

**ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ – ΠΡΟΤΥΠΗ
ΠΛΗΡΩΣ ΑΥΤΟΜΑΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑΣ
ΠΡΟΧΕΙΡΩΝ (ΣΥΝΟΠΤΙΚΩΝ) ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΩΝ ΓΙΑ
ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ ΚΑΤΑ NSN ΚΑΙ PART NUMBER**

Η εργασία υποβάλλεται για τη μερική κάλυψη των απαιτήσεων με στόχο την απόκτηση του διπλώματος



**ΠΜΣ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
(ΔΙΟΙΚΗΣΗ LOGISTICS)**

Από

ΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Φοιτητής: Ερρίκος Πουρί (Tml1605)

Επιβλέπον Καθηγητής: Δρ. Γρηγόρης Χονδροκούκης

ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ, 2018

ΔΗΛΩΣΗ

Η εργασία αυτή είναι πρωτότυπη και εκπονήθηκε αποκλειστικά και μόνο για την απόκτηση του συγκεκριμένου μεταπτυχιακού τίτλου.

Ερρίκος Πουρί του Παναγιώτη (Α.Μ.Λ1605)

Περίληψη

Κύριος στόχος της παρούσας εργασίας είναι η παρουσίαση των δυνατοτήτων Ηλεκτρονικού Εμπορίου και η προβολή της υψίστης σημασίας επιβεβλημένη ανάγκη για την υιοθέτηση του στις διαδικασίες των Δημόσιων Προμήθειων και Συμβάσεων. Τα ιστορικά στοιχεία αποδεικνύουν ότι παρόλο που οι λειτουργίες της νέας μορφής εμπορίου έγιναν άμεσα αποδεκτές από την ιδιωτική πρωτοβουλία, ο συντηρητικός Δημόσιος Τομέας αντιστέκεται σθεναρά στη εισαγωγή της νέας τεχνολογίας απορρίπτοντας παράλληλα το μεγάλο πλήθος των οφελών που προσφέρουν.

Παράλληλα πέραν από την επιτακτική ανάγκη, προβάλλεται και η υποχρέωση όλων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωση για την άμεση εφαρμογή της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης σε όλη τους δημοσίους τομείς με σκοπό τη διεύρυνση του ανταγωνισμού και την εδραίωση των τριών βασικών αρχών που πρέπει α διέπουν τις δημόσιες προμήθειες: Την αρχή της Δημοσιότητας, την αρχή της Διαφάνειας των Διαδικασιών και την αρχή της Ίσης Αντιμετώπισης των συμμετεχόντων.

Επιπλέον μέσω της παρούσας εργασίας επιδιώκεται η παρουσίαση μίας πρότυπης διαδικασίας Πρόχειρων (Συνοπτικών) διαγωνισμών που σκοπός της είναι ο περιορισμός του ανθρώπινου παράγοντα από καθοριστικούς τομείς της διαδικασίας λήψης αποφάσεων κατακύρωσης και σύναψης συμβάσεων, προστατεύοντας έτσι τόσο τους συμμετέχοντες από την εις βάρος τους άنيση μεταχείρισης όσο και τα δημόσια όργανα από άδικες κατηγορίες για δόλια συμπεριφορά υπέρ τρίτων. Επιπλέον τονίζεται σθεναρά η αναγκαιότητα της διασύνδεσης των υπηρεσιών μίας χώρας με απώτερη επιδίωξή της Δια- Ευρωπαϊκής διασύνδεσης τους. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα οι Δημόσιες αγορές της Ε.Ε. να γίνουν ευκόλως προσβάσιμες από το σύνολο των εταιριών και οργανισμών της Ευρώπης και παράλληλα οι δημόσιοι φορείς να συνάπτουν Συμβάσεις με καλύτερους όρους, λόγω του ευρύτερου ανταγωνισμού, εξασφαλίζοντας έτσι σε υψηλότερο βαθμό το δημόσιο συμφέρον.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις βαθύτατες ευχαριστίες μου στο επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας εργασίας Δρ. Γρηγόρη Χονδροκούκη για την υψίστου σημασίας συνδρομή του στη εκπόνηση της, με την παροχή συστηματικών κατευθύνσεων στην συγκέντρωση υλικού και την συγγραφή της

Επιπρόσθετα, θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες στους γονείς μου, Παναγιώτη και Δέσποινα, καθώς και στα αδελφές μου Χριστίνα και Ευαγγελία για την αμέριστη ηθική συμπαράσταση και την υπομονή που επιδείξανε τόσο κατά της διάρκειας των σπουδών μου και όσο και κατά την συγγραφή της διπλωματικής εργασίας.

Ομοίως θα επιθυμούσα να ευχαριστήσω τους τόσο τους καθηγητές μου όσο και τους συμφοιτητές μου για το σύνολο των γνώσεων και των εμπειριών που αποκόμισα τόσο κατά των μαθημάτων όσο και εκτός μαθημάτων.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω και την Πολεμική Αεροπορία που μου έδωσε τη δυνατότητα να παρακολουθήσω το μεταπτυχιακό πρόγραμμα και να συγγράψω την παρούσα εργασία με απώτερο στόχο την επαύξηση των γνώσεων μου πάνω στον τομέα των LOGISTICS.

Περιεχόμενα

1	Μεθοδολογία	8
2	Ηλεκτρονικό Εμπόριο	10
2.1	Γενικά για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο	10
2.2	Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου	11
2.3	Συσχέτιση εννοιών Ηλεκτρονικού εμπορίου (E-commerce) και Ηλεκτρονικού Επιχειρεί (E-business)	12
2.4	Ιστορική αναδρομή της εξέλιξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου Παγκοσμίως	14
2.4.1	Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μέχρι το 1995: Το πρώιμο στάδιο	14
2.4.2	Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο από το 1995 έως το 1999: Η Χρυσή Εποχή	17
2.4.3	Το «Σκάσιμο της Φούσκας» του DOT-COM: Η δύσκολη περίοδος 2000-2001 του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	20
2.4.4	Η αναζωπύρωση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και η πορεία του από το 2002 έως σήμερα	22
2.5	Ο «κύκλος» του ηλεκτρονικού εμπορίου	23
2.5.1	Ανταλλαγή πληροφοριών	24
2.5.2	Παραγγελία	25
2.5.3	Παράδοση προϊόντος	25
2.5.4	Πληρωμή	26
2.5.5	Ηλεκτρονική ανταλλαγή παραστατικών (EDI – Electronic Data Interchange)	27
2.5.6	Εξυπηρέτηση πελατών μετά την πώληση	28
2.6	Κώδικας Δεοντολογίας Ηλεκτρονικού Εμπορίου	28
2.6.1	Άρθρο 1ο: Σκοπός και Πεδίο εφαρμογής	29
2.6.2	Άρθρο 2ο: Ορισμοί	29
2.6.3	Άρθρο 3ο: Γενικές αρχές & υποχρεώσεις των ηλεκτρονικών καταστημάτων	29
2.6.4	Άρθρο 4ο: Προστασία ανηλίκων και άλλων ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού	31
2.6.5	Άρθρο 5ο: Ασφάλεια συναλλαγών & προστασία προσωπικών δεδομένων	31
2.6.6	Άρθρο 6ο: Δικαίωμα υπαναχώρησης για τους καταναλωτές	32
2.6.7	Άρθρο 7ο: Εξυπηρέτηση καταναλωτών	32
2.6.8	Άρθρο 8ο: Ηλεκτρονική Εναλλακτική Επίλυση των καταναλωτικών διαφορών	33
2.7	Μορφές – Κατηγορίες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	33
2.7.1	Επιχείρηση με Επιχείρηση (B2B – Business to Business)	33
2.7.2	Επιχείρηση με Κράτος (B2G – Business to Government)	35
2.7.3	Καταναλωτή με Κράτος (C2G – Consumer to Government)	35
2.7.4	Κράτος με Κράτος (G2G – Government to Government)	35
2.7.5	Επιχείρηση με Καταναλωτή (B2C – Business to Consumer)	35
2.7.6	Καταναλωτή με Καταναλωτή (C2C – Consumer to Consumer)	36
2.7.7	Ενδο-επιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο (B2E)	36
2.8	Τα Επιχειρηματικά Μοντέλα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου	38

2.8.1	E-shop (ή Virtual Store)	39
2.8.2	E-procurement	40
2.8.3	E-auction	41
2.8.4	E-mall	42
2.8.5	Third Party Marketplace	43
2.8.6	Virtual Communities	44
2.8.7	Value Chain Service Provider	45
2.8.8	Value Chain Integrators	45
2.8.9	Collaboration Platforms	46
2.8.10	Information Brokerage	46
2.8.11	Trust and other Services	46
2.9	Τα Πλεονεκτήματα του Η.Ε	47
2.9.1	Πλεονεκτήματα προς όφελος του καταναλωτή	47
2.9.2	Πλεονεκτήματα προς όφελος των επιχειρήσεων	49
2.10	Τα Μειονεκτήματα του Η.Ε	50
3	Δημόσιες Προμήθειες και Ηλεκτρονικές Δημόσιες Προμήθειες	52
3.1	Εισαγωγικά στοιχεία για τις Ηλεκτρονικές Δημόσιες Προμήθειες	52
3.2	Δημόσιες Προμήθειες	54
3.3	Βασικές Αρχές Δημοσίων Προμηθειών	55
3.3.1	Αρχή της δημοσιότητας	56
3.3.2	Αρχή της διαφάνειας των διαδικασιών	56
3.3.3	Αρχή της ίσης μεταχείρισης	56
3.4	Ο προμηθευτικός κύκλος	57
3.4.1	Προσδιορισμός και περιγραφή απαιτήσεων	57
3.4.2	Έρευνα προμηθευτικών αγορών	57
3.4.3	Επιλογή και ανάθεση	57
3.4.4	Διεκπεραίωση προμήθειας	58
3.5	Τα Είδη των Διαγωνισμών	58
3.5.1	Ανοιχτός Διαγωνισμός	59
3.5.2	Κλειστός Διαγωνισμός	59
3.5.3	Διαδικασία με διαπραγματεύσεις	60
3.5.4	Πρόχειρος (ή Συνοπτικός) Διαγωνισμός	60
3.6	Φάσεις Διαγωνισμού	61
3.7	Λόγοι Αποκλεισμού Προμηθευτή	63
3.8	Εισαγωγή Ηλεκτρονικών Προμηθειών στον Δημόσιο τομέα	65
3.9	Επιχειρησιακά μοντέλα και συστήματα ηλεκτρονικών δημοσίων προμηθειών	67
3.9.1	e-Tendering	67
3.9.2	Ηλεκτρονικές δημοπρασίες	68
3.9.3	Ηλεκτρονικά Marketplaces	69
3.9.4	Ηλεκτρονικοί κατάλογοι (e-catalogues)	70
3.10	Υποστηρικτικές λειτουργίες	70
3.10.1	Συστήματα προεπιλογής	71
3.10.2	e-Awarding	71
3.10.3	e-Contracting	72
3.10.4	e-Ordering	72

3.10.5	e-Invoicing	72
3.10.6	e-Payment	72
3.11	Μοντέλα δημόσιων προμηθειών - Συγκεντρωτικό έναντι αποκεντρωτικό	73
3.12	Νομικό – Θεσμικό Πλαίσιο	74
3.13	Ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων (ΕΑΑΔΗΣΥ)	78
3.14	Εθνικό Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ. Η. ΔΗ.Σ.)	79
3.15	Ηλεκτρονικό Μητρώο Δημοσίων Συμβάσεων (Κ.Η.Μ.ΔΗ.Σ.)	80
4	Πρότυπη Πλήρης Αυτοματοποιημένη Διαδικασία Πρόχειρων (Συνοπτικών) Δημοσίων Διαγωνισμών για κωδικοποιημένα υλικά κατά NSN και Part Number	82
4.1	Εισαγωγικά Στοιχεία	82
4.2	Αποστολή Πολεμικής Αεροπορίας	83
4.3	Οργάνωση Πολεμικής Αεροπορίας	85
4.3.1	Γενικό Επιτελείο Αεροπορίας (ΓΕΑ)	85
4.3.2	Αρχηγείο Τακτικής Αεροπορίας (ΑΤΑ)	86
4.3.3	Διοίκηση Αεροπορικής Υποστήριξης (ΔΑΥ)	87
4.3.4	Διοίκηση Αεροπορικής Εκπαίδευσης (ΔΑΕ)	88
4.3.5	201 Κέντρο Εφοδιασμού Αεροπορίας (201ΚΕΦΑ)	89
4.4	Ηλεκτρονικός Λογαριασμός Συμμετέχοντος	90
4.5	Διαδικτυακή Εφαρμογή Δημοσίων Διαγωνισμών	93
4.6	Προκήρυξη Διαγωνισμού	96
4.7	Πιστοποιητικά	98
4.8	Παρουσίαση Πρότυπης Διαδικασίας Πρόχειρου (Συνοπτικού) Διαγωνισμού	99
4.9	Έναρξη Διαγωνιστικής Διαδικασίας	102
4.10	Στάδιο 1 ^ο : Υποβολή Αρχικών Προσφορών	106
4.11	Φάση Ελέγχου Προσφορών και Φάση Διόρθωσης Προσφορών	111
4.12	Στάδιο 2 ^ο : Επαναδιαπραγμάτευση Τιμής Μειοδοσίας με την χρήση συστήματος πλειστηριασμού	114
5	Επίλογος: Συμπεράσματα και Προτάσεις	118
	Βιβλιογραφία και Πηγές	120

Λίστα Εικόνων

Εικόνα 1:	<i>Η διαχρονική ανάπτυξη των πωλήσεων της AMAZON (σε εκατ. δολάρια)</i>	19
Εικόνα 2:	<i>Ο κύκλος του ηλεκτρονικού εμπορίου</i>	24
Εικόνα 3:	<i>Η ανάπτυξη του e-Bay</i>	41
Εικόνα 4:	<i>Φάσεις Διαγωνισμού Δημοσίου</i>	62
Εικόνα 5:	<i>Έμβλημα ΓΕΑ</i>	86
Εικόνα 6:	<i>Έμβλημα ΑΤΑ</i>	87
Εικόνα 7:	<i>Έμβλημα ΔΑΥ</i>	88
Εικόνα 8:	<i>Έμβλημα ΔΑΕ</i>	89
Εικόνα 9:	<i>Έμβλημα 201ΚΕΦΑ</i>	90
Εικόνα 10:	<i>Δένδρο Επιλογών – Αναζήτησης</i>	95
Εικόνα 11:	<i>Πίνακας Προβολής Απαίτησης</i>	104
Εικόνα 12:	<i>Πίνακας Υποβολής Προσφοράς</i>	106
Εικόνα 13:	<i>Πίνακας Υποβολής Νέας Προσφοράς</i>	115

1. Μεθοδολογία

Κύριο αίτιο απόφασης πραγματοποίησης της παρούσας εργασίας αποτέλεσε η ανάγκη κατανόησης και προβολής της ωφέλειας που θα μπορούσε να αποκτηθεί από την ένταξη των πρακτικών του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στις διαδικασίες των Δημοσίων Διαγωνισμών και Συμβάσεων και ειδικότερα αυτούς που διενεργούνται επ' ωφελεία της Π.Α.

Η έρευνα βασίστηκε στη θεωρητική- βιβλιογραφική προσέγγιση τριών βασικών στοιχείων:

- Η περιγραφή της δομής και των λειτουργιών του Ηλεκτρονικού Εμπορίου δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του και μελετώντας τα αποτελέσματα εισαγωγής των διαδικασιών του στον Ιδιωτικό τομέα.
- Την περιγραφή των χαρακτηριστικών των δημοσίων προμηθειών και την αναγκαιότητα για διεύρυνση της διαφάνειας, της δημοσιότητας και της ίσης μεταχείρισης των συμμετεχόντων.
- Τις επιταγές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την εγκαθίδρυση της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης σε όλο το φάσμα των Δημοσίων Λειτουργιών.

Η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση των ανωτέρω θεμάτων προέρχεται κυρίως από:

- Μελέτη Ακαδημαϊκών Εγχειριδίων και Επιστημονικών Άρθρων
- Μελέτη Ελληνικής Νομοθεσίας
- Μελέτη Ευρωπαϊκών Οδηγιών
- Μελέτη Θεσμικών Κειμένων Π.Α.

- Μελέτη Διπλωματικών Εργασιών σε Θέματα Ηλεκτρονικού Εμπορίου Και Δημοσίων Διαγωνισμών.

Επισημαίνεται ότι σε σημαντικό βαθμό χρησιμοποιήθηκε και οι δυνατότητες αναζήτησης πληροφοριών στο Διαδίκτυο καθώς αποτέλεσε επιβεβλημένη ανάγκη καλύτερης κατανόησης των βασικών αρχών της λειτουργίας του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Κατόπιν των ανωτέρω προκύπτει η παρούσα εργασία συμπεριλαμβανομένης μίας προτεινόμενης πρότυπης διαδικασίας αυτοματοποίησης των Πρόχειρων (Συνοπτικών) Διαγωνισμών για κωδικοποιημένα υλικά κατά NSN και P/N / Cage Code. Και Επιπλέον μέσω αυτής επιδιώκεται η προβολή της αναγκαιότητας για διασύνδεση των υπηρεσιών του δημοσίου.

2. Ηλεκτρονικό Εμπόριο

2.1 Γενικά για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce), αποτελεί αδιαμφισβήτητα την πιο ταχέως αναπτυσσόμενη εμπορική πρακτική της οικονομίας στις μέρες μας με συνεχώς αυξανόμενους ρυθμούς εξάπλωσης την τελευταία δεκαετία οι οποίοι αναμένεται να αυξηθούν επιπλέον στο εγγύς μέλλον. Στην ραγδαία αυτή ανάπτυξη συμβάλλουν καθοριστικά η συνειδητοποίηση από τον καταναλωτή, τις επιχειρήσεις και κατ' επέκταση της κοινωνίας του πλήθους των προσφερόμενων ευκαιριών και των οφελών του Ηλεκτρονικού Εμπορίου σε συνδυασμό της διάδοσης της χρήσης του Η/Υ και του διαδικτύου. Η συνεχής ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου επιφέρει, πρωτοφανείς επιδράσεις στην σύγχρονη οικονομία, στα οικονομικά μεγέθη, καθώς επίσης είναι καθοριστικός παράγοντας στην διαμόρφωση της σύγχρονης οικονομικής πολιτικής.

Ο αριθμός των χρηστών του Διαδικτύου αριθμείται σε εκατομμύρια χρήστες και η χρήση του ως μέσο εμπορικών συναλλαγών για την αγοραπωλησιών προϊόντων και υπηρεσιών επιτυγχάνει την διακίνηση πολλών δισεκατομμυρίων Ευρώ ετησίως με προβλέψεις για περαιτέρω μελλοντική ανάπτυξη ο ρυθμός της οποίας όμως κατά την παρούσα είναι δύσκολο να προσδιορισθεί με μεγάλη ακρίβεια. Η ανωτέρω δυναμική όμως του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι και ο μονός λόγος που εμφανίζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η χρήση του Διαδικτύου. Η απαγκίστρωση του από τους Ομοσπονδιακούς περιορισμούς, η εξέλιξη του σε ένα εργαλείο ιδιαίτερα φιλικό προς τον χρήστη και το σχετικά χαμηλό κόστος χρήσης του, επιτρέπει την διασύνδεση των τεχνολογιών, την ταχύτατη διάδοση της πληροφορίας και την βελτίωση της επικοινωνίας προσφέροντας έτσι στους χρήστες, ιδιώτες και επιχειρήσεις, μία δυναμική βάση πληροφόρησης και μία μέθοδο επικοινωνίας

χαρακτηριστικά της οποίας αποτελούν η ευκολία και η αμεσότητα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία νέων αγορών, την βελτίωση των διαδικασιών συνδιαλλαγών ωφελώντας καταναλωτές και επιχειρήσεις. Διαμορφώνει καθοριστικά τον τρόπο με τον οποίο πλέον τα προϊόντα παράγονται και διανέμονται, τις διαδικασίες αναζήτησης, αγοράς και πώλησης για καταναλωτές και επιχειρήσεις και γενικές γραμμές συμβάλλει καθοριστικά στην διαμόρφωση των σύγχρονων οικονομικών διαδικασιών.

Αναμφίβολα η σύγχρονη εμπορική κοινωνία απέχει πολύ από την επίτευξη της πλήρως αποτελεσματικής εκμετάλλευσης των δυνατοτήτων του Ηλεκτρονικού Εμπορίου καθώς είναι ένα μέσο καθημερινά εξελισσόμενο που επιδέχεται συστηματικά αλλαγές και καινοτομίες. Η χρήση του (και γενικότερα η χρήση του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν) για την αποτελεσματικότερη διοίκηση της αλυσίδας εφοδιασμού σε όλο το φάσμα της και ειδικά τους τομείς προμήθειας – παραγωγής αγαθών, καθορισμών των μεταφορών και των δικτύων διανομής, περιορισμού των εμποδίων εισόδου σε αγορές και της ταχύτερης και ποιοτικότερης πληροφόρησης δύναται να συμβάλλει καθοριστικά την περεταίρω της παραγωγικότητας, της οικονομίας και του ανταγωνισμού.

2.2 Ορισμός Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Πριν την απόπειρα ορισμού της έννοιας του «Ηλεκτρονικού Εμπορίου» (E-Commerce) θα πρέπει να επισημανθεί ότι δεν υφίσταται κατά την παρούσα ορισμός κοινώς αποδεκτός από το σύνολο του εμπορικού και του ακαδημαϊκού κόσμου. Οπότε στη απόπειρα μας να προσδιορίσουμε την έννοια θα παραθέσουμε μερικούς ορισμούς.

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί ένα σύνολο από επιχειρηματικές στρατηγικές που έχουν τη δυνατότητα να υποστηρίξουν συγκεκριμένους τομείς δραστηριότητας της

επιχείρησης και συγκεκριμένες πρακτικές αυτής, οι οποίες επιτρέπουν, μέσω της εφαρμογής νέων τεχνολογιών (Τ.Π.Ε), τη διεξαγωγή εμπορικών διαδικασιών με ηλεκτρονικά μέσα (Δουκίδης κ.ά.,1998).

- Με τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο νοείται η συναλλαγή που πραγματοποιείται χωρίς να απαιτείται υποχρεωτικά η φυσική παρουσία των συμβαλλόμενων μερών. Τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν την δυνατότητα να πραγματοποιήσουν μια συναλλαγή εμπορική ακόμα και όταν βρίσκονται σε διαφορετικά μέρη. Με τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου δύναται να πραγματοποιηθούν διαφορετικού είδους εμπορικές συναλλαγές για την πώληση αγαθών και υπηρεσιών (Χρήστος Σκιαδάς, Μαρία Μαρκάκη, 2001).
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο ορίζεται ως «η διαδικασία της αγοραπωλησίας ή ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών» (Efraim Turban, 2004).
- Συνοψίζοντας τους ανωτέρω ορισμούς μπορούμε να πούμε ότι: «Με τον όρο ηλεκτρονικό εμπόριο (electronic commerce ή εν συντομία e-commerce) νοείται η διαδικασία αγοράς - πώλησης αγαθών και υπηρεσιών με την χρήση νέων τεχνολογιών, όπως για παράδειγμα το Internet, και κατά την οποία δεν καθίσταται απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλόμενων μερών».

2.3 Συσχέτιση εννοιών Ηλεκτρονικού εμπορίου (E-commerce) και Ηλεκτρονικού Επιχειρεί (E-business)

Πριν προχωρήσουμε σε επιμέρους ανάλυση του «Ηλεκτρονικού Εμπορίου» θα πρέπει να δοθούν διευκρινίσεις σχετικά με τους όρους «Ηλεκτρονικό Εμπόριο» (e-

commerce) και Ηλεκτρονικό Επιχειρείν (e-business), προκειμένου να αποφευχθεί η συνήθης παρερμηνεία ότι οι δύο όροι έχουν την ίδια έννοια. Κύριος λόγος του λανθασμένου συσχετισμού αποτελεί ο πολύ μεγαλύτερος βαθμός χρήσης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (καθώς και η δημοτικότητά του) σε σύγκριση με τους υπόλοιπους τομείς που εμπεριέχονται στο Ηλεκτρονικό Επιχειρείν.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο αποτελεί υποσύνολο του Ηλεκτρονικού επιχειρείν. Ενώ το Ηλεκτρονικό Εμπόριο περικλείει μόνο τις λειτουργίες που είναι σχετικές με το εμπόριο (δηλαδή την αγοραπωλησία προϊόντων και υπηρεσιών), το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν περιλαμβάνει το ευρύτερο σύνολο των λειτουργιών που αφορούν με την χρήση των τεχνολογιών Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών προκειμένου να πραγματοποιούνται ηλεκτρονικά οι εμπορικές διαδικασίες. (Αρσένης Πασχόπουλος, Παναγιώτης Σκαλτσάς, 2006).

Διευκρινίζεται ότι το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν καλύπτει μεν την αγοραπωλησία προϊόντων ή υπηρεσιών με ηλεκτρονικό τρόπο (OnLine), αλλά επιπλέον περιλαμβάνει και άλλους τομείς της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας, όπως ο έλεγχος των αποθεμάτων, οι προμήθειες και γενικότερα την διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας κ.α.

Με την εισαγωγή και την διάδοση της χρήσης του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν στις εμπορικές λειτουργίες, οι επιχειρήσεις απέκτησαν πολλά οφέλη τόσο στο εσωτερικό τους περιβάλλον, όπως η αύξηση της ευελιξίας λόγω καλύτερης εσωτερικής διακυβέρνησης και ελέγχου, όσο και στο εξωτερικό τους περιβάλλον α) με την βελτίωση των διαύλων επικοινωνίας με τους προμηθευτές τους το οποίο οδήγησε στην στενότερη και κα πιο αποτελεσματική τους συνεργασία, και β) με την αύξηση του βαθμού ανταπόκρισης στις ανάγκες, επιθυμίες και προσδοκίες του καταναλωτικού τους κοινού.

Οι Στόχοι του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν αφορούν όλο το φάσμα των λειτουργιών και δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Οι βασικότερες από αυτές αφορούν την απλοποίηση, αυτοματοποίηση και επανακαθορισμό την δημιουργία εξατομικευμένων σχέσεων, βελτίωση της ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών, την δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών για την πληρέστερη κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών, την μείωση του κόστους και την αύξηση του κέρδους. Συνοψίζοντας, το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν έχει ως στόχο

- Την εισαγωγή αυτοματοποίησης στην επιχείρηση με σκοπό την βελτιστοποίηση των υπάρχοντων δομών και
- Την παραγωγή και τον έλεγχο νέων προϊόντων (Δεληγιάννης Ιωάννης, 2006).

2.4 Ιστορική αναδρομή της εξέλιξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου Παγκοσμίως

2.4.1 Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μέχρι το 1995: Το πρώιμο στάδιο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έγινε εφικτό με την εμφάνιση τεχνολογίας ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων **EDI** (Electronic Data Interchange). Η ανάπτυξη της τεχνολογίας EDI ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του 1960, προκειμένου να καλύψει την απαίτηση μεταφορικών εταιριών και ορισμένων **βιομηχανιών λιανικής (retail industries)** οι οποίες αποσκοπούσα στην μείωση του πλήθους των εγγράφων που απαιτούνταν μέχρι τότε για τις συναλλαγές τους, και τυποποιήθηκε τα μέσα της δεκαετίας του 1970 από τον φορέα τυποποίησης **ASC** (Accredited Standards Committee). Αυτό είχε ως την υιοθέτηση της χρήσης της από εταιρίες και άλλων κλάδων κατά την διάρκεια των δεκαετιών 1970-1980.

Στο αρχικό στάδιο ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, η EDI επέτρεπε στις εταιρίες την ανταλλαγή πληροφοριών, την τοποθέτηση παραγγελιών και την ηλεκτρονική

μεταφορά χρημάτων, εν συντομία **EFT** (Electronic Funds Transfer), αποκλειστικά με την χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών. Παρόλα αυτά η διάδοση της γινόταν με πολύ αργούς ρυθμούς. Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1990, λιγότερο από το 1% των εταιριών της Ευρώπης και των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής είχαν υιοθετήσει αυτήν την νέα τεχνολογία. Κυριότεροι λόγοι της βραδείας διάδοσης αποτελούσαν το υψηλό κόστος που έπρεπε να επωμιστεί η εκάστοτε εταιρία προκειμένου να συνδεθεί σε ένα δίκτυο EDI, καθώς επίσης και ένας πλήθος τεχνικών προβλημάτων που έπρεπε να επιλυθούν.

Στην δεύτερη του γενιά, το ηλεκτρονικού εμπορίου ξεκίνησε ως ένα εργαλείο αναζήτησης το οποίο αργότερα εξελίχθηκε σε εμπορικό εργαλείο αγοράς και πώλησης αγαθών μέσω του Internet. Η σύλληψη της ιδέας του Internet χρονολογείται από την δεκαετία 1960 όπου και δημιουργήθηκε το **APRANET** (Advanced Research Projects Agency Computer Network), παρόλα αυτά ο όρος Internet εμφανίστηκε το 1982. Ένα χρόνο αργότερα, το 1983, το IP (Internet Protocol) έγινε το μόνο αποδεκτό μέσο διαβίβασης δεδομένων στο διαδίκτυο καθιστώντας ισότιμα όλους του ηλεκτρονικού υπολογιστές ικανούς για ανταλλαγή πληροφοριών. Το 1986 κυβερνητική υπηρεσία **NSF** (National Science Foundation) ξεκίνησε την χρήση του NSFNET με σκοπό την παροχή διαύλων επικοινωνίας υψηλών ταχυτήτων μεταξύ των κυρίων κέντρων υπέρ-υπολογιστών σε όλη την επικράτεια των ΗΠΑ. Αργότερα το NSFNET έγινε ο ακρογωνιαίος λίθος για την δημιουργία Internet βασισμένο στα πρωτόκολλα επικοινωνίας TCP/IP.

Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980, ο χαρακτήρας του Internet παρέμενε καθαρά μη εμπορικός, όλα τα δίκτυα βασιζόντουσαν στην άμεση ή έμμεση χρήση του NSFNET και η χρήση του γινόταν κυρίως από μέλη της επιστημονικής κοινότητας που εργάζονταν είτε σε κυβερνητικούς οργανισμούς, είτε σε πανεπιστήμια. Κύριος λόγος αυτού

ήταν ότι η τότε χρήση του Internet απαιτούσε πολύ καλή γνώση χρήσης ηλεκτρονικών υπολογιστών και η οποία δεν ήταν τόσο διαδεδομένη εκείνη την εποχή.

Η ανάπτυξη της Γραφικής Διασύνδεσης Χρήστη γνωστή ως GUI (Graphical User Interface και η πλωτότητα του παγκόσμιου ιστού (World Wide Web) έθεσαν την βάση για την αλλαγή της χρήσης του διαδικτύου. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 η δημιουργία την Γλώσσα Σήμανσης Υπερκειμένου (HyperText Markup Language ευρέως γνωστή με την συντομογραφία HTML) με προδιαγραφές κατάλληλες για τον Ενιαίο Εντοπιστή Πόρων (Uniform Resource Locator, κοινώς URL) εξέλεξε το περιβάλλον του διαδικτύου σε αυτό που γνωρίζουμε σήμερα και το έθεσε στην διαθεσιμότητα του συνόλου των ανθρώπων γιατί πλέον η χρήση του δεν απαιτούσε εξειδικευμένες γνώσεις της επιστήμης των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Κατά συνέπεια, με την άνθηση της χρήσης του, το διαδίκτυο άρχισε να γίνεται ελκυστικό προς τον επιχειρηματικό κόσμο. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η πιο σημαντική κίνηση έγινε το 1991 όταν η NSFNET έκανε άρση των εμπορικών περιορισμών στην χρήση του διαδικτύου που είχε αποτέλεσμα την δημιουργία ευκαιριών για την ανάπτυξη του E-Commerce. Εν συνεχεία η Advanced Network & Services (ANS), η οποία καθιερώθηκε από τις εταιρίες IBM, MCI Communications Corp. και Merit Network Inc., διέθετε σύνδεση διαδικτύου σε εμπορικούς χρήστες χωρίς τους περιορισμούς που έθετε μέχρι τότε η NSFNET. Επιπλέον ένα ποσοστό των χρημάτων από τα έσοδα των εμπορικών εφαρμογών χρησιμοποιήθηκε για την αναβάθμιση της υποδομής του διαδικτύου. Το 1993 εμφανίστηκε ένα από τα πρώτα προγράμματα περιήγησης, το Mosaic, το οποίο με την δομή του έκανε το διαδίκτυο πιο ελκυστικό και φιλικό προς τον χρήστη, και ένα χρόνο αργότερα η εταιρία Netscape έδωσε στην κυκλοφορία το Navigator, το οποίο σηματοδότησε την αρχή της χρυσής εποχής του E-Commerce.

2.4.2 Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο από το 1995 έως το 1999: Η Χρυσή Εποχή

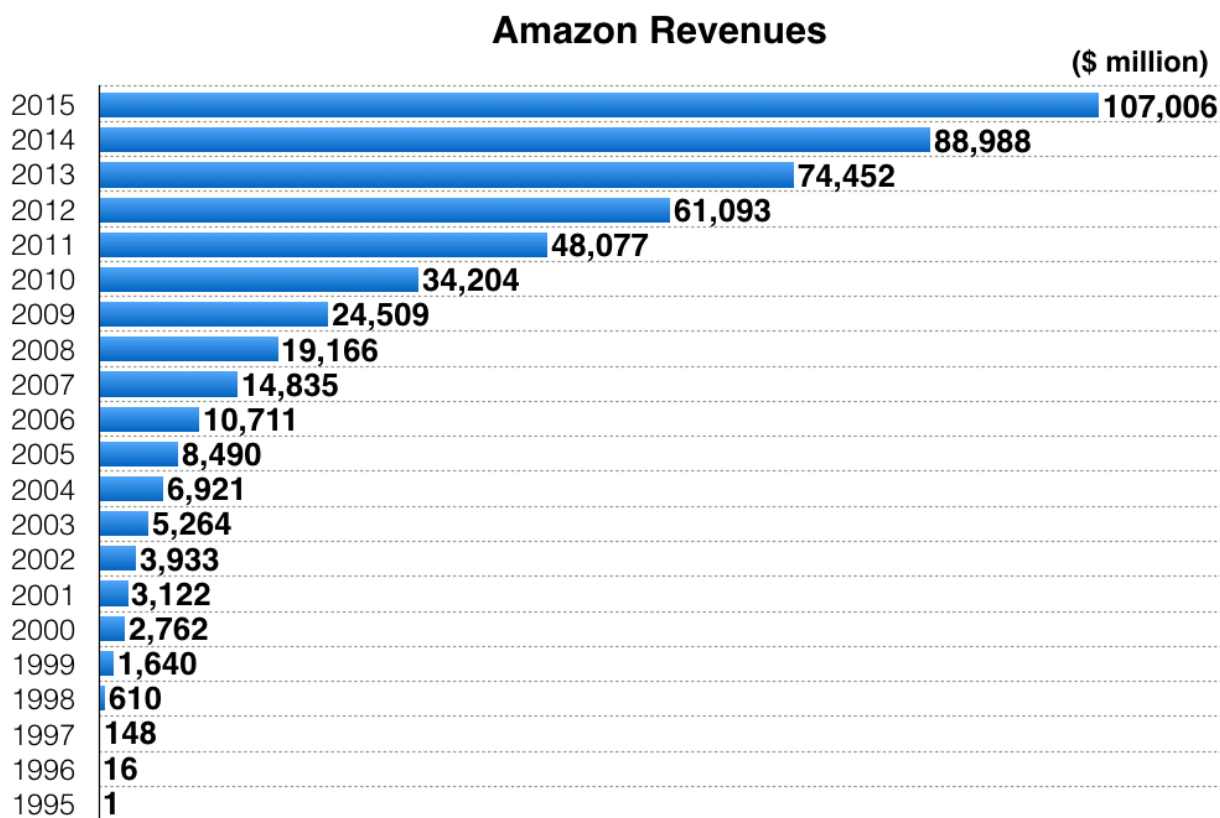
Με την πώληση της ANS το 1995 στην εταιρία America Online, ξεκίνησε η σταδιακή απαγκίστρωση του διαδικτύου από την κρατική χρηματοδότηση των Η.Π.Α. και η μετατροπή του σε ένα πλήρως εμπορικό εργαλείο. Συγκεκριμένα η άρση των επιδοτήσεων από την NSF επέτρεψε σε ιδιωτικές επιχειρήσεις να αναλάβουμε ηγετικό ρόλο και σταδιακά η εμπορική χρήση του διαδικτύου να αποκτήσει κυρίαρχο ρόλο. Ενδεικτικό της ραγδαίας ανάπτυξης των εμπορικών εφαρμογών, αποτελεί η δημοτικότητα και αναγνωρισιμότητα που απόκτησε ο όρος “E-Commerce” το 1995.

Επιπλέον το 1995 ξεκίνησε να λειτουργεί το μεγαλύτερο ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο παγκοσμίως, το Amazon.com, το οποίο μέσα σε ένα χρόνο είχε εξελιχθεί σε μία επιχείρηση με τζίρο πολλών εκατομμυρίων δολαρίων, με βάση δεδομένων 1,1 εκατομμυρίου βιβλίων στην οποία υπήρχε η δυνατότητα αναζήτησης βιβλίων βάσει τίτλου, συγγραφέα, θέματος ή άλλων λέξεων κλειδιών και το οποίο απολάμβανε την εύνοια τόσο των εκδοτικών οίκων όσο και των καταναλωτών. Δύο μήνες μετά την εμφάνιση του Amazon.com, ξεκίνησε να λειτουργεί και η πρώτη διαδικτυακή ιστοσελίδα δημοπρασιών γνωστής ευρέως ως eBay. Το 1996 η εταιρία DELL ξεκινάει τις απευθείας πωλήσεις οικιακών υπολογιστών προς καταναλωτές μέσω διαδικτύου, και το 1997 το πλήθος των εμπορικών διαδικτυακών διευθύνσεων (.com) ξεπερνάει εκείνου των εκπαιδευτικών (.edu). Το διαδίκτυο έγινε η τεχνολογία με τον ταχύτερο ρυθμό ανάπτυξης στην ιστορία της οικονομίας και παράλληλα την ίδια περίοδο ο τομέας του E-Commerce προσέλκυε μαζικά επενδυτές, επιχειρηματίες και καταναλωτές.

Από το 1995 έως το 1999, πολλές επιχειρήσεις αποφάσισαν να δηλώσουν την παρουσία τους μέσω της νέας τεχνολογίας δημιουργώντας και ξεκινούν να διενεργούν

συναλλαγές μέσω αυτού. Ενδεικτική της ανάπτυξης του E-Commerce είναι η ραγδαία αύξηση του ύψους των ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών στις Η.Π.Α. την περίοδο 1996-1998. Συγκεκριμένα, ενώ το 1996 ανέρχονταν σε 707 εκατομμύρια δολάρια, τα έτη 1997 και 1998 αυξήθηκαν σε 2,6 και 5,8 δισεκατομμύρια δολάρια αντίστοιχα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της ανωτέρω οικονομικής άνθησης αποτελεί η Amazon η οποία αύξησε τις ετήσιες πωλήσεις από 16 εκατομμύρια δολάρια που ήταν το 1996 σε 1,6 δισεκατομμύρια δολάρια το 1999, και η Dell της οποίας ο ημερήσιος τζίρος της ήταν λιγότερο από 1 εκατομμύριο δολάρια αυξήθηκε στα 40 εκατομμύρια δολάρια σε λιγότερο από 3 χρόνια. Επιπλέον αξίζει να σημειωθεί ότι από τον Οκτώβριο του 1998 μέχρι τον Απρίλιο του 2000 ξεκίνησαν να λειτουργούν μέσω του διαδικτύου περισσότερες από 300 επιχειρήσεις και μέχρι τα τέλη του 2000 λειτουργούσαν περίπου στις 600.000 σελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου. Ομοίως τα έξοδα διαφήμισης μέσω διαδικτύου αυξήθηκαν από 267 εκατομμύρια δολάρια το 1996 σε 907 εκατομμύρια δολάρια και 3 δισεκατομμύρια δολάρια τα έτη 1997 και 1999 αντίστοιχα. Η εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου συμβαδίζει χρονικά με τις αλλαγές στους κανονισμούς χρήσης του διαδικτύου. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 έως το 1995 η δομή του διαδικτύου είχε στηριχθεί πάνω στο NSFnet, ένα δίκτυο το οποίο είχε δημιουργηθεί υπό την αιγίδα του Εθνικού Ινστιτούτου Επιστημών των Η.Π.Α. (NSF) ως το κύριο κρατικό δίκτυο διασύνδεσης πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων. Παρόλα αυτά, το 1995 η NSF αντικατέστησε το NSFnet με άλλο το οποίο θα είχε περισσότερο εμπορικές βάσεις. Με σκοπό την επίτευξη αυτής της αλλαγής, η

NSF είχε ήδη συντάξει σύμβαση αποκλειστικότητας με τις εταιρίες Information Sciences Institute (ISI) και Network Solutions, Inc. για την περίοδο 1992 έως 1997, βάσει της οποίας αναλάμβαναν την διαχείριση των διευθύνσεων IP καθώς και τις εγγραφές των υπηρεσιών στον αντίστοιχο «τομέα» (domain). Παράλληλα η NSF προέβη σε ενέργειες για την αλλαγή της αρχικής βάσης πάνω στην οποία είναι δομημένο το διαδίκτυο. Η νέα βάση ονομάστηκε **vBNS** (high-speed Backbone Network Service) και αποτέλεσε το «πεδίο δοκιμών» για την νέα γενιά τεχνολογιών διαδικτύου.



Εικόνα 1: Η διαχρονική ανάπτυξη των πωλήσεων της AMAZON (σε εκατ. δολάρια)

Κατόπιν αυξανόμενων πιέσεων εμπορικών εταιριών, το Υπουργείο Εμπορίου των Η.Π.Α. εξέδωσε το 1997 για την μεταφορά των δικαιωμάτων διαχείρισης του server των **DNS** (Domain Name System) σε ιδιωτικό μη κερδοσκοπικό οργανισμό. Συνέπεια αυτού είναι η ίδρυση του **ICANN** (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) το 1998, το οποίο σηματοδοτεί την αποδέσμευση του διαδικτύου από τον κρατικό έλεγχο και την μεταφορά του ελέγχου αυτού στην ιδιωτική πρωτοβουλία.

2.4.3 Το «Σκάσιμο της Φούσκας» του DOT-COM: Η δύσκολη περίοδος 2000-2001 του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Η περίοδος 1997 έως 2000 χαρακτηρίζεται από υπερβολικά μεγάλη αύξηση της υιοθέτησης του διαδικτύου για εμπορικούς σκοπούς τόσο από τις επιχειρήσεις όσο και από τους καταναλωτές και είναι γνωστή ως Dot-Com Bubble. Παρόλα αυτά όμως την περίοδο που ακολούθησε (2000-2002) επήλθε το «σκάσιμο της φούσκας» καθώς οι επενδύσεις που είχαν γίνει από πολλές εταιρίες σε αυτόν τον τομέα δεν απέδωσαν τα προσδοκώμενα. Πολλές εταιρίες έκλεισαν, άλλες εταιρίες υπέστησαν τεράστιες ζημίες με αποτέλεσμα να υποτιμηθούν σε μεγάλο βαθμό οι μετοχές τους και να χάσουν μεγάλο μέρος της χρηματιστηριακής τους αξίας και λίγες, όπως η Amazon.com και η e-Bay, να ανακάμψουν από την αρχική από την αρχική πτώση και να συνεχίσουν την ανοδική τους πορεία. Χαρακτηρίστηκε αναφέρεται ότι για την περίοδο από 10 Μαρτίου 2000 έως 14 Απριλίου 2000 ο δείκτης τιμών του χρηματιστηρίου αξιών NASDAQ των διαδικτυακών επιχειρήσεων έπεσε κατά 34,2% ενώ ο αντίστοιχος δείκτης του Dow Jones έπεσε κατά 53,6%. Την περίοδο αυτή οι μετοχές και των είκοσι κορυφαίων εταιριών του κλάδου έπεσαν αισθητά συμπεριλαμβανομένων της Amazon.com κατά 29,9%, της eBay κατά 27,9%, της Internet

Capital κατά 72,1% και της VeriSign κατά 59,2%. Η όλη αυτή κατάσταση είχε ως αποτέλεσμα πολλές εταιρίες να αναγκαστούν να ακυρώσουν τις IP τους και άλλες να οδηγηθούν στην χρεοκοπία.

Κυριότερος λόγος της παραπάνω οικονομικής κατάρρευσης κατά την περίοδο 2000-2001 αποτέλεσαν οι μη ρεαλιστικές προσδοκίες που τέθηκαν για τις επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου που είχε ως συνέπεια την υπερεκτίμηση της αξίας των μετοχών τους. Η υπερβολική προβολή από αξιόπιστες πηγές όπως το Silicon Valley, την Wall Street, δημοσιογράφους και κυβερνητικούς εκπροσώπους, έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην διεύρυνση της φούσκας. Το σκάσιμο της φούσκας είχε ως αποτέλεσμα την μείωση των επενδύσεων, την επιβράδυνση της οικονομικής ανάπτυξης και αύξησης της παραγωγικότητας και την μείωση των εταιρικών εσόδων.

Παραδόξως, παρά του πλήθους των επιχειρήσεων που χρεοκόπησαν τα έτη 2000-2001, σημειώθηκε αύξηση στις πωλήσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου κατά την ίδια περίοδο. Συγκεκριμένα, ενώ οι πωλήσεις λιανικής ανέρχονταν σε 5,27 δισεκατομμύρια δολάρια κατά το τέταρτο τρίμηνο του 1999, αυξήθηκαν σε 8,88 και 10,04 δισεκατομμύρια δολάρια το τέταρτο τρίμηνο του 2000 και 2001 αντίστοιχα. Επιπλέον οι συνολικές πωλήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου το 2001 έφτασαν τα 32,6 δισεκατομμύρια δολάρια, αυξημένες κατά 19,3% σε σύγκριση με τις συνολικές πωλήσεις του 2000. Οι ανωτέρω αυτές αυξήσεις σε αυτήν την δύσκολη χρονική περίοδο, συνιστούν ότι παρόλης της αρχικής υπερεκτίμησης των δυνατοτήτων των διαδικτυακών επιχειρήσεων, το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέμενε βιώσιμο και με δυνατότητες ανάπτυξης.

2.4.4 Η αναζωπύρωση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου και η πορεία του από το 2002 έως σήμερα

Όπως προαναφέρθηκε, η διετία 2000-2001 αποτελεί ίσως την πιο δύσκολη χρονική περίοδο στην «ζωή» του Ηλεκτρονικού εμπορίου και χαρακτηρίζεται από κήρυξη χρεοκοπίας σε μεγάλο πλήθος επιχειρήσεων που αρχίσαν να δραστηριοποιούνται στον χώρο, υποτίμηση της χρηματιστηριακής αξίας του κλάδου, αλλά κυρίως στην κατάρρευση του «μύθου» γύρω από το ηλεκτρονικό εμπόριο που είχε καλλιεργηθεί στα πρώτα χρόνια της ανάπτυξής του. Παρόλα αυτά ορισμένες εταιρίες του επιβίωσαν της ανωτέρω κρίσης, κατάφεραν να ανακάμψουν και να επιτύχουν. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η Amazon.com η οποία έχει επιτύχει από τις υψηλότερες βαθμολογίες στον τομέα της ικανοποίησης των πελατών, η eBay η οποία επέτυχε σημαντικές πωλήσεις στον κλάδο των μεταχειρισμένων αυτοκινήτων, παρόλο που ο κλάδος δεν θεωρούταν μέχρι τότε ιδιαίτερα συμβατός με αυτήν την μορφή εμπορίου, και τέλος το Wal-Mart το οποίο υιοθέτησε την χρήση δικτύων B2B για το σύνολο των συνδιαλλαγών του με τους προμηθευτές του. Το εκτιμώμενο ύψος των πωλήσεων του κλάδου έφτασε τα 45,6 δις δολάρια για το έτος 2002, τα 54,9 δις δολάρια για το έτος 2003 και η ανοδική αυτή πορεία συνεχίστηκε και κατά το έτος 2004.

Παρόλης της ανωτέρω ανάκαμψης και ανόδου, το ηλεκτρονικό εμπόριο σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Οικονομικών των Η.Π.Α. καταλάμβανε το 2004 λιγότερο από το 2% των συνολικών πωλήσεων εντός της χώρας. Βασικοί λόγοι του περιορισμού της ανάπτυξης αποτελούσαν η έλλειψη προσβασιμότητας σε παγκόσμιο επίπεδο, θέματα ασφάλειας προσωπικών δεδομένων, καθώς επίσης και οι περιπτώσεις ηλεκτρονικής απάτης. Επιπλέον έπεσε ιδιαίτερο βάρος στην ρύθμιση των κανονισμών του αφορούσαν την

προστασία του καταναλωτή, την πολιτική απορρήτου, και των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων των συμβαλλόμενων σε μία ηλεκτρονική εμπορική δόσοληψία. Δεδομένου της συμβολής του στην παγκοσμιοποίηση των εμπορικών δραστηριοτήτων, απαραίτητο ήταν ότι τα κράτη θα έπρεπε να έχουν κάποιους κοινούς κανόνες για την προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή, της ελευθερίας της έκφρασης και των πνευματικών δικαιωμάτων. Επιπλέον απαραίτητη θεωρήθηκε η λήψη μέτρων και η λειτουργία οργανισμών όπως ο National Governors Association and National Conference of State Legislature που στόχος τους ήταν η προτυποποίηση και παρακολούθηση των ηλεκτρονικών εμπορικών συνδιαλλαγών με απώτερο την αποτελεσματικότερη είσπραξη των φόρων που απορρέουν από την νέα μορφή εμπορίου.

2.5 Ο «κύκλος» του ηλεκτρονικού εμπορίου

Προκειμένου το ηλεκτρονικό εμπόριο να καταστεί όσο το δυνατό πιο αποδοτικό για τις επιχειρήσεις και να μεγιστοποιήσει ταυτόχρονα την ωφελιμότητα του, αναγκαίο είναι να περιλαμβάνει τα παρακάτω έξι βασικά στάδια, τα οποία θέτοντας τα στην σειρά που περιγράφεται έχουμε τον «Κύκλο του Ηλεκτρονικού Εμπορίου».



Εικόνα 2: Ο κύκλος του ηλεκτρονικού εμπορίου

2.5.1 Ανταλλαγή πληροφοριών

Το στάδιο της ανταλλαγής πληροφοριών είναι ίσως η διαδεδομένη εφαρμογή του κύκλου του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι οργανισμοί/επιχειρήσεις με την χρήση διαφόρων εργαλείων όπως η ηλεκτρονική τους σελίδα, το ηλεκτρονικό τους κατάστημα (e-shop), το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email) καθώς επίσης και με την χρήση ηλεκτρονικών καταλόγων (e-catalogs) και ηλεκτρονικών φορμών (e-form) έχουν τη δυνατότητα να προβάλλουν τα προϊόντα τους και την φίρμα τους (BRAND), και ταυτόχρονα να λαμβάνουν πληροφορίες από τον υφιστάμενο πελατολόγιο τους αλλά και από εν δυνάμει μελλοντικούς πελάτες. Με

τον τρόπο αυτό, επιτυγχάνεται η ευκολότερη και πιο άμεση ενημέρωση των πελατών σχετικά με τα προϊόντα που διατίθενται ενώ παράλληλα η επιχείρηση δύναται να συλλέξει στοιχεία για το βαθμό ικανοποίησης των πελατών, καταναλωτικές συνήθειες, τυχόν παράπονα που έχουν από την χρήση κάποιου προϊόντος της, συγκριτικά στοιχεία με άλλα προϊόντα του ανταγωνισμού, καθώς επίσης της επιθυμίες του καταναλωτικού κοινού για των σχεδιασμό τόσο των μελλοντικών προϊόντων όσο και την μελλοντική εικόνας την επιχείρησης. (Αρσένης Πασχόπουλος, Παναγιώτης Σκαλτσάς, 2006).

2.5.2 Παραγγελία

Ένα βασικό στον εμπορικό κύκλο αποτελεί η Παραγγελία. Για αυτόν τον σκοπό έχουν πλέον δημιουργηθεί οι ηλεκτρονικές φόρμες παραγγελίας (e-form) με τις οποίες οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα να παραγγείλουν εύκολα και γρήγορα (και πολλές φορές οικονομικότερα) μεγάλο πλήθος προϊόντων και το πιο σημαντικό να παραγγείλουν προϊόντα για τα οποία μπορεί να μην έχει εύκολή πρόσβαση με την χρήση των παραδοσιακών μορφών εμπορίου. Έτσι πλέον ο καταναλωτής μπορεί από οποιονδήποτε χώρο έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο και οποιαδήποτε στιγμή του εικοσιτετράωρου, να επιλέξει τα προϊόντα της προτίμησης του, να τα καταχωρήσει σε ένα εικονικό καλάθι και τοποθετήσει την παραγγελία τους (Αρσένης Πασχόπουλος, Παναγιώτης Σκαλτσάς, 2006).

2.5.3 Παράδοση προϊόντος

Οι παραδόσεις των προϊόντων πέραν του συμβατικού τρόπου μπορούν να γίνουν πλέον και μέσω δικτύου όσον αφορά άυλη αγαθά όπως λογισμικό, μουσική, και γενικά αγαθά τα οποία δύναται να ψηφιοποιηθούν. Με αυτόν τον τρόπο το αγαθό φτάνει τον

αγοραστή γρηγορότερα και φτηνότερα λόγω της έλλειψης των μεταφορικών και ενδιάμεσων εξόδων και λόγω της έλλειψης κόστους της υλικής υπόστασης του αγαθού (π.χ. εκτύπωση βιβλίου, παραγωγή CD κτλ). Από την άλλη, η παράδοση των υλικών αγαθών γίνεται είτε με την χρήση παραδοσιακών μεθόδων όπως το ταχυδρομείο είτε με ιδιωτικές υπηρεσίες διανομής όπως μεταφορικές εταιρίες ή εταιρίες courier που διαθέτουν παράλληλα πιο ευέλικτες λύσεις διανομής όπως δυνατότητα επιλογής τόπους παραλαβής (παραλαβή από το υποκατάστημα της εταιρίας courier που εξυπηρετεί την περιοχή, παράδοση Door to Door κτλ.) και με μεγαλύτερη ευελιξία στα ωράρια παραλαβής ή παράδοσης τα οποία περιλαμβάνουν και παροχή υπηρεσιών κατά την διάρκεια των σαββατοκύριακων. Επισημαίνεται όμως ότι οι επιπλέον διευκολύνσεις που παρέχονται, αντικατοπτρίζονται και στο τελικό κόστος της μεταφοράς - διανομής του αγαθού. Επιπλέον ο αγοραστής, έχει την δυνατότητα της παρακολούθησης της διεκπεραίωσης της παραγγελίας του (Tracking) τόσο κατά την διάρκεια της προετοιμασίας της εντός της εταιρίας του πωλητή, όσο και κατά την διάρκεια της αποστολής, σε συνεργασία με τη εταιρία μεταφοράς, με αποτέλεσμα ο αγοραστής να βλέπει ανά πάσα στιγμή σε τι στάδιο είσαι η παραγγελία του (Αρσένης Πασχόπουλος, Παναγιώτης Σκαλτσάς, 2006).

2.5.4 Πληρωμή

Όσον αφορά το θέμα της πληρωμής, για την διευκόλυνση των διαδικτυακών αγοραπωλησιών και των πελατών, διατίθενται ένα εύρος διαφόρων τρόπων πληρωμής προκειμένου ο πελάτης να επιλέξει τον πιο προσιτό σε αυτόν. Πέραν από τους παραδοσιακούς τρόπους όπως η πληρωμή στο κατάστημα ή κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό του δικαιούχου, διατίθενται και πιο καινοτόμες μέθοδοι όπως η πληρωμή με

αντικαταβολή κατά την οποία ο αγοραστής πληρώνει την ώρα της παράδοσης σου αγαθού σε αυτόν και η πληρωμή μέσω αριθμού πιστωτικής κάρτας η οποία θεωρείται πλέον από τους πιο διαδεδομένους τρόπους και πολλές φορές χρησιμοποιείται συνδυαστικά με την χρήση «ενδιάμεσων», όπως η PayPal, οι οποίοι ενισχύουν την ασφάλεια της εμπορικής διαδικασίας. (Αρσένης Πασχόπουλος, Παναγιώτης Σκαλτσάς, 2006).

2.5.5 Ηλεκτρονική ανταλλαγή παραστατικών (EDI – Electronic Data Interchange)

Ένα εξαιρετικά σημαντικό κομμάτι μιας εμπορικής συνδιαλλαγής είναι η ανταλλαγή των παραστατικών. Παρόλο που τα υλικά αγαθά δεν δύναται να αποσταλούν ηλεκτρονικά, ένα μέρος ή το σύνολο των παραστατικών αποστέλλονται συχνά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή και μέσω αυτού. Πέραν του έντυπου παραγγελίας που έχει αντικατασταθεί από την συμπλήρωση της φόρμας (e-form), κατ' ελάχιστον τα παραστατικά που εκδίδονται για μια πώληση - παράδοση ενός προϊόντος είναι το δελτίο παραγγελίας, το δελτίο αποστολής και το τιμολόγιο. Πλέον υπάρχει η δυνατότητα ώστε μόνο κάποια από τα απαιτούμενα παραστατικά να συνοδεύουν το υλικό ενώ τα υπόλοιπα να αποστέλλονται ηλεκτρονικά στον παραλήπτη. Αξίζει να σημειωθεί ότι καθότι η βάση δεδομένων σε μια εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου το σύνολο των εργασιών για την αποστολή του αγαθού καθώς επίσης και της έκδοσης των αντίστοιχων παραστατικών, σε περίπτωση απώλειας κάποιου παραστατικού εξ αυτών, είναι πολύ πιο εύκολος ο εντοπισμός του και η επανέκδοση του σε σύγκριση με το παρελθόν. (Αρσένης Πασχόπουλος, Παναγιώτης Σκαλτσάς, 2006).

2.5.6 Εξυπηρέτηση πελατών μετά την πώληση

Ένα σημαντικό μέρος της εμπορικής σχέσης της επιχείρησης που διαθέτει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και του πελάτη ξεκινάει ουσιαστικά μετά την παράδοση του προϊόντος στον αγοραστή. Η επιχείρηση μπορεί να συλλέξει πληροφορίες για τον βαθμό ικανοποίησης αγοραστή, τυχόν μειονεκτήματα του προϊόντος, κτλ. Παράλληλα μπορεί να διαθέσει επιπλέον πληροφορίες στον αγοραστή για επίλυση τυχόν προβλημάτων που θα προκύψουν, οδηγίες για την βέλτιστη χρήση του προϊόντος και διευκρινίσεις που μπορεί να απαιτηθούν σχετικά με φορείς συντήρησης, νέες εκδόσεις λειτουργικού κτλ. Η επικοινωνία αυτή μπορεί να επιτευχθεί μέσω Fax ή Email, ή ακόμα και μέσω εφαρμογών ζωντανής συνομιλίας μέσα στην σελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος προκειμένου η συνομιλία να καταστεί λιγότερο απρόσωπη. Επισημαίνεται η επιχείρηση όντας φιλική και διαθέσιμη προς τον πελάτη μετά την πώληση, δύναται να οικοδομήσει μία μακροχρόνια σχέση που θα οδηγήσει μελλοντικά σε νέες αγορές από τον ίδιο ή τα οικία του πρόσωπα. (Αρσένης Πασχόπουλος, Παναγιώτης Σκαλτσάς, 2006).

2.6 Κώδικας Δεοντολογίας Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Οι γενικές αρχές που καθορίζουν τους θέματα συμπεριφοράς μιας επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου απέναντι στον καταναλωτή, ορίζονται από τον Κώδικα Δεοντολογίας του Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Ο κώδικας αυτός αποτελείται από 8 άρθρα τα οποία θα αναφέρουμε περιληπτικά:

2.6.1 Άρθρο 1^ο: Σκοπός και Πεδίο εφαρμογής

- Ο κώδικας θέτει τις γενικές αρχές και ορίζει τους ελάχιστους κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς, που πρέπει να τηρούνται από τις επιχειρήσεις προς τον καταναλωτή.
- Αφορά σε κανόνες αυτορρύθμισης των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο που απευθύνεται σε καταναλωτές.

2.6.2 Άρθρο 2^ο: Ορισμοί

Βάση των Ν.2251/1994, του Π.Δ.131/2003 και του Π.Δ. 10/2017 δίνονται οι κάτωθι ορισμοί:

- Επιχείρηση, που δραστηριοποιείται στο χώρο του “ηλεκτρονικού επιχειρείν” ορίζονται τα νομικά ή φυσικά πρόσωπα με έδρα την Ελλάδα που παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες στους καταναλωτές στην Ελλάδα ή/και στο Εξωτερικό, εξ’ αποστάσεως με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων.
- Ηλεκτρονικά μέσα εξ αποστάσεως είναι οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που παρέχονται από τις επιχειρήσεις και γίνονται αποδεκτά από τους καταναλωτές μέσω εξοπλισμών ηλεκτρονικής επεξεργασίας η οποία παρέχεται, διαβιβάζεται και λαμβάνεται εξ ολοκλήρου μέσω του Διαδικτύου ή/και κινητών δικτύων/εφαρμογών κειμένου.

2.6.3 Άρθρο 3^ο: Γενικές αρχές & υποχρεώσεις των ηλεκτρονικών καταστημάτων

Οι γενικές αρχές που πρέπει να διέπουν τον τρόπο λειτουργίας ενός ηλεκτρονικού καταστήματος είναι:

- Προστασία του καταναλωτή

- Διαφάνεια
- Αμεροληψία
- Τεχνολογική Ουδετερότητα
- Επαγγελματική Δεοντολογία
- Ηθική συμπεριφορά
- Σεβασμός στην ιδιωτική ζωή
- Προστασία των προσωπικών δεδομένων
- Προστασία των ευάλωτων ομάδων πληθυσμού

Αντίστοιχα οι ελάχιστες υποχρεώσεις που έχει η επιχείρηση απέναντι στον καταναλωτή είναι οι εξής:

- Η επιχείρηση πρέπει να προσφέρει στον καταναλωτή προ συμβατική ενημέρωση.
- Οι όροι της σύμβασης πρέπει να είναι αναρτημένοι στον διαδικτυακό τόπο της επιχείρησης και μάλιστα σε σημείο που να είναι εύκολα προσβάσιμο από τον καταναλωτή
- Πρέπει η επιχείρηση να καθιστά σαφές στον καταναλωτή τον χρόνο κατά τον οποίο θεωρείται ότι έχει συναφθεί η σύμβαση σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στην κείμενη νομοθεσία.
- Η επιχείρηση πρέπει να παρέχει στον καταναλωτή επαρκή ενημέρωση για την πορεία υλοποίησης της παραγγελίας του.

Όσον αφορά την Διαφήμιση και τις προωθητικές ενέργειες πρέπει να τηρούν τους συγκεκριμένους κανόνες:

- Η διαφήμιση και προωθητικές ενέργειες πρέπει να είναι σύμφωνες με την ισχύουσα νομοθεσία.

- Τη διαφημιστικά μηνύματα πρέπει να γίνονται ευκόλως κατανοητά από τον μέσο καταναλωτή.
- Πρέπει να αποφεύγονται πρακτικές που μπορούν να θεωρηθούν επιθετικές ή παραπλανητικές.

2.6.4 Άρθρο 4ο: Προστασία ανηλίκων και άλλων ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού

- Οι περιγραφές των προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται ειδικά σε ανήλικους και ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού πρέπει να είναι όσο το δυνατό περισσότερο προσεκτικές, ακριβείς και αντικειμενικές.
- Πρέπει να διαμορφώνονται οι κατάλληλοι όροι πρόσβασης στους διαδικτυακούς τους τόπους βάσει των προβλεπόμενων ανά περίπτωση και σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

2.6.5 Άρθρο 5ο: Ασφάλεια συναλλαγών & προστασία προσωπικών δεδομένων

Οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να λαμβάνουν μέτρα για τη ασφάλεια των συναλλαγών τους με σκοπό την προστασία των καταναλωτών. Συγκεκριμένα:

- Πρέπει να λαμβάνουν κάθε κατάλληλο μέτρο, προκειμένου να παρέχουν την νομίμως προβλεπόμενη ασφάλεια ηλεκτρονικών συναλλαγών (και δεδομένων (προσωπικών ή μη) που συλλέγουν και επεξεργάζονται.
- Επιπλέον πρέπει να κάνουν χρήση των κατάλληλων τεχνικά και οργανωτικά μέτρων για τη διασφάλιση του απορρήτου των δεδομένων που συλλέγουν και επεξεργάζονται.

Ομοίως για την Προστασία Προσωπικών Δεδομένων ισχύουν τα κάτωθι:

- Οι επιχειρήσεις οφείλουν να διαθέτουν και να εφαρμόζουν κατανοητή, αληθή, νόμιμη, εύκολα προσβάσιμη και επικαιροποιημένη Πολιτική Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων και να ενημερώνουν τους καταναλωτές για αυτήν.
- Απαγορεύεται η συλλογή, αποθήκευση ή επεξεργασία δεδομένων που χαρακτηρίζονται από την νόμο ως ευαίσθητα.
- Η εγκατάσταση “cookies” θα πρέπει να πραγματοποιείται μετά από κατάλληλη ενημέρωσή του καταναλωτή.
- Οι επιχειρήσεις υποχρεούνται να παρέχουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να επιλέγουν εάν επιθυμούν την αποστολή διαφημιστικών μηνυμάτων.

2.6.6 Άρθρο 6ο: Δικαίωμα υπαναχώρησης για τους καταναλωτές

- Ο καταναλωτής έχει αναφαίρετο δικαίωμα αναιτιολόγητης και αζήμιας προς αυτόν, υπαναχώρησης εντός της νομίμως προβλεπόμενης προθεσμίας των δεκατεσσάρων (14) ημερών

2.6.7 Άρθρο 7ο: Εξυπηρέτηση καταναλωτών

- Η επιχείρηση φέρει την υποχρέωση εξασφάλισης των κατάλληλων μηχανισμών (μέσω τηλεφώνου ή/και e-mail) και επαρκή αριθμό προσωπικού για την άμεση και ικανοποιητική εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

2.6.8 Άρθρο 8ο: Ηλεκτρονική Εναλλακτική Επίλυση των καταναλωτικών διαφορών

- Οι επιχειρήσεις υποχρεούνται να ενημερώνουν τους καταναλωτές για τη δυνατότητα Εναλλακτικής Επίλυσης Καταναλωτικών Διαφορών σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

2.7 Μορφές – Κατηγορίες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Όπως σε όλες της μορφές εμπορίου έτσι και στο ηλεκτρονικό εμπόριο, οι εμπορικές σχέσεις που αναπτύσσονται είναι μεταξύ τριών συναλλασσόμενων μερών, των επιχειρήσεων (B), των καταναλωτών (C), και του κράτους (G). Αναλόγως με ποια μέρη συμμετέχουν, το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται στις παρακάτω κατηγορίες:

2.7.1 Επιχείρηση με Επιχείρηση (B2B – Business to Business):

Η κατηγορία αναφέρεται στην διεξαγωγή ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων παροχής προϊόντων και υπηρεσιών. Ουσιαστικά αναφερόμαστε Χονδρικό εμπόριο. Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου οι επιχειρήσεις επιδιώκουν την βελτίωση της μεταξύ τους συνεργασίας, την απλοποίηση των εμπορικών διαδικασιών, την μείωση του κόστους προμηθειών, την μεγιστοποίηση της ταχύτητα αποστολής των εμπορευμάτων και τον καλύτερο έλεγχο του επιπέδου αποθέματος. Επιπλέον μειώνεται ο χρόνος απόκρισης με αποτέλεσμα την βελτίωση της ποιότητας εξυπηρέτησης των πελατών και γίνεται πιο αποτελεσματική η οικονομική διαχείριση της επιχείρησης με την χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών από και προς άλλες επιχειρήσεις και προς μεταφορείς και διανομείς.

Η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων εμφανίζει πολλά οφέλη στρατηγικά πλεονεκτήματά για τις επιχειρήσεις και κατ' επέκταση για το σύνολο της οικονομίας. Μερικά από αυτά είναι τα κάτωθι:

- Η μείωση του κόστους λειτουργίας.
- Η μείωση του κόστους έρευνας για τους αγοραστές.
- Ενισχύεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των προμηθευτών με αποτέλεσμα την μείωση του κόστους απόθεσης και κατ' επέκταση την μείωση του αποθέματος (stock) στο χαμηλότερο δυνατό επίπεδο.
- Η μείωση του κόστους συναλλαγής αυτοματοποιώντας τις διαδικασίες προμήθειων και παράλληλα εξαλείφοντας τις περιττές γραφειοκρατικές διαδικασίες.
- Αυξάνεται η ευελιξία στην παραγωγή και ταυτόχρονα εξασφαλίζεται η έγκαιρη παράδοση των προϊόντων και των υπηρεσιών.
- Εξασφαλίζεται η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων - υπηρεσιών, ενισχύοντας τη συνεργασία μεταξύ καταναλωτών και πωλητών προκειμένου να περιορισθούν προβλήματα ποιότητας.
- Βελτιστοποιείται ο κύκλος ζωής του προϊόντος, με τον επανασχεδιασμό των χρονοδιαγραμμάτων παραγωγής σε συνεργασία με τους προμηθευτές.
- Αυξάνει τις ευκαιρίες συνεργασίας με προμηθευτές και διανομείς.
- Προσφέρει μεγαλύτερη διαφάνεια τιμών. Αυξάνονται οι δυνατότητες του καταναλωτή στην ανεύρεση των βέλτιστων τιμών αγοράς και πώλησης των αγαθών που επιθυμεί.

2.7.2 Επιχείρηση με Κράτος (B2G – Business to Government):

Η κατηγορία αυτή αφορά όλες τις συναλλαγές ανάμεσα σε επιχειρήσεις και φορείς της δημόσιας διοίκησης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι δημοσιεύσεις των κρατικών απαιτήσεων για προμήθειες υλικών και υπηρεσιών και η δυνατότητα ηλεκτρονικής ανταπόκριση από τις επιχειρήσεις. Η κατηγορία αυτή είναι ακόμα σε πρώιμο στάδιο αλλά χαρακτηρίζεται από ραγδαίους ρυθμούς ανάπτυξης

2.7.3 Καταναλωτή με Κράτος (C2G – Consumer to Government):

Η κατηγορία αυτή καλύπτει όλες τις συναλλαγές που γίνονται μεταξύ κράτους και πολιτών. Αφορούν συνήθως συναλλαγές παροχής πληροφοριών και υπηρεσιών αλλά και της αγοράς εργασίας.

2.7.4 Κράτος με Κράτος (G2G – Government to Government):

Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει συναλλαγές που γίνονται μεταξύ φορέων του κράτους, εμπορικής μορφής και μη, όπως επίσης περιλαμβάνει ενδοκυβερνητικές ανταλλαγές πληροφοριών μεταξύ διαφόρων υπηρεσιών ενός κράτους

2.7.5 Επιχείρηση με Καταναλωτή (B2C – Business to Consumer):

Αυτή η κατηγορία θεωρείται από τις πιο διαδεδομένες στο ευρύτερο κοινό σε παγκόσμιο επίπεδο και αναφέρεται στις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών από μία επιχείρηση προς έναν ιδιώτη. Εν συντομία αναφερόμαστε στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο. Μετά την απελευθέρωση του χρήσης του διαδικτύου από τον Αμερικάνικο Κρατικό έλεγχο, η μορφή αυτή του ηλεκτρονικού εμπορίου διαδόθηκε με ταχύτατους ρυθμούς ιδιαίτερα στα

νεότερα ηλικιακά στρώματα. Στις ημέρες μας ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις δημιουργούν παράλληλα με τα συμβατικά τους καταστήματα και ηλεκτρονικά τα οποία προσφέρουν τεράστια ποικιλία καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι επιχειρήσεις οι οποίες τα προϊόντα τους δύνανται να ψηφιοποιηθούν και να αποσταλούν ηλεκτρονικά, γνωρίζουν μεγάλη άνθηση καθώς επιτυγχάνουν μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους, λόγω της έλλειψης αναγκαιότητας εξόδων αποστολής, και παράλληλα πιο συμφέρουσες τιμές για τους καταναλωτές. Παράλληλα, ειδικά οι εταιρίες ειδών ηλεκτρονικού εξοπλισμού και πληροφορικής διαθέτουν, εκτός από τις παραδοσιακή δυνατότητα για παροχή οδηγιών συντήρησης μέσω τηλεφώνου ή internet, και απευθείας παρέμβαση στην συσκευή στην περίπτωση που η συσκευή είναι «online» (π.χ. λογισμικό Η/Υ, smartphones, smart TV, κτλ.).

2.7.6 Καταναλωτή με Καταναλωτή (C2C – Consumer to Consumer):

Η κατηγορία αφορά απευθείας πωλήσεις μεταξύ των καταναλωτών οι οποίες μπορούν να γίνουν με την καταχώρηση αγγελιών σε ισότοπους, με την μορφή απευθείας πώλησης είτε πώλησης κατόπιν δημοπρασίας, και στις οποίες μπορεί να συμμετάσχει οποιοσδήποτε είτε ως πωλητής, είτε ως αγοραστής, είτε ως απλός παρατηρητής.

2.7.7 Ενδο-επιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο (B2E):

Τέλος αυτή η κατηγορία αναφέρεται στην χρήση εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου στο εσωτερικό μίας επιχείρησης με σκοπό την αποτελεσματικότερη οργάνωση και λειτουργία μιας επιχείρησης με απώτερο σκοπό την παροχή, προς τους πελάτες της, καλύτερων και πιο ανταγωνιστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Οι εφαρμογές που επί τω

πλείστων εντάσσονται στη λειτουργία ενός εσωτερικού δικτύου (Intranet) μιας επιχείρησης είναι οι εξής:

- Επικοινωνία μεταξύ ομάδων εργασίας
- Ηλεκτρονική δημοσίευση
- Παραγωγικότητα πωλήσεων

Ουσιαστικά, η επιχείρηση επιλέγει να συμπεριλάβει στο εσωτερικό οργανωτικές δραστηριότητες, που σχετίζονται με την ανταλλαγή αγαθών, υπηρεσιών ή πληροφοριών ανάμεσα σε διάφορες μονάδες του ίδιου οργανισμού / επιχείρησης. Σε αυτόν τον τομέα υπάγεται μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων όπως παροχή online εκπαίδευσης, ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ τμημάτων ή εργαζομένων που συνεργάζονται σε κάποιο project ή ακόμα και πώλησης εταιρικών αγαθών προς τους υπαλλήλους της σε ευνοϊκές τιμές. Το ενδο-επιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται συνήθως με την χρήση εσωτερικών κλειστών δικτύων ή σε εταιρικές πύλες στις οποίες έχουν πρόσβαση μόνο υπάλληλοι την επιχείρησης. Το ενδο-επιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο συνήθως περιλαμβάνει τις ακόλουθες εφαρμογές:

- Παροχή ηλεκτρονικών εργαλείων επικοινωνίας σε υπαλλήλους που δουλεύουν σε τοποθεσίες έξω από τους χώρους της επιχείρησης
- OnLine εκπαίδευση και τυχόν βοήθεια προς τους υπαλλήλους
- Δυνατότητα χρήσης ηλεκτρονικών καταλόγων (e-catalog) και φορμών παραγγελίας (e-form) από τους υπαλλήλους για να παραγγέλνουν προμήθειες και υλικά που χρειάζονται για την εργασία τους.

- Δυνατότητα χρήσης από υπαλλήλους του ενδο-επιχειρησιακού δικτύου τόσο για εταιρικούς όσο και για προσωπικούς λόγους όπως την αγορά ασφάλειας, πακέτων ταξιδιών και εισιτηρίων για εκδηλώσεις σε προνομιακές τιμές.
- Δυνατότητα παροχής προσωπικών στοιχείων προς τους εργαζομένους ή διαχείριση αυτών

2.8 Τα Επιχειρηματικά Μοντέλα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Όπως με τον ορισμό της έννοια του Ηλεκτρονικού Εμπορίου έτσι και για τον εννοιολογικό προσδιορισμό των Επιχειρηματικών Μοντέλων του Ηλεκτρονικού Εμπορίου υπάρχουν πολλές διαφορετικές θεωρίες για την προσέγγισή του. Ως περισσότερο κοινώς αποδεκτό ορίζεται ως μια αρχιτεκτονική για το προϊόν, την υπηρεσία και τις ροές πληροφοριών, συμπεριλαμβανομένων των κάτωθι στοιχείων:

- Την περιγραφή των διαφόρων επιχειρηματικών παραγόντων και τους ρόλους τους.
- Την Περιγραφή των πιθανών οφελών για τους επιχειρηματικούς παράγοντες
- Την Περιγραφή των πηγών εσόδων

Τα σημαντικότερα κριτήρια ταξινόμησης που έχουν προταθεί είναι τα εξής (Βλαχοπούλου Μάρω, Δημητριάδης Σέργιος, 2014):

- Οι εμπλεκόμενες οντότητες-συμμετέχοντες και ο ρόλος του χρήστη (user's role)
- Το πρότυπο αλληλεπίδρασης (interaction pattern)
- Το επίπεδο ολοκλήρωσης της αξίας και των επιχειρηματικών λειτουργιών (level of value and functional integration)
- Η πρόταση αξίας (value proposition)
- Ο χαρακτήρας και το είδος των προσφορών (nature of the offerings)

- Η πηγή εσόδων (revenue flow)
- Το σύστημα τιμολόγησης (pricing system)
- Το επίπεδο προσαρμογής στις ανάγκες του πελάτη (level of customization)
- Οι δίαυλοι επικοινωνίας και διανομής (communication and distribution)
- Ο βαθμός καινοτομίας (degree of innovation)
- Το απαιτούμενο επίπεδο κυκλοφορίας και επισκεψιμότητας (scale of traffic)

Παρακάτω παραθέτοντας τα έντεκα επιχειρηματικά μοντέλα σύμφωνα με την διάκριση του Paul Timmers (1998):

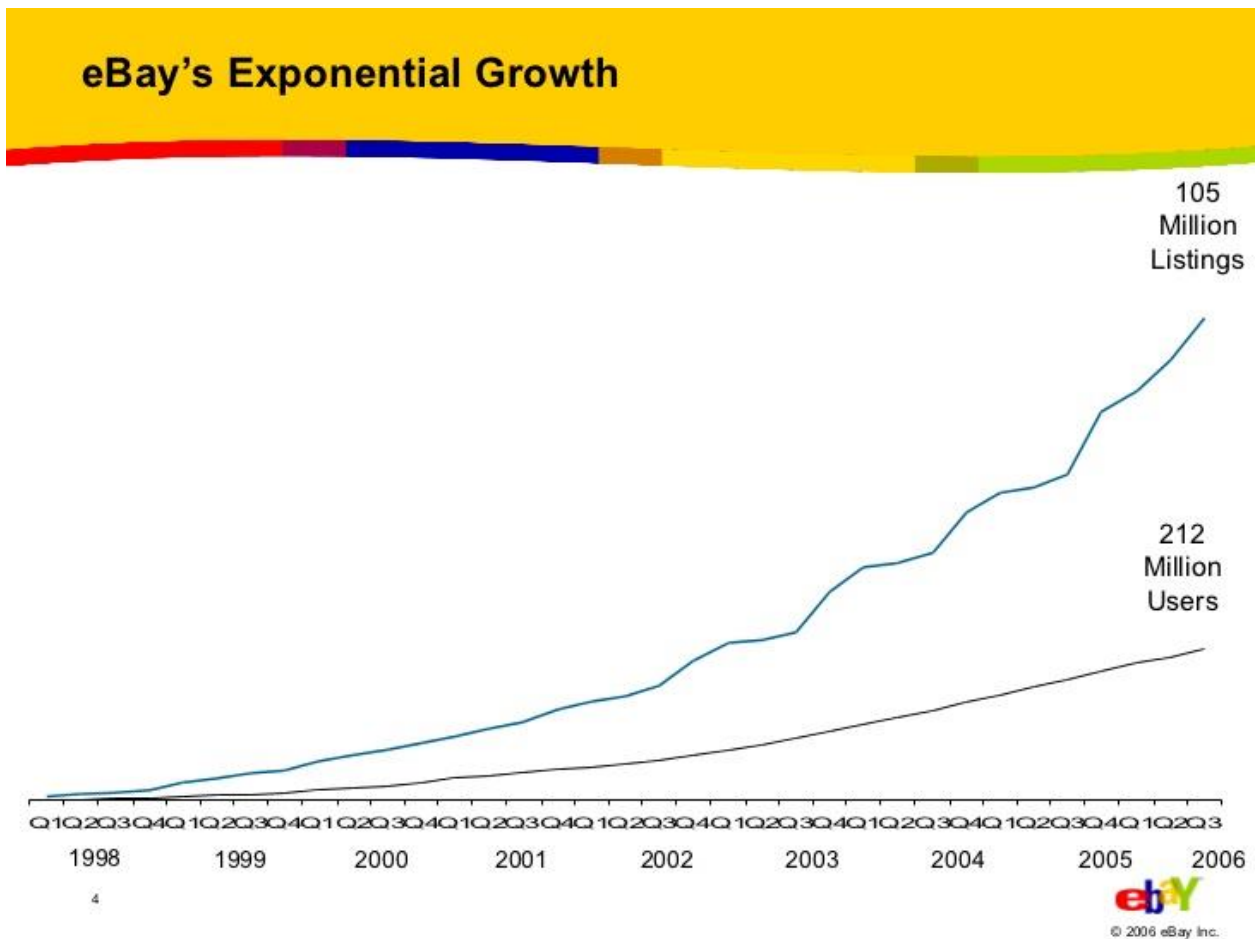
2.8.1 E-shop (ή Virtual Store): Με αυτήν την έννοια αναφερόμαστε στην ηλεκτρονική παρουσία μιας επιχείρησης. Ο σκοπός τους είναι η προώθηση των αγαθών ή υπηρεσιών της επιχείρησης παρέχοντας ταυτόχρονα δυνατότητες online παραγγελιών και πληρωμών. Επισημαίνεται δε, ότι τα περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα αφορούν πωλήσεις προς καταναλωτές (B2C). Τα πλεονεκτήματα του E-shop για μία επιχείρηση είναι ότι επιτυγχάνεται η μείωση των εξόδων προώθησης και παράλληλα η επιχείρηση επιτυγχάνει να προβληθεί παγκοσμίως με πολύ χαμηλό κόστος. επιδιωκόμενα οφέλη για την επιχείρηση είναι η χαμηλού κόστους παγκόσμια παρουσία και η μείωση των εξόδων της προώθησης. Από την μεριά τους οι καταναλωτές επωφελούνται από τις μειωμένες τιμές έναντι των τιμών των φυσικών καταστημάτων, το μεγαλύτερο εύρος επιλογών, την δυνατότητα άμεσης σύγκρισης τιμών και προϊόντων μεταξύ διαφόρων καταστημάτων, την ευκολία της επιλογής καταστήματος καθώς αποφεύγεται η μετακίνηση στον φυσικό τους χώρο, την ελαστικότητα του ωραρίου καθώς λειτουργούν όλο το εικοσιτετράωρο και την ελαστικότητα για τον τρόπο και χρόνο παράδοσης.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η επιχείρηση πέραν από τον παραδοσιακό τρόπο εσόδων (δηλαδή την παροχή αγαθών και υπηρεσιών), δύναται να την αποδοθούν κέρδη και μέσω της διάθεσης μέρους του ιστοχώρου της για διαφημιστικούς σκοπούς άλλων επιχειρήσεων.

2.8.2 E-procurement: Αφορά την ηλεκτρονική υποβολή προσφορών για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών. Τα οφέλη των αγοραστών που χρησιμοποιούν την μέθοδο αυτή είναι το μεγαλύτερο εύρος των διαθέσιμων προμηθευτών το οποίο οδηγεί σε προμήθεια 'Α υλών και προϊόντων καλύτερης ποιότητας, με χαμηλότερο κόστος και καλύτερες δυνατότητες διανομής αυτών. Από την μεριά τους οι προμηθευτές έχουν περισσότερες ευκαιρίες για υποβολή προσφορών, ενδεχομένως σε παγκόσμια κλίμακα, και παράλληλα η διαδικασία είναι πιο απλή και με χαμηλότερο κόστος για την επιχείρηση καθόσον η προσφορά με τα απαραίτητα συνοδευτικά έγγραφα (π.χ. πιστοποιητικά) μπορούν να υποβληθούν από τα γραφεία της επιχείρησης. Μάλιστα η μέθοδος αυτή έχει ιδιαίτερα θετικό αντίκτυπο σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες μέχρι πρότινος αδυνατούσαν να υποβάλουν προσφορές καθόσον απαιτείτο η φυσική παρουσία στελέχους της επιχείρησης κάτι το οποίο επέφερε, πολλές φορές, κάποιο ιδιαίτερα μεγάλο κόστος για αυτές.

Επισημαίνεται ότι επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο έχουν πλέον υιοθέτηση αυτήν την μέθοδο υποβολής και λήψης προσφορών και με βραδύτερους ρυθμούς ακολουθούν δημόσιες υπηρεσίες. Το εν λόγω επιχειρηματικό μοντέλο όταν αφορά δημόσιες υπηρεσίες είναι γνωστό και ως «E-government Procurement» και θα μας απασχολήσει περισσότερο στην συνέχεια της παρούσας εργασίας.

2.8.3 E-auction: ή αλλιώς «Ηλεκτρονικές Δημοπρασίες» αποτελούν την εξέλιξη σε ηλεκτρονική εφαρμογή του παραδοσιακού μηχανισμού δημοπρασιών για την ανάδειξη πλειοδότη ή μειοδότη αναλόγως με την φύση της δημοπρασίας. Τα έσοδα των εταιριών που δραστηριοποιούνται στον τομέα προέρχονται από την διαφήμιση των προϊόντων και για τη διεκπεραίωση της αγοραπωλησία και παράλληλα με την δημοπρασία προσφέρουν υπηρεσίες ασφαλούς μεταφοράς χρήματων μεταξύ των διαλαμβανομένων και επίβλεψης της ορθής παράδοσης των προϊόντων.



Εικόνα 3: Η ανάπτυξη του e-Bay

Τα οφέλη των αγοραστών και των πωλητών από αυτήν την διαδικασία είναι ότι τους δίνεται η ικανότητα οικονομικής δραστηριοποίησης σε παγκόσμιο επίπεδο και παράλληλα η σημαντική εξοικονόμηση χρόνου καθώς σε αυτής την νέα μορφή δημοπρασιών δεν απαιτείται η φυσική παρουσία τους για την ολοκλήρωση της διαπραγμάτευσης. Επιπλέον, καθώς το κόστος διεκπεραίωσης της δημοπρασίας είναι πολύ χαμηλό, καθίσταται εφικτό να διατεθούν προς πώληση προϊόντα μικρής αξίας ή σε μικρές ποσότητες.

Από την απελευθέρωση του ηλεκτρονικού από τον κρατικό έλεγχο μέχρι τις μέρες μας, η πιο γνωστή και πιο διαδεδομένη εφαρμογή ηλεκτρονικών δημοπρασιών αποτελεί το e-Bay (www.ebay.com).

2.8.4 E-mall: Με τον όρο e-mall αναφερόμαστε σε έναν αριθμό ηλεκτρονικών καταστημάτων τα οποία δραστηριοποιούνται ως σύνολο κάτω από ένα εμπορικό σήμα, συνήθως γνωστό στο ευρύτερο κοινό, και το οποίο συνήθως προσφέρει μια ασφαλή μέθοδο πληρωμής. Τα έσοδα ενός e-mall προέρχονται είτε από τη διάθεση χώρου διαφήμισης είτε από την ενίσχυση των εμπορικών σημάτων.

Τα οφέλη για τον πελάτη από την χρήση της εν λόγω εφαρμογής είναι η εύκολη πρόσβαση σε ένα σύνολο ηλεκτρονικών καταστημάτων με την χρήση ενός κοινού user interface. Με την σειρά τους τα καταστήματα των e-mall επωφελούνται από το χαμηλότερο κόστος για την ηλεκτρονική τους παρουσία λόγω της μαζικότητας τους, από την παροχή έτοιμων λύσεων σε τομείς όπως οι ηλεκτρονικές πληρωμές, οι παραδώσεις κ.α. Επιπλέον πρόσθετα οφέλη αποτελούν η πρόσθετη κυκλοφορία που είναι παράγωγο της επισκεψιμότητας αγοραστών άλλων e-shop που επιχειρούν μέσω του ίδιου e-mall και η έλξη του εμπορικού σήματος δεδομένου ότι οι καταναλωτές τείνουν να αγοράζουν από εμπορικά

σήματα που τους είναι πιο γνωστά καθόσον νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια για τις συναλλαγές τους.

Τα έσοδα των e-malls προέρχονται από την προμήθεια που βαρύνει την εκάστοτε συναλλαγή, από την διαφήμιση και την τυχόν συνδρομή που επιβάλλουν στα μέλη τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι μέχρι τώρα το μοντέλο των e-mall στην παρούσα μορφή του δεν έχει αποδώσει τα αρχικώς αναμενόμενα καθώς το κύριο πλεονέκτημα του της συγκέντρωσης σε μια σελίδα μεγάλου αριθμού διαφορετικών επιχειρήσεων με το πρόσχημα της ευκολότερης ανεύρεσης από τον αγοραστή των προϊόντων που επιθυμεί, λόγω της αυξανόμενης ευκολίας της περιήγησης του διαδικτύου.

2.8.5 Third Party Marketplace: Αναφέρεται σε ένα νέο και ανερχόμενο μοντέλο, κατάλληλο για εταιρίες που επιθυμούν να αναθέσουν την επιχειρηματική τους παρουσία στο διαδίκτυο, σε έναν τρίτο φορέα (είτε ως ένα επιπρόσθετο μέσο επικοινωνίας και επιχειρηματικής δράσης είτε διότι ο φορέας αυτός μπορεί να εκπροσωπήσει καλύτερα τα συμφέροντα της επιχείρησης στο διαδίκτυο). Οι φορείς αυτοί αμείβονται είτε μέσω ενοικίου συμμετοχής είτε από πιθανές αμοιβές υπηρεσιών που έχουν προσυμφωνηθεί είτε από ποσοστό επί της αξίας συναλλαγών.

Η λογική λειτουργίας αυτού του μοντέλου είναι στηρίζεται στην απλότητα και στην ουσία αποτελεί μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας, όπου συνευρίσκονται προμηθευτές και αγοραστές και μέσω αυτής διενεργούνται αγοραπωλησίες αγαθών και υπηρεσιών. Τα εμπλεκόμενα μέρη στις αγοραπωλησίες μέσω αυτού του μοντέλου είναι τα κάτωθι:

- Ο πωλητής
- Ο αγοραστής

- Ο ιδιοκτήτης της πλατφόρμας ηλεκτρονικής αγοράς

Επισημαίνεται ότι τίποτα δεν εμποδίζει οποιοδήποτε από τα εμπλεκόμενα μέρη να έχει περισσότερους από ένα ρόλο στην όλη διαδικασία, καθώς ο πωλητής κάποιων ειδών μπορεί να γίνει αγοραστής κάποιων άλλων και το αντίστροφο ή ακόμα και ο ιδιοκτήτης της πλατφόρμας μπορεί να λειτουργήσει και ως προμηθευτής ή αγοραστής ειδών/υπηρεσιών. Μάλιστα η λογική της διαδικασίας είναι τέτοια ώστε να μην αποτρέπει οποιοδήποτε μέρος να έχει πολλαπλούς ρόλους, καθώς υπάρχει σαφής διάκριση των ιδιοτήτων σε κάθε στάδιο (είναι αδιάφορο εάν ο προμηθευτής είναι και ο αγοραστής ή εάν ο αγοραστής είναι αυτός που έχει δημιουργήσει την πλατφόρμα).

Τα οφέλη που απορρέουν από αυτήν την διαδικασία για τους αγοραστές είναι η μείωση του κόστους λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας καθώς επίσης οι ευκαιρίες που προκύπτουν για νέες συνεργασίες. Από την άλλη οφέλη για τους προμηθευτές αποτελούν η αξιοποίηση των νέων καναλιών διανομής, η διεύρυνση του πελατολογίου και η μείωση του κόστους πωλήσεων και marketing.

2.8.6 Virtual Communities: Αφορά εικονικούς χώρους που συνενυρίζονται άνθρωποι με κοινά ενδιαφέροντα με σκοπό την επικοινωνία και την ανταλλαγή πληροφοριών. Τα μέλη που την απαρτίζουν καθώς επίσης και οι πληροφορίες που διακινούνται καθορίζουν την αξία της εκάστοτε εικονικής κοινότητας. Έσοδα για τον ιδιοκτήτη της κοινότητας αποτελούν η διάθεση διαφημιστικού χώρου έναντι αμοιβής καθώς επίσης και η συνδρομή των μελών, όταν αυτό απαιτείται.

Η εικονική κοινότητα μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο για μία επιχείρηση καθώς μπορεί να έχει άμεση επικοινωνία με τους πελάτες της, να δημιουργήσει

«Brand Loyals» καθώς επίσης να λαμβάνει αναπληροφόρηση από αυτούς. Επιπλέον οι εικονικές κοινότητες μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εργαλεία ενίσχυσης της ελκυστικότητας και προβολής των ευκαιριών για νέες υπηρεσίες άλλων επιχειρηματικών μοντέλων όπως τα E-mall, τα Collaborative platform ή τα 3rd Party Marketplace.

2.8.7 Value Chain Service Provider: οι χρήστες αυτού του μοντέλου εξειδικεύονται σε ένα συγκεκριμένο κομμάτι της λειτουργία της αλυσίδας αξιών, όπως για παράδειγμα οι ηλεκτρονικές πληρωμές ή τα logistics, με σκοπό μέσω της αποτελεσματικότερης χρήσης του, να επιτύχουν την παροχή ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης έναντι του ανταγωνισμού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα του μοντέλου αυτού αποτελούν οι τράπεζες.

Για τους χρήστες αυτού του μοντέλου, τα έσοδα τους έρχονται από τις εφάπαξ αμοιβές ή με καθορισμένο ποσοστό προμήθειας επί των συναλλαγών. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα της λειτουργίας αλυσίδας αξιών αποτελεί το UPS (www.ups.com), που ασχολείται με την αποστολή αγαθών που έχουν αγορασθεί μέσω διαδικτύου.

2.8.8 Value Chain Integrators: Αυτό το μοντέλο εστιάζει στην ενοποίηση πολλαπλών βημάτων της αλυσίδας αξιών προκειμένου να χρησιμοποιηθεί η ροή πληροφοριών μεταξύ των βημάτων για να αυξηθεί η προστιθέμενη αξία.

Σε αυτό το μοντέλο, πηγή των εσόδων αποτελούν κυρίως οι αμοιβές έναντι συμβουλευτικών υπηρεσιών που παρέχονται, ή ενδεχομένως από αμοιβές ανάλογα με τις συναλλαγές. Σημαντικό μέρος των παροχών αγορών τρίτου φορέα δραστηριοποιούνται στην παροχή ολοκληρωμένων συστημάτων αλυσίδων αξιών (Paul Timmers , 1998).

2.8.9 Collaboration Platforms: Οι εφαρμογές αυτές (πλατφόρμες) είναι κατασκευασμένες έτσι ώστε να παρέχουν το κατάλληλο περιβάλλον και τα κατάλληλα εργαλεία προκειμένου να διευκολύνεται να διευκολύνεται η συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων εστιάζοντας κυρίως σε συγκεκριμένες λειτουργίες, όπως για παράδειγμα την παροχή υπηρεσιών υποστήριξης προγραμμάτων από εικονικές ομάδες συμβούλων.

Τα έσοδα απορρέουν από την παροχή δικαιωμάτων χρήσης καθώς επίσης και από την πώληση εξειδικευμένων εργαλείων (πχ. για σχεδίαση, διαχείριση εγγράφων κτλ.).

2.8.10 Information Brokerage: Ένα μεγάλο πλήθος από νέες υπηρεσίες έχει δημιουργηθεί για την αξιοποίηση των τεράστιων ποσών πληροφοριών που είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο ή που προέρχονται από τις επιχειρησιακές διαδικασίες, όπως η αναζήτηση πληροφοριών (πχ www.yahoo.com) προκειμένου να χρησιμοποιηθούν για προστιθέμενη αξία. Σε αυτό το μοντέλο μπορούμε να εντάξουμε εταιρίες δημοσκοπήσεων, εταιρίες σκιαγράφησης προφίλ πελατών και συμβουλευτικές εταιρίες επενδύσεων.

Τα άτομα και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον τομέα, έσοδα τους συνήθως προέρχονται από την πληρωμή των παρεχόμενων πληροφοριών ή της γνωμοδότησης, και η χρήση τους γίνεται, είτε μέσω συνδρομής, είτε με πληρωμή ανά χρήση. Επιπλέον έσοδα, επίσης, μπορούν να υπάρξουν και μέσω της διαφήμισης.

2.8.11 Trust and other Services: Σε αυτήν την κατηγορία εντάσσονται οι υπηρεσίες παροχής εμπιστοσύνης (trust services) όπως για παράδειγμα οι εταιρίες παροχής

πιστοποίησης. Για αυτές τις επιχειρήσεις, πηγές εσόδων αποτελούν οι συνδρομές, οι πληρωμές για παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών καθώς επίσης και η πωλήσεις λογισμικού.

Με την χρήση αυτών των υπηρεσιών, βλέποντας ότι ένας διαδικτυακός τόπος, στο οποίο πραγματοποιούνται συναλλαγές, πιστοποιείται από μια υπηρεσία παροχής εμπιστοσύνης, ο πιθανός πελάτης νιώθει εξασφαλισμένος για την ασφάλεια των συναλλαγών του αλλά και για την ασφάλεια των δεδομένων του. Από την μεριά της μία επιχείρηση εξασφαλίζει την ταυτοπροσωπία του πελάτη της.

2.9 Τα Πλεονεκτήματα του Η.Ε

Αν θα έπρεπε να συνοψίσουμε σε μία πρόταση τα πλεονεκτήματα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου θα μπορούσαμε να πούμε ότι:

«Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις και να μειώσει το κόστος».

(Ανδρέας Πομπόρτσης, Ανέστης Τσούλφας, 2002)

Για να τα εξετάσουμε πιο αναλυτικά θα τα κατηγοριοποιήσουμε σε αυτά που είναι προς όφελος των αγοραστών - καταναλωτών και σε αυτά που είναι προς όφελος της εταιρείας - επιχείρησης.

2.9.1 Πλεονεκτήματα προς όφελος του καταναλωτή:

- Η λειτουργία του Η.Ε. βασίζεται σε ένα μηχανισμό αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών που λειτουργεί 24 ώρες το 24ωρο, όλες τις ημέρες του χρόνου.

- Για μεγάλο πλήθος άυλων αγαθών και υπηρεσιών παρέχεται από τον πωλητή άμεση αποστολή – παράδοση. Έτσι ο αγοραστής μπορεί να προμηθευτεί π.χ. ένα νέο λογισμικό και να το παραλάβει την ίδια στιγμή μέσω ηλεκτρονικής αποστολής.
- Δίνεται στον καταναλωτή η δυνατότητα για άμεση, γρήγορη και ξεκούραστη αναζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών από την παγκόσμια αγορά με μεγαλύτερο φάσμα επιλογών από ότι θα έβρισκε στην εγχώρια αγορά.
- Αποκτά την δυνατότητα σύγκρισης προϊόντων – υπηρεσιών καθώς και των τιμών τους ενώ παράλληλα του δίνεται η δυνατότητα να παρακολουθεί σε πιο στάδιο είναι η παραγγελία του μέσω της εφαρμογής του ηλεκτρονικού καταστήματος.
- Παρέχονται στον αγοραστή προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές. Το χαμηλότερο λειτουργικό κόστος και το μειωμένο προσωπικό που έχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα σε σύγκριση με ένα συμβατικό δίνει την δυνατότητα για διάθεση των αγαθού σε χαμηλότερες τιμές.
- Απλοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας με τον περιορισμό των ενδιάμεσων (μεσαζόντων). Δηλαδή ο αγοραστής έρχεται απευθείας σε επαφή με τον πωλητή χωρίς την παρέμβαση τρίτων με συνέπεια τον περιορισμό των καθυστερήσεων που οφείλονται στα ενδιάμεσα μέρη και απώτερο ως αποτέλεσμα την αμεσότερη ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή.
- Με την αύξηση της προσβασιμότητας του αγοραστή σε νέες αγορές, ενισχύεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων, και έτσι ο αγοραστής να μπορεί να επιλέγει τα βέλτιστα προϊόντα και υπηρεσίες και παράλληλα να έχει την δυνατότητα να αυξάνει συνεχώς τις απαιτήσεις του. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η τάση της αγοράς να καθορίζεται πλέον από τον αγοραστή και όχι από τις επιχειρήσεις.

- Μεγάλη ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών λόγω του ότι ο αγοραστής έχει πλέον τη ευχέρεια να ψάξει με ευκολία και να προμηθευτεί από πλήθος επιχειρήσεων ανεξαρτήτου απόστασης καθότι πλέον δεν απαιτείται η φυσική παρουσία για να πραγματοποιηθεί μία αγοραπωλησία.

2.9.2 Πλεονεκτήματα προς όφελος των επιχειρήσεων:

- Οι επιχειρήσεις οι οποίες επιλέγουν να έχουν ηλεκτρονική παρουσία δύνανται να επεκτείνουν γεωγραφικά τα όρια των συναλλαγών τους αυξάνοντας έτσι τον κύκλο εργασιών. Η διατήρηση ηλεκτρονικού καταστήματος υποκαθιστά την ύπαρξη μεγάλου αριθμού υποκαταστημάτων, και μάλιστα με μικρότερο λειτουργικό κόστος, και παράλληλα το ίδιο μπορεί να εξυπηρετεί μεγάλο πλήθος αγοραστών ανεξάρτητα από την γεωγραφική τους θέση και την απόσταση τους από το φυσικό κατάστημα την επιχείρησης.
- Με την χρήση των νέων τεχνολογιών οι επιχειρήσεις αποκτούν πιο άμεση και αξιόπιστη ενημέρωση επί των εξελίξεων στον χώρο που δραστηριοποιούνται, με αποτέλεσμα να καθίστανται περισσότερο ανταγωνίστηκες.
- Με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές δημιουργείται μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτή. Οι επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να αντλήσουν πληροφορίες σχετικά με τις συνήθειες, προτιμήσεις και ανάγκες των καταναλωτών και βάσει αυτών να διαμορφώσουν την μελλοντική τους επιχειρηματική τους πολιτική.
- Με την καλύτερη κατανόηση του καταναλωτή, οι επιχειρήσεις δύνανται να προβλέψουν μελλοντικές ανάγκες. Αυτό οδηγεί στον σχεδιασμό και την δημιουργία καινοτόμων αγαθών τα οποία προορίζονται για την κάλυψη των αναγκών αυτών.

2.10 Τα Μειονεκτήματα του Η.Ε

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, όπως προαναφέρθηκε προσφέρει μεγάλο πλήθος πλεονεκτημάτων τόσο στους καταναλωτές όσο και στις επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά, έχει και αρκετά μειονεκτήματα όπως:

- Με τη εμφάνιση του Η.Ε. και τη αύξηση του ανταγωνισμού επιχειρήσεις που αδυνατούν να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα αντιμετωπίζουν προβλήματα επιβίωσης.
- Μείωση απαιτούμενου εργατικού δυναμικού - Απολύσεις εργαζομένων – Αύξηση ανεργίας.
- Απαίτηση τροποποίησης νομοθεσίας και συλλογικών συμβάσεων εργασίας προκειμένου οι εργαζόμενοι των ηλεκτρονικών καταστημάτων να απολαμβάνουν την ίδια προστασία και ασφάλεια που απολαμβάνουν και οι λοιποί εργαζόμενοι.
- Λόγω της φύσης του ηλεκτρονικού εμπορίου, απαιτούνται από τους εργαζόμενους νέες γνώσεις και δεξιότητες, δημιουργώντας στους μεγαλύτερους σε ηλικία εργαζόμενους, προβλήματα προσαρμογής.
- ΤΟ διαθέσιμο τηλεπικοινωνιακό δίκτυο δεν είναι πάντα επαρκές να υποστηρίξει το φόρτο δημιουργώντας προβλήματα τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στους αγοραστές.
- Τίθενται θέματα εμπιστευτικότητας των παρεχόμενων πληροφοριών και ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων.
- Τα θέματα ασφάλειας προσωπικών δεδομένων αποτρέπουν τους πιθανούς πελάτες.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο ελλοχεύει κινδύνους εξαπάτησης ανυποψίαστων χρηστών.
- Το λογισμικό είναι ακόμα υπό ανάπτυξη και επιδέχεται πολλές βελτιώσεις προκειμένου να γίνει φιλικότερο προς τον χρήστη.

- Αντιμετωπίζονται προβλήματα συμβατότητας των εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου και των υφιστάμενων εφαρμογών και βάσεων δεδομένων.
- Αυξάνεται σημαντικά ο αριθμός των δικτύων που πρέπει να διατηρεί μια επιχείρηση (τοπικά δίκτυα συστήματα διαδικτυακών εξυπηρετητών) αυξάνοντας έτσι την πολυπλοκότητα τους και το κόστος διατήρησης και συντήρησης τους.
- Για την εξυπηρέτηση αγοραπωλησιών B2C μεγάλης κλίμακας απαιτούνται μεγάλα αυτοματοποιημένα συστήματα και αποθήκες προϊόντων.
- Οι αγοραστές δυσκολεύονται να εμπιστευτούν άγνωστους προς αυτούς πωλητές καθώς επίσης αντιμετωπίζουν με δυσπιστία την ίδια την φύση του e-commerce.
- Απομένουν πολλά θέματα εθνικής και διεθνούς νομοθεσία (π.χ. φορολογία) για τα οποία εκκρεμεί ακόμα η διευθέτηση τους.

3. Δημόσιες Προμήθειες και Ηλεκτρονικές Δημόσιες Προμήθειες

3.1 Εισαγωγικά στοιχεία για τις Ηλεκτρονικές Δημόσιες Προμήθειες

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στις μέρες μας θεωρείται αναπόσπαστο μέρος της ζωής μας. Καθημερινά ερχόμαστε σε επαφή με διάφορες μορφές του και πολλές φορές χωρίς να γίνει αντιληπτό προς εμάς. Συνεχώς όλο και περισσότερες επιχειρήσεις και οργανισμοί υιοθετούν με «ενθουσιασμό» μέρη ή ακόμα και ολοκληρωμένα συστήματα Η.Ε. με σκοπό την βελτιστοποίηση των επιχειρησιακών τους αποτελεσμάτων. Μάλιστα σε πολλές περιπτώσεις προχωρούν σε αναδιάρθρωση των βασικών υποδομών της επιχείρησης προκειμένου να προσαρμόσουν ευκολότερα τις λειτουργίες της επιχείρησης σε εκείνες του Η.Ε.

Παρόλα αυτά όπως προαναφέρθηκε παραπάνω οι διάφοροι δημόσιοι φορείς παγκοσμίως (και ειδικά στην χώρα μας) δεν μοιράζονται τον ίδιο ζήλο για τη υιοθέτηση της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, πόσο μάλλον για την εισαγωγή μεθόδων Η.Ε. στις δημόσιες προμήθειες. Η σθεναρή αυτή αντίσταση στις νέες τεχνολογίες διατηρούν το χρόνιο πρόβλημα της γραφειοκρατίας σε υψηλά επίπεδα, σπαταλώντας έτσι τεράστιο πλήθος εργατωρών τόσο του δημοσίου όσο και ιδιωτικών φορέων που πρέπει να συνεργαστούν μαζί τους.

Η Ε.Ε. τον Μάρτιο του 2000, με την «Στρατηγική της Λισαβόνας», έθεσε ως στόχο η Ευρώπη ως σύνολο να γίνει η πλέον ανταγωνιστική, δυναμική και βιώσιμη οικονομία του κόσμου (στρατηγική της Λισαβόνας). Ένας από τους βασικούς στόχους της στρατηγικής αυτής είναι με την χρήση των σχεδίων Δράσης «e-Europe 2002» (European Commission 2000) και «e-Europe 2005» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2002) να προάγει στην Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση στο σύνολο των κρατών-μελών της.

Με το πρώτο σχέδιο δράσης της (Ιουνιος '00, Santa Maria da Feira) επέβαλε την επιτάχυνση της ανάπτυξη της Κοινωνίας της Πληροφορίας, εξασφαλίζοντας παράλληλα την διάθεση του συνόλου των δυνατοτήτων της σε όλα τα κράτη – μέλη της και στους πολίτες αυτών. Βασικό στόχος του σχεδίου δράσης ήταν μέχρι το 2010 να έχουν δημιουργηθεί ηλεκτρονικές αγορές για το σύνολο των δημόσιων προμηθειών σε κάθε κράτος – μέλος.

Με το δεύτερο Σχέδιο Δράσης (Ιούνιος 2002, Σεβίλλη), δόθηκε μεγαλύτερο βάρος στην σταδιακή υλοποίηση των ζητούμενών του πρώτου σχεδίου θέτοντας την απαίτηση τα κράτη – μέλη μέχρι το 2005 να έχουν προσαρμόσει τις διαδικασίες τους των Δημοσίων Συμβάσεων που αφορούν τις κρατικές προμήθειες προκειμένου ένα μεγάλο μέρος τους να διεξάγεται ηλεκτρονικά. Επιπλέον συνέστησε την υιοθέτηση για άμεσες νομοθετικές ρυθμίσεις προκειμένου για την εισαγωγή των νέων ηλεκτρονικών μεθόδων δημοσίων προμηθειών στο υφιστάμενο νομοθετικό πλαίσιο.

Στην στη χώρα μας το πρώτο αποφασιστικό βήμα για τη υιοθέτηση της ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης έγινε με την εκπόνηση της «Ψηφιακής Στρατηγικής 2006 - 2013» (Επιτροπή Πληροφορικής, 2005) στα πλαίσια του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) 2007-2013. Η χρηματοδότηση για την υλοποίηση της εν λόγω στρατηγικής πραγματοποιήθηκε αρχικά με κοινοτικούς του Επιχειρησιακού Προγράμματος (Ε. Π.) «Κοινωνία της Πληροφορίας» και εν συνεχεία με πόρους του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ψηφιακή Σύγκλιση». Τα δύο αυτά προγράμματα, έθεσαν τις βάσεις την Υλοποίηση του Ηλεκτρονικού Συστήματος Προμηθειών και Δημοσίων Συμβάσεων.

3.2 Δημόσιες Προμήθειες

Πριν επεκταθούμε στο κομμάτι των Ηλεκτρονικών Δημόσιων Προμηθειών ωφέλιμο είναι να δοθούν κάποιες διευκρινήσεις για τις Δημόσιες προμήθειες. Αρχικά ως «**Λειτουργία της προμήθειας**» ορίζουμε την συστηματική διαδικασία για τον προσδιορισμό και επιλογή της ποιότητας, της ποσότητας, της τιμής, του χρόνου παράδοσης και της πηγής αγοράς για ένα αγαθό ή υπηρεσία που έχει αποφασιστεί η απόκτησή του και η εφαρμογή κανόνων διασφάλισης ότι το παραλαμβανόμενο είδος ανταποκρίνεται πλήρως στις απαιτούμενες προδιαγραφές. Η λειτουργία έχει ιδιαίτερο βάρος για μία επιχείρηση, οργανισμό ή Κράτος και με την βελτιστοποίηση της αποκτώνται πολλά οφέλη τα οποία αντικατοπτρίζονται τόσο στις οικονομικές τους καταστάσεις όσο και στην εικόνα τους στον εξωτερικό τους περιβάλλον.

Οι όροι «**Δημόσια Προμήθεια**» ή «**Κρατική Προμήθεια**» ή «**Προμήθεια Δημοσίου Τομέα**» χρησιμοποιούνται για συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ φορέων του δημοσίου και Επιχειρήσεων ή Οργανισμών με σκοπό την αγορά, την μίσθωση ή την χρηματοδοτική μίσθωση αγαθών. Επιπλέον στον όρο προμήθεια του δημοσίου εμπεριέχονται και οι συμβάσεις ανάθεσης εργασιών μεταφοράς, εγκατάστασης συντήρησης ή άλλων εργασιών που σχετίζονται με την προμήθεια των ανωτέρω αγαθών εφόσον όμως η αξία προμήθειας τους υπερβαίνει την αξία των εργασιών.

Οι Δημόσιες προμήθειες αποτελούν θέμα μείζον σημασίας καθόσον ετησίως αναλώνονται τεράστια ποσά για προμήθειες υλικών που προορίζονται για την κάλυψη παγίων και λειτουργικών αναγκών του δημοσίου τομέα. Ο βαθμός σπουδαιότητας των προμήθειων σε συνδυασμό με το ύψος των δαπανών εγείρουν τόσο θέματα αξιοπιστίας που αφορούν τον σχεδιασμό και την υλοποίηση μιας κρατικής δαπάνης, όσο και θέματα

αξιοκρατίας στην επιλογή και ανάθεση των Προμηθειών, οι οποίες ως καλύπτονται από πόρους που προέρχονται από την φορολογία των Ελλήνων ή/και των Ευρωπαίων πολιτών.

Με σκοπό την βέλτιστη χρήση των διατιθέμενων πόρων, ο δημόσιος φορέας στον οποίο έχει προκύψει η ανάγκη για προμήθεια προβαίνει σε έρευνα αγοράς. Εδώ όμως θα πρέπει να επισημάνουμε την διαφορά μεταξύ της έρευνας αγοράς ενός ιδιώτη ή επιχείρησης και ενός δημόσιου φορέα. Ο ιδιώτης προκειμένου να προμηθευτεί αυτό που χρειάζεται θα «επισκεφτεί» διάφορες επιχειρήσεις – πωλητές προκειμένου να βρει τη βέλτιστη προσφορά. Σε αντίθεση ο δημόσιος φορέας καλεί τους προμηθευτές να υποβάλουν προσφορές σε μορφή διαγωνισμού.

3.3 Βασικές Αρχές Δημοσίων Προμηθειών

Ο δημόσιος τομέας είναι, με μικρές εξαιρέσεις, κατεξοχήν συλλογικός αγοραστής για τις περισσότερες εθνικές οικονομίες και κατά συνέπεια ο όγκος των συναλλαγών που αφορούν προμήθειες μεταξύ δημοσίων ή κρατικών φορέων και προμηθευτών υπολογίζεται σε δισεκατομμύρια ευρώ ετησίως ανά κράτος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κατά συνέπεια προκειμένου να διασφαλιστεί το δημόσιο συμφέρον και να αρθούν οποιαδήποτε θέματα μπορούν τα θίξουν την νομιμότητα των δημοσίων προμήθειων, η πολιτική προμηθειών του δημοσίου επιδιώκει την δημιουργία ενός ισότιμου, διαφανούς και ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, χωρίς διακρίσεις.

Δικαίωμα να συμμετάσχουν στην διαγωνιστική διαδικασία των δημοσίων προμηθειών έχουν φυσικά ή νομικά πρόσωπα, συνεταιρισμοί, ενώσεις προμηθευτών και κοινοπραξίες προμηθευτών οι οποίοι πρέπει να διαγωνίζονται σε ένα κλίμα υγιούς

ανταγωνισμού προκειμένου να διασφαλίζεται ότι οι δημόσιοι φορείς θα αναλώσουν τους πόρους τους με σύνεση αγοράζοντας τα υπό προμήθεια αγαθά στις συμφερότερες τιμές.

Προκειμένου να επιτευχθούν οι ανωτέρω στόχοι έχουν θεσπιστεί τρεις βασικές αρχές που είναι βασικό να διέπουν όλες τις δημόσιες προμήθειες:

3.3.1 Αρχή της δημοσιότητας: Κάθε προμήθεια του Δημοσίου οφείλει να γνωστοποιείται στα ενδιαφερόμενα μέρη μέσω του εθνικού τύπου και της Εφημερίδας των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Από την αρχή αυτή εξαιρούνται ορισμένες κατηγορίες προμηθειών χαμηλής αξίας, οι οποίες ορίζονται ρητά από το Νόμο.

3.3.2 Αρχή της διαφάνειας των διαδικασιών: Η διαδικασία εκτέλεσης των δημοσίων προμηθειών, σε όλες τις φάσεις του διαγωνισμού (διακήρυξη - επιλογή προμηθευτή - ανάθεση σύμβασης) στηρίζεται σε συγκεκριμένους και γνωστούς εκ των προτέρων κανόνες, οι οποίοι ισχύουν σε όλη τη διάρκειά του και οφείλουν να είναι πλήρεις, απόλυτα κατανοητοί και σαφείς. Οι όροι των διαγωνισμών για τις δημόσιες προμήθειες δεν επιτρέπεται να αλλάξουν μετά την προκήρυξή τους παρά μόνο σε περίπτωση που γίνουν αποδεκτές τυχόν κατατεθειμένες, από μέρους των διαγωνιζομένων, ενστάσεις ή προσφυγές.

3.3.3 Αρχή της ίσης μεταχείρισης: Οι όροι των διαγωνισμών για τις δημόσιες προμήθειες δεν επιτρέπεται να εισάγουν πολιτική διακρίσεων έναντι συγκεκριμένων επιχειρήσεων ή κατηγοριών επιχειρήσεων.

3.4 Ο προμηθευτικός κύκλος

Ο βασικός στόχος μίας δημόσιας προμήθειας αποτελεί η απόκτηση ορθών ποιοτικά και ποσοτικά υλικών στην καλύτερη δυνατή τιμή στον κατάλληλο χρόνο και από αξιόπιστο προμηθευτή. Για την επίτευξη αυτών των στόχων έχουν ορισθεί οι κάτωθι φάσεις για του προμηθευτικού κύκλου:

3.4.1 Προσδιορισμός και περιγραφή απαιτήσεων

- Συμπλήρωση Πρωτογενούς Αίτησης Αγοράς
- Εκπόνηση Προδιαγραφών
- Ορισμός εκτιμώμενης τιμής ανά μονάδα υλικού συνολικού κόστους δαπάνης και απαιτούμενου χρόνου ολοκλήρωσης προμήθειας.
- Κατάρτιση Προϋπολογισμού και Προγράμματος Προμηθειών
- Έκδοση τελικής Αίτησης Αγοράς (Διακήρυξη)

3.4.2 Έρευνα προμηθευτικών αγορών

- Καθορισμός κριτηρίων επιλογής Προμηθευτών
- Εντοπισμός δυνητικών Προμηθευτών
- Ανάλυση αγοράς

3.4.3 Επιλογή και ανάθεση

- Επιλογή τρόπου διενέργειας της Προμήθειας
- Καθορισμός κριτηρίων αξιολόγησης προσφορών
- Διενέργεια διαγωνισμών

- Επιλογή προσφορών – διαπραγμάτευση της επικρατούσας προσφοράς
- Τελική επιλογή του Προμηθευτή
- Σύνταξη και υπογραφή Σύμβασης

3.4.4 Διεκπεραίωση προμήθειας

- Διοίκηση Συμβάσεων
- Διαχείριση Προμηθειών (μεταφορά, παραλαβή)
- Διαχείριση Αποθεμάτων
- Οικονομικός Διακανονισμός με τον Προμηθευτή (Αποπληρωμή)
- Μέτρηση Απόδοσης στα Συστήματα Προμηθειών

3.5 Τα Είδη των Διαγωνισμών

Όπως προκύπτει ο χειρισμός του δημόσιου χρήματος που προορίζεται για τις προμήθειες είναι αρκετά ευαίσθητο θέμα τόσο λόγω του ύψους των ετήσιων συνολικών δαπανών όσο και τις προέλευση του (φορολόγηση Ελλήνων και Ευρωπαίων πολιτών). Συνεπώς προκειμένου να διαφυλαχθεί το δημόσιο συμφέρον και παράλληλα να καταπολεμηθεί η διαφθορά και οποιαδήποτε προσπάθεια κατάχρησης, κωδικοποίησε όλη την νομοθεσία του αφορά την ανάθεση και εκτέλεση δημοσίων συμβάσεων έργων προμηθειών και υπηρεσιών, καθώς και των συμβάσεων παραχώρησης σε δύο νομοθετήματα, τον Ν.4412/16 (ΦΕΚ147/ 08.08.2017) και τον Ν.4413/2016 (ΦΕΚ148/ 08.08.2017). Βάσει αυτών βασικό μέλημα οποιαδήποτε δημόσιου φορέα που ασχολείται με προμήθειες πρέπει να είναι η πρόβλεψη των απαιτήσεων και η όσο το δυνατό καλύτερη

ομαδοποίησης τους. Με αυτόν τον τρόπο ο φορέας θα προβαίνει σε συγκεντρωτικές προμήθειες μεγάλου κόστους και θα επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας.

Οι προμήθειες αυτές γίνονται με την διακήρυξη διαγωνισμών οι οποίοι χωρίζονται στους κάτωθι:

3.5.1 Ανοιχτός Διαγωνισμός: Αυτή η μορφή του διαγωνισμού αποτελεί και την πιο χρονοβόρα καθώς απαιτεί την δημοσίευση της πλήρους διακήρυξης. Παράλληλα όμως εξασφαλίζει και τη μεγαλύτερη δυνατή συμμετοχή υποψήφιων προμηθευτών καθώς επιτρέπει σε κάθε ενδιαφερόμενο να υποβάλλει προσφορά. Αυτή η μορφή διαγωνισμού πραγματοποιείται στο 75% των κρατικών προμηθειών.

3.5.2 Κλειστός Διαγωνισμός: Ο δημόσιος φορέας που προκηρύσσει των διαγωνισμό μπορεί μέσα από την πρόσκληση ενδιαφέροντος να ορίσει κατώτατο και ανώτατο αριθμό προμηθευτών που σκοπεύουν να προσκαλέσουν στην διαδικασία. Αυτής της μορφής ο διαγωνισμός εξελίσσεται σε δύο φάσεις:

- Φάση 1η: Ο φορέας δημοσιεύει την πρόσκληση ενδιαφέροντος και η διακήρυξη είναι σε μία πολύ γενική μορφή. Εν συνεχεία δίνεται ένα εύλογο χρονικό διάστημα με συγκεκριμένη προθεσμία προκειμένου οι ενδιαφερόμενοι να υποβάλλουν την αίτηση συμμετοχής τους στην διαδικασία, υποχρεωτικά συνοδευόμενη από έναν φάκελο ικανότητας στον οποίο περιγράφεται το προφίλ την εταιρίας.
- Φάση 2η: Σε αυτή τη φάση όσοι έχουν επιλεγεί βάσει των στοιχείων ικανότητας, τους γνωστοποιείται το πλήρες κείμενο της διακήρυξης και καλούνται να υποβάλουν πλήρης

προσφορά (τιμές, τεχνικά χαρακτηριστικά παρεχόμενα πιστοποιητικά, χρόνοι παράδοσης κτλ.)

3.5.3 Διαδικασία με διαπραγματεύσεις: Σε εξαιρετικές περιπτώσεις, όπως για παράδειγμα για κάλυψη επείγουσών αναγκών, για προμήθεια εξοπλισμού έρευνας ή για προμήθεια συμπληρωματικών ποσοτήτων από ήδη επιλεγμένο Προμηθευτή, επιτρέπεται στους φορείς η απευθείας διαπραγμάτευση με τους Προμηθευτές της επιλογής τους χωρίς όμως να απαιτείται προηγούμενη δημοσίευση διακήρυξης. Στις διαπραγματεύσεις αυτές απαιτείται η πρόσκληση τουλάχιστον τριών προμηθευτών. Αυτή η μέθοδος μπορεί να χρησιμοποιηθεί και σε περιπτώσεις αποτυχίας ενός Διαγωνισμού ή όταν οι προσφερόμενες τιμές κριθούν ασύμφορες και εφόσον υπάρχει άμεση απαίτηση. Σε αυτές τις περιπτώσεις συνεχίζεται ο Διαγωνισμός με τη διαδικασία της διαπραγμάτευσης μέσω της κατάθεσης νέων οικονομικών προσφορών ή και τεχνικών προσφορών, εάν αυτό κριθεί απαραίτητο.

3.5.4 Πρόχειρος (ή Συνοπτικός) Διαγωνισμός: Αυτή η μορφή διαγωνισμού προβλέπεται για προμήθειες χαμηλού ύψους (έως 60.000,00€). Δεν απαιτείται δημοσίευση προκήρυξης διενέργειας διαγωνισμού και διενεργείται από τριμελής επιτροπή η οποία προβαίνει στην συλλογή έγγραφων προσφορών. Προκείμενου ο Πρόχειρος διαγωνισμός να μη θεωρηθεί άγονος πρέπει η επιτροπή να συλλέξει τουλάχιστον τρεις προσφορές από Προμηθευτές.

Επισημαίνεται ότι σε εξαιρετικές περιπτώσεις για πολύ άμεσες απαιτήσεις και όταν το ύψος της δαπάνης δεν ξεπερνά τα 20.000,00€ χωρίς ΦΠΑ, ο φορέας μπορεί να προβεί την προμήθεια μέσω **Απευθείας Ανάθεσης**. Σε αυτήν την περίπτωση δεν απαιτείται δημοσίευση

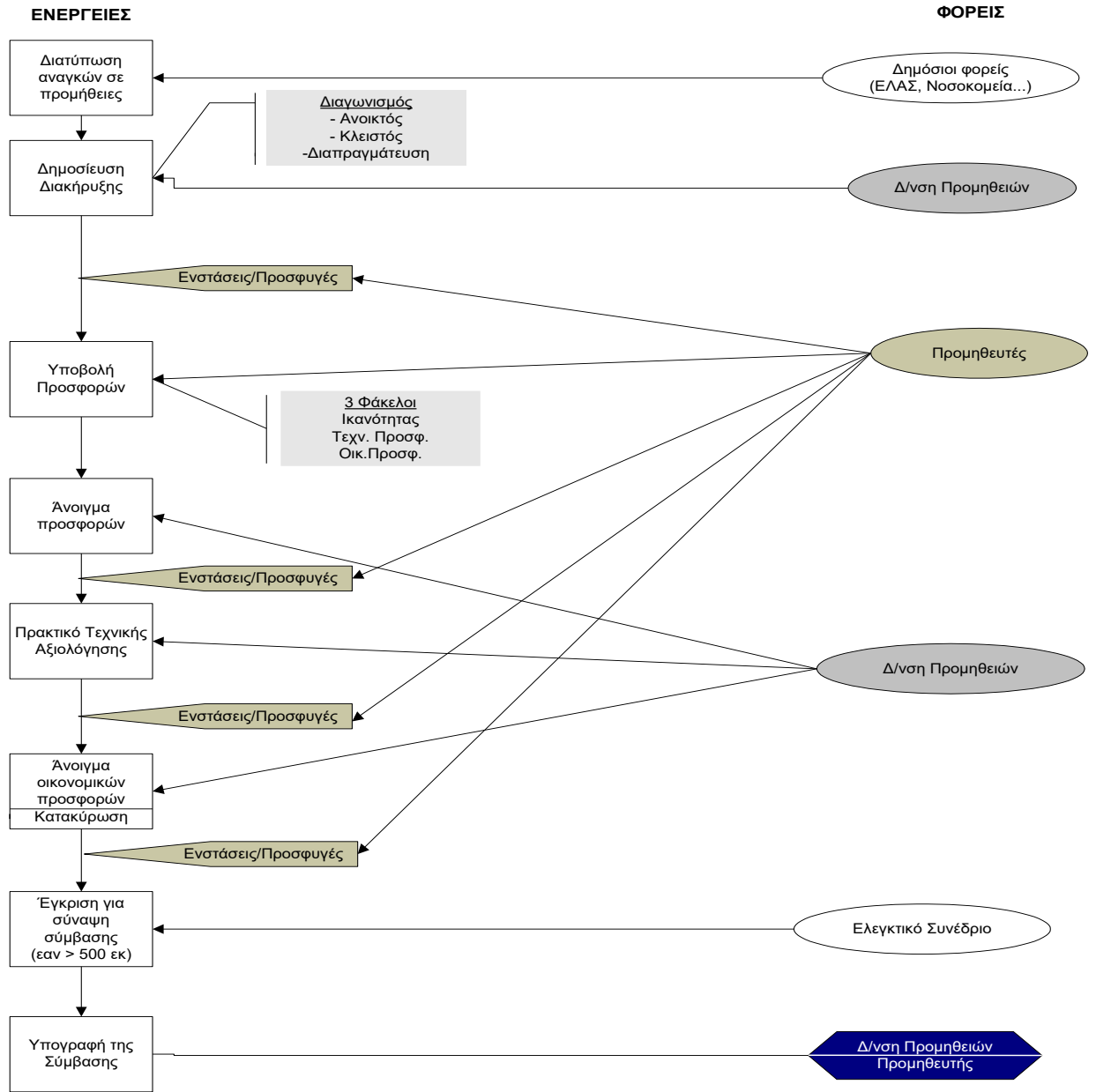
και ο διενεργών φορέας αναθέτει τη σύμβαση προμήθειας σε προμηθευτή της επιλογής του κατόπιν έρευνας αγοράς και διαβούλευσης με έναν ή περισσότερους προμηθευτές.

3.6 Φάσεις Διαγωνισμού

Τα οι βασικές φάσεις μιας διαγωνιστικής διαδικασίας προμήθειας δημοσίου αναφέρονται παρακάτω:

- Άνοιγμα, μονογραφή & σφράγιση των φακέλων από αρμόδιο όργανο, σε χώρο και χρόνο που έχουν οριστεί από τη διακήρυξη. Επισημαίνεται ότι διαφορετική διαδικασία ακολουθείται εάν το κριτήριο επιλογής είναι η χαμηλότερη ή η οικονομικότερη προσφορά.
- Συντάσσεται πρακτικό τεχνικής αξιολόγησης και διαχωρίζονται οι αποδεκτές από τις μη αποδεκτές προσφορές.
- Ανοίγονται οι οικονομικές προσφορές και ανακοινώνονται οι τιμές.
- Αξιολογούνται οι προσφορές γίνεται ο έλεγχος των παρεχόμενων δικαιολογητικών και γίνεται η κατακύρωση στον επιλεγόμενο προμηθευτή.
- Ανακοινώνεται η ανάθεση
- Συντάσσεται η σύμβαση με τον προμηθευτή

Κατά τις παραπάνω φάσεις εάν παρατηρηθεί κάποια παρατυπία ή συμμετοχή διαγωνιζόμενου που δεν έχει δικαίωμα συμμετοχής, κάθε διαγωνιζόμενος έχει την δυνατότητα να υποβάλει ένσταση επί τόπου ή την επόμενη μέρα.



Εικόνα 4: Φάσεις Διαγωνισμού Δημοσίου

3.7 Λόγοι Αποκλεισμού Προμηθευτή

Ο διενεργών φορέας έχει την υποχρέωση να αποκλείσει έναν ή περισσότερους Προμηθευτές από την διαγωνιστική διαδικασία όταν εφόσον ισχύει υπάρχει τελεσίδικη απόφαση για κάποια/ες από τις παρακάτω περιπτώσεις:

- Συμμετοχή σε εγκληματική οργάνωση
- Απόπειρα δωροδοκίας
- Απάτη
- Τρομοκρατικά εγκλήματα ή εγκλήματα συνδεδεμένα με τρομοκρατικές δραστηριότητες ή ηθική αυτουργία ή συνεργεία ή απόπειρα διάπραξης εγκλήματος.
- Νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες ή χρηματοδότηση της τρομοκρατίας.
- Παιδική εργασία και άλλες μορφές εμπορίας ανθρώπων

Επισημαίνεται ότι ο αποκλεισμός επιχείρησης εφαρμόζεται και όταν το πρόσωπο για το οποίο έχει εκδοθεί η τελεσίδικη καταδικαστική απόφαση, είναι μέλος του διοικητικού διευθυντικού ή εποπτικού συμβουλίου την επιχείρησης ή έχει εξουσία εκπροσώπησης λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό. Ειδικά αυτό ισχύει:

- Για διαχειριστές Εταιριών περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε.) και προσωπικών εταιριών (Ο.Ε. και Ε.Ε.)
- Για διευθύνοντες συμβούλους και όλα τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου των ανώνυμων εταιριών (Α.Ε.)

Επιπλέον η υποχρέωση αποκλεισμού επιβάλλεται και σε επιχειρήσεις οι οποίες έχουν αθετήσει τις φορολογικές και ασφαλιστικές τους υποχρεώσεις. Ειδικά σε Ελληνικές επιχειρήσεις ή σε επιχειρήσεις που έχουν εγκαταστάσεις στη Ελλάδα οι υποχρεώσεις σε

εισφορές για κοινωνική ασφάλιση, αφορούν τόσο για τη κύρια όσο και για τη επικουρική ασφάλιση. Αυτή η περίπτωση αποκλεισμού δεν ισχύει για επιχειρήσεις οι οποίες προβαίνουν σε εκπλήρωση των υποχρεώσεων τους είτε καταβάλλοντας τους οφειλόμενους φόρους ή/και τις οφειλόμενες εισφορές κοινωνικής ασφάλισης (συμπεριλαμβανομένων των δεδουλευμένων τόκων ή των προστίμων), είτε με την υπαγωγή του σε δεσμευτικό διακανονισμό για την καταβολή τους.

Τέλος ο φορέας έχει την δυνατότητα να αποκλείσει μία επιχείρηση όταν συντρέχει ένας από τους παρακάτω λόγους:

- Η επιχείρηση δεν τηρεί της υποχρεώσεις της που προκύπτουν από την περιβαλλοντική, κοινωνικοασφαλιστική και εργατική νομοθεσία.
- Η επιχείρηση τελεί υπό πτώχευση ή έχει υπαχθεί σε διαδικασία εξυγίανσης ή ειδικής εκκαθάρισης ή τελεί υπό αναγκαστική διαχείριση από εκκαθαριστή ή από δικαστήριο ή έχει υπαχθεί σε διαδικασία πτωχευτικού συμβιβασμού ή έχουν ανασταλεί οι επιχειρηματικές της δραστηριότητες ή βρίσκεται σε παρόμοια κατάσταση προβλεπόμενη στην ελληνική νομοθεσία.
- Η επιχείρηση ή οποία αποδεδειγμένα έχει συνάψει συμφωνίες με άλλες επιχειρήσεις με σκοπό την στρέβλωση του ανταγωνισμού.
- Εάν υφίσταται με κατάσταση σύγκρουσης συμφερόντων η οποία δεν γίνεται να θεραπευτεί με άλλα μέσα.
- Εάν υφίσταται στρέβλωση ανταγωνισμού από την πρότερη συμμετοχή των επιχειρήσεων και η οποία δεν γίνεται να θεραπευτεί με άλλα μέσα.

- Εάν η επιχείρηση έχει επιδείξει επαναλαμβανόμενα ασυνέπεια σε ουσιώδης απαιτήσεις παλαιότερης σύμβασης που είχε ως αποτέλεσμα την καταγγελία της σύμβασης, την απαίτηση αποζημιώσεων υπέρ του δημοσίου ή επιβολή άλλων κυρώσεων.
- Εάν η επιχείρηση έχει κριθεί ένοχη για σοβαρές ψευδής δηλώσεις ή έχει αποκρύψει τις πληροφορίες αυτές ή δεν είναι σε θέση να προσκομίσει τα δικαιολογητικά που απαιτούνται.
- Εάν αποδεδειγμένα η επιχείρηση επιχειρεί με αθέμιτο τρόπο να επηρεάσει την διαδικασία λήψης αποφάσεων, να αποκτήσει εμπιστευτικές πληροφορίες ή να παράσχει εξ ‘αμελείας παραπλανητικές πληροφορίες που ενδέχεται να επηρεάσουν ουσιωδώς τις αποφάσεις που αφορούν τον αποκλεισμό τη επιλογή ή την ανάθεση.
- Εάν αποδεδειγμένα η επιχείρηση έχει διαπράξει σοβαρό επαγγελματικό παράπτωμα το οποίο θέτει υπό αμφισβήτηση την ακεραιότητα του.

3.8 Εισαγωγή Ηλεκτρονικών Προμηθειών στον Δημόσιο τομέα

Με το όρο ηλεκτρονική προμήθεια μπορούμε να ορίσουμε την διαδικασία κατά την οποία γίνεται χρήση τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών σε όλα τα στάδια μιας προμήθειας με σκοπό την αύξηση της αποδοτικότητας και την μείωση του κόστους. Με την γενικευμένη χρήση τους στις δημόσιες προμήθειες, μπορούν να εξοικονομηθεί έως και το 5% των δαπανών για μία χώρα και έως και περίπου 50-80% του κόστους συναλλαγής, τόσο για το δημόσιο όσο και για τα επιχειρήσεις στις μεταξύ τους συνδιαλλαγές. Επιπλέον, ένα και είναι δύσκολο να ποσοτικοποιηθούν τα επιμέρους οφέλη που αφορούν τον ανταγωνισμό και την αποτελεσματικότητα τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και για το σύνολο της Ε.Ε., διαπιστώνεται ότι με η αύξηση του ανταγωνισμού και της αποτελεσματικότητας στις αγορές

του δημοσίου, έχει έντονες θετικές επιδράσεις σε όλη την οικονομία και προάγει σημαντικά τους στόχους της «Στρατηγικής της Λισαβόνας».

Όσον αφορά το άμεσο κόστος, η χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, μπορεί να μειωθεί με τους κάτωθι τρόπους:

- Με την ανεύρεση περισσότερων προμηθευτών και εκτός συνόρων.
- Με Την χρήση της τεχνολογίας για την αύξηση του ανταγωνισμού (π.χ. ηλεκτρονικές δημοπρασίες)
- Με την αύξηση του τομέα της διαφάνειας των διαδικασιών και με την αποφυγή «εναρμονισμένων πρακτικών» κατά το στάδιο της δημοπρασίας ή δωροληψιών και άλλων φαινομένων «συναλλαγής» (maverick buying).

Αντιστοίχως, η χρήση των ανωτέρω τεχνολογιών, προάγει την μείωση του έμμεσου κόστους μέσω:

- Της μείωσης των διοικητικών εξόδων και του χρόνου των διαδικασιών.
- Της μείωσης των σφαλμάτων και των επικαλύψεων ενεργειών.

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι η χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, δύναται να βοηθήσει στην μείωση του συνολικού κόστους προμήθειων και να επιταχύνει την υλοποίηση του περιορίζοντας την γραφειοκρατία. Παρόλα αυτά η μη σωστή χρήση των διαδικασιών και των επιχειρηματικών μοντέλων ηλεκτρονικών δημόσιων προμηθειών επέχει τον κίνδυνο του κατακερματισμού της αγοράς. Τα εμπόδια που εμφανίζονται (νομικά, τεχνικά, οργανωτικά, κ.α.) αποτελούν τις πιο σοβαρές προκλήσεις για τους υπεύθυνους της χάραξης πολιτικής τόσο εντός Ε.Ε. όσο και διεθνώς.

3.9 Επιχειρησιακά Μοντέλα και Συστήματα Ηλεκτρονικών Δημόσιων Προμηθειών

Τα συστήματα ηλεκτρονικών δημόσιων προμηθειών προσφέρουν μέσω της αυτοματοποίησης, βέλτιστες λύσεις για την παρακολούθηση και τον έλεγχο των διαδικασιών των προμήθειών, τόσο για τους δημόσιους φορείς όσο και για τις επιχειρήσεις.

Προκειμένου όμως ένα σύστημα να καταστεί αποτελεσματικό πρέπει να ακολουθήσει τέσσερα βασικά στάδια εξέλιξης.

- **Στάδιο 1ο:** Δημιουργία ηλεκτρονικής σελίδας για παροχή γενικών πληροφοριών και με δυνατότητα online φορμών.
- **Στάδιο 2ο:** Δυνατότητα αναζήτησης σε βάσεις δεδομένων.
- **Στάδιο 3ο:** Δυνατότητας αμφίδρομης επικοινωνίας με τους προμηθευτές και παροχή δυνατότητας προς τους προμηθευτές για καταχώρηση εμπιστευτικών τους δεδομένων προσφέροντας τους την ανάλογη ασφάλεια για τα δεδομένα τους.
- **Στάδιο 4ο:** Δυνατότητα χρήσης από κοινού με άλλες υπηρεσίες εμπιστευτικών δεδομένων των πελατών κατόπιν όμως της συγκατάθεσης τους.

Για την επίτευξη αυτών έχουν υιοθετηθεί, τόσο σε ευρωπαϊκό επίπεδο όσο και διεθνώς, τα παρακάτω επιχειρησιακά μοντέλα ηλεκτρονικών προμηθειών:

3.9.1 e-Tendering: Το e-Tendering αφορά την χρήση των Πληροφοριακών και τηλεπικοινωνιακών τεχνολογιών για την δημιουργία και δημοσίευση προκήρυξης καθώς επίσης και την δημιουργία και διακίνηση των σχετικών με αυτή εγγράφων. Εν συνεχεία, με την χρήση ηλεκτρονικών φορμών, οι προμηθευτές μπορούν να υποβάλλουν τις προσφορές τους. Η ανάκτηση των απαραίτητων στοιχείων και δικαιολογητικών των προμηθευτών

γίνεται μέσω ηλεκτρονικού αρχείου και κατόπιν ελέγχονται για την ορθότητα τους. Επιπλέον σε αυτό το μοντέλο υπάγεται και η ηλεκτρονική αλληλεπίδραση μεταξύ του δημόσιου φορέα και των προμηθευτών. Η διαδικασία e-Tendering περιλαμβάνει τα παρακάτω βασικά στάδια:

- **Ηλεκτρονική Δημοσίευση διακηρύξεων:** Οι προμηθευτές έχουν την δυνατότητα πρόσβασης σε διακηρύξεις δημόσιων προμηθειών μέσω διαδικτύου. Αυτή είναι η πιο συχνά χρησιμοποιούμενη διαδικασία ηλεκτρονικών προμηθειών και η οποία συνήθως γίνεται με την χρήση βάσεων δεδομένων που είναι προσβάσιμες μέσω των διαδικτύου.
- **Ηλεκτρονική παροχή εγγράφων:** Οι προμηθευτές μέσω της εφαρμογής έχουν την δυνατότητα να λάβουν («κατέβασμα» στον υπολογιστή τους από τη σελίδα ή αποστολή μέσω E-mail) την διακήρυξη καθώς και τα σχετικά με αυτήν έγγραφα (τεχνικά σχέδια κτλ). Με αυτόν τον τρόπο διευκολύνονται κατά πολύ οι επιχειρήσεις καθότι έχουν την δυνατότητα να διαπιστώσουν άμεσα και γρήγορα εάν ένας διαγωνισμός τους αφορά.
- **Ηλεκτρονική υποβολή:** Δίνεται η δυνατότητα στις επιχειρήσεις να υποβάλλουν ηλεκτρονικά την προσφορά τους καθώς και τυχόν σχετικά με αυτήν έγγραφα. Η δυνατότητα αυτή προϋποθέτει ότι έχουν γίνει οι απαραίτητες ενέργειες προκειμένου να μπορεί να καταστεί δυνατή η πιστοποίηση γνησιότητας των τυχόν προσφορών (ηλεκτρονικές υπογραφές, κτλ) καθώς επίσης να εξασφαλιστεί το μέγιστο δυνατό επίπεδο ασφάλειας για την διαδικασία.

3.9.2 Ηλεκτρονικές δημοπρασίες: Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες στηρίζονται ουσιαστικά στο σύστημα των παραδοσιακών δημοπρασιών. Μέσω μίας επαναληπτικής - δυναμικής διαδικασίας, η εκάστοτε επιχείρηση λαμβάνει γνώση για την προσφορά του εν δυνάμει μειοδότη ή πλειοδότη (αναλόγως με το είδος της δημοπρασίας) και μπορεί να υποβάλει σε

πραγματικό χρόνο νέα προσφορά, βέλτιστη σε σύγκριση με του ανωτέρω. Η διαδικασία αυτή συνεχίζεται μέχρι το πέρας συγκεκριμένου χρονικού περιθωρίου που έχει γνωστοποιηθεί εκ των προτέρων και αν η δημοπρασία κατακυρώνεται σε εκείνον με την βέλτιστη προσφορά κατά τη λήξη της διαδικασίας.

Επισημαίνεται ότι οι δημοπρασίες δεν αποτελούν αυτόνομη και ανεξάρτητη διαδικασία αξιολόγησης αλλά είναι μέρος αυτής. Η εφαρμογή τους ξεκινάει μετά το πέρας της προκαταρκτικής αξιολόγησης των προσφορών όπως αυτή προβλέπεται στη διακήρυξη του διαγωνισμού και βάσει του είδους του διαγωνισμού.(ανοικτός, κλειστός, με διαπραγμάτευση διαγωνισμός). Μετά τον πέρας της αρχικής αξιολόγησης, ο φορέας διεξαγωγής, αποστέλλει πρόσκληση συμμετοχής στους επιλεγμένους προμηθευτές. Η διεξαγωγή δημοπρασίας προϋποθέτει ο διενεργών να έχει την δυνατότητα να ορίσει με ακρίβεια τις παραμέτρους μιας προσφοράς. Λόγω της πολυπλοκότητας αυτής, οι δημοπρασίες υποτιμούνται σε περιπτώσεις που τα προϊόντα είναι σαφώς ορισμένα (π.χ. τυποποιημένα προϊόντα) στα οποία η διαγωνιστική διαδικασία αναγάγεται στον καθαρισμό της βέλτιστης τιμής.

3.9.3 Ηλεκτρονικά Marketplaces: Μέσω των ηλεκτρονικών αγορών οι επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα να παρουσιάσουν το εταιρικό τους προφίλ και τα προϊόντα σε μία ειδική διαδικτυακή πλατφόρμα που σκοπό έχει να δώσει στους δημόσιους φορείς μία γενική εικόνα της αγοράς.

3.9.4 Ηλεκτρονικοί κατάλογοι (e-catalogues): Οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι βασίζονται σε ηλεκτρονικά μητρώα προμηθευτών και ειδών και η χρήση τους παρέχει τα κάτωθι πλεονεκτήματα:

- Μειώνει τον απαιτούμενο χρόνο επεξεργασίας των στοιχείων καθώς επίσης και τον αριθμό σφαλμάτων, αφού μέσω της χρήσης των «e-catalogues» περιορίζονται οι επανεισαγωγές στοιχείων.
- Λόγω της τυποποιημένη δομής τους, οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι επιτρέπουν την ανεύρεση προμηθευτών, μέσω της χρήσης εξειδικευμένων προγραμμάτων που διενεργούν αναζητήσεις στους ηλεκτρονικούς καταλόγους βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων (e-Sourcing).
- Τα προς αξιολόγηση στοιχεία καθίστανται άμεσα συγκρίσιμα και κατ' επέκταση διευκολύνεται και επιταχύνεται η διαδικασία της επιλογής ανάδοχου προμηθευτή (e-Awarding).
- Τέλος, μέσω των «e-catalogues» διευκολύνεται και η διαδικασία της ηλεκτρονικής λήψης παραγγελιών (e-Ordering).

3.10 Υποστηρικτικές λειτουργίες

Παράλληλα με τα ανωτέρω μοντέλα, δρουν υποστηρικτικά και ένα πλήθος επιμέρους λειτουργιών προκειμένου να καταστεί η πλατφόρμα ηλεκτρονικών προμηθειών όσο το δυνατό περισσότερο λειτουργική. Οι σημαντικότερες από αυτές τις λειτουργίες είναι οι κάτωθι:

3.10.1 Συστήματα προεπιλογής: Προκειμένου οι εταιρίες να συμμετάσχουν σε δημόσιους διαγωνισμούς και να συνάψουν συμβάσεις με δημόσιους φορείς, πρέπει αποδεδειγμένα να πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές (οικονομικές, χρηματοδοτικές και τεχνικές, κ.α.) καθώς επίσης να αποδεικνύεται η εμπειρία τους πάνω στο αντικείμενο του διαγωνισμού - σύμβασης. Επιπλέον απαιτείται από αυτές να υποβάλλουν ένα πλήθος εγγράφων (πιστοποιητικό Επιμελητηρίου, τραπεζικές καταστάσεις, φορολογικές-ασφαλιστικές ενημερότητες, κ.ά.) για κάθε διαγωνισμό που συμμετάσχουν. Με την χρήση συστημάτων προεπιλογής, καθίσταται δυνατή η αυτόματη υποβολή και ο έλεγχος των δικαιολογητικών, επιτυγχάνοντας έτσι των περιορισμό της γραφειοκρατίας. Με αυτή την διαδικασία η κάθε εταιρία υποβάλει μία φορά τα δικαιολογητικά της και κατόπιν ελέγχου τους σε καθορισμένο χρόνο και λαμβανομένου υπόψη του εν ισχύ θεσμικό πλαίσιο, καθίστανται διαθέσιμα για όλους τους δημόσιους φορείς.

3.10.2 e-Awarding: Η λειτουργία αυτή χρησιμοποιεί τυποποιημένες μεθόδους προκειμένου να υποβοηθήσει την διαδικασία αξιολόγηση των προσφορών. Επιπλέον μέσω της χρήσης «εργαλείων» γνωστά ως «**Decision Support Tools**» διευκολύνει και την διαδικασία βαθμολόγησης των προμηθευτών και της επιλογή του αναδόχου επιτυγχάνοντας παράλληλα μεγαλύτερο βαθμό διαφάνειας και αδιάβλητου της διαδικασίας. Τέλος η λειτουργία αυτή αναλαμβάνει την γνωστοποίησης της ανάθεσης στην εταιρία και την αποστολή σχετικών εγγράφων σε αυτήν

3.10.3 e-Contracting: Σκοπός της λειτουργίας αυτής είναι η υποστήριξη της ηλεκτρονικής διαχείρισης όσον αφορά την κατάρτιση και την παρακολούθηση της εκτέλεσης των συμβάσεων.

3.10.4 e-Ordering: Εμπεριέχει όλες τις λειτουργίες που σχετίζονται με την ηλεκτρονική δημιουργία και την διακίνηση εγγράφων που αφορούν παραγγελίες.

3.10.5 e-Invoicing: Η λειτουργία αυτή είναι υπεύθυνη δημιουργία, διακίνησης και παρακολούθηση των τιμολογίων μεταξύ αγοραστή και προμηθευτή.

3.10.6 e-Payment: Μέσω αυτής της εφαρμογής μπορούν να διενεργηθούν ηλεκτρονικά πληρωμές μεταξύ αγοραστή, προμηθευτή και τράπεζας. Επιπλέον είναι υπεύθυνη για την διακίνησης και παρακολούθηση του συνόλου των πληροφοριών που αφορούν πληρωμές καθώς επίσης υποστηρίζει την ηλεκτρονική διαχείριση των εγγυητικών επιστολών

Η εκτέλεση των ανωτέρω λειτουργιών προϋποθέτει την ύπαρξη τυποποιημένων ηλεκτρονικών καταλόγων ειδών (e-Catalogues) ανά προμηθευτή. Επιπλέον, με την ύπαρξη ηλεκτρονικών μητρώων προμηθευτών και ειδών επιτυγχάνονται καθοριστικά τόσο η μείωση των σφαλμάτων όσο και η αυτοματοποίηση των διαδικασιών των παραγγελιών.

Επιγραμματικά αναφέρονται κάποιες επιπλέον λειτουργίες των συστημάτων ηλεκτρονικών προμηθειών:

- Λειτουργία αυτόματης υποδοχής προσφορών, και παραγωγή και αποστολή ειδοποιήσεων και απαντήσεων σε προκηρύξεις.

- Εργαλεία υποστήριξης αναφορών σχετικές με τις αξιολογήσεις των τιμών, της ποιότητα και του επιπέδου εξυπηρέτησης που προσφέρει ο εκάστοτε προμηθευτής.
- Λειτουργίες πρόσβασης σε υπηρεσίες υπολογισμού φόρων και υποστήριξη σε logistics.
- Υποστήριξη πολλαπλών συστημάτων διεπαφής (PC, PDA ή ασύρματες συσκευές κ.ά.).
- Υποστηρικτικά modules τα οποία συμπληρώνουν τις λειτουργίες των υφιστάμενων τα συστήματα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων (ERP), συστήματα πληρωμών και γενικής ή αναλυτικής λογιστικής.
- Υποστήριξη συστημάτων ηλεκτρονικής ταυτοποίησης.
- Πληροφοριακά συστήματα στήριξης αποφάσεων (MIS) που παρέχει στους αγοραστές τις αναγκαίες πληροφορίες για τη διαχείριση της σχέσης τους με τους προμηθευτές.

3.11 Μοντέλα δημόσιων προμηθειών - Συγκεντρωτικό έναντι αποκεντρωτικό

Προκειμένου να επιτευχθεί η ελαχιστοποίηση των δημόσιων δαπανών με παράλληλη μεγιστοποίηση του οφέλους, είναι απαραίτητη η ομαδοποίηση και συγκεντροποίηση των αναγκών μέσω του οποίου όπως αναφέραμε, επιτυγχάνονται οικονομίες κλίμακας. Με γνώμονα αυτό η όσο το δυνατό μεγαλύτερη συγκέντρωση αιτημάτων από τους διάφορους δημόσιους φορείς και η δημοσίευση μίας διακήρυξης για την προμήθεια της συνολικής ποσότητας από έναν κεντρικό φορέα. Αυτή η αντίληψη για την ύπαρξη ενός κεντρικού φορέα εκτέλεσης και ελέγχου των δημοσίων προμηθειών, έχει υιοθετηθεί από τα περισσότερα ευρωπαϊκά κράτη.

Τα πλεονεκτήματα του συγκεντρωτικού μοντέλου διεξαγωγής και διαχείρισης δημόσιων προμηθειών είναι τα κάτωθι:

- Η αγοραστική εξειδίκευση.
- Η ομαδοποίηση και ενοποίηση των αιτήσεων προμηθειών και η συγκεντρωτική τους διαχείριση.
- Η αποτελεσματική λειτουργία και διοίκηση των υπηρεσιών προμηθειών.

Εν αντιθέσει, σε κάποιες περιπτώσεις που απαιτείται μεγαλύτερη ευελιξία, είναι προτιμότερη η χρήση ενός αποκεντρωτικού μοντέλου διεξαγωγής και διαχείρισης δημόσιων προμηθειών. Σε αυτές τις περιπτώσεις, τα πλεονεκτήματα του αποκεντρωτικού μοντέλου είναι τα εξής:

- Ευκολότερη και αμεσότερη επικοινωνία και συνεργασία μεταξύ των προμηθευτών και της αναθέτουσας αρχής.
- Ταχύτερη διεκπεραίωση των εργασιών της προμήθειας.
- Αποτελεσματικότερη χρήση τοπικών προμηθευτών και παράλληλα στήριξη της τοπικής αγοράς.
- Μεγαλύτερη αυτονομία για τις αρχές ανάθεσης.

Οι παράγοντες που καθορίζουν την επιλογή χρήσης του ενός συγκεντρωτικού ή αποκεντρωτικού μοντέλου προμηθειών είναι οι:

- ομοιότητα των υλικών – υπηρεσιών.
- μέγεθος της προμήθειας.
- γεωγραφική διασπορά των δραστηριοτήτων.

3.12 Νομικό – Θεσμικό Πλαίσιο

Ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας που καθορίζει το σύνολο των διαδικασιών των δημοσίων διαγωνισμών και συμβάσεων είναι το Νομικό και θεσμικό πλαίσιο.

Επισημαίνεται ότι τόσο το κοινοτικό όσο και το εθνικό πλαίσιο διατηρούν μία δυναμική κατάσταση συνεχών μεταρρυθμίσεων για τη επίτευξη των βέλτιστων αποτελεσμάτων κατά τα απαιτούμενα του σχεδιασμού της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.

Θεμέλιος λίθος για το νομοθετικό πλαίσιο των Ηλεκτρονικών Δημοσίων Διαγωνισμών και συμβάσεων αποτέλεσε η **Κοινοτική Οδηγία 18/2004/EK86**, που αφορά τον συντονισμό των διαδικασιών σύναψης δημόσιων συμβάσεων έργου, προμηθειών και υπηρεσιών και η οποία προήγαγε την χρήση των ηλεκτρονικών μέσων στις διαδικασίες δημοσίων διαγωνισμών και στην σύναψη δημοσίων συμβάσεων.

Στην Ελλάδα η δυνατότητα της χρήσης ηλεκτρονικών μέσων σε αυτούς τους τομείς προβλέφθηκε αρχικά με το **Προεδρικό Διάταγμα 60/2007**. Με το ΠΔ 60/2007 ενσωματώθηκε στην ελληνική νομοθεσία η **Κοινοτική Οδηγία 18/2004** που αφορούσε την σύναψη δημοσίων συμβάσεων προμηθειών, έργων και υπηρεσιών. Εν συνέχεια, με τον **Ν.4013/2011** περί «Σύστασης ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων και Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων» (ΦΕΚ 204/Α/15-9-2011), δημιουργήθηκε η Ανεξάρτητη Αρχή, ρόλος της οποίας είναι ο έλεγχος των ηλεκτρονικών δημόσιων διαγωνισμών και συμβάσεων, επιδιώκοντας την επίτευξη του μέγιστου βαθμού διαφάνειας των διαδικασιών . Συγκεκριμένα το άρθρο 1 του νόμου αναφέρεται στην σύσταση της Ενιαίας Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων, στη οποία ανατίθεται ο ρόλος για την ανάπτυξη και προαγωγή της εθνικής στρατηγικής, πολιτικής και δράσης στον τομέα των δημοσίων συμβάσεων, την διασφάλιση της διαφάνειας, αποτελεσματικότητας, συνοχής και εναρμόνισης των διαδικασιών ανάθεσης και εκτέλεσης των δημοσίων συμβάσεων βάσει του εθνικού και ευρωπαϊκού δικαίου, τη διαρκή βελτίωση του νομικού πλαισίου των δημοσίων συμβάσεων, καθώς και τον έλεγχο της τήρησης του από τα δημόσια

όργανα και τις αναθέτουσες αρχές. Η Ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή λειτουργεί σε καθεστώς ανεξαρτησίας, διοικητικής και οικονομικής αυτοτέλειας και δεν υπόκειται σε έλεγχο ή εποπτεία από κυβερνητικά όργανα ή άλλη διοικητική ή ανεξάρτητη αρχή. Υπόκειται μόνο στον έλεγχο της Βουλής των Ελλήνων άσει τον προβλεπόμενων του άρθρο 138^A του Κανονισμού της Βουλής.

Εν συνεχεία εκδόθηκαν ο Ν.4155/2013 «Εθνικό Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημόσιων Συμβάσεων» (ΦΕΚ 204/Α/15-9-2011), η Υ.Α. Π1/2390 «Τεχνικές λεπτομέρειες και διαδικασίες λειτουργίας του Εθνικού Συστήματος Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ)» (ΦΕΚ 2677/Β/21-10-2013) και η Κ.Υ.Α. Π1/2380 «Ρύθμιση των ειδικότερων θεμάτων λειτουργίας του Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων» (ΦΕΚ 3400/Β/20-12-2012).

Το 2014 αποφασίστηκε από την νομοθετική αρχή την συγκέντρωση, κωδικοποίηση και επανακαθορισμό όπου απαιτείται των μέχρι τότε διάσπαρτων διατάξεων που ήταν σχετικές με το αντικείμενο των Ηλεκτρονικών Δημοσίων Διαγωνισμών και τις Συμβάσεων. Όπως αναφέρεται στην αιτιολογική έκθεση του Ν.4281/2014, ο οποίος οδήγησε στην κατάργηση του ΠΔ 60/2007 (από 1-7-2016), «ο χώρος των δημοσίων συμβάσεων είναι διαχρονικά βεβαρημένος με τη διάχυτη αχλή ότι δε γίνεται διαφανής, έντιμη και αποτελεσματική διαχείριση των διατιθεμένων προς τον σκοπό αυτόν πόρων του κρατικού προϋπολογισμού από τις μακροχρόνιες παθογένειες και ανωμαλίες που ενδημούν στο ελληνικό σύστημα δημοσίων συμβάσεων, η οποία περιορίζει την αποτελεσματικότητά του και υπομονεύει την επίτευξη του βασικού στόχου, ήτοι την εγκαθίδρυση μιας διαφανούς, ανταγωνιστικής και αποδοτικής αγοράς δημοσίων συμβάσεων....».

Ο νέος νόμος αποτελείται από πολλές διατάξεις, στόχος των οποίων είναι να θεραπεύσουν την ελληνική παθολογία, η οποία οξύνθηκε λόγω της οικονομικής κρίσης. Εν συνεχεία μεγάλο μέρος των διατάξεων του νόμου καταργήθηκαν λόγω ψηφίσματος νέου σχεδίου νόμου. Συγκεκριμένα ψηφίσθηκε στις 30 Ιουνίου 2016 το σχέδιο νόμου για την προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στις διατάξεις των άρθρων 19, 20, 29, 30, 33, 35, 40 έως 46 της Οδηγίας 2013/34/ΕΕ σχετικά με τις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις, τις ενοποιημένες οικονομικές καταστάσεις και συναφείς εκθέσεις επιχειρήσεων ορισμένων μορφών, την τροποποίηση της Οδηγίας 2006/43/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση των Οδηγιών 78/660/ΕΟΚ και 83/349/ΕΟΚ του Συμβουλίου (Ε.Ε. L 189 της 29ης Ιουνίου 2013) και στις διατάξεις της Οδηγίας 2014/95/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (Ε.Ε. L 330/1 της 15ης Νοεμβρίου 2014) για την τροποποίηση της Οδηγίας 2013/34/ΕΕ όσον αφορά τη δημοσιοποίηση μη χρηματοοικονομικών πληροφοριών και πληροφοριών για την πολυμορφία από ορισμένες μεγάλες επιχειρήσεις και ομίλους, και άλλες διατάξεις αρμοδιότητας Υπουργείου Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού, με το άρθρο 57 του οποίου από 1.7.2016 καταργούνται τα άρθρα 14 έως 201 του Ν.4281/2014 (Α' 160), πλην των διατάξεων των άρθρων 134 - 138, 139, 157 και του άρθρου 201, παράγραφος 5, οι οποίες διατηρούνται σε ισχύ. Τα άρθρα που παρέμειναν σε ισχύ αφορούν την ΕΣΗΔΗΣ, το ΚΗΔΜΗΣ και τις εγγυήσεις.

Κύριοι στόχοι του Ν.4281/2014 ήταν:

- Η ρύθμιση με ενιαίο τρόπο όλων των διαδικασιών ανάθεσης όλων των μορφών δημοσίων συμβάσεων.
- Η καταπολέμηση φαινομένων διαφθοράς στον δημόσιο τομέα

- Η δημιουργία και οργάνωση ενιαίου συστήματος δημοσιότητας και ενημέρωσης (ΚΗΔΜΗΣ)
- Ο προγραμματισμός.
- Οι προκαταρκτικές διαβουλεύσεις στην αγορά
- Η απλοποίηση των διαδικασιών ανάθεσης
- Επιδίδωκε στην συμπλήρωση ορισμένων τυπικών παραλείψεων
- Η δημιουργία κα οργάνωση ανεξάρτητου οργάνου προσφυγών (ΕΑΑΔΗΣΥ)

3.13 Ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων (ΕΑΑΔΗΣΥ)

Με τον Ν.4013/2011 συστάθηκε η Ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων (ΕΑΑΔΗΣΥ) ως μια «νομοθετικά κατοχυρωμένη, ανεξάρτητη διοικητική αρχή, αρμόδια για την εποπτεία και τη διασφάλιση της νομιμότητας, κατά την τήρηση και εφαρμογή του θεσμικού πλαισίου των δημοσίων συμβάσεων, εκ μέρους όλων των δημοσίων αρχών και φορέων, συμπεριλαμβανομένων των αρμόδιων ελεγκτικών και εποπτικών διοικητικών οργάνων στον τομέα αυτό». Η αρχή λειτουργεί ως ένα συντονιστικό – εποπτικό όργανο κάτω από το οποίο συντονίζονται όλοι οι αρμόδιοι φορείς στον τομέα των δημοσίων συμβάσεων.

Κύριοι στόχοι της ΕΑΑΔΗΣΥ είναι οι κάτωθι:

- Η διασφάλιση ενός συλλογικού και αποτελεσματικού συστήματος δημοσίων συμβάσεων σύμφωνα με τις επιταγές του Κοινοτικού Δικαίου.
- Η προάσπιση της διαφάνειας και η προαγωγή του υγιούς ανταγωνισμού καθώς επίσης η χρηστή διαχείριση και ορθή εκτέλεσης του προϋπολογισμού ως προς της δαπάνες που αφορούν τις δημόσιες συμβάσεις, με την χρήση ενός ολοκληρωμένου πληροφοριακού συστήματος όπου θα τηρούνται όλα τα σχετικά δεδομένα.

- Η ανάπτυξη και προώθηση εθνικών στρατηγικών και πολιτικών στον τομέα των δημοσίων συμβάσεων, στη βελτίωση και ενοποίηση του συναφούς νομικού πλαισίου, στον συντονισμό και εξ ορθολογισμό της πρακτικής των αναθέτουσών αρχών, καθώς και στον έλεγχο και την παρακολούθηση της τήρησης του δικαίου των δημοσίων συμβάσεων από όλα τα δημόσια όργανα και όλες τις αναθέτουσες αρχές.

3.14 Εθνικό Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.)

Στα πλαίσια υιοθέτησης μίας εφαρμογής ηλεκτρονικού συστήματος προμηθειών στην χώρα μας σύμφωνα με τον Ν.4155/2013, έχει δημιουργηθεί το Εθνικό Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ. Η. ΔΗ.Σ.). Το Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ. είναι ο κεντρικός ηλεκτρονικός κόμβος, το σημείο αναφοράς για τις δημόσιες συμβάσεις στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τον Ν.4403/2016, το «Εθνικό Σύστημα Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (ΕΣΗΔΗΣ) είναι ένα ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα, το οποίο περιλαμβάνει όλα τα αναγκαία στοιχεία για την υποβολή αιτημάτων, τον προγραμματισμό, την έγκριση, τη διαδικασία προκήρυξης, ανάθεσης, σύναψης και εκτέλεσης δημοσίων συμβάσεων, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, με τη χρήση και εφαρμογή Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)».

Κύριος στόχος του Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ. είναι ο εκσυγχρονισμός και η απλοποίηση των διαδικασιών ανάθεσης καθώς επίσης και η παροχή υποστήριξης προς όλους τους ενδιαφερόμενους. (πολιτών, αναθέτουσες αρχές, προμηθευτές, εποπτικές αρχές). Περιλαμβάνει ένα ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα, το παρέχει υποστήριξη στην διενέργεια του συνόλου των διαδικασιών που αφορούν τις ηλεκτρονικές δημόσιες συμβάσεις. Η εφαρμογή του αποφέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη και παράλληλα

εκσυγχρονίζει τις διαδικασίες ανάθεσης στον τομέα των δημοσίων συμβάσεων. Αυτό επιφέρει σημαντικές αλλαγές νομοθετικού περιεχομένου και τρόπου λειτουργίας της διοίκησης, που επηρεάζει τόσο τους Φορείς του Ελληνικού Δημοσίου όσο και τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις.

3.15 Ηλεκτρονικό Μητρώο Δημοσίων Συμβάσεων (Κ.Η.Μ.ΔΗ.Σ.)

Το Ηλεκτρονικό Μητρώο Δημοσίων Συμβάσεων, γνωστό και ως Κ.Η.Μ.ΔΗ.Σ. εν συντομία, συστάθηκε με τον νόμο 4013/2011, και σκοπός του είναι, όπως ορίζεται στο άρθρο 1B του Ν.2362/1995, «η συλλογή, επεξεργασία και δημοσιοποίηση στοιχείων, που αφορούν στις δημόσιες συμβάσεις οι οποίες συνάπτονται γραπτώς, με ηλεκτρονικό μέσο ή προφορικός, μεταξύ των φορέων του δημόσιου τομέα και τρίτων, με αντικείμενο την εκτέλεση έργων, την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών σε όλα τα στάδια ανάθεσης και εκτέλεσης τους ανεξαρτήτως διαδικασίας ανάθεσης».

Το Κ.Η.Μ.ΔΗ.Σ. αποτελείται από δύο κύρια υποσυστήματα. Το πρώτο υποσύστημα είναι το **Μητρώο Ηλεκτρονικής Καταχώρισης Αιτημάτων**, στο οποίο καταχωρούνται όλα τα αιτήματα που αφορούν σύναψη σύμβασης των δημόσιων φορέων με ιδιωτικό φορέα. Η καταχώρηση γίνεται μέσω μιας ηλεκτρονικής φόρμας και περιλαμβάνει κατ' ελάχιστο τα κάτωθι στοιχεία:

- Το όνομα του φορέα με το οποίο συνάπτεται η σύμβαση
- Ο ΑΦΜ του
- Το είδος της προμήθειας, υπηρεσίας ή δημοσίου έργου
- Ο προϋπολογισμός της σύμβασης
- Οι τεχνικές προδιαγραφές

- Ο Αριθμό Ανάληψης Υποχρέωσης (εφόσον η δαπάνη υπάγεται στην διαδικασία του Π.Δ. 113/2014)
- Η έγκριση - ένταξη στο Ενιαίο Πρόγραμμα προμηθειών (κυρίως όταν η δαπάνη αφορά προμήθεια)

Το δεύτερο κύριο υποσύστημα του Κ.Η.Μ.ΔΗ.Σ είναι το **Μητρώο Ηλεκτρονικής Καταχώρισης Δημοσίων Συμβάσεων**, στο οποίο ο κατά περίπτωση αρμόδιος της αναθέτουσας αρχής έχει την υποχρέωση, μετά από την υπογραφή της και πριν από την εκτέλεση της, να καταχωρίσει την σύμβαση που έχει συναφθεί. Σε αυτήν την περίπτωση τα κατ' ελάχιστον στοιχεία που πρέπει να καταχωρηθούν είναι τα εξής:

- Τα ονόματα των συμβαλλομένων μερών.
- Ο ΑΦΜ τους.
- Το είδος της σύμβασης.
- Το αντικείμενο της σύμβασης, με αναφορά της ποσότητας και του κοινού λεξιλογίου για τις δημόσιες συμβάσεις (Common Procurement Vocabulary - CPV) ανά είδος.
- Ο προϋπολογισμός της σύμβασης .
- Τα στοιχεία της που απαιτούνται σύμφωνα με τα διαλαμβανόμενα στο άρθρο 4 του Π.Δ. 113/2010.
- Ο τρόπο εκτέλεσης της δαπάνης και το ύψος της εκάστοτε καταβολής.

4. Πρότυπη Πλήρης Αυτοματοποιημένη Διαδικασία Πρόχειρων (Συνοπτικών) Δημοσίων Διαγωνισμών για κωδικοποιημένα υλικά κατά NSN και Part Number

4.1 Εισαγωγικά Στοιχεία

Στο τρίτο και τελευταίο μέρος της εργασίας επιδιώκεται η όσο το δυνατό πληρέστερη παρουσίαση μιας πρότυπης διαδικασίας η οποία ως βασικούς στόχους έχει την μείωση της επιρροής του ανθρώπινου παράγοντα από βασικά σημεία ενός δημοσίου διαγωνισμού που μπορούν καθοριστικά να επηρεάσουν την απόφαση κατακύρωσης μιας προμήθειας ή ανάθεσης έργου, την αύξηση του βαθμού διαφάνειας της διαδικασίας και την προστασία των δημοσίων οργάνων από άδικες κατηγορίες για δόλιες ενέργειες υπέρ τρίτων, και των ιδιωτών – επιχειρήσεων που συμμετέχουν στις διαδικασίες από τυχόν διακρίσεις που μπορεί να υποστούν.

Η διαδικασία έχει ως βάσης της, τις τρεις κοινά αποδεκτές αρχές που πρέπει διέπουν όλες τις δημόσιες προμήθειες: την αρχή της δημοσιότητας, την αρχή της διαφάνειας και την αρχή της ίσης μεταχείρισης όλων των συμμετεχόντων οι οποίοι διαγωνίζονται και υιοθετεί πολλά στοιχεία από επιτυχημένες εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου όπως εκείνες των εταιριών Amazon και e-Bay. Κύριοι στόχοι είναι η επίτευξη του βέλτιστα ωφέλιμου για το δημόσιο συμφέρον, το κοινωνικό σύνολο και τους εμπλεκόμενους, ο περιορισμός του ανθρώπινου παράγοντα προκειμένου, εάν όχι να εξαλειφθούν, να περιοριστούν σε μεγάλο βαθμό φαινόμενα δόλου και χρηματισμού στις διαδικασίες των δημοσίων διαγωνισμών και συμβάσεων και τέλος να περιοριστεί γραφειοκρατία προκειμένου να απλοποιηθούν οι

δημόσιες διαδικασίες και παράλληλα να αποκτήσουν περισσότεροι ιδιώτες και επιχειρήσεις πρόσβαση στις διαγωνιστικές διαδικασίες.

Η ανάλυση της διαδικασίας αφορά τους Πρόχειρους (Συνοπτικούς) Δημόσιους Διαγωνισμούς (μέχρι 60.000,00€) προμήθειας κωδικοποιημένων υλικών κατά NSN και Part Number που θα διενεργείται από το Κέντρο Εφοδιασμού της Πολεμικής Αεροπορίας, το 201ΚΕΦΑ και ουσιαστικά αποτελεί μια προτεινόμενη διαδικασία για περαιτέρω αυτοματοποίηση. Πριν ξεκινήσουμε την ανάλυση της, για την καλύτερη κατανόηση του πνεύματος της, σκόπιμο είναι να γίνει αναφορά στην Αποστολή της Πολεμικής Αεροπορίας καθώς επίσης και στους φορείς υπαγωγής των Μονάδων θέτοντας ως κατώτερη βαθμίδα το 201ΚΕΦΑ και ως ανώτερη το Γενικό Επιτελείο Αεροπορίας.

4.2 Αποστολή Πολεμικής Αεροπορίας

Η αποστολή της Π.Α είναι η άρτια οργάνωση, στελέχωση, εξοπλισμός, εκπαίδευση, αξιολόγηση και προπαρασκευή του προσωπικού της με σκοπό την ανάπτυξη αεροπορικής ισχύος, ικανής να προασπίσει τα εθνικά συμφέροντα, πρωταρχικά μέσω της «ΑΠΟΤΡΟΠΗΣ», και εφόσον αυτό δεν καταστεί δυνατό, μέσω των άμεσων, εντατικών και παρατεταμένων αεροπορικών επιχειρήσεων για την απόκτηση και διατήρηση του μέγιστου δυνατού βαθμού αεροπορικού ελέγχου, να διασφαλίσει την αεράμυνα της χώρας, να παράσχει αεροπορική προστασία και υποστήριξη στις επιχειρήσεις των άλλων Κλάδων των Ε.Δ. και να συμβάλλει στην επίτευξη των εθνικών στόχων. Πέραν από τον ανωτέρω ρόλο της, η Π.Α παράγει σημαντικό έργο και κατά την ειρηνική περίοδο. Πιο συγκεκριμένα, συμμετέχει ενεργά στα κάτωθι:

- Στην Πολιτική Σχεδίαση που αφορά την αντιμετώπιση Εκτάκτων Αναγκών κατά την οποία εκτελεί σημαντικό έργο επ' ωφελείας του κοινωνικού συνόλου όπως οι αεροπυροσβέσεις κατά τους θερινούς μήνες, οι αεροδιακομιδές ασθενών που απαιτείται η ταχύτερη δυνατή μεταφορά, η έρευνα-διάσωση, τους κ.α.
- Σε διεθνής επιχειρήσεις για παροχή ανθρωπιστικής βοήθειας κατ' εκτέλεση αποφάσεων του ΟΗΕ που σκοπό έχουν την διασφάλιση και διατήρηση της Ειρήνης και Ασφάλειας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η περιοχή ευθύνης της Πολεμικής Αεροπορίας καθορίζεται από την περιοχή ευθύνης του Α/ΓΕΕΘΑ η οποία σε περίπτωση Πολέμου συνιστά ενιαίο Θέατρο Πολέμου για την προάσπιση των Εθνικών Συμφερόντων. Ως **Εθνικά Συμφέροντα**, εννοούμε τη διασφάλιση της εθνικής κυριαρχίας και ανεξαρτησίας της Χώρας, τη διασφάλιση άσκησης των κυριαρχικών δικαιωμάτων καθώς και αυτών που προκύπτουν από τις διεθνείς συνθήκες, τη συμβολή στη διασφάλιση της Εθνικής ανεξαρτησίας της ΚΥΠΡΟΥ και την προάσπιση της ζωής ή και των συμφερόντων του εκτός Ελλάδος Ελληνισμού στην έκταση που απαιτείται και είναι εφικτό. Η Πολιτεία δια του Στρατιωτικού Οργάνου, εξασφαλίζει ασφάλεια, από εξωτερικές συμβατικές ή/και ασύμμετρες απειλές, στους πολίτες για να επιδοθούν απερίσπαστοι στα έργα τους και κατά συνέπεια στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας. Η επίτευξη και διατήρηση αυτού του κλίματος ασφάλειας, απαιτεί από τις στρατιωτικές δυνάμεις συνεχή επαγρύπνηση, ΑΠΟΤΡΟΠΗ λόγω της ισχύος και της ετοιμότητας, αλλά και ικανότητα έγκαιρης και αποτελεσματικής εμπλοκής της πολεμικής μηχανής, όταν και όπου αυτό είναι αναγκαίο. Ειδικότερα, η Π.Α αποτελεί πρωταρχικό παράγοντα εμπλοκής και επίδειξης ισχύος λόγω της ταχύτητας αντίδρασής της και εξαιτίας της εξαιρετικής ιδιομορφίας της ελληνικής επικράτειας. Μέσω της υψηλής εκπαίδευσης του

προσωπικού, των μέσων και της ετοιμότητας που διαθέτει, εξασφαλίζει την ΑΠΟΤΡΟΠΗ και την ασφάλεια και συμβάλει, στο μέγεθος που της αναλογεί, στην παραγωγικότητα και στην ανάπτυξη της Χώρας.

Ο Αρχηγός του ΓΕΑ, είναι υπεύθυνος για την άρτια οργάνωση, στελέχωση, εξοπλισμό, εκπαίδευση, αξιολόγηση και προπαρασκευή για πόλεμο, καθώς και για την ετοιμότητα και χρησιμοποίηση του Κλάδου του, σύμφωνα με τις οδηγίες και τις διαταγές του Υπουργού Εθνικής Άμυνας και του Α/ΓΕΕΘΑ. Επιπρόσθετα, είναι υπεύθυνος για την Αεράμυνα της Χώρας, σύμφωνα με τις οδηγίες και τις διαταγές του Υπουργού Εθνικής Άμυνας και του Α/ΓΕΕΘΑ.

4.3 Οργάνωση Πολεμικής Αεροπορίας

4.3.1 Γενικό Επιτελείο Αεροπορίας (ΓΕΑ): Το ΓΕΑ είναι το Ανώτατο Ιεραρχικά Κλιμάκιο της Πολεμικής Αεροπορίας (Π.Α). Ενεργεί υπό το ΓΕΕΘΑ και τον Υπουργό Εθνικής Άμυνας (ΥΕΘΑ) με την εξουσία που το παρέχετε από αυτούς και έργο του είναι η άσκηση Διοίκησης και ελέγχου του προσωπικού, του υλικού, και των μέσων της ΠΑ, μέσω του Αρχηγού ΓΕΑ (Α/ΓΕΑ), όπως ορίζεται από τον Νόμο «Περί Υπουργείου Εθνικής Άμυνας». Η αποστολή του ΓΕΑ είναι να ο σχεδιασμός, ο συντονισμός, ο έλεγχος και η παροχή κατεύθυνσης του συνόλου της Π.Α, Με αυτόν τον τρόπο παρέχεται η απαραίτητη στήριξη στον ΥΕΘΑ, στον Α/ΓΕΕΘΑ και στον Α/ΓΕΑ για την αποτελεσματική άσκηση των αρμοδιοτήτων και καθηκόντων τους, σε ειρηνική και σε πολεμική περίοδο.



Εικόνα 5: Έμβλημα ΓΕΑ

4.3.2 Αρχηγείο Τακτικής Αεροπορίας (ΑΤΑ): Το ΑΤΑ είναι Μείζων Επιχειρησιακός Σχηματισμός (ΜΕΣ), με αποστολή την προάσπιση των κυριαρχικών δικαιωμάτων, τη διασφάλιση της αεράμυνας της Χώρας, την απόκτηση και διατήρηση του απαιτούμενου βαθμού αεροπορικού ελέγχου στην περιοχή επιχειρήσεων, την εξασφάλιση δυνατότητας επιχειρήσεων στον ευρύτερο χώρο της ανατολικής Μεσογείου και την υποστήριξη των άλλων Κλάδων των ΕΔ στην προσπάθειά τους για την εξασφάλιση των εθνικών εδαφών και τη μεταφορά του πολέμου στο εχθρικό έδαφος.

Για την επίτευξη της αποστολής της Π.Α. το ΓΕΑ κατευθύνει, συντονίζει και ελέγχει τους τρεις μεγάλους σχηματισμούς της Π.Α οι οποίοι είναι:



Εικόνα 6: Έμβλημα ΑΤΑ

4.3.3 Διοίκηση Αεροπορικής Υποστήριξης (ΔΑΥ): Η ΔΑΥ είναι Μείζων Σχηματισμός (ΜΣ), με αποστολή :

- Την εκτέλεση αποστολών αερομεταφορών επ' ωφελείας της ΠΑ και των άλλων Κλάδων των ΕΔ, αποστολές Έρευνας-Διάσωσης (Ε-Δ) και Έρευνας-Διάσωσης Μάχης (Ε-ΔΜΑ), Αεροδιακομιδών, Αεροπυροσβέσεων και επιχειρήσεων κοινωνικής ωφέλειας, για την υποστήριξη του πολιτικού τομέα στην αντιμετώπιση εκτάκτων καταστάσεων. Επιπρόσθετα, η παροχή άρτιας εκπαίδευσης, η εξασφάλιση επαγγελματικής επάρκειας και ετοιμότητας του προσωπικού (πληρώματα αέρος και προσωπικό εδάφους) των Μονάδων.
- Την ανάπτυξη και διατήρηση ενός συστήματος, που να εξασφαλίζει την εκτίμηση και αποτίμηση του κόστους κύκλου ζωής, την απόκτηση των απαραίτητων εφοδίων – υλικών και υπηρεσιών και τη διαρκή παροχή υποστήριξης Διοικητικής Μέριμνας, για

την ανάπτυξη, την υποστήριξη και τη διατήρηση των αεροπορικών δυνάμεων, στο χρόνο και τον τόπο που θα απαιτηθεί.

- Την εξυπηρέτηση έτερων Δημόσιων Υπηρεσιών στην υποστήριξη των αεροπορικών τους μέσων ή και των δυνάμεων αυτών, στην έκταση που καθορίζεται από σχετικές συμφωνίες που της ανατίθενται. υποστήριξης για το σύνολο της ΠΑ. Στην ΔΑΥ υπάγεται ιεραρχικά το 201ΚΕΦΑ που θα μας απασχολήσει αργότερα.



Εικόνα 7: *Εμβλημα ΔΑΥ*

4.3.4 Διοίκηση Αεροπορικής Εκπαίδευσης (ΔΑΕ): Η ΔΑΕ είναι ο τρίτος Μείζονας Σχηματισμός υπό το ΓΕΑ και αποστολή της είναι ο προγραμματισμός, η παρακολούθηση, η κατεύθυνση, ο συντονισμός, η αξιολόγηση και η συνεχής βελτίωση της εκπαίδευσης των στελεχών της Πολεμικής Αεροπορίας (Π.Α). Είναι ένα όργανο Διοίκησης το οποίο συντονίζει και ελέγχει το σύνολο των Στρατιωτικών Σχολών και των Εκπαιδευτικών Μονάδων και Κέντρων της Πολεμικής Αεροπορίας.



Εικόνα 8: *Εμβλημα ΔΑΕ*

4.3.5 201 Κέντρο Εφοδιασμού Αεροπορίας (201ΚΕΦΑ): Το 201ΚΕΦΑ υπάγεται όπως προαναφέραμε στη Διοίκηση Αεροπορικής Υποστήριξης (ΔΑΥ). Αποστολή του 201ΚΕΦΑ είναι η παροχή έγκαιρης εφοδιαστικής υποστήριξης στις Μονάδες της Πολεμικής Αεροπορίας, με το μικρότερο δυνατό κόστος, για την επίτευξη υψηλού επιπέδου διαθεσιμότητας των αεροπορικών δυνάμεων σε ειρηνική και πολεμική περίοδο.

Ο ανεφοδιασμός του 201 ΚΕΦΑ σε υλικά από πιστοποιημένες πηγές όπως οι κάτωθι:

- Κέντρα Εφοδιασμού Η.Π.Α (Foreign Military Sales – FMS)
- Κέντρο Εφοδιασμού NAMSA
- Γαλλικές Εταιρείες
- Κατασκευαστικοί – Εμπορικοί Οίκοι
- Συμμαχικές Χώρες (NLSE – MESS)

- Κέντρα Επισκευών Εξωτερικού (FMS, NAMSA, Επισκευαστικοί Οίκοι)
- Εργοστάσια Π.Α.
- Ελληνική Αεροπορική Βιομηχανία (ΕΑΒ Α.Ε)
- Υπηρεσία Αεροπορικών Εκδόσεων (ΥΑΕ)
- Κέντρα Εφοδιασμού Και Επισκευών Σ.Ξ. & Π.Ν



Εικόνα 9: *Εμβλημα 201ΚΕΦΑ*

4.4 Ηλεκτρονικός Λογαριασμός Συμμετέχοντος

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει δικαίωμα συμμετοχής σε μία διαγωνιστική διαδικασία Δημοσίου Φορέα έχουν φυσικά ή νομικά πρόσωπα, συνεταιρισμοί, ενώσεις προμηθευτών και κοινοπραξίες προμηθευτών, εξαιρουμένων αυτών που υπόκεινται σε έναν ή περισσότερους λόγους αποκλεισμού που αναφέρονται παραπάνω. Στην διαδικασία που θα αναλύσουμε, οι επιθυμούντες την συμμετοχή τους, θα πρέπει να προσκομίσουν στον

δημόσιο Φορέα που θα διενεργήσει τον διαγωνισμό αίτηση ενδιαφέροντάς συμμετοχής συνοδευόμενη από απόσπασμα ποινικού μητρώου, ασφαλιστική ενημερότητα, πιστοποιητικό μη πτώχευσης, εκκαθάρισης κτλ. της επιχείρησης του καθώς και οποιοδήποτε επιπλέον απαραίτητο έγγραφο απαιτείται σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία κατά τη εγγραφή του. Επιπλέον θα πρέπει να προσκομίσει υπεύθυνη δήλωση του ιδιώτη ή εξουσιοδοτημένου στελέχους της επιχείρησης η οποία να αναφέρει εμφανώς τον υπεύθυνο - χειριστή του Ηλεκτρονικού Λογαριασμού Συμμετοχής που θα του εκδοθεί από την υπηρεσία, έγγραφο στο οποίο να δηλώνεται εμφανώς το ΑΦΜ του (ή της Επιχείρησης), λοιπά έγγραφα που μπορεί να απαιτηθούν για την σύσταση της εταιρίας, του μετόχους κτλ, καθώς και ένα E-mail.

Βάσει των ανωτέρω παραστατικών η υπηρεσία εκδίδει αριθμό πρωτοκόλλου στο οποίο θα αναφέρεται ρητά η ημερομηνία προσκόμισης των δικαιολογητικών, το οποίο θα δίνεται στον ενδιαφερόμενο. Εν συνεχεία η δημόσια υπηρεσία θα εκδώσει τον Λογαριασμό Συμμετέχοντος ο οποίος θα δίνει το δικαίωμα στον χειριστή του να συμμετέχει στο σύνολο των διαγωνισμών που θα διενεργούνται από την εν λόγω υπηρεσία. Βραχυχρόνιος στόχος για την βέλτιστη αποτελεσματικότητα της διαδικασίας αποτελεί η διασύνδεση του συνόλου των υπηρεσιών προκειμένου ο χειριστής με έναν Λογαριασμό να μπορεί να συμμετέχει σε όλους τους λογαριασμούς του δημοσίου.

Με την προσκόμιση των απαιτούμενων δικαιολογητικών και τον έλεγχο της ορθότητάς τους, η υπηρεσία προβαίνει στην έκδοση του Ονόματος Χρήστη (User Name) και του Κωδικού Χρήστη (Password). Εν συνεχεία τα στοιχεία αυτά κοινοποιούνται στον δικαιούχο μέσω του E-mail που θα έχει ορίσει. Επισημαίνεται ότι ο δικαιούχος φέρει την απόλυτη ευθύνη για την φύλαξη των στοιχείων αυτών καθώς επίσης και για την ορθή και

νόμιμη χρήση τους και είναι υπόλογος για όλες τις ενέργειες που θα γίνουν μέσω αυτών. Με την λήψη των στοιχείων σύνδεσης του, πλέον ο δικαιούχος θα μπορεί να συνδεθεί και εφόσον το επιθυμεί να αλλάξει User Name και Password.

Στο παρελθόν έχουν παρατηρηθεί μεγάλες διαφοροποιήσεις στον χρόνο έκδοσης παραστατικών και δικαιολογητικών. Προκειμένου να διασφαλιστεί η ίση μεταχείριση των εμπλεκομένων θα πρέπει να καθοριστεί σαφώς η ημέρα ενεργοποίησης του λογαριασμού του δικαιούχο για συμμετοχή σε διαγωνισμού. Για παράδειγμα, εντός πέντε εργάσιμων ημερών από την ημερομηνία υποβολής των δικαιολογητικών, να έχουν κοινοποιηθεί τα στοιχεία πρόσβασης στον δικαιούχο και το πρωί της 8^η ημέρας μέχρι τις 10π.μ. να έχει ενεργοποιηθεί η δυνατότητα συμμετοχής σε διαγωνισμούς. Αυτά θα πρέπει να αναφέρονται σαφώς στους όρους χρήσης της εφαρμογής και η πιστή τήρησης τους από τους εργαζόμενους του δημόσιου φορέα βοηθάει στη αποφυγή δόλιων πρακτικών εις βάρος ή προς όφελος συγκεκριμένου/ων συμμετεχόντων. Σε περιπτώσεις που λόγω ανωτέρας βίας (π.χ. μηχανολογικής βλάβης κτλ.) δεν καθίσταται δυνατή η τήρηση των ανωτέρω, είναι επιβαλλόμενη η παράταση χρόνου υποβολής προσφορών για χρονικό διάστημα ίσο + 1 ημέρας για τους διαγωνισμούς που ήδη διενεργούνται.

Επισημαίνεται ότι το χρονικό διάστημα κοινοποίησης των στοιχείων σύνδεσης του προσωπικού λογαριασμού και του χρόνου ενεργοποίησης για συμμετοχή σε δημόσιους διαγωνισμούς είναι διαφορετικό, προκειμένου εάν ένας χρήστης, για οποιοδήποτε λόγο, δεν έχει λάβει το User Name και το Password, να έχει ένα εύλογο χρονικό διάστημα να τα αναζητήσει επικοινωνώντας με την υπηρεσία.

Επιπλέον, ο Χρήστης μέσω του προσωπικού του λογαριασμού θα έχει την δυνατότητα να αλλάξει τυχόν στοιχεία της επιχείρησης, υποβάλλοντας ηλεκτρονικά

παραστατικά δικαιολόγησης των αλλαγών, όπου αυτό απαιτείται, καθώς επίσης να προσθέσει έναν επιπλέον αριθμό Χρηστών όταν αυτό απαιτείται (για περιπτώσεις μεγάλων εταιριών. Οι χρήστες αυτοί είναι υποχρεωτικό να είναι αποδεδειγμένα εργαζόμενοι ή μέλη του διοικητικού συμβουλίου της επιχείρησης και στην περίπτωση που κάποιος από αυτούς αποχωρήσει από την επιχείρηση, ο Αρχικός Χρήστης έχει την υποχρέωση να ακυρώσει τα στοιχεία εισόδου τους σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Ο Αρχικός Χρήστης θα έχει την δυνατότητα να ελέγχει το σύνολο των ενεργειών που θα γίνονται από τους επιμέρους Χρήστες (υποβολή προσφορών, ηλεκτρονική επικοινωνία με χειριστές του Δημόσιου φορέα κ.α.), αλλά παράλληλα θα φέρει και μέρος της ευθύνης για τυχόν δόλιες πράξεις τους οι οποίες αποδεδειγμένα θα του έχουν γνωστοποιηθεί μέσω τις ανωτέρω δυνατότητας ενημέρωσης του.

4.5 Διαδικτυακή Εφαρμογή Δημοσίων Διαγωνισμών

Η Διαδικτυακή Εφαρμογή (ιστοσελίδα) που προτείνεται, έχει καθαρά συγκεντρωτικό ρόλο. Σε αυτήν θα αναρτούνται οι Διαγωνισμοί, μέσω αυτής θα υποβάλλονται οι προσφορές και τυχόν ερωτήματα για ένα διαγωνισμό, καθώς επίσης θα αναρτούνται και οι κατακυρώσεις των διαγωνισμών και οι συμβάσεις που έχουν υπογραφθεί. Με αυτόν τον τρόπο ένας Χρήστης ή ένας απλός επισκέπτης της σελίδας θα έχει την δυνατότητα να την συνολική εικόνα των δημοσίων διαγωνισμών μειώνοντας αισθητά την απώλεια χρόνου που επέρχεται πλοηγώντας σε πολλές διαφορετικές σελίδες. Πρόσβαση στην σελίδα έχει οποιοσδήποτε ενδιαφέρεται να την επισκεφτεί, Χρήστης ή μη. Ο επισκέπτης θα έχει την δυνατότητα να αναζητήσει αναρτήσεις διαγωνισμών, κατακυρώσεις, συμβάσεις, να ενημερώνεται και να θέτει ερωτήματα σχετικά με αυτά τα θέματα. Ο Χρήστης πλέον των

ανωτέρω, έχει τις δυνατότητες να υποβάλει προσφορές και να αποδέχεται τυχόν κατακυρώσεις στις οποίες θα είναι μειοδότης. Η αποδοχή αυτή θα επέχει ρόλο σύμβασης και θα συνοδεύεται από τα αντίστοιχα δικαιώματα και τις αντίστοιχες υποχρεώσεις.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το παράδειγμα μας αναφέρεται η ανάλυση της διαδικασίας θα γίνει στα πλαίσια ενός Πρόχειρου (Συνοπτικού) Δημόσιου Διαγωνισμού (μέχρι 60.000,00€) προμήθειας υλικών που θα διενεργείται από το 201ΚΕΦΑ. Βασική όμως επιδίωξη είναι μέσω της διασύνδεσης του συνόλου των δημοσίων υπηρεσιών, η επέκταση της διαδικασίας ώστε να διενεργείται το σύνολο των διαγωνισμών του δημοσίου μέσω μίας ενιαίας ιστοσελίδας και η εν δυνάμει επέκτασης της εφαρμογής σε Κοινοτικό επίπεδο. Με γνώμονα αυτά, πρέπει να δοθεί βάση στο να υπάρχει δυνατότητα επιλογής γλώσσα (για αρχή Ελληνικά και Αγγλικά), ώστε να χρησιμοποιούν το σύστημα Χρήστες που δεν γνωρίζουν την Ελληνική Γλώσσα, με ιδιαίτερη μέριμνα στη αποτελεσματικότερη μετάφραση προκειμένου να γίνεται πλήρως κατανοητό το σύνολο των πληροφοριών της σελίδας από όλους τους εμπλεκόμενους.

Ένα άλλο στοιχείο ιδιαίτερη βαρύτητας αποτελεί η δυνατότητα αναζήτησης. Για την μεγαλύτερη διευκόλυνση του συνόλου, η μηχανή αναζήτησης θα πρέπει να έχει την δυνατότητα να αναγνωρίζει τόσο λέξεις κλειδιά που να σχετίζονται με τους διαγωνισμούς και τις συμβάσεις όσο και μορφές κωδικοποίησης υλικών (Part Number, NSN, ISBN, κ.α.) και CPV. Επιπλέον ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο στο θέμα αναζήτησης είναι η ύπαρξη δυνατότητας στο σύνολο των δεδομένων της σελίδας ή σε υπό-χώρους αυτής. Για παράδειγμα, όπως εμφανίζεται στο παρακάτω σχήμα Ξεκινώντας από το ΓΕΑ μπορώ να κάνω αναζήτηση στο σύνολο των διαγωνισμών –Συμβάσεων του ΓΕΑ ή κλικάροντας πάνω σε αυτό να μου ανοίξει τους τρεις Μείζονες σχηματισμούς (και άλλες τυχόν μονάδες που

υπάγονται απευθείας σε αυτό). Ομοίως μπορώ να κάνω αναζήτηση στο σύνολό των δεδομένων του κάθε Μείζονος Σχηματισμού ή να κλικάρω σε ένα από αυτούς και να μου βγάλει τις Μονάδες που υπάγονται σε αυτόν, κ.ο.κ. Με αυτόν τον τρόπο ένας Χρήστης ή Επισκέπτης που ξέρει κατά προσέγγιση που να ψάξει, μπορεί να περιορίσει το πεδίο έρευνας και να ελαχιστοποιήσει τον χρόνο αυτής, και ταυτόχρονα ένας ανίδεος να ψάξει στο σύνολο των δεδομένων της Ιστοσελίδας για να βρει αυτό που αναζητά.

ΓΕΝΙΚΟ ΕΠΙΤΕΛΕΙΟ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ ->	(Πεδίο αναζήτηση)	ΑΡΧΗΓΕΙΟ ΤΑΚΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ ->	(Πεδίο αναζήτηση)		
		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ->	(Πεδίο αναζήτηση)	201 ΚΕΝΤΡΟ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ	(Πεδίο αναζήτηση)
		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ->	(Πεδίο αναζήτηση)		

Εικονα 10: Δένδρο Επιλογών – Αναζήτησης

Επιπλέον σκόπιμο είναι να υπάρχει η δυνατότητα για προβολή και αναζήτηση για αναρτήσεις διαγωνισμών και κατακυρώσεων ξεχωριστά αναλόγως με την απαίτηση των Χρηστών και των Επισκεπτών. Ομοίως σε περίπτωση μελλοντικής επέκτασης της εφαρμογής ώστε να περιλαμβάνει δυνατότητες προβολής και αναζήτησης ανά κατηγορία διαγωνισμού (Συνοπτικοί, Ανοιχτοί κτλ.). Τέλος ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο που συναντάμε σε πολλές ιστοσελίδες και θα πρέπει να συμπεριληφθεί, είναι μια κυλιόμενη στήλη στην αρχική επιφάνεια της Ιστοσελίδας που θα περιέχει συντομεύσεις πρόσβασης στα προσφάτως αναρτημένα.

4.6 Προκήρυξη Διαγωνισμού

Με την προκήρυξη του Διαγωνισμού, ο Δημόσιος Φορέας γνωστοποιεί προς το κοινωνικό σύνολο την απαίτηση του. Για την ολοκλήρωση της διαδικασίας του διαγωνισμού με τον ταχύτερο και τον βέλτιστο τρόπο για το δημόσιο συμφέρον καθώς επίσης να αποφευχθούν παρανοήσεις που μπορεί να οδηγήσουν σε ενστάσεις προμηθευτών ή/και νομικές συγκρούσεις μεταξύ αυτών και του ελληνικού δημοσίου, απαιτείται οι όροι της διακήρυξης να είναι σαφώς καθορισμένοι και πλήρεις, και επιπλέον να καθορίζεται λεπτομερώς το περιεχόμενο της διακήρυξης του διαγωνισμού.

Για τον λόγο της σαφούς, πλήρους και αντικειμενικής προβολής της απαίτησης, πριν την προκήρυξη του διαγωνισμού εκδίδονται και εγκρίνονται οι Τεχνικές Προδιαγραφές των απαιτούμενων προς προμήθεια υλικών. Οι Τεχνικές προδιαγραφές είναι στην ουσία ο καθορισμός των ελάχιστων αναγκαίων χαρακτηριστικών του υλικού, ώστε αυτό να ανταποκρίνεται στη χρήση, για την οποία προορίζεται από τον φορέα (π.χ. επίπεδα ποιότητας ή απόδοσης, επίπεδα ασφάλειας, διαστάσεις, δοκιμές, συσκευασία, σήμανση κ.α.).

Οι Τεχνικές προδιαγραφές επισυνάπτονται στην διακήρυξη πρέπει να τηρούν τις παρακάτω προϋποθέσεις:

- Πρέπει να είναι σαφώς διατυπωμένες και πλήρως κατανοητές από όλους τους ενδιαφερομένους.
- Πρέπει να είναι διατυπωμένες με τρόπο τέτοιο ώστε να εξασφαλίζεται ή όσο το δυνατό μεγαλύτερη συμμετοχή ενδιαφερομένων στον διαγωνισμό και επιπλέον να μην δημιουργούνται αδικαιολόγητα εμπόδια στην θετική έκβασή της διαδικασίας.

- Θα πρέπει να αποφεύγονται όροι που να προσδιορίζουν προϊόντα ορισμένης κατασκευής ή προέλευσης ή μεθόδους επεξεργασίας, βάσει των οποίων να ευνοούνται ορισμένες επιχειρήσεις ή προϊόντα.
- Στο ίδιο πνεύμα θα πρέπει να αποφεύγεται η αναφορά εμπορικών σημάτων, διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και τύπων ορισμένης προέλευσης και παραγωγής.

Επισημαίνεται ότι σε εξαιρετικές περιπτώσεις και εφόσον δεν καθίσταται δυνατή περιγραφή ενός υλικού με την χρήση τεχνικών προδιαγραφών που να καθιστούν την απαίτηση σαφής και πλήρως κατανοητή, η αναφορά των παραπάνω στοιχείων είναι αποδεκτή, όμως υποχρεωτικά θα πρέπει να συνοδεύεται από τις λέξεις «ή ισοδύναμο».

Εναλλακτικά αντί της χρησιμοποίησης Τεχνικής Προδιαγραφής δύναται η χρήση Διεθνούς Κωδικοποίησης (π.χ. NSN, ISBN, κ.α.) ή συγκεκριμένου πρότυπου (ευρωπαϊκό ή αναγνωρισμένου οργανισμού) ή προδιαγραφή (ενοποιημένη, άλλου φορέα).

Ως Πρότυπο θεωρούνται οι τεχνικές προδιαγραφές που έχουν εγκριθεί από ένα αναγνωρισμένο οργανισμό τυποποίησης για επανειλημμένη ή διαρκή εφαρμογή. Ομοίως ως Ευρωπαϊκό πρότυπο θεωρείται το πρότυπο που έχει εγκριθεί από ευρωπαϊκό οργανισμό τυποποίησης, όπως:

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τυποποίησης (CEN)
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τυποποίησης Ηλεκτροτεχνικών Προϊόντων (CENELEC)
- Έγγραφο Εναρμόνισης (HD)

4.7 Πιστοποιητικά

Σε πολλές περιπτώσεις απαιτείται από τον Προμηθευτή να προσκομίζει ορισμένα πιστοποιητικά ή συστήματα διασφάλισης ποιότητας (ISO, CE κ.α.), ώστε να διασφαλίζεται η υψηλή ποιότητα των προϊόντων.

- **Σύστημα Ποιότητας ISO:** Εκδίδονται από πιστοποιημένους οργανισμούς πιστοποίησης και έχουν διάρκεια από 3 έως 5 έτη.
- **Σήμανση CE:** Η σήμανση αυτή είναι απαραίτητη βάσει της Ευρωπαϊκής Νομοθεσίας προκειμένου ένα προϊόν να κυκλοφορεί εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Εκδίδεται και έχει ισχύ από 4 έως 5 έτη.
- **Prospectus & Βεβαιώσεις:** Επαληθεύουν τα τεχνικά και ποιοτικά χαρακτηριστικά που αναγράφονται στις προσφορές. Σε περίπτωση που αυτά που προσκομιστούν είναι διαφορετικά τα αναγραφόμενα στην προσφορά του προμηθευτή, πρέπει να συνοδεύονται από επιστολή του κατασκευαστικού οίκου του μηχανήματος και όχι από τοπικούς αντιπροσώπους που να επικυρώνει την ισχύ τους και την καταλληλότητα των προϊόντων που συνοδεύουν.
- **Φύλλο Συμμόρφωσης:** Σε αυτά αναγράφονται αναλυτικά απαντήσεις σε κάθε μια από τις παραγράφους της τεχνικής προδιαγραφής. Στο φύλλο συμμόρφωσης και για επιβεβαίωση των αναγραφόμενων σε αυτό τεχνικών στοιχείων πρέπει να υπάρχουν και οι αντίστοιχες παραπομπές στο Prospectus.
- **Υπεύθυνη Δήλωση:** Συχνά σε περιπτώσεις εξέτασης αποκλεισμού ενός προμηθευτή από την διαγωνιστική διαδικασία, ζητείται να κατατεθεί από αυτόν υπεύθυνη δήλωση στην οποία θα αναφέρονται οι πιθανές αποκλίσεις από την Τεχνική Προδιαγραφή

Τέλος επισημαίνεται ότι σε περιπτώσεις που τα προϊόντα δεν είναι πιστοποιημένα σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα, υποχρεούνται οι προμηθευτές να συνοδεύουν τα προϊόντα τους με πιστοποιητικά συμμόρφωσης που έχουν εκδοθεί από φορέα πιστοποίησης προϊόντων διαπιστευμένο από το Εθνικό Σύστημα Διαπίστευσης Α.Ε. (Ε.Σ.Υ.Δ.) ή από φορέα διαπίστευσης μέλος της Ευρωπαϊκής Συνεργασίας για τη Διαπίστευση (European Cooperation for Accreditation - EA) ο οποίος να είναι και μέλος της αντίστοιχης Συμφωνίας Αμοιβαίας Αναγνώρισης (M.L.A.).

4.8 Παρουσίαση Πρότυπης Διαδικασίας Πρόχειρου (Συνοπτικού) Διαγωνισμού

Σε αυτό το σημείο θα παραθέσουμε τον τρόπο που θα διενεργείται ένας πρόχειρος διαγωνισμός βάσει της προτεινόμενης διαδικασίας. Βασικό στοιχείο της είναι η ελαχιστοποίηση της χρήσης του ανθρώπινου παράγοντα από τις διαδικασίες αξιολόγησης προσφορών και απόφασης κατακύρωσης και ανάθεσης αυτών των λειτουργιών σε ένα λογισμικό βάσει συγκεκριμένων παραμέτρων. Προς χάρη του παραδείγματος, τον Πρόχειρο Διαγωνισμό θα τον διενέργει το 201 Κέντρο Εφοδιασμού Αεροπορίας (201ΚΕΦΑ).

Το 201ΚΕΦΑ προκειμένου να προβάλλει της απαιτήσεις του κάνει χρήση κυρίως Διεθνής κωδικοποίησης NSN. Η διεθνής κωδικοποίηση συνοδεύεται πολλές φορές από Part Number και Κωδικό κατασκευαστή (Manufacture (MFG) Code (CAGE Code)). Επισημαίνεται ότι και NSN και ο συνδυασμός Part Number – Cage Code μοναδικοποιούν το υλικό σε παγκόσμιο επίπεδο αλλά χρησιμοποιούνται ως ενδεικτικά συνοδευόμενα από την χρήση της φράσης «ή ισοδύναμο» προκειμένου να αποφευχθούν περιπτώσεις παροχής εύνοιας σε ορισμένες επιχειρήσεις ή προϊόντα. Παρόλα αυτά όμως, αυτό είναι ένα «αναγκαίο

κακό» λόγω της αυστηρής τυποποίησης που απαιτείται στα υλικά που προμηθεύεται, ειδικά όταν τα υλικά αυτά είναι ανταλλακτικά αεροσκαφών. Επιπλέον για κάθε υλικό και σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία πρέπει να αναφέρεται και το Common Procurement Vocabulary (CPV) του είδους όπου ανήκει.

Για τη καλύτερη Κατανόηση της διαδικασίας σκόπιμο είναι να δοθούν οι ορισμοί των NSN, Part Number και Manufacture Code:

- **NSN (NATO ή National Stock Number):** Το NSN είναι ένας 13-ψήφιος αριθμητικός κώδικας που προσδιορίζει όλα τα «standardized material items of supply» όπως έχουν αναγνωριστεί από όλες τις χώρες του NATO, συμπεριλαμβανομένων των Υπουργείου Άμυνας των ΗΠΑ. Το NSN χρησιμοποιείται σε όλες τις χώρες που είναι μέλη του NATO καθώς επίσης και σε πολλές χώρες εκτός NATO (π.χ. Ιαπωνία, Αυστραλία, Νέα Ζηλανδία). Τα 13 ψηφία του NSN μπορούν να χωριστούν σε 3 ομάδες αριθμών. Τα τέσσερα πρώτα δηλώνουν τη κατηγορία και την υποκατηγορία του υλικού (κλάση) και βάσει αυτών μπορούμε να κατανοήσουμε κατά προσέγγιση τι είδος υλικού είναι. Γνωρίζοντας την κλάση του υλικού μπορεί να εντοπίσει εύκολα και το CPV αυτού. Το 5 και 6 ψηφίο υποδηλώνει την χώρα που πρώτη κωδικοποίησε το υλικό με NSN. Επισημαίνεται ότι δεν πρέπει να συγχέεται η πρώτη χώρα που κωδικοποίησε το υλικό με αυτήν που το πρώτο-κατασκεύασε. Επιπλέον η χώρα που το κωδικοποίησε δεν συνεπάγεται ότι έχει και κατασκευαστική δυνατότητα για αυτό. Τα τελευταία 7 ψηφία είναι ο αύξον αριθμός της κωδικοποίησης κατά NATO της χώρα. Μπορεί επίσης να επισυναφθεί ένα διψήφιο επίθεμα κώδικα συσσώρευσης διαχείρισης υλικού (MMAC), το οποίο υποδηλώνει την τελική χρήση του περιουσιακού στοιχείου, αλλά δεν θεωρείται

μέρος του NSN. Στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι γνωστό ως εγχώριος κώδικας διαχείρισης (DMC).

- **P/N (Part Number):** Το P/N είναι ένα αναγνωριστικός κωδικός που χρησιμοποιείται εντός μίας συγκεκριμένης βιομηχανίας. Σκοπός της χρήσης του είναι ο να γίνεται εύκολα κατανοητό για ποιο υλικό αναφέρονται όταν γίνεται αναφορά σε αυτό, χωρίς να απαιτείται η αναλυτική περιγραφή του. Το P/N μοναδικοποιεί το υλικό σε επίπεδο εταιρίας ή και μερικές φορές και σε πολλές εταιρίες. Η μορφή του είναι απροσδιόριστή και από τον τρόπο κωδικοποίησης της εκάστοτε εταιρίας.
- **Manufacture Code (Cage Code):** Το Cage Code είναι αριθμητικός κώδικας συνήθως 5-ψήφιος ο οποίος υποδηλώνει την ταυτότητα της επιχείρησης. Κάθε επιχείρηση έχει μόνο ένα (εξαιρουμένων των θυγατρικών που θεωρούνται ξεχωριστές επιχειρήσεις και έχουν δικό τους) και όλα τα προϊόντα που κατασκευάζονται σε μία βιομηχανία πρέπει να έχουν το ίδιο. Όπως προαναφέρθηκε, η συνδυαστική χρήση του P/N και του Cage Code μοναδικοποιεί το υλικό σε παγκόσμιο επίπεδο.
- **CPV (Common Procurement Vocabulary):** Το CPV αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την διευκόλυνση της επεξεργασίας των προσκλήσεων υποβολής προσφορών, που δημοσιεύονται στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕΕ), μέσω ενός ενιαίου συστήματος ταξινόμησης για την περιγραφή του αντικειμένου των δημόσιων συμβάσεων. Δημιουργήθηκε κατ' επιταγήν του Ευρωπαϊκού Κανονισμού υπ' αριθμόν 2195/2002 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με το κοινό λεξιλόγιο για τις δημόσιες συμβάσεις (CPV) και τροποποιήθηκε με τον κανονισμό (ΕΕ) υπ' αριθμόν 213/2008 της Επιτροπής στις 28 Νοεμβρίου 2007.

4.9 Έναρξη Διαγωνιστικής Διαδικασίας

Η διαγωνιστικής διαδικασίας ουσιαστικά ξεκινάει με την διακήρυξη του διαγωνισμού. Η διακήρυξη του διαγωνισμού όπως αναφέραμε θα αναρτάται τη ιστοσελίδα της εφαρμογής και κάθε νέα διακήρυξη θα εμφανίζεται ως συντόμευση στη κυκλωμένη στήλη τη αρχικής σελίδας της εφαρμογής για ταχύτερο εντοπισμό της από τους ενδιαφερόμενους. Εναλλακτικά η διακήρυξη θα μπορεί να εντοπιστεί στην υποσέλιδα των διακηρύξεων και οι οποίες θα είναι με φθίνουσα ημερομηνία ανάθεσης, πριν το τίτλο τους θα έχουν την ένδειξη «NEO» και όλες οι αναρτήσεις, νέες και παλιές, θα αναγράφουν εάν είναι σε εξέλιξη, «Στάδιο 1^ο» ή «Στάδιο 2^ο», και εάν έχουν ολοκληρωθεί, «Ολοκληρώθηκε».

Τα στάδια του διαγωνισμού θα είναι δύο. Στο **1^ο Στάδιο** οι εταιρίες θα προσκομίζουν την προσφορές τους από το οποίο θα αναδεικνύεται προσωρινός μειοδότης. Κατόπιν τις ανακοίνωσης της τιμής μειοδοσίας ανά υλικό βάσει των αποτελεσμάτων του 1^{ου} Σταδίου, θα διενεργείται το **2^ο Στάδιο** κατά το οποίο αυτοί που έχουν προσκομίσει προσφορές στο πρώτο στάδιο, θα μπορούν να υποβάλουν συνεχών νέες προσφορές μικρότερες από την τιμή μειοδοσίας κατά από ένα προκαθορισμένο ποσοστό. Οι προσφορές αυτές θα υποβάλλονται σε ζωντανό χρόνο και άμεσα στο προκαθορισμένο E-mail, ο νέος μειοδότης θα λαμβάνει επιβεβαίωση της μειοδοσίας του και ο παλιός μειοδότης θα λαμβάνει ενημέρωση ότι δεν είναι πλέον μειοδότης, προκειμένου να υποβάλλει, εφόσον το επιθυμεί, νέα προσφορά.

Με την ανάρτηση της η διακήρυξη αποκτά τον Αριθμό Διαδικτυακής Ανάρτησης (ΑΔΑ). Αυτός είναι ένας μοναδικός κωδικός που αποκτά κάθε πράξη μετά την ολοκλήρωση της καταχώρισης της στην εφαρμογή της Διαύγειας. Παρόλο που οι διακηρύξεις δεν θα αναρτούνται πλέον στο «Διαύγεια» καθώς θα αναρτούνται πλέον στην νέα Ιστοσελίδα, Ο ΑΔΑ θα διατηρηθεί ως ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο ανεύρεσης και παρακολούθησης της

διακήρυξης. Η διακήρυξη πρέπει, όπως έχει ήδη αναφερθεί, να είναι όσο το δυνατό πιο πλήρης και κατανοητή. Βασικά στοιχεία που πρέπει οπωσδήποτε να αναφέρονται είναι τα κάτωθι:

- Η περιγραφή του είδους: Ως περιγραφή του είδους αναφερόμαστε επιγραμματικά στον λόγο για τον οποίο διενεργείται ο διαγωνισμός (π.χ. Προμήθεια Υλικών προς κάλυψη απαιτήσεων A/K R-2800CA3 A/ΦΩΝ CL-215).
- Αναθέτουσα αρχή: ο δημόσιος φορέας ο οποίος διενεργεί τον διαγωνισμό (Στην περίπτωση μας το 201ΚΕΦΑ).
- Υπηρεσία για την οποία προορίζεται: Επ' ωφελείας ποιας υπηρεσίας θα διενεργηθεί ο διαγωνισμός (Στην περίπτωση μας η Πολεμική Αεροπορία).
- CPV (Σαν γενική κατηγορία εφόσον όλα τα υλικά είναι της ίδιας ή εναλλακτικά δίπλα από το κάθε υλικό).
- Το κριτήριο κατακύρωσης: Χαμηλότερη τιμή ή Οικονομικότερη προσφορά (στο παράδειγμα μας για λόγους ευκολίας θα χρησιμοποιηθεί η χαμηλότερη τιμή και θα γίνουν αναφορές για την διαδικασία της οικονομικότερης προσφοράς). Στη περίπτωση που το κριτήριο κατακύρωσης είναι η οικονομικότερη προσφορά, οι αναλυτικές οδηγίες για τους συντελεστές βαρύτητας και ο τρόπος υπολογισμού της οικονομικότερης προσφοράς θα αναφέρονται με την μεγαλύτερη δυνατή λεπτομέρεια στους ειδικούς όρους της σύμβασης.
- Συνολική προϋπολογισθείσα δαπάνη: Μέγιστο Κόστος Δαπάνης Συμπεριλαμβανομένων των κρατήσεων.
- Χρόνος Παράδοσης: Ο χρόνος μέσα στον οποίο θα πρέπει να έχουν παραδοθεί τα υλικά στον δημόσιο φορέα (εφόσον είναι ο ίδιος για όλα τα υλικά. Σε περίπτωση απαίτησης

τμηματικών παραδόσεων αναλόγως της απαίτησης των υλικών θα γίνεται τροποποίηση κατά περίπτωση).

- Τόπος παράδοσης: Ο τόπος που θα παραδοθούν τα υλικά (Στην περίπτωση μας στον χώρο των αποθηκών της διεύθυνσης παραλαβών του 201ΚΕΦΑ).
- Περίοδος Διενέργειας 1ου Σταδίου (Αναλυτικές ημερομηνίες και ώρες έναρξης - λήξης).
- Περίοδος Ελέγχου Προσφορών (Όταν προσφέρεται κάτι με διαφορετικά στοιχεία από αυτά που έχουμε ζητήσει, προσφέρονται διαφορετικά πιστοποιητικά, κ.α.).
- Περίοδος Διόρθωσης Προσφορών.
- Περίοδος Διενέργειας 2ου Σταδίου (Αναλυτικές ημερομηνίες και ώρες έναρξης -λήξης).
- Απαιτούμενη διάρκεια προσφορών: Ο χρόνος ισχύς που θα πρέπει να έχει η προσφορά.

Τα απαιτούμενα προς προμήθεια υλικά θα αναγράφονται σε πίνακα που θα έχει την παρακάτω μορφή και να αναφέρεται **ευκρινώς** ότι αιτούνται αυτά τα υλικά «ή ισοδύναμα»:

A/A	NSN	P/N / CAGE CODE	Περιγραφή	Μονάδα Μέτρηση	Αιτούμενη Ποσότητα

Εικόνα 11: Πίνακας Προβολής Απαίτησης

Το κάθε υλικό προς προμήθεια θα έχει τον δικό του Αύξων αριθμό. Ως NSN για το κάθε υλικό θα αναγράφονται όλα τα εναλλακτά NSN που θα μπορούν να καλύψουν την απαίτηση μας και θα διαχωρίζονται μεταξύ τους με το «ή» προκειμένου να είναι πιο ευανάγνωστα. Ομοίως θα γίνεται και για τα Part Number. Το κάθε Part Number θα συνοδεύεται υποχρεωτικά από τα CAGE Code. Η περιγραφή θα πρέπει να είναι όσο το

δυνατό πιο αντιπροσωπευτική και διευκρινιστική. Σε περιπτώσεις ανταλλακτικών (π.χ. Ανταλλακτικά Αεροσκαφών) προτιμότερη είναι η χρησιμοποίηση της περιγραφής της επίσημης βιβλιογραφίας ή του επίσημου τιμοκαταλόγου της αρχικής κατασκευάστριας εταιρίας, εφόσον διατίθεται.

Επιπλέον στην διακήρυξη θα αναγράφεται το ποσοστό των κρατήσεων, ο προβλεπόμενος φόρος βάσει της κείμενης νομοθεσίας (Ν.72/3, άρθρο 64), τέλος σε ποιον ειδικό φορέα και σε ποιον Κώδικα Αριθμού Εξόδων (ΚΑΕ) θα καταλογιστεί η δαπάνη καθώς και άλλες γενικές πληροφορίες.

Στο τέλος της διακήρυξης θα υπάρχουν δυνατότητες επιλογής για την Εμφάνιση των Ειδικών Όρων του διαγωνισμού στους οποίους χωρισμένα σε άρθρα θα αναφέρονται λεπτομερώς όλες οι οδηγίες για το αντικείμενο της διακήρυξης, το δικαίωμα συμμετοχής, οδηγίες για την υποβολή των προσφορών κ.α., η επιλογή για την εκτύπωση της διακήρυξης χωρίς τους ειδικούς όρους (η επιλογή για την εκτύπωση των ειδικών όρων θα δίνεται μέσα από τους ειδικούς όρους), επιλογή να θέσει κάποιο διευκρινιστικό ερώτημα στον διαχειριστή της διακήρυξης και η επιλογή για υποβολή προσφοράς. Η επιλογή για υποβολή προσφοράς θα είναι ενεργοποιημένη μόνο για τους Χρήστες και όχι για τους Επισκέπτες. Δηλαδή για εκείνους που έχουν συνδεθεί με τα προσωπικούς τους κωδικούς. Επισημαίνεται ότι οποιοδήποτε ερώτημα τεθεί, σε αυτό ή οποιοδήποτε άλλο στάδιο, μέσω του συστήματος, θα αποθηκεύεται στη βάση δεδομένων μέσω της υπόθεσης, ο Χρήστης και οι χειριστές της Ιστοσελίδας θα μπορούν να τα ξαναδούν ακόμα και μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας του διαγωνισμού .

4.10 Στάδιο 1^ο: Υποβολή Αρχικών Προσφορών

Στο πρώτο στάδιο οι ενδιαφερόμενοι καλούνται να υποβάλλουν τις προσφορές τους για τον σύνολο ή για μέρος των υλικών που έχουν αναρτηθεί στην διακήρυξη. Σύμφωνα με την κείμενη Νομοθεσία οι ενδιαφερόμενοι όπως προαναφέραμε υποχρεούνται να υποβάλλουν ένα πλήθος δικαιολογητικών για να συμμετάσχουν στην διαδικασία. Μεγάλο μέρος από αυτά, όπως το απόσπασμα ποινικού μητρώου, η ασφαλιστική ενημερότητα, το πιστοποιητικό μη πτώχευσης, εκκαθάρισης κτλ, η ο ιδιώτης ή η επιχείρηση τα έχει ήδη υποβάλλει κατά την εγγραφή της στην διαδικασία. Καθόσον τα αναγραφόμενα σε αυτά, στοιχεία μπορούν να μεταβληθούν στο χρονικό διάστημα από την εγγραφή του, φρόνιμο θα ήταν κάθε ενδιαφερόμενος πριν την τοποθέτηση της προσφοράς του και το αργότερο μέχρι το πέρας της διαδικασίας υποβολής των αρχικών προσφορών, να ελέγξει και να διαφοροποιήσει τα υποβληθέντα έγγραφα, υποβάλλοντας ηλεκτρονικά όπου απαιτείται (σε μορφή pdf ή όποια άλλη μορφή καθορίζεται κατά τους όρους χρήσης της διαδικτυακής εφαρμογής) τις ενημερωμένες εκδόσεις τους μέσω του προσωπικού τους λογαριασμού. Επισημαίνεται ότι κατά το φάση εξέτασης της ορθότητας των δικαιολογητικών, η οποιαδήποτε μη ορθότητα τους θα αποτελεί λόγο αποκλεισμού από τον διαγωνισμό.

Μέσω της προβολής της διακήρυξης και πατώντας την επιλογή για «Υποβολή Προσφοράς», ο Χρήστης θα εισέρχεται στην φόρμα υποβολής προσφοράς. Στην φόρμα αυτή θα αναφέρονται πάλι οι βασικά στοιχεία της διακήρυξης και σε μορφή πίνακα θα μπορεί ο ενδιαφερόμενος να υποβάλλει την προσφορά του:

A/A	NSN	P/N / CAGE CODE	Περιγραφή	Μονάδα Μέτρηση	Αιτούμενη Ποσότητα	Προσφερόμενη Ποσότητα	U/P (€)	T/P (€)	Παρεχόμενο Πιστοποιητικό

Εικόνα 12: Πίνακας Υποβολής Προσφοράς

Κάθε A/A θα χαρακτηρίζει και ξεχωριστή αίτηση υλικού. Στην θέση του NSN Θα αναγράφονται το ένα κάτω από το άλλο τα διαφορετικά NSN (εναλλακτά) που θα δύνανται να καλύψουν την κάθε απαίτηση. Ο Χρήστης θα έχει την δυνατότητα «κλικάρωντας» πάνω σε οποιοδήποτε από τα NSN, να το επιλέξει ως αυτό που θα προσφέρει στην προσφορά του. Επιπλέον για κάθε υλικό στην στήλη του NSN θα έχει την δυνατότητα να επιλέξει να μην αναγράφεται κάποιο NSN, στην περίπτωση που δεν το γνωρίζει, και την δυνατότητα να επιλέξει να αναφέρει κάποιο άλλο, εκτός στήλης, NSN το οποίο θα συμπληρώσει πληκτρολογώντας. Στην περίπτωση αυτή, η εφαρμογή θα απαιτεί την επισύναψη κάποιου δικαιολογητικού το οποίο να αποδεικνύει ότι το προσφερόμενο υλικό είναι εναλλακτό με τα αιτούμενα. Στην περίπτωση δεν γίνει επισύναψη, το NSN θα αναγράφεται με διαφορετικό χρώμα από ότι εάν επιλέξει NSN από τα προτεινόμενα ή εάν επισυνάψει το απαιτούμενο αρχείο. Η επισύναψη πρέπει να γίνει πριν την ολοκλήρωση υποβολής της προσφοράς γιατί εφόσον υποβληθεί και δεν έχει προστεθεί το δικαιολογητικό η προσφορά για το συγκεκριμένο υλικό θα θεωρείται άκυρη.

Ομοίως με την στήλη του NSN θα είναι και η στήλη του P/N / Cage Code. Στην στήλη αυτή θα αναφέρονται συνδυαστικά τα Part Number συνοδευόμενα με το αντίστοιχο Cage Code του κατασκευαστή τους και επιπλέον θα έχει και τις δύο επιλογές της μη αναγραφής ή της αναγραφής έτερου P/N συνοδευόμενο από το Cage Code και θα υποχρεούται ομοίως με την διαδικασία στο NSN, να επισυνάψει το αποδεικτικό εναλλακτότητας. Επισημαίνεται, ότι εφόσον ο Χρήστης επιλέξει να μην αναγράψει NSN θα είναι υποχρεωτική η αναγραφή P/N / Cage Code ή και το αντίστροφο. Χωρίς την αναγραφή στοιχείων σε ένα από τα δύο πεδία, δεν θα δύναται να υποβάλει προσφορά για το εν λόγω υλικό.

Για τις στήλες Περιγραφή, Μονάδα Μέτρηση και Αιτούμενης Ποσότητας δεν θα υπάρχει δυνατότητα αλλαγής στοιχείων ενώ στη στήλη Προσφερόμενη Ποσότητα, θα συμπληρώνεται η ποσότητα ο προμηθευτής μπορεί να διαθέσει (έστω και μικρότερη από την Αιτούμενη). Για τα πεδία U/P (€) (Τιμή Μονάδας σε EURO) και T/P (€) (Τιμή Συνολικής Ποσότητας σε EURO) απαιτείται η καταχώρηση σε μόνο ένα από αυτά. Το άλλο θα υπολογίζεται αυτόματα από το σύστημα λαμβανομένης υπόψη της προσφερόμενης ποσότητας. Τέλος στην στήλη Παρεχόμενα Πιστοποιητικά, θα αναγράφονται ανά υλικό τα αποδεκτά πιστοποιητικά προκειμένου ο Χρήστης να επιλέξει τουλάχιστον ένα από αυτά. Κατά την παράδοση τους, κάθε υλικό θα πρέπει να συνοδεύεται από τουλάχιστον ένα από τα επιλεγμένα πιστοποιητικά. Σε αντίθεση με τις στήλες NSN και P/N / Cage Code, η επιλογή μη αναγραφής πιστοποιητικού δεν θα υπάρχει και στην περίπτωση που δεν επιλεγεί κάποιο, θα θεωρείται άκυρη η προσφορά του για το συγκεκριμένο υλικό. Εν αντιθέσει θα δύναται να αναγράψει κάποιο άλλο Πιστοποιητικό που μπορεί να διαθέσει. Για το είδος της προμήθειας που αναφέραμε στο παράδειγμα των βασικών στοιχείων με τίτλο «Προμήθεια Υλικών προς κάλυψη απαιτήσεων A/K R-2800CA3 A/ΦΩΝ CL-215» το 201ΚΕΦΑ για τα ανταλλακτικά Αεροσκαφών αποδέχεται το COC (Certificate of Compliance or Conformance) του OEM (Original Equipment Manufacturer) ή άλλου κατασκευαστικού – επισκευαστικού φορέα που είναι όμως πιστοποιημένος από τον OEM ή πιστοποιητικό FAA 8130-3 ή πιστοποιητικό EASA Form One ή άλλο «Ισοδύναμο» πιστοποιητικό κρατικού φορέα.

Το OEM COC είναι το πιστοποιητικό συμμόρφωσης που εκδίδει ο OEM που διαβεβαιώνει ότι το υλικό συμμορφώνεται με τα πρότυπα που έχουν συμφωνηθεί. Ο OEM είναι ο κατασκευαστής του πρωτότυπου υλικού δηλαδή αυτός στον οποίο αντιστοιχεί το Cage Code του υλικού ή του Κύριου Συγκροτήματος στο οποίο υπάγεται το υλικό (Στην

περίπτωση μας στον Κατασκευαστή του Αεροκινητήρα R-2800CA30. Επιπλέον όπως προαναφέραμε γίνονται αποδεκτά και COC από έτερους κατασκευαστικούς και επισκευαστικούς φορείς που είναι αποδεδειγμένα πιστοποιημένοι από τον OEM ή κρατικό φορέα για την κατασκευή του συγκεκριμένου υλικού που προορίζεται για χρήση επί του συγκεκριμένου Α/Κ.

Τα FAA 8130-3 που εκδίδεται από την FAA (Federation Aviation Administration), το EASA form 1 που εκδίδεται από την EASA (European Aviation Safety Agency) και άλλα «ισοδύναμα» τους είναι πιστοποιητικά κρατικών και διεθνών φορέων που πιστοποιούν ότι ένα υλικό κατασκευάστηκε – επισκευαστικέ βάση συγκεκριμένων τεχνικών προδιαγραφών και το υλικό είναι κατάλληλο για χρήση για τον τύπο Αεροσκάφους ή για τον σκοπό που αναγράφεται επί του πιστοποιητικού.

Αξίζει να επισημανθεί ότι εφόσον τα απαιτούμενα πιστοποιητικά είναι ίδια για όλα τα απαιτούμενα υλικά μιας διακήρυξης, μπορεί να αφαιρεθεί η στήλη των παρεπόμενων πιστοποιητικών και να προστεθούν στους όρους της διακήρυξης. Μάλιστα αναλόγως με τις απαιτήσεις του εκάστου διαγωνισμού, ο χειριστής που θα αναρτάει τους διαγωνισμούς θα δύναται να επιλέγει τα χαρακτηρίστηκα που θα πρέπει να αναγράφονται στις στήλες. Επιπλέον σε περιπτώσεις που απαιτείται κάποια ειδική κατασκευή, για έργα, κ.α. θα έχει την δυνατότητα να προσθέτει ειδικό εικονίδιο δίπλα στην ονομασία της κατασκευής, του έργου κ.α. στο οποίο ο Χρήστης πατώντας πάνω σε αυτό θα μπορεί να βλέπει αναλυτικό τεχνικό σχέδιο, τις προδιαγραφές και ότι άλλο θεωρεί σκόπιμο για την πληρέστερη περιγραφή της απαίτησης. Για το παράδειγμα μας, για κάθε υλικό θα μπορούσαν να προστεθούν εικόνες από την επίσημη βιβλιογραφία του Α/Κ.

Στο μετά την συμπλήρωση της προσφοράς ενός υλικό ο χρήστης θα μπορεί να προσθέτει επιπλέον ξεχωριστή προσφορά για το ίδιο υλικό εφόσον το επιθυμεί για περιπτώσεις που μπορεί να διαθέτει και άλλο εναλλακτό υλικό και σε άλλα στοιχεία κτλ.

Μετά το πέρας της συμπλήρωσης των στοιχείων της προσφοράς, θα απαιτείται από τον ενδιαφερόμενο να επισυνάψει τα απαιτούμενα δικαιολογητικά σύμφωνα με τους όρους της διακήρυξης (τα δικαιολογητικά αυτά δεν απαιτούνται κατά την διαδικασία δημιουργίας του Ηλεκτρονικού Λογαριασμού Χρήστη) και ξεχωριστά να επισυναφθεί η προβλεπόμενη εγγυητική επιστολή για την συμμετοχή του στην διαγωνιστική διαδικασία. Εν συνέχεια υποχρεούται να εξετάσει τους βασικούς και τους ειδικούς όρους της του διαγωνισμού. Ο ενδιαφερόμενος θα έχει τη επιλογή να αποδεχτεί είτε τους βασικούς όρους, είτε τους ειδικούς, είτε και τις δύο ομάδες, είτε καμία από τις δύο ομάδες όρων. Στην περίπτωση που δεν αποδεχτεί κάποια ομάδα όρων θα πρέπει να γράψει αναλυτικά σε ειδικό πεδίο ποιος όρους δεν αποδέχεται από την/τις ομάδα/ες όρων, τους λόγους μη αποδοχής και εφόσον το επιθυμεί να κάνει αντιπρόταση για τους συγκεκριμένους όρους.

Στο κάτω μέρος της φόρμας, θα υπάρχουν επιλογές για αποθήκευση της προσφοράς του, χωρίς την υποβολή της, για την περίπτωση που επιθυμεί να την επανεπεξεργαστεί, επιλογή να την εκτύπωση, επιλογή να υποβάλει ερώτημα και επιλογή για υποβολή. Στη περίπτωση που επιλέξει να υποβάλει την προσφορά, και στη περίπτωση που η προσφορά δεν είναι πλήρης (μη επισύναψη αποδεικτικών, μη αναγραφή μη επιλογή NSN και P/N/ Cage Code σε κάποιο/α υλικό/ά, μη αποδοχή όρων) θα εμφανίζονται διευκρινήσεις σχετικά με τα σημεία που δεν είναι πλήρης η προσφορά. Ο χρήστης θα έχει τη επιλογή να υποβάλλει την προσφορά ή να περιμένει μέχρι να την επανεξετάσει. Μετά το υποβολή της, ο Χρήστης δεν θα μπορεί να επεξεργαστεί ξανά την προσφορά του, πάρα μόνο αποστέλλοντας επίσημο

αίτημα προς τους χειριστές για την άρση της προσφοράς του και εφόσον δεν έχει παρέλθει ο χρονικό διάστημα του της διαδικασίας της υποβολής αρχικών προσφορών.

4.11 Φάση Ελέγχου Προσφορών και Φάση Διόρθωσης Προσφορών

Μετά το πέρας του χρονικού διαστήματος που θα διατίθεται για την λήψη των Αρχικών προσφορών και πριν την έναρξη του 2^{ου} Σταδίου του διαγωνισμού, θα μεσολαβούν δύο φάσεις. Κατά την πρώτη φάση θα αξιολογούνται οι προσφορές για τη καταλληλότητα τους και θα περιλαμβάνει κυρίως τέσσερις διαφορετικούς τύπους ελέγχου οι οποίοι θα διενεργούνται από αρμόδιες επιτροπές:

- **Τον έλεγχο της επικαιροποίησης των αρχικών δικαιολογητικών (δηλαδή αυτών που κατατίθενται για την δημιουργία του Ηλεκτρονικού Λογαριασμού Χρήστη) και τον έλεγχο τη εγκυρότητας των πιστοποιητικών που προβλέπεται να κατατεθούν με την υποβολή της προσφοράς:** Η επικαιροποίηση των αρχικών δικαιολογητικών αποτελεί υποχρέωση του ενδιαφερόμενου και πρέπει να έχει ολοκληρωθεί μέχρι τη υποβολή της προσφοράς του. Εάν αυτό δεν έχει γίνει τότε η προσφορά του κατά τον έλεγχο θα χαρακτηρίζεται ως μη αποδεκτή. Σε περίπτωση που κάποιο από τα πιστοποιητικά που κατατίθεται κατά την υποβολή της προσφοράς είναι λάθος, ο ενδιαφερόμενος θα έχει το δικαίωμα διόρθωσης του κατά την δεύτερη φάση.
- **Τον Έλεγχο Εγγυητικής Επιστολής συμμετοχής ενδιαφερόμενου:** Σε περίπτωση που η εγγυητική επιστολή δεν τηρεί τις προϋποθέσεις της διακήρυξης, ο ενδιαφερόμενος έχει το δικαίωμα διόρθωσης της κατά την δεύτερη φάση.
- **Τον Τεχνικός Έλεγχο:** Κατά την διάρκεια του θα ελέγχονται τα στοιχεία των προσφερόμενων υλικών και πιστοποιητικών εφόσον δεν θα αναγράφονται στις στήλες

ως προτεινόμενα. Σε περίπτωση που τα στοιχεία του/ων υλικού/ων δεν είναι αποδεκτά μετά και την εξέταση του επισυναπτόμενου αρχείου που θα δικαιολογεί την καταλληλότητα τους, τότε η προσφορά του ενδιαφερόμενου για το/α συγκεκριμένο/α υλικό/ά θα θεωρείται μη αποδεκτή. Σε περίπτωση που τα στοιχεία του/ων υλικού/ών θεωρηθεί/ούν αποδεκτό/ά αλλά το πιστοποιητικό δεν είναι, τότε ο ενδιαφερόμενος μπορεί να προσφέρει κάποιο άλλο, όμως αυτή την φορά από την προτεινόμενη στήλη των αποδεκτών πιστοποιητικών.

- **Τον έλεγχο για την αποδοχή των όρων:** Όπως αναφέρθηκε ο ενδιαφερόμενος μπορεί να μην αποδεχτεί κάποιον/ους από τους όρους ή ακόμα και να αντιπροτείνει άλλους. Οι προσφορές αυτές αρχικώς θα θεωρούνται ακατάλληλες αλλά θα επανεξετάζονται είτε στην περίπτωση που όλοι οι συμμετέχοντες έχουν θέσει τέτοια ζητήματα, είτε στην περίπτωση που διατίθεται μόνο η εν λόγω προσφορά.

Κατόπιν της ολοκλήρωσης της διαδικασίας των ελέγχων θα ανακοινώνεται στους ενδιαφερόμενους εάν η προσφορά τους είναι αποδεκτή, μη αποδεκτή ή επιδέχεται κάποιο είδους διόρθωση καθώς επίσης θα αναφέρονται λεπτομερώς οι όροι της μη αποδοχής ή της απαίτησης διόρθωσης. Σε περίπτωση που δεν θα υπάρχει καμία προσφορά ή καμία αποδεκτή προσφορά, η διαγωνισμός θα θεωρείται άκαρπος και θα διενεργείται εκ νέου. Επισημαίνεται ότι παρόλο που η χρονική διάρκεια της Φάσης αυτής είναι προκαθορισμένη από την διακήρυξη, μπορεί να παραταθεί εφόσον κριθεί σκόπιμο από τις επιτροπές (π.χ. μεγάλη προσέλευση ενδιαφερομένων, κ.α.) και η νέα ημερομηνία και ώρα λήξης θα ανακοινώνεται στους συμμετέχοντες με E-mail.

Μετά το πέρας της πρώτης Φάσης και τη ανακοίνωση των αποτελεσμάτων των ελέγχων, θα ξεκινάει η δεύτερη φάση κατά την οποία οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούν διορθώσουν της προσφορές τους σύμφωνα με τις εισηγήσεις των επιτροπών. Επισημαίνεται ότι οι διορθώσεις θα αφορούν μόνο αυτά που θα επισημαίνουν οι επιτροπές και δεν θα μπορούν να αλλάξουν βασικά στοιχεία της προσφοράς όπως NSN ή P/N / Cage Code υλικού/ών ή να διαφοροποιήσουν τις τιμές κτλ. Στο τέλος της φάσης αυτής θα διατίθεται χρόνος στις αντίστοιχες επιτροπές που θα αφορούν οι αλλαγές, για επιμέρους έλεγχο αυτών και θα ανακοινώνεται σε όσους η προσφορά τους απαιτούσε διόρθωση, εάν η νέα τους προσφορά είναι αποδεκτή. Παράλληλα θα μπορούν όσοι το επιθυμούν, να υποβάλλουν τυχόν ενστάσεις η οποίες θα εξεταστούν από αρμόδια επιτροπή ορισμένα καθαρά για αυτό το σκοπό. Σε περίπτωση υποβολής ένστασης, η διαδικασία θα διακοπή προσωρινά μέχρι την εξέταση των ενστάσεων από την αρμόδια επιτροπή και θα συνεχιστεί μετά την εξέταση τους και εφόσον η επιτροπή αποφανθεί ότι η διαδικασία μπορεί να συνεχίσει κανονικά ή και να ακυρώσει την διαδικασία εάν αυτό επιβάλλεται βάση των συνθηκών. Οι συμμετέχοντες σε κάθε περίπτωση θα ενημερωθούν ηλεκτρονικά και θα του γνωστοποιούνται αναλυτικά οι λόγοι της αναβολής ή της προσωρινής η μόνιμης διακοπής της διαδικασίας.

Με την λήξη της δεύτερης φάσης, και δεδομένων πλέον των τελικώς αποδεκτών προσφορών, η εφαρμογή με την χρήση κατάλληλου λογισμικού θα υπολογίζει τον προσωρινό μειοδότη για το εκάστοτε υλικό και θα αποστέλλεται ενημερωτικό E-mail σε όλους του συμμετέχοντες με τις τιμές τους και τις τιμές προσωρινές μειοδοσίας ανά υλικό και εάν ο εκάστοτε ενδιαφερόμενος είναι μειοδότης ή όχι. Οι συμμετέχοντες στην διαδικασία δεν θα ανακοινώνονται στους συμμετέχοντες καθώς επίσης και τα στοιχεία του προσωρινού μειοδότης. Αυτό θα γίνεται προκειμένου να αποτραπούν φαινόμενα συνεννόησης μεταξύ

δύο ή περισσότερων συμμετεχόντων. Τέλος, δίπλα σε κάθε υλικό θα αναγράφεται το προκαθορισμένο από τους ειδικούς όρους της διακήρυξης απαιτούμενο ποσοστό μείωσης ανά νέα υποβολή προσφοράς.

4.12 Στάδιο 2^ο: Επαναδιαπραγμάτευση Τιμής Μειοδοσίας με την χρήση συστήματος πλειστηριασμού.

Μετά την ολοκλήρωση των δύο φάσεων, της εξέτασης και επίλυση των τυχόν ενστάσεων, και της ανακοίνωση των αποτελεσμάτων, ξεκινάει το 2^ο κύριο Στάδιο της διαδικασίας. Ο τρόπος λειτουργίας στο Στάδιο αυτό είναι βασισμένος πνεύμα της δημοφιλούς εφαρμογής πλειστηριασμών «e-BAY». Μέσω φόρμας που θα ενεργοποιείται με την ανακοίνωση των προσωρινών μειοδοτών, οποιοσδήποτε ενδιαφερόμενος του οποίου η προσφορά έχει γίνει αποδεκτή στο 1^ο Στάδιο (Ανεξαρτήτως εάν έχει μειοδοτήσει σε κάποιο υλικό ή όχι) θα έχει το δικαίωμα να υποβάλει για ένα ή περισσότερα υλικά νέα προσφορά, χαμηλότερη από την προσωρινή τιμή μειοδοσίας τηρουμένου όμως του προβλεπόμενου απαιτούμενου ποσοστού μείωσης.

Η προβολή κάθε υλικού θα αποτελείται από δύο γραμμές, την γραμμή τη προσφοράς του προσωρινού μειοδότη και τη γραμμή της προσφοράς του συμμετέχοντος. Σε αυτήν την φόρμα δεν θα απαιτείται να αναγράφονται στοιχεία όπως Παρεχόμενα πιστοποιητικά κ.α. καθώς τα αναγραφόμενα στην αρχική προσφορά του ενδιαφερόμενου θα είναι δεσμευτικά. Η φόρμας υποβολής νέας προσφοράς ανά υλικό είναι σε μορφή πίνακα:

A/A	NSN	P/N CAGE CODE	Περιγραφή	Μονάδα Μέτρηση	Αιτούμενη Ποσότητα	Προσφερόμενη Ποσότητα	U/P (€)	T/P (€)	Απαιτ. % Μείωσης	Παρεχόμενο Πιστοποιητικό	
1 (M)										Νέα U/P (€)	Νέα T/P (€)
1 (E)											

Εικόνα 13: Πίνακας Υποβολής Νέας Προσφοράς

Η πρώτη γραμμή (M) προβάλλει τα στοιχεία της προσφοράς του μειοδότη και η δεύτερη γραμμή (E) προβάλλει τα στοιχεία της δικής του προσφοράς. Ο ενδιαφερόμενος δεν έχει δυνατότητα μεταβολής των στοιχείων αυτών. Η στήλη «Απαιτούμενο Ποσοστό Μείωσης» αναφέρει το κατά πόσο κατ' ελάχιστο πρέπει να είναι μικρότερη η νέα προσφορά του ενδιαφερόμενου προκειμένου να θεωρηθεί αποδεκτή. Έτσι εάν π.χ. η τιμή ανά τεμάχιο του ενδιαφερόμενου είναι 60,00€, η τιμή μειοδοσίας ανά τεμάχιο είναι 50,00€, και το απαιτούμενο ποσοστό μείωσης είναι 3%, ο ενδιαφερόμενος για να γίνει ο νέος προσωρινός μειοδότης θα πρέπει να ίση ή μικρότερη από 48,50€. Για την διευκόλυνση των συμμετεχόντων και την αποφυγή υπολογισμών, με τη επιλογή των πεδίων συμπλήρωσης των νέων τιμών αυτές θα υπολογίζουν αυτόματα την νέες τιμές μειοδοσίας (Στη περίπτωση μας το Νέο U/P (€) 48,50). Ο ενδιαφερόμενος έχει το δικαίωμα θα αφήσει την προτεινόμενη τιμή ή να υποβάλλει άλλη, μικρότερης αυτής. Όπως και στην συμπλήρωση των αρχικών προσφορών, σε περίπτωση που συμπληρωθεί το πεδίο «Νέα U/P (€)» θα συμπληρώνεται αυτόματα και το πεδίο «Νέα T/P (€)» και το αντίστροφο. Σε περίπτωση που ο ενδιαφερόμενος είναι ήδη ο μειοδότης, η πρώτη (M) και η δεύτερη (E) θα αναγράφουν τα ίδια στοιχεία, και επιπλέον η γραμμή (E) θα έχει φωτεινή σήμανση Πράσινη. Σε αντίθετη περίπτωση η φωτεινή σήμανση θα είναι Κόκκινη. Αυτό γίνεται προκειμένου να μπορεί κάποιος εύκολα και γρήγορα να εντοπίσει σε ποια υλικά έχει μειοδοτήσει και σε ποια όχι.

Μετά το πέρας τις αναγραφής των νέων επιθυμητών τιμών, θα υπάρχουν οι επιλογές της προσωρινής αποθήκευσης της προσφοράς ή της υποβολής της. Σε αυτό το στάδιο δεν θα απαιτείται από τον Συμμετέχοντα να αποδεχτεί εκ νέου τους Βασικούς και Ειδικούς όρους της διακήρυξης γιατί η αρχική του αποδοχή στο 1^ο Στάδιο θα θεωρείται δεσμευτική για το σύνολο της διαδικασίας. Με τη υποβολή της προσφοράς θα αποστέλλεται αυτοματοποιημένο μήνυμα στον παλιό και στον νέο μειοδότη για την ενημέρωσης τους σχετικά με την αλλαγή της μειοδοσίας. Οι λοιποί συμμετέχοντες δεν θα λαμβάνουν κάποια ενημέρωση αλλά θα μπορούν να ενημερώνονται ανά πάσα στιγμή για τις τρέχουσες τιμές μειοδοσίας μέσω της δικής τους φόρμας υποβολής νέας προσφοράς.

Η διαδικασία αυτή θα συνεχίζεται μέχρι τη λήξη του χρονικού ορίου που θα προβλέπεται από την διακήρυξη του διαγωνισμού. Και σε αυτό το στάδιο, εάν για οποιοδήποτε λόγο διακοπεί προσωρινά η διεξαγωγή του, λόγω π.χ. τεχνικού προβλήματος, το σύνολο των συμμετεχόντων σε αυτό, θα ενημερώνονται άμεσα με E-mail και μετά την επανέναρξη της διαδικασίας θα δίνεται παράταση της για χρονικό διάστημα ίσο με το διάστημα διακοπής της + 1 ημέρας.

Μετά το πέρας της διαδικασίας θα ανακοινώνονται αυτόματα από το σύστημα ο/οι μειοδότης/ες και θα αναρτούνται στην Ιστοσελίδα της εφαρμογής. Παράλληλα θα δίνεται χρονικό περιθώριο στους συμμετέχοντες του 2^{ου} Σταδίου να υποβάλλουν τυχόν ενστάσεις και μετά την εξέταση των τυχόν αιτημάτων, θα αποστέλλεται στον/ους μειοδότες τυποποιημένη ηλεκτρονική φόρμα σύναψης σύμβασης. Η φόρμα αυτή θα έχει την προβλεπόμενη μορφή της Σύμβασης σύμφωνα με την κείμενη Νομοθεσία και θα έχει τις επιλογές της αποδοχή και την μη αποδοχής. Σε περίπτωση που ο Χρήστης επιλέξει να μην την αποδεχτεί θα πρέπει να αναφέρει λεπτομερώς τους λόγους. Οι λόγοι αυτοί θα

εξετάζονται και την περίπτωση που ευθύνη βαρύνει τον Χρήστη θα επέρχονται οι νόμιμες προβλεπόμενες κυρώσεις (π.χ. αποκλεισμός Χρήστη από συμμετοχή του σε διαγωνιστικές διαδικασίες και παράλληλη απενεργοποίηση του λογαριασμού του για όσο χρονικό διάστημα διαρκεί ο αποκλεισμός). Σε περίπτωση αποδοχής, που θα επέχει και ρόλο ηλεκτρονικής υπογραφής καθόσον ο εκάστοτε Χρήστης συνδέεται με τον προσωπικό του κωδικό, ο ενδιαφερόμενος θα πρέπει να επισύναψη στη φόρμα σύναψης σύμβασης και την προβλεπόμενη εγγύηση καλής εκτέλεσης όπως και οποιοδήποτε επιπλέον έγγραφο έχει συμφωνηθεί στους όρους της διακήρυξης. Ομοίως με τη περίπτωση μη αποδοχής έτσι και σε περίπτωση μη ορθής εκτέλεσης της σύμβασης θα επέρχονται οι προβλεπόμενες κυρώσεις. Επιπλέον κυρώσεις θα επιβάλλονται και σε παραπτώματα σύμφωνα με την κατά καιρούς τρέχουσα Νομοθεσία.

Τέλος αξίζει να αναφερθεί ότι το σύνολο των εγγράφων, των προσφορών, των E-mail επικοινωνίας και γενικά του ιστορικού ενός διαγωνισμού θα είναι διαθέσιμο για τον εκάστοτε Χρήστη να το κατεβάσει ως σύνολό. Με αυτόν τον τρόπο ο Συμμετέχων θα μπορεί να τις μελετήσει προκειμένου να σχεδιάσει την μελλοντική του Επιχειρηματική στρατηγική για τους Δημοσίους Διαγωνισμούς. Επιπλέον με αυτόν τον τρόπο θα είναι ευκολότερο η υπόθεση να εξεταστή σε περίπτωση κατηγορίας για δόλια συμπεριφορά,, κ.α.

5. Επίλογος: Συμπεράσματα και Προτάσεις

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο να προβάλει την αναγκαιότητα ευρείας υιοθέτησης των διαδικασιών του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στις δημόσιες λειτουργίες και πιο ειδικά στις Δημόσιες Προμήθειες τονίζοντας τα οφέλη που μπορεί να αποσκοπήσει από αυτό. Όπως αναφέραμε και αποδεικνύεται ιστορικά, ενώ η ιδιωτική πρωτοβουλία ήταν και είναι διατεθειμένη να επενδύσει στην νέα τεχνολογία, ο κρατικός συντηρητισμός περίπου 20 έτη από την εμπορευματοποίηση του διαδικτύου, αρνείται πεισματικά να απαγκιστρωθεί από την απαρχαιωμένη περπατημένη του. Πρέπει να γίνει κατανοητό ότι η καθολική χρήση της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης δεν αποτελεί απλά υποχρέωση τήρησης των Ευρωπαϊκών οδηγιών αλλά επιτακτική ανάγκη για όλες τις χώρες που επιθυμούν να αποκτήσουν έναν ισχυρό οικονομικό ρόλο σε παγκόσμιο επίπεδο, να μεγιστοποιήσουν την ωφέλεια των ταμειακών τους διαθεσίμων και να περιορίσουν σε σημαντικό βαθμό, φαινόμενα δόλιων συμπεριφορών και χρηματισμού στις διαδικασίες των δημοσίων διαγωνισμών.

Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τον περιορισμό του ανθρώπινου παράγοντα από τις διαδικασίες κρίσης των αναθέσεων και ανάθεσης των κρίσιμων σταδίων αυτών σε αυτοματοποιημένα Λογισμικά με παράλληλες ενέργειες που θα αποσκοπούν στην περαιτέρω διεύρυνση της διαφάνειας, της δημοσιότητας και της ίσης μεταχείρισης όλων των εμπλεκομένων. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να επιτευχθεί τόσο η προστασία του δημοσίου συμφέροντος όσο και η προστασία του συνόλου των εμπλεκομένων (Ιδιωτών και Δημοσίων Λειτουργών) .

Τέλος θα πρέπει αν επισημανθεί η ανάγκη συνεχών Νομικών μεταρρυθμίσεων μέχρι την επίτευξη ευνοϊκής νομοθεσίας η οποία να επιτρέπει σε εφαρμογές όπως αυτή, που

παρουσιάστηκε μέσω της παρούσας εργασίας, να επιτυγχάνουν τα μέγιστα θετικά αποτελέσματα τόσο για τον δημόσιο φορέα όσο και για την Κοινωνία.

Πηγές

Ελληνική Βιβλιογραφία:

Εγχειρίδιο Πολεμικής Αεροπορίας «ΕΠΑ Γ-25/1986/ΓΕΑ»

Εγχειρίδιο Πολεμικής Αεροπορίας «ΕΠΑ Γ-27/2009/ΓΕΑ»

Γεώργιος Δουκίδης, (1998), «Ηλεκτρονικό Εμπόριο». Εκδόσεις: *Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών*.

Χρήστος Σκιαδάς, Μαρία Μαρκάκη, (2001), «Γενικές αρχές μάρκετινγκ και ηλεκτρονικό εμπόριο». Εκδοσεις: *Παπασωτηρίου*.

Αρσένης Πασχόπουλος, Παναγιώτης Σκαλτσάς, (2006), «Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Επιχειρηματική Στρατηγική και Marketing στο Διαδίκτυο». Εκδόσεις: *Κλειδάριθμος*.

Ιωάννης Δεληγιάννης, (2006), «Η κοινωνία της πληροφορίας και ο ρόλος των διαδραστικών πολυμέσων». Εκδόσεις: *Fagotto*

Ανδρέας Πομπόρτσης, Ανέστης Τσούλφας, (2002), «Εισαγωγή στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο». Εκδόσεις: *Τζιόλα*.

Μάρω Βλαχοπούλου & Σέργιος Δημητριάδης (2014), «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν & Μάρκετινγκ», Εκδόσεις: *Rosili*

Θεόδωρος Πανάγος, (2009) «Το θεσμικό πλαίσιο σύναψης των δημοσίων συμβάσεων με ηλεκτρονικά μέσα», Εκδόσεις: *Σάκκουλα*

Δημήτριος Ράικο, (2014), «Δίκαιο Δημοσίων Συμβάσεων», Εκδόσεις: *Σάκκουλα*

Δημοσίευση: Θανάση Παζαρλόγλου (2016) «Σημειώσεις επί του Ν. 4412/2016 περί Δημόσιων Συμβάσεων»

Δημοσίευση: Νίκου Γεωργόπουλου, Γιάννη Α. Πολλάλη, Χρήστου Αγιακλόγλου, «Το Διαδίκτυο ως Μέσο Ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Ελλάδα» Περιοδικό «ΣΠΟΥΔΑΙ», Τόμος 50, Τεύχος 3ο-4ο, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Μελέτης: Α. Κουντζέρης (2007), «Ηλεκτρονικές Προμήθειες στο Δημόσιο Τομέα: Υφιστάμενη Κατάσταση κ Προοπτικές στην Ελλάδα & την Ευρωπαϊκή Ένωση», Φορέας Υλοποίησης: Ελληνικό Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Έκδοση: 1.0

Μαρίας Γ. Καούρη (2017), «Ηλεκτρονικές Δημόσιες Συμβάσεις Προμηθειών», Μεταπτυχιακή Εργασία, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών, Α.Τ.Ε.Ι. Πειραιά

Εμμανουήλ Στειακάκης (2004), «Προσδιορισμός, Αξιολόγηση και Διερεύνηση των Τρόπων Βελτιστοποίησης των Διαστάσεων Ποιότητας Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών στις Συναλλαγές μεταξύ Επιχειρήσεων (B2B) και μεταξύ Επιχειρήσεων και Καταναλωτών (B2C)» Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία:

Paul Timmers, «Business Models for Electronic Markets», European Commission, Directorate-General III, April 1998

S. Ann Becker (2007) «Electronic Commerce: Concepts, Methodologies, Tools and Applications», Εκδόσεις: *Information Science Reference* (1st Edition)

Efraim Turban (2004), «Electronic Commerce 2004: A Managerial Perspective». Εκδόσεις: *Pearson/Prentice Hall*

Eric Chiu (2002), «ebXML Simplified—A Guide to the New Standard for Global E-Commerce», Εκδόσεις: John Wiley & Sons, Inc.

Δημοσίευση: Randy Shoup (2011) «The eBay Architecture: Striking a Balance between Site Stability, Feature Velocity, Performance, and Cost»

Δημοσίευση: **M. Jae Moon (2002)**, «The Evolution of E-Government among Municipalities: Rhetoric or Reality?», Εκδότης: EBSCO Publishing

Ομιλία της Προέδρου του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, Nicole Fontaine «Συμπεράσματα της Προεδρίας», Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Santa Maria Da Feira, (19,20-06-00)

Ελληνική Νομοθεσία:

Προεδρικά διατάγματα:

Π.Δ. 370/1995

Π.Δ.131/2003

Π.Δ. 60/2007

Π.Δ. 118/2007

Π.Δ. 113/2010

Π.Δ. 10/2017

Νόμοι:

N.2251/1994

N.2286/1995

N.4013/2011

N.4155/2013

N.4281/2014

N.4403/2016

N.4412/2016

N.4413/2016

Λοιπές Αποφάσεις και οδηγίες:

Κ.Υ.Α. Π1/2380

Υ.Α. Π1/2390

Κατευθυντήρια Οδηγία 9/2015

Κοινοτικές οδηγίες:

1978/660/ΕΟΚ

1983/349/ΕΟΚ

2004/18/ΕΚ

2006/ΕΚ 43/

2013/34/ΕΕ

2014/95/ΕΕ

Διαδικτυακές Πηγές:

<https://www.businessnewsdaily.com/4872-what-is-e-commerce.html> (Τελευταία Επίσκεψη 07-08-18)

http://www.ecommerce-land.com/history_ecommerce.html (Τελευταία Επίσκεψη 07-08-18)

<http://www.greekecommerce.gr/gr/kwdikas-deontologias/> (Τελευταία Επίσκεψη 11-08-18)

<https://repository.kallipos.gr/handle/11419/1494> (Τελευταία Επίσκεψη 18-08-18)

http://oceanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2389/log_201400073.pdf?sequence_(Τελευταία Επίσκεψη 18-08-18)

https://paginas.fe.up.pt/~als/mis10e/ch10/chpt10-1bullettext.htm_(Τελευταία Επίσκεψη 18-08-18)

http://okeanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2484/log_201400143.pdf?sequence=1 (Τελευταία Επίσκεψη 19-08-18)

<https://www.haf.gr/structure/gea-2/> (Τελευταία Επίσκεψη 11-09-18)

<https://www.haf.gr/structure/ata/> (Τελευταία Επίσκεψη 19-09-18)

<https://www.haf.gr/structure/day/> (Τελευταία Επίσκεψη 19-09-18)

<https://www.haf.gr/structure/dae/> (Τελευταία Επίσκεψη 19-09-18)

<https://www.haf.gr/structure/day/201kefa/> (Τελευταία Επίσκεψη 19-09-18)

<https://www.faa.gov/> (Τελευταία Επίσκεψη 20-08-18)

<https://www.easa.europa.eu/> (Τελευταία Επίσκεψη 19-09-18)

<https://www.gge.gov.gr/> «Κρατικός Οδηγός Προμηθειών», Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας του Πολίτη (Τελευταία Επίσκεψη 24-09-18)

<https://www.gge.gov.gr/> «Κωδικολόγιο CPV 2008», Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης, Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας του Πολίτη (Τελευταία Επίσκεψη 24-09-18)

<http://www.greekecommerce.gr/gr/kwdikas-deontologias/> (Τελευταία Επίσκεψη 24-09-18)