

إدراك الجمهور الإماراتي لجودة الاتصال الحكومي عبر الإنترنت

د. أحمد فاروق رضوان

جامعة الشارقة

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إدراك وتقييم مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة للخدمات المقدمة عبر كل من المواقع الإلكترونية للمنظمات الحكومية وتطبيقاتها المتاحة عبر شبكة الانترنت كوسائل يتم من خلالها تقديم خدمات حكومية متنوعة للجمهور، إلى جانب تقديم المعلومات والإرشادات والتوعية اللازمة في مجالات مختلفة. وذلك من خلال التعرف على تقييم الجمهور الإماراتي للفوائد المتحققة من استخدام هذه الخدمات وسهولة التعامل معها، كما تهدف إلى التعرف على تقييم الجمهور لعناصر جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر البهئات الحكومية المختلفة ومدى ثقتهم بالاستخدام الإلكتروني لهذه الخدمات، وذلك وفقاً لكل من نموذج قبول التكنولوجيا، ونموذج جودة الخدمات الإلكترونية، وكذلك نموذج الثقة في الموقع الإلكتروني. ويتحدد مجتمع الدراسة في مواطني دولة الامارات العربية المتحدة، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة من مستخدمي الخدمات الحكومية الإلكترونية والذكية من المواطنين بلغت 300 مفردة، عبر تطبيق استبانة تم من خلال أسئلتها الإجابة عن تساؤلات الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن المواطنين في دولة الإمارات العربية المتحدة يقيمون الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية للمنظمات الحكومية بصورة إيجابية وذلك من حيث الفوائد المتحققة من استخدامها وسهولة التعامل معها، وجودتها والثقة فيها. وأشارت الدراسة إلى أن كل من تصميم الموقع الإلكتروني الحكومي وأسلوب بناء المعلومات بداخله وكذلك أدوات التفاعل المتاحة من خلاله، تعد من العوامل الدافعة للجمهور للتعامل مع الخدمات التي يقدمها.

الكلمات المفتاحية : الاتصال الحكومي، الحكومة الإلكترونية

Emirati citizen's perception of the quality of government communication over the Internet

DR. Ahmed Farouk Radwan

University of Sharjah, UAE

Abstract :

This study aims to monitor the Emirati citizen's perception of the government communication conducted by the internet via websites and applications. The study explores the citizen's evaluation of the quality of online services and the obtained benefits by using these services and information. The study conducted a survey on 300 Emirati citizens. The questionnaire depended on three models : Technology Acceptance Model (TAM) ;E-Service Quality Model (e-servqual model ; and Web Trust Model (WTM). The study concluded that the website information design, layout, and interaction effect on the user evaluation of the website and application. The study assured that the positive attitudes and trust towards the Emirati government websites and applications.

Keywords : Government Communication - Online Government

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 العالم¹.

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 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 الى منظمات المجتمع المدني (G2SC) وخدمات من المواطن الى 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 اللوحية³. 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 المسؤولة عن تقديم الخدمات الإلكترونية، والمقومات التشريعية التي تحدد الجوانب القانونية والاجرائية لتقديم الخدمات، والمقومات المجتمعية المرتبطة بتبني المجتمع للتطبيقات التكنولوجية الحديثة⁴.

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 والاتصال⁵.

- وتتمتاز 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 وبين 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 المتعاملين⁶.

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 وتطور 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 الاستراتيجية⁷.

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 المدني⁸.

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 الاتصالية⁹. 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 ومرنة¹⁰. 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 المحتوى¹¹. 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 ونشره¹². 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 والتليفزيون الذكي ووحدات الألعاب الرقمية¹³.

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 الطارئة¹⁴. وهى 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 الذكي¹⁵. وهو ما مكن المنظمات أيضاً من أداء العديد من الوظائف وتقديم العديد من الخدمات عبر هذه الوسائل مثل خدمات تلقى شكاوى واستفسارات العملاء والتعريف بالسياسات والبرامج والخدمات والتوعية وكسب المؤيدين¹⁶. 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

المغلوبة عنها أو إساءة استخدامها وحجب معلومات عن الجمهور مما قد يؤدي إلى تدهور سمعة وصورة المنظمة¹⁷.

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 ومنتكافئة.
- دعم مشاركة المواطنين في عمليات صنع القرار والمشاركة الهادفة في 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 الحكومة¹⁸.

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 رضا 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 وتوفير الأمان والخصوصية في الاستخدام، كما تتأثر أيضاً بالتطور التقني الموجود في المجتمع¹⁹. 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 استخدامها²⁰.

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 وآراءه والإجابة عن استفساراته.

تقديم المعلومات المفيدة Usefulness of information : حيث ينبغي على المنظمات أن توفر معلومات قيمة 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 الموقع²¹.

كما أوضح كل من شيبلا وكنت (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 وتعليقه²².

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 تبني 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 الإلكترونية²³.

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 سلسلة وتفاعلية وذكية تعمل في أي وقت وفي أي مكان، عبر العديد من الأجهزة. وتشكل الحكومة الذكية امتداداً للحكومة الإلكترونية²⁴.

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 والتنافسية²⁵. 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 العامة²⁶. 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 باقة²⁷.

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 ومتشعباً معتمداً على الروابط الإلكترونية ، إلى جانب الإيجاز والصحة والدقة وأن يكون أصيلاً معد ومصنوع داخل المؤسسة معبراً عن خدماتها ومنتجاتها ورسائلها.²⁹

الدليل الإرشادي للمشاركة الإلكترونية للجهات الحكومية فى دولة الإمارات العربية المتحدة (إصدار يناير 2011) :

يحدد الدليل أهم أدوات المشاركة الإلكترونية الموصى باستخدامها للجهات الحكومية وهى : منتديات النقاش، المدونات، الدردشة، استقصاء رضا المتعاملين، استطلاعات الرأي، نماذج التعليق، ومواقع التواصل الاجتماعي. كما حددت الوثيقة مجموعة من النقاط الواجب أخذها فى الاعتبار عند تطبيق سياسة المشاركة الإلكترونية من أهمها :
- وضع رابط لبوابة حكومتى 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 الإرشادى لمواصفات البيانات المفتوحة للجهات الحكومية فى 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 تغطى البيانات خدمات وأنشطة الجهة الحكومية.
 - أن يتمكن الزائر من الوصول إلى البيانات دون أي عوائق.
 - أن يتاح للزائر إمكانية إبداء الرأي فى 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.

5- يمكن للمتعاملين استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية بسهولة.	300	3.04	1.009	52.111	.000
6- توجد ضرورة لتطوير مهارات القائمين على إدارة الخدمات الإلكترونية في الهيئات بصورة مستمرة.	300	4.34	.747	100.507	.000
7- يمكن تأمين البيانات الخاصة بخدمات التعامل مع الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية بصورة.	300	3.31	1.095	52.407	.000
8- تصلح كل الهيئات والدوائر الحكومية لاستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية والتطبيقات الذكية.	300	3.78	1.162	56.272	.000
مقياس جودة الخدمة الإلكترونية					
العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت	مستوى المعنوية	
1- يتم تحميل الموقع بسرعة مناسبة.	300	3.85	.920	72.438	.000
2- البحث داخل الموقع أو التطبيق سهل.	300	3.81	.963	68.554	.000
3- أصل إلى الخدمة أو المعلومة المطلوبة بسرعة .	300	3.92	.948	71.533	.000
4- الموقع أو التطبيق سهل الاستخدام.	300	3.83	.988	67.225	.000
5- توجد على الموقع ويتاح من خلال التطبيق خدمات متعددة	300	4.01	.731	94.872	.000
6- يوفر الموقع أو التطبيق خدمات مفيدة تتوافق مع احتياجاتي	300	3.98	.724	95.102	.000

عبارات إدراك سهولة الاستخدام

الكفاءة

الإنجاز

7-	يقدم الموقع أو التطبيق معلومات دقيقة	300	3.51	.962	63.229	.000
8-	يوفر الموقع أو التطبيق معلومات وإجراءات مفهومة	300	3.81	.912	72.282	.000
9-	تصميم الموقع أو التطبيق واضح يمكنني من التعامل معه بسهولة	300	3.94	.809	84.260	.000
10-	يوفر الموقع أو التطبيق أدوات للتفاعل معه.	300	4.18	.640	113.213	.000
11-	يوفر الموقع أو التطبيق أدوات متعددة للاتصال بالمنظمة.	300	4.12	.723	98.736	.000
12-	يوفر الموقع روابط (وصلات) مفيدة ومتعددة	300	4.10	.767	92.689	.000
13-	سياسات الخصوصية على الموقع واضحة	300	3.74	1.000	64.811	.000
14-	أثق في أن إدخال بياناتي على الموقع أو التطبيق سيكون آمن.	300	3.91	.967	70.075	.000
15-	أقوم بدفع الرسوم المطلوبة بصورة آمنة .	300	4.06	.699	100.539	.000
16-	شروط الاستخدام واضحة على الموقع أو التطبيق.	300	3.99	.731	94.556	.000
17-	يتاح من خلال الموقع أو التطبيق التواصل مع خدمة العملاء.	300	3.44	.933	63.953	.000
18-	يتم الرد السريع على أي استفسارات أو أسئلة أوجهها للمسؤولين عن الموقع.	300	3.46	1.048	57.221	.000
19-	يتم الرد على أي استفسار في وقت مناسب وسريع.	300	3.69	.939	68.106	.000
20-	يتم الاهتمام بأي استفسار ويكون الرد مفيد وبه الحل .	300	3.78	.817	80.156	.000

الدقة

الخصوصية

الاستجابة

التعويض	21- هناك اهتمام بالتواصل مع المتعاملين عبر الموقع في حال وجود شكوى	300	3.64	.825	76.371	.000
	22- تهتم خدمة المتعاملين بمشكلاتهم	300	3.43	.899	66.101	.000
	23- يتم اتخاذ إجراءات تعويضية في حال وجود خطأ من المنظمة.	300	3.67	.839	75.661	.000
	24- يتم التعامل مع الشكاوى في وقت سريع	300	4.15	.658	109.114	.000
الاتصال	25- هناك أدوات متعددة للتواصل مع الموقع	300	4.23	.681	107.531	.000
	26- يتوفر بريد الكرتوني خاص بالتعامل مع المتعاملين	300	4.30	.677	110.028	.000
	27- تتوفر بيانات الاتصال من خلال الهاتف أو الفاكس	300	4.30	.677	110.028	.000
	28- تتوفر وصلات بحسابات المنظمة على مواقع التواصل الاجتماعي	300	4.15	.672	107.081	.000
نموذج الثقة في الوب		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ت	مستوى المعنوية
1- توفر المواقع والتطبيقات الإلكترونية الحكومية الذكية خدمات جيدة ومفيدة .		300	4.49	.711	109.373	.000
2- توفر الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية وقت المتعاملين .		300	4.46	.755	102.346	.000
3- تقدم الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية بصورة دقيقة ومهنية.		300	4.12	.734	97.194	.000
4- تقدم الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية بصورة سهلة للجميع.		300	3.96	.878	78.064	.000
5- التعامل مع الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية آمن.		300	4.10	.914	77.757	.000

6-	استخدم الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية بصورة مستمرة .	300	3.43	1.266	46.912	.000
7-	أوصى الآخرين باستخدام الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الذكية.	300	3.79	.909	72.261	.000
8-	تتوفر بالمواقع والتطبيقات الإلكترونية الحكومية أحدث تقنيات الاستخدام والتفاعل والتواصل.	300	4.12	.948	75.185	.000

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) للعينات 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 التعامل 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 والاستجابة 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 وتوفير 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 المرسله 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 اقل من 30	100	29.81	3.256
	من 30 الى 45	100	31.26	3.894

3.044	32.81	100	من 45 فأكثر	جودة الخدمة الإلكترونية
15.174	112.06	100	من 18 الى اقل من 30	
12.836	109.66	100	من 30 الى 45	
12.637	103.75	100	من 45 فأكثر	
5.258	33.70	100	من 18 الى اقل من 30	الثقة في الموقع
4.784	32.11	100	من 30 الى 45	
3.309	31.59	100	من 45 فأكثر	

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

0.000	298	9.892	جودة الخدمة الإلكترونية
0.003	298	5.896	الثقة فى الموقع

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

قيمت (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، ولل فئة 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 ولل فئة 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 ولل فئة 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 الأخريتين، 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 بالمواقع 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 بالفئتين الأخريتين، حيث جاء المتوسط الحسابي للفئة 33.70.

4- الارتباط 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

300	300	300	300	300	300	300	العدد	
.554**	.522**	.561**	.666**	1	.648**	.524**	معامل ارتباط بيرسون	الدقة
.000	.000	.000	.000		.000	.000	الدلالة	
300	300	300	300	300	300	300	العدد	
.518**	.478**	.549**	1	.666**	.541**	.421**	معامل ارتباط بيرسون	الخصوصية
.000	.000	.000		.000	.000	.000	الدلالة	
300	300	300	300	300	300	300	العدد	
.456**	.792**	1	.549**	.561**	.558**	.373**	معامل ارتباط بيرسون	الاستجابة
.000	.000		.000	.000	.000	.000	الدلالة	
300	300	300	300	300	300	300	العدد	
.309**	1	.792**	.478**	.522**	.683**	.496**	معامل ارتباط بيرسون	التوضيح
.000		.000	.000	.000	.000	.000	الدلالة	
300	300	300	300	300	300	300	العدد	
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 الامارتية، 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

التشيع	Initial	العبارة
.691	1.000	1
.831	1.000	2
.744	1.000	3
.813	1.000	4
.563	1.000	5
.446	1.000	6
.609	1.000	7
.752	1.000	8
.775	1.000	9
.745	1.000	10
.686	1.000	11
.651	1.000	12
.610	1.000	13
.619	1.000	14
.805	1.000	15
.737	1.000	16
.725	1.000	17
.711	1.000	18
.772	1.000	19
.660	1.000	20
.744	1.000	21
.798	1.000	22
.670	1.000	23
.791	1.000	24
.721	1.000	25
.761	1.000	26
.809	1.000	27
.775	1.000	28

وقد أظهرت نتائج التحليل وجود 6 عوامل تشبع 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 العائلي Rotation :

جدول رقم (7)

مصفوفة تدوير عبارات مقياس عناصر المصادقية على العوامل الستة

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

				.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 العاملي 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 اجتذاب 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 Gregoris, Halaris, Magoutas, Papadomichelaki, (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.

• يتفق 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, Peterson, 2004) والتي استخدم فيها أيضا التحليل العاملي، إلى أن عوامل تقدير الجمهور للخدمة الإلكترونية تعتمد على كل من الثقة في الخدمة وتوفر معايير الأمن 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.

الهوامش

1- الحكومة الإلكترونية لدولة الإمارات، الموقع الإلكتروني للحكومة الإلكترونية لدولة الامارات 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-Garci'a, 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 البوسميّط، الاتصال الحكومي المؤسسي (الامارات 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, Holmaust, 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 ، أندي (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-ae5-9ac0279e55af&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

<http://www.egov.government.ae/web/guest/83>.

29- بوابة الحكومة الذكية لدولة الإمارات العربية المتحدة، الدليل الإرشادي لمواصفات المحتوى الإلكتروني

<http://www.egov.government.ae/web/gust/83>.

30- بوابة الحكومة الذكية لدولة الإمارات العربية المتحدة، الدليل الإرشادي للمشاركة الإلكترونية

<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, Enriqne, 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- Agostion, 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، الامارت : 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، توحيد ومصطفى، 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، الدار 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