Nowoczesne Systemy Zarządzania

WYKORZYSTANIE INTERNETOWYCH PLATFORM ZAKUPOWYCH PRZEZ INSTYTUCJE SEKTORA PUBLICZNEGO – ANALIZA POTENCJALNYCH KORZYŚCI

THE USE OF PROCUREMENT MARKETPLACES BY THE INSTITUTIONS OF PUBLIC SECTOR – POTENCIAL BENEFIT ANALYSIS

AGNIESZKA ŚCISŁO
agnieszka@scislo.pl
WOJSKOWA AKADEMIA TECHNICZNA
WYDZIAŁ CYBERNETYKI

Streszczenie: Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie możliwości wykorzystania internetowych platform zakupowych przez instytucje sektora publicznego oraz wynikających z tego korzyści.

Słowa kluczowe: handel internetowy, platformy zakupowe, zaopatrzenie, zamówienia publiczne.

Abstract: The purpose of this article is to present the possibilities of using internet purchasing platforms by public sector institutions and the resulting benefits.

Keywords: e-commerce, b2b e-commerce platform, procurement, public procurement.

Wstęp

Zakupy w formie handlu elektronicznego dają możliwość osiągania korzyści bardzo istotnych dla sektora publicznego. Pozwalają nie tylko na ograniczenie kosztów, lecz także zapewniają transparentność całego procesu.

Jednocześnie instytucje sektora publicznego są zobowiązane do przestrzegania procedur zakupowych określonych w Ustawie o zamówieniach publicznych. Powoduje to konieczność tworzenia aplikacji zakupowych przeznaczonych dla tych podmiotów.

W artykule przedstawiono specyfikę rynku zakupów realizowanych przez instytucje sektora publicznego: szczególne uwarunkowania prawne oraz postulat zachowania zasad „zrównoważonych zakupów publicznych". Scharakteryzowane zostały formy internetowych transakcji zakupowych B2G. Następnie przedstawiono wybrane platformy zakupowe przeznaczone dla polskich instytucji publicznych oraz przeanalizowano mechanizmy powstawania korzyści wynikających z ich wykorzystania.

1. Specyfika zakupów realizowanych przez instytucje sektora publicznego

1.1. Ustawa o zamówieniach publicznych

Instytucje sektora publicznego zostały określone w art. 9 Ustawy o finansach publicznych. Zgodnie z zapisami ustawy do sektora tego należą „organy władzy publicznej, w tym organy administracji rządowej, organy kontroli państwowej i ochrony prawa oraz sądy i trybunały; jednostki samorządu terytorialnego oraz ich związki; związki metropolitalne; jednostki budżetowe; samorządowe zakłady budżetowe; agencje wykonawcze; instytucje gospodarki budżetowej; państwowe fundusze celowe; Zakład Ubezpieczeń Społecznych i zarządzane przez niego fundusze oraz Kasa Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego i fundusze zarządzane przez Prezesa Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego; Narodowy Fundusz Zdrowia, samodzielne publiczne zakłady opieki zdrowotnej; uczelnie publiczne; Polska Akademia Nauk i tworzone przez nią jednostki organizacyjne; państwowe i samorządowe instytucje kultury; inne państwowe lub samorządowe osoby prawne utworzone na podstawie odrębnych ustaw w celu wykonywania zadań publicznych, z wyłączeniem przedsiębiorstw, instytutów badawczych, banków i spółek prawa handlowego" (Ustawa o finansach publicznych, 2009, art. 9).

Ustawa określa ogólne zasady realizowania wydatków publicznych. Wydatki te „powinny być dokonywane:

1) w sposób celowy i oszczędny, z zachowaniem zasad:
   a) uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów,
   b) optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów;
2) w sposób umożliwiający terminową realizację zadań" (Ustawa o finansach publicznych, 2009, art. 44, ust. 3).

Cytowane zasady są całkowicie zgodne z wymaganiami, jakie z reguły stawiają sobie przedsiębiorstwa prywatne. Jednak realizując je, podmioty należące do sektora publicznego podlegają dodatkowym (nieobowiązującym w sektorze prywatnym) regulacjom prawnym, w szczególności przepisom o zamówieniach publicznych (Ustawa o finansach publicznych, 2009, art. 44, ust. 4).

Proces udzielania zamówienia publicznego musi mieć formę określoną w Ustawie o zamówieniach publicznych. Najczęściej stosowane formy postępowań to przetarg nieograniczony i ograniczony. Ich popularność wynika z faktu, że można je stosować bez względu na wartość i rodzaj zamówienia. Niestety są to procedury najbardziej skomplikowane. Do pozostałych trybów zamówień, możliwych do zastosowania w określonych warunkach, należą:

– negocjacje z ogłoszeniem – zamawiający publikuje ogłoszenie o zamówieniu, a następnie zaprasza podmioty dopuszczone do udziału w postępowaniu

do składania ofert wstępnych, niezawierających ceny; następnie prowadzi z nimi negocjacje, po których składane są oferty,
- negocjacje bez ogłoszenia – zamawiający negocjuje warunki umowy z wybranymi przez siebie wykonawcami, a następnie zaprasza ich do złożenia ofert,
- dialog konkurencyjny – po opublikowaniu ogłoszenia zamawiający prowadzi z wybranymi wykonawcami dialog, a następnie zaprasza ich do składania ofert,
- zamówienie z wolnej ręki – zamawiający prowadzi negocjacje tylko z jednym wykonawcą,
- zapytanie o cenę – zamawiający kieruje pytanie o cenę do wybranych przez siebie wykonawców i zaprasza ich do składania ofert,
- licytacja elektroniczna – do przeprowadzenia licytacji elektronicznej konieczne jest udostępnienie wykonawcom zamówienia formularza internetowego, za pomocą którego mogą składać kolejne (coraz korzystniejsze dla zamawiającego) oferty podlegające automatycznej klasyfikacji (Prawo zamówień publicznych, 2004, art. 39-81).

Wybór formy zamówienia publicznego zależy od rodzaju zamówienia oraz od jego wartości. Przykładowo: przeprowadzenie licytacji elektronicznej jest możliwe, jeśli wartość zamówienia jest niższa niż określona przez Prezesa Rady Ministrów w drodze rozporządzenia. Wartość ta jest uzależniona od rodzaju podmiotu zamawiającego i wynosi 135 000 euro dla zamawiającego z sektora finansów publicznych, 209 000 euro dla zamawiającego z sektora samorządowego i 418 000 euro dla zamawiających sektorowych i dla zamówień w dziedzinach obronności i bezpieczeństwa (Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów, 2015, poz. 2263).

Obecnie trwają prace legislacyjne zmierzające do elektronizacji procesu zamówień publicznych. Ich celem jest powszechność tej formy zakupów od 2018 r. (Domierz, 2016). Ustawa o zmianie prawa zamówień publicznych uchwalona przez Sejm RP 13 maja 2016 roku zakłada, że „komunikacja między zamawiającym a wykonawcami, w szczególności składanie ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, oświadczeń (...), odbywa się przy użyciu środków komunikacji elektronicznej". Zamawiający będzie mógł ustalić sposób przedstawienia informacji zawartych w ofercie w postaci katalogu elektronicznego, dołączenia katalogu elektronicznego do oferty lub informacji o dostępie do katalogu elektronicznego (Ustawa o zmianie ustawy – Prawo zamówień publicznych oraz niektórych innych ustaw, 2016, art. 10a). Ustawa przewiduje sytuacje, kiedy zamawiający będzie mógł odstąpić od wymogu użycia elektronicznych środków, jednak co do zasady, obowiązywał będzie wymóg obowiązkowej komunikacji w sposób elektroniczny między wykonawcą a zamawiającym (Ustawa o zmianie ustawy Prawo zamówień publicznych oraz niektórych innych ustaw, 2016, art. 10b). Narzędzia i urządzenia wykorzystywane w tej komunikacji oraz ich właściwości techniczne mają być niedyskryminujące

i nieograniczające wykonawcom dostępu do postępowania (Ustawa o zmianie ustawy Prawo zamówień publicznych oraz niektórych innych ustaw, 2016, art. 10c).

1.2. Ochrona prawna zakupów internetowych dokonywanych przez instytucje publiczne

Prawa i obowiązki stron transakcji dokonywanych przez Internet określone są w następujących przepisach prawnych (UOKiK, 2014):

- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny,
- Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta.

Należy jednak zwrócić uwagę na to, że „za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową" (Kodeks cywilny, 1964, art. 22). Zatem transakcje dokonywane zarówno przez przedsiębiorstwa, jak i przez instytucje publiczne nie podlegają Ustawie o prawach konsumenta, a jedynie przepisom Kodeksu cywilnego. Transakcje internetowe dokonywane przez przedsiębiorstwa i instytucje publiczne nie są zatem szczególnie chronione.

W odróżnieniu od transakcji B2C, zakupy realizowane przez instytucje publiczne nie muszą być objęte rękojmią. Regulamin sklepu internetowego może zawierać wyłączenie tego rodzaju zabezpieczenia. Nie oznacza to, że sprzedawca jest zwolniony z odpowiedzialności za wady towaru. Wskazuje jednak, że kupujący może żądać od niego odszkodowania jedynie na zasadach ogólnych Kodeksu cywilnego.

Instytucje zawierające umowy na odległość nie korzystają z prawa do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny. Sprzedawców na rynku B2G nie obowiązują również przepisy Ustawy o prawach konsumentów dotyczące obowiązków informacyjnych oraz wzorów umów (Staszek, 2016).

Konsekwencją odmiennej, w stosunku do rynku B2C, sytuacji prawnej strony kupującej – instytucji publicznej – jest konieczność szczegółowego zapoznania się z regulaminem sklepu internetowego przez osobę zawierającą umowę kupna. Jednocześnie istnieje większa możliwość negocjowania indywidualnych warunków umowy ze sprzedającym.

1.3. Zrównoważone zamówienia publiczne

Wartość rynku zamówień publicznych w 2014 roku wyniosła 133,2 mld zł, co stanowiło 7,72 produktu krajowego brutto (Sprawozdanie PUZP o funkcjonowaniu (...), 2015, s. 29). Ostatecznym celem każdego zamówienia jest realizacja zadań instytucji sektora publicznego w sposób terminowy i optymalny pod względem nakładów i efektów. Jednak decyzje zakupowe instytucji publicznych oddziałują również na środowisko, gospodarkę i społeczeństwo. Obserwacja tego oddziaływania doprowadziła do powstania idei „zrównoważonych zamówień publicznych" (ZZP).

Zrównoważone zamówienia publiczne zakładają uwzględnianie przez instytucje publiczne kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem. Zakupy powinny być dobrze przemyślane, niezbędne oraz oddziałujące na środowisko w możliwie najmniejszym stopniu, a także uwzględniające społeczne i ekonomiczne skutki decyzji zakupowych (Sustainable Procurement Platform, 2016).

Do pozytywnych efektów realizacji zasad ZZP należy między innymi redukcja kosztów. Jest to efekt kupowania produktów wysokiej jakości, o przedłużonej trwałości, przyjaznych środowisku i w ograniczonej ilości (*Zrównoważone zamówienia publiczne*, 2014, s. 6).

2. Formy handlu elektronicznego wykorzystywane przez instytucje publiczne

2.1. Zakupy instytucji publicznych jako segment rynku e-commerce

Handel elektroniczny definiowany jest jako „Transakcje przeprowadzone przez sieci oparte na protokole IP i przez inne sieci komputerowe. Towary i usługi są zamawiane przez te sieci, ale płatność i ostateczna dostawa zamówionego towaru lub usługi może być dokonana w sieci lub poza siecią. Transakcje mogą być dokonywane pomiędzy przedsiębiorstwami, z osobami indywidualnymi, instytucjami rządowymi lub innymi organizacjami prywatnymi i publicznymi. Zamówienia otrzymane przez telefon, telefaks lub e-mail nie są elementem e-handlu" (GUS, 2015).

Już z definicji wynika, że rynek e-commerce można podzielić między innymi ze względu na rodzaje podmiotów zawierających transakcje. Segment B2G (business to government) obejmuje elektroniczną wymianę handlową pomiędzy przedsiębiorstwami a instytucjami sektora publicznego, od szczebla lokalnego do ogólnokrajowego (Morule, Parker, 2011, s. 436). Charakterystyczną cechą tego rynku, odróżniającą go od innych segmentów handlu elektronicznego, są regulacje prawne związane z zamówieniami publicznymi.

2.2. Rodzaje serwisów e-commerce, na których instytucje publiczne mogą realizować zakupy

Operatorem internetowego serwisu zakupowego może być nabywca lub instytucja niezależna. Instytucja publiczna może zatem realizować zakupy w formie handlu elektronicznego za pośrednictwem:

a) własnego serwisu internetowego (wielu sprzedawców, jeden nabywca),
b) sklepu internetowego (jeden sprzedawca, wielu nabywców),
c) platformy zakupowej (wielu sprzedawców, wielu nabywców).

Instytucje publiczne z reguły nie tworzą własnych serwisów zakupowych. Bardzo często wykorzystują swoje strony internetowe do publikowania zamówień publicznych. Przykładem takiego wykorzystania Internetu w procesie zakupowym

jest witryna Wojskowej Akademii Technicznej. W zakładce „Zamówienia publiczne" znajdują się informacje o aktualnie prowadzonych przetargach wraz z pełnymi tekstami SIWZ z załącznikami oraz dzienniki zmian (Biuletyn Informacji Publicznej, 2016). Tego typu publikacji nie można jednak uznać za serwis zakupowy będący elementem rynku e-commerce. Istotą transakcji internetowej jest dokonanie zamówienia przez sieć komputerową. W omawianym przypadku proces ten odbywa się drogą tradycyjną (zarówno oferty sprzedających, jak i umowa kupna-sprzedaży mają formę papierową).

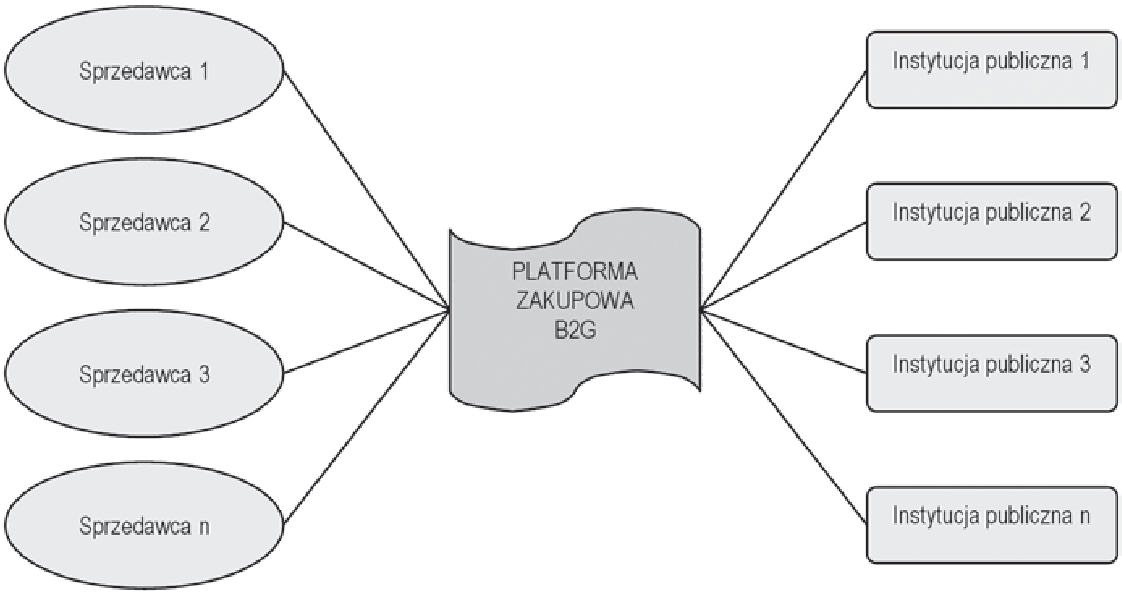
Z tego samego względu nie można uznać portali zamówień publicznych za serwisy e-commerce. Portale zbierają ogłoszenia o zamówieniach publicznych i umożliwiają sprzedawcom łatwe ich przeszukiwanie (np. Portal Zamówienia Publiczne, Baza zamówień publicznych). Znacznie ułatwia to sprzedawcom zdobycie informacji koniecznych do przystąpienia do przetargu, jednak reszta procesu zakupowego realizowana jest poza siecią internetową.

Najprostszą formą wykorzystania handlu elektronicznego przez instytucje publiczne jest **dokonywanie zakupów w sklepach internetowych**. Jest to wygodna i łatwa metoda realizacji zamówień. Należy jednak zauważyć, że jest to możliwe jedynie w odniesieniu do tych zamówień, co do których nie są wymagane inne procedury. Z uwagi na dokonywanie zakupów w większych ilościach lub zakupy cykliczne, instytucje publiczne mogą negocjować ze sklepem internetowym upusty. Negocjacje dotyczące obniżenia ceny są z reguły przeprowadzane drogą tradycyjną. W przypadku zakupów w sklepach internetowych instytucje publiczne nie korzystają ze szczególnej ochrony przysługującej konsumentom (zagadnienie to zostało omówione w pkt. 1.2).

Platformy zakupowe B2G stanowią internetowy rynek, na którym kojarzone są oferty wielu sprzedawców i wielu nabywców. Organizowane są przez podmioty zewnętrzne (operatora platformy). Rozwiązania przeznaczone dla instytucji publicznej oferowane są przez komercyjne platformy zakupowe (obok oferty B2B). Przykłady takich rozwiązań na rynku polskim to np. Marketplanet, Aleo, Logintrade, OpenNexus, b2b.euro-trade.pl.

W październiku 2015 r. została uruchomiona platforma zakupowa przeznaczona wyłącznie dla sektora publicznego pod nazwą eKatalogi. Jest to platforma prowadzona przez Urząd Zamówień Publicznych.

Na rys. 1 przedstawione zostały w sposób schematyczny relacje między podmiotami korzystającymi z platformy zakupowej B2G.


Sprzedawca 1
Sprzedawca 2
Sprzedawca 3
Sprzedawca n
PLATFORMA ZAKUPOWA B2G
Instytucja publiczna 1
Instytucja publiczna 2
Instytucja publiczna 3
Instytucja publiczna n

Podstawowe rodzaje aukcji to:
- aukcje standardowe – oferentami są sprzedawcy, kupujący konkurują o zakup towaru, deklarując coraz wyższą cenę,
- aukcje odwrotne – przedmiotem oferty jest zakup określonego towaru bądź usługi, dostawcy konkurują o zamówienie malejącą ceną,
- aukcje jedno- i wielokrotne – w zależności od ilości produktów, które są przedmiotem licytacji,
- aukcje przetargowe (japońskie) – licytujący składają oferty z propozycją ceny bez znajomości propozycji pozostałych oferentów (Krzepicka, 2010, s. 128-129).

Instytucja publiczna może wykorzystywać internetowe serwisy zakupowe nie tylko do zbierania ofert i zawarcia transakcji, może również korzystać z oferowanych przez nie informatycznych narzędzi do przeprowadzenia negocjacji handlowych, fakturowania i rozliczenia płatności. W przypadku wielokrotnych lub powtarzających się transakcji serwisy zakupowe mogą umożliwiać przeglądanie historii transakcji i przygotowywanie różnego rodzaju zestawień (Ścisło, 2015, s. 254).

3. Platformy zakupowe skierowane do instytucji sektora publicznego

Platformy zakupowe, które realizują transakcje B2G, można podzielić na dwie kategorie. Pierwszą z nich stanowią serwisy przeznaczone wyłącznie dla instytucji sektora publicznego (witryna eKatalogi). Do drugiej grupy należą horyzontalne platformy zakupowe B2B, które oferują również rozwiązania skierowane do instytucji sektora publicznego jako strony zamawiającej. Należą do niej serwisy Aleo, OpenNexus, Margeteo.

3.1. eKatalogi

Serwis eKatalogi udostępniony został przez Urząd Zamówień Publicznych w ostatnich miesiącach 2015 roku (eKatalogi, 2015). Jest to platforma umożliwiająca dokonywanie zakupów produktów, co do których nie ma obowiązku ogłaszania przetargów publicznych (w przypadku większości zamawiających – do kwoty nieprzekraczającej 30 000 euro).

Z serwisu mogą aktywnie korzystać obydwie strony transakcji – przedsiębiorcy i instytucje publiczne. Dostawcy mogą publikować w serwisie tzw. karty produktów o jednolitej formie dla danej grupy produktów. Dzięki temu kupujący mogą łatwo wyszukiwać i porównywać oferty. Instytucje publiczne mogą dokonać zakupu produktów umieszczonych w katalogu na warunkach w nich określonych lub składać zapytania ofertowe do wykonawców. Ułatwia to zakup w przypadku, gdy w katalogu nie ma kart produktów, z których kupujący mógłby wybrać ofertę (UZP, 2016).

Serwis eKatalogi skierowany jest do dostawców z sektora MSP. Ma zwiększać konkurencyjność tych dostawców przez obniżenie kosztów transakcji. Serwis jest

bezpłatny: zamawiający nie płaci za przeprowadzenie postępowania, a wykonawca nie ponosi kosztów związanych z oferowaniem produktów i usług. Do zawarcia transakcji konieczny jest kwalifikowany podpis elektroniczny, ale przeglądanie ofert tego nie wymaga.

W serwisie eKatalogi znajdują się narzędzia do wystawiania i przeglądania referencji. Znacznym ułatwieniem dla instytucji publicznych jest możliwość automatycznego generowania dokumentacji postępowania. System zintegrowany jest z ePUAP (Chilmon, 2015).

3.2. Aleo.pl

W 2013 roku bank ING uruchomił platformę zakupową skierowaną zarówno do przedsiębiorstw z różnych branż (platforma horyzontalna), jak i instytucji publicznych.

Operator zapewnia infrastrukturę rozliczeniową operacji, scoring sprzedawców oraz usługi finansowe związane z transakcjami (przelewy, factoring). W serwisie znajduje się również przejrzysty katalog przetargów publicznych z wyszukiwarką, która ułatwia dostawcom znalezienie interesujących informacji.

W przypadku produktów, co do których nie ma obowiązku ogłaszania przetargów publicznych, instytucja publiczna może skorzystać z katalogu produktów i usług lub z aukcji zakupowej. Istnieje również możliwość publikacji zapytania ofertowego.

Serwis Aleo jest łatwy w obsłudze. Zawiera szereg udogodnień dla zamawiającego. Przykładem jest możliwość tworzenia zapytania ofertowego na podstawie innego, już istniejącego. Zamawiający ma do dyspozycji panel do porównywania ofert otrzymanych w zapytaniu ofertowym, według wybranych przez siebie kryteriów. Inna ciekawa funkcjonalność to możliwość przeprowadzenia dodatkowych negocjacji w zapytaniu ofertowym. Po zakończeniu zbierania ofert można uruchomić „Dogrywkę", ustalić nowy termin składania ofert i zaprosić do niej większą liczbę oferentów.

Organizator platformy zapewnia stronom transakcji na bieżąco wsparcie Zespołu Aleo. Ułatwieniem dla użytkowników są też artykuły o charakterze edukacyjnym. Na blogu serwisu znajdują się artykuły, które wyjaśniają zasady optymalizacji zakupów dla instytucji on-line, na przykład: *Audyt dostawcy – jak go przeprowadzić?*, *Jak optymalizować czas zakupów firmowych*, *Całkowity koszt posiadania (TCO), czyli o czym pamiętać przy zakupach firmowych?*, *Jak mierzyć oszczędności w zakupach firmowych?* (ING Usługi dla Biznesu S.A., 2016).

Oto fragment opinii wystawionej przez Akademię Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach: „Regularnie korzystamy z platformy Aleo i jesteśmy bardzo zadowoleni z efektów, jakie osiągamy dzięki platformie. W wyniku opublikowanych dotąd postępowań zakupowych na Aleo pozyskaliśmy wiele ofert od nowych i dotychczasowych dostawców oraz przeprowadziliśmy negocjacje online.

Umożliwiło nam to nawiązanie owocnej współpracy z wybranymi kontrahentami zarejestrowanymi na platformie" (Aleo, 2016).

3.3. Open Nexus

Misja przedsiębiorstwa Open Nexus Sp. z o.o. brzmi: „Naszym zadaniem jest przyspieszenie negocjacji i optymalizacja kosztów w firmach. Osiągamy to poprzez doradztwo oraz wdrożenie platformy zakupowej Open Nexus" (OpenNexus.pl, 2016). Platforma działa pod adresem www.platformazakupowa.pl w modelu cloud computing. Oznacza to, że oprogramowanie nie jest zainstalowane u korzystających z niego podmiotów, ale u usługodawcy, na sprzęcie należącym do niego. Klient nie jest zmuszony do wykupywania licencji na oprogramowanie, korzysta jedynie z niego przez Internet w określonym czasie (TechTarget, 2011).

Platforma umożliwia składanie zapytań ofertowych, zapytań o cenę, powoływanie i koordynację pracy zespołu oceniającego zakup (po stronie kupującego) oraz przeprowadzanie aukcji. Ułatwia również ocenę efektywności procesu. Open Nexus deklaruje, że wykorzystanie systemu daje kupującemu możliwości zwiększenia przejrzystości procesu zakupowego, skrócenia czasu realizacji transakcji i ograniczenia kosztów dostaw (OpenNexus, 2016).

Z platformy Open Nexus po stronie kupujących korzystają głównie przedsiębiorstwa komercyjne (np. Ruukki SA, Grupa Tarczyński SA, Elektrobudowa SA), ale można znaleźć również zapytania zakupowe ze strony instytucji publicznych (komendy wojewódzkie policji, Wyższa Szkoła Policji w Szczytnie, Urząd Miasta Bydgoszcz) (Platformazakupowa.pl, 2016).

4. Potencjalne korzyści wynikające z wykorzystania internetowych platform zakupowych przez instytucje sektora publicznego

Handel elektroniczny na rynku B2G daje instytucjom publicznym instrumenty, które ułatwiają dokonywanie zakupów w sposób bardziej sprawny i oszczędny w porównaniu z handlem tradycyjnym. Rzeczywiste oszczędności i korzyści są zależne od sposobu użycia tych narzędzi. Można wyróżnić kilka mechanizmów powstawania potencjalnych korzyści (por. Ścisło, 2015, s. 255):

a) **Oszczędności wynikające z rozszerzenia rynku dostawców.** Platformy zakupowe ułatwiają kupującemu kontakt z dostawcami bez względu na ich lokalizację geograficzną. Oferty mogą być porównywane za pomocą wybranych przez kupującego parametrów. Przyczynia się to do zaostrzenia konkurencji między sprzedającymi, co oznacza dla kupującego obniżenie oferowanych cen lub inne korzyści (dogodniejsze warunki dostawy, wyższa jakość proponowanych produktów i usług, skrócenie czasu realizacji zamówienia itp.). Dla osób, które są odpowiedzialne za zakupy w instytucjach

publicznych, istotne może być również to, że mają możliwość udokumentowania faktu, że oferty są zbierane od wielu sprzedawców.

b) **Oszczędności wynikające z zastosowania controllingu w procesie zakupowym.** Platformy zakupowe umożliwiają analizę zrealizowanych transakcji. Kupujący ma ułatwiony dostęp do danych oraz narzędzia do ich analizy. Dzięki temu może uzyskać wiedzę na temat:
   – ilościowej i jakościowej struktury zakupów dokonywanych przez organizację,
   – długości i częstotliwości współpracy z poszczególnymi dostawcami,
   – poziomu obrotów z poszczególnymi dostawcami (Otwarty Rynek Elektroniczny, 2015).

c) **Korzyści procesowo-organizacyjne.** Platformy zakupowe wspierają proces planowania zakupów. W przypadku dużych instytucji ułatwiają konsolidację zamówień (dobrze widoczne jest to w organizacji platformy eKatalogi). Handel elektroniczny wymusza formalne określenie szczegółowych parametrów zamówień, co skraca proces ich akceptacji wewnątrz organizacji. E-commerce umożliwia skrócenie całego procesu zakupowego, co przekłada się na możliwość zmniejszenia wielkości utrzymywanych zapasów. Ułatwienia dotyczą również rozliczeń i obiegu dokumentów.

d) **Edukacja w zakresie zarządzania zakupami.** Dokonywanie zakupów na platformach zakupowych często wiąże się z możliwością i koniecznością przeprowadzenia szkoleń wśród pracowników. Prowadzi to do zwiększenia świadomości ekonomicznej urzędników różnych szczebli, co może przełożyć się na zwiększenie efektywności działań, które nie są bezpośrednio związane z zakupami.

Podsumowanie

Możliwość realizacji zakupów przez instytucje sektora publicznego z wykorzystaniem Internetu powstała stosunkowo niedawno. Jest to wyzwanie zarówno dla twórców narzędzi informatycznych, jak i dla uczestników transakcji. W szczególności urzędnicy zajmujący się zaopatrzeniem muszą nauczyć się efektywnego używania narzędzi handlu elektronicznego. Oczywiście nie wszyscy łatwo akceptują taką konieczność. Zapewne z tego powodu prowadzone są prace legislacyjne, które mają na celu nałożenie obowiązku elektronizacji procesu zamówień publicznych od 2018 roku. Zapewni to szybki rozwój internetowych platform zakupowych B2G w najbliższych latach i realizację korzyści wynikających z ich wykorzystania.

BIBLIOGRAFIA

[1] FUNDACJA CENTRUM CSR.PL, 2014, *Zrównoważone zamówienia publiczne w praktyce. Modelowe klauzule społeczne i środowiskowe*, Warszawa.
[2] Krzepicka A., 2010, *Modele handlu elektronicznego*, [w:] W. Gonciarski (red.), *Zarządzanie w warunkach gospodarki cyfrowej*, Wojskowa Akademia Techniczna, Warszawa.
[3] Mamcarz P., 2010, *Rynek elektronicznych systemów b2b*, Polska Agencja Przedsiębiorczości, Warszawa.
[4] Morley D., Parker CH.S., 2011, *Understanding Computers: Today and Tomorrow*, Course Technology/Cengage Learning, Boston.
[5] *Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 28.12.2015 r. w sprawie kwot wartości zamówień oraz konkursów, od których jest uzależniony obowiązek przekazywania ogłoszeń Urzędowi Publikacji Unii Europejskiej*, Dz.U. 2015 r., poz. 2263.
[6] Ścisło A., 2015, *Platformy zakupowe business-to-business jako innowacja procesu zakupowego małych i średnich przedsiębiorstw*, „Nowoczesne Systemy Zarządzania", zeszyt nr 10, WAT.
[7] URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW, 2014, *Zakupy przez Internet*, Warszawa.
[8] *Ustawa z 22 czerwca 2016 r. o zmianie ustawy – Prawo zamówień publicznych oraz niektórych innych ustaw*, Dz.U. 2016, poz. 1020.
[9] *Ustawa z 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny*, Dz.U. 1964 r., poz. 93.
[10] *Ustawa z 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych*, Dz.U. 2013, poz. 885, ze zmianami.
[11] *Ustawa z 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych*, Dz.U. 2015, poz. 2164 ze zmianami.
[12] *Ustawa z 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta*, Dz.U. 2014, poz. 827.

Netografia:

[1] ALEO, 2016, https://aleo.com/pl/o-platformie/opinie-klientow [15.06.2016].
[2] BIULETYN INFORMACJI PUBLICZNEJ, 2016, http://www.bip.wat.edu.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=14&Itemid=19 [25.06.2016].
[3] Chilmon E., 2015, *Zamówienia publiczne w Internecie*, „IT w Administracji", http://www.itwadministracji.pl/numery/listopad-2015/zamowienia-publiczne-w-internecie.html [20.06.2016].
[4] Domierz I., GRUPA BIZNES POLSKA, 2016, *Blog zamówień publicznych*, http://blogprawazamowienpublicznych.blogspot.com/2016/05/zmiany-w-ustawie-prawo-zamowien.html [20.05.2016].
[5] ING Usługi dla Biznesu S.A., 2015, *Blog Aleo*, http://blog.aleo.com/ [21.06.2016].
[6] OPENNEXUS.PL, 2016, http://opennexus.pl/wp-content/uploads/2015/04/opennexus.pl_folder.pdf [15.06.2016].
[7] OPENNEXUS.PL, 2016, https://platformazakupowa.pl/ [4.07.2016].
[8] OTWARTY RYNEK ELEKTRONICZNY, 2015, *Zakupy elektroniczne, korzyści dla kupujących i dostawców*, http://www.marketplanet.pl/2013/06/26/zakupy-elektroniczne-korzysci-dla-kupujacych-i-dostawcow/ [14.06.2016].

[9] PARP, 2008, *Co to jest b2b?*, http://www.web.gov.pl/finansowanie-biznesu/informacje-o-b2b/39_16.html [12.06.2016].
[10] Staszek M., PARP, 2016, *Prawa przedsiębiorcy kupującego w Internecie*, https://www.web.gov.pl/e-punkt-aktualnosci-uslugodawcy/294_4378.html [22.06.2016].
[11] SUSTAINABLE PROCUREMENT PLATFORM, 2016, http://www.sustainable-procurement.org/about-spp/ [22.06.2016].
[12] TECHTARGET, 2011, *Software as a Service (SaaS) definition*, http://searchcloudcomputing.techtarget.com/definition/Software-as-a-Service [18.06.2016].
[13] URZĄD ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH, 2015, *Sprawozdanie Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych o funkcjonowaniu systemu zamówień publicznych w 2014 r.*, https://www.uzp.gov.pl/__data/assets/pdf_file/0021/21936/Sprawozdanie_Prezesa_Uzp_2014.pdf [22.06.2016].
[14] URZĄD ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH, 2015, https://www.ekatalogi.uzp.gov.pl/ecat/um/default#/ [20.06.2016].