

## معايير مقترحة لقياس جودة عينة من المواقع العربية الالكترونية في مجال المعلومات الإدارية

أ. هاني عبدالكريم صالح العريفي  
قسم الإدارة العامة  
كلية إدارة الأعمال  
بريد إلكتروني: [hanialarify@gmail.com](mailto:hanialarify@gmail.com)

د. عثمان بن إبراهيم السلوم  
قسم نظم المعلومات الإدارية  
كلية إدارة الأعمال  
بريد الإلكتروني: [alsallom@ksu.edu.sa](mailto:alsallom@ksu.edu.sa)  
موقع إلكتروني: <http://faculty.ksu.edu.sa/alsalloum>

(قدم للنشر ١٢/٢/١٤٣٢هـ؛ وقبل للنشر ١٥/٥/١٤٣٢هـ)

الكلمات المفتاحية: جودة، معايير، مواقع عربية، مواقع إدارية، تقييم، قياس، تقييم، ويب، إنترنت، شبكة معلومات، معلومات إدارية، إدارة الأعمال، علوم إدارية، تكنولوجيا المعلومات، تقنية المعلومات، الاتصالات، مؤشر، مستخدم. دراسة، بحث، تصميم، محتوى

ملخص. يهدف هذا البحث إلى إيجاد معايير محددة لقياس مدى جودة المعلومات الإدارية العربية الموجودة على الويب من وجهة نظر المستخدم والإدارة. حيث يقوم البحث بدراسة المعايير المستخدمة في الدراسات السابقة لتقييم المواقع العربية بشكل عام ومقارنتها و تطبيقها على عينة من مواقع جهات متخصصة في تزويد المستخدمين بالمعلومة الإدارية. ويقترح البحث معايير جديدة و مرتبه حسب أولوية مختلفة يمكن استخدامها في تقييم المواقع الإدارية العربية على الويب.

### مقدمة

كما أن الاقتصاد العالمي الجديد أو الاقتصاد الرقمي المبني على المعلومة وسرعة الوصول إليها سيفتح آفاقاً جديدة في مستقبل التجارة والأعمال، بما يمتاز من زوال لأهمية الزمان والمكان من خلال توظيف ثورة الاتصالات وما يلازمها من تكنولوجيا المعلومات. إن العقد الأخير من القرن العشرين شهد

لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عجلة الحياة في عالم الاقتصاد والأعمال في عصرنا الحالي، ولم تترك مجالاً من مجالات الحياة المختلفة إلا دخلته، بل أصبحت أداة العصر الحديث التي لا يمكن الاستغناء عنها في كثير من الميادين والمجالات.

هذه المعلومات من مواصفات و محتوى تقدم من خلاله المعرفة للمجتمع العربي، ناهيك عن أن وسيلة التواصل الأعلى كفاءة في العصر الحالي بين الشركات و العملاء هي المواقع الالكترونية لتلك الشركات. وهذا ما يجعلنا نقف عند ضرورة توفير المعلومة بالشكل و الجودة التي تضمن صدق التعامل مع العميل و ما يترتب عليه من ثقة العميل بتلك الهيئات و المواقع الإدارية و ما تقدمه من معلومات عبر مواقعها الالكترونية.

مما سبق نجد أن مشكلة الدراسة تتلخص في الأسئلة التالية:

- ١- ما هي المعايير التي يمكن أتباعها في تقييم جودة المعلومات الإدارية على المواقع الإلكترونية العربية بشكل عام.
- ٢- ما هي المعايير التي يمكن أتباعها في تقييم جودة المعلومات الإدارية على المواقع الإلكترونية العربية من وجهة نظر إدارية في المؤسسات التي تملك تلك المواقع؟
- ٣- ما هو تقييم المستخدم لتلك المعلومات الإدارية من حيث الشكل و الجودة؟

#### أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أنها تقدم مسحا للأدبيات التي تطرقت إلى جودة المعلومات الإدارية على الانترنت و محاولة مقارنة هذه الدراسات و العمل على إيجاد نموذج متكامل يمكن الاعتماد عليه في عملية تقييم جودة المعلومات الإدارية على الانترنت في المواقع العربية بشكل عام، حيث تعتبر الدراسات التي استهدفت المواقع العربية نادرة و كان اتجاه الدراسات السابقة في الغالب يهدف إلى تقييم جودة المعلومات بشكل عام دون التطرق بشكل مباشر إلى المواقع العربية

تطورًا كبيرًا وسريعًا للمواقع الإلكترونية التي تعرض مليارات الصفحات حول مواضيع مختلفة ومتباينة (عبد الحميد ٢٠٠٧). لذلك أصبح من الضروري على كل الشركات والمؤسسات في ظل العولمة والتنافسية العالمية، أن تلج في ركب التكنولوجيا وعالم المعرفة والاتصالات، حتى تسير في ركب الشركات والمؤسسات العالمية العملاقة التي تجاوزت مفهوم الحدود ببعديه الزماني والمكاني (أبو الرب وحسن ٢٠٠٦). وحيث إن الثورة الرقمية المعلوماتية أصبحت عنوان الاقتصاد العالمي الجديد بما يصاحب هذا الكم الهائل من المعلومات غياب شبه كلي لضوابط الجودة ومصداقية المصادر يضع المستفيدين من هذه الشبكة أمام إشكالية حقيقتها تتعلق بمسألة التمييز بين مختلف المعلومات المعروضة في هذه المواقع. إن شبكة الانترنت تزخر بمواقع عديدة للكثير من المؤسسات التربوية والبحثية والتعليمية إضافة إلى مواقع شركات و مؤسسات حكومية وغير ربحية، وهناك تفاوت كبير بين المواقع التي تنشر تلك المعلومات، حيث خرجت دراسة حافظ و الضحوي إلى انه لا بد من الخروج بقائمة تفصيلية بالمعايير التي يمكن تطبيقها لتقييم مواقع الإنترنت (حافظ و الضحوي ٢٠٠٧).

#### مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في حقيقة أن الانترنت يتيح إمكانية نشر أي معلومات بصرف النظر عن مجالها أو أهميتها للجمهور المستهدف لكونها متاحة لأي شخص في أي موقع في العالم يستطيع استخدام جهاز الحاسب ويتمكن من الدخول على مواقع الإنترنت. و في ظل هذا الواقع كان لا بد من تقييم منهجي لجودة المعلومات المتاحة على المواقع الإدارية العربية و ما تحمله

المواقع العربية المحلية قد بلغ حتى نهاية عام ٢٠٠١ ما يقارب ٩٢١٦ موقعاً، بما يمثل نسبة ٠,٠٢٦ في المائة من إجمالي عدد المواقع العالمية البالغ عددها ٣٦ مليون موقع، حسب إحصائية «دومين ستيت دوت كوم» في يناير (كانون الثاني) ٢٠٠١. و يعني بالمواقع المحلية تلك المواقع التي تنتهي بالامتداد sa التي تدل على المواقع السعودية أو ae التي تدل على المواقع الإماراتية وخلافها، فيما توجد مواقع عربية وعالمية مسجلة على المستوى العام المعروف بالامتداد com أو Net أو edu أو org وما إلى ذلك، التي لا ترتبط بالمواقع المحلية بل بنوع نشاط و أشار الباحث إلى أن المواقع الالكترونية في الدول العربية تتميز بقلتها مقارنة مع مثيلاتها في الدول الأجنبية، حيث ذكر ان المواقع العربية تصنف ضمن اللغات الأخرى التي تمثل معاً بأقل من ٤ في المائة، مما يعني أن المحتويات العربية هي أقل من نصف بالمائة مقارنة على سبيل المثال مع اللغة الكورية والتي تمثل ١,٣ في المائة. وأضاف انه لا وجود لإحصائيات دقيقة حول عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي، مما يعني عدم وجود دراسات دقيقة يعتمد عليها، رغم أن مستقبل صناعة الاقتصاد سيعتمد هذا الجانب بشكل مباشر في المستقبل القريب، وهذا ما يحتم إيجاد دراسة بحثية دقيقة.

و قد بينت دراسة الهادي و صالح (٢٠٠٩) أن معايير ضبط جودة المحتوى المتاح على شبكة الويب تختلف تبعاً لنوع صفحات تلك المواقع والهدف منها. كما ذكر أن هناك أنواعاً مختلفة من المحتويات الالكترونية المعروضة على شبكة الانترنت وهي كما استعرضها الباحثان صفحات طرح و مناقشة الآراء و غالباً ما تلقى هذه الصفحات الرعاية والمساندة من

والإدارية. و في الجانب الأخر ستقوم هذه الدراسة بتطوير نموذج متكامل لتقييم جودة المعلومات الإدارية على المواقع الالكترونية من وجهة نظر إدارية ومن وجهة نظر المستخدمين لتلك المعلومات. أهداف الدراسة:

إن التطور السريع في الاقتصاد العالمي المفتوح و الانتشار في المعلومات عبر مواقع الانترنت وما يتعلق به من أبعاد منها جودة المواقع والخدمات الإلكترونية على شبكة الإنترنت أدى إلى وجود العديد من التساؤلات فيما يتعلق بجودة المعلومات أو المحتوى الإلكتروني في المواقع العربية الإدارية الالكترونية نظراً إلى خصوصية الثقافة العربية. جاءت هذه الدراسة لاستطلاع الدراسات السابقة و المقارنة فيما بينها و إيجاد نموذج يتم من خلاله استهداف المعلومات الإدارية في المواقع العربية و تقييم جودتها في أبعادها المختلفة من وجهة نظر إدارية و وجهة نظر المستخدم لتلك المعلومات ولتحقيق هدف البحث، تم اعتماد منهجية بحث واستقصاء متكاملة من حيث مراجعة وتحليل شريحة واسعة من الأبحاث والدراسات الحديثة ذات العلاقة بموضوع البحث.

### أدبيات البحث

الأحمدي (٢٠٠٢)

أشار الباحث إلى أن الدراسات الإحصائية المنتشرة على شبكة الانترنت التي اعتمدت على العديد من المصادر كالمراكز البحثية والمجلات المتخصصة والنشرات الصادرة من الشركات والقطاعات المحلية العالمية المعتمدة لتسجيل أساء النطاقات (والتي لا نجدها على مواقع الهيئات العربية المسؤولة بشكل مباشر أو غير مباشر عن الإنترنت)، دلت على أن عدد

التي تستخدمه من مستوى ثقافي و تعليمي للجمهور المستفيدين.

استطرد الباحثان في اعتبار أن كل فقرة يتم التعرف عليها من خلال مجموعة من الأسئلة و التي تمكن من قياس تلك الصفة، و في هذا المجال نجد إن معظم الدراسات السابقة حولت المعايير إلى مجموعة من الأسئلة المستخدمة لقياس معايير الجودة في المحتوى الالكتروني على شبكة الويب.

ذكرت دراسة (أبو الرب و حسن، ٢٠٠٦) أن السنوات الماضية شهدت انتشاراً واسعاً لشبكة الإنترنت، ونمواً هائلاً بعدد المواقع الإلكترونية وما صاحبها من نشرها لكميات هائلة من المعلومات، بحيث أصبحنا نعاني من ظاهره جديدة هي تضخم المعلومات، أدى إلى الاهتمام بجودة المواقع الإلكترونية وما تقدمه من خدمات. كما أن ضمان جودة المواقع الإلكترونية ليس بالأمر السهل، فالمعايير التي يمكن أن تحدد ذلك تختلف باختلاف الموقع وطبيعة الخدمات التي تقدمها، وعلى هذا الأساس جاءت العديد من الدراسات الخاصة بتقويم جودة المواقع الإلكترونية بناءً على الخدمة المقدمة. و قد صنف الباحثان الدراسات السابقة في هذا المجال حيث يرى الباحثان أن بعض الدراسات قد ذهبت إلى تقويم جودة المواقع الإلكترونية للأعمال والشركات التجارية، فيما ذهبت دراسات أخرى إلى تقويم جودة المواقع الإلكترونية لمواقع الحكومات الإلكترونية، بينما قامت دراسات أخرى بتقويم جودة المواقع الخاصة بالبنوك والأعمال المالية، كما وقام عدد من الباحثين بتقويم جودة المواقع الخاصة بالجامعات والمؤسسات التعليمية. إضافة إلى ذلك، قام آخرون بتقويم مواقع إلكترونية تقدم أنواعاً أخرى من

قبل منظمات تتعامل مع الرأي العام أو تدعو إلى أفكار وتوجهات محددة. كذلك مثل صفحات الأعمال والتسويق والجهات التي تقدم هذه الصفحات أما تكون جهات تجارية أو مهتمة بإدارة الأعمال وتعمل على ترويج سلع معينة أو التعامل التجاري مع جهات محددة، و صفحات الإخبار والتي تقدم من قبل جهات تجارية علمية أو حكومية وتمثل في توفير أسرع تغطية إخبارية ممكنة للإحداث. وهناك نوع آخر من المحتوى الالكتروني وهي صفحات تقديم المعلومات والتي من خلالها يمكن التعرف على المعلومات والإحصاءات والحقائق ذات الطابع التعليمي وتتبع مؤسسات تعليمية أو أكاديمية، بإضافة إلى ذلك المواقع الشخصية و التي تقدم أفراد بصفة شخصية دون أن يكون لمنظمة أو جهة معينة سلطة عليها.

كما قام الباحثان بتطوير نموذج لمعايير ضبط الجودة للمحتوى الالكتروني في المواقع الإلكترونية: وكانت المعايير التي يجب توافرها في مختلف أنواع المواقع من وجهة نظر الباحثين هي المعايير التالية:

١- السلطة الفكرية والمقصود هنا هي المسؤولية المباشرة عن المحتوى الفكري سواء كان شخصياً أو مؤسسة او جهة معينة. ويتم تقويمها من خلال المستوى العملي و الخبرات السابقة لمن يقدم الإطار و المحتوى الفكري.

٢- الدقة ويقصد بها الاشتغال على عدة عوامل تختص بالجودة منها الخلو من الأخطاء الكتابية أو الأخطاء بالتاريخ أو الأخطاء الإحصائية.

٣- الحدائة المعاصرة وهي مقدار مجارة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي الذي بدوره يتوقف على الهدف من المحتوى.

٤- الملائمة وهي مقدار مناسبة المحتوى للفئة المستهدفة

### أولاً: جودة المحتوى

ويمكن إجمال مؤشرات جودة المحتوى بما يأتي:

- ١- التحديث: حداثة المعلومات على الموقع
- ٢- مدى صلة الموقع بالشركة: مدى صلة الموقع بالشركة أو المؤسسة من حيث المحتوى والشمولية والتفصيل في المعلومات.
- ٣- تعدد اللغات والثقافة: توفر التصفح بأكثر من لغة، ومراعاته لاختلاف ثقافة الزبائن بغض النظر عن الدولة التي يتتبعونها إليها.
- ٤- تنوع أسلوب العرض: عرض المعلومات بأشكال مختلفة.
- ٥- الدقة: دقة المعلومات.
- ٦- الموضوعية: الموضوعية في عرض المعلومات.

- ٧- المسؤولية: مدى ثقة المستخدم بالمعلومات الواردة في الموقع

### ثانياً: جودة التصميم

ويمكن إجمال مؤشرات جودة التصميم بما يأتي:

- ١- الجاذبية: جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع.
- ٢- الملائمة: ملائمة التصميم والصور المستخدمة فيه لنوع الخدمة التي يقدمها الموقع.
- ٣- اللون: خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم.
- ٤- الفيديو والصوت والصورة: خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات الموقع.
- ٥- النص: خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع.

الخدمات، مثل المواقع الإلكترونية الخاصة بالمزاد العلني، أو التسوق الإلكتروني، ونحوه. حيث يرى الباحثان أن تنوع الدراسات جاء وفقاً لتنوع المواقع الإلكترونية وطبيعة الخدمات التي تقدمها وصاحب ذلك اختلاف للمعايير المستخدمة في عملية التقييم، إلا أن ما تتصف به معظم هذه الدراسات كما ذكر الباحثان هو استخدام الأسلوب الوصفي غير القابل للقياس بشكل كامل، وعدم الاعتماد على معايير كمية واضحة قابلة للقياس باستخدام مؤشرات وأوزان محددة. إضافة إلى أن الدراسات السابقة اتصفت في معظمها بتقييم نوع معين من المواقع الإلكترونية دون تقديم معايير موحدة وشاملة لجميع المواقع الإلكترونية وما تقدمه من خدمات.

و بعد أن قام الباحثان بمسح مجموعة من الدراسات السابقة، من خلاله قاما بتطوير نموذج شمولي يمكن الاعتماد عليه لتقييم جودة المواقع العربية على الانترنت و قد حاولت الدراسة في هذا الإطار التكامل بين الدراسات المتوافرة حول جودة المواقع الإلكترونية والخبرة النظرية والعملية للباحثين، للوصول إلى معايير دقيقة وواضحة تتسم بالشمولية والموضوعية والمرونة لتقييم جودة الخدمات الإلكترونية لمواقع الإنترنت. ويتكون الإطار المقترح من أربعة عناصر رئيسية، هي: المحتوى، والتصميم، والتنظيم، وسهولة التعامل. بالإضافة إلى أنه ينبثق من كل عنصر من عناصر التقييم مجموعة من المؤشرات المستخدمة في تقييم جودة الموقع الإلكتروني وصولاً إلى موقع إلكتروني مثالي. و يلخص النموذج التالي العناصر التي يقاس بها مدى جودة المحتوى الإلكتروني.

## ثالثاً: جودة التنظيم

ويمكن إجمال جودة التنظيم بما يأتي:

- ١- الفهرس: احتواء الموقع على فهرس أو وصلات لجميع صفحات الموقع من الصفحة الرئيسة.
- ٢- خريطة الموقع: خريطة مناسبة للموقع، ووصلات في كل صفحة لسهولة التصفح.
- ٣- الاتساق: اتساق وتوافق جميع الصفحات في طريقة عرضها.
- ٤- الروابط: عمل الروابط والوصلات بشكل صحيح ووجود روابط مساعدة في كل صفحة، بحيث يتم الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح.
- ٥- الشعار: وجود شعار الشركة أو المؤسسة في مكان واضح على كل صفحة من صفحات الموقع.

## رابعاً: جودة سهولة التعامل

- ويمكن إجمال مؤشرات جودة سهولة التعامل بما يأتي:
- ١- السهولة: سهولة استخدام الموقع، وإيجاد المعلومات، والتصفح فيه.
  - ٢- الاعتمادية: مناسبة عنوان وخصائص الموقع للموقع وطبيعته.
  - ٣- الميزات التفاعلية: وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، وبرنامج مساعدة لمساعدة المستخدمين، وأدوات اتصال وتغذية راجعة بين المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة.
  - ٤- الأمان والخصوصية: للحصول على ثقة المستخدمين من خلال أمان العمليات والخدمات المقدمة، إضافة إلى الحفاظ على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم.
  - ٥- التكيف وفق الحاجة: عملية تكيف محتوى الموقع حسب رغبة وحاجة مستخدم معين.

كما هدفت دراسة حافظ (٢٠٠٧) إلى استخلاص

المعايير ذات العلاقة المباشرة بتقويم مصادر المعلومات على الإنترنت لأغراض بحثية، حيث تعد الأساس لبناء قائمة المعايير الإرشادية للباحثين، و من هذه المعايير والتي تفيد دراستها في هذا المجال ذكر الباحث المعايير الصادرة عن الجمعيات المهنية المكتبية، حيث أن جمعية الكليات والمكتبات البحثية (Association of College & Research Libraries) وهي تابعة لجمعية المكتبات الأمريكية (ALA-American Library Association) تقدم خمسة معايير لتقويم الوثائق على الإنترنت، وهذه المعايير كالتالي:

- ١- دقة وثائق الويب Accuracy of Web Documents: ويشتمل هذا المعيار على عدة أسئلة: من كاتب الوثيقة؟ وهل يمكن الاتصال به؟ ما الغرض من الوثيقة ولماذا كتبت؟ هل كاتب الوثيقة مؤهل للكتابة؟
- ٢- المسؤولية الفكرية للوثيقة Authority of Web Documents: من هو ناشر الوثيقة وهل هو منفصل عن مدير الموقع؟ من خلال التدقيق في مجال الوثيقة ما نوع المؤسسة الناشرة؟ هل تدرج مؤهلات الناشر؟
- ٣- موضوعية وثائق الويب Objectivity of Web Documents: هل يتضح هدف وغرض الصفحة؟ هل المعلومات مفصلة؟ ما الآراء التي يبديها المؤلف؟
- ٤- حداثة وثائق الويب Currency of Web Documents: متى كتبت الوثيقة؟ متى آخر تحديث لها؟ ما مدى حداثة الروابط؟
- ٥- تغطية وثائق الويب Coverage of the Web Documents: هل الروابط تغطي كافة جوانب موضوع الوثيقة؟ هل المعلومات تقدم استشهادات صحيحة؟

التحيز؟ هل يرتبط بمواقع أخرى ذات علاقة؟ هل تتضح وجهات النظر؟ هل يتم تحديث المحتوى باستمرار؟ هل يقدم تغطية شاملة للموضوع؟ هل المصادر التي يقدمها أولية أم ثانوية؟ هل يتضمن مميزات إضافية مثل الكشافات، خرائط، رسوم بيانية؟ هل يحتوي المحتوى على وسائط مثل: رسوم، صور، فيديو، صوت وهل هي ذات مغزى؟

٦- الأداء Performance: هل يتم تحميل الصفحات بسرعة؟ هل يتيح الموقع خيار قراءة المحتوى بشكل نصي فقط؟ هل النسخة النصية مفهومة من غير رسومات؟ هل يتم تحميل الرسومات بسرعة؟ هل يتم الوصول إلى الموقع بسرعة؟

٧- الارتباط بموضوع البحث Subject Matter Connections: هل المحتوى ملائم وذو علاقة بالموضوع؟ هل المحتوى مميز وغير موجود في مكان آخر؟ هل الموقع يعرض فرص تفاعلية؟ هل المحتوى مرض للمستخدم؟ وفي دراسة لعبد الحميد (٢٠٠٥) ذكر الباحث

معايير أخرى لا بد من استقصائها لتقييم جودة المعلومات في المواقع الإلكترونية، حيث أنه ونظراً لحدثة نشأة الإنترنت كمصدر للمعلومات فإن الآليات الكفيلة بالتحكم الأمثل في هذا الفضاء لا تزال غير كافية، ونتج عن هذه الفجوة سلوك التحفظ من مصداقية هذه الشبكة من جهة، ومن جهة أخرى عدم إمكانية الاستغناء عن هذا المصدر الذي لا يضاويه أي مصدر آخر على الأقل فيما يخص جوانبه الإيجابية. إن هذا التناقض أفضى إلى فرض التقييم كمنهج ووسيلة للتحكم في عملية انتقاء المعلومات الواردة في مختلف المواقع.

كما ذكر عبد الحميد (٢٠٠٥) أنه وبحكم أن الجودة ظاهرة معقدة فإن المعايير التي تحددها تختلف

ومن جهة أخرى ذكر الباحث أن الجمعية الأمريكية لمدارس المكتبيين (AASL American Association of School Librarian) التابعة لجمعية المكتبات الأمريكية ALA قد أعدت قائمة تتضمن عدة تساؤلات لتقويم مواقع الإنترنت، هذه التساؤلات تندرج تحت رؤوس موضوعات تعد معايير للتقويم وهي:

١- معلومات عامة General Information: ماذا يوجد داخل الموقع من معلومات؟ ما نوع الموقع (تجاري، حكومي، أكاديمي، شخصي)؟ ما هو شكل العرض الذي يعتمده الموقع؟ كيف تتفاعل الرسومات مع النص؟... إلخ.

٢- المسؤولية الفكرية Authority: هل يوجد غرض واضح للموقع؟ هل يتضح من المسئول عن المحتوى؟ هل توجد معلومات عن المؤلف؟ هل يوجد تاريخ لآخر تحديث؟ هل تتوفر معلومات للاتصال بمسئول الموقع؟ هل المسئول يريد الحصول على تعليقات المستفيدين لتحسين الموقع؟

٣- الشكل والتصميم Design/Style: هل شكل وتصميم الموقع يحسن من طريقة إيصال المعلومات؟ هل التصميم إبداعي؟ هل التصميم يعكس المحتوى؟ هل الموقع منظم بطريقة جيدة؟ هل التصميم يساعد على قراءة ما في الموقع بسهولة؟

٤- الإبحار Navigation: هل بالإمكان أن تتجول في الموقع بسهولة؟ هل الصفحة الرئيسة تحتوي على قائمة محتويات؟ هل توجد اختصارات أو أيقونات مباشرة للوصول إلى المحتويات؟ هل توجد روابط في كافة أقسام الموقع؟ هل الروابط مباشرة وتصل إلى المعلومات بشكل دقيق؟

٥- المحتوى Content: هل يحتوي الموقع على معلومات موثوقة ودقيقة؟ هل المحتوى خالٍ من

٥- التحيين: أن المعلومات تخضع لظاهرة التعطل أو التقادم عبر الزمن وكلما تقادمت المعلومات وبخاصة العلمية والتقنية كلما قلت قيمتها الاستعمالية و بالتالي ظهرت الحاجة إلى تحيينها أو استبدالها بمعلومات حديثة وجديدة.

٦- التغطية: من المهم جدا أن تكون المعلومات ملمة لكل جوانب الموضوع المدروس أما في حالة ما إذا كانت التغطية جزئية فهذا يستدعى من المستفيد أبحاث أخرى للحصول على بقية المعلومات التي يحتاج إليها وهذا على حساب وقت المستفيد.

٧- الصلة بالموضوع: إن العلاقة بين المعلومات وموضوع البحث أو الدراسة تحددها الصلة الوثيقة ومدى تطابق هذه المعلومات مع حاجيات المستفيد منها وكلما زادت هذه الصلة زادت قيمة المعلومات.

٨- المصداقية: سبق أن أشرنا إلى أن المعلومات المتداولة عبر شبكة الإنترنت لا تخضع لأي ضابط وعليه يمكن لأي شخص أن ينشر في أي موضوع وفي أي وقت وفي أي مكان، ومن هنا تولدت أزمة ثقة في مصداقية المعلومات مما يستدعى من صاحب الموقع أن يوضح ويبين جملة من العلامات أو الإشارات الخاصة بصاحب الموقع منها المؤسسة أو الهيئة التي ينتمى إليها، السيرة الذاتية للشخص أو المؤسسة - الشهادات، الضمانات، وجود لجنة القراءة - مصادر المعلومات.

٩- الجدارة: يحدد هذا المعيار فيما إذا كانت المعلومات يمكن أن يعتمد عليها لإيجاد حل لمشكلة معينة علما أن المعلومات في شبكة الإنترنت كثيرة ومتنوعة منها- ما يتعلق بوقائع، وجهات نظر، قصص، إحصائيات...إلخ، كما تختلف الأهداف التي تسعى هذه المعلومات إلى تحقيقها فهناك ما يستعمل للإعلام أو الإقناع أو الدعاية أو الإشهار

حسب الأهداف وحسب المجالات، وأضاف الباحث انه لا توجد هناك صيغ نهائية لقياس جودة المعلومات إنما يوجد نوع من الإجماع حول بعض خاصيات المعلومات وهذه الخاصيات مجتمعة ومترجمة إلى معايير هي التي تحدد جودة المعلومات.

وبنا على ما تقدم فقد استعرض عبدالحميد (٢٠٠٥) معايير تقويم جودة المعلومات الإلكترونية والتي تتمثل فيما يلي:

١- القيمة الاستعمالية: بغض النظر عن شكل الوعاء أو المصدر أو النوع فإن الغاية من المعلومات هو الاستعمال وبذلك لا قيمة ولا معنى لأية معلومة إلا في حدود استجابتها الجزئية أو الكلية لحاجة المستفيد منها. وعلى هذا الأساس ينبغي عند تصميم المواقع الإلكترونية مهما كان نوعها أن يهتم صاحبها بالجمهور المستفيدين من هذا الموقع لضبط محتوى المعلومات الواردة فيه حسب حاجيات الجمهور المعني.

٢- أصالة المادة: لا قيمة لموقع يحتوي على معلومات سبق نشرها في مصادر أخرى باعتبار أن التطور يتوقف على مدى التجديد والإضافة في المعلومات وفي المعارف بشكل تراكمي ومستمر عبر الزمن، والمستعمل تشده تلك المواقع التي تضيف إلى رصيده من المعلومات والمعارف شيئاً جديداً وأصلياً بإمكانه أن يؤثر على تطوير مجال اهتمامه.

٣- الدقة: إن المعلومات الدقيقة توفر للقارئ الكثير من الجهد والوقت واستعمالها يفضي إلى نتائج وأحكام لا مجال فيها للتأويل.

٤- الصحة إن التمييز بين المعلومات الصحيحة والخطئة عملية انتقائية تعتمد أساساً على عامل التخصص كما يمكن أيضا الاستعانة ببعض المؤشرات الأخرى كالتجربة والمقارنة ونسبة الاستعمال... إلخ.



من خلال الوضوح في تصميم الموقع و خلق صورة صحيحة في أذهان المستفيدين من معلومات الموقع.

ثانياً: لا بد من اهتمام الموقع باستمرار لعملية التحديث وإظهار تاريخ المعلومة في كل صفحة حتى تشكل مرجعية التوقيت الصحيح بالنسبة للمستفيدين من الموقع.

ثالثاً: لا بد من ارتباط موقع الانترنت بروابط أخرى مثل البحث والقاموس حتى تمكن المستفيدين من إثراء الفائدة التي يحصلون عليها من خلال تصفحهم للموقع.

رابعاً: لا بد من توجيه جهد المصممين للمواقع بالالتزام بسياسات واضحة تجاه الروابط الخارجية بما يضمن الفائدة للمستفيدين من الموقع دون إيجاد نوع من التضارب أو الغموض في التصفح ما بين هذه الروابط.

خامساً: لا بد من وجود اهتمام واضح يستطيع المتصفح للموقع أن يدركه بتزويد الموقع بالمعلومات التي تتصف بأنها معلومات ذات طابع علمي واضح هدفها إثراء الإفادة لدى المتصفح.

سادساً: على المواقع المتميزة أن تهتم بعرض معلوماتها بلغة تمكن المتصفحين من فهمها وذلك من خلال استخدام اللغة الانجليزية مضافاً إليها اللغة الأم للبلد المنشأ لتلك المواقع.

وقد استعرضت دراسة (Zakaria et.al) (٢٠٠٣)

الأبعاد الثقافية في منطقة الشرق الأوسط والتي من شأنها أن تحدد طبيعة المعلومات التي تتبناها أنظمة تكنولوجيا المعلومات وبينت الدراسة انه لا بد من مراعاة الجانب الثقافي في المتصفحين لمواقع الانترنت وأنظمة المعلومات بشكل عام وذلك حتى تحقق القدرة على التواصل مع المتصفحين وتحقيق الغاية

أو المعارضة... إلخ، وإلى جانب هذا التنوع تتدرج مستويات الجدارة بين الحد الأعلى والحد الأدنى.

١٠- الموضوعية: لأسباب نفعية اقتصادية أو نفسية فإن الكثير من المواقع الإلكترونية تعرض معلومات يطنى عليها الجانب الذاتي، لهذا ينبغي توخي الحذر عند زيارة هذه المواقع تحرياً للموضوعية التي تعتبر أساس جودة المعلومات المستعملة. وإذا كانت هذه المعايير كفيلة لتوخي جودة المعلومات الإلكترونية فإن مسألة تطبيقها تبقى إشكالاً قائماً وخاصة بالنسبة لكثير من زوار المواقع الإلكترونية الذين لا يملكون المعارف الكافية التي تؤهلهم لانتقاء أفضل المعلومات وأجودها. وهنا يأتي دور الوسطاء من مكاتبين ومعلوماتيين الذين تقع على عاتقهم مسؤولية التفكير في إيجاد الحلول المناسبة أو الآليات اللازمة للتحكم في مسألة جودة المعلومات.

واستهدفت دراسة Davarpanah & Khaleghi

(٢٠٠٦) جودة المعلومات المتواجدة في المواقع الإيرانية ومن خلال إجراء مقارنة بين جودة المعلومات في المواقع الخاصة والمواقع الحكومية أو الرسمية فقد كشف الباحث بان المواقع الحكومية تتميز بمصداقية أعلى في معلوماتها المنشورة من تلك المعلومات المنشورة على المواقع الخاصة.

ذكر الباحث أن هذه الدراسة اعتمدت على استخدام نموذج معد في دراسات سابقة لتقييم جودة ومصداقية المعلومات المتواجدة على المواقع الإيرانية. وخلصت الدراسة إلى أن المعايير التالية لا بد من استخدامها لتطوير مواقع على الانترنت تتميز بجودة ومصداقية وموثوقية عالية:

أولاً: على المواقع أن تزود المستفيدين بمعلومات تجذب اهتمامهم و توجه تفكيرهم إلى نشاط الموقع

مصرياً من مستخدمي الإنترنت خلال تسوقهم عبر الإنترنت. وتم تحليل النتائج باستخدام عدد من التقنيات الإحصائية بما فيها نموذج التوازن الهيكلية. وأسفرت النتائج عن أهمية دور التعود على التسوق عبر المواقع الإلكترونية وسمعة المحال والمخازن المعروضة على الإنترنت كعنصرين يشترط وجودهما مسبقاً لتحقيق الثقة بالإنترنت وأن العلاقة بين الثقة وهذان الشرطان هما أساساً في غاية الحساسية من الناحية الثقافية. مما يدل على أن المستخدم وإن كانت لديه الثقة بالموقع الإلكتروني الذي يقوم بترويج سلعة ما، هذه الثقة لا تحقق رغبة لديه ما لم تكن مرتبطة بتعود المستخدم أصلاً على التسوق عبر المواقع الإلكترونية وهذا جزء من القيمة الثقافية التي من خلالها يتم تقييم عملية التسوق على المواقع بأنها خبرة جديدة بالتجربة.

أما دراسة والش وأنتوني (٢٠٠٩) فقد قامت بتحقيق ثلاثة أهداف وهي، أولاً: التحقق من التحديات التي يتم مواجهتها عند استخدام أنظمة تسجيل للحوادث بطريقة إلكترونية. ثانياً: تقييم الطريقة التي يطبق فيها نموذج منع الفشل والتقدير. ثالثاً: التعرف على فوائد استخدام تكلفة الجودة في أنظمة تسجيل وتدوين الحوادث إلكترونياً.

من هذه الدراسة تبين أن هناك معايير خاصة بالجودة لتقييد الحوادث (المعلومات عن الحوادث) بطريقة الكترونية وأن هذه المعايير ومن وجه نظر الباحث كانت مرتبطة دائمة بتكلفة الجودة لتبني تلك الأنظمة الإلكترونية، ويرى الباحث أنه وبالرغم من أن ظاهر تكلفة الجودة يزداد كلما ارتفع مستوى

من خلال إرسال معلومة تستطيع الوصول إلى المتصفحين بما يتواءم مع طبيعتهم الثقافية.

كما هدفت دراسة كساب و ماكلخان (٢٠٠٩) إلى مناقشة مفهوم تعدد القنوات الخدمية التي يتعامل معها الزبائن بطريقة ترك أثراً في خبرته المتراكمة حول مؤسسة ما، والتحدي الذي تواجهه المؤسسة للتأكد من مساهمة هذه القنوات في مجال الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات بهدف بناء روابط وعلاقات جيدة مع الزبائن. وكما تهدف كذلك إلى محاولة استخلاص عدة مظاهر سلبية مثل (مشكلة توصيل أو تسليم الخدمة ودقة السجل والمنفعة ومقياسها) المستخدمة من قبل الزبائن في تقييمهم لتعدد القنوات الخدمية ولتحقق من تأثيرها على علاقات المؤسسة بالزبائن. وكما قاما بتطبيق عدة مقاييس خاصة بتعدد القنوات الخدمية التي تعود بالفائدة على عمليات تقييم الشركة من أجل البحث عن وسائل بديلة للتفاعل مع الزبائن، ومن هذه الدراسة نجد أنه لا بد من تصميم قناة للاتصال والتواصل ما بين المؤسسة والزبائن بطريقة تضمن قدرة المستخدم على تقييم تلك القناة بطريقة ايجابية مما لا يؤثر سلباً على المؤسسة التي تقوم بالترويج لسلعها عبر مواقعها الإلكترونية.

وقام السيد و اودين (٢٠٠٩) بدراسة تحليل وتحديد ردة الفعل الثقافية لاستخدام أنظمة التجارة الإلكترونية. وتلقي الضوء كذلك على دور الثقة وتجنب المجهول والاحتمالات واعتماد التسوق عبر محال ومخازن الإنترنت والسمعة كعوامل هامة مؤثرة في عملية إدراك الفئة المستهدفة للتجارة الإلكترونية. وقد تم استخدام مسح تجريبي مخبري لـ ٣٧٠ شخصاً

تسعى إلى استثمار تلك المواقع بما يحقق المنفعة للمؤسسات صاحبة المواقع الإلكترونية.

### التعليق على الأدبيات السابقة

كما سبق من الدراسات والأبحاث نجد أن جودة المحتوى الإلكتروني أو المعلومة على مواقع الانترنت (الويب) كانت محل اهتمام العديد من الدارسين، لما يشهده العالم اليوم من عولمة و تنافس شديد في الترويج للسلع والخدمات والأفكار والمفاهيم على حد السواء، وعند إجراء عملية المسح التحليلي لكافة المعايير التي طورت لتحديد جودة محتوى المعلومة أو المحتوى الإلكتروني، ونظراً لان هذه الدراسة معدة للتعبير عن معايير الجودة للمحتوى الإلكتروني في المواقع العربية فإنه ومن وجهة نظر الباحثان أن تقييم جودة الموقع الإلكتروني وما يحتويه من معلومات في المواقع الإلكترونية العربية إنما هو عملية معقدة. ولذلك فلا بد من اعتبار معايير محددة من خلالها يقوم المستخدم لتلك المعلومات بعملية تقييم للمواقع الإلكترونية العربية وما عليها من معلومات. ومما يجدر الاهتمام به هو بعد الثقافة العربية وخصوصيتها من ناحية لغتها ودينها وتقاليدها فالمحتوى الإلكتروني المقبول في ثقافة ما قد لا يكون مقبولاً في الثقافة العربية، وبما أن هذه الدراسة جاءت لتقييم جودة المعلومات في المواقع العربية من خلال أبعاد المحتوى والتصميم والتنظيم وسهولة التفاعل والاستخدام إلا أنه لا بد من تقدير بعد الثقافة العربية في عملية تقييم جودة المعلومات العربية.

الجودة المطلوب في تلك الأنظمة الإلكترونية إلا أنه بالفعل وعند تقييم الأمور من زاوية كفاءة تلك الأنظمة بتسجيل الحوادث والاحتفاظ بالمعلومات الخاصة عليها، نجد أن ارتفاع تكلفة الجودة إنما يقابله فائدة متراكمة تفوق تلك التكلفة في تقييد والاحتفاظ بمعلومات الحوادث إلكترونياً، وهذا مؤشر أن جودة المواقع الإلكترونية وإن ارتفعت إلا أن ارتفاعها يقابله فائدة تفوق في قيمتها تلك التكلفة.

وهدفت دراسة سلوان وآخرون (٢٠٠٩) إلى التحقق من موضوع تأثير استخدام التجارة الإلكترونية في أداء الأعمال في قطاع السياحة اعتماداً على نموذج التقييم الإلكتروني. تم تطبيق عملية المسح التقاطعي في ١٦٥ شركة ماليزية تعمل في قطاع السياحة بما في ذلك من (فنادق ومنتجعات ومستشفيات لها علاقة بالصحة السياحية) وذلك عن طريق توزيع استبيان معد خصيصاً لهذا الموضوع. وقد أثبتت النتائج بان الكفاءة التكنولوجية وحجم الشركة ونطاق عملها والاستثمار التكنولوجي عبر الإنترنت وضغط الكثافة والكتلة المتكاملة للاستخدام النهائي لها الأثر الكبير على استخدام التجارة الإلكترونية. وقد تم التوصل إلى أن الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية لها دور كبير في تحسين العلاقة بين استخدام التجارة الإلكترونية والأداء العملي.

وفما يلي نورد مسحا تحليلياً للمعايير التي ذكرت في الدراسات السابقة والتي من الممكن استخدامها في تقييم المواقع الإلكترونية من وجهة نظر المستخدم لتلك المواقع ومن وجهة نظر إدارية

مدى جودة المعلومات في المواقع العربية الإلكترونية			
مقترحات من أجل الوصول إلى معايير دقيقة وواضحة تتسم بالشمولية والموضوعية والمرونة لتقويم جودة الخدمات الإلكترونية لمواقع الإنترنت من وجهة نظر المستخدم و الإدارة مسح للدراسات السابقة			
الرقم	الدراسة	معايير خاصة بالمستخدم	معايير خاصة بالإدارة
٢٠٠٩	دراسة كساب وماكلخان	١. مشكلة التوصيل ٢. تسليم الخدمة ٣. دقة التسجيل المنفعة ومقياسها	
٢٠٠٩	دراسة سلوان وآخرون		المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. الكفاءة التكنولوجية ٢. حجم الشركة ونطاق عملها ٣. الاستثمار التكنولوجي عبر الإنترنت ٤. ضغط الكثافة ٥. الكتلة المتكاملة للاستخدام النهائي ٦. الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية
٢٠٠٩	دراسة السيد وأودين (٢٠٠٩)	المؤشرات الثقافية الخاصة بالمستخدم: ١. ثقة المستخدم ٢. اعتياد التسوق عبر الإنترنت ٣. سمعة الموقع الإلكتروني ٤. تجنب المجهول والاحتمالات	
٢٠٠٩	دراسة والش وأنتوني (٢٠٠٩)		المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. التحقق من التحديات التي يتم مواجهتها عند استخدام أنظمة تسجيل للحوادث بطريقة إلكترونية ٢. تقييم الطريقة التي يطبق فيها نموذج منع الفشل والتقدير ٣. التعرف على فوائد استخدام تكلفة الجودة في أنظمة تسجيل وتدوين الحوادث الإلكترونية. تكلفة الجودة لتبني تلك الأنظمة الإلكترونية
٢٠٠٧	حافظ، ٢٠٠٧ ذكر مقترح جمعية الكليات والمكتبات البحثية (ACRL Association of College & Research Libraries) وهي تابعة لجمعية المكتبات الأمريكية (ALA-American Library Association)	المؤشرات الخاصة بالمستخدم: ١. دقة وثائق الويب ٢. مسؤولية الفكرية للوثيقة ٣. موضوعية وثائق الويب ٤. حداثة وثائق الويب تغطية وثائق الويب	المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. دقة وثائق الويب ٢. مسؤولية الفكرية للوثيقة ٣. موضوعية وثائق الويب ٤. حداثة وثائق الويب تغطية وثائق الويب

العام	الدراسة	معايير خاصة بالمستخدم	معايير خاصة بالإدارة
٢٠٠٧	حافظ ٢٠٠٧ ذكر مقترح الجمعية الأمريكية لمدارس المكتبيين AASL American Association of School Librarian	المؤشرات الخاصة بالمستخدم: ١. الارتباط بموضوع البحث ٢. المحتوى ٣. الشكل والتصميم معلومات عامة	المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. معلومات عامة ٢. المسؤولية الفكرية ٣. الشكل والتصميم ٤. الإبحار ٥. المحتوى ٦. الأداء الارتباط بموضوع البحث
٢٠٠٦	Davarpanah & Khaleghi	المؤشرات الخاصة بالمستخدم: ١. تزويد المستخدمين بمعلومات تجذب اهتمامهم وتوجه تفكيرهم إلى نشاط الموقع ٢. التحديث وإظهار تاريخ المعلومة في كل صفحة ٣. ارتباط موقع الانترنت بروابط أخرى مثل البحث والقاموس ٤. الالتزام بسياسات واضحة تجاه الروابط الخارجية ٥. تزويد الموقع بالمعلومات التي تتصف بأنها معلومات معلمانية ذات طابع علمي واضح ٦. عرض معلوماتها بلغة تمكن المتصفح من فهمها	المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. الالتزام بسياسات واضحة تجاه الروابط الخارجية
٢٠٠٦	أبو الرب وحسن (٢٠٠٦) والتي يتكون مقترحه من أربعة عناصر رئيسية فقط:	ثانياً: جودة التصميم المؤشرات الخاصة بالمستخدم: ١. الجاذبية ٢. الملائمة ٣. اللون ٤. الفيديو والصوت والصورة ٥. النص رابعاً: جودة سهولة التعامل المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. السهولة ٢. الاعتمادية ٣. الميزات التفاعلية ٤. الأمان والخصوصية التكيف وفق الحاجة	أولاً: جودة المحتوى المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. التحديث ٢. مدى صلة الموقع بالشركة ٣. تعدد اللغات والثقافة ٤. تنوع أسلوب العرض ٥. الدقة ٦. الموضوعية ٧. المسؤولية ثالثاً: جودة التنظيم المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. الفهرس ٢. خريطة الموقع ٣. الاتساق ٤. الروابط الشعار

معايير خاصة بالإدارة	معايير خاصة بالمستخدم	الدراسة	رقم
المؤشرات الخاصة بالإدارة: ١. القيمة الاستعمالية ٢. أصالة المادة ٣. الدقة ٤. الصحة ٥. التحيين ٦. التغطية ٧. الصلة بالموضوع ٨. المصدقية ٩. الجدارة الموضوعية	المؤشرات الخاصة بالمستخدم: ١. الصلة بالموضوع ٢. المصدقية ٣. الجدارة ٤. الموضوعية ٥. القيمة الاستعمالية ٦. الصحة ٧. الدقة ٨. أصالة المادة	دراسة عبد الحميد ٢٠٠٥	٢٠٠٥
المؤشرات الخاصة بالإدارة ١. السلطة الفكرية ٢. الدقة ٣. الحدائة المعاصرة ٤. الملائمة	المؤشرات الخاصة بالمستخدم: ١. الدقة ٢. الحدائة المعاصرة ٣. الملائمة	دراسة الهادي و صالح	
المؤشرات الخاصة بالإدارة والمستخدم معاً: ٢. مراعاة الجانب الثقافي لتصفح مواقع الانترنت و أنظمة المعلومات بشكل عام		Zakaria et. al 2003 ١.	٢٠٠٣

### تقييم جودة المعلومات الإدارية في المواقع المختصة في العلوم الإدارية

نظراً لوجود العديد من المواقع الإلكترونية العربية والتي عنيت بتوفير المعلومات العلمية والمعلومات الإدارية بشكل خاص، فإنه ومن وجهة نظر الباحث قد حان الوقت لتقييم تلك المواقع لما تحتويه من معلومات تشكل الأساس العلمي للعديد من أصحاب القرار في مختلف المواقع من مدراء وباحثين و طلبة، وفي هذا الصدد قامت تلك الدراسة بتقييم مجموعة من المواقع تم اقتراحها من

الباحثان باعتبارها تشكل المرجعية العلمية لأغلب رواد المعلومات الإدارية على المواقع الإلكترونية في الإنترنت وجاءت تلك المواقع حسب تقويمها من المستخدمين لها كالتالي:

أولاً: موقع المنظمة العربية للعلوم الإدارية

<http://www.arado.org.eg>

تميزت المعلومات المقدمة على هذا الموقع بتقديمها لخدمات البحث الآلية عن مصادر المعلومات المختلفة في العلوم الإدارية وخدمات البحث والإطلاع على مصادر المعلومات الآلية والتقليدية التي تقتنيها

منها: تسليم الخدمة و المنفعة الكبيرة و الخبرة في مجال التجارة الإلكترونية و تجنب المجهول و الاحتماليات و دقة الوثائق و المسؤولية الفكرية و الحداثة و الشكل و التصميم المبدع. هذا و بالإضافة إلى تزويد المستخدمين بمعلومات تخدم احتياجاتهم و عرض المعلومات بلغة تسهل تصفحها و الأمان و الخصوصية و أصالة المادة المقدمة.

ثالثاً: الجمعية السعودية للإدارة <http://www.sma.org.sa>

تتسم المعلومات المتوفرة على الموقع الإلكتروني للجمعية السعودية للإدارة بتزويد المستخدمين بمعلومات تجذب اهتماماتهم و توجه تفكيرهم إلى نشاط الموقع و إظهار تاريخ المعلومة و ارتباطها بروابط أخرى مثل ملفات المقالات و غيرها. كما و يمكن لمتصفح الموقع أن يستعرض المعلومات وفق حاجته و بخصوصية. و فيما يتعلق بنوعية المعلومات المقدمة فيمكن وصفها بأنها تتمتع في اعتقادنا بالدقة و المصداقية و الموضوعية و الأصالة و الحداثة.

رابعاً: معهد الإدارة العامة/ السعودية

<http://www.ipa.edu.sa>

يقوم موقع المعهد الإلكتروني بتوفير المعلومات الإدارية لمختلف الجهات الحكومية و غيرها من المستفيدين، و يعمل موقع المعهد الإلكتروني على التأكد من أن المعلومات المتوفرة على الموقع تتمتع بدرجة كبيرة من الدقة و الصحة و أن المعلومات الموجودة في الموقع قابلة للتغير و استمرارية التحديث. و ما يميز الموقع فعلياً هو الطريقة المبتكرة و المبدعة في عرض الصفحات و تناغم الألوان المستخدمة بالإضافة إلى التغطية الشاملة و الملخصة بأقل التفاصيل و جاذبية الموقع بشكل عام.

مكتبة المنظمة. و الرد على كافة الاستفسارات المتعلقة بعناوين الجهات الحكومية و الخاصة في الوطن العربي، و كذلك البيانات المتعلقة بالشركات العائلية و القوانين الخاصة بالتعيين و التوظيف العربية و رجال الأعمال في شتى مجالات العلوم الإدارية بشكل إلكتروني. كما تميزت بسهولة الحصول على كل ما تقتنيه المكتبة من مصادر معلومات و على إصدارات المنظمة بشكل إلكتروني و على أي إصدار متخصص في العلوم الإدارية بالإضافة إلى تقديم خدمات الإحاطة الجارية لأعضاء المكتبة. و يستطيع المستخدم ملاحظة عدة مزايا للمنظمة من خلال زيارة الموقع مثل التطورات التي تدخلها محركات البحث على مواقعها للوصول إلى المزيد من عرض النتائج الأكثر دقة و الأقرب إلى موضوع البحث و سهولة توصيل المعلومة و الكفاءة التكنولوجية و سمعة الموقع الجيدة و حداثة المعلومات و الوثائق و كل ما هو جديد متعلق بمجال عملها. هذا و بالإضافة إلى الشكل و التصميم الذي يسهل طريقة الوصول على المعلومة و عرضها للمستخدم بطريقة جذابة و ملائمة من حيث اللون و الصوت و الصورة. و تميز الموقع كذلك بالقيمة العالية للمحتوى و ووضوح خريطة و اتساق فهرسة المواضيع و حداثة البرامج المستخدمة.

ثانياً: موقع البوابة العربية للمعلومات الإدارية

<http://www.aradoportal.org.eg>

والذي يقوم بدوره بتزويد المستخدم بمخرجات المنظمة العربية للتنمية الإدارية من إصدارات و أعمال مؤتمرات و دوريات عربية محكمة و موسوعة الإدارة العربية الإسلامية، و التجارب التطبيقية المختلفة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في الإدارة.

وذلك يكون موقع المنظمة قد حقق كما هاماً من المعايير التي تم ذكرها في الدراسات السابقة

## خامساً: معهد الإدارة العامة/ عمان

<http://www.ipa.gov.om>

يتميز الموقع بكثافة المعلومات وروابط المواقع الصديقة له التي يمكن للمستخدم الوصول إليها بسرعة فائقة. ويعتبر الموقع من المواقع المعتمدة في مجال علم الإدارة و هذا لمطابقتها عدد من المعايير الهامة التي ورد ذكرها في الأدبيات السابقة منها الكفاءة التكنولوجية والخبرة في تصميم المواقع الإلكترونية وسهولة التصفح وتجنب المجهول والاحتمالات والالتزام بسياسات واضحة تجاه الروابط الخارجية وعرض خريطة الموقع بصورة واضحة. كما ويمكن وصف المواقع بحرصه على مراعاة الجانب الثقافي لمتصفح مواقع الإنترنت وأنظمة المعلومات بشكل عام.

## سادساً: المعهد العربي للتخطيط/ الكويت

<http://www.arab-api.org>

تميزت المعلومات المعروضة على الموقع الإلكتروني للمعهد العربي للتخطيط بالاتساق والأصالة والجدية في طريقة العرض التي تدل على امتلاك مدراء الموقع للسلطة الفكرية والجدارة والتمكن من صحة المعلومة المقدمة. كما وكانت المعلومات على مستوى عال يتناسب والمستوى الثقافي المرتفع لفئة المستخدمين لهذا النوع من المعلومات.

## سابعاً: جامعة الملك سعود/ كلية إدارة الأعمال

<http://cba.ksu.edu.sa>

تعتبر المعلومات والكتب الإدارية المتوفرة على الموقع الإلكتروني لكلية إدارة الأعمال في جامعة الملك سعود ذات فائدة كبيرة لدى طلاب الكلية وأعضاء هيئة التدريس والموظفين في قطاع العلوم الإدارية و إدارة الأعمال. تتميز معلومات الموقع بملائمتها لاحتياجات مستخدميه وقيمتها الاستعمالية وتغطيتها لأهم احتياجات الطلاب. كما وتتسم بجاذبية اللون والصور (الفلاشات) التي تتناسب ومستوى مستخدميه هذا الموقع.

## ثامناً: المجلة العربية للعلوم الإدارية/ إدارة أعمال

<http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/kashaf/all.asp?id=2>

إن المعلومات المتوافرة في هذا الموقع لم تتميز بالشكل المبتكر والمبدع في طريقة العرض وذلك بسبب اختيار طريقة العرض الأسهل من قبل المصممين. أما فيما يخص المعلومات فيمكن وصفها بأنها ذات قيمة استعمالية مرتفعة جداً من حيث فائدتها وسهولة عرضها ودقتها وصحتها ومصداقيتها من خلال ملخصات للمقالات المطروحة.

## منهجية الدراسة وإجراءاتها

## منهج الدراسة

في ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، تم استخدام المنهج الوصفي بمدخله الوثائقي، ومدخل المسح الاجتماعي. والذي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً بوصفها وتوضيح خصائصها، وتعبيراً كميّاً، بوصفها رقمياً بما يوضح حجمها أو درجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى، وهذا المنهج لا يهدف إلى وصف الظواهر أو وصف الواقع كما هو بل الوصول إلى استنتاجات تسهم في فهم هذا الواقع وتطويره (العساف، ١٩٩٥).

## أداة الدراسة

## ١- بناء أداة الدراسة:

بناءً على طبيعة البيانات التي يراد جمعها، وعلى المنهج المتبع في الدراسة، والوقت المسموح له، والإمكانات المادية المتاحة، وجد الباحثان أن الأداة الأكثر ملائمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة هي تصميم استبانة لهذا الغرض، وذلك لعدم توافر المعلومات الأساسية المرتبطة بالموضوع كبيانات منشورة، إضافة إلى صعوبة الحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى كالمقابلات الشخصية، أو الزيارات الميدانية، أو الملاحظة الشخصية،



ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها». وقد قام الباحثان بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال التالي:

#### أ) صدق الاتساق الداخلي للأداة

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحثان بتطبيقها ميدانياً وعلى بيانات العينة الكلية ثم قام الباحثان بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الأداة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة كما توضح ذلك الجداول التالية وتم تقريب الأرقام إلي رقمين عشريين للاختصار.

وعليه فقد قام الباحثان بتصميم أدوات معتمدين في ذلك على:

أ) الدراسات السابقة في نفس المجال.

ب) خبرة الباحثين.

وقد تبنى الباحثان في إعداد المحاور الشكل المغلق (Closed Questionnaire) الذي يحدد الاستجابات المحتملة لكل سؤال.

#### ٢- صدق أداة الدراسة

صدق الأداة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه (العساف، ١٩٩٥ م، ص ٤٢٩)، كما يقصد بالصدق « شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها

الجدول رقم (١). معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحاور بالدرجة الكلية لكل محور

معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور الأول	رقم العبارة
**٠,٥٢	٥	**٠,٥٥	١
**٠,٥٥	٦	**٠,٤٦	٢
**٠,٤٩	٧	**٠,٦٨	٣
-	-	**٠,٤٣	٤
معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور الثاني	رقم العبارة
**٠,٤٥	٤	**٠,٤٥	١
**٠,٥٣	٥	**٠,٤٠	٢
-	-	**٠,٥٥	٣
معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور الثالث	رقم العبارة
**٠,٣٧	٤	**٠,٥٧	١
**٠,٥١	٥	**٠,٤٩	٢
-	-	**٠,٥٣	٣
معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معامل الارتباط بالمحور الرابع	رقم العبارة
**٠,٥١	٤	**٠,٤٣	١
**٠,٥٣	٥	**٠,٥٦	٢
-	-	**٠,٦٩	٣

أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

### أساليب المعالجة الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS). وذلك بعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الثلاثي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى (٥-١=٤)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (٤/٥=٠,٨٠) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يأتي:

- من ١,٠٠ وحتى ١,٨٠ يمثل (منخفضة جداً) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

- من ١,٨١ وحتى ٢,٦٠ يمثل (منخفضة) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

- من ٢,٦١ وحتى ٣,٤٠ يمثل (إلى حد ما) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

- من ٣,٤١ وحتى ٤,٢٠ يمثل (عالية) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

- من ٤,٢١ وحتى ٥,٠٠ يمثل (عالية جداً) نحو كل عبارة باختلاف المحور المراد قياسه.

حيث تم حساب التكرارات والنسب المئوية. كما تم حساب معامل ارتباط بيرسون "ر"

(Pearson Correlation Coefficient) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك لتقدير الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (الصدق البنائي).

يتضح من الجداول (١). أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع محورها موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠,٠١) فأقل مما يدل على صدق اتساقها مع محاورها.

### ٣- عينة البحث

تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية من طلاب كلية العلوم الإدارية بجامعة الملك سعود لمرحلة البكالوريوس والماجستير وبعض الموظفين والإداريين في معهد الإدارة وكلية العلوم الإدارية حيث يعتبرون من أكثر المستخدمين لهذه المواقع وعلاقة تخصصاتهم الوطيدة بهذه المواقع الإلكترونية المتخصصة في الإدارة وقد بلغ عدد الاستبيانات الموزعة نحو ٧٠ استبانة ورجع منها فقط ٣٠ استبانة مناسبة.

### ٤- ثبات أداة الدراسة

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة استخدم الباحثان (معادلة ألفا كرونباخ) ( $\alpha$ ) (Cronbach's Alpha) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، حيث طبقت المعادلة على العينة الكلية لقياس الصدق البنائي والجدول رقم (٢) يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

الجدول رقم (٢). معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

محاو الأداة	عدد العبارات	ثبات المحور
مدى جودة المحتوى	٧	٠,٦٥
مدى جودة التصميم	٥	٠,٧٢
مدى جودة التنظيم	٥	٠,٧٧
مدى سهولة التعامل	٥	٠,٨٢
معامل الثبات العام	٢٢	٠,٨٦

يتضح من الجدول رقم (٥) أن معامل الثبات لمحاور الدراسة عال حيث تراوح بين (٠,٦٥ - ٠,٨٢) كما بلغ الثبات العام (٠,٨٦) وهذا يدل على

٢- تم استخدام الانحراف المعياري "Standard Deviation".

ومعامل ألفا كرونباخ "Alpha Cronbach"؛ لقياس ثبات أداة الدراسة.

وبعد ذلك تم حساب المقاييس الإحصائية

التالية:

فيما يتعلق بمدى جودة المحتوى بينت الدراسة:

١- المتوسط الحسابي "Mean".

الجدول رقم (٣). فقرات جودة المحتوى مرتبة تنازلياً حسب متوسطات جودتها

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مجموع التكرارات	درجة الجودة					التكرار	العبرة	رقم العبرة
				منخفضة جداً	منخفضة	إلى حد ما	عالية	عالية جداً			
١	١,١٧	٣,١٣	٣٠	٢	٩	٥	١١	٣	ك	مدى صلة الموقع بالشركة	٢
				٦,٧	٣٠,٠	١٦,٧	٣٦,٧	١٠,٠	%		
٢	١,٤٠	٣,١٠	٣٠	٤	٩	٣	٨	٦	ك	المستولية	٧
				١٣,٣	٣٠,٠	١٠,٠	٢٦,٧	٢٠,٠	%		
٥	١,٤٥	٢,٤٠	٣٠	١٣	٣	٦	٥	٣	ك	تعدد اللغات والثقافة	٣
				٤٣,٣	١٠,٠	٢٠,٠	١٦,٧	١٠,٠	%		
٦	١,٠٧	٢,٢٣	٣٠	٩	١٠	٦	٥	-	ك	الموضوعية	٦
				٣٠,٠	٣٣,٣	٢٠,٠	١٦,٧	-	%		
٣	١,١٤	٢,٠٧	٣٠	١٠	١٤	٢	٢	٢	ك	تنوع أسلوب العرض	٤
				٣٣,٣	٤٦,٧	٦,٧	٦,٧	٦,٧	%		
٤	١,١٦	٢,٠٣	٣٠	١٤	٥	٨	٢	١	ك	الدقة	٥
				٤٦,٧	١٦,٧	٢٦,٧	٦,٧	٣,٣	%		
٧	٠,٧٨	١,٩٣	٣٠	٩	١٥	٥	١	-	ك	التحديث	١
				٣٠,٠	٥٠,٠	١٦,٧	٣,٣	-	%		
			المتوسط العام								
		٢,٤١									
		٠,٤٨									

وهي متوسطات تتراوح ما بين الفئتين الأولى والثالثة من فئات المقياس الخماسي واللتين تشيران إلى (منخفضة جداً/ إلى حد ما) على التوالي على أداة الدراسة مما يوضح التفاوت في مدى جودة المحتوى حيث يتضح من النتائج الجودة إلى حد ما لأثنين من جوانب المحتوى وتمثل في العبارتين رقم (٧,٢) واللتين تم ترتيبهما تنازلياً كالتالي:

١- جاءت العبارة رقم (٢) وهي "مدى صلة الموقع بالشركة" بالمرتبة الأولى من حيث الجودة إلى حد ما بمتوسط (٣,١٣) من (٥).

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن جودة المحتوى منخفضة بمتوسط (٢,٤١ من ٥) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الخماسي (من ١,٨١ إلى ٢,٦٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار منخفضة على أداة الدراسة مما يوضح أن جودة المحتوى منخفضة. ويتضح من النتائج أن هناك تفاوت في مدى جودة المحتوى يتراوح ما بين جودة بعض جوانب المحتوى إلى حد ما والانخفاض الشديد في جودة جوانب أخرى من المحتوى حيث تراوحت مدى جودة المحتوى ما بين (٩٣,١ إلى ٣,١٣)

- ٢- جاءت العبارة رقم (٧) وهي "المسئولية" بالمرتبة الثانية من حيث الجودة إلى حد ما بمتوسط (١٠, ٣ من ٥).
- ٣- جاءت العبارة رقم (٤) وهي "تنوع أسلوب العرض" بالمرتبة الثالثة من حيث عدم جودتها بمتوسط (٥, ٢ من ٥).
- ٤- جاءت العبارة رقم (٦) وهي "الموضوعية" بالمرتبة الرابعة من حيث عدم جودتها بمتوسط (٢٣, ٢ من ٥).
- ٥- جاءت العبارة رقم (٣) وهي "تعدد اللغات والثقافة" بالمرتبة الخامسة من حيث عدم جودتها بمتوسط (٤٠, ٢ من ٥). فيما يتعلق بمدى جودة التصميم بينت الثانية من حيث عدم جودتها بمتوسط (٥, ٣ من ٥).
- ١- جاءت العبارة رقم (١) وهي "التحديث" بالمرتبة الأولى من حيث عدم جودتها بمتوسط (٩٣, ١ من ٥).
- ٢- جاءت العبارة رقم (٥) وهي "الدقة" بالمرتبة الثانية من حيث عدم جودتها بمتوسط (٥, ٣ من ٥).

الجدول رقم (٤). فقرات جودة التصميم مرتبة تنازلياً حسب متوسطات جودتها

رقم العبارة	العبارة	التكرار النسبة %	درجة الموافقة					مجموع التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
			عالية جداً	عالية	إلى حد ما	منخفضة	منخفضة جداً				
٣	اللون	ك	٢١	٢	٤	٣	-	٣٠	٤,٣٧	١,٠٧	١
		%	٧٠,٠	٦,٧	١٣,٣	١٠,٠	-				
١	الجاذبية	ك	١٢	١٥	١	١	١	٣٠	٤,٢٠	٠,٩٢	٢
		%	٤٠,٠	٥٠,٠	٣,٣	٣,٣	٣,٣				
٢	الملائمة	ك	١٦	٦	٥	٣	-	٣٠	٤,١٧	١,٠٥	٣
		%	٥٣,٣	٢٠,٠	١٦,٧	١٠,٠	-				
٤	الفيديو والصوت والصورة	ك	١٨	٤	٣	٥	-	٣٠	٤,١٧	١,١٨	٤
		%	٦٠,٠	١٣,٣	١٠,٠	١٦,٧	-				
٥	النص	ك	١٣	١١	٣	٣	-	٣٠	٤,١٣	٠,٩٧	٥
		%	٤٣,٣	٣٦,٧	١٠,٠	١٠,٠	-				
			المتوسط العام						٤,٢١	٠,٤٣	

ويتضح من النتائج أن هناك تفاوت في جودة التصميم يتراوح ما بين الجودة العالية جداً لبعض جوانب التصميم والجودة العالية فقط لجوانب أخرى من جوانب التصميم حيث تراوحت جودة التصميم ما بين (١٣, ٤ إلى ٤, ٣٧) وهي متوسطات تتراوح ما بين الفئتين الرابعة والخامسة من فئات المقياس الخماسي واللتين تشيران إلى (عالية/عالية جداً) على التوالي على

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن جودة التصميم عالية جداً بمتوسط (٤, ٢١ من ٥) وهو متوسط يقع في الفئة الخامسة من فئات المقياس الخماسي (من ٤, ٢١ إلى ٥, ٠٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار عالية جداً على أداة الدراسة مما يوضح أن جودة التصميم عالية جداً.

- ٢- جاءت العبارة رقم (٢) وهي "الملائمة" بالمرتبة الثانية من حيث الجودة العالية بمتوسط (١٧، ٤ من ٥).
- ٣- جاءت العبارة رقم (٤) وهي "الفيديو والصوت والصورة" بالمرتبة الثالثة من حيث الجودة العالية بمتوسط (١٧، ٤ من ٥).
- ٤- جاءت العبارة رقم (٥) وهي "النص" بالمرتبة الرابعة من حيث الجودة العالية بمتوسط (١٣، ٤ من ٥).
- ٥- فيما يتعلق بمدى جودة التنظيم بينت الدراسة:

- أداة الدراسة مما يوضح التفاوت في جودة التصميم حيث يتضح من النتائج الجودة العالية جداً لجانب واحد من التصميم ويتمثل في العبارة رقم (٣) وهي «اللون» بمتوسط (٣٧، ٤ من ٥).
- كما يتضح من النتائج أن الجودة العالية لأربعة من جوانب التصميم وتمثل في العبارات رقم (١، ٢، ٤، ٥) والتي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي:
- ١- جاءت العبارة رقم (١) وهي "الجاذبية" بالمرتبة الأولى من حيث الجودة العالية بمتوسط (٢٠، ٤ من ٥).

الجدول رقم (٥). فقرات جودة التنظيم مرتبة تنازلياً حسب متوسطات جودتها.

رقم العبارة	العبارة	التكرار	درجة الموافقة					النسبة %	العبارة	رقم العبارة
			منخفضة جداً	منخفضة	إلى حد ما	عالية	عالية جداً			
٤	الروابط	٣٠	-	١	٦	٤	١٩	ك	٤	
			-	٣,٣	٢٠,٠	١٣,٣	٣٦,٣	%		
٥	الشعار	٣٠	-	٣	١	١٣	١٣	ك	٥	
			-	١٠,٠	٣,٣	٤٣,٣	٤٣,٣	%		
٣	الاتساق	٣٠	٢	١	٣	٧	١٧	ك	٣	
			٦,٧	٣,٣	١٠,٠	٢٣,٣	٥٦,٧	%		
٢	خريطة الموقع	٣٠	٢	١	١	١١	١٥	ك	٢	
			٦,٧	٣,٣	٣,٣	٣٦,٧	٥٠,٠	%		
١	الفهرس	٣٠	١	٤	٢	١٠	١٣	ك	١	
			٣,٣	١٣,٣	٦,٧	٣٣,٣	٤٣,٣	%		
		٤,١٩	٠,٥٣	المتوسط العام						

أخرى حيث تراوحت متوسطات موافقتهم حول مدى جودة التنظيم ما بين (٤, ٠٠ إلى ٤, ٣٧) وهي متوسطات تتراوح ما بين الفئتين الرابعة والخامسة من فئات المقياس الخماسي واللتين تشيران إلى (عالية/عالية جداً) على التوالي على أداة الدراسة مما يوضح التفاوت في جودة التنظيم حيث يتضح من النتائج الجودة العالية جداً لجانب تنظيمي واحد فقط ويتمثل في العبارة رقم (٣) وهي «الروابط» بمتوسط (٣٧، ٤ من ٥).

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن جودة التنظيم عالية بمتوسط (١٩، ٤ من ٥) وهو متوسط يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي (من ٣، ٤١ إلى ٤، ٢٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار عالية على أداة الدراسة مما يوضح أن جودة التنظيم عالية.

ويتضح من النتائج أن هناك تفاوت في جودة التنظيم يتراوح ما بين الجودة العالية جداً لبعض جوانب التنظيم والجودة العالية لجوانب تنظيمية

٣- جاءت العبارة رقم (٢) وهي "خريطة الموقع" بالمرتبة الثالثة من حيث جودتها بمتوسط (٤, ٢٠) من (٥).

٤- جاءت العبارة رقم (١) وهي "الفهرس" بالمرتبة الرابعة من حيث جودتها بمتوسط (٤, ٠٠) من (٥).

فيما يتعلق بمدى سهولة التعامل بينت الدراسة:

كما يتضح من النتائج أن الجودة العالية الأربعة وتتمثل في العبارات رقم (٥, ٣, ٢, ١) والتي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي:

١- جاءت العبارة رقم (٥) وهي "الشعار" بالمرتبة الأولى من حيث جودتها بمتوسط (٤, ٢٠) من (٥).

٢- جاءت العبارة رقم (٣) وهي "الاتساق" بالمرتبة الثانية من حيث جودتها بمتوسط (٤, ٢٠) من (٥).

الجدول رقم (٦). فقرات سهولة التعامل مرتبة تنازلياً حسب متوسطات السهولة.

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مجموع التكرارات	درجة الموافقة					التكرار النسبة %	العبارة	رقم العبارة
				منخفضة جداً	منخفضة	إلى حد ما	عالية	عالية جداً			
١	٠,٨٤	٤,٣٣	٣٠	-	-	٧	٦	١٧	ك	الأمان والخصوصية	٤
				-	-	٢٣,٣	٢٠,٠	٥٦,٧	%		
٢	١,١٨	٤,٣٣	٣٠	٢	١	٢	٥	٢٠	ك	الميزات التفاعلية	٣
				٦,٧	٣,٣	٦,٧	١٦,٧	٦٦,٧	%		
٣	٠,٨٣	٤,٢٧	٣٠	-	٢	١	١٤	١٣	ك	الاعتمادية	٢
				-	٦,٧	٣,٣	٤٦,٧	٤٣,٣	%		
٤	٠,٨٢	٤,٢٣	٣٠	-	١	٤	١٢	١٣	ك	التكيف وفق الحاجة	٥
				-	٣,٣	١٣,٣	٤٠,٠	٤٣,٣	%		
٥	٠,٦٤	٣,٩٣	٣٠	-	٢	١	٢٤	٣	ك	السهولة	١
				-	٦,٧	٣,٣	٨٠,٠	١٠,٠	%		
			٠,٤٨	٤,٢٢	المتوسط العام						

مع بعضها والسهولة العالية فقط للتعامل مع البعض الآخر منها حيث تراوحت متوسطات سهولة التعامل ما بين (٣, ٩٣) إلى (٤, ٣٣) وهي متوسطات تتراوح ما بين الفئتين الرابعة والخامسة من فئات المقياس الخماسي واللتين تشيران إلى (عالية/عالية جداً) على التوالي على أداة الدراسة مما يوضح التفاوت في مدى سهولة التعامل مع المعلومات الإدارية في المواقع العربية الالكترونية حيث يتضح من النتائج السهولة العالية جداً للتعامل مع أربعة جوانب وتتمثل في العبارات رقم (٥, ٣, ٢,

من خلال النتائج الموضحة أعلاه يتضح أن هنالك سهولة عالية جداً في التعامل بمتوسط (٤, ٢٧) من (٥) وهو متوسط يقع في الفئة الخامسة من فئات المقياس الخماسي (من ٤, ٢١ إلى ٥, ٠٠) وهي الفئة التي تشير إلى خيار عالية جداً على أداة الدراسة مما يوضح أن هنالك سهولة عالية جداً في التعامل.

ويتضح من النتائج أن هناك تفاوت في مدى سهولة التعامل مع المعلومات الإدارية في المواقع العربية الالكترونية يتراوح ما بين السهولة العالية جداً للتعامل

(١) والتي تم ترتيبها تنازلياً كالتالي:

فانه لا بد من اعتبار عملية التقييم كحاجة ملحة إدارياً لما يترتب عليها من قرارات تعنى بحجم الاستثمار في تلك المواقع و مدى الفائدة المترتبة على الترويج عبر تلك المواقع. وفي الناحية الأخرى، و من وجهة نظر المستخدم أصبحت المواقع الالكترونية من أهم مزود للمعلومات عن السلع والعروض مما أدى إلى تقلص دور المعارض الكبيرة و أصبح الأمر الأسهل لدى المستخدم هو التعامل مع المواقع الالكترونية مما يجعله بعيداً عن التسوق التقليدي في اغلب الأحيان و أصبحت أماكن التسوق هي أماكن للترفيه أكثر من كونها أماكن يقوم المستخدم فيها بالبحث عن البدائل المتاحة في السوق بما يتواءم مع متطلباته من سلع وخدمات. وبسبب ما تحمله المواقع الالكترونية من أهمية لإدارات الشركات و المؤسسات التجارية و غير التجارية و الباحثين عن المعلومات الإدارية على حد سواء، أصبح من الملح تقييم جودة تلك المواقع بما يحقق أهداف تلك المؤسسات أو الأفراد و ما يضمن رضى المستهدفين منها و تقبلها و تأثيرهم بها بالطريقة المرجوة.

وقد بينت الدراسة النتائج التالية:

#### أولاً: جودة المحتوى

بينت الدراسة أن أهمية جودة المحتوى منخفضة نوعاً ما مقارنة بجودة التصميم و التنظيم. ولكن بينت الدراسة أن هنالك جودة إلى حد ما لأثنين من جوانب المحتوى و تتمثل في مدى صلة الموقع بالشركة و كذلك المسؤولية. وقد أوضحت الدراسة أن هناك جودة منخفضة جداً لخمس من جوانب المحتوى و تتمثل في التحديث و الدقة و تنوع أسلوب العرض و الموضوعية و تعدد اللغات و الثقافة. وهذا يوضح أن طبيعة المواقع الإدارية قد تختلف عن طبيعة

١- جاءت العبارة رقم (٤) وهي "الأمان والخصوصية" بالمرتبة الأولى من حيث سهولتها العالية جداً بمتوسط (٣٣, ٤ من ٥).

٢- جاءت العبارة رقم (٣) وهي "الميزات التفاعلية" بالمرتبة الثانية من حيث سهولتها العالية جداً بمتوسط (٣٣, ٤ من ٥).

٣- جاءت العبارة رقم (٢) وهي "الاعتمادية" بالمرتبة الثالثة من حيث سهولتها العالية جداً بمتوسط (٢٧, ٤ من ٥).

٤- جاءت العبارة رقم (٥) وهي "التكيف وفق الحاجة" بالمرتبة الرابعة من حيث سهولتها العالية جداً بمتوسط (٢٣, ٤ من ٥).

كما يتضح من النتائج أن السهولة العالية والتي يتمثل في العبارة رقم (١) وهي "السهولة" بمتوسط (٩٣, ٣ من ٥).

#### نتائج الدراسة

إن موضوع جودة المعلومات الإلكترونية معقد بحكم اتصاله بفضاء واسع في تغير مستمر تنعدم فيه الضوابط الأساسية لمراقبة الجودة و مراقبة مصادر المعلومات على مواقع الويب بالتزامهم بمعايير الجودة السابقة، و عليه فان عملية تقييم جودة المعلومة الواردة على المواقع عموماً و على المواقع العربية خصوصاً تمثل مهمة لها ضرورتها الملحة و التي تقع على كاهل المستفيد العربي من تلك المعلومات بما يتوافق مع هدفه من الحصول عليها و يتواءم مع ثقافته العربية، ونظراً لما يشهده العالم من اعتماد كبير على المواقع الالكترونية في الترويج للسلع و الأفكار و ما يترتب عليه من قرارات إدارية أو سلوكية لدى المستهدفين،

ويتمثل في «الروابط» بينما هناك جودة عالية لأربعة جوانب تنظيمية وتمثل في الشعار والانساق وخريطة الموقع وأخيرا الفهرس.

#### رابعاً: سهولة التعامل

فيما يتعلق بمدى سهولة التعامل بينت الدراسة أن أهمية سهولة التعامل عالية جداً. حيث هناك أهمية عالية جداً للتعامل مع أربعة جوانب وتمثل في: الأمان والخصوصية والميزات التفاعلية والاعتمادية والتكيف وفق الحاجة. بينما هناك جودة عالية تتمثل في السهولة. وهذا فيما يتعلق بالمواقع التي تقوم بتزويد المستخدمين بالمعلومات المتخصصة في العلوم الإدارية وقد تختلف درجات أهمية هذه العناصر بحسب طبيعة المواقع الالكترونية حيث قد تختلف درجة أهمية هذه العناصر مثلاً في المواقع الإخبارية أو الرياضية أو السياسية أو الاجتماعية.

المواقع الأخرى حيث يكون التحديث مثلاً في المواقع الإخبارية مهم جداً بينما تكون أهميته اقل في مواقع أخرى وهكذا.

#### ثانياً: جودة التصميم

فيما يتعلق بمدى جودة التصميم فقد أوضحت الدراسة أنها عالية وفي بعض الأحيان عالية جداً. حيث أظهرت الدراسة أن هناك أهمية عالية جداً لجانب واحد من التصميم ويتمثل في جودة «اللون». بينما هناك جودة عالية لأربعة من جوانب التصميم وتمثل في عنصر الجاذبية وعنصر الملائمة وعنصر الفيديو والصوت والصورة وأخيراً عنصر النص.

#### ثالثاً: جودة التنظيم

فيما يتعلق بمدى أهمية جودة التنظيم فقد بينت الدراسة أن جودة التنظيم عالية إلى عالية جداً. حيث يوجد هناك جودة عالية جداً لجانب تنظيمي واحد فقط

### الملاحق

#### الأداة

#### المحاور:

#### ١- مدى جودة محتوى المعلومات الإدارية في المواقع العربية الإلكترونية

م	العبرة	عالية جداً	عالية	إلى حد ما	منخفضة	منخفضة جداً
١	التحديث					
٢	مدى صلة الموقع بالشركة					
٣	تعدد اللغات والثقافة					
٤	تنوع أسلوب العرض					
٥	الدقة					
٦	الموضوعية					
٧	المسئولية					



٢- مدى جودة تصميم موضوعات المعلومات الإدارية في المواقع العربية الإلكترونية

م	العبارة	عالية جداً	عالية	إلى حد ما	منخفضة	منخفضة جداً
١	الجازبية					
٢	الملائمة					
٣	اللون					
٤	الفيديو والصوت والصورة					
٥	النص					

٣- مدى جودة تنظيم موضوعات المعلومات الإدارية في المواقع العربية الإلكترونية

م	العبارة	عالية جداً	عالية	إلى حد ما	منخفضة	منخفضة جداً
١	الفهرس					
٢	خريطة الموقع					
٣	الاتساق					
٤	الروابط					
٥	الشعار					

٤- مدى سهولة التعامل مع موضوعات المعلومات الإدارية في المواقع العربية الإلكترونية

م	العبارة	عالية جداً	عالية	إلى حد ما	منخفضة	منخفضة جداً
١	السهولة					
٢	الاعتيادية					
٣	الميزات التفاعلية					
٤	الأمان والخصوصية					
٥	التكيف وفق الحاجة					

## المراجع

## أولاً: المراجع العربية

- Cassab.H and MacLachlan.L.D (2009).” A consumer-based view of multi-channel service” Journal of Service Management ,Vol. 20 No. 1, 2009 pp. 52-75.
- El Said.R.G and Galal-Edeen.H.G (2009).” The role of culture in e-commerce use for the Egyptian consumers” Journal Business Process Management, Vol. 15 No. 1, 2009 pp. 34-47.
- Mohamed Intan Salwani, Govindan Marthandan, Mohd Daud Norzaidi, Siong Choy Chong, (2009) “E-commerce usage and business performance in the Malaysian tourism sector: empirical analysis”, Information Management & Computer Security, Vol. 17 Iss: 2, pp.166 - 185.
- M.R. Davarpanah and Narges Khalegh(2006).“Evaluating websites A systematic investigation of internet site quality from a single country domain name” Library Review. Vol. 55 No. 9, pp. 621-631
- Norhayati Zakaria , Jeffrey M. Stanton and Shreya T.M. Sarkar Barney, (2003), « Designing and implementing culturally-sensitive IT applications, The interaction of culture values and privacy issues in the Middle East Information Technology & People“, Vol. 16 No. 1,pp. 49-75
- Walsh.Kand Antony. J (2009).» An assessment of quality costs within electronic adverse incident reporting and recording systems” International Journal of Health Care Quality Assurance,Vol. 22 No. 3, 2009 pp. 203-220.

## المواقع الالكترونية المستهدفة في التقييم:

- <http://www.arado.org.eg>
- <http://www.sma.org.sa/>
- <http://www.ipa.edu.sa/>
- <http://www.ipa.gov.om/english.php?home>
- [http://www.arab-api.org/ndx\\_a.htm](http://www.arab-api.org/ndx_a.htm)
- <http://cba.ksu.edu.sa/index.php?page=home>
- <http://pubcouncil.kuniv.edu.kw/kashaf/all.asp?id=2>
- <http://hospital.arado.org.eg/AradoDepts.asp?Display=OneByOne&id=3>

أبو الرب، عماد و حسن، ليلي رشيد(٢٠٠٦) « إطار نموذج لتقويم جودة المواقع الالكترونية» مجلة العربية ٣٠٠٠ - مجلة النادي العربي للمعلومات العدد الرابع

الأحمدي، عبد العزيز (٢٠٠٢)، "نظرة على واقع مواقع الانترنت العربية"، جريدة الشرق الاوسط- العدد ٨٥٠٧

العساف، صالح حمد. (١٩٩٥). دليل البحث في العلوم السلوكية. الرياض: مكتبة العبيكان.

الهادي محمد محمد، و صالح مصطفى جودت (٢٠٠٩)، بوابة تكنولوجيا التعليم خطأ! مرجع الارتباط الشعبي غير صالح.

حافظ، عبد الرشيد بن عبد العزيز و الضحوي، هناء (٢٠٠٦)، مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت: معايير مقترحة للتقويم، cybrarians journal العدد (١٠) <http://www.cybrarians>

عبد الحميد، إعراب (٢٠٠٥)، إشكالية جودة المعلومات في المواقع الإلكترونية، العربية ٣٠٠٠-النادي العربي للمعلومات العدد الأول، <http://www.arabcin.net/arabiaall/2005/12.html>

## ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Al-Shohaib, Khalid, Al-Kandari, Ali A.J. and Abdulrahim , Masaud A, (2009),” Internet adoption by Saudi public relations professionals” Journal of Communication Management ,Vol. 13 No. 1, 2009 pp. 21-36.

## Proposed Criteria for Measuring the Quality of a Sample of Arabic Sites in Administration

Othman Al-Sallom and Haani Al-Arif

*College of Business Management*

*Management Fields*

(Received 12/3/1432H.; accepted for publication on 15/5/1432H.)

**Keywords.** Quality, standards, Arabic sites, administrative sites, estimation, measurement, evaluation, Web, Internet, network information, information management, business management, administrative science, information technology, information technology, communication, index, user, study, research, design, content.

**Abstract.** This research aims to create specific criteria for measuring the quality of information that are used in Arabian administrative sites on the web. The research studies the criteria used in previous literatures to assess such sites and applies it to a sample of the specialized sites to provide users with information related to management and administration. The study proposes new standards and criteria which are arranged according to different priority. This new standards and criteria can be used in the evaluation of quality of information posted in the Arabian administrative sites on the web.