

إدراك الجمهور لجودة الاتصالات والخدمات الحكومية الإلكترونية

دراسة على عينة من مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة

أ.د/ احمد فاروق رضوان (*)

مقدمة:

أدت التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتقنيات الأجهزة والهواتف المحمولة في مختلف أنحاء العالم إلى اهتمام العديد من الدول بتطوير خدماتها الإلكترونية والذكية بما يعزز ويطور من خدماتها الحكومية المقدمة إلى المواطنين. وتهتم حكومة دولة الإمارات العربية المتحدة بتفعيل خدماتها الإلكترونية والذكية المقدمة إلى كافة فئات الجمهور من المواطنين والمقيمين ، حيث تعد الدولة الثانية على مستوى دول مجلس التعاون الخليجي والعالم العربي في مؤشر تطور الحكومة الإلكترونية ، ومن بين أكثر 20 دولة تقدماً في مؤشر تنمية الحكومة الإلكترونية في قارة آسيا ، ومن بين أكثر 20 دولة تقدماً في مؤشر الخدمات الإلكترونية الحكومية في العالم ، ومن بين أكثر 50 دولة تقدماً في مؤشر المشاركة الإلكترونية في العالم (1).

أولاً: الإطار النظري للدراسة

مفهوم الحكومة الإلكترونية:

ظهر مصطلح الحكومة الإلكترونية من خلال رؤية قدمها آل جور النائب الأسبق للرئيس الأمريكي عام 2000 حيث استهدف ربط المواطن بالخدمات الحكومية المختلفة بطريقة الكترونية تساهم في تخفيض تكلفة تقديم الخدمة وتحسن الأداء وتسرع من التنفيذ بما يحقق الكفاءة والفاعلية في تقديم الخدمات الحكومية لكافة

(*) الاستاذ بقسم الإعلام بكلية الآداب – جامعة حلوان

قطاعات الجمهور وفي كافة المناطق وفي مختلف المجالات. **وتعرف الحكومة الإلكترونية** بأنها توظيف المنظمات الحكومية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لتقديم الخدمات الحكومية المختلفة للمنظمات والأفراد عبر وسائط وأدوات تقنية وفق قواعد ونظم إدارية وتكنولوجية واتصالية متكاملة. وتنقسم الخدمات الحكومية الإلكترونية إلى خدمات من الحكومة إلى الحكومة (G2G) وخدمات من الحكومة إلى المواطنين (G2C) وخدمات من الحكومة إلى منظمات الأعمال (G2B) وخدمات من الحكومة إلى منظمات المجتمع المدني (G2SC) وخدمات من المواطن إلى المواطن (C2C) ⁽²⁾. **وتعرف الحكومة الذكية (m-Government)** بأنها جزء من خدمات الحكومة الإلكترونية يعتمد على تقديم الخدمات الحكومية من خلال التطبيقات الحديثة المعتمدة على أجهزة الهاتف الذكي والحاسبات اللوحية ⁽³⁾. ويعتمد نجاح الحكومة الإلكترونية على وجود عدة مقومات تتحدد في المقومات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات ووجود بنية تقنية متطورة في الدولة ، والمقومات الخاصة بالجوانب التنظيمية والإدارية المسئولة عن تقديم الخدمات الإلكترونية ، والمقومات التشريعية التي تحدد الجوانب القانونية والاجرائية لتقديم الخدمات، والمقومات المجتمعية المرتبطة بتبني المجتمع للتطبيقات التكنولوجية الحديثة ⁽⁴⁾.

وتتحدد أهمية الحكومة الإلكترونية في أنها تساهم في توصيل المعلومات والخدمات الحكومية من خلال قنوات تقنية متعددة بما يساعد في تحسين الخدمة ووصولها بسرعة وسهولة إلى المواطنين مما يوفر وقتهم وجهدهم ، ويضمن أيضاً الشفافية والعدالة والمصداقية في تقديم الخدمة. كما أنها تساهم في كسر العوائق الزمنية أو الجغرافية التي تحول دون تقديم الخدمة للمواطن في المكان أو الوقت المناسب. وهي بذلك تسعى لتحقيق الأهداف التالية:

- تقديم الخدمة الحكومية للمواطنين بسرعة وبتكلفة أقل .
- التقليل من الإجراءات الإدارية والحد من البيروقراطية.

- دعم التواصل مع المواطنين .
 - تحقيق التكامل بين الخدمات الحكومية.
 - تحقيق كفاءة أكبر في تقديم الخدمة.
 - بناء الثقة في الخدمات الحكومية.
 - الوصول إلى كافة فئات الجمهور في أي وقت وفي أي مكان.
 - خلق بيئة عمل تعتمد على تقنيات المعلومات والاتصال (5).
- وتتماز الحكومة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص تتحدد فيما يأتي:
- تعمل الحكومة الإلكترونية على تقديم الخدمات الحكومية بصورة متكاملة عبر منصات رسمية لكل من المواطنين ومنظمات الأعمال.
 - وتعمل على الربط والتنسيق داخل الهيئة الحكومية الواحدة و بين الهيئات الحكومية وبعضها البعض .
 - وتمكن الحكومة من وضع أنماط معتمدة لتقديم الخدمات والأعمال والبيانات.
 - وتدعم الاتصال والتفاعل المستمر مع المواطنين دون حدود زمانية أو مكانية.
 - وتدعم الشفافية في العمل الحكومي وتبني الثقة مع الجمهور .
 - وتتوافق الحكومة الإلكترونية مع التطورات التقنية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
 - وتحقق الكفاءة في العمل .
 - والحكومة الإلكترونية تتمكن من رصد آراء الجمهور وتقييمه لخدماتها ، مدعمة بذلك سياسات خدمة المتعاملين(6).

الاتصال الحكومي عبر الإنترنت:

يهدف الاتصال الحكومي إلى تقديم المعلومات الموثوقة والواضحة والحقيقية إلى الجمهور عن سياسة الحكومة وأنشطتها وخدماتها ، وذلك من خلال الاتصال المباشر

والفعال بالجمهور عبر وسائل الاتصال والإعلام ، خاصة مع نمو تطلعات ورغبات الجمهور و تطور وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ، وتتحدد مبادئ الاتصال الحكومي في الانفتاح على المجتمع والتواصل معه بجدية ، المباشرة والوضوح في نقل المعلومات ، التواصل المستمر مع الجمهور وإشراكه في عمليات اتخاذ القرار والتعرف على آرائه، التقديم الإيجابي لسياسات الحكومة وإنجازاتها ، استخدام كافة وسائل الاتصال المتاحة ، التعاون مع وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني. ويهدف التخطيط الاستراتيجي لبرامج الاتصال الحكومي إلى وضع أهداف يساهم تحقيقها في تحقيق رؤية ورسالة المنظمة وأهدافها الاستراتيجية. (7).

ويعد الاتصال الحكومي أحد المجالات التي تهتم بها الحكومة الإلكترونية حيث أن أحد أهدافها المهمة هو تقديم المعلومات الموثوقة والواضحة والحقيقية إلى الجمهور عن سياساتها وأنشطتها وخدماتها ، وذلك من خلال اتصالها المباشر بالجمهور عبر وسائلها المختلفة أو من خلال وسائل الإعلام . وفي ظل نمو تطلعات ورغبات الجمهور ووسائل الإعلام ، أصبح من الضروري على الحكومات تطوير اتصالاتها من حيث المضمون ومن حيث الاعتماد على تكنولوجيا الاتصال الحديثة للوصول إلى الجمهور. وتتحدد مبادئ الاتصال الحكومي في الانفتاح على المجتمع والتواصل معه بجدية ، المباشرة والوضوح في نقل المعلومات ، التواصل المستمر مع الجمهور وإشراكه في عمليات اتخاذ القرار والتعرف على آرائه، التقديم الإيجابي لسياسات الحكومة وإنجازاتها ، استخدام كافة وسائل الاتصال المتاحة ، التعاون مع وسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني (8).

وبالتالي فإن الحكومة الإلكترونية تعتمد على وسائل الاتصال والمعلومات الحديثة ومنها الانترنت والتي أصبحت وسيلة الاتصال الأكثر أهمية في دعم التفاعل بين المنظمة وجمهورها، فلم تعد وسيلة نشر للمعلومات بسرعة وعلى نطاق واسع فحسب، وإنما أصبحت وسيلة لتطوير العلاقة بين المنظمة والجمهور من خلال دعم

التفاعل وإشراك الجمهور في العملية الاتصالية(9). ومع ظهور الوب 2 (Web2) تحولت الإنترنت إلى وسيلة تفاعلية، حيث تؤدي التطبيقات الخاصة بها إلى تمكين مستخدم الإنترنت من التفاعل ومشاركة خبراته مع الآخرين وأصبح قادراً على نشر وتبادل المحتوى بصورة سريعة ومرنة(10). وقد أتاحت تطبيقات Web2 أمام المستخدمين العديد من الأدوات التفاعلية مثل خدمات تلقي الأخبار (Really Simple Syndication) RSS وخدمات تلقي المحتوى الصوتي Podcasting وتلقى المحتوى المرئي Vodcasting إلى جانب ظهور المنتديات forums والمدونات blogs ومواقع النشر المعرفي Wikis والتدوين المصغر ومواقع تبادل المحتوى(11). وتعد وسائل التواصل الاجتماعي Social Media مواقع أو منصات إلكترونية تسمح بتبادل المعلومات والتفاعل بين الأفراد المشاركين وهي تختلف عن الوسائل التقليدية في أنه لا حدود للمضمون المنشور عليها وكذلك لا حدود لإمكانات تبادله ونشره(12). كما تعرف هذه الوسائل أيضاً بأنها شبكات اجتماعية قائمة على مشاركة المستخدمين في إنتاج ونشر محتواها النصي أو المتعدد الوسائط. وتسمح هذه المواقع للأفراد بالتواصل والارتباط والتفاعل مع الآخرين سواء أفراد أو شركات أو مؤسسات حكومية بالكيفية التي يريدونها وفي التوقيت الذي يختارونه، وتمتاز هذه المواقع بقدرة مستخدميها على إنشاء المحتوى والإضافة إليه، كما أنه يمكن من الوصول إليها عبر أجهزة الحاسب الآلي واللوحى والهواتف الذكية والتلفزيون الذكي ووحدات الألعاب الرقمية(13).

وفيما يتعلق بالمنظمات والجهات الحكومية فإن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أداة تمكن المنظمات من التعرف على تقييم الجمهور لخدماتها وتجعل منه عنصراً فاعلاً في عملية اتخاذ القرار من خلال التعرف على مقترحاته والحوار معه والأخذ برأيه، كما أنها تمثل وسيلة نشر للمعلومات والبيانات التي تدعم توجه المنظمات الحكومية نحو الشفافية، فضلاً عن إحاطة الجمهور بأي معلومات لازمة في أوقات الأزمات والمشكلات الطارئة(14). وهي بذلك أتاحت العديد من الفرص أمام إدارات العلاقات

العامة في المنظمات للتواصل مع الجمهور، كما أنها أصبحت وسيلة متضمنة في الحياة اليومية لمستخدميها خاصة مع سهولة الوصول إليها واستخدامها عبر الوسائط الحديثة مثل أجهزة الهاتف الذكي(15). وهو ما مكن المنظمات أيضاً من أداء العديد من الوظائف وتقديم العديد من الخدمات عبر هذه الوسائل مثل خدمات تلقي شكاوى واستفسارات العملاء والتعريف بالسياسات والبرامج والخدمات والتوعية وكسب المؤيدين(16). إضافة إلى تكوين علاقات وثيقة مع مختلف فئات جمهور المنظمة وإنشاء مجتمع افتراضي يجمع بين جمهور المنظمة ويشعره بالانتماء لها، حيث تتقارب حاجاتهم واهتماماتهم، كما أنها تمكن المنظمة من جمع معلومات عن المنافسين، مع ضرورة العمل على التقليل من أى مخاطر قد تنتج عن استخدام المنظمة لهذه الوسائل مثل انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة عنها أو إساءة استخدامها وحجب معلومات عن الجمهور مما قد يؤدي إلى تدهور سمعة وصورة المنظمة(17).

وتتجه حكومات الدول المختلفة إلى دعم تواجدها عبر الأنترنت وتفعيل خدماتها وتواصلها من خلال هذه الوسائل وقد أوضح تقرير الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية أسباب ذلك فيما يلي:

- التحديات التنموية التي تواجه الحكومات المختلفة والتي تتطلب التعاون والتعامل بفاعلية مع الأفراد والمؤسسات الحكومية والمؤسسات الخاصة الأخرى .
- مواكبة تطلعات المواطنين للحصول على خدمات فعالة ومنكافئة.
- دعم مشاركة المواطنين في عمليات صنع القرار والمشاركة الهادفة فى الشؤون العامة.
- التكيف مع التطور المعلوماتي والتقني .
- التعاون بين الحكومات في القضايا الدولية.

كما أوضح التقرير أن الهدف من تنمية الخدمات الحكومية الإلكترونية يتحدد في تقديم خدمات أكثر شمولية وأعلى جودة ، تحقيق مبادئ الانفتاح والشفافية والمساءلة والفاعلية ، والاستجابة لمطالب المواطن المتزايدة ودعم الثقة في الحكومة(18).

ووضع كل من (Kumar, Mukerji, Irfan, and Ajax, 2007) نموذجاً يوضح العوامل المؤدية الى تبني الجمهور لاستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية حيث حدد النموذج ثلاثة عوامل الأول خاص بالمستخدم من حيث قدرته على التعامل مع التكنولوجيا والانترنت ، وإدراكه لمزايا ومخاطر استخدامها ، ويتعلق الثاني بالموقع الإلكتروني من حيث سهولة استخدام الموقع الحكومي والخدمات التي يقدمها ، ويتعلق الثالث بجودة الخدمات التي يتم تقديمها والتزام المؤسسة الحكومية بتقديم هذه الخدمة . وأوضح النموذج أنه عندما يتحقق رضاء المستخدم عن الموقع والخدمات المقدمة يبدأ المستخدم في تبني عملية الاستخدام ويستمر عليها . ولفت النموذج إلى أن عملية التبني تتأثر أيضاً بوجود نظم وقوانين تحكم عملية تقديم الخدمات الحكومية وتوفر الأمان والخصوصية في الاستخدام ، كما تتأثر أيضاً بالتطور التقني الموجود في المجتمع(19). وأكد سميث (Smith, 2011) على أن هناك علاقة متبادلة بين عدد من القيم التي تتبناها المنظمات الحكومية ودفع الجمهور لاستخدام خدماتها الإلكترونية بثقة ، إذ أن تبني قيم الكفاءة والنزاهة والشفافية والمساءلة يساعد على تكوين الثقة لدى الجمهور في الخدمات وتجعله يثق فيها ويتبنى استخدامها(20).

وقدمت شيبلا (Sheila M. McAllister,2009) مجموعة من المبادئ الخاصة بتفعيل الحوار بين المنظمة والجمهور عبر الانترنت تتحدد في :

الحوار المتبادل والتغذية المرتدة Mutual dialogue and feedback: حيث يتحقق الحوار المتبادل ورجع الصدى الفوري من خلال وسائل الاتصال الحديثة ، وتتمكن المنظمة من خلال ذلك من التعرف على حاجات الجمهور ومشكلاته وأراءه والإجابة عن استفساراته.

تقديم المعلومات المفيدة Usefulness of information : حيث ينبغي على المنظمات أن توفر معلومات قيمه ومفيدة ودقيقة لجمهورها بفئاته المختلفة عبر موقعها الإلكتروني ووسائلها الاتصالية الحديثة .

سهولة استخدام الموقع Ease of interface: وترتبط بتصميم شكل ومحتوى الموقع الإلكتروني للمنظمة ، وترتيب عناصره بصورة جيدة بحيث يسهل على المستخدم تصفح الموقع وإيجاد المعلومات المطلوبة .

الاحتفاظ بزوار الموقع Conservation of visitors : ويتحقق ذلك من وجود روابط فائقة تعيد المستخدم للموقع أو صفحته الرئيسية ، إلى جانب التحديث المستمر للموقع .

تشجيع معاودة زيارة الموقع Generation of return visit : ويتحقق ذلك من وجود خدمات ومعلومات مهمة محدثة على الموقع تدفع الجمهور إلى العودة إليه وتكرار استخدامه ، لما يحققه من فائدة اتصالية وخدمية للجمهور

إقامة مساحات للحوار Dialogic loops: ويتحقق ذلك من خلال إتاحة الفرصة أمام المستخدم للتعبير عن آرائه ومقترحاته وتوجيه استفساراته لمسؤولي الموقع(21) .

كما أوضح كل من شيبلا و كنت (Sheila & kent,2009) أن تحقيق الحوار عبر الموقع الإلكتروني لأي منظمة يتطلب الاهتمام أولاً بالتعرف على احتياجات الجمهور المستخدم للموقع ، ثم دعم الموقع بالملفات التفاعلية والوسائط المتعددة ، إلى جانب الاهتمام بالروابط وتوفير أدوات الاتصال بالقائمين على الموقع ، وأخيراً بضرورة الاهتمام بتشجيع الجمهور على التفاعل وإجراء الحوار وإبداء رأيه وتعليقه (22).

الحكومة الإلكترونية والذكية في دولة الإمارات العربية المتحدة:

تهدف استراتيجية الحكومة الإلكترونية الاتحادية لدولة الإمارات العربية المتحدة إلى بناء حكومة إلكترونية اتحادية ذات مستوى عالمي تعمل مع الجهات الحكومية

الاتحادية على تأسيس بنية تقنية تحتية فعالة للمعلومات وتقديم خدمات إلكترونية للمتعاملين عبر قنوات إلكترونية مبتكرة ومتعددة. وتتلخص رؤية الحكومة الإلكترونية الاتحادية للدولة في الارتقاء بتنافسية الإمارات العربية المتحدة من خلال تبنى ممارسات عالمية المستوى في كافة مجالات الحكومة الإلكترونية. وتحدد رسالتها في حكومة إلكترونية مبدعة ملتزمة بالمساهمة في رفع تنافسية الدولة وتوفير خدمات عالمية المستوى متعددة القنوات قائمة على رغبات المتعاملين، من خلال حكومة مترابطة تستفيد من بنية تحتية رقمية متقدمة، وموارد بشرية مؤهلة ضمن إطار ذكي للحكومة. وتنقسم أبعاد الاستراتيجية الخاصة بالحكومة الإلكترونية إلى ثلاثة أبعاد هي: الخدمات الإلكترونية وتركز على رفع مستوى التحول الإلكتروني للجهات الحكومية وتوفير خدمة إلكترونية عالية الجودة عبر قنوات متعددة تلبي متطلبات المتعاملين، الجاهزية الإلكترونية للجهات الحكومية وتركز على تعزيز قدرة الجهات الاتحادية في الدولة تقنياً وتنظيمياً وبشرياً على تطبيق حدود تقنية المعلومات والاتصالات والتحول نحو الحكومة الإلكترونية، وبيئة تقنية المعلومات والاتصالات وتغطي العوامل التنظيمية مثل السياسات والتشريعات المؤثرة على تنفيذ مبادرات الحكومة الإلكترونية(23).

وقد تم تكليف الجهات الحكومية في دولة الإمارات في مايو 2013 بتطوير خدماتها بهدف التحول نحو الحكومة الذكية من خلال تقديم تطبيقات وخدمات تتسم بالسلامة والتفاعلية والذكاء وإجراء تحول نوعي في الطريقة التي تعمل وفقها المؤسسات الحكومية وذلك لتحقيق رضا المستخدمين، وبالتعاون الفعال مع جميع الجهات ذات الصلة. ويتم ذلك عبر توفير وسائل تواصل سلسة وتفاعلية وذكية تعمل في أي وقت وفي أي مكان، عبر العديد من الأجهزة. وتشكل الحكومة الذكية امتداداً للحكومة الإلكترونية(24).

كما تهدف مبادرة الحكومة الذكية إلى توفير الخدمات للجمهور في أي مكان وعلى مدار الساعة. وتتحدد مواصفات هذه الحكومة في أنها تعمل على مدار اليوم ، بصورة سريعة وقوية في إجراءاتها ، كما أنها تستجيب بسرعة للمتغيرات وتبتكر حلولاً للتحديات وتسهل حياة الناس وتحقق لهم السعادة ، وذلك لمواكبة أفضل الممارسات الدولية . ولا تحل الحكومة الذكية محل الحكومة الإلكترونية، إنما تكملها وتشكل امتداداً لها، ويتعايش هذان المفهومان ويتضافران لتحقيق أهداف متكاملة تتمثل في إسعاد المواطن وتسهيل حياته وتعزيز الحيوية الاقتصادية والتنافسية(25). وتعمل الحكومة الذكية على تنفيذ خريطة طريق بدأت في عام 2013 وتمتد حتى مايو 2015 بهدف تقديم تحسينات على مستوى البيئة العامة وتعزيز الجاهزية وتحقيق رضا المتعاملين . وبما يضمن الاستخدام الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة وتقنيات الأجهزة المتحركة لتقديم الخدمات العامة(26) . وتوفر حكومة دولة الإمارات العديد من الخدمات الإلكترونية والذكية عبر ثلاث باقات الأولى باقات الخدمات المقدمة للمواطنين وتضم 15 باقة ، حيث تشمل الباقة خدمات متعددة ، والثانية باقات الخدمات المقدمة للمقيمين والزائرين وتضم 14 باقة ، والثالثة باقات الأعمال وتضم 14 باقة(27). وقد أصدرت هيئة تنظيم الاتصالات (TRA) بدولة الإمارات دلائل إرشادية تتماشى مع متطلبات الحكومة الإلكترونية للتعامل مع كل من المحتوى الإلكتروني للمنظمة على شبكة الإنترنت وكذلك المشاركة الإلكترونية للجهات الحكومية ومواصفات البيانات المفتوحة والدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية. وهي دلائل يرى الباحث إمكانية الاسترشاد بها ليس فقط في المنظمات الحكومية ولكن أيضاً في المنظمات والشركات الخاصة. ويستعرض الباحث فيما يلي أهم ملامح هذه الدلائل:

الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة (إصدار يناير 2013): ويتضمن الدليل عدة عناصر تشتمل على: مخاطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية التخفيف منها، متطلبات

تطبيق الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي، الوجهات الإرشادية لاستخدام هذه الأدوات ومنها الوصول إلى مواقع التواصل الاجتماعي، إدارة الحساب، سلوك الموظف المسئول عن إدارة الحساب، سياسات الأمن والخصوصية، ومدونة سلوك الجمهور. (28)

الدليل الإرشادي لمواصفات المحتوى الإلكتروني للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة (إصدار يناير 2011): يحدد الدليل مجموعة من المعايير التي يجب أن يتصف بها المحتوى الإلكتروني للمنظمة ومنها: أن يكون محتوى مفيد ومتناسب مع الجمهور، يعتمد على أسلوب الهرم المقلوب في الكتابة بهدف الدخول في الموضوع مباشرة من خلال الزاوية الأهم، أن يكون محتوى جذاب ورشيد، أن يكون واضح لا لبس فيه، وأن يكون كاملاً ومنتشعباً معتمداً على الروابط الإلكترونية، إلى جانب الإيجاز والصحة والدقة وأن يكون أصيلاً معد و مصنوع داخل المؤسسة معبراً عن خدماتها ومنتجاتها ورسائلها(29).

الدليل الإرشادي للمشاركة الإلكترونية للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة (إصدار يناير 2011): يحدد الدليل أهم أدوات المشاركة الإلكترونية الموصى باستخدامها للجهات الحكومية وهي: منتديات النقاش، المدونات، الدردشة، استقصاء رضاء المتعاملين، استطلاعات الرأي، نماذج التعليق، ومواقع التواصل الاجتماعي. كما حددت الوثيقة مجموعة من النقاط الواجب أخذها في الاعتبار عند تطبيق سياسة المشاركة الإلكترونية من أهمها:

- وضع رابط لبوابة حكومي الخاصة بتقديم الاقتراحات والملاحظات على الموقع.
- وجود مدونة للجهة الحكومية ترد من خلالها على استفسارات الجمهور وتعليقاته وشكاواه، كما يطلب منهم إرسال مقترحاتهم وآرائهم.
- التوصية باستخدام فيس بوك، تويتر ولينك إن للتواصل مع الجمهور.

● مراقبة المدونات والمنتديات الخاصة بالجهة الحكومية من أجل حجب الألفاظ أو العبارات الخارجة والمسيئة.

● نشر سياسة الجهة الحكومية فيما يتعلق بعملية المشاركة الإلكترونية وإرسال التعليقات.

● التحديث المستمر للمحتوى وطرح نقاط للمناقشة بشكل مستمر. (30)

الدليل الإرشادي لمواصفات البيانات المفتوحة للجهات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة (إصدار يناير 2011): يهدف الدليل إلى وضع مواصفات عامة للبيانات المفتوحة والتي يجب أن تلتزم بها الجهات الحكومية على المواقع الإلكترونية. ومن أهم هذه المواصفات:

- أن تغطي البيانات خدمات وأنشطة الجهة الحكومية.
- أن يتمكن الزائر من الوصول إلى البيانات دون أي عوائق.
- أن يتاح للزائر إمكانية إبداء الرأي في البيانات المنشورة.
- أن تنشر البيانات بصورة تسهل قراءتها.
- أن تباح للمستخدم إمكانية معرفة نوع وحجم الملف والزمن اللازم لتحميله.
- تنبيه مستخدم الموقع بالبرامج اللازمة لتشغيل الملف.
- إتاحة منصات للتفاعل مع مستخدمي البيانات ووضع روابط لمنابر إلكترونية للنقاش مثل المدونات والمنتديات وصفحات الفيس بوك.
- أن تحتوى صفحة البيانات على سياسة البيانات المفتوحة التي تمنح للمستخدمين الترخيص باستخدامها وتوزيعها(31).

وأشار الخوري 2012 في تحليل للاستراتيجيات الحكومية الخاصة بالحكومة الإلكترونية في دولة الإمارات ورؤيتها الاستراتيجية إلى أن هذه الاستراتيجيات

موجهه نحو أربعة معايير ، تتعلق الأولى بالتوجه نحو تحقيق القيمة من خلال اتخاذ القرارات وتوفير الخدمات ذات الجودة والأمان للجمهور ، وتتعلق الثانية بالتوجه نحو المواطن من خلال دعم قيم الشفافية والمشاركة عبر المنصات الإلكترونية ، وترتبط الثالثة بالتوجه نحو دعم وتطوير التكنولوجيا المستخدمة عبر الأدوات والمنصات الحديثة ، وترتبط الرابعة بالتوجه الاقتصادي من خلال تقليل التكلفة على المواطن والاستخدام الأمثل للموارد وتحقيق الكفاءة(32).

الدراسات السابقة والتعليق عليها:

يستعرض الباحث فيما يلي عدداً من الدراسات التي تناولت الاتصال الحكومي عبر الانترنت ، حيث قسم الباحث هذه الدراسات إلى محورين : المحور الأول تناول دراسات أهتمت بدراسة المواقع والتطبيقات الحكومية ورصد وظائفها وتحليل محتواها والمحور الثاني تناول دراسات أهتمت بقياس استخدامات الجمهور للخدمات الحكومية الإلكترونية ورضائهم عنها.

المحور الأول : دراسات أهتمت بدراسة المواقع والتطبيقات الحكومية ورصد وظائفها وتحليل محتواها.

دراسة برين (Barin, 2010) عن استخدام تويتر في التفاعل بشأن زلزال هايتي عام 2010 ، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية استخدام تويتر في التفاعل بشأن الزلزال وما هي الاستراتيجيات التي تم استخدامها من خلال مستخدمي الموقع وذلك من خلال تحليل ما نشره المستخدمون على الموقع بشأن الحادث. وتوصلت الدراسة إلى أن موقع لتويتر ساهم في إيجاد وسيلة اتصال تفاعلي بين المستخدمين تمكنوا من خلالها من تبادل الرسائل والمعلومات بسرعة والتعريف بالجهود والأنشطة ومجالات التطوع الممكنة وتسهيل التعاون فيما بينهم. (33)

دراسة جون وبول وجيستن (John, Paul and Justin, 2010) والتي أكدت على أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد إحدى وسائل الاتصال الحديثة المهمة التي

يمكن أن تحقق من خلالها المؤسسات الحكومية معايير الوضوح والشفافية من خلال إتاحتها للمعلومات الممكنة للجمهور عبر هذه الوسائل، خاصة المعلومات المرتبطة بالقواعد والإجراءات والقرارات والأعمال، كما أنها يمكن أن تستخدم لتقديم خدمات حكومية أو لتسهيلها مثل خدمات رعاية العملاء والشكاوى والإجابة عن الاستفسارات(34).

دراسة إنريك ولورديز وسونيا وفرانشيسكو (Enrique, Lourdes, Sonia and Francisco, 2012) عن استخدام الحكومات المحلية لوسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقات web2 في عدد من المدن الأوروبية. وذلك بهدف التعرف على مدى استخدام هذه الوسائل في تقديم المعلومات وتحقيق الشفافية في علاقة هذه الحكومات بالجمهور ودعم قدرته على المشاركة والتفاعل والحوار، حيث تم تحليل المواقع الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي لخمسة وسبعين إدارة محلية لمدينة تابعة لخمسة عشر دولة من أعضاء الاتحاد الأوروبي. وتوصلت الدراسة إلى اعتماد هذه المواقع على العديد من تطبيقات web2 مثل خدمات RSS الإخبارية والبود كاست Podcast والفود كاست Vodcast والمدونات والروابط الفعالة، إلى جانب تعدد حساباتها على عدد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك ولينكد إن وجوجل بلاس إضافة إلى تويتر ويوتيوب(35).

دراسة شارما وباو وكوين (Sharma, Gajendra , Bao, Xi and Qian, Wang, 2012) عن تبني استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية في الدول النامية، حيث توصلت الدراسة إلى أنه كلما تفاعل الجمهور مع المنظمة عبر موقعها الإلكتروني بسرعة وثقة، وكلما كان لديه وعي بالطرق الصحيحة للتعامل مع الخدمات الإلكترونية، كلما ساعد هذا على تبني عملية الاستخدام (36).

دراسة ديبيورا (Deborah, 2013) استهدفت الدراسة التعرف على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى إدارات بلديات المدن الإيطالية، حيث قامت الباحثة بتحليل

119 حساب لهذه البلديات على عدد من مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى حاجة هذه الإدارات إلى تطوير حساباتها على هذه المواقع من حيث تحديث المعلومات وزيادة مستوى التفاعل مع الجمهور، كما توصلت الدراسة إلى ضرورة الاستفادة من مميزات كل وسيلة مثل الفيس بوك واليوتيوب بالصورة التي تساهم في جذب جمهور المتعاملين مع البلديات لاستخدام حساباتها على هذه المواقع(37).

دراسة أمل عنبر (2013) عن استخدام العلاقات العامة للإنترنت كأداة للتواصل مع الجمهور ، حيث استهدفت الدراسة التعرف على مدى توظيف العلاقات العامة في الدوائر الحكومية بإمارة الشارقة لتطبيقات الإنترنت من خلال تحليل لمواقعها الإلكترونية وصفحاتها على الفيس بوك ، وتوصلت الدراسة إلى وجود تفاوت في مستوى توظيف الدوائر الحكومية لآليات الحوار مع الجمهور ، كما توصلت إلى أن الهدف الأساسي لاستخدام هذه الدوائر للإنترنت هو تكوين صورة ذهنية جيدة عنها(38) .

دراسة إينس (Ines, 2013) استهدفت الدراسة التعرف على استخدام المؤسسات الفيدرالية التابعة للإدارة الأمريكية لوسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع مسؤولي إدارة المواقع الإلكترونية وحسابات التواصل الاجتماعي لخمسة عشر مؤسسة فيدرالية أمريكية . وتوصلت الدراسة إلى أن هذه الإدارات تستخدم حساباتها على المواقع لعدة أسباب يأتي في مقدمتها نشر المعلومات والقرارات والأخبار المهمة الخاصة بها وإيجاد وسيلة للتواصل مع الجمهور بشكل فوري ودعم الحملات الاتصالية التي تقوم بها(39).

دراسة جوستافو وإيريك (Gustavo and Eric, 2013) عن استخدام الحكومات المحلية لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث استهدفت الدراسة التعرف على التكتيكات المستخدمة عبر هذه الوسائل وذلك من خلال استبيان على عينة من 250 مفردة من

مديري الحكومات والإدارات المحلية في 50 مدينة أمريكية وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة على استخدام هذه الوسائل منها ظروف العمل ومدى توفر المعارف والمهارات لدى العاملين وطبيعة الجمهور، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك أربعة تكتيكات اتصالية مستخدمة لدى الإدارات محل الدراسة وهي: نشر المعلومات عن المنظمة، تقييم مدى جودة الخدمات المقدمة، دعم مشاركة الجمهور والحوار معه وأخيراً دعم التعاون والتواصل بين العاملين بالإدارة أو الجهة الحكومية(40).

دراسة هشام، كريستوفر، سارة ، وعبد الرحمن (Hisham, Christoipher, Sara and Abdulrahman, 2013) عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المنظمات الحكومية المصرية، وذلك من خلال رصد أدوات التفاعل الموجودة على المواقع الحكومية المصرية والروابط الخاصة بحسابات هذه المنظمات على مواقع التواصل مثل الفيس بوك والتويتر ولينك إن وحساب سكايب والويكي. وتوصلت الدراسة إلى أن 30% من هذه المواقع التي بلغ عددها في العينة 276 حساباً تضم مساحات لإبداء الرأي والمقترحات وأن 20% منها يضم استطلاعات رأى وأن موقع الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يوجد بهذه المنظمات حسابات عليه يليه التويتر ثم اليوتيوب. كما توصلت الدراسة إلى ضعف التفاعل على الفيس بوك بين المنظمات الحكومية والجمهور وانخفاض معدلات التعليقات والنشر على هذه الصفحات(41).

دراسة فاروق (2014) عن معايير وأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصالات المؤسسية الحكومية: دولة الإمارات العربية نموذجاً نحو التحول إلى الحكومة الذكية ، حيث استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي للمنظمات الحكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة بالتطبيق على موقع الفيس بوك facebook في إطار نظرية الاتصال الحوارية في

العلاقات العامة ، من خلال إجراء تحليل كفي وكمي لأربعين حساب لوزارات وهيئات اتحادية ومجالس وهيئات محلية في الدولة ، وتوصلت الدراسة إلى تعدد مضامين المحتوى المنشور من حيث الهدف والمعلومات المقدمة وأسلوب تقديم المضمون وطبيعة مشاركة الجمهور ، كما رصدت الدراسة وحددت مجموعة من المعايير الإرشادية التي تحكم عملية إدارة حسابات المنظمات الحكومية على هذه المواقع(42).

المحور الثاني : دراسات اهتمت بقياس استخدامات الجمهور للخدمات الحكومية الإلكترونية ورضائهم عنها.

دراسة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء المصري (2007) عن البوابات الإلكترونية للحكومة المصرية بالتطبيق على عينة من بوابات ثلاث محافظات مصرية ، حيث قامت الدراسة بإجراء استبيان على عينة من مستخدمي هذه البوابات للتعرف على مدى استفادتهم منها ، وتوصلت إلى ضرورة الاهتمام بتطوير المعلومات المتاحة عليها ، وكذلك إلى تطوير قدرات القائمين على إدارتها ، وإلى ضرورة إرساء معايير تضمن جودة خدماتها . كما قامت الدراسة بإجراء مقابلات مع المسؤولين عن إدارة هذه البوابات والذين أكدوا على اقتناعهم بأهميتها وجدواها بالرغم من إقرارهم بأنه لا يتم توظيفها بالشكل الملائم . كما أكدت الدراسة من خلال تحليل مضمون هذه البوابات على أن المعلومات والخدمات المتاحة عليها تحتاج إلى تطوير (43).

دراسة أورجيرون(Orgeron, 2008) عن تقييم الجمهور للخدمات الحكومية بولاية الميسسبي ورضائهم عنها ، حيث حددت الدراسة مجموعة من العوامل المؤدية إلى سرعة تبنى الجمهور للتعامل مع هذه الخدمات ورضائهم عنها وهي قدرة

الجمهور على تبنى التكنولوجيا الحديثة ، واتجاهه نحو الثقة في الأنترنت كوسيلة وفي المواقع الحكومية ، وكذلك جودة الخدمات المقدمة ، تعد كلها (44).

دراسة اللهوي (Allahawia,2008) عن العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الإلكترونية ، حيث توصلت إلى أن كل من أمان الموقع المقدم للخدمة وطبيعة المعلومات والخدمات التي يوفرها ، وكذلك سهولة استخدام الموقع وتصفحه ، تعد من العوامل الدافعة للجمهور في استخدام الخدمات الإلكترونية(45).

دراسة زكريا وآخرون (Zakaria et others, 2011) حول رضا العملاء عن الخدمات البلدية الإلكترونية حيث توصلت إلى أن هناك عدة عوامل تؤدي الى رضا العميل عن الخدمة الإلكترونية تتحدد في سهولة استخدام الخدمة ، الخصوصية في التعامل مع الخدمة ، الأمان والحفاظ على سرية بيانات العميل ، الثقة في الخدمة وجودتها . وأشارت الدراسة إلى ضرورة تطوير المواقع الإلكترونية التي تقدم الخدمات الحكومية بما يحقق العوامل السابقة(46).

دراسة هيهين (Hyehun, 2013) استهدفت الدراسة التعرف على دور المواقع الإلكترونية الحكومية في بناء ثقة الجمهور نحو الحكومة ودور وسائل التواصل الاجتماعي في تدعيم هذه الثقة، وأجريت الدراسة على عينة من 2200 من مستخدمي الإنترنت وغير مستخدميها من المتعاملين مع الخدمات الحكومية وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فروقاً إحصائية بين مستوى ثقة المتعاملين مع الخدمات الحكومية عبر الإنترنت وعبر وسائل التواصل الاجتماعي وبين هؤلاء الذين لا يتعاملون مع الخدمات الحكومية عبر هذه الوسائل، لصالح الفئة الأولى(47).

دراسة شيه وي وهيسي بنج (Shih-wu & Hsi-peng,2013) عن تبنى استخدام الخدمات الحكومية بالتطبيق على دفع الضرائب إلكترونياً في تايوان ، حيث توصلت الدراسة أنه كلما شعر المواطن بالفوائد المتحققة من استخدامه للخدمة إلكترونياً ، وكلما كانت سهلة الاستخدام وتحقق مميزات مقارنة بالطرق التقليدية في

الحصول على الخدمة وإمكانية التحقق من ذلك وتجربته ، كلما ساعد ذلك في تبني استخدام هذه الخدمات(48).

دراسات كل من (Chalhoub,2010) و (Al-Jaghoub, Al-Yaseen, & (Alateyah, (Mostafa,2013) و (Al-Hourani ,2010)

(Crowder, & Wills, 2014) على الجمهور المصري و اللبناني و الأردني والسعودي حيث وجدت أن عوامل الثقة ، دقة المعلومات ، الاقتناع بقدرة الحكومة على تقديم الخدمة ، تنوع الخدمات المقدمة وسهولة التعامل معها ، تعد من العوامل المؤثرة في اتجاهات الجمهور نحو الخدمات الحكومية وتحفيزه على استخدامها ، كما أشارت الدراسات إلى أن عوامل مثل عدم توفر بعض الخدمات بالصورة المتوقعة ، وقلة خبرة نسبة كبيرة من السكان بالتعامل مع التكنولوجيا الحديثة ، وعدم الثقة في توفر عنصر الأمان والحفاظ على سرية المعلومات تعد من العوامل المؤثرة سلباً على تبني الجمهور في هذه الدول لاستخدام الخدمات الحكومية(49) .

ومن خلال عرض نتائج الدراسات السابقة يستنتج الباحث الاهتمام الواضح للعديد من المنظمات الحكومية في توظيف مواقعها الإلكترونية لتقديم خدمات إلى الجمهور بصورة إلكترونية توفر الوقت والجهد ، كما أنها تدعم التفاعل والتواصل مع فئات الجمهور المتنوعة . وأشارت هذه النتائج إلى أهمية تقديم خدمات تتسم بالجودة ويثق فيها الجمهور ، وهو ما يدفعه للتعامل معها واستخدامها في إتمام المعاملات الحكومية المتعدده.

و يحدد الباحث النماذج الثلاث التالية كمحددات للجانب المنهجي والتطبيقي في الدراسة :

نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) Technology Acceptance Model

وهو نموذج يفسر العوامل المؤثرة في قبول الجمهور لاستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ، حيث حدد النموذج هذه العوامل في مدى إدراك الجمهور للفوائد المتحققة

من استخدامه للتكنولوجيا الجديدة و كذلك مدى إدراكه لسهولة استخدام هذه التكنولوجيا بصورة توفر وقته وجهده(50).

E-Service Quality Model (e-) نموذج جودة الخدمات الإلكترونية (e-) SERVQUAL model

وهو نموذج وضعه كل من زيثمال وبراسورمان ومالهورترا , Zeithaml Parasuraman & Malhotra عام 2002 . ويوضح النموذج العوامل الآتية كمحددات لجودة الخدمة :

الكفاءة Efficiency : وترتبط بقدرة المتعامل على الوصول السريع للخدمة عبر الموقع الإلكتروني والحصول على المعلومات والخدمات اللازمة.

الإنجاز Fulfillment: وترتبط بالجودة التي تقدم بها الخدمة إلكترونياً.

الدقة Reliability: وترتبط بجودة الموقع من الناحية التقنية والشكلية .

الخصوصية Privacy: وترتبط بحفاظ الموقع على خصوصية وسرية بيانات المتعامل.

الاستجابة Responsiveness: وترتبط بقدرة الموقع والعاملين عليه على الاستجابة السريعة لمشكلات أو استفسارات المتعامل.

التعويض Compensation: وترتبط بقدرة المسؤولين عن الموقع في تعويض العميل عن أي خسائر مادية يمكن أن تلحق به.

التواصل Contact: وترتبط بسهولة التواصل مع الموقع والقائمين عليه ، من خلال أكثر من وسيلة من وسائل الاتصال (51).

Web Trust Model (WTM) نموذج الثقة في الوب

وهو نموذج يوضح مراحل ثقة المستخدم في الموقع الإلكتروني ، حيث يوضح النموذج أن كل من جودة المعلومات ، وجودة النظام التقني للموقع ، وجودة الخدمات المقدمة ، تؤدي إلى تحفيز نحو التعامل مع الموقع واستخدامه . ويفترض النموذج أنه في حال الرضاء عن الاستخدام من حيث الجودة والوقت والدقة والسهولة والأمان ، والتي تؤدي إلى تحقق المنافع المطلوبة ، فإنه يثق في الموقع ويتعامل معه مجدداً . ويؤكد النموذج أيضاً على العلاقة الارتباطية بين ثقة المستخدم في المنظمة وثقته في موقعها الإلكتروني والتي تؤدي إلى ثقته في الخدمات المقدمة عبر الموقع (52).

ثانياً : الإطار المنهجي للدراسة

1-مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في رصد مدى تبني الجمهور الإماراتي لاستخدام الخدمات المقدمة عبر المواقع الإلكترونية الحكومية وتطبيقاتها الذكية وإدراكه لفوائدها وسهولتها وجودتها و ، ومدى ثقته بها . ، وذلك في ظل توجه الحكومة الإماراتية نحو تطوير خدماتها الإلكترونية بما يحقق رضاء المتعاملين وبما يضمن تقديم خدمات سريعة وجيدة وشاملة، وذلك في إطار كل من نماذج قبول التكنولوجيا، وإدراك جودة الخدمات الإلكترونية، والثقة في الموقع الإلكتروني.

2-أهداف الدراسة:

- التعرف على مدى قبول الجمهور الإماراتي للخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية من حيث إدراكه للفوائد المتحققة منها ، وكذلك مدى سهولتها.
- التعرف على إدراك الجمهور الإماراتي لعناصر جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر الهيئات الحكومية الإماراتية.
- التعرف على مدى ثقة الجمهور الإماراتي في الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية.

3-تساؤلات الدراسة:

- ما الفوائد التي يدركها الجمهور الإماراتي عند استخدامه للخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية؟
- ما تقييم الجمهور الإماراتي لسهولة استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية؟
- ما طبيعة إدراك الجمهور الإماراتي لعناصر جودة الخدمة الإلكترونية الحكومية المتمثلة في: الكفاءة، الإنجاز، الدقة، الخصوصية، الاستجابة، التعويض، والتواصل؟
- ما مدى ثقة الجمهور الإماراتي في الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية؟

4-نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف خصائص أو وظائف مرتبطة بظاهرة أو مجموعة معينة محل الدراسة، وذلك من خلال تساؤلات أو فروض يضعها الباحث تمكنه من إجراء الوصف(53) وتعتمد الدراسة على منهج المسح كأحد المناهج المستخدمة في البحوث الوصفية، حيث تستخدم الدراسة المسح الوصفي والمسح التحليلي . حيث يهدف المسح الوصفي إلى وصف وتوثيق الأوضاع والاتجاهات الحالية ويشرح ما هو قائم بالفعل ، ويهدف المسح التحليلي إلى دراسة العلاقة بين متغيرين أو أكثر للتعرف على طبيعة العلاقة بينهما(54) ويهدف المسح المستخدم في الدراسة إلى مسح الجمهور المستخدم للخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية ووصف مدى تبنيه لاستخدامها والتعرف على تقييمه لها.

5-مجتمع الدراسة والعينة :

مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في مواطني دولة الامارات العربية المتحدة من مستخدمي الإنترنت.

عينة الدراسة: تنتمي عينة الدراسة إلى العينة العشوائية الحصصية. ويوضح الجدول التالي مواصفات عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات النوع والتعليم والسن ، حيث تم سحب العينة من ثلاثة إمارات هي : دبي ، الشارقة ، وعجمان.

جدول رقم (1)

مواصفات عينة الدراسة

الإجمالي	العدد	الفئة
300	ذكور=100 إناث=100	النوع
300	أقل من جامعي=105 جامعي فأكثر=195	التعليم
300	من 18 إلى أقل من 30 = 100 من 30 إلى أقل من 45 = 100 أكبر من 45 = 100	السن

6-أداة جمع البيانات:

استخدم الباحث استمارة الاستبيان والتي استهدفت أسئلتها الإجابة عن تساؤلات الدراسة من خلال وضع ثلاثة مقاييس خاصة بالنماذج التي اعتمدت عليها الدراسة، حيث اشتملت الاستمارة على المقاييس التالية:

المقياس الأول : مقياس قبول التكنولوجيا بالتطبيق على الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية ، واشتمل على ثمانية عبارات ، كانت العبارات الأربعة الأولى خاصة بقياس الفوائد المتحققة من الاستخدام ، والعبارات الأربعة الثانية خاصة بقياس إدراك الجمهور لسهولة الاستخدام .

المقياس الثاني: تقييم الجمهور لجودة الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية ، واشتمل على (28) عبارة مثلت كل أربعة عبارات أحد عناصر الجودة ، وكانت على الترتيب : الكفاءة، الإنجاز، الدقة، الخصوصية، الاستجابة، التعويض، والتواصل.

المقياس الثالث: الثقة في الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية ، واشتمل على ثمانية عبارات لقياس مدى ثقة الجمهور في هذه الخدمات.

المعاملات و الاختبارات الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

استخدم الباحث للإجابة عن تساؤلات الدراسة كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ، كما استخدم اختبار ت (T-test) للمقارنة بين متوسطي مجموعتين ، وإختبار ف (F-test) تحليل التباين أحادي الاتجاه One way ANOVA للتعرف على مدى وجود فروق بين المتوسطات الخاصة بفئات السن الثلاثة في العينة ، كما استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة وقوتها بين متغيرين وهل هي علاقة طردية أم عكسية؟ ، واستخدم التحليل العاملي Factor Analysis لتفسير معاملات الارتباط الموجبة التي لها دلالة إحصائية بين عبارات أحد المقاييس وذلك وصولاً إلى العوامل المشتركة التي تصف العلاقة بين هذه المتغيرات وتفسيرها. وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي spss.22

ثالثاً: نتائج الدراسة

1-النتائج العامة الخاصة بعبارات المقاييس المستخدمة في الدراسة و اختبار (ت)

للعينة الواحدة (One Sample T test):

يوضح الجدول التالي النتائج العامة للعبارات الخاصة بمقاييس الدراسة من خلال عرض المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة . كما يوضح نتائج استخدام اختبار (ت) للعينة الواحدة. والذي استخدمه الباحث لاختبار كل من:

- إدراك أفراد العينة للفوائد المتحققة من استخدام المواقع والتطبيقات الحكومية الإلكترونية وكذلك إدراكهم لسهولة استخدام هذه المواقع وفقاً لنموذج قبول استخدام التكنولوجيا .
- إدراك العناصر الخاصة بجودة الخدمة الإلكترونية المقدمة عبر الحكومة الإلكترونية.
- الثقة في المواقع الحكومية الإماراتية والتطبيقات الذكية التي تقدمها.

جدول رقم (2)

اختبار (ت) للعينة الواحدة (One Sample T test) للعبارات الخاصة بمقاييس

الدراسة

مستوى المعنوية	ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مقياس قبول استخدام التكنولوجيا	
.000	102.144	.755	4.45	300	1-الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية توفر الوقت للمتعامل.	عبارات إدراك الفائدة
.000	100.168	.733	4.24	300	2-الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية هي أساس الحكومة الذكية.	المتحقق من الاستخدام
.000	59.889	1.088	3.76	300	3-أميل إلى التعامل مع الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية بدلاً من التعامل المباشر في مقر الهيئة الحكومية.	
.000	103.487	.733	4.38	300	4-تساهم الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية في تطوير رفاهية الحياة.	
.000	52.111	1.009	3.04	300	5-يمكن للمتعاملين استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية بسهولة.	عبارات إدراك سهولة الاستخدام
.000	100.507	.747	4.34	300	6-توجد ضرورة لتطوير مهارات القائمين علي إدارة الخدمات الإلكترونية في الهيئات بصورة مستمرة.	
.000	52.407	1.095	3.31	300	7-يمكن تأمين البيانات الخاصة لمتعاملي الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية بصورة .	
.000	56.272	1.162	3.78	300	8-تصلح كل الهيئات والدوائر الحكومية لاستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية.	
مستوى المعنوية	ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مقياس جودة الخدمة الإلكترونية	
.000	72.438	.920	3.85	300	1-يتم تحميل الموقع بسرعة مناسبة.	الكفاءة
.000	68.554	.963	3.81	300	2-البحث داخل الموقع أو التطبيق سهل .	
.000	71.533	.948	3.92	300	3-أصل إلى الخدمة أو المعلومة المطلوبة بسرعة .	
.000	67.225	.988	3.83	300	4-الموقع أو التطبيق سهل الاستخدام .	
.000	94.872	.731	4.01	300	5-توجد على الموقع وبتاح من خلال التطبيق خدمات متعددة	الإنجاز
.000	95.102	.724	3.98	300	6-يوفر الموقع أو التطبيق خدمات مفيدة تتوافق مع احتياجاتي	
.000	63.229	.962	3.51	300	7-يقدم الموقع أو التطبيق معلومات دقيقة	
.000	72.282	.912	3.81	300	8-يوفر الموقع أو التطبيق معلومات وإجراءات مفهومة	
.000	84.260	.809	3.94	300	9-تصميم الموقع أو التطبيق واضح يمكنني من التعامل معه بسهولة	الدقة
.000	113.213	.640	4.18	300	10-يوفر الموقع أو التطبيق أدوات للتفاعل معه.	
.000	98.736	.723	4.12	300	11-يوفر الموقع أو التطبيق أدوات متعددة للاتصال بالمنظمة.	
.000	92.689	.767	4.10	300	12-يوفر الموقع روابط (وصلات) مفيدة ومتعددة	
.000	64.811	1.000	3.74	300	13-سياسات الخصوصية على الموقع واضحة	الخصوصية

.000	70.075	.967	3.91	300	14-أنتق في أن إدخال بياناتي على الموقع أو التطبيق سيكون أمن.	
.000	100.539	.699	4.06	300	15-أقوم بدفع الرسوم المطلوبة بصورة آمنة .	
.000	94.556	.731	3.99	300	16-شروط الاستخدام واضحة على الموقع أو التطبيق.	
.000	63.953	.933	3.44	300	17-يتاح من خلال الموقع أو التطبيق التواصل مع خدمة المتعاملين.	الاستجابة
.000	57.221	1.048	3.46	300	18-يتم الرد السريع على أي استفسارات أو أسئلة أوجهها للمسؤولين عن الموقع.	
.000	68.106	.939	3.69	300	19-يتم الرد على أي استفسار في وقت مناسب وسريع.	
.000	80.156	.817	3.78	300	20-يتم الاهتمام بأي استفسار ويكون الرد مفيد وبه الحل .	
.000	76.371	.825	3.64	300	21-هناك اهتمام بالتواصل مع المتعاملين عبر الموقع في حال وجود شكوى	التعويض
.000	66.101	.899	3.43	300	22-تهتم خدمة المتعاملين بمشكلاتهم	
.000	75.661	.839	3.67	300	23-يتم اتخاذ إجراءات تعويضية في حال وجود خطأ من المنظمة.	
.000	109.114	.658	4.15	300	24-يتم التعامل مع الشكاوى في وقت سريع	
.000	107.531	.681	4.23	300	25-هناك أدوات متعددة للتواصل مع الموقع	الاتصال
.000	110.028	.677	4.30	300	26-يتوفر بريد الكتروني خاص بالتعامل مع المتعاملين	
.000	110.028	.677	4.30	300	27-تتوفر بيانات الاتصال من خلال الهاتف أو الفاكس	
.000	107.081	.672	4.15	300	28-تتوفر وصلات بحسابات المنظمة على مواقع التواصل الاجتماعي	
مستوى المعنوية	ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مقياس الثقة في الوب	
.000	109.373	.711	4.49	300	1-توفر المواقع والتطبيقات الإلكترونية الحكومية الذكية خدمات جيدة ومفيدة .	
.000	102.346	.755	4.46	300	2-توفر الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية وقت المتعاملين .	
.000	97.194	.734	4.12	300	3-تقدم الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية بصورة دقيقة ومهنية.	
.000	78.064	.878	3.96	300	4-تقدم الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية بصورة سهلة للجميع.	
.000	77.757	.914	4.10	300	5-التعامل مع الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية آمن.	
.000	46.912	1.266	3.43	300	6-استخدم الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية بصورة مستمرة .	
.000	72.261	.909	3.79	300	7-أوصي الآخرين باستخدام الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية.	
.000	75.185	.948	4.12	300	8-تتوفر بالمواقع والتطبيقات الإلكترونية الحكومية أحدث تقنيات الاستخدام والتفاعل والتواصل.	

يتضح من نتائج الجدول رقم (2) ما يلي:

-ارتفاع المتوسطات الحسابية لعبارات مقاييس الدراسة الثلاثة لأكثر من المنتصف على مقياس ليكرت الخماسي ، حيث جاءت أيضاً مستويات المعنوية لجميع العبارات دالة عند مستوى 0.000 ، باستخدام اختبار (ت) للعينة الواحدة لقياس دلالة ارتفاع أو

انخفاض المتوسط الحسابي عند درجة معينة ، وقد حددها الباحث بدرجة منتصف المقياس وهي (2.5) . وفيما يلي تفسير الباحث للنتائج الخاصة بكل مقياس :

مقياس قبول التكنولوجيا:

-جاءت جميع عبارات المقياس دالة عند مستوى معنوية 0.000 بمعامل ثقة 95% . وأشارت نتائج المقياس إلى ارتفاع مستوى إدراك أفراد العينة للفوائد المتحققة من استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية من حيث أنها توفر وقت المتعامل وتساهم في تطوير رفاهية الحياة ، وأنها العامل الأساسي في تفعيل الحكومة الذكية، وكذلك في تفضيل أفراد العينة للتعامل عبر هذه الخدمات بدلاً من التعامل المباشر في المقار الخدمية الحكومية.

-أشارت النتائج إلى ارتفاع مستوى إدراك أفراد العينة لسهولة استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية ، إلا أنه يلاحظ انخفاض المتوسطات الحسابية للعبارات الخاصة بسهولة الاستخدام مقارنة بمتوسطات العبارات الخاصة بالفوائد المتحققة من الاستخدام ، مما يشير إلى ضرورة اهتمام المنظمات الحكومية بتسهيل الإجراءات الإلكترونية الخاصة بالخدمات التي تقدمها . وبصفة عامة أشارت النتائج إلى إدراك أفراد العينة لسهولة الاستخدام مع تأييدهم لضرورة التطوير المستمر لمهارات القائمين على إدارة هذه الخدمات الإلكترونية والحرص على التأمين المستمر لها.

مقياس جودة الخدمات الإلكترونية :

أشارت النتائج إلى دلالة العبارات الخاصة بالمقياس عند مستوى معنوية 0.000 ، حيث ارتفعت المتوسطات الحسابية لعبارات عناصر جودة الخدمات الحكومية

الإلكترونية والذكية وفقاً لمعايير الكفاءة والإنجاز والدقة والخصوصية و الاستجابة والتعويض والاتصال. ويوضح الباحث فيما يلي النتائج الخاصة بكل عنصر :

الكفاءة: أشارت النتائج إلى إيجابية تقييم أفراد العينة للمواقع الإلكترونية الحكومية وتطبيقاتها من حيث سهولة التعامل والبحث، والوصول السريع للمعلومات، كما أشارت إلى سهولة استخدامها.

الإنجاز: أشارت النتائج إلى إيجابية تقييم أفراد العينة لتعدد خدمات المواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها ، وللفوائد المتحققة من خلال تقديم معلومات مفيدة ودقيقة ، وإلى تقديمها للخدمات وفقاً لإجراءات وخطوات واضحة ومفهومة.

الدقة : أشارت النتائج إلى إيجابية تقييم أفراد العينة للمواقع الإلكترونية الحكومية وتطبيقاتها من حيث التصميم وتوفر أدوات التفاعل والاتصال ، ووجود الوصلات الارتباطية المفيدة.

الخصوصية: أشارت النتائج إلى إيجابية تقييم أفراد العينة للمواقع الإلكترونية الحكومية وتطبيقاتها من حيث وضوح سياسات الخصوصية وشروط الاستخدام والأمان المتوفر للبيانات الخاصة بالمتعامل.

الاستجابة: أشارت النتائج إلى إيجابية تقييم أفراد العينة للمواقع الإلكترونية الحكومية وتطبيقاتها من حيث الخدمات المقدمة للمتعاملين، والتواصل السريع مع مسؤولي تقديم الخدمة، والرد على استفساراتهم وأسئلتهم.

التعويض: أشارت النتائج إلى إيجابية تقييم أفراد العينة للمواقع الإلكترونية الحكومية وتطبيقاتها من حيث اهتمام مسؤولي تقديم الخدمات الحكومية بشكاوى المتعاملين المرسلة عبر المواقع الإلكترونية، والعمل على حلها في وقت ملائم، وتعويضهم بالصورة المرضية عن أي أخطاء قد تحدث.

الاتصال: أشارت النتائج إلى إيجابية تقييم أفراد العينة للمواقع الإلكترونية الحكومية وتطبيقاتها من حيث وجود أدوات الاتصال عبر الموقع الحكومي الإلكتروني أو التطبيق، وإلى تعدد وسائل الاتصال التفاعلية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

مقياس الثقة في الخدمات الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية:

أشارت النتائج إلى دلالة العبارات الخاصة بمقياس مقياس الثقة في الخدمات الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية عند مستوى معنوية 0.000 ، وتحددت عوامل تحقق هذه الثقة وفقاً لترتيب المتوسطات الحسابية لعبارات المقياس في كل من : الثقة في الفوائد المتحققة من الخدمات ، الثقة في أنها توفر الوقت ، الثقة في دقة وتطور الخدمات ، الثقة في معايير الأمان المتوفرة بهذه الخدمات ، الثقة في سهولة التعامل مع هذه الخدمات ، وأخيراً الاعتماد عليها وتشجيع الآخرين على استخدامها.

2-وجود فروق بين فئات التعليم والنوع والسن في تبني استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية ، وإدراكهم لجودة هذه الخدمات ، ومدى الثقة فيها :

استخدم الباحث كل من اختبار ت (T-test) للمقارنة بين متوسطي مجموعتين للمقارنة بين متوسطي الذكور والإناث ، ومتوسطي فئتي التعليم في العينة ، كما استخدم اختبار ف (F-test) لتحليل التباين أحادي الاتجاه One way ANOVA للتعرف على مدى وجود فروق بين المتوسطات الخاصة بفئات السن الثلاثة في العينة . وذلك فيما يتعلق بتبني استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية، وإدراكهم لجودة هذه الخدمات، ومدى الثقة فيها. ويوضح كل من الجدول رقم (3) والجدول رقم (4) نتائج هذه الاختبارات وفقاً للمتوسطات الحسابية لكل فئة على كل مقياس ، وكذلك قيمة (ت) أو (ف) ودلالاتها:

جدول رقم (3)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من مقاييس تبني التكنولوجيا ، وجودة الخدمة الإلكترونية ، والثقة في الموقع ، وفقاً لمتغيرات التعليم والنوع والسن

المقياس	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تبني التكنولوجيا	ذكر	150	32.25	3.533
	انثي	150	30.34	3.462
جودة الخدمة الإلكترونية	ذكر	150	105.16	14.643
	انثي	150	111.82	12.505
الثقة في الموقع	ذكر	150	31.76	4.107
	انثي	150	33.17	4.960
المقياس	التعليم	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تبني التكنولوجيا	أقل من جامعي	105	32.82	3.697
	جامعي أو فوق جامعي	195	30.47	3.306
جودة الخدمة الإلكترونية	أقل من جامعي	105	103.75	13.399
	جامعي أو فوق جامعي	195	111.04	13.675
الثقة في الموقع	أقل من جامعي	105	30.88	3.393
	جامعي أو فوق جامعي	195	33.32	4.934
المقياس	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تبني التكنولوجيا	من 18 الى أقل من 30	100	29.81	3.256
	من 30 الى 45	100	31.26	3.894
	من 45 فأكثر	100	32.81	3.044
جودة الخدمة الإلكترونية	من 18 الى أقل من 30	100	112.06	15.174
	من 30 الى 45	100	109.66	12.836
	من 45 فأكثر	100	103.75	12.637
الثقة في الموقع	من 18 الى أقل من 30	100	33.70	5.258
	من 30 الى 45	100	32.11	4.784
	من 45 فأكثر	100	31.59	3.309

جدول رقم (4)

إختباري (ت) و (ف) لقياس الفروق بين متوسطات فئات العينة من حيث النوع ، والتعليم ، والسن

العينة	المقياس	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
النوع	تبني التكنولوجيا	5.625	298	0.000
	جودة الخدمة الإلكترونية	4.434-	298	0.000
	الثقة في الموقع	5.053-	298	0.000
التعليم	تبني التكنولوجيا	4.721	298	0.000
	جودة الخدمة الإلكترونية	4.236-	298	0.000
	الثقة في الموقع	2.688-	298	0.000
العينة	المقياس	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى الدلالة
السن	تبني التكنولوجيا	19.276	298	0.000
	جودة الخدمة الإلكترونية	9.892	298	0.000
	الثقة في الموقع	5.896	298	0.003

تشير نتائج كل من الجدولين (3) و (4) إلى ما يلي:

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث :

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الذكور والإناث في إدراك فائدة وسهولة المواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية، وفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا. حيث جاءت قيمة (ت) 5.625 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 ، وذلك في صالح الذكور مقارنة بالإناث في عينة الدراسة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للذكور 32.25 ، وللإناث 30.43.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في إدراك جودة المواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية ، وفقاً لنموذج جودة الخدمات الإلكترونية ، حيث جاءت قيمة (ت) -4.434 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000، وذلك في صالح الإناث مقارنة بالذكور، حيث جاء المتوسط الحسابي للإناث 111.82 وللذكور 105.16.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى الثقة بالمواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية ، وفقاً لنموذج الثقة في الأنترنت ، حيث جاءت قيمة (ت) -5.053 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000، وذلك في صالح الإناث مقارنة بالذكور، حيث جاء المتوسط الحسابي للإناث 33.17 وللذكور 31.76.

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي التعليم (أقل من جامعي) ، و(جامعي أو أعلى من جامعي) :

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من فئة (أقل من جامعي) ، و (جامعي أو أعلى من جامعي) في إدراك فائدة وسهولة المواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية، وفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا. حيث جاءت قيمة (ت) 4.721 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 ، وذلك لصالح فئة (أقل من جامعي) مقارنة بفئة (جامعي أو أعلى من جامعي) في عينة الدراسة ، حيث جاء المتوسط الحسابي للفئة الأولى 32.82 ، والفئة الثانية 30.47.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (أقل من جامعي) ، و (جامعي أو أعلى من جامعي) في إدراك جودة المواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية، وفقاً لنموذج جودة الخدمات الإلكترونية ، حيث جاءت قيمة (ت) -4.434 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000، وذلك لصالح فئة (جامعي أو أعلى من جامعي) مقارنة بفئة (أقل من جامعي) في عينة الدراسة، حيث جاء المتوسط الحسابي للفئة الأولى 111.04 وللجنة الثانية 103.75.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (أقل من جامعي) ، و (جامعي أو أعلى من جامعي) في مدى الثقة بالمواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية ، وفقاً لنموذج الثقة في الأنترنت ، حيث جاءت قيمة (ت) -2.688 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000، وذلك لصالح فئة (جامعي أو أعلى من جامعي) مقارنة بفئة (أقل من جامعي) في عينة الدراسة، حيث جاء المتوسط الحسابي للفئة الأولى 33.32 وللجنة الثانية 30.88

مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن الثلاثة في العينة :

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من فئات السن الثلاث: (من 18 إلى أقل من 30) ، (من 30 إلى أقل من 45) ، و(أكبر من 45) ، في إدراك فائدة وسهولة المواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية، وفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا. حيث جاءت قيمت (ف) 19.276 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 ، وذلك لصالح فئة (أكبر من 45) مقارنة بفئتي (من 18 إلى أقل من 30) ، و (من 30 إلى أقل من 45)، حيث جاء المتوسط الحسابي لفئة (أكبر من 45) 32.81.

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن الثلاث: (من 18 إلى أقل من 30) ، (من 30 إلى أقل من 45) ، و(أكبر من 45) في إدراك جودة المواقع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية ، وفقاً لنموذج جودة الخدمات الإلكترونية ، حيث جاءت قيمة (ف) 9.892 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000، وذلك لصالح فئة (من 30 إلى أقل من 45) مقارنة بالفئتين الأخرتين ، حيث جاء المتوسط الحسابي للفئة 109.66.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات السن الثلاث: (من 18 إلى أقل من 30)، (من 30 إلى أقل من 45)، و(أكبر من 45) في مدى الثقة بالمواع الحكومية الإلكترونية وتطبيقاتها الذكية، وفقاً لنموذج الثقة في الأنترنت، حيث جاءت قيمة (ف) 5.896 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000، وذلك لصالح فئة (أكبر من 45) مقارنة مقارنة بالفئتين الأخرتين، حيث جاء المتوسط الحسابي للفئة 33.70.

4-الإرتباط بين عناصر نموذج إدراك جودة الخدمة الإلكترونية:

يوضح الجدول التالي معاملات الارتباط بين العناصر الخاصة بمقياس جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر المنظمات الحكومية الإماراتية .

جدول رقم (5)

معامل ارتباط بيرسون بين عناصر نموذج إدراك جودة الخدمة الإلكترونية

المعيار اختبار بيرسون	الكفاءة	الإنجاز	الدقة	الخصوصية	الاستجابة	التعويض	التواصل
معامل ارتباط بيرسون	1	.724**	.524**	.421**	.373**	.496**	.053
الدلالة		.000	.000	.000	.000	.000	.364
العدد	300	300	300	300	300	300	300
معامل ارتباط بيرسون	.724**	1	.648**	.541**	.558**	.683**	.242**
الدلالة	.000		.000	.000	.000	.000	.000
العدد	300	300	300	300	300	300	300
معامل ارتباط بيرسون	.524**	.648**	1	.666**	.561**	.522**	.554**
الدلالة	.000	.000		.000	.000	.000	.000
العدد	300	300	300	300	300	300	300
معامل ارتباط بيرسون	.421**	.541**	.666**	1	.549**	.478**	.518**
الدلالة	.000	.000	.000		.000	.000	.000
العدد	300	300	300	300	300	300	300
معامل ارتباط بيرسون	.373**	.558**	.561**	.549**	1	.792**	.456**
الدلالة	.000	.000	.000	.000		.000	.000
العدد	300	300	300	300	300	300	300
معامل ارتباط بيرسون	.496**	.683**	.522**	.478**	.792**	1	.309**
الدلالة	.000	.000	.000	.000	.000		.000
العدد	300	300	300	300	300	300	300

1	.309**	.456**	.518**	.554**	.242**	.053	معامل ارتباط بيرسون	التواصل
	.000	.000	.000	.000	.000	.364	الدلالة	
300	300	300	300	300	300	300	العدد	

يتضح من نتائج الجدول رقم (6) مايلي :

توجد علاقة ارتباط تتراوح بين المتوسطة والقوية والقوية جداً بين عناصر نموذج جودة الخدمات الإلكترونية ، حيث جاءت جميع العلاقات الارتباطية وفقاً لمعامل ارتباط بيرسون دالة عند مستوى معنوية 0.000 (فيما عدا عدم وجود علاقة ارتباط بين عنصري الكفاءة والاتصال).

ويمكن تقسيم العلاقات الارتباطية إلى ثلاثة فئات هي :

العلاقات الارتباطية القوية جداً والتي تعدت 750 ، وكانت وفقاً للنتائج بين عنصري الاستجابة والتعويض .

العلاقات الارتباطية القوية والتي تعدت 500 ، وكانت بين العناصر التالية : الكفاءة وكل من الانجاز والدقة ، الانجاز وكل من الدقة والخصوصية والاستجابة والتعويض ، الدقة وكل من الكفاءة والخصوصية والاستجابة والتعويض ، الاتصال وكل من الدقة والخصوصية.

العلاقات الارتباطية المتوسطة والتي تراوحت بين 205 الى أقل من 500 ، وكانت بين الكفاءة وكل من الخصوصية والاستجابة والتعويض ، الخصوصية والتعويض ، الاتصال وكل من الاستجابة والتعويض.

العلاقات الارتباطية الضعيفة والتي تقل عن 205 وكانت بين التواصل والانجاز.

5- التحليل العاملي لعناصر نموذج جودة الخدمة الإلكترونية:

استخدمت الباحث أسلوب التحليل العاملي Factor Analysis لتفسير معاملات الارتباط الموجبة التي لها دلالة إحصائية بين عبارات مقياس جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر المنظمات الحكومية الإماراتية ، وذلك وصولاً إلى العوامل المشتركة التي تصف العلاقة بين هذه المتغيرات وتفسيرها. وتم استخدام تحليل المكونات والتدوير بطريقة فاريماكس Varimax وهو تدوير متعامد للمحاور. وتوضح الجداول التالية نتائج التحليل العاملي. ويفسر الجدول التالي رقم (6) قيم التباين بين العبارات من خلال نسبة التباين التي تفسرها كل عبارة والتي يمكن تفسيرها بواسطة العوامل الأخرى وهي بمعنى آخر مربع الارتباطات المتعددة لهذه العبارة مع العبارات الأخرى.

جدول رقم (6) قيم شيوخ العبارات

العبارة	Initial	التشيع
1	1.000	.691
2	1.000	.831
3	1.000	.744
4	1.000	.813
5	1.000	.563
6	1.000	.446
7	1.000	.609
8	1.000	.752
9	1.000	.775
10	1.000	.745
11	1.000	.686
12	1.000	.651
13	1.000	.610
14	1.000	.619
15	1.000	.805
16	1.000	.737
17	1.000	.725
18	1.000	.711
19	1.000	.772
20	1.000	.660
21	1.000	.744
22	1.000	.798
23	1.000	.670

24	1.000	.791
25	1.000	.721
26	1.000	.761
27	1.000	.809
28	1.000	.775

وقد أظهرت نتائج التحليل وجود 6 عوامل تنتسب عبارات المقياس بها بنسبة 71% من التباين الكلي بين درجات المقياس، وتعد نسبة كبيرة من التباين المفسر بواسطة العوامل الستة. ويوضح الجدول التالي مصفوفة تشبع العبارات على عوامل المقياس بعد القيام بعملية التدوير/ الدوران العاظمي Rotation:

جدول رقم (7)

مصفوفة تدوير عبارات مقياس عناصر المصادقية على العوامل الستة

العوامل						المعيار
6	5	4	3	2	1	
					.745	1
					.906	2
					.812	3
					.885	4
					.639	5
			.303			6
					.692	7
					.697	8
					.781	9
			.372			10
		.689				11
	.628					12
			.631			13
	.564					14
.817						15
.155						16
		.492				17
				.733		18
				.751		19
				.654		20
				.793		21
				.751		22
					.649	23

				.811		24
		.759				25
			.834			26
			.822			27
			.821			28

من خلال الجداول السابقة يمكن تحديد ست معايير أشار إلى وجودها التحليل
العالمي وهي :

المعيار الأول : ويضم العبارات 1 ، 2 ، 3 ، 4 ، 5 ، 7 ، 8 ، 9 ، 23 ، ويمكن
تحديد ذلك المعيار بعوامل الشكل والتصميم الخاصة بالموقع الإلكتروني الحكومي.

المعيار الثاني : ويضم العبارات 18 ، 19 ، 20 ، 21 ، 24 ، ويمكن تحديد ذلك
المعيار بعوامل خدمات المتعاملين المقدمة عبر الموقع الإلكتروني.

المعيار الثالث : ويضم العبارات 6 ، 10 ، 13 ، 26 ، 27 ، 28 ، ويمكن تصنيف
ذلك المعيار بعوامل التفاعل الفوري مع الموقع الإلكتروني الحكومي .

المعيار الرابع : ويضم العبارات 11 ، 17 ، 25 ، ويمكن تصنيف ذلك المعيار
بعوامل الاتصال بالمنظمة الحكومية عبر الموقع ،

المعيار الخامس : ويضم العبارات 12 ، 14 ، ويمكن تصنيف ذلك المعيار بعوامل
الثقة والأمان في الموقع.

المعيار السادس : ويضم العبارات 15 ، 16 ، وهي عوامل مرتبطة باستخدامات
الموقع .

يتضح من النتائج السابقة أهمية عدد من المعايير التي تشكل إدراك وإقتناع المتعامل
بجودة الخدمة الإلكترونية الحكومية ، وهذه المعايير ترتبط بجودة تصميم الموقع
الحكومي الإلكتروني بالصورة التي تسهل على المتعامل البحث عن المعلومات
والخدمات والتعامل معها. وترتبط أيضاً بطبيعة الخدمات المقدمة عبر الموقع
الإلكتروني والمزايا التي تقدمها للمتعامل ، وبالخصائص التفاعلية للموقع وتمكين

المتعامل من الاتصال والتواصل مع المنظمة الحكومية ، إلى جانب توفر معايير الخصوصية والأمان لبيانات المتعامل ومدى رضاه عن استخدامه للموقع.

النتائج العامة ومناقشتها:

أشارت نتائج الدراسة إلى عدد من المؤشرات المهمة يمكن تلخيصها فيما يلي:

- يميل المواطنون الإماراتيون إلى التعامل مع الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية وتبني استخدامها ، حيث أكدت النتائج على إدراك أفراد العينة للفوائد المتحققة من التعامل مع الخدمات الإلكترونية ، وإلى تقييمهم الإيجابي لسهولة استخدامها من الناحية التقنية والإجرائية .
- يقيم المواطنون الإماراتيون جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية بصورة إيجابية من حيث توفر عناصر الكفاءة، الإنجاز، الدقة، الخصوصية، الاستجابة، التعويض، والتواصل. ويؤكد هذا على الكفاءة التي تعمل من خلالها هذه الخدمات وقدرتها على إجتذاب المتعاملين ودفعهم للاستخدام . كما أثبتت النتائج أن هناك ارتباط قوي بين عناصر تقييم جودة الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية الحكومية، حيث أكدت على الترابط والتأثير القوي لكل عنصر على العناصر الأخرى.
- وقد أشار كل من Halaris , Magoutas , Papadomichelaki , (Gregoris , 2007) (55) في دراسة عن المداخل المختلفة لتقييم جودة الخدمات الإلكترونية إلى أن التقييم يعتمد على مدى سهولة الحصول على الخدمة عبر الإنترنت ، والفوائد التي تقدمها ، ومدى الإشباع المتحقق منها . وهو ما يتفق مع النتائج التي توصلت إليها الدراسة .
- يثق المواطنون الإماراتيون في الخدمات الإلكترونية الحكومية من حيث دقتها وسرعتها وتوفر عناصر الأمان بها، وهو ما يدفعهم للاستمرار في استخدامها.

وهو ما يستوجب على الهيئات الحكومية المقدمة لهذه الخدمات التعرف المستمر على حاجات الجمهور وبناء أساليب ملائمة لتقديم الخدمة وإقناعه باستخدامها ، وهو ما أكد عليه كل من (Hazlett and Hill,2003). (56)

● أظهرت النتائج من خلال التحليل العاملي لعبارات مقياس جودة الخدمات الإلكترونية أن هناك عوامل مؤثرة على التقييم الإيجابي للخدمة الإلكترونية تتمثل في التصميم الجيد للموقع الإلكتروني الحكومي وللتطبيق الذكي مما يساهم في وضوح المعلومات ويسهل على المتعامل عملية الاستخدام والتعامل مع الخدمة ، وتقديم الخدمات وفق خطوات وإجراءات إلكترونية سهلة وواضحة ، ودعم الموقع للتفاعل مع المتعاملين وتوفير أدوات للاتصال بالمسؤولين عن تقديم الخدمة ، وتعدد الخدمات والاستخدامات التي يوفرها الموقع. وتتفق تلك النتائج مع ما توصلت إليها (Santos , 2003) في دراسة عن جودة الخدمة الإلكترونية والتي أكدت فيها على أهمية كل من تصميم وبناء الموقع الإلكتروني المقدم للخدمة ، وتوفير عوامل الأمان به ، ووضوح المعلومات والإجراءات الخاصة بالخدمات التي يقدمها ، إلى جانب ضرورة توفيره لأدوات تفاعلية عبر الموقع مع الجمهور المستخدم(57). كما توصلت دراسة كل من Yang, Jun, (2004) والتي استخدم فيها أيضا التحليل العاملي، إلى أن عوامل تقدير الجمهور للخدمة الإلكترونية تعتمد على كل من الثقة في الخدمة وتوفير معايير الأمان الموقع، وسرعة وسهولة التعامل مع الخدمة والحصول عليها وكفاءتها(58).

● أشارت النتائج إلى أن الذكور يقيمون بصورة إيجابية للفوائد المتحققة من استخدام الخدمات الحكومية والتطبيقات الذكية وسهولة استخدامها بصورة أكبر من الإناث ، في حين أن الإناث كن كان تقييمهن أكثر إيجابية من الذكور في تقييمهم لجودة الخدمات وأكثر ثقة بها. كما أشارت النتائج إلى أن فئة التعليم الأقل

من الجامعي قيمت فوائد وسهولة الاستخدام بصورة أكثر إيجابية من فئة التعليم الجامعي ، في حين أن فئة التعليم الجامعي كانت أكثر إيجابية في تقييم جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية وأكثر ثقة بها . وتوصلت النتائج إلى أن فئة السن (أكبر من 45 سنة) كانت أكثر إيجابية في تقييم فوائد وسهولة الإستخدام ، وكذلك في ثقتهم بالخدمات الإلكترونية ، كما أن فئة (من 30 إلى أقل من 45 سنة) كان تقييمها أكثر إيجابية لجودة الخدمات المقدمة. وبصفة عامة ارتفعت المتوسطات الحسابية لجميع المقاييس المتعلقة بتبني استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية ، وقياس جودتها ، والثقة فيها لدى عينة الدراسة ، ويتفق ذلك مع ما توصل إليه (Lee , Kim and Ahn, 2011) (59) حيث أكدوا على العلاقة الارتباطية بين كل من جودة الخدمات الإلكترونية والثقة في استخدامها كعاملين مؤثرين على تبني الجمهور لهذه الخدمات.

حدود الدراسة وتوصياتها وما تثيره من دراسات مستقبلية:

تثير الدراسة عدداً من مجالات البحث المستقبلية ، فقد أقتصرت الدراسة على مواطني دولة الإمارات ، وهو ما يمثل دافعاً للدراسات المستقبلية للتعرف على تبني فئات المقيمين في الدولة من الجنسيات الأخرى لإستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية ، كما أن الدراسة لم تتطرق لفئات المهن المختلفة والتي تعد متغيراً يمكن للدراسات المستقبلية أن تتناوله . إلى جانب ذلك يمكن تطبيق المقاييس التي استخدمتها الدراسة في رصد تقييم المتعاملين لخدمات حكومية إلكترونية معينة. وتوصي الدراسة بضرورة الاهتمام المستمر بتطوير المنصات الإلكترونية للهيئات الحكومية بحيث تساهم في تقديم كل من المعلومات والخدمات اللازمة للمتعاملين بصورة مناسبة من حيث التصميم والمضمون والإجراءات ، معتمده في ذلك في ذلك على الأدوات التفاعلية التي توفرها الإنترنت ، وعلى الحلول التقنية المتعددة التي توفرها التطبيقات الذكية.

قائمة المراجع:

1-الحكومة الإلكترونية لدولة الإمارات ، الموقع الإلكتروني للحكومة الإلكترونية لدولة الإمارات العربية

<http://www.government.ae/web/guest/un-e-government-survey>

2-Almarabeh, Tamara and Abu Ali, Amer (2010) A General Framework for E-Government: Definition Maturity Challenges, Opportunities, and Success, European Journal of Scientific Research, Vol.39 No.1 , pp.29-42

3- Farshid, A. and Ghyasi, Kushchu Ibrahim (2004) M-Government: Cases of Developing Countries, Mobile Government Lab (mGovLab)

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan040050.pdf>

4-J. Ramo´ n Gil-García, Theresa A. Pardo(2005) E-government success factors: Mapping practical tools to theoretical foundations, Government Information Quarterly 22 ,187 – 216

5-The Benefits of E-Government, The Official Website of the Commonwealth of Massachusetts, <http://www.mass.gov/anf/research-and-tech/it-planning-and-collab/strat-planning/prev-plans/e-gov-strat-plan/section-2-the-benefits-of-e-government.html>

6-BENEFITS OF E-GOVERNMENT INITIATIVES, ANNUAL REPORT TO CONGRESS, OFFICE OF MANAGEMENT AND BUDGET, White House ,USA, JANUARY 8, 2014 http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/assets/egov_docs/fy14_omb_report_to_congress_on_the_benefits_of_e-government_initiatives.pdf

7- عائشة البوسميط ، الاتصال الحكومي المؤسسي (الإمارات العربية المتحدة ،كتاب ، 2016) ص ص 96-97

8- Government Communications(2008), Report with Evidence, Published by the Authority of the House of Lords,United Kingdom

9- Esiock, S., and Leichly. G., (2000), Organization of Corporate Web Pages: Publics and Functions, Public Relations Review, 26 (3), pp. 327-344.

- 10- Vesnic-Alujevic, Lucia (2012), Political participation and web 2,0 in Europe: A case study of Facebook ,Public Relations Review, 38, pp.466- 470.
- 11-Hwang J., Altman J., and Kim K., (2009), The structural evolution of the web 2.0 service network, Online Information Review, 33 (6), pp. 1040-1057.
- 12- Larcher ,David F., Larcker ,Sarch M. and Tayan ,Brian (2012), What do Corporate Directors and senior Managers Know about Social Media? Retrived January 20, 2014 from www.conferenceboard.org
- 13-Tredinnick. L., (2006), Web 2.0 and business: A pointer to the internet of the future, Business Information Review, 23 (4), pp. 228-234.
- And , Esternyol ,Elisanda (2012), Marketing, Public Relations and How Web 2.0 is changing their relationship: A qualitative assessment of PR consultancies operating in Spain, Public Relations Review, 38, pp. 831-837.
- 14- Mergel, Ines (2013), Social media adoption and resulting tactics in the U.S. Federal Government, Government Information Quarterly, 30, pp. 123-130.
- 15- Curtis ,Lindley, Edwards ,Carrie, Fraser ,Kristen L., Gudelsky ,Sherry, Holmauist ,Jenny, Thornton ,Kristin and Sweetser,,Kaye D. (2010), Adoption of social media for Public Relations by nonprofit organizations, Public Relations Review (36), pp. 90-92.
- 16-Waters. R. D., (2009), The Use of Social Media by Nonprofit Organizations: An Examination From the diffusion of innovations perspective, in: Dumova T. and Fiordo. R. (Eds) Handbook of research on social interaction technologies and collaboration software: concepts and Trends.USA: IGI publishing Hershey.
- 17- ويليامسون ،أندى (2013) البرلمانات ووسائل التواصل الاجتماعي، الاتحاد البرلماني الدولي، جينيف، ترجمة المجلس الوطني الاتحادي لدولة الإمارات.
- 18-<http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/Complete-Survey-Arabic-2014.pdf> تقرير الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية
- 19-Kumar, V., Mukerji, B., Irfan, B. and Ajax, P. (2007) Factors for Successful e-Government Adoption: A Conceptual Framework, The Electronic Journal of e-Government, 5, 1,63-77

- 20-Smith, M. L. (2011). Limitations to building institutional trustworthiness through e-government: A comparative study of two e-services in Chile. *Journal of Information Technology*, 26(1), 78-93. doi:<http://dx.doi.org/10.1057/jit.2010.17>
- 21- McAllister-Spooner, Sheila M. (2009), Fulfilling the dialogic promise: A ten-year reflective survey on dialogic Internet principles, *Public Relations Review* 35 ,pp.320–322
- Based on: Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building a dialogic relationship through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24, 321–340
- 22- Mc Allister-Spooner, S. M., & Kent, M. L. (2009). Dialogic Public Relations and Resource Dependency: New Jersey Community Colleges as Models for Web Site Effectiveness. *Atlantic Journal Of Communication*, 17(4), 220-239. doi:10.1080/15456870903210113
- 23-هيئة تنظيم الاتصالات، دولة الإمارات العربية المتحدة، الحكومة الإلكترونية
http://www.egov.government.ae/c/document_library/get_file?uuid=d06d7517-3d4c-4e2f-age5-9ac0279e55af&groupId=10136
- 24- بوابة الحكومة الذكية لدولة الإمارات العربية المتحدة، الدليل الإرشادي للحكومة الذكية
<http://www.egov.government.ae/web/guest/83>
- 25-الموقع الرسمي لدولة الامارات العربية المتحدة
<http://www.government.ae/web/guest/about-mgovernment>
- 26-هيئة تنظيم الاتصالات الإماراتية، خارطة الطريق، الحكومة الذكية
http://government.ae/documents/10138/84716/mgovroadmap_Arabic+-onwebsite.pdf/958e774f-823e-4b47-a112-d5f5243766b3
- 27-موقع الحكومة الذكية لدولة الإمارات
<http://www.government.ae/web/guest/services>
- 28- بوابة الحكومة الذكية لدولة الإمارات العربية المتحدة، الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي. 83.
<http://www.egov.government.ae/web/guest/83>
- 29- بوابة الحكومة الذكية لدولة الإمارات العربية المتحدة، الدليل الإرشادي لمواصفات المحتوى الإلكتروني 83.
<http://www.egov.government.ae/web/gust/83>
- 30-بوابة الحكومة الذكية لدولة الإمارات العربية المتحدة، الدليل الإرشادي للمشاركة الإلكترونية 83.
<http://www.egov.government.ae/web/guest/83>
- 31-بوابة الحكومة الذكية لدولة الإمارات العربية المتحدة، الدليل لمواصفات البيانات المفتوحة
<http://www.egov.government.ae/web/guest/83>

- 32- Al-Khouri, Ali M. (2012) eGovernment Strategies The Case of the United Arab Emirates (UAE), European Journal of ePractice, No. 17, pp.126-150
- 33- Smith, Brian G. (2010), Socially distributing public relations: Twitter, Haiti, and Interactivity in Social Media, Public Relations Review, 36, PP.329-335.
- 34- Bertot, John C., Jaeger, Paul T., and Grimes, Justin M. (2010), Using ICT to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies, Government Information quarterly pp. 264-271.
- 35- Bonson, Enrique, Torres, Lourdes, Royo, Sonia and Flores, Francisco (2012), Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in Municipalities, Government Information Quarterly, 29, pp. 123-132.
- 36- Sharma, Gajendra, Bao, Xi and Qian, Wang (2012) Empirical Investigation on Adoption of E-governance Services in Developing Countries and Ethical Issues, International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering, Volume 2, Issue 12, pp.19-27
- 37- Agoston, Deborah (2013), Using social media to engage citizens: A study of Italian Municipalities, Public Relations Review, 39, pp. 232-234.
- 38- بشير، أمل عنبر (2013) استخدام العلاقات العامة للانترنت كأداة للتواصل مع الجمهور، الإمارات: وزارة الثقافة والشباب وتنمية المجتمع
- 39- Mergel, Ines (2013), Social media adoption and resulting tactics in the U.S. Federal Government, Government Information Quarterly, 30, pp. 123-130.
- 40- Henrique, Gustavo and Welch, Eric W. (2013), Social media use in local government: Linkage of technology, task, and Organizational context, Government Information Quarterly, 30, pp. 397-405.
- 41- Abdelsalam, Hisham M., Reddick, Christopher G., Gamal, Sara and Al Shaar, Abdulrahman (2013), Social media in Egyptian government websites: Presence, usage, and effectiveness, Government Information Quarterly, 30, pp. 406-416.
- 42- رضوان، أحمد فاروق (2013) معايير وأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصالات المؤسسية الحكومية: دولة الإمارات العربية نموذجاً نحو التحول إلى الحكومة الذكية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد الثالث، كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية. ص ص 192-209

43- حامد ، توحيدده و مصطفى، رشا (2007) إستراتيجية التسويق الاجتماعي للبوابات الإلكترونية الحكومية المصرية ، القاهرة ، مجلس الوزراء ، تقارير مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار .

- 44-Orgeron, C. P. (2008). Evaluating citizen adoption and satisfaction of e-government in mississippi. (Order No. 3296735, Mississippi State University). ProQuest Dissertations and Theses, , 184. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/304515764?accountid=42604>.
- 45-Allahawiah ,Sattam Rakan (2008) Factors Affecting the Use of E-Services from User Perspectives: A Case Study of Al-Balqa' Applied University,Journal of Management Research, Vol. 5, No. 2,pp.45-64
- 46-Zakaria, Z., Ngah, K., Hussin, Z. H., Noordin, N., Sawal, M. Z. H. M., & Zakaria, Z. (2011). Customer satisfaction towards e-services provided by municipal services: A case study in majlis perbandaran sungai petani (MPSPK). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(12), 31-43. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/876010706?accountid=42604>
- 47- Hong,Hyehun (2013), Government Websites and Social Media's Influence on Government Public Relationships, *Public Relations Review*, 39, pp. 346-356.
- 48-Shih-wu, L., & Hsi-peng, L. (2013). Adoption of e-government services: An empirical study of the online tax filing system in taiwan. *Online Information Review*, 37(3), 424-442. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/OIR-01-2012-0004>
- 49-(includes)
- Mostafa, M. M. (2013). CITIZENS AS CONSUMERS: PROFILING E-GOVERNMENT SERVICES' USERS IN EGYPT VIA DATA MINING TECHNIQUES. Paper presented at the 583-591. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1542129299?accountid=42604>
- Chalhoub, Michel Soto(2010) Public Attitudes towards Government Restructuring of IT Public Services: Application to e-Government in the Middle East. *International Journal of Management* 27.3 541-561,580.
<http://search.proquest.com/docview/763161359?accountid=42604>
- Al-Jaghoub, S., Al-Yaseen, H., & Al-Hourani, M. (2010). Evaluation of awareness and acceptability of using e-government services in

developing countries: The case of Jordan. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 13(1), 1-8. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/856422884?accountid=42604>

-Alateyah, S. A., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2014). Identified factors affecting the intention of Saudi Arabian citizens to adopt e-government services. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(4), 280-286. doi:<http://dx.doi.org/10.7763/IJIMT.2014.V5.527>

50-Park, S. Y. (2009). An Analysis of the Technology Acceptance Model in Understanding University Students' Behavioral Intention to Use e-Learning. *Educational Technology & Society*, 12 (3), 150–162.

51-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

52-Segovia, R. H., Jennex, M. E., & Beatty, J. (2009). Paralingual web design and trust in E-government. *International Journal of Electronic Government Research*, 5(1), 36-49. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/222753346?accountid=42604>

53- ذو الفقار ، شيماء (2009) مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة ، دار المصرية اللبنانية، ص 89.

54- المرجع السابق نفسه، ص 109.

55- Halaris ,Christos , Magoutas ,Babis , Papadomichelaki ,Xenia , Mentzas, Gregoris , (2007) Classification and synthesis of quality approaches in e-government services, *Internet Research*, Vol. 17 Iss: 4, pp.378 – 401

56-Hazlett ,Shirley Ann , Hill ,Frances , (2003) "E-government: the realities of using IT to transform the public sector", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 13 Iss: 6, pp.445 – 452

57-Santos ,Jessica (2003) E-service quality: a model of virtual service quality dimensions, *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 13 Iss: 3, pp.233 – 246

58- Yang ,Zhilin , Jun, Minjoon , Peterson ,Robin T. , (2004) Measuring customer perceived online service quality: Scale development and

managerial implications, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 24 Iss: 11, pp.1149 – 1174

59-Lee ,Jooho , Kim ,Hyun Joon , Ahn, Michael J. ,(2011) The willingness of e-Government service adoption by business users: The role of offline service quality and trust in technology, *Government Information Quarterly* 28 , 222–230