



Популяризиране на електронното управление в България

Елеонора Гецова, СУ „Св. Климент Охридски”

Един от основните фактори за постигане на целите на Стратегията за електронно управление в Република България е информираността на гражданите и бизнеса за съществуващите и нововъвежданите електронни услуги.

Едно изследване за популяризирането на електронното правителство в България (Overview of the State-of-the-art of e-Government Awareness and Promotion in Bulgaria, май 2012, финансирано от Българо-корейския координационен център за ИТ) показва, че липсват целенасочени и координирани усилия, както на ниво политики и програми, така и на ниво портали и Интернет-страници на администрацията за повишаване на информираността на обществото за постиженията на електронното управление и възможностите за тяхното използване. Ролята на медиите се свежда до еднократно отразяване на събития на високо ниво и не стига до популяризиране на добрите практики и ползите от електронните услуги в бита и трудовата заетост на гражданите. Състоянието на Интернет-порталите на предоставящите електронни услуги администрации като цяло е такова, че по-скоро допринася за създаването на резистентност и негативна нагласа, вместо да стимулира ползването на наличните услуги.

Всичко това доказва, че кампанийният характер на популяризиране на постиженията на електронното управление и ползите от него в посока „от горе надолу” не води до повишаване използването на наличните услуги. За по-добрата информираност на населението за възможностите на електронното управление не по принцип, а сведени към бита и трудовата заетост на всеки отделен човек и стопанска единица е необходим системен, устойчив и диференциран подход, който да постави гражданина и неговите потребности в центъра на вниманието.

Популяризирането на електронното управление включва:

- Постоянно информиране на гражданите и бизнеса за новостите в областта на електронното управление и електронните услуги;



- Ориентиране на потребителите откъде и как могат да ползват електронните услуги;
- Разясняване на ползите от нововъведенията за всички групи потребители по най-достъпния за тях начин (използване на различни канали и форми за предоставяне на информацията);
- Осигуряване на възможност за постоянна обратна връзка с цел по-пълно задоволяване на потребностите на потребителите и повишаване качеството на електронните услуги.

Основните принципи на популяризирането на електронното управление са:

1. Диференциация

Трябва да се спазва основополагащия принцип за прилагане на диференциран подход към отделните групи потребители на електронни услуги в обществото и въз основа на това разграничаване на две основни целеви групи: граждани и бизнес.

2. Изграждане на доверие

Анализът на опита на други страни показва, че изграждането на доверие в електронното управление е дълъг и труден процес, който е свързан с промяна в нагласите на обществото. Тук трябва да се вземат пред вид два основни аспекта в изграждането на доверие:

а/ Първо, че електронна услуга ще бъде извършена според указания от доставчика начин и получена в указаното време и в желаната форма

б/ Второ - сигурност, че няма да бъде злоупотребено (съзнателно или не) с предоставените лични данни (това е особено съществено, когато услугата дава възможност за плащане по електронен път).

3. Децентрализация

Необходимо да се промени изцяло съществуващият подход към популяризирането на постиженията на електронното управление „от горе надолу”. Това не изключва, а изисква наличие и дори налагане на политическа воля и координация на централно ниво, което е един от решаващите фактори за успеха на стратегията за популяризиране.



Опитът на водещите държави в областта на електронните услуги (напр. Корея) показва, че децентрализацията е ключ към ефективното популяризиране и достигането директно до потребителите на дадена група услуги. В случая децентрализация означава, че всяка административна структура, която предоставя услуги на електронното правителство, сама избира най-подходящите методи, форми и канали за популяризирането им първо сред потенциалните им потребители, а после и сред по-широк кръг от обществото. Конкретният измерител за усилията на администрациите в тази посока е нарастналият брой на ползващите съответните електронни услуги.

4. Устойчивост и прозрачност

Популяризирането на електронното управление по модела „събитие с участието на политическия елит” и последваща дописка във всички централни и в по-големите регионални вестници не дава резултати, а предизвиква единствено медиен шум, което може да има и отрицателен ефект, т.е. че това е поредната доза „агитация”. Същият ефект имат и еднократните „масови” популяризационни кампании, организирани на централно ниво и „сведени” до знанието на обществото.

Навлизането на електронното управление във всички сфери от живота на обществото е процес, който изисква продължителност и устойчивост. Електронното управление не е еднократно „мероприятие”. Трябва да се изхожда от позицията, че е-управлението ще създаде прозрачност в обществото по отношение на изпълнителната власт (на централно и местно ниво).

От гледна точка на ефективност, практичност и удобство за различните групи потребители би било добре да бъдат създадени два сайта, които да служат за популяризиране на постиженията на електронното управление: един за физическите лица и един за юридическите лица (фирми, НПО-та и пр.). Във връзка с това първата фаза на популяризирането трябва да се основава на интелигентното и достъпно поднасяне на информация, в която да се диференцира различността на предлаганите е-услуги (за физически и за юридически лица).

5. Ефективно използване на всички канали за комуникация

За да бъдат ангажирани максимален брой физически и юридически лица, които пълноценно да ползват услугите на електронното управление, е необходимо да се използват ефективно и комплексно всички канали за информация и комуникация.



С оглед постигане на максимално „покритие”, се препоръчват следните канали за популяризиране на електронното управление и в частност на е-услугите:

а/ Интернет – редовно публикуване на статии, банери, препратки и др. в най-често посещаваните Интернет страници към порталите и/или сайтовете, които представят услуги на електронното управление.

По подразбиране най-голям дял от участниците в електронното управление ще имат редовните потребители на Интернет.

Познаването на интернет-страниците и порталите, които предоставят услугите на електронното правителство, е ключов фактор за участието на гражданите и бизнеса в електронното управление, сочат изследвания, направени наскоро в САЩ и Великобритания. Осведомеността на обществото за наличните електронни услуги, къде могат да бъдат намерени и как да бъдат ползвани, се изтъква като фактор, без който харченето на милиони за технологични решения и приложения, е напълно безсмислено.

Във връзка с това е изключително важно да се спазват някои изисквания и добри практики в популяризирането на Интернет-страниците/порталите на електронното правителство.

На първо място е изискването популяризирането на съответния портал да е постоянно – от момента, в който той е активен и достъпен. Но не и преди това, тъй като е възможно други Интернет-страници да препращат към него.

Най-ефективното популяризиране на порталите на е-правителството е он-лайн промоцията. Така директно се достига до редовните Интернет потребители, които са и първите ползватели на е-услугите. Потребители, които сърфират в различни сайтове, биха могли да бъдат насочвани към порталите на е-правителството като се използват възможностите на Интернет.

Адресът на портала трябва да се предоставя на търсачките със специфични ключови думи. Тъй като търсачките използват различни критерии за класифициране и категоризиране на Интернет страниците по отношение на въпроси, които получават /като заглавието на страниците, както и друга специфична информация/, тези т.нар. мета-данни трябва да са смислени, актуални и максимално коректни (например би било



по-добре страницата да се именува "Как да платя данъците си", отколкото просто "Плащане")

Порталите на е-правителството трябва да са в списъците на другите правителствени и институционални сайтове.

Ключов фактор за подобряване на видимостта на търсачката е съдържанието на порталите да е качествено, написано на прост и разбираем език.

б/ Електронна поща - изпращане на информационни, както и на подсещащи електронни съобщения към потребителите на домейни на електронни пощи, както и публикуване на рекламни банери, които се появяват при отварянето на пощенската кутия;

в/ Мобилни телефони - кратки текстови съобщения (SMS-и). За целта е необходимо да се постигне споразумение с мобилните оператори и за използване на техните бази данни. Би могло първоначално да се извърши масово информирание на клиентите на мобилните оператори, а впоследствие да се изпраща информация за новости, за актуализации, за подсещане;

г/ Оф-лайн популяризиране на сайтовете на е-правителството. Това може да става както чрез директно (брошури, листовки), така и чрез индиректно популяризиране (публикуване на адреса на портала във формуляри, брошури, бланки, визитни картички и др.). Тук е уместно и използването на постери, които да представят чрез подходящи изображения някои от ползите от електронното управление и така да предизвикват интереса на потребителите към електронните услуги. На постерите може да се публикува Интернет-адресът, където могат да бъдат намерени съответните електронни услуги и също бар-код, който може да се сканира с i-Phone и директно да препрати потребителя към дадена електронна услуга;

д/ Медии – директно и ефективно, като се наблегне на постоянната работа и контакт с журналисти от национално и регионално представени медии (от отдели „Икономика и бизнес“ и „Политика и общество“);

В края на 2012 г. екип от Българо-корейския координационен център за ИТ при Софийския университет разработи проект на Стратегия за популяризиране на електронното управление в България и методически



**ИНСТИТУТ
ПО
ПУБЛИЧНА
АДМИНИСТРАЦИЯ**

указания за нейното изпълнение. Материалите бяха предоставени на МТИТС и получиха принципно одобрение. Да се надяваме, че при планиране изпълнението на Стратегията за развитие на електронното управление в България до 2020г. ще се обърне внимание и на дейности по популяризиране на електронното управление.