

اعتماد آفرینی ناب در دولت الکترونیک

روح اله نوری^a، سلطانعلی شهرباری^b، علیرضا داوری ایردموسی^c

^a عضو هیات علمی گروه مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

^b عضو هیات علمی گروه مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

^c دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

چکیده:

پژوهش حاضر باهدف شناسایی، دسته‌بندی ابعاد اعتمادآفرینی در اجرا، ارائه، پذیرش و مشارکت در دولت الکترونیک و ارائه مدل اعتمادآفرینی ناب و تبیین شاخص‌های مؤثر بر ابعاد اعتمادآفرینی و همچنین عرضه راهکارهایی جهت اعتلا و رشد اعتمادآفرینی ناب در دولت الکترونیک صورت می‌گیرد. اهمیت و اثر بررسی اعتمادآفرینی بین شهروندان و دولت و فضای الکترونیکی تعیین خواهد نمود که در صورت عدم اعتمادآفرینی؛ هزینه‌های دائمی مدنی و روانی و اقتصادی متعدد و گسترده‌ای نصیب ذینفعان می‌گردد؛ پس اثر دوسویه اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک برای کل ذینفعان لازم و ضروری است. از طرفی عامل اعتمادآفرینی از مهم‌ترین عوامل فرآیند مشارکت سرا سری در دولت الکترونیک است؛ بطوریکه اعتمادآفرینی شاه‌کلید مشارکت سرا سری در دولت الکترونیک به شمار می‌آید و نیز با توجه به مدل ارائه‌شده و شناسایی و دسته‌بندی ابعاد و شاخص‌های اعتمادآفرینی به جهت اجرا، ارائه، پذیرش و مشارکت در دولت الکترونیک؛ به سیاست‌گذاران، مجریان و سازمان‌ها ذی‌ربط کمک می‌کند تا با رشد و تعالی هریک از شاخص‌های اعتمادآفرینی؛ مانع شکست پروژه‌های دولت الکترونیک و عدم پذیرش دولت الکترونیک توسط شهروندان شوند. در این راستا، در پژوهش حاضر با استفاده از روش تحلیل مضمون و بررسی متون علمی در حوزه دولت الکترونیک، ابعاد و شاخص‌های اعتمادآفرینی را در اجرا، ارائه و پذیرش و مشارکت در دولت الکترونیک شناسایی و در سه بعد: ۱. اعتمادسازی دولت‌ها با شاخص‌ها ۲. اعتماد الکترونیکی و شاخص‌ها. اعتمادپذیری شهروندان و شاخص‌ها؛ دسته‌بندی شده‌اند.

کلمات کلیدی: دولت الکترونیک؛ اعتمادآفرینی؛ اعتمادسازی دولت‌ها؛ اعتمادپذیری شهروندان؛ اعتماد الکترونیکی.

۱. مقدمه

در صورتی که که با این عقیده و نظر موافق باشیم که وقایع و رویدادهایی مانند بحران اقتصادی کنونی، موارد فساد مالی و کلاهبرداری‌های اینترنتی و پدیده‌های مجازی در فضای الکترونیکی یا نشت و سرقت اطلاعات خاص و طبقه‌بندی‌شده؛ باعث شده است که اعتماد به مدیریت دولتی، اعتماد به نهادها و اعتماد به فضای مجازی در سطح جهانی کاهش یابد و همچنین شکست چندین پروژه دولت الکترونیکی به‌واسطه عدم قبول الکترونیکی به‌وسیله شهروندان منتج به بالا رفتن توجه به مشکلات این حوزه خواهد شد؛ پس باید ادعا نمود که اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک مسئله‌ای مهم و چالش‌آور در بیشتر کشورها بوده و هست. دامنه و اثر ارتباطات و فناوری اطلاعات در بیشتر زمینه‌های زندگی شهروندان به تحول روش‌های ارتباطی شهروندان در اجتماع، مسیرها و روندهایی منتج خواهد شد؛ که جامعه یک‌به‌یک شهروندان را در سامان دادن و انجام کارهایشان سهیم می‌کند. به‌واسطه همین تحولات، عصر حاضر راعصر فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌نامند که در نتیجه آن شهروندان به کاربران اطلاعاتی و شبکه‌های اجتماعی به جوامع علمی تغییر حالت داده‌اند. (استافچر ۲۰۰۲) در این راستا دولت الکترونیک همچون یک فرصت پر قدرت به جهت اعتلای باور شهروندان به دولت و بالا رفتن کیفیت خدمت‌رسانی، فرصتی برای گسترش مشارکت سرا سری است. همچنین دولت الکترونیک همانند فرصتی است که منتج به بالا رفتن کارایی؛ بالا رفتن کیفیت خدمت‌رسانی به شهروندان و همچنین بالا رفتن مشارکت سرا سری می‌گردد. با تحکیم و تثبیت سه زمینه بالا رفتن کارایی؛ بالا رفتن شفافیت و بالا رفتن مشارکت همگانی است که زمینه مورد نیاز به جهت حمایت از دولت الکترونیک مهیا می‌شود؛ بطوریکه شفافیت و تعامل، با اعتمادپذیری شهروندان مرتبط بوده و همچنین بین اینترنت یا فضای مجازی که در دولت الکترونیک مورد استفاده قرار می‌گیرد با شفافیت نیز رابطه مثبتی وجود دارد. (ولج و هینانت ۲۰۰۳) بهره‌گیری از تجربه‌های اعتمادآفرینی دولت الکترونیکی در کشورهای پیشرفته، که اولین پذیرنده‌های دولت الکترونیک بودند؛ می‌تواند تعالیم و مطالب کلیدی و آموزنده‌ای را به شهروندان کشورهای در حال گسترش خدمات الکترونیک که به‌واسطه مواجهه با فرصت‌ها و تهدیدهایی که فناوری‌های جدید عرضه کرده است ارائه نماید. (چن و همکاران، ۲۰۰۶)، (لی و همکاران، ۲۰۰۵) اعتمادآفرینی در دولت الکترونیکی می‌تواند واسطه همراهی شهروندان با سیاست‌های دولت‌ها شود، هرچند دستگاه‌های دولتی در کشورمان اهتمام دارند که روابط خود را با شهروندان با بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی از نو تبیین نمایند، منتها شتاب این تحول‌ها فراخور با خواست شهروندان و رویه رشد و اعتلا خدمات دولت الکترونیکی نیست در ضمن با ید به این نکته توجه داشت که نهادها و دستگاه‌های دولتی مجری؛ خدمات دولت الکترونیک در عین اینکه بیشترین توجه خود را به بستر سازی، زیر ساخت و توسعه فنی دولت الکترونیک قرار داده‌اند از اعتماد آفرینی که موجب تعالی و رشد دولت الکترونیک می‌گردد مغفول نمانند... مبحث اعتماد از آن دسته مباحثی مورد توجه در علم مدیریت است که به‌واسطه چندوجهی بودن و بین‌رشته‌ای ماهیت آن؛ همچون نقطه اشتراک بین علوم نامبرده می‌شود. در این پژوهش اهتمام شده تا با توجه به تعاریف و سایر متغیرهای مرتبط، به بررسی اثر اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک پرداخته شود. اهمیت و اثر بررسی اعتماد بین شهروندان و دولت و فضای الکترونیکی موجب می‌گردد که در صورت عدم اعتماد، هزینه‌های دائمی مدنی و روانی

و اقتصادی متعدد و گسترده‌ای نصیب ذینفعان می‌گردد. پس اثر دوسویه اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک برای کل ذینفعان ضروری می‌باشد و همچنین با مروری بر پژوهش‌های انجام شده در این زمینه پی می‌بریم که یک خلأ پژوهشی در خصوص موضوع اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک موفق وجود دارد، پس پژوهش حاضر به لحاظ بررسی و ارزیابی اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک ضرورت دارد. اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک اجتماع اعتمادسازی دولت، اعتمادپذیری شهروندان و اعتماد الکترونیکی (فضای مجازی) را مورد مطالعه قرار داده است. پژوهش‌های قبلی در خصوص مبحث اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک بارها نشان می‌دهد که عدم اعتماد مانع از قصد استفاده و قبول و پذیرش دولت الکترونیکی به‌وسیله شهروندان می‌گردد. همان‌گونه که دستگاه‌های دولتی و نهادها؛ بودجه مالی و امکانات خود را به جهت اجرا، بسترسازی، توسعه و حفظ خدمات دولت الکترونیک بالاتر می‌برند؛ پس ضروری است که به موضوع اعتمادآفرینی که موجب تعالی و رشد دولت الکترونیک می‌گردد؛ پرداخته و در جهت تصدیق و اعتلا آن اهتمام نمایند. علاوه بر این ضرورت دارد اعضا نرم‌افزاری و پشتیبانی وفنی در دستگاه‌های دولتی و نهادها؛ استراتژی‌های اعتمادسازی را در دستور کار خود قرار دهند. با توجه به برخی از بی‌میلی‌های شهروندان به تغییر جهت از ارتباطات قدیمی در تعامل با دستگاه‌های دولتی و نهادها در کشور، نیاز به درک بهتر و دقیق‌تر از اثر اعتمادآفرینی دولت الکترونیکی در جامعه احساس می‌گردد و ضمن توجه به اینکه، فناوری‌های الکترونیکی در بین کاربران فضای مجازی عمومیت و مقبولیت پیدا کرده؛ اهمیت اعتمادآفرینی در استفاده از خدمات دولت الکترونیکی در بین شهروندان جامعه افزایش خواهد یافت. چنانچه دستگاه‌های دولتی و نهادها انتظار دارند که شهروندان اطلاعات مهم و حساس و شخصی خود را عرضه نمایند، بی‌شک باید ترس و اضطراب شهروندان را درک کرده و کیفیت شاخص‌های اعتمادسازی و اعتماد الکترونیکی خود را بهتر و دقیق‌تر بالا ببرند تا به این توفیق دست یابند.

۲. پیشینه پژوهش

کارتر و بلانگر (۲۰۰۵) تصریح می‌کنند که شهروندان باید به دستگاه‌های دولتی و نیز به فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات اعتماد داشته باشند. وارکنتین و همکاران (۲۰۰۵) اشاره کرده‌اند که اعتماد از عوامل مهمی در بهره‌گیری شهروندان از خدمات دولتی است. کارتر و بلانگر (۲۰۰۸) مدلی را برای مفهوم اعتماد پیشنهاد داد و تأکید کرد رویکرد شهروندان به اعتماد به موازات عنصر میل و گرایش به اعتماد است، درواقع ملاک اعتماد پاسخ‌دهندگان به خدمات دولتی را تحت اثر خود قرارداد. شهروندانی که میل و رویکرد بالاتری به جهت اعتماد به امور دارند به‌طور کلی بیش از دیگران به خدمات دولت اعتماد می‌کنند. بعلاوه، کارتر و بلانگر (۲۰۰۸) دریافتند که اعتماد به اینترنت و اعتماد به دولت فاکتورهای جداگانه و مهمی هستند که بر اعتماد به خدمات دولت مانند خدمات الکترونیکی اثر دارند. آلساگیر و همکاران (۲۰۱۰) اثر اعتماد به خدمات دولت الکترونیکی بر قصد شهروندان به جهت بهره‌گیری از خدمات دولت الکترونیکی را مورد بررسی قرار دادند و آن‌ها اثر مثبت قابل توجه اعتماد به خدمات دولت الکترونیکی را بر قصد بهره‌گیری شهروندان اعلام نمودند. علاوه بر این، آن‌ها دریافتند که اعتماد شهروندان به خدمات دولت الکترونیکی تحت اثر موقعیت شهروندان، اعتماد به دولت و اعتماد به اینترنت است. الزهرانی (۲۰۱۱) دریافت که اعتماد به دولت و اینترنت بر قصد شهروندان به جهت بهره‌گیری از خدمات دولتی در زمینه سهام‌شدن الکترونیکی اثر دارد. ردیک (۲۰۱۱) دریافت که اعتماد به دولت وجود دارد و بر نگاه شهروندان نسبت به خدمات مشارکت الکترونیکی اثر می‌گذارد. لی و کیم (۲۰۱۴)، اعتماد به دولت، شهروندان را قادر می‌سازد تا به‌طور فعال در سهام‌شدن الکترونیکی شرکت کنند زیرا اعتماد، شهروندان را تشویق می‌کند که احساس همکاری با دولت داشته باشند. اسپر و وایمر (۲۰۱۴) تصریح می‌کنند که اعتماد شهروندان به مشارکت الکترونیکی به‌طور مثبت بر بهره‌گیری از دولت الکترونیکی اثر می‌گذارد و در صورتی که اگر شهروندان به دولت‌های خود اعتماد کنند، بیشتر احتمال دارد که در فعالیت‌های دولت الکترونیکی شرکت کنند. الزهرانی (۲۰۱۷) به تجزیه و تحلیل شاخص‌های مؤثر در اعتماد به پذیرش دولت الکترونیکی از نگاه شهروندان پرداخته و یک بازبینی منظم جهت تجزیه و تحلیل عمیق شاخص اثرگذار بر اعتماد شهروندان که شامل شاخص‌های: باورها و فرهنگ، جنسیت، تحصیلات و مهارت، ریسک‌پذیری شهروندان که از شاخص مهم اثرگذار بر اعتمادپذیری شهروندان تلقی می‌شود؛ پرداخته است. روساریو و همکاران (۲۰۲۰) در مورد ارتباط بین درصد کاربران (شهروندان) دولت الکترونیک و میزان اعتماد به دولت‌ها، مشاهده شد که هرچه میزان اعتماد به دولت بالاتر باشد، بهره‌گیری از خدمات دولت الکترونیکی بالاتر است و بالعکس آن نیز صادق است و همچنین هرچه شکاف دیجیتالی بین شهروندان و دولت بیشتر باشد اعتماد به دولت الکترونیک کمتر است دولت‌ها باید اهتمام کنند تا اعتماد شهروندان را نسبت به اقدامات خود افزایش دهند و نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تشویق به بهره‌گیری از دولت الکترونیک ممکن است به این هدف کمک کند. فلاح زاده (۱۳۹۰) به بررسی ملاک اعتماد شهروندان نسبت به مدیریت شهری تهران پرداخته است. یافته‌های پژوهش وی حاکی از آن است که به‌طور کلی ملاک اعتماد شهروندان نسبت به مدیریت شهری تهران، در سطح پایین قرار دارد. نتایج همچنین نشان داد که پاسخگو بودن، مسئولیت‌پذیری، وحدت هنجاری و وجود شفافیت دستگاهی در شهرداری، از مهم‌ترین شاخص تحول مثبت و اعتلای سطح اعتماد شهروندان تهرانی نسبت به مدیریت شهری است. قاضی نوری (۱۳۹۲) به بررسی اثر اعتماد در پذیرش خدمات الکترونیکی پرداخته است تا نقش اعتماد را در پذیرش خدمات الکترونیکی و قصد بهره‌گیری شهروندان، در بخش خدماتی دستگاه بزرگ نیروی انتظامی و دفاتر پلیس + ۱۰ مورد بررسی قرار داده است بر مبنای مدل‌های قبلی عرضه شده، چهار عامل اصلی تأثیرگذار بر قصد بهره‌گیری شهروندان از خدمات الکترونیکی، شناسایی شده و بر مبنای پایه این تحقیق قرار گرفتند این چهار عامل عبارتند از: گرایش به اعتماد، اعتماد به دولت، اعتماد به فناوری اطلاعات و ریسک درک شده. نتیجه تحقیق از شهروندان نشان می‌دهد که گرایش به اعتماد به نحوه مثبتی اعتماد به دولت و اعتماد به اینترنت را تحت تأثیر قرار می‌دهد که در نتیجه

این دو نیز باعث افزایش قصد بهره‌گیری از خدمات الکترونیکی می‌گردند. انتظار می‌رود با توجه به نتایج و مدل عرضه‌شده در این تحقیق، بسیاری از سازمان‌های دولتی از جمله نیروی انتظامی و دفاتر پلیس + ۱۰ در جلب اعتماد شهروندان نسبت به دولت، سازمان‌های دولتی و خدمات الکترونیکی عرضه‌شده به‌وسیله آن‌ها موفق‌تر اقدام نمایند. صادقی مکی (۱۳۹۷) به عرضه مدل رضایت‌مندی شهروندان از دولت الکترونیک به لحاظ توسعه اعتماد همگانی پرداخته و پس از عرضه مدل موردنظر، مدل فوق در گروه بزرگ‌تر شهروندان در شهر اراک به‌وسیله تحلیل عاملی تأیید و پشتوانه سنجی شد و در نهایت ساختار مدل تأیید شد. مدل عرضه و تفسیر شد نتایج نشان داد که در بین ابعاد سه‌گانه در مدل فوق؛ بعد رضایت از شفافیت و شاخص‌های آن بیشترین اثر را بر روی شاخص‌های اعتماد دارد. پناهی (۱۳۸۹) به وضعیت اعتماد و تأثیر آن بر میزان پذیرش ریسک دولت الکترونیک پرداخته و یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین وضعیت اعتماد و اعتماد به اینترنت وجود داشت، رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین وضعیت اعتماد و اعتماد به دولت به دست آمد. همچنین بین اعتماد به دولت و تمایل به بهره‌گیری از اینترنت رابطه‌ی مستقیم و معنی‌داری به دست آمد. عابدی جعفری و همکاران (۱۳۸۹) تصریح دارد به آزمون شاخص مؤثر بر اعتماد شهروندان در مدیریت شهری، مطالعه موردی شهر تهران؛ و نتایج این پژوهش در خصوص شاخص اثرگذار بر اعتماد شهروندان نسبت به مدیریت شهری، از بین دو شاخص اثرگذار، شاخص مختصات اعتماد شونده «مدیریت شهری» به‌اندازه پنج برابر شاخص مختصات اعتماد کننده «شهروندان» بر روی اعتماد شهروندان اثرگذارتر است؛ بنابراین تأکید بر ادراک شهروندان نسبت به مدیریت شهری برای بالا رفتن میزان اعتماد، دارای اهمیت ویژه‌ای است و در نهایت به مدیریت شهری پیشنهاد دادند تا بیشتر تلاش و اهتمام خود را برای بالا رفتن این شاخص استفاده کند.

۳. ادبیات نظری

۳.۱. دولت الکترونیک

با قدری درنگ در تعاریف صاحب‌نظران در پژوهش‌های صورت گرفته دولت الکترونیک، پی می‌بریم که تعاریف بر سه مینا استوار است: بهره‌گیری دولت از فضای مجازی در راستای بیان خدمات به کاربران و شهروندان و بالا رفتن سطح دسترسی شهروندان به خدمات دولت و در نهایت پایین آمدن شکاف بین دولت‌ها و شهروندان.

جدول ۱. دولت الکترونیک

صاحب نظر/سال	تعاریف
دقی / ۲۰۰۰	بهره‌گیری و استفاده سهل از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در جهت عرضه خدمات دولتی به گونه مستقیم به درخواست‌کنندگان خدمات در زمان هفت‌روزه و در ۲۴ ساعت شبانه‌روز است. درخواست‌کننده می‌تواند یک شهروند، کاربر واحدی تجاری یا حتی دیگر نهادها باشد.
بران و وبرودی/ ۲۰۰۱	بهره‌مندی از تکنولوژی به‌ویژه فناوری مبتنی بر شبکه اینترنتی در راستای اعتلای دسترسی به اطلاعات و خدمات به شهروندان جامعه است
کمیسیون جوامع اروپا/ ۲۰۰۳	بهره‌گیری از فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات در مدیریت دولتی، ترکیبی از تغییر سازمانی و مهارت‌های جدید به لحاظ ترقی خدمات دولتی و فرآیندهای دموکراتیک و تقویت حمایت از تدبیر و خطمشی‌های دولت است.
بانک جهانی/ ۲۰۰۳	بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در بیان اثربخشی و کما آمدی خدمات و اطلاعات به شهروندان و درخواست‌کنندگان خدمات.
آکمن/ ۲۰۰۵	تحولی است که در دهه گذشته در فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی حادث شده و موجب دگرگونی در زندگی شهروندان شده و در مختصات واکنش‌های میان دستگاه‌های حاکمیتی و شهروندان دستخوش استحاله گردیده است .
وتیسا/ ۲۰۰۶	بهره‌مندی از اینترنت به لحاظ ارائه اطلاعات و خدمات همگانی به شهروندان و سازمان‌های تجاری و عرضه‌کنندگان و کاربرانی که در بخش همگانی فعالیت می‌کنند و نیز یکمسیر اثر بخش جهت راهنمایی تعاملات با شهروندان و شرکت‌های تجاری و نیز در ساختار دستگاه‌های حاکمیتی می‌باشد
تانگ / ۲۰۰۷	بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به ویژه اینترنت به عنوان امکانی برای دسترسی بیشتر به دستگاه حاکمیتی است.
پتایل/ ۲۰۱۰	عرضه مناسب خدمات و اطلاعات از طرف دستگاه حاکمیتی به کلیه شهروندان با بهره‌گیری از فرصت‌های الکترونیکی.
خان و کریشن/ ۲۰۱۹	بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و اینترنت جهت بالابردن توانایی‌ها و عرضه تمامی جهات خدمات و عملیات دستگاه‌های حاکمیتی به نفع شهروندان، سازمان‌ها، کاربران و سایر ذینفعان.
سوالها و همکاران/ ۲۰۱۹	یک شبکه با اهمیت بسیار بالا جهت ارتباطات و مشارکت و تعامل شهروندان با دستگاه‌های حاکمیتی است.

۳،۲ اعتماد:

مبحث اعتماد در طول نیم قرن گذشته با توسعه مفهوم اعتماد به عنوان یک بخش مهم در حوزه ارتباط متقابل افراد و شهروندان جامعه در نظر گرفته می‌شود (پالیسکیویچ ۲۰۱۳) در مطالعات متعدد پژوهشگران مختلف در خصوص دایره مفهومی اعتماد، به طور گسترده ای تعریف اعتماد را مورد بررسی قرار داده اند و با توجه به ماهیت ۱- چند بعدی: «احساسی، رفتاری و ادراکی» ۲-انتزاعی: «اطمینان، اعتبار، پشتوانه» ۳-نسبتا «گسترده موضوع اعتماد؛ از اعتماد تعریف فراگیری ارائه نشده است. مک آلیستر ۱۹۹۵، (ونگ، ۲۰۰۵). بطوریکه صاحب نظران در رویکردهای مختلف از جمله ۱- مدیریتی (سازمانی؛ بازرگانی)، ۲- روانشناسی، ۳- جامعه شناسی، ۴- اقتصادی، ۵- فناوری اطلاعات ۶- سیاسی ۷- اخلاقی؛ بر جنبه های متفاوتی از مفهوم اعتماد متمرکز شده اند؛ که این موضوع خود نیز باعث ایجاد چالش و نیز پیچیده تر شدن تعریف اعتماد شده است. در جدول ذیل به برخی تعاریف صاحب نظران خواهیم پرداخت:

جدول ۲. اعتماد

صاحب نظر / سال	تعریف	رویکرد
بیتی و همکاران / ۲۰۱۱	فرد در داخل یک سازمان به موجب ماهیت عملکرد شغلی تعیین شده و اعتماد در روابط آنها، قرار است به روشی قابل اعتماد عمل کنند مثال: اختیار امضا اسناد خاص از طرف سردفتران نسبت به دستیاران در دفاتر رسمی.	مدیریتی (سازمانی؛ بازرگانی)
اندرسون و ناروس / ۱۹۹۰	اعتماد، عقیده و باور یک سازمان است، در مقابل اینکه نهاد دیگر تلاشهایی به ثمر خواهد رساند که منتج به عکس العمل های مثبتی برای سازمان شود.	
شلنگر و همکاران / ۱۹۷۳	اعتماد سه جنبه دارد: ۱- شناختی: اعتماد شناختی زمانی است که اعتماد کننده تصمیم منسجمی را برای جایگاه خود اتخاذ کند. ۲- احساسی: اعتماد عاطفی زمانی است که اعتماد در یک شخص احساسی در متولی ایجاد شود ۳- رفتاری: اعتماد رفتاری زمانی است که اعتماد بر اساس تعهد ایجاد شود.	روانشناسی
برانگ / ۲۰۰۵	اعتماد یک بعد روانشناسی که شخص را توانمند میکند تا گزندویا آسودگی خود را در اختیار دیگر بخش ها قرار دهد و منتظر اقدام مثبت آن بخش ها باشد.	
شرچان و همکاران / ۲۰۱۲	اعتماد به جامعه شناسی مبتنی بر دو دیدگاه است: ۱- فردی ۲- اجتماعی. سطح فردی شبیه برداشت آن از روانشناسی است و از سوی دیگر سطح جامعه بر یک وضعیت روانشناختی جمعی گروه متمرکز است.	جامعه شناسی
عباس زاده و همکاران / ۲۰۱۱	یک نگرش مثبت به شخص و یک امری بیرونی است که با آن روبرو هستیم. اعتماد دارای ابعاد مختلفی است و باید آن به عنوان یک مفهومی اجتماعی پذیرفت که در روند فرآیند جامعه پذیری اخذ میگردد.	
آکرلوف، / ۱۹۷۰	اعتماد بر اعتبار معتمد و منافع یا خطرات ناشی از روابط اعتماد پذیر تمرکز دارد.	اقتصادی
مورگان وهانت / ۱۹۹۴	اعتماد زمانی اتفاق می افتد که فرد از ایجاد ارتباط تجاری با فرد دیگر و یا شریک تجاری خود، حس اطمینان و آسودگی داشته باشد.	
مورمن و همکاران / ۱۹۹۳	اعتماد در در فناوری اطلاعات دو مولفه دارد: ۱- اعتماد کاربر ۲- اعتماد به سیستم. مفهوم اعتماد کاربر از رویکرد روانشناسی و جامعه شناسی استخراج میشود، و مفهوم اعتماد به سیستم بر اساس آن انتظار ذهنی است که کاربران از تعاملات خود از آینده و گذشته خود و سیستم دارد که مبتنی بر قابلیت اطمینان، اثربخشی و امنیت است.	فناوری اطلاعات
میفو / ۲۰۰۳- شرچن و همکاران / ۲۰۱۳	اعتماد به فروشندهگان (و ارائه دهندگان خدمت) اینترنتی یعنی قبول زبان های احتمالی به همراه با درک و پذیرش امنیت میل و رویکرد شهروندان به تبعیت از رهبران سیاسی در جامعه.	سیاسی
واریان / ۲۰۰۰	مرتبه ای از عقیده شهروندان، حول قابلیت ها و پیروزی های رهبران سیاسی در تحقق یافتن انتظاراتشان.	
هرشینگتون / ۱۹۹۸	یک نگرش مثبت، در خصوص اینکه مخاطب در رفتار، سخنان و یا قصد خود همانند اشخاص فرصت طلب عمل نکند.	گوردون / ۲۰۰۰
میزانی از اطمینان که یک شخص در ارتباط با اشخاص دیگر از آن بهره مند است و بر حسب آن کنش های اخلاقی، عدالت مند، دوراندیش از خود نشان میدهد.		نیهان / ۲۰۰۰

۱.۳.۲- اعتماد سازی دولتها:

در بیشتر جامعه‌های صاحب تمدن به نوعی دولت وجود دارد. دولت مکانیسمی است که از آن برای تصمیم‌سازی‌های اجتماعی بهره‌گیری می‌کنیم. دولت امکان و فرصت‌ها را مهیا میکند که با آن، سختیها و دشواریهای جمعی خود را رفع کنیم و برای حل سختیها و گرفتاریهای جامعه میشود با اقدام همگانی از طریق دولت به موفقیت نائل آمد. (امینی ۱۳۸۴) و به توانمندی دستگاه‌های دولتی سبب مهیا کردن خدمات مختلف در دولتها؛ اعتماد سازی دولتها گفته میشود. (چروانی و همکاران ۲۰۰۲) و نیز باید توجه داشت که دستگاه‌های دولتی، قبل از عرضه خدمات دولت الکترونیکی به شهروندان به شکل الکترونیکی باید کاربران را به آن سطح از اعتماد و اطمینان به اندازه منابع فنی و هوشمندی که موجود دارند برسانند تا بتوان ساختار خود را موصون کنند. و نیز داشتن ارتباط متقابل حقیقیانه و بدون اهداف ناپسند، بوسیله مهیا کنندگان خدمات الکترونیکی در ملاک قبول دولت الکترونیک و اعتماد به آن تاثیر گذار است برخلاف عهد و وعده‌های اقدام نشده و دروغ از سمت برخی مناصب دولتی، از میزان اعتماد شهروندان کم شده و به بالا رفتن اختلاف و پرخاش‌ها نسبت به دستگاه‌های دولتی می‌انجامد. (دنی و همکاران ۱۹۹۷) شاخص‌های اعتماد سازی در دولتها شامل: ۱- عدالت ۲- صداقت ۳- شفافیت ۴- تکریم ۵- عملکرد و پاسخگویی ۶- انسجام و همسو با نیاز شهروندان ۷- وجدان کاری و مسئولیت‌پذیری، از شاخص‌های مهم تاثیر گذار بر اعتماد سازی دولتها به شمار میرود. (عابدی جعفری ۱۳۸۸) بر مبنای پژوهش‌های شکل گرفته بوسیله (OECD, 2000)؛ باید ترتیبی اتخاذ گردد تا خط مشی‌های ذیل به جهت اعتماد سازی دولتها در دستگاه‌های دولتی عملی گردد: ۱- ترکیب ملاک‌های امانت و حکمت به شکل مدیریت فراگیر ۲- تشریح شفاف از مأموریت‌های خدمات همگانی جهت شهروندان ۳. هماهنگی ملاکهای امانت و حکمت به عنوان مقدمه پیروزی و کامیابی ۴- صیانت از ارزشهای اصل برابری به همراه تحول ۵- توانمند سازی نمایندگان دستگاه‌ها و موسسات و نیز شهروندان به جهت گزارش دادن رفتارهای ناپسند ۶- عدول از درمان نسبت به پیشگیری ۷- بهره‌مندی از منافع تکنولوژی و فناوریهای نو ۸- دور اندیشی نسبت به حل سختیها و گرفتاریها در خصوص شهروندان در بیشتر پژوهش‌های انجام گرفته از شاخص‌هایی مانند ۱- شایستگی، ۲- خیر خواهی، ۳- قابلیت پیش بینی ۴- صداقت در تجارت الکترونیک، همچون شاخص بارز اعتماد سازی در دولتها ذکر شده است. شایستگی یعنی اعتقاد به توانمندی‌ها، کاردانی و ویژگی‌های اعتماد ساز (دولتها)، در حوزه تجارت الکترونیک و خیر خواهی بیانگر آن است که کرامت کاربران (شهروندان) مورد احترام اعتماد ساز (دولت) باشد فقط به منافع و مزایای خود (دولتها) نیندیشد و قابلیت پیش بینی نشانگر این است که اعتماد ساز در مسیر انجام امور خود با ثبات و استوار بوده و در پایان صداقت اعتماد ساز (دولتها) در مقابل اعتماد پذیر (شهروندان) باید طوری باشد که به اصول و معیارهای راستگویی و خلوص در رفتارش متجلی باشد. (سیدنقوی و جمال آبادی، ۱۳۹۲)

۲.۲.۲. اعتماد پذیری شهروندان:

در جامعه‌ای که شهروندان به کارگزاران دستگاه‌های دولتی اعتماد داشته باشند، دولتها در بیان نگرش، مواضع و کنش‌ها و سیاستهای خود از پشتوانه زیادی بهره‌مند خواهد بود. اعتماد پذیری شهروندان به دولتها آمیخته‌ای از هوشمندی در امر اثربخشی دستگاه‌های دولتی در: ۱- ایستادگی در مقابل تهدیدات بین‌المللی و اقتصادی ۲- حل و فصل مشکلات و مسائل شهروندی ۳- راستگویی و صدق در امور ۴- عدالت محوری در ساختارها می‌باشد. (کلارک و همکاران ۲۰۱۳) و همچنین اعتقاد شهروندان در خصوص ۱- حق بینانه بودن دستگاه‌های دولتی ۲- پاسخگو بودن دستگاههای دولتی؛ و مجموعه اقدامات دولت در خصوص اعتماد سازی، از درجه اهمیت بالایی برخوردار است (توماس ۱۹۹۸) و نیز بررسی‌های انجام شده نشان میدهد که دستگاه‌ها و موسساتی که دارای شهرت و اعتبار هستند از انجام اموری که به وجهه‌شان آسیب میرساند، دوری میکنند. (ناک و کیفر ۲۰۰۰) سه فاکتور و شاخص اصلی به جهت اعتماد پذیری شهروندان به دستگاه‌های دولتی عبارت است از: ۱- کارکرد دستگاه‌های دولتی ۲- فساد درک شده شهروندان از دستگاه‌های دولتی ۳- رضایت و خشنودی شهروندان جامعه (کلارک و همکاران ۲۰۱۳) و همچنین شاخص‌هایی نظیر: ۱- باورها و فرهنگ ۲- جنسیت ۳- تحصیلات و مهارت ۴- ریسک‌پذیری شهروندان از شاخص مهم اثرگذار بر اعتماد پذیری شهروندان تلقی میگردد. (الزهرانی و همکاران ۲۰۱۷)

۳.۲.۳. اعتماد الکترونیکی:

فساد در دستگاه‌های دولتی و اداری بی‌واسطه بر کارایی ساختار حکومتها و نیز بر عزتمندی سیاسی و مقبولیت فرهنگی و مدنی جوامع تاثیرات ناپسندی دارد، پژوهشگران نظریات بسیاری برای مدیریت فساد عرضه کرده‌اند، یکی از این نظریات مدیریت شیشه‌ای میباشد که بر مبنای آن فناوری اطلاعات، راه حل و تدبیر اساسی جهت کنترل فساد ارائه میکند (ایران زاده و داودی ۱۳۹۱) اعتماد بر پایه علم و دانش در بعد زمان بواسطه ارتباط متقابل و تجربه؛ توسعه و رشد می‌یابد و در نهایت تجربه دیرین بر قصد اعتماد شهروندان اثر میگذارد؛ بطوریکه دارای نقش اساسی در تعیین اعتماد آنلاین (الکترونیکی) است. (لی و توربان، ۲۰۰۱) مسلمانان فناوری اطلاعات همچون فرصتی مناسب جهت عرضه خدمات دستگاههای دولتی و اداری، باید موجب توسعه رویه عرضه خدمات شده و برای شهروندان ثمر بخش و نافع باشد. در صورتیکه شهروندان و دریافت کنندگان خدمات الکترونیکی، حس کنند که فناوری مورد استفاده‌شان، برای آنها پر فایده بوده به آن خدمت اعتماد کرده‌اند و از آن بهره‌مند میشوند. دیویس ۱۹۸۹ شاخص‌های اثرگذار بر اعتماد الکترونیکی شامل ۱- امنیت فضای الکترونیکی ۲- محقق کردن نیازهای شهروندان ۳- رضایت الکترونیک، ۴- پاسخ داد به اشکالات و شکایات کاربران (شهروندان) و قابلیت بهره‌گیری ساده از فضای مجازی است (گامرز و همکاران، ۲۰۰۴) (و نیز به معرفی شاخص‌های ۱- رضایت الکترونیک، ۲- اطمینان در فضای مجازی ۳- آسودگی در بهره‌گیری از فضای اینترنتی ۴- گذشته، سابقه و تجربه و بسایط‌ها ۵- پاسخدهی اشاره میشود. (ریبینک و همکاران، ۲۰۰۴) (شایندرن پژوهشی در خصوص سبک‌های توسعه اعتماد کاربران (شهروندان) در تجارت الکترونیکی انجام

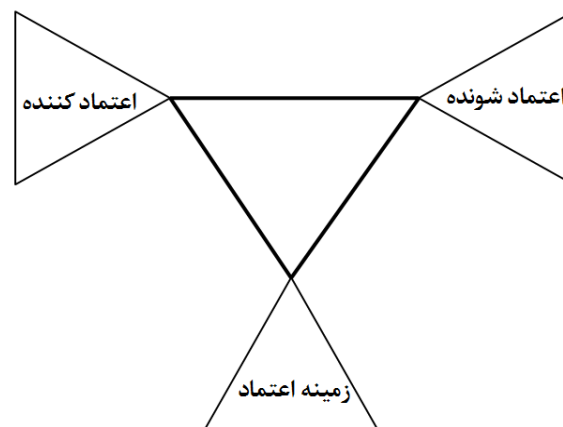
داد. وی دریافت شاخصهایی از قبیل ۱- اقدامات گذشته وب سایت در فضای مجازی، ۲- نظرات و تاییدیه کاربران (شهروندان) فعلی و گذشته وبسایت در محیط اینترنتی ۳- امنیت و ایمنی اطلاعات به شکل خط مشی های قابل فهم و اجرا، به توسعه اعتماد کاربران منتج میگردد (شایندرمن ۲۰۰۰) حریم خصوصی یکی از انگیزاننده های اصلی و راه حل کلیدی در اعتماد محیط های اینترنتی است و امکان دارد اثرش در عموم وبسایت ها تفاوت داشته باشد. (سلطان و همکاران، ۲۰۰۵) در پژوهشی، کاشانی؛ مواردی از شاخصهای تاثیر گذار جهت خلق اعتماد در تجارت الکترونیکی را برای کاربران ایرانی به ترتیب اهمیت ذکر میکند: ۱- حریم خصوصی، ۲- قوانین ۳- امنیت، ۴- انجام کامل درخواستهای کاربر، ۵- کیفیت ساختار و محتوا و ظاهر وبسایت، ۶- خدمات ویژه در وبسایت ۷- سادگی پیمایش کاربری وبسایت ۸- تجربیات استفاده قبلی کاربران از وبسایت (کاشانی، ۱۳۸۷) و نیز در پژوهشی، اوربان و همکاران؛ به دو مختصات از شاخص های مؤثر بر اعتماد الکترونیکی اشاره میکنند: ۱- مختصات وبسایت شامل: امنیت، حفظ حریم خصوصی، سادگی پیمایش در سایت، تصویر و قدرت برند (سازمان)، انجام امور و درخواست ها و عدم وجود خطا در وبسایتها ۲- مختصات کاربران (شهروندان) شامل: تجربه فعالیت و اشتغال و آشنایی کاربران در در فضای اینترنت، دسته بندی کردند. (اوربان و همکاران، ۲۰۰۲)

جدول ۳. ابعاد و شاخص های مؤثر بر اعتماد آفرینی دولت الکترونیک بر اساس مطالعات اسنادی

بعد	اعتمادسازی دولت ها	اعتماد پذیری شهروندان	اعتماد الکترونیکی
صداقت - شفافیت - عدالت - تکریم و توجه - توانایی و تخصص - عملکرد و کارایی - ارتباطات - همسو با نیاز - وجدان کاری و مسئولیت پذیری	تجربه - مهارت - تأثیر پذیری - درآمد - ریسک پذیری - رضایت و خشنودی - روحیه و علاقه همکاری - سن - تحصیلات - اشتغال	امنیت - اطمینان - حریم خصوصی در دسترس بودن وسادگی - پاسخدهی - کارایی وب - چابکی و سرعت	

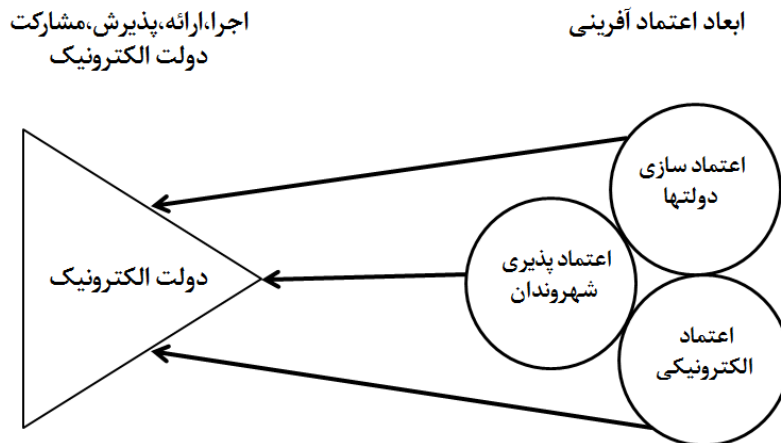
۳.۳ چهارچوب نظری پژوهش:

چارچوب نظری مدل والگویی است که پژوهشگر بر مبنای آن در خصوص رابطه میان شاخصی که در ایجاد موضوع مورد اهمیت تشخیص داده می شود، نظریه پردازی می کند (خاکی، ۱۳۸۲) در پژوهش حاضر جهت بررسی اعتماد آفرینی دولت الکترونیک بر مبنای پایه، مبانی مدل سه عاملی پاورز (۲۰۰۱) همانند شکل (۱) الگو سازی میشود. در اکثر تعاریف عرضه شده از اعتماد، سه متغیر اعتماد کننده، اعتماد شونده و زمینه دیده میشود. (میسزتال ۲۰۰۶) و (طالقانی و همکاران ۱۳۸۹)



شکل ۱. مدل سه عاملی پاورز

در پژوهش حاضر با توجه به مدل مفهومی اولیه (شکل ۲)؛ ابعاد و شاخص‌های چهارچوب اعتماد آفرینی دولت الکترونیک را تحلیل و تبیین می‌گردد بطوریکه ۱. «اعتماد سازی» در دولت الکترونیک باید توسط دولتها انجام گیرد ۲. اعتماد پذیری» در دولت الکترونیک بوسیله شهروندان شکل می‌پذیرد. ۳. محیط‌های الکترونی (فضای مجازی) در بین شهروندان و دولتها زمینه‌بوجود آمدن اعتماد الکترونیکی هستند. در نهایت با اجتماع این سه بعد اعتماد آفرینی دولت الکترونیک ایجاد (خلق) خواهد شد. در این پژوهش، مدل مفهومی اولیه، مبنا و پایه پژوهش قرار گرفته و در صورت تایید، مدل مفهومی نهایی، در پژوهش‌های آتی مورد بررسی و تایید قرار خواهد گرفت



شکل ۲. مدل مفهومی اولیه

۳.۴ روش پژوهش

در پژوهش حاضر با استفاده از تحلیل مضمون و بررسی ادبیات نظری اعتماد آفرینی در دولت الکترونیک، ابعاد و شاخص‌های اعتماد آفرینی شناسایی و دسته بندی شده‌اند. تحلیل مضمون روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوها یا مضامین موجود درون داده‌ها است. این روش در حداقل خود داده‌ها را سازماندهی و در قالب جزئیات توصیف می‌کند؛ اما میتواند از این فراتر رفته و جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش را تفسیر کند (کمالی، ۱۳۹۷). مراحل تحلیل مضمون به شرح زیر است مرحله اول؛ آشنایی با داده‌ها، مرحله دوم؛ ایجاد کدهای اولیه، مرحله سوم؛ جستجوی مضامین، مرحله چهارم؛ بازبینی مضمونها، مرحله پنجم؛ تعریف و نامگذاری مضمونها و مرحله ششم؛ تهیه گزارش (براون و کلارک، ۲۰۰۶). در پژوهش حاضر بر اساس این مراحل و به روش اسنادی، مطالعات نظری و پژوهش‌های حوزه اعتماد آفرینی در دولت الکترونیک به عنوان داده‌های پژوهش گردآوری شده است. این داده‌های با جستجوی کلید واژه‌های اعتماد الکترونیکی و اعتماد شهروندان، اعتماد در دولت الکترونیک در بانک‌های اطلاعاتی مانند ساینس دایرکت و مگ ایران و سامانه گنج و جستجوگرها مانند گوگل اسکالر جمع آوری شده است. نتیجه جستجو شامل ۵۳ مقاله پژوهشی که در عنوان، چکیده یا متن اصلی آنها یکی از کلیدواژه‌های جستجو قرار داشت، از این تعداد، ۴۳ مورد در کدگذاری داده‌ها و استخراج شاخص‌های اعتماد آفرینی دولت الکترونیک مورد استفاده قرار گرفتند. علاوه بر این از کتاب‌های مرجع دولت الکترونیک نیز برای بررسی اعتماد آفرینی و ادبیات پژوهش استفاده شده است. متناسب با سوال پژوهش به کدگذاری اولیه داده‌های پرداخته شده که نتیجه این مرحله، شاخص‌های اعتماد آفرینی هستند که در قالب جداول یافته‌های پژوهش ارائه شده‌اند. در ادامه با ترکیب و یا تعدیل شاخص‌های که ارتباط مفهومی با هم داشتند، مضمونهای بالقوه جهت شاخص‌ها شناسایی و نامگذاری شده‌اند. این مضمونها متناسب با سوال پژوهش و کدهایی که در هر یک وجود دارد مورد بازبینی قرار گرفتند و نهایتاً مضمون‌های سه گانه شامل اعتماد سازی دولتها؛ اعتماد الکترونیکی و اعتماد پذیری شهروندان که شامل شاخص‌های مربوطه اعتماد آفرینی در دولت الکترونیک است در قالب جدول‌های مجزا ارائه شده است.

۳.۵ یافته‌های پژوهش

پژوهش حاضر، با استفاده از تحلیل مضمون و بررسی ادبیات علمی حوزه دولت الکترونیک و اعتماد آفرینی، ابعاد و شاخص‌ها را شناسایی و دسته بندی شده است. این ابعاد در سه مضمون دسته بندی شامل: ۱. شاخص‌های مربوط به اعتماد سازی دولتها (جدول ۵) ۲. شاخص‌های مربوط به اعتماد الکترونیکی (جدول ۶) ۳. شاخص‌های مربوط به اعتماد پذیری شهروندان (جدول ۷) تدوین شده است. در جداول زیر به این ابعاد و نمونه شاخص‌هایی که زیر مجموعه هر بعد هستند اشاره شده است.

جدول ۵. شاخص‌های اعتمادسازی دولتها

شاخص	شرح	صاحب نظر / سال
صداقت	عدم صداقت و وعده‌های تحقق نیافته مقامات دولتی و کارمندان، اعتماد را کاهش داده و مخالفت با خدمات دولت الکترونیک را افزایش می‌دهد (۱) صداقت نیز بیانگر این نکته است که اعتماد کننده اعتقاد دارد که طرف مقابل صادقانه برخورد خواهد نمود و به گروهی از اصول و استانداردها در رفتارش پایبند است. (۲) درجه باور مردم به راست‌گویی و درست‌کاری و انجام صحیح امور محول شده به‌وسیله دولت و مقامات دولتی را نشان می‌دهد (۳)	بلنجر و کارتر / ۲۰۰۸ (۱) علیپور و همکاران (۲) منوریان و همکاران / ۱۳۸۸ (۳)
شفافیت	اگر شهروندان دولت الکترونیک را شفاف بدانند، بیشتر احتمال دارد که دولت الکترونیک را بپذیرند و به دیگران توصیه کنند که از آن استفاده کنند (۱) بسیاری شفافیت دولت را یکی از ابزارهای کنترل بهتر می‌دانند. شفافیت می‌تواند باعث: ۱- جلوگیری از فساد ۲- کمک به مشروعیت دولت ۳- افزایش عملکرد دولت ۴- افزایش کارایی دولت ۵- ترویج اصول حکمرانی خوب می‌گردد (۲)	استرنشتاین / ۲۰۱۰ (۱) گرمیلیخویچسن / ۲۰۱۳ (۲) ماسبرگر / ۲۰۰۵-۲۰۰۸ ولی / ۲۰۱۲-بیرکینشاو / ۲۰۰۶
عدالت	رابطه مثبتی بین عدالت درک شده از دولتها و اعتماد شهروندان وجود دارد و اینکه این دو مفهوم به‌شدت به هم مرتبط هستند. (۱) با افزایش ۱- عدالت احساسی (اظهار عادلانه احساسات بین مردم) و همچنین ۲- عدالت مراوده‌ای (ارتباط با مردم با احترام به حفظشان آن‌ها) و نیز ۳- عدالت توزیعی (تقسیم منابع ودخایر) و ۴- عدالت رویه‌ای (نهادینه کردن اعتماد در کودکان و نزدیکان) و درنهایت ۵- عدالت اطلاعاتی (برطرف کردن شکاف دیجیتالی و آموزش) منجر به افزایش اعتماد به دولت خواهد شد و شهروندان دولت الکترونیک را به وسیله‌ای برای تحقق اهداف خود خواهند دانست و اعتماد بین شهروندان افزایش می‌یابد (۲)	کروپانز و همکاران / ۱۹۹۱ (۱) وین / ۲۰۰۹-قلی پور و همکاران / ۱۳۸۵ (۲)
تکریم و توجه	رفتار توأم با احترام، رفتار محترمانه با شهروندان و راهنمایی و جواب‌گویی و توجه به‌موقع به مراجعات سازمان‌های خدمات محور کشور تأثیر مثبتی برافزایش اعتماد آنان به سازمان‌های دولتی خواهد داشت.	سلطانی و همکاران / ۱۳۹۶
توانایی و تخصص	اعتماد شهروندان به توانایی دولت در ارائه خدمات آنلاین برای مشارکت گسترده در دولت الکترونیکی ضروری است. (۱) اعتماد به دولت الکترونیک تأثیر زیادی در پذیرش یک فناوری دارد. قبل از تأیید توانایی‌های دولت الکترونیکی، شهروندان باید اعتقاد داشته باشند که سازمان‌های دولتی از ذکاوت و مهارت‌های فنی برخوردار هستند که منابع لازم برای پیاده‌سازی و ایمن‌سازی این سامانه‌ها فراهم سازند (۲)	بلنجر و کارتر / ۲۰۰۸ (۱) گفن و همکاران / ۲۰۰۵ (۲)
عملکرد و اثربخشی	عملکرد خوب خدمات عمومی منجر به افزایش رضایت‌مندی از خدمات عمومی و در نتیجه اعتماد بیشتر و خدمات دولتی می‌شود (۱) برای اطمینان از موفقیت دولت الکترونیک ارزیابی اثربخشی دولت الکترونیک و اقدامات اساسی بر مبنای این ارزیابی‌ها ضروری است (۲)	دانایی فر / ۱۳۸۹ (۱) ماداجی / ۲۰۰۴ (۲) ژنگ / ۲۰۱۷-پارک و همکاران / ۲۰۱۳-پرنت و همکاران / ۲۰۰۴
ارتباطات	دولتها باید برای توسعه و (اعتمادسازی) دولت الکترونیکی، تدوین یک استراتژی ارتباطی شهروند محور که برافزایش آگاهی شهروندان از این خدمات و آگاهی آن‌ها در خصوص مزایای دولت الکترونیکی، بکوشند. ۱ و همچنین بهبود تعامل می‌تواند باعث گسترش فرصت‌های اعتماد و مشارکت در شهروندان باشد. ۲ مشارکت الکترونیکی ارتباطات بین دولتها و شهروندان را افزایش می‌دهد و شهروندان را قادر می‌سازد تا بیشتر درگیر روند سیاست‌گذاری شوند. (۳)	ترلنگوپیترسون / ۲۰۱۰ (۱) پرز موروتوهمکاران / ۲۰۲۰-تولبرت و ماسبرگر / ۲۰۰۶ (۲) هونگ و همکاران / ۲۰۰۶ (۳)
همسو با نیاز	دولت الکترونیک با توجه به اینکه اطلاعاتی ارزشمند نسبت به نیازهای جامعه را در اختیار دارد می‌تواند نهادهای اقتصادی را در جهت پاسخ هر چه بهتر و بیشتر به آن نیازها دهد.	قاسم زاه و صفری / ۱۳۸۰- کیم ولی / ۲۰۱۲
وجدان کاری و مسئولیت پذیری	کارگزاران دولت الکترونیک باید با در نظر گرفتن مسائل فرهنگی و ملی حاکم، بکوشند تا با افزایش، حداقل مقررات و ضوابط عملکردی کارکنان خدمات دولت الکترونیک با تأکید بر مسائل ارزشی و انگیزشی؛ باعث ایجاد زمینه وجدان کاری و مسئولیت پذیری در نهاد های مجری خدمات دولت الکترونیکی شوند و بین کار مورد نظر و توانایی کارکنان هماهنگی و تناسب برقرار کنند؛ زیرنهادی که قادر به توسعه مهارتها و توانایی نیروی انسانی خود نیست، نمی‌تواند از آنان به نحو مؤثری دراجراوتوسعه دولت الکترونیک بهره مند گردد و به سطح مطلوبی از وجدان کاری و مسئولیت پذیری برساند.	سلطانی و همکاران / ۱۳۹۶

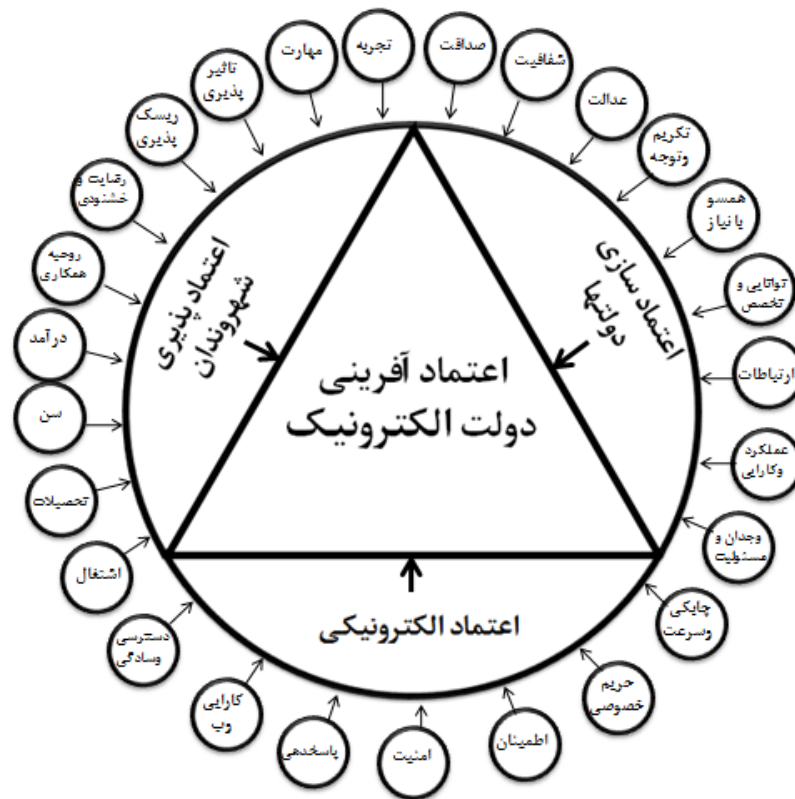
جدول ۶. شاخص های اعتماد الکترونیکی

شاخص	شرح	صاحب نظر / سال
امنیت	نه عامل حریم خصوصی و امنیت، مهر اعتماد، پیمایش، نمای کلی وبگاه؛ برند تجاری، راهنمایی استفاده از وبگاه، بی خطا بودن، کامل بودن اطلاعات و اجتماع در کاربران اعتماد ایجاد می کند.	سلطان و اربان/۲۰۰۲- لیانو و چونگ/ ۲۰۰۸- هافمن وهمکاران ۱۹۹۹
اطمینان	به دلیل درجه بالای نا اطمینانی و ریسک در تجارت الکترونیکی، اعتماد عاملی مهم برای جلب اطمینان طرف دیگر مبادله است (۱) نوعی احساس مثبت است که مردم با گذشت زمان نسبت به دولت، مقامات سازمان های دولتی، عملکرد و تصمیمات آنها پیدا می کنند. (۲)	لیانو و چونگ، ۲۰۰۸ (۱)-منوریان و همکاران/۱۳۸۸ (۲)-لی و یه ۲۰۱۰، مکنایت و همکاران ۲۰۰۲-پالویا/۲۰۰۹-ریبینک و همکاران/۲۰۰۴
حریم خصوصی	حریم خصوصی یک محرک کلیدی در اعتماد آنلاین است و تأثیر آن بر اعتماد ممکن است در سراسر وبسایتها متفاوت باشد.	سلطان وهمکاران/۲۰۰۵
در دسترس بودن و سادگی	شبهانه روزی و هفت روز در هفته. پورتالها و پیوندهای مجزا و منفرد به سایت های دیگر امکان ایجاد اطلاعات و خدمات از طریق، تعدادی دیگر از سایتها را دارد و خدمات نهادهای دولتی که از طریق یک وبسایت در دسترس شهروندان است. (۱) بررسی و شاخص هایی از قبیل کیفیت وبسایت، سهولت استفاده، مفید بودن، فراهم کردن دانش و مهارت برای مشتری، عوامل مربوط به مشتری (شهروندان) به عنوان شاخصه های مؤثر بر اعتماد کاربران معرفی گردید. (۲)	ماسبرگر (۱)۲۰۰۵-آگگ و المصری/۲۰۱۷ (۲)-اویو و سیا/۲۰۱۰، کینگین و همکاران/۲۰۰۹-غفاری آشتیانی و همکاران/۱۳۹۰-پارک وهمکاران/۲۰۱۳
پاسخدهی	از طریق بهبود تعاملات با شهروندان. هم از طریق وبسایتها و هم ایمیل، فرصت های جدیدی را برای تعامل با مقامات ایجاد می کنند و قابلیت پاسخگویی بالقوه را افزایش می دهد. (۱). پاسخگویی تأثیر مستقیمی بر درک مثبت شهروندان از دولت الکترونیک دارد. (۲) پاسخدهی: به فرآیندهایی گفته می شود که بر اساس آن شهروندان، مدیران دولتی را در برابر اقداماتشان مسئول می سازند. (۳)	ماسبرگر (۱)۲۰۰۵-کیم ولی/۲۰۱۲ (۲)-دانایی فرد و همکاران (۱)۱۳۸۹-پرنت وهمکاران/۲۰۰۴-لیانو و چونگ / ۲۰۰۸- شارما وهمکاران/۲۰۱۳-سانتوس / ۲۰۰۳
کارایی وب	فناوری ارتباطات و اطلاعات از طریق افزایش کارایی، اثربخشی، شفافیت (از طریق کاهش فساد) و پاسخدهی و افزایش مشارکت شهروندان در فرایندهای سیاسی، منجر، به افزایش اعتماد به دولت به طور مستقیم یا غیرمستقیم می شود.	موون/۲۰۰۲
چابگی و سرعت	هم سو کردن فناوری های اطلاعاتی، کارکنان، فرایندهای کاری و امکانات در یک سیستم همگن و انعطاف پذیر (دولت الکترونیک) تا در این صورت توانایی واکنش سریع نسبت به شرایط در حال تغییر فراهم گردد و سرعت افزایش یابد.	تورنگ لاین ۲۰۰۵-واعظی وهمکاران/۱۳۹۱

جدول ۷. شاخص های اعتمادپذیری شهروندان

شاخص	شرح	صاحب نظر /سال
تجربه	اعتماد بالاتر به دولت با استفاده بیشتر از خدمات الکترونیکی دولت ارتباط دارد. (۱) و به ویژگی هایی از کاربر شامل تجربه استفاده قبلی از وبگاه اشاره دارد. (۲) از آنجاکه شکل گیری تجربه مثبت در اولین استفاده از خدمات دولت الکترونیک بسیار مهم است، پس شهروندانی که برای اولین بار از خدمات دولت الکترونیک استفاده می کنند باید مورد توجه خاص قرار گیرند.	تولبرت و ماسبرگر ۱۳۰۶/۲۰۰۶-شانکر، اربان و سلطان، ۲۰۰۲/۲
مهارت	شهروندانی که فاقد مهارت های لازم برای استفاده از فناوری بوده و تحصیلات پایینی دارند و با فن آوری مدرن آشنا نبوده از نظر اقتصادی فقیر هستند و نیز از نظر اجتماعی و فرهنگی از سطوح پایین جامعه هستند. در نتیجه، اعتقادی به استفاده از سیستم دولت الکترونیک و مزایای آن ندارند.	شریف و همکاران/۲۰۱۱-۲۰۰۸ دیک و همکاران/۲۰۰۸
تاثیر پذیری	ما اعتماد را از اوایل زندگی از والدین خود می آموزیم و این بیانگر نقش کلیدی خانواده در ایجاد حس اعتماد در کودکان است چراکه والدینی که اعتماد به دولت نداشته باشند و عملکردشان راضی نباشند این اثر را در فرزندان خود نهادینه کرده و انسان هایی با حس بی اعتمادی به دولت و جامعه تحویل می دهد با توجه به تحقیقاتی که صورت گرفته این بی اعتمادی در اثر تجربیات مکرر و با یک رویداد تکان دهنده با سرعت بسیار کم به سوی اعتماد گرایش پیدا می کند و این دلیل بر اهمیت خانواده در ارتباط با دولت در کودکان است.	اوزلاتر/۲۰۰۲-قلی پور و همکاران/۱۳۸۵
درآمد	کسانی که درآمد بالاتری دارند ممکن است از عملکرد دولت رضایت بیشتری داشته باشند و از خدمات اینترنتی بهره بیشتری ببرند. (۱) افرادی که درآمد و تحصیلات بالاتری دارند، احتمالاً در توانایی خود در درک نحوه (اعتماد) به دولت الکترونیک و مشارکت مؤثر، اطمینان دارند. (۲)	ماسبرگر /۲۰۰۵-۱۳۰۵-ژنگ و شوچر/۲۰۱۷/۲
ریسک پذیری	ریسک ارتباط نزدیکی با اعتماد دارد. اگر خطری وجود نداشته باشد، دیگر نیازی به اعتماد نخواهد بود (۱) یکی از موانع مهم برای استفاده از تجهیزات و فناوری الکترونیکی، احساس ریسک است (۲) بنابراین، اعتماد در صورت بروز خطر درجایی که خسارت احتمالی بیشتر از آن باشد، آشکاری شود خاصی که دنبال می شود (۳) بیان کننده میزان خطرپذیری مردم در برقراری ارتباط با دولت و مقامات سازمان های دولتی برای ارائه آزادانه انتقادات و پیشنهادات آنان است. (۴)	لومان، ۱۹۸۸(۱)- کروز و همکاران/۲۰۱۰-۲ دویچ، ۱۹۶۰(۳)-منوریان و همکاران/۱۳۸۸(۴)-لافرتی ولی/۲۰۰۵-محمودی ۲۰۱۵- آلساغیر /۲۰۰۹
رضایت و خشنودی	رضایت بیشتر شهروندان از خدمات دولت الکترونیکی منجر به استفاده بیشتر و مشارکت در چنین خدماتی می شود. (۱) و افرادی که از چنین خدماتی راضی هستند، اعتماد بیشتری به دولت دارند. (۲)	پرز موروت و همکاران ۱۳۰۲(۱)-ژنگ و شوچر/۲۰۱۷-تولبرت و ماسبرگر /۲۰۰۶(۲)
روحیه و علاقه همکاری	شهروندانی که بیشتر به دولت اعتماد دارند علاقه و تمایل بیشتری به استفاده از وبسایت های دولتی را دارند.	گراسیا و وندبیک/۲۰۰۵- گراسیا و آرینو/۲۰۱۴
سن	از جمله عوامل این دسته که در مطالعات از آن با عنوان عوامل اثرگذار بر اعتماد کاربران یاد شده است، می توان به سن، جنسیت اشاره کرد. (۱) طبق مطالعات انجام گرفته جمعیت جوان بیشتر استفاده کننده خدمات دولت الکترونیکی موجود هستند. (۲)	چنگ و همکاران/۲۰۱۳(۱)- پارک و همکاران/۲۰۱۳- گلدنفرینج و همکاران/۲۰۰۹ ژنگ و شوچر /۲۰۱۷(۲)
جنسیت	با استفاده از شاخص های ویژگی های فردی، فرهنگ، جنسیت، تجربیات قبلی، سطح تحصیلات، باورها و ارزش سیستم در قالب مفهومی تحلیل گردیده است.	الزهرانی ۲۰۱۷-پارک و همکاران/۲۰۱۳
تحصیلات	از جمله عوامل این دسته که در مطالعات از آن با عنوان عوامل اثرگذار بر اعتماد کاربران یاد شده، شغل، درآمد و تحصیلات کاربر است. (۱) خصوصیات و مشخصات کاربران دولت الکترونیکی، جوان، تحصیل کرده و درآمد بالاتری است. (۲)	آلوم، پاتولنی، رید و استورجیز/۲۰۱۰(۱)- دیمیترووا و چن /۲۰۰۶- ۲۰۱۳ - دلهی و نیوتن/۲۰۰۳ - پارک و همکاران/۲۰۱۳

پس از شناسایی و دسته‌بندی ابعاد و شاخص‌های اعتمادآفرینی دولت الکترونیک در نهایت به مدل مفهومی نهایی (شکل ۳) رسیدیم.



شکل ۳. مدل مفهومی اولیه

۴. نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، شناسایی و دسته‌بندی ابعاد و شاخص‌های اعتمادآفرینی دولت الکترونیک است. در این راستا، در پژوهش حاضر ابتدا به جایگاه و اهمیت اعتماد در دولت الکترونیک اشاره شده است و در ادامه مدل مفهومی اولیه تدوین و مورد بررسی قرار گرفته است. سه بعد مدل اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک تشریح شده و با توجه به اهمیت اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک، ضروری است برای تحلیل ابعاد اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک، شاخص‌هایی برای این ابعاد احصاء گردد. شناسایی شاخصها برای اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک میتواند راهی برای افزایش و ارتقاء کیفیت شاخص‌های فوق توسط نهادها و دستگاه‌های دولتی و جلوگیری از شکست پروژه‌های دولت الکترونیک باشد و از عدم پذیرش و عدم مشارکت سراسری شهروندان در دولت الکترونیک جلوگیری کند و گامی اساسی برای رسیدن به اعتلا و رشد خدمات دولت الکترونیک باشد. در پژوهش حاضر با استفاده از روش تحلیل مضمون و با روش گردآوری اسنادی و بررسی متون علمی حوزه دولت الکترونیک و اعتماد، ابعاد شناسایی شده در سه مضمون دسته‌بندی شامل: ۱. شاخص‌های مربوط به اعتمادسازی دولت‌ها ۲. شاخص‌های مربوط به اعتمادالکترونیکی ۳. شاخص‌های مربوط به اعتماد پذیرندگان دسته‌بندی شده‌اند. پژوهش حاضر با شناسایی و دسته‌بندی ابعاد و شاخص‌ها میتواند راهنمایی در اختیار نویسندگان و پژوهشگران و تحلیلگران حوزه دولت الکترونیک قرار دهد تا توفیق بیشتری در بررسی و تحلیل اعتمادآفرینی در دولت الکترونیک داشته باشند و به مجریان، ذینفعان، سازمانها و نهادهای مربوطه کمک میکند که در تدوین و اجرای مراحل رشد و تعالی دولت الکترونیک به شاخص‌های ذکر شده توجه کرده و در جهت اعتلای هر یک از شاخص‌ها اقدام نموده تا در مرحله نهایی خدمات دولت الکترونیک که مشارکت سراسری است با موفقیت و پیشرفت روبرو باشند.

۵. منابع

- اوزبرن، دیوید؛ گیلر، تد. (۱۳۸۴) بازآفرینی دولت: اثر روحیه کارآفرینی در متحول ساختن بخش دولتی. فضل اله امینی، مترجم تهران، انتشارات فرا. چاپ اول.
- افچه، سیدعلی اکبر. (۱۳۸۵) مبانی فلسفی و تئوریهایی رهبری و رفتار دستگاہی، چاپ پنجم، انتشارات سمت.

- پناهی، بلال (۱۳۸۹). وضعیت اعتماد و تأثیر آن بر میزان پذیرش ریسک دولت الکترونیک مجله پژوهش‌های مدیریت سال ۳، شماره هفتم، ص ۱۴۹
- حقیقی، الهام، منتظر، غلامعلی (۱۳۹۴). شناسایی عوامل مؤثر بر اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی برخط به کمک روش الکترون فازی. مجله مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تهران دوره ۷ شماره ۴. ص ۷۱۵-۷۴۰
- خمر غلامعلی و همکاران (۱۳۹۶). ارزیابی شاخصهای اعتماد به شهر الکترونیک با استفاده از شبکه و شبکه توابع پایه ای شعاعی ANFIS استنتاج عصبی-فازی در شهر قیر استان فارس-فصلنامه رفاه اجتماعی-شماره ۶۴
- دانایی فرد، حسن، رجب زاده، علی، درویشی، آذر، (۱۳۸۹)، تبیین نقش شایستگی اخلاقی -اسلامی و فرهنگ خدمتگذاری در ارتقاء پاسخگویی عمومی بیمارستان های دولتی، مجله اخلاق و تاریخ پزشکی، وره سوم، شماره ۵۷-۷۰
- دانایی فر، حسن (۱۳۸۹). ارتقاء اعتماد عمومی به سازمان‌های دولتی. تبیین نقش متغیر مداخله گر رضایتمندی شهروندان. دومانه علمی و پژوهشی دانشگاه شاهد. سال ۱۷- شماره ۴۱-ص ۲۹۲-۲۶۳
- زومکا، پیوتر (۱۳۸۶) (۲۰۰۸)، اعتماد: نظریه جامع شناختی، مترجم: غلامرضا غفاری، چاپ اول، تهران، انتشارات کتاب شمس.
- رهنورد، فرج اله وحسینی. مریم. (۱۳۹۸). تأثیر اعتماد شهروندان بر مشارکت الکترونیکی با تعد لگری باور به فاصله قدرت و ریسک ادراک شده و میانج یگری ابهام پذیری و نگرش شهروندان. فرایند توسعه ومدیریت. دوره ۳۲ پاییز ۹۸ شماره ۳
- سیدنقوی، علی وشکیبا جمال آباد، غدیر (۱۳۹۲) مؤلفه های مؤثر بر اعتماد گردشگران در حوزه گردشگری الکترونیک مطالعات گردشگری، شماره ۲۱، بهار.
- سرلک، محمدعلی، فراتی، حسن، (۱۳۸۷)، سیستم های اطلاعات مدیریت پیشرفته، دانشگاه پیام نور، چاپ اول.
- سلطان. ایرج. چارکی. ایمان. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد شهروندان به سازمانهای خدمات محور :مطالعه موردی شهرداری بندر بوشهر. دو ماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه سال دوم -شماره پنج پیاپی :هفتدی ماه ۹۶
- عابدی جعفری، محمد وهمکاران (۱۳۸۹). سنجش شاخص مؤثر بر اعتمادشهروندان به مدیریت شهری مطالعه موردی شهر تهران. نشریه مدیریت شخصا. شماره ۲۴. ص ۴۳
- غفاری آشتیانی، پ. حری م. ص؛ و غلامی، ب. ۱۳۹۰. بررسی نقش اعتمادالکترونیک و هنجار ذهنی در پذیرش وب سایت تجارت الکترونیک توسط مشتریانمطالعه موردی :شرکت قطارهای مسافربری رجا. مجله مدیریت، بازارپاایی ۱۲-۸۰-۶۳
- صادقی مکی. سید محمد تقی. وهمکاران (۱۳۹۷) ارائه مدل رضایت مندی شهروندان از دولت الکترونیک به لحاظ توسعه اعتماد همگانی. فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت منابع در نیروی انتظامی، سال هفتم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۷
- طالقانی غلامرضا، فرهنگی علی اکبر، عابدی جعفری عابد. طراحی مدل عوامل مؤثر بر اعتماد شهروندان نسبت به مدیریت شهری. نشریه مدیریت دولتی، دوره ۲، شماره ۴، بهار و تابستان ۱۳۸۹، از صفحه ۸۹ تا ۱۰۶
- قاسم زاده، فریدون و صفری، حسین(۱۳۸۰). به سوی دولت الکترونیک برنامه‌های برای ایران دانش مدیریت. شماره ۵۵
- قاضی نوری. سید سپهر و همکاران (۱۳۹۵) بررسی اثر اعتماد در پذیرش خدمات الکترونیکی. نشریه مدیریت. سال هشتم. شماره ۲۲ ص ۳۳
- قلی پور. آرین وپیران نژاد. علی (۱۳۸۵). دولت الکترونیک پویایی نهادی و بحران اعتمادسازی. فرهنگ مدیریت. سال چهارم. شماره ۱۲-بهار ۱۳۸۵ ص ۵-۳۰
- قربانی زاده، وجه اله (۱۳۹۲) شناسایی و سنجش شاخص های قابلیت همکاری دولت الکترونیک در ایران، پایان نامه دانشکده مدیریت علامه
- کمالی، یحیی (۱۳۹۷) روششناسی تحلیل مضمون و کاربرد آن در مطالعات سیاستگذاری عمومی. فصلنامه علمی و پژوهشی سیاستگذاری عمومی، دوره ۳، شماره ۴، ۲۰۱-۱۸۹
- مقیمي. سید محمد.(۱۳۹۸) اعتمادعمومی در مدیریت دولتی. فصلنامه علمی مدیریت اسلامی. سال ۲۷. شماره ۱
- منوریان، عباس، نرگسیان، عباس، فتاحی، مهدی، واثق، بهاره، ۱۳۸۸، بررسی رابطه بین پاسخگویی عمومی و اعتماد عمومی در سازمانهای دولتی مناطق ۲۲ گانه شهر تهران.

Agag, G. M. & El-Masry, A. A. (2017). Why do consumers trust online travel websites? drivers and outcomes of consumer trust toward online travel websites. Journal of Travel Research, 56(3), 347-369

AKGÜL.Y(2017).Adoption of E-Government Services in Turkey. AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology 2018 Bahar/Spring – Cilt/Vol: 9 - Sayı/Num: 32

- Alharbi, A. & Kang, K. (2014). E-Participation Service in Saudi Arabian E-Government Websites: The Influencing Factors from Citizens' Perspective. Paper Presented at the European Conference on E-Government.
- Alharbi, A. Kang, K. & Hawryszkiewicz, I. (2016). The Influence of Trust and Subjective Norms on Citizens Intentions to Engage in E-Participation on E-Government Websites, Australasian Conference on Information Systems Adelaide
- Allum, N. Patulny, R., Read, S. & Sturgis, P. (2010). Re-evaluating the Links Between Social Trust, Institutional Trust and Civic Association. *Spatial and Social Disparities*, 2: 199-215.
- Alsaghier, H. et al. (2010). Conceptualising Citizen's Trust in e-Government: Application of Q Methodology. *Electronic Journal of e-Government* Volume 7 Issue 4 2009 (pp295 - 310)
- Alsaghier, H, Ford, M, Nguyen, A, and Hexel, R. (2009). "Conceptualising Citizen's Trust in e-government: Application of Q Methodology," *Electronic Journal of e-government*, 7(4):295- 310
- Alzahrani, A. (2011). "Web-Based E-Government Services Acceptance for G2c: A Structural Equation Modelling Approach," in: Faculty of Technology. Leicester: De Montfort University
- Alzahrani, L., Al-Karaghoul, W. & Weerakkody, V. (2017). Analysing the critical factors influencing trust in e-government adoption from citizens' perspective: A systematic review and a conceptual framework. *International Business Review*, 26, 164-175
- Ananyev, M. & Guriev, S. (2013). Effect of Income on Trust: Evidence from the 2009 Crisis in Russia, 1–30. Retrieved from <http://extranet.isnie.org/uploads/isnie2013/ananyev-guriev-pdf>
- Baier, A. (1986). Trust & Antitrust Ethics, *Personnel Review*, 25(5), 135-52.
- Belanger, F. et al (2002). Trustworthiness in electronic commerce: the role of privacy, security, and site attributes. *Journal of Strategic Information Systems* 11 (2002) 245–270
- Bélanger, F., & Carter, L. (2008). Trust and Risk in E-Government Adoption. *The Journal of Strategic Information Systems*, 17(2), 165-176
- Bhattacharjee, A. (2000). Acceptance of e-commerce services: The case of electronic brokerages. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics --- Part A: Systems and Humans*, 30(4), 411---420.
- Braun, Virginia and Clark, Victoria (2006) "using thematic analysis in psychology" *psychology*, vol.3, No. 2, 77-101
- Chang, M.K., Choung, W. & Tang, M. (2013). Building trust online: Interactions among trust building mechanisms. *Information & Management*, 50(7): 439-445.
- Colesca, S. E. (2009). "Increasing E-Trust: A Solution to Minimize Risk in E-Government Adoption," *Journal of applied quantitative methods* (4:1), pp. 31-44.
- Colquitt J. On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a Measure, *Journal of applied psychology*. (2001); 86(3): 386-400
- Corritore, C. L., Kracher, B., & Wiedenbeck, S. (2003). On-line trust: concepts, evolving themes, a model". *International Journal of Human-Computer Studies*, 58, 737–758.
- Davis, F.D. (1989). Understanding Information Technology Usage : A Test perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* Vol.13, No.3, PP.319-340
- Delhey, J. & Newton, K. (2003). Who trusts? The origins of social trust in seven societies. *European Societies*, 5(2): 93–137
- Dimitrova, D.V., Chen, Y.C., 2006. Profiling the adopters of e-government information and services: the influence of psychological characteristics, civic mindedness, and information channels. *Soc. Sci. Comput. Rev.* 24 (2), 172–188.
- Doney, P.M., Cannon, J.P., (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing* 61(2), 35–51
- Zheng, Y., Schachter, H.L., 2017. Explaining citizens' E-participation use: the role of perceived advantages. *Public Org. Rev.* 17 (3), 409–428.
- Hood, Christopher. 2006. "Beyond Exchanging First Principles? Some Closing Comments." In *Transparency: The key to better governance?*, edited by Christopher Hood and David Heald, 211-226. Oxford: Oxford University Press.
- Hung, S., Chang, C., and Yu, T. 2006. "Determinants of user acceptance of the e-Government services: The case of online tax filing and payment system," *Government Information Quarterly*, 23:97-122.
- Goldfinch, S., Gauld, R., Herbison, P., 2009. The participation divide? political participation, trust in government, and e-government in Australia and New Zealand. *Austr. J. Public Adm.* 68 (3), 333–350

Gummers, J., Liljander, V., Pura, M., & Van Riel, A. (2004). Customer loyalty to content-based web sites: The case of an online health care service. *Journal of Services Marketing*, 18(3), 175-192

IT adoption: a comparison of USA and South African e-voters. *Journal of Global Information Management* 13(1), 54-78.

Ishagh H, Shaheen M. Impact of organizational justice on job performance in libraries: Mediating role of leader-member exchange relationship, *Library Management*. 2015; 36(1/2):70-85

Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564.

Laforet, S. & Li, X. (2005). Consumers' attitudes towards online and mobile banking in China. *International Journal of Bank Marketing*, 23(5), 362-380.

Lee, J., and Kim, S., (2012) E-Participation, Transparency, and Trust in Local Government. *Public Administration Review* 1-10

Lee, J., and Kim, S., 2014. "Active Citizen E-Participation in Local Governance: Do Individual Social Capital and E-Participation Management Matter?" pp. 2044-2053

Leigh, A. (2006). Trust, Inequality, and Ethnic Heterogeneity. *Economic Record*, 82(258): 268-280.

Li, Y. M. & Yeh, Y. S. (2010). Increasing trust in mobile commerce through design aesthetics, *Computers in Human Behavior*, 26, 673-684

Liao Z, Cheung M.T. Measuring consumer satisfaction in internet banking: a core framework. *Communications of the ACM*, 2008; 51,4:47-51.

Ma, L., Zheng, Y., 2017. National e-government performance and citizen satisfaction: a multilevel analysis across European countries. *Int. Rev. Adm. Sci.* 0 (0), 1-21

Madachy, R.J. (2004). System Dynamics Modeling of an Inspection Based Process Novel Research, 47.145.152

McKnight, D., Chervany, N. (2002). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*. VOL 6, NO2, PP 35-59

Moon, M. J. (2002). The evolution of e-government among municipalities Rhetoric or reality?. *Public Administration Review*, 62(4): 424-433.

Nam, T., 2014. Determining the type of e-government use. *Gov. Inf. Q.* 31 (2), 211-220.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.

Park, S., Choi, Y.T., Bok, H.S., 2013. Does better e-readiness induce more use of e-government?

Evidence from the Korean central e-government. *Int. Rev. Adm. Sci.* 79 (4), 767-789.

Reddick, C.G. (2011). "Citizen interaction and e-Government: Evidence for the managerial, consultative, and participatory models", *Transforming Government: People, Process and Policy*, vol. 5, no. 2, pp. 167-84.

Santos J. E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing service quality*, 2003; 13, 3:233-246.

Scherer, S. and Wimmer, M. A. (2014). "Conceptualising Trust in E-Participation Contexts," *International Federation for Information Processing*, pp. 64-77

Sharma S.K, Al-Shihi H, Govindaluri S.M. Exploring quality of e-Government services in Oman. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 2013; 6,2:87-100

Shanker, V. Urban, G. L. & Sultan, F. (2002). Online trust: a stakeholder perspective, concepts, implications, and future directions. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3-4): 325-344.

Stauffer, G. (2002). E-government as an instrument of public management

reform, second E-Government Conference, Kuwait chamber of commerce and industry, 22-24 April.

Rosario Perez-Morotea et al. (2020) The effects of e-government evaluation, trust and the digital divide in the levels of e-government use in European countries. *Technological Forecasting & Social Change* 154 (2020) 119973

Sternstein, A., 2010. Study links online transparency efforts, trust in government. *NextGov* February, 16. from. <https://www.nextgov.com/cio-briefing/2010/02/study-links-online-transparency-efforts-trust-in-government/45965/> Accessed date:

Sultan, F., Urban, G.L., Shankar, V., & Bart, I.Y. (2005). Are the drivers and role of online trust the same for all web sites and consumers? A large scale exploratory empirical study. *MIT sloan working paper*, 4(1), 282-302.

Sultan, F., Urban, G. L., Shankar, V. & Bart, Y. (2002). Determinants and Role of Trust in e-business: A Large Scale Exploratory Empirical Study. Working Paper No. 4282, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.

- Sweeney, A.D.P., 2007. Electronic government-citizen relationships exploring citizen perspectives. *J. Inf. Technol. Polit.* 4 (2), 101–116
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144–176
- Teerling, M.L., Pieterse, W., 2010. Multichannel marketing: an experiment on guiding citizens to the electronic channels. *Gov. Inf. Q.* 27 (1), 98–107.
- Tolbert, C.J., Mossberger, K., 2006. The effects of e-government on trust and confidence in government. *Public Adm. Rev.* 66 (3), 354–369.
- THOMPSON S.H. TEO, SHIRISH C. SRIVASTAVA, AND LI JIANG (2008) Trust and Electronic Government Success: An Empirical Study. *Journal of Management Information Systems / Winter 2–9, Vol. 25, No. 3, pp. 99–131*
- Tornig Lin, C and et.al (2005). Agility evaluation using fuzzy logic. *Int. J. Production Economics*, pp.1-16.
- Van Dijk, Jan A. G. M., Peters, O., & Ebbers, W. (2008). Explaining the acceptance and use of government internet services: A multivariate analysis of 2006 survey data in the Netherlands. *Government Information Quarterly*, 25(3), 379–399.
- OECD (2000) ,Building Public Trust: Ethics Measures in OECD Countries, OECD Public Management Policy Brief ,PUMA Policy Brief No. 7.
- Ou, C. X. & Sia, C. L. (2010). Consumer trust and distrust: An issue of website design. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68, 913-934.
- Powers, Jennifer goodall (2001). The formation of interorganizational relationships and the development of trust, PHD dissertation, USA, State University of new York. *Procedural and Distributive Justice: The Role of Trust.* pp. 390-413 in *Trust*
- Ribbink, D., Van-Riel, V. L., Liljander, V. & S treukens, S. (2004). Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(6), 446-456
- Wang, H.Q, M.K.O., Wang, C., 2005 Consumer privacy concerns about Internet marketing. *Communications of the ACM* 41(3), 63–70.
- Warkentin, M., Gefen, D., Pavlou, P., Rose, G., 2002. Encouraging citizen adoption of e-government by building trust. *Electronic Markets* 12 (3)
- Yoo, B., Donthu, N., & Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195–211