



政府门户网站 公众满意度概念模型 研究

李海涛 著

海外借

 科学出版社



政府门户网站 公众满意度概念模型 研究

李海涛 著

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书吸收企业管理中顾客满意度理论合理内核,在现有成熟的顾客满意度模型、技术接受理论及任务-技术适配模型的基础上,阐述了政府门户网站公众满意度概念模型构建的理论依据、方法及实际应用,以期在发展、完善顾客满意度理论的同时,从公众的心理、行为角度开展政府门户网站公众满意度概念模型的研究,从公众满意度的角度规范、引导政府门户网站建设。

本书可供科研机构专业研究人员,高校情报学、档案学等相关专业的师生,以及政府工作人员等阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

政府门户网站公众满意度概念模型研究/李海涛著. —北京:科学出版社, 2018.10

(国家社科基金后期资助项目)

ISBN 978-7-03-059102-9

I. ①政… II. ①李… III. ①国家行政机关—互联网络—网站—社会服务—评价—研究—中国 IV. ①TP393.409.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 238072 号

责任编辑:郭勇斌 周 爽 王 贝/责任校对:王萌萌

责任印制:张克忠/封面设计:黄华斌

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学院印刷厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2018年10月第 一 版 开本:720×1000 1/16

2018年10月第一次印刷 印张:19

字数:320 000

定价:118.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)



国家社科基金后期资助项目 出版说明

后期资助项目是国家社科基金设立的一类重要项目，旨在鼓励广大社科研究者潜心治学，支持基础研究多出优秀成果。它是经过严格评审，从接近完成的科研成果中遴选立项的。为扩大后期资助项目的影响，更好地推动学术发展，促进成果转化，全国哲学社会科学工作委员会按照“统一设计、统一标识、统一版式、形成系列”的总体要求，组织出版国家社科基金后期资助项目成果。

全国哲学社会科学工作委员会

前 言

作为政府行政与公共事务管理的虚拟平台，政府门户网站旨在整合政府部门现有的业务应用、组织内容和信息资源，促进政府职能部门之间，政府与公众、企业之间的交流互动并为公众、企业与政府工作人员提供方便、快捷的服务。随着电子政务全球化浪潮的到来，政府门户网站绩效评价逐步成为重要的学术课题。近 10 年来国内外学术界分别从评价理论、评价体系及评价方法等维度就政府门户网站绩效评价展开了深入研究。研究表明：现有政府门户网站绩效评价主体多为政府，缺少从公众满意的视角开展的政府门户网站绩效评价研究。尽管有部分学者将公众满意度作为政府门户网站绩效评价研究的指标，但该指标大都用于衡量政府门户网站服务功能单一层面。政府门户网站作为政府公共服务的集成平台与政民互动的快捷渠道，其设立的根本目的应是面向公众的需求，提供优质、高效，最终令不同公众群体满意的在线产品及服务。因此从公众满意度的角度开展政府门户网站绩效评价研究，对于指导政府门户网站建设、完善政府门户网站功能具有较强的说服力，而如何从公众满意度出发，探讨在与政府门户网站交互中影响公众满意度的心理、行为因素，应成为面向公众满意的政府门户网站绩效评价理论研究及实践开展的重点与难点。

我们认为政府门户网站公众满意度与企业顾客满意度具有相同的实质，同时对于政府门户网站有用、易用的感知，公众具体事务办理与政府门户网站技术支持间的适配程度等多种因素，均会影响政府门户网站公众满意度，所以在吸收现有成熟的顾客满意度模型、技术接受理论（模型）、任务-技术适配（task-technology fit, TTF）模型合理内核的基础上，构建了政府门户网站公众满意度（GWPSI）概念模型。GWPSI 概念模型的构建有利于从公众的心理、行为角度，开展政府门户网站公众满意度模型的创新性研究，有利于从公众满意度的角度规范、引导政府门户网站建设，有利于发展、完善顾客满意度理论。

早期文献中关于满意度模型研究的相关影响因素是经多次实证研究证

明且较为稳定的因素,利于本书 GWPSI 概念模型构建的稳定性。本书首先利用 CiteSpace 可视化软件的共被引分析法(co-citation analysis),分析了多年来政府门户网站绩效评价、顾客满意度研究现状,以及政府门户网站公众满意度评价的国内外研究现状及进展并展开述评。其次,在此基础上利用文献分析法,对国内外顾客满意度、政府门户网站绩效及公众满意度研究现状进行了综合评述,并指出了现有研究的不足。

政府门户网站公众服务及公众满意度理论框架是 GWPSI 概念模型构建的理论基础。本书首先界定了电子政务背景下面向公众服务的政府门户网站的内涵,在分析政府门户网站公众服务的特征、对象、内容、层次及平台的基础上,构建了政府门户网站公众服务的理论框架;其次阐述了政府门户网站公众满意度的内涵、形成机制,将技术接受理论(模型)引入政府门户网站公众服务中,探讨了技术接受理论(模型)在政府门户网站公众满意度形成中的作用,以及政府门户网站服务质量与满意度之间的关系。

基于政府门户网站公众服务及公众满意度理论框架,本书构建 GWPSI 概念模型。在 GWPSI 概念模型的构建中,首先,比较分析系列顾客满意度模型、技术接受理论(模型)、任务-技术适配模型,探讨上述理论(模型)对于 GWPSI 概念模型构建的启示;其次,从与政府门户网站交互中公众的心理、行为出发,设定 GWPSI 概念模型中的结构变量,并利用文献分析、用户调查、专家访谈、探索性因子分析等多种方法,综合选取 GWPSI 概念模型中各结构变量对应的观测变量;最后,结合现有的研究成果科学地设定 GWPSI 概念模型中各变量间的关系,构建 GWPSI 概念模型及测评模型,并阐述 GWPSI 概念模型的应用特征。

GWPSI 概念模型实证研究开展的前提需要科学地筛选实证研究数据。为确保用于实证研究数据的科学、精准,本书构建政府门户网站公众满意度数据采集体系,首先,该体系包含政府门户网站公众满意度测评实证研究中样本数据采集、分析、处理的理论及方法,重点介绍了基于问卷星专业调查网站的电子问卷,以及网络即时通信工具的数据采集方法及其特点;其次,包含政府门户网站公众满意度数据采集系统;再次,包含政府门户网站公众满意度调查问卷的信度、效度分析方法、指标及其间的内在关系分析;最后,在对政府门户网站公众满意度调查问卷缺失数据的原因、机制、处理方法分析的基础上,为充分挖掘问卷缺失数据内含的有用信息,提出了利用 NORM 软件采用多重插补方法,处理问卷中缺失数据。

GWPSI 概念模型用于实际测评需通过数学模型加以显性处理。本书阐述了如何基于结构方程建模的方法开展政府门户网站公众满意度测评研究。主要结合结构方程模型 (structural equation model, SEM) 的特点, 重点阐述政府门户网站公众满意度测评的结构方程建模方法, 即包括在分析结构方程模型原理的基础上阐述构建 GWPSI 概念模型的目的、过程; 根据结构方程模型原理构建 GWPSI 测量模型及结构模型; 在对 LISREL (linear structural relations) 与 PLS (partial least squares) 路径分析方法推估性能理论分析的基础上, 通过仿真试验检验 LISREL 与 PLS 路径分析方法的推估性能; 探讨 PLS 路径分析方法在 GWPSI 概念模型参数估计中的具体应用。

基于前期数据采集体系及模型基础, 本书开展了政府门户网站公众满意度测评的实证研究。实证研究中, 以湖北省人民政府门户网站公众满意度为测评对象, 研究内容主要包括湖北省人民政府门户网站公众满意度数据的采集及处理, 问卷量表信度、效度分析, 问卷缺失数据处理, 样本分析, 以及该省政府门户网站公众满意度现状分析等, 并利用 PLS 路径分析方法验证分析 GWPSI 概念模型, 根据测评结果修正完善模型, 进一步探讨影响政府门户网站公众满意度的关键因素及政府门户网站发展对策。

湖北省人民政府门户网站 2010 年完成了网站功能及建设理念上的改革, 当时以其为主要测评对象构建的 GWPSI 概念模型是本书研究开展的基础模型。随着电子政务发展, 政府公共服务力度加大, 网站的功能及数据公开上也有新的特点, 同时 GWPSI 概念模型的构建具有动态性特征, 需要在实证中不断探索完善, 故 6 年后即 2017 年, 笔者又选择了电子政务较为发达的广东省人民政府门户网站为测评对象, 根据测评结果完善 GWPSI 模型。两次测评, 在数据采集对象、采集维度上基本保持一致, 分析方法上也采用原有参数, 以验证此前 GWPSI 模型的强健及稳定性。根据测评结果动态观测 GWPSI 概念模型 6 年来的稳定性, 并进一步修正完善模型。同时根据测评结果, 进一步探讨影响政府门户网站公众满意度的关键因素, 以及新政策及信息技术环境下, 政府门户网站公众满意度的提升对策。

感谢全国哲学社会科学规划办公室对于本书创作及出版的支持, 感谢研究团队对于本书相关项目的持续参与与投入, 感谢科学出版社编辑的支持及专业、高效的工作, 最后感谢爱妻宋琳琳在本人工作及生活中的分担与付出。爱你, 我的宝贝女儿陶儿。

世界范围内政府门户网站绩效评价理论和实践研究发展迅猛, 新的政

策环境及信息技术方法，推动了政府门户网站服务功能及质量不断提升，同时也促进了政府门户网站绩效评价方法及技术不断涌现。以公众满意度为核心的政府门户网站绩效测评及测评模型的构建，是一个动态探索的过程。本书难免存在疏漏，恳请专家和广大读者批评指正，作者将继续追踪该领域前沿研究，及时修订完善此书。

目 录

前言

绪论	1
----	---

第一章 政府门户网站公众满意度测评国内外研究概述 5

第一节 政府门户网站绩效评价研究现状	5
--------------------	---

一、国外政府门户网站绩效评价研究现状的可视化分析	5
--------------------------	---

二、政府门户网站绩效评价研究现状的内容分析	11
-----------------------	----

第二节 顾客满意度研究现状	20
---------------	----

一、国外顾客满意度研究现状的可视化分析	20
---------------------	----

二、顾客满意度研究现状的内容分析	25
------------------	----

第三节 政府门户网站公众满意度测评研究现状	48
-----------------------	----

一、国外政府门户网站公众满意度测评研究现状的可视化分析	48
-----------------------------	----

二、政府门户网站公众满意度测评研究现状的内容分析	49
--------------------------	----

第四节 综合分析	55
----------	----

第二章 政府门户网站公众服务及公众满意度理论框架 62

第一节 面向公众服务的政府门户网站内涵	62
---------------------	----

一、政府门户网站的内涵	62
-------------	----

二、面向公众服务的政府门户网站的内涵	64
--------------------	----

第二节 政府门户网站公众服务的理论框架	67
---------------------	----

一、政府门户网站公众服务的特征	67
-----------------	----

二、政府门户网站公众服务的对象	71
-----------------	----

三、政府门户网站公众服务的内容	77
-----------------	----

四、政府门户网站公众服务的层次	79
-----------------	----

五、政府门户网站公众服务的平台	82
第三节 政府门户网站公众满意度理论框架	86
一、政府门户网站公众满意度的内涵	86
二、技术接受理论（模型）与政府门户网站公众满意度	88
三、政府门户网站服务质量与公众满意度	93
第三章 政府门户网站公众满意度概念模型的构建	96
第一节 顾客满意度模型的分析	97
一、期望差异模型	97
二、瑞典顾客满意度指数模型	98
三、美国顾客满意度指数模型	99
四、欧洲顾客满意度指数模型	100
五、中国顾客满意度指数模型	102
六、顾客满意度指数模型对于 GWPSI 概念模型构建的 启示	103
第二节 技术接受理论（模型）分析	104
一、理性行为理论	105
二、计划行为理论	105
三、技术接受模型	107
四、技术接受和使用统一理论模型	108
五、创新扩散理论	108
六、技术接受理论（模型）对于 GWPSI 概念模型构建的 启示	110
第三节 任务-技术适配模型的分析	112
一、任务-技术适配模型	112
二、任务-技术适配模型对于 GWPSI 概念模型构建的 启示	113
第四节 GWPSI 概念模型结构变量的选择及其路径关系的 假设	113
一、GWPSI 概念模型结构变量的选择	114
二、GWPSI 概念模型各结构变量路径关系的假设	119

第五节 GWPSI 概念模型观测变量的选择	124
一、感知质量的观测变量	125
二、预期质量的观测变量	134
三、比较差异的观测变量	135
四、公众满意的观测变量	136
五、感知有用及感知易用的观测变量	136
六、主观规范的观测变量	137
七、感知行为控制的观测变量	137
八、持续行为意图的观测变量	138
九、任务-技术适配的观测变量	138
第六节 GWPSI 测评模型的结构变量及测量模型	138
第七节 GWPSI 概念模型及其特征说明	140
一、GWPSI 概念模型	140
二、GWPSI 概念模型的特点	141
三、GWPSI 概念模型的应用说明	143
第四章 政府门户网站公众满意度数据的采集及处理	145
第一节 政府门户网站公众满意度数据采集方法	145
一、自助式数据采集法	145
二、非自助式数据采集法	147
三、政府门户网站公众满意度数据采集系统	150
第二节 政府门户网站公众满意度调查问卷的信度及效度分析	155
一、政府门户网站公众满意度调查问卷的信度分析	156
二、政府门户网站公众满意度调查问卷效度分析	160
三、政府门户网站公众满意度调查问卷的信度与效度的关系	162
第三节 政府门户网站公众满意度调查问卷缺失数据的处理	162
一、政府门户网站公众满意度调查问卷缺失数据原因分析	162
二、政府门户网站公众满意度调查问卷缺失数据机制分析	164
三、政府门户网站公众满意度调查问卷缺失数据处理方法	166

第五章 基于结构方程模型的政府门户网站公众满意度测评研究	173
第一节 政府门户网站公众满意度测评的结构方程模型方法	173
一、结构方程模型原理	173
二、基于结构方程模型构建 GWPSI 概念模型的目的	176
三、基于结构方程模型构建 GWPSI 概念模型的过程	176
第二节 政府门户网站公众满意度测评的结构方程模型	179
一、政府门户网站公众满意度测量模型	179
二、政府门户网站公众满意度结构模型	182
三、政府门户网站公众满意度的计算公式	183
第三节 GWPSI 概念模型参数估计方法的选择及应用	183
一、GWPSI 概念模型参数估计方法的选择	183
二、PLS 路径分析方法在 GWPSI 概念模型参数估计中的应用	188
第六章 政府门户网站公众满意度测评的实证研究——以湖北省人民政府门户网站为例	194
第一节 数据采集及处理	195
一、数据采集的方法	195
二、数据采集问卷的设计	196
三、数据处理	197
四、样本特征分析	201
五、湖北省人民政府门户网站服务现状分析	202
第二节 基于 PLS 路径分析方法的 GWPSI 概念模型的推估结果	205
一、GWPSI 测量模型的验证性因子分析	205
二、GWPSI 结构模型的验证性因子分析	209
三、GWPSI 概念模型的各项参数指标	211
四、实证研究结论	212
第三节 实证研究结果分析	215

一、GWPSI 测量模型中结构变量与观测变量的关系分析	215
二、GWPSI 结构模型中结构变量之间关系分析	217
第四节 政府门户网站公众满意度的提升对策	221
一、GWPSI 概念模型中结构变量发展完善的目标区域	222
二、基于 GWPSI 概念模型各结构变量的政府门户网站 公众满意度提升对策	223
第七章 政府门户网站公众满意度测评的发展研究—— 以广东省人民政府门户网站为例	233
第一节 数据采集及处理	234
第二节 GWPSI 概念模型的参数推估及验证分析	236
一、GWPSI 测量模型的验证性因子分析	236
二、GWPSI 结构模型的验证性分析	239
第三节 基于 PLS 路径分析方法的 GWPSI 测量模型的推估 结果	240
第四节 GWPSI 测量模型的再次修正	241
一、结构变量之间的直接效应	241
二、结构变量之间的总体效应	241
第五节 再次修正后的 GWPSI 模型	242
第六节 再次修正后的 GWPSI 模型分析	243
一、结构变量与观测变量之间关系分析	243
二、各结构变量之间关系分析	244
第七节 政府门户网站公众满意度的提升对策	245
一、基于比较差异的公众满意度提升对策	246
二、基于感知质量的对策	247
三、基于预期质量的对策	249
四、基于感知有用的对策	249
参考文献	252
附录 1 “影响政府门户网站感知质量相关因素”的开放式 调查问卷	271

附录 2 政府门户网站公众感知质量影响因素调查问卷·····	272
第一部分 甄别问卷·····	272
第二部分 正式问卷·····	272
第三部分 个人信息·····	275
附录 3 湖北省人民政府门户网站公众满意度调查问卷·····	276
第一部分 甄别问卷·····	276
第二部分 湖北省人民政府门户网站公众需求调查·····	276
第三部分 湖北省人民政府门户网站公众满意度调查·····	277
第四部分 个人信息（包含用户使用心理）调查·····	281
附录 4 广东省人民政府门户网站公众满意度调查问卷·····	283
第一部分 甄别问卷·····	283
第二部分 广东省人民政府门户网站公众需求调查·····	283
第三部分 广东省人民政府门户网站公众满意度调查·····	284
后记·····	287

绪 论

从 2000 年世界上第一个真正意义上的政府门户网站——美国第一政府门户网站出现以来,政府门户网站已经成为一些信息基础设施完备、电子政务发达的国家促进政府行政改革、扩大公共服务的有力工具。虽然政府门户网站的内涵因各国政府的施政理念及政策方针的不同而有所差异,但是作为政府运用信息化手段为社会提供管理与服务的工具,政府门户网站在促进政府改革、完善公共服务中发挥的作用却是相同的。

1999 年,以“政府上网工程”的正式启动为标志,我国各级政府逐步开展了政府门户网站的规划与建设。2003 年,国务院信息化工作办公室在“两网一站四库十二金”的电子政务建设规划中,就将政府门户网站建设列为当年建设的重点工程之一。根据 2015 年国务院办公厅政府信息与政务公开办公室统计,截至 2015 年 7 月,我国已建立了 8.5 万多个政府门户网站,其中 471 个国务院部门,2995 个省级政府、22 731 个市级政府和 56 785 个县级政府,都建立了电子政务网站。^①目前,我国已经基本形成了由中央政府、国务院各部门、地方各级人民政府及其部门网站组成的政府门户网站体系。但中国电子信息产业发展研究院发布的中国政府网站绩效评估结果表明,我国政府门户网站在线办事流程复杂,互动不足,与公众需求有较大的差距,从而导致公众对于政府门户网站的认可及信任度不高。随着我国网络用户队伍的壮大及其需求的细化,面向公众的政府门户网站服务,与公众需求间的差距将逐渐拉大,具体表现为公众期望进一步优化政府门户网站、加大信息公开力度、简化网上办事流程、提高在线办事效率、提升政民互动,而政府门户网站建设与现有服务水平还不能满足上述需求。以上数据与事实表明我国政府门户网站建设在以公众的需求为导向方面还存在不足,政府门户网站的服务尚未满足公众的需求。

围绕政府门户网站的研究、实践一直比较活跃。全球数以千计的政府门户网站项目已经实施,绝大部分投入使用,更多的开发研究及项目正在

① 中央政府门户网站. 全国政府网站普查总体情况(截至 7 月 27 日). http://www.gov.cn/wzpc/2015-07/28/content_2904005.htm. [2018-07-16].

进行。随着电子政务全球化浪潮的到来,政府门户网站绩效评价问题逐步成为重要的学术课题,国内外围绕政府门户网站绩效评价理论、评价体系及评价方法等方面,展开了深入的研究。科学地评价研究与实践,有利于对政府门户网站的发展规模、水平及实际作用做出正确的判断,为即将开展的政府门户网站建设项目提供科学的规划,并对其影响做出理性预期,引导政府门户网站科学、规范地发展,提高政府投资效益,满足公众、组织对政府门户网站各项服务的需求。

目前国内外政府门户网站绩效评价研究,从评价指标体系构建到评价方法的选择及评价实践的开展还存在一些不足。例如,在评价指标体系上,尽管目前围绕政府门户网站绩效形成了多个评价指标体系,但大多数评价指标体系缺少严密、系统的论证,综合性评价指标体系尚未形成;评价方法选择上呈现多样化趋势且多以描述性统计为主,各评价方法应用之间缺乏互相对比验证;而在现有的政府门户网站绩效评价的实践中,由于缺乏长期跟踪的实证研究,存在评价多从政府自身出发、缺乏利益相关的第三方的评价视角、评价标准选择随意、数据来源不可靠等一系列问题,并最终导致评价结果的适用性与有效性仍需检验。2004年,默门顿研究集团(Momentum Research Group)在关于欧洲八国电子政务实施状况的《网络影响 2004:从联网到生产率》的报告中指出,78%的调查对象认为公众满意度应是政府门户网站的重要目标。^①而当前政府门户网站的评价活动及实践多从政府自身角度设计问卷,缺乏从公众满意度的角度了解影响公众对于政府门户网站接受、使用及最终满意的相关因素。尽管有部分学者开始尝试基于公众的视角开展政府门户网站绩效评价研究,但是此类评价多集中于网站的信息系统、数字资源等技术建设层面,而从与政府门户网站交互中的公众心理、行为及满意度等角度开展政府门户网站绩效评价的研究比较少见。

政府门户网站作为公共服务平台和政民互动的渠道,其根本目标应面向公众的需求,提供便捷、完善最终令公众满意的服务。因而,从公众满意度的角度开展政府门户网站绩效评价研究具有较强的说服力。政府门户网站现有的服务是否让公众满意,哪些因素影响了政府门户网站公众的满意程度,哪些因素影响公众选择、接受、使用政府门户网站,公众在使用政府门户网站过程中的心理及行为与公众满意度之间的关系如何等一系列

^① 欧洲八国电子政务调查报告[EB/OL]. <http://www.china.com.cn/chinese/EC-c/763075.htm>. [2018-01-20].

问题的解决,要求必须从公众满意度的角度开展政府门户网站绩效测评。只有以公众满意度为导向开展政府门户网站绩效测评,才能了解公众使用预期、使用行为及真正需求,科学地引导政府门户网站建设与发展,且以公众满意度为导向的政府门户网站绩效评价实践,也有利于政府了解公众对于政府门户网站的预期,分析互动中公众的心理、使用行为,为不同需求的公众提供个性化服务。因此,开展面向公众满意度的政府门户网站绩效评价研究,对于促进顾客满意度理论和评价方法的发展,引导、规范政府门户网站建设,开发与利用政府门户网站服务资源,完善政府公共服务职能均具有重要的理论意义与现实意义。

20 世纪 80 年代后期,随着市场管理理念与管理方式的变革,企业为提升市场占有率,加大了对顾客满意度的研究投入,开发出一系列系统测评企业产品、服务及文化的顾客满意度模型。应该说企业对于顾客满意度的评价研究及评价实践已较为成熟。但将顾客满意度理论及顾客满意度评价方法,引入到政府门户网站绩效评价中,国内外相关研究还处于起步阶段。如何在政府门户网站绩效评价中充分借鉴、应用企业现有较为成熟的顾客满意度理论与模型,寻找顾客满意度理论与模型在政府门户网站服务与企业服务两个不同评价领域应用中的结合点至关重要。首先,政府门户网站服务职能不仅体现为日常政务的管理,更重要在于面向公众,提供与公众日常生产、生活密切相关的高质量、高效的主题服务。因此,以公众的需求为中心,提供增值、优质的公共服务应为政府门户网站服务的核心主旨,在新公共管理模式下,服务职能是政府的根本职能,而政府服务职能的体现应强调公共服务中的用户导向及服务的质量与结果,强调政府为解决公共问题、满足公众需求上的有效性和回应力,强调政府与公众的沟通和合作治理(姜齐平和汪向东,2004)。因此,依照企业面向顾客服务的视角,审度面向公众的政府门户网站的服务过程,公众等同于“顾客”,是政府门户网站服务的对象,而公共服务则是政府门户网站提供给“顾客”的“产品”。其次,在市场环境下,顾客满意度形成于产品与服务消费过程中,顾客满意度的实质是顾客对比资本(努力)投入与实际获取的产品或服务后的心理体验的程度。政府门户网站服务与公众之间,表面上看似乎不存在生产与消费的关系,但根据瑞典经济学家林达尔(Lindahl)“均衡学说”中“要保证公共产品的有效供给,每个社会公众应自觉地按照从公共产品中获得的边际效益,承担相应成本”的观点(李静怡,2006),政府门户网站的公共服务是政府为公众提供的“产品”,构建与维持政府