

# Kanaalsturing

*Kanaalsturing: Een inventarisatie van de attitudes van burgers in de gemeente 's-Hertogenbosch ten opzichte van sturing in het kanaalkeuzegedrag*



**Telematica**  
*Instituut*



's-Hertogenbosch



**Universiteit Twente**  
*de ondernemende universiteit*

# Kanaalsturing

*Kanaalsturing: Een inventarisatie van de attitudes van burgers in de gemeente 's-Hertogenbosch ten opzichte van sturing in het kanaalkeuzegedrag*

Afstudeerscriptie Peter Jansen voor de opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap  
Universiteit Twente, Enschede

In opdracht van de gemeente 's-Hertogenbosch en het Telematica Instituut

13 oktober 2008

Afstudeercommissie  
Drs. W.J. Pieterse  
Dr. T.M. van der Geest

## Samenvatting

Technologische ontwikkelingen in de jaren 90 hebben er voor gezorgd dat het scala aan dienstverleningskanalen is uitgebreid met bijvoorbeeld websites en e-mail. De overheid heeft hier dankbaar gebruik gemaakt door informatie en overheidsdiensten elektronisch aan te bieden. Ondanks de voordelen voor zowel de overheid (kostenbesparing) en de burger (thuis overheidsdiensten kunnen afnemen op een zelfgekozen moment), wordt voorsnog niet in de mate gebruik gemaakt van elektronische overheidsdiensten als de overheid zou willen. De vraag voor de overheid is wat nodig is om de burger naar het internet te laten bewegen voor het afnemen van overheidsdiensten.

Voor de gemeente 's-Hertogenbosch is in deze explorerende studie onderzocht of de burger mogelijk gestuurd kan worden in de kanaalkeuze bij het afnemen van overheidsdiensten. Bij het onderzoek zal worden onderzocht of dit mogelijk kan geschieden door het inzetten van algemene gedragssturingsinstrumenten. Uit de theorie die in deze scriptie is gebruikt, zijn er een vijftal sturingsinstrumenten te onderscheiden. Deze sturingsinstrumenten komen voort uit twee toepassingen uit zowel de overheidsliteratuur als literatuur uit de private sector. Deze toepassingen zijn het gedragssturingmodel van Van der Doelen (1989) en de Marketingmix van McCarthy (1960). De vijf mogelijke kanaalsturingsinstrumenten die uit deze toepassingen te onderscheiden zijn, zijn de volgende:

- *Communicatief sturingsmodel/Promotie*: Sturing door middel van informatieoverdracht tussen de overheid en de burger. Dit kan geschieden door middel van bijvoorbeeld PR of de massamedia.
- *Juridisch sturingsmodel*: Sturing door middel van wetten en regels, zoals het verplicht stellen van de elektronische belastingaangifte voor bedrijven.
- *Product*: Sturing door onderscheid te maken in producteigenschappen, zoals een kwaliteitsverbetering bij diensten via bepaalde kanalen.
- *Plaats*: Sturing door middel van de manier van afname en plaats van afname. Deze manier van sturing kan geschieden door bijvoorbeeld bepaalde kanalen moeilijk bereikbaar te maken.
- *Economisch sturingsmodel/Prijs*: Sturing door middel van economische prikkels, zoals het verhogen of verlagen van tarieven door middel van subsidies of heffingen.

Een belangrijke conclusie van Van der Doelen (1989) bij het toepassen van sturing, was dat de effectiviteit van de gedragssturingmodellen afhankelijk is van de context waarin hij wordt gebruikt. In deze scriptie zal worden onderzocht of sturing kan worden ingezet bij het kanaalkeuzegedrag van de burger. De hoofdvraag voor dit onderzoek luidt:

*Wat is de attitude van de burger ten opzichte van het toepassen van (kanaal)sturingsinstrumenten door de gemeentelijke overheid?*

Voor het onderzoek in de gemeente 's-Hertogenbosch naar de mogelijkheid van het inzetten van kanaalsturingsinstrumenten is gebruik gemaakt van interviews voor een kwalitatief onderzoek (N=15) en vragenlijsten voor een kwantitatief deel (N=2.095). De vragenlijsten zijn deels elektronisch (N=1937) en deels schriftelijk (N=158) afgenomen.

---

### ***Resultaten, conclusies en aanbevelingen***

Voordat de burger mogelijk gestuurd kan worden in de richting van het internet, is er bij de respondenten internetpenetratie en ervaring met het internet noodzakelijk. Uit het onderzoek is gebleken dat de er een hoge internetpenetratie is (95,3%) en dat de burgers zich vrij ervaren beoordelen (86,5% beoordeeld zichzelf als ervaren tot zeer ervaren). Vervolgens kunnen naar aanleiding van de vragenlijsten en interviews een aantal conclusies worden getrokken met betrekking tot de kanaalvoorkeur en kanaalgebruik van de burger, de attitude van de burger ten opzichte van online overheidsdienstverlening en de attitude ten opzichte van (kanaal)stuuringsmethoden.

#### *Kanaalvoorkeur en kanaalgebruik bij de burger*

De kanaalvoorkeur is een goede voorspeller voor de intentie om een kanaal te gebruiken. Uit het onderzoek is gebleken dat er een discrepantie bestaat tussen de kanaalvoorkeur en daadwerkelijk kanaalgebruik. De kanaalvoorkeur bij het afnemen van zowel gemeentelijke overheidsdiensten en landelijke overheidsdiensten ligt bij de website en de e-mail. De kenmerken die waarschijnlijk bepalend zijn voor de kanaalkeuze zijn de snelheid om in contact te komen met de overheid, het gebruiksgemak en de kosten van het kanaalgebruik. Ondanks de voorkeur voor de website en de e-mail, wordt de balie echter vooralsnog veelvuldig gebruikt. De reden dat de burger gebruik maakt van de balie is omdat er in vele gevallen geen andere mogelijkheden zijn en omdat men een kanaalkeuze niet bewust maakt. Wanneer de burger geen gebruik *kan* maken van een dienstverleningskanaal, aangezien de dienst niet wordt aangeboden, is het niet mogelijk dat de intentie zal worden omgezet in daadwerkelijk gedrag.

- Aanbevolen kan worden om de dienstverlening via de websites uit te beiden. De uitbreiding van het dienstenaanbod moet hierbij worden gericht op de behoeften van de burger.

#### *De attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening*

De respondenten zijn zeer positief over het gemak van de gemeentelijke website. De website is in de ogen van de burger gemakkelijk in het gebruik, maakt communicatie met de organisatie eenvoudig en de informatie op de website is goed te begrijpen. Naast het gemak is in het onderzoek tevens gekeken naar de mogelijkheden van de website. De respondenten denken goed op de hoogte te zijn van het dienstenaanbod van de gemeente, al is het mogelijk dat de burger niet daadwerkelijk de kennis heeft van het elektronische dienstenaanbod aangezien men zichzelf inschat. De respondenten geven wederom aan dat het dienstenaanbod vooralsnog te klein is.

- Aanbevolen kan worden dat wanneer de burgers toch moeite hebben met het afnemen van elektronische overheidsdiensten, zij worden geleerd hoe zij hiermee moeten omgaan. Op deze manier ervaart de burger de snelheid van het contact en het gebruiksgemak.

#### *De attitude ten opzichte van (kanaal)stuuringsmethoden*

Uit het onderzoek kan worden geconcludeerd dat de burger juridische sturing absoluut geen goede methode vindt. Sturing door middel van juridische instrumenten, zoals wetten en regels, hebben in de ogen van de burger een té dwingend karakter. Daarnaast wil de burger niet dat bepaalde dienstverleningskanalen minder toegankelijk worden gemaakt (sturing door plaats) en dat de tarieven bij het afnemen van diensten via bepaalde kanalen verhoogd worden.

De mogelijkheden die de burgers wél positief beoordelen zijn het verbeteren van de kwaliteit van de diensten (product) die worden aangeboden en men geeft aan dat de burger meer moet

---

worden gewezen op de mogelijkheden van de website (communicatie). Dit stuit op een tweetal tegenstellingen, aangezien de respondenten tevens aangeven dat men op de hoogte is van het aanbod en dat de overheidsdiensten via het internet gemakkelijk zijn.

Naast het verbeteren van de diensten en het communiceren over de mogelijkheden, wil de burger graag dat het aantal diensten via het internet wordt uitgebreid (product). Daarnaast ziet de burger prijsdifferentiatie tevens als een mogelijkheid, maar dit zal enkel mogen geschieden wanneer de prijs via het internet wordt verlaagd, al ontvangt deze vorm van prijsdifferentiatie enige tegenstand. De respondenten zijn principieel vrij negatief over prijsdifferentiatie. Men geeft aan dat zij het oneerlijk vinden wanneer voor een bepaald kanaal een hoger tarief geldt dan voor een ander kanaal. Wanneer de overheid een eenmalige korting verstrekt bij het afnemen van elektronische overheidsdiensten, heeft men minder problemen met prijsdifferentiatie.

Wat betreft het inzetten van kanaalsturingsmethoden zijn er enkele aanbevelingen:

- Zoals eerder aangegeven zal het dienstenaanbod moeten worden uitgebreid. Daarbij zal het aanbod moeten worden toespitst op de wensen van de burger.
  - Vereenvoudig de websites zo veel mogelijk, waardoor overheidsdiensten gemakkelijk af te nemen zijn.
  - De gemeente moet communiceren over de mogelijkheden van de website.
  - Verlaag voor de burger éénmalig de tarieven voor een overheidsdienst wanneer deze via de website wordt afgenomen.
-

---

# Inhoudsopgave

## Samenvatting

<b>1. Inleiding</b>	<b>1</b>
<b>2. Aanleiding</b>	<b>3</b>
2.1 Doelstellingen kanaalsturing	5
2.2 Gemeente 's-Hertogenbosch	6
<b>3. Theoretisch kader</b>	<b>7</b>
3.1 Gedrag	7
3.2 Voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening	10
3.3 Knelpunten bij het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening	12
3.4 Kanaalvoorkeur en kanaalgebruik bij de burger	13
3.5 Kanaalsturing	16
3.5.1 Sturingsmodel van Van der Doelen (1989)	17
3.5.2 Marketingmix	23
3.5.3 Totaal aan kanaalsturingsinstrumenten	25
<b>4. Onderzoeksopzet</b>	<b>26</b>
4.1 Interviews	27
4.1.1 Procedure interview	28
4.1.2 Respondenten interview	29
4.2 Vragenlijsten	29
4.2.1 Procedure vragenlijst	34
4.2.2 Respondenten vragenlijst	35
4.2.3 Data-analyse vragenlijsten	35
<b>5. Resultaten</b>	<b>37</b>
5.1 Kenmerken van de respondenten	37
5.1.1 Vergelijking steekproef met de populatie	37
5.1.2 Wegingsfactoren	38
5.2 Voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening	38
5.2.1 Internetpenetratie	39
5.2.2 Ervaring met het internet	39
5.2.3 Kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening	39
5.3 Attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening	42
5.4 Kanaalvoorkeur, kanaalgebruik en kanaalkeuzefactoren	43
5.4.1 Kanaalgebruik en kanaalvoorkeur bij de burger	44
5.4.2 De redenen waarom de burger het stadskantoor bezoekt voor overheidsdiensten	47
5.4.3 De kanaalkeuzefactoren die voor de burger het meest van belang zijn	48

---

---

5.5 Welk instrument voor kanaalsturing is in de ogen van de bevolking het meest geschikt om de burger naar het internet te sturen voor overheidsdienstverlening?	50
5.6 De attitude van de burgers in 's-Hertogenbosch ten opzichte van het toepassen van prijsdifferentiatie door de overheid	58
<b>6. Conclusies</b>	<b>63</b>
6.1 Voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten	63
6.1.1 Internetpenetratie	63
6.1.2 Ervaring met het internet	64
6.1.3 Kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening	64
6.2 Attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening	65
6.3 Kanaalvoorkeur, kanaalgebruik en kanaalkeuzefactoren	65
6.3.1 Welke communicatiekanalen prefereren en gebruiken de burgers voor dienstverlening met de overheid?	65
6.3.2 Kanaalkarakteristieken die voor de burger het meest van belang zijn	67
6.4 Beoordeling van de vijf kanaalsturingsinstrumenten	68
6.5 De attitude van de burgers in 's-Hertogenbosch ten opzichte van prijsdifferentiatie	71
6.7 Eindconclusie	72
<b>7. Discussie</b>	<b>74</b>
7.1 Onderzoeksmethode	74
7.2 Bevindingen	74
7.4 Bijdrage aan de theorie	76
<b>8. Aanbevelingen</b>	<b>77</b>
8.1 Attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening in de gemeente 's-Hertogenbosch	77
8.2 Kanaalgebruik en kanaalvoorkeur van de burger	77
8.3 Kanaalkeuzefactoren die voor de burger van belang zijn	78
8.4 De meest geschikte sturingsinstrumenten in de ogen van de burger	78
8.5 Attitude ten opzichte van Prijsdifferentiatie	79
<b>Referenties</b>	<b>81</b>
Bijlage I Interviewschema	
Bijlage II Vragenlijst digipanel	
Bijlage III Vragenlijst balie stadskantoor 's-Hertogenbosch	
Bijlage IV: Vragen met betrekking tot de website opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding	
Bijlage V: De kanaalkeuzefactoren die voor de burger het van belang zijn	
Bijlage VI: Eigenvalues bij de factoranalyse	
Bijlage VII: Vragen met betrekking op kanaalsturing opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding	
Bijlage VIII: Vragen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding	

---

## 1. Inleiding

In het midden van de jaren 90 is de overheid begonnen met het implementeren van haar diensten en informatie voor de burgers via websites. De activiteiten van de burger op de overheidswebsites zijn met name het zoeken van informatie, het aanleveren van informatie en het bestellen van producten en diensten (Bongers, Holland, Vermaas & Vandeberg, 2004). Voor de overheid zou het aanbieden van elektronische dienstverlening moeten zorgen voor efficiëntie (kostenbesparing door minder fysiek contact), grotere effectiviteit (minder moeite voor de burger en de burger is beter te bereiken) en klantvriendelijkheid (geen beperking meer in plaats en tijd) (Programma Overheidsloket 2000, 2000).

Vooralsnog ligt het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening in Nederland achter op het gebruik in omliggende landen (Van Dijk & Van Deursen, 2006). Men maakt in Nederland voor overheidsdienstverlening veelvuldig gebruik van de traditionele kanalen, zoals de balie of de telefoon. Volgens Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) is er de intentie bij de burger om het internet te gebruiken voor online overheidsdienstverlening, maar deze intentie wordt niet uit zichzelf omgezet in autonoom gebruik van de diensten via de website.

Dat de intentie van de burger zich niet automatisch omzet in gedrag is een signaal dat het gebruik van elektronische diensten niet zondermeer autonoom groeit. Het Telematica Instituut en de gemeente 's-Hertogenbosch zijn op zoek naar een methode waarmee de burger kan worden verleid meer gebruik te maken van het meest kostenefficiënte dienstverleningskanaal (in de meeste gevallen het internet). Om de kanaalkeuze van de burger te, zal in deze scriptie worden onderzocht of algemene gedragssturingsinstrumenten kunnen worden ingezet. De vraag is óf de burger te sturen is door een gedragssturingsinstrument en zo ja, door welke?

Aangezien er tot dusver geen onderzoek is gedaan naar het inzetten van gedragssturingsinstrumenten bij de kanaalkeuze van de burger, zal deze scriptie een exploratief karakter hebben. Deze studie kan een opzet zijn voor het implementeren van kanaalsturingsinstrumenten in de praktijk of een handvat zijn voor verscherpte hypotheses in vervolgonderzoek.

Voordat de overheid mogelijk de burger kan sturen door middel van kanaalsturingsmethoden, zal moeten worden nagegaan waarom de gebruiksententie niet wordt omgezet in daadwerkelijk gebruik. Volgens de Theory of Planned Behavior [TPB] (Ajzen, 1991) is de intentie om een gedrag te vertonen (internetgebruik voor dienstverlening) een indicatie van hoeveel moeite men wil doen om het gedrag te vertonen. Hoe sterker de gedragsintentie, hoe meer verwacht kan worden dat het gedrag daadwerkelijk wordt vertoond. De gedragsintentie is volgens Ajzen een belangrijke voorspeller voor het uiteindelijke gedrag. Het verschil tussen de intentie om gebruik te maken van de elektronische overheidsdiensten en het daadwerkelijke gebruik kan verschillende oorzaken hebben. Een eerste oorzaak kan volgens Van Dijk en Van Deursen (2006) zijn dat het dienstenaanbod niet aansluit op de behoeften van de burger. Daarnaast kan een tweede factor zijn dat de burgers mogelijk niet weten welke diensten elektronisch verkrijgbaar zijn. Als derde factor noemen Van Dijk et al. (2006) de attitude ten aanzien van elektronische dienstverlening. De attitude ten opzichte van een gedrag (gebruik van elektronische dienstverlening) is volgens de TPB van Ajzen (1991) een belangrijke determinant bij de intentie om een gedrag te vertonen.



Het hoofddoel van deze scriptie is het inventariseren van de attitudes van de burger ten opzichte van een aantal uit de literatuur afgeleide sturingsinstrumenten. De focus zal hierbij liggen op sturing door middel van economische instrumenten. De keuze voor deze focus is gemaakt aangezien de gemeente 's-Hertogenbosch de mogelijkheden wil inventariseren voor het toepassen van prijsdifferentiatie als kanaalsturingsmiddel.

Voor het onderzoek zal gebruik worden gemaakt van interviews en vragenlijsten die worden afgenomen in de gemeente 's-Hertogenbosch. In de interviews en vragenlijsten zullen de voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening, de knelpunten, kanaalvoorkeur en (kanaal)sturing uitvoerig aan bod komen. Aan de hand van de uitkomsten van de vragenlijsten zullen aanbevelingen worden gedaan over de manier hoe de gemeentelijke dienstverlening verbeterd kan worden en of beleidsinstrumenten kunnen worden ingezet voor kanaalsturing.

### ***Leeswijzer***

Voordat kanaalsturing (§3.5) daadwerkelijk aan bod komt, zal allereerst de aanleiding van het onderzoek aan bod komen (Hoofdstuk 2). De aanleiding wordt gevolgd door een theoretisch deel. In het theoretische gedeelte worden achtereenvolgens het gedrag van de burger besproken (§3.1), gevolgd door de voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening (§3.2), de knelpunten bij het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening (§3.3) en de kanaalvoorkeur en het kanaalgebruik van de burger (§3.4). Na het theoretisch kader zullen in hoofdstuk 4 de methode van onderzoek aan bod komen, gevolgd in hoofdstuk 5 door de resultaten, conclusies in hoofdstuk 6, discussie in hoofdstuk 7 en ten slotte in hoofdstuk 8 de aanbevelingen voor de overheid.

## 2. Aanleiding

Het Telematica Instituut (TI) doet samen met een groot aantal Nederlandse overheids- en onderzoekspartijen, waaronder de Universiteit Twente, onderzoek naar kanaalvraagstukken in het project “Kanalen in Balans”. Binnen dit project wordt het multichannelvraagstuk onderzocht vanuit de perspectieven *Klant*, *Organisatie* en *Architectuur*. Een belangrijk dienstverleningskanaal bij multichanneling is het internet. Vooral nog wordt volgens de overheden door de burger te weinig gebruik gemaakt van elektronische overheidsdiensten, ondanks dit het Programma Overheidsloket 2000 [OL2000) een aantrekkelijk communicatiemiddel is voor zowel de burger als de overheid. Volgens het programma, waar de realisatie van een één-loket gedachte centraal staat, is dienstverlening via het internet efficiënt voor de overheid en klantvriendelijk voor de burger. In deze paragraaf zullen de voordelen voor beide partijen worden besproken om te laten zien wat elektronische dienstverlening zo aantrekkelijk maakt.

### Voordelen van het gebruik van het internet voor de overheid

Wanneer er op grote schaal gebruik wordt gemaakt van elektronische overheidsdienstverlening is het waarschijnlijk dat de kosten voor de overheid zullen dalen. Volgens berekeningen van de Canadese Belastingdienst kan bijvoorbeeld de belastingaangifte, een transactie via het internet, gemiddeld 20 keer goedkoper worden afgehandeld dan via persoonlijk contact (CCRA, 2005). Het is wel noodzakelijk dat er op grote schaal gebruik gemaakt zal worden van de elektronische diensten. Wanneer de overheid hoge ontwikkelkosten heeft van een elektronisch dienstverleningssysteem, zullen vele ‘goedkope contacten’ deze hoge kosten moeten compenseren. Een goedkoop contact via het internet kan daarnaast voor de overheid duur uitvallen wanneer de burger alsnog gebruik moet maken van een ander dienstverleningskanaal. De kanalen moeten goed op elkaar zijn afgestemd. Bij een goede afstemming van de kanalen, zouden overheidsdiensten volgens Ebbers, Pieterse en Noordman (2007) niet gepusht moeten worden door elk dienstverleningskanaal, maar door het meest geschikte kanaal. Wanneer de burger vraag heeft naar een dienst, zal voor deze dienst het juiste dienstverleningskanaal moeten worden open gesteld. Volgens Pieterse et al. (2007) wordt voor complexe diensten veelal nog de balie gebruikt en het internet wordt gebruikt voor de minder complexe diensten zoals aangifte, zoeken van informatie of het invullen en verzenden van een formulier.

### Voordelen van het gebruik van het internet voor de burger

De overheid zou zich volgens het actieprogramma OL2000 door middel van het internet klantvriendelijker kunnen opstellen ten opzichte van de burger dan via de traditionele kanalen. Klantvriendelijkheid kan ontstaan doordat de burger vrijer is in het moment dat men gebruik kan maken van de diensten van de overheid. Men kan gebruik maken van een overheidsdienst op het moment dat het de burger zelf uitkomt. Tevens kan de overheid klantvriendelijker worden doordat de burger snel in contact kan komen met de overheid en dat men op één (gemeentelijke) website een grote verzameling van informatie kan vinden.

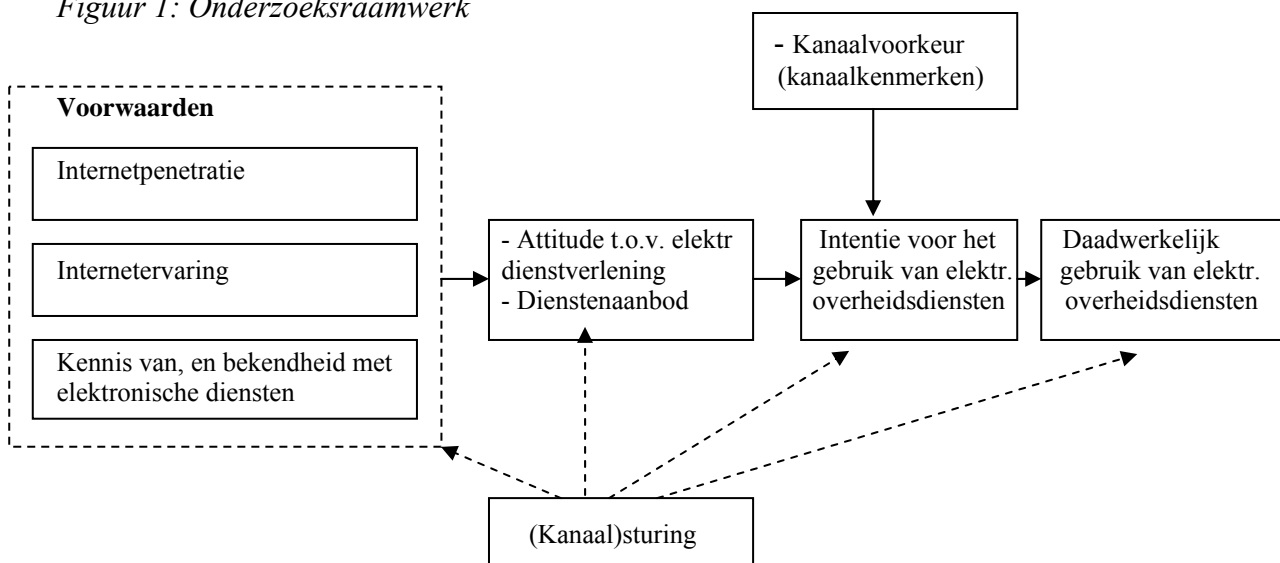
De overheid kan door het plaatsen van overheidsinformatie op het internet, volgens Bongers en Vermaas (2006) naast klantvriendelijker, tevens transparanter worden. Transparantie kan ontstaan wanneer de burger via een website inzage heeft in de persoonlijke gegevens die de overheid beheert. De transparantie en tevens het vertrouwen kunnen vervolgens verder verhoogd worden wanneer de burger zelf haar eigen persoonsgegevens kan beheeren en corrigeren wanneer dit nodig is. Elektronische dienstverlening kent echter niet alleen voordelen voor de burger, maar ook nadelen. Internet is bijvoorbeeld zeer geschikt voor

oriëntatie, evaluatie, transactie en after-sales bij overheidsdienstverlening, maar is niet in staat om de behoefte van de burger het herkennen (Bouwman, 2006). Via de traditionele kanalen kan de overheid de burger efficiënter wijzen op een (potentieel) probleem (Pieterse, 2007).

Uit bovenstaande is gebleken dat door het gebruik van *elektronische* overheidsdiensten drie doelen kunnen worden nagestreefd: kostenefficiëntie, klantvriendelijkheid en transparantie. Gezien de klantvriendelijkheid zou verwacht kunnen worden dat de burger zelfstandig gebruik zou gaan maken van elektronische overheidsdiensten, maar toch is dit niet het geval. Uit onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006) naar het gebruik van elektronische overheidsdiensten, is gebleken dat de intentie er wel is, maar dat het daadwerkelijke gebruik ver achterligt op de gebruiksententie.

Om inzicht te krijgen in het kanaalkeuzegedrag is een vermoedelijk onderzoeksraamwerk opgesteld (figuur 1). Het onderzoeksraamwerk is een exploratieve schets die is gebaseerd op de Theory of Planned Behavior uit de gedragsliteratuur (Ajzen, 1991). Het raamwerk zelf zal niet worden getoetst, maar dient enkel ter inkadering van het onderzoek. De TPB zal verder worden toegelicht in §3.1. Verondersteld wordt dat wanneer de burger een sterke intentie heeft om gebruik te maken van elektronische overheidsdiensten, men hier ook daadwerkelijk gebruik van gaat maken (mogelijk met behulp van sturing).

Figuur 1: Onderzoeksraamwerk



Een eerste deel van het onderzoeksraamwerk bestaat uit een drietal voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Zonder deze voorwaarden is het voor de burger niet mogelijk gebruik te maken van elektronische overheidsdiensten (§3.2). Deze voorwaarden zijn internetpenetratie, internetervaring, kennis van en bekendheid met elektronische diensten (Van Dijk, Hanenburg & Pieterse, 2006). Wanneer de burger aan deze voorwaarden voldoet, zijn er volgens Van Dijk et al. (2006) een tweetal knelpunten waarom de burger vooralsnog geen gebruik maakt van elektronische overheidsdiensten. Dit zijn een negatieve attitude ten opzichte van elektronische dienstverlening en het dienstenaanbod van de overheid (§3.3). Het is waarschijnlijk dat de attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening en de bekendheid van het aanbod, kunnen worden beïnvloed door kanaalsturing (§3.5). Dit kan bijvoorbeeld geschieden door sturing door middel van promotieactiviteiten waarbij de burger wordt gewezen op de mogelijkheden van de (gemeentelijk) website of de e-mail. Daarnaast is het waarschijnlijk dat een sturingsinstrument de intentie voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten en het

daadwerkelijke gebruik ervan kan beïnvloeden. Wanneer de overheid bijvoorbeeld een wet invoert waardoor de burger gebruik móet maken van het internet, zal men hier ook meer gebruik van gaan maken. Daarnaast kan de intentie tevens worden vergroot door de voorkeur die de burger heeft voor een kanaal (§3.4). Wanneer de burger de voorkeur geeft voor een kanaal, is het zeer waarschijnlijk dat men hier tevens gebruik van wil maken. Bovenstaande punten zullen in het theoretische kader worden besproken.

### **2.1 Doelstellingen kanaalsturing**

Bij sturing in de kanaalkeuze is het van belang om te bepalen welke kanalen effectief zijn en hoe klanten efficiënt naar deze kanalen geleid kunnen worden. Het inzetten van een sturingsinstrument zal moeten zorgen voor een gedragsverandering bij de burger op de lange termijn (§3.1). Het onderzoek naar kanaalsturing richt zich op de effecten van aanpassingen in beleidsinstrumenten zoals prijs, promotie en plaats. Hiermee wordt getracht de kanaalkeuze van de burger te beïnvloeden. Bijvoorbeeld: leidt het geven van een korting voor het gebruik van de website voor een bepaalde dienst tot een significante vermindering van het aantal balie- of telefooncontacten?

De hoofdvraag voor dit onderzoek luidt:

*Wat is de attitude van de burger ten opzichte van het toepassen van (kanaal)sturingsinstrumenten door de gemeentelijke overheid?*

Deze hoofdonderzoeksvraag zal in deze scriptie worden opgesplitst in een vijftal deelonderzoeksvragen waarbij de attitude van de burger centraal staat. De attitude is volgens de TPB van Ajzen (1991) een belangrijke determinant voor het vormen van een gedragsintentie. Wanneer de gedragsintentie sterk genoeg is, kan deze vervolgens worden omgezet in daadwerkelijk gedrag.

De eerste deelonderzoeksvraag heeft betrekking op de attitude van de burger ten opzichte elektronische overheidsdienstverlening. Bij de tweede onderzoeksvraag zal worden gekeken naar de kanaalvoorkeur en het kanaalgebruik van de burger. Heeft de burger bij voorbaat al de intentie om gebruik te maken van elektronische overheidsdienstverlening? Bij de derde deelonderzoeksvraag zal worden ingegaan op de kanaalkenmerken die de kanaalvoorkeur van de burger bepalen. Hierbij valt te denken aan de snelheid van het contact, het gemak, de kosten en dergelijk. Vervolgens zijn er 2 deelonderzoeksvragen opgesteld die specifiek op de hoofdvraag zijn gericht. Deze vragen hebben betrekking op de attitude ten opzichte van het inzetten van sturingsinstrumenten (4) en de attitude ten opzichte van het inzetten van prijsdifferentiatie door de overheid (5).

1. Wat is de attitude van de burger ten opzichte van het geheel aan elektronische dienstverlening van de gemeente 's-Hertogenbosch? (attitude ten opzichte elektronische dienstverlening in het onderzoeksraamwerk)
2. Welke dienstverleningskanalen prefereren en gebruiken de burgers voor overheidsdienstverlening? (kanaalvoorkeur in het onderzoeksraamwerk)
3. Welke kanaalkenmerken zijn voor de burger het meest van belang bij de kanaalkeuze voor overheidsdienstverlening? (kanaalvoorkeur in het onderzoeksraamwerk)
4. Welk instrument voor kanaalsturing is in de ogen van de bevolking het meest geschikt om de burger naar het internet te sturen voor overheidsdienstverlening? (kanaalsturing in het onderzoeksraamwerk)
5. Wat is de attitude van de inwoners van de gemeente 's-Hertogenbosch ten opzichte van het toepassen prijsdifferentiatie door de overheid? (kanaalsturing in het onderzoeksraamwerk)

## **2.2 Gemeente 's-Hertogenbosch**

Het onderzoek zal plaatsvinden in de gemeente 's-Hertogenbosch. De gemeente 's-Hertogenbosch heeft 136.500 inwoners en is daarmee de op 14 na grootste stad van Nederland. De inwoners van de gemeente zijn een vrij goede afspiegeling van de gehele bevolking van Nederland.

De gemeente 's-Hertogenbosch wil graag dat de burger meer gebruik gaat maken van elektronische overheidsdienstverlening. Zo tracht de gemeente de gemeentelijk website zo eenvoudig mogelijk en aantrekkelijk te houden, zoveel mogelijk diensten aan te bieden via de website, promoot de gemeente de website in het stadskantoor en wanneer een dienst niet elektronisch wordt aangeboden, bestaat er de mogelijkheid om via de website een afspraak te maken met een ambtenaar. Daarnaast zorgt de gemeente ervoor dat de website goed vindbaar is bij zoekmachines op het internet. Wanneer via Google wordt gezocht naar de trefwoorden 's-Hertogenbosch of Den Bosch, staat de gemeentelijke website als eerste genoemd.

Om de burger gebruik te laten maken van elektronische overheidsdiensten, zal in deze scriptie onderzoek worden gedaan naar een vijftal mogelijke kanaalsturinginstrumenten die vooralsnog in de literatuur als algemene sturingsmethode zijn behandeld. De attitude van de burger zal hierbij centraal staan. De focus zal in het onderzoek liggen op sturing door middel van prijsdifferentiatie. De gemeente 's-Hertogenbosch wil de attitude van de burger omtrent de inzet van prijsdifferentiatie inventariseren om deze vorm van sturing mogelijk in de toekomst te implementeren.

Bij het onderzoek worden respondenten onderverdeeld in demografische factoren zoals geslacht, leeftijd en opleiding. Volgens Van Dijk et al. (2006) hebben verschillende groepen mensen, verschillende keuzes in het kanaalgebruik. Bijvoorbeeld: hebben baliebezoekers een positievere/negatievere attitude ten opzichte van de inzet van sturingsinstrumenten dan websitebezoekers, of denken mannen hier anders over dan vrouwen? Aan de hand van de resultaten uit deze opsplitsing kan mogelijk een manier van sturing worden toegespitst op een bepaalde doelgroep. Wanneer bijvoorbeeld blijkt dat burgers op leeftijd niet bekend zijn met de mogelijkheden van de gemeentelijke website, kan een promotiecampagne worden opgezet voor deze doelgroep.

### 3. Theoretisch kader

Alvorens het onderzoeksraamwerk wordt gespecificeerd, zal in §3.1 worden ingegaan op het gedrag van de burger. In deze paragraaf zal worden gekeken naar de manier waarop gedrag kan ontstaan en op welke wijze gedrag kan worden veranderd. In §3.2 komen de voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten aan bod (Van Dijk et al., 2006). In §3.3 wordt ingegaan op de mogelijke knelpunten volgens Van Dijk et al. (2006), gevolgd door de kanaalvoorkeur en belangrijke kanaalkenmerken die mogelijk invloed hebben op de gebruiksintentie van een kanaal (§3.4). Als laatste zal in §3.5 de inzet van mogelijke kanaalsturingsinstrumenten uit het sturingsmodel van Van der Doelen (1989) en de marketingmix aan bod komen.

#### 3.1 Gedrag

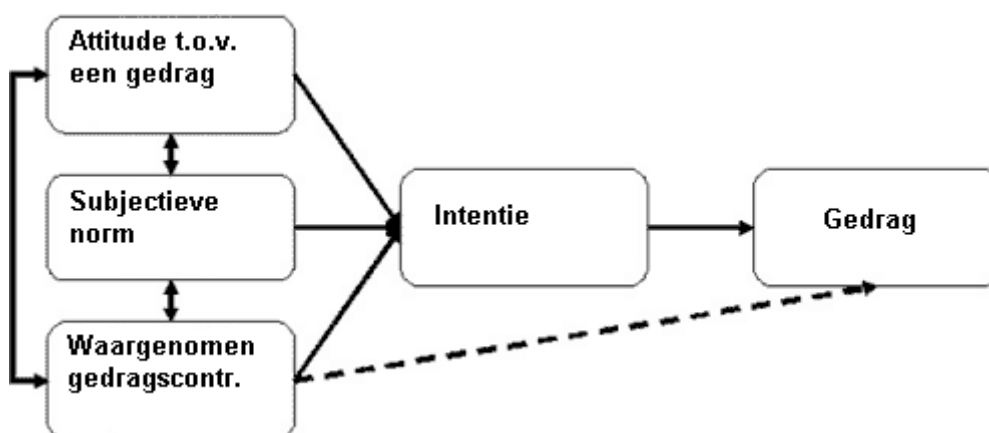
Zoals in de aanleiding is beschreven ligt het gedrag van de burger (gebruik van elektronische overheidsdiensten), achter op de intentie van het gedrag (het voornemen om gebruik te maken van elektronische overheidsdiensten). In deze scriptie zal worden onderzocht wat de voorkeur/intentie van de burger is wat betreft dienstverleningskanalen en van welk dienstverleningskanaal men voorsnog het meest gebruik maakt. Hoe sterker de intentie om een gedrag te vertonen, des te waarschijnlijker is het volgens Ajzen (1991) dat de intentie wordt opgevolgd door het daadwerkelijke gedrag (gebruik van elektronische overheidsdiensten). Volgens de TPB van Ajzen (1991) wordt de kracht van de intentie om een gedrag te vertonen veroorzaakt door een drietal determinanten:

- Attitude ten opzichte van het gedrag: Het gedrag kan in deze scriptie worden bestempeld als het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Wanneer de burger een negatieve attitude heeft ten opzichte elektronische overheidsdienstverlening, is het niet waarschijnlijk dat men er gebruik van gaat maken. De reden dat in deze scriptie met name wordt gevraagd naar de attitudes van de burger, is omdat de attitude een sterke voorspeller is van de gedragsintentie (Ajzen, 1991).
- Subjectieve norm: De subjectieve norm is de perceptie van iemand hoe het gedrag van belangrijke anderen wordt geëvalueerd. Bij de subjectieve norm is het van belang (1) welke verwachtingen en opinies iemand denkt dat andere mensen hebben en (2) in hoeverre dit wordt aangetrokken. In deze scriptie zal verder niet worden ingegaan op de subjectieve norm, aangezien deze in het kanaalkeuzegedrag een minder belangrijke determinant is dan de overige twee.
- Waargenomen gedragscontrole: Volgens Ajzen (1991) verwijst de waargenomen gedragscontrole naar de waargenomen moeilijkheid om een gedrag te kunnen vertonen, oftewel: een zelfbeoordeling of men een bepaald gedrag *kan* vertonen. Wanneer een burger bijvoorbeeld ervaren is met het internet en weet hoe men gebruik kan maken van websites, heeft men een hoge waargenomen gedragscontrole wanneer het gaat om elektronische overheidsdienstverlening.

Wanneer de burger een sterke positieve attitude heeft ten opzichte van elektronische overheidsdiensten, men zich kan meten met de subjectieve norm en een hoge waargenomen gedragscontrole ervaart, is het waarschijnlijk dat de burger een bepaald gedrag zal vertonen.

In modelvorm ziet de TPB van Ajzen er als volgt uit (figuur 2):

Figuur 2: De Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991)



### Gedragsverandering

Het kiezen van een kanaal kan worden gezien als een gedraging. De overheid wil graag dat het kanaalkeuzegegedrag van de burger verandert. Er zou meer gebruik moeten worden gemaakt van de meest kostenefficiënte kanalen. De meest kostenefficiënte kanalen zijn in de meeste gevallen de elektronische kanalen (CCRA, 2005). Gedragsverandering kan volgens Kelman (1958) op een drietal manieren geschieden, namelijk door gehoorzaamheid, identificatie of internalisatie. Deze drie manieren verschillen van elkaar in de mate van het uitoefenen van macht, ruil of socialisatie van de zender (overheid) op een ontvanger (burger) (figuur 3).

Figuur 3: Transacties tussen zender (overheid) en ontvanger (burger). Drie beïnvloedingsmechanismen volgens Kelman (1958)

Tijdshorizon	Zender		Ontvanger	Effectiviteit
korte termijn	<b>macht</b>	↔	<b>gehoorzaamheid</b>	gering
middenlange termijn	<b>ruil</b>	↔	<b>identificatie</b>	redelijk
lange termijn	<b>socialisatie</b>	↔	<b>internalisatie</b>	groot

Bartels (1998) stelt dat de drie beïnvloedingsmechanismen, door een aantal overlappende kenmerken, kunnen worden gekoppeld aan drie vormen van sturing die Van der Doelen (1989) heeft opgesteld. Deze vormen van sturing zijn het juridische sturing, communicatieve sturing en economische sturing (§3.5). De drie beïnvloedingsmechanismen volgens Kelman (1958) met de koppeling volgens Bartels (1998) zullen achtereenvolgens worden uitgewerkt:

- *Gehoorzaamheid*

Gehoorzaamheid kan door de overheid worden afgedwongen door macht uit te oefenen op de burger. Deze dwingende manier is niet vrijwillig en werkt slechts een korte termijn. Wanneer er geen toezicht en controle meer is, zal de gehoorzaamheid ook afnemen. Voor de middenlange en lange termijn is deze manier niet geschikt. Door het dwingende karakter van de uitoefening van macht, kan volgens Bartels (1998) gehoorzaamheid worden gekoppeld aan sturing door middel van juridische maatregelen.

- *Identificatie*

Wanneer twee partijen elkaar aantrekken en er wederzijdse verwachtingen zijn, is er sprake van identificatie. Mensen zijn constant bezig om zichzelf met anderen te vergelijken en willen zich met anderen identificeren. Door de wederkerigheid in verwachtingen kunnen er in de loop der tijd ruilmechanismen ontstaan in de relatie tussen de burger en de overheid. Identificatie is volgens Kelman (1958) geschikt voor beïnvloeding op de middenlange termijn. Volgens Bartels (1998) kunnen identificatie (voor de overheid) en ruil (voor de burger) worden vergeleken met sturing door middel van economische instrumenten. Bartels geeft aan dat transactionele instrumenten (economisch) enkel nut kunnen hebben wanneer mensen en organisaties de mogelijkheid hebben om ruilverhoudingen met elkaar aan kunnen gaan.

- *Internalisatie*

Bij internalisatie is het de bedoeling dat een bepaalde gedragswijze (gebruik van online overheidsdiensten) aansluit bij de normen en waarden van de burgers (Kelman, 1958). De overheid moet volgens dit principe de burger beïnvloeden door middel van socialisatie, oftewel het aanpassen van de burger aan de normen van de samenleving. De burger zou bij socialisatie door bijvoorbeeld voorlichting of nieuwe ervaringen, moeten worden overtuigd dat het meest kostenefficiënte kanaal het beste kanaal is voor de afname van elektronische overheidsdiensten. Wanneer de burger door de overheid is overtuigd, is het waarschijnlijk dat men het internet wil gaan proberen voor het afnemen van diensten. Wanneer een gedrag binnen de normen en waarden van de burger geïnternaliseerd is, kan het gedrag blijvend deel uitmaken in de persoonlijkheid van de burger (Bartels, 1998). Volgens Kelman (1958) is de effectiviteit bij internalisatie groot en zal er gedragsverandering plaatsvinden op de lange termijn. Hierdoor zal men in de toekomst opnieuw gebruik maken van hetzelfde kanaal. Volgens Bartels (1998) valt communicatieve sturing door een ongedwongen communicatief karakter onder socialisatie bij de overheid (zender) en internalisatie bij de burger (ontvanger).

De overheid streeft naar internalisatie bij het afnemen van overheidsdiensten via het internet, waardoor gedragsverandering op de lange termijn plaatsvindt. Bartels (1998) geeft aan dat gedragsverandering in werkelijkheid een kwestie is van beïnvloeding op zowel de korte termijn (macht) als de lange termijn (internalisatie). Om een blijvend omslagpunt in de samenleving te bereiken, moet een verandering op korte termijn ingebed raken in de mentaliteitsverandering op lange termijn (Bartels, 1998). Om een verandering in het gedrag op korte termijn te bewerkstelligen, zou volgens Vlek, Jager en Steg (1997) een gedraging (gebruik van elektronische overheidsdiensten) binnen de behoeften, gedragsmogelijkheden en vermogens van de burger moeten liggen:

- Behoeften van de burger: Het kan zijn dat de burger een grote behoefte heeft aan persoonlijk contact met de overheid. Wanneer de burger graag persoonlijk contact wil met de overheid, zal men de balie blijven gebruiken. Hierop zal worden ingegaan in §3.4)
- Gedragsmogelijkheden van de burger: De overheid zou de diensten moeten aanbieden waar bij de burger vraag naar is. Wanneer niet de juiste diensten worden aangeboden, is het niet waarschijnlijk dat de burger haar gedrag zal aanpassen. Of de overheid de diensten aanbiedt waar de burger om vraagt en of de burger kennis heeft van het dienstenaanbod zullen in de vragenlijst uitgebreid aan bod komen.
- Vermogens van de burger: Wanneer de burger niet in het bezit is van een computer met een internetverbinding of geen ervaring heeft met het internet, wordt het lastig om deze burger te laten werken met online dienstverlening. Hier zal in §3.2 dieper op in worden gegaan.



Wanneer een gedraging aansluit op de behoefte, gedragsmogelijkheden en vermogens van de burger, kan dit worden omgezet in de gedragsintentie op de korte termijn (Vlek, Jager en Steg, 1997) die vervolgens kan resulteren in het daadwerkelijke gedrag. Alvorens een gedrag (gebruik van elektronische overheidsdiensten) kan worden vertoond, moet de burger voldoen aan een drietal voorwaarden (Van Dijk et al., 2006). Deze voorwaarden zullen in §3.2 worden besproken.

### **3.2 Voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening**

Zoals reeds in de inleiding is aangegeven, zou voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening de burger moeten voldoen aan een drietal voorwaarden (Van Dijk et al., 2006). Deze voorwaarden zijn (1) het bezit van een computer met internetverbinding, (2) ervaring met het internet en (3) kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdiensten. In deze paragraaf zal door middel van eerdere onderzoeken worden gekeken of de burger aan bovenstaande voorwaarden voldoet.

#### 1. Het bezit van een computer met internetverbinding

De internetpenetratie is volgens Van Dijk et al. (2006) een belangrijke bepalende factor voor de *intentie* om gebruik te maken van elektronische overheidsdiensten. Uit het onderzoek naar het gebruik van elektronische overheidsdiensten van Van Dijk et al. in 2006, is gebleken dat 75,8% van de respondenten in 2006 reeds in het bezit is van een computer met een internetverbinding. Met zo'n dergelijk hoog percentage is te verwachten dat de internetpenetratie in Nederland geen probleem zal zijn voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten.

De burgers die geen computer met internet gebruiken en hier tevens geen ervaring mee hebben, worden ook wel digibeten genoemd. De digibeten bestaan met name uit ouderen, laagopgeleiden, burgers met een slechte maatschappelijke positie en burgers met weinig computerervaring. Er zijn volgens Van Dijk et al. (2006) een aantal redenen waarom deze mensen geen internet gebruiken. De belangrijkste reden zijn dat men zich te oud vindt (36%), internet niet nodig heeft (35%) en omdat men het internet te moeilijk vindt (12%).

#### 2. Ervaring met het internet

De internetpenetratie ligt zoals hierboven beschreven erg hoog in Nederland, maar naast een groot aantal verbindingen met het internet, is tevens ervaring met het internet noodzakelijk om gebruik te maken van elektronische overheidsdiensten. Zonder vaardigheden weet de burger bijvoorbeeld niet hoe men op de gemeentelijke website kan komen of hoe deze vervolgens gebruikt kan worden. Ervaring met een computer met internet is volgens Van Dijk et al. (2006) nog meer van belang dan internetpenetratie. Waar internetpenetratie een belangrijke factor is voor de *intentie* van het gebruik van het internet, is volgens Van Dijk et al. (2006) ervaring met het internet noodzakelijk voor het daadwerkelijke *gebruik* ervan. Er zijn een viertal vaardigheden waar de burger over moet beschikken om gebruik te kunnen maken van het internet voor overheidsdienstverlening:

- Operationele vaardigheden: Het kunnen gebruiken van hardware en software.
- Informatievaardigheden: Het kunnen zoeken, selecteren en verwerken van bronnen.
- Formele vaardigheden: Het kunnen navigeren tussen websites.
- Strategische vaardigheden: Het kunnen gebruiken van de informatie en services om een doel te bereiken.

In 2006 hebben Van Deursen, Van Dijk en Ebbers (2006) onderzoek gedaan naar het verschil tussen het potentiële gebruik van het internet en het daadwerkelijke gebruik. Uit het onderzoek is gebleken dat de internetvaardigheden van Nederlandse burger niet toereikend zijn voor het gebruik van de overheidswebsites, waardoor de burger op het web met name gebruik maakt van de simpele (informatie)diensten.

In deze scriptie zal mede worden gevraagd hoe vaardig de burger zichzelf met het internet inschat. Wanneer men zich als ervaren beschouwd, heeft de burger de zelfovertuiging om gebruik te kunnen maken van elektronische overheidsdiensten. Volgens Hsu en Chiu (2003) is er een causaal verband tussen de Internet Self Efficacy en intentie voor het gebruik van elektronische diensten. De burger neemt hierbij een grotere gedragscontrole waar (TPB, Ajzen, 1991) dan wanneer men zich niet ervaren inschat. Wanneer men zichzelf niet ervaren inschat, kan dit de intentie van het gebruik van online overheidsdiensten belemmeren, aangezien men een lage gedragscontrole ervaart.

### 3. Kennis van en bekendheid met de mogelijkheden van elektronische overheidsdienstverlening

De gemeente 's-Hertogenbosch tracht een zo groot mogelijk aantal diensten elektronisch aan te bieden, maar wanneer de burger geen weet heeft van de diensten die online worden aangeboden, dan zal van deze diensten geen gebruik worden gemaakt (Van Dijk et al., 2006). Een probleem bij de beoordeling van de bekendheid en mogelijkheid van online overheidsdiensten kan zijn dat mensen vaak iets anders zeggen dan ze in werkelijkheid doen. Men kan wel aangeven goed op de hoogte te zijn van de overheidsdiensten die online worden aangeboden, maar dit hoeft in werkelijkheid niet zo te zijn. Uit het onderzoek van Van Dijk et al. (2006) naar het gebruik van elektronische overheidsdiensten in 2006 is gebleken dat er in Nederland nog maar weinig kennis is van de elektronische diensten die worden aangeboden. Wanneer de burger kennis heeft van de diensten die worden aangeboden via een overheidswebsite, zou dit volgens Van Dijk et al. (2006) een positieve invloed hebben op de intentie en mogelijk gebruik van het internet voor overheidsdienstverlening. Een voorbeeld van de bekendheid van een online overheidsdienst is de online aangifte bij de belastingdienst. In 2006 deed 58,3% van de belastingplichtigen in Nederland aangifte via het internet. Dit percentage ligt wel hoger dan het gebruik van andere overheidsdiensten die online worden aangeboden, maar lager dan de overheid zou willen. Dat het percentage elektronische aangiftes tegenvalt komt volgens onderzoek van Ebbers (2004) door het gebrek aan flexibiliteit van de elektronische dienstverlening, waardoor een doorontwikkeling van de dienstverlening wordt gehinderd. Bij gebrek aan flexibiliteit kan het groeiende mailverkeer niet meer worden afgehandeld zodat de burger meer gebruik maakt van de telefoon. Naast het gebruik van het internet voor de belastingaangifte, worden ook de pagina's van de IB-groep, UWV, CWI, de website van ministeries en DigiD relatief goed bezocht (Van Dijk et al., 2006).

Er is in het verleden dus al onderzoek naar elektronische dienstverlening gedaan voor de landelijke overheid, maar weet de burger in de gemeente 's-Hertogenbosch wat men kan ondernemen op de internetpagina van de gemeente? Uit het onderzoek van Van Dijk et al. (2006) is gebleken dat bijvoorbeeld wél de helft van de burgers weet dat men kan e-mailen met de gemeente, maar de ruime meerderheid (>72%) weet niet zeker of bepaalde diensten wel of niet online beschikbaar zijn. In deze scriptie zal naast de mogelijkheid van kanaalsturing, tevens worden onderzocht of de resultaten in 's-Hertogenbosch een replicatie vormen op het onderzoek van Van Dijk et al. (2006).

### **3.3 Knelpunten bij het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening**

In het onderzoek naar het gebruik van elektronische overheidsdiensten, stuiten Van Dijk et al. (2006) op een tweetal knelpunten, waardoor de burger minder gebruik maakt van online overheidsdiensten dan de overheid zou willen. Deze knelpunten zijn (1) de attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening en (2) het dienstenaanbod van de overheid. In deze paragraaf zullen bovenstaande mogelijke knelpunten aan de hand van literatuur uit het verleden worden uitgewerkt.

#### 1. De attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening.

Volgens Van Dijk et al. (2006) is de attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening een knelpunt waardoor de gebruiksententie van de burger niet wordt omgezet in daadwerkelijk gebruik. De definitie van een attitude die Eagly en Chaiken (1993) geven is: Een psychologische neiging tot uiting van het gedrag door het evalueren van een bepaalde entiteit en de mate van instemmen of niet instemmen. Deze evaluatie bestaat uit cognitieve, affectieve en gedragsfactoren. Een attitude is dus omringd door geloven en gedachten, gevoelens en emoties en de intentie om een gedrag te vertonen. Om een positieve attitude ten opzichte van een object of gedrag (gebruik van elektronische overheidsdienstverlening) te krijgen zou de burger dus kennis moeten hebben van de diensten, zich prettig moeten voelen bij het gebruik van de elektronische overheidsdiensten en de intentie moeten hebben om de elektronische diensten te gebruiken.

Wanneer de website niet gemakkelijk in het gebruik is of niet gemakkelijk te begrijpen is, zal de burger naast een negatieve attitude ten opzichte van de website, tevens een negatieve attitude vormen ten opzichte van het gebruik van de website. Zoals in §3.1 is besproken kan een negatieve attitude ten opzichte van een gedrag, volgens de TPB van Ajzen (1991) resulteren in een lage intentie om het gedrag te vertonen.

#### 2. Dienstenaanbod

Naast een positieve attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening, moet een website de diensten leveren waar bij de burger vraag naar is (Van Dijk et al., 2006). Wanneer via het internet zeer weinig overheidsdiensten kunnen worden afgenomen, dan is het minder vanzelfsprekend dat de burger gebruik zal maken van dit kanaal.

Wanneer de algemene attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening en het dienstenaanbod worden samengenomen, kan de volgende deelvraag worden gesteld:

*Wat is de attitude van de burger ten opzichte van het geheel aan elektronische dienstverlening van de gemeente 's-Hertogenbosch?*

Bij deze vraag zal in het onderzoek worden gekeken naar de attitude ten opzichte van de mogelijkheden (aanbod), het gebruik en het gemak van de website. Aan de hand hiervan kan de gemeente 's-Hertogenbosch beslissen of de pagina mogelijk moet worden aangepast/versimpeld of uitgebreid, waardoor de burger de website beter begrijpt en meer gebruik zal gaan maken van de online overheidsdiensten. Wanneer wordt aangegeven dat men niet bekend is met het aanbod van online diensten, zou de gemeente hierop kunnen inspringen door middel van bijvoorbeeld voorlichting.

### 3.4 Kanaalvoorkeur en kanaalgebruik bij de burger

Wanneer de burger de voorkeur geeft aan een bepaald kanaal, heeft men, mits men aan de voorwaarden voldoet, tevens de intentie om het kanaal te gebruiken. Uit het onderzoek naar het gebruik van elektronische overheidsdiensten van Van Dijk et al. (2006) is gebleken dat de kanaalvoorkeur bij de burger bij de website ligt, maar dat de telefoon en de balie de contactpunten zijn waar de burger het meest gebruik van maakt. Er is dus een discrepantie waar te nemen tussen de kanalen waar de burger de voorkeur aan geeft en de kanalen die de burger gebruik voor overheidsdienstverlening.

In dit onderzoek zal net als bij het onderzoek van Van Dijk et al (2006). worden ingegaan op de dienstverleningskanalen die de burger *prefereert* voor overheidsdienstverlening. Er zal onderscheid worden gemaakt in het kanaalgebruik voor zowel de landelijke- en gemeentelijke dienstverlening. De opsplitsing naar de landelijke overheid kan gebruikt worden om de resultaten te vergelijken met de resultaten uit het onderzoek van Van Dijk et al. uit 2006. Hierdoor kan worden gekeken of er in 2 jaar tijd verschillen zijn ontstaan in de kanaalkeuze en kanaalvoorkeur van de burger. Daarnaast wordt ook gekeken welke kanalen men het meest *gebruikt* voor de dienstverlening van de overheid. Een deelvraag die hierbij kan worden gesteld is:

*Welke dienstverleningskanalen prefereren en gebruiken de burgers voor overheidsdienstverlening?*

Er zijn verschillende dienstverleningskanalen waarlangs de burger met de overheid kan communiceren, zoals de balie, telefoon, website, e-mail en post. Wanneer het gaat om overheidsdiensten, lijkt de Nederlandse burger een echte multi-channeler zijn (Pieterse et al., 2007). De burger maakt niet gebruik van één enkel kanaal, maar meerdere kanalen langs elkaar. Elk dienstverleningskanaal heeft haar eigen kanaaleigenschappen. De kanalen waarlangs de overheid haar diensten aanbiedt zouden moeten worden afgestemd op de keuze van de burger, maar wanneer gebruikt men welk kanaal?

Er zijn verschillende theorieën die aangeven welke factoren invloed kunnen hebben op de kanaalkeuze van de burger. In het vervolg van deze paragraaf zal worden ingegaan op de Media Richness Theory (Daft en Lengel, 1986) die inhaakt op een aantal kanaaleigenschappen die beoordelen of een kanaal 'rijk' is, de Channel Expansion Theory (Carlson & Zmud, 1999) die ingaat op eerdere ervaringen, het Technology Acceptance Model (Davis, 1989) en enkele aspecten uit de marketing. Een deelvraag die bij de kanaalkeuze van de burger kan worden gesteld is:

*Welke kanaalkenmerken zijn voor de burger het meest van belang bij de kanaalkeuze voor overheidsdienstverlening?*

#### Media Richness Theory

Volgens de Media Richness Theory [MRT] van Daft en Lengel (1984, 1986) kunnen dienstverleningskanalen van elkaar verschillen in rijkheid. De rijkheid van een kanaal is gebaseerd op de karakteristieken van het kanaal.

Onderscheid in media rijkheid kan volgens Daft en Lengel (1984) worden gemaakt op grond van:

- De mogelijkheid van directe feedback, waardoor direct duidelijk kan worden gemaakt dat een boodschap ontvangen is.

- Het aantal verschillende signalen dat gebruikt kan worden. Bij verschillende signalen valt te denken aan tekst en non-verbale signalen.
- De mate van personalisatie. Bij personalisatie betreft het een emotionele ondertoon in een boodschap. Een emotie is volgens Daft en Lengel (1986) via face-to-face contact beter over te brengen dan via geschreven media.
- De mate van variatie in de taal. Variatie in taal betreft met name het gebruik van natuurlijke taal. Door middel van natuurlijke taal zijn bijvoorbeeld nuances in een boodschap aan te brengen (Daft & Lengel, 1986). Verbale communicatie is volgens Daft en Lengel natuurlijker dan geschreven media, aangezien hier meer precieze taal nodig is.

Wanneer wordt gekeken naar de vijf dienstverleningskanalen in het onderzoek, heeft de balie in theorie een hoge mate van rijkheid. Door persoonlijk contact met de burger, scoort de balie op elk van de karakteristieken hoog. Daarnaast kan bij de balie gecommuniceerd worden door middel van non-verbale communicatie (Daft en Lengel, 1986). Na de balie scoort de telefoon het hoogst op mediarijkeid. Bij de telefoon is er een direct contact met de burger, waarbij men gevarieerde taal kan gebruiken en feedback direct mogelijk is. De balie en de telefoon worden gevolgd door respectievelijk de website, e-mail en post. De website en e-mail zijn volgens de karakteristieken binnen de MRT minder rijk. Er is geen direct persoonlijk contact tussen de burger en de overheid, waardoor er enige tijd zit tussen de vraag en het antwoord (indirecte feedback). Daarnaast is er bij de website of e-mail geen mogelijkheid voor non-verbale communicatie (Dennis & Kinney, 1998). De balie en telefoon zijn volgens een onderzoek van Bouwman (2006) uitermate geschikt voor evaluatie, transactie en aftersales. De website is zeer geschikt voor oriëntatie, evaluatie, transactie en aftersales en e-mail is geschikt voor behoefteherkenning, oriëntatie, evaluatie en aftersales (Bouwman, 2006).

In deze scriptie zal worden onderzocht of de rijkheid van de media invloed heeft op de kanaalkeuze van de burger of dat mogelijk andere factoren van belang zijn voor de burger bij de kanaalkeuze. De theorie heeft in het verleden aangegeven dat het zeer waarschijnlijk is dat er naast de MRT andere factoren van belang zijn bij de keuze van een dienstverleningskanaal (Pieterse, 2008, Pieterse & Van Dijk, 2007, Carlson & Zmud, 1999, Davis, 1989). Volgens de MRT wordt er bij de kanaalkeuze door de burger een dienstverleningskanaal beoordeeld op vier vaste karakteristieken, maar volgens Fulk, Schmitz en Steinfeld (1990) bestaat de mediarijkeid slechts uit percepties. Het is waarschijnlijk dat er meer karakteristieken invloed hebben op de kanaalkeuze. In deze scriptie zal naast de MRT van Daft en Lengel (1986) tevens worden ingegaan op een aantal andere karakteristieken, namelijk de ervaring met een dienstverleningskanaal, acceptatie van een technologie en enkele factoren uit de marketing.

#### Channel Expansion Theory [CET]

Volgens de CET van Carlson en Zmud (1999) wordt de waargenomen rijkheid beïnvloed door eerdere ervaringen. De perceptie ten aanzien van een kanaal kan veranderen wanneer het kanaal meerdere malen op een lange termijn wordt gebruikt. Er zijn volgens Carlson en Zmud (1999) vier factoren die invloed hebben op de perceptie van de rijkheid die een burger heeft ten aanzien van een dienstverleningskanaal. Deze factoren zijn de volgende:

- Ervaring met een medium
- Ervaring met het onderwerp van het bericht
- Ervaring met de organisatorische context
- Ervaring met andere communicatiedeelnemers

Ervaring met een kanaal is dus volgens Carlson en Zmud (1999) positief gerelateerd aan de MRT. Wanneer de burger ervaring heeft met een dienstverleningskanaal, zal men een 'knowledge base' ontwikkelen. Met deze knowledge base zou de burger 'rijke' berichten effectiever kunnen interpreteren. Gesuggereerd kan volgens Carlson en Zmud worden dat door ervaring een 'arm' kanaal steeds geschikter kan worden voor 'rijke' informatie.

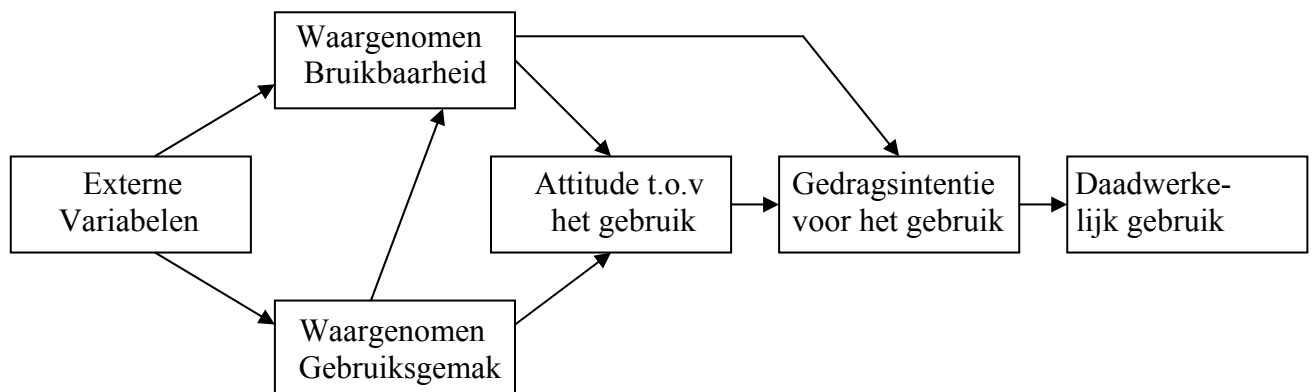
Om de burger meer gebruik te laten maken van het internet, is het volgens de CET belangrijk dat de websites gemakkelijk te gebruiken zijn, zodat de men in staat is ervaring op te doen. Begrijpbaarheid (simpel taalgebruik), vindbaarheid, volledigheid en actualiteit zijn hierbij de sleutelbegrippen.

#### Technology Acceptance Model [TAM]

Wanneer de mediarijkheden slechts uit percepties bestaat (Fulk et al., 1990) en er mogelijk meer factoren van belang zijn bij de keuze van een dienstverleningskanaal, is het succes van elektronische overheidsdienstverlening volgens Pijpers, Van Montfort en Heemstra (2002) afhankelijk van de acceptatie van het internet.

Het TAM van Davis (1989) heeft als doel om algemene determinanten van ICT-acceptatie te verklaren. Deze algemene determinanten zouden volgens Davis het gedrag van de gebruikers van een nieuwe technologie kunnen verklaren. Het TAM heeft een sterk voorspellende en verklarende waarde. Volgens het TAM wordt het werkelijke gebruik van elektronische overheidsdiensten, via de gebruikssintentie van de burger, beïnvloedt door de attitude ten opzichte van het gebruik van het internet (figuur 4).

*Figuur 4: Het Technology Acceptance Model (Davis, 1989)*



De attitude ten opzichte van het gebruik van het internet wordt volgens Davis et al. (1989) bepaald door het waargenomen gebruiksgemak en waargenomen nut die de burger ervaart. De burger maakt immers pas gebruik van een kanaal wanneer men ziet dat men via dat kanaal goed geholpen wordt. Daarbij moet de burger wel weten dat het kanaal niet te moeilijk in het gebruik is en dat het kanaal door de persoon zelf te gebruiken is. Wanneer het kanaal niet door de burger zelf te gebruiken is, of dat men het nut van het kanaal niet inziet, is het volgens Davis zeer onwaarschijnlijk dat het internet als dienstverleningskanaal geaccepteerd wordt. Uiteindelijk bepalen volgens Davis et al. (1989) externe factoren het waargenomen nut en waargenomen gebruiksgemak en bruikbaarheid. Uit het onderzoek van Davis is gebleken dat waargenomen bruikbaarheid en waargenomen nut van een innovatie significant voorspellers zijn op het gebruik van een nieuwe technologie.

*Marketing:*

Naast de MRT en de daaruit afgeleide CET en TAM kan de *marketing* tevens invloed hebben op de keuze van een dienstverleningskanaal. De definitie van marketing is volgens Van Dale: het opstellen van plannen voor de begroting of de handhaving van de afzet. Het opstellen van plannen voor de begroting of de handhaving van de afzet gebeurt niet enkel in de private sector, maar ook in de publieke sector. Aan de hand van marketinginstrumenten is het voor een bedrijf of overheid mogelijk klanten aan te trekken, wat kan resulteren in het verbeteren of handhaven van de afzet. Een aantal instrumenten waarmee de klant kan worden beïnvloed zijn de snelheid van een dienst, de service en de prijs. In de vragenlijst zal worden onderzocht of deze factoren mogelijk invloed hebben op de kanaalkeuze:

- Snelheid van het contact: De snelheid waarmee de burger in contact kan komen met de overheid, kan een belangrijke factor zijn in de kanaalkeuze. Men wil niet onnodig veel tijd kwijt zijn bij het afnemen van een dienst.
- Service: De klant kan in de private sector worden aangetrokken door een goede service. Wanneer een goede service wordt geleverd, is de klant tevreden en is het waarschijnlijk dat hij terugkomt bij het bedrijf. Het is de vraag of dit tevens een belangrijke factor kan zijn in de kanaalkeuze.
- Goedkoopst: Uit de Transaction Cost Theory van Williamson (1991) is gebleken dat de prijs invloed heeft op het keuzegedrag van de burger. Volgens deze theorie, die zal worden besproken in §3.5.2, kiest de burger voor de weg met de minste transactiekosten. De vraag is of de burger nog zoveel gebruik maakt van de balie omdat deze het goedkoopst is, of dat men wat betreft kosten een ander dienstverleningskanaal preferereert.

Gezien in de private sector bovenstaande marketinginstrumenten reeds veelvuldig worden toegepast, zal de werking ervan niet in twijfel worden getrokken. In dit onderzoek zal worden gekeken of de marketinginstrumenten die in de private sector worden gebruikt om klanten aan te trekken, tevens toepasbaar zijn bij het beïnvloeden van de *kanaalkeuze* van de burger.

**3.5 Kanaalsturing**

Uit de resultaten van voorgaande onderzoeken is gebleken dat de burger de voorkeur geeft aan het internet voor overheidsdienstverlening. Wanneer de burger (1) voldoet aan de voorwaarden om gebruik te kunnen maken van online overheidsdienstverlening, (2) het dienstenaanbod van de overheid aansluit op de vraag van de burger en (3) de burger een positieve attitude ten opzichte van elektronische dienstverlening heeft, zou men de intentie kunnen hebben om gebruik te maken van het internet voor overheidsdienstverlening. Toch wordt deze intentie door de burger niet automatisch omgezet in zelfstandig gebruik van elektronische diensten. In deze scriptie zal de mogelijkheid van het inzetten van beleidsinstrumenten worden onderzocht, waarbij sturing in het kanaalkeuzegedrag van de burger centraal staat. Een beleidsinstrument is volgens Van der Doelen (1989) 'al datgene wat een actor gebruikt of kan gebruiken om het bereiken van één of meer doeleinden te bevorderen'. Twee modellen met beleidsinstrumenten zullen in deze scriptie worden besproken en onderzocht:

- Het sturingsmodel van Van der Doelen (1989) uit de publieke literatuur
- De marketingmix van McCarthy (1960) uit de private literatuur

Bovenstaande modellen zullen in §3.5.1 en §3.5.2 nader worden toegelicht. In §3.5.3 zal in het kort het geheel aan mogelijke sturingsmodellen worden besproken.

### 3.5.1 Sturingsmodel van Van der Doelen (1989)

Uit beleidsliteratuur van Hood (1983), Geelhoed (1982), Mitnick (1980) en Kuypers en Glasbergen (1987) zijn in totaliteit een vijftal beleidsinstrumenten te onderscheiden. Deze beleidsinstrumenten kunnen worden gesorteerd in aflopende mate van dwang. Uit bovenstaande literatuur komende de volgende beleidsinstrumenten voort:

- Staatsonthouding (*laissez-faire*, Mitnick, 1980): De overheid heeft wel bepaalde doelen, maar bemoeit zich weinig met de economie. Dit kan volgens Van der Doelen (1989) meer worden gezien als een beleidstype dan een beleidsinstrument.
- Informatieoverdracht: Volgens Geelhoed (1982) is informatieoverdracht de minst dwingende maatregel om de burger te sturen in haar gedrag. Vormen van gedragssturing door middel van informatieoverdracht zijn volgens Bressers en Klok (1987) overreding en voorlichting.
- Prikkels: Volgens Geelhoed (1982) kunnen prikkels worden gezien als financiële prestaties en heffingen. Prikkels kunnen volgens Mitnick (1980) een bepaald alternatief aantrekkelijk maken door het invoeren van belastingen, heffingen of subsidies. Kuypers en Glasbergen (1987) noemen deze prikkels stimulerende beleidsinstrumenten.
- Voorschriften: Volgens Mitnick (1980) kunnen voorschriften worden gebruikt om de burger te dwingen om een bepaald alternatief te gebruiken. Dit kan bijvoorbeeld door het opstellen van bestuursrechtelijke regels en wetten. Kuypers en Glasbergen (1987) typeren de voorschriften als regulerende beleidsinstrumenten.
- Overheidsvoorzieningen: De overheid produceert zelf bepaalde voorzieningen. Hierbij valt te denken aan de belastingdienst. Hood (1983) kenmerkt overheidsvoorzieningen aan de hand van mens en materiaal.

Aan de hand van bovenstaande vijf beleidsinstrumenten, ontwierp Van der Doelen (1989) een beleidsinstrumentatietheorie voor de overheid, waarbij onderscheid wordt gemaakt in sturing in het gedrag van de burger door middel van een drietal sturingsmethoden. Volgens Van der Doelen kunnen staatsonthouding en overheidsvoorzieningen niet worden gezien als een instrument om het gedrag van de burger te veranderen. Staatsonthouding zou niet dwingend genoeg zijn om gedragsverandering te bewerkstelligen en overheidsvoorzieningen zijn enkel voorzieningen en geen sturingsinstrumenten. De volgende drie beleidsinstrumenten worden door Van der Doelen (1989) onderscheiden:

- Communicatief sturingsmodel: Sturing door middel van informatieoverdracht
- Juridisch sturingsmodel: Sturing door middel van voorschriften, waarden en normen
- Economisch sturingsmodel: Sturing door middel van economische prikkels

De driedeling van Van der Doelen (1989) is een veel onderzochte indeling en krijgt tevens steun van politicoloog en econoom Lindblom (1977) die onderscheid maakt in autoriteit (juridisch sturingsmodel), overreding (communicatief sturingsmodel) en ruil (economisch sturingsmodel). Ook socioloog Etzioni (1975) maakt een vergelijkbare driedeling. Etzioni maakt onderscheid in een drietal manieren van sociale beheersing, namelijk fysieke middelen, materiele middelen en symbolische middelen.

Van der Doelen deed in 1989 onderzoek naar het effect van de drie bovenstaande beleidsinstrumenten op het energiebesparingsbeleid van de overheid. Één van de conclusies uit het onderzoek is dat de effectiviteit van een beleidsinstrument niet los kan worden gezien van de context waarin hij is toegepast. In deze scriptie zal worden onderzocht of de algemene beleidsinstrumenten die Van der Doelen onderscheid, kunnen worden toegepast als sturingsmiddel bij de kanaalkeuze voor overheidsdienstverlening van de burger. Tot dusver is er geen onderzoek gedaan naar de *effectiviteit* van gedragssturing op het kanaalkeuzegedrag



van de burger. De drie sturingsvormen die Van der Doelen (1989) in zijn onderzoek heeft onderscheiden zullen in de komende paragraaf worden besproken.

Kanaalsturing door middel van communicatieve instrumenten (informatieoverdracht)

Bij sturing door middel van communicatieve instrumenten is er sprake van sturing door middel van informatieoverdracht (Van der Doelen, 1989). De beïnvloeding door informatieoverdracht kan lopen via bijvoorbeeld de massamedia, overleg, propaganda of voorlichting. Bij het nemen van besluiten door de burger, gaat het bij het communicatieve sturingsmodel om de verhouding tussen kennis en waardering.

*Voorbeeld communicatief sturingsmodel (Sturing door middel van informatieoverdracht):*

*Door de gemeentelijke website te promoten, zal informatieoverdracht plaatsvinden. Wanneer de burger niet weet welke overheidsdiensten via de website verkrijgbaar zijn, is het waarschijnlijk dat zij hier geen gebruik van maken.*

Communicatieve sturing kan van groot belang zijn bij de kanaalkeuze van de burger. Wanneer de burger niet bekend is met welke diensten via de gemeentelijke website wordt aangeboden, zal men geen gebruik maken van deze diensten (Van Dijk et al., 2006). Volgens Van de Peppel en Herweijer (1994) is communicatie geschikt voor gedragsverandering, wanneer er geen ingrijpende veranderingen hoeven plaats te vinden. In deze scriptie zal worden onderzocht of het gebruik van het internet een niet al te grote verandering is, waardoor de burger gestuurd kan worden door middel van communicatie. Een punt van discussie bij het communicatieve sturingsmodel is dat de term 'communicatie' te smal is. Bij het communicatieve sturingsmodel betreft het niet enkel communicatie met de burger, maar ook het verstrekken en (passief) beschikbaar stellen van informatie. Het verstrekken en beschikbaar stellen van informatie kan doorgaans niet worden gezien als een vorm van communicatie. Niettemin zal in deze scriptie de term communicatie worden gebruikt voor een mogelijke kanaalsturing met een informatieve aard.

Voordelen van communicatieve sturing zijn dat het een relatief vrij goedkoop instrument is en daarbij op de korte termijn is toe te passen. Daarnaast ontstaat er een wederzijdse betrokkenheid tussen de burger en de overheid. Door wederzijdse betrokkenheid kan volgens Van der Doelen (1989) een draagvlak ontstaan voor het beleid van de overheid. Naast de kosten en de wederzijdse betrokkenheid is een derde voordeel bij communicatieve sturing dat de communicatieve sturing op korte termijn kan worden toegepast. Het aanbieden van voorlichting, een reclamecampagne of andere communicatieve vormen van sturing zijn doorgaans sneller toe te passen dan veranderingen in product of plaats. Het nadeel van dit model is dat niet altijd de gewenste uitkomsten worden behaald (Van der Doelen, 1989). Van der Doelen concludeerde bij zijn onderzoek dat sturing door middel van informatieoverdracht vaak faalt. Soms heeft voorlichting zelfs een tegengesteld effect. Ze vergroten soms de kennisdoelen, in plaats van dat deze bij de burger worden verkleind. Dit kan komen door onvoldoende middelen en een tekort aan bereidheid en inzicht in het verloop van besluitvormingsprocessen van de burger.

Juridisch sturingsmodel (Van der Doelen, 1989)

Bij het juridische sturingsmodel is er sprake van sturing van de burger door middel van waarden en normen (Van der Doelen, 1989). Bij juridische sturing valt te denken aan planvorming, wet- en regelgeving en beschikkingen.

*Voorbeeld juridisch sturingsmodel (Sturing door middel van waarden en normen): De burger wordt gedwongen gebruik te maken van een bepaald kanaal. Dit kan bijvoorbeeld door het verplichten van een elektronische belastingaangifte, zoals voor ondernemers inmiddels het geval is.*

Bij het nemen van besluiten door de burger, gaat het bij het juridische sturingsmodel om de verhouding tussen moeten en mogen. Over het algemeen heeft het juridische model, in tegenstelling tot het economische en communicatieve sturingsmodel, een dwingend karakter.

Het nadeel van het juridische sturingsmodel is dat het reactief is. Hierdoor loopt de overheid vaak achter de feiten en gebeurtenissen in de maatschappij aan en is men te laat met ingrijpen. Naast het reactiviteit, is het toepassen van juridische sturing tevens zeer prijzig, is het niet geliefd bij de burger en door het invoeren van wetten er regels stijgen de administratieve lasten (Van Woerkum, 1989).

#### *Kanaalsturing door middel van economische instrumenten (economische prikkels)*

Bij economische sturing is er sprake van sturing door middel van economische prikkels (Van der Doelen, 1989). Het gaat hierbij om vrijwillige gedragsprikkels. Subsidies en de heffingen zijn goede voorbeelden van een financiële beïnvloedingsinstrumenten waarmee de burger gestuurd kan worden. De burgers kunnen mogelijk worden beïnvloed door het veranderen van gebruiksprijzen die zowel verhoogt als verlaagd kunnen worden. Bij het nemen van besluiten door de burger gaat het bij het economische sturingsmodel om de verhouding tussen kosten en baten. Het nadeel van deze vorm van sturing is dat het vrij prijzig is. Al zal aan de hand van heffingen geld worden verdiend, zullen net als bij het toepassen van juridische sturing de administratieve lasten stijgen.

De focus van deze scriptie zal liggen op deze economische instrumenten bij sturing van de burger in de kanaalkeuze. De keuze van economische sturing is genomen om drie redenen:

- Verdieping in vijf sturingsinstrumenten in totaliteit is té veelomvattend
- De gemeente 's-Hertogenbosch ziet mogelijkheden in economische sturing en wil deze vorm van sturing mogelijk gaan toepassen
- Naar sturing door middel van economische instrumenten is tot dusver weinig onderzoek gedaan

De verdieping in dit onderzoek naar economische factoren, heeft met name betrekking op het sturen van de burger door middel van prijsdifferentiatie door de overheid. Prijsdifferentiatie kan in deze scriptie worden gezien als het veranderen van gebruiksprijzen, waarbij voor de burgers die online overheidszaken regelen een (financieel) voordeel genieten boven burgers die overheidszaken regelen via de traditionele kanalen.

#### *Voorbeeld economisch sturingsmodel*

*Een burger heeft voor een nieuwe baan een uittreksel van het geboorteregister nodig. Wanneer hij deze zal afnemen aan de balie van het stadskantoor, zal hij €10,80 betalen. Wanneer het uittreksel online (via internet) zal worden afgenomen, betaalt hij voor dezelfde dienst €9,80.*

Prijsdifferentiatie kan volgens Heuvel, Van den Post en Verbeek (1982) om verschillende redenen worden doorgevoerd:

- Tijd: Bij tijd valt te denken aan de kosten van nachtstroom en de kosten voor stroom overdag
- Plaats: Wanneer een bedrijf geen concurrenten in de buurt heeft, dan zal de prijs waarschijnlijk hoger liggen. Een voorbeeld hierbij is een tankstation aan de snelweg waar de prijs van benzine hoger ligt dan in de stad.

- Uitvoering: Wanneer een product optisch nét iets anders is en een gelimiteerde oplage heeft, zal de prijs vaak hoger liggen. Een voorbeeld hierbij is de Nokia 6300 die verkrijgbaar is in een speciale gelimiteerde white edition.
- Traditie: Het is een gewoonte geworden dat er verschil is in de prijs. Hierbij valt te denken aan een 65+-korting of kinderkorting in een pretpark.
- Hoeveelheid: Men krijgt met name in het bedrijfsleven vaak korting wanneer grote partijen tegelijk worden afgenomen.
- Kosten: Via het ene kanaal is het goedkoper om producten aan te bieden dan via de ander. Internetprijzen zijn vaak lager dan de prijzen in de winkel omdat er geen winkelpand en er minder personeel nodig is.

In deze scriptie is de voornaamste reden van het toepassen van prijsdifferentiatie, de kosten per contact met de burger. Door minder fysieke arbeid, kan de overheid bezuinigen op de kosten. De keuze van prijsdifferentiatie als kanaalstuuringsmiddel komt daarbij niet uit de lucht vallen. In verschillende theorieën (Van der Doelen, 1989, Williamson, 1991) wordt beschreven dat verschillen in prijzen invloed kunnen hebben op het gedrag van de mens.

#### *Prijsdifferentiatie in het sturingsmodel van Van der Doelen (1989)*

Prijsdifferentiatie door de overheid kan worden toegepast door middel van een heffing of een subsidie. De heffing kan door de burger worden gezien als een negatieve prikkel aangezien zij moet gaan betalen voor de traditionele kanalen. De subsidie wordt gedefinieerd als een uitgave van de overheid die samenhangt met de activiteiten van een burger. Met een subsidie of heffing tracht de overheid de hoeveelheid en kwaliteit van de activiteiten van de burger te beïnvloeden.

Sommige mensen zien de subsidie als een negatieve belasting. Deze beredenering gaat niet helemaal op. De belasting is namelijk een verplichting en een subsidie een voorrecht. De subsidie zal worden ontvangen als positieve prikkel, aangezien men een voordeel ontvangt wanneer er gebruik wordt gemaakt van de elektronische diensten. Een subsidie zal burgers kunnen sturen om het internet te gaan gebruiken voor het afnemen van een dienst (Van der Doelen, 1989). Maar zou deze subsidie van tijdelijke duur zijn of moet het verschil in prijzen voor altijd worden doorgevoerd? Wanneer een subsidie in de loop der tijd wordt verlaagd, zal dit immers worden gezien als een heffing aangezien de baten voor de burger lager worden.

#### *Prijsdifferentiatie in de Transaction Cost Theory (Williamson, 1991)*

Naast Van der Doelen (1989) heeft Williamson (1991) tevens een theorie ontwikkeld waarbij wordt beweerd dat de prijs invloed heeft op het keuzegedrag van de mens. Het betreft hier de Transaction Cost Theory [TCT]. Bij de TCT is het basisprincipe dat mensen bij hun transactie kiezen voor de manier met de minste transactiekosten. De transactiekosten zijn de kosten van het product inclusief de kosten die de burger maakt voor het zoeken naar informatie, beoordelen van informatie, betalen voor producten, levering van producten en aftersales service (Williamson, 1991). Het internet is wat betreft een groot aantal kosten, zoals telefoonkosten, reiskosten en wachttijd, in transactiekosten goedkoper dan de traditionele kanalen. De burger kan grote stukken informatie downloaden en wanneer er een deugdelijke zoekmachine op de pagina staat is informatie snel te vinden. Dit zal leiden tot een meer positieve evaluatie dan wanneer de informatie of het product met veel moeite zal worden gevonden. Een ander betoog voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten door de burger is volgens Degeratu, Rangaswamy en Wu (2000) dat producten met niet-sensorische attributen (standaard producten zoals een uittreksel geboorteregister) uitermate geschikt voor uitgifte via het internet. Het product hoeft men niet eerst te zien of te voelen, voordat het wordt aangeschaft.

Wanneer de overheid wil dienstverlening via het internet, is het zaak dat de burger de informatie kan vinden die hij nodig heeft. Wanneer dit niet het geval is zullen de transactiekosten oplopen waardoor men alsnog een bezoek moet brengen aan het stadskantoor. Wanneer de ervaring van de burger met de overheidspagina positief is, is het volgens de CET waarschijnlijk dat men zal terugkomen op de pagina voor dienstverlening (Carlson & Zmud, 1999). Naast ervaring speelt onzekerheid volgens Williamson (1991) een belangrijke rol. Mensen die onzeker zijn over de dienst die online wordt aangeboden, zal eerder gebruik maken van de traditionele kanalen. Burgers kunnen in de TCT volgens Williamson (1991) worden beschreven aan de hand van twee gedragsproposities, namelijk gebonden rationaliteit en opportunisme. Deze kunnen worden gekoppeld aan onder andere onzekerheid en complexiteit. Combinaties hiervan kunnen onder meer leiden tot transactieonzekerheden. Er zijn volgens Williamson (1991) een drietal mechanismen opgezet waarmee de transactieonzekerheden bij de burger kunnen worden verminderd en waarmee invloed kan worden uitgeoefend op het gedrag van de burger:

- Het koppelen van bonussen en malussen aan het gedrag van de burger. De overheid kan volgens dit principe kiezen uit een tweetal benaderingen:
  - De burger die het internet raadpleegt voor overheidsdienstverlening kan een bonus/voordeel krijgen ten opzichte van een burger die gebruik maakt van de traditionele kanalen.
  - De burger die de traditionele kanalen raadpleegt voor overheidsdienstverlening kan een malus/nadeel krijgen ten opzichte van een burger die gebruik maakt van het internet als dienstverleningskanaal.
- Het inbouwen van een gespecialiseerde organisatiestructuur die bij een conflict een oordeel kan vellen. Hierbij valt te denken aan een geschillencommissie.
- Het implementeren van een mechanisme, waardoor de burger een effectief instrument heeft om de beheersbaarheid van de dienst te vergroten en hiermee de onzekerheden en risico's kan verminderen.

Het mechanisme uit de TCT (Williamson, 1991) dat in deze scriptie zal worden onderzocht, is het mechanisme waarbij bonussen en malussen worden gekoppeld aan het gedrag. Zo zal de burger bij het gebruik van een website als dienstverleningskanaal met de overheid een bonus krijgen en zal de burger worden 'gestraft' met een malus wanneer zij gebruik maken van de telefoon, balie of post. Dit mechanisme kan worden gezien als een vorm van prijsdifferentiatie. De deelvraag die in het onderzoek met betrekking tot prijsdifferentiatie wordt gesteld is:

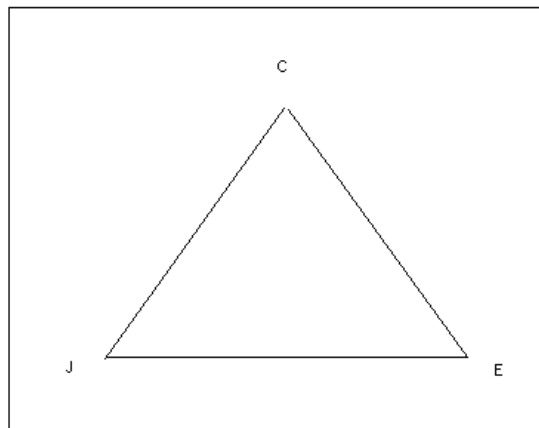
*Wat is de attitude van de inwoners van de gemeente 's-Hertogenbosch ten opzichte van het toepassen prijsdifferentiatie door de overheid?*

Theoretisch gezien zal de burger door het wijzigen van de prijzen van overheidsdiensten vaker het elektronische kanaal gebruiken dan op dit moment, maar uit het verleden is gebleken dat theorie lang niet altijd praktijk is. Een voorbeeld hierbij is dat burgers voor een verhoging van accijnzen aangeven minder auto te rijden of minder gaan roken. De praktijk wijst in vele gevallen anders uit en blijkt dat het gedrag van de mens niet is veranderd. Om erachter te komen of de theorieën bij kostenwijzigingen voor internetgebruik ook opgaat is onderzoek nodig waarbij de attitude van de burger wordt gevraagd.

Inzet van de beleidsinstrumenten volgens Van der Doelen (1989)

In de praktijk wordt volgens Nelissen (1998) maar zelden gebruik gemaakt van één enkel sturingsmiddel, maar van een combinatie van de instrumenten. De problemen zijn vaak zo complex dat ze niet aan de hand van één model op te lossen zijn. Uit de complexiteit van een probleem resulteert vaak een instrumentenmix van meer dan één sturingsmiddel. Nelissen (1998) heeft een magische driehoek opgesteld aan de hand van Juridische sturing met juridische beleidsinstrumenten (J), Economische sturing met economische beleidsinstrumenten (E) en Communicatieve sturing met communicatieve beleidsinstrumenten (C) (figuur 5). Dit model is meer gericht op de praktijk en impliceert meer een netwerksturing dan een enkele dominante sturing.

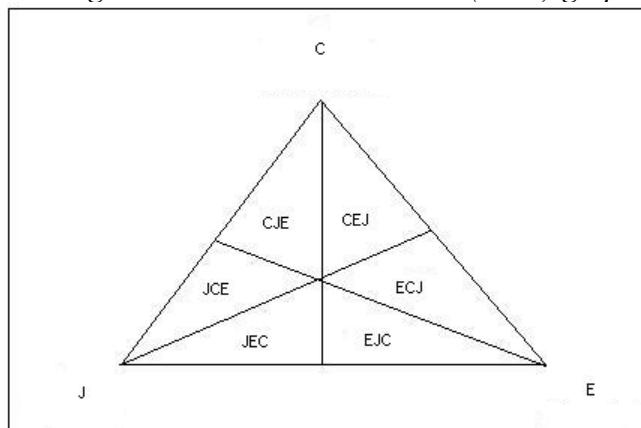
Figuur 5: Magische driehoek van Nelissen (1998)



In het onderzoek zullen alle drie de kanaalsturingsinstrumenten aan bod komen. Hierbij zal gekeken worden of de burger mogelijk gestuurd kan worden door middel van een enkel sturingsinstrument of een combinatie van instrumenten. Wanneer de magische driehoek wordt gespecificeerd, kunnen er een zestal combinatietypen worden onderscheiden. De verschillende combinatietypen die aan de hand van het kanaalsturingsmodel van Van der Doelen (1989) worden onderscheiden zijn, zijn de volgende (figuur 6):

- JEC-type (waarbij juridisch het meest dominant, gevolgd door economisch)
- JCE-type (waarbij juridisch het meest dominant, gevolgd door communicatief)
- EJC- type (waarbij economisch het meest dominant, gevolgd door juridisch)
- ECJ-type (waarbij economisch het meest dominant, gevolgd door communicatief)
- CJE-type (waarbij communicatief het meest dominant, gevolgd door juridisch)
- CEJ-type (waarbij communicatief het meest dominant, gevolgd door economisch)

Figuur 6: Magische driehoek van Nelissen (1998) gespecificeerd



Bij het onderzoek naar kanaalsturingsinstrumenten zal worden gekeken welke combinatie van instrumenten mogelijk het best toepasbaar om de burger te sturen in de kanaalkeuze.

### 3.5.2 Marketingmix

In het bedrijfsleven is de marketingmix van McCarthy (1960) een veelgebruikt model om de consument ervan te overtuigen dat een dienst of aankoop zinvol is (Verhage, 2000). De marketingmix wordt bij bedrijven gebruikt voor het aantrekken en behouden van klanten. Zo is de marketingmix reeds ingebed in de marketingplanning van wereldmerken zoals Coca Cola, Pepsi, Proctor and Gamble en Kraft. De marketingmix bestaat van origine uit een viertal marketinginstrumenten. Deze zijn ook wel bekend als de vier P's: (1) Product, (2) Prijs, (3) Plaats en (4) Promotie.

In het verleden is de marketingmix veelvuldig onderzocht en bekritiseerd. Zo zou volgens Bitner en Booms (1981) de marketingmix minder goed inzetbaar zijn bij producten van een lage waarde die weinig van elkaar verschillen. Bitner en Booms trachtte hierdoor de marketingmix te verbeteren door het invoegen van nieuwe marketinginstrumenten zoals de P van Personeel en Periferie (omgevingsfactoren). Ook bij producten/diensten die via een complex proces aangeschaft kunnen worden is de marketingmix moeilijk inzetbaar. Een aanvulling hiervoor kan volgens Bitner en Booms (1981) de P van Proces zijn, waardoor processen tijdens een dienst vergemakkelijkt en verduidelijkt worden. Andere aanvullingen op de marketingmix die zijn onderzocht zijn de P van Partners, Presentatie, Parkeerbeleid en Physical evidence (fysiek bewijs dat de kwaliteit van een product goed is).

Deze scriptie zal zich echter enkel richten op de oorspronkelijke marketingmix. Wanneer alle mogelijke aanvullingen van de marketingmix moeten worden toegepast, zal het onderzoek te omvangrijk worden. De vier P's zullen aan de hand van een voorbeeld worden uitgelegd:

1. Product: De P van product heeft voor de meeste overheidsinstellingen de betekenis van service, aangezien met name diensten worden afgeleverd.
2. Prijs: Wanneer een product of dienst via het internet voor een lagere prijs wordt aangeboden dan via de overige kanalen, kan op deze manier de burger richting een kanaal worden gestuurd door middel van een financieel voordeel.
3. Plaats: Een voorbeeld van plaats voor de overheid is de plaatsing van een stadskantoor of overheidsinstelling. Deze zijn vaak centraal gelegen in een stad.
4. Promotie: De overheid promoot zijn diensten. Hierbij valt te denken aan radio- of televisiespotjes van de Belastingdienst of CWI. Daarnaast worden campagnes gevoerd via Postbus 51.

Door een goede marketingmix is het voor een bedrijf mogelijk om de consument in het gedrag te sturen, zodat zij het product bij het bedrijf kopen en niet bij de concurrent. In deze exploratieve studie zal worden onderzocht of de marketingmix tevens kan worden ingezet bij het sturen van de kanaalkeuze van de burger. Vooralsnog is er geen literatuur bekend waarbij de marketingmix wordt ingezet bij kanaalsturing. Een voorbeeld van sturing door middel van een marketingmixinstrument is sturing door plaats: wanneer een kanaal minder toegankelijk of bereikbaar wordt gemaakt, is het aannemelijk dat de burger gaat zoeken naar een ander kanaal om een overheidsdienst af te nemen. Ook kunnen de producten van de overheid worden ingezet als mogelijk sturingsinstrument: wanneer een product of dienst gemakkelijker of sneller kan worden afgenomen via bijvoorbeeld het internet ten opzichte van de andere kanalen, is het aannemelijk dat de burger bij haar kanaalkeuze zal gaan kiezen voor het internet.

Wanneer de marketingmix van McCarthy (1960) wordt vergeleken met het sturingsmodel van Van der Doelen (1989), is er enige overlap tussen beide modellen. De P van Promotie en de P van Prijs zijn vergelijkbaar met respectievelijk het communicatieve sturingsmodel en het economische sturingsmodel. In het vervolg van deze scriptie zullen deze sturingsinstrumenten worden samengevoegd als zijnde het Communicatieve sturingsmodel/Promotie en het Economische sturingsmodel/Prijs. Naast de drie instrumenten van Van der Doelen (1989), zijn er dus slechts twee 'nieuwe' factoren: (1) sturing door middel van producteigenschappen en (2) sturing door middel van plaats. Deze twee nieuwe factoren zullen en de volgende alinea's worden besproken.

#### Kanaalsturing door middel van producteigenschappen (1)

Bij 'Product' kan de overheid zich onderscheiden door middel van kenmerken van de producten of diensten die worden aangeboden. Bij de kenmerken van een product bij de overheid valt bijvoorbeeld te denken aan de kwaliteit, het aantal aangeboden diensten (kwantiteit), de openingstijden van een kanaal, de vormgeving van de website of complexiteit van een kanaal. Met deze kenmerken moet het product voldoen aan de wensen van de burger.

*Voorbeeld sturing door Product (Sturing door middel onderscheid maken in producteigenschappen): Met Product als sturingsinstrument kan de overheid inspelen op de wensen van de klant. De overheid kan bijvoorbeeld via het internet een betere diensten afleveren dan via de balie. Een voorbeeld hierbij is dat informatie via het internet zwart op wit staat en de burger dit in de toekomst opnieuw kan lezen.*

Producteigenschappen kunnen van groot belang zijn bij de kanaalkeuze van de burger. Wanneer informatie of een dienst die op een website wordt aangeboden niet begrepen wordt, is het waarschijnlijk dat de burger zal kiezen voor een ander dienstverleningskanaal, zoals de telefoon of balie waar men directe feedback ontvangt. Bij een directe feedback is er sprake van tweezijdige communicatie waardoor de burger vragen kan stellen wanneer zaken omtrent een dienst niet duidelijk zijn. Naast de kwaliteit van de diensten is het tevens zaak voor de overheid om diensten aan te bieden, die de burger graag via het internet zou willen afnemen. Het is mogelijk dat wanneer diensten eenvoudig af te nemen zijn en de diensten worden afgenomen die de burger graag wil, het gebruik van online overheidsdiensten tevens zal gaan stijgen. Het uitbreiden van het aantal overheidsdiensten en het vereenvoudigen van de diensten zou invloed kunnen hebben op het kanaalkeuzegedrag van de burger. Volgens Van Dijk et al. (2006) zal daarbij een uitbreiding van het aantal aangeboden diensten via het internet niet bij voorbaat leiden tot een toename van het gebruik wanneer deze niet aansluit op de behoeften van de burger. Door middel van een vragenlijst zal onderzocht worden of het verbeteren of het uitbreiden van de producten invloed zal hebben op de kanaalkeuze van de burger.

#### Kanaalsturing door middel van plaats (2)

Een tweede marketinginstrument uit de marketingmix die aan bod komt in het onderzoek is de P van plaats (McCarthy, 1960). Bij plaats als sturingsinstrument valt te denken aan zowel het type distributiekanaal als de plaats waar de dienst af te nemen is. Op het moment worden diensten in de gemeente 's-Hertogenbosch aangeboden via de balie, telefoon, website, e-mail en post.

*Voorbeeld sturing door Plaats (Sturing door middel van de manier van afname en plaats van afname) Het gebruik van het internet biedt voordelen ten opzichte van het gebruik van de balie. Zo kunnen diensten via het internet thuis worden afgenomen en hoeft de burger niet naar het stadskantoor. Dit scheelt tijd en (vervoers)kosten. Wanneer het stadskantoor buiten het centrum ligt, is het minder*

*toegankelijk voor de burger en is het aannemelijk dat men gaat zoeken naar alternatieve dienstverleningskanalen.*

De gemeente 's-Hertogenbosch geeft aan dat de burgers in grote getale gebruik maken van de balie voor overheidsdienstverlening. De plaats kan mogelijk een grote invloed hebben op de kanaalkeuze van de burger. In theorie kan de burger in Nederland vrijwel altijd en overal een verbinding vinden met het internet (denk daarbij aan thuis, internetcafés, bibliotheek of het stadskantoor zelf). Toch is de vraag: Vind de burger dat de internetdiensten wel toegankelijk genoeg of vind men dat er meer punten nodig zijn waar de burger gebruik kan maken van online overheidsdienstverlening?

Een manier van kanaalsturing door middel van plaats uit de marketingmix (McCarthy, 1960) kan enigszins juridisch worden gezien. Wat zou de burger er bijvoorbeeld van vinden wanneer het stadskantoor of de telefoonlijn minder toegankelijk wordt gemaakt? Deze stelling heeft een vrij dwingende ondertoon. Wanneer dit zal gebeuren, zal de burger richting het internet, e-mail of post worden gestuurd.

### **3.5.3 Totaal aan kanaalsturingsinstrumenten**

Resumerend kan er dus onderscheid worden gemaakt in een vijftal sturingsinstrumenten.

Deze vijf instrumenten zijn de volgende:

1. Kanaalsturing door middel van communicatieve instrumenten
2. Kanaalsturing door middel van juridische instrumenten
3. Kanaalsturing door middel van producteigenschappen
4. Kanaalsturing door middel van plaats
5. Kanaalsturing door middel van economische instrumenten

In deze exploratieve studie zal worden onderzocht of het sturingsmodel van Van der Doelen (1989) en de Marketingmix van McCarthy (1960) kunnen worden ingezet als *kanaalsturingsmiddel*. Hierbij zal worden onderzocht wat de attitude van de burger is ten opzichte van deze mogelijke kanaalsturingsinstrumenten. Een deelvraag die aan de hand van de kanaalsturingsinstrumenten kan worden gesteld is:

*Welk instrument voor kanaalsturing is in de ogen van de bevolking het meest geschikt om de burger naar het internet te sturen voor overheidsdienstverlening?*



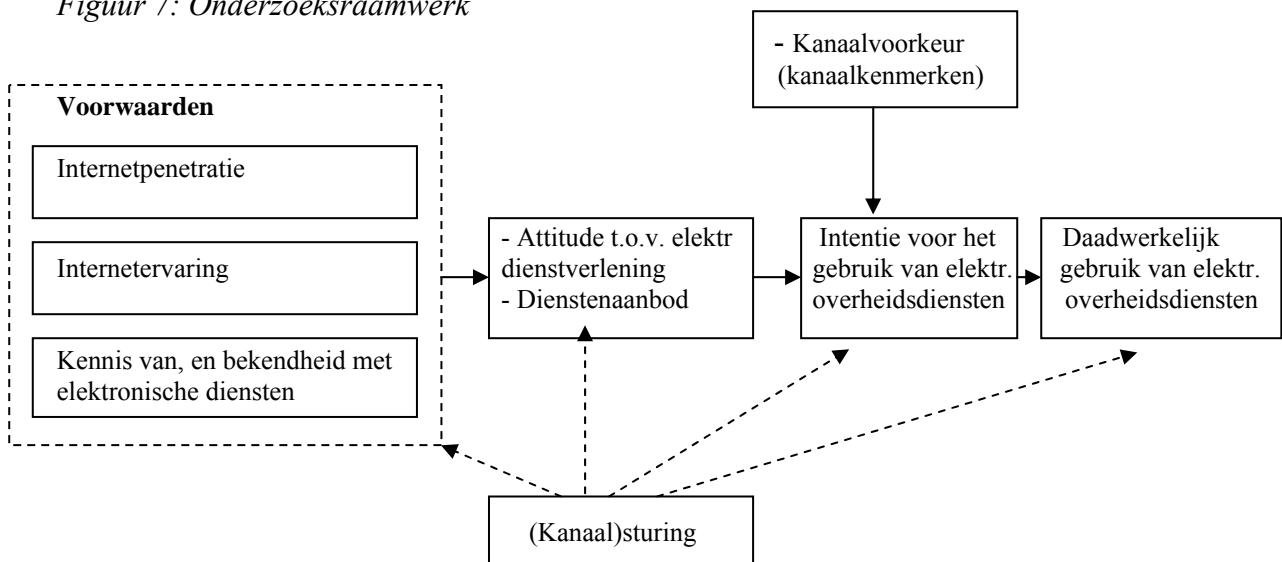
#### 4. Onderzoeksopzet

Het hoofddoel van het onderzoek is een inventarisatie van attitudes van de burgers in de gemeente 's-Hertogenbosch ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening en het inzetten van kanaalsturingsinstrumenten door de overheid. Op basis van deze hoofddoelstelling zijn een drietal subdoelstellingen geformuleerd:

- Het leveren van een beschrijvend overzicht van de mogelijkheden tot kanaalsturing
- Het (empirisch) toetsen van de bevindingen uit de literatuurstudie
- Het inventariseren van de kennis en attitude van de burger ten opzichte van overheidsdienstverlening in de gemeente 's-Hertogenbosch.

De beoordeling van de burger ten opzichte een mogelijke succesvolle implementatie van kanaalsturing is te beantwoorden aan de hand van een aantal subvragen. Deze subvragen zijn geïntegreerd in het onderzoeksraamwerk (figuur 7).

Figuur 7: Onderzoeksraamwerk



Zoals in de theorie is besproken komen de volgende subvragen aan bod:

- Wat is de attitude van de burger ten opzichte van het geheel aan elektronische dienstverlening van de gemeente 's-Hertogenbosch? (attitude ten opzichte elektronische dienstverlening in het onderzoeksraamwerk)
- Welke dienstverleningskanalen prefereren en gebruiken de burgers voor overheidsdienstverlening? (kanaalvoorkeur in het onderzoeksraamwerk)
- Welke kanaalkeuze zijn voor de burger het meest van belang bij de kanaalkeuze voor overheidsdienstverlening? (kanaalvoorkeur in het onderzoeksraamwerk)
- Welk instrument voor kanaalsturing is in de ogen van de bevolking het meest geschikt om de burger naar het internet te sturen voor overheidsdienstverlening? (kanaalsturing in het onderzoeksraamwerk)
- Wat is de attitude van de inwoners van de gemeente 's-Hertogenbosch ten opzichte van het toepassen prijsdifferentiatie door de overheid? (kanaalsturing in het onderzoeksraamwerk)

Antwoorden op deze subvragen zullen in twee stappen worden verkregen. Voor een valide en betrouwbaar onderzoek is het aan te raden om een degelijk kwalitatief onderzoek uit te voeren in combinatie met een kwantitatief onderzoek. Door middel van een kwalitatief deel zal een 'zachte beschrijving' worden gedaan, die met name explorerend is. Met het explorerende deel wordt getracht zo veel mogelijk informatie te verzamelen om een goede vragenlijst op te stellen wat ten goede komt aan de validiteit. De vragenlijst zal worden gebruikt voor het kwantitatieve deel. Er wordt hierbij gebruik gemaakt van een grote steekproef langs alle lagen van de bevolking, wat resulteert in een betrouwbare studie. De hoofdresultaten van dit onderzoek vloeien met name voort uit het kwantitatieve deel

Bij het explorerende kwalitatieve deel is gekozen voor het afnemen van interviews (§4.1). De interviews moeten zorgen voor een solide basis voor het hoofdonderzoek door middel van vragenlijsten. Door het afnemen van interviews kunnen volgens Emans (1990) zeer goed meningen en feiten boven tafel komen.

Voor het kwantitatieve gedeelte is er gebruik gemaakt van vragenlijsten (§4.2). Bij de vragenlijsten worden veronderstellingen uit de interviews getoetst. In de vragenlijst zullen niet enkel de attitudes van de burger aan bod komen. Er zal tevens worden onderzocht of de burger voldoet aan de voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten (Van Dijk et al., 2006). De opzet van interviews en vragenlijsten worden in de komende paragrafen verder uitgediept.

#### **4.1 Interviews**

Voor het onderzoek zijn exploratieve interviews afgenomen onder een aantal inwoners uit de gemeente 's-Hertogenbosch. De exploratieve interviews zijn zeer geschikt om algemene en uitgebreide informatie te krijgen met betrekking tot elektronische dienstverlening. Dit is nodig om een grote hoeveelheid informatie te vergaren aangezien in de literatuur niets bekend is over het toepassen van sturingsfactoren op het kanaalkeuzegedrag van de burger. Naar aanleiding van de interviews kan een definitieve vragenlijst worden opgesteld voor het kwantitatieve onderzoek.

De interviews die zijn afgenomen zijn semi-gestructureerd waarbij is getracht de respondent zoveel mogelijk aan het woord te laten zodat er onderliggende informatie vrijkomt. De vraag bij de interviews is:

*Wat is de attitude van de burger ten opzichte van online overheidsdienstverlening, kanaalsturingsinstrumenten en prijsdifferentiatie door de overheid?*

De interviews zijn afgenomen in de ontvangsthal van het stadskantoor van de gemeente 's-Hertogenbosch waar de respondenten één-op-één geïnterviewd werden. Voordeel bij één-op-één interviews is dat anderen zich niet met het interview kunnen bemoeien of de geïnterviewde kunnen corrigeren. Door aanwezigheid van derden zou de geïnterviewde beïnvloed kunnen worden.

Het afnemen van de interviews in de ontvangsthal van het stadskantoor kende mogelijk ook een nadeel. De geïnterviewde kan last hebben gehad van storende factoren in de hal. Zo komen regelmatig mensen binnen en is het in de hal niet stil. Dit kan invloed hebben gehad op de concentratie van de respondent. Daarnaast is het mogelijk dat de respondenten sociaal wenselijk hebben geantwoord op de vragen, aangezien de ontvangsthal een open ruimte is en men bang kan zijn dat andere mensen de antwoorden van de respondent horen.

Bij de resultaten in het volgende hoofdstuk zijn de aantekeningen en de geluidsopnames gecombineerd. Belangrijke citaten zijn in zijn geheel van de opnames overgenomen. Vervolgens zijn uitwerkingen van de vragen per persoon opgesplitst in vijf hoofdpunten van het onderzoek. Deze hoofdpunten kunnen als volgt worden beschreven:

- Afgenomen overheidsdiensten in het stadskantoor het afgelopen jaar en kanaalgebruik
- Afspraken voor een overheidsdienst via de website van de gemeente
- Internetpenetratie en elektronische dienstverlening
- Het gebruik van e-mail en de attitude ten opzichte van E-mailcontact
- De attitude van de burger ten opzichte van sturingsmethoden (met de nadruk op economische sturing)

#### **4.1.1 Procedure interview**

De afname van de interviews verliep semi-gestructureerd. Hierbij is getracht zoveel mogelijk informatie te vergaren met betrekking tot het internetgebruik, attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening en de mogelijkheid van prijsdifferentiatie door de overheid. Voor het gestructureerde deel is gebruik gemaakt van een interviewschema. Dit interviewschema is terug te vinden in bijlage I.

De respondenten zijn op 8 en 9 januari 2008 bij de uitgang van het stadskantoor aangesproken met de vraag of zij een kwartier tot twintig minuten de tijd hadden voor enkele vragen met betrekking tot de dienstverlening van de gemeente 's-Hertogenbosch. Ongeveer 50% van de gevraagde burgers was bereid mee te werken aan het onderzoek. Wanneer men niet wilde meewerken waren de voornaamste redenen dat men geen tijd had of dat men geen interesse had in een onderzoek. Voordeel van het aanspreken van de burger bij de uitgang was dat desbetreffende burger sowieso ervaring heeft met de dienstverlening van de gemeente aangezien zij voor een dienst in het stadskantoor zijn gekomen.

Gedurende de interviews zijn er zowel geluidsopnames met een voicerecorder gemaakt als aantekeningen. Het maken van zowel geluidsopnames als aantekeningen heeft zowel voordelen als nadelen (Hulshof, 2001). De voordelen van een geluidsopname zijn dat de onderzoeker zich geheel op het gesprek kan concentreren, citaten kunnen correct worden opgeschreven en het interview hoeft niet direct te worden uitgeschreven. Nadelen van een geluidsopname zijn dat mensen soms niet vrijuit spreken, er achteraf kan blijken dat de recorder niet goed gefunctioneerd heeft en dat het uitwerken van een geluidsopname veel tijd kost. Bij het maken van aantekeningen bestaat het voordeel dat tijdens het interview al een selectie van verkregen informatie kan worden gemaakt, dat tijd bespaart na het onderzoek. Een groot nadeel bij het maken van aantekeningen is dat de onderzoeker naast het vragen, luisteren, antwoorden, doorvragen en beoordelen nog een extra taak erbij krijgt. Daarnaast is het lastig om de respondenten achteraf correct te citeren aangezien bij de aantekeningen niet gehele zinnen worden opgeschreven (Hulshof, 2001). Wanneer de voordelen en nadelen van beide vastlegmethoden worden samengevoegd, ontstaat er een zeer goed instrument om de interviews uit te werken.

Aan de hand van de aantekeningen en opnames die zijn gemaakt, zijn de resultaten gegroepeerd in de vijf hoofdpunten. De interviews zijn hierbij aan de hand van de geluidsopnames volledig uitgewerkt en per hoofdpunt gesorteerd. Op deze wijze zijn bij alle hoofdpunten 15 antwoorden geschreven. Door de resultaten te groeperen zijn hoofdbevindingen en resultaten gemakkelijker te ontdekken. Na het groeperen van de uitwerkingen van de interviews, zijn de stukken tekst gefilterd, waardoor enkel relevante

informatie voor het vervolg van het onderzoek is overgebleven. Deze relevante informatie is geanalyseerd en hieruit zijn de resultaten naar boven gekomen. Enkele citaten van de respondenten zijn overgenomen om de resultaten te illustreren en enige kracht bij te zetten.

#### 4.1.2 Respondenten van de interviews

In totaal zijn 15 volwassen bezoekers van het stadskantoor bereid geweest om mee te werken aan het interview. De reden dat is gekozen voor alleen volwassen bezoekers, is omdat zij het meest contact hebben met de overheid.

Van de 15 burgers waren er 9 mannen en 6 vrouwen met een leeftijd variërend van 18 tot 82 jaar. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 42,9 jaar. Door deze leeftijdsverdeling worden zowel de burgers opgenomen die zijn opgegroeid met internet (18 tot 28 jaar) als de ouderen voor wie internet nooit een pré is geweest en het initiatief voor aanschaf van internet geheel uit zichzelf moet komen. De leeftijdsverdeling bij de afgenomen interviews is te vinden in tabel 1:

*Tabel 1: Leeftijdsverdeling bij de interviews*

<i>Leeftijdsgroep</i>	<i>Aantal</i>	<i>Percentage</i>
18-25 jaar	3	20%
26-45 jaar	6	40%
46-65 jaar	3	20%
65+	3	20%

Naar aanleiding van de resultaten van de interviews zijn de vragenlijsten opgesteld. De afname van de vragenlijsten vormt het hoofdonderzoek van deze scriptie. Aan de hand van de resultaten uit de vragenlijsten zullen de conclusies en aanbevelingen worden opgesteld.

#### 4.2 Vragenlijsten

Door het gebruik van vragenlijsten kunnen op een gemakkelijke wijze grote aantallen attitudes gemeten worden uit verschillende lagen van de bevolking. De bevindingen en suggesties uit de interviews kunnen door middel van de vragenlijsten worden getoetst en vervolgens kunnen de resultaten vrij gemakkelijk worden gesegmenteerd en geanalyseerd.

Naast de attitude over elektronische overheidsdienstverlening, kanaalsturing en prijsdifferentiatie, zijn in de vragenlijst een aantal vragen opgenomen die betrekking hebben op meer algemene punten. Aan de hand van deze vragen kan de steekproef worden vergeleken met de populatie van de gemeente 's-Hertogenbosch en de landelijke populatie. Wanneer de algemene punten niet in overeenstemming zijn met de landelijke cijfers, kunnen wegingsfactoren worden toegepast, waardoor de steekproef een betere vertegenwoordiging van de populatie wordt. De algemene punten zijn terug te vinden in tabel 2.

*Tabel 2: Vragen over respondentkenmerken*

	<i>Onderdeel in de vragenlijst</i>
Geslacht respondent	Deel D, vraag 16
Leeftijd respondent	Deel D, vraag 17
Opleiding respondent	Deel D, vraag 18

Naast het inzetten van wegingsfactoren kunnen de resultaten van de algemene vragen worden gekoppeld aan de relevante vragen over online overheidsdienstverlening, kanaalsturing en prijsdifferentiatie, zodat onderzocht kan worden in welke groepen (leeftijd, geslacht, opleiding e.d.) er mogelijk problemen ontstaan.

Alvorens wordt ingegaan naar de subvragen, is door middel van de vragenlijst onderzocht of de burger voldoet aan de voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening: de internetpenetratie, internetervaring en kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdiensten. De vragen die betrekking hebben op deze voorwaarden zijn te vinden in tabel 3.

*Tabel 3: Internetpenetratie en internetervaring*

	Onderdeel in vragenlijst
Heeft u thuis internet?	Deel D, vraag 19
Hoe omschrijft u zichzelf als internetgebruiker? Bent u ervaren of onervaren?	Deel D, vraag 20
<i>1 = Helemaal niet ervaren, 2 = Niet ervaren, 3 = Neutraal, 4 = Ervaren, 5 = Heel erg ervaren</i>	
- Ik ben goed op de hoogte van de mogelijkheden die de website van de gemeente voor mij te bieden heeft - Ik weet goed welke diensten ik allemaal kan afnemen op de website van de gemeente 's-Hertogenbosch - Wat betreft dienstverlening weet ik goed welke mogelijkheden de website van de gemeente heeft	Deel A, vraag 4
<i>1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens</i>	

Voor beantwoording van de hoofdvraag zullen in deze paragraaf de vijf subvragen stuk voor stuk besproken worden.

*Wat is de attitude van de burger ten opzichte van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch?*

Door middel van deze vraag kan worden gekeken of de burger een positieve attitude heeft ten opzichte van het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Zoals in het theoretisch kader is beschreven is een positieve attitude een belangrijke determinant voor de gebruiksententie. De belangrijkste factor bij deze vraag is de beoordeling van het gebruiksgemak van de website.

Voor beantwoording van deze deelvraag zijn een drietal stellingen met betrekking tot de gemeentelijke website in de vragenlijst opgenomen (tabel 4). Als antwoord konden de respondenten kiezen uit een vijfpuntsverdeling van (1) 'helemaal mee oneens' tot en met (5) 'helemaal mee eens'.

*Tabel 4: Stellingen met betrekking de website van de gemeente 's-Hertogenbosch*

<i>Stellingen over het gemak van de website van de gemeente</i>	Onderdeel in vragenlijst
- Ik vind de website makkelijk te gebruiken - De website maakt het makkelijk om met de organisatie te communiceren - De informatie op de website is makkelijk te begrijpen	Deel A, vraag 2

Aan de hand van de vragen die betrekking hebben op de website kan worden bekeken of de burger wel gestuurd kan worden of dat eerst de basis van overheidsdienstverlening zou moeten worden verbeterd. Wanneer de burger niet tevreden zal zijn met dienstverlening via het internet of wanneer men niet kan afnemen wat men zoekt, dan is de kans immers klein dat men meer gebruik gaat maken van het internet als dienstverleningskanaal. Voor de gemeente 's-Hertogenbosch kunnen deze vragen tevens van waarde zijn, aangezien mogelijke knelpunten kunnen worden blootgelegd. Wanneer de burger bijvoorbeeld van mening is dat de website niet gemakkelijk in gebruik is of niet gemakkelijk te begrijpen, dan kunnen hier aanpassingen in worden gemaakt.

Welke dienstverleningskanalen prefereren en gebruiken de burgers voor overheidsdienstverlening?

In het onderzoeksraamwerk neemt deze vraag de plaats in bij de kanaalvoorkeur van de burger, die invloed kan hebben op de intentie om gebruik te maken van elektronische overheidsdienstverlening. Bij beantwoording van deze vraag zal een vergelijking worden getrokken met het onderzoek van Van Dijk et al. (2006) naar het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening in 2006. Uit dat onderzoek is gebleken dat de burger de intentie heeft om gebruik te maken van online overheidsdiensten, maar dat deze intentie niet wordt omgezet in daadwerkelijk gedrag. In de vragenlijst zijn net als in het onderzoek van Van Dijk et al. (2006) een aantal stellingen opgenomen die betrekking hebben op het kanaalgebruik en de kanaalvoorkeur van de burger. De stellingen zijn opgesplitst in communicatie met de *gemeentelijke* overheid en de *landelijke* overheid. De opsplitsing naar de landelijke overheid kan gebruikt worden om de resultaten te vergelijken met de resultaten uit het onderzoek van Van Dijk et al. (2006). Hierdoor kan worden gekeken of er in 2 jaar tijd verschillen zijn ontstaan in de kanaalkeuze en kanaalvoorkeur van de burger.

De stellingen (tabel 5) zijn door de respondenten in te vullen door middel van een vijfpunts likertschaal die loopt van (1) 'helemaal mee oneens' tot en met (5) 'helemaal mee eens'. De resultaten worden vervolgens opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding om te onderzoeken of er mogelijk verschillen zitten in persoonskenmerken.

*Tabel 5: Vragen met betrekking tot de kanaalkeuze en kanaalvoorkeur van de burger*

<i>Kanaalkeuze en kanaalvoorkeur</i>	<i>Onderdeel in vragenlijst</i>
- Waarom heeft u ervoor gekozen om langs te komen? (Alleen respondenten aan de balie)	Deel A, vraag 5
- Welk dienstverleningskanaal gebruikt u in het algemeen het <u>vaakst</u> voor communicatie met de gemeente?	Deel A, vraag 7
- Welk dienstverleningskanaal gebruikt u in het algemeen het <u>liefst</u> voor communicatie met de gemeente?	Deel A, vraag 8 Deel A, vraag 9
- Welk dienstverleningskanaal gebruikt u in het algemeen het <u>vaakst</u> voor communicatie met de landelijke overheid?	Deel A, vraag 10
- Welk dienstverleningskanaal gebruikt u in het algemeen het <u>liefst</u> voor communicatie met de landelijke overheid?	

*1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens*

Welke kanaalkenmerken zijn voor de burger het meest van belang bij de kanaalkeuze voor overheidsdienstverlening?

Deze vraag kan in het onderzoeksraamwerk eveneens worden geplaatst bij de kanaalvoorkeur van de burger. Bij deze vraag zal worden gekeken welke kanaalkenmerken de kanaalvoorkeur van de burger bepalen. Voor beantwoording van deze subvraag zal gebruik worden gemaakt van de MRT (Daft & Lengel, 1986), de CET (Carlson & Zmud, 1999), het TAM (Davis, 1989) en de marketing (§ 3.4).

De kanaalkenmerken kunnen een factor zijn waardoor de burger het ene kanaal boven het andere prefereert. Bij de vragen over de eigenschappen van de media wordt de respondenten gevraagd welk dienstverleningskanaal bij een bepaalde stelling over een kanaaleigenschap voor de burger het meest van toepassing is. Bij deze stellingen kreeg de respondent keuze uit de balie, de telefoon, de website, de e-mail of de post. De stellingen zijn opgenomen in deel B van de vragenlijst in vraag 11 en zijn hier onder terug te vinden in tabel 6.

Tabel 6: Stellingen met betrekking tot de kanaaleigenschappen (Deel B, vraag 11)

Stelling	Theorie
- Via dit kanaal kan ik mijn persoonlijke situatie het beste duidelijk maken - Via dit kanaal kan ik het best gevarieerde taal gebruiken - Via dit kanaal krijg ik het snelst een antwoord - Via dit kanaal kan informatie het best op meerdere manieren overgedragen worden, zoals in woord en gebaar	Media Richness Theory
- Met dit kanaal heb ik de beste ervaringen	Channel Expansion Theory
- Dit kanaal is voor mij het meest makkelijk te gebruiken - Via dit kanaal bereik ik mijn doel het best	Technology Acceptance Model
- Via dit kanaal ben ik het snelst in contact met de overheid - Dit kanaal biedt mij de meeste service - Dit kanaal is voor mij het goedkoopst	Marketing

Welk instrument voor kanaalsturing is in de ogen van de bevolking het meest geschikt om de burger naar het internet te sturen voor overheidsdienstverlening?

Om meer burgers gebruik te laten maken van het internet als kanaal voor overheidsdienstverlening, is het volgens de theorie aannemelijk dat de burger te sturen is bij het maken van een besluit. Bij deze vraag worden de vijf sturingsinstrumenten die in §3.5 zijn besproken getoetst. De vragen zijn ingedeeld in deel C van de vragenlijst in vraag 13 (bijlage III) en er is gebruik gemaakt van de stellingen zoals aangegeven in tabel 7. De stellingen konden worden beantwoord door middel van een vijfpunts-likertschaal die verdeeld is van (1) 'helemaal mee oneens' tot en met (5) 'Helemaal mee eens'.

Tabel 7: Stellingen in de vragenlijst met betrekking tot het kanaalsturingsmodel van Van der Doelen (1989) en de marketingmix (Deel C, Vraag 13)

Om burger meer gebruik te laten maken van het internet zou de gemeente...
<b>Communicatief sturingsmodel en Promotie</b>
...mensen meer moeten wijzen op de mogelijkheden van het internet
...meer moeten communiceren over de voordelen van het internet
...meer reclame moeten maken over het adres van de website
...het gebruik van de website meer moeten promoten
<b>Juridisch sturingsmodel</b>
...burgers moeten verplichten om voor bepaalde diensten van het internet gebruik te maken
...diensten alleen nog maar via het internet moeten aanbieden en niet via de andere kanalen
<b>Economisch sturingsmodel en Prijs</b>
...diensten via het internet goedkoper moeten maken dan via de andere kanalen(bijvoorbeeld door lagere leges/kosten)
...de kosten van diensten en producten via de andere kanalen duurder moeten maken
...internetkosten van de burger moeten vergoeden
<b>Plaats</b>
...internetdiensten toegankelijker moeten maken
...het stadskantoor minder toegankelijk moeten maken
<b>Product</b>
...meer diensten via het internet moeten aanbieden
...betere diensten via het internet moeten aanbieden
<i>1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens</i>

Wat is de attitude van de inwoners van de gemeente 's-Hertogenbosch ten opzichte van het toepassen prijsdifferentiatie door de overheid?

De gemeente 's-Hertogenbosch ziet mogelijkheden in het implementeren van prijsdifferentiatie als sturingsinstrument bij haar dienstverlening. Volgens Van der Doelen (1989) en de Transaction Cost Theory (Williamson, 1991) kan de prijs mogelijk een factor zijn waardoor de burger meer gebruik zal gaan maken van het internet als dienstverleningskanaal. Volgens het model van Van der Doelen (1989) en de TCT van Williamson (1991) kan worden verwacht dat wanneer de prijzen voor dienstverlening via het internet lager zijn dan via de traditionele kanalen, de burger meer gebruik zal gaan maken van het internet voor overheidsdienstverlening.

Wanneer prijsdifferentiatie wordt doorgevoerd, kan dit op 3 manier gebeuren:

- De overheid geeft een korting op de diensten die de burger uitvoert via websites aangezien gegevens op deze wijze goedkoper kunnen worden verwerkt.
- De overheid houdt de prijzen van overheidsdienstverlening gelijk, maar gaat administratiekosten rekenen op dienstverlening via de balie, telefoon of post. Dit zal een negatieve benadering zijn ten opzichte van de burger.
- De overheid komt de burger tegemoet met een prijsdaling van diensten, maar gaat administratiekosten rekenen op dienstverlening via de balie, telefoon of post zodat deze prijzen alsnog gelijk blijven. Dit zal een positieve benadering zijn ten opzichte van de burger.

Door middel van de vragenlijsten kan worden gekeken of prijsdifferentiatie binnen de waarden en normen van de burger vallen (Kelman, 1958). Wanneer de burger negatief staat ten opzichte van prijsdifferentiatie, zal er tegenstand kunnen ontstaan. De stellingen die betrekking hebben op de waarden en normen van de burger gaan over de eerlijkheid van prijsdifferentiatie, de noodzaak van het verlagen van prijzen en de gelijkheid van elke burger. De stellingen met betrekking tot het inzetten van prijsdifferentiatie zijn in de vragenlijst ingedeeld in deel C in vraag 14 (bijlage III). De stellingen worden aangegeven in tabel 8 en kunnen worden beantwoordt door middel van een vijfpunts-likertschaal van 'Helemaal mee oneens' tot en met 'Helemaal mee eens'. Aan de hand van de stellingen zal worden onderzocht wat de attitude is van de burger ten opzichte van het toepassen van prijsdifferentiatie.

Tabel 8: Stellingen in de vragenlijst met betrekking tot prijsdifferentiatie (Deel C, vraag 14)

- Wanneer de overheid extra kosten moet maken wanneer een burger gebruik maakt van de telefoon, balie of post, dan mogen deze kosten doorberekend worden in de prijs van de dienst waardoor deze duurder wordt (negatieve benadering).
- Wanneer prijzen van producten/diensten van de overheid worden verlaagd, heb ik er geen probleem mee dat ik administratiekosten moet betalen bij het gebruik van de telefoon, balie of post (positieve benadering).
- Aangezien de overheid minder kosten hoeft te maken wanneer de burger gebruik maakt van het internet voor dienstverlening, kunnen de prijzen van elektronische producten omlaag ten opzichte van de producten die via de balie, telefoon of post worden afgenomen.
- Verlagen van de prijzen op het internet is eerlijk ten opzichte van mensen zonder internetervaring.
- Wanneer ik een éénmalige korting krijg voor een overheidsdienst/product die ik via het internet aanvraag, zal ik dit zeker online proberen.
- Voor de burger moeten alle prijzen van overheidsdiensten/producten gelijk zijn, ongeacht het kanaal waarmee dit gebeurt.
- Een korting is niet nodig, ik maak sowieso zoveel mogelijk gebruik van het internet.

*1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens*



### 4.2.1 Procedure vragenlijst

Met de interviews als basis zijn er twee verschillende vragenlijsten opgesteld voor de burgers van de gemeente 's-Hertogenbosch. De keuze voor twee verschillende vragenlijsten is gemaakt aangezien er zowel vragenlijsten via het internet worden afgenomen door het digipanel van de gemeente, als via vragenlijsten die in de ontvangsthal van het stadskantoor worden afgenomen. Het voordeel bij deze twee vormen van afname is dat door het afnemen via het digipanel een zeer grote steekproef kan worden gebruikt. De reden dat naast het digipanel een vragenlijst in het stadskantoor is afgenomen, is omdat op deze wijze ook de burger zonder internetverbinding of ervaring aan het woord komt. Wanneer de vragenlijst enkel door het digipanel zou zijn ingevuld, zouden de resultaten bevooroordeeld kunnen zijn. Bij enkele uitwerkingen van de vragen bij de resultaten zal een onderscheid tussen de beide vragenlijsten worden gemaakt om te kijken of er verschillen zijn waar te nemen tussen de baliebezoeker en de leden van het digipanel.

#### *Vragenlijst Digipanel*

De gemeente 's-Hertogenbosch maakt voor de verbetering van haar dienstverlening enkele keren in het jaar gebruik van haar digipanel. Het digipanel is een groep inwoners uit de gemeente 's-Hertogenbosch die een goede afspiegeling van de bevolking vormen. Op deze wijze kan de gemeente door middel van een grote steekproef, representatief onderzoek doen naar wat er in de gemeente leeft en waar mogelijk knelpunten zitten in de dienstverlening. De vragen die zijn opgenomen in het onderzoek bij het digipanel zijn terug te vinden in bijlage 2. De vragenlijsten zijn 16 januari 2008 verstuurd naar 3068 e-mailadressen uit het digipanel van de gemeente 's-Hertogenbosch. Van de 3068 verzonden vragenlijsten zijn er 1936 ingevuld.

#### *Vragenlijst stadskantoor*

De (papier) vragenlijsten zijn op 4 en 5 maart afgenomen en om het onderzoek extra representatief te maken is op 11 maart nogmaals een dag uitgetrokken voor het afnemen van de vragenlijsten. Bij de wachtende burgers is gevraagd of zij 10 minuten de tijd hadden voor het invullen van een vragenlijst over de dienstverlening van de gemeente 's-Hertogenbosch. De vragenlijst kon worden ingevuld tijdens het wachten, na de afgenomen dienst of men kon de vragenlijst thuis invullen en door middel van een antwoordenvolp retourneren. Wanneer de burger weigerde om mee te werken aan het onderzoek, was dit vaak te wijten aan de tijd of het gebrek aan zin om de vragenlijst in te vullen. In totaal is de vragenlijst door 158 burgers ingevuld.

Bij de respondenten die de vragenlijst hebben ingevuld, is het voor het onderzoek van belang wat de drive is waarom zij juist kiezen voor het stadskantoor. Hier kunnen verschillende mogelijkheden ten grondslag liggen, zoals het gebrek aan internetervaring, het gebrek van (goede) diensten via het internet, de manier van communiceren of het gemak dat men ervaart van de diensten aan de balie. Deze vraag komt in de vragenlijst voor onder vraag 5 van deel A. Voor de vragenlijsten die in het stadskantoor worden afgenomen zijn daarbij een aantal andere vragen van belang dan de vragenlijsten die via het digipanel zijn afgenomen en vice versa. Zo wordt er vanuit gegaan dat de respondent uit het digipanel reeds een internetaansluiting heeft en hierdoor zijn vragen betreffende de aansluiting overbodig. Vanwege de ruimte en de tijd die de respondent heeft voor het invullen van de vragenlijst zijn een aantal vragen meer opgenomen dan in de vragenlijst die verstuurd is naar het digipanel. De vragenlijst die is ingevuld door de burger op het stadskantoor is te vinden in bijlage 3.

#### **4.2.2 Respondenten vragenlijst**

De doelgroep van de vragenlijst zijn alle inwoners van de gemeente 's-Hertogenbosch. De vragenlijst is in totaal ingevuld door 2095 respondenten. Van de 2095 hebben zijn er 1936 door het digipanel ingevuld en 158 in het stadskantoor. De gemiddelde leeftijd van de steekproef was 49 jaar, waarbij de jongste 13 jaar was en de oudste 86 jaar.

De respondenten uit het digipanel zijn benaderd via de e-mail en de respondenten in het stadskantoor zijn zoals bij de procedure beschreven aangesproken tijdens het wachten.

#### **4.2.3 Data-analyse vragenlijsten**

De data die wordt verkregen uit de vragenlijsten, zal door middel van het statistische computerprogramma SPSS worden geanalyseerd. De data-analysemethoden bij de subvragen zullen achtereenvolgens worden toegelicht.

##### Respondentkenmerken

De respondentkenmerken zijn onderverdeeld in leeftijd, geslacht en opleidingsniveau. Deze worden geanalyseerd en vergeleken met de landelijke en gemeentelijke populatie door middel van percentages uit een frequentieanalyse. Mogelijke wegingsfactoren zullen in SPSS bij de overige vragen worden toegepast.

##### Voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening

De internetpenetratie en internetervaring worden eveneens in percentages uitgedrukt. Evenals de respondentkenmerken worden deze percentages verkregen door middel van een frequentieanalyse uit SPSS.

De kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening zullen worden gemeten door middel van een t-toets (one sample), waarbij de testwaarde is ingesteld op de neutrale waarde: 3. Vervolgens zullen door middel van een ANOVA-analyse eventuele significante verschillen in respondentgroepen worden blootgelegd. Daarnaast zal door middel van een correlatieanalyse worden gekeken of er een samenhang bestaat tussen de kennis en ervaring die de burger heeft met het internet en de attitude van de burger ten opzichte van de gemeentelijke website en elektronische overheidsdienstverlening in het algemeen.

##### De attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening

De attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening zal, net als de kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening, worden gemeten door middel van een t-toets (one sample), waarbij de testwaarde is ingesteld op de neutrale waarde: 3. Vervolgens zullen door middel van een ANOVA-analyse eventuele significante verschillen in respondentgroepen worden blootgelegd. Ook bij de attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening zal door middel van een correlatieanalyse worden gekeken of er een samenhang bestaat tussen de attitude en de ervaring die de burger heeft met het internet.

##### Kanaalvoorkeur, kanaalgebruik en kanaalkeuzefactoren

Bij de vragen met betrekking tot de kanaalvoorkeur en kanaalgebruik voor zowel de landelijke en gemeentelijke dienstverlening, zal wederom gebruik worden gemaakt van een frequentieanalyse. Bij de analyse zal aan de hand van percentages worden gekeken of er verschillen bestaan tussen de kanaalvoorkeur en het daadwerkelijke kanaalgebruik van de burger. Er zal onderscheid worden gemaakt tussen de baliebezoekers (vragenlijst in het stadskantoor) en de internetters (vragenlijst bij het digipanel).

Naar aanleiding van de frequentieanalyse zal door middel van een chikwadraattoets worden gekeken of de percentages uit de kanaalvoorkeur en kanaalgebruik significant van elkaar verschillen.

Bij de kanaalkeuzefactoren zal allereerst worden gekeken waarom de baliebezoekers juist gebruik maken van de balie in plaats van de telefoon, website, e-mail of post. Dit zal wederom geschieden door middel van een frequentieanalyse. De scores zullen worden uitgedrukt in percentages. Door middel van een chikwadraattoets zal wederom worden onderzocht of deze percentages significant van elkaar verschillen.

Na de analyse met betrekking tot de vraag waarom men juist gebruik maakt van de balie voor overheidsdienstverlening, zal worden gevraagd hoe de burgers de kanalen beoordelen aan de hand van de punten die in §3.4 zijn besproken. Ook deze resultaten zullen door middel van een frequentieanalyse worden verkregen. Hierbij zal onderscheid worden gemaakt tussen de baliebezoeker (vragenlijst in het stadskantoor) en de internetter (vragenlijst bij het digipanel).

#### Meest geschikte (kanaal)sturingsinstrument in de ogen van de burger

Voordat een attitudemeting wordt gedaan, zal een factoranalyse worden uitgevoerd om te kijken of de vijf sturingsinstrumenten voldoende onderscheidend zijn en of de juiste concepten daadwerkelijk worden onderzocht.

De attitude ten opzichte van de verschillende kanaalsturingsinstrumenten zal vervolgens worden gemeten door middel van een t-toets (one sample), waarbij de testwaarde is ingesteld op de neutrale waarde: 3. Door middel van de t-toets kunnen significant positieve of negatieve verschillen worden gevonden. Vervolgens zal een ANOVA-analyse worden uitgevoerd, waarbij de resultaten worden gegroepeerd naar leeftijd, geslacht, opleiding en plaats van afname.

#### Attitude van de burger ten opzichte van het toepassen van prijsdifferentiatie

Evenals bij een aantal voorgaande vragen, zal de attitude ten opzichte van prijsdifferentiatie worden gemeten door middel van een t-toets (one sample), waarbij de testwaarde is ingesteld op de neutrale waarde: 3. Door middel van de t-toets kunnen significant positieve of negatieve verschillen worden gevonden. Vervolgens zal een ANOVA-analyse worden uitgevoerd, waarbij de respondenten worden onderverdeeld naar leeftijd, geslacht, opleiding en plaats van afname.

## **5. Resultaten**

In dit hoofdstuk komen de resultaten uit de vragenlijsten en de interviews aan bod. De resultaten uit de interviews en de vragenlijsten zullen in dit hoofdstuk gezamenlijk worden besproken, waarbij de interviews een bevestiging of tegenstelling kunnen vormen van de resultaten uit de vragenlijsten. Wanneer er tegenstellingen ontstaan, zullen deze worden besproken in hoofdstuk 7 (Discussie).

Als eerste zal worden gekeken of de respondentkenmerken uit de steekproef overeenkomen met de gemeentelijke en landelijke populatie (§5.1). Vervolgens zullen de resultaten uit de voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening in §5.2 aan bod komen. Na de voorwaarden zal dit hoofdstuk zich richten op de attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening (§5.3). In §5.4 wordt vervolgens gekeken naar de kanaalvoorkeur, kanaalgebruik en kanaalkeuzefactoren bij de burger. In §5.5 zal het hoofddoel van het onderzoek aan bod komen: de attitude van de burger ten opzichte van kanaalsturing. Vervolgens zal in §5.6 de focus liggen op de mogelijkheid van prijsdifferentiatie door de overheid.

### **5.1 Kenmerken van de respondenten van de vragenlijst**

Bij de vragenlijst is gebruik gemaakt van twee verschillende soorten lijsten: de vragenlijst die elektronisch is afgenomen door het digipanel en de vragenlijst die in het stadskantoor is afgenomen. Bij de twee steekproeven is het mogelijk dat deze van elkaar verschillen in demografische gegevens van de werkelijke populatie. Er zijn twee populaties waarmee de steekproef vergeleken kan worden, namelijk de landelijke populatie en de populatie van de gemeente 's-Hertogenbosch.

#### **5.1.1 Vergelijking steekproef met de populatie**

Uit tabel 9 blijkt dat de steekproef niet geheel in lijn ligt met de populatie. Met name bij de vragenlijst die is ingevuld door het digipanel laten de leeftijdsverdeling en de hoogst genoten opleiding van de burger een grote discrepantie zien. Een mogelijke reden voor het leeftijdsverschil is dat het digipanel met name Bosschenaren van middelbare leeftijd en ouder bevat, aangezien deze groep meer betrokken is bij de gemeente. Een kind van 15 heeft wat betreft gemeentelijke diensten bijvoorbeeld vaak geen uitgesproken mening. Het verschil in opleiding tussen de steekproef en het landelijk gemiddelde is te verklaren doordat het CBS en de vragenlijst een andere indeling hebben. Hierdoor zijn deze cijfers vrij moeilijk met elkaar te vergelijken.

De respondenten die mee hebben gewerkt aan de interviews zijn wat betreft geslacht redelijk vergelijkbaar met de steekproef. Zoals in hoofdstuk 4 is gebleken, is de leeftijdsopbouw van de respondenten bij de interviews verschillend van de populatie en steekproef. Wanneer deze vergeleken wordt met de cijfers in tabel 9, blijkt dat de groep van 15-25 jaar bij de interviews is oververtegenwoordigd, de groepen van 25 tot en met 65 jaar kleiner zijn dan de populatie en het percentage 65+-ers groter (20%) is dan in de populatie.

Tabel 9. Respondentkenmerken vergeleken met de Nederlandse bevolking en de bevolking in 's-Hertogenbosch in procenten

	Nederlandse bevolking	Bossche Bevolking	Steekproef Digipanel	Steekproef stadskantoor	Steekproef totaal
<i>Leeftijd</i>					
15-25 jaar		11,6%	1,6%	13,3%	2,4%
25-45 jaar		30,9%	41,7%	46,7%	42,1%
45-65 jaar		26,7%	46,0%	34,7%	45,2%
65+		13,6%	10,7%	5,3%	10,3%
<i>Geslacht</i>					
Mannen	49,4%	49,1%	45,8%	48,3%	46,2%
Vrouwen	50,6%	50,9%	54,2%	51,7%	53,8%
<i>Opleidingsniveau</i>					
Geen/lager onderwijs	74,4,1%		47,9%	52,1%	48,3%
Hoger onderwijs	25,1%		52,1%	47,9%	51,7%

### 5.1.2 Wegingsfactoren

Normaal gesproken krijgen alle resultaten uit de vragenlijst hetzelfde gewicht toegekend, maar gezien er verschillen zijn tussen de kenmerken van de respondenten en cijfers van de populatie, zullen wegingsfactoren worden toegepast. Door het toepassen van wegingsfactoren zal de steekproef een betere afspiegeling zijn van de populatie (Huizingh, 1999). Met name bij de leeftijd bestaat een grote discrepantie tussen de steekproef en de populatie. De groep respondenten van 26-45 jaar en 45-65 jaar is oververtegenwoordigd ten opzichte van de populatie. Hierdoor zal een weging kleiner dan 1 worden toegepast. Wanneer een groep is ondervertegenwoordigd (15-25 jaar en 65+) zal een weging boven de 1 worden toegepast. Voor de steekproef is gebruik gemaakt van de wegingen zoals aangegeven in tabel 10. Een resultaat van een respondent tussen de 15 en de 25 jaar zal bij de analyse hier bijvoorbeeld worden vermenigvuldigd met 4,83 en bij iemand tussen de 26 en 45 jaar zal het resultaat worden vermenigvuldigd met 0,73.

Tabel 10: Wegingsfactoren op leeftijd

Leeftijdsgroep	Wegingsfactor
15-25 jaar	4.833333
26-45 jaar	0.733967
46-65 jaar	0.590708
65+	1.320388

Het vervolg van het resultatengedeelte zal worden ingedeeld in de vijf deelvragen die zijn besproken in de theorie. Met deze vragen wordt getracht een antwoord te kunnen geven op de vraag wat de attitude van de burger over het algemeen is ten opzichte van kanaalsturing.

### 5.2 Voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening

Volgens Van Dijk et al. (2006) zijn er een drietal voorwaarden waaraan de burger moet voldoen voordat gebruik kan worden gemaakt van elektronische overheidsdienstverlening. Dit zijn het bezit van een computer met internetverbinding (§5.2.1), ervaring met het internet (§5.2.2) en kennis van en bekendheid met de elektronische overheidsdiensten (§5.2.3). In deze paragraaf zullen de voorwaarden achtereenvolgens aan bod komen.

### 5.2.1 Internetpenetratie

Om gebruik te maken van het internet als dienstverleningskanaal is het bezit van een computer met internetverbinding een must. Aangezien de respondenten uit het digipanel sowieso in het bezit zijn van een internetverbinding, is de internetpenetratie alleen gemeten bij de steekproef in het stadskantoor. Uit deze analyse is gebleken dat van respondenten 95,3% in het bezit is van een computer met internetverbinding en 4,7% geen verbinding heeft met het internet. Ook uit de interviews is gebleken dat internetpenetratie in de gemeente 's-Hertogenbosch hoog is. 13 van de 15 respondenten bleken te bezitten over een computer met internetverbinding. Wanneer we deze cijfers vergelijken met de cijfers uit het onderzoek van Van Dijk et al. (2006) is de internetpenetratie onder de respondenten zeer hoog. Uit de reacties van de respondenten die geen computer met internet bezitten, is gebleken dat de leeftijd en het missen van motivatie om zich te verdiepen in het internet de belangrijkste redenen zijn. Een van de reacties bij deze respondenten was:

*'Laat het lekker blijven zoals het is, ik heb niet zo behoefte aan veranderingen'*

Samengevat kan gesteld worden dat de internetpenetratie erg hoog ligt. Dit zal naar waarschijnlijkheid geen problemen vormen voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten.

### 5.2.2 Ervaring met het internet

Waar internetpenetratie een grote beïnvloeder is op de intentie van het gebruik van online overheidsdiensten, is ervaring een beïnvloeder op het daadwerkelijke gebruik ervan. Uit de analyse van de vragenlijst is gebleken dat de steekproef zich als vrij ervaren internetter inschat. Aangezien verwacht wordt dat de respondent in het digipanel enige ervaring heeft met het internet, is ook deze vraag alleen afgenomen in het stadskantoor. Van de respondenten geeft 86,5% aan vrij ervaren tot zeer ervaren te zijn. Wanneer wordt gekeken naar dit percentage, kan verwacht worden dat het afnemen van online overheidsdiensten geen probleem zal zijn voor het overgrote deel van de bevolking.

### 5.2.3 Kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening

Naast internetpenetratie en ervaring met het internet, is de kennis van en bekendheid met de elektronische overheidsdiensten een derde voorwaarde voor het gebruik ervan (Van Dijk et al., 2006). Wanneer de burger niet weet welke diensten elektronisch afgenomen kunnen worden, zal er geen gebruik van worden gemaakt.

In de vragenlijst zijn vier stellingen opgenomen met betrekking tot de kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening. De resultaten met betrekking tot de kennis van de mogelijkheden van de website zijn te vinden in tabel 11. In deze tabel is per stelling de gemiddelde score (M) gegeven en de standaardafwijking van het gemiddelde (SD). Een hogere score dan de kernwaarde van 3 geeft aan dat de burger positief is over de stelling en een lagere score insinueert een negatieve attitude richting de stelling. Wanneer een gemiddelde score wordt aangegeven met  $p < 0.05$  of  $p < 0.001$ , geeft dit aan dat de score significant verschilt van de neutrale waarde: 3.

Tabel 11: Beoordeling van de kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening

Eigen beoordeling van de burger ten opzichte van de mogelijkheden van de website	M	SD
- Ik ben goed op de hoogte van de mogelijkheden die de website van de gemeente voor mij te bieden heeft (N=1520)	3.32**	.847
- Ik weet goed welke diensten ik allemaal kan afnemen op de website van de gemeente 's-Hertogenbosch (N=1521)	3.26 **	.898
- Wat betreft dienstverlening weet ik goed welke mogelijkheden de website van de gemeente heeft (N=1521)	3.29**	.867
- Alles wat ik nodig heb van de gemeente kan ik online doen (N=1520)	2.87**	.861

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.001$

1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens

Uit de tabel is op te maken dat de burger overwegend positief is over de kennis die men heeft van de mogelijkheden van de website. De mensen zijn van mening dat zij over het algemeen goed op de hoogte zijn van wat de website de burger te bieden heeft en men denkt goed te weten welke diensten men via de website van de gemeente 's-Hertogenbosch kan afnemen (tabel 11). Zoals in de tabel is aangegeven, denkt men eveneens dat men goed weet welke mogelijkheden de website van de gemeente heeft, maar deze mogelijkheden zijn alsnog te weinig. De respondenten geven aan dat zij niet alles via de website kunnen doen wat zij graag zouden willen doen ( $M=2.87$ ). Zo kan de burger bijvoorbeeld geen paspoort of rijbewijs afnemen via de gemeentelijke website. Bij de resultaten uit de vragenlijsten verschillen alle resultaten significant van de neutrale waarde (3). Ook bij de interviews geeft men aan dat men niet alle diensten af te kan nemen die zij zouden willen afnemen.

Wanneer de respondenten worden opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding, kan worden gekeken welke groep respondenten mogelijk kan zorgen voor knelpunten. Wanneer door middel van een ANOVA toets de resultaten worden op gesplitst naar geslacht, zijn er geen significante verschillen waar te nemen. Wanneer de opsplitsing wordt gemaakt naar leeftijd, dan blijkt dat gemiddeld genomen de oudere respondenten beter op de hoogte denkt te zijn van het aanbod dan de jongere respondenten (tabel 12). Ook zijn de ouderen gemiddeld meer van mening dat men alle diensten die men elektronisch zouden willen afnemen, daadwerkelijk op de gemeentelijke website kán afnemen.

Tabel 12: Vragen over de gemeentelijke website opgesplitst naar leeftijd

	Op de hoogte van de mogelijkheden		Bekendheid afname diensten		Bekendheid mogelijkheden		Kan alles online doen	
	M	SD					M	SD
15 tot 25 jaar	3.09	.87	2.91	.94	3.11	.91	2.83	.91
25 tot 45 jaar	3.29	.87	3.24	.91	3.22	.90	2.80	.90
45 tot 65 jaar	3.46	.80	3.46	.81	3.43	.80	2.90	.86
65 jaar en ouder	3.32	.81	3.26	.90	3.34	.85	3.01	.81
Totaal	3.32	.85	3.26	.90	3.29	.87	2.87	.86
	$F(1,1520)=10.543$ $p < 0,001$		$F(1,1521)=19.679$ $p < 0.001$		$F(1,1521)=8.865$ $p < 0,001$		$F(1,1520)=3,565$ $p = ,02$	

Tevens zijn er twee significantie verschillen gevonden bij de opsplitsing naar opleidingsniveau (tabel 13). Over het algemeen geven de laagopgeleiden aan beter op de hoogte te zijn de mogelijkheden van de website ( $F(1,1506)=5.573$ ,  $p=0,02$ ) en zij geven hierbij aan dat het aanbod beter aansluit op de behoeften dan de hoogopgeleide respondent ( $F(1,1505)= 23.177$ ,  $p < 0,001$ ).

Tabel 13: Vragen over de gemeentelijke website opgesplitst naar opleiding

	Bekendheid mogelijkheden		Kan alles online doen	
	M	SD	M	SD
Geen opleiding t/m MBO	3.34	.86	2.98	.85
HBO, WO	3.23	.87	2.76	.86
Totaal	3.28	.87	2.87	.86
	$F(1,1506)=5.573$ $p=0,02$		$F(1,1505)= 23.177$ $p<0,001$	

Wanneer wordt gekeken of er een samenhang bestaat tussen de internetervaring van de burger en de kennis van en bekendheid met de elektronische overheidsdiensten, blijkt dat er een significant verschil is op de mate van ervaring (tabel 14). Uit de resultaten uit de correlatieanalyse kan worden afgeleid dat hoe meer ervaren de respondent zich beoordeeld, hoe beter het kennisniveau is van de mogelijkheden.

Tabel 14: Samenhang tussen internetervaring &amp; kennis

Stelling	Spearman's correlatie	p
- Ik ben goed op de hoogte van de mogelijkheden die de website van de gemeente voor mij te bieden heeft (N=1520)	0.121	<0.001
- Ik weet goed welke diensten ik allemaal kan afnemen op de website van de gemeente 's-Hertogenbosch (N=1521)	0.088	<0.001
- Wat betreft dienstverlening weet ik goed welke mogelijkheden de website van de gemeente heeft (N=1521)	0.087	<0.001
- Alles wat ik nodig heb van de gemeente kan ik online doen (N=1520)	-0.063	<0.02

Naar aanleiding van de resultaten uit de steekproef, kan worden gesuggereerd dat er in de waarneming van de burger geen gebrek aan kennis is over het bestaan van de website en de mogelijkheden op de website. Een mogelijk probleem kan daarbij zijn dat de burger van een aantal diensten geen weet heeft en ten onrechte aangeeft goed op de hoogte te zijn van de mogelijkheden.

Een mogelijke verklaring voor het veelvuldig bezoek aan de balie in het stadskantoor, kan zijn dat niet alle diensten die de burger wil afnemen beschikbaar zijn via het internet. In tabel 11 is af te lezen dat met een gemiddelde score van 2.87 op dit punt lichtelijk negatief gereageerd wordt. Dit resultaat verschilt minimaal van de neutrale waarde (3), maar toch is dit een belangrijk punt van kritiek. De gemeente wil niet rond het neutrale scoren, maar neemt enkel genoeg met positieve beoordelingen. Het aanbod is dus een punt waar de dienstverlening verbeterd zou moeten worden. Het is mogelijk dat de burger wel graag meer gebruik van elektronische diensten zou willen maken, maar dit gewoonweg niet kan aangezien er wordt gedacht dat desbetreffende dienst niet elektronisch wordt aangeboden. Wanneer de gemeente meer diensten zou aanbieden via het de website, zouden de burgers mogelijk meer gebruik maken van het internet voor overheidsdienstverlening. Het gebrek aan sommige diensten is tevens naar voren gekomen in de interviews. De respondenten in de interviews gaven in een aantal gevallen aan dat zij gebruik maakten van de balie aangezien men de dienst niet via het internet had kunnen afnemen. Bij de interviews gaven de respondenten ook aan dat de dienstverlening wel versoepeld worden. De burger komt bijvoorbeeld voor het paspoort liever één keer op het stadskantoor dan twee keer. Enkele bevindingen uit de interviews zijn:

*'Nu moet ik bijvoorbeeld nog twee komen voor een paspoort en ik ga liever één keer dan twee keer naar het stadskantoor'*



*'Ik zou wel meer via internet willen doen, ik ga niet voor de lol naar het stadskantoor'*

De reacties bij de interviews met betrekking tot het aantal diensten via het internet waren verdeeld. Alle respondenten zijn het eens met de stelling dat alle kanalen open moeten blijven als back-up voor wanneer men vragen heeft.

### 5.3 Attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening

Zoals in §5.2.3 is gebleken kan de burger niet alles online afnemen wat men zouden willen afnemen. Dit komt overeen met één van de knelpunten die Van Dijk et al. (2006) hebben beschreven in het onderzoek naar het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Volgens van Dijk et al. (2006) is een ander mogelijk knelpunt bij het gebruik van elektronische overheidsdiensten, de attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening (zie onderzoeksraamwerk, figuur 1). Wanneer de burger een negatieve attitude heeft ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening, is het onwaarschijnlijk dat men er gebruik van zal gaan maken.

De attitude ten opzichte van online dienstverlening wordt gemeten aan de hand van een drietal stellingen die het gemak van de website meten. De resultaten met betrekking tot het gebruiksgemak van de website zijn te vinden in tabel 15. In deze tabel is per stelling de gemiddelde score (M) gegeven en de standaardafwijking van het gemiddelde (SD). Een hogere score dan 3 geeft aan dat de burger positief is over de stelling en een lagere score insinueert een negatieve attitude richting de stelling. Wanneer een gemiddelde score wordt aangegeven met  $p < 0.05$  of  $p < 0.001$ , geeft dit aan dat de score significant verschilt van de neutrale waarde: 3.

Tabel 15: Attitude ten opzichte van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch

Stellingen over het gemak van de website van de gemeente	M	SD
- De informatie op de website is makkelijk te begrijpen (N=1469)	3.65**	.761
- Ik vind de website makkelijk te gebruiken (N = 1472)	3.52**	.815
- De website maakt het makkelijk om met de organisatie te communiceren (N=1468)	3.33**	.847

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < .,001$

1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens

Uit de tabel is op te maken dat de burger wat betreft gebruiksgemak positief is over de elektronische dienstverlening die de gemeente 's-Hertogenbosch aanbiedt. De website is volgens de eerste en derde stelling zeer gemakkelijk te begrijpen ( $M=3.65$ ,  $SD=.76$ ) en goed te gebruiken ( $M=3.52$ ,  $SD=.82$ ). Het is waarschijnlijk dat het gebruiksgemak van de website van de gemeente geen obstakel is voor de kanaalkeuze van de burger. De respondenten geven daarbij aan dat de website van de gemeente het gemakkelijk maakt om met de overheidsorganisatie te communiceren (tabel 15).

Ook bij de interviews is gebleken dat de burger positief is over de website, maar geeft men aan niet alle diensten af te kunnen nemen die zij zouden willen afnemen. De geïnterviewden vinden de pagina duidelijk en men kan in de meeste gevallen zonder moeite vinden wat men zoekt. Daarnaast zijn er geen problemen met het vinden van de gemeentelijke website. De respondenten vonden de website van de gemeente 's-Hertogenbosch met name door gewoon het webadres in te typen of door te zoeken op een zoekmachine als Google.

Wanneer de respondenten worden opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding, kan worden gekeken welke groepen respondenten mogelijk kunnen zorgen voor knelpunten. Uit de ANOVA-toetsen is gebleken dat er nauwelijks significante verschillen waar te nemen zijn. Enkel bij de opsplitsing naar leeftijd is er een significant verschil te rapporteren (tabel 16). De groep respondenten van 45 tot 65 jaar beoordeeld het gebruiksgemak positiever dan de jongeren ( $F(1,1472)=3,366, p=0.02$ ). De overige resultaten zijn weer te vinden in bijlage IV.

*Tabel 16: Attitude ten opzichte van de gemeentelijke website opgesplitst naar leeftijd*

	Makkelijk in gebruik	
	M	SD
15 tot 25 jaar	3.43	.81
25 tot 45 jaar	3.48	.84
45 tot 65 jaar	3.61	.78
65 jaar en ouder	3.49	.81
Totaal	3.52	.82
	$F(1,1472)=3,366$ $p=0.02$	

Wanneer wordt gekeken of er samenhang bestaat tussen de internetervaring van de burger en de beoordeling van elektronische overheidsdienstverlening, blijkt dat er een significant verschil is op de mate van internetervaring (tabel 17). Uit de resultaten uit de correlatieanalyse kan worden afgeleid dat hoe meer ervaren de respondent zich beoordeeld, hoe positiever de beoordeling.

*Tabel 17: Samenhang tussen internetervaring & attitude t.o.v. elektronische dienstverlening*

Stelling	Spearman's correlatie	p
- Ik vind de website makkelijk te gebruiken (N=1964)	0.065	0.01
- De website maakt het makkelijk om met de organisatie te communiceren (N=1959)	0.043	<0.05
- De informatie op de website is makkelijk te begrijpen (N=1960)	0.098	<0.001

Resumerend kan worden gesteld dat de burger zeer positief is over het gebruik van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch. Door deze positieve beoordeling kan worden verwacht dat de attitude ten opzichte van de aangeboden dienstverlening van de gemeente geen groot knelpunt zal zijn. De reden dat de burger weinig gebruik maakt van het internet voor overheidsdienstverlening zal waarschijnlijk elders moeten worden gezocht.

#### **5.4 Kanaalvoorkeur, kanaalgebruik en kanaalkeuzefactoren**

In deze sectie zal onderzoek worden gedaan naar het kanaalgebruik en de kanaalkeuze van de burger bij het afnemen van een overheidsdienst. Het is waarschijnlijk dat wanneer de burger de voorkeur heeft voor elektronische dienstverlening, dat dit een positieve uitwerking heeft op de gebruiksententie. Als eerste zal worden gekeken naar het kanaalgebruik en de kanaalvoorkeur van de burger (§5.4.1). In §5.4.2 komen de redenen aan bod voor het gebruik van de balie als dienstverleningskanaal. Vervolgens zal in §5.4.3 worden gekeken naar de kanaalkenmerken die de kanaalvoorkeur van de burger bepalen.

### 5.4.1 Kanaalgebruik en kanaalvoorkeur bij de burger

Om de attitude ten opzichte van de verschillende dienstverleningskanalen van de overheid te meten, is het van belang om te weten welke kanalen men het vaakst gebruikt en bij welke kanalen bij de burger de voorkeur ligt. Wanneer de burger een bepaald kanaal prefereert, kan gesuggereerd worden dat men een positieve attitude heeft ten opzichte van dat kanaal. De percentages van het gebruik en de voorkeur van de verschillende kanalen zijn te vinden in tabel 18.

Tabel 18: Welk dienstverleningskanaal gebruikt u in het algemeen...

...het <u>vaakst</u> voor contacten met de gemeente? (N=1493)		...het <u>liefst</u> voor contacten met de gemeente? (N=1492)	
Kanaal	Percentage	Kanaal	Percentage
Website	35,8%	Website	37,8%
Balie	29,7%	Balie	20,5%
Telefoon	21,3%	E-mail	19,9%
E-mail	9,5%	Telefoon	17,4%
Weet niet/geen mening	2,5%	Weet niet/geen mening	3,3%
Schriftelijk	1,2%	Schriftelijk	1,1%
... het <u>vaakst</u> voor contacten met de Landelijke overheid? (N=1485)		...het <u>liefst</u> voor contacten met de Landelijke overheid? (N=1491)	
Kanaal	Percentage	Kanaal	Percentage
Website	37,2%	Website	40,0%
Telefoon	25,8%	E-mail	21,9%
Balie	11,4%	Telefoon	17,9%
E-mail	11,1%	Balie	10,4%
Weet niet/geen mening	7,9%	Weet niet/geen mening	6,0%
Schriftelijk	6,7%	Schriftelijk	3,8%

Uit de tabel is af te lezen dat de burger bij gemeentelijke overheidsdiensten het vaakst het internet gebruikt voor dienstverlening (35,8%), gevolgd door de balie (29,7%). Daarnaast maken de respondenten tevens veel gebruik van de telefoon voor communicatie met de gemeente (21,3%). Het schriftelijke dienstverleningskanaal wordt slechts erg weinig gebruikt (1,2%). Wanneer we deze percentages van het gebruik vergelijken met de voorkeur van de respondenten, komt naar voren dat de voorkeur van de burger duidelijk gericht is op de website van de gemeente (37,8%) en in mindere mate op de balie (20,5%). Daarbij is het opvallend dat de burger de voorkeur geeft aan het gebruik van e-mail (19,9%), waar deze nog maar weinig gebruikt wordt (9,5%). Dit is ook gebleken uit de interviews. De respondenten zouden graag meer gebruik willen maken van de e-mail. Tot nu hebben weinig respondenten ervaring met het gebruik van e-mail voor overheidsdienstverlening. Contact via e-mail is bij de meeste respondenten nooit nodig geweest of het is nooit in de respondent opgekomen. Van de 15 respondenten bij de interviews waren er vier die ervaring had met e-mailcontact met de overheid. Dit contact werd overwegend positief ontvangen. Enkele bevindingen van de respondenten waren:

*'De ambtenaar hoefde op deze manier niet tien keer dezelfde vragen te stellen, maar kon het teruglezen in eerdere mailtjes'*

*'Je kan het doen volgens je eigen tijdsplanning en het staat gewoon zwart op wit en je kan het zo weer terugzoeken'*

Uit de interviews is gebleken dat de burger voor directheid van het contact de voorkeur geeft aan de balie of de telefoon. De voordelen bij e-mail zijn onder andere de flexibiliteit en men kan de opgevraagde informatie opnieuw teruglezen. Een nadeel is dat mensen elkaar mogelijk

niet geheel begrijpen waardoor overheid en burger diverse keren heen en weer moeten mailen voor een antwoord dat via de telefoon in enkele minuten kan worden gegeven.

Net als bij de balie zou de burger tevens minder gebruik van de telefoon willen maken dan dat men op het moment doet.

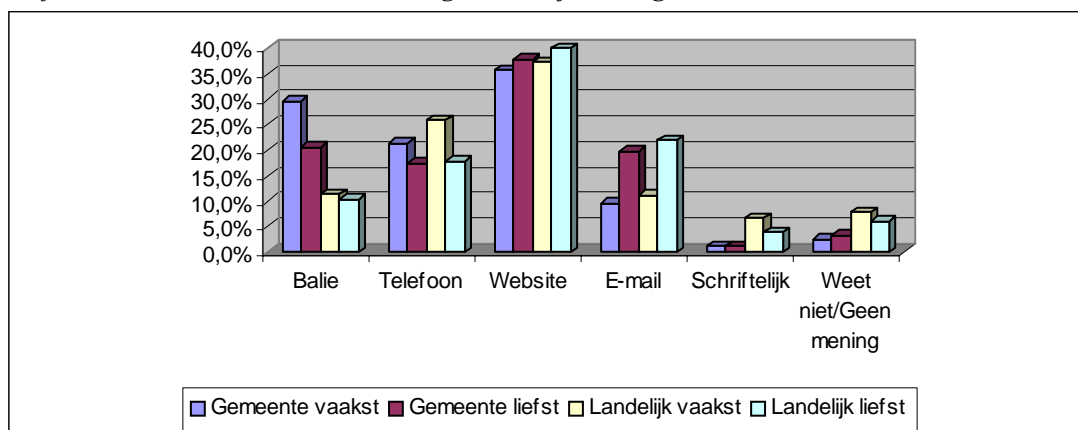
Naast het kanaalgebruik en kanaalvoorkeur voor *gemeentelijke* diensten, zijn ook cijfers van het kanaalgebruik en kanaalvoorkeur voor *landelijke* overheidsdiensten in tabel 18 af te lezen. Deze cijfers verschillen van de gemeentelijke dienstverlening met name op het gebruik van de balie. Een oorzaak betreffende dit punt is waarschijnlijk dat voor de landelijke overheid minder gebruik kán worden worden van balies dan bij de gemeentelijke overheid. De balie wordt voor dienstverlening bij de landelijke overheid in vergelijking met de gemeentelijke overheid slechts weinig gebruikt (11,4%) en de burger heeft ook niet de behoefte om gebruik te maken van de balie voor dienstverlening met de overheid (10,4%). De telefoon wordt wel vaak gebruikt (25,8%), al heeft men voor dit kanaal slechts een erg kleine voorkeur (17,9%). Uit de interviews is gebleken dat met name de directheid en persoonlijk contact via de telefoon erg belangrijk zijn bevonden.

Net als voor dienstverlening met de gemeentelijke overheid wordt de website veel gebruikt voor overheidsdienstverlening met de landelijke overheid (37,2%). Dit verschilt met het onderzoek van Van Dijk et al. uit 2006 waar slechts 18,3% van de respondenten aangaf het internet te gebruiken voor overheidsdienstverlening. In dat onderzoek is gebleken dat de burger de voorkeur gaf aan de balie (23,9%) en de telefoon (23,9). Bij het huidige onderzoek was dit respectievelijk 11,4% en 25,8%.

Naast het gebruik, gaat tevens de voorkeur uit naar het internet als dienstverleningskanaal. Dit komt overeen met de voorkeur van de burger in het onderzoek van Van Dijk et al. in 2006. Naast de website zou de burger net als bij de gemeentelijke overheid graag meer gebruik maken van de e-mail voor dienstverlening met de landelijke overheid (21,9%) waar dit op het moment nog maar weinig gebeurt (11,1%). Opvallend bij de analyse van deze vraag is dat het schriftelijke kanaal voor zowel de gemeentelijke overheid als de landelijke overheid slechts weinig gebruikt wordt, maar tevens weinig voorkeur geniet. Bij het onderzoek van Van Dijk et al. (2006) gaf nog 21,3% van de respondenten aan de post te gebruiken bij overheidsdienstverlening. De telefoon wordt nog wel veel gebruikt (25,8%), maar de burger geeft hier niet de voorkeur aan (17,9%).

Om de verschillen tussen het kanaalgebruik en de kanaalvoorkeur duidelijk te maken, is er gebruik gemaakt van een grafiek waar beide vragen naast elkaar zijn gezet (grafiek 1).

Grafiek 1: Kanaalvoorkeur en kanaalgebruik bij de burgers



Met name bij de balie, telefoon en e-mail zijn grote verschillen op te merken, waaruit blijkt dat de burgers de balie en telefoon meer gebruiken dan dat men deze dienstverleningskanalen prefereren. Bij het toepassen van een chikwadrattoets, zijn zoals te zien in tabel 19, de verschillen tussen de resultaten allen significant gebleken ( $p < 0.001$ ). De voorkeur en het daadwerkelijke gebruik van een kanaal verschillen significant van elkaar. Daarnaast is in de grafiek duidelijk waar te nemen dat de burger graag meer gebruik zou willen maken van de e-mail als dienstverleningskanaal dan men op het moment doet.

Tabel 19: Chi-kwadraat bij kanaalvoorkeur en kanaalgebruik

	Chi-kwadraat	$p$
Gemeente vaakst	1216.76	<0.001
Gemeente liefst	1095.01	<0.001
Landelijk vaakst	906.01	<0.001
Landelijk liefst	1130.46	<0.001

#### Opsplitsing naar plaats van afname

Wanneer de resultaten met betrekking tot kanaalvoorkeur en kanaalgebruik in de gemeente 's-Hertogenbosch worden opgesplitst naar de plaats van afname, zijn er een aantal duidelijke verschillen waar te nemen (tabel 20). Uit de resultaten is gebleken dat de internetgebruikers (digipanel) over het algemeen minder (graag) gebruik maken van de balie (28,2%) dan de respondenten in het stadskantoor (40,1%). Ook de voorkeur voor de balie is bij de internetgebruikers (digipanel) een stuk lager (18,9%) dan bij de afname in het stadskantoor (32,3%). De e-mail wordt daarentegen wél meer geprefereerd (21,3%) door de internetgebruikers dan de baliebezoekers (9,9%). Er zijn dus grote verschillen waar te nemen tussen de respondenten in het stadskantoor en in het digipanel. Het is mogelijk dat dit komt doordat de respondenten in het digipanel beter met het internet overweg kunnen dan de baliebezoeker. Ook zou het kunnen komen doordat de baliebezoeker de balie bezoekt omdat men hier een grote voorkeur aan geeft. Toch geven beide groepen aan dat zij veel gebruik maken van de gemeentelijke website (35,5% en 38,3%) en deze ook prefereren (38,0% en 36,1%). Wat betreft websitegebruik kunnen de respondenten aan de balie en de respondenten uit het digipanel goed vergeleken worden.

Wanneer wordt gekeken naar de verschillen in de plaats van afname bij kanaalgebruik en kanaalvoorkeur voor contacten met de landelijke overheid, blijkt eveneens dat er enkele grote verschillen zijn (tabel 20). De respondenten waarbij de vragenlijst in het stadskantoor is afgenomen gebruiken vaker de balie voor landelijke dienstverlening (22,6%) dan de leden van het digipanel (9,8%). Ook gebruiken de respondenten in het stadskantoor vaker de website (46,6%) dan de respondenten in het digipanel (35,9%). Dit is opvallend, aangezien de mensen bij het digipanel sowieso in het bezit zijn van een computer met internetverbinding de leeftijd lager ligt. De respondenten in het digipanel maken daarentegen wel meer gebruik van de e-mail (12,0%) dan de respondenten in het stadskantoor (4,1%). Ook de voorkeur voor de e-mail is in het digipanel hoger (23,0%) dan bij de respondenten in het digipanel (14,1%).

Tabel 20: Welk dienstverleningskanaal gebruikt u in het algemeen... (opgesplitst naar afname)

...het <u>vaakst</u> voor contacten met de gemeente?			...het <u>liefst</u> voor contacten met de gemeente?		
Kanaal	Digipanel	Stads-kantoor	Kanaal	Digipanel	Stads-kantoor
Website	35,5%	38,3%	Website	38,0%	36,1%
Balie	28,2%	40,1%	Balie	21,3%	9,9%
Telefoon	21,8%	17,6%	E-mail	18,9%	32,3%
E-mail	10,4%	3,6%	Telefoon	16,8%	21,7%
Weet niet/geen mening	2,8%		Weet niet/geen mening	3,8%	
Schriftelijk	1,3%	0,4%	Schriftelijk	1,2%	0,0%
... het <u>vaakst</u> voor contacten met de landelijke overheid?			...het <u>liefst</u> voor contacten met de landelijke overheid?		
Kanaal	Digipanel	Stads-kantoor	Kanaal	Digipanel	Stads-kantoor
Website	35,9%	46,6%	Website	38,6%	49,9%
Telefoon	26,0%	24,2%	E-mail	23,0%	14,1%
Balie	12,0%	4,1%	Telefoon	18,9%	11,4%
E-mail	9,8%	22,6%	Balie	8,6%	23,3%
Weet niet/geen mening	9,0%		Weet niet/geen mening	6,8%	
Schriftelijk	7,3%	2,4%	Schriftelijk	4,2%	1,4%

In het kort kan worden gesteld dat de respondenten aan de balie met name meer gebruik maken van de balie dan het digipanel voor gemeentelijke dienstverlening en dit kanaal tevens meer prefereren dan de respondent uit het digipanel. De respondenten uit het digipanel maken daarentegen meer gebruik van de e-mail voor overheidsdienstverlening dan de respondenten in het stadskantoor. Het digipanel prefereert daarnaast de e-mail dan ook meer.

Voor landelijke dienstverlening zijn er grote verschillen waar te nemen in het gebruik en voorkeur van de balie, website en e-mail. De respondenten in het stadskantoor gebruiken en prefereren de balie en de website meer dan de respondenten in het digipanel. Het digipanel gebruikt en prefereert daarentegen de e-mail meer dan de respondent in het stadskantoor.

In de volgende paragraaf zal worden geanalyseerd waarom een burger specifiek voor de balie kiest in plaats van een ander kanaal. Aan de hand daarvan kan worden gekeken of het elektronische dienstenaanbod mogelijk een knelpunt is, of dat de burger de balie prefereert wegens een andere reden.

#### 5.4.2 De redenen waarom de burger het stadskantoor bezoekt voor overheidsdiensten

In de vragenlijst die is afgenomen in het stadskantoor van de gemeente is ingegaan op de reden waarom de burger gebruik maakt van juist de balie en niet kiest voor een ander kanaal. De reden dat hiervoor enkel de vragenlijsten in het stadskantoor zijn gebruikt, is omdat in deze vragenlijst een belangrijke antwoordmogelijkheid (er was geen andere mogelijkheid) is opgenomen die bij de online vragenlijst niet aanwezig was. Daarnaast wil de overheid het aantal afgenomen diensten aan de balie graag laten afnemen en aan de hand van de vragenlijst in het stadskantoor wordt er alleen beroep gedaan op de bezoekers aan de balie. De bevindingen van de belangrijkste redenen die de burger gebruikt voor het gebruik van de balie als dienstverleningskanaal zijn te vinden in tabel 21.

Tabel 21: *Waarom heeft u ervoor gekozen om langs te komen?*

- Er was geen andere mogelijkheid	39,8%
- Niet bewust over nagedacht	15,1%
- Vanwege de snelheid	11,7%
- Vanwege het gemak	8,1%
- Vanwege de moeilijkheid van mijn vraagstuk/de dienst	7,8%
- De onduidelijkheid van de vraag	5,5%
- Vanwege de vorm van (persoonlijk) contact	3,1%
- Vanwege de zekerheid	2,3%
- Eerdere ervaringen	1,5%
- Ik gebruik dit kanaal altijd	0,7%
- Vanwege de kosten	0,3%
- Anders	4,2%

Wanneer er aan de burger die in het stadskantoor komt wordt gevraagd waarom men juist gebruik maakt van de balie, is gebleken dat de mogelijkheid van het afnemen van de dienst een belangrijke factor is (39,8%). Wanneer de burger bijvoorbeeld het rijbewijs wil aanvragen of afhalen moet men nu eenmaal naar het stadskantoor. Dit kan op het moment (nog) niet via de website, de telefoon, post of e-mail gebeuren, aangezien voor deze kanalen nog geen veilige registratievoorziening voor handen is. De hoge score op de antwoordmogelijkheid van het ontbreken van diensten via het internet wordt bevestigd door de antwoorden in de interviews. In de interviews is meerdere keren gebleken dat men het stadskantoor bezoekt omdat er geen andere mogelijkheid was.

Naast dat er geen andere mogelijkheden zijn voor het afnemen van de dienst, is de snelheid van het afnemen van de dienst voor veel burgers ook belangrijk (11,7%). Deze antwoordmogelijkheid spoort in dit geval tevens redelijk met het gemak van het dienstverleningskanaal (8,1%). Uit de interviews is eveneens gebleken dat men geen moeite heeft met een bezoek aan het stadskantoor. Burgers komen toch regelmatig in het centrum of men werk er. Wanneer de burger toch in het centrum moet zijn, is een bezoek aan het stadskantoor gemakkelijker dan een zoektocht via de website van de gemeente. Een antwoord uit het interview met betrekking tot de snelheid en gemak is:

*'meestal kan je de inschrijving in de gemeente aan de receptie regelen en dat was hier ook het geval en ik werk hier toch in de buurt, dus ik loop zo even naar binnen'*

Een andere antwoordmogelijkheid die vaak is gebruikt is dat men niet bewust over de kanaalkeuze heeft nagedacht (15,1%). Het is waarschijnlijk dat men bij het afnemen van een overheidsdienst in eerste instantie denkt aan het stadskantoor en minder snel aan een ander dienstverleningskanaal.

#### **5.4.3 De kanaalkeuzefactoren die voor de burger het meest van belang zijn**

In de voorgaande paragrafen is gekeken naar de attitude van de burger ten opzichte van de gemeentelijke website, naar welk dienstverleningskanaal de voorkeur van de burger gaat en van welke dienstverleningskanalen de burger het meest gebruik maakt. Uit deze resultaten kan worden geconcludeerd dat de kanaalvoorkeur voor communicatie met de overheid uitgaat naar websites en de e-mail, maar welke eigenschappen maken deze dienstverleningskanalen populair? In deze paragraaf zal worden ingegaan op de kanaalkarakteristieken die van belang zijn bij de kanaalkeuze voor de burger.

Volgens de MRT (Daft & Lengel, 1986) hebben dienstverleningskanalen verschillende eigenschappen die de rijkheid van een kanaal bepalen. Hoe rijker de kanalen hoe beter de beoordeling volgens de MRT zou moeten zijn. Volgens de theorie wordt de balie met haar karakteristieken als meeste 'rijke' kanaal beschouwt. Bij de balie is volgens de theorie de mogelijkheid op directe feedback, een hoge mate van personalisatie en kan de burger een grote variatie in taal gebruiken. Naast de MRT wordt zoals in het theoretisch kader is beschreven onderzoek gedaan naar de CET die ingaat op de ervaringen van de burger (Carlson & Zmud, 1999), het TAM die ingaat op de acceptatie van het kanaal (Davis, 1989) en de marketing.

Uit het onderzoek is gebleken dat de burger de *balie* op de meeste kanaaleigenschappen positief beoordeelt (Bijlage VI). Met name bij het duidelijk maken van de persoonlijke situatie (49,6%), het kunnen gebruiken van gevarieerde taal (41,4%), de snelheid van het antwoord (38,5%), het kunnen gebruiken van woord en gebaar (69,4%), de meest effectieve manier om het doel te bereiken (40,2%), het kanaal met de meeste service (49,7%) en de beste eigen ervaringen (39,8%) scoort de balie zeer goed. Het is opmerkelijk dat de balie ondanks deze goede scores geen grote voorkeur heeft ten opzichte van andere dienstverleningskanalen (zie §5.4.1).

Punten waar de balie minder voorkeur bij krijgt zijn het gemak in gebruik (13,7%), de snelheid van het in contact komen met de overheid (18,8%) en de kosten van het kanaalgebruik (17,0%). Dit zijn juist de punten waar de website van de gemeente zeer goed op scoort met respectievelijk 36,6%, 29,7% en 42,8%. Daarnaast scoort ook de e-mail goed op het gemak in gebruik van het kanaal (28,6%) en de kosten van het kanaalgebruik (33,2%). Gezien de kanaalvoorkeur voor het internet en e-mail in §5.4.1 is het aannemelijk dat deze kanaaleigenschappen voor de burger van groter belang zijn dan de kanaalkarakteristieken waar de balie hoog op scoort.

Zoals verwacht is het schriftelijke dienstverleningskanaal geen 'rijk' kanaal volgens de MRT (Bijlage V) (Daft & Lengel, 1986). Het schriftelijke kanaal scoort op de vragen over kanaaleigenschappen op alle punten zeer laag. Het is mogelijk dat dit de aanleiding is waarom de burger geen voorkeur heeft voor dit kanaal als dienstverleningskanaal. Bij het toepassen van een chikwadraattoets zijn de verschillen in de resultaten van het allen significant gebleken ( $p < 0.001$ ) (tabel 22).

Tabel 22: Chi-kwadraat bij plaats van afname en kanaalkenmerken

Via dit dienstverleningskanaal...	Chi-kwadraat	<i>p</i>
...kan ik mijn persoonlijke situatie het best duidelijk maken	1394.53	<0.001
...kan ik het best gevarieerde taal gebruiken	862.00	<0.001
...krijg ik het snelst antwoord	962.46	<0.001
...kan informatie het beste op meerdere manieren overgedragen worden	2955.26	<0.001
...Dit dienstverleningskanaal is voor mij het gemakkelijkst te gebruiken	815.575	<0.001
...bereik ik mijn doel het best	662.83	<0.001
...ben ik het snelst in contact met de overheid	630.11	<0.001
...Dit dienstverleningskanaal biedt mij de meeste service	1221.45	<0.001
...Dit dienstverleningskanaal is voor mij het goedkoopst	1317.36	<0.001
...Met dit dienstverleningskanaal heb ik de beste ervaring	659.85	<0.001



Wanneer de resultaten worden gespecificeerd naar de plaats van afname (digipanel en het stadskantoor), blijkt dat de bezoeker aan het *stadskantoor* op vrijwel alle punten duidelijk de voorkeur geeft aan de balie, waar de respondent uit het *digipanel* positiever is over met name de e-mail. De kanaaleigenschappen van de website worden door beide groepen redelijk gelijk beoordeeld. De leden uit het digipanel vinden hierbij wel dat men snel antwoord krijgt via de website (11,9%) in vergelijking met de respondenten uit het stadskantoor (19,4%). Daarnaast is er een redelijk groot verschil in de beoordeling van het aantal manieren dat informatie overgedragen kan worden (11,4% tegenover 5,3%).

### ***5.5 Welk instrument voor kanaalsturing is in de ogen van de bevolking het meest geschikt om de burger naar het internet te sturen voor overheidsdienstverlening?***

Zoals in de vorige paragrafen naar voren is gekomen, heeft de burger over het algemeen een voorkeur voor het internet als dienstverleningskanaal, maar komt het dienstenaanbod vooralsnog niet overeen met de wensen van de burger. Voor de diensten die wél via het internet kunnen worden afgenomen, wordt volgens de gemeente te weinig zelfstandig gebruik gemaakt door de burger. In deze paragraaf zal worden gekeken naar de resultaten van de attitudemeting van de burger ten opzichte van mogelijke sturingsinstrumenten. Zoals eerder in hoofdstuk 3 is besproken kan wanneer een sturingsmethode binnen de normen en waarden van de burger valt, internalisatie plaatsvinden. Internalisatie kan volgens Kelman (1958) zorgen voor een beïnvloeding van de burger in de kanaalkeuze op de lange termijn die moeilijk veranderbaar is.

Zoals in de theorie is besproken, wordt er in deze scriptie onderscheid gemaakt in een vijftal instrumenten om de burger mogelijk te sturen in de kanaalkeuze. Om te kijken of de opgestelde vragen het juiste concept meten, is er gebruik gemaakt van een factoranalyse. Een factoranalyse is een statistische techniek waarbij wordt nagegaan welke verbanden bestaan tussen de antwoorden op de vragen. Bij de factoranalyse zal worden gekeken of de vijf verschillende sturingsgroepen uit Van der Doelen (1989) en de marketingmix kunnen worden onderscheiden. Wanneer deze niet onderscheiden worden, zouden twijfels kunnen worden getrokken bij de opgestelde vragen voor het onderzoek of de toepassing van de theorieën.

Wanneer de factoranalyse wordt uitgevoerd blijkt dat de verschillende instrumenten moeilijk van elkaar te onderscheiden zijn. Een rotatie bleek niet nodig om de factoranalyse beter te kunnen interpreteren. Bij de analyse is gekeken naar factoren met een factorlading boven de 0.3. De factorladingen van de factoranalyse zijn te zien in tabel 23. De factoranalyse leverde, in plaats van vijf factoren, slechts drie factoren waarbij de eigenvalue groter dan één is. De overige twee factoren hebben een eigenvalue van respectievelijk 0.85 en 0.80. De vijf factoren tezamen verklaren een cumulatieve variantie van 70% (zie bijlage VI). Hoe hoger de eigenvalue per cluster, hoe beter het patroon is. Met name het eerste en tweede cluster hebben een vrij duidelijk patroon. Gezien de groepering van de stellingen in de vijf sturingsinstrumenten, kan worden aangenomen dat deze clusters worden gezien als zijnde het communicatieve en juridische model.

Het patroon van het derde, vierde en vijfde cluster is minder duidelijk. De verschillende modellen blijken moeilijk van elkaar te onderscheiden te zijn.

Tabel 23: factorlading van de stellingen over sturingsmodellen

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
<i>De overheid zou...</i>					
<b>Stellingen Communicatieve sturing</b>					
...mensen meer moeten wijzen op de mogelijkheden van het internet	0.733				
...meer moeten communiceren over de voordelen van het internet	0.798			0.464	-0.342
...meer reclame moeten maken over het adres van de website	0.649				
...het gebruik van de website meer moeten promoten	0.773				
<b>Stellingen Juridische sturing</b>					
...burgers moeten verplichten om voor bepaalde diensten van het internet gebruik te maken		0.656			
...diensten alleen nog maar via het internet moeten aanbieden en niet via de andere kanalen		0.808			
<b>Stellingen Economische sturing</b>					
...diensten via het internet goedkoper moeten maken dan via de andere kanalen	0.539			-0.610	
...de kosten van diensten en producten via de andere kanalen duurder moeten maken		0.723			
...internetkosten van de burger moeten vergoeden			0.867		
<b>Stellingen mbt Plaats</b>					
...internetdiensten toegankelijker moeten maken	0.619		0.410		
...het stadskantoor minder toegankelijk moeten maken		0.791			
<b>Stellingen mbt Product</b>					
...meer diensten via het internet moeten aanbieden	0.737				
...betere diensten via het internet moeten aanbieden	0.582				0.644
<b>Eigen values</b>	3.913	2.431	1.098	.852	.806

Door middel van een betrouwbaarheidsanalyse kan worden vastgesteld of de verschillende vragen wel hetzelfde concept meten. Wanneer de  $\alpha$  in een groep groter is dan 0.7 kunnen de vragen worden gebruikt om het concept te meten. Wanneer de betrouwbaarheidsanalyse wordt toegepast blijkt:

*Communicatief/Promotie:  $\alpha$  van .808*

*Prijs/economisch:  $\alpha$  van .359*

*Juridisch:  $\alpha$  van .62*

*Plaats:  $\alpha$  van -.228*

*Product:  $\alpha$  van .595*

De lage alpha's kunnen veroorzaakt worden door het kleine aantal vragen per sturingsinstrument. Wanneer er slechts twee vragen in één schaal zitten, zoals bij product en plaats, is het mogelijk daar aan de hand van één verkeerd gestelde vraag, de betrouwbaarheid als zeer slecht kan worden beoordeeld. Bij de sturingsinstrumenten kunnen mogelijk ook andere factoren een rol spelen. Een tweetal mogelijke oorzaken zullen in de volgende alinea's kort worden beschreven.

#### Vraagstelling

Het is zeer waarschijnlijk dat de vraagstelling niet geheel klopt. Bij een vraag met betrekking tot sturing door middel van prijs, is het aannemelijk dat deze vanwege zijn dwingende karakter kan worden gezien als juridisch instrument.

Naast de vraagstelling bij sturing door middel van prijs, kunnen tevens vraagtekens worden gezet bij de vraagstelling bij het concept 'plaats' (factor 5) Met name de vraag met betrekking tot het minder toegankelijk maken van het stadskantoor kan dwingend overkomen (juridisch).

#### Moeilijk verklaarbare factoren

Naast de opstelling van de vragen zijn er tevens moeilijk verklaarbare factoren. Met name het communicatieve sturingsmodel is zeer dominant gebleken in het onderzoek terwijl de formulering van enkele vragen geen enkele betrekking heeft op communicatieve sturing. Een voorbeeld hierbij is het goedkoper maken van dienstverleningskanalen. Deze vraag heeft geen communicatief karakter, evenals het toegankelijker maken van internetdiensten. Het kan zijn dat de verschillende instrumenten weinig van elkaar verschillen.

Volgens bovenstaande analyses is het mogelijk om twijfels te trekken bij met name de vraagstelling en de interpretatie van de respondent van de vragen. Ondanks dat ze in de ogen van de burger mogelijk moeilijk onderscheidend zijn, zal het vervolg van het onderzoek in de oorspronkelijke indeling doorgezet worden aangezien de concepten op deze manier in de theorie voldoende onderscheid vertonen. Een tweede reden waarom de oorspronkelijke indeling wordt behouden is omdat de schaalindeling bij enkele vragen onverklaarbaar is.

Om te onderzoeken welke methoden uit het kanaalsturingsmodel van Van der Doelen (1989) en de marketing de burger mogelijk kunnen sturen richting het internet, is een attitudemeting gedaan op een aantal stelling. Als antwoord konden de respondenten kiezen uit een beoordeling tussen de 1 (helemaal mee oneens) en 5 (helemaal mee eens). Gezien het bij deze vragen om onafhankelijke groepen gaat, is er gekozen voor een t-toets. Bij de t-toets zijn de gemiddelde scores van de respondenten vergeleken met het neutrale antwoord (=3). In de volgende tabellen is per stelling de gemiddelde score (M) gegeven en de standaardafwijking van het gemiddelde (SD). Een hogere score dan 3 impliceert een positieve beoordeling van een stelling en een lagere score impliceert een negatieve beoordeling van een stelling. De verschillende vragengroepen zullen apart van elkaar worden besproken.

#### ***Stellingen met betrekking op sturing door middel van communicatie***

De burger is duidelijk van mening dat de overheid het internet meer zou moeten promoten (M=3.85, SD=.78). Dit komt overeen met de bevindingen uit de interviews. Wanneer werd gevraagd naar wat de overheid zou moeten doen om de burger meer gebruik te laten maken van het internet als dienstverleningskanaal, kwam in de interviews meerdere keren naar voren dat er meer reclame voor de website zou moeten worden gemaakt. Daarnaast gaven de respondenten in de interviews aan dan zij graag in het stadskantoor zelf op de mogelijkheden van de website worden gewezen. Dit kan bijvoorbeeld door middel van folders of posters in het stadskantoor.

Naast het promoten van de website, is uit de vragenlijsten gebleken dat de burger van mening is dat men nog niet geheel op de hoogte is van de mogelijkheden van elektronische overheidsdienstverlening. Uit de resultaten is duidelijk waar te nemen dat de respondenten graag gewezen willen worden op de mogelijkheden van het internet (M=3.86, SD=.82). Dit is tegenstrijdig met de resultaten uit tabel 11 waarbij men aangeeft goed op de hoogte te zijn van wat men op de website van de gemeente kan ondernemen. Bij de reclame zou het adres van de website meer gepromoot moeten worden (M=3.62, SD=.88). Tevens vindt men dat de burger meer moet worden aangesproken op de voordelen die het internet als dienstverleningskanaal biedt (M=3.78, SD=.82).

Tabel 24: Resultaten stellingen Communicatief/Promotie

<b>Stelling Communicatief en promotie: De overheid zou...</b>	M	SD
...mensen meer moeten wijzen op de mogelijkheden van het internet (N=1627)	3.86**	.817
...het gebruik van de website meer moeten promoten (N=1626)	3.85**	.778
...meer moeten communiceren over de voordelen van het internet (N=1628)	3.78**	.820
...meer reclame moeten maken over het adres van de website (N=1627)	3.62**	.884

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.001$ 

1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens

Geconcludeerd kan worden dat de burger verwacht dat men goed gestuurd kan worden in de kanaalkeuze door middel van communicatie en promotie. Men geeft echter wel aan goed op de hoogte te zijn van de mogelijkheden en diensten via de gemeentelijke website.

### **Stellingen met betrekking tot juridische sturing**

Wanneer wordt gekeken naar de resultaten van de vragen over het juridische sturingsmodel, blijkt men hier zeer negatief tegenover te staan (tabel 25). Men wil absoluut niet verplicht worden om voor bepaalde diensten gebruik te maken van het internet (M=1.97, SD=.94). Tevens wil de burger absoluut niet dat overheidsdiensten enkel via het internet worden aangeboden (M=1.65, SD=.81). De burger zou niet graag beperkt worden in de vrijheid van de keuze van het dienstverleningskanaal bij de afname van overheidsdiensten. Bij de interviews is een vorm van juridische sturing tevens geen enkel moment door de respondenten aanbevolen.

Tabel 25: Resultaten stellingen met betrekking op juridische sturing

<b>Stellingen Juridisch: De overheid zou...</b>	M	SD
... burgers moeten verplichten om voor bepaalde diensten van het internet gebruik te maken (N=1627)	1.97**	.941
...diensten alleen nog maar via het internet moeten aanbieden en niet via de andere kanalen (N1625)	1.65**	.807

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.001$ 

1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens

Geconcludeerd kan worden dat toepassing van juridische sturingsinstrumenten, zoals het invoeren van wetten en regels in de ogen van de burger niet de juiste manier is om de mensen meer gebruik te laten maken van het internet als dienstverleningskanaal bij de afname van overheidsdiensten. De negatieve attitude ten opzichte van juridische sturing zal naar grote waarschijnlijkheid geen internalisatie ten gevolg hebben, maar zoals Bartels (1998) al beweerde, zou juridische sturing eerder kunnen worden gekoppeld aan macht/compliance (Kelman, 1958). Op de korte termijn kan sturing door middel van juridische instrumenten effectief zijn, maar verwacht kan worden dat er geen sprake is dat het gedrag voor lange tijd zal veranderen.

### **Stellingen met betrekking op product**

In tabel 26 is af te lezen dat de burger de producten die kunnen worden afgenomen via de website van de gemeente 's-Hertogenbosch graag ziet verbeteren. Zoals al eerder naar voren is gekomen, zou de burger graag zien dat er *meer* diensten via het internet worden aangeboden (M=3.79, SD=.89). Dit zou een belangrijke determinant kunnen zijn om de burger meer gebruik te laten maken van online overheidsdiensten. Naast het aantal diensten, vind men dat er *betere* diensten moeten worden aangeboden (M=3.62, SD=.92). Het is hierbij belangrijk dat diensten volledig, gemakkelijk en duidelijk worden weergegeven. Het vergemakkelijken van overheidsdienstverlening is tevens naar voren gekomen in de interviews. Men gaat voor een dienst het liefst zo min mogelijk naar het stadskantoor. Zo gaat men voor het rijbewijs liever één keer dan twee keer.

Tabel 26: Resultaten stellingen Product

<b>Stellingen Product: De overheid zou...</b>	M	SD
...meer diensten via het internet moeten aanbieden (N=1625)	3.79**	.887
...betere diensten via het internet moeten aanbieden (N=1625)	3.62**	.922

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.001$ 

1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens

**Stellingen met betrekking op plaats**

Uit de attitudemeting ten opzichte van de stellingen over 'plaats' als sturingsmiddel, is gebleken dat de burger verwacht dat men meer gebruik zal gaan maken van het internet, wanneer deze toegankelijker wordt gemaakt (M=3.75, SD=.81). De burger in de gemeente 's-Hertogenbosch is klaarblijkelijk van mening dat het nog te moeilijk is om een verbinding met het internet te krijgen. Dit is opmerkelijk aangezien in de analyse in paragraaf 5.2.1 is aangegeven dat 95,3% van de steekproef in het bezit is van een computer met internetverbinding.

Naast het toegankelijker maken van elektronische dienstverlening, is in tabel 27 af te lezen dat de burgers aangeven dat de overheid het stadskantoor absoluut niet minder toegankelijk moet worden gemaakt (M=1.50, SD=.72). Deze maatregel kan volgens de factoranalyse waarschijnlijk tevens worden gezien als juridische sturing. Uit deze stelling is gebleken dat de burger absoluut niet beperkt wil worden in het aanbod van dienstverleningskanalen.

Tabel 27: Resultaten stellingen Plaats

<b>Stellingen Plaats: De overheid zou...</b>	M	SD
...internetdiensten toegankelijker moeten maken (N=1625)	3.75**	.808
...het stadskantoor minder toegankelijk moeten maken (N=1625)	1.50**	.724

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.001$ 

1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens

**Stellingen met betrekking op het economische sturingsmodel**

Een belangrijk speerpunt in deze scriptie is het onderzoek naar de mogelijkheid van prijsdifferentiatie voor overheidsdiensten. Bij het toepassen van het economische sturingsmodel (Van der Doelen, 1989) of prijsaanpassingen (McCarthy, 1960) wordt er verdeeld gereageerd op de stellingen.

In tabel 28 is af te lezen dat de burgers in 's-Hertogenbosch positief staan tegenover het verlagen van de tarieven van elektronische diensten ten opzichte van diensten via de traditionele kanalen (M=3.45, SD=1.12). Een prijsverlaging als kanaalsturingsmiddel zou volgens de burger een goede optie kunnen zijn. De burger staat daarentegen negatief tegenover het verhogen van de tarieven voor de traditionele kanalen terwijl de prijs voor overheidsdiensten via het internet gelijk blijft (M=2.01, SD=.97). Een andere mogelijkheid om de burger financieel tegemoet te komen is het vergoeden van internetkosten wanneer men gebruik maakt van het internet voor overheidsdienstverlening. Tegen deze stelling staat de burger in de gemeente 's-Hertogenbosch gematigd negatief (M=2.79, SD=1.09).

Tabel 28: Resultaten stellingen Economisch/Prijs

<b>Stellingen Economisch en Prijs: De overheid zou...</b>	M	SD
...diensten via het internet goedkoper moeten maken dan via de andere kanalen (bijvoorbeeld door lagere leges/kosten) (N=1626)	3.45**	1.119
...de kosten van diensten en producten via de andere kanalen duurder moeten maken (N=1625)	2.01**	.966
...internetkosten van de burger moeten vergoeden (N=1625)	2.79**	1.091

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.001$ 

1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens

Naast de aanbevelingen over promotie, kwam ook de prijs enkele keren naar voren in de interviews. Men denkt dat met name in Nederland een lagere prijs goed gaat werken om de burger te sturen, aangezien men erg prijsbewust is en zich snel laat leiden door kortingen. Met name als lokker zou de prijs een goed middel zijn. Wanneer de burgers ervaring hebben opgedaan met de overheidswebsites, en het bevalt goed, dan zal men er in de toekomst waarschijnlijk wederom gebruik gaan maken van elektronische overheidsdiensten (Carlson en Zmud, 1999). Het is hierbij voor de overheid wel van belang dat de internetpagina's goed te begrijpen en duidelijk zijn. Wanneer dit niet het geval is, zal het gebruik van het internet niet goed bevallen en zal men alsnog gebruik maken van een ander dienstverleningskanaal.

Door middel van een ANOVA-analyse zijn bovenstaande resultaten opgesplitst naar leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en plaats van afname van de vragenlijst. Door deze opsplitsing kunnen er mogelijk probleemgroepen worden blootgelegd. Het geheel aan resultaten uit deze analyses zijn weer te vinden in bijlage VII. In de komende alinea's zullen enkel de significante verschillen tussen de respondentgroepen worden besproken.

#### *Opsplitsing naar leeftijd*

Wanneer een opsplitsing wordt gemaakt naar leeftijd, kan worden onderzocht of zich problemen vormen in bepaalde leeftijdsgroepen. Wanneer bijvoorbeeld meer promotie nodig is bij jongeren, dan zou een reclamecampagne worden opgezet speciaal gericht op deze doelgroep.

Bij de ANOVA-analyse opgesplitst naar leeftijd valt op dat oudere burgers positiever zijn over de prijs als sturingsinstrument dan de jongere burgers (tabel 29). Uit de analyse blijkt dat hoe ouder de burger is, hoe minder bezwaar men heeft met het verhogen van de tarieven van diensten die worden afgenomen via de traditionele dienstverleningskanalen ( $F(1,1625)=3,209, p=0.03$ ). Daarnaast is de oudere burger meer van mening dat de internetkosten moeten worden vergoed dan de jongere burger ( $F(1,1625)=6,524, p<0.001$ ). Bij sturing door middel van communicatie zijn eveneens twee significante verschillen waar te nemen. Met name de groep tussen de 25 en 45 jaar is zeer positief over communicatieve sturing (tabel 29).

De overige significante verschillen bij een onderscheid in leeftijdsgroepen, zijn waar te nemen bij de toegankelijkheid van het stadskantoor, het aantal aangeboden diensten en de kwaliteit van de diensten. Hieruit is af te leiden dat oudere burgers er minder problemen mee hebben wanneer het stadskantoor minder toegankelijk wordt gemaakt ( $F(1,1625)=3,086, p<0.03$ ). Daarnaast zijn met name jongere burgers van mening dat het dienstenaanbod via het internet moet worden uitgebreid ( $F(1,1627)=8,866, p<0.001$ ), al beoordelen alle leeftijdsgroepen deze mening zeer positief.

Tabel 29: Verschillen in opinies over sturingsinstrumenten opgesplitst naar leeftijd

	Meer wijzen op de mogelijkheden		Communiceren over de voordelen		Prijzen traditionele kanalen verhogen		Internetkosten vergoeden	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
15 tot 25 jaar	3.88	.92	3.73	.90	1.86	.99	2.73	1.07
25 tot 45 jaar	3.94	.77	3.87	.77	2.02	1.00	2.67	1.13
45 tot 65 jaar	3.85	.80	3.75	.82	2.03	.92	2.86	1.08
65 jaar en ouder	3.70	.84	3.70	.85	2.12	.95	2.99	1.02
Totaal	3.86	.82	3.78	.82	2.01	.97	2.79	1.09
	$F(1,1628)=5,573$ $p<0.001$		$F(1,1626)=3,659$ $p<0.02$		$F(1,1625)=3,209$ $p<0.03$		$F(1,1625)=6,524$ $p<0.001$	
	Stadskantoor minder toegankelijk maken		Meer diensten via het internet aanbieden		Betere diensten online aanbieden			
	M	SD	M	SD	M	SD		
15 tot 25 jaar	1.47	.64	3.80	1.05	3.61	.88		
25 tot 45 jaar	1.46	.69	3.89	.84	3.69	.95		
45 tot 65 jaar	1.51	.76	3.78	.84	3.61	.94		
65 jaar en ouder	1.62	.79	3.56	.88	3.49	.86		
Totaal	1.50	.72	3.79	.89	3.62	.92		
	$F(1,1625)=3,086$ $p<0.03$		$F(1,1627)=8,866$ $p<0.001$		$F(1,1625)=2,902$ $p<0.04$			

*Opsplitsing naar geslacht*

Wanneer de attitudes ten opzichte van de verschillende kanaalsturingsmethoden worden opgesplitst naar geslacht, komt naar voren dat mannen over het algemeen positiever zijn over juridische sturing en economische sturing (tabel 30). De vrouwen zijn enkel significant positiever dan mannen wanneer de internetkosten worden vergoed ( $F(1,1625)=5,040$ ,  $p<0.03$ ). Naast deze vormen van sturing, zijn de mannen meer van mening dan de vrouwen dat het dienstenaanbod op het internet moet worden uitgebreid ( $F(1,1625)=9,191$ ,  $p<0.01$ ).

Tabel 30: Verschillen in opinies over sturingsinstrumenten opgesplitst naar geslacht

	Internetdiensten verplichten		Enkel aanbieden via het internet		Goedkopere diensten via het internet		Prijzen traditionele kanalen verhogen	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Man	2.04	.98	1.69	.82	3.51	1.16	2.07	1.01
Vrouw	1.89	.89	1.60	.79	3.37	1.12	1.94	.91
Totaal	1.97	.94	1.65	.82	3.45	1.12	2.01	.97
	$F(1,1625)=10,433$ $p<0.01$		$F(1,1624)=4,379$ $p<0.04$		$F(1,1626)=7,226$ $p<0.01$		$F(1,1624)=7,225$ $p<0.01$	
	Internetkosten vergoeden		Meer diensten via het internet aanbieden					
	M	SD	M	SD				
Man	2.73	1.14	3.85	.86				
Vrouw	2.86	1.03	3.72	.92				
Totaal	2.79	1.09	3.79	.89				
	$F(1,1625)=5,040$ $p<0.03$		$F(1,1625)=9,191$ $p<0.01$					

*Opsplitsing naar opleidingsniveau*

Bij de opsplitsing naar opleidingsniveau zijn bij de vragen in totaal zes significante verschillen waar te nemen (tabel 31). Hoog opgeleiden zijn met name positiever over sturing door middel van product en in mindere mate over sturing door middel van 'plaats'. Zo is de laag opgeleide burger sterk van mening dat internetdiensten toegankelijker worden gemaakt ( $M=3.80$ ). De hoger opgeleide burger is hier iets minder positief over ( $M=3.71$ ) ( $F(1,1613)=4,834$ ,  $p<0.03$ ). De laag opgeleiden zijn minder negatief wanneer het stadskantoor minder toegankelijk wordt gemaakt ( $F(1,1611)=11,804$ ,  $p<0.01$ ).

Wat betreft sturing door middel van product is de hoog opgeleide burger iets positiever ten opzichte het uitbreiden van het elektronische dienstenaanbod dan de lager opgeleide burger ( $F(1,1613)=15,223$ ,  $p<0.01$ ). Daarnaast is de hoger opgeleide burger meer van mening dat er *betere* diensten elektronisch moeten worden aangeboden ( $F(1,1611)=14,313$ ,  $p<0.001$ ).

Tabel 31: Verschillen in opinies over sturingsinstrumenten opgesplitst naar opleidingsniveau

	Meer wijzen op de mogelijkheden		Internetkosten vergoeden		Internetdiensten toegankelijker maken		Stadskantoor minder toegankelijk maken	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Geen opleiding t/m MBO	3.76	.87	3.05	1.07	3.80	.78	1.56	.79
HBO/WO	3.95	.75	2.56	1.06	3.71	.83	1.44	.65
Totaal	3.86	.72	2.79	1.09	3.75	.80	1.50	.72
	$F(1,1614)=22,012$ $p<0.001$		$F(1,1611)=86,506$ $p<0.001$		$F(1,1613)=4,834$ $p<0.03$		$F(1,1611)=11,804$ $p<0.01$	
	Meer diensten via het internet aanbieden		Betere diensten online aanbieden					
	M	SD	M	SD				
Geen opleiding t/m MBO	3.70	.96	3.53	.90				
HBO/WO	3.87	.80	3.71	.94				
Totaal	3.79	.89	3.62	.92				
	$F(1,1613)=15,223$ $p<0.01$		$F(1,1611)=14,313$ $p<0.001$					

*Opsplitsing naar plaats van afname*

Wanneer de resultaten van de stellingen met betrekking tot kanaalsturing worden opgesplitst naar de plaats van afname, zijn er zes significante verschillen waar te nemen (tabel 32). Met name bij sturing door middel van juridische instrumenten en sturing door 'plaats' verschillen de meningen van beide groepen respondenten van elkaar. Zo zijn vreemd genoeg de respondenten in het stadskantoor minder negatief ten opzichte van het verplicht gebruik maken van elektronische overheidsdiensten ( $F(1,1627)=3,754$ ,  $p=0,05$ ) en is men in het stadskantoor tevens iets minder negatief wanneer de overheidsdiensten alleen nog via het internet worden aangeboden ( $F(1,1625)=7,979$ ,  $p<0,01$ ).

Bij sturing door middel van plaats vinden de respondenten in het digipanel, meer dan de respondenten in het stadskantoor, dat internetdiensten toegankelijker moeten worden ( $M=3.78$ ,  $SD=.79$  tegenover  $M=3.46$ ,  $SD=.90$ ) ( $F(1,1626)=25,439$ ,  $p<0,001$ ). Dit vrij grote verschil is vreemd, aangezien de respondenten in het digipanel reeds in het bezit zijn van een computer met internetverbinding. Daarnaast is de respondent in het stadskantoor minder negatief ten opzichte van het minder toegankelijk maken van het stadskantoor ( $F(1,1625)=12,196$ ,  $p<0,001$ ).



Naast de verschillen bij juridische sturing en sturing door 'plaats', zijn er bij de opsplitsing bij de plaats van afname significante verschillen gevonden bij het verhogen van de tarieven via de traditionele kanalen ( $F(1,1625)=9,074, p<0,01$ ) en de kwaliteit van de elektronische diensten ( $F(1,1625)=15,782, p<0,001$ ).

Tabel 32: *Verschillen in opinies over sturingsinstrumenten opgesplitst naar plaats van afname*

	Internetdiensten verplichten		Enkel aanbieden via het internet		Prijzen traditionele kanalen verhogen		Internetdiensten toegankelijker maken	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Digipanel	1.96	.94	1.63	.80	1.99	.95	3.78	.79
Stadskantoor	2.10	.98	1.81	.87	2.22	1.07	3.46	.90
Totaal	1.97	.94	1.65	.81	2.01	.97	3.75	.81
	$F(1,1627)=3,754$ $p=0,05$		$F(1,1625)=7,979$ $p<0,01$		$F(1,1625)=9,074$ $p<0,01$		$F(1,1626)=25,439$ $p<0,001$	
	Stadskantoor minder toegankelijk maken		Betere diensten online aanbieden					
	M	SD	M	SD				
Digipanel	1.48	.71	3.66	.91				
Stadskantoor	1.68	.81	3.37	.99				
Totaal	1.50	.72	3.62	.92				
	$F(1,1625)=12,196$ $p<0,001$		$F(1,1625)=15,782$ $p<0,001$					

In het kort kan geconcludeerd worden dat de respondenten in het digipanel meer voor de burger zonder internet opkomen dan de respondent in het stadskantoor. Het is opvallend dat de burger uit het digipanel bovenstaande stellingen positiever/negatiever beoordeelt dan de respondenten in het stadskantoor, aangezien de respondent in het digipanel eerder al heeft aangegeven minder gebruik te maken van de traditionele dienstverleningskanalen.

Resumerend kan worden gesteld dat er veel significante verschillen waar te nemen zijn bij de ANOVA-analyses, maar dat deze verschillen niet erg groot zijn. Wanneer overall een negatieve attitude bestaat op een stelling, komt het nauwelijks voor dat een bepaalde groep de stelling als positief beoordeelt. Dat ze desondanks toch significant zijn, is te verklaren door de grote van de steekproef.

### **5.6 De attitude van de burgers in 's-Hertogenbosch ten opzichte van het toepassen van prijsdifferentiatie door de overheid**

Zoals uit het theoretisch kader is gebleken, is het onderzoek naar de attitude ten opzichte van prijsdifferentiatie een belangrijk onderdeel van deze scriptie. Volgens het kanaalsturingmodel van Van der Doelen (1989) is over het toepassen van verschillende prijzen via verschillende kanalen om de burger te sturen tot dusver niets bekend. In deze paragraaf worden een zevental stellingen met betrekking tot prijsdifferentiatie uitgebreid geanalyseerd. De stellingen met de eindscores zijn te vinden in tabel 33.

Uit de cijfers en de interviews is af te leiden dat de meningen verdeelt zijn. Wat de burger absoluut niet wil is dat de prijzen langs één of meer kanalen verhoogd wordt ( $M=2.02, SD=.99$ ). Hier zijn vrijwel alle burger het met elkaar over eens. Daarnaast zou de burger ook niet willen dat er administratiekosten worden berekend wanneer alle prijzen voor overheidsdienstverlening lager worden ( $M=2.43, SD=1.12$ ). Een betere toepassing van prijsdifferentiatie vinden de respondenten een verlaging van de tarieven via de website ten opzichte van de traditionele dienstverleningskanalen ( $M=3.26, SD=1.20$ ). De burger geeft aan dat de lagere kosten die de overheid heeft voor het aanbieden van elektronische diensten wel

mogen worden doorberekend in de prijs. Enkele uitspraken die uit de interviews naar boven komen zijn:

*'Arbeidsintensief werk wordt uitgeschakeld en dit mag doorberekend worden'*

*'Het is misschien niet helemaal eerlijk maar de kosten zijn lager, dus waarom zouden ze dan niet doorberekend mogen worden?'*

*'Ik zou het zeer positief vinden als er voor dienstverlening over het internet minder betaald hoeft te worden'*

Dat men over het algemeen positief staat ten opzichte van een prijsverlaging voor diensten die worden aangeboden via het internet, wil nog niet zeggen dat de burger het eerlijk vindt ( $M=2.46$ ,  $SD=1.10$ ). Dit is ook gebleken uit de interviews waar meerdere keren is aangegeven dat een lagere prijs voor overheidsdiensten via het internet niet eerlijk is voor mensen die geen computer met internetverbinding bezitten. Een uitspraak met betrekking tot eerlijkheid tijdens de interviews was:

*'Het is niet eerlijk voor mensen die geen verbinding hebben zoals ouderen en allochtonen. Het is een groep die het al moeilijk heeft en die moet je niet nog meer korten en 'snelle Jelle' korting geven'*

Deze mensen hebben het vaak al moeilijk aangezien het met name om ouderen, allochtonen en minder opgeleiden gaat. Het gaat met name hierbij ook om het principe dat alle prijzen voor de overheid gelijk behoren te zijn, ongeacht het kanaal van afnamen ( $M=3.52$ ,  $SD=1.17$ ).

*'Elke burger moet gelijk behandeld worden. Ik zou het niet eerlijk vinden, de mensen zonder internet hebben het vaak al moeilijker dan mensen met internet'*

Men zou wat eerlijkheid betreft er minder problemen mee hebben wanneer er een éénmalige korting wordt verstrekt voor een overheidsdienst die via het internet wordt aangevraagd ( $M=3.66$ ,  $SD=.99$ ). Wanneer het gebruik van een kanaal resulteert in een positieve ervaring, is de kans groot dat men in de toekomst opnieuw gebruik zal maken van desbetreffend dienstverleningskanaal (Carlson en Zmud, 1999).

Naast bovenstaande mogelijkheden geeft een grote groep burgers aan dat men niet gestuurd hoeft te worden door middel van de prijs. In veel gevallen is een korting niet nodig, aangezien men sowieso zoveel mogelijk gebruik maakt van het internet voor overheidsdienstverlening ( $M=3.25$ ,  $SD=1.00$ ). Dit is voorafgaand aan de afname van de vragenlijst ook gebleken uit de interviews. Uit Enkele opmerkingen tijdens de interviews waren wat dit punt betreft:

*'Het is vooral een lokker op mensen op het internet te krijgen, maar mocht er geen financiële vergoeding zijn, zou ik er ook gebruik van maken'*

*'Het is gewoon makkelijker dan wanneer je naar het stadskantoor moet'*

Een opvallend voorval bij de interviews is dat juist de respondenten zonder internet en met name de oudere respondenten geen problemen hebben met het toepassen prijsdifferentiatie, terwijl zij geen gebruik zouden maken van een elektronische dienst. Dit in tegenstelling tot de respondenten die al zoveel mogelijk diensten via het internet afnemen, maar wel problemen

hebben met prijsdifferentiatie door de overheid. Enkele reacties van een digibeet en een oudere:

*'Ik kies er zelf voor geen internet te hebben dus dan is het: eigen schuld, dikke bult'*

*'Het maakt hem niet uit of het eerlijk is of niet, ik ben al zo oud dat ik me niet meer druk kan maken om die paar centen*

*Ik blijf sowieso naar de balie gaan'*

*Tabel 33: Stellingen over prijsdifferentiatie*

<i>In hoeverre bent u het met de volgende stellingen eens?</i>	M	SD
- Wanneer ik een éénmalige korting krijg voor een overheidsdienst/product die ik via het internet aanvraag, zal ik dit zeker online proberen.	3.66**	.99
- Voor de burger moeten alle prijzen van overheidsdiensten/producten gelijk zijn, ongeacht het kanaal waarmee dit gebeurt.	3.52**	1.17
- Aangezien de overheid minder kosten hoeft te maken wanneer de burger gebruik maakt van het internet voor dienstverlening, kunnen de prijzen van online producten omlaag ten	3.26**	1.20
- Een korting is niet nodig, ik maak sowieso zoveel mogelijk gebruik van het internet	3.25**	1.00
- Verlagen van de prijzen op het internet is eerlijk ten opzichte van mensen zonder internetervaring.	2.46**	1.10
- Wanneer prijzen van producten/diensten van de overheid worden verlaagd, heb ik er geen probleem mee dat ik administratiekosten moet betalen bij het gebruik van de telefoon, balie of post (positieve benadering)	2.43**	1.12
- Wanneer de overheid extra kosten moet maken wanneer een burger gebruik maakt van de telefoon, balie of post, dan mogen deze kosten doorberekend worden in de prijs van de dienst waardoor deze duurder worden (negatieve benadering)	2.02**	.99

*\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.001$*

*1 = Helemaal mee oneens, 2 = Mee oneens, 3 = Noch mee eens, noch mee oneens, 4 = Mee eens, 5 = Helemaal mee eens*

Naast de algehele scores is bij deze analyse een statistische ANOVA-analyse uitgevoerd met leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en plaats van afname. De ANOVA is gebruikt om te onderzoeken welke respondentkenmerken de meeste invloed hebben op de attitude richting prijsdifferentiatie. Het totaal aan ANOVA-analyses is terug te vinden in bijlage VIII. In de komende alinea's zullen enkel de significante verschillen tussen de respondentgroepen worden besproken.

#### *Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar leeftijd*

Wanneer de stellingen met betrekking prijsdifferentiatie worden opgesplitst naar leeftijd, blijkt dat er tussen de verschillende leeftijden nauwelijks significante verschillen zitten. Enkel bij de stellingen over het principe dat de prijzen bij de overheid gelijk moeten liggen en de stelling dat men sowieso gebruik maakt van het internet is een significant verschil in leeftijdsgroepen waar te nemen (tabel 34). Over het algemeen kan worden geconcludeerd dat de oudere burger meer van mening is dan de jongere burger dat alle prijzen gelijk moeten zijn ( $F(1,1608)=6,068, p<0,001$ ). Het overgrote deel van de jongere burgers geeft aan dat zij sowieso gebruik maken van het internet. De ouderen doen dit ook, maar in een iets mindere mate ( $F(1,1606)=4,319, p<0,05$ ).

Tabel 34: Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar leeftijd (ANOVA)

	Alle prijzen moeten gelijk zijn		Maak sowieso gebruik van internet	
	M	SD	M	SD
15 tot 25 jaar	3.48	1.10	3.40	.95
25 tot 45 jaar	3.38	1.24	3.28	1.03
45 tot 65 jaar	3.63	1.17	3.22	.99
65 jaar en ouder	3.69	1.04	3.09	.92
Totaal	3.52	1.17	3.25	1.00
	$F(1,1608)=6,068$ $p<0,001$		$F(1,1606)=4,319$ $p<0,05$	

*Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar geslacht*

Zoals uit tabel 35 af te lezen is, zijn er een drietal significante verschillen waar te nemen. Vrouwen zijn er duidelijk meer op tegen dan mannen, wanneer extra kosten worden doorberekend waardoor de tarieven via de traditionele kanalen omhoog gaan ( $F(1,1607)=27,031$ ,  $p<0,001$ ). Mannen zien daarentegen wel liever een lagere kostprijs doorberekend worden bij dienstverlening via het internet dan de vrouwen ( $F(1,1607)=4,318$ ,  $p<0,05$ ). De vrouwen vinden een vorm van prijsdifferentiatie minder eerlijk dan de mannen ( $F(1,1605)=16,095$ ,  $p<0,001$ ).

Tabel 35: Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar geslacht (ANOVA)

	Negatieve benadering		Lagere kostprijs doorberekenen		Verlagen van prijzen is eerlijk	
	M	SD	M	SD	M	SD
Man	2.14	1.06	3.32	1.21	2.56	1.12
Vrouw	1.88	.88	3.19	1.18	2.34	1.06
Totaal	2.02	.99	3.26	1.20	2.46	1.10
	$F(1,1607)=27,031$ $p<0,001$		$F(1,1607)=4,318$ $p<0,05$		$F(1,1605)=16,095$ $p<0,001$	

*Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar opleidingsniveau*

Bij de opsplitsing naar opleiding zijn er een drietal significante verschillen waar te nemen (tabel 36). De hoger opgeleiden zijn lichtelijk positiever over het doorvoeren van prijsdifferentiatie volgens de negatieve benadering ( $F(1,1596)=4,931$ ,  $p<0,03$ ). Een oorzaak hiervan kan zijn dat de hoger opgeleide burger sowieso zoveel mogelijk gebruik maakt van het internet voor overheidsdienstverlening ( $F(1,1596)=8,250$ ,  $p<0,01$ ). De lager opgeleiden zijn daarentegen meer van mening dat alle prijzen gelijk moeten zijn, ongeacht het kanaal waarlangs de dienst wordt afgenomen ( $F(1,1596)=22,202$ ,  $p<0,001$ ).

Tabel 36: Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar opleiding (ANOVA)

	Negatieve benadering		Alle prijzen moeten gelijk zijn		Maak sowieso gebruik van internet	
	M	SD	M	SD	M	SD
Geen opleiding t/m MBO	1.96	.95	3.66	1.08	3.17	.97
HBO/WO	2.07	1.02	3.39	1.24	3.32	1.02
Totaal	2.01	.99	3.52	1.18	3.25	1.00
	$F(1,1596)=4,931$ $p<0,03$		$F(1,1596)=22,202$ $p<0,001$		$F(1,1596)=8,250$ $p<0,01$	

*Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar plaats van afname*

Ondanks dat het digipanel veel gebruik maakt van het internet en ook graag overheidsdiensten via het internet afneemt, zijn zij negatiever over het toepassen van prijsdifferentiatie dan de burger die in het stadskantoor is ondervraagd (tabel 37). De burger in het stadskantoor is minder negatief over het invoeren van prijsdifferentiatie volgens de positieve benadering ( $F(1,1610)=11,594, p<0,001$ ). De burgers in het digipanel vinden het invoeren van prijsdifferentiatie door de overheid minder eerlijk ( $M=2.42, SD=1.11$ ) dan de burgers die zijn ondervraagd in het stadskantoor ( $M=2.68, SD=.94$ ) ( $F(1,1608)=8,931, p<0,01$ ).

Tabel 37: Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar plaats van afname (ANOVA)

	Positieve benadering		Verlagen van prijzen is eerlijk	
	M	SD	M	SD
Digipanel	2.40	1.14	2.43	1.11
Stadskantoor	2.70	1.03	2.68	.94
Totaal	2.43	1.13	2.46	1.10
	$F(1,1610)=11,594$ $p<0,001$		$F(1,1608)=8,931$ $p<0,01$	

Net als bij de ANOVA-analyses bij de verschillende kanaalstuuringsmethoden, blijkt wederom bij de ANOVA's met betrekking tot het toepassen van prijsdifferentiatie door de overheid dat de verschillen erg klein zijn. Wanneer overall een *negatieve* attitude bestaat op een stelling, komt het nauwelijks voor dat een bepaalde groep de stelling als *positief* beoordeelt. Dat de verschillen desondanks toch significant zijn, is te verklaren door de grote van de steekproef

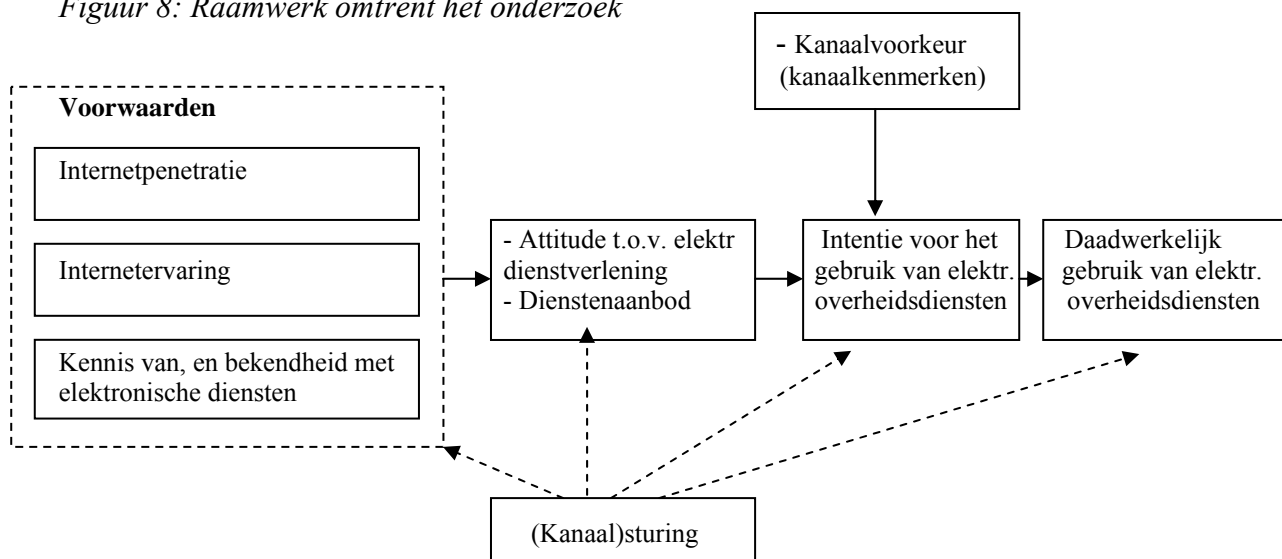
## 6. Conclusies

Ter beantwoording van de hoofdvraag is er zoals in de vorige hoofdstukken is beschreven, gebruik gemaakt van interviews en vragenlijsten. De interviews waren van zeer exploratieve aard en zijn afgenomen onder 15 burgers uit de gemeente 's-Hertogenbosch. Vervolgens is er aan de hand van de interviews een vragenlijst opgesteld ter beantwoording van de hoofdvraag. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt als volgt:

***Wat is de attitude van de burger ten opzichte van het toepassen van (kanaal)sturingsinstrumenten door de gemeentelijke overheid?***

In de theorie zijn ter beantwoording van deze vraag een aantal deelonderzoeksvragen opgesteld, die zijn afgeleid uit het onderzoeksraamwerk (figuur 8). In dit hoofdstuk zullen de voorwaarden voor het gebruik van overheidsdienstverlening en de in de theorie opgestelde deelonderzoeksvragen achtereenvolgens worden behandeld.

*Figuur 8: Raamwerk omtrent het onderzoek*



### 6.1 Voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten

Noodzakelijk voor dienstverlening via een website of e-mail zijn de internetpenetratie, internetervaring en de kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening (Van Dijk et al., 2006). De conclusies omtrent deze drie punten zullen in deze paragraaf achtereenvolgens worden besproken.

#### 6.1.1 Internetpenetratie

Wanneer men niet in het bezit is van een computer met internetverbinding of toegang heeft tot een computer met internetverbinding, dan is het niet mogelijk gebruik te maken van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch.

De internetpenetratie die in het onderzoek is gemeten ligt ruim boven de meting die Van Dijk et al. (2006) in 2006 hebben gedaan. Een oorzaak voor het verschil kan zijn dat tussen de twee metingen een tijdsverschil van twee jaar zit. In deze twee jaar zijn de ontwikkelingen op het internet niet stil blijven staan en zijn de internetverbindingen goedkoper geworden. Hierdoor kan het percentage internetverbindingen in Nederland een grote boost hebben gekregen. Naar verwachting zal de internetpenetratie geen probleem vormen voor het gebruik van online overheidsdienstverlening.

### **6.1.2 Ervaring met het internet**

Naast een verbinding met het internet heeft de burger enige systeemkennis en ervaring met het internet nodig. Wanneer er een hoge internetpenetratie is, dan hoeft dit niet te betekenen dat de burger de internetpagina of e-mail ook kan gebruiken. Systeemkennis en ervaring met computers en het internet is zelfs meer van belang voor het *gebruik* van elektronische overheidsdiensten dan het bezit van een computer met internet (Van Dijk et al., 2006). De burger moet met name bezitten over operationele vaardigheden (kunnen gebruiken van hard- en software) en informatievaardigheden (zoeken, selecteren en verwerken van bronnen).

Uit de analyse van de vragenlijsten is gebleken dat de burger vrij ervaren is met het internet. Bij de vragenlijsten die in het stadskantoor zijn afgenomen, geeft een zeer klein aantal respondenten aan niet of nauwelijks bedreven te zijn met het internet. Bijna negen van de tien respondenten beoordeelt zichzelf als vrij ervaren tot ervaren. Voor deze overgrote groep zou het gebruik van elektronische overheidsdiensten een mogelijkheid kunnen zijn. Noodzaak van adoptie van het gebruik van elektronische overheidsdiensten is vervolgens dat de overheid de diensten aanbiedt waar de burger interesse in heeft en dat de burger de internetpagina begrijpt en kan gebruiken. Deze punten zullen in paragraaf 6.2 aan bod komen.

### **6.1.3 Kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdienstverlening**

Wanneer wordt gevraagd naar de kennis over de mogelijkheden van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch is de burger wederom overwegend positief. De respondenten geven aan dat zij vrij goed denken te weten welke mogelijkheden de website van de gemeente heeft, welke diensten men kan afnemen via de website en men denkt goed op de hoogte te zijn van de overheidsdiensten die via de website worden aangeboden.

Niet alle vragen die betrekking hebben op de mogelijkheden van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch zijn echter door de respondenten positief beantwoord. De respondenten staan vrij negatief ten opzichte van het dienstenaanbod op de gemeentelijke website. De respondenten geven hiermee aan dat men niet van alle diensten gebruik kunnen maken, waarvan men gebruik zou willen maken. Met name de hoger opgeleiden zijn van mening dat het dienstenaanbod tekort schiet. Dit kan te maken hebben met de internetpenetratie die bij hoog opgeleiden groter is dan bij de laag opgeleiden.

Bij de interviews is tevens naar voren gekomen dat de burgers graag diensten willen afnemen via het internet, maar dat dit vooralsnog niet mogelijk is. Vergemakkelijking is wat dit betreft een sleutelwoord gebleken. De burger gaat voor dienstverlening bij de overheid liever één keer dan twee keer naar het stadskantoor. Dit is een probleem voor de landelijke overheid, die de gemeente 's-Hertogenbosch niet zelfstandig op te lossen is. De huidige wet en regelgeving houdt dit voor zelfstandige gemeentes tegen. Een stap in de goede richting wat betreft uitbreiding van online overheidsdienstverlening is het elektronisch maken van aangifte van geboorte, overlijden en huwelijk die het kabinet in de huidige regeerperiode wil doorvoeren. Door middel van het elektronisch maken van bovenstaande diensten is het mogelijk dat de burger meer gebruik gaat maken van het internet voor dienstverlening. De gemeente 's-Hertogenbosch biedt zelf de mogelijkheid om voor diensten die niet via het internet af te nemen zijn, een afspraak te maken met een ambtenaar. Uit de interviews is gebleken dat dit goed werkt. Men werd over het algemeen sneller geholpen wanneer een afspraak was gemaakt.

**Internetpenetratie, internetervaring en kennis van en bekendheid met elektronische overheidsdiensten zullen geen belemmering vormen voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Er zal moeten worden gekeken naar andere factoren waarom de burger nog slechts weinig gebruik maakt van de websites van de gemeente 's-Hertogenbosch. Een rede kan het dienstenaanbod van de gemeente zijn. De burger is van mening dat niet alle diensten via het internet worden aangeboden waar behoefte aan is. Alvorens de burger gestuurd kan worden of veelvuldig gebruik gaat maken van online overheidsdienstverlening, moet het dienstenaanbod meer worden toegespitst op de behoefte van de burger.**

### ***6.2 Attitude ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening***

Volgens het onderzoek van Van Dijk et al. (2006) naar het gebruik van elektronische overheidsdienstverlening, is de attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening een mogelijk knelpunt voor het gebruik ervan. Wanneer de burger een negatieve attitude heeft ten opzichte van de website, en dus niet de voordelen als dienstverleningskanaal inzielt, dan zou sturing naar dit kanaal mogelijk zinloos zijn.

Wanneer wordt gekeken naar de attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening in 's-Hertogenbosch, blijkt dat de burgers overwegend positief zijn. Het gebruiksgemak en de begrijpbaarheid van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch worden zeer goed beoordeeld. Daarnaast vindt de burger de website een gemakkelijk kanaal om met de overheid te communiceren. Wat betreft informatie, vormgeving, navigatie en opstelling van de website lijken er geen problemen te ontstaan bij de burgers van de gemeente 's-Hertogenbosch. Hierbij geldt wel op de meeste punten: hoe ouder de respondent, hoe beter de beoordeling is. Het geslacht en opleiding hebben bij de resultaten op de stellingen over het gemak van de website nauwelijks invloed. Over het algemeen zal naar aanleiding van de antwoorden in de interviews en vragenlijsten het gemak van de website geen belemmering vormen voor de keuze van het internet als dienstverleningskanaal.

**De burger is zeer positief over het gebruiksgemak en de mogelijkheden van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch. Ondanks dat men niet alle diensten kan afnemen waar behoefte aan is (§6.1.3) heeft de burger een positieve attitude ten opzichte van de aangeboden elektronische diensten van de gemeente 's-Hertogenbosch.**

### ***6.3 Kanaalvoorkeur, kanaalgebruik en kanaalkeuzefactoren***

Het is waarschijnlijk dat wanneer de burger de voorkeur heeft voor elektronische overheidsdienstverlening, dat dit een positieve uitwerking heeft op de gebruikssintentie. In deze paragraaf zal worden gekeken welke dienstverleningskanalen de burgers gebruiken, bij welke dienstverleningskanalen de voorkeur ligt, en welke kanaalkeuzefactoren van belang zijn bij het kiezen van een dienstverleningskanaal.

#### ***6.3.1 Welke dienstverleningskanalen prefereren en gebruiken de burgers voor overheidsdienstverlening?***

Uit de responses uit de vragenlijsten en interviews is gebleken dat de burger veelvuldig gebruik maakt van de balie in het stadskantoor. In vele gevallen geeft de burger aan dat men gebruik maakt van de balie omdat er geen andere mogelijkheid was. Het scala aan aangeboden diensten op de website komt niet overeen met de diensten waar de burger



behoefte aan heeft. Vooral nog is het niet mogelijk om een rijbewijs of een paspoort via het internet af te nemen. De burger moet nou eenmaal zelf op het stadskantoor komen in verband met identificatie. Vooral nog wordt het aanbieden van dit soort producten via het internet wettelijk tegengehouden.

Naast dat er geen andere mogelijkheid is om een dienst elektronisch af te nemen, is een tweede factor voor een bezoek aan de balie de snelheid en het gemak. Daarnaast geeft een groot deel van de respondenten aan dat niet bewust is nagedacht over de kanaalkeuze. De burgers die niet bewust nadenken over de kanaalkeuze, zijn mogelijk vatbaar voor kanaalsturing. Zij moeten worden geprikkeld om in plaats van dat zij standaard de balie te gebruiken, meer gebruik gaan maken van elektronische diensten. De vraag hierbij is vervolgens wel of de burger het internet wel ziet als een ideaal kanaal voor het afnemen van overheidsdiensten. Uit de analyse is gebleken dat de burgers in 's-Hertogenbosch voor zowel de gemeentelijke dienstverlening als de landelijke dienstverlening het internet prefereren. Dit komt overeen met het onderzoek van Van Dijk et al. (2006). Naast het internet zou de burger meer gebruik willen maken van de e-mail bij het afnemen van zowel gemeentelijke als landelijke overheidsdiensten.

De balie wordt op het moment veel gebruikt voor met name gemeentelijke dienstverlening. Er is wat dit betreft een grote discrepantie tussen welk kanaal de burger zou willen gebruiken en welk kanaal zij daadwerkelijk gebruiken. Het tegenovergestelde is het geval bij de e-mail. Dit kanaal wordt op het moment zelden gebruikt, maar de burger zou hier graag meer gebruik van gaan maken. Dit is tevens naar voren gekomen in de interviews. De voordelen van de e-mail vindt men dat iets zwart op wit staat, dat het gemakkelijk terug te vinden is, dat men het kan gebruiken op de tijd dat het zelf uitkomt en dat het snel is.

Naast de website, e-mail en de balie wordt er nog veel gebruik gemaakt van de telefoon. De telefoon gebruikt men met name bij dienstverlening bij de landelijke overheid. Dit zou de burger graag willen terugdringen. Uit de analyse in tabel 18 is gebleken dat de voorkeur voor de telefoon klein is.

Het schriftelijke kanaal wordt tegenwoordig nauwelijks nog gebruikt. Dit komt overeen met de voorkeur van de burger. Waar in 2006 nog 21,3% van de overheidsdienstverlening per post werd afgehandeld, is dat nu nog slechts 6,7%. Men geeft eerder de voorkeur aan met name de website, e-mail en balie.

**Er zijn grote verschillen tussen de kanalen die de burger gebruikt en de kanalen die men prefereert bij het afnemen van een overheidsdienst. De website is het favoriete dienstverleningskanaal gebleken, gevolgd door de e-mail. De burger zou graag minder gebruik maken van de balie dan dat men nu doet. Het schriftelijke kanaal wordt nog zelden gebruikt en zelden geprefereerd.**

### **6.3.2 Kanaalkarakteristieken die voor de burger het meest van belang zijn**

De burgers in de gemeente 's-Hertogenbosch voldoen over het algemeen aan de voorwaarden voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten (§6.1). Daarnaast geniet het internet tevens de voorkeur bij de burger als dienstverleningskanaal (§6.3.1). Toch wordt er minder gebruik gemaakt van online dienstverlening dan de gemeente zou willen. In deze paragraaf zal naar voren komen welke eigenschappen de burger van belang zijn in de kanaalkeuze bij overheidsdienstverlening. In het onderzoek is gekeken naar kanaaleigenschappen uit de MRT, CET, TAM en de marketing.

Wanneer wordt uitgegaan van de MRT, zal de balie het beste dienstverleningskanaal voor de burger zijn bij het afnemen van overheidsdiensten. Toch gaat de voorkeur van de burger in het onderzoek uit naar de website en de e-mail. De vraag die vervolgens kan worden gesteld: welke kanaaleigenschappen maken het gebruik van de elektronische overheidsdiensten nou zo aantrekkelijk?

Uit de analyse is gebleken dat de balie bij de gemeente 's-Hertogenbosch goed scoort op de punten volgens de MRT. De burger kan via de balie haar persoonlijke situatie goed duidelijk maken, kan gevarieerde taal gebruiken, krijgt snel antwoord en de informatie kan op meerdere manieren worden overgedragen. Op deze punten is de beoordeling op de elektronische kanalen erg laag. Omdat de burger tóch de voorkeur geeft voor elektronische dienstverleningskanalen is het erg waarschijnlijk dat de punten uit de MRT geen invloed hebben op de kanaalkeuze. Dit komt overeen met de bewering van Fulk et al. (1990) dat de MRT slechts bestaat uit percepties. Een rijk kanaal uit de MRT hoeft niet per definitie de voorkeur te genieten boven een arm kanaal bij de kanaalkeuze. Volgens de CET is de *ervaring* van de burger met een kanaal tevens een belangrijke determinant. Uit de analyse is gebleken dat de respondenten de beste ervaringen hebben met de balie, gevolgd door de website. Gezien de voorkeur van de burger voor de website en het willen ontlopen van de balie, is het waarschijnlijk dat de CET weinig invloed heeft bij de kanaalkeuze voor overheidsdienstverlening bij de burger.

Naast de mediarijkeid en ervaringen, kunnen volgens het TAM het gebruiksgemak en effectiviteit van een kanaal tevens belangrijke factoren zijn. Uit de resultaten is gebleken dat men wederom de balie zeer positief beoordeelt bij de effectiviteit van het kanaal. Dit kan te maken hebben met het feit dat men bij de balie gemakkelijk vragen kan stellen en directe feedback krijgt (MRT), maar ook dat de burger bij onwetendheid aan de balie kan doorvragen.

Voor het gebruiksgemak heeft de burger goede ervaringen met de website. Het is waarschijnlijk dat dit komt doordat de burger zelf kan bepalen waar en wanneer de dienst wordt afgenomen. Men hoeft met een website geen rekening te houden met openingstijden en men hoeft voor een overheidsdienst de deur niet meer uit. De e-mail scoort eveneens zeer hoog op gebruiksgemak. E-mail heeft immers vrijwel dezelfde positieve eigenschappen die het internet heeft. Gezien de kanaalvoorkeur voor het internet, is het waarschijnlijk dat het gebruiksgemak een belangrijke rol speelt bij de kanaalkeuze van de burger.

Bij de vragen naar de kanaaleigenschappen met betrekking tot de marketing is er onderzoek gedaan naar de snelheid van het contact, de kwaliteit van de service en de kosten van het contact met de overheid. Uit de analyse is gebleken dat het internet zeer goed scoort op de snelheid van het contact en de kosten. Ook de e-mail wordt zeer goed beoordeeld op deze punten. Dit zijn de punten waar de balie (vrij) slecht op scoort. De balie scoort weer zeer hoog op de kwaliteit van de service.

Resumerend kan worden gesteld dat gezien de kanaalvoorkeur van de burger het aannemelijk is dat het gebruiksgemak, de snelheid en kosten per contact belangrijke determinanten zijn in de kanaalkeuze van de burger. De overheid zou hierop mogelijk kunnen inspelen door deze determinanten te benadrukken in een mogelijk promotie voor het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Een kanttekening bij deze conclusie is wel dat er mogelijk andere kanaaleigenschappen van belang zijn, die niet in het onderzoek zijn beschreven.

**Het kanaal waar de burger de voorkeur aan geeft (website) scoort zeer goed op gemak, snelheid en kosten. Daarnaast scoort de e-mail tevens goed op gemak en kosten. Het is waarschijnlijk dat dit de belangrijkste aspecten zijn voor de kanaalkeuze van de burger. De balie scoort goed op (bijna) alle andere aspecten, maar geniet niet de voorkeur bij de kanaalkeuze van de burger.**

#### **6.4 Beoordeling van de vijf kanaalsturingsinstrumenten**

In de theorie zijn er aan de hand van het sturingsmodel van Van der Doelen (1989) en de marketingmix een vijftal sturingsinstrumenten opgezet. Deze sturingsinstrumenten zullen in deze paragraaf achtereenvolgens worden beschreven.

##### Communicatief sturingsmodel/promotie

Sturing door middel van promotie/communicatie beoordeelt de burger positief. Dit komt waarschijnlijk doordat economische sturing het minst dwangmatig ervaren wordt. Volgens de burger is communicatieve sturing een goede manier om de burger meer gebruik te laten maken van elektronische overheidsdiensten. Dit is tevens veelvuldig uit de interviews naar voren gekomen en uit de open vraag in de vragenlijst (bijlage III, vraag 21). Uit de resultaten uit de vragenlijsten wordt in grote mate aangegeven dat de burger meer gewezen wil worden op de mogelijkheden van de gemeentelijke website. Daarnaast wil de burger dat het adres van de website meer gepromoot wordt en dat de overheid meer moet communiceren over de voordelen van elektronisch overheidsdiensten. Dat de burger niet voldoende op de hoogte is van het dienstenaanbod is tevens gebleken uit het onderzoek van Van Dijk, Hanenburg en Pieterse (2006). Deze conclusie is opmerkelijk, aangezien de burger tevens aangeeft dat men goed op de hoogte denkt te zijn van de mogelijkheden (§6.1). Een mogelijke verklaring kan zijn dat de mensen vaak iets anders zeggen dan dat zij daadwerkelijk doen. Mogelijk zou het accent in de promotieactiviteiten misschien verplaatst moeten worden. Huidige promotieactiviteiten richten zich met name op het bestaan van online dienstverlening, terwijl het accent ook moet liggen op het informeren over de vindbaarheid en werking van de online diensten.

Wanneer communicatieve sturing binnen de waarden en normen van de burger valt, kan dit zorgen voor een beïnvloeding van het gedrag op de lange termijn (internalisatie). De overheid streeft naar internalisatie waardoor de burger niet eenmalig gebruik zal maken van het internet voor overheidsdienstverlening, maar in de toekomst opnieuw. Vanwege het niet-dwingende karakter van communicatieve sturing is het vrij aannemelijk dat deze vorm van sturing binnen de waarden en normen valt.

Bij de beoordeling van de vragen over communicatieve sturing, blijkt dat de leeftijd en opleiding een kleine invloed hebben, maar elke groep respondenten beoordeelt een bevordering van promotieactiviteiten zeer positief.

**De burger staat positief tegenover promotie/communicatie als kanaalsturingsmiddel. De respondenten denken dat door middel van meer promotie meer gebruik zal worden gemaakt van het internet voor overheidsdienstverlening**

*Juridisch sturingsmodel*

Uit de resultaten van het onderzoek naar kanaalsturingsmethoden is gebleken dat de burger absoluut niet gestuurd wil worden door middel van het juridische sturingsinstrumenten. Door middel van het uitoefenen van macht door de overheid wil men niet belemmerd worden in de kanaalkeuze. Zowel de leeftijd, opleiding als geslacht hebben geen grote invloed op de beoordeling van de vragen over het juridische sturingsmodel.

Met een attitudemeting is een negatieve beoordeling van tevoren goed in te denken, aangezien niemand graag wil worden beperkt in de keuzevrijheid. Het is daarbij wel mogelijk dat sturing door middel van wetten en regels goed werkt, maar de overheid kan in dat geval rekenen op zeer grote tegenstand en ontevredenheid bij de burger. Volgens de theorie van Kelman (1958) zal het uitoefenen van macht resulteren in beïnvloeding op de korte termijn. Dit is niet wat de overheid zou willen. Daarnaast zorgt sturing door middel van juridische instrumenten niet voor de klantvriendelijkheid die de overheid voor ogen heeft.

**De burger staat negatief tegenover sturing via het juridische sturingsmodel. Men wil niet beperkt worden in de afnamemogelijkheden voor overheidsdienstverlening.**

*Economisch sturingsmodel/prijs*

Naast sturing door promotie/communicatie beoordelen de burgers het economische sturingsmodel/prijs gedeeltelijk positief. Een voorwaarde bij het toepassen van het economische sturingsmodel is dat de prijzen van dienstverlening via de traditionele dienstverleningskanalen niet zullen stijgen. Een prijsverlaging bij het gebruik van elektronische overheidsdiensten wordt wél positief beoordeeld. Ditzelfde is ook gebleken uit de interviews, maar men vindt het niet geheel eerlijk ten opzichte van de mensen geen internetverbinding hebben. Met deze groep bedoelen de respondenten met name de ouderen en de allochtonen.

Het vergoeden van de kosten die men maakt voor een internetverbinding (onderdeel bij de TCT) is volgens de burger niet nodig. Uit de interviews is onder andere gebleken dat men deze kosten apart ziet van overheidsdienstverlening. De verbinding heeft men toch al. Het geslacht van de respondent heeft een kleine invloed op de beoordeling van de stellingen met betrekking tot communicatieve sturing. Vrouwen zijn volgens de analyse iets minder positief over het veranderen van prijzen dan de mannen.

**De burger staat gedeeltelijk positief ten opzichte van kanaalsturing door middel van economische instrumenten. Prijsdifferentiatie is bij economische kanaalsturing volgens de respondenten een manier om de burger richting het internet te sturen voor overheidsdienstverlening. Voorwaarde is dat prijzen voor traditionele kanalen niet worden verhoogd, maar dat enkel de tarieven voor dienstverlening via het internet worden verlaagd.**

Sturing door het wijzigen van de producten

Uit de analyse uit het onderzoek naar de P van Product, is gebleken dat de burger wederom vindt dat het aantal diensten moet worden uitgebreid. Dit blijkt zowel uit de vragenlijsten die zijn afgenomen bij het digipanel, de respondenten in het stadskantoor en de respondenten bij de interviews. Met name de jongere, hoogopgeleide burgers wil graag meer ondernemen via het internet, maar dit is tot op heden niet mogelijk. Wat betreft uitbreiding van elektronische dienstenaanbod is er nog een lange weg te gaan.

Naast het aantal diensten die de gemeente 's-Hertogenbosch aanbiedt, ziet met name de jongere, hoger opgeleide respondent graag dat de kwaliteit van de diensten via het internet wordt verbeterd. Blijkbaar is de burger nog niet tevreden over de kwaliteit van de diensten die worden aangeboden, al geeft men eerder in het onderzoek aan dat men hier positief tegenover staat..

Wanneer de vragenlijsten uit het digipanel en het stadskantoor met elkaar worden vergeleken blijkt dat de respondenten in het digipanel meer voor de burger zonder internet opkomen dan de respondent in het stadskantoor. Zo willen de respondenten dat elektronische overheidsdiensten toegankelijker worden gemaakt en dat de kwaliteit van de diensten verbeterd wordt. De respondenten in het digipanel willen (meer dan de respondenten in het stadskantoor) niet dat het stadskantoor minder toegankelijk wordt, dat internetdiensten worden verplicht, dat de prijzen via de traditionele kanalen worden verhoogd en dat dienstverlening enkel via het internet wordt aangeboden.

Het is vreemd dat de burgers uit het digipanel bovenstaande positiever/negatiever beoordelen dan de respondenten in het stadskantoor aangezien de respondenten in het digipanel eerder al heeft aangegeven minder gebruik te maken van de traditionele dienstverleningskanalen.

**De burger ziet graag meer en betere overheidsdiensten via het internet lopen.**

Sturing door Plaats

Bij de vragen over de P van plaats binnen de marketingmix geven de respondenten aan dat zij het internet graag toegankelijker zien worden. Dit kan bijvoorbeeld door middel van extra computers in het stadskantoor of bibliotheek. Het resultaat is opmerkelijk, aangezien in §6.1 reeds wordt aangegeven dat maar liefst 95% van de respondenten in het bezit is van een computer met internetverbinding.

Wat de burger niet wil is dat de openingstijden van het stadskantoor worden ingekort.

Wanneer deze vragen worden opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding, zijn er geen zeer grote verschillen waar te nemen.

**Elektronische overheidsdiensten moeten in de ogen van de burger toegankelijker worden gemaakt. Daarnaast wil men niet dat de traditionele dienstverleningskanalen minder toegankelijk worden gemaakt.**

### **6.5 De attitude van de burgers in 's-Hertogenbosch ten opzichte van prijsdifferentiatie**

Uit de interviews is gebleken dat de meningen over prijsdifferentiatie verdeeld zijn. Men ziet het doorvoeren van prijsdifferentiatie als een goed initiatief om de burger richting het internet te sturen, maar wanneer de prijzen van de traditionele kanalen hoger worden, is er enige tegenstand. Met name vrouwen zijn zeer negatief over deze negatieve vorm van prijsdifferentiatie. Uit de vragenlijsten is nagenoeg dezelfde conclusie te trekken. Naast een verhoging van de tarieven bij bepaalde kanalen, wil de burger niet dat de overheid administratiekosten zal gaan berekenen voor dienstverlening via bepaalde kanalen. Hierbij valt te denken aan een toeslag aan de balie (zoals bij de NS) of telefoonkosten.

Eerlijkheid is een belangrijke reden waarom de burger vindt dat de overheid geen prijsdifferentiatie moet gaan toepassen. De respondenten zijn van mening dat de gemeente als overheidsorganisatie het niet kan maken om voor verschillende burgers, andere tarieven te rekenen. Hierbij geldt over het algemeen: hoe minder ervaren, lager opgeleid en ouder de respondent, hoe meer men het eens is met de stelling dat de kosten van overheidsdienstverlening bij voorbaat gelijk moet zijn, ongeacht het kanaal waarlangs de dienst is afgenomen.

De beste optie voor de overheid lijkt om tijdelijke of eenmalige korting bij het afnemen van een elektronische overheidsdienst, maar dit is mogelijk te complex om daadwerkelijk te realiseren. Wanneer het afnemen van een dienst via het internet goed zal bevallen, zal de burger naar grote waarschijnlijkheid in de toekomst opnieuw gebruik maken van het internet voor dienstverlening.

Een grote groep burgers geeft overigens aan dat een financieel voordeel niet nodig is om gebruik te maken van de diensten die via de website worden aangeboden. Deze respondenten maken bij voorbaat zoveel mogelijk gebruik van de elektronische overheidsdiensten. Het betreft bij de groep burgers met name de jongeren en hoger opgeleiden.

Uit de theorie is gebleken dat geslacht weinig invloed heeft op het internetgebruik van de burger (Van Dijk et al., 2006). Uit het onderzoek naar prijsdifferentiatie is dit tevens gebleken. Mannen en vrouwen scoren nagenoeg gelijk op de stellingen. Verschillen zijn wel ondervonden bij de plaats van afname van de vragenlijsten. De burgers die in het bezit zijn van een computer met internetverbinding (digipanel) en deze ook prefereren voor overheidsdienstverlening (§6.3), behoeven geen voordeel opzichte van mensen die gebruik maken van de traditionele dienstverleningskanalen. De respondenten uit het digipanel vinden het minder eerlijk wanneer er prijsverschillen ontstaan dan de respondenten in het stadskantoor.

**Prijsdifferentiatie wordt zowel positief als negatief ontvangen. De respondenten staan enkel positief ten opzichte van prijsdifferentiatie wanneer de tarieven van diensten via het internet worden verlaagd. Met name de eerlijkheid en het principe dat de prijzen voor alle burgers gelijk behoren te zijn staan bij de respondenten hoog in het vaandel. Een éénmalige korting zou in de ogen van de respondenten een betere mogelijkheid zijn, al zou dit in werkelijkheid moeilijk te realiseren zijn.**

### 6.6 Eindconclusie

Voordat de burger mogelijk gestuurd kan worden naar het internet voor het afnemen van elektronische overheidsdiensten, is het noodzakelijk dat diensten worden aangeboden waar vraag naar is bij de burger. Wanneer af wordt gegaan op de interviews komt men met name op het stadskantoor voor bijvoorbeeld het paspoort, identiteitskaart en het rijbewijs. Deze diensten zijn vooralsnog niet elektronisch af te nemen. Er bestaat een grote discrepantie tussen de kanalen die men gebruikt voor het afnemen van overheidsdiensten en de kanalen waar men de voorkeur voor heeft. Wanneer een dienst niet elektronisch beschikbaar is, biedt de gemeente 's-Hertogenbosch de mogelijkheid om elektronische een afspraak te maken. Hier wordt zoals gebleken in de interviews veelvuldig gebruik van gemaakt.

De burger staat welwillend tegenover het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Men zou er graag meer gebruik van willen maken en is positief ten opzichte van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch. De belangrijkste reden dat men toch gebruik maakt van het stadskantoor voor overheidsdienstverlening is omdat er geen andere mogelijkheid bestaat. Wanneer er geen andere mogelijkheid is voor het afnemen van een dienst, is het onmogelijk om de mensen te sturen richting het internet voor overheidsdienstverlening. De groep die mogelijk wel gestuurd kan worden in het kanaalkeuzegedrag is de groep respondenten die niet bewust heeft nagedacht over de kanaalkeuze. Deze burgers zijn mogelijk op het idee te brengen om voordat men een dienst wil afnemen, eerst gaat zoeken op het internet.

Wanneer wordt gekeken naar welke sturingsinstrumenten mogelijk effect hebben, kijken we met name naar het kanaalsturingmodel van Van der Doelen (1989). Wanneer we terugkomen op de hoofdvraag betreffende de attitude van de burger in de gemeente 's-Hertogenbosch ten opzichte van kanaalsturing, kunnen een aantal conclusies worden getrokken.

- De burgers vinden sturing door middel van juridische instrumenten *absoluut* geen optie. Juridische sturing is zeer dwingend, waardoor het moeilijk is dat elektronische overheidsdienstverlening vrijwillig binnen de normen en waarden van de burger valt.
- Men staat wat betreft kanaalsturing het meest positief ten opzichte van communicatie/promotie. Zo zal de website meer moeten worden gepromoot, evenals de mogelijkheden van de website van de gemeente 's-Hertogenbosch.
- Het economische sturingmodel wordt gedeeltelijk positief ontvangen. Wanneer prijzen worden verhoogd bij de traditionele kanalen, of administratiekosten worden berekend, dan staat de burger zeer negatief ten opzichte van prijsdifferentiatie. Een prijsverlaging via het internet wordt daarentegen wel vrij positief ontvangen, maar de burger geeft alsnog aan dat men dit niet eerlijk vindt. Oplossing van het probleem van eerlijkheid kan zijn om een eenmalig of tijdelijk financieel voordeel af te geven of wat betreft prijs de overheidsdienstverlening laten zoals het is. Een grote groep respondenten geeft aan sowieso gebruik te maken van het internet voor overheidsdienstverlening vanwege het gemak en de snelheid. Voor deze groep is het toepassen van een vorm van kanaalsturing onnodig.

Dat niet een enkel sturingmodel positief wordt beoordeeld, komt overeen met de magische driehoek van Nelissen (1998). Bij het sturen in de kanaalkeuze van de burger zal worden gekozen voor het CEJ-type, waarbij de nadruk ligt op communicatieve sturing, gevolgd door economische sturing en juridische sturing. Enkel een promotiecampagne is niet altijd even effectief. Wanneer hier een prijsprikkel aan wordt toegevoegd zou dit mogelijk wel het gewenste effect kunnen hebben.

Naast sturing door middel van de sturingsinstrumenten van Van der Doelen, staat de burger gedeeltelijk positief ten opzichte van Product en Plaats uit de marketingmix. Zo geeft de burger duidelijk aan dat elektronische overheidsdiensten toegankelijker moeten worden gemaakt en dat het elektronische dienstenaanbod verbeterd en uitgebreid worden.



## **7 Discussie**

Het onderzoek is op een aantal punten te bediscussiëren. Dit kan zowel op de onderzoeksmethode (§7.1) en de bevindingen uit het onderzoek (§7.2). Daarnaast zal in dit hoofdstuk de bijdrage aan de reeds bestaande theorieën worden besproken (§7.3).

### **7.1 Onderzoeksmethode**

De vragenlijst is afgenomen bij zowel een digipanel als in het stadskantoor van de gemeente 's-Hertogenbosch. De grote van de steekproef van het digipanel in vergelijking met de respondenten in het stadskantoor, zou mogelijk de resultaten kunnen de beïnvloeden. Door deze ongelijke verdeling, zouden de vragen met betrekking tot elektronische overheidsdienstverlening mogelijk positiever worden beoordeeld dan bij een geheel a-selecte steekproef.

Een tweede punt van discussie bij de steekproef, is dat het niet een juiste afspiegeling is van de populatie. Dit is met name te wijten aan de opbouw van respondenten in het digipanel. Om een goede afspiegeling te krijgen is het toekennen van wegingsfactoren noodzakelijk gebleken. Door het toepassen van de wegingsfactoren verschilt het aantal respondenten per vraag van 1468 tot 1992. De steekproef waarmee is gemeten is hierdoor kleiner geworden dan de afgenomen steekproef. Zondermeer is de steekproef van dusdanige grote voor een gedegen onderzoek. Daarnaast is de steekproef door het toepassen van wegingen representatiever geworden voor de populatie.

Naast het aanpassen van de steekproef is tevens bij de vragenlijst voor het digipanel een belangrijke antwoordmogelijkheid achterwege gelaten. Bij de vraag waarom men gebruik heeft gemaakt van juist een bepaald kanaal is de antwoordmogelijkheid 'er was geen andere mogelijkheid' achterwege gelaten. Dit antwoord is een zeer belangrijke mogelijkheid gebleken, aangezien bijna 40% van de respondenten bij de balie aangaf dat dit invloed had op de kanaalkeuze. Door het gemis van deze antwoordmogelijkheid is bij de uitwerking van deze vraag enkel gebruik gemaakt van de resultaten van de vragenlijsten die in het stadskantoor zijn afgenomen.

Bij de indeling naar opleiding hebben zich enigszins ook problemen voorgedaan. De indeling is niet geheel conform de landelijke indeling waardoor er selecties zijn gemaakt in twee groepen. Deze groepen zijn mijns inziens te ruim belicht waardoor de groep met hoger opgeleiden te omvangrijk is en met lager opgeleiden te klein. Door deze kleine groep is de steekproef wat betreft verschillen in opleidingsniveau mogelijk niet geheel representatief voor de landelijke populatie.

### **7.2 Bevindingen**

Bij het analyseren van de resultaten zijn er een aantal tegenstrijdigheden gevonden. Bij de vragen over de website geeft de burger aan dat zij kennis hebben van het elektronische dienstenaanbod van de gemeente 's-Hertogenbosch, maar wanneer wordt gevraagd naar een mening over de wijze hoe de overheid de burger meer op het internet krijgt, vind men communicatie/promotie een zeer goede optie. Ook Van Dijk et al. (2006) gaven aan dat er meer gecommuniceerd moet worden over de mogelijkheden van elektronische overheidsdiensten, aangezien de burger hier niet van op de hoogte is.

Naast de tegenstrijdigheid bij de kennis van de diensten die elektronisch worden aangeboden, geven de respondenten aan dat de overheid meer moet communiceren over het adres van de gemeentelijke website. Dit is tevens in tegenstrijd met de bevindingen uit de interviews waar men aangaf de gemeentelijke website zonder problemen te kunnen vinden.

De burger is dus zeer positief over het inzetten van communicatie/promotie, maar sturing door middel van communicatie is daarbij de minst dwingende vorm van sturing. De vraag die bij het inzetten van communicatieve sturing kan worden gesteld is: hoe zinvol is promotie? Gaan de burgers daadwerkelijk meer gebruik van het internet maken? Gebleken is dat een groot aantal diensten die de burger zou willen afnemen nog niet af te nemen is via het internet. Enkel een gedeelte van de groep burgers die niet bewust hebben nagedacht over de kanaalkeuze zijn mogelijk te sturen door middel van promotie. Wanneer deze groep beter wordt gewezen op het internet, zal het internet in de top of mind awareness van de burger komen, waardoor men in het vervolg eerst gaat zoeken op het internet alvorens het stadskantoor wordt bezocht. Om een grote groep burgers in de toekomst gebruik te laten maken van elektronische overheidsdiensten is onderzoek naar de afgenomen diensten nodig. Wanneer wordt gekeken naar de interviews worden met name het rijbewijs, paspoort en identiteitskaart op het stadskantoor afgenomen. Wanneer deze diensten, of een gedeelte van deze diensten via de gemeentelijke website kunnen worden afgenomen, zal het aantal stadskantoorbezoeken flink kunnen afnemen. Het is zaak voor de landelijke overheid om de wetgeving wat deze diensten betreft mogelijk aan te passen, waardoor deze mogelijkheid technisch kan worden ontwikkeld.

Naast de tegenstrijdigheden met betrekking tot communicatie/promotie, zijn er ook tegenstrijdigheden waar te nemen bij de toegankelijkheid van de internetdiensten. Er wordt aangegeven dat het internet toegankelijker moet worden voor de burger. Dit is vreemd, aangezien 95,3% van de steekproef reeds in het bezit is van een computer met internetverbinding en dat de burger zich vrij ervaren beoordeelt. Het is wat dat betreft aannemelijk dat de burger vrij toegang heeft tot het gebruik van elektronische overheidsdiensten. Aan de internetpenetratie en internetervaring zal het vooralsnog niet liggen dat de burger geen gebruik maakt van de elektronische overheidsdiensten.

Een andere tegenstrijdigheid is te vinden bij een vraag over de marketingmix (product). De burger geeft aan dat zij graag betere diensten zien verschijnen via het internet. Dit is tegenstrijdig met een ander antwoord in de vragenlijst waar men aangeeft de website gemakkelijk te gebruiken en te begrijpen is en de website het mogelijk maakt gemakkelijk met de overheid te kunnen communiceren. Bij de tegenstrijdige antwoorden op de vragen is het niet mogelijk om zinnige conclusies te vormen over desbetreffende items.

Bij de vragen naar kanaalsturing wordt mogelijk naar de bekende weg gevraagd. Het is vanzelfsprekend dat een burger niet meer wil betalen voor een dienst dan dat men op het moment doet. Daarnaast is het vrij logisch dat de burger niet belemmerd wil worden in de keuzes die hij/zij maakt door juridische sturing. Het is daarom niet raar dat de burger vrij negatief ten opzichte van deze stellingen staat. Het hanteren van juridische sturing zal vanuit de overheid zeker niet klantvriendelijk zijn, maar deze maatregelen kunnen op de korte termijn wel effectief zijn. Wat mogelijk minder makkelijk toe te passen zal zijn, is het éénmalig bieden van een korting. Volgens de gemeente 's-Hertogenbosch is dit niet of nauwelijks bij te houden door de gemeente. Niet elke burger maakt van dezelfde diensten gebruik. Daarnaast maakt de ene burger wekelijks gebruik van de gemeentelijke diensten vanwege een eigen bedrijf en de ander zal er nooit gebruik van maken.

### 7.3 Bijdrage aan de theorie

Zoals in de inleiding is besproken, heeft deze scriptie een exploratief karakter. Geconcludeerd kan worden dat het invoeren van kanaalsturing door de overheid alleen niet genoeg is om de burger naar het internet te leiden. Voordat de burgers mogelijk gestuurd kan worden moeten zij voldoen aan een drietal voorwaarden, moet de burger de voordelen zien van het internet (kanaalvoorkeur) en moeten het dienstenaanbod overeenkomen met de behoeften van de burger.

Wanneer aan bovenstaande punten wordt voldaan, is het aannemelijk dat de burger gestuurd kan worden in haar kanaalkeuzegedrag. Onderzoek in de praktijk zal moeten uitwijzen of deze aanname realiteit is. Nog niet eerder is er onderzoek gedaan naar *algemene* beleidsinstrumenten die worden ingezet bij het sturen van de burger in de *kanaalkeuze*. Er zijn in deze scriptie een vijftal instrumenten besproken die mogelijk ingezet kunnen worden als kanaalsturingsinstrument. Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van een zeer grote steekproef wat heeft geresulteerd tot zeer valide empirische resultaten. Uit de resultaten is gebleken dat enkele sturingsinstrumenten mogelijk goed inzetbaar zijn als *kanaalsturingsinstrument*. Met name communicatieve sturing wordt zeer positief ontvangen. Daarnaast wordt tevens het invoeren van prijsdifferentiatie gedeeltelijk positief ontvangen en is er bij het juridische instrument veel tegenstand.

Zoals in de theorie is gebleken zal een sturingsinstrument die binnen de normen en waarden van de burger valt, geïnternaliseerd kunnen worden. In de praktijk zal moeten worden aangetoond of dit ook daadwerkelijk gebeurt. Sturing door middel van communicatie valt bijvoorbeeld wel binnen de normen en waarden van de burger, maar is mogelijk niet dwingend genoeg om daadwerkelijk gedragsverandering te veroorzaken. Wat betreft de effectiviteit van de instrumenten is in de toekomst onderzoek in de praktijk nodig.

In de toekomst zou tevens meer onderzoek gedaan moeten worden om te kijken waarom enkele factoren onterecht als communicatief bestempeld worden. Bij de factoranalyse die is gedaan, is gebleken dat niet de juiste vijf sturingsinstrumenten zijn gevonden. Het is hierbij mogelijk dat de vraagstelling niet juist is geformuleerd, het aantal vragen te weinig is, maar ook dat de instrumenten niet genoeg onderscheid van elkaar vertonen. Met name de stellingen over plaats en product zijn vaak ten onrechte aangemerkt als communicatief/promotie.

Naast het communicatieve model, is ook het juridische model vrij dominant. Sturing door middel van 'plaats' wordt door de respondenten bijvoorbeeld onterecht gezien als juridisch instrument. Wanneer het stadskantoor minder toegankelijk wordt gemaakt, kan dit in de ogen van de burger dwingend overkomen (juridisch).

## **8. Aanbevelingen**

In dit hoofdstuk zullen de aanbevelingen voor de gemeente 's-Hertogenbosch worden besproken. De aanbevelingen zijn onderverdeeld in de vijf deelvragen zullen achtereenvolgens worden besproken.

### **8.1 Attitude van de burger ten opzichte van elektronische overheidsdienstverlening in de gemeente 's-Hertogenbosch**

De burger is zeer positief over het gemak van de gemeentelijke website. De website is in de ogen van de burger eenvoudig in het gebruik, maakt communicatie met de organisatie gemakkelijk en de informatie op de website is gemakkelijk te begrijpen. De website zit goed in elkaar en via links wordt men eenvoudig doorverwezen naar de juiste pagina's. Waar de burger lichtelijk negatief tegenover staat is het dienstenaanbod op de website. De burgers in de gemeente 's-Hertogenbosch zien graag meer of andere diensten op de website verschijnen. Door de negatieve beoordeling van de burger op het dienstenaanbod van de gemeente adviseer ik om in een vervolgonderzoek te gaan kijken welke diensten de burger mist op het internet en op welke wijze deze diensten mogelijk op het internet te implementeren zijn. Om meer diensten elektronisch aan te bieden, zal een goede registratie en identificatievoorziening noodzakelijk zijn, waardoor privacy en veiligheid gewaarborgd kunnen worden.

Het kan zo zijn dat sommige diensten wel online worden aangeboden, maar dat de burger geen weet heeft van dit aanbod (al geven de respondenten wel aan dat zij op de hoogte denken te zijn van de diensten die elektronisch worden aangeboden). Deze burgers, en de burgers die onbekend zijn met de het dienstenaanbod van de gemeente, zullen hier alsnog op moeten worden gewezen. Hierbij betreft het met name de diensten die reeds regelmatig elektronisch worden aangevraagd, zoals het maken van een afspraak of het aanvragen van een uittreksel uit het geboorteregister. Een advies voor de ambtenaar achter balie is om de burgers aan de balie te informeren over de mogelijkheden van het elektronische dienstenprogramma van de gemeente.

### **8.2 Kanaalgebruik en kanaalvoorkeur van de burger**

Er is een discrepantie tussen de kanaalvoorkeur en het kanaalgebruik van de burger. De burger zou met name meer gebruik willen maken van de e-mail bij het afnemen van een overheidsdienst, maar toch wordt hier slechts weinig gebruik van gemaakt. De belangrijkste reden dat men de e-mail niet gebruikt, maar wel de telefoon en balie (waar minder voorkeur voor is), is omdat de burger van mening is dat e-mailgebruik niet mogelijk is. In vele gevallen is dit ook het geval. Met name fysieke producten zoals een paspoort of rijbewijs zijn niet via de e-mail af te nemen. Ditzelfde geldt voor de website, waar de burger niet alle diensten kan afnemen, die men zou willen afnemen.

Net als bij de attitude ten opzichte van elektronische overheidsdiensten is besproken, kan ik de (landelijk) overheid adviseren te investeren in een betrouwbare registratie en identificatievoorziening. Wanneer de burger via het internet veilig kan worden geregistreerd en geïdentificeerd zou het in de toekomst mogelijk kunnen zijn om een paspoort, identiteitskaart of rijbewijs aan te vragen. Wanneer deze diensten elektronische worden aangeboden, zou het aantal baliebezoekers in het stadskantoor flink verminderd kunnen worden. Uit het onderzoek is gebleken dat veel burgers een bezoek brengen aan het stadskantoor voor het aanvragen en afhalen van een paspoort, rijbewijs of identiteitskaart.

Naast het uitbreiden van het dienstenaanbod via het internet en de e-mail, zou geadviseerd kunnen worden om elektronisch dienstverlening meer aan te passen op de behoeften van de burger. Dit betekent niet per definitie dat er meer elektronische diensten moeten komen, maar meer gericht op de wensen van de burger. Een groot scala aan diensten hoeft niet te leiden tot een groot gebruik. Er zal door de gemeente in dit geval meer gericht en gewezen moeten worden op de diensten die frequent door de burger gebruikt worden. Hierdoor kan mogelijk de potentie van het internet als dienstverleningskanaal beter benut worden.

Naast het feit dat de burgers overheidsdiensten niet kunnen afnemen langs het kanaal waar zij de voorkeur aan geven, geven de respondenten aan dat zij niet bewust hebben nagedacht over de kanaalkeuze of is men van mening dat de balie het snelste kanaal is. Voor de burger die niet bewust nadenkt, is sturing in de kanaalkeuze waarschijnlijk mogelijk. Hierdoor worden zij extra verwezen naar een dienstverleningskanaal of wordt een dienstverleningskanaal aantrekkelijker gemaakt ten opzichte van andere kanalen.

Wanneer de burger veelvuldig een dienstverleningskanaal kiest vanwege de snelheid ervan, kan dit mogelijk worden veranderd door andere kanalen sneller te maken. Zo kan de website voorzien worden van een betere navigatie of de responsetijd van de e-mail kan worden verkort door een soort van mailcenter (zelfde idee als een callcenter) die dag en nacht beschikbaar is.

### **8.3 Kanaalkeuzefactoren die voor de burger van belang zijn**

Gezien de kanaalvoorkeur van de burger (elektronische dienstverleningskanalen), zijn de snelheid om in contact te komen met de overheid, het gebruiksgemak en de kosten de belangrijkste determinanten voor de kanaalkeuze van de burger.

Promotieactiviteiten kunnen de burgers wijzen op de voordelen van het internet bij het afnemen van een overheidsdienst. Bij promotieactiviteiten kan erop worden gewezen dat de burgers niet meer de deur uit hoeven voor het afnemen van een dienst en dat men overal en altijd in contact kan komen met de overheid.

Naast promotieactiviteiten moet de gemeente ervoor zorgen dat de burger met weinig internetervaring, dienstverlening via het internet kan proberen. Dit kan door voldoende computers in openbare ruimtes, zoals het stadskantoor of bibliotheek. Wanneer er problemen zouden ontstaan, is het belangrijk dat de gebruiker hulp kan krijgen van een ambtenaar. Op deze manier ervaart de burger de snelheid van het contact en het gebruiksgemak.

### **8.4 De meest geschikte sturingsinstrumenten in de ogen van de burger**

De respondenten vinden juridische sturing absoluut geen goede methode om de burgers te sturen in de kanaalkeuze. Men wil niet gedwongen gebruik maken van een kanaal. Alle kanalen zullen dus open moeten blijven voor het afnemen van een overheidsdienst. Verwacht wordt dat juridische sturing op de lange termijn niet zal blijven werken.

De respondenten uit het onderzoek geven aan dat zij liever gestuurd worden door middel van promotie en communicatie, maar door de tegenstrijdigheden is het niet geheel duidelijk of de deze vorm van sturing wel zinvol is. Men geeft immers in het onderzoek al aan dat men goed op de hoogte denkt te zijn van het elektronische dienstenaanbod van de gemeente. Het is dus de vraag of de burger daadwerkelijk wel op de hoogte is van het aanbod. Van Dijk et al. (2006) geven in eerder onderzoek aan dat de burger nog niet weet van welke diensten men online gebruik kan maken. Er zal in een vervolgstudie eerst moeten worden onderzocht in

hoeverre de burger op de hoogte is van het dienstenaanbod. Wanneer daaruit blijkt dat de burgers daadwerkelijk niet weten welke diensten via de gemeentelijke website worden aangeboden, is een reclamecampagne een goede optie. Om de mensen meer te wijzen op de mogelijkheden van de website, kan de website worden gepromoot in het stadskantoor, gemeentefolder, op straat of op de plaatselijke televisie en radio.

Een tweede tegenstrijdigheid wordt gevonden bij het middel 'Plaats'. De burger zou graag zien dat elektronische overheidsdiensten toegankelijker worden gemaakt, al is de internetpenetratie zeer hoog. Mogelijk vinden de burgers de website niet toegankelijk doordat overheidsdiensten niet gevonden worden of omdat men geen gebruik kan maken van de dienst. Voor deze problemen moeten de websites mogelijk makkelijker worden gemaakt. Dit komt ook naar voren bij de vraag over de kwaliteit van het dienstenaanbod. Men ziet graag betere diensten via de website verschijnen dan nu het geval is. Een andere oplossing zou kunnen zijn dat burgers die moeite hebben met de gemeentelijke website, hulp van een ambtenaar (in het stadskantoor) kunnen krijgen bij het gebruik ervan.

Uit de vragenlijsten is gebleken dat de burgers sturing door middel van 'Product' tevens goed beleidsinstrument vinden. Men zou met name meer en betere diensten op het internet zien verschijnen. Dat men graag betere diensten ziet verschijnen is vreemd, aangezien men heeft aangegeven dat het gebruik van het internet zeer gemakkelijk vindt. Dat er meer diensten via het internet moeten verschijnen, is bij de aanbevelingen bij het kanaalgebruik en kanaalvoorkeur reeds naar voren gekomen. Het is waarschijnlijk dat wanneer er meer elektronische overheidsdiensten worden aangeboden waar vraag naar is, er meer gebruik zal worden gemaakt van het internet als dienstverleningskanaal.

Implementatie van kanaalsturing door middel van prijsdifferentiatie is volgens de burgers goed mogelijk en een goed instrument om de burger te sturen. De burgers geven daarbij aan dat prijsdifferentiatie alleen moet worden doorgevoerd wanneer diensten via het internet goedkoper worden gemaakt en de prijzen via de traditionele kanalen gelijk blijven. Of het noodzakelijk is, is een tweede. Hier zal in §8.5 kort op in worden gegaan.

Wanneer kanaalsturing wordt doorgevoerd, adviseer ik een combinatie van sturingsinstrumenten. Dit zal moeten geschieden volgens het CEJ-type uit de magische driehoek van Nelissen (1989). Bij het toepassen van de sturingsinstrumenten zal de nadruk liggen op sturing door middel van communicatie en in iets mindere mate het verlagen van de tarieven van de diensten die via het internet worden afgenomen. Een aanbeveling voor in de toekomst is om te kijken of sturing door middel van communicatie of het doorvoeren van prijsdifferentiatie daadwerkelijk effectief is.

### **8.5 Attitude ten opzichte van Prijsdifferentiatie**

Zoals gebleken, is de burger positief ten opzichte van kanaalsturing door middel van prijsdifferentiatie. Dit wil de burger slechts alleen wanneer de diensten via het internet verlaagd worden gemaakt en de tarieven via de traditionele kanalen gelijk blijven. Men geeft aan dat dit een goede optie is om de mensen te sturen, maar geniet ook enige tegenstand. Zoals uit de antwoorden is gebleken vindt men het niet eerlijk en vindt men het belangrijk dat de overheid gelijke prijzen hanteert. Daarnaast maakt het grote deel van de burgers sowieso al zoveel mogelijk gebruik van het internet.

Geadviseerd kan worden om een afweging te maken tussen het belang dat de overheid hecht aan de principes van de burger en de attitude van hen ten opzichte van een lagere prijs. Prijsdifferentiatie is in de ogen van de burger een goed kanaalsturingsmiddel, maar een proef

in de praktijk zal moeten uitwijzen of de prijsdaling daadwerkelijk nut heeft of dat de prijsverlaging wordt gezien als een leuke bijkomstigheid. Door een proef in de praktijk kan worden gekeken of er daadwerkelijk meer gebruik wordt gemaakt van elektronische overheidsdiensten wanneer lagere tarieven via het internet worden toegepast.

---

## Referenties

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp. 179-211.
- Bartels, G.C. (1998) Het wiel uitvinden: De wisselwerking tussen persoon, gedrag en omgeving. In: Bartels, G. Nelissen, W. & Ruelle, H. (red.). (1998). *De transactionele overheid* (pp. 321-335). Deventer: Kluwer Bedrijfsinformatie.
- Bartel, G.C., Nelissen, W.J.A. & Ruelle, H. (1998). *De transactionele overheid*. Utrecht: Kluwer Bedrijfsinformatie.
- Bongers, F. & Vermaas, K. (2006). *Een overheid van glas? Zoeken en vinden van overheidsinformatie op het internet*. Utrecht: Dialogic.
- Bongers, F., C. Holland, K. Vermaas, and R. Vandeberg. (2004). *Burgers aan bod. Elektronische overheidsdienstverlening in het perspectief van de vraagzijde*. Utrecht: Dialogic.
- Bouwman, H. (2007). Raamwerk voor keuze van servicekanalen voor intermediairs. Paper innovatiescenario's voor het intermediair.: Telematica Instituut & TU Delft.
- Bressers, J. Th. A., & Klok, P-J (1987) Grondslagen voor een instrumentatietheorie. In: *Beleidswetenschap*, jaargang 1, nr 1, 1987: pp.77-97
- Carlson, J.R. & Zmud, R.W. (1999). *Chanel Expansion Theory and the Experimental Nature of Media Richness Perceptions*. *Academy of Management Journal* 42(2): pp. 153-170.
- CCRA [Canadian Customs and Revenue Agency](2005). *CRA Annual Report to Parliament 2004-2005*. Ottawa: CCRA.
- Daft, R.L., & Lengel, R.H. (1984). Information Richness: a new approach to managerial behavior and organizational design. In Cummings, L.L. & Staw, B.M. (red.), *Research in Organizational Behavior*, 6, pp. 191-233. London: JAI Press inc.
- Daft, R.L. & Lengel, R.H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science*, 32(5), pp. 554-571.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), pp. 319-340.
- Degeratu, A.M., Rangaswamy, A. & Wu, J. (2000). Consumer behavior in online and traditional supermarkets: The effect of brand name, price, and other search attributes. *International Journal of Research in Marketing*, 2000 (17), pp. 55-78.
- Dennis, A.R. & Kinney, S.T. (1998). Testing media richness theory in new media: the effects of cues, feedback, and task equivocality, *Information Systems Research (Vol. 9 No.2)*, pp.160-75.



- 
- Eagly, A.H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Ebbers, W.E. (2004). *Ambities en prestaties van een digitale belastingdienst*. Bestuurskunde 2004, nr. 8, pp.358 - 365.
- Ebbers, W., Pieterse, W. & Noordman, H. (2007). Electronic government: rethinking channel management strategies. *Accepted for Publication in Government Information Quarterly*.
- Emans, B. (1991). *Interviewen. Theorie, techniek en training*. Derde herziene druk Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Etzioni, A. (1975). *A comparative analysis of complex organizations on power, involvement, and their correlates*. New York, N.Y.: The Free Press.
- Fulk, F., Schmitz, J. & Steinfeld, C.W. (1990). *A social influence model of technology use, Organizations and Communication technology*, Newbury Park / London / New Delhi: Sage Publications.
- Gatignon, H. & Robertson, T.S. (1991). *Innovative decision processes*. In T.S. Robertson en H.H. Kassarian, *Handbook of consumer behavior* Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- Geelhoed, L. (1982) *De interveniërende staat: aanzet voor een instrumentenleer*, Publicatie vanuit het project Reorganisatie Rijksdienst, Ministerie van Binnenlandse Zaken, Staatsuitgeverij, Den Haag, 1983.
- Heuvel, T., van den, Post, J.H., Verbeek, A.L.M., (1982). *Markt & Marketingbeleid*. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Hulshof, M (2001). *Leren interviewen*. Vierde druk. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Hsu, M-H. & Chiu, C.M. (2003). Internet self-efficacy and electronic service acceptance. *decision support systems*, 2004 (38), pp. 369-381.
- Hood, C. (1983) *The tools of government*, London: Macmillan, 1983
- Kelman, H.C. (1958). Compliance, identification, and internalization: Three processes of Attitude Change. *Journal of Conflict Resolution* 1958, (2, nr 1), pp. 51-60.
- Kuijpers, C & Glasbergen, P. (1987) Het instrumentariumvraagstuk in het milieubeleid: aanzet tot een bestuurswetenschappelijke benadering, In: *Bestuurswetenschappen*, 1987, pp.42-54
- Lindblom, C.E. (1977). *Politics and Markets: The World's Political-Economic Systems*, New York: Basic, 1977
- Mc Carthy, J (1960) *Basic Marketing: A managerial approach*, Irwin, Homewood, Illinois.

- Mitnick, B. M. (1980). *The political economy of regulation creating, designing, and removing regulatory forms*. New York, N.Y.: Columbia University Press.
- Nelissen, N.J.M. (1998). Dynamiek bij de inzet voor milieubeleid. In: Bartels, G. Nelissen, W. & Ruelle, H. (red.). (1998). *De transactionele overheid* (pp. 21-38). Deventer: Kluwer Bedrijfsinformatie.
- Peppel, R.A. van de, and M. Herweijer. (1994). Het Communicatieve Sturingsmodel. In *Milieubeleid: een beleidswetenschappelijke indeling*, edited by P. Glasbergen. 's Gravenhage: VUGA.
- Pieterse, W., Teerling, M.L., Klieverik, B., Lankhorst, M., Janssen, M. & Boekhoudt, P. (2007). "*Multichannel Management: De stand van Zaken, Kanalen in Balans*", Telematica Instituut, Enschede.
- Pijpers, G.M., Montfort, K.A.G.M. van & Heemstra, F.J. (2002). *Acceptatie van ICT: Theorie en een veldonderzoek onder topmanagers*. *Bedrijfskunde*, 74(4) pp. 76-84.
- Van der Doelen, F.J.C. (1989). *Beleidsinstrumenten en energiebesparing: de toepassing en effectiviteit van voorlichting en subsidies, gericht op energiebesparing in de industrie van 1977 tot 1987*. Enschede: Universiteit Twente.
- Van Deursen, A., van Dijk, J. & Ebbers, W. (2006). *Why e-government usage lags behind: Explaining the gap between potential and actual usage of electronic public services in the Netherlands*. *Lecture Notes in Computer Science 4084*, pp. 269-280.
- Van Dijk, J.A.G.M., Hanenburg, M.H.N. & Pieterse, W.J. (2006). *Gebruik van Nederlandse elektronische overheidsdiensten in 2006*. Enschede: Universiteit Twente.
- Van Dijk, J.A.G.M & Van Deursen, A.J.A.M. (2006). *Van aanbod naar vraag, tijd voor een perspectiefwisseling*. Enschede: Universiteit Twente
- Verhage, B. (2000). *Grondslagen van de marketing* (Houten): Educatieve Partners Nederland BV.
- Vlek, C, Jager, W., & Steg, L. (1997). Modellen en strategieën voor gedragsverandering ter beheersing van collectieve risico's. *Nederlands Tijdschrift voor psychologie*, 1997 (vol. 52, nr 4), pp. 174-191
- Williamson, O.E: (1991), Comparative economic organization: The analysis of discrete structural alternatives, *Administrative Science Quarterly*, 36, pp. 269-296.
- Wilson, S.G., Abel, I (2000). So you want to get involved in E-commerce. *Industrial Marketing Management* 2002 (31).
- Woerkum, Cees van. 1989. Communicatie als beleidsinstrument. In *Communicatie*, edited by L. Feenstra. Meppel: Boom.

## Bijlage I Interviewschema

---

### **Introductie:**

Student communicatiewetenschappen en doe onderzoek naar de dienstverlening in de gemeente Den Bosch met in het bijzonder internet en de overheid. Door middel van dit onderzoek proberen we de dienstverlening te verbeteren. Wanneer u met dit onderzoek meedoet, krijgt u een vvv-bon ter waarde van 5 euro.

Het interview zal ongeveer 15 minuten duren.

Heeft u hier nog vragen over?

---

### **Algemene vragen over overheidsdiensten:**

- Heeft u het afgelopen jaar gebruik gemaakt van diensten van de overheid of heeft u via de overheid iets moeten aanschaffen? (bijvoorbeeld belasting, uitkering, bouwvergunning e.d.)

- Ja, van welke overheidsdiensten heeft u het afgelopen jaar gebruik gemaakt?

Via welke kanalen heeft u dit gedaan? Denk bijvoorbeeld aan de telefoon, post, internet of de balie in het gemeentehuis.

- Wat zijn voor u de redenen geweest om juist deze kanalen te kiezen? (hier verder op doorvragen om achter de beweegredenen voor de kanaalkeuze van de burger te komen)

- Voor welke dienst bezoekt u vandaag het gemeentehuis?

- Heeft u voorafgaande van het bezoek aan het gemeentehuis ook een ander kanaal (zoals telefoon, post, internet) geprobeerd? (*Product, Plaats*)

Ja, welke? Wat ging niet goed waardoor u toch naar het gemeentehuis moet? (*TCT complexiteit, onzekerheid*)

- Nee, waarom niet? (*Product, Promotie*)

Waarom heeft u gebruik gemaakt van juist dit kanaal? (*Promotie*)

Bent u tevreden over de manier waarop de diensten van de overheid worden aangeboden? (*Product*)

- Zo nee, waarom niet?

Wat zou de overheid moeten verbeteren aan de dienstverlening zoals hij nu wordt aangeboden? (*Product*)

Bent u spontaan binnen gelopen of heeft u van tevoren een afspraak gemaakt?

- Ja, wat zijn uw ervaringen met het maken van afspraken met de gemeente?

- Nee, waarom geen afspraak?

---

---

### Vragen met betrekking tot internet en online dienstverlening:

Producten en dienstverlening worden steeds meer aangeboden via het internet.

Bent u in het bezit van een computer met een internetverbinding?

- Nee: waarom niet? Wat vindt u de nadelen van internet?

Stel: u kunt alle overheidsdiensten via het internet regelen. Hiervoor hoeft u niet de deur uit, hoeft u geen rekening te houden met openingstijden en kunt u deze dienst regelen wanneer het uzelf uitkomt.

Zou dit een reden kunnen zijn om een internetverbinding aan te schaffen? Waarom niet? (*gedragsverandering*)

Zou een lagere prijs voor aankopen of overheidsdiensten een reden kunnen zijn om een internetverbinding aan te schaffen? (*economisch sturingsmodel*)

- Ja: Bent u bekend met de pagina's die de gemeente Den Bosch aanbiedt voor haar dienstverlening op het internet? (*communicatief sturingsmodel*)

Ja: Hoe bent u bekend geworden met deze pagina's?

Ja: heeft u wel eens gebruik gemaakt van een internetpagina van de overheid?

Nee: Waarom niet? (*communicatief sturingsmodel*)

Wat heeft u gezocht bij dit gebruik?

Kon u vinden wat u zocht? Waarom niet? (*TCT: Complexiteit?*)

- Vond u de informatie die u heeft gevonden gemakkelijk te begrijpen? (*TCT: Complexiteit*)

- Wat vindt u de voordelen en nadelen die de internetpagina's van de overheid bieden ten opzichte van andere kanalen zoals de telefoon en de balie? (*Product*)

- Wat vindt u van het idee dat belangrijke persoonlijke gegevens op het internet belanden? (*TCT: Onzekerheid*)

- Denkt u dat de overheid uw privacy waarborgt? (*TCT: Onzekerheid*)

Heeft u ook wel eens contact gehad met de overheid via e-mail?

- Ja, waarom heeft u daarbij voor e-mail gekozen en niet voor de balie, telefoon of website?

- Hoe vond u dit contact verlopen?

Bleef u na dit contact nog met vragen zitten? (*TCT: Onzekerheid, Complexiteit*)

Heeft u naar aanleiding van deze vragen de overheid nog via een ander kanaal benadert? (*TCT: Onzekerheid, Complexiteit*)

- Zou u in de toekomst vaker mailen met de overheid wanneer dit mogelijk is? Waarom wel of niet?

Doet u uw belastingaangifte via het internet?

- Ja: Bent u tevreden over deze manier van belastingaangifte doen?  
Wat vindt u de voordelen?
- Nee: Waarom niet?

Wat zou u ervan vinden om alle overheidsdiensten via het internet te regelen?

---

---

**Vragen met betrekking op prijsdifferentiatie (Marketingmix: prijs, TCT, economisch sturingsmodel):**

Niet alleen bij bedrijven zijn diensten en producten goedkoper via het internet te verkrijgen. Ook bij de overheid gebeurt dit al. Voorbeelden hiervan zijn informatieaanvraag bij het kadaster en het aanvragen van een paspoort. Een paspoort kost bijvoorbeeld in de ene gemeente meer dan in de andere. Bij het kadaster krijgen de burgers die informatie online aantrekken een korting ten opzichte van mensen die deze informatie graag thuis gestuurd willen krijgen. (*Marketingmix: prijs, TCT, economisch sturingsmodel*)

Wat vindt u ervan dat de overheid voor dezelfde diensten, andere tarieven gaat berekenen wanneer zij worden gedaan via het internet? (*Marketingmix: prijs, TCT, economisch sturingsmodel*)

- Niet positief: Waarom niet?

Vind u dit eerlijk ten opzichte van de mensen zonder internetverbinding en/of vaardigheden? (*Marketingmix: prijs, TCT, economisch sturingsmodel*)

- Waarom wel/niet?

Bent u ook van mening dat producten en diensten via het internet goedkoper zijn? Zo ja: Maar u betaald ook abonnementskosten voor het internet, rekent u die er ook bij? (*Marketingmix: prijs, TCT, economisch sturingsmodel*)

Stel: de dienst waarvoor u op het gemeentehuis komt, is ook verkrijgbaar op het internet. Zou u er gebruik van maken als de dienst even duur is? (*Marketingmix: prijs, TCT, economisch sturingsmodel*)

- Nee: Waarom niet?
- Nee: En als u twee euro korting krijgt?
- Nee: Of vijf euro?
- Nee: Bij hoeveel korting zou u gebruik maken van het internet in plaats van de balie?

Wanneer deze vorm van dienstverlening goed bevalt, zou u er dan gebruik van maken zonder dat er een korting wordt gegeven? (*gedragsverandering*)

(mits nog problemen)

Vindt u de verschillen in prijzen ook nog een probleem wanneer andere prijzen via de balie en telefoon gelijk blijven en de prijs via het internet omlaag?

Zou u minder bellen wanneer er net als bij vele bedrijven telefoonkosten in rekening worden gebracht? (*economisch sturingsmodel*)

**Wat zou de overheid moeten doen waardoor u meer gebruik gaat maken van het internet voor dienstverlening met de overheid?** (*gedragsverandering*)

---

**Eind:**

- demografische kenmerken van de respondent geslacht (noteren) leeftijd & opleiding vragen.
  - Kort het interview samenvatten met de meest belangrijke resultaten
  - bedanken voor de medewerking
-

## Bijlage II Vragenlijst Digipanel

1. In hoeverre bent u het eens met onderstaande stellingen over de website van de gemeente 's-Hertogenbosch?

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Ik vind de website makkelijk te gebruiken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik vind het gebruik van de site makkelijk te leren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De website biedt juiste informatie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De informatie op de website is makkelijk te begrijpen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De website maakt het makkelijk om met de organisatie te communiceren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De website heeft een goede reputatie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.

	Heel erg negatief	Negatief	Neutraal	Positief	Heel erg Positief
Mijn algemene indruk van de website van de gemeente is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. In hoeverre bent u het eens met onderstaande stellingen over de website van de gemeente 's-Hertogenbosch?

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Ik ben goed op de hoogte van de mogelijkheden die de website van de gemeente voor mij te bieden heeft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik weet goed welke diensten ik allemaal kan afnemen op de website van de gemeente 's-Hertogenbosch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wat betreft dienstverlening weet ik goed welke mogelijkheden de website van de gemeente heeft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alles wat ik nodig heb van de gemeente kan ik online doen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Welk kanaal heeft u de laatste keer gebruikt voor dienstverlening met de gemeente 's-Hertogenbosch?

- Balie
- Telefoon
- Website
- E-mail
- Schriftelijk

5. Waarom heeft u gekozen voor dit kanaal? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Vanwege het gemak
- Vanwege de snelheid
- Vanwege de zekerheid
- Vanwege de kosten
- Vanwege de vorm van (persoonlijk) contact
- Eerdere ervaringen
- Ik gebruik dit kanaal altijd

- Vanwege de moeilijkheid van mijn vraagstuk/de dienst
- Niet bewust over nagedacht
- De onduidelijkheid van mijn vraag
- Anders, namelijk \_\_\_\_\_

6. Welke van de onderstaande kanalen heeft u de afgelopen 12 maanden zelf gebruikt voor uw contacten met de gemeente 's-Hertogenbosch? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Geen contact
- Balie
- Telefoon
- Website
- E-mail
- Schriftelijk

7. Geef bij onderstaande vragen aan voor welk kanaal u kiest (meerdere antwoorden mogelijk):

	Balie	Telefoon	Website	E-mail	Schriftelijk
Welk kanaal gebruikt u in het algemeen het <u>vaakst</u> voor contacten met de gemeente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Welk kanaal gebruikt u het <u>liefst</u> voor contacten met de gemeente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Welk kanaal gebruikt u in het algemeen het <u>vaakst</u> voor contacten met de overheid?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Welk kanaal gebruikt u het <u>liefst</u> voor contacten met de overheid?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Hoe beoordeelt u..

	Zeer goed	Goed	Neutraal	Slecht	Zeer slecht
...de openingstijden van het stadskantoor?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...de openingstijd van het telefoonkanaal?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...de wachttijd van de balie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...de wachttijd aan de telefoon?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...de laadtijd van de website?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...de bereikbaarheid van de balie?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...de bereikbaarheid van de telefoon?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...de vindbaarheid van de website?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. In hoeverre bent u het eens met onderstaande stellingen?

Om burgers meer gebruik te laten maken van het internet zou de overheid...

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
...burgers moeten verplichten om voor bepaalde diensten van het internet gebruik te maken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...mensen meer moeten wijzen op de mogelijkheden van het internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...diensten via het internet goedkoper maken dan via de andere kanalen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...meer moeten communiceren over de voordelen van het internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...meer diensten via het internet moeten aanbieden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...internetkosten van de burger moeten vergoeden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...internetdiensten toegankelijker moeten maken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...het gebruik van de website meer moeten promoten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...de kosten van diensten en producten via de andere kanalen duurder moeten maken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...diensten alleen nog maar via het internet moeten aanbieden en niet via de andere kanalen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...meer reclame moeten maken over het adres van de website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...het stadskantoor minder toegankelijk moeten maken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...betere diensten via het internet aanbieden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Zoals u misschien weet worden producten en diensten van bedrijven op het internet goedkoper aangeboden dan in de winkel. Wanneer het internet grootschalig wordt gebruikt door de burger zal dit voor de overheid mogelijk leiden tot kostenbesparingen.*

10. In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Wanneer de overheid extra kosten moet maken wanneer een burger gebruik maakt van de telefoon, balie of post, dan mogen deze kosten doorberekend worden in de prijs van de dienst waardoor deze duurder wordt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wanneer prijzen van producten/diensten van de overheid worden verlaagd, heb ik er geen probleem mee dat ik administratiekosten moet betalen bij het gebruik van de telefoon, balie of post.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aangezien de overheid minder kosten hoeft te maken wanneer de burger gebruik maakt van het internet voor dienstverlening, kunnen de prijzen van online producten omlaag ten opzichte van de producten die via de balie, telefoon of post worden afgenomen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verlagen van de prijzen op het internet is eerlijk ten opzichte van mensen zonder internetervaring.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wanneer ik een éénmalige korting krijg voor een overheidsdienst/product die ik via het internet aanvraag, zal ik dit zeker online proberen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voor de burger moeten alle prijzen van overheidsdiensten/producten gelijk zijn, ongeacht het kanaal waarmee dit gebeurt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een korting is niet nodig, ik maak sowieso zoveel mogelijk gebruik van het internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Wat zou de overheid moeten doen waardoor u meer gebruik gaat maken van het internet voor dienstverlening van de overheid?

12. Heeft u thuis internet?

- Ja, ga door naar vraag ...  
 Nee



13. Hoe omschrijft u zichzelf als internetgebruiker? Bent u ervaren of onervaren?

- Helemaal niet ervaren  
 Niet ervaren  
 Neutraal  
 Ervaren  
 Heel erg ervaren

Geef het kanaal aan wat bij onderstaande uitspraken voor u het meest relevant is:

	Balie	Telefoon	Website	E-mail	Schriftelijk
Via dit kanaal kan ik mijn persoonlijk situatie het best duidelijk maken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Via dit kanaal kan ik het best gevarieerde taal gebruiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Via dit kanaal krijg ik het snelst antwoord	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Via dit kanaal kan informatie het best op meerdere manieren overgedragen worden, zoals in woord en gebaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dit kanaal is voor mij het meest makkelijk te gebruiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Via dit kanaal bereik ik mijn doel het best	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Via dit kanaal ben ik het snelst in contact met de overheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dit kanaal biedt mij de meeste service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dit kanaal is voor mij het goedkoopst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Met dit kanaal heb ik de beste ervaringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Bijlage III Vragenlijst balie stadskantoor 's-Hertogenbosch**

---

**Gemeente  
's-Hertogenbosch**

*Onderzoeksinstrument prijsdifferentiatie (v0.1)*

---

Auteurs:  
Peter Jansen (UT)  
Willem Pieterse (UT)

---

## Gemeente 's-Hertogenbosch, Onderzoek overheidsdienstverlening

### ***Inleiding***

Om de dienstverlening zo klantvriendelijk mogelijk te maken, is het voor de gemeente 's-Hertogenbosch belangrijk om te weten hoe de burger denkt over overheidsdienstverlening en hoe deze mogelijk aantrekkelijker gemaakt kan worden. De gemeente 's-Hertogenbosch doet in samenwerking met het Telematica instituut en de Universiteit Twente onderzoek naar de dienstverlening van de gemeente. Deze vragenlijst wordt gebruikt om te onderzoeken wat de mening van de burger is ten opzichte van (elektronische) overheidsdienstverlening. Uw deelname aan het onderzoek kan van groot belang zijn bij de verdere vormgeving van de dienstverlening van de overheid.

Het is bij deze vragenlijst van belang dat u uw eigen mening geeft. Wanneer u een vraag niet wilt beantwoorden of geen antwoord op de vraag weet, dan kunt u deze vraag overslaan. Deelname aan het onderzoek is volledig anoniem, u hoeft uw naam niet op te geven bij het invullen van de vragenlijst.

Het invullen van de vragenlijst zal niet meer dan 10 minuten van uw tijd in beslag nemen. De vragenlijst bestaat uit 21 hoofdvragen, opgedeeld in 4 delen:

- Deel A: Het contact met de gemeente en de overheid
- Deel B: Kanaaleigenschappen van de verschillende kanalen die worden gebruikt voor overheidsdienstverlening
- Deel C: Een aantal stellingen over de verschillende kanalen die worden gebruikt voor overheidsdienstverlening en een aantal stellingen voor het meten van attitude ten opzichte van overheidsdienstverlening
- Deel D: Persoonlijke kenmerken

*In de vragenlijst wordt een aantal vragen gesteld over (dienstverlenings)kanalen, hiermee worden contactmogelijkheden bedoeld voor communicatie met de overheid. Voorbeelden van kanalen zijn de balie (het gemeentehuis) de telefoon websites (het internet) en e-*

Wij danken u bij voorbaat voor uw medewerking aan het onderzoek,

Peter Jansen (uitvoerder onderzoek)

Drs. Willem Pieterse (coördinator)

Prof. Dr. Jan van Dijk (hoofd onderzoeksprogramma "ICT en Overheidsorganisaties")

Universiteit Twente, Faculteit Gedragwetenschappen

Onderzoeksprogramma ICT en Overheidsorganisaties

Postbus 217, 7500AE Enschede

Tel. 053-4892418

Fax. 053-4894259

[www.ictenoverheid.utwente.nl](http://www.ictenoverheid.utwente.nl)



05 Waarom heeft u gekozen om langs te komen?

- Vanwege het gemak
- Vanwege de snelheid
- Vanwege de zekerheid
- Vanwege de kosten
- Vanwege de vorm van (persoonlijk) contact
- eerdere ervaringen
- Ik gebruik dit kanaal altijd
- Vanwege de moeilijkheid van mijn vraagstuk/de dienst
- Niet bewust over nagedacht
- De onduidelijkheid van mijn vraag
- Er was geen andere mogelijkheid
- Anders, namelijk.....

*Toelichting:  
Meerdere aankruisen mag*

06 Welke van de onderstaande kanalen heeft u de afgelopen 12 maanden zelf gebruikt voor uw contacten met de gemeente Den Bosch?

- Geen contact gehad
- Balie
- Telefoon
- Website
- e-mail
- Schriftelijk

07 Welk kanaal gebruikt u in het algemeen het vaakst voor contacten met de gemeente?

08 Welk kanaal gebruikt u het liefst voor contacten met de gemeente?

09 Welk kanaal gebruikt u in het algemeen het vaakst voor contacten met de overheid?

10 Welk kanaal gebruikt u het liefst voor contacten met de overheid?

	Balie	Telefoon	Website	E-mail	Post
07	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**DEEL B**

**Kanaaleigenschappen**

<b>11</b>	Kunt u bij onderstaande stellingen aangeven op welk kanaal dit volgens u het meest van toepassing is?	Balie	Telefoon	Website	E-mail	Post
	Via dit kanaal kan ik mijn persoonlijke situatie het beste duidelijk maken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Via dit kanaal kan ik het best gevarieerde taal gebruiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Via dit kanaal krijg ik het snelst een antwoord	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Via dit kanaal kan informatie op het best op meerdere manieren overgedragen worden, zoals in woord en gebaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Dit kanaal is voor mij het meest makkelijk te gebruiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Via dit kanaal bereik ik mijn doel het best	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Via dit kanaal ben ik het snelst in contact met de overheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Dit kanaal biedt mij de meeste service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Dit kanaal is voor mij het goedkoopst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Met dit kanaal heb ik de beste ervaringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>12</b>	Hoe beoordeelt u..	Zeer goed	goed	neutraal	slecht	Zeer slecht
	...de openingstijden van het stadskantoor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de wachttijd van de balie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de bereikbaarheid van de balie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de openingstijden van de telefoon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de bereikbaarheid van de telefoon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de wachttijd van de telefoon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de laadtijd van de website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de vindbaarheid van de website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	... de volledigheid van het antwoord dat u kreeg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	... de mate waarin u in één keer een antwoord kreeg op uw vraag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de mate waarin het antwoord dat u kreeg afgestemd was op uw persoonlijke situatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...de duidelijkheid van het antwoord dat u kreeg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DEEL C

Stellingen

13 In hoeverre bent u het eens met onderstaande stellingen?

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Om burgers meer gebruik te laten maken van het Internet zou de gemeente....					
...burgers moeten verplichten om voor bepaalde diensten van het Internet gebruik te maken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...mensen meer moeten wijzen op de mogelijkheden van het Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...diensten via het Internet goedkoper moeten maken dan via de andere kanalen (bijvoorbeeld door lagere leges/kosten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...meer moeten communiceren over de voordelen van het Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...meer diensten via het internet moeten aanbieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...internetkosten van de burger moeten vergoeden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...internetdiensten toegankelijker moeten maken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...het gebruik van de website meer moeten promoten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...de kosten van diensten en producten via de andere kanalen duurder moeten maken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...diensten alleen nog maar via het internet moeten aanbieden en niet via de andere kanalen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...meer reclame moeten maken over het adres van de website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...het stadskantoor minder toegankelijk moeten maken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
...betere diensten via het internet moeten aanbieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*Zoals u misschien weet worden producten en diensten van bedrijven op het internet goedkoper aangeboden dan in de winkel. Wanneer het internet grootschalig wordt gebruikt door de burger zal dit voor de overheid mogelijk leiden tot kostenbesparingen.*

14 In hoeverre bent u het eens met de volgende stellingen?

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Wanneer de overheid extra kosten moet maken wanneer een burger gebruik maakt van de telefoon, balie of post, dan mogen deze kosten doorberekend worden in de prijs van de dienst waardoor deze duurder wordt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wanneer prijzen van producten/diensten van de overheid worden verlaagd, heb ik er geen probleem mee dat ik administratiekosten moet betalen bij het gebruik van de telefoon, balie of post.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aangezien de overheid minder kosten hoeft te maken wanneer de burger gebruik maakt van het internet voor dienstverlening, kunnen de prijzen van online producten omlaag ten opzichte van de producten die via de balie, telefoon of post worden afgenomen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verlagen van de prijzen op het internet is eerlijk ten opzichte van mensen zonder internetervaring.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wanneer ik een éénmalige korting krijg voor een overheidsdienst/product die ik via het internet aanvraag, zal ik dit zeker online proberen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Voor de burger moeten alle prijzen van overheidsdiensten/producten gelijk zijn, ongeacht het kanaal waarmee dit gebeurt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Een korting is niet nodig, ik maak sowieso zoveel mogelijk gebruik van het internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15 Wat zou de overheid moeten doen waardoor u meer gebruik gaat maken van het internet voor dienstverlening met de overheid?

---



---

**DEEL D**

**Persoonlijke kenmerken**

- 16 Wat is uw geslacht?  Man  
 Vrouw
- 17 Wat is uw geboortejaar? 19 \_\_\_\_\_
- 18 Wat is uw hoogst afgeronde opleiding?  Basisonderwijs  
 LBO/ULO/MAVO  
 HAVO/VWO/MBO  
 HBO/UNIVERSITEIT  
 Geen antwoord
- 19 Heeft u thuis internet?  Ja -> naar 50  
 Nee
- 20 Hoe omschrijft u zichzelf als internetgebruiker? Bent u ervaren of onervaren
- |  | Helemaal niet ervaren    | Niet ervaren             | Neutraal                 | Ervaren                  | Heel erg ervaren         |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
- 21 Heeft u ten slotte nog iets toe voegen over dit onderzoek of de dienstverlening van de gemeente 's-Hertogenbosch?

---

---

---

---

---

---

**EINDE VRAGENLIJST**

Dank u voor uw medewerking aan het onderzoek, uw deelname wordt zeer op prijs gesteld.

©2008 / Universiteit Twente – Telematica Instituut - Gemeente 's-Hertogenbosch.

Voor vragen en/of opmerkingen, neem contact op met:  
Drs. Willem Pieterse, Universiteit Twente  
Tel. 053-4892418  
w.j.pieterse@utwente.nl



## Bijlage IV: Vragen met betrekking tot de website opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding

Tabel 1: Opgesplitst naar leeftijd

	Makkelijk in gebruik		Makkelijk voor communicatie		Makkelijk te begrijpen		Op de hoogte van de mogelijkheden	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
15 tot 25 jaar	3.43	.81	3.47	.78	3.62	.80	3.09	.87
25 tot 45 jaar	3.48	.84	3.29	.88	3.65	.76	3.29	.87
45 tot 65 jaar	3.61	.78	3.34	.86	3.68	.74	3.46	.80
65 jaar en ouder	3.49	.81	3.31	.80	3.60	.77	3.32	.81
Totaal	3.52	.82	3.33	.85	3.65	.76	3.32	.85
	$F(1,1472)=3,366$ $p<0,02$		$F(1,1468)= 2.479$ $p= ,60$		$F(1,1469)= .558$ $p=0,643$		$F(1,1520)=10.543$ $p<0,001$	
	Bekendheid afname diensten		Bekendheid mogelijkheden		Kan alles online doen			
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
15 tot 25 jaar	2.91	.94	3.11	.91	2.83	.91		
25 tot 45 jaar	3.24	.91	3.22	.90	2.80	.90		
45 tot 65 jaar	3.46	.81	3.43	.80	2.90	.86		
65 jaar en ouder	3.26	.90	3.34	.85	3.01	.81		
Totaal	3.26	.90	3.29	.87	2.87	.86		
	$F(1,1521)=19.679$ $p<0.001$		$F(1,1521)=8.865$ $p<0,001$		$F(1,1520)=3,565$ $p<,02$			

Tabel 2: Opgesplitst naar geslacht

	Makkelijk in gebruik		Makkelijk voor communicatie		Makkelijk te begrijpen		Op de hoogte van de mogelijkheden	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Man	3.5	.82	3.31	.86	3.63	.76	3.31	.86
Vrouw	3.53	.82	3.36	.83	3.68	.76	3.36	.83
Totaal	3.52	.82	3.33	.85	3.65	.76	3.33	.85
	$F(1,1471)= .386$ $p=0.53$		$F(1,1467)= 1.761$ $p=0,19$		$F(1,1467)= 1.646$ $p=0,20$		$F(1,1519)=2.392$ $p= 0,12$	
	Bekendheid afname diensten		Bekendheid mogelijkheden		Kan alles online doen			
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Man	3.28	.89	3.29	.87	2.85	.87		
Vrouw	3.24	.90	3.29	.87	2.88	.85		
Totaal	3.26	.90	3.29	.87	2.87	.86		
	$F(1,1520)= .655$ $p=0,42$		$F(1,1520)=0.009$ $p=0,92$		$F(1,1519)= .434$ $p=0,51$			

Tabel 3: Opgesplitst naar opleiding

	Makkelijk in gebruik		Makkelijk voor communicatie		Makkelijk te begrijpen		Op de hoogte van de mogelijkheden	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Geen opleiding/basis	3.23	.83	3.17	1.06	3.36	.88	3.09	.98
VO, LBO, MBO	3.52	.81	3.36	.84	3.64	.78	3.36	.85
HBO, WO	3.52	.82	3.31	.85	3.67	.74	3.29	.84
Totaal	3.52	.82	3.33	.85	3.65	.76	3.32	.85
	$F(1,1459)= 1.677$ $p=0,19$		$F(1,1456)= 2.163$ $p=0,12$		$F(1,1455)= 1.263$ $p=0,28$		$F(1,1504)=2.228$ $p= 0,11$	
		Bekendheid afname diensten		Bekendheid mogelijkheden		Kan alles online doen		
		M	SD	M	SD	M	SD	
Geen opleiding/basis		3.05	1.02	3.08	1.07	3.05	1.03	
VO, LBO, MBO		3.32	.88	3.35	.85	2.97	.84	
HBO, WO		3.22	.91	3.23	.87	2.76	.86	
Totaal		3.26	.90	3.28	.87	2.87	.86	
		$F(1,1506)=2,900$ $p=0,06$		$F(1,1506)=4,062$ $p<0,02$		$F(1,1505)= 11,681$ $p<0,001$		

## Bijlage V: De kanaalkeuzefactoren die voor de burger het van belang zijn

Via dit kanaal...

<i>...mijn persoonlijke situatie het best duidelijk maken (N=1491)</i>				<i>...kan ik het best gevarieerde taal gebruiken (N=1480)</i>			
<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>	<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>
Balie	47,1%	67,0%	49,6%	Balie	38,9%	60,0%	41,4%
Telefoon	27,2%	18,1%	26,0%	Telefoon	26,3%	20,4%	25,6%
E-mail	17,9%	7,4%	16,6%	E-mail	23,6%	11,8%	22,2%
Website	4,1%	4,8%	4,2%	Website	5,3%	4,7%	5,2%
Schriftelijk	3,7%	2,6%	3,6%	Schriftelijk	5,8%	3,2%	5,5%

<i>...krijg ik het snelst antwoord (N=1488)</i>				<i>...kan informatie het beste op meerdere manieren overgedragen worden (N=1484)</i>			
<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>	<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>
Balie	36,9%	49,9%	38,5%	Balie	66,9%	87,7%	69,4%
Telefoon	35,1%	23,5%	33,7%	Website	11,4%	5,3%	10,7%
E-mail	15,1%	4,2%	14,1%	E-mail	11,1%	2,0%	10,1%
Website	11,9%	19,4%	12,8%	Telefoon	8,9%	4,9%	8,5%
Schriftelijk	1,0%	0,0%	0,9%	Schriftelijk	1,6%	0,0%	1,4%

<i>Dit communicatiekanaal is voor mij het gemakkelijkst te gebruiken (N=1484)</i>				<i>...bereik ik mijn doel het best (N=1488)</i>			
<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>	<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>
Website	36,4%	37,6%	36,6%	Balie	39,1%	48,6%	40,2%
E-mail	31,0%	11,5%	28,6%	Telefoon	23,7%	22,8%	23,6%
Telefoon	20,6%	19,9%	20,5%	Website	15,6%	20,8%	16,3%
Balie	11,5%	30,6%	13,7%	E-mail	16,4%	5,1%	15,0%
Schriftelijk	0,6%	0,4%	0,5%	Schriftelijk	5,2%	2,7%	4,9%

<i>...ben ik het snelst in contact met de overheid (N=1484)</i>				<i>Dit kanaal biedt mij de meeste service (N=1489)</i>			
<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>	<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>
Telefoon	33,2%	30,3%	32,9%	Balie	47,6%	65,4%	49,7%
Website	28,9%	35,3%	29,7%	Website	23,3%	18,7%	22,7%
Balie	17,2%	30,7%	18,8%	Telefoon	15,5%	10,7%	14,9%
E-mail	19,3%	3,8%	17,5%	E-mail	11,8%	2,5%	10,7%
Schriftelijk	1,3%	0,0%	1,2%	Schriftelijk	1,8%	2,7%	1,9%

<i>Dit kanaal is voor mij het goedkoopst (N=1488)</i>				<i>Met dit kanaal heb ik de beste ervaring (N=1487)</i>			
<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>	<i>Kanaal</i>	<i>Digi-Panel</i>	<i>Stads-kantoor</i>	<i>Totaal</i>
Website	42,2%	47,5%	42,8%	Balie	37,6%	55,8%	39,8%
E-mail	36,2%	11,4%	33,2%	Website	22,5%	29,0%	23,3%
Balie	14,4%	36,0%	17,0%	Telefoon	19,1%	6,2%	17,6%
Telefoon	6,2%	5,1%	6,0%	E-mail	17,4%	6,2%	16,1%
Schriftelijk	1,0%	0,0%	0,9%	Schriftelijk	3,4%	2,7%	3,3%

## Bijlage VI: Eigenvalues bij de factoranalyse

### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,913	30,099	30,099	3,913	30,099	30,099
2	2,431	18,700	48,799	2,431	18,700	48,799
3	1,098	8,445	57,244	1,098	8,445	57,244
4	,852	6,554	63,798	,852	6,554	63,798
5	,806	6,200	69,997	,806	6,200	69,997
6	,680	5,231	75,228			
7	,641	4,933	80,161			
8	,546	4,204	84,365			
9	,488	3,752	88,116			
10	,429	3,300	91,417			
11	,409	3,144	94,561			
12	,377	2,901	97,461			
13	,330	2,539	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

## Bijlage VII: Vragen met betrekking op kanaalsturing opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding

Tabel 1: Opgesplitst naar leeftijd

	Meer wijzen op de mogelijkheden		Communiceren over de voordelen		Meer reclame		Promoten websitegebruik	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
15 tot 25 jaar	3.88	.92	3.73	.90	3.65	.94	3.82	.85
25 tot 45 jaar	3.94	.77	3.87	.77	3.56	.91	3.86	.76
45 tot 65 jaar	3.85	.80	3.75	.82	3.65	.85	3.88	.77
65 jaar en ouder	3.70	.84	3.70	.85	3.63	.84	3.80	.77
Totaal	3.86	.82	3.78	.82	3.62	.88	3.85	.78
	$F(1,1628)=5,573$ $p<0,001$		$F(1,1626)=3,659$ $p<0,02$		$F(1,1625)=1,327$ $p=0,26$		$F(1,1625)=0,771$ $p=0,51$	
	Internetdiensten verplichten		Enkel aanbieden via het internet		Goedkopere diensten via het internet		Prijzen traditionele kanalen verhogen	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
15 tot 25 jaar	1.86	.78	1.55	.70	3.39	1.09	1.86	.99
25 tot 45 jaar	1.99	.98	1.66	.82	3.48	1.16	2.02	1.00
45 tot 65 jaar	1.97	.94	1.66	.84	3.43	1.15	2.03	.92
65 jaar en ouder	2.06	.97	1.71	.79	3.46	.98	2.12	.95
Totaal	1.97	.94	1.65	.81	3.45	1.12	2.01	.97
	$F(1,1627)=1,910$ $p=0,13$		$F(1,1625)=1,645$ $p=0,18$		$F(1,1627)=0,418$ $p=0,74$		$F(1,1625)=3,209$ $p<0,03$	
	Internetkosten vergoeden		Internetdiensten toegankelijker maken		Stadskantoor minder toegankelijk maken		Meer diensten via het internet aanbieden	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
15 tot 25 jaar	2.73	1.07	3.73	.92	1.47	.64	3.80	1.05
25 tot 45 jaar	2.67	1.13	3.75	.82	1.46	.69	3.89	.84
45 tot 65 jaar	2.86	1.08	3.76	.78	1.51	.76	3.78	.84
65 jaar en ouder	2.99	1.02	3.71	.73	1.62	.79	3.56	.88
Totaal	2.79	1.09	3.75	.81	1.50	.72	3.79	.89
	$F(1,1625)=6,524$ $p<0,001$		$F(1,1626)=0,311$ $p=0,82$		$F(1,1625)=3,086$ $p<0,03$		$F(1,1627)=8,866$ $p<0,001$	
	Betere diensten online aanbieden							
	M	SD						
15 tot 25 jaar	3.61	.88						
25 tot 45 jaar	3.69	.95						
45 tot 65 jaar	3.61	.94						
65 jaar en ouder	3.49	.86						
Totaal	3.62	.92						
	$F(1,1625)=2,902$ $p<0,04$							

Tabel 2: Opgesplitst naar geslacht

	Meer wijzen op de mogelijkheden		Communiceren over de voordelen		Meer reclame		Promoten websitegebruik	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Man	3.87	.82	3.79	.83	3.62	.89	3.88	.78
Vrouw	3.86	.82	3.77	.81	3.61	.87	3.81	.78
Totaal	3.86	.82	3.78	.82	3.62	.88	3.85	.78
	$F(1,1627)=0,145$ $p=0,70$		$F(1,1625)=0,288$ $p=0,59$		$F(1,1624)=0,036$ $p=0,85$		$F(1,1624)=3,003$ $p=0,08$	
	Internetdiensten verplichten		Enkel aanbieden via het internet		Goedkopere diensten via het internet		Prijzen traditionele kanalen verhogen	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Man	2.04	.98	1.69	.82	3.51	1.16	2.07	1.01
Vrouw	1.89	.89	1.60	.79	3.37	1.12	1.94	.91
Totaal	1.97	.94	1.65	.82	3.45	1.12	2.01	.97
	$F(1,1625)=10,433$ $p<0,01$		$F(1,1624)=4,379$ $p<0,04$		$F(1,1626)=7,226$ $p<0,01$		$F(1,1624)=7,225$ $p<0,01$	
	Internetkosten vergoeden		Internetdiensten toegankelijker maken		Stadskantoor minder toegankelijk maken		Meer diensten via het internet aanbieden	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Man	2.73	1.14	3.74	.80	1.53	.75	3.85	.86
Vrouw	2.86	1.03	3.75	.82	1.47	.69	3.72	.92
Totaal	2.79	1.09	3.75	.81	1.50	.72	3.79	.89
	$F(1,1625)=5,040$ $p<0,03$		$F(1,1625)=0,005$ $p=0,95$		$F(1,1624)=2,286$ $p=0,13$		$F(1,1625)=9,191$ $p<0,01$	
	Beteren diensten online aanbieden							
	M	SD						
Man	3.67	.96						
Vrouw	3.58	.88						
Totaal	3.62	.92						
	$F(1,1623)=3,701$ $p=0,06$							

Tabel 3: Opgesplitst naar opleiding

	Meer wijzen op de mogelijkheden		Communiceren over de voordelen		Meer reclame		Promoten websitegebruik	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Geen opleiding/basis	3.74	.80	3.73	.80	3.43	.96	3.47	.92
VO/LBO/MBO	3.76	.88	3.76	.85	3.63	.89	3.86	.80
HBO/WO	3.95	.75	3.82	.79	3.61	.87	3.86	.75
Totaal	3.86	.72	3.79	.82	3.62	.88	3.86	.78
	$F(1,1614)=11,019$ $p<0,001$		$F(1,1612)=1,087$ $p=0,39$		$F(1,1611)=0,967$ $p=0,38$		$F(1,1611)=4,375$ $p<0,02$	
	Internetdiensten verplichten		Enkel aanbieden via het internet		Goedkopere diensten via het internet		Prijzen traditionele kanalen verhogen	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Geen opleiding/basis	2.19	1.03	1.70	1.00	3.43	1.01	1.91	.85
VO/LBO/MBO	1.94	.91	1.68	.80	3.50	1.01	1.99	.97
HBO/WO	1.98	.96	1.61	.80	3.41	1.14	2.04	.97
Totaal	1.97	.94	1.65	.81	3.45	1.12	2.01	.97
	$F(1,1613)=1,263$ $p=0,28$		$F(1,1611)=1,865$ $p=0,16$		$F(1,1613)=1,362$ $p=0,26$		$F(1,1611)=0,923$ $p=0,40$	
	Internetkosten vergoeden		Internetdiensten toegankelijker maken		Stadskantoor minder toegankelijk maken		Meer diensten via het internet aanbieden	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Geen opleiding/basis	3.53	.96	3.77	.73	1.60	.90	3.60	.93
VO/LBO/MBO	3.03	1.07	3.80	.78	1.56	.78	3.70	.96
HBO/WO	2.56	1.06	3.71	.83	1.44	.65	3.87	.80
Totaal	2.79	1.09	3.75	.80	1.50	.72	3.79	.89
	$F(1,1611)=47,138$ $p<0,001$		$F(1,1613)=5,934$ $p<0,01$		$F(1,1611)=2,286$ $p=0,13$		$F(1,1613)=7,832$ $p<0,01$	
	Betere diensten online aanbieden							
	M	SD						
Geen opleiding/basis	3.63	.85						
VO/LBO/MBO	3.53	.90						
HBO/WO	3.71	.94						
Totaal	3.62	.92						
	$F(1,1611)=7,333$ $p<0,001$							

## Bijlage VIII: Vragen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar leeftijd, geslacht en opleiding

Tabel 1: Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar leeftijd

	Negatieve benadering		Positieve benadering		Lagere kostprijs doorberekenen			
	M	SD	M	SD	M	SD		
15 tot 25 jaar	1,96	1,022	2,58	1,079	3,27	1,077		
25 tot 45 jaar	2,05	1,018	2,43	1,170	3,34	1,238		
45 tot 65 jaar	2,03	1,002	2,35	1,122	3,17	1,239		
65 jaar en ouder	1,99	,876	2,47	1,068	3,22	1,127		
Totaal	2,02	,992	2,43	1,127	3,26	1,200		
	$F(1,1608)=,574$ $p=,632$		$F(1,1608)=2,507$ $p=,057$		$F(1,1606)=1,919$ $p=,124$			
	Verlagen van prijzen is eerlijk		Online proberen bij eenmalige korting		Alle prijzen moeten gelijk zijn		Maak sowieso gebruik van internet	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
15 tot 25 jaar	2,56	1,000	3,71	,891	3,48	1,101	3,40	,954
25 tot 45 jaar	2,46	1,140	3,72	1,001	3,38	1,242	3,28	1,033
45 tot 65 jaar	2,36	1,123	3,59	1,064	3,63	1,169	3,22	,994
65 jaar en ouder	2,54	1,024	3,60	,897	3,69	1,037	3,09	,921
Totaal	2,46	1,099	3,66	,992	3,52	1,173	3,25	,995
	$F(1,1607)=2,603$ $p=,051$		$F(1,1607)=2,315$ $p=,074$		$F(1,1608)=6,068$ $p < 0,001$		$F(1,1606)=4,319$ $p < 0,05$	

Tabel 2: Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar geslacht

	Negatieve benadering		Positieve benadering		Lagere kostprijs doorberekenen			
	M	SD	M	SD	M	SD		
Man	2,14	1,06	2,46	1,14	3,32	1,21		
Vrouw	1,88	,88	2,40	1,11	3,19	1,18		
Totaal	2,02	,99	2,02	1,13	3,26	1,20		
	$F(1,1607)=27,031$ $p < 0,001$		$F(1,1607)=1,203$ $p=,273$		$F(1,1607)=4,318$ $p < 0,05$			
	Verlagen van prijzen is eerlijk		Online proberen bij eenmalige korting		Alle prijzen moeten gelijk zijn		Maak sowieso gebruik van internet	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Man	2,56	1,12	3,63	1,02	3,48	1,22	3,27	,99
Vrouw	2,34	1,06	3,69	,96	3,58	1,12	3,22	1,01
Totaal	2,45	1,10	3,66	,99	3,52	1,17	3,25	1,00
	$F(1,1605)=16,095$ $p < 0,001$		$F(1,1606)=1,209$ $p=,272$		$F(1,1607)=2,694$ $p=0,101$		$F(1,1605)=,805$ $p=,37$	



Tabel 3: Stellingen met betrekking op prijsdifferentiatie opgesplitst naar opleiding

	Negatieve benadering		Positieve benadering		Lagere kostprijs doorberekenen	
	M	SD	M	SD	M	SD
Geen opleiding/basis	2.21	1.11	2.53	1.17	3.45	1.09
VO/LBO/MBO	1.95	.94	2.38	1.09	3.29	1.18
HBO/WO	2.07	1.02	2.47	1.16	3.22	1.13
Totaal	2.01	.99	2.43	1.13	3.26	1.20
	$F(1,1596)=3,655$ $p<0,03$		$F(1,1596)=1,34$ $p=0,26$		$F(1,1594)=1,084$ $p=0,34$	

	Verlagen van prijzen is eerlijk		Online proberen bij eenmalige korting		Alle prijzen moeten gelijk zijn		Maak sowieso gebruik van internet	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
Geen opleiding/basis	2.80	1.13	3.67	.88	3.79	.94	3.32	1.11
VO/LBO/MBO	2.41	1.08	3.68	.95	3.66	1.09	3.17	.96
HBO/WO	2.47	1.11	3.64	1.04	3.39	1.24	3.32	1.02
Totaal	2.45	1.10	3.66	.99	3.52	1.18	3.25	1.00
	$F(1,1595)=2,513$ $p=0,08$		$F(1,1595)=0,191$ $p=0,83$		$F(1,1596)=11,312$ $p<0,001$		$F(1,1596)=4,507$ $p<0,02$	