

# مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي التقرير العام (2025م)

تاريخ النشر: 05 نوفمبر 2025م  
تصنيف الوثيقة: عام  
نوع الوثيقة: تقرير  
رقم الإصدار: 1.0

# المحتويات

<b>3</b>	<b>1. التمهيد</b>
<b>5</b>	<b>2. نبذة عن "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"</b>
6	2.1 "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"
6	2.2 أهداف "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"
<b>7</b>	<b>3. منهجية "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" لعام (2025م)</b>
8	3.1 معايير اختيار المواقع الإلكترونية المشمولة في المؤشر
9	3.2 مناظير ومحاور المؤشر
12	3.3 معادلة المؤشر العام لكفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي
12	3.4 مستويات كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي
12	3.5 مراحل تنفيذ دورة المؤشر
<b>13</b>	<b>4. أبرز التوجهات العالمية لتحسين ظهور المواقع في نتائج محركات البحث</b>
14	4.1 محركات البحث
15	4.2 تحسين الظهور على محركات البحث (Search Engine Optimization)
17	4.3 طرق تحسين الظهور على محركات البحث
19	4.4 مستقبل تحسين الظهور على محركات البحث في ضوء التحولات التقنية الحديثة
<b>23</b>	<b>5. نتائج "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" لعام (2025م)</b>
24	5.1 النتيجة العامة للمؤشر
24	5.2 أعلى (عشرة) مواقع إلكترونية حكومية في المؤشر
25	5.3 أعلى (عشرة) مواقع إلكترونية حكومية في كل منظور
27	5.4 أعلى (مئة) موقع إلكتروني حكومي في المؤشر
<b>32</b>	<b>6. التعريفات والاختصارات</b>

# التمهيد

## 1. التمهيد

في ظل التطورات التقنية المتسارعة والتحول الرقمي العالمي، أصبحت المواقع الإلكترونية الحكومية نافذة حيوية تعكس حرص المملكة العربية السعودية على توفير جميع المعلومات والأنظمة والتشريعات جميعها المتعلقة بأعمال الجهات الحكومية وخدماتها الإلكترونية بجودة عالية وشفافية وسهولة لمختلف القطاعات وشرائح المستفيدين والزوار من داخل المملكة أو خارجها، حيث تُعدّ المواقع الإلكترونية الحكومية مصدرًا أساسيًا للمعلومات، وتسهم في تقديم محتوى موثوق وصورة واقعية ومتميزة عن المملكة للزوار والمستفيدين من هذه المواقع؛ مما يبرز الجهود والمبادرات التي تعكس الريادة السعودية وتطورها الرقمي عالميًا.

واستنادًا إلى قرار مجلس الوزراء رقم (418) وتاريخ 25 / 7 / 1442 هـ الصادر بالموافقة على تنظيم هيئة الحكومة الرقمية، وإلى ما نصت عليه الفقرتان (الرابعة والخامسة) من المادة (الرابعة) على أن من اختصاصات ومهام الهيئة "التنسيق مع الجهات المختصة للعمل على تنظيم أعمال الحكومة الرقمية، والمنصات والمواقع والخدمات الحكومية الرقمية، والشبكات الحكومية، والبوابة الوطنية الموحدة، ويشمل ذلك وضع الخطط والبرامج والمؤشرات والمقاييس ذات العلاقة بأعمال الحكومة الرقمية والخدمات الحكومية الرقمية المشتركة"، و"إصدار القياسات والمؤشرات والأدوات والتقارير، لقياس أداء الجهات الحكومية وقدراتها في مجال الحكومة الرقمية، ورضا المستفيد عنها".

وحرصًا من هيئة الحكومة الرقمية على تعزيز الأداء وتسريع التحول الرقمي، ورفع كفاءة المواقع الإلكترونية للجهات الحكومية، وتحسين جودة المحتوى الرقمي بما يتوافق مع التوجهات الإستراتيجية للحكومة الرقمية ورؤية السعودية (2030)، واستنادًا إلى أفضل الممارسات والمؤشرات الدولية، التي تُعنى بتحسين كفاءة وجودة محتوى المواقع الإلكترونية، عملت الهيئة على تطوير "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"؛ لقياس مدى كفاءة المواقع الإلكترونية الحكومية وجودة محتواها الرقمي، سعيًا إلى تحسين ظهورها على نتائج محركات البحث العالمية، وتسهيل الوصول إلى محتواها.

## الهدف من التقرير

يهدف هذا التقرير إلى تقديم نبذة عن مؤشر "كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" لعام (2025م) وأهدافه، ومعايير اختيار المواقع الإلكترونية الحكومية المشمولة فيه، كما يشمل التقرير أبرز التوجهات العالمية لتحسين ظهور المواقع الإلكترونية في نتائج محركات البحث.

ويستعرض التقرير نتائج هذه الدورة من المؤشر - للدورة (الثانية) - متضمنًا النتيجة العامة للمؤشر، إضافة إلى نتائج أعلى (عشرة) مواقع إلكترونية في كل منظور، كما يشير التقرير إلى النتائج العامة لأعلى (مئة) موقع إلكتروني من المواقع المشمولة ضمن المؤشر لهذا العام.

# نبذة عن "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"



## 2. نبذة عن "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"

### 2.1 "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"

سعيًا إلى تحسين التجربة الرقمية لزوار المواقع الإلكترونية الحكومية وتحسين رحلتهم، ابتداءً من بحثهم عن البيانات والمعلومات باستخدام المتصفحات المحلية والعالمية، مرورًا بإتاحة هذه المعلومات والخدمات الرقمية بجودة وكفاءة عالية، وانتهاءً بحصولهم على المعلومة أو الخدمة بسلاسة وفعالية بما يحقق تطلعاتهم، بل بما يتجاوز توقعاتهم بصورة استباقية؛ فقد عملت هيئة الحكومة الرقمية على تطوير "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"، الذي يُعدّ مؤشرًا سنويًا يُعنى بقياس مدى كفاءة وجودة محتوى المواقع الإلكترونية الحكومية وفق عدد من المناظير الرئيسة والمحاور والمعايير التفصيلية التي تستند إلى أفضل الممارسات المحلية والدولية، إضافةً إلى أحدث التجارب والآليات المتبعة لتحسين ظهور المواقع الإلكترونية. وتكمن أهمية المؤشر في كونه أداة إستراتيجية فعّالة لتعزيز الحضور الرقمي للمملكة، كما يهدف إلى تمكين الجهات الحكومية من تحسين مستوى كفاءة مواقعها الإلكترونية عبر تحليل الجوانب التقنية والأداء الفني لهذه المواقع، وجودة المحتوى الرقمي الذي تتيحه بالتركيز على مجموعة من المحاور والمعايير التي تؤثر في كفاءة تلك المواقع، مع إبراز محتواها على أسس ممنهجة تضمن الاستمرارية في تحسين ترتيبها للظهور على الصفحات الأولى من نتائج محركات البحث.

### 2.2 أهداف "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي"

يسعى المؤشر إلى تحقيق مجموعة من الأهداف بما يتواءم مع رؤية السعودية (2030)، وتشمل الآتي:

#### أهداف المؤشر



تقديم التوصيات للجهات الحكومية للمساهمة في تحسين كفاءة مواقعها الإلكترونية وجودة محتواها.



توفير محتوى موثوق عن المملكة بعدة لغات في المواقع الإلكترونية الحكومية يلبي تطلعات الزوار عند زيارة الموقع.



تسهيل وصول الزوار إلى المواقع الإلكترونية الحكومية عبر تحسين الظهور في نتائج محركات البحث العالمية.



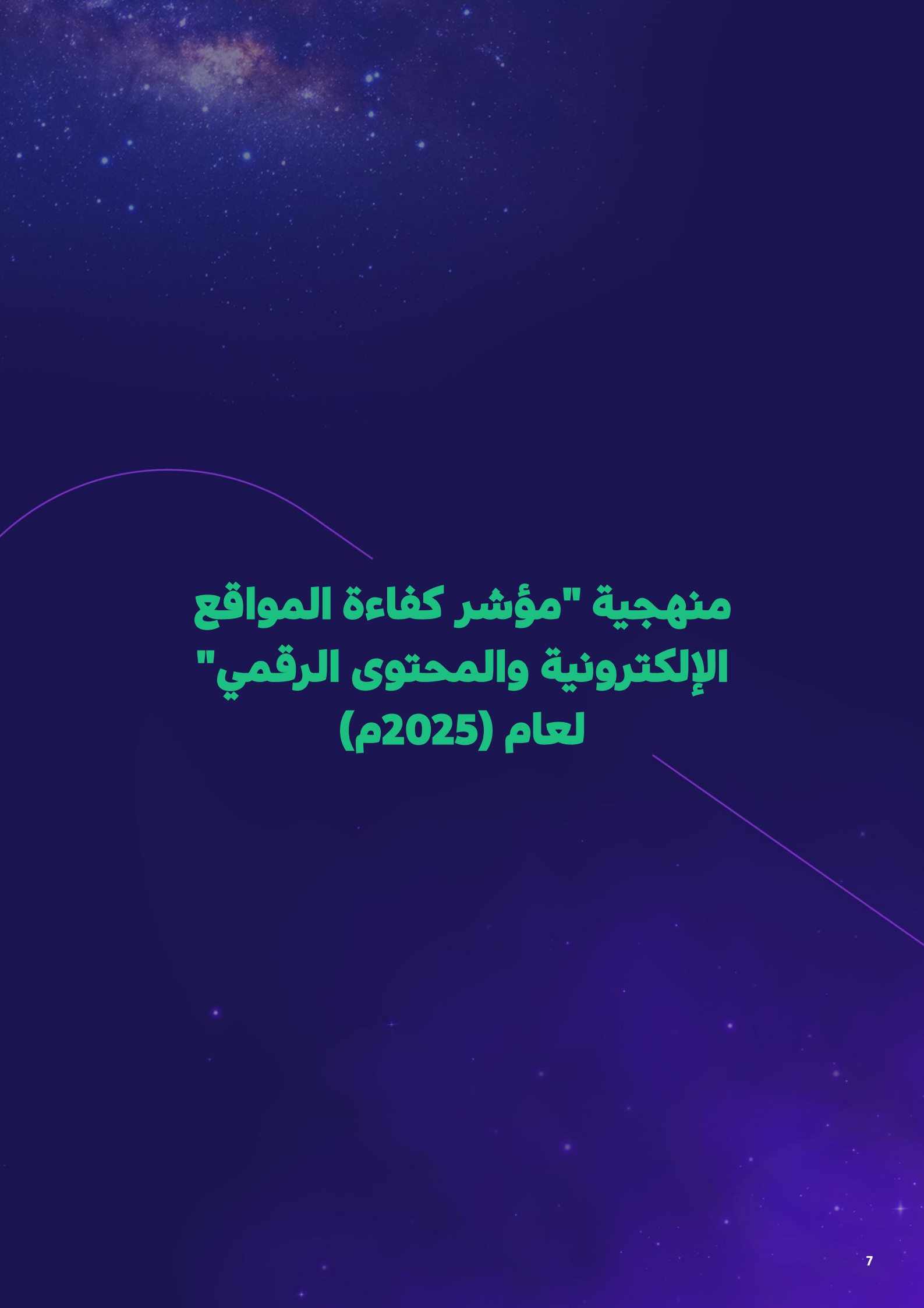
تعزيز التعريف بالإنجازات، والمبادرات السعودية، وأهدافها محليًا وعالميًا.



خلق صورة ذهنية عن المملكة ترتبط بأهم المواضيع المطروحة دوليًا.



زيادة نسبة وصول المحتوى الموثوق عن المملكة للجمهور الدولي.



# منهجية "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" لعام (2025م)

### 3. منهجية "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" لعام (2025م)

عملت الهيئة في الدورة (الثانية) من المؤشر على تطوير منهجيته استنادًا إلى أفضل الممارسات المحلية والدولية، واتباع آلية منظمة من البحث والتحليل بالمواءمة مع التوجهات الإستراتيجية للحكومة الرقمية لتحقيق مستهدفاتها. حيث يتكون المؤشر في دورته لعام (2025م) من منظورين رئيسيين هما: منظور الكفاءة الفنية ومنظور جودة المحتوى الرقمي، ويشملان (11) محورًا تغطي الجوانب المختلفة من أداء المواقع الإلكترونية وجودة المحتوى، كما يستهدف المؤشر (250) موقعًا إلكترونيًا حكوميًا في هذه الدورة، اختيرت وفق معايير محددة، وقُيِّمت بحسب هذه المنهجية وآليات التقييم المعتمدة.

ويعرض في الآتي نظرة عامة عن المؤشر وآلية تحديد نطاقه والمواقع المشمولة:

 <b>مستويات المؤشر</b> <b>(5) مستويات</b>	 <b>مناظير القياس</b> <b>(2) منظوران اثنان</b>	 <b>النطاق</b> <b>(250) موقعًا إلكترونيًا</b>
--	---	--

### 1.3 معايير اختيار المواقع الإلكترونية المشمولة في المؤشر

يشمل نطاق (الدورة الثانية) من المؤشر على (250) موقعًا إلكترونيًا حكوميًا، أُختيرت بناءً على المعايير الآتية:

تأثير الموقع الإلكتروني في المؤشرات والالتزامات الدولية التي تشارك فيها المملكة.	تأثير الموقع الإلكتروني في صورة المملكة خارجيًا.	مساهمة الموقع الإلكتروني بقضايا وملفات تهم المملكة ضمن القطاعات المختلفة.
مساهمة الموقع الإلكتروني في تحقيق الأهداف الوطنية الموجهة للأفراد والزائرين داخل المملكة.	مدى ارتباط الموقع الإلكتروني بجمهور محلي من المهتمين والمستفيدين.	ارتباط الموقع الإلكتروني بجمهور من المستفيدين والمهتمين دوليًا.



## 2.3 مناظير ومحاور المؤشر

يتكون "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" من منظورين رئيسيين، يندرج تحت كلٍّ منهما عدد من المحاور بإجمالي (11) محورًا، وتشمل معايير تفصيلية يجري عبرها تقييم أداء المواقع الإلكترونية. ويلخص الجدول -أدناه- مكونات المؤشر.



## 3.2.1 المنظور الأول: الكفاءة الفنية

يُعنى هذا المنظور بقياس فاعلية وجودة الموقع الإلكتروني وجاهزيته التقنية للظهور في النتائج الأولى لمحركات البحث، بناءً على توافقه مع متطلبات خوارزميات هذه المحركات، إضافة إلى تقييم إمكانية الوصول إلى الموقع الإلكتروني ومدى إتاحته.

ويجري ذلك عبر استخدام الأدوات التقنية لقياس مجموعة من المعايير، ضمن المحاور (الستة) الآتية:

المحور	وصف المحور
قوة النطاق والاستضافة	قياس قوة النطاق وصحة الموقع الإلكتروني، إضافةً إلى ضمان تسجيل النطاق بصورة صحيحة وموثوقة.
جودة الموقع	تقييم أداء الموقع الإلكتروني وجودته من حيث التأكد من عدم التوقف، وقياس حركة مرور الويب وحجم الصفحة وغيرها.
تحسين البحث	قياس مدى فعالية ظهور الموقع الإلكتروني في نتائج محركات البحث (SEO) عن طريق قياس سرعة تحميل الصفحة وغيرها.
الأمن الرقمي	التحقق من مدى سلامة الموقع الإلكتروني وأمانه عن طريق التأكد من سلامة البروتوكولات وغيرها.
إمكانية الوصول	التحقق من توفير الوصول المتكافئ إلى المعلومات والخدمات الحكومية الرقمية لفئات المجتمع جميعها، ويشمل ذلك ذوي الإعاقة وكبار السن.
الإتاحة والتوافقية	قياس توافق الموقع الإلكتروني مع مختلف أحجام الشاشات، وأنواع المتصفحات كافة.

## 3.2.2 المنظور الثاني: جودة المحتوى

يركز هذا المنظور على قياس جودة المحتوى في الموقع الإلكتروني، وجودة تحريره وصياغته، وشموليته، ومدى تناسق عرض المحتويات بأنواعها أو أنماطها المختلفة، مثل: النصوص، والصور، والفيديوهات، والإنفوجرافيك، وغيرها، إلى جانب إتاحة مصادر البيانات المفتوحة، وطرق المشاركة الإلكترونية.

ويجري ذلك عبر تقييم خبراء جودة المحتوى لمجموعة من المعايير، ضمن المحاور (الخمس) الآتية:

المحور	وصف المحور
القيمة المضافة للمحتوى	التحقق من أصالة المحتوى وحداثته وصحته ودقته، إضافةً إلى تقييم مدى شموليته وارتباطه بالجهة الحكومية.
الجودة التحريرية للمحتوى	قياس مدى السلامة الإملائية والصحة اللغوية للنصوص، إضافةً إلى استخدام المصطلحات بما يتناسب مع السياق.
العرض والتصميم	قياس الجودة الفنية والبصرية للموقع، إضافةً إلى التحقق من عرض المحتوى وتصميمه وتناسقه بما يتماشى مع أهم المعايير ذات العلاقة.
المشاركة الإلكترونية	تقييم فعالية المشاركة الإلكترونية، بما يشمل التفاعل على منصات وسائل التواصل الاجتماعي.
البيانات المفتوحة	التحقق من شمولية الموقع لقسم البيانات المفتوحة وعرض الإحصائيات.

## 3.3 معادلة المؤشر العام لكفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي

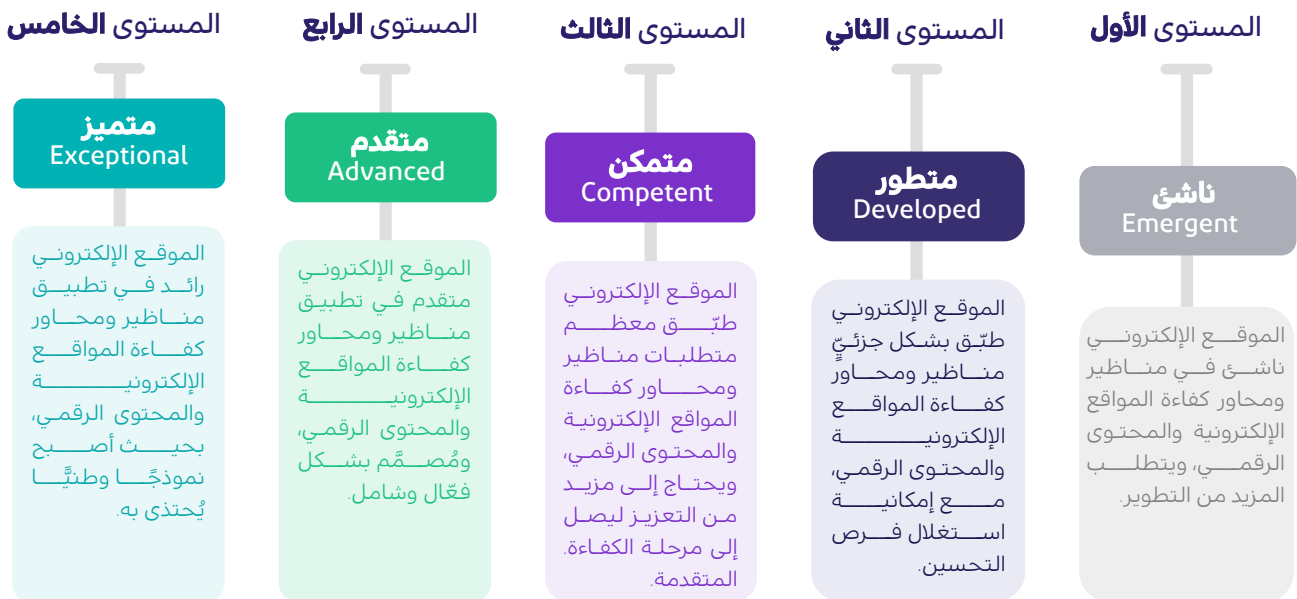
توضح المعادلة الآتية آلية حساب النتيجة العامة للمؤشر وفقاً لمنهجية التقييم المعتمدة:

### نتيجة المؤشر العام

(إجمالي نتائج المواقع الإلكترونية / عدد المواقع الإلكترونية) × (100)

## 3.4 مستويات كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي

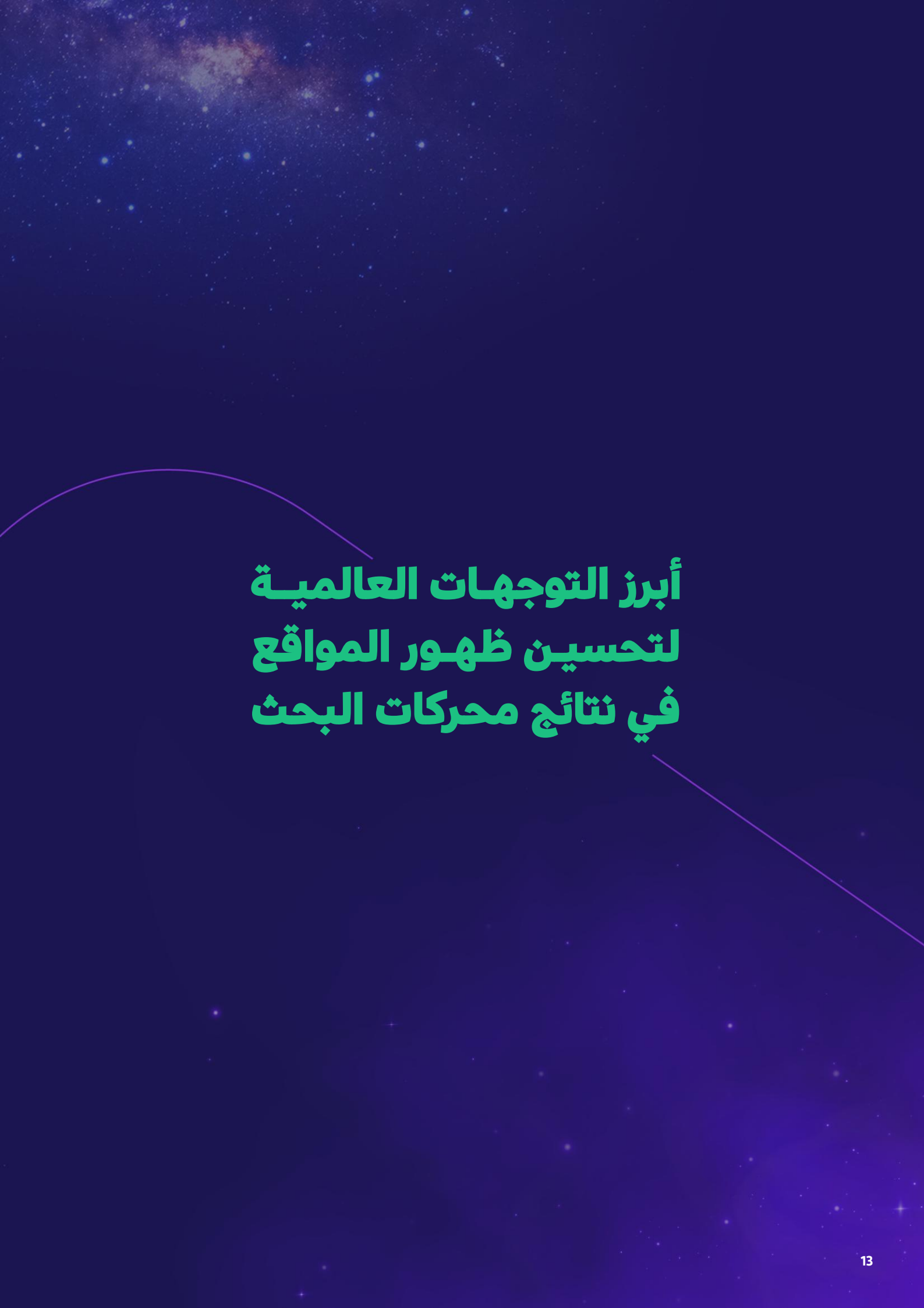
يُحدد مستوى كفاءة الموقع وجودة محتواه بناءً على نتيجته في "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية وجودة المحتوى الرقمي"، وفقاً لمدخلات البيانات على جميع المناظير وما يندرج تحتها من محاور ومعايير باستخدام الآليات المعتمدة، وتصنّف ضمن أحد المستويات (الخمس) الآتية:



## 3.5 مراحل تنفيذ دورة المؤشر

مرّت دورة المؤشر لعام (2025م) بعدة مراحل، موضحة في الشكل أدناه:

إعلان نتائج المؤشر ضمن ملتقى الحكومة الرقمية	تحليل النتائج وإعداد التقارير التفصيلية الخاصة بالمواقع	البدء بتقييم المواقع الإلكترونية المستهدفة	إقامة ورشة تعريفية بالدورة الثانية من المؤشر وإطلاقه
--	---	--	--



# أبرز التوجهات العالمية لتحسين ظهور المواقع في نتائج محركات البحث

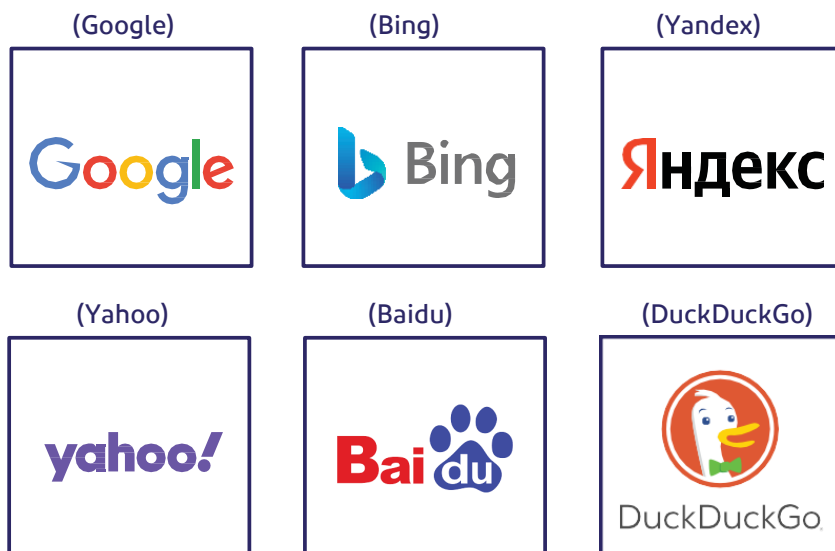
## 4. أبرز التوجهات العالمية لتحسين ظهور المواقع في نتائج محركات البحث

يتناول هذا القسم أبرز التوجهات العالمية الحديثة لتحسين ظهور المواقع الإلكترونية ضمن نتائج محركات البحث. ويركز على الإستراتيجيات المبتكرة والتقنيات المتقدمة التي تعتمد عليها المنظمات والمؤسسات لضمان تحقيق أقصى قدر من الوصول إلى الجمهور المستهدف، مع تعزيز التفاعل والمصداقية.

### 4.1 محركات البحث

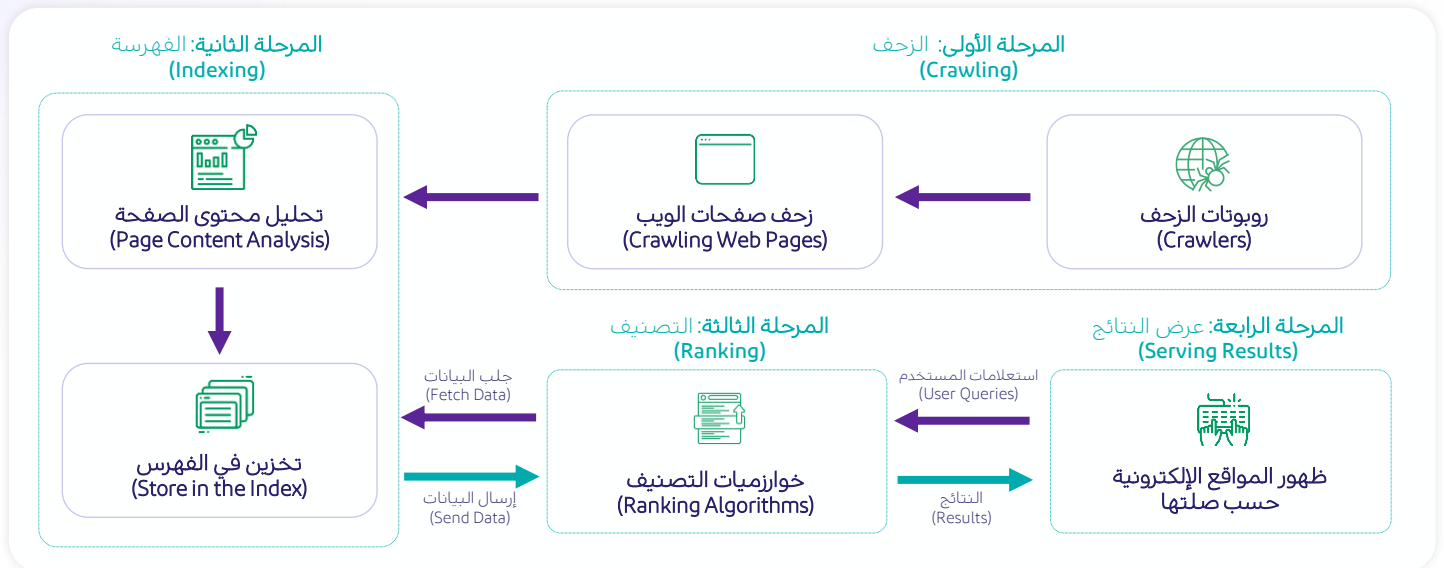
محركات البحث هي أدوات تقنية مصممة لجمع وتنظيم وفهرسة المعلومات من شبكة الإنترنت باستخدام خوارزميات متطورة تعتمد بدورها على تحليل استفسارات المستخدمين، وتحديد الكلمات المفتاحية لتقديم نتائج دقيقة، كما ترتب ظهور المواقع الإلكترونية بناءً على صلة توفر المعلومات فيها، وتُعدّ محركات البحث الأدوات التي تساعد المستخدمين على اكتشاف محتوى موقع إلكتروني مُعيّن.

وتأخذ محركات البحث بعين الاعتبار معايير متعددة، مثل: سرعة تحميل الموقع، وتجربة المستخدم، ومدى موثوقية مصادره؛ مما يساهم في تسهيل الوصول إلى المحتوى الرقمي بسرعة وكفاءة، ومن أهم هذه المحركات:





وتعتمد محركات البحث على (أربع) مراحل رئيسة؛ لضمان تقديم أفضل النتائج: تبدأ بزحف روبوتات متخصصة لجمع بيانات صفحات الويب وتحليلها، ثم تخزينها في فهرس منظم، بعد ذلك تُصنف الصفحات باستخدام خوارزميات، ويُحدد ترتيبها بناءً على مدى صلتها باستعلام المستخدم، وأخيرًا تُعرض النتائج الأكثر صلة استنادًا إلى عوامل مثل: الموثوقية والجودة الفنية للمحتوى، ويمكن تمثيل هذه المراحل بالشكل الآتي:



## 4.2 تحسين الظهور على محركات البحث (Search Engine Optimization)

هي عملية تتضمن مجموعة من الإجراءات التي تهدف إلى تحسين ترتيب الموقع الإلكتروني في نتائج البحث. وتشمل هذه الإجراءات بصورة أساسية تحسين الكفاءة الفنية للموقع الإلكتروني إلى جانب رفع جودة المحتوى؛ مما يساهم في تعزيز ترتيب الموقع الإلكتروني في نتائج البحث. لذلك، يعتمد تحسين الظهور الفعال على الجمع بين هذه العوامل لتحقيق أفضل النتائج.

يُعنى تحسين الظهور على محركات البحث (SEO) للمواقع الإلكترونية الحكومية بضمان ظهورها في الصفحة الأولى من نتائج البحث، بما يساهم في تحقيق مجموعة من الأهداف الإستراتيجية، أبرزها تعزيز تجربة المستخدمين، وتلبية احتياجاتهم وتطلعاتهم بكفاءة عالية، وتوسيع نطاق الوصول إلى شرائح متنوعة من الجمهور. كما يشمل ذلك إتاحة المحتوى الموثوق والمُدقّق للمستخدمين، وتوظيف محركات البحث؛ كأداة فعّالة لرفع الوعي بالخدمات والمبادرات الحكومية. حيث يُعد تحسين الظهور عنصراً أساسياً في بناء الحضور الرقمي المؤسسي الفعّال، ويجري ذلك عبر تطبيق التحسينات التقنية وتطويع جودة المحتوى واستمرار.



**الموقع الإلكتروني** هو مجموعة من صفحات ويب غير تفاعلية، تقدم محتوى تعريفياً وإخبارياً متاحاً للجميع دون الحاجة إلى تسجيل دخول إليه، ويمكن عن طريقه عرض دليل المنتجات والخدمات المتاحة.

تُعدّ التحسينات التقنية من أبرز العوامل المؤثرة في عملية تحسين الظهور على محركات البحث، إذ تُصنّف قاعدةً أساسيةً لتطوير أداء المواقع الإلكترونية وضمان جاهزيتها للزحف والفهرسة من قِبل محركات البحث. ويسهم تطبيق هذه التحسينات في تمكين محركات البحث من الوصول إلى محتوى الموقع وفهم سياقه وجودته، مما يُعزّز من ثقتها في الموقع ويمنحه فرصاً أفضل للتصنيف والظهور في نتائج البحث الأولى.

وتُعدّ المشكلات التقنية (مثل بطء سرعة التحميل، أو وجود روابط مكسورة، أو ضعف بنية الروابط الداخلية، أو إعاقة الزحف بسبب إعدادات ملف (robots.txt) أو غياب خريطة الموقع) من أبرز العوائق التي تُضعف قدرة محركات البحث على قراءة محتوى الموقع وأرشفته بصورة فعّالة. لذا، من الضروري وضع خطة إستراتيجية مناسبة لتحسين البنية التقنية ومعالجة كافة المشاكل والأخطاء التقنية بصورة تدريجية ومنهجية، بما يضمن أداءً مستقرًا ومستدامًا ويسهم في بناء حضور رقمي فعّال للموقع الإلكتروني.

كما يمثّل المحتوى الرقمي أيضاً أحد العوامل الأساسية في تحسين الظهور على محركات البحث، إذ يُعدّ الأداة المحورية التي يمكن عن طريقها تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمواقع والبوابات والتطبيقات الحكومية، بما يضمن توجيه المحتوى المناسب نحو الجمهور المستهدف. عليه؛ فإن أهمية تحسين المحتوى تكمن في صياغته بصورة واضحة ومفيدة ومتناسقة ودقيقة تعبّر عن الجهة الحكومية المالكة للموقع، لتمكين محركات البحث من فهمه وتقييمه واختياره للظهور في الصفحات الأولى من نتائج البحث، شريطة أن يكون ذا صلة وثيقة باستفسارات الباحثين واحتياجاتهم. بالإضافة إلى أن الالتزام بأصالة المحتوى وحداثته وصحته يُعدّ عاملاً أساسياً لتعزيز موثوقية الموقع وفعاليته.

وتُعدّ المشكلات في جودة المحتوى مثل: (تكرار المحتوى، أو الأخطاء الإملائية، أو طول الصفحات، أو غياب الدقة والحداثة في المعلومات المقدمة) من العوامل التي تُضعف الأداء المرجو من محركات البحث. لذا، من الضروري أيضاً إعداد خطة محتوى واضحة تتضمن تدقيق المعلومات، وضمان الأصالة والحداثة، وصياغة صديقة للمستخدم، وتحديثاً دورياً، لضمان استدامة جودة المحتوى وفاعليته.

ويُسهم تكامل التحسينات التقنية وجودة المحتوى في تحقيق أفضل أداء لمحركات البحث، وتعزيز ظهور المواقع الحكومية في النتائج الأولى بصورة مستدامة، بما يدعم بناء حضور رقمي موثوق ومنافس يعكس جودة المحتوى الرقمي للجهات الحكومية وكفاءة مواقعها.

## 4.3 طرق تحسين الظهور على محركات البحث

### 4.3.1 تحسين الجانب التقني

يُعد الجانب التقني من أبرز العوامل المؤثرة في تحسين ظهور الموقع الإلكتروني على محركات البحث، إذ يركز على جاهزية البنية التقنية للموقع وكفاءتها: في دعم عملية الفهرسة والوصول للمحتوى بسهولة. ويتضمن ذلك عددًا من الإجراءات التي تقوم بها الجهة المالكة للموقع الإلكتروني، أبرزها ما يأتي:



معالجة  
الأخطاء



تصميم  
متجاوب



التوافق مع  
معايير إمكانية  
الوصول



سرعة  
التحميل



شهادات  
الأمان (SSL)



روابط داخلية  
منظمة



خريطة  
الموقع

إنشاء خريطة للموقع، وتزويد محركات البحث بها؛ لضمان سهولة فهرسة صفحات الموقع جميعها.



التأكد من أن الروابط الداخلية بين صفحات الموقع منظمة بصورة جيدة؛ لتسهيل التنقل بينها، وزيادة معدل الفهرسة.



تعزيز أمن وموثوقية الموقع عبر استخدام شهادات (SSL) لحماية بيانات المستخدمين، ورفع ثقة محركات البحث في الموقع.



استخدام صور بجودة عالية وحجم أقل، وضغط الملفات الكبيرة؛ لتحسين سرعة تحميل صفحات الموقع، وتوفير تجربة تصفح سلسة.



تصميم الموقع الإلكتروني بحيث يتوافق مع معايير الوصول، بحيث يمكن لأي شخص وللأشخاص ذوي الإعاقة تصفح الموقع بسهولة.



تصميم الموقع الإلكتروني بما يضمن التجاوب مع مختلف المتصفحات، وأحجام الشاشات للأجهزة المكتبية والمحمولة؛ لضمان تجربة مريحة للمستخدمين جميعهم.



مراقبة أداء الموقع دوريًا لاكتشاف الأخطاء التقنية، مثل: رموز الخطأ (400) و(500)، التي تشير إلى صفحات مفقودة أو مشكلات في الخادم، والتي قد تؤثر سلبيًا في أداء الموقع في نتائج البحث، ويوصى بمعالجتها باستمرار للحفاظ على سلامة البنية الفنية وضمان استقرار الموقع واستمرارية تجربة تصفح سلسة للمستخدمين.



## 4.3.2 تحسين جودة المحتوى

نظرًا لأن المحتوى الموثوق والمتميز يُعدّ العنصر الأساسي لجذب المستخدمين وتحقيق تطلعاتهم وتعزيز تفاعلهم مع الموقع الإلكتروني؛ فإن تحسين جودة المحتوى يمثل ركيزة محورية في رفع كفاءة المواقع الحكومية وتعزيز ظهورها في نتائج محركات البحث. ويتحقق ذلك عن طريق إنتاج محتوى ذي قيمة مضافة يعكس نطاق عمل الجهة وصورتها المؤسسية، ويُسهّم في إيصال رسائلها بوضوح وموثوقية، مع ضمان سهولة الوصول إليه من قبل مختلف فئات المستخدمين المختلفة. وتشمل أنواع المحتوى صفحات المعلومات والمقالات والأخبار، ومقاطع الفيديو القصيرة، والإحصاءات، والعروض التقديمية، والرسوم التوضيحية. ويمكن الارتقاء بجودة المحتوى عبر مجموعة من الأساليب والممارسات المتخصصة، من أبرزها:



روابط خلفية ذات جودة عالية



محتوى محدث وشامل



نصوص بديلة للصور (ALT Text)



الروابط على وسائل التواصل الاجتماعي



عناوين فرعية منظمة



الكلمات المفتاحية

يجب أن تتوفر في المحتوى الكلمات المفتاحية الأكثر استخدامًا وذات العلاقة بأعمال الجهة، وتضمّن في الأماكن الأساسية، مثل: العناوين، والفقرات الرئيسية، والأوصاف التعريفية؛ ليتمكن محرك البحث من ربط الموقع برغبة الباحث.



التأكد من استخدام عناوين فريدة لكل صفحة، على أن تكون واضحة وقصيرة، وتتضمن الكلمات المفتاحية، ويجب أن يكون المحتوى منظمًا عن طريق وجود العناوين الفرعية: (H1, H2, H3) التي تسهم في تحسين قراءة المحتوى وفهمه من المستخدمين ومحركات البحث.



إضافة رابط الموقع على منصات التواصل الاجتماعي؛ لإعادة توجيه الزوار للموقع الإلكتروني بصورة مباشرة.



إضافة نصوص بديلة لجميع الصور (Alt Text) لوصف محتواها؛ مما يسهم في تعرف محركات البحث على محتوى الصور.



توفير معلومات حول الجهة وخدماتها، مع تجنب وجود تكرار، مع تحديثه بانتظام، وعرضه بطريقة جذابة بصريًا، وبما يتماشى مع هوية الجهة.



تضمين روابط خلفية (Backlinks) ذات جودة عالية في مواقع موثوقة؛ لتعزيز مصداقية الموقع، وإضافة روابط الموقع على منصات التواصل الاجتماعي؛ لزيادة توجيه الزوار إليه.



## 4.4 مستقبل تحسين الظهور على محركات البحث في ضوء التحولات التقنية الحديثة

يتطوّر مجال تحسين الظهور على محركات البحث (SEO) بوتيرة غير مسبوقّة مع تسارع التحوّلات التقنية ودمج الذكاء الاصطناعي في أنظمة البحث، إذ أصبح التركيز على فهم دافع المستفيد وسياق بحثه بدلاً من الاعتماد على الكلمات المفتاحية فقط. وتبرز مفاهيم حديثة مثل تحسين الظهور لمحركات الإجابة (AEO) والتحسين للمحركات التوليدية (GEO) التي تركّز على توافق المحتوى مع خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتوليد الإجابات الذكية.

كما تسهم تقنيات البحث المتعدد الوسائط والتحليل السلوكي بالبيانات الضخمة في إعادة تعريف عوامل الترتيب، حيث أصبحت جودة المحتوى وموثوقيته وبنية المنظمة مؤشرات رئيسة للظهور. لذلك فإن مستقبل التحسين يتطلّب إستراتيجيات رقمية مرنة تدمج التقنية بالتحليل الذكي؛ لتحقيق الريادة والاستدامة الرقمية.

### أهم النقاط: لمحة سريعة عن توجهات (SEO) الحديثة

- أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) تُعيد تشكيل تنفيذ تحسين الظهور على محركات البحث، عبر أنظمة مثل: (ChatGPT) و (Perplexity) و (AI Overviews) التي تقدّم نتائج بحث توليدية ذكية (SGE).
- أصبح التعاون بين البشر والذكاء الاصطناعي (Human-AI Collaboration) عنصراً أساسياً في إنشاء محتوى يلبي معايير الخبرة والتجربة والمصداقية والثقة (E-E-A-T).
- برزت مفاهيم جديدة مثل تحسين الظهور لمحركات الإجابة (AEO) والتحسين للمحركات التوليدية (GEO)، ما يعكس تطور البحث نحو نماذج تفاعلية مدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- يعتمد البحث المتعدد الوسائط (Multimodal Search) على دمج النص والصوت والصورة والفيديو لفهم ما يفكر به المستفيد وسياق بحثه بدقة أكبر.
- تركّز مؤشرات الأداء الذكية (Smart Performance Metrics) على جودة المحتوى وتجربة المستفيد وتأثيره بدلاً من الاعتماد على الكلمات المفتاحية (Keywords) فقط.
- أصبح محتوى الفيديو من أكثر الوسائط تأثيراً في تعزيز الظهور، خصوصاً عبر المنصات التي تستخدم خوارزميات الاكتشاف التلقائي (AI-Driven Discovery).
- لم تعد السمعة الرقمية (Digital Reputation) تُقاس بعدد الروابط الخلفية (Backlinks) فقط، بل أصبحت تعتمد على إشارات الثقة الرقمية (Digital Trust Signals)، مثل توطيد الهوية (Branding) على مختلف المنصات.

## (1) أدوات الذكاء الاصطناعي تعيد تشكيل تنفيذ (SEO)

تُعَدُّ أدوات الذكاء الاصطناعي وسيلة متقدمة لاكتشاف المشكلات التقنية واقتراح الحلول الذكية، إذ أصبحت تقنيات مثل: (ChatGPT) و(Perplexity) و(BingAI)؛ تتيح تحليلًا دقيقًا للمحتوى والمنافسين، وتقدّم مقترحات تلقائية تعزز الكفاءة وتوفّر الوقت. مما يساعد الجهات الحكومية على الانتقال من الأساليب التقليدية إلى ممارسات رقمية قائمة على البيانات والتحليل الآلي. وقد تطوّر هذا الدور ليشمل ما يُعرف بتحسين الظهور على محركات الإجابة (AEO) والتحسين للمحركات التوليدية (GEO)، وهو امتداد متقدّم لتحسين محركات البحث (SEO)، حيث لم يعد تحسين الظهور مقتصرًا على العوامل التقنية فحسب، بل أصبح يشمل المساعدات الذكية ونماذج اللغة الكبيرة التي تسهم في فهم المحتوى وتلخيصه ومواءمته مع نية الباحث.

إن هذا التحوّل يعكس بوضوح اتجاه محركات البحث نحو نتائج ذكية وشخصية تُقدّم في بيئة البحث التوليدي (Generative Search) التي تعتمد على الفهم السياقي للمعلومة بدلاً من مجرد مطابقة الكلمات المفتاحية.

## (2) التحقق من معايير (E.E.A.T)

لتحسين نتائج محركات البحث التقليدية والتوليدية، لا يكفي الاعتماد على الذكاء الاصطناعي وحده في إنشاء المحتوى، بل يجب تعزيز مستوى (E-E-A-T) الذي يشمل:

- (E) : (Expertise) - امتلاك معرفة متخصصة بالمجال.
- (E) : (Experience) - إظهار التطبيق الواقعي للمحتوى.
- (A) : (Authoritativeness) - قوة الجهة ومكانتها في المجال.
- (T) : (Trustworthiness) - توثيق المصادر والممارسات الواضحة.

يسهم الدمج بين قدرات الذكاء الاصطناعي والتحرير البشري في تطبيق هذه الإرشادات لضمان أصالة المحتوى وجودته وموثوقيته. وتمثل هذه المعايير اليوم أساسًا مشتركًا في تحسين الظهور على محركات البحث التقليدية (SEO) والتوليدية (GEO / AEO)، إذ تُسهم في تعزيز ترتيب الصفحات في البحث الكلاسيكي ورفع احتمالية اعتماد المحتوى كمصدر موثوق داخل الإجابات الذكية. كما تؤثر هذه الإرشادات في طريقة تقييم محركات البحث للمحتوى، من خلال إبراز هوية الجهة وخبرتها التخصصية وتوثيق البيانات والمراجع بصورة دقيقة؛ بما يعزز ثقة المستخدمين والخوارزميات على حد سواء.

وبذلك يصبح الالتزام بمعايير (E-E-A-T) عنصرًا جوهريًا في بناء السمعة الرقمية، وضمان استدامة الظهور في بيئات البحث الحديثة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.



يعرض في المحتوى الآتي بعض الممارسات الواجب تنفيذها لتحسين ظهور الموقع على محركات البحث:

بناء محتوى دلالي (Semantic Content) يعتمد على فهم ما يفكر به المستخدم وسياق البحث، وليس فقط الكلمات المفتاحية. وفرق ذلك عن التقليدي هو التركيز على المعنى والعلاقات بين المفاهيم بدلاً من تكرار المصطلحات.

تطبيق البيانات المنظمة المتقدمة (Advanced Schema Markup) لتوضيح الكيانات والعلاقات داخل الصفحة، مما يساعد نماذج الذكاء الاصطناعي على تحليلها واستخدامها في الإجابات التوليدية.

استخدام تنسيقات المحتوى القابلة للفهم الآلي (Machine-Readable Formats) مثل الأسئلة والأجوبة أو الجداول الوصفية، لدعم الظهور في نتائج تحسين محركات الإجابة (AEO).

تضمين مصادر موثوقة وروابط أصلية داخل النصوص لضمان استناد الأنظمة التوليدية إلى محتوى الجهة كمصدر موثوق عند توليد الإجابات.

كتابة محتوى بصيغة بشرية وذكية تراعي الأسلوب الحوارى والطبيعى الذى تفهمه محركات البحث التوليدية، مع الحفاظ على الدقة والموثوقية.

تحسين تجربة المستخدم الشاملة (UX) عبر صفحات بسيطة وسريعة التحميل وسهلة الفهم لخوارزميات الذكاء الاصطناعي، فسهولة التنقل تساعد في استيعاب هيكل المحتوى التوليدي.

تحديث المحتوى دوريًا باستخدام بيانات حديثة ومرجعيات موثوقة، إذ تُظهر الأنظمة التوليدية تفضيلًا للمحتوى المتجدد والمستند إلى بيانات حديثة.

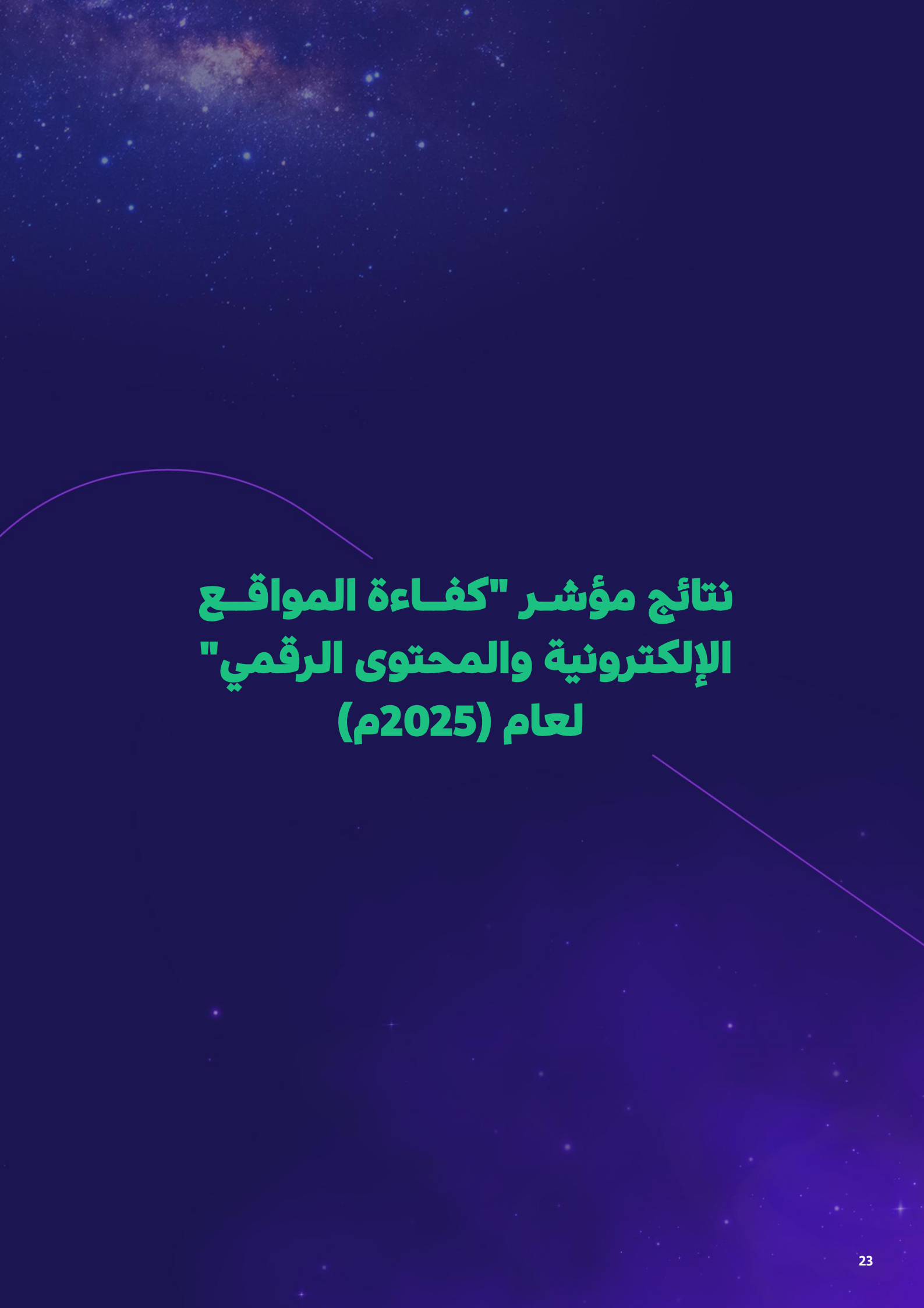
إنشاء صفحات متخصصة عالية العمق حول الموضوعات الجوهرية لبناء ما يُعرف بـ السلطة الموضوعية (Topical Authority)، وهي أحد أهم عوامل الظهور في نتائج الذكاء الاصطناعي.

### (3) البحث متعدد الوسائط

يُعَدّ البحث متعدد الوسائط من أبرز الاتجاهات الحديثة في تقنيات محركات البحث؛ إذ يتيح للمستخدمين الوصول إلى المعلومات عبر الدمج بين النصوص والصور والمقاطع المرئية والصوتية، مما يعزز دقة النتائج وسرعة اكتشاف المحتوى. ومع تسارع التطورات الرقمية وتزايد الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، بات من الضروري مواكبة هذه التحولات عن طريق تحسين الهوية الرقمية، وتنويع أشكال المحتوى وأساليبه، لضمان ظهور الجهات في نتائج البحث الحديثة. ويتطلّب تحقيق التميّز في هذا المجال تطوير الأدوات وإعادة النظر في طرق القياس، وابتكار إستراتيجيات جديدة تجعل الحضور الرقمي أكثر شمولاً وتفاعلاً.

كما يُعَدّ الاستثمار في الوعي بتقنيات البحث متعدد الوسائط خطوة استباقية؛ تُمكن الجهات من تعزيز مكانتها الرقمية في المستقبل القريب، عبر بناء محتوى متكامل يخدم مختلف أنماط البحث المختلفة ويُبرز الهوية المؤسسية بصورة أكثر تأثيراً.





# نتائج مؤشر "كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" لعام (2025م)

## 5. نتائج "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" لعام (2025م)

### 5.1 النتيجة العامة للمؤشر

تُظهر النتيجة العامة لـ "مؤشر كفاءة المواقع الإلكترونية والمحتوى الرقمي" لعام (2025م) معدل نتائج المواقع الإلكترونية المشمولة في الدورة الحالية، وفقاً للمنهجية المعتمدة، وكانت النتائج كما يأتي:

النتيجة العامة  
للمؤشر لعام (2025م)

76.24% متمكن

المنظور الثاني  
جودة المحتوى  
79.86% متمكن

المنظور الأول  
الكفاءة الأولى  
73.31% متمكن

نتائج مناظير المؤشر  
لعام (2025م)

### 5.2 أعلى (عشرة) مواقع إلكترونية حكومية في المؤشر

يوضح الترتيب -أدناه- المواقع (العشر) الأعلى تقييماً لعام (2025م)، بناءً على النتائج العامة:

92.02%



(swa.gov.sa)  
تمتيز

92.31%



(qu.edu.sa)  
تمتيز

92.37%



(kku.edu.sa)  
تمتيز

92.41%



(hrsd.gov.sa)  
تمتيز

92.43%



(hrdf.org.sa)  
تمتيز

89.39%



(sdaia.gov.sa)  
متقدم

89.52%



(tvtc.gov.sa)  
متقدم

90.02%



(mim.gov.sa)  
تمتيز

90.71%



(seec.gov.sa)  
تمتيز

90.82%













(visitsaudi.com)  
تمتيز

## 5.3 أعلى (عشرة) مواقع إلكترونية حكومية في كل منظور

### 5.3.1 منظور الكفاءة الفنية

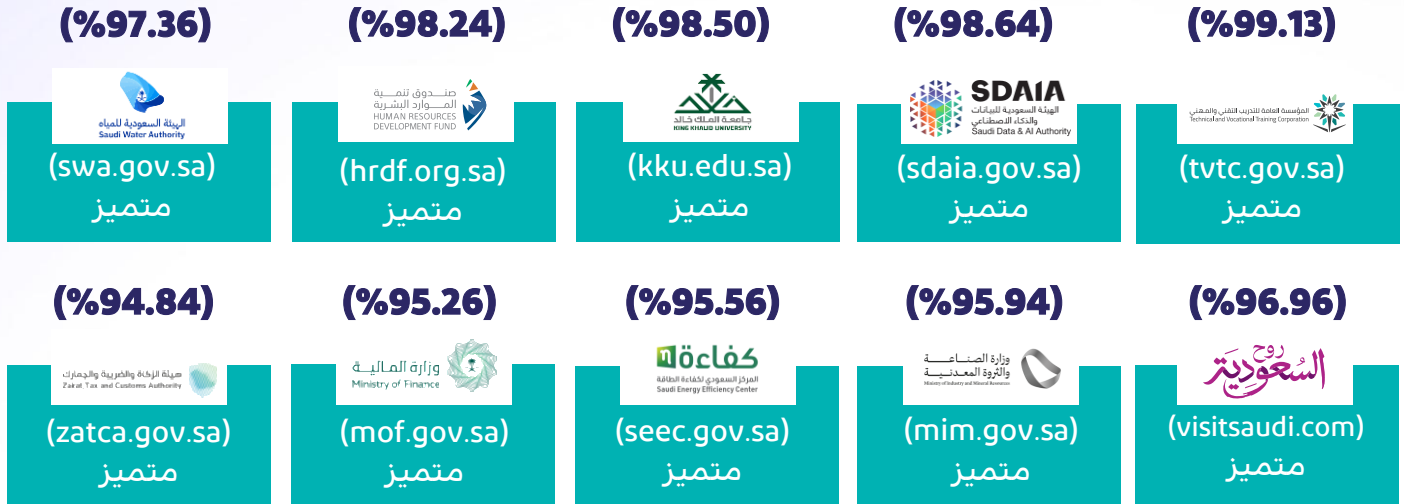
تُعدّ المواقع الإلكترونية الحكومية الآتية (العشر) الأعلى تقييماً في منظور "الكفاءة الفنية" من ضمن المواقع الإلكترونية المشمولة في المؤشر لعام (2025م)، وذلك بناءً على النتائج التي حققتها:

<b>(%87.52)</b>  (visitsaudi.com) متقدم	<b>(%87.75)</b>  (rega.gov.sa) متقدم	<b>(%90.03)</b>  (qu.edu.sa) متميز	<b>(%90.75)</b>  (hrsd.gov.sa) متميز	<b>(%91.56)</b>  (nca.gov.sa) متميز
<b>(%85.07)</b>  (open.data.gov.sa) متقدم	<b>(%85.99)</b>  (kku.edu.sa) متقدم	<b>(%86.07)</b>  (swa.gov.sa) متقدم	<b>(%86.23)</b>  (hrdf.org.sa) متقدم	<b>(%87.18)</b>  (momah.gov.sa) متقدم



## 5.3.2 منظور جودة المحتوى

تُعدّ المواقع الإلكترونية الحكومية الآتية (العشر) الأعلى تقييماً في منظور "جودة المحتوى" من ضمن المواقع الإلكترونية المشمولة في المؤشر لعام (2025م)، وذلك بناءً على النتائج التي حققتها:



تميزت هذه المواقع في منظور "جودة المحتوى" عبر تحقيق التوازن بين تقديم معلومات دقيقة، وتوفير تصميم جذاب وسهل الاستخدام؛ مما يوفر تجربة غنية ومتكاملة للمستخدمين؛ فقدّمت محتوى شاملاً يغطي الجوانب الأساسية بطريقة واضحة تُلبّي احتياجات المستخدمين المختلفة، مع التحديث المستمر؛ لضمان المصداقية ومواءمة المعلومات مع التطورات المتجددة. كما نُظّمت النصوص باحترافية، بحيث توزعت المعلومات تحت عناوين واضحة ضمن هيكلية موحدة تدعم سهولة الفهم والوصول إلى المعلومات بصورة سريعة بما يساهم في توجيه المستخدمين عبر التصفح، ويساعد على تحسين تجربة المستخدم، إضافةً إلى توفر شريط بحث فعال يُمكن من الوصول إلى أي معلومة مطلوبة بكل سرعة وسهولة؛ مما يجعل استخدام الموقع تجربة عالية الكفاءة.

وتميزت هذه المواقع بتناسق تصاميمها الذي جمع بين العناصر البصرية والنصية، حيث استُخدمت ألوان وخطوط مناسبة تضمن قراءة سهلة ومريحة. كما عُزّزت جودة محتوى هذه المواقع عن طريق إضافة محتوى تفاعلي متنوع، مثل: الفيديوهات والأنفوجرافيك؛ مما يُثري تجربة المستخدم، ويزيد من جاذبية المحتوى. حيث تعزز هذه الأنواع من فهم المحتوى، وتُضفي على الصفحات طابعاً ديناميكياً يحفز على البقاء في الموقع لوقت أطول، والرغبة في استكشاف المزيد من المعلومات.

وقد أبرزت هذه المواقع المشاركة الإلكترونية عن طريق توفير أدوات، مثل: الاستبانات واستطلاعات الرأي، التي لا تقتصر على المساعدة في جمع آراء المستخدمين، بل تعزز أيضاً الشعور بالمشاركة والتفاعل المباشر؛ مما يساهم في بناء علاقة قوية مع الجمهور، كما اهتمت المواقع بالالتزام بنشر سياسات واضحة، مثل: سياسة الخصوصية وحقوق النشر؛ مما يعزز الشفافية لكسب ثقة المستخدمين وحماية بياناتهم الشخصية. ويمثل هذا النهج المتكامل نموذجاً تحتذي به المواقع، بهدف تحسين جودة المحتوى؛ مما يعزز ظهورها ضمن النتائج الأولى في محركات البحث.



## 5.4 أعلى (مئة) موقع إلكتروني حكومي في المؤشر

تُعدّ المواقع الإلكترونية الحكومية الآتية هي أعلى (مئة) موقع تقييماً في النتيجة العامة من ضمن المواقع الإلكترونية المشمولة في المؤشر لعام (2025م)، وذلك بناءً على النتائج التي حققتها:

الترتيب	الجهة	النطاق	النتيجة العامة	مستوى الكفاءة
1	صندوق تنمية الموارد البشرية	hrdf.org.sa	%92.43	
2	وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية	hrsd.gov.sa	%92.41	
3	جامعة الملك خالد	kku.edu.sa	%92.37	
4	جامعة القصيم	qu.edu.sa	%92.31	
5	الهيئة السعودية للمياه	swa.gov.sa	%92.02	
6	منصة روح السعودية	visitsaudi.com	%90.82	
7	المركز السعودي لكفاءة الطاقة	seec.gov.sa	%90.71	
8	وزارة الصناعة والثروة المعدنية	mim.gov.sa	%90.02	
9	المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني	tvtc.gov.sa	%89.52	
10	الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي (سدايا)	sdaia.gov.sa	%89.39	
11	الهيئة العامة للعقار	rega.gov.sa	%89.18	
12	الهيئة الوطنية للأمن السيبراني	nca.gov.sa	%88.69	
13	وزارة البلديات والإسكان	momrah.gov.sa	%88.61	
14	صندوق التنمية السياحي	tdf.gov.sa	%87.41	
15	المنصة الوطنية الموحدة	my.gov.sa	%87.30	
16	منصة البيانات المفتوحة	open.data.gov.sa	%86.49	
17	وزارة البيئة والمياه والزراعة	mewa.gov.sa	%86.06	
18	الهيئة العامة للنقل	tga.gov.sa	%86.01	
19	هيئة الزكاة والضريبة والجمارك	zatca.gov.sa	%85.76	
20	الهيئة العامة للأمن الغذائي	gfsa.gov.sa	%85.57	

متميز

متقدم

متمكن

متطور

ناشئ

## 5.4 أعلى (مئة) موقع إلكتروني حكومي في المؤشر

الترتيب	الجهة	النطاق	النتيجة العامة	مستوى الكفاءة
21	صندوق الاستثمارات العامة	pif.gov.sa	%85.42	●
22	المركز الوطني لقياس أداء الأجهزة العامة	adaa.gov.sa	%85.27	●
23	الهيئة السعودية للملكية الفكرية	saip.gov.sa	%84.86	●
24	الشؤون الصحية بالحرس الوطني	ngha.med.sa	%84.73	●
25	مدينة الملك عبدالله للطاقة الذرية والمتجددة	energy.gov.sa	%84.68	●
26	المركز الوطني لتنمية الحياة الفطرية	ncw.gov.sa	%84.58	●
27	جامعة جازان	jazanu.edu.sa	%84.53	●
28	وزارة التجارة	mc.gov.sa	%84.08	●
29	جامعة الباحة	bu.edu.sa	%84.07	●
30	المركز الوطني للتعليم الإلكتروني	nelc.gov.sa	%83.94	●
31	الجامعة السعودية الإلكترونية	seu.edu.sa	%83.62	●
32	الهيئة العامة للإحصاء	stats.gov.sa	%83.58	●
33	هيئة رعاية الأشخاص ذوي الإعاقة	apd.gov.sa	%83.54	●
34	الهيئة العامة للصناعات العسكرية	gami.gov.sa	%83.40	●
35	جامعة الجوف	ju.edu.sa	%83.38	●
36	وزارة النقل والخدمات اللوجستية	mot.gov.sa	%83.36	●
37	رؤية السعودية 2030	vision2030.gov.sa	%83.18	●
38	جامعة نجران	nu.edu.sa	%82.97	●
39	الهيئة العامة للترفيه	gea.gov.sa	%82.96	●
40	هيئة المدن والمناطق الاقتصادية الخاصة	ecza.gov.sa	%82.87	●

متميز

متقدم

متمكن

متطور

ناشئ

## 5.4 أعلى (مئة) موقع إلكتروني حكومي في المؤشر

الترتيب	الجهة	النطاق	النتيجة العامة	مستوى الكفاءة
41	مجلس الضمان الصحي	chi.gov.sa	%82.86	●
42	وزارة المالية	mof.gov.sa	%82.85	●
43	الهيئة العامة للطيران المدني	gaca.gov.sa	%82.68	●
44	البرنامج الوطني للتقييس والمعايرة "تقييس"	taqyees.sa	%82.05	●
45	المركز الوطني للنخيل والتمور	ncpd.gov.sa	%82.05	●
46	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	imamu.edu.sa	%81.93	●
47	هيئة المحتوى المحلي والمشتريات الحكومية	lcgpa.gov.sa	%81.90	●
48	هيئة تطوير بوابة الدرعية	dgda.gov.sa	%81.68	●
49	المنصة الوطنية للبيانات	data.gov.sa	%81.62	●
50	هيئة الحكومة الرقمية	dga.gov.sa	%81.39	●
51	الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة	iu.edu.sa	%80.96	●
52	مجلس الشورى	shura.gov.sa	%80.91	●
53	بوابة نهر ساب	nhrsp.shc.gov.sa	%80.83	●
54	جامعة طيبة	taibahu.edu.sa	%80.78	●
55	وزارة التعليم	moe.gov.sa	%80.73	●
56	وزارة الطاقة	moenergy.gov.sa	%80.17	●
57	المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي	ncnp.gov.sa	%79.99	●
58	مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية	kacst.gov.sa	%79.90	●
59	جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن	pnu.edu.sa	%79.88	●
60	وكالة الفضاء السعودية	ssa.gov.sa	%79.76	●

متميز

متقدم

متمكن

متطور

ناشئ

## 5.4 أعلى (مئة) موقع إلكتروني حكومي في المؤشر

الترتيب	الجهة	النطاق	النتيجة العامة	مستوى الكفاءة
61	وزارة الخارجية	mofa.gov.sa	%79.66	●
62	منصة وطني	watani.gov.sa	%79.65	●
63	صندوق التنمية الصناعية السعودي	sidf.gov.sa	%79.63	●
64	هيئة تنظيم الكهرباء	sera.gov.sa	%79.53	●
65	المركز السعودي لزراعة الأعضاء	scot.gov.sa	%79.43	●
66	وزارة الاستثمار	misa.gov.sa	%79.39	●
67	هيئة تطوير المدينة المنورة	mda.gov.sa	%79.33	●
68	الهيئة السعودية للسياحة	sta.gov.sa	%79.27	●
69	بنك التنمية الاجتماعية	sdb.gov.sa	%79.20	●
70	جامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل	iau.edu.sa	%79.17	●
71	وزارة السياحة	mt.gov.sa	%79.11	●
72	الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة	monshaat.gov.sa	%79.02	●
73	وزارة الرياضة	mos.gov.sa	%79.02	●
74	هيئة الصحة العامة	pha.gov.sa	%79.01	●
75	هيئة الرقابة النووية والإشعاعية	nrrc.gov.sa	%79.01	●
76	منصة تميز الرقمية	se.etec.gov.sa	%79.00	●
77	منصة نسك	nusuk.sa	%78.96	●
78	الهيئة الملكية لمدينة الرياض	rcrc.gov.sa	%78.96	●
79	المركز السعودي لاعتماد المنشآت الصحية	portal.cbahi.gov.sa	%78.96	●
80	الهيئة السعودية للتخصصات الصحية	scfhs.org.sa	%78.83	●

متميز

متقدم

متمكن

متطور

ناشئ

## 5.4 أعلى (مئة) موقع إلكتروني حكومي في المؤشر

الترتيب	الجهة	النطاق	النتيجة العامة	مستوى الكفاءة
81	هيئة كفاءة الإنفاق والمشروعات الحكومية (إكسبرو)	expro.gov.sa	%78.80	●
82	هيئة تقويم التعليم والتدريب	etec.gov.sa	%78.67	●
83	المركز الوطني للتنافسية	ncc.gov.sa	%78.64	●
84	جامعة الملك سعود	ksu.edu.sa	%78.56	●
85	الهيئة العامة للمنافسة	gac.gov.sa	%78.44	●
86	جامعة الملك سعود بن عبدالعزيز للعلوم الصحية	ksau-hs.edu.sa	%78.37	●
87	جامعة أم القرى	uqu.edu.sa	%78.36	●
88	البنك المركزي السعودي	sama.gov.sa	%78.31	●
89	الهيئة العامة للعناية بشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي	alharamain.gov.sa	%78.28	●
90	الأكاديمية الوطنية للأمن السيبراني	ncac.edu.sa	%78.26	●
91	الهيئة الملكية لمحافظة العلا	rcu.gov.sa	%78.23	●
92	مركز الملك سلمان للإغاثة والأعمال الإنسانية	ksrelief.org	%78.20	●
93	بنك المنشآت الصغيرة و المتوسطة	smebank.gov.sa	%78.15	●
94	وكالة الأنباء السعودية	spa.gov.sa	%78.10	●
95	وزارة الداخلية	moi.gov.sa	%78.00	●
96	هيئة تطوير منطقة عسير	asda.gov.sa	%77.99	●
97	برنامج الربط الجوي	acp.gov.sa	%77.97	●
98	المركز السعودي للشركات الاستراتيجية الدولية	scisp.gov.sa	%77.88	●
99	موسم الدرعية	diriyah.sa	%77.87	●
100	الهيئة العامة لتنظيم الإعلام	gmedia.gov.sa	%77.86	●

متميز

متقدم

متمكن

متطور

ناشئ



# التعريفات والاختصارات



## 6. التعريفات والاختصارات

### 6.1 جدول التعريفات

يوضح الجدول الآتي المصطلحات والعبارات الواردة في هذا التقرير، والمعاني المقصودة بها وفق السياق المستخدم:

#### المصطلح التعريف

الهيئة (Authority)	هيئة الحكومة الرقمية.
خوارزميات (algorithms)	مجموعة من العوامل التي تتكون منها أنظمة ترتيب مئات المليارات من صفحات الويب في فهرس بحث (Google)؛ من أجل توفير نتائج مفيدة وذات صلة، وفي جزء من الثانية.
المستفيد (Beneficiary)	المستخدم مثل: المواطن، أو المقيم، أو الزائر، أو الجهات الحكومية، أو منظمات القطاع الخاص، أو غير الربحي داخل المملكة وخارجها التي بحاجة إلى التفاعل مع جهة حكومية للحصول على أيٍّ من خدماتها المقدمة.
محرك البحث (Search engine)	هو برنامج يعمل وفقًا لخوارزميات معينة تقوم بالوصول إلى صفحات الموقع الإلكتروني، وفهرستها، وإظهارها للباحث، مثل: (Google, Bing, Yahoo) وغيرها من محركات البحث الأخرى.
محتوى المواقع الإلكترونية (Website content)	جميع البيانات والمعلومات والملفات التي تُعرض على الموقع الإلكتروني، ويشمل ذلك: المحتوى النصي، والصور والفيديوهات، والمخططات، والجداول، وغيرها.
الموقع الإلكتروني (Website)	صفحات ويب تقدم محتوى تعريفياً وإخبارياً متاحاً للجميع دون الحاجة إلى تسجيل دخول للموقع الإلكتروني، ويمكن عن طريقه عرض دليل المنتجات والخدمات المتاحة بدون القدرة على طلبها.
إمكانية الوصول (accessibility)	التأكد من توفير الوصول المتكافئ إلى المعلومات ومحتويات الموقع لفئات المستخدمين جميعها، ويشمل ذلك الأشخاص ذوي الإعاقة وكبار السن.
البيانات المنظمة المتقدمة (Advanced Schema Markup)	شكل متطور من البيانات المنظمة يساعد محركات البحث على فهم محتوى الصفحات بعمق.

ملف يُستخدم لتنظيم هيكل صفحات الموقع الإلكتروني؛ ليسهل على محركات البحث فحص المواقع وفهم محتواها وترابطها.	<b>خريطة الموقع</b> (Sitemap.xml)
رمز يُشير إلى وجود خطأ في طلب المتصفح، عادةً بسبب إدخال عنوان غير صحيح أو بيانات غير مكتملة.	<b>الخطأ 400</b> (Error 400)
أسلوب كتابة يعتمد على المعنى والعلاقات بين المفاهيم بدلاً من تكرار الكلمات المفتاحية.	<b>محتوى دلالي</b> (Semantic Content)
نظام ذكي لتوليد النصوص يعتمد على الذكاء الاصطناعي، يُستخدم في إنتاج المحتوى وتحليل البيانات، وتقديم المساعدة اللغوية.	<b>شات جي بي تي</b> (ChatGPT)
منصة ذكاء اصطناعي طوّرتها شركة (Google)، تُستخدم في إنشاء وتحليل المحتوى وتعزيز تجربة البحث التفاعلي.	<b>جيميني</b> (Gemini)
تقييم شامل لمدى موثوقية وحضور الجهة في البيئة الرقمية.	<b>السمعة الرقمية</b> (Digital Reputation)
وسوم (HTML) تُستخدم لتنظيم تسلسل العناوين في صفحات الويب؛ حيث يرمز (H1) للعنوان الرئيسي و(H2) للعناوين الفرعية التي تليه.	<b>العناوين الرئيسية والفرعية</b> (H1- H6)
أسلوب بحث يعتمد على الذكاء الاصطناعي التوليدي لتقديم إجابات مباشرة للمستخدمين بدلاً من عرض روابط تقليدية، ويهدف إلى تسريع الوصول للمعلومة.	<b>البحث التوليدي</b> (Generative Search)
تقنية بحث متقدمة تدمج بين النص والصورة والصوت والفيديو لفهم الاستعلامات وتحسين دقة النتائج.	<b>البحث متعدد الوسائط</b> (Multimodal Search)
محتوى رقمي يسمح للمستخدم بالتفاعل المباشر مثل النماذج والاختبارات والخرائط التفاعلية، بهدف زيادة المشاركة وتعزيز التجربة الرقمية.	<b>المحتوى التفاعلي</b> (Interactive Content)
عملية تقوم بها محركات البحث لتخزين صفحات المواقع ضمن قاعدة بياناتها بهدف إظهارها لاحقاً في نتائج البحث.	<b>الفهرسة</b> (Indexing)
عملية جمع صفحات الإنترنت بواسطة برامج آلية (روبوتات الزحف) لاكتشاف محتواها وتحديثه في محركات البحث.	<b>الزحف</b> (Crawling)

ترتيب المواقع الإلكترونية في نتائج محركات البحث وفقًا لعوامل الصلة والجودة والمصداقية.	<b>التصنيف (Ranking)</b>
تقنية تسمح بتفاعل المستخدم مع أنظمة ذكية عبر النص أو الصوت، مثل (ChatGPT)، لتقديم إجابات وملاحظات طبيعية.	<b>الذكاء الاصطناعي التحادثي (Conversational AI)</b>
يشمل الصور والفيديوهات والرسومات التوضيحية والإنفوجرافيك التي تُستخدم لعرض المعلومات بصورة بصرية جذابة.	<b>المحتوى المرئي (Visual Content)</b>
روابط من مواقع إلكترونية خارجية تُشير إلى موقع آخر، وتُعد مؤشرًا على موثوقيته وجودة محتواه.	<b>الروابط الخلفية (Backlinks)</b>
مجموعة من الإجراءات التقنية التي تُحسن سرعة الموقع واستقراره وتجربة المستخدم وأمانه لضمان توافقه مع معايير محركات البحث.	<b>تحسين الأداء التقني (Technical Optimization)</b>
عملية تهدف إلى تقليل زمن تحميل صفحات الموقع لتعزيز الأداء وتجربة المستخدم.	<b>تحسين سرعة التحميل (Page Speed Optimization)</b>
تهيئة المحتوى ليتناسب مع عمليات البحث الصوتي عبر المساعدات الذكية مثل (Siri) و (Google Assistant)	<b>التحسين الصوتي (Voice Search Optimization)</b>

## 6.2 جدول الاختصارات

يُقصد بالرموز والاختصارات الحرفية -أيما وردت في هذا التقرير- المعاني المبينة أمام كل منها، ما لم يقتضِ السياق خلاف ذلك:

### الاختصار      التعريف

اختصار لتحسين الظهور على محركات البحث (Search Engine Optimization).	(SEO)
اختصار لوصف نصي للصور (Alternative Text).	(Alt text)
اختصار (Application Programming Interface) وهي البروتوكولات التي تُمكن التطبيقات والمواقع الإلكترونية والأنظمة المختلفة من التفاعل والتواصل بعضها مع بعض، حيث تسمح بالوصول إلى ميزات أو بيانات في تطبيق أو خدمة أخرى بطريقة منظمة وآمنة.	(API)
اختصار لشهادة رقمية تصادق على هوية موقع ويب، وتشفر المعلومات المرسلة إلى الخادم.	(SSL Certificate)
اختصار لإرشادات الوصول إلى محتوى الويب (Web Content Accessibility Guidelines) وهي مجموعة من الإرشادات والمعايير التي تهدف إلى جعل محتوى الويب أكثر سهولة واستخدامًا للأشخاص ذوي الإعاقة.	(WCAG)
اختصار لـ (Frequently Asked Questions)، وهو قسم يقدم إجابات مختصرة وشاملة عن الأسئلة الشائعة التي يطرحها المستفيدون؛ بهدف توفير المعلومات بسهولة دون الحاجة للتواصل المباشر مع الدعم.	(FAQ)
اختصار يشير إلى (Search Generative Experience)، وهي تجربة البحث التوليدي التي تقدمها محركات البحث الحديثة، حيث يستخدم النظام الذكاء الاصطناعي لتوليد إجابات شاملة ومفصلة بدلاً من مجرد عرض روابط صفحات.	(SGE)

اختصار لـ (Answer Engine Optimization) ويعني "تحسين محركات الإجابة" تهيئة المحتوى للظهور في نتائج محركات البحث التوليدية الذكية.	<b>(AEO)</b>
اختصار لـ (User Experience) ويعني "تجربة المستخدم" مدى سهولة ورضا المستخدم عند تصفحه الموقع.	<b>(UX)</b>
اختصار لـ (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) معايير الخبرة والتجربة والمصداقية والثقة التي تعتمدها (Google)؛ لتقييم جودة المحتوى.	<b>(E-E-A-T)</b>
اختصار لـ (Artificial Intelligence) الذكاء الاصطناعي، ويشير إلى التقنيات التي تحاكي التفكير والتعلم البشري.	<b>(AI)</b>
اختصار لـ (Generative Engine Optimization) تحسين الظهور في محركات البحث التوليدية عبر الذكاء الاصطناعي.	<b>(GEO)</b>
اختصار لـ (Hypertext Markup Language) لغة ترميز تُستخدم لبناء وهيكل صفحات الويب.	<b>(HTML)</b>
اختصار لـ (Search Engine Optimization Audit) مراجعة شاملة لعناصر الموقع الفنية والمحتوى لتحديد فرص التحسين وفق معايير محركات البحث.	<b>(SEO Audit)</b>



هيئة الحكومة الرقمية  
Digital Government Authority