

طراحی و تبیین ارکان اساسی موثر بر تعیین استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک در بستر دولت الکترونیک

آذر کفاش پور^۱

^۲- استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد

۱- مقدمه

توسعه فن آوری اطلاعات در بخش دولتی و ارتقاء کارآمدی دولت، باعث کاهش هزینه‌ها، افزایش سرعت ارائه خدمات دولتی به شهروندان، ارتقاء کیفیت خدمات، افزایش دسترسی زمانی و مکانی به خدمات و کاهش اطلاعات تکراری و نامنسجم در بخش دولتی می‌شود. [۲؛ ۲۱] اما لازمه تحقق اهداف فوق توجه به دو جنبه فنی - مهندسی در جهت در نظر گرفتن زیر ساخت‌ها به عنوان یک پایه و مبنای تحقق اهداف دولت الکترونیک و جنبه استراتژیکی در جهت توجه به نیازها و خواسته‌های مردم و دولت در راستای اهداف بلندمدت دولت الکترونیک است. کشف و بررسی ارکان درونی و بیرونی اثرگذار بر استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک خدمات برای ارتقاء بازار، مهندسی دوباره و ساده‌تر و موثرتر کردن فرایندهای دولت الکترونیک بسیار ضروری است. این مقاله می‌تواند با ارائه مدل ارائه خدمات الکترونیک، نقش موثری در تعیین استراتژیهای خدمات دولتی ایفاء نماید. در این مقاله ابتدا به طور مختصر به بررسی شواهد تجربی پیرامون موضوع و سپس به معرفی مدل و متغیرهای آن پرداخته شده است.

۲- شواهد تجربی:

بررسیهای اکتشافی به عمل آمده توسط محقق نشان‌دهنده این مطلب است که به موضوع مورد تحقیق با توجه به اهداف تحقیق پرداخته نشده است. اما به لحاظ موضوعی در شکل کلی دولت الکترونیک مطالعاتی انجام گرفته است. از جمله این مطالعات «دولت الکترونیک» در دسامبر ۱۹۹۹ تحت عنوان مدل سیلو، «عوامل موفقیت صدور ملتها، نرم‌افزار جدید» در سال ۲۰۰۳ تحت عنوان مدل اول، «گسترش پورتالهای الکترونیک با خدمات جدید» در سال ۲۰۰۴، «یک نگرش اروپایی به طرف دولت آن لاین» در سال ۲۰۰۲، «مدلها و متریک‌ها برای ارزیابی دولت محلی» در سال ۲۰۰۲، «یک مدل XML برای خدمات الکترونیکی» در سال ۲۰۰۵، «طراحی برنامه‌های دستیابی به اطلاعات دولت الکترونیک» در سال ۲۰۰۳، «یک ابزار برای کاهش خطاهای جریان‌های کار» در سال ۲۰۰۵، «ساختار دولت الکترونیک» در سال ۲۰۰۵، «مدلهای جنریک دولت دیجیتال» در کشورهای در حال توسعه در سال ۲۰۰۴، «یک خانه برای دولت الکترونیک» در سال ۲۰۰۳، «ماتریس رقابت دولت الکترونیک در ایالات محلی» در سال ۲۰۰۴، «وب سایت‌های دولت محلی» در سال ۲۰۰۳، «مدل مفهومی برای اجرای یک سیستم دولت الکترونیک» در اکتبر ۲۰۰۳ «راهنمای رضایت از دولت الکترونیک» در سال ۲۰۰۳ و... صورت گرفته است که اکثر این مدلها به صورت موردی به مفاهیم دولت الکترونیک پرداخته‌اند و کمتر در راستای مقاله مورد تحقیق بوده است. دو مطالعه دیگر تحت عنوان «دولت الکترونیک محلی مبتنی بر استراتژی و اجرا در سطح جهانی» در سال ۲۰۰۲ و «استراتژی دولت الکترونیک» در سال ۲۰۰۳ در دفتر مدیریت و بودجه امریکا انجام گرفته است که منجر به تهیه شرح راهنمای اجرایی در اول آگوست ۲۰۰۳ شده است.

جدول ۱- موارد و اهداف مدل‌های ارائه شده مورد مطالعه در طیف زمانی (۲۰۰۵-۱۹۹۵)

اهداف و موارد بررسی شده در مدل	مدلهای مرتبط با دولت و خدمات الکترونیک	سال
مبتنی بر منافع دولت الکترونیک است. [۲-۵; ۳۳]	مدل سیلو	۱۹۹۹
بین کیفیت زندگی، دستمزد، سرمایه انسانی، صنعت و سرمایه و دولت الکترونیک رابطه برقرار می کند. [۳,۹; ۱۴]	مدل اوال	۲۰۰۳
به عامل انسانی، عوامل ثانویه، کیفیت زندگی در دولت الکترونیک باید توجه شود.	مدل هیکس و نیکولسون	۲۰۰۲
به رابطه بین کیفیت پورتال و مطلوبیتشان می پردازد. [۲, ۱۸, ۹; ۳۲]	مدل توسعه برند پور تالها	۲۰۰۴
به ۵ لایه کاربردی دولت الکترونیک اشاره دارد. [۲-۵; ۱۹]	دولت آن لاین (مدل ترجیحی)	۲۰۰۲
۱۱ متریک را جهت ارزیابی دولت بیان می کند. [۸; ۳۱]	مدلها و متریک ها در دولت الکترونیک	۲۰۰۳
به زبان XML برای تبادلات دولت الکترونیک اشاره می کند. [۳; ۹]	مدل XML	۲۰۰۵
به طراحی برنامه ها جهت دستیابی به اطلاعات برتر می پردازد. [۳-۹; ۲۸]	مدل Holistic	۲۰۰۳
به دو مدل WCG و WIRD می پردازد. (انتقال صوتی داده ها و ابرپایگاه های اطلاعاتی)	مدل CARD. [۱۱; ۱۶]	۲۰۰۵
شامل دو متد هزینه تنها و مدل برنامه ریزی هدف می باشد. [۳-۱; ۸]	مدل عملیاتی بازار الکترونیک	۲۰۰۴
یک مدل مالی برای کسب درآمد دولت الکترونیک است. [۵; ۲۴]	مدل درآمد	۲۰۰۵
طراحی دوباره فرایندهای تحویل خدمت جهت افزایش درآمد در ایرلند. [۳۳; ۱۸]	مدل شاخص ایده آل	۲۰۰۵
که هر کدام به یک بعد می پردازد که شامل: - مدل توزیع گسترده تر - مدل جریان بحرانی - مدل تجزیه و تحلیل مقایسه ای - مدل تجهیز و لابی کردن - مدل خدمات متقابل - مدل بلوغ الکترونیک. [۳; ۱۱] - مدل خوب [۵-۹; ۳۱]	مدلهای جنریک در کشورهای در حال توسعه. [۵-۶۸; ۱۱]	۲۰۰۵
یک ماتریس رقابتی است جهت رسیدن ب رهبری در دولت الکترونیک.	یک خانه برای دولت الکترونیک	۲۰۰۳
هدف طراحی بهترین وب سایت است در سطح ملی، محلی و ناحیه ای	وب سایت های دولت	۲۰۰۳
یک مدل برای اجرای دولت الکترونیک در سطوح خطوط راه آهن است.	مدل مفهومی برای اجرای یک سیستم در دولت	۲۰۰۳
هدف توجه به متغیرهای رضایتمندی است.	راهنمای رضایت در دولت الکترونیک	۲۰۰۳
هدف سازماندهی فرآیندهای اداری است که مطالعات تطبیقی ۱۲ مشارکت بین دولت، بخش خصوصی و موسسات غیرانتفاعی است. که Hollow state	مدلهای جدید مشارکتی برای تحویل خدمات	۲۰۰۴

<p>را بیان می کنند. [۱۱,۱۰; ۲۶]</p>	<p>دولتی</p>	
<p>مدل کانال برتر مدل کنسرسیوم خدمات شده مدل کلیک و بریک مدل ابر واسطه ها مدل پورتالها است.</p>	<p>مدلهای آنلاین تجارت الکترونیک [۱۲۷-۱۹۰]; [۱۷]</p>	<p>۲۰۰۵</p>
<p>که به عوامل کلیدی ضروری برای انطباق موثر تکنولوژی خدمات وب به سه بعد اینترنت، اکسترانت و اینترنت می پردازد. [۲-۱۶; ۳]</p>	<p>مدل استراتژیها برای انطباق موثر خدمات مبتنی بر وب</p>	<p>۲۰۰۵</p>

نقائص مدلها در ارتباط با اهداف محقق:

نقائص مدلها در ارتباط با اهداف تحقیق میتوان شامل مواردی چون:

نگاه خرد و استقرایی، تست یک متغیر اثر گذار، توجه زیاد به خدمات ISP، تقویت زیر ساختها و پیش نیازها یا به عبارتی داشتن دیدگاه فنی- مهندسی که در آن به لایه های زیرین ارائه خدمات (Back office) بیشتر توجه میشود و فقدان دیدگاه سیستمی و استراتژیک و مدیریتی جهت ارائه خدمات در آن مشهود است. توجه انتزاعی به متغیرها بدون توجه به رابطه و اثر آنها در سیستم تحویل خدمات و تقویت نحوه ارائه اطلاعات و دستیابی به اطلاعات نه ارائه خدمات و گاهی توجه به یک سطح خدمات مثل توسعه برند و کیفیت پورتال و به طور کلی تقویت خدمات اجباری نه خدمات همگانی از مشکلات مدلهاست.

دلایل نوآوری مدل مفهومی محقق:

ارائه یک نقشه انجام کار از دید استراتژیک، تمرکز بر نحوه تحویل خدمات همگانی، الزامات اساسی جهت تحویل خدمات مشتری پسند از جمله ویژگی های مدل است. مدل حاضر ضمن توجه به خدمات Back office به خدمات Front office به دلیل مشتری مدار بودن آن توجه دارد؛ ضمن آنکه با نگاه به پیش نیازها و زیر ساختها از یک سو و به محیط وبستر اثر گذار از سوی دیگر دیدگاه سیستمی دارد. مدل دارای سه رکن درونی تعیین کننده در طراحی استراتژیهای ارائه خدمات است که این ارکان مدل کاملا در ارتباط متقابل با یکدیگرند، لذا ارتقاء یک رکن بطور اتوماتیک باعث ارتقاء رکن دیگر میشود متغیرهای ارکان درونی رتبه ایست، لذا با ارتقاء سطح تکامل جامعه، سطوح بالاتر خدمات و دادوستد مورد لزوم دیده شده است. مدل ضمن لحاظ پیش نیازها و زیر ساختها از یک سو، به محیط وبستر اثر گذار الکترونیکی نیز به دلیل دیدگاه سیستمی توجه دارد. توجه به زیرساختها، جزء پیش نیازهای مدل است که هر چقدر ارتقاء یابد اثر خود را در ارتقاء ارکان درونی می گذارد. مدل کلیه حوزه های ارائه خدمات الکترونیک، از حوزه های بسته در زمینه الکترونیک تا حوزه های بسیار پیشرفته را در بر میگیرد. قابل تعمیم از سطح محلی به ملی است، پویاست و در کلیه زمانها و بسترها قابل پیاده شدن است و هر دو ارکان درونی و بیرونی را جهت تحویل خدمات الکترونیک ضروری میداند.

۳- معرفی مدل مفهومی:

معرفی متغیرهای مدل مفهومی: متغیرهای مدل به دو دسته کلی تحت عنوان ارکان درونی و ارکان

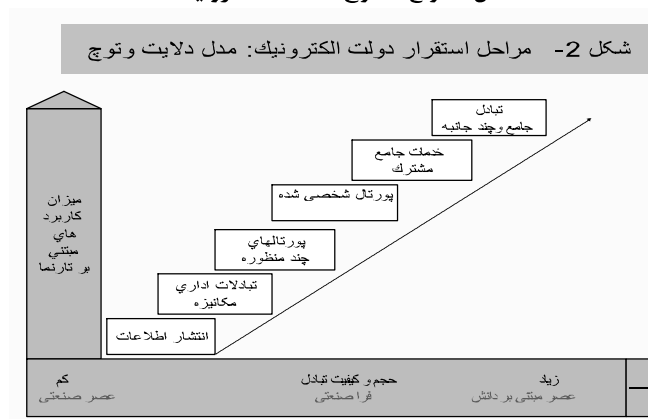
بیرونی تقسیم می شود. ارکان درونی موثر بر استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک عبارتند از:

۳-۱- انواع سطوح خدمات الکترونیک

۳-۲- مراحل تکامل الکترونیک^۱

۳-۳- روشهای دادوستد الکترونیک

انواع سطوح خدمات براساس مدل دلایت و توج به ترتیب عبارتند از: انتشار اطلاعات، اتوماسیون و پورتال، خدمات جامع و تبدلات کامل که استقرار این سطوح با توجه به مراحل تکامل الکترونیک جامعه خواهد بود.

شکل ۱- انواع سطوح خدمات الکترونیک

۱-۳- انواع سطوح خدمات الکترونیک مدنظر مدل عبارتند از:

۱- انتشار اطلاعات؛ انتشار اطلاعات به عنوان یکی از اولین استراتژیهای ارائه خدمات همواره مدنظر دولتها بوده است، در این مرحله سازمانها، موسسات، نهادها و دستگاههایی که به نحوی درگیر ارائه خدمات میباشند اطلاعات خود را بر روی سایت یا پورتال در دسترس مخاطبان قرار می دهند. بانکهای اطلاعاتی سازمانها می توانند یکی از بهترین عوامل جذب کاربران باشد. در عین حال سایر اطلاعات نیز همچون اطلاعات خود سازمان، مشخصات سازمان یا اطلاعات سایر سازمانها که از طریق نرم افزارهای پشتیبانی به سایت ارائه می شوند می توانند از جمله مهمترین گامهای اولیه در ارائه خدمات الکترونیک باشند. برخی از اطلاعات نیز به دلیل ماهیت محرمانه بودن می توانند با استفاده از روشهای خاص خود توسط جستجوگر بدست آید، حق اشتراک یا داشتن پسورد از جمله شرایط استفاده از این اطلاعات می باشند. [۲۸؛ ۳]

۲- اتوماسیون؛ می توان اتوماسیون را اینگونه تعریف کرد: مجموعه سیستم های نرم افزاری و سخت افزاری و مخابراتی که امکان گردش اطلاعات الکترونیکی را به صورتی بدون کاغذ، میان کاربران درون و بیرون برپایه اطلاعات رسمی و غیررسمی مبتنی بر سیستم های کاربردی و غیر کاربردی و غیر آن فراهم می سازد را سیستم خودکار اداری (OAS) گویند.

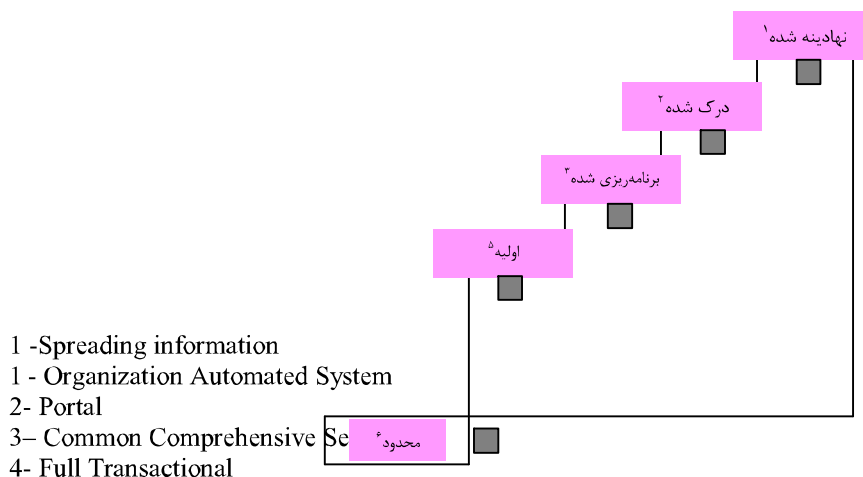
۳- پورتال؛ پورتال یک نقطه ورود برای دسترسی به انبوهی از اطلاعات و منابع می باشد که به صورت ثابت و یا پویا تولید می شوند. پورتال را می توان اینگونه تعریف نمود: پورتال عبارتست از درگاهی به دنیای اطلاعات و منابع اطلاعاتی به صورت دسته بندی و در شکل مورد نیاز کاربر. در واقع پورتال به عنوان واسطه ای بین کاربران و سازمانها و ادارات دولتی عمل می کند. [۲؛ ۱۳]

۴- خدمات جامع؛ جهت سهولت دسترسی به خدمات شهری و ارتقاء بهره وری، شرکتهای آب و برق، گاز، مخابرات و پست اقدام به تشکیل کمیته دفاتر جامع و مطالعه و ایجاد دفاتر با استفاده از نرم افزارهای مختلف جهت تجمیع ارائه خدمات نمودند.

۵- تبادلات کامل؛ این مرحله ارائه خدمات یکی از کاملترین مراحل تبادلات و تعاملات بین مشتری، شهروند و سازمانهای ارائه دهنده خدمات می باشد که لازمه رسیدن به این مرحله، پشت سر نهادن مراحل کامل تکامل سازمانها و شرکتهای جهت رسیدن به یکپارچگی است. در این مرحله شهروند با ارتباط آن لاین می تواند خدمات را از یک نقطه دریافت و تبادل کامل صورت پذیرد.

۲-۳- **مراحل تکامل الکترونیک** براساس مدل میسرا و دینگرا (۲۰۰۴) به ترتیب عبارتند از: محدود، ابتدایی، برنامه ریزی شده، درک شده، ارائه خدمات و نحوه ارائه آن را تحت تأثیر قرار می دهد.

شکل ۲- مراحل تکامل الکترونیک: [۸؛ ۱۰]



۳-۳- روشهای دادوستد الکترونیک شامل روش تولید انبوه^۴، بومی سازی تقاضا^۵، شخصی سازی تقاضا^۶ است. تولید انبوه نامی داده شده به متد تولید کالاها در یک مقدار زیاد است و بالعکس فرایند تولید انبوه همراه با مکانیزاسیون جهت توفیق رسیدن به حجم بالا، ارزیابی جریان مواد به هنگام گذر از مراحل تولید، سرپرستی دقیق کیفیت، استانداردها، تولید انبوه هنگامی با ارزش است که با مصرف انبوه همراه باشد. روش تولید انبوه در واقع همان روش Build to forecast است. [۱۱،۸؛ ۱۲،۱۶]

بومی سازی تقاضا، سفارشی کردن محصول برای مشتریان به طور انفرادی و تولید آن با اصول تولید انبوه است. در واقع نکته کلیدی تعریف در تمرکز بر روی مشتری نهفته است تا تمرکز بر تولید، به عبارت دیگر ساختار بندی محصولات، سازمانها و سیستمهای تولید و مفاهیم به منظور تکمیل نیازهای مشتریان استراتژیک است. (آندرسن و پین، ۱۹۹۷) نکته کلیدی دیگر فرایندهاست. بومی سازی تقاضا همان روش Build to customer است. [۱۳، ۲، ۸؛ ۴، ۲۵، ۲۸]

شخصی سازی تقاضا نیز همان تعقیب کاربران، پی گیری آنان، ثبت مشتریان در فرم و درخواست خدمات شخصی برای آنان است. روش شخصی سازی تقاضا می تواند به درک سازمان از نیازهای مشتریان جهت اثربخشی بیشتر وب سایتها و پورتالها کمک کند. این روش باعث سفارشی شدن تعاملات مشخص افراد به هنگام استفاده از خدمات می شود و مشتریان از منافع منحصر به فرد و ویژه می توانند استفاده کنند. [۴، ۱۵، ۲؛ ۱، ۵، ۶] متغیرهای این سه روش در جدول شماره ۳ آمده است. تعامل بین این ارکان درونی به محقق کمک می نماید تا به طراحی استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک بر اساس رضایت مندی مشتری دست زند.

جدول ۳- شاخصهای روشهای دادوستد الکترونیک^۳

تولید انبوه:	بومی سازی تقاضا:	شخصی سازی تقاضا:
--------------	------------------	------------------

- 1- Closed
- 2- Initial
- 3- Planned
- 4- Realized

- 5- Institutionalized
- 6- Mass Production
- 7- Customization
- 8- Personalization

تقاضا بنا بر سفارش و کم	تفصیل
تنوع و انعطاف بسیار زیاد و فوق فعال	تفصیل
قیمت بالا	تفصیل
ساختار موقت ارائه خدمت	تفصیل
توجه به منافع مشتری و طراحی خدمات بر اساس نیازها و ترجیحات مشتری و شرایط مصرفی آینده	تفصیل
استفاده از نرم افزارهای متفاوت برای پاسخگویی به نیاز مشتریان	تفصیل
قدرت پیش بینی رفتار کاربران	تفصیل
امکان تعامل با مشتری (تایید ایمیل، باز خورد، امکان فیلترینگ محتوی و مشارکتی، لیکنهای (...call	تفصیل
امکان خودسفارشی سازی مشتری	تفصیل
وجود تقاضا بنا به اقتضاء و متوسط	تفصیل
تنوع زیاد خدمت و انعطاف متوسط	تفصیل
قیمت متوسط قیمت	تفصیل
ساختار موقتی ارائه خدمت	تفصیل
توجه به منافع تولید کننده و مشتری	تفصیل
تحويل سفارش با تاخیر کم	تفصیل
وجود یک دسته نرم افزارها جهت تطبیق با نیاز مشتری	تفصیل
قدرت پیش بینی سفارشات	تفصیل
امکان تماس با مشتری و تایید ایسبها	تفصیل
تولید بر اساس سفارش مشتری	تفصیل
مصروف اقتصادی خدمت	تفصیل
وجود تقاضای ثابت و انبوه برای خدمت	تفصیل
تنوع کم در خدمت و عدم انعطاف	تفصیل
قیمت پایین خدمت	تفصیل
ساختار دائمی ارائه خدمت	تفصیل
توجه به منافع تولید کننده و طراحی خدمت مطابق نظر وی	تفصیل
تحويل سریع سفارش	تفصیل
برنامه های نرم افزاری سنگین برای ارائه خدمت	تفصیل
قدرت پیش بینی تقاضا	تفصیل
عدم امکان تعامل و ردگیری مشتری	تفصیل
تولید انبوه خدمت	تفصیل
مصروف انبوه خدمت	تفصیل

وابستگی بین ارکان درونی اجتناب ناپذیر است. به عبارت دیگر انواع سطوح خدمات متأثر از مراحل تکامل الکترونیک می شود و بالعکس مراحل تکامل نیز بر کیفیت و سطح ارائه خدمت اثر می گذارد. بین انواع سطوح خدمات و روشهای دادوستد الکترونیک نیز ارتباط دوطرفه برقرار است. از طرف دیگر بین مراحل تکامل الکترونیک و روشهای دادوستد نیز (مطابق مدل) رابطه طرفینی برقرار است. نمی توان در مرحله تکامل اولیه یا محدود بود و از طرفی از روش شخصی سازی تقاضا سخن به میان آورد و بین مراحل تکامل و روشهای دادوستد نیز رابطه مستقیم و مثبت برقرار است.

– زیرساختها به عنوان یکی از ارکان بیرونی اثرگذار بر طراحی استراتژیها به دو دسته کلی نرم افزار و سخت افزار قابل تقسیم می باشند که گاهی در سایر تقسیم بندیها از آن تحت عنوان زیرساختهای شبکه ای و انتشار شبکه ای و زیرساختهای پشتیبانی و عمومی یاد می شود.

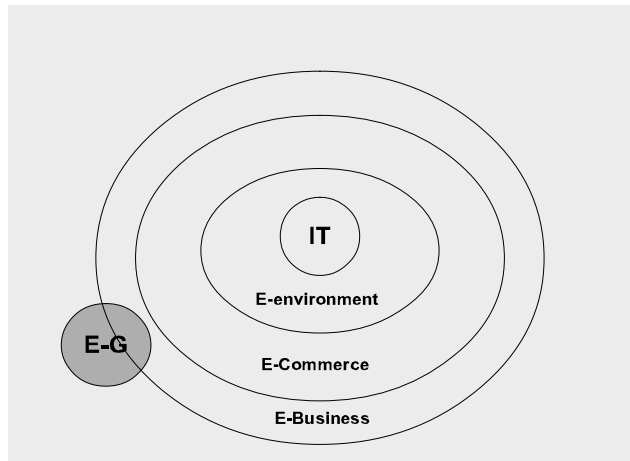
شکل ۴- زیرساختها. [۲-۱۸؛ ۲۹، ۱۳]



– محیط اثرگذار (کسب و کار و تجارت الکترونیک و دولت الکترونیک)

اثر محیط کسب و کار الکترونیک را بر بر استراتژیهای ارائه خدمات می توان به شکل زیر به آسانی به تصویر کشید:

شکل ۵- محیط اثرگذار



خدمات دولت الکترونیک به عنوان یکی از اقمار کسب و کار الکترونیک از محیط کسب و کار الکترونیک متأثر می‌شود. این محیط کسب و کار بر محیط تجارت الکترونیک محاط بوده و محیط تجارت الکترونیک نیز بر هسته اصلی که همانا تکنولوژی اطلاعات می‌باشد محاط است. [۸، ۱۱؛ ۳، ۱۷] فن‌آوری اطلاعات^۱ به عنوان یکی از ابزارهای قوی در فرایند بررسی عوامل خارجی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

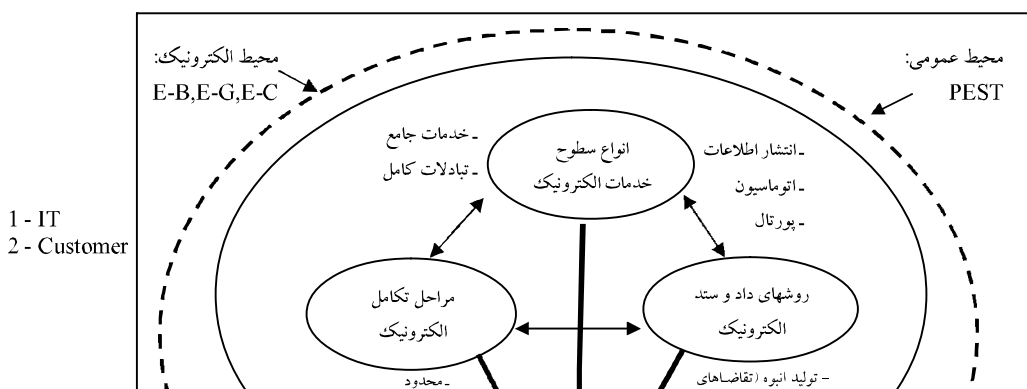
— **محیط عمومی** اثرگذار بر ارائه خدمات دولتی الکترونیک را می‌توان نیروهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فن‌آوری عنوان نمود که تغییر در هر یک از این نیروها، نحوه ارائه محصولات و خدمات مصرفی و صنعتی را تغییر می‌دهد.

— **سایر عوامل اثرگذار**، همانا روندها و تمایلات آینده به شکل رقابت، مدیریت فن‌آوری جدید، شکل تجارت، انتظارات مشتریان، جهانی شدن، جو سیاسی حاکم، کیفیت کالا و خدمات، قیمت خدمات در دنیا، ادغام شرکتها، توسعه دانش و مرزهای آن، جو حاکم بر تجارت، میزان مصرف، آگاهی استفاده‌کنندگان خدمات، انبوه اطلاعات، تسهیل ارتباطات، فرهنگ مصرف مشابه، جهانی شدن، سیستم‌های مالی و... نام برد که همه از جمله عواملی است که بر کیفیت، کمیت و چگونگی ارائه خدمات در راستای رضایت مشتری^۲، حتی در یک جامعه محلی اثر می‌گذارد.

— رضایت مشتری:

رضایت مشتری خروجی مدل مفهومی است. تحقق رضایت مشتری از طریق طی مراحل ارکان درونی و توجه به ارکان بیرونی امکان پذیر می‌باشد؛ زیرا توجه به رضایت در کلیه درجات تکامل، روشهای دادوستد و انواع سطوح مستتر است به عبارت دیگر، هر چه به سمت طبقات بالاتر ارکان پیش می‌رویم به نهادینه بودن رضایت، بخصوص در بالاترین طبقات پی می‌بریم.

در اینجا پس از معرفی متغیرهای مدل به معرفی مدل مفهومی می‌پردازیم:



شکل ۶- مدل مفهومی: ارکان اساسی (درونی و بیرونی) موثر بر تعیین استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک

۴- روش تحقیق:

نوع تحقیق در این مطالعه، توسعه ای و روش تحقیق از لحاظ شیوه جمع آوری داده ها اکتشافی، توصیفی پیمایشی و توصیفی تحلیلی می باشد.

جامعه آماری شامل افرادی است که در طول پنج سال گذشته (۱۳۸۵-۱۳۸۰) اقدام به ارائه خدمات دولت الکترونیک در شهر مشهد نموده اند و الزاماً دولتی نبوده و شامل شرکتهای ارائه دهنده خدمات دولت الکترونیک و بانکها نیز می باشند که تعداد کل آن ۹۷ نفر است. در این تحقیق جامعه آماری به چهار طبقه (N_1 و N_2 و N_3 و N_4) شامل به ترتیب سازمانها، بانکها، دفاتر خدمات جامع و دفاتر پلیس +۱۰ تقسیم شده اند که طبقات اول و دوم جامعه به دلیل ماهیت متفاوت موارد آن مورد سرشماری واقع شدند و طبقات سوم و چهارم از روش نمونه گیری طبقه ای با تخصیص متناسب، به دلیل ماهیت مشابه استفاده و موارد آن به ترتیب زیر انتخاب شد.

بدین ترتیب از کل ۹۷ مورد جامعه تعداد ۷۵ مورد به صورت نمونه مورد بررسی میدانی قرار گرفته اند. لازم به ذکر است حجم نمونه آماری معادل ۷۷ درصد کل جامعه می باشد.

روش گردآوری اطلاعات برای دستیابی به اطلاعات اولیه؛ مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه و برای دستیابی به اطلاعات ثانویه از روش کتابخانه ای و جستجوی اینترنتی در پایگاههای معتبر اطلاعاتی و خدماتی بوده است. برای بالا بردن روایی محتوایی پرسشنامه تأیید اساتید راهنما، مشاور، آمار و سایر اساتید گروه مدیرتی اخذ و برای محاسبه میزان پایایی پرسشنامه نیز تعداد ۲۵ فقره به عنوان پیش آزمون از نرم افزار SPSS استفاده شد و میزان آلفای کرانباخ پرسشنامه ۰/۷۵۲ بدست آمد که میزان بالای پایایی پرسشنامه را نشان می دهد.

۵- فرضیات تحقیق:

- ۱- بین انواع سطوح خدمات الکترونیک و درجه تکامل الکترونیک رابطه متقابل وجود دارد.
- ۲- بین انواع سطوح خدمات الکترونیک و روشهای داد و ستد الکترونیک رابطه متقابل وجود دارد.
- ۳- بین درجه تکامل الکترونیک و روشهای داد و ستد الکترونیک رابطه متقابل وجود دارد.
- ۴- انواع سطوح خدمات الکترونیک، روشهای داد و ستد الکترونیک و درجه تکامل الکترونیک از جمله ارکان درونی در تعیین استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک است.
- ۵- محیط عمومی، محیط الکترونیک، زیر ساختها از جمله ارکان بیرونی اثرگذار بر استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک است.

در این مطالعه از آزمونهای توزیع دو جمله‌ای، کی دو، t - استیودنت استفاده شده است.

۶- یافته‌های تخصصی: (آمار استنباطی)

- فرضیه اول:

بین انواع سطوح خدمات و درجه تکامل الکترونیک رابطه متقابل وجود دارد.

ماتریس رابطه دو متغیر رتبه‌ای را تشکیل می‌دهیم. از آنجایی که تعداد بعضی مشاهدات در ماتریس برابر با صفر می‌باشد، لذا تأثیر متغیر درجه تکامل الکترونیک را برای هر سطح خدمت به صورت جداگانه بررسی می‌کنیم:

جدول ۷- ماتریس رابطه متغیر انواع سطوح خدمات و درجه تکامل الکترونیک پاسخ‌دهندگان

جمع	خدمات جامع	پورتال	اتوماسیون	انتشارات اطلاعات	سطوح خدمات درجه تکامل
۱۲	۲	۲	۵	۳	محدود
۱۳	۱	۲	۲	۷	اولیه
۳۶	۱۱	۱۳	۱۱	۲	برنامه‌ریزی شده
۶	۲	۵	۱	۰	درک شده
۸	۱	۵	۰	۰	نهادینه شده
۷۵	۱۷	۲۷	۱۹	۱۲	جمع

آزمون درجه تأثیر و رابطه درجه تکامل الکترونیک بر انتشار اطلاعات (فرضیه اول - الف)
نتایج یافته‌های مربوط به فرضیه اول - الف به شرح زیر است:

$$P\text{-Value} = 0.74 > 0.05$$

فرضیه H_0 تایید می‌شود. \Rightarrow

$$P\text{-Value} = 0.267 > 0.05$$

$\chi^2 = 3/5$ (رابطه وجود ندارد)

آزمون درجه تأثیر و رابطه درجه تکامل الکترونیک بر اتوماسیون (فرضیه اول - ب)
نتایج یافته‌های مربوط به فرضیه اول - ب به شرح زیر است:

$$P\text{-Value} = 0.03 < 0.05$$

فرضیه H_0 رد می‌شود \Rightarrow

$$P\text{-Value} = 0.033 < 0.05$$

$\chi^2 = 7$ (رابطه وجود دارد)

آزمون درجه تأثیر و رابطه درجه تکامل الکترونیک بر پورتال (فرضیه اول - ج)
نتایج یافته‌های مربوط به فرضیه اول - ج به شرح زیر است:

$$P\text{-Value} = 0.005 < 0.05$$

فرضیه H_0 رد می‌شود \Rightarrow

$$P\text{-Value} = 0.005 < 0.05$$

$\chi^2 = 15/0.37$ (رابطه وجود دارد)

آزمون درجه تأثیر و رابطه درجه تکامل الکترونیک بر خدمات جامع (فرضیه اول - د)
نتایج یافته‌های مربوط به فرضیه اول - د به شرح زیر است:

$$P\text{-Value} = 0.0001 < 0.05$$

فرضیه H_0 رد می‌شود \Rightarrow

$$P\text{-Value} = 0.0001 < 0.05$$

$\chi^2 = 21/529$ (رابطه وجود دارد)

- فرضیه دوم:

بین انواع سطوح خدمات و روشهای داد و ستد الکترونیک رابطه متقابل وجود دارد.

ابتدا ماتریس رابطه دو متغیر رتبه‌ای را تشکیل می‌دهیم؛ از آنجا که تعداد بعضی از مشاهدات در ماتریس برابر با صفر می‌باشد، لذا تأثیر متغیر درجه تکامل الکترونیک را برای هر روش داد و ستد به صورت جداگانه بررسی می‌کنیم:

جدول ۸- ماتریس رابطه متغیر انواع سطوح خدمات الکترونیک با روشهای داد و ستد الکترونیک پاسخ دهندگان

روشهای داد و ستد انواع سطوح خدمت	تولید انبوه	بومی سازی تقاضا	شخصی سازی تقاضا	جمع
انتشار اطلاعات	۱۱	۱	۰	۱۲
اتوماسیون	۱۹	۰	۰	۱۹
پورتال	۱۶	۸	۳	۲۷
خدمات جامع	۱۷	۰	۰	۱۷
جمع	۶۳	۰	۰	۷۵

آزمون درجه تأثیر و رابطه انواع سطوح خدمات الکترونیک بر روش تولید انبوه (فرضیه دوم - الف)
نتایج یافته‌های مربوط به فرضیه دوم - الف به شرح زیر است:

$$\text{فرضیه } H_0 \text{ رد می‌شود} \Rightarrow P\text{-Value} = 0/005 < 0/05 \text{ مربوط به آماره کی دوپیرسن} \\ \chi^2_r = 12/994 \text{ (رابطه وجود دارد)}$$

آزمون درجه تأثیر و رابطه روش داد و ستد الکترونیک بر پورتال به عنوان یک سطح خدمات الکترونیک
نتایج یافته‌های مربوط به فرضیه دوم - ب به شرح زیر است:

$$\text{فرضیه } H_0 \text{ رد می‌شود} \Rightarrow P\text{-Value} = 0/008 < 0/05 \text{ مربوط به آماره کی دو پیرسن} \\ \chi^2_r = 9/559 \text{ (رابطه وجود دارد)} \\ \text{- فرضیه سوم:}$$

بین روشهای داد و ستد الکترونیک و درجه تکامل الکترونیک رابطه متقابل وجود دارد.

همچون آزمون فرضیات اول و دوم به دلیل اینکه هر دو متغیر رتبه‌ای می‌باشند لذا ماتریس را تشکیل داده و مشاهدات بالاتر از صفر را مورد آزمون قرار می‌دهیم.

جدول ۹- ماتریس رابطه متغیر درجه تکامل الکترونیک با روشهای داد و ستد از دید پاسخ دهندگان

روش داد و ستد درجه تکامل	تولید انبوه	بومی سازی تقاضا	شخصی سازی تقاضا	جمع
محدود	۱۱	۱	۰	۱۲
اولیه	۱۱	۲	۰	۱۳
برنامه‌ریزی شده	۳۵	۰	۱	۳۶
درک شده	۲	۴	۰	۶
نهادینه شده	۳	۳	۲	۸
جمع	۶۲	۱۰	۳	۷۵

آزمون درجه تأثیر و رابطه درجه تکامل الکترونیک بر روی روش تولید انبوه (فرضیه سوم - الف)
از نظر آماری برای آزمون داده‌ها می‌توان یک فرضیه به صورت زیر نوشت:

$$\text{فرضیه } H_0 \text{ رد می‌شود} \Rightarrow P\text{-Value} = 0/00001 < 0/05 \text{ مربوط به آماره کی دو پیرسن} \\ \chi^2_r = 57/355 \text{ (رابطه وجود دارد)}$$

- فرضیه چهارم:

انواع سطوح خدمات الکترونیک، درجه تکامل الکترونیک و روشهای داد و ستد الکترونیک از جمله ارکان درونی موثر بر تعیین استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک می باشند.

برای آزمون این فرضیه از آزمون t استیودنت برای متغیر کمی استفاده می شود و در این فرضیه میانگین وزن برابر با ۴۵ می باشد که مبنای مورد نظر محقق می باشد مقایسه می گردند.

آزمون فرض آماری تأثیر میانگین وزن ۴۵ و بالاتر انواع سطوح خدمات الکترونیک بر استراتژی خدمات الکترونیک

نتایج یافته های مربوط به فرضیه چهارم - الف به شرح زیر است:

μ_1 : میانگین وزن تأثیر انواع سطوح خدمات بر تعیین استراتژی می باشد.

فرضیه H_0 رد می شود \Rightarrow P- Value = $0/00001 < 0/05$
یعنی میانگین وزن از ۴۵ بیشتر است. (تأثیر رکن بر استراتژی تایید می شود).

آزمون فرض آماری تأثیر میانگین وزن ۴۵ و بالاتر روشهای الکترونیک داد و ستد الکترونیک

نتایج یافته های مربوط به فرضیه چهارم - ب به شرح زیر است:

μ_1 : میانگین وزن تأثیر انواع روشهای داد و ستد الکترونیک بر استراتژی می باشد.

فرضیه H_0 رد می شود \Rightarrow P- Value = $0/00001 < 0/05$
یعنی میانگین وزن از ۴۵ بیشتر است. (تأثیر رکن بر استراتژی تایید می شود).

آزمون فرض آماری تأثیر میانگین وزن ۴۵ و بالاتر درجه تکامل الکترونیک بر استراتژی خدمات

الکترونیک

نتایج یافته های مربوط به فرضیه چهارم - ج به شرح زیر است:

μ_1 : میانگین وزن تأثیر درجه تکامل الکترونیک بر استراتژی می باشد.

فرضیه H_0 رد می شود \Rightarrow P- Value = $0/00001 < 0/05$
یعنی میانگین وزن از ۴۵ بیشتر است. (تأثیر رکن بر استراتژی تایید می شود).

جدول ۱۰- میانگین وزنی ارکان درونی از دید پاسخ دهندگان

میانگین وزنی	ارکان درونی
۶۰	انواع سطوح خدمات الکترونیک
۵۴	درجه تکامل الکترونیک
۵۱	روشهای داد و ستد الکترونیک

- فرضیه پنجم:

محیط عمومی، محیط الکترونیک و زیر ساخت‌ها از جمله ارکان بیرونی بر تعیین استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک می‌باشند.

برای آزمون فرضیه پنجم از توزیع دو جمله‌ای استفاده شده است به این ترتیب که گزینه‌های لیکرت ۵ مقوله‌ای به دو متغیر دو مقوله‌ای متوسط به بالا (موافق) و متوسط به پایین (مخالف) تبدیل نمود به این ترتیب P: عبارتست از نسبت افرادی که موافق تأثیر ارکان بیرونی بر استراتژیهای بهینه ارائه خدمات می‌باشند. به عبارت دیگر P آماره نسبت موفقیت جامعه می‌باشد.

بنابراین زیر فرضیه‌های مربوط فرضیه پنجم به شرح زیر آزمون می‌گردد:

آزمون بررسی تأثیر محیط عمومی بر استراتژی ارائه خدمات الکترونیک

زیر فرضیات پنجم به شرح زیر مورد آزمون قرار می‌گیرد:

P₁: نسبت افرادی که موافق تأثیر محیط عمومی بر استراتژی می‌باشند.

فرضیه H₀ رد می‌شود. $\Rightarrow P\text{-Value} = 0.00001 < 0.05$ (تأثیر رکن بر استراتژی تایید می‌شود).

آزمون بررسی تأثیر محیط الکترونیک بر استراتژی ارائه خدمات الکترونیک

P₂: نسبت افرادی که موافق هستند محیط الکترونیک بر استراتژی ارائه خدمات تأثیر دارد.

فرضیه H₀ رد می‌شود $\Rightarrow P\text{-Value} = 0.00001 < 0.05$ (تأثیر رکن بر استراتژی تایید می‌شود).

آزمون بررسی تأثیر زیرساخت بر استراتژی ارائه خدمات الکترونیک

P₃: نسبت افرادی که موافق هستند زیر ساخت بر استراتژی ارائه خدمات تأثیر دارد.

فرضیه H₀ رد می‌شود $\Rightarrow P\text{-Value} = 0.00001 < 0.05$ (تأثیر رکن بر استراتژی تایید می‌شود).

جدول ۱۱- توزیع دو جمله‌ای ارکان بیرونی از نظر پاسخ‌دهندگان

جمع	مخالف	موافق	ارکان بیرونی
۱۰۰	۱۳	۸۷	محیط عمومی
۱۰۰	۲۷	۷۳	محیط الکترونیک
۱۰۰	۷	۹۳	زیرساخت

جدول ۱۲- نتایج مربوط به فرضیات:

نتایج فرضیه اول (عامل درونی)							
فرضیه د		فرضیه ج		فرضیه ب		فرضیه الف	
رد	تأیید	رد	تأیید	رد	تأیید	رد	تأیید
	*		*		*		*
نتایج: فرضیه دوم (عامل درونی)							
فرضیه ب				فرضیه الف			
رد	تأیید	رد	تأیید	رد	تأیید	رد	تأیید
	*		*		*		*
نتایج فرضیه سوم (عامل درونی)							
فرضیه سوم الف							
رد	تأیید						

* نتایج فرضیه چهارم (عامل درونی)					
فرضیه الف		فرضیه ب		فرضیه ج	
رد	تأیید	رد	تأیید	رد	تأیید
	*		*		*

۷- نتایج کلی:

- ارائه انواع سطوح خدمات بدون توجه به مراحل تکامل الکترونیک امکان پذیر نیست زیرا این دو عامل از یکدیگر مستقل نبود و در صورتی که کارگزار تصمیم به ارائه خدمات الکترونیکی بگیرد لازم است به درجه تکامل الکترونیک جامعه توجه نموده و شرایط لازم جهت ارائه خدمات، حداقل در مراحل اولیه تکامل را فراهم آورد.
- از آنجا که ارائه خدمات الکترونیک از طریق فرآیندهای مبادله صورت می پذیرد، ارائه خدمات الکترونیک بدون توجه به روشهای داد و ستد الکترونیک امکان پذیر نمی باشد و این عامل با یکدیگر رابطه داشته و مستقل از یکدیگر نیستند؛ لذا کارگزار لازم است به هنگام ارائه خدمات الکترونیک به کاربر، حداقل شرایط مبادله (تولید انبوه) الکترونیک را فراهم آورد.
- روشهای الکترونیک و درجه تکامل الکترونیک از یکدیگر مستقل نبوده زیرا هر چقدر سطح تکامل الکترونیک بالاتر می رود، سطح تبادلات الکترونیک نیز می تواند با ارائه روشهای بومی سازی تقاضا و شخصی سازی تقاضا ارتقاء یابد و کارگزار می تواند در بهترین شرایط خدماتی مطابق پسند کاربر ارائه دهد.
- سه عامل انواع سطوح خدمات، روشهای تکامل الکترونیک و روشهای داد و ستد الکترونیک، از جمله ارکان اساسی موثر بر تعیین استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک مطابق یافته های اکتشافی و میدانی می باشند. میانگین وزنی ۴۵ به بالا برای شهر مشهد که در ابتدای راه ارائه خدمات دولت الکترونیک است می تواند میانگین مناسبی از لحاظ مبانی تعیین کننده باشد.
- مدیران، کارگزاران، طراحان و سیاست گذاران خدمات الکترونیک با توجه به نگرش سیستمی به هنگام طراحی استراتژی بهینه نمی توانند علاوه بر تعیین کنندگی ارکان درونی، تأثیر ارکان بیرونی را تحت عنوان محیط عمومی، محیط الکترونیک و زیر ساخت ها به عنوان پیش نیاز و سایر عوامل چون روندها و تمایلات آتی، نادیده بگیرند.
- بطور کلی تأثیر ارکان درونی و بیرونی به عنوان ارکان اساسی موثر بر تعیین استراتژیهای ارائه خدمات الکترونیک تأیید میشود.

۸- پیشنهادات:

- پیشنهادات تخصصی مرتبط با مدل و فرضیات:
- بستر لازم سخت افزاری و نرم افزاری جهت تسهیل و تسریع در طی فرآیند مراحل تکامل الکترونیک جامعه فراهم گردد.
- تعریف فرآیندهای مشترک جهت اتصال سیستم های سازمانی به هم
- توجه به شیوه و نحوه دسترسی شهروندان به سیستم ها
- راه اندازی پورتال ملی جهت ایجاد پنجره واحد دسترسی
- ایجاد یکپارچگی شامل یکسان سازی و انسجام در فرآیندهای اداری جهت جلوگیری از بخشی نگری
- راه اندازی سایت های اینترنتی استاندارد و سایت های ملی و طراحی نرم افزارهای ملی
- انواع سطوح خدمات مناسب با مراحل تکامل الکترونیک از لحاظ سطح دسترسی، کیفیت، نیاز و خواست مشتریان (مردم) و مصالح جامعه لازم است متکامل تر شود.

- روشهای داد و ستد الکترونیک علاوه بر پوشش نیاز آحاد عمومی جهت پاسخگویی به نیاز آنان و توجه به نیازهای مشترک، به خواستها، سلايق، پسند و شرایط خاص مشتری لازم است توجه نموده و امکان سفارشی سازی ارائه خدمات برای گروههای خاص مثل دانشجویان، مدیران، پزشکان، معلولان و... را فراهم نمایند.
- لزوم توجه کارگزاران به عوامل محیط اثر گذار (عوامل محیط عمومی، محیط الکترونیک، زیر ساخت و سایر عوامل) در راستای نگرش استراتژیک.
- لزوم توجه کارگزاران به ارکان سه گانه تعیین کننده استراتژی به هنگام طراحی به دلیل وابستگی و رابطه متناسب عوامل با یکدیگر
- پیشنهادات برای تحقیقات آینده:
- بازبینی مستمر رابطه بین کاربر و کارگزار به هنگام ارائه خدمات الکترونیکی به دلیل ارتقاء سطح تکامل الکترونیک جامعه و روشهای داد ستد الکترونیک
- پروژه های حوزه t در مقوله خدمات رسانی عمومی عمدتاً بصورت بخشی و جزیره ای دیده شده است، لذا جهت جلوگیری از دوباره کاریها، اتلاف زمان و هزینه، لازم است جهت رسیدن به جامعیت، به یکسان سازی و استاندارد سازی توجه نموده و در حوزه انفورماتیک به تعریف پروژه های میان سازمانی هم سطح و همچنین در سطوح گوناگون پردازند؛ به عبارت دیگر بهتر است محققان پروژه های میان سازمانی را جهت دستیابی به جامعیت و تسریع در تولید خدمات، اطلاع رسانی تعریف نمایند.

منابع و مأخذ

منابع انگلیسی:

- 1-Applying web personalization Techniques in E – government" available in: <http://ausweb.Scu.Edu.Au/awo5/papers/Nefereed/guo/paper.html> 2006/02/22
- 2-Allard C.R Van Riel , Hans Ouwersloot, "Extending electronic Portals with new services" Maastricht university , 2004 available in: www.elsevier.com/locate/jretconser
- 3-Androchen,Benjamin,Showe,"adapting strategiesdimentions"2005,Elsevier,Ltd.
- 4- Ali R. Montezemi,"e-Business" MC Master univerdity, 2003.
- 5- Alice M. Agogino, Balachid ambaram, "Gatalog-based customization" ASME, Las vegas, Nevada, USA, 1999.
- 6- Chris payne, "personalization techniques", 2000 ava: lable in: <http://www.Wdv1.com/Authoring/Asp/personalization/techniques.html>
- 7- Chris payne, "personalization Implementation" 2000 a vai lable in: <http://www.Wdv1.com/Authring/Asp/personalization/Implementation.html>
- 8-Carlton H. Scott, judy E. scott, "on models for the operation of a class of electronic marketplaces" university of colorado at Denver, 2004, available in: www.Sciencedirect.Com/locate/dsw
- 9- Costas Vassilakis, George lepouras, "An XML model for electronic services" international Journal, vol. 2, No1, 2005.
- 10- Chief Executives, Group on Information Mang. Technology, "Electronic Government" 1999 available in: <http://www.ssc.Govt.nz/Documents/>.
- 11- C.S. R. Prabha "E- Governance" New delhi, 2004.
- 12- D.C.Misra and Anjali Dhingra, "e-Governance Maturity Model", New Delhi, 2002.
- 13- David M. Anderson, P. E, CMC, "The end of the line formass production" available: www.Build-to-order-consulting.Com, 2003
- 14- Erran carmel , "The new software Exponting Nations: success Factors", American university, available in: <http://www.ejsdc.org>.
- 15-Frank pille "General Principles for customization" available in: <http://Masscustomizationblogs.com>
- 16 - Jangha cho, cheng Hsu, "A tool for minimizing update errors for workflow applications: The CARD Model", 2005, Elsevier, Ltd.
- 17- Jari, Partanen & Harri Haapasalo "Fast Production for over full fillment: Implementing Mass customization in electronics in dustry", 2002 available in : www.Elsevier.com/locate/dsw.
- 18- Jeffrey F. Ray Port "e-commerce" MC Graw- Hill, International Edition, 2001.
- 19- Maria A. wimmer, "A European perspective towards online on – stop government" Johannes kepler university of linz, 2002. available in: www.elsevier.com
- 20-Personalization and Notification availabu in: <http://www.e.govt.nz/archive/resources/networks/clift-200407/chapter9.html>
- 21- Park , sang- don, "strategis for constructing and E – Government and their practices" 2005.
- 22-"Principles for software customization" available in: <http://www.bway.net/~dfassoc/credo.htm>
- 23-"Principles for software customization" available in : www.texmacsorg.
- 24- Pual Beynon – Davies, "Constructing electronic government : the case of the uk inlands revenu" university of wales , 2005, availabl in: www.Elsecier.Com/locate/ijinfomgt.

25- "Some Approaches to complementary Product strategy" Elsevier – Science. Inc. New York, NY 10010, 1998.

26- Sjram Ramabhardran "A Fram work for Application – specific customization of Network Services" University of California, 2003.

27 -Sharon s. Dawes "New models of collaboration for delivering government servicees: a dynamic model draw from multi national research" ophellia Eglene center for Technology in Government university at albany/ sury

28- Sharon S. Dawes, theresa A. pardo & Anthony M. Gresswell, "Designing electronic government information access programs: a holistic approach" university at Albany, 2003 available in: www. Sciencedirect. Com.

29- Sjram Ramabhardran "A Fram work for Application-specific customization of Network Services" University of California, 2003.

30-The electronic

31-Toni carbo and James G. williams , "Models and metrics for Evaluating local electronic Government systems and services", university of pittsburgh, USA, 2003. a vailable in: www. Ejeg.com.

32- [http:// www. Itmportal. Com/ modules. Php](http://www.Itmportal.Com/modules.Php)

33-<http://www.govt.nz/evision>

Abstract

Nowadays E-G is not only one technology but also technology progress can be one of tools for changing Governments from Government oriented structure to citizen oriented structure.

In the General View; E-G considered two vision: Relation G2G (Automation,...) and relation (information and service).

Nowadays, People expect that Governmental services present with lowest price and highest speed and according to tact and Possibility.

It is essential necessary for Empower Government not only notice to present best service with greatest effectiveness and customerization, infrastructure and backoffice service system, but also notice to essential foundation that affect on electronic service strategy these are: The levels electronic services, electronic maturity degree, The methods electronic transaction.

Results research show that notice to essential foundation in design E- service strategy in form systematic will reduce Government debility in present Productivity E- service

It is necessary that notice to another electronic environment factors too.

keywords:

Electronic Government, The levels electronic services, The methods electronic transactional, electronic maturity, effectiveness environment, infrastructure, PEST.