

## STRONY INTERNETOWE JAKO INSTRUMENT W POZYCJONOWANIU KONKURENCYJNOŚCI GMIN NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO

Paweł Janulewicz

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

**Streszczenie:** W artykule przedstawiono klasyfikację stron internetowych jakie posiadają gminy. Autor poszukuje zależności pomiędzy ich jakością (funkcjonalnością), a poziomem konkurencyjności jaki posiadały badane jednostki. Praca zawiera również propozycje informacji, które powinny być zawarte na stronach internetowych, aby zwiększyć jej atrakcyjność.

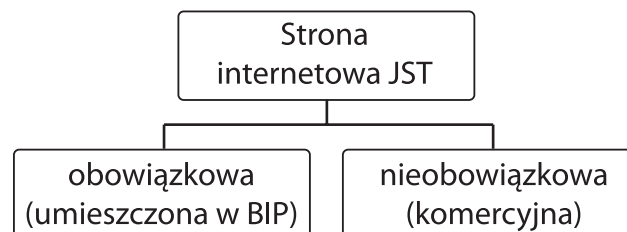
**Słowa kluczowe:** strona internetowa, klasyfikacja, konkurencyjność gminy

### Wstęp

Przemiany ustrojowe zapoczątkowane w 1989 r. spowodowały, że gminy jako samodzielne jednostki samorządowe są narażone na konkurencję ze strony innych podmiotów świadczących podobne usługi w tym, też innych jednostek terytorialnych. Intensywność procesów konkurencji wzmagają systematycznie postępująca globalizacja gospodarki w skali Europy i Świata w rezultacie czego pojawia się konkurencja nie tylko w układzie lokalnym, ale również regionalnym i międzynarodowym. Samo pojęcie konkurencyjności w układzie terytorialnym nie zostało do tej pory jednoznacznie zdefiniowane, ale wszystkie definicje skupiają się wokół jednego celu, którym jest rozwój. Stosując pewne uogólnienie można założyć, że gminy konkurują o czynniki (zarówno wewnętrzne jak i zewnętrzne) pozwalające im na szybszy rozwój. Pojęcie rozwoju jednostki terytorialnej bardzo trafnie i w pełni opisuje definicja sformułowana przez M. Adamowicza, który określa rozwój gminy jako „proces zmian gospodarczych, społecznych i politycznych prowadzący do podniesienia ogólnego dobrobytu mieszkańców” (Adamowicz 2003, s.17). Konkurowanie pomiędzy jednostkami terytorialnymi A. Szromnik wskazuje jako jedną z determinantów rozwoju marketingu terytorialnego (Szromnik 2007, s.27). Wśród rozbudowanego instrumentarium jakim dysponuje marketing w ujęciu terytorialnym, jednym z ważniejszych instrumentów jest promocja. Rozwój technologii informacyjnych spowodował, że szczególnie znaczenia w działaniach na rzecz poprawy konkurencyjności jednostki terytorialnej może nabierać tworzenie stron internetowych. Z. Widera formułując definicję promocji wskazuje jednocześnie na cele jakie może i powinna spełniać strona internetowa jednostki terytorialnej, a więc powinna wykorzystywać „odpowiednio dobrane i opracowane informacje, narzędzia i metody w celu prezentacji walorów

gospodarczych, turystycznych i kulturowych regionu, wywołania w mieszkańcach miłości do swojej małej ojczyzny, w turystach krajowych i zagranicznych – chęci do zobaczenia danego miejsca, a w przedsiębiorcach – chęci do zainwestowania właśnie tutaj” (Widera 2007, s. 90). Definicja ta zwraca szczególną uwagę na zakres informacji, który powinien być dobrany do odpowiedniego segmentu rynku. Warto tutaj uzupełnić podaną definicję o dodatkową funkcję, którą powinna pełnić strona internetowa, a mianowicie informacyjną. Warto tutaj zwrócić uwagę na Art. 7 Ustawy o samorządzie gminnym, który mówi, że do zadań własnych należy „zaspokajanie zbiorowych potrzeb wspólnoty”<sup>1</sup>, a wydaje się, że z punktu widzenia mieszkańca jest to kluczowa potrzeba, która może być zaspokajana przy użyciu stron internetowych. Rozwój technologii informacyjnej pozwala również na wprowadzanie do gmin nowych form wymiany informacji pomiędzy petentem, a urzędem. Coraz powszechniej wykorzystuje się skrzynki e-mail lub różnego rodzaju komunikatory pozwalające na wymianę informacji praktycznie bez ponoszenia kosztów ze strony petenta.

Dokonując bardzo ogólnego podziału stron internetowych jakie posiadają (i mogą posiadać) gminy można wyróżnić dwie grupy: obowiązkowe i nieobowiązkowe (Rysunek 1).



**Rysunek 1.** Klasyfikacja stron internetowych JST  
**Picture 1.** Classification of communes Internet Web pages  
Źródło: opracowanie własne

<sup>1</sup> Ustawa o samorządzie gminnym z dnia 8 marca 1990 r. Dz.U.01.142.1591, <http://www.prawo.lex.pl/bap/student/Dz.U.2001.142.1591.html>.

Obowiązek posiadania stron Internetowych przez JST powstał na skutek Ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, która spowodowała, że gminy zostały zobligowane do udostępniania informacji publicznych poprzez urzędowy publikator teleinformatyczny tzw. Biuletyn Informacji Publicznej (BIP)<sup>2</sup>. W rozporządzeniu Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 17 maja 2002 r. w sprawie Biuletynu Informacji Publicznej określono<sup>3</sup>: strukturę strony głównej BIP; standardy struktury podmiotowych stron BIP; zakres i tryb przekazywania MSWiA informacji niezbędnych do zamieszczenia na stronie głównej BIP oraz standardy zabezpieczania treści informacji publicznych udostępnianych w Biuletynie. *„Uzyskanie danej informacji publicznej jest możliwe poprzez stronę główną Biuletynu posiadającą adres URL - [www.bip.gov.pl](http://www.bip.gov.pl), według menu podmiotowego lub przedmiotowego albo bezpośrednio poprzez podmiotowe strony Biuletynu, np.: [www.bip.nazwagminy.pl](http://www.bip.nazwagminy.pl) (...). Na stronach BIP mogą być publikowane wyłącznie informacje publiczne. Zabrania się natomiast zamieszczania reklam i innych treści o charakterze komercyjnym oraz publikowania informacji zawierających niewyjaśnione skróty”* (<http://www.wszystkoobip.pl/?cid=3>). Na przestrzeni lat zakres obowiązkowych informacji umieszczanych na stronach BIP-owskich systematycznie się rozszerzał np.:

- ustawa z dnia 23 listopada 2002 r. o zmianie ustawy o samorządzie gminnym oraz zmianie niektórych innych ustaw, wprowadziła obowiązek udostępniania w Biuletynie Informacji Publicznej, informacji zawartych w oświadczeniach majątkowych osób pełniących funkcje publiczne, m.in.: radnych, wójtów, burmistrzów, starostów, sekretarzy i skarbników gmin oraz powiatów<sup>4</sup>. Zapisy tej ustawy weszły w życie z dniem 1 stycznia 2003 roku.
- ustawa z dnia 21 listopada 2008 roku o pracownikach samorządowych wprowadziła obowiązek udostępniania w Biuletynie Informacji Publicznej ogłoszeń o naborze kandydatów na stanowiska urzędnicze.<sup>5</sup>

Obecnie trwa akcja „Przejrzysta strona BIP” rozpoczęta przez MSWiA, która jest adresowana do jednostek samorządu terytorialnego. Akcja będzie obejmowała następujące etapy (<http://www.wszystkoobip.pl/index.php?cid=516>):

- zebranie ankiet z jednostek samorządu terytorialnego, które pozwolą dokonać wypełniającym wstępnej oceny własnych stron BIP,
- ustalenie i publikacja na stronie internetowej MSWiA minimalnego standardu informacji na samorządowej „Przejrzystej stronie BIP” stanowiącego podstawę oceny samorządowych stron

podmiotowych biorących udział w konkursie,

- nabór jednostek samorządu terytorialnego które są zainteresowane przystąpieniem do konkursu na najlepszą stronę BIP spełniającą kryteria „Przejrzystej strony BIP” wg opublikowanego minimalnego standardu informacji,
- przeprowadzenie konkursu na najlepszą stronę BIP wg kryteriów wynikających z opublikowanego standardu,
- organizację konferencji podsumowującej akcję, w trakcie której zostaną wręczone nagrody i certyfikaty dla jednostek samorządu terytorialnego uczestniczących w konkursie.

Drugim rodzajem stron jakie mogą posiadać gminy są „komercyjne” strony internetowe, które nie mają sformalizowanego zakresu informacji jakie powinny się na nich znaleźć. Warto jednocześnie podkreślić, że nie zawsze właścicielem domeny, w której występuje nazwa miasta (gminy) jest samorząd terytorialny ponieważ nie istnieje ustawa, która ograniczałaby posługiwanie się nazwą miasta (gminy) przez inne podmioty. W rejestracji domen występuje nadal zasada pierwszeństwa. Coraz częściej firmy, jak również jednostki terytorialne padają najpopularniejszej formie domenowego piractwa (cybersquattingu) polegającej na rejestracji domen internetowych, do których prawa przysługują innym podmiotom (np. miastu) w celu ich odsprzedawania po zawyżonej cenie. *„Nie znaczy to jednak, iż nie ma innej podstawy do dochodzenia wyrejestrowania takiej domeny”* ([http://www.eporady24.pl/drukuj\\_artykuly-699.html](http://www.eporady24.pl/drukuj_artykuly-699.html)). Sama nazwa miasta (gminy) nie podlega szczególnej ochronie samodzielnie natomiast oznaczenie geograficzne (np. nazwa miasta) może podlegać ochronie, o ile została wcześniej zarejestrowana w Urzędzie Patentowym. Ochrona ta *„dotyczy jednak oznaczeń geograficznych, które identyfikują towar jako pochodzący z tego terenu, jeżeli określona jakość, dobra opinia lub inne cechy towaru są przypisywane przede wszystkim pochodzeniu geograficznemu tego towaru. Jeśli więc regulamin rejestracji domeny został spełniony, abonent może przerejestrować (sprzedać) domenę na inną osobę, także na gminę”* (<http://e-prawnik.pl/biznes/prawo-spolek/pozostale/odpowiedzi/domena-ktorej-nazwa-jest-nazwa-miasta.html>). Warto zwrócić uwagę, że NASK<sup>6</sup> w swoim regulaminie uwzględnił możliwość odmowy przyjęcia oferty na domenę jeżeli nazwa domeny *„odpowiadającej nazwie województwa, powiatu, gminy lub miejscowości w Domenie.pl, chyba, że oferentem jest właściwa jednostka samorządu terytorialnego, albo Skarb Państwa reprezentowany przez właściwy organ administracji. Oferta dotycząca Nazwy Domeny odpowiadającej nazwie województwa, powiatu, gminy lub miejscowości w Domenie .pl może być złożona tylko bezpośrednio w NASK”* (<http://www.dns.pl/zasady-p.html>).

„Komercyjne” strony internetowe jednostek terytorialnych mogą posiadać bardzo rozbudowane funkcje

<sup>2</sup> Art. 4 i Art. 8 Ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. Nr 112, poz. 1198).

<sup>3</sup> Dz. U. Nr 67 z 5 czerwca 2002 r., poz. 619.

<sup>4</sup> Dz. U. z 2002 r. Nr 214, poz. 1806.

<sup>5</sup> Dz. U. Nr 223, poz. 1458.

<sup>6</sup> NASK pełni rolę krajowego rejestru nazw internetowych w domenie „.pl”.

od podstawowych (np. aktualności, dane teled adresowe, informacje o gminie), poprzez „rozszerzone” (np. gmina TV internetowa, możliwość umieszczania ogłoszeń, forum). Im większy zakres funkcjonalności oferuje strona i im częściej jest aktualizowana tym chętniej będzie odwiedzana przez zainteresowane grupy.

### Metodologia badań

Artykuł prezentuje cząstkowe wyniki badań przeprowadzonych w gminach województwa lubelskiego.

Jako wyjściowy etap badań przeprowadzono klasyfikację gmin województwa lubelskiego z punktu widzenia ich konkurencyjności. Badanie przeprowadzono przy pomocy metody wzorcowej Hellwiga. Wstępnie dobrano 97 zmiennych diagnostycznych<sup>7</sup>, które sprawdzono pod kontem kryteriów formalnych (czy są: mierzalne, kompletne, zapewniają porównywalność). Okazało się, że tylko 66 zmiennych spełniła te kryteria. Następnie sprawdzono, czy te cechy spełniają kryteria statystyczne. Po odrzuceniu zmiennych nadmiernie skorelowanych i o niskiej wartości współczynnika zmienności ostatecznie przyjęto 41 cechy zaklasyfikowanych do 10 następujących grup:

1. Cechy demograficzne ludności (5 cechy),
2. Dostępność usług zdrowotnych (2 cechy),
3. Jakość i dostępność usług oświatowych i kulturalnych (5 cechy),
4. Dostępność usług kulturalnych (4 cechy),
5. Warunki pracy i bezpieczeństwa społecznego (2 cechy),
6. Warunki mieszkaniowe (4 cechy),
7. Rozwój infrastruktury technicznej (2 cechy),
8. Potencjał gospodarczy (6 cechy),
9. Rozwój przedsiębiorczości (8 cechy),
10. Czynniki lokalizacyjny (3 cechy).

Na tej podstawie wyodrębniono cztery grupy gmin uwzględniające poziom konkurencyjności. Następnie przeprowadzono badania ankietowe wśród mieszkańców, wykorzystując dobór celowy, ze szczególnym uwzględnieniem poziomu konkurencyjności jednostki, którą reprezentowali ankietowani. Oprócz tego przeprowadzono inwentaryzację zawartości stron internetowych wszystkich gmin (oprócz Lublina) województwa lubelskiego.

Jak wynika z przeprowadzonych badań (Rysunek 2) w grupie gmin najbardziej konkurencyjnych znalazło się 30 jednostek: 16 miejskich, 5 miejsko-wiejskich oraz 9 wiejskich. W drugiej grupie pod względem konkurencyjności znalazło się 58 gmin, w tym 2 miejskie, 13 miejsko-wiejskie oraz 43 wiejskie. Trzecia grupa okazała się najliczniejszą skupiając 100 gmin, wśród których tylko 1 (Rejowiec Fabryczny) była miejska oraz 3 miejsko-wiejskie (Anopol, Frampol, Szczepietyn). Ostatnia grupa w skład, której wchodzi gminy najsłabiej konkurencyjne składa się z 24 jednostek terytorialnych mających charakter wiejski.

Na rys. 2 pokazano, że gminy, które charakteryzują się największą konkurencyjnością (wchodzące w skład I grupy) są zlokalizowane na terenie całego województwa, jednakże można zauważyć, że największe ich skupienie powstało w jego centralnej części, tworząc pas od Puław do Łęcznej, gromadząc przy tym większość gmin bezpośrednio stykających się z Lublinem. Większość gmin należących do II grupy jest zlokalizowana w pobliżu miast (Białej Podlaski, Łukowa i Kraśnika). W południowej części województwa powstał również pas od gminy Potok Górny, aż do Skierbieszowa.

Najliczniejsza III grupa rozproszona jest również na terenie całego województwa. Jednakże można zauważyć, że powstały również skupienia wokół następujących miast: Włodawy, Chełma, Hrubieszowa, Biłgoraja, Janowa Lubelskiego. Oprócz tego powstał pas w zachodniej części województwa od gminy Anopol do Wilkowa.

### Wyniki badań

Gminy wchodzące w skład IV grupy (najmniej konkurencyjnej) rozproszone są na terenie całego województwa lubelskiego. Powstało tylko jedno skupienie składające się z trzech gmin: Rejowiec, Rejowiec Fabryczny oraz Łopiennik Górny.

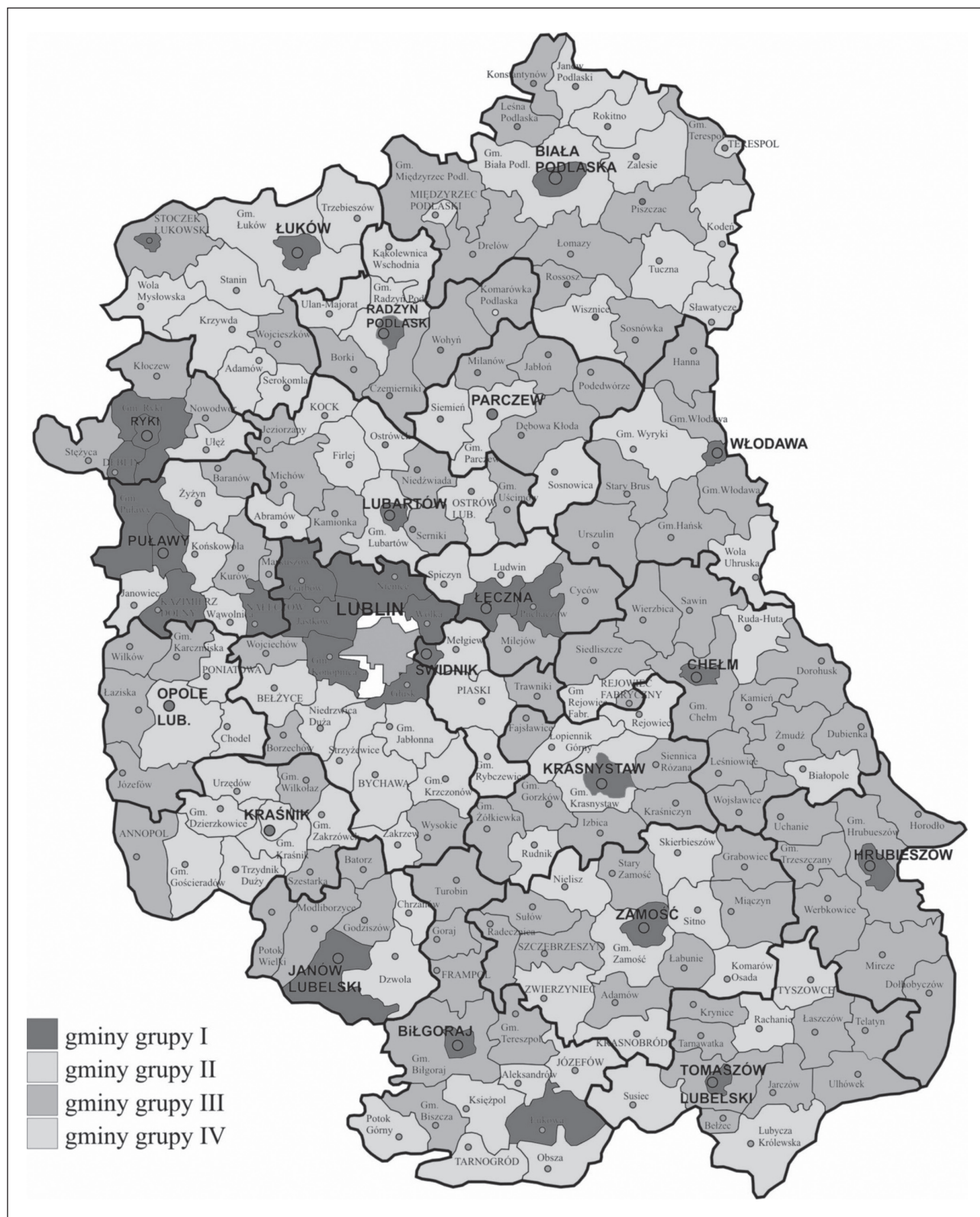
Jakość (funkcjonalność) „komercyjnych” stron internetowych, a poziom konkurencyjności gminy

W wyniku przeprowadzonej we wrześniu 2010 r. inwentaryzacji stron internetowych gmin reprezentujących województwo lubelskie, okazało się, że w celu odpowiedzi na pytanie, czy istnieje zależność pomiędzy poziomem konkurencyjności, a jakością (funkcjonalnością) stron samorządów terytorialnych, należało z badań wyłączyć następujące gminy: Biała Podlaska, Biłgoraj, Chełm, Hrubieszów, Krasnystaw, Kraśnik, Lubartów, Łuków, Międzyrzec Podlaski, Puławy, Radzyń Podlaski, Rejowiec Fabryczny, Stoczek Łukowski, Terespol, Tomaszów Lubelski, Włodawa, Zamość, było to spowodowane brakiem odrębnych „komercyjnych” stron dla gmin wiejskich i miejskich posiadających tą samą nazwę. Ww. gminy posiadały tylko jedną komercyjną stronę, na której informacje dotyczyły zarówno gminy miejskiej jak i wiejskiej.

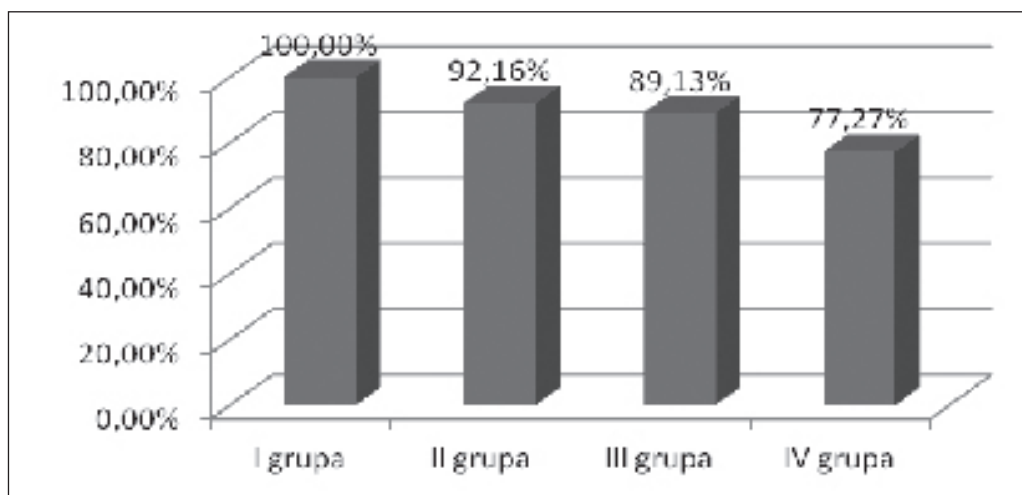
Na rysunku 3 przedstawiono wyposażenie gmin województwa lubelskiego w nieobowiązkowe „komercyjne” strony internetowe.

Jak wynika z przeprowadzonych badań (Rys. 3) wszystkie gminy charakteryzujące się najwyższym poziomem konkurencyjności (I grupa) posiadają dodatkową „komercyjną” stronę internetową. Spośród gmin należących do najmniej konkurencyjnych (IV grupa) tylko 77,27% jednostek posiadało taką stronę. Należy jednocześnie zauważyć, że pomiędzy poziomem konkurencyjności, a udziałem gmin posiadających „komercyjną” stronę internetową nie wystąpiła zależność statystyczna ( $\chi^2=5,92$ ,  $p=0,116$ ).

<sup>7</sup> Źródłem był Bank Danych Regionalnych za 2006 r.



**Rysunek 2.** Podział na grupy według syntetycznej miary określającej konkurencyjność gmin województwa lubelskiego  
**Picture 2.** Division into groups according to synthetic measure qualifying the competitiveness of Lublin region communes  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Regionalnych za 2006 r.



**Rysunek 3.** Udział gmin województwa lubelskiego posiadający „komercyjną” stronę internetową  
**Picture 3.** Share of Lublin region communes having „commercial” Web pages  
 Źródło: badania własne

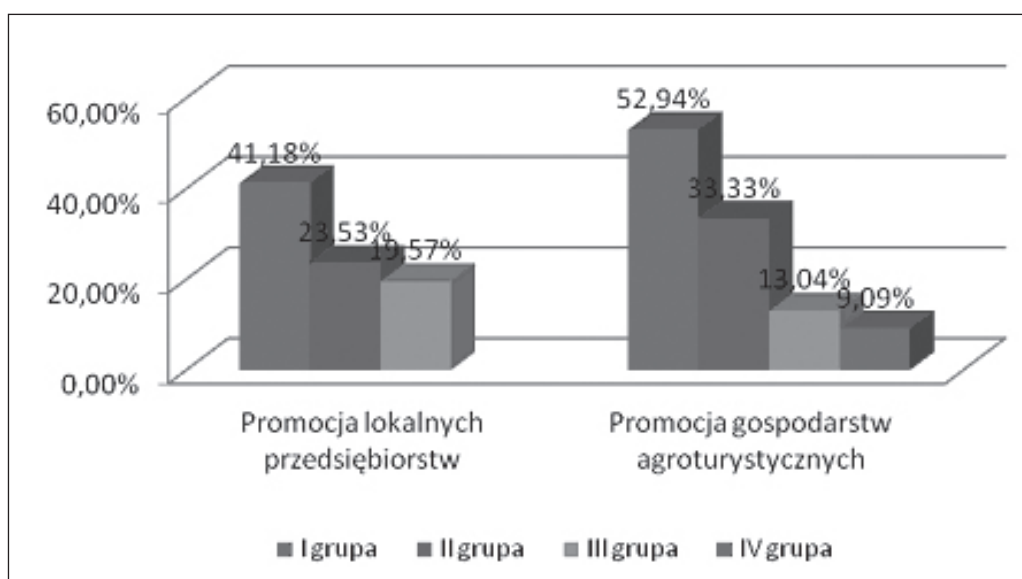
Biorąc pod uwagę zakres informacji, które są zawarte na „komercyjnych” stronach to bez względu na poziom konkurencyjności (jaki reprezentowała gmina) wszystkie badane jednostki publikują: podstawowe dane o gminie, dane teleadresowe, aktualności oraz galerię zdjęć. Statystycznie zmienne te są niezależne ( $\chi^2=5,92$ ,  $p=0,116$ ) co oznacza, że tego rodzaju funkcje nie różnicują tych gmin pomiędzy sobą.

Jednostki samorządowe mogą wykorzystywać „komercyjne” strony internetowe gmin do wspierania działań promocyjnych lokalnych podmiotów gospodarczych poprzez umieszczanie o nich informacji, bądź odnośników do ich własnych stron internetowych. Zamieszczenie tego rodzaju informacji kreuje bardzo pozytywny wizerunek przedsiębiorcy, a gmina wspierając w ten sposób podmioty, w swoisty sposób

je certyfikuje. Jak wynika z przeprowadzonych badań (Rysunek 4) najczęściej gmin (41,18%) reprezentującą I grupę (najbardziej konkurencyjną) na „komercyjnych” stronach internetowych promuje lokalnych przedsiębiorców, w grupie gmin najmniej konkurencyjnych na żadnej „komercyjnej” stronie internetowej nie są promowane przedsiębiorstwa.

Warto zauważyć, że pomiędzy tego rodzaju działaniem, a poziomem konkurencyjności jaki reprezentowała jednostka istnieje zależność statystyczna ( $\chi^2=10,531$ ,  $p=0,015$ ). Oznacza to, że im gmina jest bardziej konkurencyjna, tym częściej promuje lokalne przedsiębiorstwa na swojej „komercyjnej” stronie.

„Komercyjne” strony internetowe mogą również promować gospodarstwa agroturystyczne. Jak wynika z przeprowadzonych badań (Rysunek 4) pomiędzy



**Rysunek 4.** Promocja lokalnych podmiotów gospodarczych na „komercyjnej” stronie internetowej na przykładzie gmin województwa lubelskiego  
**Picture 4.** Promotion of local enterprises on „commercial” Web page basing on Lublin region communes  
 Źródło: badania własne

tą funkcją, a poziomem konkurencyjności gminy wystąpiła zależność statystyczna ( $\chi^2=19,753$ ,  $p=0,0002$ ), dzięki czemu można sformułować wniosek, że im wyższy poziom konkurencyjności posiada gmina, tym częściej na swojej stronie promuje gospodarstwa agroturystyczne zlokalizowane na jej obszarze.

Są to działania szczególnie ważne, ponieważ przyczyniają się do poprawy pozycji konkurencyjnej zarówno podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie gminy, jak i w końcowym efekcie samej jednostki.

„Komercyjne” strony internetowe gmin mogą być uzupełniane o dodatkowe funkcje (np. możliwość umieszczania ogłoszeń), które sprawiają, że strony są atrakcyjniejsze. Jak wynika z przeprowadzonych badań (Rysunek 5) pomiędzy dodatkowymi funkcjami stron internetowych, a poziomem konkurencyjności jaki posiada gmina istnieje zależność statystyczna ( $\chi^2=12,454$ ,  $p=0,006$ ), na podstawie, której można sformułować wniosek, że im gmina jest bardziej konkurencyjna, tym więcej użytecznych funkcji oferuje jej strona internetowa.

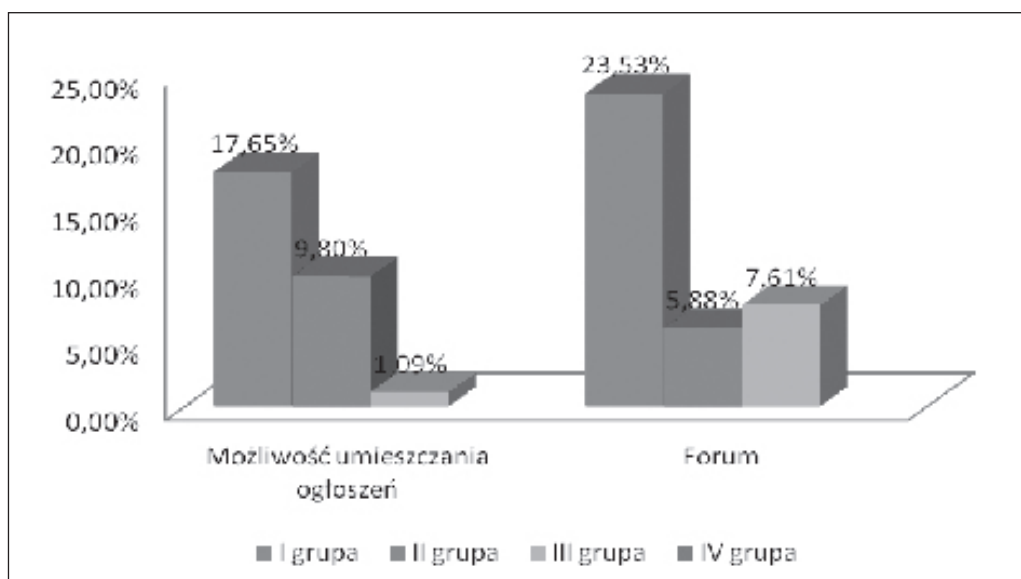
Do poprawy atrakcyjności „komercyjnych” stron internetowych można również wykorzystać możliwość swobodnej wypowiedzi na „forum”. Jak wynika z przeprowadzonych badań (Rys. 5) występująca zależność statystyczna, pomiędzy tą użytecznością, a poziomem konkurencyjnym gminy ( $\chi^2=8,074$ ,  $p=0,044$ ) pozwala na sformułowanie wniosku, że w dużej mierze poziom konkurencyjności gminy determinuje posiadanie tej funkcji na „komercyjnej” stronie internetowej. Warto jednocześnie zauważyć, że żadna ze stron internetowych gmin najmniej konkurencyjnych nie posiada tej funkcji.

Do kolejnej funkcji „komercyjnej” strony internetowej można zaliczyć „użyteczność” e-urząd/miasto i w tym przypadku wystąpiła zależność statystyczna ( $\chi^2=30,339$ ,  $p=0,000$ ) pomiędzy tą funkcją, a poziomem konkurencyjności gmin, które na swoich stronach ją oferują. Jak wynika z przeprowadzonych badań (Rysunek 6) najwięcej (82,35%) „komercyjnych” stron internetowych gmin o najwyższym poziomie konkurencyjności umożliwia jej wykorzystywanie, a w pozostałych grupach poziom jest bardzo wyrównany i wynosi ok. 20%.

Gminy do poprawy atrakcyjności swoich stron internetowych mogą również wykorzystywać inne dodatkowe informacje takie np. jak rozkłady jazdy autobusów, pociągów, czy też możliwość skorzystania z multimedialnej mapy. Te dodatkowe informacje mogą stanowić zarówno źródło informacji dla zainteresowanych podmiotów, jak również zachętę do częstszego jej odwiedzania. Jak wynika z przeprowadzonych badań (Rys. 6) pomiędzy dodatkowymi funkcjami, a poziomem konkurencyjności gminy, która umożliwia z nich korzystanie występuje zależność statystyczna ( $\chi^2=24,958$ ,  $p=0,003$ ), na podstawie, której można wyciągnąć wniosek, że im gmina jest bardziej konkurencyjna, tym częściej oferuje tego typu informacje.

Poziomu konkurencyjności gminy jest ściśle powiązany z jakością (użytecznością) „komercyjnych” stron internetowych, im gmina jest bardziej konkurencyjna, tym więcej funkcji (informacji) oferuje na swojej stronie internetowej.

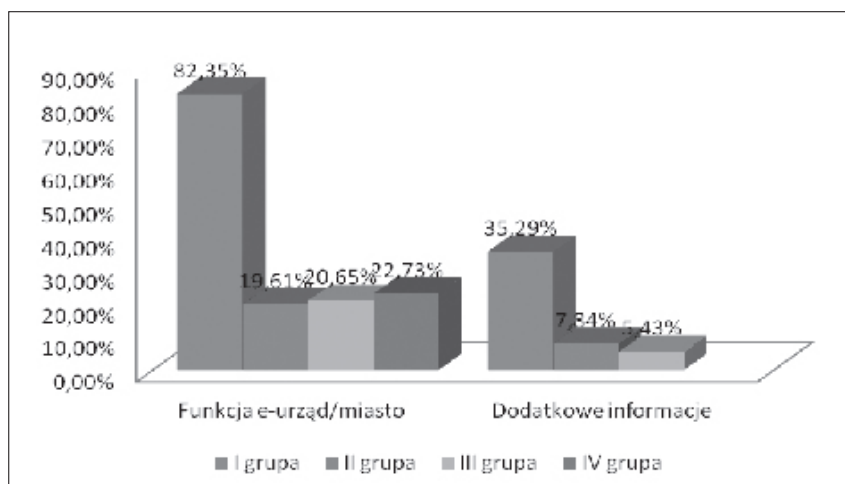
Żeby strony internetowe gminy były użyteczne dla mieszkańców trzeba zadbać o zapewnienie im dostępu do Internetu, poprzez stwarzanie korzystnych warunków dla rozwoju przedsiębiorczości w zakresie



**Rysunek 5.** Dodatkowe funkcje „komercyjnych” stron internetowych gmin województwa lubelskiego (możliwość umieszczanie ogłoszeń, forum)

**Picture 5.** Additional functions of Lublin region communes „commercial” Web pages (possibility to place announcements, forum)

Źródło: badania własne



**Rysunek 6.** Dodatkowe funkcje „komercyjnych” stron internetowych gmin województwa lubelskiego (funkcja e-urząd/miasto, dodatkowe informacje)

**Picture 6.** Additional functions of Lublin region communes „commercial” Web pages (function e-council/city, additional information)

Źródło: badania własne

świadczenia tego rodzaju usług, bądź wprowadzaniu przez JST tego produktu do struktury asortymentowej. Przykładem gminy, która umożliwiła mieszkańcom dostęp do sieci WiFi, jest gmina Wąwolnica. Warto jednocześnie wspomnieć o Projekcie „Sieć Szerokopasmowa Polski Wschodniej”, który zakłada, że do 2013 r., co najmniej 90% gospodarstw domowych i 100% instytucji publicznych oraz przedsiębiorców w 5 województwach Polski Wschodniej będzie posiadać dostęp do usług szerokopasmowych. Projekt pozwoli zniwelować zagrożenie wykluczeniem cyfrowym terenów wcześniej uznawanych za nieatrakcyjne z punktu widzenia przedsiębiorców oferujących tego rodzaju usługi ([www.uk.gov.pl/uke/redir.jsp?plac=galleryStats&id=15556](http://www.uk.gov.pl/uke/redir.jsp?plac=galleryStats&id=15556)).

### Strony internetowe gminy w opinii mieszkańców

W tabeli 1 przedstawiono wyniki badań dotyczących wiedzy mieszkańców, na temat posiadania przez ich gminy strony internetowej.

**Tabela 1.** Wyposażenie gminy w stronę internetową (w %)

**Table 1.** Commune equipment in Web page (in %)

Odpowiedź	Pozycja konkurencyjna			
	I grupa	II grupa	III grupa	IV grupa
Tak	0,94	0,87	0,85	0,80
Nie	0,00	0,01	0,01	0,00
Trudno powiedzieć	0,06	0,12	0,14	0,20
Ocena zależności	n=411, $\chi^2=7,167$ ; p=0,306			

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Pomimo braku zależności statystycznej pomiędzy udzielonymi odpowiedziami, a poziomem konkurencyjności jednostki, którą reprezentowali ankietowani, warto zauważyć, że im jest wyższy poziom konkurencyjności gminy, tym więcej ankietowanych ją reprezentujących wskazuje na fakt posiadania przez ich jednostkę strony internetowej.

Ankietowanych, którzy wiedzą o posiadaniu przez ich gminy „komercyjnej” strony internetowej, poproszono o odpowiedź jak często z niej korzystają. Pomiedzy częstotliwością, a poziomem konkurencyjności jednostki, którą reprezentowali ankietowani nie zanotowano zależności statystycznej ( $p>0,5$ ). Warto jednak podkreślić, że średnio najrzadziej „komercyjne” strony internetowe odwiedzają ankietowani reprezentujący gminy najmniej konkurencyjne (IV grupa). Reprezentanci pozostałych grup wskazywali, że ok. 2 razy w ciągu miesiąca odwiedzają gminne strony internetowe (Tabela 2).

**Tabela 2.** Średnia liczba odwiedzin strony internetowej przez mieszkańca w ciągu miesiąca

**Table 2.** Average number of Web page enters by inhabitant during month

Odpowiedź	Pozycja konkurencyjna			
	I grupa	II grupa	III grupa	IV grupa
Średnia liczba odwiedzin w ciągu m-ca	1,56	1,86	2,42	0,86
Ocena zależności	n=411, $\chi^2=55,608$ ; p=0,305			

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Zakres informacji z których korzystają mieszkańcy reprezentujący badane jednostki zawiera (Tabela

3). Jak wynika z przeprowadzonych badań z punktu widzenia mieszkańca (bez względu na poziom konkurencyjności gminy, którą reprezentuje) najczęściej odwiedzane są strony internetowe gminy w celu zasięgnięcia informacji o najnowszych wydarzeniach z życia jednostki (tzw. aktualności), na drugim miejscu gminne strony internetowe są wykorzystywane jako źródło danych teleadresowych. Wraz ze wzrostem poziomu konkurencyjności rośnie liczba ankietowanych, którzy wykorzystują strony internetowe do poszukiwania ogłoszeń (np. o wolnych stanowiskach pracy w urzędzie, o przetargach). Oprócz ww. należy wspomnieć, że mieszkańcy bardzo chętnie poszukują na stronach swoich jednostek galerii zdjęć.

Brak zależności statystycznej ( $p > 0,5$ ) oznacza, że bez względu na poziom konkurencyjności jaki reprezentowali ankietowani, ich potrzeby informacyjne były bardzo podobne.

**Tabela 3.** Zakres informacji poszukiwanych przez mieszkańców gmin województwa lubelskiego na stronach internetowych (w %)  
**Table 3.** The scope of information wanted on Web pages by Lublin region communes' inhabitants (in %)

Odpowiedź	Pozycja konkurencyjna			
	I grupa	II grupa	III grupa	IV grupa
Aktualności	0,64	0,72	0,83	0,80
Dane teleadresowe	0,20	0,11	0,06	0,10
Galeria zdjęć	0,04	0,06	0,04	0,10
Ogłoszenia	0,12	0,11	0,07	0,00
Ocena zależności	n=411, $\chi^2=33,170$ ; p=0,192			

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

## Wnioski

Gminy posiadając „komercyjne” strony internetowe mogą przyczynić się do poprawy pozycji konkurencyjnej lokalnych podmiotów gospodarczych poprzez wspieranie ich w działaniach promocyjnych. Gminy promując gospodarstwa agroturystyczne, stają się swoistym „gwarantem” jakości oferowanych w nich usług.

Gminy, które chcą, żeby ich strony internetowe przyczyniały się do poprawy konkurencyjności powinny dokładnie określić segmenty do których będą kierować przy ich pomocy informacje. Warto przy tym zauważyć, że im strony są bardziej wyposażone w multimedia (np. zdjęcia, filmy), tym są atrakcyjniejsze z punktu widzenia odbiorcy.

Z badań wynika, że potrzeby informacyjne mieszkańców są bardzo podobne bez względu na poziom konkurencyjności gminy jaką reprezentowali, a niestety zakres informacji oferowany na „komercyjnych” stronach był uzależniony od poziomu konkurencyjności jednostki, im gmina była bardziej konkurencyjna

tym więcej funkcji oferowała jej strona.

Biorąc pod uwagę, że już niebawem tereny zagrożone wykluczeniem cyfrowym będą miały swobodny dostęp do Internetu gminy muszą zastanowić się nad uruchomieniem „komercyjnej” strony swojej jednostki, bądź jej taką modyfikacją by w pełni zaspokoić potrzeby informacyjne różnorodnych „atrakcyjnych” odbiorców.

Zakres informacji zawartych na obowiązkowych stronach internetowych publikowanych w BIP powinien być systematycznie zwiększany, uwzględniając potrzeby informacyjne zainteresowanych podmiotów (np. mieszkańców, turystów, inwestorów).

Gminne strony internetowe, z czasem staną się bardzo wyrafinowanymi narzędziami, które oprócz funkcji promocyjnej będą również pełnić funkcje administracyjne (np. skrzynki podawcze) oraz edukacyjne.

## Literatura:

- Adamowicz M.(2003), *Skala lokalna w terytorialnym podziale kraju* W: M. Adamowicz (red.) *Strategie rozwoju lokalnego*, Wyd. SGGW, Warszawa, Tom I – Aspekty instytucjonalne.
- Szromnik A.(2007), *Miasto i region na rynku*, Wolters Kluwer Business, Kraków.
- Widera Z.,(2007) „*Od talerza do pełnego duków spichlerza*”. *Kwaśnica jako element działań promocyjnych Żywiecczyny* W: K. Gajdka, Z. Widera, *Lokalne specjały kulinarne jako element strategii promocji Regionów*, Wyd. Śląska Organizacja Turystyczna w Katowicach, Katowice.
- Dz.U.01.142.1591.
- Dz. U. Nr 112, poz. 1198.
- Dz. U. Nr 67 z 5 czerwca 2002 r., poz. 619.
- Dz. U. z 2002 r. Nr 214, poz. 1806.
- Dz. U. Nr 223, poz. 1458.

## Strony internetowe:

- <http://www.dns.pl/zasady-p.html> (02.02.2011 r.).
- [http://www.eporady24.pl/drukuj\\_artykuly-699.html](http://www.eporady24.pl/drukuj_artykuly-699.html) (02.02.2011 r.).
- <http://e-prawnik.pl/biznes/prawo-spolek/pozostale/odpowiedzi/domena-ktorej-nazwa-jest-nazwa-miasta.html> (02.02.2011 r.).
- <http://www.prawo.lex.pl/bap/student/Dz.U.2001.142.1591.html> (02.02.2011 r.).
- <http://www.wrota.podkarpackie.pl/> (02.02.2011 r.).
- <http://www.wszystkoobip.pl/?cid=3> (16.01.2011 r.).
- <http://www.wszystkoobip.pl/index.php?cid=516> (16.01.2011 r.).



## **WEB PAGES AS AN INSTRUMENT FOR COMMUNES' COMPETITIVENESS POSITIONING BASING UPON LUBLIN REGION**

**Paweł Janulewicz**

University of Life Sciences in Lublin

**Summary:** This paper classifies the Web pages of selected communes in the Lublin region. The author seeks to identify some relationships between Web page quality (functionality) and the level of competitiveness of the entities surveyed. The paper also suggests what type of information should be included in the Web pages in order to make them more attractive.

**Key words:** Web page, classification, borough competitiveness

*Adres do korespondencji/ Mailing address: pawel.janulewicz@up.lublin.pl*