

# STUDIU

**“CU PRIVIRE LA MODUL DE ATRAGERE SI  
MASURILE NECESARE PENTRU  
ATRAGEREA UTILIZATORILOR VIZATI LA  
SERVICIILE ON-LINE”**

OFERTANT

**S.C. EURO JOBS S.R.L.**

AUTORITATEA CONTRACTANTĂ

**Primaria municipiului Lupeni**

## CUPRINS

1	Tipuri de servicii in administratia publica – date generale .....	3
1.1.	Introducere .....	3
1.2	Tipuri de servicii in administratia publica.....	5
1.3.	e-Guvernare .....	11
1.3.1.	Descrierea domeniului de servicii e-Guvernare .....	11
1.3.2.	e-Participare si e-Incluziune .....	18
1.3.3.	e-Guvernare in Romania .....	19
1.3.4.	Metrici de performanta in e-Guvernare.....	24
1.4.	Servicii publice de consultanta si asistenta pentru mediul de afaceri.....	25
1.5.	Servicii publice de consultanta si asistenta pentru accesarea de fonduri nerambursabile .....	31
1.6.	Servicii publice de consultanta si asistenta la implementarea proiectelor finantate din fonduri nerambursabile .....	31
2.	Tehnologii software pentru serviciile din administratia publica .....	32
2.1.	Servicii Web.....	33
2.2.	Potential de inovare .....	34
2.2.1.	Noi capacitati ale serviciilor publice electronice .....	34
2.2.2.	Dezvoltarea interactiunii cu utilizatorii.....	35
2.2.3.	Managementul identitatii electronice.....	36
2.2.4.	Interoperabilitatea serviciilor publice electronice .....	37
2.2.5.	Managementul cunostintelor.....	38
4.	Bibliografie .....	55

## 1 Tipuri de servicii in administratia publica – date generale

### 1.1. Introducere

Administratia publica reprezinta domeniul care se ocupa de implementarea politicilor guvernamentale, avand drept principal scop realizarea unui avans in managementul si politicile guvernamentale pentru ca acesta sa functioneze cat mai bine. In contextul prezentului studiu, cea mai relevanta definitie a administratiei publice o reprezinta *procesul de transpunere a politicilor guvernamentale in realitatea pe care cetatenii o vad in fiecare zi*. In acest context, se poate vedea clar legatura intre administratia publica si *organizarea* politicilor si programelor guvernamentale in folosul tuturor cetatenilor, dar si a companiilor.

Datorita cresterii birocratiei din administratia publica, cauzata atat de cresterea politicilor guvernamentale, cit si de cresterea populatiei, a aparut o noua teorie numita *Noul Management Public (NMP)* la sfarsitul anilor 1980. Acest nou model propune o orientare spre servicii a sectorului public, pornind de la ideea folosirii modelelor existente pentru sectorul privat, inclusiv a valorilor organizationale, pentru a creste eficienta sectorului public. La inceputul anilor 1990, administratia publica a tarilor dezvoltate s-a reformat adoptand principiile acestei noi teorii, care s-a extins apoi in toata lumea. NMP se bazeaza pe impartirea birocratiilor mari in agentii mai mici si mai fragmentate, incurajand astfel competitia intre diferitele agentii publice. O observatie importanta este ca NMP trateaza indivizii ca pe “clienti” (termen specific sectorului privat), mai degraba decat ca cetateni. Aceasta reprezinta si principala critica adusa acestui model intrucat cetatenii nu mai sunt proprietarii (patronii) sistemului de guvernament, ci doar ca un mijloc de a face profit. La inceputul secolului 21, *guvernarea digitala (e-Guvernare)* a fost propusa ca nou model pentru serviciile publice, venind si ca un raspuns pentru NMP. Principiile e-Guvernarii se axeaza pe reintegrarea responsabilitatilor procesului de guvernare, profitand de epoca digitala pentru a oferi un holism in serviciile publice, mergand pe ideea ca cetatenii trebuie sa aiba posibilitatea sa isi indeplineasca obligatiile fasa de stat intr-un mod cat mai usor si mai cursiv.

Guvernarea orientata pe servicii reprezinta insa o tehnica de guvernare moderna ce poate fi folosita chiar impreuna cu e-Guvernarea, daca o privim doar ca o modalitate de a indeplini nevoile cetatenilor, oferind bunuri si servicii publice de inalta calitate. Cele mai

importante doua trasaturi ale guvernarii bazate pe servicii ar trebui sa fie: oferirea de bunuri si servicii publice fara a se implica in producerea de bunuri si servicii private si incurajarea dezvoltarii serviciilor publice orientate spre piata. Astfel, Guvernul nu trebuie sa aiba monopolul in oferirea de bunuri si servicii publice, permitand astfel funizarea de servicii publice si sectorului privat pentru a creste competitia in toate domeniile administratiei publice. Rezultatul final va fi minimizarea defectelor din serviciile publice oferite cetatenilor si cresterea productivitatii in administratia publica. Guvernarea bazata pe servicii scoate in evidenta faptul ca principalul rol al Guvernului este acela de a oferi functiile baza necesare serviciilor publice si ca valorile cele mai importante sunt *orientarea spre oameni si centrele de servicii*. Astfel, rolul Guvernului nu mai este de a regulariza piata serviciilor si bunurilor publice, ci de a se concentra pe imbunatatirea reglementarilor si controlului macroeconomic, de a standardiza piata, de a crea un mediu de piata corect si de a imbunatati calitatea si abilitatea serviciilor publice.

Indiferent de modelul de organizare al administratiei publice (orientat pe servicii sau clasic), dezvoltarea serviciilor software si a tehnologiilor Web a oferit o modalitate de imbunatatire a eficientei si eficacitatii organizatiilor birocratice de dimensiuni mari. Astfel, termeni precum e-Comert, e-Guvernare, e-Organizare, e-Participare, etc. au devenit din ce in ce mai utilizati in ultimii 10-15 ani. Conceptele de e-Guvernare si e-Guvernament au cunoscut o evolutie vasta in aceasta perioada, pornind de la folosirea site-urile Web pentru informarea cetatenilor, a comunicarii prin posta electronica si mergand pana la sisteme IT, atat hardware, cat si software, foarte avansate pentru a oferi e-cetatenilor acces la informatiile si serviciile publice. E-Guvernarea, prescurtare de la guvernare electronica, cunoscuta si ca e-gov, guvernare digitala, guvernare online sau guvernare conectata, reprezinta orice forma de interactiune digitala intre Guvern si cetatenii sai (G2C), Guvern si companii, organizatii comerciale sau eCommerce (G2B), intre diversele agentii guvernamentale, eventual din state diferite (G2G). Acestea sunt doar principalele ramuri ale e-gov, intrucat exista si interactiunea intre Guvern si organizatiile religioase (G2R), etc. Astfel, e-Guvernarea se afla la confluenta dintre administratie publica, tehnologia informatiei si comunicatii, ingineria proceselor de afaceri, precum si e-cetatenii care trebuie sa foloseasca servicii publice oferite de orice forma de administratie publica (la nivel de oras, provincie, national sau international).

In continuarea acestui capitol vor fi prezentate principalele tipuri de servicii necesare in administratia publica pentru cetateni si companii. Apoi, se va face o scurta

trecere în revista a principalelor aspecte ale e-Guvernării, scotându-se în evidență ultimele evoluții și servicii folosite. Astfel, se ajunge la definirea noțiunilor de e-Participare și e-Incluziune ale cetățenilor la e-Guvernare. Vom discuta apoi serviciile de e-Guvernare oferite în România, precum și principalele direcții de evoluție din perioada imediat următoare. Tot în cadrul acestui capitol va fi prezentată o scurtă comparație cu serviciile de administrație publică oferite prin e-Guvernare de către alte țări europene. Capitolul curent se termină cu prezentarea principalelor metrici de performanță în e-gov și prezentarea statisticilor ce reflectă poziția României la nivel mondial și european.

## 1.2 Tipuri de servicii în administrația publică

Există o gamă largă de servicii oferite în administrația publică, atât la nivel local, cât și național. Scopul acestei secțiuni nu este de a furniza informații despre toate aceste servicii, ci de a delimita clar serviciile care sunt o prioritate în acest moment pentru relația online administrație - cetățean. Astfel, există un set de *20 de servicii monitorizate la nivel european (12 pentru cetățeni și 8 pentru operatorii economici)*, și pentru care se urmărește creșterea calității furnizării acestora, creșterea numărului de utilizatori, creșterea gradului de acoperire pentru diferite categorii și a nivelului de dezvoltare. Serviciile adresate cetățenilor din lista aceasta sunt următoarele:

1. Serviciile pentru colectarea impozitului pe venit al cetățenilor;
2. Cautarea unui loc de muncă;
3. Serviciu pentru urmărirea beneficiilor asistenței sociale;
4. Eliberarea documentelor personale;
5. Serviciu pentru înmatricularea autovehiculelor;
6. Eliberarea autorizațiilor de construcție;
7. Serviciu pentru monitorizarea declarațiilor la poliție;
8. Serviciu pentru librăriile publice;
9. Eliberarea certificatele personale;
10. Înscrierea în universități;
11. Serviciu pentru anunțarea schimbării de domiciliu;
12. Servicii de sănătate pentru cetățeni;

Serviciile adresate companiilor sunt cele de mai jos:

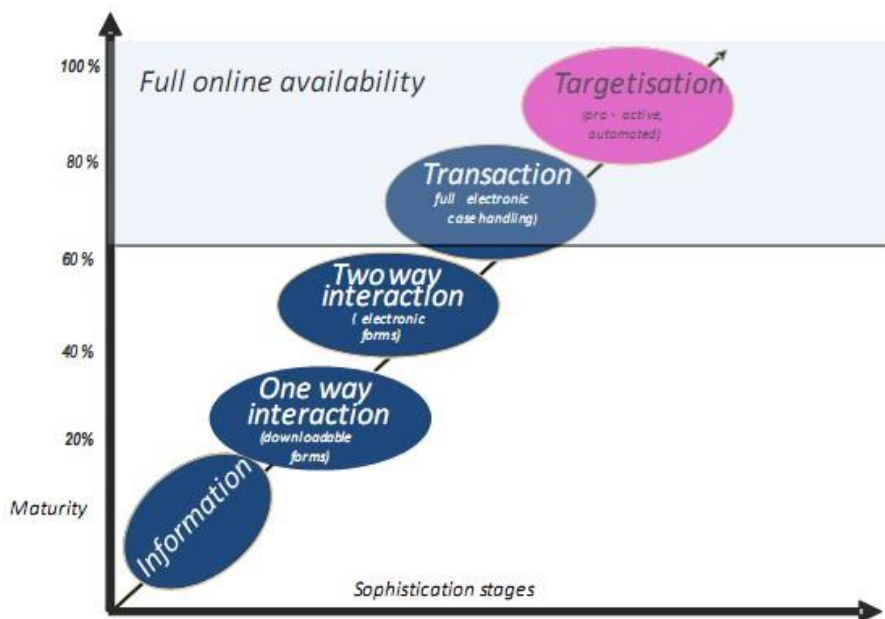
13. Plata si monitorizarea contributiile sociale;
14. Serviciu pentru plata impozitului pe profit;
15. Serviciu pentru plata TVA;
16. Inregistrarea operatorilor economici noi si modificarea datelor operatorilor economici existenti;
17. Date statistice ale operatorilor economici;
18. Serviciu pentru gestiunea declaratiilor vamale;
19. Eliberarea autorizatiilor de mediu;
20. Serviciu pentru achizitiile publice.

Dupa cum se poate observa, aceste servicii sunt esentiale in administratia publica, fiind folosite de catre aproape toti cetatenii si toate companiile. Acestea au fost si motivele pentru care au fost incluse de catre Comisia Europeana in lista serviciilor fundamentale pentru procesul de guvernanta, fiind monitorizata oferirea acestor servicii online, in cadrul programelor de e-Guvernare.

Din punct de vedere al evaluarii prezentei online a acestor servicii publice, Comisia Europeana a stabilit sa foloseasca un *model al maturitatii serviciului* impartit in 5 etape [1], care sunt prezentate in tabelul 1. In figura 1 (preluta tot din [1]), sunt prezentate aceste etape ca etape in maturizarea serviciului public online, in acest context etapele mai fiind numite si *stagii de sofisticare*. In cadrul acestui model, este esential sa se atinga cel putin nivelul 3, care de altfel este un standard in majoritatea tarilor europene in acest moment. Formularele electronice sunt disponibile pentru cele mai multe servicii din lista celor 20 de servicii publice esentiale monitorizate. De asemenea, nivelul tranzactional, numit si *manipularea integral electronica a cazului*, in care utilizatorul aplica pentru folosirea serviciului online si il poate folosi fara a fi nevoie de birocrație suplimentara devine in ultima perioada un standard pentru oferirea serviciilor publice online. Ultimul nivel din modelul maturitatii serviciului, *targetizarea*, este folosit pentru a identifica gradul de integrare a datelor din *front-* si *back-office*, daca aceste date sunt reutilizate, iar serviciile oferite sa fie proactive. Doar serviciile care sunt in nivelul 4 sau 5 sunt considerate a fi *complet disponibile online*.

**Tabelul 1.** Stagiile de sofisticare folosite pentru masurarea maturitatii serviciilor publice online

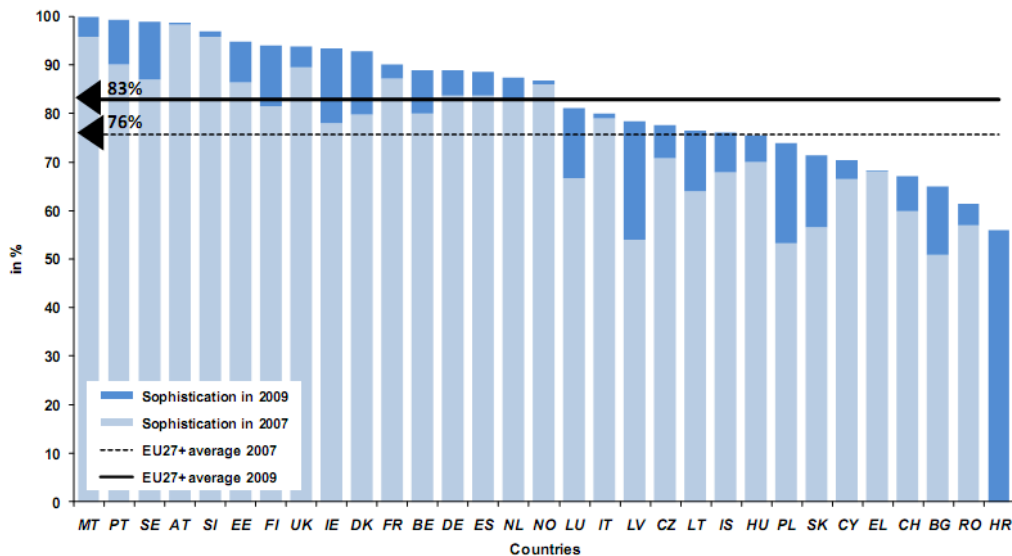
Etapa	Descriere etapa
1	Sa existe materiale de informare online pentru serviciul public.
2	Existenta interactiunii cu cetateanul intr-un singur sens (de exemplu: download de formulare)
3	Existenta interactiunii cu cetateanul ambele sensuri (de exemplu: completarea formularelor online)
4	Existenta tranzactiilor pentru folosirea serviciului public online. Trebuie sa fie incluse modalitati de decizie, notificare, livrare si plata a serviciilor publice
5	Automatizare, personalizare – <i>target-izare (targetization)</i>



**Figura 1.** Masurarea maturitatii serviciilor publice online, model definit de C.E.

Folosind acest model, se poate masura maturitatea sau *sofisticarea* serviciilor publice online oferite de fiecare tara. In figura 2 este prezentat nivelul mediu de sofisticare al serviciilor publice fundamentale din tarile EU27+, inclusiv evolutia acestui indicator intre 2007 si 2009 cand au fost facute ultimele 2 evaluari. Din aceste date, se observa ca

Romania ocupa ultimul loc între țările membre ale Uniunii Europene cu un nivel mediu al sofisticării doar un pic peste 60%. Aceasta înseamnă că în România sunt foarte puține servicii care să poată fi considerate complet disponibile online. Din figura se poate observa că țările care alcătuiesc top 10 au un nivel de sofisticare de peste 90%, printre acestea existând și țări din EU12 (Slovenia și Estonia). Totuși, singurele țări care au un nivel de maturitate de 100% sunt Malta și Portugalia.



**Figura 2.** Nivelul mediu al sofisticării serviciilor publice online în țările EU27+

La nivel european, serviciile publice adresate companiilor sunt mai mature decât cele adresate cetățenilor. Acest lucru confirmă un trend global: Guvernele continuă prioritizarea dezvoltării serviciilor pentru companii întrucât acestea au o rată de adoptare mai mare (unele fiind obligatorii de folosit în anumite țări) și un impact mai important asupra performanțelor economice ale țării. Nivelul mediu de sofisticare al serviciilor publice online oferite companiilor era în 2009 de 90% la nivelul EU27+, în timp ce serviciile adresate cetățenilor se situa doar la 78%.

Cele 20 de servicii publice fundamentale pot fi grupate în 4 categorii:

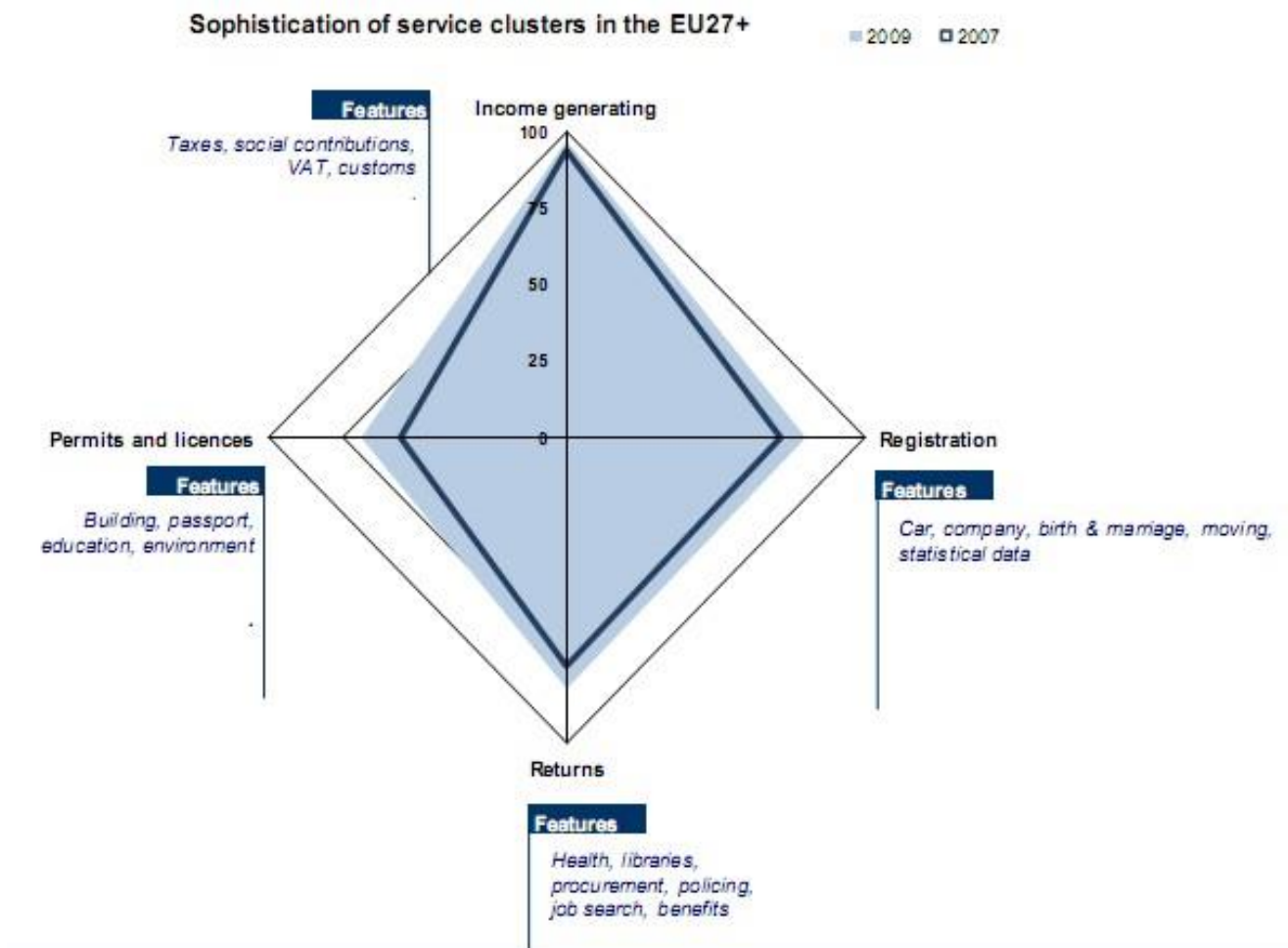
- *servicii generatoare de venituri* pentru administrația publică (taxe, contribuții sociale, TVA, taxe vamale);
- *servicii de registratură* (pentru mașini, companii, nașteri și căsătorii, domiciliere, date



statistice despre companii si cetateni);

- *servicii utile publicului* (sanatate, biblioteci publice, licitatii publice, stabilirea politicilor, cautarea de slujbe);
- *servicii pentru permise si licente* (pentru autovehicule, cladiri, carti de identitate, pasapoarte, eliberarea diplomelor de studii, avize de mediu).

Desigur ca nivelul de sofisticare este diferit pentru fiecare grup de servicii, dupa cum este evidentiat in figura urmatoare (preluata din [1]). Serviciile publice online cele mai mature in Uniunea Europeana sunt cele din prima categorie, care genereaza venituri directe administratiei publice, iar cele mai putin mature servicii sunt cele pentru eliberarea de permise si licente, care nu aduc nici un beneficiu direct statelor.

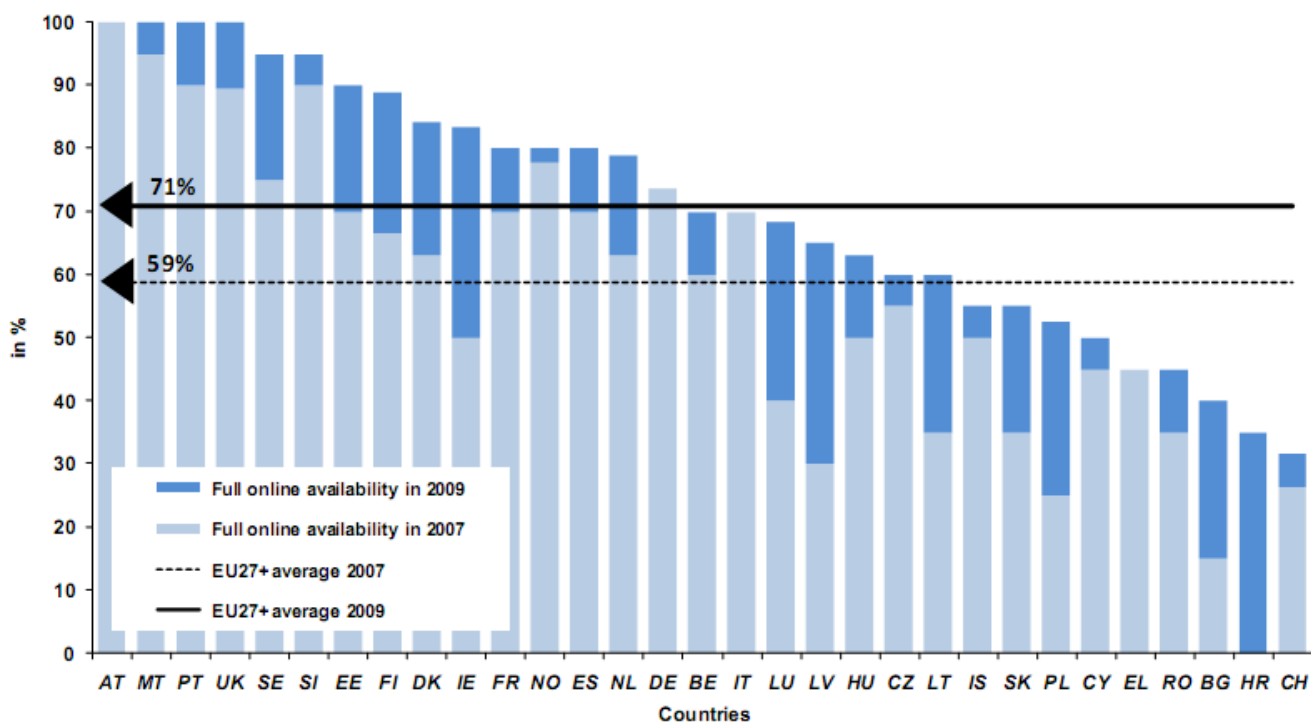


**Figura 3.** Gradul de sofisticare al serviciilor publice online in EU27+, in functie de categoria serviciului

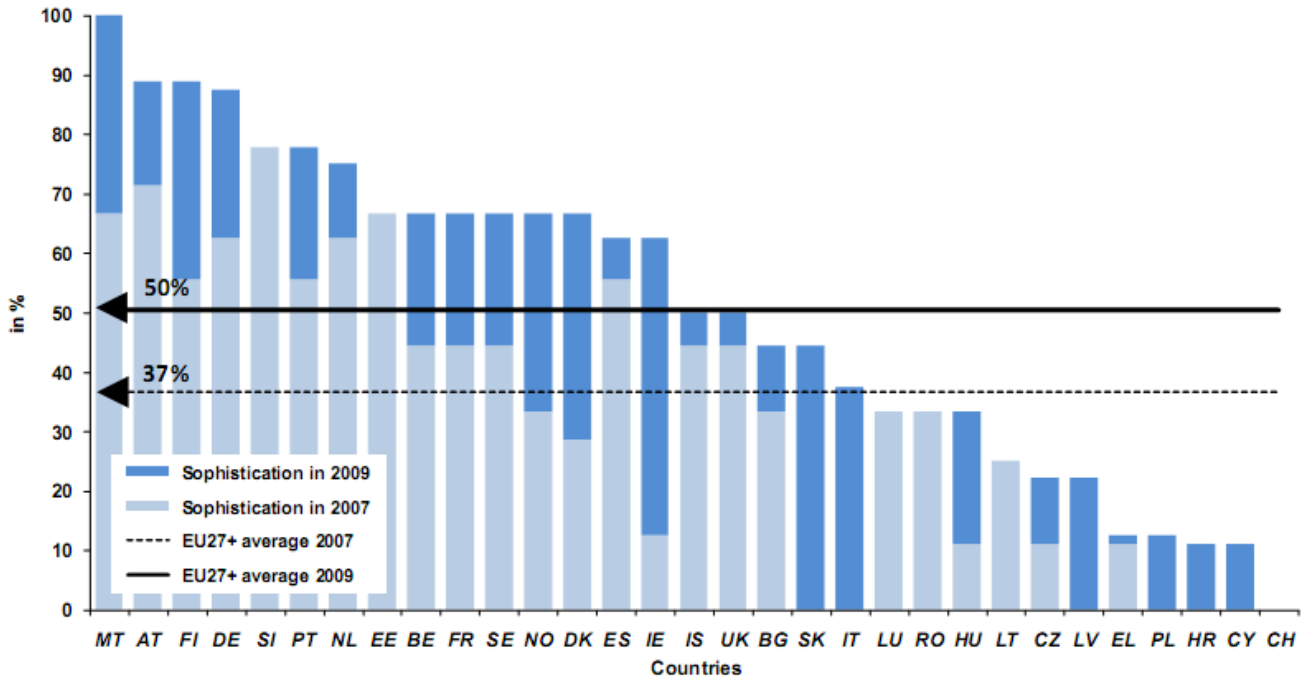
Intrucat pentru o e-Guvernare eficienta este absolut necesar ca aceste 20 de servicii fundamentale sa fie complet disponibile online (deci sa se afle pe nivelul 4 sau 5

de maturitate), are sens o analiza mai atenta a datelor din EU27+ asupra progresului facut de fiecare stat in parte si a procentului de servicii care sunt complet disponibile online. Aceste date sunt prezentate in figura 4 [1].

Tot in [1] a fost facuta o analiza suplimentara asupra ratei de atingere a tuturor cerintelor necesare pentru indeplinirea perfecta a nivelul de sofisticare 5. Dupa cum se poate observa, din acest punct de vedere rezultatele sunt mediocre, media la nivel EU27+ fiind de doar 50%, cu toate avantajele oferite de potentialul utilizarii tehnologiei pentru restructurarea proceselor administrative. Astfel doar jumatate din serviciile care ar putea fi livrate *complet automatizat* (de exemplu, serviciile de plata a taxelor) sau *personalizat* (de exemplu, serviciile pentru documente personale sau biblioteci publice) au atins acest nivel de maturitate.



**Figura 4.** Rata de disponibilitate online completa a serviciilor publice din fiecare stat



**Figura 5.** Rata de sofisticare de nivel 5 (*targetizare sau serviciu proactiv*)

### 1.3. e-Guvernare

#### 1.3.1. Descrierea domeniului de servicii e-Guvernare

Dupa cum a fost mentionat si in introducere, termenul de e-Guvernare, provenind de la guvernare digitala, se refera la toate modalitatile folosite de Guvernare (administratia publica locala sau nationala) de a utiliza tehnologiile oferite de tehnologia informatiei si telecomunicatii, pentru a imbunatati eficienta si eficacitatea sectorului public. In afara celor 20 de servicii publice fundamentale identificate de catre Comisia Europeana, conceptul de e-Guvernare merge mult mai departe. De exemplu, folosind e-gov este posibil ca vizitand site-ul web al unui oras sa fie permisa comunicarea cu angajatii administratiei locale prin interfete grafice incorporate in site, prin mesagerie instantana, conversatii audio-video si orice alte tehnologii mai avansate. Mai mult decat atat, pot fi introduse noi metode colaborative de propunere de legi si alte initiative legislative locale venite din partea cetatenilor, daca acestia reusesc sa acumuleze un numar suficient de mare de semnaturi digitale de la alti concetateni, folosind site-uri web specializate pentru aceste activitati administrate de administratiile publice. Aceleasi metode colaborative pot fi folosite pentru discutarea

propunerilor legislative cu societatea civila, asigurand accesul fiecarui cetatean la a fi de acord sau in dezacord cu anumite prevederi ale acestor propuneri.

Sumarizand, e-Guvernarea implica folosirea tehnologiilor IT&C pentru a imbunatati accesul la serviciile publice, modalitatea de livrare a acestora catre contribuabili, pentru a aduce beneficii cetatenilor, companiilor si angajatilor. Principalele obiective ale e-Guvernarii sunt:

- Folosirea tehnologiilor IT&C, in special a Internetului, pentru a oferi servicii publice mai calitative si a atinge o guvernanta mai buna;
- Folosirea tehnologiilor IT&C in toate aspectele operationale ale organismelor administratiei publice locale si centrale;
- Optimizarea continua a livrarii serviciilor publice si a procesului de guvernanta prin transformarea relatiilor interne si externe prin intermediul tehnologiei, a Internetului si a conceptului de *new-media* (sau media online).

Doua directii de evolutie sunt foarte importante pentru conceptul de e-Guvernare. In primul rand, desi e-Guvernarea este inteleasa, in mod traditional, ca fiind axata in jurul operatiunilor administratiilor publice locale si centrale, *e-Guvernanta* are o definitie extinsa, incercand sa includa si *implicarea* si *participarea* cetatenilor la actul de guvernare, in scopul de a imbunatati deciziile luate de guvernare in folosul majoritatii cetatenilor. Exact in acest context, au sens notiunile de *e-Participare* si *e-Incluziune* a cetatenilor la procesul de e-Guvernanta, notiuni ce sunt prezentate in detaliu in sectiunea urmatoare.

A doua directie, o reprezinta faptul ca desi e-Guvernarea este definita de multe ori ca "Guvernare online" sau "Guvernare folosind Internetul", exista multe tehnologii de Guvernare electronica care nu folosesc Internetul ca mediu de comunicatie cu cetatenii si companiilor. Printre acestea se numara: folosirea SMS-urilor si a MMS-urilor, folosirea retelelor si a serviciilor mobile, Bluetooth, CCTV, RFID, identificarea biometrica a persoanelor, sisteme de management a traficului rutier, cardurile destepete, metode de livrare a serviciilor publice prin TV si radio, folosirea comunitatilor online (inclusiv a retelelor sociale), mesagerie instantana si chat, etc.

Strategia nationala de creare a platformei e-Romania, reprezinta ultimul si cel mai complex proiect pentru e-Guvernare in Romania. Din [2], reiese ca semnificatia si importanta e- Guvernarii este datorata faptului ca "guvernarea electronica reprezinta

simplificarea modurilor de lucru prin aplicarea unor tehnologii ale informatiei si ale comunicatiilor in zonele de administrare a informatiilor, de comunicare si de tranzactii in cadrul si intre institutiile de stat, precum si intre stat si cetateni sau operatorii economici.” Tot in aceasta strategie se observa ca nu sunt definite decat primele patru nivele de sofisticare ale serviciilor publice, rezultand faptul ca nivelul al 5-lea, cel al serviciilor publice online proactive, complet mature, nu a fost luat in considerare. Astfel, scopurile e-Guvernarii sunt definite doar de (date preluate tot din [2]):

- *Informare*: informatiile vor fi disponibile on-line, prin publicarea lor pe site-ul web al unei autoritati publice (nivelurile 1 si 2 de sofisticare);
- *Comunicare*: capacitatea de a avea acces interactiv si de a face schimb de informatii (nivelul 3 de sofisticare);
- *Tranzactie*: realizarea efectiva de servicii, inclusiv semnarea de formulare de cerere si livrari electronice ale documentelor oficiale si notificarilor (nivelul 4 de sofisticare).

Printre beneficiile aduse de e-Guvernare, cele mai importante se refera la:

- Usurinta de acces si accesul non-stop la serviciile publice: mediile de comunicare electronice sunt disponibile oricand, nu implica costuri suplimentare (timp, energie si bani) din partea contribuabililor.
- Eliminarea necesitatii deplasarii contribuabililor la oficiile administratiei publice, rezultand in economia de timp pentru cetateni si companii, ceea ce se traduce in cresterea productivitatii economice.
- Cresterea participarii si implicarii cetatenilor in procesul de guvernare. Folosind serviciile de e-Guvernare, orice cetatean poate sa isi comunice punctul de vedere atat catre autoritatile publice, dar si catre concetateni. Astfel, votantii pot avea un impact direct si pot influenta procesul de guvernare.
- Pastrarea datelor in format digital permite autoritatilor sa reevalueze si sa simplifice procedurile si formularele care sunt considerate prea complicate de catre public.
- E-Guvernarea ofera doar o alternativa pentru interactiunea clasica (la ghiseu) cu autoritatile publice, dar acest lucru nu inseamna ca acestea sunt eliminate, ci ele functioneaza in paralel, astfel incat fiecare cetatean poate alege modalitatea de interactiune cu serviciile publice (online sau la ghiseu).

- E-Guvernarea asigura o transparenta suplimentara procesului de guvernare, datorita faptului ca datele de interes public pot fi accesate online, rapid si fara efort, de oricine. Se pot verifica astfel discrepante in declaratiile de avere, voturile alesilor, etc.
- Exista si un avantaj ecologic pentru folosirea e-Guvernarii, prin renuntarea la folosirea hartiei pentru actele publice.
- Viteza, eficacitatea si comoditatea folosirii serviciilor publice online de catre cetateni si companii.
- Avantaje pentru salvarea si indexarea datelor in baze de date electronice spre deosebire de folosirea fisetelor pentru hartii.
- Aprobarea publicului: peste tot unde au fost introduce, opinia publica a avut o reactie pozitiva fata de serviciile publice electronice. De exemplu, in statul Alabama s-au vandut peste 140.000 de autorizatiile electronice de vanatoare si pescuit doar in primul sezon cand s-a introdus aceasta modalitate de eliberare a autorizatiilor.

Exista totusi si o serie de dezavantaje in utilizarea e-Guvernarii, care sunt insa sensibil mai putine decat avantajele:

- Principalul dezavantaj si risc il reprezinta hiper-supravegherea contribuabililor. Daca se doreste, prin folosirea diverselor tehnologii pentru e-Guvernare (online, dar si offline – de exemplu retelele mobile, camere de luat vederi, etc.) autoritatile publice pot avea o evidenta foarte buna asupra activitatilor contribuabililor. Daca acest lucru prezinta un avantaj in anumite situatii (de exemplu, supravegherea activitatilor teroriste sau criminale), poate fi si o incalcare a libertatilor cetatenilor.
- Exista costuri financiare din ce in ce mai ridicate pentru implementarea si mentenanta serviciilor de guvernare electronica.
- Inaccesibilitatea serviciilor de guvernare electronica pentru anumite categorii de cetateni: aflati in locatii fara conexiune la Internet, cetatenii cu deficiente de vedere sau cei care nu isi pot permite utilizarea calculatoarelor din diverse motive.
- Sentimentul fals de transparenta: intrucat autoritatile au acces la date, acestea pot sa fie alterate sau eliminate, fara ca publicul sa constientizeze acest lucru.
- Serviciile de guvernare electronica pot fi tintele unor atacuri electronice si acesta reprezinta un risc constant.

Pentru ca serviciile de guvernare electronica sa fie folosite cu succes si adoptate de catre utilizatori, acestea trebuie sa satisfaca niste cerinte [2]:

- Sa ofere incredere si securitate: Cetatenii trebuie sa aiba incredere in autoritatea publica electronica la fel de mult cum au in cea traditionala. Cetateanul trebuie sa poata verifica faptul ca versiunile electronice ale documentelor oficiale pe care le primesc nu au fost modificate si au fost trimise de catre autoritati.
- Posibilitatea de autentificare si semnatura electronica: Autoritatile publice trebuie sa poata verifica daca documentele primite de la cetateni ajung in starea lor originala si daca acestea sunt cu adevarat trimise de catre o anumita persoana.
- Transparenta: Schimbarile tehnice vor fi acceptate doar daca ele vor fi acceptate de toti cei vizati si daca aceste schimbari vor fi facute intr-un mod transparent.
- Accesibilitatea: Serviciile publice electronice trebuie sa fie accesibile tuturor, fara discriminare. Solutiile oferite, precum si site-urile web trebuie sa fie fara bariere si accesibile tuturor.
- Usurinta de folosire: Gama de servicii electronice oferite trebuie sa fie structurata intr-un mod usor de inteles, simplu si clar. In plus, formularele si portalurile vor trebui sa aiba un design consistent. Navigarea si meniurile trebuie sa fie intuitive si logice, cu o structura familiara, astfel incat utilizatorii sa poata gasi rapid ceea ce cauta.
- Securizarea datelor: Cetatenii acorda un grad ridicat de incredere administratiei in ceea ce priveste protectia datelor. Sectoarele specifice de identificare personala vor fi special concepute pentru a fi in conformitate cu standardele de protectie a datelor.
- Cooperarea intre autoritati: e-Guvernarea functioneaza cel mai bine atunci cand toate nivelurile de guvernare lucreaza impreuna, de la autoritatile locale pana la ministere. Aplicatiile si infrastructurile existente vor trebui sa lucreze impreuna pentru a se putea ajunge la nivelul dorit de eficienta.
- Modularitate: e-Guvernarea are o structura modulara, care permite integrarea imediata a noilor componente in sistem pentru a tine pasul cu cele mai recente tehnologii.
- Interoperabilitatea: Tipuri diferite de sisteme vor trebui sa fie capabile sa comunice unul cu celalalt.

Totusi, este important de remarcat ca e-Guvernarea nu inseamna doar tehnologii IT&C, ci include de asemenea *cunostinte si educatie*. Astfel, guvernarea electronica este strans legata de:

- Capitalul uman: e-gov imbunatateste experienta tuturor participantilor la acest proces, crescand astfel valoarea sistemelor informatice;
- Sistemele de management a cunostintelor;
- Incurajarea si sprijinirea impartasirii de experiente: informatie + experienta + rezultate = cunostinte;
- Sprijinirea si diseminarea normelor celor mai bune practici pentru folosirea cat mai eficienta si dezvoltarea serviciilor publice electronice;
- Inovarea in e-gov aduce beneficii atat cetatenilor, cat si angajatilor din administratia publica;
- Aplicatiile pentru managementul relatiilor cu cetatenii sunt niste unelte software utile pentru a imbunatati comunicarea intre administratia publica si utilizatori;
- Sprijinirea invatarii pe tot parcursul vietii: regulamentele, legile si organizatiile se schimba, iar oamenii trebuie sa fie sprijiniti sa se adapteze la ele;
- Servicii de e-learning pentru a oferi training pentru folosirea tehnologiilor relevante pentru e-Guvernare.

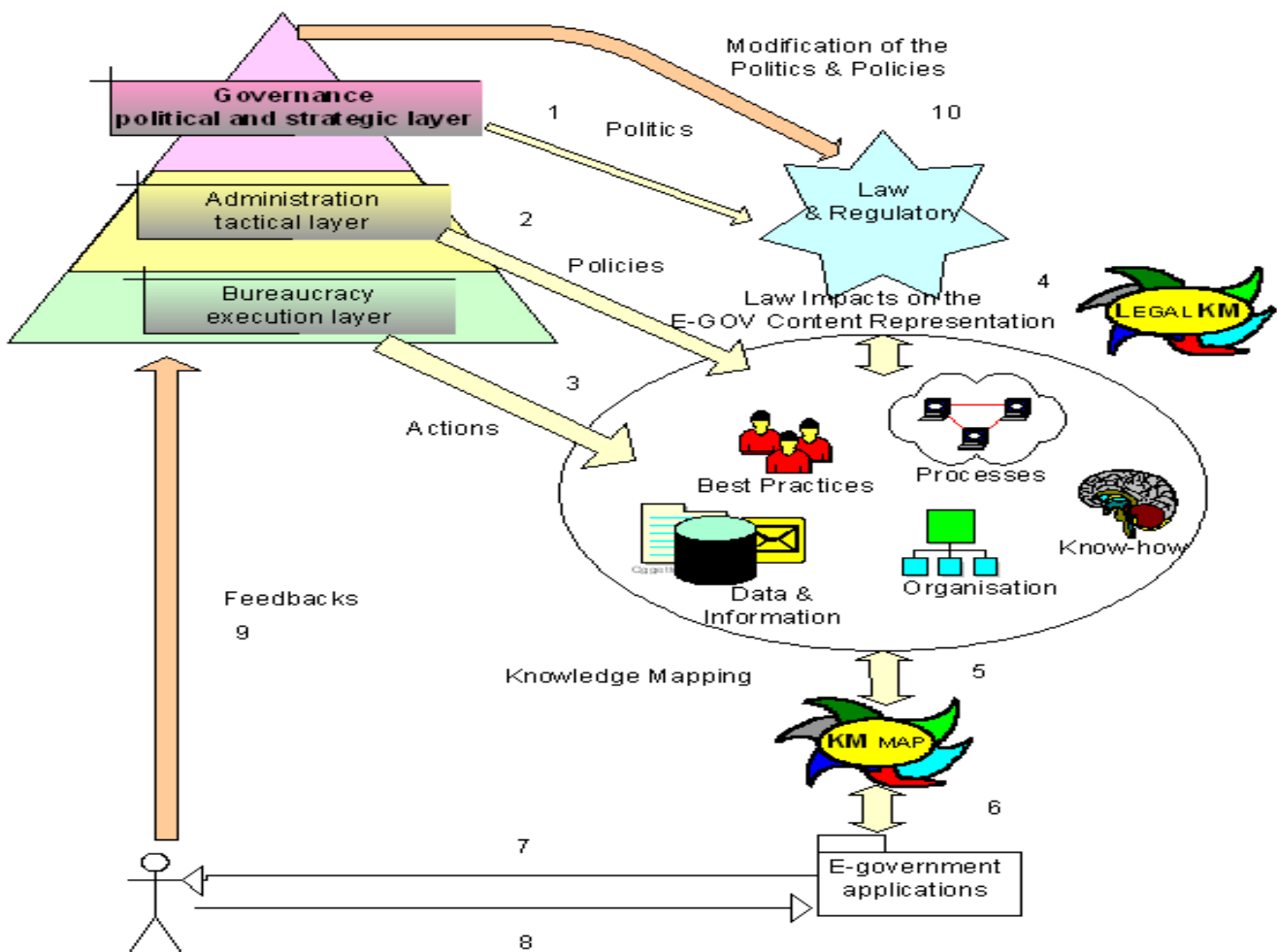
In plus, o analiza atenta asupra e-Guvernarii si potentialului de inovare in acest domeniu trebuie sa tina cont ca e-gov nu inseamna numai tehnologie, ci trebuie sa includa si elemente de strategie politica. Astfel, de multe ori exista tendinta de a uita ca modelele din e-Comert nu se transfera pur si simplu catre e-Guvernare intrucat guvernanta in administratia publica nu este acelasi lucru cu guvernanta din corporatii. Astfel, suplimentar fata de elementele strategice, tactice si operationale care se gasesc in companii, e-Guvernarea trebuie sa includa si procesele politice. Nivelul politic influenteaza toate politicile si actiunile guvernamentale aflate pe un nivel inferior in figura 6. Totusi, dupa cum se poate observa din aceeaasi figura, satisfactia cetatenilor poate influenta aceasta strategie politica prin bucla de feedback (sageata cu numarul 9).

Astfel, inovarea in serviciile din administratia publica trebuie sa tina cont de o multitudine de factori diferiti:



- Legislatie, reguli si practici;
- Detalii despre organizatiile si procesele guvernamentale;
- Tehnologie si continutul serviciilor;
- Cunostinte si capital uman;
- Comunicare si accesabilitate.

Numai lucrând cu toți acești factori într-o manieră holistică, poate fi posibil să fie evitate erorile făcute de e-Comert. E-Guvernarea efectivă necesită integrarea informațiilor de pe toate aceste nivele, ceea ce înseamnă inclusiv integrarea proceselor și modelelor organizatoriale.



**Figura 6 .** Complexitatea procesului de e-Guvernanta in care aplicatiile inglobeaza foarte multe cunostinte de pe niveluri diferite: politic, administrativ, strategic, birocratic (figura preluata din [3]).

### **1.3.2. e-Participare si e-Incluziune**

Dupa cum s-a mentionat si in sectiunea anterioara, unul dintre rolurile principale ale e- Guvernarii este de a oferi putere si de a include cetatenii in procesul de luare a deciziilor. Atat cetatenii, cat si sistemele democratice de guvernare pot beneficia din imbunatatirea accesului la informatiile si serviciile publice. Studiul Organizatiei Natiunilor Unite despre e- Guvernare [10] masoara canalele oferite de administratiile publice pentru participarea online a cetatenilor si modul in care le sunt ascultate opiniile, masurand astfel puterea oferita cetatenilor si includerea lor in luarea deciziilor. Astfel este definit un index pentru e- participare ce tine cont de mecanismele pentru consultarea si luarea deciziilor folosind opinia cetatenilor. Exista trei teste pentru evaluarea acestui index:

- Daca Guvernul publica online informatiile necesare pentru luarea deciziilor guvernamentale.
- Daca sunt oferite publicului oportunitati de a participa la consultari cu oficialii guvernamentali si institutiile care sunt responsabile de politicile guvernamentale.
- Daca cetatenii pot influenta direct deciziile, de exemplu prin vot online sau prin vot folosind telefoanele mobile.

Modalitatile prin care publicul poate fi implicat in luarea deciziilor si care sunt utile pentru stimularea e-participarii sunt foarte diverse, folosind principalul avantaj al Internertului: chiar si vocile marginalizate pot fi auzite online, mai ales cu aparitia si dezvoltarea Web- ului social. Cele mai frecvente modalitati de stimulare a e-participarii sunt:

- Folosirea chestionarelor de feedback si consultarea acestor rezultate;
- Folosirea sondajelor si votarii online si publicarea rezultatelor pe site-urile institutiilor publice si utilizarea acestor date in elaborarea politicilor publice;
- Folosirea Web2.0 si a retelelor sociale pentru comunicarea mesajelor importante;
- Integrarea uneltelor colaborative in site-urile ministeriale (de exemplu, wiki-uri si blog-uri);
- Utilizarea camerelor de chat;
- Utilizarea consultarii populatiei prin SMS;
- Monitorizare blog-urilor si grupurilor de pe retele sociale relevante pentru actul de guvernare;

- Creerea de catre administratia publica de pagini si grupuri in site-urile celor mai importante retele sociale;
- Oferirea cetatenilor a posibilitatii de a face propriile propuneri, care apoi sunt e-deliberate si folosite de administratiile centrale si locale in luarea deciziilor;
- Folosirea forumurilor de discutii, la care sa participe nu doar cetatenii, dar si oficiali guvernamentali seniori, cu putere de decizie;
- Oferirea de date suplimentare despre evenimentele de e-participare si e-incluziune viitoare (de exemplu, calendare, etc.).

E-participarea este la randul sau divizata in trei criterii diferite: e-informare, e-consulare si e-luarea deciziilor. E-informarea masoara daca administratia publica ofera acele informatii care incurajeaza si stimuleaza e-participarea. Aceasta include publicarea online a politicilor despre e-participare, a calendarului discutiilor si consultarilor, precum si utilizarea de unelte electronice pentru notificarea automata a cetatenilor care si-au manifestat interesul de a participa la aceste consultari. Principalele metode de e-consulare includ: sondaje online, voturi online, formulare de feedback, camere de chat, blog-uri, liste de stiri. Utilizarea uneltelor specifice Web2.0 este inca in faza incipienta. Indicatorul de e-luare a deciziilor masoara nivelul la care tarile sunt dedicate includerii opiniilor cetatenilor in elaborarea politicilor guvernamentale. Cele mai populare tehnologii sunt: utilizarea forumurilor de discutii, folosirea arhivelor discutiilor anterioare, oficialii guvernamentali raspund intrebarilor cetatenilor, oficialii modereaza e-consultari, folosirea petitiilor online si a voturilor online. Doar 9% dintre tarile monitorizate permit crearea, semnarea electronica de catre mai multi cetateni si trimiterea de petitii online catre autoritati in 2010.

### **1.3.3. e-Guvernare in Romania**

In raportul *e-Government in Romania* al Comisiei Europene [4] este prezentata starea actuala a serviciilor publice electronice din Romania. Desi este evidenta inapoierea acestor servicii fata de media europeana, este important de observat ca atat proiectul anterior, *e-guvernare.ro*, cat si noul proiect propus in 2010, *e-Romania*, sunt inca intr-o faza incerta de realizare, in special datorita lipsei finantarii si a problemelor cauzate de licitatiile publice. Totusi, acest raport prezinta starea de fapt a disponibilitatii serviciilor de e-Guvernare in Romania anului 2019, pe care le-am sintetizat in acest subcapitol. Fiind un raport al Comisiei

Europene, accentul s-a pus pe gradul de maturitate al celor 20 de servicii publice fundamentale prezentate in sectiunea 1.2.

Serviciile publice electronice pentru cetateni care au fost analizate sunt urmatoarele.

1. Serviciile pentru colectarea impozitului pe venit al cetatenilor
  - Adresa web: <https://www.ghiseul.ro/ghiseul/public>
  - Nivel de sofisticare: 2, 3 sau 4 (depinzand de orasul de resedinta)
  - Formularele pot fi semnate electronic, iar in 50% din municipalitati impozitele pe venit pot fi platite online
  
2. Cautarea unui loc de munca
  - <https://www.anofm.ro>
  - Nivel de sofisticare: 3
  - Locurile de munca pot fi cautate inca din 2002
  
3. Serviciu pentru urmarirea beneficiilor asistentei sociale
  - Ajutorul pentru somaj:
  - <http://www.mmuncii.ro>
  - <https://www.anofm.ro>
  - nivel de sofisticare: 2 (informatii online si formulare pentru download)
  - Alocatiile pentru copii:
  - <http://www.mmuncii.ro>
  - <http://www.mmanpis.ro/informatii-de-interes-public/plati-efectuate-de-anpis/alocatie-de-stat-pentru-copii/>
  - nivel de sofisticare: 1 (infomare)
  - Asigurari medicale:
  - <http://www.cnas.ro/page/verificare-asigurat.html>
  - nivel de sofisticare: 2 (informatii online si formulare pentru download)

- Burse scolare:
  - <https://edu.ro/>
  - nivel de sofisticare: 1 (infomare)
4. Eliberarea documentelor personale
- Pasaport:
  - <http://www.pasapoarte.mai.gov.ro/>
  - nivel de sofisticare: 2 (informatii online si formulare pentru download)
  - Carnet de conducere:
  - <https://www.drpciv.ro/>
  - Nivel de sofisticare: 2 (informatii online si formulare pentru download)
5. Serviciu pentru inmatricularea autovehiculelor
- <https://www.drpciv.ro/>
  - Nivel de sofisticare: 2
6. Eliberarea autorizatiilor de constructie
- Nu exista
7. Serviciu pentru monitorizarea declaratiilor la politie
- <https://politiaromana.ro/>
  - Nivel de sofisticare: 1
8. Serviciu pentru librariile publice
- <http://www.cultura.ro/>
  - Nivel de sofisticare: 2
9. Eliberarea certificatele personale

- Nu exista

10. Inscrierea in universitati

- <https://edu.ro/>

- Nu exista serviciu centralizat, posibilitatea de inscriere online depinde in functie de unviersitate

11. Serviciu pentru anuntarea schimbarii de domiciliu

- <https://www.mai.gov.ro/?s=schimbare+domiciliu>

- Nivel de sofisticare: 1

12. Servicii de sanatate pentru cetateni

- <http://www.ms.ro/>

- Nivel de sofisticare: 1

Serviciile adresate agentilor economici au un grad de sofisticare un pic mai bun decat cele adresate cetatenilor:

13. Plata si monitorizarea contributiile sociale

- <http://www.mfinante.gov.ro>

- Nivel de sofisticare: 4

14. Serviciu pentru plata impozitului pe profit

- <https://www.anaf.ro/>

- Nivel de sofisticare: 4

15. Serviciu pentru plata TVA

- <https://www.anaf.ro/>

- Nivel de sofisticare: 4

16. Inregistrarea operatorilor economici noi si modificarea datelor operatorilor economici existenti

- <https://www.onrc.ro/index.php/ro/>

- Nivel de sofisticare: 2

17. Date statistice ale operatorilor economici

- <http://www.insse.ro>

- Nivel de sofisticare: 3 sau 4

18. Serviciu pentru gestiunea declaratiilor vamale

- Nu exista

19. Eliberarea autorizatiilor de mediu

- <http://www.mmediu.ro/>

- Nivel de sofisticare: 2

20. Serviciu pentru achizitiile publice.

- <https://www.e-licitatie.ro/>

- Nivel de sofisticare: 4 sau 5

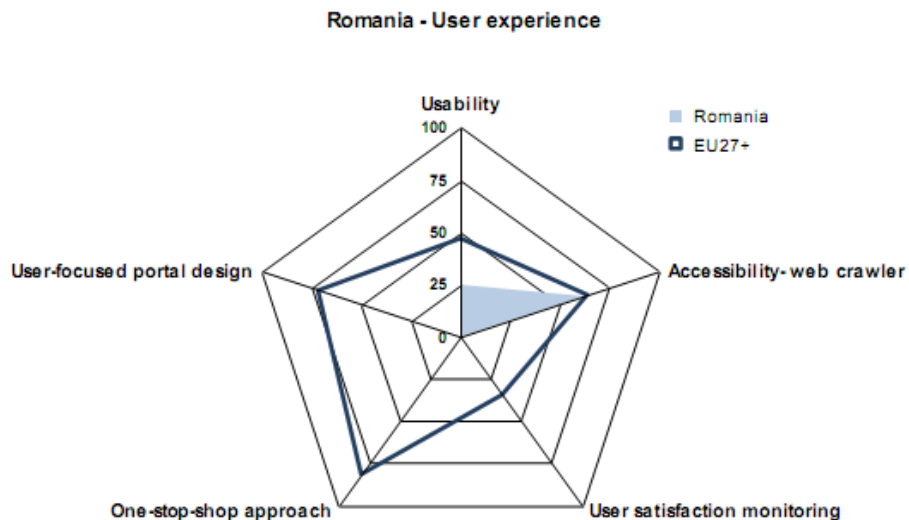
Concluzia este ca in Romania exista un nivel mare de fragmentare al serviciilor de e- Government si nu exista un *one-stop shop* (punct de contact unic, punct unic de asistenta). De asemenea, serviciile sunt deconectate, majoritatea sunt in stagii de dezvoltare incipienta, oferind doar informatii si comunicare intr-un singur sens, prin oferirea formularelor utile spre download. Se observa insa un inceput de punct unic de asistenta pentru companii, ceea ce este un lucru de laudat. In plus, serviciul de licitatii publice din Romania este considerat unul dintre serviciile cu cel mai mare succes si grad de sofisticare, fiind printre putinele servicii oferite la un nivel european.

#### 1.3.4. *Metrici de performanta in e-Guvernare*

In prezent, exista mai multe metrice de evaluare a performantei in e-Guvernare, dar cele mai importante sunt cele definite de catre Organizatia Natiunilor Unite si de catre Comisia Europeana. Cei mai importanti indicatori din cele doua metodologii sunt:

- *Modelul sofisticarii serviciului*, in 5 etape, definit de catre CE si discutat in sectiunea 1.2. Romania ocupa ultimul loc in UE conform acestui indicator si penultimul loc in EU27+.
- *Modelul de dezvoltare al serviciului public electronic*, definit de catre raportul ONU, foloseste numai 4 etape, dar care sunt foarte similare cu cele ale modelului anterior: etapa 1 – servicii de informare emergente, etapa 2 – servicii de informare avansate, etapa 3 – servicii transactionale si etapa 4 – servicii conectate, proactive. Practic, in acest model, etapa a doua de dezvoltare include nivelurile 2 si 3 din modelul propus de CE.
- *Indicatorul pentru eProcurement* ce masoara nivelul de dezvoltare al serviciilor pentru licitatie publica, considerat foarte important de catre CE. Romania are un scor de 36% pentru acest indicator, maximul fiind de 100%. Si acest indicator este format din 2 scoruri diferite: *pre-contract-award* si *post-award-transaction*, care masoara evolutia licitatiilor publice inainte de castigarea licitatiilor, respectiv modul in care se desfasoara tranzactia dupa ce licitatie publica a fost adjudecata.
- *Metrica pe 5 axe pentru evaluarea experientei cu utilizatorul* definita tot de CE. Cele 5 criterii de evaluare sunt: utilizabilitatea, accesibilitatea pentru cawlere web, monitorizarea gradului de satisfacere a utilizatorilor, utilizarea unei abordari de tipul *one-stop-shop* si design al unui portal axat pe utilizator. Din acest punct de vedere, Romania sta foarte rau intrucat pe 3 axe scorul sau este zero dupa cum se poate observa din figura 7.





**Figura 7 .** Indicatorul Romaniei pentru experienta utilizatorului in relatia cu serviciile publice electronice.

- *Indicatorul pentru e-participare* definit de catre ONU, care este format din 3 componente discutate in sectiunea 1.4.
- *Indicatorul general pentru e-Guvernare* utilizat de catre ONU, care combina scorul pentru nivelul de dezvoltare al serviciilor cu scorul indicatorului pentru e-participare.

Romania ocupa locul 47 in clasamentul oferit de ONU pentru acest indicator in 2010, cu un scor de 0.55/1.00.

#### **1.4. Servicii publice de consultanta si asistenta pentru mediul de afaceri**

Serviciul public de consultanta este un serviciu profesional de consiliere si, la cerere, de implicare, realizat de catre specialisti din institutiile publice si avand ca scop sprijinirea managerilor din mediul privat in realizarea obiectivelor de afaceri. Actiunile consultantilor pot fi corective, progresive sau creative.

Serviciile publice de consultanta si asistenta in managementul financiar fac parte din interventia publica pentru crearea unui mediu de afaceri favorabil dezvoltarii unei pietei libere, globalizate si competitive.

In Romania, in decursul timpului, serviciile de consultanta oferite de catre institutiile publice s-au diversificat, acoperind o arie larga de activitati de consultanta la nivel

national, regional, judetean si local. Regula generala ar fi ca aceste servicii sa fie oferite in mod gratuit, insa exista si exceptii in care institutiile publice regionale sau judetene pot oferi si servicii pe baze contractuale, contra cost. Spre deosebire de sectorul privat, institutiile publice ofera consultanta financiara, si de alta natura, alaturi de alte servicii publice specifice, pentru care au fost create.

Serviciile publice de consultanta si asistenta financiara pentru mediul de afaceri sunt oferite/ furnizate de urmatoarele categorii de institutii:

### ***Institutii si organizatii internationale***

Aceste servicii publice sunt adresate cu precadere sectorului IMM-urilor, dar nu numai. Dintre principalele servicii amintim:

- **Enterprise Europe Network:** o retea de peste 500 de organizatii din Europa ce furnizeaza servicii de informare despre politicile, programele si legislatia comunitara, cautare de parteneri de afaceri, brokeraj pentru transferul de tehnologii, evaluarea nevoilor materiale, financiare, de know-how etc.;
- **Euro Info Centrale:** acorda IMM-urilor servicii-suport in urmatoarele domenii tematice: programe si surse de finantare, cooperare in afaceri si cautare de parteneri, evaluarea calitatii si marcarea produselor, accesul pe noi piete, protectia mediului si dezvoltarea durabila, achizitii publice, dezvoltare tehnologica, societate informationala si e-business;
- **SOLVIT:** este o retea on-line disponibila statelor membre UE unde se cauta solutionarea problemelor transfrontaliere legate de: aplicarea impozitelor, libera circulatie a capitalurilor si a platilor, accesul pe piata al produselor si serviciilor, achizitiile publice etc.;
- **Portalul Europa voastra – Intreprinderi:** ofera informatii pentru societatile ce desfasoara activitati economice in alt stat din UE. Portalul este oferit in comun de catre Comisia Europeana si autoritatile nationale;
- **Programul de asistenta privind implementarea si respectarea legislatiei mediului de catre IMM-uri:** domeniile vizate in acest program sunt: reducerea poverii administrative, integrarea in activitate a normelor de mediu, imbunatatirea nivelului de know-how, cresterea gradului de comunicare intre organizatii etc.;

- **TechWeb destinat IMM-urilor:** ofera servicii de informare si resurse IMM-urilor ce doresc sa solicite finantare pentru cercetare in tehnologie;
- **InnovAccess:** ofera servicii de informare in domeniul proprietatii intelectuale;
- **Altele:** Reteaua Europeana a Centrelor de Afaceri si Inovare (C.A.I.); eMarket Services; Lexelator; Centrul de documentare privind responsabilitatea sociala corporatista; Comert electronic (site); Grupul de consultare a intreprinderilor europene (European Business Test Panel); Oficiul european pentru standardizare in domeniul comertului, artizanatului si al IMM-urilor (N.O.R.M.A.P.M.E.).

### ***Agentii publice romanesti***

- **Agentia pentru Implementarea Proiectelor si Programelor pentru Intreprinderi Mici si Mijlocii (A.I.P.P.I.M.M.)** asigura implementarea tehnica si financiara a proiectelor si programelor de sprijinire a infiintarii de noi intreprinderi si de sustinere a dezvoltarii sectorului IMM. Agentia are 13 oficii teritoriale cu 195 de posturi.
- **Agentia Nationala pentru Ocuparea Fortei de Munca (A.N.O.F.M.),** impreuna cu cele 42 de agentii judetene si peste 180 de agentii locale, ofera servicii somerilor si agentilor economici. Principalul sau obiectiv este cresterea gradului de ocupare a fortei de munca si implicit scaderea ratei somajului. Pentru indeplinirea acestui obiectiv organizeaza servicii de ocupare a fortei de munca, organizeaza, presteaza si finanteaza servicii de formare profesionala, realizeaza propuneri privind elaborarea proiectului de buget al asigurarilor pentru somaj, administreaza bugetul asigurarilor pentru somaj si prezinta Ministerului Muncii, Familiei si Protectiei Sociale rapoarte trimestriale si anuale privind executia bugetara, implementeaza programe finantate din Fondul Social European. Consultanta si asistenta pentru initierea unei activitati de intreprinzator se acorda, la cerere, persoanelor neincadrate in munca, sub forma de servicii juridice, de marketing, financiare, metode si tehnici eficiente de management etc.. Pentru someri si studenti, consultanta si asistenta pentru inceperea unei activitati independente sau

inițierea unei afaceri sunt gratuite.

- **Agentia Nationala de Consultanta Agricola (A.N.C.A.)**, aflata in subordinea Ministerului Agriculturii si Dezvoltarii Rurale, are la nivel judetean 41 de Oficii Judetene de Consultanta Agricola si, la nivel comunal, 546 de Centre Locale de Consultanta Agricola si Casele Agronomului. A.N.C.A. ofera servicii de adaptare a fortei de munca din mediul rural la economia de piata, de asistenta tehnica de specialitate, de elaborare de proiecte de ferme-model, de modele tehnico-economice cadru pentru culturi de plante si specii de animale, de proiecte de accesare a fondurilor europene etc..
- **Oficiul de Stat pentru Inventii si Marci (O.S.I.M.)** ofera servicii in domeniul proprietatii industriale. La cerere, ofera si consultanta de specialitate si cursuri de pregatire a specialistilor in domeniul proprietatii industriale. Centrele regionale O.S.I.M. se gasesc in Galati, Constanta, Bacau, Suceava, Harghita, Brasov, Mures, Maramures, Bistrita-Nasaud, Bihor, Timis, Dolj si Bucuresti.

#### ***Institutii publice descentralizate***

- **Institutii regionale, agentii de dezvoltare regionala.** A.D.R.-urile furnizeaza o serie de servicii publice grupate in 4 categorii principale: Managementul Programului Operational Regional 2014-2020; Programare regionala; Cooperare externa; si Promovare regionala.
- **Institutii publice judetene.** Aceste institutii au fost create pentru a furniza servicii de planificare strategica si operativa pentru autoritatile publice locale, inasa, in subsidiar, ofera si consultanta mediului de afaceri. Dintre cele mai importante enumeram: **Agentia de Dezvoltare economico-sociala Timis (ADETIM)** ce ofera servicii de consultanta si management de proiect, cat si sprijin in accesarea programelor de finantare, in vederea realizarii de obiective de investitii din sectorul public si privat; **Agentia de Dezvoltare Durabila a Judetului Brasov (ADDJB)** ce ofera servicii de consultanta pentru initiative de dezvoltare economica a judetului, de dezvoltare a patrimoniului istoric, arheologic si cultural, de dezvoltare a turismului zonal etc.; **Agentia de Dezvoltare Judeteană**

**Harghita** ofera servicii de consultanta financiara pentru dezvoltarea capitalului autohton si atragerea capitalului strain, promovarea oportunitatilor de afaceri si cooperare la nivel judetean, atragerea de fonduri europene s.a.; **Agentia de Dezvoltare economico- sociala Caras-Severin** ofera servicii de asistenta tehnica si consultanta intreprinderilor mici si mijlocii si investitorilor care prin activitatea lor imbunatatesc mediul economic din judet; **Agentia de Implementare a proiectelor de dezvoltare a judetului Arges** elaboreaza cereri de finantare si management de proiect, pregateste documentatie pentru proiectele de accesare a fondurilor europene nerambursabile; **Agentia de dezvoltare economico-sociala a judetului Hunedoara (ADEH)** acorda consultanta in domeniul promovarii si sprijinirii initiativei private si a ONG-urilor in vederea accesarii fondurilor structurale.

### ***Structuri asociative, fundatii, ONG-uri***

- Serviciile de consultanta furnizate de structurile asociative sunt concentrate in **centre de asistenta antreprenoriala (CAA)**, se adreseaza de obicei IMM-urilor si presupun informare, cercetare, organizare de evenimente, incubare, consultanta financiara. Exista astazi mai multe categorii de CAA si anume: centre UNDP (United Nations Development Programme) cu asistenta ONU, centre infiintate prin fundatia CRIMM (Centrul Roman pentru IMM-uri) si centre PAEM (Programme of Active Employment Measures) cu fonduri PHARE, centre finantate de British Know- How Fund, centre romano-americeane finantate initial de USAID (United States Agency for International Development), centre finantate de guvernele Germaniei, Olandei si altele.
- **Camerele de Comert** sunt in tara noastra in numar de 42, cea mai mare fiind Camera de Comert si Industrie a Romaniei si a Municipiului Bucuresti. Acestea sprijina si promoveaza operatorii economici din industrie, agricultura, comert, turism si servicii si acorda consultanta de afaceri, asistenta pentru constituirea si functionarea societatilor comerciale, facilitare de contracte de afaceri de tip bi si multiparteneriat, organizeaza misiuni de afaceri in strainatate etc.. De asemenea, se

organizeaza aici cursuri intensive pe probleme de organizare, conducere si programare in afaceri.

- Dintre **organizatiile neguvernamentale** care acorda consultanta mediului de afaceri sunt de mentionat:
  - **Consiliul National al Intreprinderilor Private Mici si Mijlocii din Romania (CNIPMMR)** ofera servicii cu tarif preferential pentru membri, constand in consultanta juridica, manageriala si de marketing, consultanta pentru intocmirea planurilor de afaceri, intocmirea dosarelor pentru accesarea diverselor surse de finantare, intocmirea formalitatilor pentru cumpararea activelor disponibile ale statului etc..
  - **Reteaua CDIMM** finantata din fonduri PHARE (Programul PHARE R9207) – din care au supravietuit si s-au dezvoltat CDIMM Braila, CDIMM Maramures si CDIMM Arges. Centrele ofera consultanta pentru evaluarea ideilor de afaceri, intocmirea planurilor de afaceri, finantarea afacerilor si management, intocmirea studiilor de fezabilitate pentru investitori, analize si proiectii financiare etc..
  - **Fundatia CRIMM**, dependenta aproape integral de fondurile PHARE, a fost nevoita sa isi restranga considerabil activitatea odata cu terminarea finantarii europene.
  - **Fundatia Post-Privatizare (FPP)** gestioneaza din februarie 2008 portalul pentru IMM-uri [www.esimplu.ro](http://www.esimplu.ro), cu cea mai vasta colectie de resurse on-line pentru acestea. Portalul a facut parte din programul PHARE CES 2006 ce s- a incheiat in februarie 2010. Din 2010 FPP se adreseaza antreprenorilor care au deja o afacere si celor care sunt gata sa accepte provocarile unui demers de infiintare a unei intreprinderi, atat in mod direct – prin consultanta in materie de fonduri structurale si surse de finantare, cat si indirect – prin intermediul Fondului Roman de Contragarantare, ce preia o parte din riscul asumat de catre fondurile de garantare, la acordarea garantiilor pentru creditele obtinute de IMM-uri.

### **1.5. Servicii publice de consultanta si asistenta pentru accesarea de fonduri nerambursabile**

Acestea constau in pregatirea accesarii fondurilor nerambursabile prin:

- analiza eligibilitatii aplicantului si respectiv a proiectului acestuia;
- asistenta in stabilirea grupului tinta in conformitate cu prevederile programului de finantare;
- stabilirea de solutii pentru incadrarea proiectului in conditiile programului de finantare nerambursabila;
- asistenta la identificarea de parteneri eligibili pentru proiect;
- asistenta la stabilirea rolurilor si responsabilitatilor in cadrul parteneriatului incheiat pentru implementarea proiectului;
- consultanta la alocarea resurselor (materiale si umane) necesare si intocmirea bugetului alocat pentru implementarea proiectului;
- realizarea documentatiei de accesare a programului de finantare;
- asistenta la pregatirea documentelor insotitoare cererii de finantare;
- asistarea clientului in relatia cu Autoritatea Contractanta;
- consultanta pentru pregatirea documentelor in vederea pre-contractarii finantarii nerambursabile.

### **1.6. Servicii publice de consultanta si asistenta la implementarea proiectelor finantate din fonduri nerambursabile**

Se menționează aici trei categorii de servicii:

Servicii referitoare la *managementul procedural al finantarii*:

- consultanta pentru insusirea de catre client a procedurilor (tehnice si financiare) de lucru in cadrul programului/programelor de finantare nerambursabile;
- asistarea clientului in relatia acestuia cu autoritatea contractanta in

procesul de implementare a proiectului;

- asistarea clientului la gestionarea documentelor justificative aferente implementarii activitatilor prevazute in proiect;
- consultanta la intocmirea raportarilor periodice catre autoritatea contractanta in vederea realizarii decontarilor cheltuielilor realizate pentru proiect.

Servicii referitoare la *managementul de proiect*:

- consultanta la implementarea activitatilor proiectului printr-un management eficient al timpului (grafic realizare activitati) si al resurselor (buget);
- asistarea clientului la organizarea, gestionarea si monitorizarea activitatilor in vederea atingerii obiectivelor asumate prin proiect.

Servicii referitoare la *consultanta achizitii publice de servicii si bunuri*:

- pregatirea documentatiilor/dosarelor pentru atribuirea contractelor de achizitie publica prin procedurile specifice legislatiei achizitiilor publice;
- consultanta pentru pregatirea si desfasurarea procedurilor de achizitie;
- asistarea clientului in vederea obtinerii avizelor Autoritatii Contractante pentru procedurile de atribuire derulate;
- asistarea clientului la desfasurarea contractelor de achizitie si la eligibilitatea cheltuielilor efectuate.

## **2. Tehnologii software pentru serviciile din administratia publica**

In cadrul acestui capitol sunt prezentate principalele tehnologii folosite pentru dezvoltarea serviciilor electronice folosite in e-Guvernare, punandu-se accentul pe servicii Web, arhitecturi orientate spre servicii si Web semantic. In ultima parte a capitolului este prezentat potentialul de inovare in domeniul serviciilor software folosite in administratia publica.



## 2.1. Servicii Web

Un serviciu web reprezinta orice serviciu disponibil pe Internet, care foloseste un sistem de mesaje standardizat XML si care nu este legat de nici un sistem de operare sau de un calculator.

Acum cativa ani serviciile web nu erau suficient de rapide pentru a fi considerate interesante. Dar, datorita dezvoltarii majore a tehnologiilor din ultimii ani, cei mai multi oameni si cele mai multe companii au conexiune broadband (in banda larga) si au folosit web-ul din ce in ce mai mult. Cand platformele majore au putut accesa Web-ul folosind browserele Web, diferite platforme au putut sa interactioneze. Pentru ca aceste platforme sa interactioneze, au fost dezvoltate aplicatiile Web.

Serviciile web au dus aplicatiile Web la urmatorul nivel de dezvoltare. Folosind serviciile web, aplicatia ta isi poate publica functiile sau mesajele catre toata lumea ce foloseste Web-ul. Folosind serviciile web, departamentul economic bazat pe un server Windows se poate conecta la un alt server ce ruleaza Unix.

Serviciile web au doua tipuri de utilizare. In primul rand *componentele unui serviciu web sunt reutilizabile*. Sunt lucruri de care aplicatiile au nevoie foarte des. Deci de ce sa construim aceste lucruri mereu cand putem sa le reutilizam? De aceea au fost create serviciile web. Serviciile web pot oferi aplicatiilor componente precum conversia valutara, rapoarte de vreme si chiar traducerea unui limbaj ca serviciu. In al doilea rand, serviciile web conecteaza aplicatii existente deja. Ele ajuta sa rezolvi problema *interoperabilitatii*, permitand schimbul datelor intre diferite aplicatii si diferite platforme. Aceste reprezinta 2 *avantaje* majore ale serviciilor web.

Avantajele serviciilor web sunt:

- interoperabilitatea intre aplicatii
- reutilizarea serviciilor existente
- distribuire usoara a informatiei intre consumatori
- dezvoltare rapida

## 2.2. Potential de inovare

Datorita faptului ca definitia e-Guvernarii este foarte vasta si implica folosirea oricaror tehnologii informatice si de telecomunicatii pentru imbunatatirea serviciilor administratiei publice, inclusiv a implicarii si participarii active a cetatenilor la procesul de guvernare, exista un potential imens de inovare din foarte multe de vedere. Cum tehnologiile IT&C sunt in permanenta dezvoltare, si guvernarea electronica trebuie sa tina pasul cu acestea si sa le foloseasca eficient, atat in folosul cetatenilor, cit si in folosul functionarilor publici. De aceea, in cadrul acestei sectiuni sunt prezentate doar directiile principale de evolutie ale e-Guvernarii in urmatoarea perioada, pentru a tine pasul cu ultimele avansuri tehnologice si cu asteptarile utilizatorilor.

### 2.2.1. Noi capacitati ale serviciilor publice electronice

Probabil cel mai important avantaj adus de catre serviciile de e-Guvernare, il reprezinta *deschiderea si transparenta* in serviciile de administratie publica oferite cetateanului. Din acest punct de vedere, toate tehnologiile care *sprijina e-participarea si e-implicarea* cetatenilor in guvernare vor fi din ce in ce mai utilizate in viitorul apropiat: retele sociale, forumuri de discutii moderate de oficiali, wiki-uri colaborative, propunerea de e-petitii de catre e-cetateni si posibilitatea votarii/semnarii acestor e-petitii de catre alte persoane pentru a ajunge sa fie discutate de administratia publica. In general, toate tehnologiile Web2.0 si cele ce vor permite si implica cetatenii in diverse forme de dezbateri cu exprimarea acordurilor si dezacordurilor, vor fi folosite pentru a ajunge la ceea ce se numeste *e-democratie*.

Un alt aspect important pe care serviciile publice electronice il vor aduce este reprezentat de posibilitatea de *definire si monitorizare stricta a fluxurilor de activitati*. Astfel, se pot aduce imbunatatiri chiar in productivitatea procesului legislativ prin urmarirea si modificarea acelor activitati care sunt deficiente sau introduc latente.

### **2.2.2. Dezvoltarea interactivității cu utilizatorii**

Interacțiunea cu utilizatorii a serviciilor publice electronice reprezintă un capitol important pentru a asigura ușurința navigării, posibilitatea de acces la servicii în condiții cât mai variate și a crește satisfacția clienților. Din acest punct de vedere, un prim aspect care trebuie luat în considerare datorită avansului tehnologic este acela al *accesibilității serviciilor publice în rețelele și pe echipamentele mobile* (precum telefoane mobile, tablete mobile, PDA, etc.) Odată cu transformarea Web-ului spre acceptarea acestor noi modalități de interacțiune, și serviciile publice trebuie să urmeze aceeași evoluție pentru a fi cât mai utile clienților săi. Legat de acest aspect, trebuie avute în vedere și *noile forme de interacțiune* ce sunt datorate atât tehnologiilor mobile, dar și avansului din alte domenii: tehnologii colaborative, prelucrarea limbajului natural. Astfel, serviciile de e-Guvernare trebuie să se orienteze spre a folosi noile dezvoltări cauzate de Web-ul social și de avansul din regăsirea informației și mineritul textelor (cautări inteligente, etc.)

Un alt aspect important din această categorie îl reprezintă *standardizarea* serviciilor publice electronice, a accesului la aceste servicii, a modului de interacțiune cu serviciile, precum și a datelor interschimbate între servicii și utilizatori. Relevant din acest punct de vedere este ideea apariției *punctelor unice de acces (one-stop shop)*, care să permită accesul la toate serviciile publice din același loc, folosind aceleși date de autentificare și urmărind aceleși pași și aceiași pași.

Toate serviciile publice, trebuie să beneficieze de *modularitate și adaptabilitate* pentru a putea atinge al cincilea nivel de sofisticare definit de CE și să devină servicii proactive, complet automatizabile, care să permită și personalizarea serviciilor pentru fiecare tip de utilizator. Un aspect oarecum legat de personalizare, dar mai avansat, îl reprezintă *accesibilitatea* serviciilor publice electronice, în special pentru persoanele cu dizabilități de vedere.

În interacțiunea cu utilizatorii nu trebuie neglijat nici aspectul important al *securității datelor și autentificării*. Utilizatorii trebuie să aibă încredere că datele comunicate de către ei în mod electronic vor fi disponibile numai autorităților

statului si ca hiper-supravegherea de catre anumiti angajati nu este posibila. Din acest punct de vedere, toate datele trebuie sa fie comunicate incryptat si sa fie semnate electronic de catre utilizatori pentru a nu permite repudierea acestora. Numai astfel se poate ajunge la o *e-Guvernare sigura*, care trebuie sa fie dublata cu *politici clare de acces la informatiile publice* atat de catre cetateni, dar si de catre functionarii publici.

De asemenea sunt foarte multe aspecte de interactiune om-calculator si design al aplicatiilor care trebuie avute in vedere, precum ergonomie, utilizabilitate, navigabilitate, etc.

### **2.2.3. Managementul identitatii electronice**

Un element crucial al serviciilor publice electronice il reprezinta *securitatea si confidentialitatea datelor* trimise de contribuabili catre autoritatile publice. Acestea sunt asigurate cu ajutorul semnaturilor digitale, dar si a sistemelor de chei publice (PKI) cu care se face incryptarea datelor comunicate. Insa utilizarea sistemelor de autentificare si identificare digitala, aduc probleme la nivelul *confidentialitatii datelor de identificare digitala*. In acest context, apar sisteme complexe de gestiune a identitatilor electronice, multe dintre ele bazate pe *ontologii si taxonomii* care sa permita existenta diferitelor nivele de identitate, roluri si acces la date. Aceste sisteme de management a semnaturilor digitale si a eldentitatii (eID) sunt esentiale nu doar pentru functionarea serviciilor publice la nivel national, ci chiar european si *transfrontalier*, in general. Din acest punct de vedere, Comisia Europeana finanteaza un proiect european complex numit STORK (*Secure idenTity acrOss boRders linKed*) pentru a permite recunoasterea transfrontaliera a sistemelor pentru eID si pentru a permite accesul oricarui cetatean european ce are un eID la serviciile publice din 18 tari europene (pentru detalii, se poate consulta site-ul proiectului <https://www.eid-stork.eu/>). Scopul proiectului este de a permite tuturor cetatenilor din UE sa isi poata dovedi identitatea si sa foloseasca sistemele nationale de identificare electronica (parole, carduri de identitate, chei publice, telefoane mobile, etc.) in orice alta tara din UE.

Un rol important in asigurarea identificarii electronice il au si tehnologiile noi, precum cele de *identificare biometrica* a cetatenilor. Acestea combina *tehnologia cardurilor destepete* folosite pentru identificare si autentificare cu utilizarea datelor biometrice, precum: recunoasterea amprentelor, recunoasterea irisului sau recunoastere faciala. Deja aceste tehnologii sunt folosite pentru pasapoartele biometrice sau ePasapoarte in mai multe tari. Chiar acolo unde nu sunt folosite date biometrice, cardurile destepete sunt folosite uzual pentru identificarea si autentificarea persoanelor in realizarea tranzactiilor online cu serviciile publice, dar cu servicii comerciale private.

Totusi, desi toate aceste tehnologii sunt folosite pentru a asigura securitatea datelor si a evita fraudele, trebuie avuta in vedere *si increderea publicului si acceptabilitatea* lor de catre cetateni si companii. In acest context, utilizarea datelor biometrice sunt privite cu lipsa de incredere, atat de catre cetateni, care considera aceste dispozitive ca pe o tentativa de invadare a dreptului lor la libertate, datorita posibilitatii urmaririi activitatilor lor de catre stat, dar si de catre experti, care considera ca aceste tehnologii nu sunt sigure la atacurile electronice, replicare si falsificare. Rezulta ca ultimul aspect care trebuie avut in vedere la acest capitol este cel al *prevenirii atacurilor asupra identitatii electronice*, inclusiv falsificarea dispozitivelor pentru identificare, dar si a datelor care sunt transmise.

#### **2.2.4. Interoperabilitatea serviciilor publice electronice**

Pentru ca serviciile publice electronice sa aiba o rata mare de adoptie si sa corespunda necesitatilor, este necesar sa se asigure *cooperarea si interoperabilitatea* intre diversele servicii publice si independenta de furnizori. Interoperabilitatea serviciilor publice este pe cel puțin trei nivele: *tehnologica* – furnizarea serviciului sa nu depinda de folosirea unei anumite tehnologii si schimbarea tehnologiei sa fie usor de realizat, *organizationala* – serviciile sa fie usor de adaptat in functie de schimbarile suferite de procesele si organizarea administratiei publice, si *semantica* – datele salvate trebuie sa fie usor de interpretat si folosit in alte contexte. Pentru realizarea interoperabilitatii la nivel tehnologic se pot folosi serviciile Web, arhitectura orientata pe servicii sau

diverse software-uri si tehnologii open-source, componente ce pot fi usor schimbate fara a afecta intregul sistem. Pentru a asigura interoperabilitatea la nivel organizational, un rol foarte important au definitia politicilor si standardizarea serviciilor publice electronice, utilizarea de arhitecturi de tip *enterprise* ce pot fi usor adaptate la modificarile organizationale (la nivel de resurse, procese sau date). Ultimul aspect, cel al interoperabilitatii semantice a datelor se poate atinge prin folosirea tehnologiilor si serviciilor specifice *Web-ului semantic*, utilizarea de ontologii specifice proceselor, cu mapari intre diferitele ontologii folosite de organizatii diferite. O alternativa la Web-ul semantic o reprezinta salvarea de metadate si folosirea taxonomiilor. In orice caz, *managementul cunostintelor* folosite de serviciile publice electronice devine o problema din ce in ce mai dificila.

### **2.2.5. Managementul cunostintelor**

Odata cu evolutia si diversificarea serviciilor publice electronice, managementul cunostintelor devine o problema din ce in ce mai dificil de rezolvat. Astfel, sursele de cunostinte sunt *fragmentate si eterogene*, provenind de la diverse servicii, iar integrarea lor este necesara pentru a folosi la maxim aceste date, atat de catre functionarii publici, dar si de catre cetateni si companii.

Problema devine si mai dificila odata cu dezvoltarea mecanismelor de e-participare si e- incluziune, prin care sunt introduse medii complexe, care de multe ori pot fi colaborative si dinamice in timp. Oferirea de informatii in mod interactiv utilizatorilor va trebui si ea rezolvata, putand aparea situatii in care acestia fac cereri ne-predictibile, care pot da nastere chiar la situatii conflictuale din cauza cererilor mai multor utilizatori. Pentru a rezolva cu succes astfel de probleme, serviciile trebuie sa fie gandite astfel incat sa fie *adaptabile* la necesitatile fiecarui utilizator, mergand pana la servicii avansate, *evolutive si auto-extensibile*.

Odata cu evolutia in timp, se va pune problema ca serviciile publice sa ofere *asistenti personali inteligenti* pentru fiecare utilizator care sa foloseasca tehnici de regasirea informatiilor, prelucrarea limbajului natural si invatare automata, mergand chiar la dezvoltarea de *agenti inteligenti* care sa asiste utilizatorul in functie de profilul si de istoricul acestora. Mai mult, se poate

dovedi necesar ca in timp sa apara *sisteme de recomandare* specifice pentru rezolvarea anumitor probleme ale utilizatorilor, in special folosind tehnicile de filtrare si recomandare colaborativa, profitand astfel de volumul mare de date si de utilizatori din sistem.

În vederea atragerii cetățenilor spre utilizarea serviciilor electronice, autoritățile publice au posibilitatea de a dezvolta diferite site-uri destinate unor probleme de interes actual.

Important de menționat este faptul că trebuie să se accentueze importanța progresului, a inovării și a cercetării, să se susțină eParticiparea și eDemocrația prin testarea votării online la alegerile locale și creșterea opțiunilor pentru participarea cetățenilor în procesele de luare a deciziilor ale instituțiilor publice.

De asemenea, autoritățile ar trebui să întreprindă o campanie de informare și educare în masă a cetățenilor privind e-Guvernarea și serviciile oferite prin intermediul mijloacelor electronice, o altă etapă fiind reprezentată de instituirea obligativității instituțiilor publice de a efectua plățile doar prin transfer electronic în zonele în care acest lucru este posibil.

### **3. Marketingul public**

Interacțiunea cu utilizatorii a serviciilor publice electronice reprezintă un capitol important pentru a asigura ușurința navigării, posibilitatea de acces la servicii în condiții cât mai variate și a crește satisfacția clienților. Din acest punct de vedere, un prim aspect care trebuie luat în considerare datorită avansului tehnologic este acela al *accesibilității serviciilor publice în rețelele și pe echipamentele mobile* (precum telefoane mobile, tablete mobile, PDA, etc.) Odată cu transformarea Web-ului spre acceptarea acestor noi modalități de interacțiune, și serviciile publice trebuie să urmeze aceeași evoluție pentru a fi cât mai utile clienților săi. Legat de acest aspect, trebuie avute în vedere și *noile forme de interacțiune* ce sunt datorate atât tehnologiilor mobile, dar și avansului din alte domenii: tehnologii colaborative, prelucrarea limbajului natural. Astfel, serviciile de e-Guvernare trebuie să se orienteze spre a folosi noile dezvoltări cauzate de Web-

ul social și de avansul din regăsirea informației și mineritul textelor (cautări inteligente, etc.).

Un alt aspect important din această categorie îl reprezintă *standardizarea* serviciilor publice electronice, a accesului la aceste servicii, a modului de interacțiune cu serviciile, precum și a datelor interschimbate între servicii și utilizatori. Relevant din acest punct de vedere este ideea apariției *punctelor unice de acces (one-stop shop)*, care să permită accesul la toate serviciile publice din același loc, folosind aceleași date de autentificare și urmărind aceleași proceduri și aceiași pași.

Sectorul public este analizat tot mai atent în ultima perioadă, pornindu-se de la premisa că un sector public mai eficient și mai orientat spre public facilitează o anumită performanță economică. În cadrul dezbaterii actuale din societatea românească, puternic încărcată ideologic, privind necesitatea existenței unui stat puternic care să poată corecta disfuncționalitățile sociale sau, dimpotrivă, necesitatea unui mai maleabil, redus ca organizare instituțională și care să stimuleze creșterea economică, analiza statului și a sectorului public și a rolului acestora reprezintă ceva firesc.

O definiție a marketingului se regăsește în lucrarea *Principiile marketingului* a lui Philip Kotler: „marketingul este un proces social și managerial prin care indivizii sau grupuri de indivizi obțin ceea ce le este necesar și doresc prin crearea, oferirea și schimbul de produse și servicii având o anumită valoare”. Dacă ar fi să simplificăm, ar însemna că marketingul reprezintă realizarea activităților economice care dirijează fluxul bunurilor și serviciilor de la producție la consumator sau utilizator. Mai concret, marketingul este știința de a-i convinge pe clienți să cumpere un produs.

Astfel, marketingul ar putea fi o formă de inovație socială pentru sectorul public, fiind o soluție nouă pentru problemele frecvente ale sistemului public de promovare a programelor sale, a necesității și a efectelor acestora. Pentru sectorul public, **marketingul reprezintă abilitatea de a obține și a menține beneficiari mulțumiți de programele dezvoltate și implementate de către sectorul public.**



Principala diferență față de marketingul comercial este aceea că nu li se vinde pur și simplu un produs, ci li se poate prezenta, de pildă, de ce consumarea în exces a unui anumit produs, fie el un aliment de bază, de exemplu, poate fi nocivă. În acest sens, putem menționa campania de informare a Ministerului Sănătății Publice, difuzată la televiziunile românești, prin care se menționează nocivitatea consumului excesiv de sare, zahăr și grăsimi pentru organism. *Marketingul public promovează programele dezvoltate de către sectorul public către beneficiari prin mijloace preluate de la marketingul comercial, dar nu are ca obiectiv principal și finalitate vinderea unui produs anume.* Obiectivul marketingului public este, în cele din urmă, unul utilitarist, adecvat scopului pentru care există sistemul public.

<b>Organizații publice</b>	<b>Organizații private</b>
Sunt de regulă monopoluri.	Operează pe piețe competitive.
Deservesc interesele cetățenilor.	Maximizează profitul investițiilor.
Sunt conduse direct sau indirect de lideri politici, care ar trebui să reflecte interesele cetățenilor.	Liderii firmelor răspund în fața acționarilor și consiliilor de conducere; ei cauzează maximizarea profitului.
Sunt expuse dominant mass-media și atrag atenția publicului prin natura activității.	Nu sunt expuse major mass-media.
Organizațiile de stat sunt mai rigide datorită procesului de luare în considerare și implementare a deciziei.	Sunt mai flexibile, se mișcă mai ușor pentru că decizia se ia într-un singur for de conducere.
Distribuie, redistribuie și reglementează resursele.	Produc și distribuie resurse.
Sunt uneori finanțate necorespunzător în plus sau în minus.	Sunt finanțate conform propriei productivități sau dacă decizia de investiție este fezabilă.

Cetățenii, priviți ca <i>stake-holders</i> , sunt de multe ori prost informați și neîncrezători în guvern.	Investitorii și acționarii sunt bine informați și monitorizează în permanență activitatea companiei și a pieței în care evoluează.
--	--

Sursa: Kotler, Lee, 2008, p. 18.

Preluarea specifică a tehnicilor de marketing de către sectorul public reprezintă o formă de inovație socială, tocmai în sensul în care, prin intermediul tehnicilor de marketing, se oferă o soluție la o problemă reală a sectorului public: menținerea beneficiarilor (cetățenilor) informați și oarecum mulțumiți de rezultatele dezvoltării și implementării programelor derulate de către sectorul public.

Din cauza extinderii birocrăției până la niveluri de neconceput în urmă cu câteva decenii, se poate spune că, într-adevăr, orice tip de guvernare are disfuncționalitățile și neajunsurile sale. Cu toate acestea, existența statului și a sectorului public stimulează încrederea în dezvoltarea economică proinvestițională, în planificarea strategică, face posibilă implicarea sectorului organizațiilor nonguvernamentale în sfera serviciilor publice etc.

Un important beneficiu public din societate ar putea fi **grija pentru viața oamenilor și pentru calitatea vieții**. Pentru crearea unui sistem de beneficii publice de bază este nevoie de o guvernare sustenabilă. Prin intermediul administrației publice, guvernele conștientizează nevoile anumitor grupuri de beneficiari, politicile care trebuie revizuite și noile politici care trebuie introduse pentru ca societatea să ofere serviciile publice necesare. Din punct de vedere teoretic, utilizarea pârghiilor birocratice într-o democrație ar trebui să fie dificilă pentru că birocrăția este elitistă, restrânsă și funcționarii săi sunt în general bine documentați, pe când democrația este pluralistă, generalizatoare și slab documentată. Cu toate acestea, pentru menținerea unor societăți adaptate, reconcilierea dintre aceste două realități este foarte necesară.

**Asigurarea serviciilor publice de importanță maximă pentru interesul public** este al doilea rol major al sectorului public. Astfel, o societate nu ar putea supraviețui fără menținerea siguranței naționale, a ordinii publice, prevenirea și combaterea dezastrelor sau evenimentelor naturale dezastruoase, amenajarea teritoriului, furnizarea de energie electrică, susținerea unui sistem sanitar sustenabil etc. Uneori, anumite servicii publice funcționează mai eficient dacă se află sub o comandă centralizată de stat. De exemplu, cum am putea să ne gândim că Poșta Română ar funcționa, de fapt, prin intermediul a 4–5 companii mari de curierat și că instituția în sine nu ar mai exista? Ar fi destul de dificil în acest moment, mai ales pentru că Poșta Română este, încă, unul dintre principalii distribuitori ai pensiei pentru vârstnici și a alocației pentru copii, prin intermediul unui contract pe care-l are cu Ministerul Muncii. În Marea Britanie, prin intermediul poștei, o companie financiară internațională a dezvoltat plata beneficiilor sociale printr-un card electronic special de tipul „electronic benefits system” (cardul nu este unul bancar clasic). Acest lucru a fost posibil datorită încrederii pensionarilor și a altor tipuri de beneficiari în instituția Poștei Marii Britanii.

Există o serie de servicii publice necesare pe care nici sectorul privat nici cel nonguvernamental nu le pot asigura cu resursele lor. Aceste servicii trebuie să fie asigurate în mod firesc de către sectorul public. Pentru că aceste servicii sunt asigurate, de regulă, prin contribuția tuturor, există o preocupare normală pentru ca gestionarea resurselor folosite pentru asigurarea lor să fie cât mai eficientă.

O parte dintre nemulțumirile legate de lipsa de eficiență a programelor dezvoltate de stat le resimte și o parte a populației. Astfel, constatăm cu toții că:

- plătim taxe de drum și roviniete de toate tipurile, pentru ca în final starea autostrăzilor și a drumurilor să rămână la fel sau să se îmbunătățească prea puțin;

- impozitele plătite de o persoană fizică sau de un mic întreprinzător sunt destul de multe și sunt percepute ca fiind împovărătoare;

- polarizarea societății rămâne un fenomen real în ciuda evidențierii de către guvernanți a scăderii ratei sărăciei, cetățenii săraci devenind tot mai

săraci și intrând într-un cerc vicios al sărăciei (lipsa unui loc de muncă, lipsa unui venit, familie dezorganizată, lipsa protecției sociale etc.);

– sistemul educațional se degradează, în ciuda reformelor încercate, a investițiilor în infrastructură și a implementării de politici europene etc.

Devine foarte clară necesitatea ca sectorul public să-și îmbunătățească imaginea și activitatea, pentru a crește încrederea publicului beneficiar, adică a cetățenilor. Astfel, sectorul public se va putea baza și în continuare pe suportul acestora sau, cel puțin, pe lipsa unei reacții adverse față de funcționarea sa. Dacă nu există acest sprijin foarte bine cristalizat în conștiința publică, este posibil ca grupurile sociale să inițieze mișcări ample de protest sau tendințe de apropiere față de candidați pentru Parlament care promet reducerea statului și scăderea drastică a impozitării.

Dezvoltarea conceptului de *management public* la noi în țară și diferențierea clară a relației dintre decizia politică și cea de management a dus la o schimbare de paradigmă în ceea ce privește organizarea și funcționarea instituțiilor publice. Acestea trebuie să aibă ca scop *eficiența instituțională*, în sensul de a *furniza cu succes serviciile publice pentru care au fost create*. Accentul pus pe eficiență a făcut ca administrația publică contemporană să se profesionalizeze, în sensul în care distincția clară între stabilirea scopurilor și alegerea mijloacelor nu mai operează astfel, deoarece scopurile și mijloacele alese suferă redefiniri de-a lungul implementării lor procesuale. Mediul de acțiune al politicilor publice a devenit unul dinamic, greu predictibil, planificarea strategică jucând, astfel, un rol esențial, care are în vedere opțiunile posibile în raport cu diferitele scenarii/ căi de acțiune (*scenarios*). Administrația publică a trecut, astfel, de la un sistem bazat pe aplicarea legislației existente la administrarea prin programe de dezvoltare, care presupune o creștere a rolului expertizei tehnice în analiza, implementarea, monitorizarea și evaluarea diferitelor opțiuni de politică publică. În afara influențelor factorilor politici, culturali, juridici sau de altă natură asupra eficienței procesului administrativ, factorul uman are cel mai important rol în activitățile și performanțele sectorului public, ca de altfel în orice organizație. Astfel, în ultimii ani s-a solidificat legătura între cultura administrativă și cea a managementului organizației, promovându-se *noul management public*. Eficiența activității din sectorul public este direct

proporțională cu folosirea eficientă a personalului și cu rezultatele muncii sale. Analiza politicilor publice de către funcționarii cu responsabilități în domeniu are menirea de a facilita deciziile politice luate de oamenii politici și de a le apropia, prin formularea de recomandări, de posibilitatea punerii acestora în practică.

Administrația publică este un liant de reconciliere între birocrație și democrație. Scopul administrației publice este de a promova o înțelegere superioară a guvernării și a relației acesteia cu societatea pe care o conduce. De asemenea, administrația publică trebuie să promoveze politici publice mai sensibile la nevoile sociale dar și să instituie practici manageriale adecvate eficacității.

Dacă ar fi să ne ghidăm conform principiilor utilitariste, în special ale utilitarismului altruist propus de J. S. Mill, scopul instituțiilor publice este să facă „binele cel mai mare unui număr cât mai mare de oameni”. Binele public, în acest sens, are **trei dimensiuni**: una socială, una economică și una ecologică.

Intensitatea activității de marketing dintr-o societate comercială se poate măsura în funcție de numărul produselor noi dezvoltate, politica de prețuri, canalele de distribuție, relațiile publice, publicitatea, promovarea vânzărilor și forța de vânzări (*sales force*). Una dintre cele mai importante funcții ale marketingului din sectorul comercial este cea de **management de produs**. Ea este la fel de importantă în sectorul public. Managerii și directorii instituțiilor sunt răspunzători de asocierile pozitive sau negative care le vin oamenilor în minte referitor la instituțiile pe care le conduc. Pentru a crea imaginea unei mărci solide, managerii parcurg **șase etape**: stabilirea obiectivului, identificarea publicului-țintă, stabilirea identității mărcii, elaborarea promisiunii asociate mărcii, determinarea poziției mărcii relativ la concurență și alegerea elementelor mărcii. Instituțiile au ca obiective să influențeze cetățenii în așa fel încât aceștia să participe la programe, să folosească serviciile publice sau să respecte regulile și legile. **Mesajul** este conceput cu gândul la diferite categorii de persoane, cele care vor trebui influențate în principal, chiar dacă mulți cetățeni vor recepționa mesajul. Identitatea mărcii poate fi pur și simplu completată în propoziția „vreau ca publicul-țintă să vadă marca mea astfel...” Mesajul trebuie să transmită **avantajele** de care beneficiază publicul-țintă, dacă va adopta comportamentul

dorit. În sectorul privat, poziționarea față de concurență se face prin aspectele care diferențiază marca de toate celelalte. În funcție de deciziile luate în legătură cu obiectivul promovării

Marca este un instrument strategic de marketing, fiind un complex de atribute simbolizate printr-o semnătură vizuală care poate crea valoare și influență mărcii, publicul-țintă, identitatea mărcii, promisiunea asociată mărcii și poziționarea acesteia se stabilesc numele, sloganul, logo-ul, culorile, personajele, melodiile, semnele sau ambalajele mărcii. Comunicarea de marketing va avea la bază deciziile luate cu privire la obiectivele de marketing, piețele-țintă, identitatea mărcii, produs, preț și distribuție.

Mesajele bune creează imagini impresionante și ușor de reținut. Mesagerul trebuie să fie ales în funcție de experiența percepută, credibilitatea și **farmecul** lui. De exemplu, *copywriterii* din departamentul de creație al unei instituții propun două sloganuri care produc imagini diferite: „tu bei și conduci, tu pierzi” și „conduci beat, o pățești”. Primul mesaj pare destinat celor care beau cu moderație. Al doilea mesaj creează imaginea unui avertisment adresat delincvenților înrăiți. Pentru îmbunătățirea satisfacției beneficiarilor, instituțiile publice ar trebui să angajeze oameni care știu să zâmbească, să-i ajute să presteze o **servire ireproșabilă**, să se comporte ca niște întreprinzători pentru a satisface clienții, să se asigure că infrastructură și sistemele ajută, nu împiedică servirea, să îmbunătățească sistemele de gestiune a relațiilor cu clienții, să determine și să urmărească nivelul de satisfacție al clienților.

Îmbunătățirea activității în sectorul public se poate realiza, complementar, și prin adoptarea instrumentelor pe care sectorul privat le folosește de mai mult timp pentru a avea o eficiență crescută în derularea activității. Există, deja, în Occident o tendință de introducere în curricula de cursuri pentru angajații din sectorul public a materiilor specifice de finanțe, marketing, achiziții publice, management sau planificare strategică. În contextul integrării noastre în Uniunea Europeană și al dezvoltării Institutului Național de Administrație, precum și a programelor profesionale de masterat oferite de universitățile românești, această tendință se manifestă și în România.

Preluarea perfecționării în metode și tehnici specifice sectorului privat productiv reprezintă o tendință de inovație socială în cadrul instituțiilor publice. Practic, corpul de funcționari publici și personal contractual are rolul de a subordona planul de acțiuni pe care îl au de implementat unui principiu de creștere a eficienței, dar și de menținere a unei imagini bune în fața comunităților deservite. Cu toate acestea, eficientizarea și reînnoirea fundamentală a instituțiilor guvernamentale pare, pentru foarte mulți, un lucru încă nerealist din mai multe motive. Diferențele dintre organizațiile de stat și cele de business sunt destul de mari.

Aceste diferențe sunt semnificative, dar nu ar trebui să oprească o tendință firească către reinventarea administrației. Spiritul întreprinzător poate să transforme sectorul public, dacă este înțeles corect. Aproape toate organizațiile actuale, fie ele de stat sau private, sunt expuse unui mediu concurențial datorită finanțării. Contrar unei opinii deja împământenite, instituțiile publice nu sunt ferite de restructurare sau reducere a finanțării. Organizațiile de stat trebuie să conștientizeze dinamica nevoilor grupurilor pe care le deservesc, dinamica tehnologiei, necesitatea planificării strategice. *Instituțiile guvernamentale trebuie să inoveze pentru a-și putea prezenta realizările* unor categorii extinse de public, dar și contribuabililor obișnuiți, „micilor contribuabili”, celor care le urmăresc activitatea și a căror opinie ar trebui să poată influența decizia menținerii acelei instituții.

Marketingul reprezintă, de obicei, unul dintre domeniile cel mai greșit înțelese de către angajații din sectorul public, datorită asocierii imediate cu publicitatea. Încărcătura ideologică a cuvântului *marketing* se datorează oarecum justificat fluxului nesfârșit de reclame și campanii de promovare folosite în sectorul privat. Astfel, majoritatea ajung să confunde marketingul cu o singură componentă a sa, publicitatea. Marketingul are însă, prin definiție, patru instrumente: produsul, prețul, distribuția și promovarea.

Pentru o instituție publică marketingul trebuie să fie cea mai bună bază de planificare, dacă este dornică să satisfacă nevoile cetățenilor. Astfel, deviza marketingului din sectorul privat „satisfacție și valoare pentru client” devine pentru sectorul public „satisfacție și valoare pentru cetățean”. În practică, există

domenii ale sectorului public care se promovează mai mult, cum ar fi Poșta Română sau CFR, pentru că au nevoie de aportul direct al clienților beneficiari, dar și domenii care se promovează mai puțin, cum ar fi, de exemplu, Direcția Finanțelor Publice. Este posibil că o mai bună promovare a fiscoi ar face colectarea taxelor mai ușor de înțeles de către cetățeni. În ultimii cinci ani, ANAF a încercat să arate o față prietenească și „umană” cetățenilor. O astfel de politică de marketing ar putea fi continuată, cu tehnici mai moderne și pe viitor.

Practicile specifice sectorului privat adoptate prin intermediul tehnicilor de marketing și de către administrația publică sunt:

- Concentrarea asupra clienților încă de la început
- Segmentarea și țintirea piețelor
- Utilizarea celor patru instrumente ale mixului de marketing: produsele și serviciile, prețul, distribuția și promovarea
- Monitorizarea comportamentului și satisfacției clienților și realizarea ajustărilor necesare.

În cazul marketingului public, clienții sunt în mod clar beneficiarii programelor publice, în special, și toți cetățenii în sens extins. Marketingul public are prin natura sa, rolul de a aloca promovării o arie mai extinsă, deoarece, în general, procesul de comunicare cu instituțiile publice este cel care creează cele mai mari probleme beneficiarilor.

Promovarea activităților desfășurate de sectorul public, dar și abordarea sistemică a tehnicilor de marketing pentru programele publice îi conștientizează pe cetățeni în aprecierea mai adecvată a utilității instituțiilor pentru dezvoltarea socială.

Marketingul public reprezintă o preluare de către sectorul public a unor tehnici specifice de marketing, dar sub rezerva unui nou cadru de acțiune pentru aceste metode, tehnici, principii. Dincolo de subordonarea față de obiectivul de a promova și vinde un produs, marketingul pentru sectorul public trebuie să urmărească necesitatea satisfacerii nevoilor cetățeanului, ca beneficiar al programelor dezvoltate în numele interesului său de către sectorul public. Considerăm că, prin intermediul instituțiilor publice, aprofundarea acestei teme, a marketingului pentru sectorul public, reprezintă o arie extinsă de



cercetare care ar putea aduce avantaje imediate funcționării acestora și eficientizării serviciilor publice.

Dat fiind faptul că în prezent gestiunea activității și a documentelor în cadrul primăriei este realizată preponderent prin intermediul suportului pe hârtie, este necesară crearea unui mecanism de comunicare online în vederea creșterii gradului de implicare a cetățenilor la nivel decizional.

Pentru facilitarea accesului la informație a cetățenilor se va realiza un portal de servicii online care va acoperi funcționalitățile oferite în mod normal de o activitate la ghișeu (informare/asistență, formulare, primire solicitări și eliberare documente cu valoare juridică). Portalul trebuie să fie accesibil în orice moment, atât de la orice locație de Internet, cât și din interiorul sistemului informatic al Instituției. Se recomandă existența în portal a unor servicii care vor viza fluxuri și documente din următoarele domenii de activitate ale instituției:

- Sesizări online harta incidentelor
- Cerere sistare lucrări
- Cerere aviz oportunitate
- Certificat de edificare a construcției
- Autorizație comerț
- Aviz anual funcționare
- Obținere Certificat de Nomenclatura străzilor și adresa
- Autorizație taxi
- Viza anuală taximetrie
- Cazier profesional taxi
- Autorizații spargere și intervenție
- Autorizație transport greu
- Programare on-line evidența persoanelor
- Solicitare acordare ajutoare

Este necesara promovarea portalului atat prin mediul offline, cat si online. De asemenea este necesara informarea si constientizarea cetatenilor asupra beneficiilor pe care le aduce migrarea catre mediul online. Pentru aceasta se vor realiza si expune urmatoarele materiale publicitare:

- 1500 pliante informative pentru cetățeni. Pliantele vor expune rezultatele proiectului si beneficiile utilizarii serviciilor electronice implementate în contextul proiectului si vor fi distribuite la punctele de incasare ale primariei.

- 3 bannere, amplasate in oras, care sa evidentieze existenta portalului

- 2 afișe de dimensiune minimă A3 cu informatii despre proiect. Afișele vor fi expuse într-un loc ușor vizibil publicului, cum ar fi zona de intrare a cladirii unde exista punctele de incasare, fiind o locatie cu trafic intens, și vor cuprinde următoarele informații referitoare la proiect: titlu, denumire beneficiar, scop, data de începere, perioada de implementare, valoarea totală (defalcată pe surse de finanțare).

Este indicat ca personalul de la centrele de incasare sa fie informat si sa fie in masura sa explice la randul lor avantajele utilizarii sistemului online de servicii al administratiei locale.

Este de asemenea importanta existenta unui abonament de telefonie mobila cu numar dedicat, folosit exclusiv pentru transmiterea de SMS-uri.

Portalul de servicii online va permite si va colecta solicitările de înrolare în sistem cu tot fluxul de validare și aprobare. O parte a procesului il va constitui infiintarea unei baze de date cu adresele de e-mail ale cetatenilor.

Fluxul va permite comunicarea electronică între instituție și cetățeni, prin trimiterea de e-mail-uri/SMS-uri de confirmare/înștiințare. Componenta trebuie să permită trimiterea de mesaje de tip SMS sau e-mail-uri în diverse stadii ale aprobării cererilor de înrolare, precum și ulterior, la apariția evenimentelor în cadrul sistemului informatic implementat. Mesajele de tip SMS/e-mail trebuie să poată fi configurate și să fie dinamice, particularizate cu datele specifice fiecărei cereri de înrolare/utilizator.

Mecanismul de înrolare utilizator va include și o validare a căsuței de e-mail specificate, prin trimiterea unui mesaj de confirmare, în care viitorul

utilizator trebuie să acționeze un link personalizat.

Este foarte important ca procesul de transmitere e-mail-uri și SMS-uri să fie unul automatizat și să fie corelat cu evenimentele, modificările și noutățile ce apar în cadrul procesului și în același timp să respecte standardele europene GDPR (de confidentialitate a datelor cu caracter personal stocate în sistem).

Pe perioada desfășurării proiectului de implementare se recomandă minim 2 apariții în media locală

Promovarea online a serviciilor administrației locale



Promovarea instituției, a serviciilor și a produselor acesteia reprezintă un element cheie în succesul unei afaceri. Metodele și abordările pot fi atât cele clasice cât și cele de ultimă generație, astfel încât să reușim acoperirea unei palete complexe de potențiali prospekți.

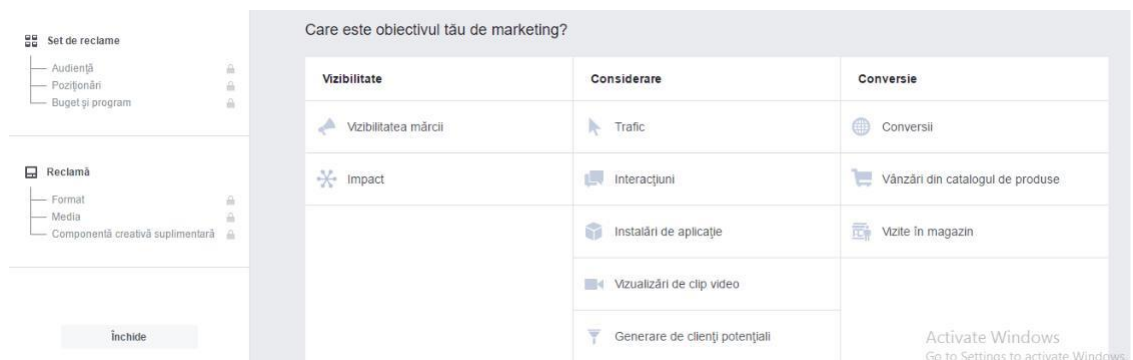
În cele ce urmează vom clarifica modalitatea prin care se poate promova într-o manieră cât mai profesională o așa-numită pagină de business a primăriei, cum să fie atrasi cât mai mulți cetățeni către serviciile online, folosind unealta Facebook Ads, adică reclama în cadrul platformei de socializare Facebook.

### **De ce să utilizezi Facebook Ads?**

Pentru că este cel mai eficient canal de promovare din zilele noastre. Facebook este cel mai bun canal de promovare pentru că pe Facebook se conectează zilnic 1 miliard de oameni.

Ca sa incepi sa faci reclama prin Facebook Ads trebuie sa ai un cont de business de Facebook – mai precis o pagina de business. In partea stanga a news feed-ului vei gasi un link catre pagina de Ads Manager.

Mai jos vei gasi interfata de Ads Manager prin care sa controlezi toate detaliile campaniei tale de promovare.



## Campanii de Facebook, seturi de anunturi, anunturi.

Campaniile de Facebook sunt structurate in 3 straturi diferite: campanii, ad sets, ads.

### Ce inseamna fiecare:

**Campanie** – cel mai mare nivel unde setezi obiectivele tale, care determina setarile si optiunile de optimizare ale seturilor de anunturi si tipul de ad. Aceste obiective ale obiectivelor campaniei tale sunt ceea ce vrei sa obtii. Poate fi traficul de pe site, lead, conversii – etc.











**Ads sets** – este al doilea nivel unde determini diverse setari ale campaniei precum buget, bids, targetare, multe altele.

**Ads** – este al treilea nivel al campaniei de Facebook Ads. Aici dezvolti anuntul efectiv.

## CAMPANIA – UNDE DEFINESTI OBIECTIVELE

Obiectivele sunt ceea ce vrei sa obtii prin promovarea pe Facebook. Pot fi conversii, leads, website trafic, page like si multe altele. Cand setezi o campanie este necesar sa alegi obiectivele campaniei de la inceput, care vor afecta targetarea si optiunea de optimizare. Astfel, poti sa alegi doar un obiectiv per campanie.

Care este obiectivul tău de marketing?

Vizibilitate	Considerare	Conversie
 Vizibilitatea mărcii	 Trafic	 Conversii
 Impact	 Interacțiuni	 Vânzări din catalogul de produse
	 Instalări de aplicație	 Vizite în magazin
	 Vizualizări de clip video	
	 Generare de clienți potențiali	

Activate Windows  
 Go to Settings to activate Windows.

[Raportează o problemă](#)

De exemplu dacă alegi să setezi un obiectiv de website clicks, bidul tău va fi per click, iar Facebook va optimiza setul de anunțuri pentru a avea mai multe click-uri. Astfel doar oamenii care vor da click vor vedea reclama ta.

### 1. Page Likes – Promovare pagina Facebook

Indeamna mai mulți oameni să dea like la pagina ta de Facebook. Folosind ca obiectiv Page Likes, anunțurile sunt dezvoltate pentru a atrage page likes.

#### Când să alegi Page Likes?

Obiectivul de a atrage page likes este bun când vrei să îți crești brandul afacerii tale, când site-ul este în construcție.

### 2. Promovare locală

Este un obiectiv prin care afacerile mici vor să își promoveze imaginea în online pentru audiența locală. Alege locația și raza de acoperire de pe harta, apoi atinge audiența din această locație.

#### De ce să alegi promovarea locală?

Dacă ești antreprenor local și vrei să dezvolti notorietatea locală a afacerii tale, atunci acest obiectiv este în regulă. Spre exemplu îți promovezi gama de servicii online.

### 3. Lead generation

Crește numărul de clienți potențiali direct de pe Facebook fără să atragi oameni pe site. Lead Ads sunt valabile doar pe mobile și desktop și arată exact precum conversii/click ads, dar îți dau ocazia de a atrage clienți potențiali care să îți lase numele, email-ul, numărul de telefon. Poți personaliza ușor formularul de contact în funcție de dorințele și nevoile tale.



**SC EURO JOBS SRL**

Petroșani, str. Livezeni, nr. 3, jud. Hunedoara  
Petroșani, str. 22 Decembrie, nr. 1, jud. Hunedoara  
C.U.I.: RO 17641700, J20/933/2005  
Telefon/Fax: 0354.108.516 / 0354.100.019  
E-mail: [office@euro-jobs.org](mailto:office@euro-jobs.org)  
Web: [www.euro-jobs.org](http://www.euro-jobs.org)

Cel mai mare avantaj al promovării pe Facebook este că îți dă șansa să te promovezi pentru doar anumite audiențe bine targetate. Facebook știe foarte multe despre utilizatori. Când setezi anunțul tău poți alege cine va vedea anunțul tău.

#### **4. Bibliografie**

- [1] - European Commission, Smarter, Faster, Better eGovernment, 8th Benchmark Measurement, 2009**
- [2] - Guvernul Romaniei, HG nr. 195/2010 privind aprobarea Strategiei nationale "e-Romania", 2010**
- [3] - Monica Palmirani, The role of legal knowledge from e-government to e-governance, Proceedings of ICAIL2003, 2003**
- [4] - European Commission, eGovernment in Romania, 2010**

## RAPORT DE CERCETARE

### LUPENI

Faza de teren a cercetării s-a desfășurat în perioada 25-28 februarie 2020, în municipiul Lupeni, cuprinzând 146 de subiecți intervievați pe arealul a 41 de străzi ale localității. S-a aplicat metoda de selecție areolară (pe zone), respondenții fiind aleși proporțional cu numărul aproximativ de locuitori ai zonei. Interviuurile s-au desfășurat la domiciliul acestora sau pe stradă, acolo unde oamenii și-au dat acordul pentru a fi chestionați.

Chestionarul aplicat a conținut șase întrebări de opinie și patru de identificare (date factuale privind subiectul) scopul vizat fiind acela de a afla părerile oamenilor față de posibila digitalizare a unor servicii publice.

Referitor la caracteristicile comune lotului de subiecți, acestea sunt:

#### 1. Tabel nr 1. Distribuția subiecților funcție de sex

	Masculin	Feminin	Total
abs	62	84	146
%	42,46	57,54	100

#### 2. Tabel nr 2. Distribuția subiecților funcție de vârstă

	Până la 25 ani inclusiv	26-45 ani	46-55 ani	Peste 55 ani	Total
abs	16	69	44	17	146
%	10,96	47,26	30,14	11,64	100

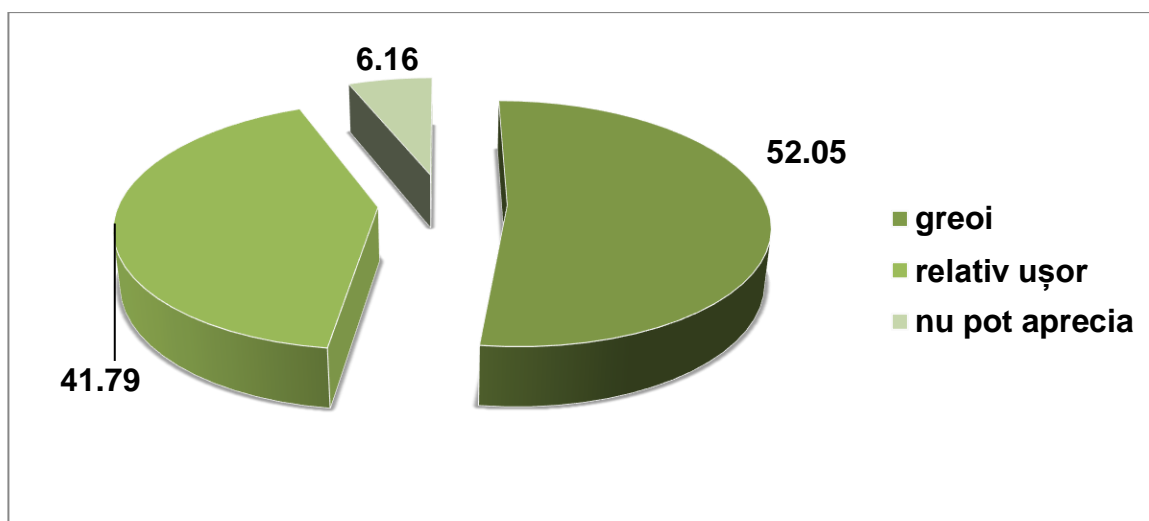
#### 3. Tabel nr 3. Nivelul de studii

	Primare	Gimnaziale	Școală profesională	Liceale	Superioare	Total
abs	3	24	41	51	27	146
%	2,05	16,44	28,09	34,93	18,49	100



4. **Ocupația** subiecților: 57,53% sunt salariați din care 47,94% (70 persoane) angajați la privat, 9,59% (14 persoane) angajați la stat și 42,47% sunt persoane fără ocupație (pensionari, casnice, șomeri, studenți).

În ceea ce privește accesul actual la serviciile publice (stare civilă, eliberare de acte, informare asupra diverselor probleme ale orașului, servicii de sănătate, de educație etc) opiniile subiecților sunt împărțite, existând o pondere relativ mare a celor care apreciază că acest acces este destul de facil.

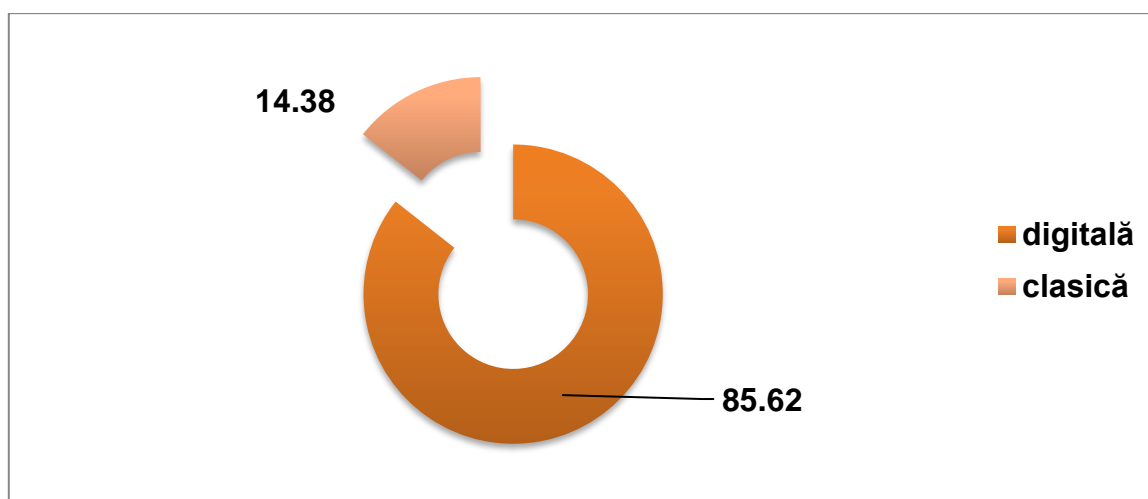


**Figura nr 1(%) Opinia despre accesul la serviciile publice**

Un acces greoi implică, în viziunea oamenilor, probleme de deplasare și de birocrație, așteptare la ghișee și, nu în puține rânduri, refacerea drumului din cauza lipsei unor documente necesare.

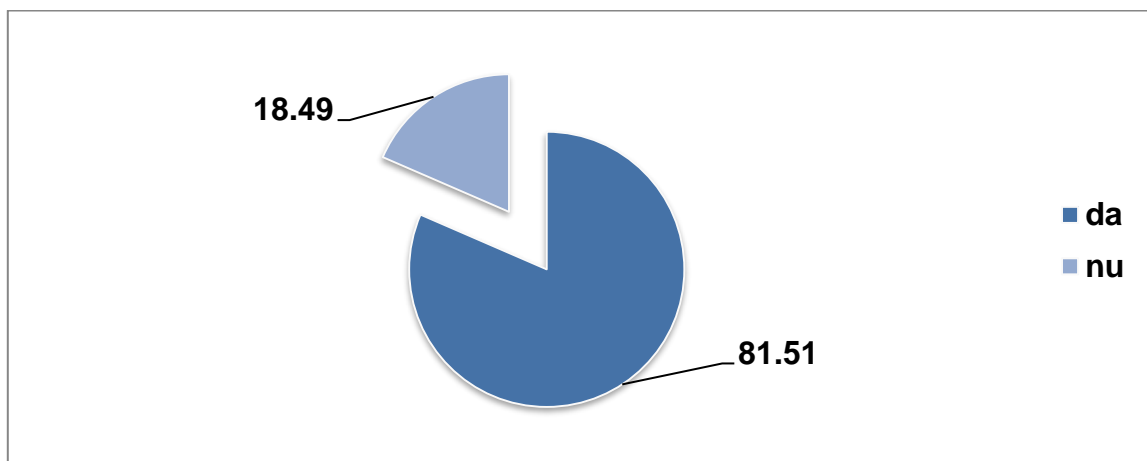
Chiar dacă doar jumătate dintre respondenți apreciază că accesul la serviciile publice este greoi, majoritatea își exprimă dorința ca acestea să fie digitalizate, existând astfel oportunitatea accesării online a lor, ceea ce ar scuti multe dintre problemele de timp, deplasare și alte inconveniente apărute. Totuși, ponderea atât de mare (86%) a celor care preferă varianta digitalizării serviciilor este oarecum

îndoielnică, având în vedere faptul că 46% dintre subiecți declară că nu au cunoștințele necesare să utilizeze internetul, nu au device-urile necesare sau nu dețin cont bancar și un venit regulat.



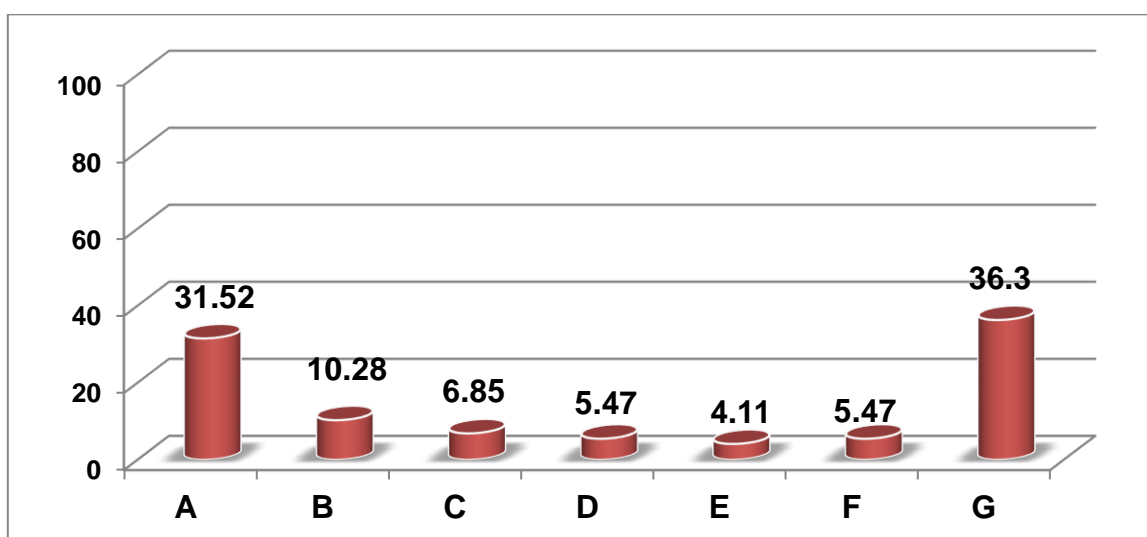
**Figura nr 2 (%) Metoda preferată pentru accesul la serviciile publice**

Aceeași inconsecvență în răspunsuri se menține și atunci când vine vorba de utilizarea în prezent a unor platforme online, pentru informare sau plata utilităților. 119 persoane declară că le utilizează, din care 67 de subiecți menționează că nu știu să le folosească, nu au calculatoare sau telefoane inteligente, nu au card și cont bancar. Aceste inadvertențe în declarații sunt și produsul inconsecvenței în răspunsuri ale subiecților, dar și greșeala operatorilor de interviu, care ar fi trebuit să sesizeze aceste aspecte și să revină asupra răspunsului anterior. Dar, conform răspunsurilor înregistrate, situația se prezintă astfel:



**Figura nr 3 (%) Acordul cu utilizarea actuală a platformelor online pentru informare și plata serviciilor**

Dezavantajele utilizării serviciilor publice sub formă digitalizată era o întrebare la care ar fi trebuit să răspundă toți subiecții, pentru că, chiar în necunoștință de a le utiliza, se presupune că oamenii pot avea opinii în acest sens. Probabil tot din vina operatorilor la această întrebare există un număr exagerat de mare de nonrăspunsuri (53), indicând faptul că această întrebare nu a fost formulată pentru acești subiecți.

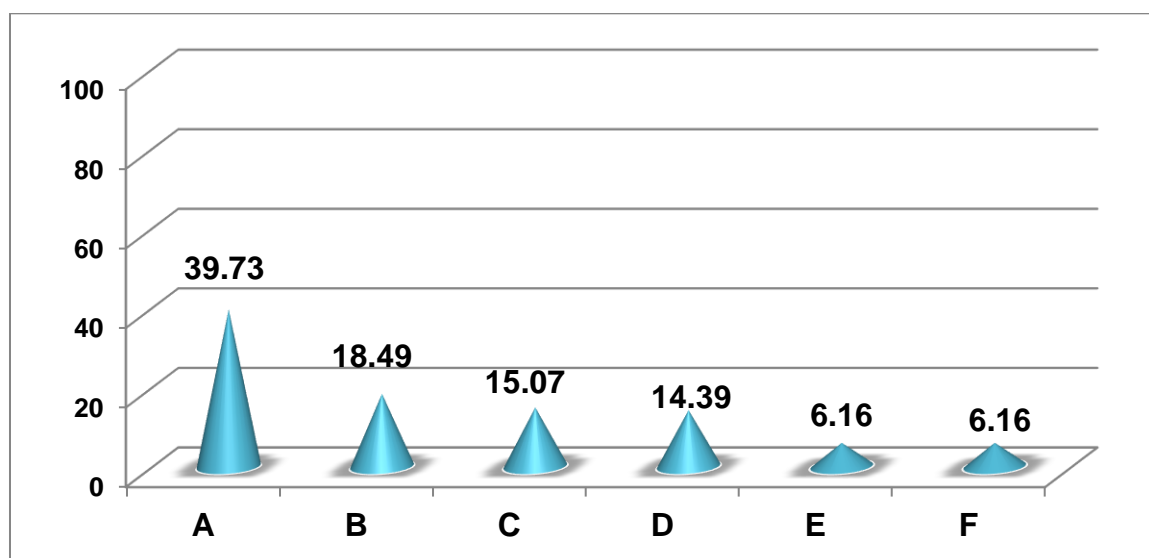


**Figura nr 4 (%) Dezavantajele utilizării serviciilor online**

- A – nu au venit regulat și nu dețin cont/card bancar
- B – nu se pricep să utilizeze
- C – li se pare mai sigur atunci când tratează cu o persoană

- D – nu au încredere că așa se rezolvă problemele
- E – nu dețin calculator sau telefon inteligent
- F – alt dezavantaj (s-a menționat lipsa semnalului de acoperire al rețelei de internet)
- G – nonrăspunsuri

Referitor la avantajele utilizării serviciilor publice digitalizate, faptul că accesarea acestora rezolvă o problemă importantă – timpul alocat rezolvării problemei – pare a fi aspectul cel mai bine valorizat de către subiecți (58%).



**Figura nr 5 (%) Avantajele utilizării serviciilor publice digitalizate**

- A – timp de rezolvare mult redus, nu necesită deplasare
- B – rapiditatea rezolvării (rezolvă de acasă mai multe probleme o dată)
- C – se poate informa continuu și poate apela oricând serviciul respectiv
- D – se poate informa fără efort despre ceea ce-l interesează
- E – are mai mare încredere că primește răspuns la probleme
- F – nonrăspunsuri

Preferat pentru a fi accesat online este serviciul care să permită achitarea de taxe și impozite, alături de serviciile de informare cu privire la alte probleme de natură publică (asistență socială, educație, sănătate, asistență juridică, evidență a populației, etc) și de serviciile de relații cu publicul care să faciliteze depunerea și rezolvarea online a anumitor cereri scutind în acest mod timp și deplasări.

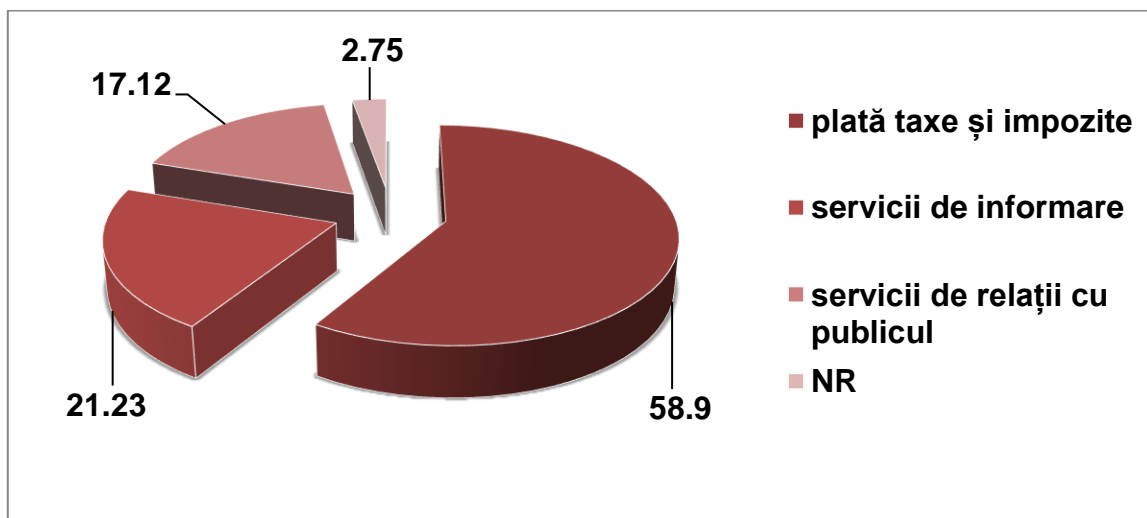


Figura nr 6 (%) Ce servicii ar dori să fie digitalizate

### Concluzii:

- ✓ Mai mult de jumătate dintre subiecți apreciază că **accesul** actual la serviciile publice din Lupeni se realizează **greoi**, necesitând timp și deplasare;
- ✓ 86% dintre respondenți ar **prefera** ca aceste probleme să poată fi **rezolvate online**;
- ✓ 82% susțin că **utilizează** deja platforme online pentru informare sau plata facturilor la utilitățile publice;
- ✓ Principalele **dezavantaje** menționate se referă la lipsa unui venit regulat și a unui cont/card bancar și la incapacitatea de a utiliza platformele online;
- ✓ **Avantajul** major apreciat de subiecți în ceea ce privește utilizarea serviciilor digitalizate îl reprezintă **reducerea timpului** de rezolvare al problemelor, **rapiditatea** și **comoditatea** (posibilitatea de a nu se deplasa și de a rezolva în același timp mai multe probleme);
- ✓ Mai mult de jumătate **doresc** să poată achita taxe și impozite online, restul apreciază și ideea informării și a relațiilor cu publicul sub această formă.