



**تقرير ملخص  
لبحث مؤشرات الرضا عن برنامج الحكومة  
الإلكترونية لمملكة البحرين**

**يونيو 2009**

هيئة الحكومة الإلكترونية  
مملكة البحرين

## فهرس المحتويات

3	..... المقدمة	1.0
8	..... "الوعي" و"الاستخدام لخدمات الحكومة الإلكترونية	2.0
10	..... "الوعي" و"الاستخدام" لمختلف قنوات الخدمات الإلكترونية	3.0
11	..... "الوعي" بعنوان البوابة ورقم الاتصال المجاني	4.0
12	..... "وعي" و"استخدام" الوزارات للخدمات	5.0
16	..... مستويات الرضا	6.0
20	..... التوصية للآخرين	7.0
21	..... مؤشر التحول الحكومي	8.0
25	..... الآراء ذات الصلة: رأي الناس في مبادرات الحكومة الإلكترونية	9.0
27	..... القنوات المتاحة للمستخدمين	10.0
29	..... فائدة قنوات الاتصال المتاحة ومدى الرضا عنها	11.0
30	..... النتائج والتوصيات	12.0

## تمهيد

ضمن متطلبات تنفيذ إستراتيجية الحكومة الإلكترونية لمملكة البحرين، عينت هيئة الحكومة الإلكترونية شركة نيلسن العالمية الرائدة في مجال البحوث، لإجراء بحث مستقل لمؤشرات الرضا عن برنامج الحكومة الإلكترونية لمملكة البحرين. وقد أجرت شركة نيلسن بحثاً شاملاً خلال الفترة من أبريل إلى مايو 2009، لقياس رضا العملاء ومؤشرات التحول إلى الحكومة الإلكترونية، وأثر الحكومة الإلكترونية على الجمهور. شمل البحث كذلك تقييم وعي الجمهور بالخدمات الحكومية، وتقييم أكثر الخدمات المستخدمة من قبلهم، وتقييمهم للخدمات المقدمة، والعقبات والإشكالات المانعة لهم من استخدام هذه الخدمات، ومدى رضاهم العام بخدمات الحكومة الإلكترونية.

يعتبر هذا التقرير خلاصة البحث الذي أجرته شركة نيلسن، وقد أعدت مسودته هيئة الحكومة الإلكترونية بغرض عرض نتائجه ومحصلاته بأسلوب ولغة مبسطين حتى يتمكن الجمهور من معرفة تفاصيله.

## 1.0 المقدمة

### خلفية إجراء البحث:

صُممت إستراتيجية الحكومة الإلكترونية لمملكة البحرين على إعتبار أن الجمهور هو الركيزة الأساسية لها، ولأجل تعزيز رضا العميل، تم تطوير ميثاق العملاء، ونظام إعادة معالجة الشكاوى لجميع (الوزارات/ الخدمات)، كما تم كذلك تطوير مؤشر رضا العملاء، ومؤشر تحول الحكومة كجزء من إطار عمليتي الرصد والتقييم، حيث يستخدم هذين المؤشرين آليات مثل: (رجع الصدى/ والاقتراحات)، والاستشارات الإلكترونية، والبحث، الخ..

ويعتبر بحث (دراسة) العملاء من أهم الآليات التي انتقتها مملكة البحرين لتقييم رضا الزبائن عن خدمات الحكومة الإلكترونية. وتسمح إستراتيجية الحكومة الإلكترونية بإجراء مراجعات شاملة مرحلية لتحصيل مقاييس صحيحة في المواضيع التي ينخفض فيها مؤشر الرضا دون نسبة 50% لمجموع العملاء. وقد أرسيت الإستراتيجية استهدافاً لرضا الزبائن تصل نسبته إلى 80% في عام 2010.

وللوفاء بمتطلبات الإستراتيجية عينت هيئة الحكومة الإلكترونية شركات بحث مستقلة لإجراء هذه البحوث، حيث تم إجراء أول بحث في عام 2008 وبالارتكاز على نتائجه ومحصلاته تم اتخاذ إجراءات المعالجة اللازمة، أما البحث الثاني فقد تم إجراءه في مايو 2009، وفيما يلي تفاصيل البحثين:

### بحث رضا العملاء - 2008

تم إجراء بحث رضا العملاء في عام 2008 بهدف تحديد مستوى وعي واستخدام المواطن للخدمات على بوابة الحكومة الإلكترونية، وقد تمثلت النتائج الرئيسية للبحث في:

#### 1- الوعي بخدمات الحكومة الإلكترونية:

- أ- اتضح أن 25% من المبحوثين مدركين بأن الحكومة تقدم بعض الخدمات عبر الإنترنت.
- ب- اتضح أن حيز موعدهم للبطاقة الذكية، والبطاقة السكانية ( السجل السكاني المركزي) هما أكثر الخدمات الإلكترونية شيوعاً ( 37% من المبحوثين الواعين بخدمات الحكومة الإلكترونية مدركين لهاتين الخدمتين).
- ت- اتضح أن اللوحات/ والملصقات الإعلامية هي المصدر الأكبر لمعرفة المبحوثين لخدمات الحكومة الإلكترونية بنسبة (27%) وسط المبحوثين الواعين بخدمات الحكومة الإلكترونية.

#### 2- استخدام خدمات الحكومة الإلكترونية:

- أ- اتضح أن 7% من المبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية المتوفرة على البوابة الحكومية الوطنية، وأن 60% ممن لم يستخدموها عزو ذلك إلى أن عنوان البوابة غير مألوف بالنسبة إليهم.
- ب- اتضح أن نصف المبحوثين (56%) ممن استخدموا الخدمات الإلكترونية استخدموها في الأساس من أجل إنهاء المعاملات بسرعة.
- 3- اتضح أن معدل رضا الزبائن كان 67%.

#### المبادرات المتخذة بناءً على النتائج الأساسية للبحث:

بناءً على النتائج الأساسية للبحث اتخذت هيئة الحكومة الإلكترونية مبادرات متعددة لتحسين وعي العملاء وتجربتهم، وقد تمثلت هذه المبادرات في:

- 1- التأكد من أن البوابة تحتاج لأن تكون سهلة التذكر، وعليه أعلنت هيئة الحكومة الإلكترونية عن عنوان جديد سهل للبوابة هو **Bahrain.bh** في الثالث من نوفمبر 2008 كنتيجة لدراسة البحث التي كشفت صعوبة تذكر العنوان السابق. وتعتبر بوابة الحكومة الإلكترونية مجعماً لخدمات متكاملة وقناةً رئيسية لتوفير الخدمات للأفراد، والأعمال، والسياح، والحكومة، حيث تدمج وتوفر جميع أنواع الخدمات التي تتفاوت بين المعلومات أو المعاملات وتحت سقف واحد.

أجرت هيئة الحكومة الإلكترونية أنشطة ترويجية عديدة في الشوارع لتشجيع استخدام البوابة، ولتزيد وعي الناس بفوائد استخدام الخدمات والأثر الذي ستركه في حياتهم من خلال عرض أولي للخدمات المتصلة بالعديد من الوزارات والكيانات الحكومية، وقد شملت الأنشطة الترويجية في الشوارع الحملات التوعوية الصيفية والتي تم من خلالها استهداف الجمهور في مجتمعات التسوق، وجذبهم بسحوبات الجوائز لتشجيعهم على استخدام البوابة، كما تم كذلك إجراء أنشطة ترويجية في الوزارات، والمدارس، والجامعات، والجمعيات الأخرى.

2- تحتوي النشرة الإلكترونية الإخبارية ( بوابتكم)، ومجلة (إي) الصادرتان عن هيئة الحكومة الإلكترونية مصدراً خصباً لتوعية الجمهور بأنشطة هيئة الحكومة الإلكترونية والحكومات الإلكترونية الأخرى.

3- مواكبة للدور الذي يلعبه الإعلام الاجتماعي في توجهات السوق تتفاعل هيئة الحكومة الإلكترونية مع الجمهور بمختلف شرائحهم وأعمارهم عبر أدوات تفاعل وتواصل منها ( فيس بوك) و ( يوتيوب)، إضافة للمدونة الإلكترونية الخاصة بها.

4- التركيز على حملات التوعية الموجهة لما دون ولما فوق المستوى وللتسويق الإلكتروني لا لغرض ترويج البوابة فقط ولكن أيضاً لتشجيع المعاملات التي تم إنشاؤها.

5- تم إنشاء مراكز الخدمة العامة لجعل حياة الناس أكثر سهولة، ولتمكين جميع المواطنين من إجراء معاملاتهم بسهولة وبجهد محدود.

تتجه الأنشطة التسويقية للأمام من العرض الأولي لهيئة الحكومة الإلكترونية في الفعاليات، وورش العمل، والمنتديات المحلية والعالمية التي تسلط الضوء على مملكة البحرين كمركز لتقنية المعلومات والاتصالات.

### بحث رضا العملاء – 2009:

من خلال جهود متصلة عينت هيئة الحكومة الإلكترونية شركة نيلسن الرائدة عالمياً والمتخصصة في إجراء البحوث الميدانية، لإجراء هذا البحث الذي يهدف لتقييم وعي، ووصول برنامج الحكومة الإلكترونية وسط العملاء، ولتحديد رضا المستفيدين والمستخدمين وأثر الخدمات وبرنامج الحكومة الإلكترونية عليهم. إضافة إلى ذلك يقيس البحث مستويات الرضا عن قنوات الخدمات والذي يتم تحديده بالارتكاز على مجموعة مستهدفة من السكان المسجلين كمستخدمين لقنوات محددة ( البوابة الوطنية، مركز الإتصال الوطني، مراكز الخدمة العامة، وبوابة الهاتف النقال).

البوابة الوطنية موجودة منذ عام 2007، وقد تم ترويجها بكثافة، أما القنوات الأخرى مثل بوابة الهاتف النقال، ومراكز الخدمة العامة فقد تم تدشينها مؤخراً في مايو 2009. وسيتم حالياً تنفيذ برامج التسويق والتوعية للترويج لمركز الاتصال الوطني، ولبوابة الهاتف النقال، ولمراكز الخدمة العامة بالإضافة للبوابة الوطنية.

### الشريحة المستهدفة ومنهجية البحث:

تم إجراء تقييم للمستفيدين لإدراك مكونات مؤشر رضا العملاء، ومؤشر تحول الحكومة. وقد أدت جلسات النقاشات والعصف الذهني مع المستفيدين للوصول لإنهاء الاستبيان والعوامل المفروض قياسها، وقد تم تبني نهج البحث الكمي لإجراء اللقاءات وسط الشرائح المستهدفة التالية:

- المقيمين ( مقابلات مباشرة).
- الشركات العملاء ( مقابلات مباشرة).
- الموظفين الحكوميين ( مقابلات مباشرة).
- مستخدمى قناة اتصال – البوابة أو أرقام الاتصال المجانية ( مقابلات عبر الهاتف).

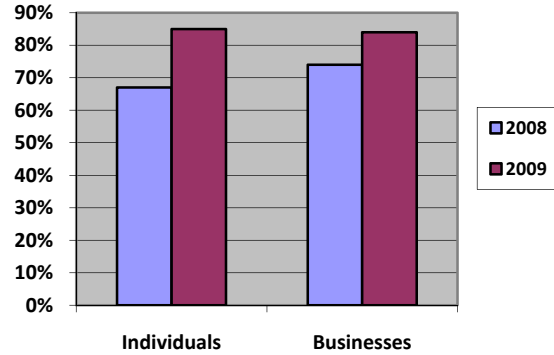
تصنيف وتوزيع عينات البحث

- 700 (عينة عشوائية) – يتم اختيارهم من شريحة المواطنين البحرينيين.
- 500 (عينة انتقائية) - يتم اختيارهم من شريحة مستخدمي الخدمات الحكومية الإلكترونية.
- 200 – يتم اختيارهم من شريحة الشركات العملاء.
- 300 - يتم اختيارهم من شريحة الموظفين الحكوميين.
- 400 - يتم اختيارهم من شريحة مستخدمي مركز الاتصال.
- 400 - يتم اختيارهم من شريحة مستخدمي البوابة/ الإنترنت.

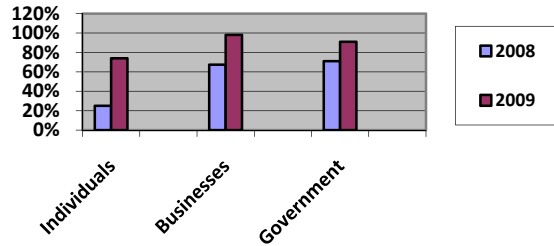
تم إجراء المقابلات في الفترة من 15 ابريل إلى 10 مايو 2009.

### مقارنة بحث رضا العملاء 2009 مع بحث رضا العملاء 2008

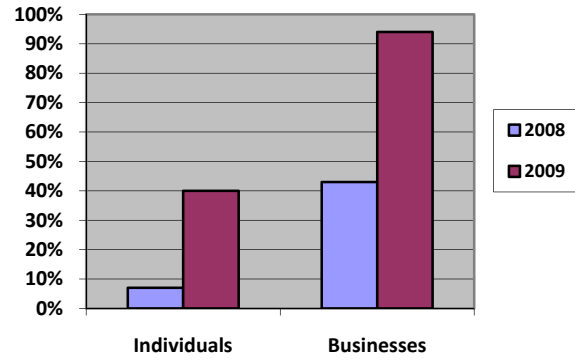
1- ارتفع رضا العملاء إلى 85% للمقيمين، و84% للشركات، و79% للحكومة.



2- الوعي بالخدمات الإلكترونية: زاد الوعي بالخدمات الإلكترونية إلى 74% للأفراد، و98% للشركات، و99% للحكومة.



3- استخدام الخدمات الإلكترونية: اتضح أن استخدام الخدمات الإلكترونية في عام 2009 بلغ 40% للأفراد، و49% للشركات، و75% للحكومة.



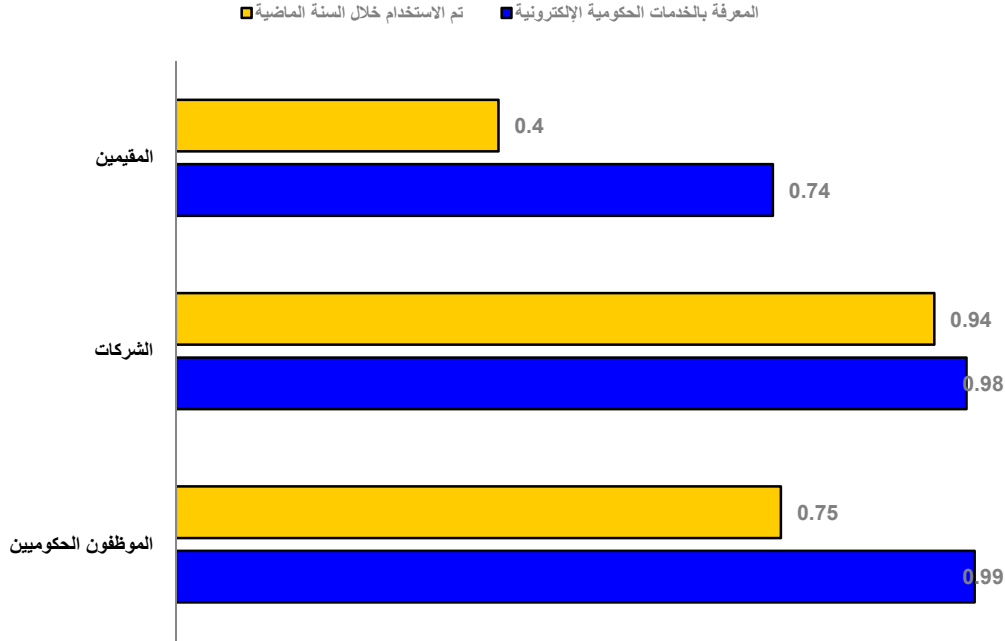
**4- الوعي بعنوان البوابة الوطنية على الإنترنت:** بالارتكاز على التوصيات المطروحة في البحث الذي تم إجراؤه في عام 2008، تم تغيير عنوان موقع البوابة على الإنترنت، وقد نتج عن هذا التغيير ارتفاع حاد في مستويات الوعي بين الأفراد من نسبة 25% في عام 2008 إلى نسبة 80% في عام 2009 .

النتائج والمحصلات الرئيسية للبحث الذي تم إجراؤه في عام 2009 موضحة في الأقسام التالية من هذا التقرير:

## 2.0 "الوعي" و"الاستخدام" لخدمات الحكومة الإلكترونية

➤ زاد استخدام الخدمات الإلكترونية بشكل كبير

رسم توضيحي رقم "1" : "الوعي" و " الاستخدام" لخدمات الحكومة الإلكترونية  
"الوعي" و " الاستخدام" لخدمات الحكومة الإلكترونية



عينة البحث من شريحة "المقيمين" : كل المقيمين (700) – اختيار عشوائي  
عينة البحث من شريحة "الشركات" : كل المقيمين (200)  
عينة البحث من شريحة "الموظفين الحكوميون" : كل المقيمين (300)

### شريحة المقيمين

- أظهرت نتائج البحث بأن 74% من المقيمين في البحرين واعين ببرنامج الحكومة الإلكترونية. ويرتفع معدل الوعي والمعرفة نسبياً وسط المبحوثين الذين يمتلكون خدمة إنترنت، ووسط المبحوثين من المحافظة الشمالية، ووسط المبحوثين ممن لديهم مؤهلات تعليمية عليا ( الجامعة).
- زادت نسبة استخدام الخدمات الإلكترونية بالنسبة للمقيمين إلى مستوى كبير من 7% في البحث السابق إلى 40% في البحث الحالي.
- يتوفر لدى 34% من المبحوثين الوعي، ولكنهم لم يستخدموا خدمات الحكومة الإلكترونية، وهؤلاء ينتمون للفئات العمرية الأكبر سناً وغالبيتهم من النساء اللائي لا يمتلكن خدمة إنترنت ومستواهن التعليمي متدن وينتمين للفئات الاجتماعية منخفضة المدخول.
- من بين الأسباب التي أدت لعدم استخدام الخدمات الإلكترونية: نقص المعلومات الكافية عن الخدمات الإلكترونية، وعدم توفر البنية التحتية لتقنية المعلومات، ونقص المعرفة. ولذلك فإن معالجة أوجه القصور هذه من خلال تأهيل القدرات، وتوفير الحواسيب، وتفعيل حملات التوعية بالخدمات الحكومية الإلكترونية



الأكثر استخداماً من شأنه أن يشجع المقيمين لاستخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية.

- ضرورة التركيز على التواصل مع الفئات غير المستخدمة للخدمات الحكومية الإلكترونية واطلاعهم على فوائدها والدور الايجابي الذي يمكن أن تلعبه هذه الخدمات في تيسير أداء المهام والأعمال اليومية ذات الصلة.

#### شريحة الشركات

- اتضح أن 94% من المبحوثين عموماً يتوفر لديهم الوعي بأساليب بديلة للتواصل مع الإدارات الحكومية دون الذهاب إليها شخصياً، إلا أن نسبة الوعي قليلة نسبياً وسط العملاء من الشركات الصغيرة، وأن غالبية نسبة 94% من المبحوثين قد استخدموا بالفعل خدمات الحكومة الإلكترونية.
- ارتفع استخدام شريحة الشركات للخدمات إلى مستوى كبير من 43% إلى 94% في البحث الحالي.

#### شريحة الموظفين الحكوميين

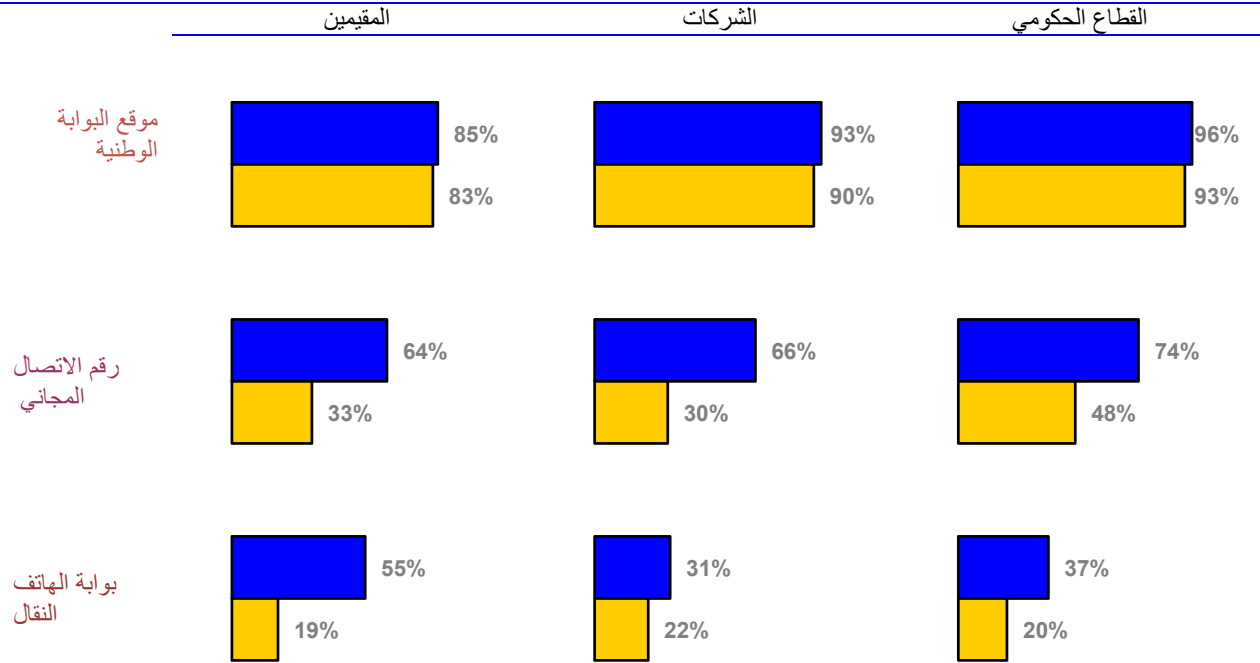
- جميع الموظفين الحكوميين واعين بخدمات الحكومة الإلكترونية، وقد بلغت مستويات الوعي وسط الإداريين العاملين نسبة (83%).
- 75% استخدموا خدمة واحدة أو أكثر، أما غير المستخدمين للخدمات فمعظمهم ينتمون لطاقتهم الدعم الفني بنسبة بلغت (50% تقريباً).

## 3.0 "الوعي" و"الاستخدام" لمختلف قنوات الخدمات الإلكترونية

➤ مستوى الوعي والاستخدام للبوابة الوطنية مرتفعان

رسم توضيحي 2 : "الوعي والمعرفة" و " الاستخدام" لمختلف قنوات الخدمات الإلكترونية

"الوعي والمعرفة" و " الاستخدام" لمختلف قنوات الخدمات الإلكترونية



عينة شريحة "المقيمين"  
جميع الذين لديهم معرفة بالمبادرات الإلكترونية (519) - عينة عشوائية  
جميع الذين استخدموا المبادرات الإلكترونية السنة الماضية (283) - عينة عشوائية  
(يسمح بتعدد الإجابات)

عينة شريحة "الشركات":  
جميع الذين لديهم معرفة بالمبادرات الإلكترونية (196).  
جميع الذين استخدموا المبادرات الإلكترونية السنة الماضية (188)

عينة شريحة "الموظفين الحكوميين":  
جميع الذين لديهم معرفة بالمبادرات الإلكترونية (296).  
جميع الذين استخدموا المبادرات الإلكترونية السنة الماضية (222)







● بصورة عامة فإن 7 من أصل كل 10 مبحوثين يتوفر لديهم الوعي برقم الاتصال المجاني، وأن نصفهم تقريباً قد استخدم الرقم، ولكن نجد أن نسبة الوعي والاستخدام في القطاع الحكومي أعلى نسبياً عن نسبة الوعي والاستخدام وسط شريحة المقيمين وشريحة الشركات، ويعزى ذلك لأن رقم الاتصال المجاني مازال في مراحله الأولى.

● نصف المبحوثين من المقيمين يتوفر لديهم الوعي ببوابة الهاتف النقال، وبقل نسبياً مستوى الوعي ببوابة الهاتف النقال في قطاعي الحكومة والشركات مقارنة بمستوى الوعي وسط شريحة المقيمين. وتبلغ نسبة استخدام بوابة الهاتف النقال 20% وسط القطاعات الثلاثة.

دُشنت بوابة الهاتف النقال في شهر مايو 2009، وسيتم الشروع فعلياً في برامج التسويق والتوعية لها ولمركز الاتصال.

## 4.0 الوعي بعنوان البوابة ورقم الاتصال المجاني

تمكن أغلب المبحوثين من تذكر عنوان البوابة

	رسم توضيحي رقم "3" : الوعي والمعرفة بعنوان البوابة الوطنية (Bahrain.bh)	رسم توضيحي رقم "4" : الوعي والمعرفة برقم الاتصال المجاني (800080001)
	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> تذكر فوري</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> تذكر عنوان الموقع الإلكتروني القديم</li> <li><input type="checkbox"/> تذكر خاطئ</li> <li><input type="checkbox"/> لا أعرف</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> تذكر صحيح</li> <li><input type="checkbox"/> تذكر خاطئ</li> <li><input type="checkbox"/> لا أدري</li> </ul>
المقيمين		
الشركات		
القطاع الحكومي		

عينة شريحة "المقيمين": جميع المبحوثين الذين لديهم معرفة بالاتصال كغناة للتواصل (602) - عينة عشوائية + انتقائية. عينة شريحة "الشركات": جميع المبحوثين الذين لديهم معرفة بمركز الاتصال كغناة للتواصل (130) - عينة شريحة "الموظفين الحكوميين": جميع المبحوثين الذين لديهم معرفة بمركز الاتصال كغناة للتواصل (284).

عينة شريحة "المقيمين": جميع المبحوثين الذين لديهم معرفة بالموقع الإلكتروني كغناة للاتصال (185). عينة شريحة "الموظفين الحكوميين": جميع المبحوثين الذين لديهم معرفة بعنوان الموقع الإلكتروني الحكومي الوطني (284).

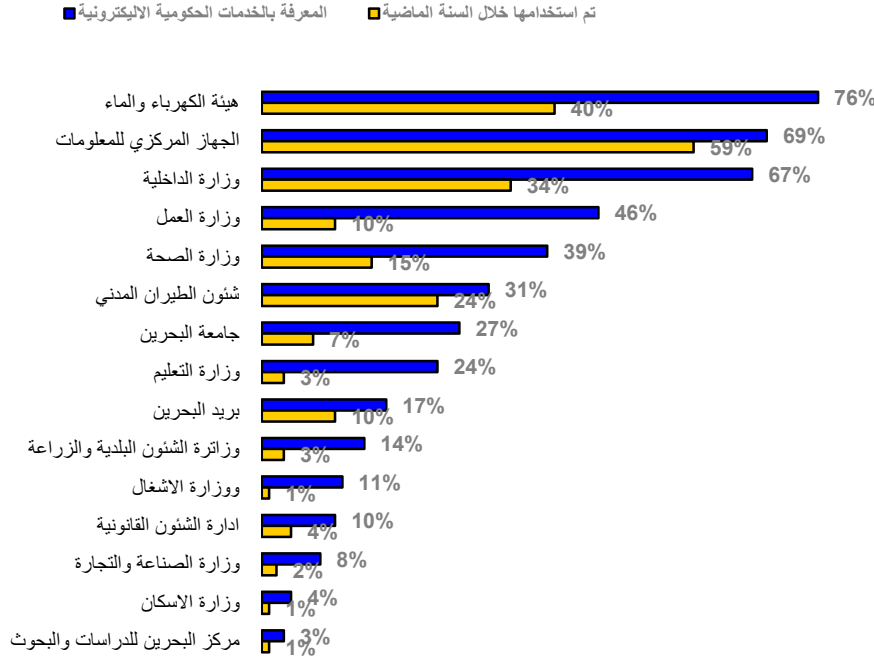
2 تم الشروع فعلياً في برامج التسويق والتوعية لمركز الاتصال (الرقم المجاني)

- العنوان الجديد للبوابة الوطنية [www.bahrain.bh](http://www.bahrain.bh) تم تدشينه في شهر نوفمبر 2008، ومن الأمور الإيجابية أنه خلال هذه الفترة تمكن أكثر من 3/4 المبحوثين الواعين بالمبادرة الإلكترونية من تذكر العنوان الجديد.
- تمكن أكثر من 1/4 المبحوثين من تذكر رقم الاتصال المجاني وبصورة صحيحة

## 5.0 "وعي" و"استخدام" الوزارات للخدمات

خلال إجراء البحث كانت الخدمات التي يتم استخدامها بانتظام 29 خدمة من أصل 79 خدمة متوفرة

رسم توضيحي رقم "5": " الوعي " و " الاستخدام " للخدمات الإلكترونية ( خلال السنة الماضية ) عبر القنوات الإلكترونية  
" الوعي " و " الاستخدام " لخدمات الحكومة الإلكترونية ( المقيمين )



عينة البحث من شريحة " المقيمين " : كل المبحوثين (700) – اختيار عشوائي.

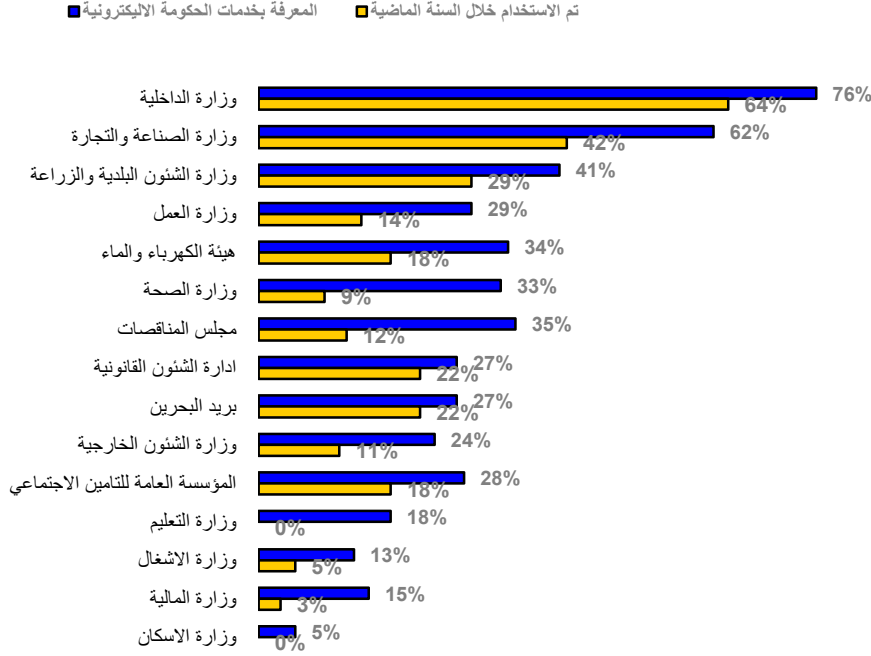
### شريحة " المقيمين "

- من بين الوزارات المذكورة أعلاه نجد أن "المقيمين" واعيّن في المقام الأول بخدمة " هيئة الكهرباء والماء"، وقد يعزى ذلك لكثرة تعاملهم مع هذه الهيئة بصورة دورية ومتكررة، تليها خدمات الجهاز المركزي للمعلومات.
- 
- خلال فترة إجراء البحث، توفرت 79 خدمة على البوابة الوطنية استخدمت منها بتكرارية أكثر 29 خدمة. وهذا بدوره يشير بوضوح إلى أمرين وهما إما عدم الإلمام والوعي والمعرفة بالخدمات الـ 49 الأخرى، أو أن المستهلكين لا يحتاجون إلى هذه الخدمات.
- 
- قسم كبير من المبحوثين إما أنهم غير واعيّن بوجود الـ 49 خدمة الأخرى، أو أنها لا تنطبق على احتياجاتهم.
- الخدمات الأكثر استخداماً وسط كل الذين تم بحثهم من الشرائح الثلاثة هي " حجز موعد رسوم للبطاقة الذكية" و" دفع فاتورة الكهرباء والماء" و " معلومات حركة الطيران" و " دفع المخالفات المرورية" و" التبليغ عن الاستهلاك العالي للكهرباء" و " إعادة تسجيل المركبة".

- بناءً على نتائج البحث، اتضح أن " الإناث" هن الأقل استخداماً للخدمات الإلكترونية، وعليه يمكن استهدافهن وتوجيه حملات توعية وتعريف إليهن بفوائد ومزايا الخدمات الحكومية الإلكترونية وأثرها في تيسير أعمالهن وأنشطتهن اليومية.
- لا تتوفر لدى حوالي 1/2 المبحوثين غير المستخدمين للخدمات معلومات ملائمة عن الخدمات الإلكترونية، والغالبية لا يعرفون كيفية تشغيل واستخدام الانترنت. إضافة لذلك فان ثلثهم تقريبا ذكروا أنهم لا يتعاملون مع جهة حكومية، وقد اتضح من خلال التحليل الديموغرافي أن حوالي 69% منهم من الفئات الذين تبلغ أعمارهم 45 سنة فما فوق، وأغليتهن نساء من غير البحرينيات.
- نسبة صغيرة من الناس لا يعرفون كيفية تشغيل الكمبيوتر/ الانترنت، خاصة كبار السن الذين تتدنى لديهم مستويات الكفاءة في استخدام الكمبيوتر ويعتمدون أساساً على الطريقة اليدوية في أداء المهام.

## تقدير الشركات للخدمات المصممة لها خصيصاً يعتبر دلالة مشجعة

رسم توضيحي رقم "6": الوعي والاستخدام للخدمات ( خلال السنة الماضية) عبر القنوات الإلكترونية  
"الوعي" و " الاستخدام" للخدمات الحكومية الإلكترونية ( قطاع الشركات)



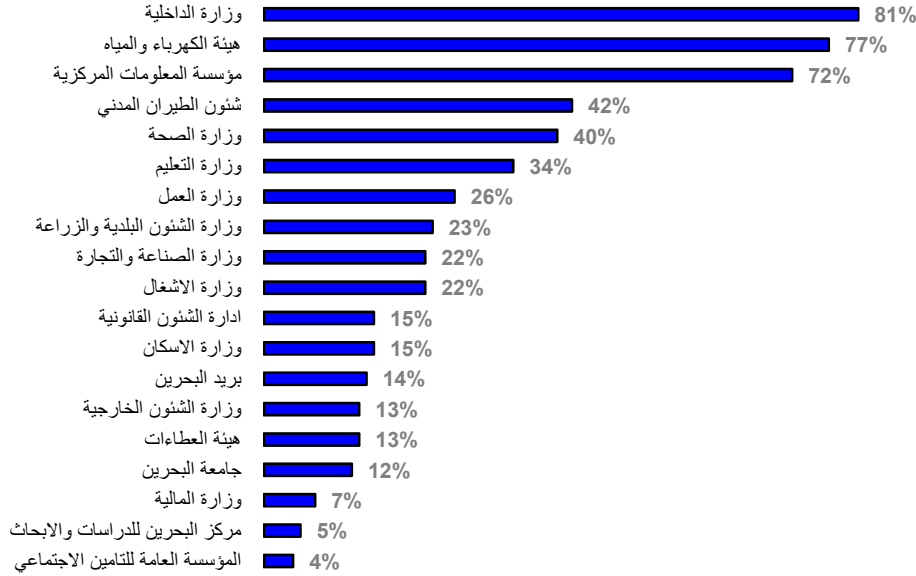
عينة قطاع " الشركات": مجموع المبحوثين(200)

## قطاع الشركات

- أظهرت نتائج البحث أن أعلى الخدمات استخداماً هي الخدمات المقدمة من " وزارة الداخلية" و " وزارة الصناعة والتجارة". ونجد أن 4 من أصل أكثر 5 خدمات معروفة تتصل بإجراءات التأشيرة الإلكترونية، التقديم للتأشيرة، أو تدقيق وضع التأشيرة الإلكترونية والخدمات المتعلقة بكفالة التأشيرة الإلكترونية. بالإضافة، إلى ذلك فقد اتضح بأنه عند الاستفادة من الخدمات الإلكترونية توجد بعض القيود، فمن خلال المناقشات مع المستفيدين وضحو أن التأشيرة الإلكترونية يتم إصدارها بقيود مقارنة بالتأشيرة العادية وأن مدة الزيارة أقل في حالة التأشيرة الإلكترونية.
- أظهرت نتائج البحث أن " قلة المعرفة والوعي بالخدمات ذات الصلة" تعتبر من الأسباب الرئيسية لعدم استخدام هذه الخدمات.

رسم توضيحي رقم "7": الوعي والمعرفة بالخدمات  
الوعي بالخدمات الحكومية الإلكترونية

الوعي بالخدمات الحكومية الإلكترونية ■



عينة البحث : كل المبحوثين – 300

### شريحة " الموظفين الحكوميين "

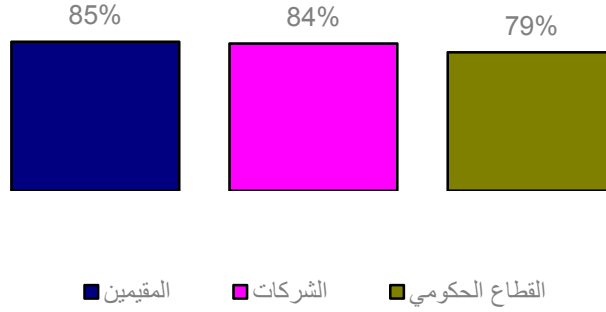
- من أكثر الخدمات التي تجدر الإشارة إليها هي "دفع فاتورة الكهرباء والماء" تليها " دفع المخالفات المرورية، والبطاقة الذكية"، حيث لم يتمكن نصف الموظفين الحكوميين الذين تمت مقابلتهم خلال البحث من تذكر أكثر من الثلاث خدمات المشار إليها أعلاه.

تجدر الإشارة إلى أنه على الرغم من شيوع وكثرة استخدام قطاع الشركات لبعض الخدمات مثل "تجديد الترخيص التجاري" و "التقديم للتأشيرة الإلكترونية" والتي توفرها أيضاً الإدارات/الوزارات، إلا أن العديد من الموظفين لم يتوفر لديهم الوعي بهذه الخدمات المقدمة سواء من الوزارات التي يعملون فيها أو وزارات أخرى. وهذا يوضح لحد كبير قلة التنسيق المفترض بين الوزارات ذات الصلة أو قلة الاهتمام بالتعريف بالخدمات التي تقدمها الوزارات المعنية.

## 6.0 مستويات الرضا

- شريحتي المقيمين و الشركات هما أعلى الشرائح رضاً من بين شرائح البحث الثلاث، بينما تعتبر شريحة القطاع الحكومي هي الأقل رضاً من بين الشرائح الثلاث.
- يحتاج نظام معالجة الشكاوى في المكاتب الحكومية للتحسين

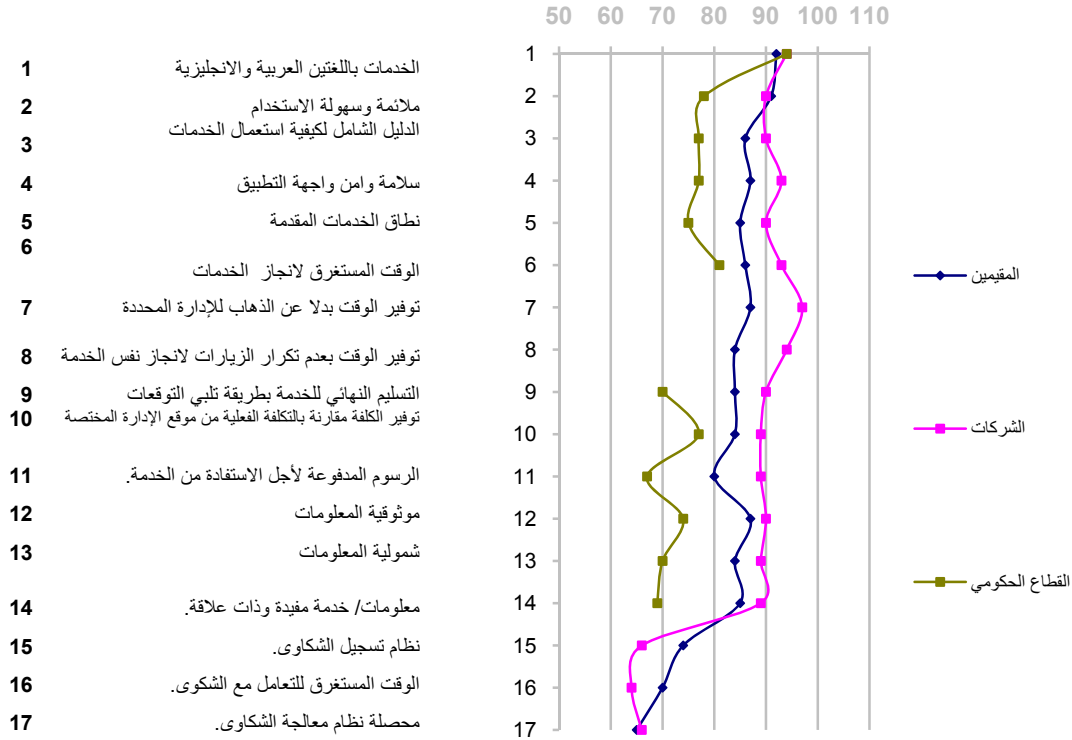
رسم توضيحي رقم "8" مؤشر الرضا العام  
مؤشر الرضا العام



عينة البحث من شريحة "المقيمين": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (782) – اختيار عشوائي + انتقائي  
عينة البحث من شريحة "الشركات": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (188)  
عينة البحث من شريحة "الموظفين الحكوميين": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (247)

- تم حساب مؤشر الرضا العام بنسبة 85% لعينة المقيمين، و84% لعينة الشركات، و 79% لعينة القطاع الحكومي.
- هناك تدنى مشترك بين شريحتي المقيمين والشركات في معدل الرضا عن "نظام تسجيل الشكاوى" و"الزمن المستغرق لمعالجة الشكاوى، ومحصلة معالجة النظام للشكاوى/المشكلة ذات الصلة.





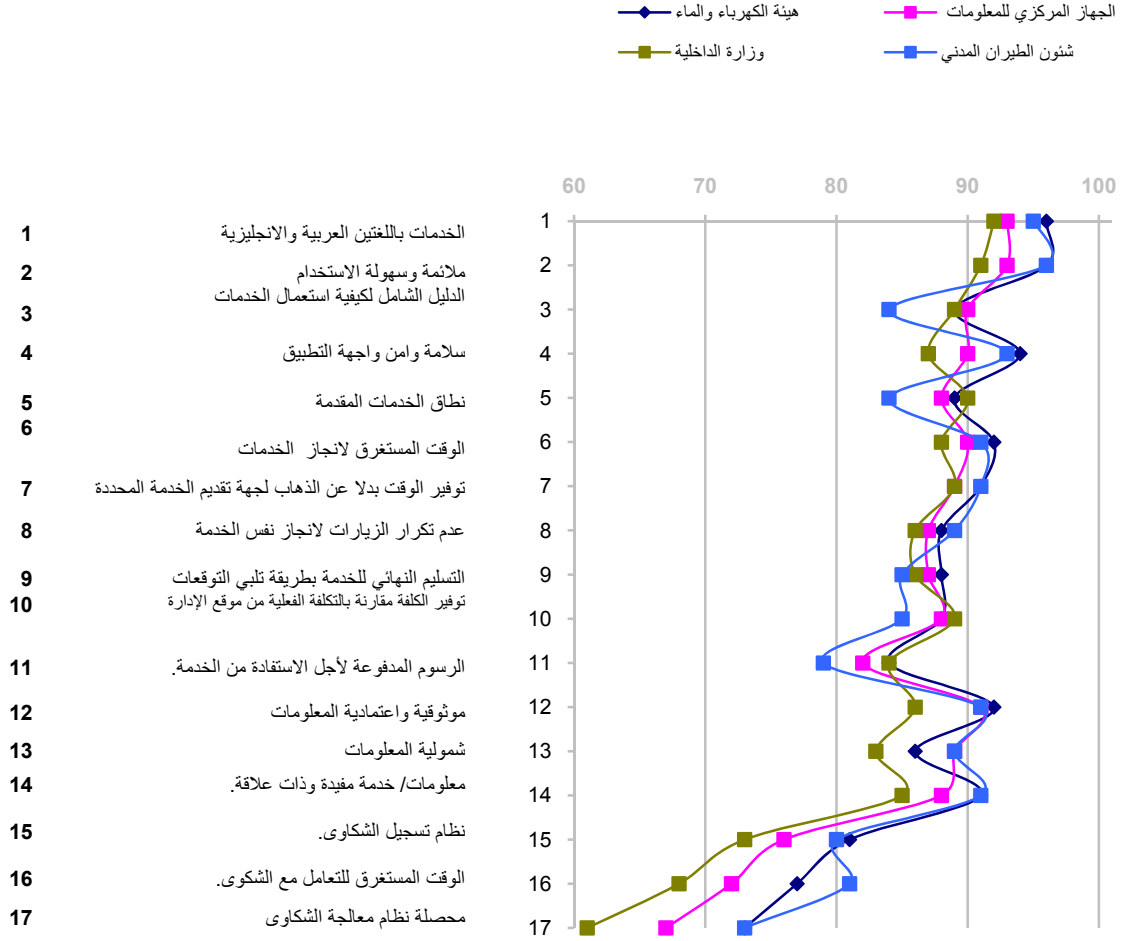
عينة البحث من شريحة "المقيمين" : مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (782) - اختيار عشوائي + انتقائي.  
عينة البحث من شريحة "الشركات" : مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (188) .  
عينة البحث من شريحة "الموظفون الحكوميون" : مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (247) .

\* العوامل الفرعية رقم 6 و7 و8 و15 و17 لم يتم سؤال الموظفين الحكوميين عنها .

- عموماً المقيمين راضون عن الخدمات المقدمة عبر مبادرات الحكومة الإلكترونية، وبخاصة عن توفر الخدمات باللغتين العربية والانجليزية، يلي ذلك ملائمة وسهولة الاستخدام.
- وعلى الرغم من ذلك، هنالك بعض المجالات التي يتعين تحسينها مثل " محصلة نظام تسجيل الشكاوى" والتي قدرت بنسبة منخفضة بلغت 65% فقط، وكذلك يشعر المقيمون بطول الوقت المستغرق للتعامل مع الشكوى، لذلك يتعين تقليله لأهميته وتأثيره في عملية اتخاذ المقيمون لقرار استخدام الخدمات الإلكترونية بدلاً عن الذهاب بصورة شخصية إلى الجهات المعنية لإنجاز المعاملة التي يرغبون فيها في الزمن المحدد.
- بعد المقارنة بين شرائح البحث الثلاثة، نجد أن شريحة " الشركات" هي الأكثر رضا مقارنة بشريحتي المقيمين والموظفين الحكوميين، كما يتضح أن عامل " توفير الوقت بدلا عن الذهاب للجهة المقدمة للخدمة قد حاز على أعلى نسبة بلغت (97%) بسبب أهمية إدارة الوقت لقطاع الشركات والأعمال.
- 
- وسط شريحة " موظفي الحكومة" يعتبر أعلى عامل تم تقييمه هو عامل " تقديم الخدمات باللغتين العربية والانجليزية" بنسبة بلغت (94%)، يليه معدل تقييم الرضا لعامل " الوقت المستغرق لانجاز الخدمات الإلكترونية" بانخفاض بلغ (81%) مقارنة بانجازها بالحضور شخصياً للجهة التي تقدم الخدمة.

رسم توضيحي رقم "10" : الرضا بحسب الوزارة (المربع 2 العلوي المحسوب بالنسبة المئوية %) (شريحة المقيمين)

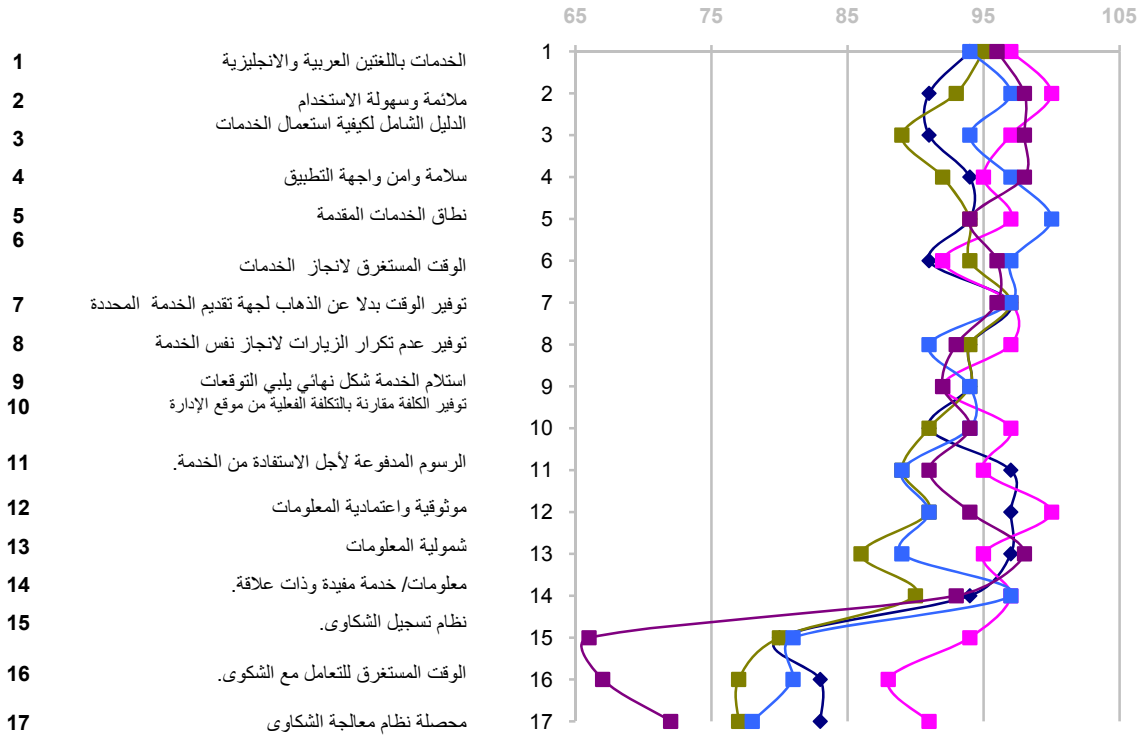
الرضا حسب الوزارة (المربع 2 العلوي الدرجة المحققة %) (شريحة المقيمين)



عينة البحث من شريحة " المقيمين " : مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (782) – اختبار عشوائي + انتقائي.  
تم الأخذ في الاعتبار مستويات الرضا في الوزارات الأربع ذات العلاقة ، و تشكل الأرقام أعلاه معدل الرضا في الأربع وزارات.

- بدأ المقيمون راضون عن الخدمات المقدمة من الوزارات من خلال مبادرات الحكومة الإلكترونية، حيث أن معظمهم راضي عن اللغات التي تقدم بها الخدمات وهي اللغتين العربية والإنجليزية، يلي ذلك سهولة استخدام الخدمات.

رسم توضيحي رقم "11" : : الرضا من قبل الوزارة ( المربع 2 العلوي الدرجة المحققة %) ( الرضا من قبل الوزارة ( المربع 2 العلوي المحسوب بالنسبة المئوية %) ( شريحة الشركات )



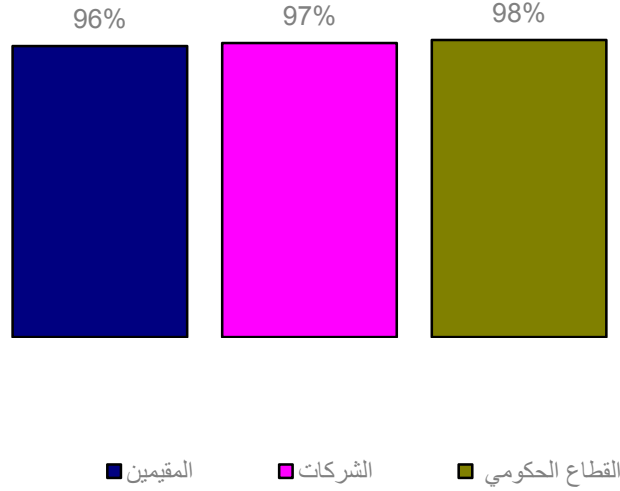
عينة البحث من شريحة " الشركات " : مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (188)

- يتضح أن المقيمون راضون عن الخدمات المقدمة من الوزارات من خلال مبادرات الحكومة الإلكترونية، وقد بلغت أعلى نسبة رضا عن العوامل الفرعية 90%.

## 7.0 التوصية لآخرين

➤ معظم المبحوثين وسط الشرائح الثلاث يوصون بالخدمات الحكومية الإلكترونية للآخرين.

رسم توضيحي رقم "12" " التوصية بالخدمات الحكومية الإلكترونية"  
" التوصية بالخدمات الحكومية الإلكترونية"



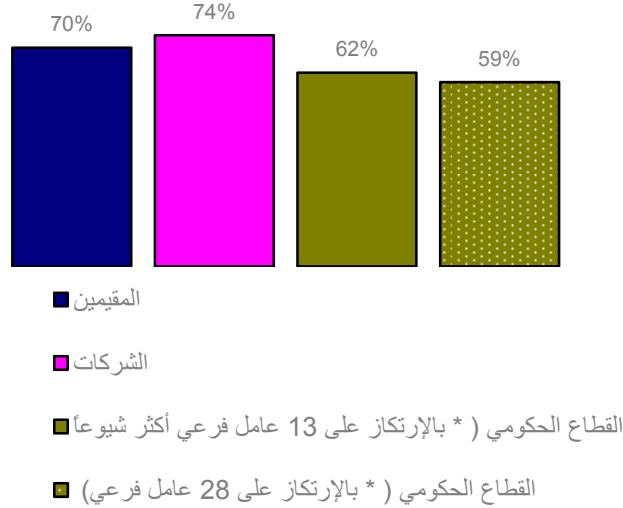
عينة البحث من شريحة "المقيمين": كل المبحوثين (700) - اختبار عشوائي .  
عينة البحث من شريحة "الشركات": كل المبحوثين (200).  
عينة البحث من شريحة "الموظفين الحكوميين": كل المبحوثين (300).

- نسبة عالية من المبحوثين يرغبون في التوصية بالخدمات الإلكترونية للآخرين.

## 8.0 مؤشر التحول الحكومي

➤ مؤشر التحول الحكومي أكثر من 60% وسط كل الشرائح المستهدفة

رسم توضيحي "13": مؤشر التحول الحكومي  
مؤشر التحول الحكومي

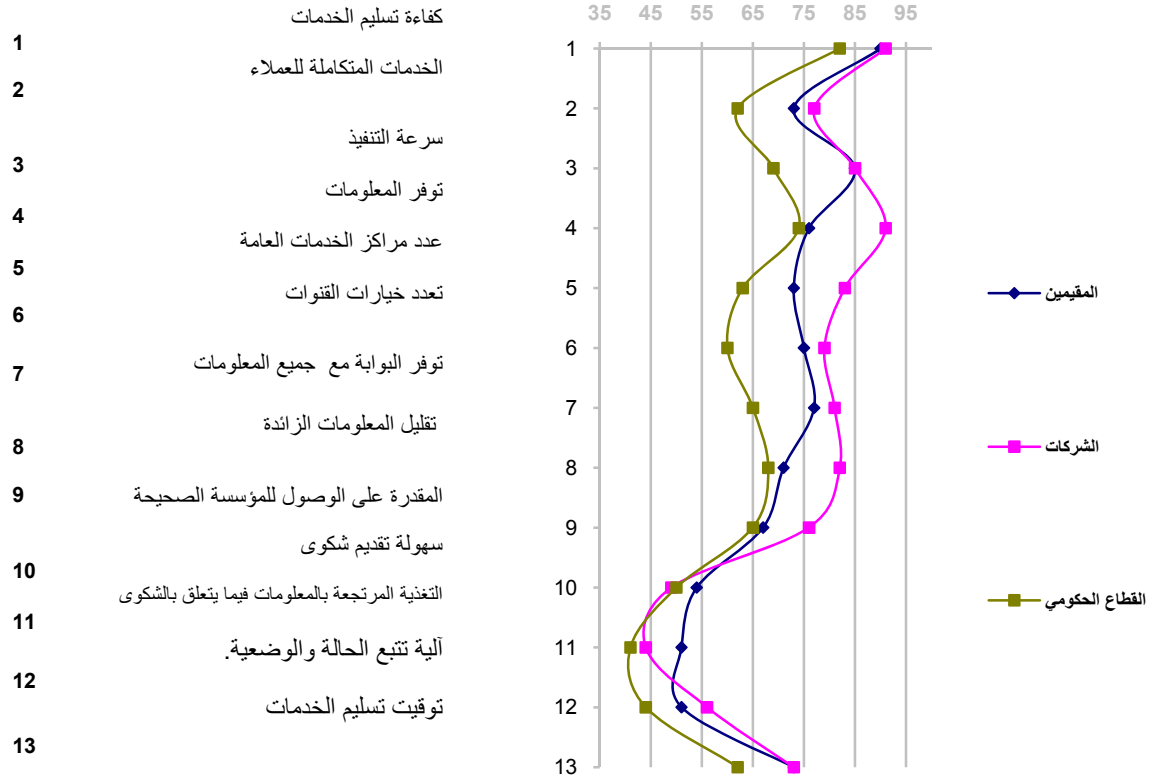


عينة البحث من شريحة "المقيمين": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (782) – اختيار عشوائي + انتقائي.  
عينة البحث من شريحة "الشركات": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (188) .  
عينة البحث من شريحة "الموظفون الحكوميون": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (247) .

- يحاول مؤشر تحول الحكومة قياس إدراك العميل لمدى التغيير / التأثير الذي أحدثته الخدمة الإلكترونية في أداء الحكومة. وقد تم قياس التغذية المرتجعة لمعلومات العملاء على أساس مقياس ذو 5 نقاط حيث تشير ( 5 ) إلى " خدمة ذات أثر إيجابي للغاية"، ويشير (1) إلى " خدمة ذات أثر سلبي للغاية".
- استند مؤشر تحول الحكومة على 13 عاملاً فرعياً ( مشترك بين جميع الشرائح الثلاث) تم حسابها بنسب بلغت (70) وسط شريحة "المقيمين"، و(74) لشريحة الشركات و(62) لشريحة الحكومة. أما بالنسبة للمعدل بالارتكاز على 28 عاملاً فرعياً ( المتعلق بموظفي الحكومة تحديداً) فقد بلغ (59).
- حصلت شريحة الشركات على معدلات أعلى من شريحتي المقيمين والموظفين الحكوميين، وبالرغم من ذلك تحقق شريحة الشركات معدلاً إما أقل أو مساو لشريحتي المقيمين والموظفين الحكوميين في عاملين فرعيين هما :- " سهولة تقديم شكوى" و" التغذية المرتجعة بالمعلومات المتعلقة بالشكوى".
- حصلت شريحة الحكومة على درجات أقل في عاملين فرعيين هما :- " نماذج من نقطة إلى نقطة بروتوكول المقررة من أجل تسليم الخدمات"، و" عدد الخدمات التي يتم تسليمها بواسطة مشغلي من نقطة إلى نقطة بروتوكول.

رسم تخطيطي رقم "17": الآراء الخاصة بالتحول الحكومي – 13 عامل فرعي عام  
الأرقام أدناه هي أرقام المربع 2 العلوي التي يرمز لها "خدمة ذات أثر إيجابي للغاية"/ "خدمة لها بعض الأثر الإيجابي"

### الآراء الخاصة بالتحول الحكومي



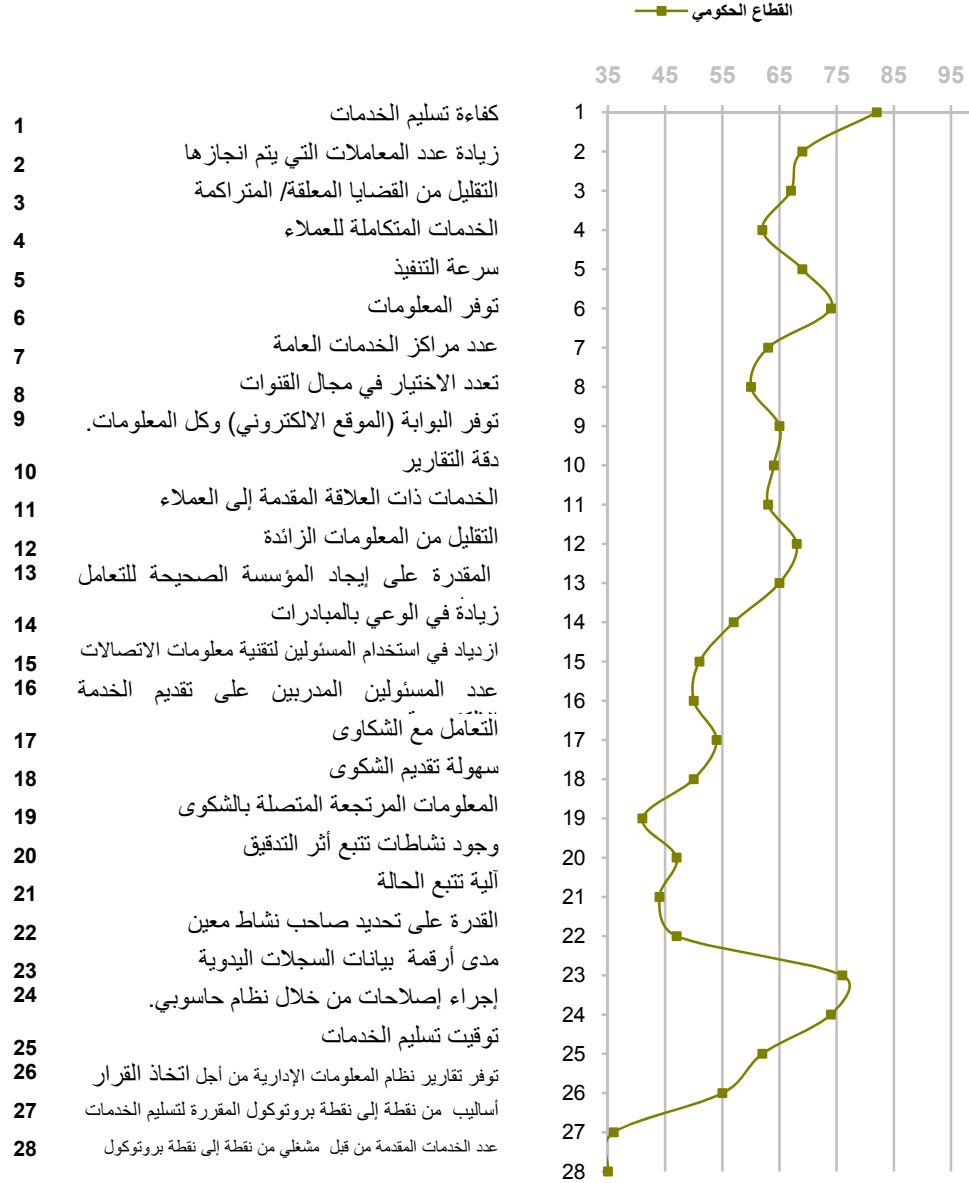
عينة البحث من شريحة "المقيمين": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (782) – اختيار عشوائي + انقائي.

عينة البحث من شريحة "الشركات": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (188).

عينة البحث من شريحة "الموظفون الحكوميون": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (247).

رسم تخطيطي رقم "15": : الآراء بشأن تحول الحكومة – 28 عامل فرعي ( موظفي الحكومة)  
الأرقام أدناه هي أرقام المربع 2 العلوي التي يرمز لها " خدمة ذات أثر إيجابي للغاية" / خدمة لها بعض الأثر الإيجابي

الوعي فيما يتصل بتحول الحكومة  
من قبل موظفي الحكومة



عينة البحث من شريحة " الموظفين الحكوميين" : مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (247) .

- يشعر غالبية المشاركين في البحث بتحسّن كفاءة تسليم الخدمات في السنتين الماضيتين.
- أظهرت آلية الشكاوى وآلية تعقب الحالة معدلاً منخفضاً وسط الشرائح الثلاث.

- التحليلات الأخرى للبيانات من خلال معايير "النوع" و"الجنسية" و"الفئة الاجتماعية/الاقتصادية، لم تكشف عن تغير مهم في النتائج التي تم التوصل إليها، إلا أن نسبة أقل من المقيمين الوافدين مقارنة مع المواطنين البحرينيين يعتقدون أن النظام لم يؤدي لأي تقليل للمعلومات الزائدة، ومرد ذلك ربما يعود إلى حقيقة أن المقيمين ليسوا "مواطنين"، لذلك يملكون إجراءات أطول وينبغي أن يكون لديهم المستندات والأوراق اللازمة المعتمدة لأجل الاستفادة من الخدمة.
- نسبة كبيرة من "الذكور" و"البحرينيين" ومن ينتمون للطبقات الاجتماعية-الاقتصادية (ج1) و (ج2)، لا يتفقون بسهولة على النوع الصحيح للمؤسسة التي يريدون التعامل معها، مما يشير بإمكانية وجود عدم وضوح لدى الناس بشأن دور ووظائف مؤسسات / أقسام معينة يرغبون في التعامل معها.
- علاوة على ذلك، يشعر تقريباً نصف الذكور والبحرينيون المشاركون في البحث أنه بموجب نظام الحكومة الالكترونية ليس من السهل القيام بشكوى أو الحصول على معلومات مرتجعة عن الشكوى المقدمة. وهنا يمكن الإضافة بأن هذا الجانب من الحكومة الالكترونية يحتاج إلى عناية خاصة لأن أغلب المبحوثين المشاركين الذين تمت تغطيتهم بموجب هذا البحث قد أشاروا إلى هذه المسألة بكونها ذات أهمية كبيرة.
- الشركات التي تم استطلاعها، أعطت معلومات مرتجعة إيجابية على أساس خبراتها. ويعتبر توفير الوقت وتوفير الكلفة من المزايا الرئيسية للمبادرة الالكترونية، كما اتضح أيضاً بأنه أسلوب مناسب للوصول إلى الكيانات الحكومية، ومع ذلك عندما يتعلق الأمر بمسائل أخرى مثل ملائمة الاستخدام، وتوفير الخدمات المطلوبة، لا يتفق الجميع على نفس هذا الرأي، ويدل ذلك على أن الشركات إما غير مجهزة لاستعمال الخدمات الالكترونية أو ليس لديها المصادر الصحيحة لاستخدامها.
- هناك احتمال بعدم توفر الخدمات التي تعتبر ضرورية عبر الانترنت أو أنها متوفرة ولكن لا يعلم العميل بوجودها.



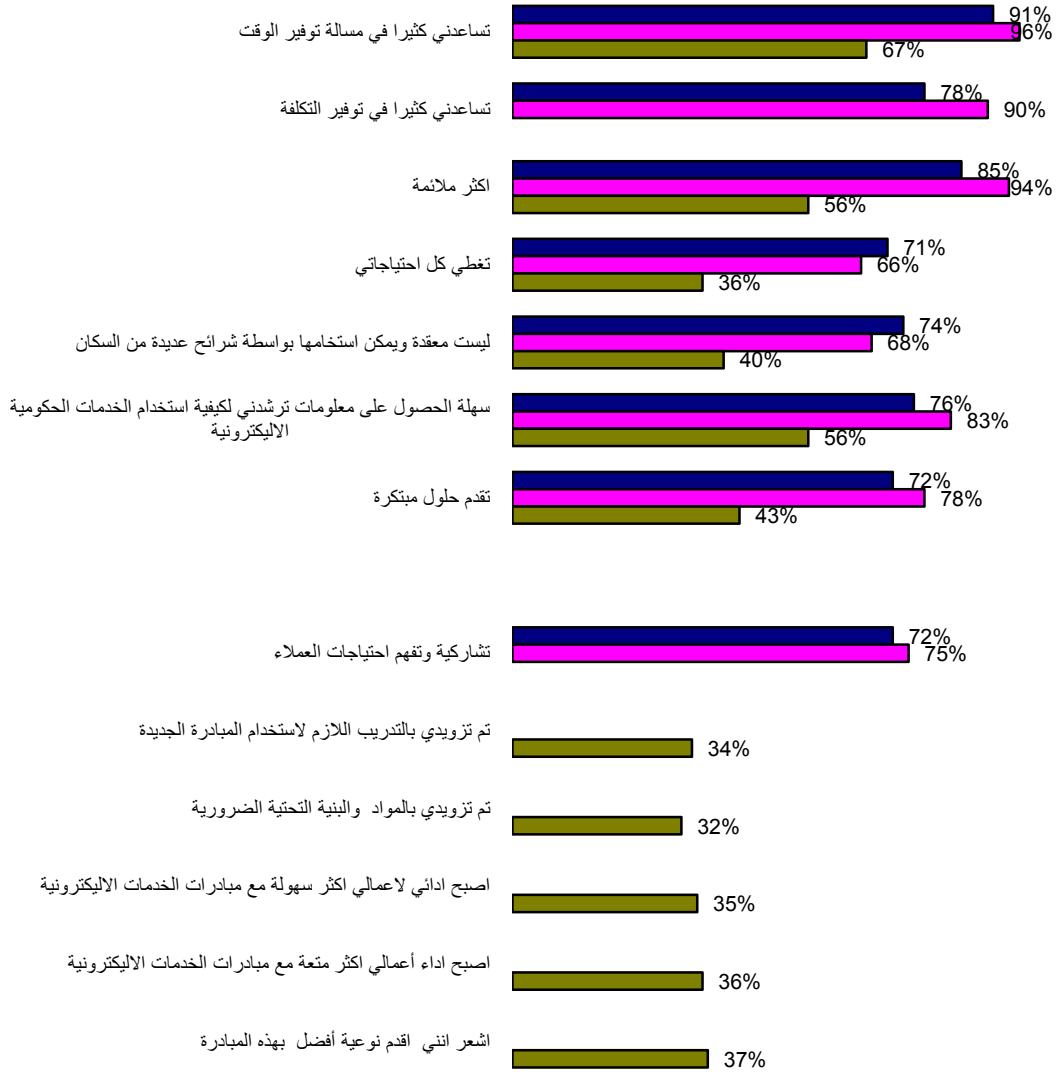
## 9.0 الآراء ذات الصلة: رأي الناس في مبادرات الحكومة الإلكترونية

- يتفق البحرينيون لحد كبير حول فوائد مبادرات الحكومة الإلكترونية.
- أوضحت شريحتي الشركات والمقيمين معدلات متساوية تقريبا، بينما أوضحت شريحة الحكومة معدلا أقل.

رسم توضيحي رقم "16" :: الاتفاق وعدم الاتفاق بشأن مزايا الصورة المعطاة ( نقاط المربع 2)

### رأي الناس في مبادرات الحكومة الإلكترونية

القطاع الحكومي ■ الشركات ■ المقيمين



عينة البحث من شريحة المقيمين: مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (782) - اختيار عشوائي + انتقائي.

عينة البحث من شريحة " الشركات": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (188).

عينة البحث من شريحة " الموظفين الحكوميين": مبحوثين استخدموا الخدمات الإلكترونية (247).

## شريحة الشركات والمقيمين

- يدرك أغلب المقيمين أن الخدمات توفر الوقت والتكاليف وملائمة وهذه هي المزايا الجوهرية للمبادرة الالكترونية، ويعتبر إدراك معظم المقيمين لهذه الناحية أمراً جيداً، على أن يستمر التركيز على هذه المزايا والمحافظة عليها.
- يرى حوالي 2 من كل 3 مقيمين أن الخدمات تقدم حلولاً مبتكرة بمشاركتها وتفهمها لاحتياجات العميل، وتغطيتها لجميع الخدمات التي يحتاج إليها المقيمون.
- أظهر المقيمون في العاصمة، والمحرق، والمحافظات الجنوبية معدلات متدنية نسبياً بشأن هذه المزايا، وهناك توقعات أكبر لهذه المبادرة بالنسبة للمقيمين، ولأجل تلبية هذه التوقعات فمن المهم التحري أكثر بشأن هذه النواحي خلال البحث القادم.

## شريحة الحكومة

- تميزت جميع العوامل الفرعية بمعدلات تقييم متدنية، باستثناء ميزة توفير الوقت.

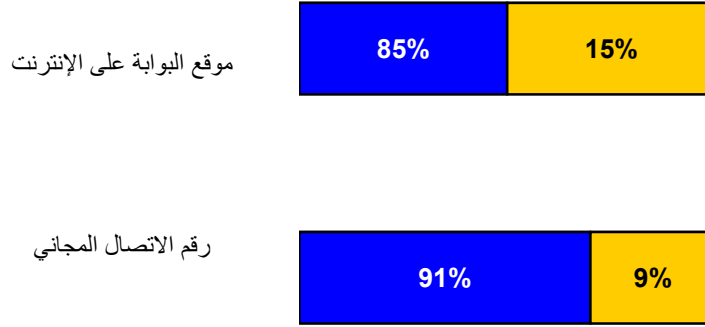
## 10.0 القنوات المتاحة للمستخدمين

➤ أكثر من 85% من المبحوثين تمكنوا بسهولة من إيجاد عنوان البوابة ورقم الاتصال المجاني

رسم تخطيطي رقم "17" : مدى سهولة إيجاد رقم مركز الاتصال/ عنوان موقع البوابة على الإنترنت  
مدى سهولة إيجاد رقم مركز الاتصال/ عنوان موقع البوابة على الإنترنت

■ سهل جداً إيجاده

■ بذل جهد للبحث وإيجاده



عينة البحث : كل المبحوثين ( 400 )

- لوحظ أن المبحوثين واجهوا صعوبة أكبر عند البحث في الإنترنت للدخول إلى موقع بوابة الحكومة الإلكترونية مقارنة بالرقم المجاني بنسبة ( 9% مقابل 15%).

➤ في المتوسط شعر أكثر من 93% من المبحوثين بالرضا وأن أداء المعاملات على البوابة الوطنية وفق توقعاتهم

رسم توضيحي رقم "18": العوامل الفرعية الرئيسية للمعاملة  
معاملة انجاز الخدمات الإلكترونية - العوامل الفرعية الرئيسية

مركز الاتصال ■ الانترنت



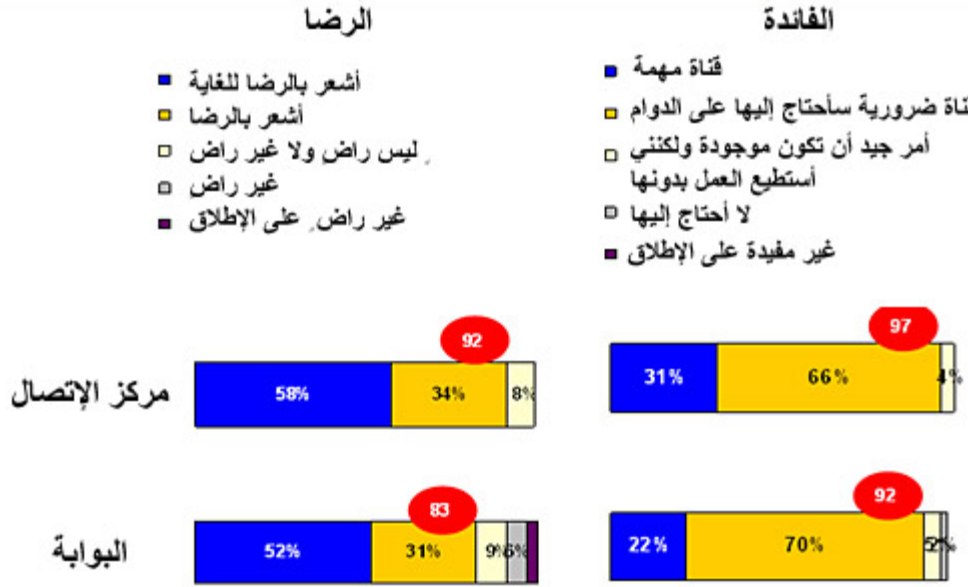
عينة البحث : كل المبحوثين ( 400 )

- يمكن ملاحظة حصول الانترنت على معدلات أعلى عن مركز الاتصال بالنسبة إلى جميع العوامل الفرعية المحددة، ويرجع أحد أسباب ذلك إلى أن المبحوثين أثناء تصفحهم تمكنوا من الحصول على ما يبحثون عنه تماماً بدلا من شرح احتياجاتهم لمركز الاتصال.
- فيما يتعلق بالعوامل الفرعية الرئيسية، اتفقت نسبة أكبر من المبحوثين المشاركين في البحث مع الرأي القائل أن المعاملة كانت سهلة بنسبة (94%)، ويوضح ذلك عموماً إمكانية أن تكون الخدمات غير مزعجة وبسيطة مقارنة بالوسائل الأخرى. وقد حصل مركز الاتصال على معدلات أعلى عند طرح السؤال: " هل كانت الخطوات المتبعة واضحة بنسبة ( 93% مقابل 90% ) ، وقد يعزى ذلك إلى أن التحدث إلى عامل مركز الاتصال مباشر وأن الاستفسارات المقدمة تتم الإجابة عليها فوراً، ما يوفر على المستخدم الخطوات الخاصة بقنوات الاتصال الأخرى.

## 11.0 فائدة قنوات الاتصال المتاحة ومدى الرضا عنها

- أكثر من 92% من المبحوثين شعروا بضرورة وأهمية البوابة الوطنية، ومركز الاتصال، والقنوات.
- أكثر من 83% من المبحوثين راضين عن قنوات البوابة الوطنية، ومركز الاتصال.

رسم توضيحي رقم "19" : فائدة قنوات الاتصال المتاحة ومدى الرضا عنها



عينة البحث : كل المبحوثين ( 400 )

- بقدر أهمية فائدة مركز الاتصال فإن نسبة 97% تقريبا من المبحوثين في هذا البحث يقيمونها بمعدل عال، حيث يعتقد 31% منهم أنها قناة مهمة و 66% أنها ضرورية وأنهم يحتاجون إليها دائما.
- يحتاج مستوى الرضا عن الإنترنت للزيادة لأن هنالك مجالاً للتحسين، وتحتاج الخطوات للتيسير أكثر، وتحتاج الواجهة أن تكون جذابة ومحبة وسهلة حتى يشعر المستخدمون بالرضا عند استعمالها.

## 12.0 النتائج والتوصيات

تقدم دراسة البحث عرضاً للوعي والاستخدام والرضا للمبادرات الالكترونية للعملاء باختلاف شرائحهم من "المقيمين" و "الشركات" و " موظفي الحكومة". يتعامل ثلاثة أرباع (¾) المقيمين تقريباً مع الجهات الحكومية على الرغم من أن تكرار التعامل ربما يختلف بالنسبة للشركات بحسب الحاجة، ويتعامل جميع العملاء تقريباً مع الجهات الحكومية على الرغم من إمكانية التفاوت في هذا التعامل حسب الحاجة.

يعتبر الوعي والمعرفة بالنسبة للقنوات البديلة في مراجعة الدوائر الحكومية مرتفعاً، إلا أن مستوى الاستخدام متدن بين المقيمين ومرتفع بين عملاء الشركات. وقد وجد أن مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل المقيمين وعملاء الشركات محدود للغاية. كما وجد أن الوعي واستخدام المبادرة الالكترونية في القطاع الحكومي يكون أعلى على نحو طفيف، وليس الجميع على علم ومعرفة بالخدمات التي تقدم من خلال الخدمات الالكترونية. يعتبر الاستخدام الشخصي وكذلك الاستخدام للأغراض الرسمية عاليين إلا أنه ما زال يحتاج إلى تحسين أكثر في تسليم الخدمات.

أظهرت التحليلات أن مستوى فهم المواطنين المرتفع للاستفادة من استعمال خدمات الحكومة الالكترونية وسهولتها قد عزز بشكل مباشر من رضاهم وتبنيهم على نحو جزئي لخدمات الحكومة الالكترونية، وكذلك بالنسبة إلى عملاء الشركات، إلا أن مستوى تبني الحكومة الالكترونية موجود ضمناً. بالأخذ في الاعتبار المناقشات مع قيادة الحكومة الالكترونية من أجل تحسين أكثر وتبني فعال للخدمات الالكترونية وانتشار الوعي والاستعمال، فإنه بالإمكان النظر في التوصيات التالية:

### التوعية:

- ينبغي القيام بحملات توعية استقطاب واسعة، واستهداف للمستخدمين المحتملين لإبلاغهم بشأن الفوائد الحقيقية التي سيجنونها من استخدام الخدمات. كم ينبغي كذلك استهداف العملاء الذين يبحثون عن الراحة بعدم الذهاب إلى جهة تقديم الخدمة الفعلية ولكنهم مازالوا يتواصلون بدنياً معها.
- يمكن أن يلعب المقيمين المستخدمين / الذين استخدموا الخدمات دوراً رائداً في التوعية والترويج لفوائد خدمات الحكومة الالكترونية. أما بالنسبة لشريحة الشركات فيمكن أن تلعب الكبيرة منها دوراً رائداً في التوعية والترويج لخدمات الحكومة الإلكترونية.
- بصورة عامة يمكن استهداف الإناث المقيمت اللاتي يتدنى نسبياً لديهن استخدام الخدمات الالكترونية بتنويرهن عن فوائد هذه الخدمات وأهميتها في نشاطاتهن اليومية.
- ينبغي استغلال الاستخدام والدخول للموقع الالكتروني على الانترنت وسهولة الوصول إليه بالنسبة إلى المقيمين من أجل خلق وعي ومعرفة أكثر وسطهم برقم الاتصال المجاني والأكشاك الجديدة التي يتم إطلاقها حديثاً والتواصل من خلال الهاتف النقال.
- ينبغي استخدام الإذاعة بطريقة أفضل لكونها وسيلة اتصال فعالة وقناة شعبية تصل إلى كافة شرائح المقيمين.
- ينبغي على الدوائر الحكومية توجيه الموظفين الجدد والقادمي، لأن سنة من عمر الخدمات الالكترونية لا توفر الوعي والمعرفة الكافية بالمبادرة الجديدة.
- بالنسبة للشريحة الحكومية، يمكن تعزيز حملات توعية بالخدمات المتوفرة في الإدارات من خلال الاجتماعات/الجمعيات العمومية، حيث كلما تكرر سماعهم عن هذه الخدمات كلما أصبحت مألوفة لهم.

### تحسين وتنقيح الخدمة:

- ينبغي أن يتم التركيز على نظام التعامل مع الشكاوى، وأن يتم تطبيق نظام أسرع للتعامل مع الشكاوى يوفر نتيجة أفضل عند التعامل مع الشكاوى. وللحصول على نتائج بشعور أكبر بالرضا ينبغي التأكد من أن التسليم النهائي للخدمات يتفق مع توقعات المقيم والعميل.
- من أهم أولويات شريحة الحكومة التركيز على تحسين أية نشاطات تم القيام بها؛ مثل الاستمرار في تدريب الموظفين لضمان تحقيق الوعي والمعرفة الشاملة بالخدمات ومن ثم تطوير مستويات الكفاءة في الأداء لتقديم خدمات ذات جودة ونوعية عالية لا تقديم خدمة سريعة فحسب.

### الحاجة إلى التقييم:

- ينبغي أن يتم تحديث أو تحسين الخدمات المستعملة بما يتوافق مع المتطلبات. ولأن عدداً كبيراً من الناس على دراية بهذه الخدمات، فهناك احتمال في التحول من الوعي إلى الاستخدام بالنسبة لكل من المقيمين وعملاء الشركات.
- هنالك حاجة للتركيز على النشاطات الموجودة والمبادرات من خلال مراقبة مستوى الرضا لكل خدمة تتم الاستفادة منها من قبل الشريحة الحكومية لضمان المحافظة على مستويات الرضا الأولية، والإبقاء عليها وتحسينها وأن يتم مشاركة نتائج الرضا تلك مع الدوائر المعنية حتى يتم استخدامها لأجل تخطيط وتنفيذ نواحي تحسينية إضافية .

### مشروع بناء القدرات:

- حوالي 34% من المشاركين في البحث كانوا على دراية بخدمات الحكومة الالكترونية لكنهم لم يستخدموها. وتشير البيانات إلى أن غير المستخدمين من فئة كبار السن وأغلبهم من النساء ومن الذين لا تتوفر لديهم خدمة الانترنت وأقل تعليماً ومن الفئات الاجتماعية منخفضة الموارد، لذلك ينبغي تركيز الجهود لإدخال جميع شرائح المقيمين في استخدام الخدمات الالكترونية لأن البنية التحتية الالكترونية والوعي والمعرفة القليلة في استخدام الكمبيوتر والانترنت قد تكون عوائق محتملة في طريق استخدام الخدمات الالكترونية، إلا أنه مع إمكانية التعزيز والبناء يمكن أن يستخدم المشاركون في البحث الأبحاث والتقنيات مراكز الخدمة العامة.
- ينبغي الاهتمام ببناء قدرات الموارد البشرية أو الموظفين الإداريين بالشركات لتشجيعهم على استخدام الخدمات الالكترونية.
- ينبغي وضع حوافز لاستخدام الخدمات الالكترونية بتوفير ربط مجاني أو مدعوم للإنترنت للتشجيع على استعمال الكمبيوتر والانترنت وسط الشركات.
- العديد من الموظفين الذين اعتادوا لسنوات عديدة على العمل بدون استخدام الكمبيوتر. الخ ويشعرون براحة أكثر مع الأساليب المعتادة بدون القنوات الالكترونية، يصعب عليهم التأقلم مع المبادرة الجديدة والتي تعتبر بديلاً مفاجئاً للأساليب التي اعتادوا عليها، ولذلك قد يبدوا من الصعب أن يلبي مثل هؤلاء الموظفون توقعات النظام، ووفقاً لذلك يجب تدريبهم تدريجياً وبوجه كافٍ وسهل بالخدمات الإلكترونية/ القنوات.
- إضافة إلى ما ذكر أعلاه ، ينبغي تقديم برنامج تدريبي يحوو الأمية في استخدام الكمبيوتر وسط الموظفين الذين يؤدون الأعمال بالطرق اليدوية حتى يتكيفوا مع استخدام الخدمات الالكترونية.