

COMUNICAREA PRIN WEBSITE-URI REALIZATĂ DE PRIMĂRIILE MUNICIPIILOR PITEȘTI, BRĂILA ȘI RÂMNICU-VÂLCEA

Elena, Enache¹, Cristian, Moroza²

Rezumat:

Comunicarea are un rol esențial în relațiile socio-economice și cultural-științifice, de calitate acestea depinzând în mare măsură succesul în raporturile dintre indivizi, dintre colectivități. Din ce în ce mai mult, în zilele noastre, comunicarea se bazează pe dezvoltarea Internetului, un suport gigant cu caracter informațional care leagă mii de rețele locale, mijlocind contactul a milioane de oameni din întreaga lume.

Internet-ul este un vârful comunicării: o lume în care transmiterea informațiilor nu costă aproape nimic, în care distanța este irelevantă și în care orice cantitate de informații este accesibilă. Pentru ca acest nou mijloc de comunicare să-și atingă scopul este la fel de accesibil pentru un amator, dar și pentru un profesionist al informaticii.

Lucrarea își propune să analizeze în ce măsură instituțiile publice locale (respectiv primăriile din Municipiile Pitești, Brăila și Râmnicu-Vâlcea) au înțeles importanța comunicării prin Internet, care facilitează interacțiunea cu publicul extern și caută soluții în acest sens, una dintre acestea fiind website-ul.

Cuvinte-cheie: administrație publică, comunicare, on-line, Internet, website.

Clasificare JEL: M31, Z18

1. Contextul actual al implicării în mediul on-line

Practic, putem vorbi despre cea mai reprezentativă imagine a mijloacelor moderne de comunicare interactivă (Zbucnea et al., 2009). Prin intermediul prezenței pe Internet, oamenii învață să comunice mai repede și mai bine, preocupările personale și profesionale, tradițiile și obiceiurile fiind într-o modificare permanentă: se constituie „comunitățile virtuale”, bazate pe interese comune sau se facilitează contactul și colaborarea între organizații; se inițiază contacte cu mai mulți oameni – individual sau în masă – într-un mod mai simplu și se pot dezvolta canale noi de colaborare; accesul la informații se face în mod diferit, fiind important faptul că sunt recepționate rapid, în forme variate și din mai multe surse (Balaban et al., 2009).

Astfel, un aspect important al unei astfel de comunicări este acela că determină participării la actul de transmitere și recepționare a informațiilor să devină mai mult decât simpli emitenți, ascultători sau privitori, integrându-i într-un sistem dinamic (Borțun, 2012). Totodată, are loc transformarea societății și a multor aspecte ale vieții oamenilor. Comunitățile locale, guvernările sau organizațiile non-profit se aproprie tot mai mult de cetățeni, le recepționează problemele și încearcă să le rezolve cât mai eficient.

Internet-ul, world wide web-ul și email-ul sunt acum instrumentele de bază ale comunicării oriunde în lume. Totuși, revoluția digitală continuă să se extindă în diverse modalități, de neimaginat cu câțiva ani în urmă. Astfel, utilizatorii de informații continuă să migreze de la media tradițională la cele on-line, mulți dintre ei devenind consumatori de Internet.

Prin reducerea costurilor de stocare și transmitere a informațiilor, Internet-ul creează un spațiu nelimitat punând la dispoziție materiale care anterior erau greu de obținut. Unele dintre aceste informații au fost întotdeauna în domeniul public, dar erau inaccesibile multor persoane pentru că erau păstrate în locuri speciale sau emise doar pentru anumiți specialiști.

¹ Profesor universitar doctor, Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești, Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Brăila, e_enache2005@yahoo.com

² Conferențiar universitar doctor, Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești, Facultatea de Științe Administrative și ale Comunicării Brăila

Conform unui studiu recent al GfK România despre obiceiurile de utilizare a Internetului în România, publicat în ianuarie 2013 și regăsit pe www.business24.ro, 48,7% dintre români au utilizat Internet-ul în 2012, ritmul de creștere fiind mai important la categoriile care îl accesează, de regulă, mai puțin. În mediul urban Internet-ul a fost folosit de 61% dintre locuitori în 2012, mai mult cu 6,7% față de 2010. Pe grupe de vârstă, îl accesează aproximativ 83% dintre persoanele cu vârstă între 15-24 ani, 71% dintre cei între 25 și 34 ani și 62% dintre cei între 35 și 44 ani. Pentru această din urmă categorie de vârstă utilizarea Internet-ului a crescut cel mai mult (cu 15% comparativ cu 2010), urmată de intervalul de vârstă 45-54 ani (cu o creștere de aproximativ 8%). În privința educației, 89% dintre persoanele cu educație superioară și 52% dintre persoanele cu educație medie sunt utilizatoare de Internet, conform informațiilor din studiul menționat mai sus.

Luând în considerare cele prezentate și analizând lucrări recente din literatura de specialitate (Datculescu, 2013), se poate spune că acest suport al informațiilor de care cu toții avem nevoie a devenit și pentru administrația publică, centrală și locală din orice țară, un sprijin de necontestat. Astfel, marketingul în sectorul public înseamnă mult mai mult decât comunicarea în sine, bazându-se pe o concepție care-l are în centru pe cetățean (Kotler și Lee, 2008). Dar oare, reușesc instituțiile mai sus amintite să răspundă în timp util și la capacitate maximă solicitărilor, nevoii de informație și de informare care se manifestă din ce în ce mai acut? Ne-am propus să căutăm un răspuns la această întrebare în modul cel mai concret cu puțință, și anume analizând site-urile unor instituții publice de cea mai mare importanță. Alegerea noastră s-a oprit asupra a trei primării, din orașele în care Universitatea „Constantin Brâncoveanu” are facultăți, considerând că atât instituția ca persoană juridică, dar și salariații acesteia și studenții, locuitorii ai orașelor Pitești, Brăila și Râmnicu-Vâlcea sunt beneficiari de servicii și de informație oferită de primăriile mai sus amintite.

2. Scurtă prezentare a Municipiilor Pitești, Brăila și Râmnicu Vâlcea

Cele trei municipii sunt reședințe de județ, cu diferențe notabile de trecut, prezent și poate și de viitor, dar caracterizate unanim prin dorința declarată a autorităților de a le dezvolta, de a le propulsa în fruntea celor mai apreciate din țară ca nivel de trai al locuitorilor lor, de a le face cât mai cunoscute și recunoscute la nivel național și internațional. În continuare, am selectat doar câteva informații cu scopul de a ne crea o imagine asupra dimensiunilor activităților celor trei instituții.

Tabelul nr. 1. Prezentare comparativă a câtorva indicatori definitorii pentru cele trei Municipii

Indicatorul	Pitești	Brăila	Râmnicu-Vâlcea	Comentariu
Atestare documentară	635 de ani A fost atestat pentru prima dată ca așezare umană într-un hrisov al domnitorului Mircea cel Bătrân, datat din 20 Mai 1388	645 de ani A fost atestată documentar pentru prima dată la 20 ianuarie 1368, într-un tratat de comerț acordat negustorilor brașoveni de către Vladislav Vlaicu, domnul Țării Românești	635 de ani Prima atestare ca oraș este din 4 septembrie 1389, când Mircea cel Bătrân menționa într-un hrisov că se află în „orașul domniei...numit Râmnic”	Aceeași vechime, trecutul lor conscrându-le ca orașe comerciale, de importanță strategică pentru acele vremuri.

Indicatorul	Pitești	Brăila	Râmnicu-Vâlcea	Comentariu
Populația conform recensământului 2011 (număr de locuitori)	148.264	168.389	92.573	Populația se diferențiază numeric semnificativ și se află în scădere în toate cele trei orașe.
Număr de gospodării	59.044	69.043	36.990	Diferențe semnificative
Număr clădiri, din care locuințe	6.928/6.886	22.188/22.134	8.617/8.573	Diferențe semnificative
Localizarea județului a cărui reședință este	În Regiunea 3 Sud, alături de județele Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova, Teleorman - Populație regiune: 3.379.406 locuitori - Suprafață regiune: 34.489 km ²	În Regiunea 2 Sud-Est, alături de județele Constanța, Tulcea, Buzău, Galați și Vrancea - Populație regiune: 2.848.219 locuitori - Suprafață regiune: 35.762 km ²	În Regiunea 4 Sud-Vest, alături de județele Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt - Populație regiune: 2.330.792 locuitori - Suprafață regiune: 29.212 km ²	Diferențe semnificative
Economia județelor exprimată în PIB/locuitor 2012	Locul 4 – cu 8149 euro/locuitor	Locul 17 – cu 5444 euro/locuitor	Locul 24 – cu 4861 euro/locuitor	Diferențe semnificative
Salariul mediu 2012 al locuitorilor – lei/lună	1.562	1.342	1.315	Arată starea economiei și bunăstarea locuitorilor

Surse: www.primariabraila.ro, www.primariapitesti.ro, www.primariavl.ro,
www.recensamantromania.ro, www.econtext.ro, www.insse.ro

Analizând aceste informații statistice, se poate spune că, municipiul Pitești este cel mai dezvoltat economic, urmat de Brăila și Râmnicu Vâlcea. Considerăm totuși clasamentul ca fiind relativ și nu foarte semnificativ, mai cu seamă că fiecare dintre localități se particularizează în diferite direcții, ceea ce pe ansamblu le aduce într-o oarecare egalitate economică.

3. Analiza SWOT a site-urilor celor trei Primării

O etapă de referință în evaluarea activității unei organizații este reprezentată de stabilirea punctelor forte, a punctelor slabe, a oportunităților și amenințărilor cu care se confruntă, printr-o analiză SWOT. Aceasta și-a dovedit calitatea de instrument foarte util în dezvoltarea și confirmarea obiectivelor și strategiei de marketing în general, ceea ce ne-a determinat să o aplicăm și în prezenta lucrare, în particular. Selectarea criteriilor de evaluare a site-urilor s-a bazat pe valorificarea unor experiențe anterioare ale unor specialiști în domeniu (Asociația Națională a Informaticienilor din Administrația Publică,

Centrul de Cercetare în Administrație și Servicii Publice din cadrul Academiei de Studii Economice din București etc.) și pe opiniile autorilor.

Tabelul nr. 2. Puncte forte / slabe ale site-urilor Primăriilor celor trei Municipii

Criteriu de evaluare	Pitești www.primariapitesti.ro	Brăila www.primariabraila.ro	Râmnicu-Vâlcea www.primariavl.ro
Adresa de web	Reprezentativă	Reprezentativă	Relativ reprezentativă
Variantă în limba engleză	Da	Nu există	Nu există
Informații actualizate	Da, de regulă (excepție - referire la populația din 2008)	Da, de regulă (excepție - referire la populația din 2008)	Da, de regulă (excepție - referire la populația din 2004)
Informații despre data actualizării	Da, prin data de postare a informațiilor cu caracter de noutate	Nu există	Actualizat explicit și prin data de postare a informațiilor cu caracter de noutate
Informații despre cookies	Nu există	Nu există	Da
Informații despre numărul de vizitatori	Da	Nu există	Nu există
Vizibilitatea primarului pe rețele de socializare	Da, cont de Facebook (conform analizei Mediafax Monitorizare, realizată în perioada 1 - 30 iunie 2011, primarul este prezent între primii 10 din țară ca vizibilitate, cu 2,5%).	Nu există	Da, cont de Facebook
Design-ul paginii de început	Simplă, paleta coloristică fiind armonizată astfel încât să confere percepția seriozității	Aparent obositoare, paleta coloristică cu tonuri "reci"	Simplă, paleta coloristică fiind armonizată astfel încât să confere percepția seriozității
Timpul de încărcare al site-ului	Optim	Optim	Optim
Organizarea meniurilor (ușurința cu care utilizatorii identifică categoriile de informații principale)	Navigarea se face cu ajutorul conținutului plasat pe mijloc, cu grupuri de meniuri pe stânga sau dreapta.	Navigarea se face cu ajutorul conținutului plasat pe mijloc, cu grupuri de meniuri pe stânga sau dreapta.	Navigarea se face cu ajutorul grupurilor de meniuri dispuse în partea superioară a paginii și conținut în mijloc, pe categorii de public (direcții și servicii, comunicate presă, dezbateri publice).
Detalierea informațiilor din meniuri	Da, accesarea treptată a diferitelor meniuri, mergând din aproape în aproape, vizitatorul putând vizualiza doar informația de care este interesat	Da, accesarea treptată a diferitelor meniuri, mergând din aproape în aproape, vizitatorul putând vizualiza doar informația de care este interesat	Da, accesarea treptată a diferitelor meniuri, mergând din aproape în aproape, vizitatorul putând vizualiza doar informația de care este interesat
Harta site-ului	Nu	Nu	Da, nestructurată

Criteriu de evaluare	Pitești www.primariapitesti.ro	Brăila www.primariabraila.ro	Râmnicu-Vâlcea www.primariavl.ro
Opțiunea de căutare automată a informațiilor	Da, după cuvinte-cheie și filtre	Da, doar după cuvinte-cheie	Da, doar după cuvinte-cheie
Ultimele știri	Da	Da, neactualizate	Da
Interactivitate	Pagina de contact, mesajul utilizatorului	Pagina de contact, întrebări frecvente, mesajul utilizatorului	Pagina de contact, telverde
Crearea unor comunități virtuale online (forum, RSS) care să faciliteze interacțiunea online	Flux RSS	Forum	Flux RSS
Formulare on-line	Da	Da	Da, mai puțin vizibile
Posibilitatea de plată a taxelor și impozitelor on-line	Da	Indirect, prin link către www.ghiseul.ro (SNEP)	Da
Informații despre Consiliul local	Actualizate	Actualizate	Actualizate
Legături utile	Da, atât cu direcții proprii, cât și cu alte instituții administrative centrale și locale, de învățământ și cultură din județ	Da, cu direcții proprii, descentralizate și regii și societăți care oferă servicii publice	Da, cu direcții proprii, descentralizate și regii și societăți care oferă servicii publice
Posibilitatea de creare cont utilizator	Da	Da	Da
Obținerea de date referitoare la părerile vizitatorilor (chestionare online, newslettere etc.).	Nu	Da, chestionare on-line număr redus de întrebări punctuale	Nu
Informații utile (vremea, curs valutar, sesizări anticorupție)	Da, vremea, curs valutar	Da, vremea, sesizări anticorupție	Da, vremea, sesizări anticorupție
Harta municipiului	Da, hartă interactivă	Nu	Da, hartă interactivă
Fotografiile din municipiu	Da	Da	Da, fără a fi integrate într-un album
Scurtă informare despre istoricul municipiului	Da	Da	Da
Suport tehnic online oferit utilizatorilor	Nu	Nu	Da

Sursa: evaluările aparțin autorilor

Puncte forte comune în cazul site-urilor analizate se referă la: valorificarea patrimoniului local, actualizarea informațiilor de interes pentru cetățeni, timpul optim de încărcare a informațiilor, organizarea meniurilor și detalierea informațiilor în cadrul acestora, prezența formularelor on-line utile cetățenilor ș.a.

În privința **punctelor slabe** nu există o tendință comună, diferențierile fiind legate atât de aspecte privind conținutul, cât și de cele referitoare la realizările tehnice: prezența variantei în limba străină, informații despre numărul de vizitatori, obținerea de informații legate de părerile vizitatorilor, harta interactivă, suportul tehnic online oferit utilizatorilor.

Pentru a aprecia cât mai exact calitatea fiecăruia dintre site-urile analizate mai sus am utilizat diferențiala semantică cu 5 trepte notate astfel: 5 – Foarte mulțumitor, 4 – Mulțumitor, 3 – Nici/nici, 2 – Puțin mulțumitor, 1 – Deloc mulțumitor:

Tabelul nr. 3. Evaluarea cu ajutorul scalei diferențiala semantică a site-urilor analizate

Criteriu de evaluare	Pitești www.primariapitesti.ro	Brăila www.primariabraila.ro	Râmnicu Vâlcea www.primariavl.ro
Adresa de web	5	5	4
VARIANTĂ ÎN LIMBA ENGLEZĂ	5	1	1
Informații actualizate	4	4	4
Informații despre data actualizării	1	1	5
Informații despre cookies	1	1	5
Informații despre numărul de vizitatori	5	1	1
Vizibilitatea primarului pe rețele de socializare	5	2	4
Design-ul paginii de început	4	3	4
Timpul de încărcare al site-ului	5	5	5
Organizarea meniurilor	5	5	4
Detalierea informațiilor din meniuri	5	5	4
Harta site-ului	1	1	3
Opțiunea de căutare automată a informațiilor	5	3	3
Ultimele știri	5	4	5
Interactivitate	4	5	4
Crearea unor comunități virtuale online	3	3	3
Formulare on-line	5	5	4
Posibilitatea de plată a taxelor și impozitelor on-line	5	1	5

Criteriu de evaluare	Pitești www.primariapitesti.ro	Brăila www.primariabraila.ro	Râmnicu Vâlcea www.primariavl.ro
Informații despre Consiliul local	5	5	5
Legături utile	5	4	4
Posibilitatea de creare cont utilizator	5	5	5
Obținerea de date referitoare la părerile vizitatorilor	1	4	1
Informații utile	3	4	4
Harta municipiului	5	1	5
Fotografii din municipiu	5	5	3
Scurtă informare despre istoricul municipiului	5	5	5
Suport tehnic online oferit utilizatorilor	1	1	5
Total	108	89	105

Sursa: evaluările aparțin autorilor

Analiza pe fiecare criteriu în parte oferă posibilitatea fiecărui administrator să identifice punctele tari și slabe ale site-ului gestionat, să se raporteze la experiența celorlalți doi studiați și chiar mai departe și să ridice, astfel, nivelul calitativ al site-ului pe care îl întreține.

Oportunități:

- *Poziția în contextul regionalizării.* Stabilirea capitalelor de regiune va fi o decizie politică dificil de luat, fiecare dintre cele trei orașe considerând că are cele mai bune referințe. Dar concurența este foarte mare, în fiecare regiune existând județe și municipii „cu pretenții” de capitală. Avantaj ar putea avea Brăila, care găzduiește în prezent administrația regiunii de dezvoltare 2 Sud-Est.

- *Starea economiei,* care poate duce la creșterea nivelului de trai al locuitorilor. Avantajul este în prezent net în favoarea județului Argeș și a Municipiului Pitești.

- *Reducerea timpului de rezolvare a problemelor cetățenilor;* eficientizarea activității funcționarilor publici.

Amenințări:

- *Stereotipia,* lipsa de interes pentru noutate a cetățenilor.

- *Starea economiei,* care poate duce nu numai la creșterea nivelului de trai al locuitorilor, ci și la scăderea acestuia. Dacă actualele probleme economice (ex. Oltchim, Arpechim, Laminorul etc.) se agravează, nivelul de trai va fi afectat în sens negativ.

- *Populația* – în scădere, în toate cele trei localități, cu accente de îmbătrânire.

- *Securitatea site-urilor* și posibilitatea de a fi afectate de atacuri informatice.

Concluziile analizei SWOT:

Este de apreciat preocuparea structurilor administrației publice locale analizate de a valorifica acest suport de comunicare cu publicul, care asigură rapiditatea de acces la informații și de rezolvare a unor categorii de probleme ale cetățenilor.

Se evidențiază o serie de elemente care arată experiența deja acumulată, prin ceea ce înseamnă bogăția informațiilor existente și structurarea acestora, dar și o serie de neajunsuri pe care le putem considera perfectibile. Cu siguranță de-a lungul timpului, aceste site-uri au fost îmbunătățite, conform unor nevoi și cerințe apărute pe parcurs, conform unor viziuni personale ale diferiților consilieri pe problema respectivă, ale unor responsabili de imagine ai primarilor și, poate, chiar a primarilor înșiși.. Acest proces va avea loc și de acum încolo, se vor introduce permanent noutățile informaticii, se vor putea realiza comparații cu site-urile apreciate ale altor instituții, se vor realiza audituri de marketing în scopul progresului.

Opinia noastră este că structura și conținutul site-urilor reflectă imaginația creatorilor, web-designerilor dar, mai ales, pe a celor care au comandat crearea lor și și-au dat acordul în privința modului în care se prezintă și funcționează la dispoziția publicului.

4. Propuneri de îmbunătățire a prezenței on-line a instituțiilor administrative analizate

Pentru a contribui la creșterea performanțelor de comunicare on-line în cazul Primăriilor din Municipiile Pitești, Brăila și Râmnicu-Vâlcea am formulat și o serie de propuneri care pot fi puse în practică într-un termen rezonabil de timp și cu rezultate semnificative:

- Continuarea acestei analize prin compararea fiecăruia dintre cele trei site-uri cu cele mai bune din țară (de exemplu, clasamentul realizat și publicat de echipa www.verticalnews.ro, în ianuarie 2012, a situat pe primele trei poziții site-urile Primăriilor din: Cluj-Napoca, Arad și Iași) și perfecționarea lor, ținând cont și de neajunsurile semnalate în analiza SWOT din prezenta lucrare.

- Introducerea pe site-uri a unor clip-uri video de prezentare a Municipiilor și a transmisiilor live prin camere web din zonele urbane cele mai atractive.

- Folosirea “Testului de uzabilitate” prin intermediul căruia, în general, se poate evalua eficiența și ușurința folosirii unei pagini de web sau a unei interfețe electronice de către un utilizator în scopul satisfacerii nevoilor sale. În cazul concret al celor trei instituții de administrație publică pentru desfășurarea studiului se definește, cu ajutorul unui sociolog, un panel reprezentativ pentru targetul acestora, persoane care posedă computer și pe care se va instala un software care va înregistra mișcările mouse-ului și apăsările de taste, ca și deschiderea ferestrelor, a aplicațiilor și a browserului web. Se vor înregistra mișcările, click-urile și cele de tip stânga-click, și dreapta-click, dar și cele de pe roțița din mijloc a mouse-ului. În același timp, aplicația înregistrează reacția utilizatorului la parcurgerea site-urilor vizate cu ajutorul camerei web (cu sau fără microfon). În momentul în care aplicația are la dispoziție și canalul de sunet, o cameră web cu microfon sau unul separat, se poate adăuga și această înregistrare fluxului de informații. Utilizatorul va fi instruit să spună cu voce tare ce gândește, ce face și ce probleme întâmpină.

- Indexarea site-urilor în servicii de monitorizare on-line: trafic.ro, top-site.ro, cu scopul de a obține informații reale și detaliate despre activitatea utilizatorilor și sfera lor de interes.

- Dezvoltarea schimbului reciproc de legături la site-uri cu alte instituții de interes local.

- Creșterea vizibilității în media clasice cu acoperire locală și inițierea unor schimburi de servicii de promovare.

- Crearea de pagini oficiale ale Primăriilor pe rețeaua de socializare Facebook.

- Realizarea periodică a auditului de marketing pentru site-urile celor trei Primării.

Bibliografie:

1. Balaban, D.-C., Iancu, I., Meza, R. (2009), *PR, publicitate și new-media*, Ed. Tritonic, București
2. Borțun, D. (2012), *Relațiile publice și noua societate*, ed. a II-a, Ed. Tritonic, București

3. Datculescu, P. (2013), *Cercetarea practică de marketing*, ed. a II-a, Ed. Brandbuilders, București
4. Kotler, Ph., Lee, N. (2008), *Marketing în sectorul public*, Ed. Meteor Press, București
5. Zbucnea, A., Pînzaru, F., Galalae, C. (2009), *Ghid esențial de promovare*, Ed. Tritonic, București
6. www.primariabraila.ro
7. www.primariapitesti.ro
8. www.primariavl.ro
9. www.primariaclujnapoca.ro
10. http://www.aniap.ro/Documente/Compendiu_Legislativ_Site_Web.pdf
11. <http://ccasp.ase.ro/>
12. www.recensamantromania.ro
13. www.econtext.ro
14. www.insse.ro