

طراحی مدل ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان های خدمت رسان عمومی

(مورد مطالعه سازمان تأمین اجتماعی)

سید احمد موسوی^۱، ناصر میر سپاسی^{۲*}، حیدر تورانی^۳، مجتبی کیانی^۴

چکیده

هدف: این پژوهش، طراحی مدل ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان های خدمت رسان عمومی مورد مطالعه در سازمان تامین اجتماعی می باشد.

روش: این پژوهش کیفی از نظر هدف کاربردی-توسعه ای، مقطعی و اثبات گرا است. تعداد افراد مشارکت کننده (خبرگان دانشگاهی و سازمانی) ۳۵ نفر بودند که به روش: گلوله برفی انتخاب و با ابزار مصاحبه نیمه ساختارمند و عمیق به کمک استراتژی داده بنیاد(اشتراوس و کوربین)، کد گذاری، بازمحوری و گزینشی انجام و الگو پارادایمی تدوین شد.

یافته ها: تشویق دولت ها و سازمانهای خدمات محور به استفاده از خدمات الکترونیک، ارایه و پردازش مدل با هدف اندازه گیری ارتقا کیفیت و توسعه خدمات در نهایت رضایت ذینفعان. نتایج: این مدل شامل مولفه های شرایط علی (صرفه جویی در هزینه، راحتی اداراک شده، مدیریت نیاز مشتریان، کیفیت عملکردی، ارزش ادراک شده، صرفه جویی - (مقوله محوری) ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک، سازمان های خدمت رسان عمومی). شرایط زمینه ای (دسترسی پذیری، شرایط جامعه، تجربه استفاده از خدمات). راهبرد ها (مشتري گرایی، گرایش به نوآوری، تبلیغات گسترده، ویژگی وب). شرایط مداخله گر (نگرش مشتریان، ریسک پذیری، تصویر ذهنی). پیامد ها (نوین سازی سازمان، پیامد های کارکنان، مزایایی ارتقای کیفیت الکترونیک جامعه) بود.

واژگان کلیدی: ارتقاء، کیفیت خدمات الکترونیک، سازمان های خدمت رسان عمومی

۱. دانشجوی مقطع دکتری مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲*. استاد گروه آموزشی مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، (نویسنده مسئول)

۳. استاد مدیریت آموزشی، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، تهران، ایران

۴. استادیار دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

تحقیقات نشان داده است که خدمات الکترونیک از طریق سرعت و بهبود خدمات سازمان می‌تواند زمینه را برای رضایت و اعتماد افراد به سازمان افزایش دهد (گیتین^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). خدمات الکترونیک با ارتقای پاسخگویی، اثربخس نقش‌ها و وظایف، شفاف سازی، ظرفیت سازی، نتیجه گرایی و ارتقای ارزش‌ها زمینه را برای افزایش اعتماد سازمانی فراهم نمایند (ماموکو^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). وست (۲۰۱۴) نشان داده است که هرچه خدمات الکترونیک مورد ارائه توسط سازمان‌ها و شرکت‌ها بیشتر اعتقاد داشته باشند، اعتماد افراد به خدمات الکترونیک مورد ارائه بیشتر خواهد شد (صفری^۳ و همکاران، ۲۰۲۴). سازمان تأمین اجتماعی در توزیع عادلانه ثروت و ایجاد فرآیندهای پشتیبان از برنامه‌های دولت ارتباط مستقیمی دارد. با توجه به افزایش نقش سازمان‌های خدمات‌رسان عمومی در عرصه‌های مختلف، کیفیت ارائه خدمات الکترونیک به عنوان یک محور کلیدی در عرصه رقابت معرفی شده است. سازمان تأمین اجتماعی برای بهبود کیفیت خدمات خود بایستی نیازها و انتظارات مشتریان را شناسایی و نسبت به بهبود این خدمات اقدام نماید. امروزه سازمان‌ها، مشتریان خود را به عنوان دارایی‌های ارزشمند می‌دانند و از همه کارکنان خود می‌خواهند که برای حفظ رضایت آن‌ها، در ارائه خدمات مختلف سعی و تلاش کنند. کیفیت خدمات الکترونیک به ادراکات مشتری از کیفیت خدماتی که انتظاراتشان در معاملات الکترونیک یا به نوعی در استفاده از سایر خدمات

الکترونیک حاصل می‌گردد، اشاره دارد. برای شرکت‌های ارائه دهنده کیفیت خدمات برتر آنلاین، ضروری است که ادراکات مشتری را درباره کیفیت خدمات و به منظور چگونگی ارزیابی مشتریان درباره آن بدانند (قره‌چه و همکاران، ۱۳۹۳). سازمان تأمین اجتماعی با ایجاد تغییر در طرق انجام امور خود، نحوه ارائه خدمات به مشتریان را در جهت بهبود کارایی و اثر بخشی سیستم خود از این تکنولوژی‌های جدید استفاده کرده‌اند (هاریانو^۴ و همکاران، ۲۰۲۴). با انجام خدمات الکترونیک در سازمان تأمین اجتماعی علاوه بر گسترش دامنه اقداماتشان، ابعاد ضروری برای هماهنگی دقیق بین اجرای خدمات سازمان و برطرف کردن نیازهای افراد ضروری می‌باشد. همچنین بر اساس سند راهنمای نحوه ارزیابی کیفیت خدمات الکترونیک، درگاه‌ها و پرتال‌های دستگاه‌های اجرایی کشور ر در دوره هشتم مواد ۶۷ و ۶۸ قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه، تکالیفی در حوزه توسعه و استقرار دولت الکترونیک برای کلیه دستگاه‌های اجرایی تعیین شده است که اهم آن مشتمل بر: وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات با همکاری سازمان اداری و استخدامی کشور و دستگاه‌های اجرائی، از سال دوم اجرای قانون برنامه تمهیدات لازم برای کاهش حداقل دوازده و نیم درصد سالانه از مراجعه حضوری به دستگاه‌های اجرائی را فراهم کند به طوری که رتبه ایران در سطح جهان در شاخص‌های مرتبط از جمله شاخص‌های توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه دولت الکترونیک به میزان سی رتبه در طی اجرای قانون برنامه، ارتقاء یابد. دستگاه‌های اجرائی موظفند نسبت به

¹ Ginting² Mamakou³ Safari⁴ Haryono

الکترونیکی کردن کلیه فرآیندها و خدمات با قابلیت الکترونیکی و تکمیل بانکهای اطلاعاتی مربوط، تا پایان سال سوم اجرای قانون برنامه اقدام کنند. وزارت ارتباطات و فن‌آوری اطلاعات موظف است هر ۶ ماه یکبار گزارش عملکرد این بند را به کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی ارائه کند. بنابراین لزوم ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان در سازمان تأمین اجتماعی ضروری می‌باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

خدمات^۱ در مفهوم اقتصادی به فعالیتی گفته می‌شود که انجام آن مبتنی بر وجود یک تقاضا است و برای آن در بازار مربوطه قیمتی وجود دارد (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۸). خدمت یعنی کالایی اقتصادی و غیرفیزیکی که شخص، بنگاه یا صنعت برای استفاده دیگران تولید کرده است و هر بنگاهی که محصول آن کالایی غیرمرئی و غیر ملموس باشد به عنوان بنگاه خدماتی شناخته می‌شود. خدمات شامل فعالیت‌های نامحسوس و لمس‌نشده هستند و موجب منفعت یا ارضاء خاطر می‌گردند اما مالکیت چیزی را نیز به دنبال ندارد. در مهندسی خدمت، خدمت به عنوان فعالیتی تعریف شده است که بین ارائه‌دهنده و دریافت‌کننده روی می‌دهد و حالت دریافت‌کننده را تغییر می‌دهد (کاسیم و مایجینگ، ۲۰۲۴). همچنین خدمات یا سرویس (ها) به هرگونه فعالیت یا مزیت گویند که از یک طرف به طرف دیگر ارائه می‌شود و لزوماً نامحسوس است و مالکیت چیزی را به دنبال ندارد (تقوی فرد و همکاران، ۱۳۹۸). یک خدمت، فعالیت یا مجموعه‌ای از فعالیت‌های کم و بیش ناملموس است که معمولاً و نه لزوماً در تعاملات بین مشتری و کارکنان خدمات و یا منابع فیزیکی و یا کالاها و یا سیستم‌های عرضه‌کننده خدمات صورت می‌گیرد و به

عنوان راه حلی برای مشکلات مشتری ارائه می‌شود. خدمات به عنوان رفتارها و فرآیندهایی در نظر گرفته شده‌اند که به رفع نیازهای مشتریان به غیر از خرید کالا می‌پردازند. خدمات در مقایسه با محصولات دارای تفاوت‌هایی است. زیتامیل و همکاران^۳ (۱۹۹۰)، این تفاوت‌ها را به صورت ذیل مطرح می‌کنند: (ریتا و همکاران، ۲۰۱۹).

- اکثر خدمات ناملموس می‌باشند. از آنجا که خدمات غالباً در قالب عملکرد یا تجربیات به مشتری ارائه می‌شود، تعیین مشخصات فنی یا مهندسی برای آن‌ها به صورتی که در زمینه کالاهای ملموس و با هدف ایجاد یکنواختی در تولید متداول است، امکان پذیر نمی‌باشد. به همین دلیل شناسایی دقیق معیارهای که مشتریان برای ارزیابی کیفیت خدمات مورد توجه قرار می‌دهند کار چندان ساده‌ای نیست (دمیر^۵ و همکاران، ۲۰۲۱).
- خدمات ناهمگون و ناهمسان است. خدمات (به ویژه خدماتی که به مقدار زیادی از عملکرد نیروی انسانی بهره می‌برد) ناهمگون و ناهمسان می‌باشند. به بیان دیگر عملکرد کارکنان سازمان از یک تولیدکننده یا تولیدکننده دیگر، از یک مشتری با مشتری دیگر و حتی در یک روز با روز دیگر تفاوت دارد. از همین رو بر خلاف محصولات ملموس، استاندارد سازی عملکرد کارکنان با هدف تضمین یکنواختی محصول عرضه شده به ندرت امکان‌پذیر است (میرزایی فر و همکاران، ۱۴۰۰).
- تولید و مصرف خدمات به طور همزمان رخ می‌دهد. مرحله تولید و مرحله مصرف بیشتر

¹ Zitamil et al

Rita et al^۴

⁵ Demir

¹ Services

² Kassim, & Mujinga

خدمات غیرقابل تفکیک می‌باشد. استفاده از خدمات اغلب در زمان عرضه خدمات انجام می‌شود. در اغلب موسسات خدماتی مشتری در همان محل تولید و عرضه خدمت حضور مستقیم دارد و فرآیند تولید را به دقت مشاهده می‌کند. خدمات تولید شده را نمی‌توان پیش از مصرف توسط مشتری در محلی انبار نمود. ارزیابی کیفیت خدمات در همان زمانی انجام می‌پذیرد که خدمت مورد نظر مراحل مختلف تولید را طی می‌کند (اسماعیلی، ۱۴۰۱).

در دیدگاه جدید کیفیت خدمات الکترونیک عبارت است از ادراکات مشتریان در مورد ستانده خدمات به همراه ادراک آنان از بهبود خدمت در صورت بروز اشکال یا درجه ای که یک خدمت الکترونیکی میتواند به طور مؤثر و کارا نیازهای مشتری را برطرف نماید (خاتون و همکاران، ۲۰۲۰). اینترنت نحوه ارتباط و تحویل کالاها و خدمات به بازار را برای بسیاری از سازمانها دگرگون ساخته است. خدمات الکترونیک هر چه متداولتر می‌شود به عنوان یکی از عوامل کلیدی موفقیت کسب و کار الکترونیک شناخته می‌شود (لی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). برای شرکتهای خدماتی به همان اندازه که پول بیشتری صرف اکتساب و حفظ مشتریان آنی میشود درک اصولی که تعیین کننده موفقیت مدیریت روابط در محیط جدید میباشد و میزانی که دانش موجود در دنیای غیر آنی را میتوان به بافت آنی انتقال داد اهمیت می یابد (قالاتی^۲ و همکاران، ۲۰۲۱). همانند بازارهای سنتی وجود شرکتهای بر روی وب و بقای آنها به میزان زیادی به برداشت آنها از درک و ارزیابی مشتریان از کیفیت خدمات

الکترونیک وابسته است. اگرچه مشتریان درباره فعل و انفعالات وبسایت نگران هستند ولی نگرانی اصلی آنها در مورد تحویل محصول یا خدمت مطلوب می‌باشد. مصرف کنندگان تأکید زیادی بر خروجی مدیران شرکت ها برای ارائه کیفیت یک خدمت دارند (اسماعیلی، ۱۴۰۱). خدمات برتر با حضور در وب باید درک کنند که مشتریان چگونه خدمات آنی را برداشت و ارزیابی میکنند اولین تعریف رسمی از کیفیت خدمات مبتنی بر وب توسط زیتهامل و همکارانش (۲۰۰۰) ارائه گردید که کیفیت خدمات الکترونیک را به عنوان حدی که یک وب سایت خرید کارا و مؤثر و تحویل کالاها و خدمات را تسهیل میکند، تعریف نمودند (منصوری و غفورنیا، ۱۳۹۹). کیفیت خدمات مبتنی بر وب را اینگونه تعریف می‌شود حدی که خدمات مبتنی بر تکنولوژیهای تحت وب ارتباطات آنی، خرید و تحویل محصولات خدمات را تسهیل می‌نمایند (قالاتی^۳ و همکاران، ۲۰۲۱). از نظر سانتوس کیفیت خدمات الکترونیک میتواند به عنوان ارزیابی و قضاوت کلی مصرف کننده از برتری و کیفیت خدمات الکترونیک عرضه شده در بازار مجازی تعریف شود (اچل افشار و همکاران، ۱۴۰۰). افزایش کیفیت خدمات الکترونیک روی وب می‌تواند شرکتهای آنی را اثر بخشنده و جذابتر ساخته و به آنها در دستیابی به سطوح بالاتر رضایت مشتریان کمک نماید (شاددل و خوارزمی، ۱۳۹۵). مفهوم خدمات الکترونیک به طور فزایندهای توسط هم پژوهشگران و هم دست اندرکاران به عنوان یکی از عوامل تعیین کننده کلیدی موفقیت در تجارت الکترونیک به خدمات الکترونیک از جنبه های مهم متعددی، رسمیت شناخته شده است (سیف

¹ Li² Qalati³ Qalati

الهی، ۱۴۰۱). از نظر راست و کانون (۲۰۱۲) خدمات الکترونیک به معنی ارائه خدمات بر روی شبکه های الکترونیکی مانند اینترنت، میباشد که در برگیرنده خدمات فراهم شده توسط هم سازمان های خدماتی و هم تولید کنندگان کالا که موفقیت شان به کیفیت خدمات فراهم شده توسط آنها بستگی دارد می باشد (خاتون و همکاران، ۲۰۲۰). زتها ملدر سال ۲۰۰۰ بیان کرده است خدمات الکترونیکی همان خدمات تحت شبکه یا وب است که از طریق اینترنت تحویل مشتریان می شود در خدمات الکترونیکی مشتریان از طریق فناوری مثل وب سایتهاشان با تامین کنندگان خدمات تماس برقرار میکنند از نظر سانتوس، کیفیت خدمات الکترونیکی می تواند به عنوان ارزیابی و قضاوت کلی مصرف کننده از برتری و کیفیت خدمات الکترونیکی عرضه شده در بازار مجازی تعریف شود که این تعریف با تعریف کیفیت خدمات سازگار است (جوکار و همکاران، ۱۳۹۹).

محرایان (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تأثیر ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک شهرداری‌ها بر رضایت و وفاداری مشتریان با توجه به نقش میانجی ارزش ادراک شده توسط مشتریان و اعتماد مشتریان در معاونت مالی و اقتصاد شهری شهرداری تهران نشان داد که ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک شهرداری‌ها بر رضایت شهروندان به میزان ۰.۶۴۱؛ رضایت از خدمات الکترونیک شهرداری‌ها بر وفاداری شهروندان به میزان ۰.۸۱۹؛ ارزش ادراک شده از خدمات الکترونیک شهرداری‌ها دارای اثر میانجی در تأثیر کیفیت خدمات بر رضایت شهروندان به میزان ۰/۴۱۱ و اعتماد مشتریان به خدمات الکترونیک شهرداری‌ها دارای اثر میانجی در تأثیر کیفیت خدمات بر رضایت شهروندان به میزان ۰.۹۴۱ بوده است. بنابراین، نقش تعدیل کننده اعتماد

شهروندان به خدمات الکترونیک شهرداری‌ها در این میان میزان زیادی داشته است.

منصوری و غفورنیا (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تجزیه و تحلیل عوامل و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه کیفیت خدمات الکترونیک مطالعه‌ای در بخش‌های دولتی و خصوصی صنعت بانکداری دست یافتند که مهم‌ترین نتایج نشان داد که عوامل مربوط به ۱. کارایی، ۲. دسترس پذیری سیستم، ۳. محرمانه بودن، ۴. برآورده سازی و ۵. پروفایل مشتری، بر توسعه کیفیت خدمات الکترونیک بانک‌های دولتی و خصوصی بندرعباس تأثیرگذارند. یافته‌های حاصل از رتبه‌بندی این عوامل دلالت بر آن دارد که شاخص‌های مربوط به محرمانه بودن، بیشترین تأثیرگذاری را در توسعه خدمات الکترونیک در صنعت بانکداری دارند.

تکسکسا و ماسالاتین (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان مدیریت کیفیت خدمات الکترونیکی مبتنی بر انسان^۱ گزارش دادند خدمات الکترونیکی مبتنی بر انسان گزینه‌های مختلفی را برای برون سپاری وظایفی فراهم می‌کند که صرفاً خودکار نیستند. مدیریت کیفیت یکی از مهم‌ترین عناصر در این زمینه به عنوان راه حل‌های با کیفیت پایین ممکن است منجر به تأخیر در تحویل بیش از بودجه و نارضایتی کلی است. مدیریت کیفیت یکی از مهم‌ترین عناصر در این زمینه به عنوان راه حل‌های با کیفیت پایین ممکن است منجر به تأخیر در تحویل بیش از بودجه و نارضایتی کلی است. انواع مختلفی از خدمات الکترونیکی مبتنی بر انسان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و موضوعات بالقوه در مدیریت کیفیت مورد بررسی قرار و همچنین گردش کار توصیف به

^۱ Human-Based Electronic Services.

خدمات الکترونیکی مبتنی بر انسان گزینه‌های مختلفی را برای برون سپاری وظایفی فراهم می‌کند که صرفاً خودکار نیستند.

اعتماد (مدیریت دوم) به طور قابل توجهی بر رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیکی و رضایت مشتری تأثیر می‌گذارد.

روش پژوهش

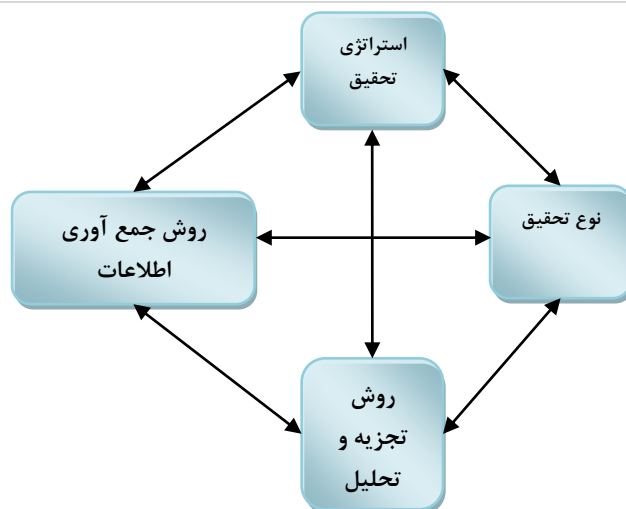
تحقیق برای شناخت شرایطی است که تحت آن شرایط پدیده خاصی رخ می‌دهد و همچنین مشخص کردن شرایطی است که تحت آن شرایط پدیده خاص رخ نخواهد داد. بنابراین پرسش اصلی در تحقیقات علمی آن است که "تحت چه شرایطی است که پدیده مورد نظر رخ می‌دهد؟" در هر تحقیق، توجه به چهار عنصر و موضوع اصلی ضروری است: نوع تحقیق، استراتژی تحقیق، روش جمع‌آوری اطلاعات و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات (شکل ۱). توجه به این عناصر، باعث می‌شود مدیریت تحقیق، ساده‌تر و بهتر انجام شود. در این پژوهش از روش‌شناسی کیفی مبتنی بر روش گرند تئوری استفاده شده است.

منظور بهبود تضمین کیفیت در حالی که استفاده خود را با انتخاب نوع مناسب و رویکرد و ترکیب خدمات مختلف با برون سپاری ممکن است در نتیجه یا از نظر زمان و یا کیفیت و یا بودجه بهینه‌سازی شده. انواع مختلفی از خدمات الکترونیکی مبتنی بر انسان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و موضوعات بالقوه در مدیریت کیفیت مورد بررسی قرار گرفته و همچنین گردش‌های کاری برای بهبود تضمین کیفیت در حین استفاده از آن‌ها شرح داده شده است. با انتخاب نوع مناسب و رویکرد و ترکیب خدمات مختلف با برون سپاری ممکن است در نتیجه یا از نظر زمان و یا کیفیت و یا بودجه بهینه‌سازی نمود.

حیدری و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان الگوریتم خوشه‌بندی برای مشتریان خدمات الکترونیکی: مطالعه موردی صنعت بانکداری نشان دادند که الگوریتم پیشنهادی دقیق‌تر از VDMR DBSCAN است. همچنین خروجی الگوریتم در قالب ۵ خوشه می‌باشد که نتایج حاصل از آن می‌تواند مدیران را در شناسایی مشتریان با ارزش یاری دهد که این روش منجر به افزایش درآمد و کاهش هزینه‌های غیرضروری می‌شود که به دلیل عدم شناخت و تقسیم‌بندی نادرست مشتریان رخ می‌دهد.

ونکاتریشنا^۱ و همکاران (۲۰۲۳) پژوهشی با عنوان طراحی وب سایت و اعتماد به عنوان تعدیل کننده در رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیکی، رضایت مشتری و وفاداری مشتری انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که کیفیت خدمات الکترونیکی به طور مثبت با رضایت و وفاداری مشتری ارتباط دارد. این یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که درک قیمت و اعتماد در افزایش رضایت مشتری حیاتی است. علاوه بر این، تأثیر غیرمستقیم کیفیت خدمات الکترونیکی بر وفاداری مشتری از طریق رضایت مشتری پشتیبانی می‌شود. در نهایت، طراحی وب (مدیریت اول) و

¹ Venkatakrishnan



شکل (۱): روش کلی تحقیق

از ترکیب ابعاد زیر، چهار استراتژی اصلی تحقیق به دست می آید که عبارتند از: استراتژی تحقیق پیمایشی، استراتژی تحقیق موردی، استراتژی تحقیق عملی و استراتژی تحقیق مبنایی.

		SRP ₂		اراده گرایی	
				فلسفه عالم	
				جبر گرایی	
عملی	مبنایی				
پیمایشی	موردی				
SRP ₁		مبانی فلسفی			
اثبات گرایی	فلسفه علم				ساختارگرایی

شکل (۲): استراتژی‌های اصلی تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت و اهداف، کاربردی، از نظر روش پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر داده‌ها آمیخته است به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از متون و تأییدی (کمی و کیفی) در بعد کیفی دارای رویکرد استقرایی

شناسایی الگو، از تکنیک داده بنیاد استفاده شد. در این پژوهش، برای دستیابی به توصیفی اجمالی از تجربه‌ها، نگرش و ادراک مصاحبه‌شوندگان نسبت به طراحی مدل ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی (مورد مطالعه سازمان تأمین اجتماعی) اقدام شد. در مرحله اول تحقیق با توجه به استفاده از راهبرد داده بنیاد، از روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و مدل پارادایمی (طرح منظم یا سیستماتیک) استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

کدگذاری باز

شرایط علی

پاسخ دهندگان در پاسخ به سوالات مرتبط با هر یک از ابعاد مدل پارادایمی به تشریح پدیده ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی پرداختند. از تحلیل جملات و دیدگاه‌های این افراد، کدهای اولیه استخراج شد. در مرحله بعد کدهای مشترک و مورد تأکید کلیه مصاحبه‌شوندگان به انضمام کدهای با اهمیت از دید محقق به عنوان کدهای نهایی به همراه منبع آنها مشخص شدند. توضیحات مصاحبه‌شوندگان در پاسخ به سوالات مربوط به شرایط علی ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی منجر به شناسایی کدهای جدول ذیل شده است.

جدول ۱: کدگذاری باز شرایط علی

شماره	کد نهایی	تعداد کدهای مستخرج از مصاحبه
۱	صرفه جویی در زمان	۱۴
۲	صرفه جویی در هزینه‌های تردد ارباب رجوع به سازمان	۱۵
۳	کاهش میزان بروکراسی اداری	۱۷
۴	افزایش سرعت انجام کار	۱۰
۵	کاهش زمان انتظار دریافت خدمت	۲۲
۶	عدم محدودیت مکانی در دسترسی به خدمات مورد نیاز	۱۷
۷	افزایش میزان نوآوری در ارائه خدمات	۱۸
۸	فراهم کردن بهتر نیازهای مشتریان	۲۳
۹	افزایش دامنه خدمات مورد ارائه توسط سازمان	۲۵
۱۰	کیفیت بالاتر ارائه خدمات نسبت به مراجعه حضوری	۱۱
۱۱	امکان معرفی سریع خدمات جدید سازمان به مشتریان	۱۳
۱۲	سرعت بالا ارائه خدمات	۱۵
۱۳	هزینه کمتر ارائه خدمات	۱۸
۱۴	ارزش افزوده دریافت خدمات الکترونیک	۱۰
۱۵	بهره‌وری جامعه	۱۶
۱۶	بهره‌وری فردی	۱۷

شرایط زمینه‌ای

در مرحله بعد این کدها پالایش شده و مهمترین آنها کدهای نهایی شرایط زمینه ای را شکل داده است. در جدول ذیل کدهای نهایی ارائه شده است.

مصاحبه شوندگان در پاسخ به سوالات زیر که مربوط به شرایط زمینه ای ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی است توضیحات و مصادیقی را بیان کردند که کدهای مستخرج از عبارات مهم آنها استخراج شده است،

جدول ۲: کدگذاری باز شرایط زمینه ای

شماره	کد نهایی	تعداد کدهای مستخرج از مصاحبه
۱	قابلیت استفاده و همیشه در دسترس بودن وب سایت	۲۰
۲	امکان انجام کارها برای مشتریان به صورت ۲۴ ساعته	۲۲
۳	تشویق دولت به استفاده از خدمات الکترونیک	۱۸
۴	نگرش جامعه نسبت به خدمات الکترونیک	۱۶
۵	فشار جامعه نسبت به کاهش تردهای غیرضروری	۱۷
۶	برآوردن انتظارات مشتریان بر بستر خدمات الکترونیک سازمان	۱۵
۷	داشتن نگاه مثبت مشتریان به خدمات الکترونیک	۲۲
۸	پاسخگویی مناسب	۲۱

شرایط مداخله گر

آوری داده‌های مصاحبه کدهای مستخرج از عبارات مهم آنها استخراج شد و در مرحله بعد این کدها پالایش شده و مهمترین آنها به عنوان کدهای نهایی شرایط مداخله گر در نظر گرفته شد. در جدول ذیل کدهای نهایی ارائه شده است.

خبرگان مصاحبه شونده در پاسخ به سوالات مربوط به شرایط مداخله‌گر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی توضیحات مفصلی دادند. در طی فرایند جمع

جدول ۳: کدگذاری باز شرایط مداخله گر

شماره	کد نهایی	تعداد کدهای مستخرج از مصاحبه
۱	ذهنیت مشتریان و ارباب رجوع در مورد خدمات الکترونیک	۱۴
۲	ذهنیت مشتریان در مورد ارزشمند بودن خدمات الکترونیک برای آنها	۱۵
۳	ذهنیت مشتریان درباره قابل اعتماد بودن خدمات الکترونیک	۱۷
۴	ذهنیت ارباب رجوع درباره اهمیت خدمات الکترونیک برای جامعه	۱۰
۵	ترس از قطع شدن سیستم هنگام کار	۲۲
۶	ترس از هک شدن اطلاعات	۱۷
۷	ترس از هدررفت سرمایه به دلیل عملکرد ضعیف سیستم الکترونیکی	۱۸
۸	ترس از هدررفت وقت برای یادگیری سیستم بانکداری الکترونیک	۲۳
۹	تصور نسبت به سابقه عملکردی سازمان	۲۵
۱۰	تصور نسبت به صادقانه بودن وعده های سازمان	۱۱

۱۱	تصویر نسبت به اخلاق مدار بودن سازمان	۱۳
۱۲	تصویر نسبت به رفتار سازمان با مشتری	۱۵
۱۳	تصویر نسبت به قابل اعتماد بودن سازمان	۱۸
۱۴	ذهنیت مشتریان و ارباب رجوع در مورد خدمات الکترونیک	۱۰
۱۵	ذهنیت مشتریان در مورد ارزشمند بودن خدمات الکترونیک برای آنها	۱۶
۱۶	ذهنیت مشتریان درباره قابل اعتماد بودن خدمات الکترونیک	۱۷
۱۷	ذهنیت ارباب رجوع درباره اهمیت خدمات الکترونیک برای جامعه	۲۰
۱۸	ترس از قطع شدن سیستم هنگام کار	۲۳
۱۹	ترس از هک شدن اطلاعات	۱۷
۲۰	ترس از هدررفت سرمایه به دلیل عملکرد ضعیف سیستم الکترونیکی	۱۱
۲۱	ترس از هدررفت وقت برای یادگیری سیستم بانکداری الکترونیک	۱۸
۲۲	تصویر نسبت به سابقه عملکردی سازمان	۱۹
۲۳	تصویر نسبت به صادقانه بودن وعده های سازمان	۱۸
۲۴	تصویر نسبت به اخلاق مدار بودن سازمان	۲۳
۲۵	تصویر نسبت به رفتار سازمان با مشتری	۲۲
۲۶	تصویر نسبت به قابل اعتماد بودن سازمان	۲۰

راهنما

شده و مهمترین آنها به عنوان کدهای نهایی
استراتژی و اقدامات در نظر گرفته شد. در این
قسمت به جهت ماهیت سنووال، فقط کد گذاری
مرتب اول صورت گرفت. در جدول ذیل کدهای
نهایی ارائه شده است.

مصاحبه شوندگان در پاسخ به سوالات مربوط به
استراتژی و اقدامات، توضیحات خود را ارائه
دادند. در طی فرایند جمع آوری داده‌های
مصاحبه، کدهای مستخرج از عبارات مهم آنها
استخراج شد و در مرحله بعد این کدها پالایش

جدول ۴: کدگذاری باز راهنما

۱	ارائه پاسخ مناسب به ارباب رجوع	۱۶
شماره	کد نهایی	تعداد کدهای مستخرج از مصاحبه
۲	سرعت ارائه خدمات به ارباب رجوع	۱۳
۳	نحوه برخورد کارکنان با ارباب رجوع	۱۹
۴	اولویت قرار دادن رضایت ارباب رجوع	۱۴
۵	رسیدگی مناسب به شکایات ارباب رجوع	۲۲
۶	جذابیت محیط وب سایت سازمان	۱۷
۷	کاهش هزینه ارائه خدمات	۱۸
۸	افزایش تنوع خدمات مورد ارائه توسط سازمان	۲۳
۹	تامین بهتر نیازهای مشتریان	۲۱
۱۰	ارائه خدمات فراتر از رقبا	۱۹
۱۱	اطلاع رسانی مناسب در ارائه خدمات الکترونیک	۱۸

۱۲	ارائه خدمات آموزشی مناسب در مورد نحوه استفاده از سایت	۱۵
۱۳	اطلاع رسانی در رسانه های عمومی	۱۹
۱۴	انتشار و اطلاع رسانی مناسب در مورد مزایای خدمات الکترونیک سازمان	۱۶
۱۵	اشتراک گذاری نظرات مشتریان در مورد وب سایت سازمان	۲۳
۱۶	طراحی مناسب و امکانات وب سایت	۱۶

پیامدها

مستخرج از عبارات مهم آنها استخراج شد و در مرحله بعد این کدها پالایش شده و مهمترین آنها به عنوان کدهای نهایی پیامدها در نظر گرفته شد. در جدول ذیل کدهای نهایی ارائه شده است.

مصاحبه شوندگان در پاسخ به سوالات مربوط به پیامدها، توضیحات خود را ارائه دادند. در طی فرایند جمع آوری داده‌های مصاحبه کدهای

جدول ۵: کدگذاری باز پیامدها

شماره	کد نهایی	تعداد کدهای مستخرج از مصاحبه
۱	دستیابی راحت به اطلاعات جدید و موثق	۱۷
۲	تعامل دو سویه میان مدیران و کاربران	۱۹
۳	توسعه اجتماعی و حرفه ای و همکاری برابر	۱۷
۴	ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان	۱۹
۵	بهبود رضایت شغلی	۲۲
۶	نگهداشت کارکنان	۱۱
۷	بهبود تعهد و انگیزش کارکنان	۱۶
۸	کاهش ترافیک	۲۳
۹	کاهش آلودگی هوا	۲۰
۱۰	سود بردن جامعه	۱۱
۱۱	وفاداری و رضایت مشتریان	۲۷

کدگذاری محوری

در حالی که کدگذاری، باز داده‌ها را به مقوله‌های مختلف تفکیک می‌کند کدگذاری محوری، مقوله‌ها و زیر مقوله‌های آنها را با توجه به مشخصه‌ها و ابعاد آنها به یکدیگر مرتبط می‌سازد. برای کشف نحوه ی ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر محقق از پارادایم استفاده می‌کند، پارادایم ابزار تحلیلی است که اشتراوس و کوربین برای

مطالعه‌ی داده‌ها پیشنهاد کردند. اجزای اصلی پارادایم عبارتند از شرایط عمل‌ها / عکس‌العمل‌ها و پیامدها. اشتراوس و کوربین مدل پارادایم را به این جهت ارائه کردند که در تئوری زمینه‌ای مقوله‌های فرعی در قالب مجموعه‌ای از ارتباط‌هایی که نشان دهنده ی شرایط عالی، پدیده زمینه شرایط مداخله‌ای، راهبردهای عمل عکس‌العمل و نتایج هستند به مقوله‌ها مرتبط می‌شوند.

شرایط علی، وقایع یا رویدادهایی هستند که پدیده را موجب می‌شود و پدیده را خلق می‌کند. پدیده ایده، رویداد یا واقعه‌ای اصلی است که مجموعه‌ای از عمل‌ها و عکس‌العمل‌ها آن را اداره می‌کنند یا با آن در ارتباط هستند. شرایط زمینه‌ای شرایطی عمومی و گسترده‌ای هستند بر توسعه یا تحدید پدیده و یا به عبارتی بر رونق یا اهمیت پدیده اثر می‌گذارد. شرایط مداخله‌گر شرایطی تخصصی هستند که استراتژی و اقدامات را متفاوت می‌سازد. استراتژی و اقدامات هدفمند و جهت‌داری هستند که مسأله را حل می‌کنند پدیده را اداره می‌کنند و به آن پاسخ می‌دهند. پیامدها ستاده‌هایی هستند که در نتیجه‌ی عمل‌ها و عکس‌العمل‌ها یا پاسخ به پدیده به وجود می‌آیند. در طی فرایند کدگذاری، محوری، محقق از ابزارهای تحلیلی پرسیدن سؤال و مقایسه‌ی دائمی و نظری بین مقوله‌ها مقوله‌های فرعی و مشخصه‌های آن‌ها که در کدگذاری باز ظاهر شده‌اند استفاده می‌کند تا روابط بین مقوله‌ها و مقوله‌های فرعی را توسعه دهد و مقوله‌ها را متناسب با مدل پارادایمی شکل دهد.

محقق در کدگذاری محوری با طرح پرسش‌هایی درباره‌ی مقوله که عموماً مشخص‌کننده‌ی نوعی رابطه است به داده‌ها رجوع کرده و به بررسی حوادث و وقایعی که مؤید یا رد‌کننده‌ی پرسش‌ها است، می‌پردازد. در فرایند کدگذاری محوری محقق پیوسته میان تفکر استقرایی و قیاسی در حرکت است. یعنی هنگامی که با داده‌ها کار می‌کند، به شکلی قیاسی روابط با ویژگی‌های ممکن آنها را پیشنهاد می‌کند و سپس می‌کوشد تا آن‌چه را که به شکل قیاسی بیان کرده در مقابل داده‌ها بررسی کند. لازم به ذکر است که برای مجموعه روابط با ویژگی‌های مرتبط با، مقوله یک واقعه با رویداد کفایت نمی‌کند، بلکه روابط و تأیید ویژگی‌ها را باید چندین بار در داده‌ها مشاهده کند گرچه ممکن است شکل آنها متفاوت باشد.

شرایط علی

بر اساس تجزیه و تحلیل انجام شده بر روی مصاحبه‌ها و کدهای بدست آمده مقوله‌های فرعی شرایط علی و مشخصه‌های مرتبط با آن در جدول ذیل به تصویر کشیده شده است.

جدول ۶: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط علی

مقوله اصلی	مفهوم	کدنهایی
شرایط علی	صرفه جویی در هزینه	صرفه جویی در زمان
		صرفه جویی در هزینه های تردد ارباب رجوع به سازمان
		کاهش میزان بروکراسی اداری
	راحتی ادراک شده	افزایش سرعت انجام کار
		کاهش زمان انتظار دریافت خدمت
		عدم محدودیت مکانی در دسترسی به خدمات مورد نیاز

افزایش میزان نوآوری در ارائه خدمات	مدیریت نیاز مشتریان	
فراهم کردن بهتر نیازهای مشتریان		
افزایش دامنه خدمات مورد ارائه توسط سازمان		
کیفیت بالاتر ارائه خدمات نسبت به مراجعه حضوری	کیفیت عملکردی	
امکان معرفی سریع خدمات جدید سازمان به مشتریان		
سرعت بالا ارائه خدمات		
هزینه کمتر ارائه خدمات	ارزش ادراک شده	
ارزش افزوده دریافت خدمات الکترونیک		
بهره وری جامعه		
بهره وری فردی		

شرایط زمینه ای
 شرایط عمومی و گسترده ای هستند بر توسعه یا
 پدیده اثر می‌گذارد. شرایط زمینه‌ای در این تحقیق
 به همراه مفاهیم و مقوله‌ها شامل مواردی است
 که در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۷: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط زمینه‌ای

مقوله اصلی	مفهوم	کدنهایی
شرایط زمینه ای	دسترس پذیری	قابلیت استفاده و همیشه در دسترس بودن
		وب سایت
		امکان انجام کارها برای مشتریان به صورت ۲۴ ساعته
	فشار جامعه	تشویق دولت به استفاده از خدمات الکترونیک
		نگرش جامعه نسبت به خدمات الکترونیک
		فشار جامعه نسبت به کاهش تردهای غیر ضروری
	تجربه استفاده	برآوردن انتظارات مشتریان بر بستر خدمات الکترونیک سازمان
		داشتن نگاه مثبت مشتریان به خدمات الکترونیک

پاسخگویی مناسب		
----------------	--	--

شرایط مداخله گر
الکترونیک می‌گردد. در این پژوهش کدهای
وقوع این عوامل باعث تقویت یا بی اثر شدن
نهایی، مفاهیم و مقوله‌های مربوط به شرایط
استراتژی‌های برای ارتقای کیفیت خدمات
مداخله گر به شرح جدول ذیل بدست آمد.

جدول ۸: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با شرایط مداخله گر

مقوله اصلی	مفهوم	کدنهایی
شرایط مداخله گر	نگرش مشتریان نسبت به خدمات الکترونیکی	ذهنیت مشتریان و ارباب رجوع در مورد خدمات الکترونیک
		ذهنیت مشتریان در مورد ارزشمند بودن خدمات الکترونیک برای آنها
		ذهنیت مشتریان درباره قابل اعتماد بودن خدمات الکترونیک
		ذهنیت ارباب رجوع درباره اهمیت خدمات الکترونیک برای جامعه
	ریسک پذیری	ترس از قطع شدن سیستم هنگام کار
		ترس از هک شدن اطلاعات
		ترس از هدررفت سرمایه به دلیل عملکرد ضعیف سیستم الکترونیکی
		ترس از هدررفت وقت برای یادگیری سیستم بانکداری الکترونیک
	تصورذهنی	تصور نسبت به سابقه عملکردی سازمان
		تصور نسبت به صادقانه بودن وعده های سازمان
		تصور نسبت به اخلاق مدار بودن سازمان
		تصور نسبت به رفتار سازمان با مشتری
		تصور نسبت به قابل اعتماد بودن سازمان

راهِبرها
این راهکارها و اقدامات، تعاملات و کنش‌هایی
دادن ریسک‌ها به صورت مؤثر بکار می‌گیرند. در
جدول ذیل مفاهیم و مقوله‌های مرتبط آورده شده
هستند که سازمان در شرایط گذار برای کاهش
اند.

جدول ۹: مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با راهبردها

مقوله اصلی	مفهوم	کدنهایی
راهبردها	مشتری گرایی	ارائه پاسخ مناسب به ارباب رجوع
		سرعت ارائه خدمات به ارباب رجوع
		نحوه برخورد کارکنان با ارباب رجوع
		اولویت قرار دادن رضایت ارباب رجوع
		رسیدگی مناسب به شکایات ارباب رجوع
		جذابیت محیط وب سایت سازمان
		کاهش هزینه ارائه خدمات
	گرایش به نوآوری	افزایش تنوع خدمات مورد ارائه توسط سازمان
		تأمین بهتر نیازهای مشتریان
		ارائه خدمات فراتر از رقبا
	تبلیغات گسترده	اطلاع رسانی مناسب در ارائه خدمات الکترونیک
		ارائه خدمات آموزشی مناسب در مورد نحوه استفاده از سایت
		اطلاع رسانی در رسانه های عمومی
		انتشار و اطلاع رسانی مناسب در مورد مزایای خدمات الکترونیک سازمان
	ویژگی های وب	اشتراک گذاری نظرات مشتریان در مورد وب سایت سازمان
		طراحی مناسب و امکانات وب سایت

پیامدها

نتایجی که براساس راهبردها پدیدار می‌شوند
پیامدهای پژوهش می‌باشند، که دستاوردهای را

نشان می‌دهد و نتایجی است که در اثر راهبردها
پدیدار می‌گردد.

جدول ۱۰: مفاهیم و مقوله های شناسایی شده مرتبط با پیامدها

مقوله اصلی	مفهوم	کدنهایی
پیامدها	نوین سازی سازمانی	دستیابی راحت به اطلاعات جدید و موثق
		تعامل دو سویه میان مدیران و کاربران
		توسعه اجتماعی و حرفه ای و همکاری برابر
		ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان
	پیامدهای کارکنان	بهبود رضایت شغلی
		نگهداشت کارکنان
		بهبود تعهد و انگیزش کارکنان
	مزایای ارتقای کیفیت الکترونیک برای جامعه	کاهش ترافیک
		کاهش آلودگی هوا
		سود بردن جامعه
	وفاداری و رضایت مشتریان	-
		-
		-

فرآیند کدگذاری انتخابی

در کدگذاری باز، محوری، مدل پارادایمی ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی توسعه داده شد، مدلی که شامل شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه-ای، شرایط مداخله گر استراتژی و اقدامات‌ها و پیامدهاست کدگذاری انتخابی نتایج گام‌های قبلی کدگذاری را به کار برده مقوله‌ی اصلی را انتخاب میکند و آن را به شکلی نظام مند به سایر مقوله‌ها ارتباط داده، ارتباطات را اعتبار میبخشد و مقوله‌هایی که نیاز به تصفیه و توسعه‌ی بیشتر دارند را توسعه میدهد استراووس و کوربین (۱۹۹۸). کدگذاری انتخابی بر اساس الگوی ارتباط شناسایی شده بین مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها در

کدگذاری باز و محوری، شروع می‌شود گام‌های

کدگذاری انتخابی عبارتند از:

۱- معین کردن خط داستان: خط داستان مفهوم سازی داستانی است که مطالعه در رابطه با آن انجام می‌شود برای تسهیل در معین کردن خط داستان داده‌ها مورد بازنگری قرار میگیرند، نه تنها با رفت و

برگشت بین مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها بلکه با رفت و برگشت بین کدگذاری باز، محوری و انتخابی

۲- ارتباط دادن زیر مقوله‌ها به مقوله‌ی اصلی: از طریق پارادایم زیر مقوله‌ها به کمک پارادایم، با مقوله‌ی اصلی مرتبط می‌شوند برای این که مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها به اندازه‌ی کافی با خط داستان متناسب شوند، به داستان برمی‌گردیم تا مقوله‌ها

را دوباره نظم دهی کنیم تا به شکل بهتری مجموعه ها و اتفاقات، اجزای مدل پارادایم را بسازند. در ادامه باید شرایط، علی شرایط زمینه ای شرایط مداخله گر، استراتژی و اقدامات و پیامدهای مدل بیان شوند

۳- اعتبار بخشی به روابط: برای اعتبار بخشیدن به ارتباط‌های بین مقوله ها که در مدل پارادایم نظم دهی شده اند باید به بررسی دقیق داده ها یادداشت‌ها کدگذاریها و یادداشت‌های زمینه ای پرداخت تا پس از مقایسه ی طرح، نهایی اطمینان حاصل شود که این طرح نظری میتواند بیشتر موردهای مشاهده شده را تبیین کند.

۴- پرکردن شکافهای بین مقوله ها: در نظریه برخاسته از داده‌ها لازم است به فشردگی و انسجام مفهومی. (در نظریه برسیم و تا حد امکان، خصوصیات مفهومی به آن اضافه کنیم) (استراووس و کوربین، ۱۹۹۸) لازم به ذکر است که گامهای فوق در فرایندی رفت و برگشتی انجام میشوند. بنابراین گامهای کدگذاری انتخابی به شکل واضحی از یکدیگر مجزا نیستند و از طریق یک فرایند تعاملی، همراه با کدگذاری باز و محوری انجام میشود. به طور خلاصه، رویه ی تحلیل داده ها که منجر به خلق مدل نظری می‌شود؛ شامل شرایط، علی شرایط زمینه‌ای شرایط مداخله گر استراتژی و اقدامات و پیامدها هستند که پدیده ی اصلی و ابعاد آن را تشریح می کنند. مدل نظری مطابق با ابعاد مدل پارادایمی در شکل ۴-۱ مشاهده است.

با توجه به اینکه در مرحله مصاحبه با خبرگان سوالات مصاحبه بر اساس مدل پارادایمی تدوین شده بود، مصاحبه شوندگان نظرات خود در مورد اجزای تشکیل دهنده مدل را به طور خاص بر اساس ۶ بعد مدل ارائه کرده بودند، با این وجود

با تحلیلها و رفت و برگشتهایی که صورت گرفت، تعدیلاتی در پاسخ های اولیه این افراد انجام شد. لذا خط داستان و معیار انتخاب مفاهیم در هر یک از ابعاد مدل مطابق با توضیحات زیر است.

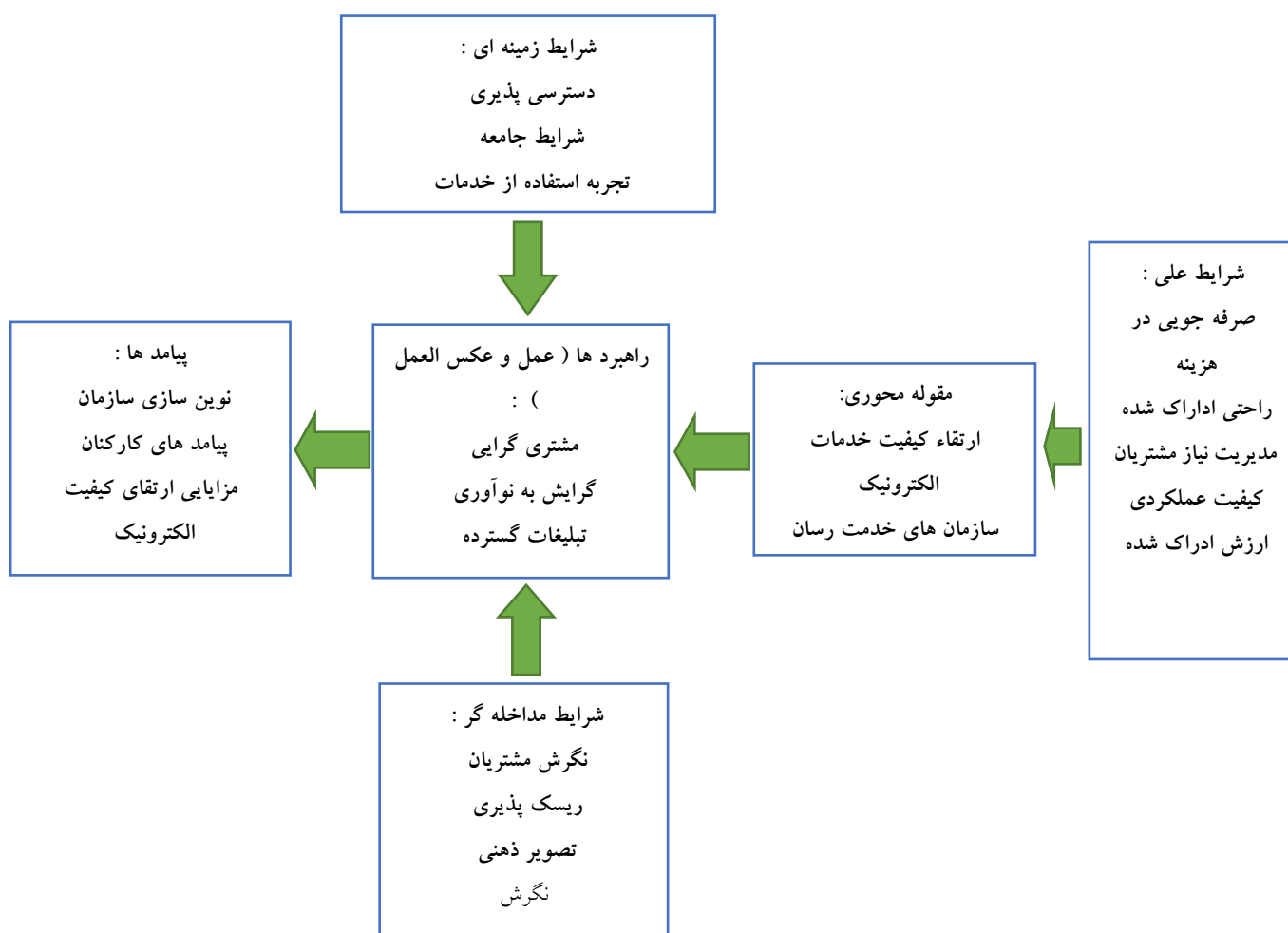
در این مدل، شرایط علی، عوامل ترغیب کننده و یا الزام آور برای بکارگیری ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی هستند عواملی که ممکن است در شرایط کنونی کم‌رنگ یا از بین رفته باشند ولی در زمان خود سازمانها را ترغیب مجبور کرده اند تا به اجرای این پدیده روی آورند لذا با این رویکرد عواملی در این بخش مورد توجه قرار گرفته است که از نظر تقدم زمانی و نیز شرایط الزام آوری بر پدیده اصلی تأثیر علی داشته باشند. شرایط زمینه ای ویژگیهای درون سازمانی و برون سازمانی سازمانها برای اجرای ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی هستند شرایطی که میبایست برای موفقیت بهتر در اجرای این فرایندها مورد توجه قرار گیرند. بر خلاف شرایط، زمینه ای شرایط مداخله گر، عبارتند از شرایطی که بر انتخاب مکانیزم های مختلف ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی موثر است و میتوانند اجرای مکانیزم‌های را تسهیل و تسریع کنند.

در بعد پدیده اصلی، موضوع اصلی و مورد سوال این تحقیق بوده است که مورد توجه قرار گرفته است.

در بعد اقدامات و راهبردها کنشها و فعالیتهای اصلی که میتواند در اجرای ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی

راهگشا باشد مورد توجه قرار گرفت، فرق این بعد با پدیده اصلی این است که مفاهیم و مقوله های این بعد از نوع فرایندی نیستند بلکه از نوع اقدام هستند و به اجرای فرایندها کمک می‌کنند. در نهایت در بعد پیامدها نتایج و پیامدهای مورد انتظار از ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک

سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی مورد توجه قرار گرفت. پیامدهای مورد انتظاری که میتواند در اثر اجرای فرایندها استراتژی و اقدامات ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی، عاید سازمانها شود.



شکل (۳): مدل پارادایمی تحقیق

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر در برگرفته یک سوال اصلی بدین

صورت که مدل ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک

سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی (مورد مطالعه سازمان

تأمین اجتماعی) چگونه است؟ در راستای پاسخگویی به

سوال اصلی چهار سوال فرعی عنوان شد که در ادامه مورد

بررسی قرار می‌گیرد

سوال فرعی اول: شرایط علی مؤثر در ارتقاء کیفیت

خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی

(مورد مطالعه سازمان تأمین اجتماعی) کدامند؟

در کل شرایط علی، رویدادهایی است که موقعیتها، مباحث

و مسائل مرتبط با پدیده را خلق میکنند و تا حدی تشریح

میکند که چرا و چگونه، افراد و گروهها به این پدیده

مبادرت می‌ورزند. در واقع، منظور از شرایط علی، رویدادها

یا اتفاقاتی هستند که بر این پدیده تأثیر می‌گذارند و منجر به

بروز آن می‌شوند. بر این اساس، از مصاحبه‌شوندگان در

تحقیق خواسته شد تا عوامل ترغیب‌کننده و یا الزام‌آور

برای مدل ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های

خدمت‌رسان عمومی را عنوان کنند. در مرحله کدگذاری باز

که تحلیلها مبتنی بر تجزیه و تحلیل جمله به جمله مصاحبه

ها بود، کد نهایی استخراج گردید که بر اساس تجزیه و

تحلیل مرحله بعد یعنی کدگذاری محوری، این کدها در ۱۶

مفهوم و ۵ مقوله فرعی دسته‌بندی شد. شرایط علی

تأثیرگذار طبق دسته‌بندی صورت گرفته توضیح داده می‌-

شود.

در کل شرایط علی، رویدادهایی است که موقعیتها، مباحث

و مسائل مرتبط با پدیده را خلق و تا حدی تشریح میکنند

که چرا و چگونه، افراد و گروهها به این پدیده مبادرت می‌-

ورزند. در واقع، منظور از شرایط علی، رویدادها یا اتفاقاتی

هستند که بر این پدیده تأثیر می‌گذارند و منجر به بروز آن

می‌شوند. بر این اساس، از مصاحبه‌شوندگان در تحقیق

خواسته شد تا عوامل ترغیب‌کننده و یا الزام‌آور برای مدل

ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان

عمومی را عنوان کنند. در مرحله کدگذاری باز که تحلیلها

مبتنی بر تجزیه و تحلیل جمله به جمله مصاحبه‌ها بود، کد

نهایی استخراج گردید که بر اساس تجزیه و تحلیل مرحله

بعد یعنی کدگذاری محوری، این کدها در ۱۶ مفهوم و ۵

مقوله فرعی دسته‌بندی شد. شرایط علی تأثیرگذار طبق

دسته‌بندی صورت گرفته توضیح داده می‌شود.

مقوله صرفه جویی در هزینه: مقوله فرعی صرفه جویی در

هزینه به عنوان یکی از شرایط علی تأثیرگذار بر ارتقاء

کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی

با سه مفهوم صرفه جویی در زمان، صرفه جویی در هزینه

های تردد ارباب رجوع به سازمان، کاهش میزان بروکراسی

اداری شناسایی شد.

راحتی ادراک شده: مقوله فرعی راحتی ادراک شده به

عنوان یکی از شرایط علی تأثیرگذار بر ارتقاء کیفیت

خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با سه

مفهوم افزایش سرعت انجام کار، کاهش زمان انتظار دریافت

خدمات، عدم محدودیت مکانی در دسترسی به خدمات

مورد نیازشناسایی شد.

مدیریت نیاز مشتریان: مقوله فرعی مدیریت نیاز مشتریان به

عنوان یکی از شرایط علی تأثیرگذار بر ارتقاء کیفیت

خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با سه

مفهوم افزایش میزان نوآوری در ارائه خدمات، فراهم کردن

بهتر نیازهای مشتریان، افزایش دامنه خدمات مورد ارائه

توسط سازمان شد.

کیفیت عملکردی: مقوله فرعی کیفیت عملکردی به عنوان

یکی از شرایط علی تأثیرگذار بر ارتقاء کیفیت خدمات

الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با سه مفهوم

کیفیت بالاتر ارائه خدمات نسبت به مراجعه حضوری، امکان معرفی سریع خدمات جدید سازمان به مشتریان، سرعت بالا ارائه خدمات شناسایی و تاییدشد.

ارزش ادراک شده: مقوله فرعی ارزش ادراک شده به عنوان یکی از شرایط علی تأثیر گذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با چهار مفهوم هزینه کمتر ارائه خدمات، ارزش افزوده دریافت خدمات الکترونیک، بهره‌وری جامعه و بهره‌وری فردی شناسایی و تاییدشد.

سوال فرعی دوم: شرایط زمینه‌ای مؤثر در ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی (مورد مطالعه سازمان تأمین اجتماعی) کدامند؟

شرایط زمینه‌ای ویژگیهای درون سازمانی و برون سازمانی سازمانها برای اجرای ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی هستند، شرایطی که می‌بایست برای موفقیت بهتر در اجرای این فرایندها مورد توجه قرار گیرند. بر این اساس، از مصاحبه‌شوندگان تحقیق خواسته شد تا شرایط زمانی و مکانی مؤثر بر اجرای ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی را عنوان کنند. در مرحله کدگذاری باز و با تجزیه و تحلیل دقیق مصاحبه‌ها، ۸ کد نهایی استخراج گردید که بر اساس تجزیه و تحلیل مرحله بعد یعنی کدگذاری محوری، این کدها در ۳ مقوله فرعی دسته‌بندی شدند. در این بخش یافته‌های تحقیق در مورد شرایط زمینه‌ای طبق دسته‌بندی صورت گرفته توضیح داده می‌شود.

دسترس پذیری: مقوله فرعی دسترس پذیری به عنوان یکی از شرایط زمینه‌ای تأثیر گذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با دو مفهوم قابلیت استفاده و همیشه در دسترس بودن وب سایت، امکان انجام کارها برای مشتریان به صورت ۲۴ ساعته شناسایی و تاییدشد.

فشار جامعه: مقوله فرعی فشار جامعه به عنوان یکی از شرایط زمینه‌ای تأثیر گذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با سه مفهوم تشویق دولت به استفاده از خدمات الکترونیک، نگرش جامعه نسبت به خدمات الکترونیک و فشار جامعه نسبت به کاهش تردهای غیرضروری شناسایی و تاییدشد.

تجربه مورد استفاده: مقوله فرعی تجربه استفاده به عنوان یکی از شرایط زمینه‌ای تأثیر گذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با سه مفهوم برآوردن انتظارات مشتریان بر بستر خدمات الکترونیک سازمان، داشتن نگاه مثبت مشتریان به خدمات الکترونیک و پاسخگویی مناسب شناسایی و تاییدشد.

سوال فرعی سوم: عوامل مداخله‌گر مؤثر در ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی (مورد مطالعه سازمان تأمین اجتماعی) کدامند؟

شرایط زمینه‌ای، به نوعی محیط و بسترفیزیکی است که پدیده درون آن رخ می‌دهد. شرایط مداخله‌ای بر خلاف شرایط زمینه‌ای شرایطی هستند که بر انتخاب مکانیزمهای مختلف ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی مؤثر است و می‌توانند اجرای مکانیزمهای را تسهیل و تسریع کنند بر این اساس از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا در مورد این موضوع که انتخاب مکانیزمهای ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی متأثر از چه عواملی می‌باشد؟ را بیان کنند که بر اساس تجزیه و تحلیل کدگذاری محوری، ۱۳ مفهوم و ۳ مقوله فرعی دسته‌بندی شدند. در این بخش یافته‌های تحقیق در مورد شرایط مداخله‌گر طبق دسته‌بندی صورت گرفته توضیح داده می‌شود.

نگرش مشتریان نسبت به خدمات الکترونیک: مقوله فرعی نگرش مشتریان نسبت به خدمات الکترونیک به عنوان یکی

دقیق مصاحبه‌ها، کدها در قالب ۱۰ مفهوم و در ۴ مقوله فرعی دسته‌بندی شدند در این بخش یافته‌های تحقیق در مورد راهبردها و اقدامات طبق دسته‌بندی صورت گرفته توضیح داده می‌شود.

مشتری‌گرایی: مقوله فرعی مشتری‌گرایی به عنوان یکی از راهبردهای تاثیرگذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با هفت مفهوم ارائه پاسخ مناسب به ارباب رجوع، سرعت ارائه خدمات به ارباب رجوع، نحوه برخورد کارکنان با ارباب رجوع، اولویت قرار دادن رضایت ارباب رجوع، رسیدگی مناسب به شکایات ارباب رجوع، جذابیت محیط وب سایت سازمان و کاهش هزینه ارائه خدمات شناسایی و تایید شد.

گرایش به نوآوری: مقوله فرعی گرایش به نوآوری به عنوان یکی از راهبردهای تاثیرگذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با سه مفهوم افزایش تنوع خدمات مورد ارائه توسط سازمان، تامین بهتر نیازهای مشتریان و ارائه خدمات فراتر از رقبای شناسایی و تایید شد.

تبلیغات گسترده: مقوله فرعی تبلیغات گسترده به عنوان یکی از راهبردهای تاثیرگذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با چهار مفهوم اطلاع‌رسانی مناسب در ارائه خدمات الکترونیک، ارائه خدمات آموزشی مناسب در مورد نحوه استفاده از سایت، اطلاع‌رسانی در رسانه‌های عمومی و انتشار و اطلاع‌رسانی مناسب در مورد مزایای خدمات الکترونیک سازمان شناسایی و تایید شد.

ویژگی‌های وب: مقوله فرعی ویژگی‌های وب به عنوان یکی از راهبردهای تاثیرگذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با دو مفهوم اشتراک‌گذاری نظرات مشتریان در مورد وب سایت سازمان و طراحی مناسب و امکانات وب سایت شناسایی و تایید شد.

از شرایط مداخله‌ای تاثیرگذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با چهار مفهوم ذهنیت مشتریان و ارباب رجوع در مورد خدمات الکترونیک، ذهنیت مشتریان در مورد ارزشمند بودن خدمات الکترونیک برای آنها، ذهنیت مشتریان درباره قابل اعتماد بودن خدمات الکترونیک، ذهنیت ارباب رجوع درباره اهمیت خدمات الکترونیک برای جامعه شناسایی و تایید شد.

ریسک‌پذیری: مقوله فرعی ریسک‌پذیری به عنوان یکی از شرایط مداخله‌ای تاثیرگذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با چهار مفهوم ترس از قطع شدن سیستم هنگام کار، ترس از هک شدن اطلاعات، ترس از هدررفت سرمایه به دلیل عملکرد ضعیف سیستم الکترونیکی و ترس از هدررفت وقت برای یادگیری سیستم بانکداری الکترونیک شناسایی و تایید شد.

تصور ذهنی: مقوله فرعی تصویر ذهنی به عنوان یکی از شرایط مداخله‌ای تاثیرگذار بر ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با پنج مفهوم تصویر نسبت به سابقه عملکردی سازمان، تصویر نسبت به صادقانه بودن وعده‌های سازمان، تصویر نسبت به اخلاق مدار بودن سازمان، تصویر نسبت به رفتار سازمان با مشتری و تصویر نسبت به قابل اعتماد بودن سازمان شناسایی و تایید شد.

سوال فرعی چهارم: راهبردهای مؤثر در ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی (مورد مطالعه سازمان تأمین اجتماعی) چیست؟

راهبردها و کنش‌ها از جنس اقدام هستند. آنچه در این مرحله از مصاحبه‌های استخراج و تحلیل شده است از جنس اقدام هستند، بر این اساس از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا راهبردها و اقدامات مورد نیاز برای ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی عنوان کنند در مرحله کدگذاری باز و با تجزیه و تحلیل

سوال فرعی پنجم: پیامدهای حاصل از ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی (مورد مطالعه سازمان تأمین اجتماعی) چیست؟

در نهایت در بعد پیامدها، نتایج و پیامدهای مورد انتظار ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی مورد توجه قرار گرفت. پیامدهایی که در اثر اجرای فرایندها، اقدامات و کنش‌های ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی، برای سازمانهای میتواند مفید باشد و نصیب سازمانها شود. در ارتباط با پیامد چهار مقوله فرعی و ۱۰ مفهوم شناسایی شد که در ادامه بیان شده است.

نوین سازی سازمانی: مقوله فرعی نوین سازی سازمانی به عنوان یکی از پیامدهای حاصل ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با چهار مفهوم دستیابی راحت به اطلاعات جدید و موثق، تعامل دو سویه میان مدیران و کاربران، توسعه اجتماعی و حرفه‌ای و همکاری برابر و ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان شناسایی و تایید شد.

پیامدهای کارکنان: مقوله فرعی پیامدهای کارکنان به عنوان یکی از پیامدهای حاصل ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با سه مفهوم بهبود رضایت شغلی، نگهداشت کارکنان و بهبود تعهد و انگیزش کارکنان شناسایی و تایید شد.

مزایای ارتقای کیفیت الکترونیک برای جامعه: مقوله فرعی مزایای ارتقای کیفیت الکترونیک برای جامعه عنوان یکی از پیامدهای حاصل ارتقاء کیفیت خدمات الکترونیک سازمان‌های خدمت‌رسان عمومی با سه مفهوم کاهش ترافیک، کاهش آلودگی هوا و سود بردن جامعه شناسایی و تایید شد. وفاداری و رضایت مشتریان برای جامعه: باتوجه به اینکه مفهوم مورد نظر بسیار شفاف می باشد زیر مجموعه ای در نظر گرفته نشد.

منابع

شاددل، لیا، و خوارزمی، امیدعلی. (۱۳۹۵). ارزیابی عوامل اثرگذار بر پذیرش خدمات الکترونیک توسط شهروندان شهر مشهد. جغرافیا و توسعه فضای شهری، ۳ (پیاپی ۴)، ۸۵-۱۰۴.

قره‌چه، منیژه؛ اخوان خرازیان، مریم؛ احمدی، محمدحسن. (۱۳۹۳). تبیین و ارزیابی الگوی وفاداری رضایت از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی، مطالعات مدیریت راهبردی، ۵ (۱۸): ۱۵۳-۱۳۳.

منصوری، حسین، و غفورنیا، محمد. (۱۳۹۹). تجزیه و تحلیل عوامل و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه کیفیت خدمات الکترونیک: مطالعه‌ای در بخش‌های دولتی و خصوصی صنعت بانکداری. تحقیقات بازاریابی نوین، ۱۰ (۱۱) (پیاپی ۳۶)، ۱۲۸-۱۰۵.

میرزایی فر، مهتاب، عبدالوند، محمدعلی، حیدرزاده، کامبیز، و خون سیاوش، محسن. (۱۴۰۰). بازاریابی سازه مفهومی کیفیت خدمات خود سرویس الکترونیک بانکی با رعایت اصول اخلاقی برای مصرف‌کننده آسیب‌پذیر. اخلاق زیستی، ۱۱ (۳۶)، ۰-۰.

Demir, A., Maroof, L., Sabbah Khan, N. U., & Ali, B. J. (2021). The role of E-service quality in shaping online meeting platforms: a case study from higher education sector. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 13(5), 1436-1463.

Ginting, Y., Chandra, T., Miran, I., & Yusriadi, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*, 7(1), 329-340.

Haryono, T., Setiawan, A. I., Wahyudi, L., & Amperawati, E. D. (2024). E-Trust and E-Service Quality on E-Loyalty: Role of E-Satisfaction and Customer Privacy. *Journal of Ecohumanism*, 3(4), 3130-3143.

ابراهیمی، کریم، آذر، عادل، و چیت‌سازیان، علیرضا. (۱۳۹۹). طراحی مدل سنجش کیفیت خدمات دولت الکترونیک مورد مطالعه: دفاتر پیشخوان دولت. مدیریت تولید و عملیات، ۱۱ (پیاپی ۲۰)، ۸۹-۱۰۹.

اجل افشار، شهلا، مرادی، سعید، آسایش، فرزاد، نادعلیزاده، فاطمه، بیراتی، فرح، محمودیان، ریحانه، و سرحدی، داریوش. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر نظام جبران خدمات بر جذب و نگه‌داشت نیروی انسانی متخصص در حوزه الکترونیک (مورد مطالعه: دفاتر خدمات الکترونیک شهرداری منطقه ۲ تهران). اکتشاف و پردازش هوشمند دانش، ۱۱ (۱)، ۵۶-۶۹.

اسماعیلی، علی. (۱۴۰۱). کیفیت خدمات دولت الکترونیک و تأثیر آن بر شفافیت و ارتقای سلامت سازمانی (مطالعه موردی: سازمان امور مالیاتی شهرستان تبریز). همایش ملی ارتقای شفافیت.

تقوی فرد، محمدتقی، حنفی زاده، پیام، بامداد صوفی، جهانیار، و یوسف‌وند، اکبر. (۱۳۹۸). مدل پذیرش خدمات الکترونیک سلامت. آموزش و سلامت جامعه، ۷ (۱)، ۵۱-۵۸.

جوکار، محمود، حسن پورقروچچی، اسماعیل، محبی، سراج الدین، و احمدی، فایق. (۱۳۹۹). بررسی اثرگذاری رعایت اصول اخلاقی بر کیفیت خدمات مدیریت زنجیره تأمین در گمرک الکترونیک از منظر رضایتمندی مشتریان (مطالعه موردی: گمرک شهید رجایی). اخلاق زیستی، ۱۰ (۳۵)، ۰-۰.

سیف‌الهی انار، ناصر. (۱۴۰۱). تأثیر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک بر وفاداری الکترونیکی مشتریان در زمان همه‌گیری ویروس کرونا با نقش میانجی رضایت و اعتماد مشتریان. صنعت لاستیک ایران، ۲۶ (۱۰۶)، ۹۴-۱۰۸.

- Kassim, M., & Mujinga, M. (2024). Service Quality and Security in Ugandan E-Banking: Implications for Customer Satisfaction: A Systematic Literature Review. *Journal of Information Systems and Informatics*, 6(3), 1743-1759.
- Khatoon, S., Zhengliang, X., & Hussain, H. (2020). The Mediating Effect of customer satisfaction on the relationship between Electronic banking service quality and customer Purchase intention: Evidence from the Qatar banking sector. *Sage Open*, 10(2), 2158244020935887.
- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality. *Technology in Society*, 64, 101487.
- Mamakou, X. J., Zaharias, P., & Milesi, M. (2023). Measuring customer satisfaction in electronic commerce: The impact of e-service quality and user experience. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 41(3), 915-943.
- Qalati, S. A., Vela, E. G., Li, W., Dakhan, S. A., Hong Thuy, T. T., & Merani, S. H. (2021). Effects of perceived service quality, website quality, and reputation on purchase intention: The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1869363.
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690.
- Safari, A., Riyanti, A., & Fadli, U. M. D. (2024). The Influence of Electronic Service Quality on Customer Satisfaction with Brand Trust as a Moderating Variable. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2).

Designing a Model for Improving the Quality of Electronic Services of Public Service Organizations (Study case of Social Security Organization)

Seyyed Ahmad Mousavi¹ , Naser Mirsepasi^{2*} , Heidar Torani³ , Mojtaba Kiani⁴

Abstract

The purpose: This research is to design a model for improving the quality of electronic services of public service organizations studied in the Social Security Organization. This qualitative research is applied-developmental, cross-sectional and positivist in terms of its purpose. The number of participants (academic and organizational experts) was 35 people, who were selected using the snowball method and semi-structured and in-depth interviews were conducted using the data-based strategy (Strauss and Corbin), coding, re-focusing and selection, and a paradigmatic model was developed. Findings: Encouraging governments and service-oriented organizations to use electronic services, providing and processing the model with the aim of measuring the quality improvement and development of services, ultimately satisfying stakeholders. Results: This model includes the components of causal conditions (cost savings, perceived convenience, customer needs management, functional quality, perceived value, savings) - the central category (improving the quality of electronic services, public service organizations). Contextual conditions (accessibility, community conditions, experience of using services). Strategies (customer orientation, innovation orientation, extensive advertising, web features). Intervening conditions (customer attitudes, risk-taking, mental image). Consequences (organizational innovation, employee outcomes, benefits of improving the quality of electronic society).

1- Ph.D student of the Department of Public Administration, Organization Behavior Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2*- Professor of the Department of Public Administration, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran
www.n.mirsepasi@srbiau.ac.ir

3- Professor, Department of Educational Management, Research Institute of Education Studies, Tehran, Iran

4- Assitant Professor of Public Administration Department, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran .