

**Jerzy Kuck**

## **HANDEL ELEKTRONICZNY – PRZEJRZYSTA WALKA Z KORUPCJĄ**

**Streszczenie:** Handel to jeden z najstarszych zawodów świata rozwija się od tysięcy lat. Jego początki są ściśle związane z rozwojem najstarszych cywilizacji. W opracowaniu przedstawiono powstanie i charakterystykę handlu elektronicznego, jednocześnie wskazując że obecnie odnosi on wielkie sukcesy, spychając na dalszy plan, inne, tradycyjne formy zawierania transakcji handlowych. Dokonano także szczegółowego podziału i opisu poszczególnych elementów handlu elektronicznego (giełdy, aukcji elektronicznej i licytacji elektronicznej oraz dynamicznego sposobu zakupów).

Zaprezentowano możliwość (w tym prawne) dokonywania zakupów w drodze elektronicznej przez organizacje, instytucje, i firmy, które mogą na przykład dokonywać zakupów elektronicznych za pomocą Polskiej Platformy Przetargowej (PPP), umiejscowionej w Polskiej Wytwórni Papierów Wartościowych (PWPW). W podsumowaniu przedstawiono korzyści jakie możemy osiągnąć stosując handel elektroniczny przy zakupach towarów i usług oraz wskazano że rozwiązanie to może być skutecznym narzędziem do walki z korupcją.

**Abstract:** Commerce, one of the oldest occupations in the world has been developing for thousands years. Its beginning dates back to the ancient civilizations. The paper discusses the origin and typology of electronic commerce and emphasises the fact that it is becoming the main trading form pushing traditional trading forms into the background. The paper also includes the detailed division and description of single elements of electronic commerce (procurement platforms, e-tendering, e-bidding, and dynamic purchasing).

The procedures and legal regulations for electronic purchasing are explained focusing on organizations, institutions and companies which can purchase on the Polish Procurement Platform (PPP) located in the Polish Security Printing Works (PWPW). The conclusion pinpoints the benefits of electronic commerce as the form of purchasing goods and services and effective tool to fight corruption.

**Handel elektroniczny<sup>1</sup>, zakupy elektroniczne, aukcja elektroniczna<sup>2</sup>** to działania, które cechują społeczeństwo informacyjne<sup>3</sup> swym zakresem obejmują kupno, sprzedaż i dostawę

---

<sup>1</sup> Chmielarz W., *Handel elektroniczny nie tylko w gospodarce wirtualnej*, Wyd. Naukowe WZ UW, Warszawa, 2001: **Handel elektroniczny** (Electronic commerce – EC, e-commerce, commerce online) to wprowadzona do praktyki koncepcją opisującą proces kupna, sprzedaży i dostawy produktów, usług, informacji przez partnerów handlowych (indywidualnych i/lub grupowych oraz przedsiębiorstwa elektroniczne), na terenie tego samego kraju (handel krajowy) lub pomiędzy rezydentami dwóch lub więcej krajów (handel międzynarodowy lub globalny), zabezpieczony za pomocą środków płatności (tradycyjnych i elektronicznych), dokonywany przy pomocy infrastruktury techniczno-organizacyjnej, w tym głównie sieci komputerowych z Internetem włącznie, dla osiągnięcia określonych zysków.

<sup>2</sup> **Aukcja elektroniczna** jest przedłużeniem „papierowej” procedury przetargowej (prowadzonej w trybie przetargu nieograniczonego, przetargu ograniczonego lub negocjacji z ogłoszeniem). Aukcja może zostać zastosowana po przeprowadzeniu oceny ofert („papierowych”) złożonych w postępowaniu. Aukcja elektroniczna opiera się na licytacji wieloparametrowej i jest stosowana w przypadkach, gdy obok ceny istnieją inne, wyrażalne liczbowo kryteria oceny ofert.

<sup>3</sup> **Spółeczeństwo informacyjne** (wirtualne) **Spółeczeństwo wirtualne** - to grupa wspólnych, jednolitych interesów, zainteresowań, przekonań, potrzeb, stylów życia skupiona w wirtualnej przestrzeni sieci, niezależnie od miejsca fizycznego umiejscowienia należących do niej jednostek. Grupy takie mogą z czasem wykształcić swoich przedstawicieli reprezentujących ich wobec instytucji publicznych, czy określonych sprzedawców dóbr i usług. W handlu elektronicznym łatwo sobie wyobrazić pośrednika, będącego jednocześnie organizatorem takiej grupy, reprezentującego klienta wobec sprzedawcy i pobierającego z tego tytułu określone opłaty.

produktów, usług, informacji. W działaniach tych partnerzy handlowi wykorzystują określone procedury, środki i urządzenia elektroniczne (telefon stacjonarny lub komórkowy, faks, Internet, telewizję itp.) w celu zawarcia transakcji finansowej. Infrastruktura techniczno-organizacyjna, w tym głównie Internet dają możliwość realizacji zamówień publicznych w tym efektywnego wydatkowanie publicznych środków finansowych. W praktyce zastosowanie nowoczesnych technologii w procedurze udzielania zamówień publicznych polega najczęściej na umożliwieniu jego uczestnikom prowadzenia biznesu (transakcji) z wykorzystaniem cyfrowego przetwarzania oraz transmisji danych (Internet: poczta elektroniczna, wyszukiwarki stron WWW, zawartość stron z odnośnikami, portale, wortale i inne narzędzia komunikacji). Najbardziej popularną metodą handlu elektronicznego jest handel internetowy, gdzie występują transakcje handlowe pomiędzy sprzedającymi a kupującymi. Praktyczna realizacja zamówień publicznych w instytucjach, urzędach i przedsiębiorstwach (firmach) odbywa się najczęściej z wykorzystaniem aukcji elektronicznej która, umożliwia zainteresowanym dokonywanie sprzedaży lub zakupu różnego rodzaju towarów i usług.

Procedura aukcji elektronicznej składa się z czterech etapów - w pierwszym zapraszani do udziału w aukcji elektronicznej są wszyscy wykonawcy, którzy złożyli oferty nie podlegające odrzuceniu, w drugim etapie zostaje otwarta aukcja, w terminie wskazanym w zaproszeniu, trzeci etap to zamknięcie aukcji oraz zawiadomienie uczestników o wynikach, ostatni, czwarty, to zawarcie umowy. W praktyce wykonawcy biorący udziału w postępowaniu otrzymują dane do zalogowania się do systemu, a następnie w określonym czasie za pomocą bezpośredniego połączenia ze stroną internetową składają kolejne, coraz korzystniejsze oferty. Zwycięzcą aukcji elektronicznej zostaje wykonawca, który uzyskał w postępowaniu najwyższą liczbę punktów w wyniku automatycznej oceny oferty.

**Także giełda elektroniczna<sup>4</sup>**, to działanie charakterystyczne dla **społeczeństwa informacyjnego<sup>5</sup>**. Swoim zakresem obejmują: kupno, sprzedaż i dostawę produktów, usług oraz informacji. W działaniach tych partnerzy handlowi wykorzystują określone procedury, środki i urządzenia elektroniczne w celu zawarcia transakcji finansowej. Obecnie infrastruktura techniczno-organizacyjna, w tym głównie Internet umożliwia realizację także zamówień

---

<sup>4</sup> **Giełda elektroniczna** (ang. marketplace) - portal handlu elektronicznego, w ramach którego działalność firm-uczestników może obejmować wszystkie jej aspekty, począwszy od kupna i sprzedaży, poprzez planowanie łańcucha dostaw, a skończywszy na wspólnym projektowaniu i rozwoju produktu. Źródło, Internet – portal wiedzy, giełda elektroniczna

<sup>5</sup> CHMIELARZ W.; *Handel elektroniczny nie tylko w gospodarce wirtualnej*, Wydawnictwa Naukowe WZ UW, Warszawa, 2001: **Społeczeństwo informacyjne** (wirtualne) **Społeczeństwo wirtualne** - to grupa wspólnych, jednolitych interesów, zainteresowań, przekonań, potrzeb, stylów życia skupiona w wirtualnej przestrzeni sieci, niezależnie od miejsca fizycznego umiejscowienia należących do niej jednostek.

publicznych, w tym efektywnego wydatkowania publicznych środków finansowych. W praktyce zastosowanie nowoczesnych technologii w procedurze udzielania zamówień publicznych polega na umożliwieniu jego uczestnikom prowadzenia biznesu (transakcji) z wykorzystaniem cyfrowego przetwarzania oraz transmisji danych za pomocą **Internetu** (poczta elektroniczna, wyszukiwarki stron WWW, zawartość stron z odnośnikami, portale, wortale i inne narzędzia komunikacji). Najbardziej popularną metodą handlu elektronicznego jest handel internetowy, w którym występują transakcje handlowe pomiędzy sprzedającymi a kupującymi. Realizacja zamówień publicznych w instytucjach, urzędach i przedsiębiorstwach (firmach) odbywa się najczęściej z wykorzystaniem aukcji elektronicznej, która umożliwia zainteresowanym dokonywanie sprzedaży lub zakupu różnego rodzaju towarów i usług.

Procedura **aukcji elektronicznej** składa się z **czterech etapów**. W **pierwszym** do udziału w aukcji elektronicznej zapraszani są wszyscy wykonawcy, którzy złożyli oferty nie podlegające odrzuceniu, w **drugim** etapie zostaje otwarta aukcja, w terminie wskazanym w zaproszeniu, w **trzecim** następuje zamknięcie aukcji, a jej uczestnicy zawiadamiani o wynikach. W ostatnim **czwartym** zawierana zostaje umowa. W praktyce wykonawcy biorący udziału w postępowaniu otrzymują dane do zalogowania się do systemu, a następnie w określonym czasie za pomocą bezpośredniego połączenia ze stroną internetową składają kolejne, coraz korzystniejsze oferty. Zwycięzcą aukcji elektronicznej zostaje wykonawca, który uzyskał w postępowaniu najwyższą liczbę punktów w wyniku automatycznej oceny oferty.

Samodzielnym trybem udzielania zamówienia publicznego jest **licytacja elektroniczna**. W procedurze tej oferenci składają za pośrednictwem elektronicznej platformy przetargowej (za pomocą Internetu) kolejne, korzystniejsze oferty dostawy towarów czy usług. Procedura ta jest swoistą licytacją "w dół", w której zwycięża oferta najtańsza, jednak spełniająca warunki szczegółowej specyfikacji zamówienia. W prawie zamówień publicznych przewidziano jednak w tym trybie pewne ograniczenia. Przedmiotem zamówienia mogą być jedynie **dostawy lub usługi powszechnie dostępne o ustalonych standardach jakości**. Ograniczona jest także **maksymalna wartość szacunkowa zamówienia**, która jest zależna od rodzaju zamawiającego podmiotu a jedynym kryterium wyboru oferty może być cena. Procedura udzielania zamówienia publicznego za pomocą licytacji elektronicznej jest bardziej złożona niż w przypadku aukcji elektronicznej. Pierwszym etapem jest oczywiście zamieszczenie ogłoszenia na stronie internetowej, zawierającego warunki udziału w postępowaniu a także specyfikację istotnych warunków zamówienia. W następnych etapach tej procedury wykonawcy składają wnioski o dopuszczenie do udziału w licytacji elektronicznej a zamawiający ocenia je. Do udziału w licytacji zapraszani są jedynie wykonawcy spełniający warunki zamówienia. Po otwarciu

licytacji, oferenci licytują w dół cenę za realizację zamówienia. Po zamknięciu licytacji ogłasza się kto zwyciężył. Ze zwycięzcą zawierana jest umowa.

Inną elektroniczną procedurą związaną z udzielaniem zamówienia publicznego jest **dynamiczny system zakupów** czyli ograniczony w czasie elektroniczny proces udzielania zamówień publicznych w przetargu nieograniczonym. Dynamiczny system zakupów jest procedurą świetnie sprawdzającą się w przypadku zakupów powtarzalnych - wielokrotnego nabywania takich samych towarów lub usług (materiałów biurowych, sprzętu komputerowego, paliwa). Przepisy nie określają maksymalnej górnej granicy wartości szacunkowej zamówienia. W wyborze najkorzystniejszej oferty mogą być stosowane wszystkie kryteria, dopuszczone prawem w przypadku przetargu nieograniczonego.

W handlu elektronicznym istotne znaczenie mają również **katalogi elektroniczne**. Katalogi elektroniczne to prezentacja informacji na temat towarów i usług oferowanych przez dostawców - uczestników elektronicznego rynku skupionego wokół określonej platformy przetargowej. Katalogi elektroniczne mogą obejmować ofertę towarów lub usług dostawcy (indeksy i opis produktów, jednostki miary, cenniki oraz istotne informacje dotyczące sposobu składania i realizacji zamówień). Każdy element oferty dostawców jest precyzyjnie opisany, istnieje możliwość wzbogacania specyfikacji o materiały marketingowe: grafikę, dźwięk i prezentacje multimedialne, certyfikaty bezpieczeństwa oraz inne niezbędne informacje. Budowa i funkcjonalność katalogów przypomina duży sklep, w którym każdą pozycję przed zakupem można dokładnie obejrzeć. Nabyty produkt powinien więc całkowicie spełnić oczekiwania nabywcy. Na elektronicznych platformach handlowych mogą być umieszczone dwa rodzaje katalogów: lokalne i publiczne. Katalogi lokalne są dedykowane do konkretnych klientów i zawierają produkty i usługi z cenami oraz warunkami zakupu. Zgodnie z tymi warunkami nabywcy produktów lub usług podpisują umowy na dostawy. Natomiast katalogi publiczne są dedykowane wszystkim klientom.

Za początek rozwoju handlu elektronicznego możemy uznać lata siedemdziesiąte. W okresie tym do powszechnego użytku wprowadzono sieci elektroniczne. Za ich pośrednictwem dokonywano transferu środków finansowych pomiędzy bankami i przedsiębiorstwami. W kolejnych latach szybki rozwój technologii informatycznych związany był głównie z wprowadzeniem elektronicznej wymiany dokumentów w tym rozszerzeniem zastosowanie poczty elektronicznej na przemysł i handel detaliczny. Za pomocą systemów elektronicznej wymiany danych (ang. Electronic Data Interchange – EDI) firmy już na początku lat 80. drogą elektroniczną wymieniały się informacjami. System ten wykorzystywał synchroniczne połączenia pomiędzy dwoma serwerami i jednocześnie umożliwiał

przekazywanie wszelkiego rodzaju informacji, jak np. terminów dostaw, zamówień kupna, czy też potwierdzeń płatności. EDI oferował przedsiębiorstwom wydajniejszy sposób przesyłania informacji niż tradycyjna poczta czy fax, lecz działał w sieci firmowej, co ograniczało jego zdolność do obsługi wielu użytkowników. Wiele wad EDI usunął handel elektroniczny B2B wykorzystując internetowe aplikacje oparte na sieci. Na bazie języka XML (stosowanego łącznie z HTML) realizowano transakcje B2B. Internet początkowo wykorzystywany był tak jak system EDI – służył, jako kanał, który łączy firmy, ale oferował on większą elastyczność użytkownikom. EDI umożliwiał połączenie użytkowników poprzez sieć systemową, która pozwalała na dostęp do informacji wielu użytkownikom z poszczególnych stacji roboczych. Internet stał się sposobem na realizowanie zakupów u dostawców i dokonywania sprzedaży. Dobrze działająca giełda B2B charakteryzowała się przede wszystkim:

- dużą dostępnością – dostęp w dowolnym miejscu i czasie,
- obsługą transakcji – standaryzacja informacji ilościowych i jakościowych,
- XML – znaczniki zapewniały wspólny zbiór pól danych, dzięki czemu transfer danych stawał się bardziej wydajny,
- bezpieczeństwem,
- terminowością.

Handel elektroniczny najszybciej zaczął rozwijać się w USA i Skandynawii - w 1995 roku, później w Wielkiej Brytanii, Niemczech i Singapurze – w 1997 roku. Na przełomie lat 1999 i 2000 handel w tej formie pojawił się w Europie Południowej. Dynamiczny rozwój Internetu w latach 90. XX wieku skutkowało globalizacją i szybkim rozwojem kontaktów elektronicznych, głównie w sektorze handlu a także w relacjach poszczególnych organizacji i użytkowników. Nowej jakości kontakty handlowe, umożliwiły firmom połączenie i zautomatyzowanie systemów informacji, a ekspertom wykonanie zadań w dowolnym miejscu i czasie. Zracjonalizowano koszty stałe - zminimalizowano powierzchnię biurową, magazynową, handlową oraz koszty transakcji, do realizowania zleceń i zamówień zaczęto bowiem używać sieć Tym samym zmniejszono wydatki osobowe. Wprowadzenie bankowości elektronicznej obniżyło koszty związane z obsługą transakcji finansowych oraz ułatwiło znalezienie dobrego produktu za akceptowalną cenę. Wdrażając nowoczesne środowisko decyzyjne - zintegrowane wieloszczeblowe systemy informatyczne w tym rozwiązania obejmujące handel elektroniczny) można zwiększyć wydajność i efektywność pracy, rozwinąć procesy globalnej integracji, wprowadzać specjalizację oraz zautomatyzować procesy związane z zarządzaniem posiadanym potencjałem, w tym obejmujące realizację zamówień publicznych.

### **Podział handlu elektronicznego.**

W miarę rozwoju handel elektroniczny zaczęto systematyzować ze względu na:

### A) Rodzaje<sup>6</sup>:

- a) **bezpośredni** – gdzie cała transakcja handlowa od momentu złożenia zamówienia aż po płatność za towar odbywa się wyłącznie drogą elektroniczną;
- b) **pośredni** – poszukiwanie towarów, usług, nowych kontrahentów, przesłanie (zamówienia) dokumentów i płatności wykonywane są drogą elektroniczną, natomiast dostawa zamówionej usługi lub towaru odbywa się bezpośrednio, w tradycyjny sposób;
- c) **mieszany** – stosuje się czasowo różne formy przejściowe, zazwyczaj z powodu niedostatku rozwoju sieci lub usług telekomunikacyjnych.

### B) Obszary i uczestników transakcji<sup>7</sup>:

- a) na terenie tego samego kraju (*handel krajowy*);
- b) na terenie dwóch lub więcej krajów (*handel międzynarodowy lub globalny*)
- c) pomiędzy dwoma lub więcej firmami (**B2B** ang. *business-to-business*) wymiana handlowa między firmami dotycząca nie tylko zawierania transakcji, ale również poszukiwania partnerów, budowaniu sieci dostawców i odbiorców, poszukiwanie informacji handlowych i inne. Do prowadzenia działalności w tym sektorze drogą on-line służy wydzielony z publicznej sieci Internet system tzw. Intranetu Gospodarczego; najszybciej rozwijająca się gałąź handlu elektronicznego:
- d) pomiędzy firmą a konsumentem (**B2C** ang. *business-to-consumer*) – to wszelkie formy sprzedaży towarów i usług pojedynczym klientom, a więc sprzedaż detaliczna w sieci (tu właśnie zawierają się, na przykład, wszelkiego rodzaju sklepy wirtualne, czy aukcje drobnotowarowe);
- e) pomiędzy konsumentami (**C2C** ang. *consumer-to-consumer*);
- f) pomiędzy konsumentem a firmą (**C2B** ang. *consumer-to-business*).

### C) Infrastrukturę techniczną:

- a) sieć globalna - Internet<sup>8</sup>;
- b) sieć wewnętrzna - intranet<sup>9</sup>;

---

<sup>6</sup> [http://pl.wikipedia.org/wiki/Handel\\_elektroniczny](http://pl.wikipedia.org/wiki/Handel_elektroniczny).

<sup>7</sup> [http://portalwiedzy.onet.pl/134697,,,,rynek\\_elektroniczny,haslo.html](http://portalwiedzy.onet.pl/134697,,,,rynek_elektroniczny,haslo.html).

<sup>8</sup> Internet - jest to globalny, masowy system informatyczny, na który składa się zbiór połączonych sieci komputerowych opartych o protokoły TCP/IP (sprzęt komputerowy i telekomunikacyjny, oprogramowanie operacyjne, aplikacyjne, telekomunikacyjne itp.), zbiór zasobów znajdujących się w sieci, zbiór reguł posługiwania się nimi oraz zbiór usług (strony WWW, poczta elektroniczna, transfer plików, listy dyskusyjne, rozmowy w czasie rzeczywistym – IRC) wykorzystywany i rozwijany przez użytkowników, tworzących swoistą społeczność świadomą jego możliwości i ograniczeń.

<sup>9</sup> Intranet - jest to wewnętrzna sieć korporacyjna (w ramach jednej firmy), tworzona przy użyciu technologii internetowej - lokalna sieć komputerowa umożliwiająca wymianę informacji wewnątrz firmy

c) sieć zewnętrzna, łącząca intranety – ekstranet<sup>10</sup>.

#### **D) Wymagania techniczne w stosunku do zamawiającego i dostawcy:**

- a) standardowy sprzęt komputerowy, (komputer PC);
- b) kwalifikowany podpis elektroniczny.
- c) dostęp do Internetu (najlepiej on-line);
- d) umowę na świadczenie usług elektronicznych:
  - aukcje i przetargi np. roczny abonament;
  - zakupy katalogowe i procesy obsługi obiegu dokumentów;
  - analityka i wsparcie procesowe.
- e) wyznaczony i przeszkolony specjalista odpowiedzialny za pracę w systemie, w tym wprowadzanie danych;
- f) wdrożony regulamin e-przetargów i zakupów wraz z opisem procesów zakupowych.

#### **E) Sposoby zawierania umów w Internecie:**

- a) poprzez stronę WWW (sklep internetowy);
- b) poprzez pocztę elektroniczną (e-mail).

#### **Korzyści i ograniczenia w handlu elektronicznym.**

Dzięki prowadzeniu handlu elektronicznego można odnieść liczne korzyści, trudne czy wręcz niemożliwe do uzyskania przy stosowaniu tradycyjnych metod sprzedaży. Do zasadniczych korzyści, które uzyskamy z handlu elektronicznego należy zaliczyć:

- a) zmniejszenie kosztów transakcji handlowych, skrócenie czasu realizacji zamówienia, możliwość większego wyboru (wielu dostawców i większy asortyment produktów);
- b) automatyzacja składania i realizacji zamówień, stałe monitorowanie procesów zakupowych, uproszczenie procesów logistycznych oraz płatności;
- c) zmniejszenie kosztów zakupów i ograniczenie pracochłonności w procesach zakupowych, obniżenie cen w wyniku aukcji;
- d) zracjonalizowanie kosztów związanych z funkcjonowaniem i wyposażaniem biur, zmniejszeniem liczby personelu, skróceniem kanałów dystrybucji (uproszczeniem obiegu dokumentacji);

---

przy wykorzystaniu sieci Internet w sieciach lokalnych lub sieciach rozległych (np. między oddziałami przedsiębiorstw) należących do przedsiębiorstw.

<sup>10</sup> Ekstranet - to dwie (lub więcej) sieci korporacyjne wykorzystujące technologię internetową, połączone w taki sposób, by możliwa była efektywna współpraca między nimi. Jest to rozwinięcie koncepcji sieci Internet/intranet. Polega na tym, że zapewnia dostęp do wewnętrznej sieci danej firmy, innym uprzywilejowanym jednostkom (wybranym partnerom lub klientom) z zewnątrz, poprzez Internet, zasoby WWW i przeglądarkę internetową. Zapewnia przy tym wysoki stopień bezpieczeństwa.

- e) zwiększenie prostoty kontaktu z klientami łatwiejsze pozyskiwanie informacji o preferencjach klientów, pozwalające na zacieśnienie kontaktów z nimi i lepszą ich obsługę i wreszcie – wprowadzenie nowych sposobów reklamy i promocji, takich jak reklama internetowa czy programy lojalnościowe.
- f) zmniejszenie poziomu zapasów magazynowych – wyeliminowanie magazynów lub częściowe zmniejszenie ich liczby;
- g) szybkie zamieszczanie lub korygowanie oferty handlowej i bieżąca informacja o dostępności towarów, szybkie a zarazem szerokie rozpowszechnianie informacji o produktach i ich cenach na stronach internetowych i stosunkowo niskie koszty budowy oraz przebudowy serwisów;
- h) dane dotyczące przeprowadzonych transakcji w systemie są archiwizowane i przechowywane przez wymagany okres czasu;
- i) przejrzystość transakcji oraz wyeliminowanie możliwości wystąpienia zjawisk korupcyjnych;
- j) oszczędność czasu i podróży (fizycznej) przy pozyskiwaniu informacji i dokonywaniu porównań dóbr i usług.

Klienci sklepów z handlu on-line odnoszą korzyści, do których możemy zaliczyć:

- a) znaczna wygoda i oszczędność czasu;
- b) łatwy i szybki dostęp do informacji;
- c) możliwość analizy i porównania konkurencyjnych ofert;
- d) możliwość lepszego zapoznania się z ofertą (brak ograniczeń czasowych);
- e) dostęp do szerszego asortymentu towarów na całym świecie;
- f) precyzyjny opis towarów, możliwość zdalnego otrzymania bardziej szczegółowego opisy;
- g) klient może, przy pomocy zamieszczonych linków, przenieść się bezpośrednio na stronę producenta tego towaru;
- h) towary, które można otrzymać bezpośrednio przez sieć, (na przykład oprogramowanie) są cenowo korzystniejsze, gdyż pominięte zostają koszty transportu;
- i) możliwość przeglądania oferty bez ograniczeń czasowych i odległościowych;
- j) możliwość wyszukiwania towarów według dowolnego zadanego kryterium, na przykład ceny, rodzaju;
- k) nowe możliwości związane z wysłuchaniem np. utworu muzycznego, uruchomienia programu komputerowego w e-sklepie czy przeczytanie recenzji książki w e-księgarni.

W szczególności z handlu on-line znaczne korzyści odnoszą firmy, są to:

- a) niski koszt, redukcja kosztów (głównie dotyczy dużych producentów), oszczędności – ominięcie łańcucha pośredników, brak potrzeby utrzymywania punktów sprzedaży detalicznej, magazynów, zatrudniania personelu; eliminacja części tradycyjnych dokumentów



i korzystanie z „teleworkingu”, niski koszt dotarcia do wysokiej liczby potencjalnych klientów; niski koszt reklamy i promocji;

- b) elastyczność – ciągła i natychmiastowa możliwość aktualizowania oferty;
- c) bardziej szczegółowe opisy towarów;
- d) uatrakcyjnienie oferty poprzez organizowanie licytacji;
- e) dostęp do nowych klientów;
- f) skrócenie czasu dostępu do rynku towarów i usług, przyspieszenie procesów biznesowych;
- g) uzyskanie przewagi konkurencyjnej;
- h) dostęp do rynku światowego – około 100 mln. potencjalnych klientów; Polska – dostęp do krajowego rynku – około 1 mln. potencjalnych klientów, zmniejszenie zależności od rynku lokalnego;
- i) eliminacja negatywnego zjawiska sezonowości na rynku lokalnym;
- j) możliwości multimedialne, jakie daje sieć, pozwalają tej formie sprzedaży konkurować ze wszystkimi tradycyjnymi formami handlu;
- k) efektywność – prezentacja oferty 24 godziny na dobę, 365 dni w roku, bez zwiększenia kosztów oraz szybki kontakt z partnerami;
- l) interaktywność – powoduje, że handel on-line może dostarczyć sprzedającemu znacznie więcej informacji o kliencie, jego potrzebach, guście i upodobaniach;
- m) obniżenie kosztów połączeń telekomunikacyjnych;
- n) wzrost poziomu sprzedaży, wartości firmy oraz wzmocnienie jej pozycji;;
- o) lepsze wykorzystanie możliwości produkcyjnych, magazynowych i transportowych;
- p) szybki i łatwy dostęp do informacji gospodarczych, informacji o potencjalnych klientach i konkurencji (business-to-business).

Oprócz korzyści w handlu elektronicznym występują także ograniczenia i niedogodności:

Ogólne:

- a) ustawodawstwo nie nadąża z rozwiązywaniem problemów prawnych w związku z dynamicznym rozwojem handlu elektronicznego oraz jego zmiennością.
- b) nie mamy możliwości wypróbowania czy oględzin kupowanego towaru z wyjątkiem:
  - wirtualne próbowanie np. jazda samochodem (w tym w grach komputerowych);
  - sprzedaż towarów ze zdjęciami bądź z kamerą on-line;
  - katalogów elektronicznych.
- c) brakuje standardów i protokołów komunikacji (sieć telekomunikacyjna w skali kraju w trakcie rozwoju, trudności w zintegrowaniu oprogramowania systemów elektronicznego handlu z wieloma istniejącymi aplikacjami oraz bazami danych);

d) na niektórych obszarach kraju utrudniony dostęp do Internetu.

Ograniczenia i niedogodności z punktu widzenia klientów:

- a) zapewnienie bezpieczeństwa płatności przez sieć;
- b) niepewność, co do rzetelności sprzedawcy;
- c) brak możliwości wypróbowania, czy oględzin zakupywanego towaru;
- d) odczuwalny brak fizycznie istniejącego sprzedawcy, z którym można skonsultować pewne pilne kwestie.

Ograniczenia i niedogodności z punktu widzenia handlowców:

- a) zbyt wysoki koszt dostarczenia towaru do klienta;
- b) brak efektywnego i rozbudowanego systemu spedycyjnego i dostawczego;
- c) brak efektywnej obsługi płatności kartami kredytowymi;
- d) obniżenie osiągniętych marż, wynikające ze spłaszczenia cen a często z "wojny cenowej" między podmiotami.

Rozwój elektronicznego handlu uzależniony jest w dużym stopniu od niezawodności standardów pozwalających na bezpieczne przeprowadzanie transakcji sieciowych. W przypadku sklepu internetowego o względnym bezpieczeństwie można mówić dopiero wówczas, gdy spełnione są przynajmniej cztery podstawowe kryteria:

- a) możliwość potwierdzenia tożsamości obu stron transakcji;
- b) szyfrowany kanał transmisji na drodze klient – sprzedawca zapewniający poufność przesyłanych informacji, przede wszystkim numerów kart kredytowych. Obecnie stosowanymi rozwiązaniami są protokoły szyfrujące SSL (*Secure Sockets Layer*) oraz SET (*Secure Electronic Transaction*);
- c) zabezpieczenie serwera sklepu przed dostępem do prywatnych informacji o klientach przez osoby do tego nieupoważnione;
- d) zabezpieczenie serwera sklepu przed celowymi atakami przeprowadzanymi zarówno z zewnątrz (z Internetu) jak i od środka (z sieci lokalnej firmy).

Dokonywanie zakupów za pośrednictwem handlu elektronicznego powinniśmy pamiętać o kilku ważnych zasadach:

- a) zakupy należy dokonywać w znanych sklepach lub w sklepach, gdzie dane adresowe są widoczne ponadto dostępny jest także regulamin;
- b) płacąc kartą kredytową należy zwracać uwagę czy autoryzacja jest szyfrowana<sup>11</sup>.

Już dzięki stronie internetowej uzyskuje się wiele korzyści: nawiązany zostaje kontakt z klientem trwający przez dwadzieścia cztery godziny i siedem dni w tygodniu, klient ma w tym

---

<sup>11</sup> [http://mfiles.pl/pl/index.php/Handel\\_elektroniczny](http://mfiles.pl/pl/index.php/Handel_elektroniczny)

czasie dostęp do najnowszych informacji o przedsiębiorstwie, opisów jego produktów oraz możliwość wyboru odpowiadającej mu formy komunikacji, od osobistej wizyty przez kontakt telefoniczny do napisania listu elektronicznego lub wypełnienia formularza na stronie. Dostawca powinien tak skonstruować i uaktualniać swoją stronę, by móc zrealizować te funkcje, zarówno od strony technologicznej jak i odpowiednich procedur wewnątrz firmy. Strona internetowa ma tą przewagę nad katalogiem produktów czy ulotką reklamową, że koszt jej przygotowania jest mniejszy od wydawnictw papierowych a samo przygotowanie trwa dużo krócej; niższy może być koszt dotarcia do potencjalnego klienta, łatwiej i szybciej można wprowadzać poprawki i uzupełnienia. Dzięki technologiom takim jak Adobe Acrobat materiały reklamowe mogą być prezentowane na stronie internetowej z zachowaniem ich treści i układu graficznego. Drugim szybko rozwijającym się obszarem aktywności handlu elektronicznego są centra telefonicznej obsługi klienta, pełniące obok obsługi informacyjnej i serwisowej także funkcje handlowe.

Handel elektroniczny jest częścią e-biznesu - szeroko rozumianej działalności gospodarczej z wykorzystaniem możliwości oferowanych przez Internet. E-biznes to także integracja działań w Internecie z codziennymi operacjami dostawcy, połączenie jego publicznie dostępnych serwisów internetowych z wewnętrznymi systemami handlowymi, finansowo-księgowymi czy magazynowymi. Usprawnieniem przekazywania informacji w handlu elektronicznego jest pozycjonowanie stron. Wykorzystując pozycjonowanie stron każda firma, dostawca może zaistnieć, w zależności od atrakcyjności oferty, stanowiąc mniej bądź większą konkurencję dla potentatów danej branży. Pozycjonowanie stron to również zysk dla użytkowników wyszukiwarek, którzy szybko mogą odnaleźć potrzebne w danym momencie informacje czy usługi. Interaktywne aplikacje WWW pozwalają na implementację reguł i kontrolowanego dostępu do informacji o bieżących cenach, produktach, specyfikacjach oraz o stanie magazynowym. Pomaga to zagwarantować prawidłowy odbiór i realizację każdego zlecenia, sprzyjając znacznym oszczędnościom z tytułu zwrotów i dodatkowych wysyłek. Ponadto, te wydajniejsze i dokładniejsze narzędzia do przetwarzania zleceń online pozwalają znacznie zredukować tradycyjny cykl przetwarzania i realizacji zlecenia oraz skrócić czas dostawy do klientów i kontrahentów. Z punktu widzenia klientów w zasadzie nie ma żadnej różnicy. Przeglądają oni serwis, dokonują zakupów i płacą. Kiedy dochodzi do faktycznej zapłaty, klienci są przełączani do innego serwisu, obsługiwanego przez firmę zajmującą się płatnościami. W serwisie tym klienci wpisują swoje szczegółowe dane, tak samo, jak zrobiliby to w pierwotnym serwisie. Po zakończeniu procesu klienci są ponownie przełączani do serwisu handlowego, gdzie otrzymują potwierdzenie zamówienia. Jedną z głównych zalet takiego podejścia jest to, że klienci mogą otwierać indywidualne konta w firmie obsługującej płatności.

Inną nową formę płatności zapewnia koncepcja e-pieniędzy. Jest to elektroniczna odmiana systemów kart gotówkowych, testowanych na całym świecie przez niektóre firmy z branży usług finansowych. Karty te działają podobnie jak karty telefoniczne. Klienci kupują limity kredytowe, które są pobierane do karty z e-pieniędźmi poprzez czytnik kart procesorowych podłączony do komputera. Klienci mogą następnie dokonywać zakupów lub korzystać z płatnych serwisów, aż do wyczerpania limitu na karcie. E-pieniądze są jeszcze we wczesnym stadium rozwoju, ale oferują korzyści, zarówno dla kupujących, jak i dla sprzedających. Z punktu widzenia dostawców jest to elektroniczny odpowiednik gotówki. Pieniądze przepływają prosto z karty klienta na konto sprzedawcy. Dla klientów e-pieniądze oferują dodatkowy poziom zabezpieczeń. Środki na zakupy online są dostępne tylko wtedy, gdy faktycznie klient jest w trybie online, a ponadto są one ograniczone do kwoty kredytu na karcie. Możliwości oszustw i nadużyć są minimalne. Problemy firm prowadzących handel elektroniczny dotyczą bezpieczeństwa klienta i danych transakcji oraz uniemożliwienia dostępu osób nieuprawnionych, gdy klienci są w trybie online. Skuteczne, skalowalne technologie zabezpieczeń są powszechnie dostępne. Dają one dużą elastyczność, pozwalając na opracowanie i wdrożenie strategii bezpieczeństwa optymalizującej przepływ transakcji biznesowych przez dany serwis. Pierwszą linię obrony stanowią zapory firewall. Tworzą one sztuczną warstwę systemów między serwerami a światem zewnętrznym. Dane, które docierają do firmowej zapory firewall i odpowiadają wstępnie określonym charakterystykom, są odrzucane.

Większość serwisów handlu elektronicznego korzysta z ochrony poprzez hasło, co jest odpowiednie i wystarczające, by klient mógł uzyskać dostęp do wszelkich informacji związanych z jego własnym kontem. Już to samo w sobie jest znaczącą gwarancją, ale do wzmocnienia przekonania, że dany proces handlu elektronicznego jest bezpieczny, można użyć jeszcze innych technik. Kiedy klient przechodzi od przeglądania oferty do faktycznych zakupów, jego przeglądarka zwykle informuje go o przełączeniu do obszaru chronionego. Komunikat ten jest uzupełniany pojawieniem się na pasku stanu u dołu przeglądarki symbolu zamkniętej kłódki. Można także zaakcentować fakt, że obszary zakupów działają na bezpiecznych serwerach, na przykład przez zamieszczenie informacji o tym, jak działa system zabezpieczeń. Tak jak w rzeczywistym świecie są złodzieje i oszuści, także w Internecie będą osoby działające niezgodnie z prawem, dlatego bezpieczeństwo ma zawsze priorytet. Tylko zdrowy rozsądek i czujność pozwolą zapobiec niemal wszystkim atakom i przekonać klientów że bezpieczeństwo w e-handlu jest równie duże, jak w przypadku konwencjonalnych rynków sprzedaży detalicznej i bezpośredniej.

## Unijne i narodowe regulacje prawne.

Aby możliwe było prowadzenie handlu elektronicznego oraz swobodnego obrotu towarami między państwami członkowskimi UE w rozumieniu art. 23 ust. 2 traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską, niezbędne są odpowiednie regulacje prawne, takie same dla wszystkich krajów członkowskich Unii Europejskiej. Konieczność przestrzegania wymagań legislacyjnych jest bezsporna, zwłaszcza że za jakość oferowanych produktów odpowiadają ich producenci. Dążąc do spełnienia stawianych im wymagań oraz zabiegając o konkurencyjność swoich produktów na rynku, są oni zainteresowani ułatwionym dostępem do odpowiednich aktów prawnych. Z unijnych i narodowych regulacji prawnych należy wymienić:

- dyrektywy unijne 2004/17/EC i 2004/18/EC, program *eEurope 2005+* oraz nowy **i2010**;
- prawo zamówień publicznych<sup>12</sup>;
- ustawę o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne;
- Narodowy Plan Rozwoju na 2007-2013;
- program rządowy e-PUAP.

Dotychczasowy plan działań, przygotowany przez Komisję Europejską wspólnie z państwami członkowskimi i przedstawicielami przedsiębiorców, obejmował okres 2005 - 2007. Dyrektywy Unijne z kwietnia 2004 roku zobowiązały wszystkie kraje unijne do przygotowania do 31 stycznia 2006 roku ram prawnych regulujących zamówienia publiczne on-line. Państwa członkowskie Unii Europejskiej zobowiązały się do roku 2010 zapewnić wszystkim organom administracji publicznej w Europie możliwość udzielania wszystkich zamówień kanałami elektronicznymi (o ile możliwość taką dopuszcza obowiązujące prawo) oraz że co najmniej 50% zamówień publicznych o wartości powyżej określonego w dyrektywie poziomu będzie prowadzonych tą drogą.

---

<sup>12</sup> Podstawowe narzędzia wymienione w Prawie Zamówień Publicznych związane z handlem elektronicznym to:

- aukcja elektroniczna, która pozwala uzyskać korzystniejsze niż za pomocą tradycyjnych metod warunki zamówienia, w postępowaniach prowadzonych trybem przetargu nieograniczonego, przetargu ograniczonego lub negocjacji z ogłoszeniem;
  - licytacja elektroniczna, której wykorzystanie stanowi odrębny tryb zamówień;
- W niniejszej publikacji skoncentruję się na dwóch pierwszych narzędziach, ponieważ licytacja elektroniczna, będąca bardzo użytecznym trybem dla sektora publicznego, nie jest formalnie trybem dla zamówień sektorowych;
- dynamiczny system zakupów, który przyspiesza i usprawnia realizację przetargów nieograniczonych.

Wyciąg z dyrektywy i2010 dotyczący e-przetargów i e-zakupów.



KOMISJA WSPÓLNOT EUROPEJSKICH  
Bruksela, 25.04.2006

COM(2006) 173 wersja ostateczna

**KOMUNIKAT KOMISJI DO RADY, PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO,  
EUROPEJSKIEGO KOMITETU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO ORAZ KOMITETU  
REGIONÓW**

**Plan działania na rzecz administracji elektronicznej w ramach inicjatywy i2010:  
przyspieszenie wprowadzania elektronicznych usług administracji publicznej w Europie z  
korzyścią dla wszystkich**

{SEC (2006) 511}

---

**4. Kluczowe usługi dla ludności i podmiotów gospodarczych**

W ramach programu na rzecz elektronicznej administracji modernizowane są setki usług publicznych. Większość z nich świadczona jest na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym, istnieje jednak szereg usług **transgranicznych**, które przynoszą znaczące korzyści obywatelom, przedsiębiorcom i organom administracji, stanowiąc znakomity przykład europejskiej administracji elektronicznej.

Rozpowszechnienie elektronicznych zamówień publicznych jest zatem wysoce pożądane. Państwa członkowskie zobowiązały się **do roku 2010 zapewnić wszystkim organom administracji publicznej w Europie możliwość udzielania wszystkich zamówień kanałami elektronicznymi (o ile możliwość taką dopuszcza obowiązujące prawo) oraz doprowadzić do tego, aby co najmniej 50 % zamówień publicznych o wartości powyżej progu WE<sup>2</sup> było przyznawane tą drogą.**

Również w programie naprawy finansów RP jako jeden z mechanizmów naprawy budżetu wymieniono wdrożenie systemu zakupów drogą elektroniczną.

Prawo Zamówień Publicznych (PZP), które weszło w życie 2 marca 2004 roku umożliwiło organizowanie w Polsce aukcji elektronicznych. Wprowadzone w ustawie ograniczenie (możliwość stosowania aukcji elektronicznych do 60 000€ i tylko dla dostaw) utrudnia administracji pełne zastosowanie aukcji jako narzędzia eliminującego zagrożenia korupcyjne i przynoszącego oszczędności finansowe.

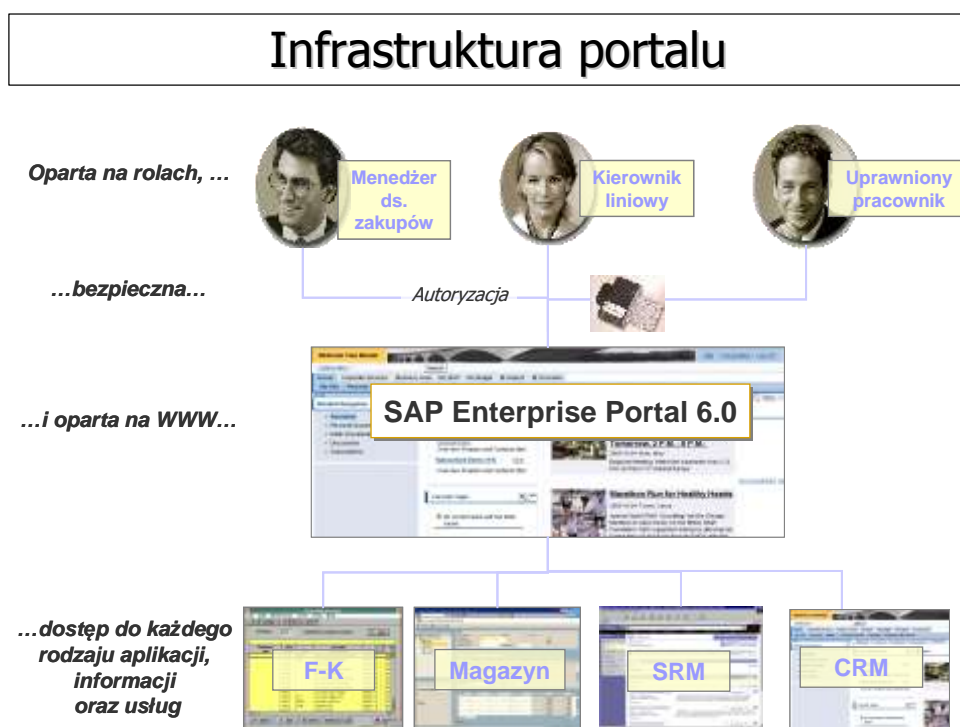
W grudniu 2008 roku Rada Ministrów przyjęła program działań na rzecz wspierania elektronicznego handlu i usług na lata 2009 – 2011. Program wprowadza ułatwienia w prowadzeniu działalności gospodarczej przy wykorzystaniu Internetu, tworzenie warunków prawnych do wykorzystania narzędzi teleinformatycznych oraz pomoc w podnoszeniu kwalifikacji zawodowych na odległość. Działania przewidziane w dokumencie mają przyczynić się do stworzenia odpowiedniego otoczenia dla handlu i biznesu elektronicznego. W szczególności nastąpić zwiększenie zastosowań elektronicznych w działalności gospodarczej oraz szersze wykorzystanie treści elektronicznych o walorach biznesowych. Rynek handlu elektronicznego w Polsce jest niewielki - stanowi jedynie 1 procent handlu detalicznego i ok. 6 proc. handlu hurtowego. Zaledwie 11 proc. obywateli dokonuje transakcji w Internecie, 5 proc. wszystkich przelewów bankowych obywateli to przelewy elektroniczne, 8,2 proc. wysła

wypełnione elektronicznie formularze urzędowe. Program wspierania handlu elektronicznego stanowi realizację Planu informatyzacji państwa na lata 2007-2010<sup>13</sup>.

**Aukcje elektroniczne gwarantują całkowitą przejrzystość transakcji i eliminują możliwości wystąpienia zjawisk korupcyjnych.** Zasadniczy wpływ ma na to minimalizacja udziału czynnika ludzkiego i zapewnienie pełnego bezpieczeństwa transakcji (dane są szyfrowane i autoryzowane podpisem elektronicznym).

### Zakupy przez Polską Platformę Przetargową.

W Polsce istnieje możliwość dokonywania zakupów w drodze elektronicznej przez urzędy i instytucje publiczne oraz przedsiębiorstwa i firmy, które mogą np. dokonywać zakupów elektronicznych przez Polską Platformę Przetargową (PPP), umiejscowioną w Polskiej Wytwórni Papierów Wartościowych. Platforma ta wykorzystuje oprogramowanie mySAP SRM 3.0 firmy SAP oraz nowoczesny sprzęt i wyposażenie, niezbędne do sprawnej i bezpiecznej obsługi aukcji i zakupów na platformie przetargowej (rys. 1).



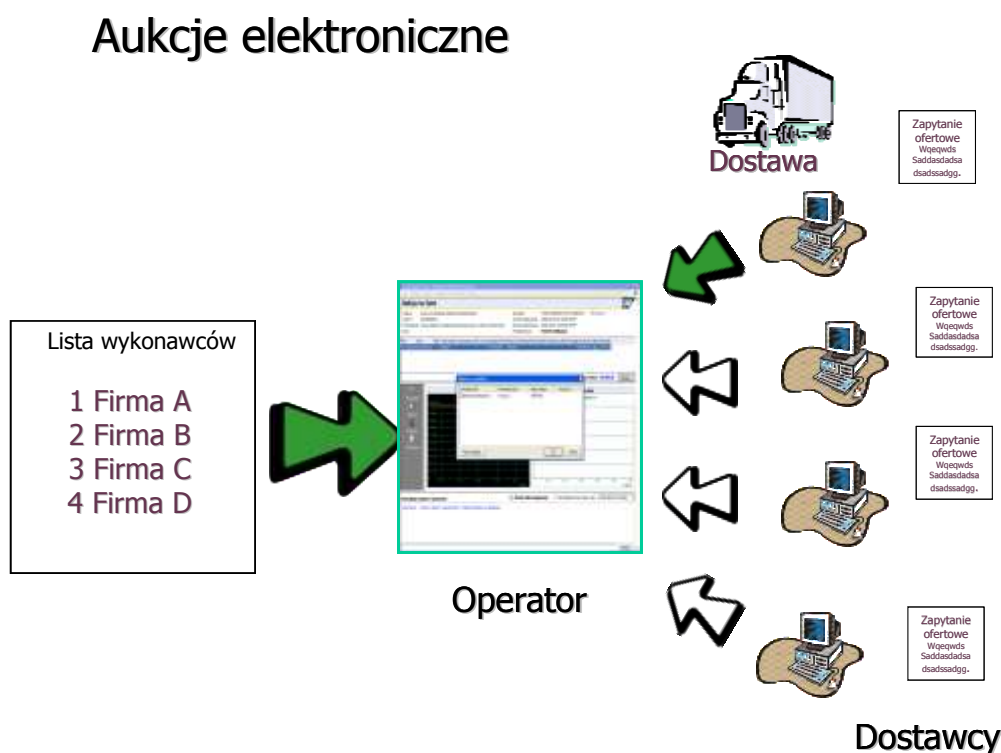
Rys. 1. Platforma przetargowa - infrastruktura portalu.

W zależności od pełnionych funkcji w procesie zarządzania powierzonymi zadaniami, każda uprawniona osoba, poprzez system autentykacji może korzystać z dostępu do baz i usług

<sup>13</sup> <http://media2.pl/internet/45331-rzad-wspiera-handel-elektroniczny.html>

platformy. Dostęp ten dzięki Internetowi jest bezpieczny praktycznie z dowolnego miejsca. System SRM 3.0 w pełni łączy i integruje się z innymi systemami, np. klasy ERP, CRM.

**Aukcja elektroniczna** (rys. 2) odbywa się w specjalnie do tego celu skonfigurowanym środowisku - na platformie elektronicznej - wykorzystując mechanizm odwróconej licytacji. Dostawcy logują się do systemu, aby wziąć udział w aukcji i w odpowiedzi na cenę wywoławczą składają oferty z coraz niższą ceną aż do określonego przez nich progu opłacalności. Zwycięzcą zostaje dostawca, który zaproponuje najkorzystniejszą ofertę, do momentu zamknięcia aukcji. Aplikacja aukcyjna nie stwarza ograniczeń w zakresie ilości dostawców, którzy mogą brać udział w licytacji. Zarówno nabywca jak i dostawcy, mają możliwość obserwowania przebiegu aukcji i składania ofert w czasie rzeczywistym, co w znacznym stopniu wpływa na ich konkurencyjność.



Rys. 2. Elementy aukcji elektronicznej.

Zgodnie z prawem zamówień publicznych zainteresowani dostawcy są informowani o aukcji elektronicznej za pomocą ogłoszenia o zamówieniu na stronie internetowej nabywcy oraz operatora. Operator, na życzenie klienta może poinformować o aukcji wskazanych przez niego dostawców oraz/lub współpracujących z Polską Platformą Przetargową. System aukcyjny Polskiej Platformy Przetargowej umożliwia **stosowanie bezpiecznego podpisu elektronicznego**, weryfikowanego kwalifikowanym certyfikatem do sygnowania każdej oferty, wprowadzanej przez dostawcę do systemu, podczas aukcji. System oferowany przez PPP



umożliwia przeprowadzenie aukcji wieloetapowych, jak również wielu aukcji równoległe. Przy wyborze dostawcy wyrobu składającego się z wielu elementów można przeprowadzić wiele aukcji jednocześnie, a na koniec po wnikliwej analizie wybrać kilku lub jednego dostawcę.

Zastosowanie aukcji elektronicznych, jako metody wyboru dostawcy, przynosi korzyści ekonomiczne i organizacyjne. Oprócz korzyści w postaci oszczędności cenowych, aukcje elektroniczne pozwalają skrócić czasochłonny proces negocjacji i spotkań z dostawcami. Dają możliwość udziału w aukcji w czasie rzeczywistym nieograniczonej liczby dostawców oraz gwarantują jawność składanych ofert, to zaś zwiększa ich konkurencyjność i pozwalają nabywcy uzyskać niższą cenę.

Oszczędności cenowe sektora administracji publicznej z dotychczas przeprowadzonych na PPP aukcji, dla sektora administracji publicznej, wyniosły od 4 do 65%. Wielkość oszczędności zależy od wielu czynników m.in. przedmiotu aukcji (jego dostępności, liczby dostawców) oraz ceny wyjściowej (musi być rozsądnie określona, realna – taka, jaką wydano na podobny zakup, nie powinna być zaniżona, ponieważ to zniechęca licytujących). Zazwyczaj wielkość redukcji cen podczas aukcji zawiera się w przedziale 10-20 %.

Handel tradycyjny potrzebuje papierowej dokumentacji. Podstawowymi kanałami przepływu informacji są listy, telefony, faksy. Słaba jest organizacja jeśli chodzi o powiązania dostawców z odbiorcami, wąska komunikacja. Istotne znaczenie ma zachowanie tajemnicy między pośrednikami, głównie jeśli chodzi o ceny. Ukierunkowanie na firmę jest podstawową filozofią. Handel elektroniczny charakteryzuje się odwrotnymi cechami - multimedia zamiast dokumentacji papierowej, elektroniczne drogi przekazu informacji. Występuje silna współpraca między podmiotami i szeroka komunikacja. Cechuje go stała interakcja między partnerami i przejrzystość, jawność transakcji, dzięki czemu możliwa jest eliminacja części pośredników. Filozofią jest ukierunkowanie na problemy ogólne łańcucha logistycznego.

Internetowe zakupy oferują nam bardzo wiele możliwości, możemy na przykład kupić niezwykle wiele różnorodnych produktów i zamówić tą drogą wiele usług. W Polsce nabycie produktów spożywczych przez Internet nie jest jeszcze zbyt szeroko rozpowszechnione w innych krajach (zachodnich) jest możliwe, aby zamówić sobie dostarczenie do domu podstawowych artykułów żywnościowych albo z powodu braków w lodówce, albo zwyczajnie z powodu chęci konsumpcji chrupiących bułek przy śniadaniu.

Aby rozpocząć własną działalność gospodarczą w zakresie handlu w Internecie powinniśmy rozpocząć formalności w takim trybie, jak w przypadku tradycyjnego zakładania firmy. Oprócz formalności, niewątpliwie istotną rzeczą jest wykupienie odpowiedniej do formy naszego biznesu domeny internetowej, opłacenie informatyka, który zajmie się stworzeniem

naszej strony internetowej możemy tym zająć się sami, dzięki licznym programom do projektowania stron www nie jest to obecnie szczególnie trudne. Po zapewnieniu miejsca do prowadzenia działalności, czyli strony internetowej, a następnie założeniu działalności gospodarczej, pozostanie nam wyszukanie odpowiednich kontrahentów do dostarczania nam swoich produktów i usług. Gdy to się stanie, trzeba stwierdzić, że to dopiero początek. W następnej kolejności powinniśmy jednak zainwestować w reklamę. Reklama rozpropaguje nasz biznes i tylko ona zapewni nam klientów. Również w Internecie reklama jest dźwignią handlu.

### **Handel elektroniczny w instytucjach związanych z bezpieczeństwem**

Dla przykładu w Ministerstwie Obrony Narodowej zakupami elektronicznymi zajmował się Departament Zaopatrywania Sił Zbrojnych od 2011 Inspektorat Uzbrojenia. Zakupy elektroniczne realizowane są na mocy podpisanej umowy z Polską Wytwórnią Papierów Wartościowych (PWPW) w Warszawie, w której funkcjonuje Polska Platforma Przetargowa. PWPW udostępnia resortowi obrony narodowej technologie i oprogramowanie niezbędne do dokonywania przetargów i zakupów w drodze elektronicznej. Rozwiązanie takie umożliwia korzystanie z gotowego systemu, co przynosi znaczne oszczędności finansowe i zapobiega zjawiskom korupcyjnym. Ponadto każda aukcja elektroniczna jest na bieżąco obserwowana przez nabywcę i dostawców. Zwycięzcą zostaje dostawca, który zaoferuje najniższą cenę bądź którego kompleksowa oferta najbardziej satysfakcjonuje nabywcę. W resorcie obrony narodowej aukcje elektroniczną stosuje się jako finalny element postępowania zgodnie z Prawem Zamówień Publicznych po spełnieniu wymagań, które pozwolą na jej wykorzystanie, w tym:

- a) umieszczenie informacji związanej z przeprowadzeniem aukcji elektronicznej w ogłoszeniu o zamówieniu publicznym wraz z odpowiednimi informacjami (min. wymagania techniczne);
- b) umieszczenie „kryteriów oceny ofert w toku aukcji elektronicznej” w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia (dopuszczone są także kryteria inne niż cena – np. termin dostawy, każde kryterium musi być jednak tak zdefiniowane, aby możliwa była automatyczna ocena ofert, a w przypadku zastosowania kilku kryteriów konieczne jest podanie wagi każdego z nich);
- c) niezależnie od trybu, aby przeprowadzić aukcję elektroniczną, zamawiający musi otrzymać co najmniej 3 ważne oferty.

Aukcja elektroniczna trwa przeciętnie 30-90 minut i ma tylko jeden etap. Zaproszenie do aukcji otrzymują (co istotne) drogą elektroniczną wszyscy uczestnicy postępowania, których oferty nie podlegają odrzuceniu. W zaproszeniu określany jest termin otwarcia aukcji - nie

wcześniej niż 2 dni robocze od wysłania zaproszenia. Ofertą wejściową każdego z uczestników aukcji jest oferta złożona w przetargu. Oferty podlegają automatycznej ocenie oraz klasyfikacji i są przeliczane na punkty. Uczestnicy mają cały czas dostęp do informacji o punktacji i pozycji swoich ofert oraz o punktacji oferty, która w danym momencie aukcji jest najkorzystniejsza. Nie mają natomiast dostępu do informacji pozwalających na identyfikację pozostałych oferentów. W czasie trwania aukcji jej uczestnicy pozostają w trybie bezpośredniego połączenia z systemem aukcyjnym i, używając podpisu elektronicznego, mogą dowolną ilość razy korygować warunki swojej oferty – aż do ogłoszenia zwycięzcy. Zwycięzcą zostaje firma (dostawca), która w przewidzianym czasie trwania aukcji złożyła najkorzystniejszą ofertę.

Aukcja elektroniczna może stanowić podstawowy etap postępowań prowadzonych zgodnie z trybem przetargu nieograniczonego, przetargu ograniczonego i negocjacji z ogłoszeniem. Jako jej podstawowe zalety wskazuje się:

- a) umożliwienie dalszych negocjacji związanych z warunkami w poszczególnych trybach stosowanych ze względu na wartość zamówienia;
- b) skrócenie do minimum procesu negocjacji (wszyscy potencjalni dostawcy w jednym czasie w ciągu 30-90 minut)
- c) odciążenie biurokratyczne - w normalnym procesie negocjacji wymagane byłoby przygotowanie protokołów z każdej z sesji negocjacyjnej;
- d) przejrzystość zasad aukcji dla dostawców.

Resort obrony narodowej w latach 2006 – 2008 w stu sześćdziesięciu aukcjach elektronicznych dokonał zakupów na sumę 450 mln zł, tym samym zaoszczędził 53 mln zł. Zapewne w przyszłości wojsko w większym stopniu będzie stosowało elektroniczną formę zakupu. Daje ona możliwość uzyskania oszczędności i zapobiega korupcji oraz umożliwia racjonalnie wydawanie środków finansowych.

Zgodnie z dyrektywą Unii Europejskiej i2010, dotycząca e-przetargów i e-zakupów od 2010 roku będzie wymagane organizowanie aukcji, przetargów i zakupów w drodze elektronicznej. Zastosowanie tego rozwiązania prowadzi do oszczędności kosztów zakupu i ograniczenia pracochłonności w procesach zakupowych. Handel elektroniczny daje dużą możliwość zastosowania efektywnościowych rozwiązań, w tym monitorowania procesów zakupowych, zapewnia pełną nowoczesną analitykę finansową. W rozwiązaniu tym mamy możliwość zagwarantowania całkowitej przejrzystości transakcji i wyeliminowania możliwości wystąpienia zjawisk korupcyjnych, a oszczędności w wysokości około 10 – 20%. W aukcji elektronicznej przez szyfrowanie zapewnione zostaje pełne bezpieczeństwo transakcji,

a wiarygodność potwierdzona podpisem elektronicznym. Czym szybciej powszechnie zastosujemy to rozwiązanie tym większe osiągniemy korzyści ekonomiczne i organizacyjne.

#### Literatura:

1. Wyciąg z dyrektywy i2010 dotyczący e-przetargów i e-zakupów, COM(2006) 173 Bruksela.
2. Dziuba D.: *Ewolucja rynków w przestrzeni elektronicznej*, WNE UW, Warszawa, 2001.
3. Afuah A., Tucci Ch., *Biznes internetowy - strategie i modele*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.
4. Hartman A., Sifonis J., Kador J., *E-biznes - strategie sukcesu w gospodarce internetowej - sprawdzone metody organizacji przedsięwzięć e-biznesowych*, Wyd. K.E. Liber s.c., Warszawa 2001.
5. W.M. Grudzewski, I.K. Hejduk, *Przedsiębiorstwo wirtualne*, Difin, Warszawa 2002.
6. Majewski P., *Czas na E-biznes*, Wyd. Złote Myśli, Gliwice 2007.
7. Niedźwiedziński M. *"Globalny handel elektroniczny"*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
8. Dziuba D. T. *"Ewolucja rynków w przestrzeni elektronicznej"* Katedra Informatyki Gospodarczej i Analiz Ekonomicznych Wydział Nauk Ekonomicznych Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2001.
9. Szpringer W. *"Prowadzenie działalności gospodarczej w internecie"* Wydawnictwo Difin, Warszawa 2005.
10. Kohler T., Best R., *Electronic Commerce*, CeDeWu, 2001.
11. Chmielarz Witold, *Systemy biznesu elektronicznego*, Difin, 2007.
12. Banacewicz-Miazga A., *E-business w Internecie i multimediami*, Mikom, 2003\*Red. naukowa Chmielarz Witold, Modele efektywnych zastosowań elektronicznego biznesu w sektorach gospodarki polskiej, Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna, 2007
13. Naukowe WZ UW, Warszawa, 2001.
14. Zalewski K.: *Perspektywy informatyzacji logistyki Wojska Polskiego – Aukcja elektroniczna czyli jak zapobiec korupcji*. Logis. Wewn. 4/2006 SG WP, Warszawa.
15. *Systemy informatyczne organizacji wirtualnych*, red. M.Pańkowska, H.Sroka, Wydawnictwo AE w Katowicach, Katowice, 2002.
16. Ustawa z dnia 2 marca 2000 r o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialność za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr.22, poz.271 z późn. zm.).
17. Ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 144, poz. 1204 z późn. zm.).
18. <http://ec.europa.eu/egovernment> na stronach programu na rzecz wspierania polityki w dziedzinie technologii informacyjno-komunikacyjnych.
19. [http://portalwiedzy.onet.pl/134004,,,gielda\\_elektroniczna,haslo.html](http://portalwiedzy.onet.pl/134004,,,gielda_elektroniczna,haslo.html).
20. [http://portalwiedzy.onet.pl/134697,,,rynek\\_elektroniczny,haslo.html](http://portalwiedzy.onet.pl/134697,,,rynek_elektroniczny,haslo.html).
21. [http://pl.wikipedia.org/wiki/Handel\\_elektroniczny](http://pl.wikipedia.org/wiki/Handel_elektroniczny).
22. <http://media2.pl/internet/45331-rzad-wspiera-handel-elektroniczny.html>.