



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

**ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: ΠΑΠΑΖΑΧΑΡΗ ΑΓΓΕΛΙΚΗ - ΙΟΥΛΗ, 1112
ΦΡΡΟΚΟΥ ΚΛΕΒΙΣΑ, 1164

Επιβλέπων: ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΜΑΣΤΟΡΑΚΗΣ, ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

©
2023



HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
SCIENCE**

**DEPARTMENT OF MANAGMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY**

**DIGITAL TRANSFORMATION AND
MARKETING PRACTICES IN THE GREEK
PUBLIC ADMINISTRATION**

DIPLOMA THESIS

Student : PAPAZACHARI ANGELIKI - IOLI, 1112.
FRROKU KLEVISA, 1164

Supervisor : GEORGIOS MASTORAKIS, ASSOCIATE PROFESSOR

©
2023

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός αυτής της διπλωματικής εργασίας είναι να διερευνήσει την εφαρμογή του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ στην ελληνική δημόσια διοίκηση. Οι προσδοκίες των πολιτών από τις δημόσιες υπηρεσίες άλλαξαν ριζικά έπειτα από την πανδημία covid 19 και την ψηφιακή επανάσταση σε όλους τους τομείς της καθημερινότητας. Οι πολίτες – πελάτες έχουν υψηλές απαιτήσεις από τον δημόσιο τομέα για άμεση και αποτελεσματική εξυπηρέτηση με ποιότητα και διαφάνεια. Τα προηγούμενα χρόνια οι κυβερνήσεις λειτουργούσαν εστιάζοντας στις δικές τους ανάγκες, δυνατότητες και διαδικασίες και όχι στις ανάγκες των ανθρώπων που καλούνται να εξυπηρετήσουν.

Η θεωρία της Νέας Δημόσιας Διοίκησης αποτέλεσε αρχικά την λύση στην γραφειοκρατία, το υψηλό κόστος και την δυστοκία του παραδοσιακού τρόπου λειτουργίας του δημόσιου τομέα. Ο δημόσιος τομέας ενθαρρύνθηκε να αντλήσει διδάγματα από την εμπειρία του ιδιωτικού τομέα για τη διασφάλιση αποτελεσματικού σχεδιασμού και παροχής υπηρεσιών. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός και το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ είναι οι λύσεις που προσφέρει η τεχνολογία για την βελτίωση των υπηρεσιών του δημόσιου τομέα στην σύγχρονη εποχή.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία κατέγραψε και παρουσιάζει τα αποτελέσματα έρευνας με την μέθοδο του δομημένου ερωτηματολογίου για τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης καθώς και γενικότερα συμπεράσματα από την βιβλιογραφική έρευνα που διεξήχθη στα πλαίσια της εργασίας.

Λέξεις κλειδιά: δημόσια διοίκηση, ψηφιακός μετασχηματισμός, ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, ηλεκτρονικές υπηρεσίες

ABSTRACT

This diploma thesis aims to explore the application of electronic marketing in the Greek public administration. Citizens' expectations of public services changed radically after the covid 19 pandemic and the digital revolution in all areas of everyday life. Citizens – customers have high demands from the public sector for immediate and effective service with quality and transparency. In previous years governments operated focusing on their own needs, capabilities and processes and not on the needs of the people they are called upon to serve.

The theory of the New Public Administration was initially the solution to the bureaucracy, the high cost and the difficulty of the traditional way of operating the public sector. The public sector was encouraged to learn from the experience and lessons learned from the private sector to ensure effective planning and delivery of services. Digital transformation and digital marketing are the solutions offered by technology to improve public sector services in the modern era.

This thesis recorded and present the results of a research with the method of structured questionnaire on the strengths and weaknesses of e-government as well as general conclusions from the bibliographic research conducted in the context of the paper.

Key Words: public administration, digital transformation, digital marketing, e-services

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝv

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝvi

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣvii

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 18

ΕΙΣΑΓΩΓΗ8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 210

ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ10

2.1 Έννοιες και ορισμοί10

2.1.1 Τομείς ηλεκτρονικής διακυβέρνησης10

2.2 Ηλεκτρονική διακυβέρνηση11

2.2.1. Μοντέλο ωριμότητας 5 επιπέδων13

2.2.2. Κινητήριες δυνάμεις του τομέα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης «κυβέρνηση προς πολίτη» (G2C)14

2.2.3. Στάδια ανάπτυξης της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης15

2.2.4. Πιθανές προκλήσεις για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση16

2.3 Η θεωρία του «New Public Service Management»17

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 321

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ21

2.1 Μάρκετινγκ21

2.2 Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ25

2.3 Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (KPIs) στο Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ29

2.4 Μάρκετινγκ Υπηρεσιών – Μίγμα μάρκετινγκ30

2.5 Η έννοια του πολίτη - πελάτη33

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 435

Ο ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ35

4.1. Οριοθέτηση δημόσιου τομέα στην Ελλάδα35

4.2. Ιστορική Αναδρομή40

4.3. Η ενιαία ψηφιακή πλατφόρμα της δημόσιας διοίκησης - gov.gr42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 545

ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ45

5.1 Μεθοδολογία45

5.2 Ανάλυση δείγματος46

5.3 Β' μέρος ερωτηματολογίου – Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης)50

5.4 Γ' μέρος ερωτηματολογίου – Αδυναμίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης57

5.5 Συμπεράσματα ερευνητικού μέρους63

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 665

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ65

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ68

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 171

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ71

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Μέγεθος δημόσιου τομέα - Τακτικό και έκτακτο προσωπικό της δεκαετία 2013-202238

Πίνακας 2: Οι σημαντικότεροι ιστορικοί σταθμοί της ελληνικής δημόσιας διοίκησης40

Πίνακας 3: Στοιχεία επισκεψιμότητας gov.gr το διάστημα Μάρτιος 2020 - Νοέμβριος 202243

Πίνακας 4: Προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες gov.gr το Νοέμβριο του 202244

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Βασικοί Άξονες της Νέας Δημόσιας Διοίκησης	18
Εικόνα 2: Τα Χαρακτηριστικά της Νέας Δημόσιας Διοίκησης.....	19
Εικόνα 3: Marketing mic, 4Ps	22
Εικόνα 4:Τα 4 P	23
Εικόνα 5: Τύποι Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ.....	25
Εικόνα 6: Μείγμα Μάρκετινγκ Υπηρεσιών	31
Εικόνα 7: Οριοθέτηση Δημόσιου Τομέα στην Ελλάδα	37
Εικόνα 8: Σύνολο απασχολούμενου προσωπικού (τακτικό & έκτακτο) στον Δημόσιο Τομέα την τελευταία δεκαετία (2013-2022)	39
Εικόνα 9: Ψηφιακές Υπηρεσίες Ελληνικού Δημοσίου.....	65

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την παρουσίαση της εργασίας αυτής, θα επιθυμούσαμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας στον κύριο Γιώργο Μαστοράκη, σύμβουλο καθηγητή, για την υποστήριξη και βοήθεια του σε όλη την διαδικασία εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας. Επιπλέον ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλουμε σε όλους τους καθηγητές του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ για όλα τα ερεθίσματα και τις γνώσεις που μας έδωσαν όλα τα χρόνια φοίτησης μας. Εξίσου σημαντική ήταν η υποστήριξη της οικογένειας και των φίλων μας, για τη διαρκή βοήθεια και ενθάρρυνση τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η έννοια του μετασχηματισμού στον ιδιωτικό τομέα, είναι στενά συνδεδεμένη με την έννοια της προσαρμοστικότητας και υποστηρίζει τις προσπάθειες για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Στον δημόσιο τομέα, αφορά την εκμετάλλευση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών (ΤΠΕ) σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο, με στόχο την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών του δημοσίου, αλλά και την ταυτόχρονη ενίσχυση των δημοκρατικών διαδικασιών όπως και την στήριξη των πολιτικών που ασκεί ο δημόσιος τομέας. Η προσπάθειες αυτές συνοδεύονται από προσπάθειες συνδυαζόμενες με οργανωτικές αλλαγές και νέες δεξιότητες του προσωπικού.

Η ενδεδειγμένη εφαρμογή των αρχών της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης μπορεί να οδηγήσει τα κυβερνητικά καθήκοντα να ασκούνται με ψηλότερα επίπεδα αποτελεσματικότητας και απόδοσης, στην σαφή βελτίωση των διαδικασιών και των διεργασιών, να αυξήσει την ποιότητα των δημόσιων υπηρεσιών, να αξιοποιήσει καλύτερα την χρήση των πληροφοριών εντός των διαδικασιών λήψεων αποφάσεων και να επιτρέψει την ευχερέστερη επικοινωνία ανάμεσα στις διάφορες κυβερνητικές υπηρεσίες.

Στο δεύτερο κεφάλαιο περιγράφεται το θεωρητικό πλαίσιο του ψηφιακού μετασχηματισμού και της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης. Επιπρόσθετα, γίνεται ευρεία αναφορά στην θεωρία του «New Public Service Management» και της νέας αυτής αντίληψης για την δημόσια διοίκηση.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται έννοιες και ορισμοί σχετιζόμενοι με το μάρκετινγκ, το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ και τους βασικούς δείκτες απόδοσης του. Στη συνέχεια αναλύεται η έννοια του πολίτη-πελάτη, τον οποίο οι δημόσιες υπηρεσίες οφείλουν να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά και να προσπαθούν να ανταπεξέρχονται αποτελεσματικά στις ανάγκες του.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια προσπάθεια οριοθέτησης του ελληνικού δημόσιου τομέα στο Σύνταγμα της Ελλάδος, στα ελληνικά νομοθετήματα, το Ευρωπαϊκό Δίκαιο αλλά και μέσω των ερμηνειών που δίνει το Συμβούλιο της Επικρατείας. Στο ίδιο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια απόπειρα να προσδιοριστεί το

μέγεθος του ελληνικού δημόσιου τομέα μέσα από τα πρόσφατα στατιστικά δεδομένα της απογραφής του ανθρώπινου δυναμικού που πραγματοποιείται τα τελευταία δέκα χρόνια και επιτρέπει επιτέλους να γνωρίζουμε επακριβώς τον αριθμό των δημοσίων υπαλλήλων. Φυσικά από το κεφάλαιο αυτό δεν θα μπορούσε να λείπει η περιγραφή της ενιαίας ψηφιακής πύλης της δημόσιας διοίκησης – gov.gr που έχει να επιδείξει εντυπωσιακά αποτελέσματα το χρονικό διάστημα Μάρτιος 2020 – Μάρτιος 2023 οπότε και λειτουργεί.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που υλοποιήθηκε ως αναπόσπαστο μέρος της εργασίας αυτής, με στατιστική ανάλυση καθώς και τα συμπεράσματα που προκύπτουν. Στην έρευνα αυτή συμπληρώθηκε ερωτηματολόγιο από 100 άτομα, μέσω των οποίων έγινε προσπάθεια να μετρηθεί η ικανοποίηση των πολιτών όσον αφορά τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρει ο δημόσιος τομέας.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο περιέχονται κάποια γενικά συμπεράσματα αναφορικά με παρεχόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες στη Δημόσια Διοίκηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ

2.1 Έννοιες και ορισμοί

Σαν όρος, ο ψηφιακός μετασχηματισμός υιοθετήθηκε από τον ιδιωτικό τομέα συνδεδεμένος κυρίως με την χρήση νέων τεχνολογιών ως ανάγκη για να παραμείνουν ανταγωνιστικές οι επιχειρήσεις στην εποχή του παγκόσμιου Διαδικτύου, στο οποίο οι υπηρεσίες και τα προϊόντα παρέχονται σχεδόν χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς. Ο μετασχηματισμός των διαδικτυακών υπηρεσιών θεωρείται ως ένας τρόπος βελτίωσης της προσαρμοστικότητας και της αυτοματοποίησης μέσω της τυποποίησης.

Στον δημόσιο τομέα, ο όρος «ψηφιακός μετασχηματισμός» αφορά τον τρόπο με τον οποίο το δημόσιο αξιοποιεί τις Τ.Π.Ε. προκειμένου να ενισχύσει την προσφορά υπηρεσιών, να τροποποιήσει τις οργανωτικές διαδικασίες και την κουλτούρα, αλλά και την επίδρασή του στην δημιουργία αξίας. Στην βιβλιογραφία χρησιμοποιούνται οι έννοιες «ηλεκτρονική διακυβέρνηση», «ψηφιακή διακυβέρνηση» αλλά και «μετασχηματιστική διακυβέρνηση» χωρίς να γίνεται προσπάθεια διάκρισης σαν να είναι ταυτόσημες έννοιες (Mergel, Edelmann, & Haug, 2019).

Ηλεκτρονική διακυβέρνηση είναι η εκμετάλλευση των ΤΠΕ από τις δημόσιες υπηρεσίες (σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο, της κεντρικής διοίκησης ή της αυτοδιοίκησης), συνδυαζόμενων με αλλαγές σε οργανωτικό επίπεδο καθώς την ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων του προσωπικού. Στόχος είναι η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών του δημοσίου, καθώς και της ενίσχυσης των δημοκρατικών διαδικασιών και της υποστήριξης των πολιτικών που ασκεί ο δημόσιος τομέας (Παρασκευάς, Ασημακόπουλος, & Τριανταφύλλου, 2015).

2.1.1 Τομείς ηλεκτρονικής διακυβέρνησης

Αν και η ηλεκτρονική διακυβέρνηση εμπεριέχει πολλές δραστηριότητες και φορείς, εντούτοις θα μπορούσαν να προσδιοριστούν τρεις διακριτοί τομείς. Αυτοί περιγράφονται:

1. Κυβέρνηση προς κυβέρνηση (G2G)
2. Κυβέρνηση προς επιχείρηση (G2B)

3. Κυβέρνηση προς πολίτη (G2C)

Κάποιοι παρατηρητές εντοπίζουν επίσης έναν επιπλέον τομέα, μεταξύ κυβερνήσεων και υπαλλήλων (G2E). Ωστόσο, δεδομένου ότι οι δραστηριότητες της G2E είναι ενδοϋπηρεσιακές δραστηριότητες, θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι είναι υποσύνολο του τομέα G2G και δεν θα έπρεπε να εξετάζονται χωριστά.

Εστιάζοντας στον τομέα της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης «κυβέρνηση προς πολίτη» (G2C), διαπιστώνεται ότι αποσκοπεί στο να διευκολύνει την διάδραση του πολίτη με τον δημόσιο τομέα, γεγονός που πολλοί θεωρούν και ως τον πρωταρχικό στόχο της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης. Όλες οι προσπάθειες επιχειρούν να καταστήσουν κάθε συναλλαγή, σαν την ανανέωση αδειών και την χορήγηση πιστοποιήσεων, την πληρωμή των φόρων και την υποβολή αιτήσεων για παροχές, λιγότερο χρονοβόρα και πιο εύκολη στην πραγματοποίησή της. Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές G2C συχνά προσπαθούν να διευκολύνουν και να υποβοηθήσουν την πρόσβαση σε διάφορες δημόσιες πληροφορίες κάνοντας χρήση εργαλείων διάδοσης, όπως είναι οι ιστοσελίδες και οι εφαρμογές για συσκευές κινητών τηλεφώνων.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό τους είναι η προσπάθεια να ενισχυθεί η αποκέντρωση. Ορισμένοι υποστηρικτές της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης υποστηρίζουν ότι ένας από τους στόχους της εφαρμογής της θα πρέπει να είναι η δημιουργία ενός ιστότοπου «one-stop shopping», στον οποίο οι πολίτες θα είναι σε θέση να εκτελούν διάφορα καθήκοντα, ιδίως εκείνα στα οποία συμμετέχουν πολλές υπηρεσίες, χωρίς να απαιτείται από τον πολίτη να ξεκινά επαφές με κάθε οργανισμό χωριστά.

Τέλος, σημαντικό πλεονέκτημα αποτελεί και η δυνατότητα να διευκολυνθεί η αλληλεπίδραση μεταξύ πολιτών και να αυξηθεί η συμμετοχή μεγάλης μερίδας του πληθυσμού στην διακυβέρνηση, απαλείφοντας πιθανά χρονικά και γεωγραφικά εμπόδια για τους πολίτες.

2.2 Ηλεκτρονική διακυβέρνηση

Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση περιλαμβάνει την εκμετάλλευση των τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) σε κυβερνητικές διαδικασίες και λειτουργίες με πρωταρχικό στόχο την βελτίωση της αποτελεσματικότητας, της επίτευξη

σημαντικού βαθμού διαφάνειας και οπωσδήποτε την αύξηση της συμμετοχής των πολιτών.

Ο ορισμός αυτός καταδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο η ηλεκτρονική διακυβέρνηση εκμεταλλεύεται τις ΤΠΕ σαν εργαλείο στήριξης προκειμένου να πετύχει την ανάπτυξη της λεγόμενης χρηστής διακυβέρνησης. Μια καλά σχεδιασμένη ηλεκτρονική διακυβέρνηση είναι σε θέση να πετύχει μεγαλύτερα επίπεδα αποδοτικότητας, να μετατρέψει τις διαδικασίες σε πιο αποτελεσματικές, να βελτιώσει σε όλα τα επίπεδα τις κυβερνητικές διαδικασίες και διεργασίες, αλλά και να διευκολύνει την επικοινωνία ανάμεσα στις ίδιες τις κυβερνητικές υπηρεσίες και φορείς.

Στόχος της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης θα μπορούσε να είναι η ανάπτυξη μιας νέας σχέσης μεταξύ κυβερνήσεων και πολιτών που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως «δυναμική» σχηματίζοντας έναν κύκλο αλληλεπιδράσεων που είναι πιο απλός και σημαντικά πιο συμμετοχικός για τον πολίτη. Για να το πετύχει αυτό, δεν είναι σημαντική μόνο η αξιοποίηση της τεχνολογίας στα συμβατικά καθήκοντα του δημοσίου, αλλά και στην γενικότερη διαχείριση του δημοσίου, με τις ανάγκες του πολίτη να τοποθετούνται στο κέντρο αυτής της καινοτομίας. Ο καταλύτης γι' αυτό τον εκσυγχρονισμό της δημόσιας διοίκησης είναι οι ΤΠΕ.

Η σοβαρή διείσδυση των ΤΠΕ στη ζωή μας τα τελευταία χρόνια, επηρέασε διάφορες πτυχές της κοινωνίας και του συνόλου των οικονομικών δραστηριοτήτων, διευκολύνοντας σημαντικά τις καθημερινές διαδικασίες. Και μπορεί οι ΤΠΕ να χρησιμοποιούνται ήδη σε μεγάλο βαθμό από τον δημόσιο τομέα, αλλά πρέπει να υπογραμμιστεί ότι η ηλεκτρονική διακυβέρνηση δεν περιλαμβάνει μόνο τα εργαλεία που προσφέρει η τεχνολογία, αλλά προϋποθέτει και τον επανασχεδιασμό των διαδικασιών και την αλλαγή της συμπεριφοράς, έτσι ώστε οι δημόσιες υπηρεσίες να προσφέρονται πιο αποτελεσματικά στους πολίτες.

Εφαρμοσμένη σωστά, η ηλεκτρονική διακυβέρνηση επιτρέπει στους πολίτες, τις επιχειρήσεις και τους φορείς να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους με τον δημόσιο τομέα πιο εύκολα, πιο γρήγορα και με χαμηλότερο κόστος. Σε χώρες όπως η Δανία, διαπιστώθηκε ότι η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης κατάφερε να εξοικονομήσει για τους φορολογούμενους ποσό άνω των 150 εκατομμυρίων ευρώ ανά έτος και στις επιχειρήσεις 50 εκατομμύρια ευρώ ετησίως. Εκτιμάται ότι μια

ενδεχόμενη επέκταση του μέτρου σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση θα επιφέρει η ετήσια εξοικονόμηση που θα μπορούσε να υπερβεί τα 50 δις ευρώ.

Επεκτείνοντας γεωγραφικά την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, οι διασυνοριακές ψηφιακές δημόσιες υπηρεσίες επιτρέπουν στους πολίτες να κυκλοφορούν ελεύθερα εντός της ΕΕ. Είτε κάποιος μετακομίζει για επαγγελματικούς είτε για οικογενειακούς λόγους, μπορεί εύκολα να συνεχίσει να συναλλάσσεται με τις δημόσιες υπηρεσίες της χώρας του. Αυτός είναι και ο λόγος που η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προωθεί επιλεγμένες δράσεις με σκοπό την ανάπτυξη διασυνοριακών ψηφιακών δημόσιων υπηρεσιών, στις οποίες περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η θέσπιση διαλειτουργικών πλατφορμών, όπως για παράδειγμα ένα κοινό περίγραμμα με σκοπό την διαχείριση της ηλεκτρονικής ταυτότητας των πολιτών και γενικά την προώθηση της καινοτομίας.

2.2.1. Μοντέλο ωριμότητας 5 επιπέδων

Σύμφωνα με την εταιρεία ερευνών και στατιστικών μετρήσεων Gartner inc είναι πιο αποτελεσματικό για τις κυβερνήσεις να χρησιμοποιείται το μοντέλο ωριμότητας 5 επιπέδων, για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση (Gartner, 2017):

1. Πρώτο επίπεδο. Σε αυτό το επίπεδο, δίνεται έμφαση στη μεταφορά υπηρεσιών στο διαδίκτυο για την ευκολία των χρηστών και την εξοικονόμηση κόστους, αλλά τα δεδομένα και οι χρήσεις τους είναι στεγανά χωρίς να επικοινωνούν μεταξύ τους, και εξαιρετικά περιορισμένα.
2. Δεύτερο επίπεδο. Σε αυτό το επίπεδο η ηλεκτρονική διακυβέρνηση και τα προγράμματα ανοικτής διακυβέρνησης συχνά συνυπάρχουν, με διαφορετικές προτεραιότητες. Η ανοικτή διακυβέρνηση λαμβάνει συχνά τη μορφή προγραμμάτων που απευθύνονται στο κοινό και αποσκοπούν στην προώθηση της διαφάνειας, της συμμετοχής των πολιτών και της οικονομίας των δεδομένων.
3. Τρίτο επίπεδο. Σε αυτό το επίπεδο, η εστίαση μετατοπίζεται από την απλή καταγραφή των αναγκών των πολιτών, στην αναζήτηση νέων δυνατοτήτων που γεννιούνται μέσα από την εμπειρία, τη συλλογή και την αξιοποίηση των δεδομένων. Βασικοί δείκτες απόδοσης σε αυτή τη φάση είναι ο όγκος των «ανοικτών δεδομένων» που είναι διαθέσιμα στους πολίτες.
4. Τέταρτο επίπεδο. Σε αυτό το επίπεδο, οι φορείς του δημόσιου τομέα επικεντρώνονται στην οργάνωση των δεδομένων και στην ελεύθερη ροή τους (μέσω διασύνδεσης) ανάμεσα στα εσωτερικά συστήματα ηλεκτρονικής

διακίνησης των υπηρεσιών ώστε να δημιουργηθεί ένα ενιαίο σύστημα. Είναι πιθανό σε αυτό το στάδιο να υπάρξουν αντιδράσεις που σχετίζονται με την προστασία της ιδιωτικής ζωής, καθώς οι πολίτες μπορεί να αισθάνονται άβολα με τον τρόπο συλλογής και χρήσης των δεδομένων τους. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι τα δεδομένα χρησιμοποιούνται στο πλαίσιο των υφιστάμενων κανόνων και κανονισμών και ότι αυτό κοινοποιείται με σαφήνεια.

5. Πέμπτο επίπεδο. Σε αυτό το επίπεδο, η διαδικασία της ψηφιακής καινοτομίας με τη χρήση ανοικτών δεδομένων είναι βαθιά ενσωματωμένη σε ολόκληρο τον δημόσιο τομέα. Η ψηφιακή καινοτομία είναι συνεχής και επαναλαμβανόμενη, ακόμη και ενόψει διαταραχών ή αιφνίδιων γεγονότων που απαιτούν ταχεία αντίδραση.

2.2.2. Κινητήριες δυνάμεις του τομέα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης «κυβέρνηση προς πολίτη» (G2C)

Το κίνητρο για τις G2C συναλλαγές αναδύεται μέσα από έναν συνδυασμό διαφόρων παραγόντων. Το ένα είναι η απαίτηση των πολιτών, ιδίως από τους νεότερους πολίτες οι οποίοι είναι συνηθισμένοι στην χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών σε πολλούς άλλους τομείς της ζωής τους (π.χ. τραπεζικές συναλλαγές). Πολλοί ερευνητές εκτιμούν πως η ζήτηση των πολιτών για υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης θα καταγράψει σημαντική αύξηση το επόμενο χρονικό διάστημα, όσο θα ενηλικιώνονται οι νεότεροι, που τώρα μεγαλώνουν με ηλεκτρονικές έξυπνες συσκευές και το διαδίκτυο ως δεδομένα στη ζωή τους.

Η απαίτηση των πολιτών ίσως ακόμα να καθοδηγείται από την πίεση του χρόνου που ασκείται σε αυτούς. Πιθανόν να αισθάνονται ότι έχουν αυξημένες απαιτήσεις στην διαχείριση του χρόνου τους και αναζητούν τρόπους για να μειώσουν το χρόνο που αφιερώνουν σε ουρές και σε φυσικές συναλλαγές με τις δημόσιες υπηρεσίες. Ένας τρόπος ώστε να ικανοποιηθεί αυτή η απαίτηση είναι ο δημόσιος τομέας να βρίσκεται σε θέση να προσφέρει συνήθεις κυβερνητικές συναλλαγές, όπως η ανανέωση μιας άδειας ή η υποβολή αίτησης για άδεια στο διαδίκτυο κ.λ.π με κάποιον άλλο τρόπο που δεν απαιτεί φυσική παρουσία και σπατάλη χρόνου.

Τέλος, ο τομέας της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης «κυβέρνηση προς πολίτη» (G2C) καθοδηγείται επίσης από το ενδιαφέρον των πολιτών για «καλύτερη διακυβέρνηση» ή έστω για βελτίωση της αποτελεσματικότητας του δημόσιου τομέα.

2.2.3. Στάδια ανάπτυξης της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης

Η διαδικτυακή παρουσία είναι το αρχικό στάδιο της ανάπτυξης και αφορά την υλοποίηση ενός «τόπου» που να παρέχει πληροφορίες στο μέλλον. Είναι ίσως η πιο απλή και η πιο φθηνή μέθοδος για την είσοδο στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση, αλλά προσφέρει επίσης τη πιο φτωχή ποικιλία επιλογών για τους πολίτες. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι μια βασική τοποθεσία Web που παραθέτει συνοπτικές πληροφορίες σχετικά με μια υπηρεσία, όπως ώρες λειτουργίας του δημόσιου φορέα, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τηλεφωνικοί αριθμοί κ.λ.π. αλλά δεν έχει αλληλεπιδραστικές δυνατότητες. Είναι μια στατική παράθεση πληροφοριών γενικής φύσεως. Πολλοί χαρακτηρίζουν αυτούς τους τύπους ιστοσελίδων και διαδικτυακών παρουσιών, ως «φυλλάδια», παραλληλίζοντάς τα με ένα έντυπο φυλλάδιο σε ηλεκτρονική μορφή.

Το δεύτερο στάδιο είναι η αλληλεπίδραση. Παρόλο που οι διαδραστικές προσπάθειες που στηρίζονται στο Web προσφέρουν σίγουρα βελτιωμένες δυνατότητες, οι οποίες όμως είναι περιορισμένες και δεν επιτρέπουν την αυτοματοποίηση των κυβερνητικών λειτουργιών. Οι αλληλεπιδράσεις μάλλον είναι απλοϊκές και δεν μπορούν να ξεφύγουν από την παροχή απλών πληροφοριών. Αυτές οι προσπάθειες είναι σχεδιασμένες ώστε να βοηθούν τον πολίτη να αποφεύγει ένα ενδεχόμενο ταξίδι σε ένα φυσικό γραφείο ή να τηλεφωνήσει, καθιστώντας τις πληροφορίες και τις φόρμες που ζητούνται συνήθως διαθέσιμες καθ' όλη την διάρκεια του εικοσιτετραώρου. Μπορεί να περιλαμβάνονται οδηγίες για τη λήψη υπηρεσιών, έντυπα που μπορούν να εκτυπωθούν και να ταχυδρομηθούν σε μια επιχείρηση ή ίσως να αποσταλούν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να απαντήσουν σε απλά ερωτήματα.

Το τρίτο στάδιο της ανάπτυξης της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης είναι οι συναλλαγές. Αυτές είναι πιο πολύπλοκες από την απλή παροχή πληροφοριών δίνουν την δυνατότητα στον πολίτη να ολοκληρώνει διάφορες εργασίες με ηλεκτρονικό τρόπο κάθε στιγμή της ημέρας ή της νύχτας. Οι συναλλαγές αυτές αποτελούν πράξεις αυτοεξυπηρέτησης και έχουν σαν τελικό αποτέλεσμα π.χ. ανανεώσεις αδειών, πληρωμές φόρων, κατάθεση προσφορών για κάθε λογής συμβάσεις κ.α.. Αν και το επίπεδο διαδραστικότητας είναι σαφώς ανώτερου μεγέθους σε σχέση με τις πρωτοβουλίες του παραπάνω δευτέρου σταδίου, οι δραστηριότητες εξακολουθούν να περιλαμβάνουν ροή πληροφοριών που όμως είναι κυρίως μονόδρομες (είτε προς την κυβέρνηση είτε προς τον πελάτη). Οι ηλεκτρονικές απαντήσεις είναι γενικά

εξαιρετικά κανονικοποιημένες και καταλήγουν σε προβλέψιμα και γνωστά εκ των προτέρων αποτελέσματα (π.χ. εγκρίσεις ανανέωσης αδειών, παραγωγή αποδείξεων, επιβεβαίωση προσφορών).

Το τέταρτο και τελικό στάδιο ανάπτυξης της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης είναι ο μετασχηματισμός. Σε αυτό το επίπεδο χρησιμοποιούνται οι πλήρεις δυνατότητες της τεχνολογίας για να μετασχηματίσουν τον τρόπο με τον οποίο συλλαμβάνονται, οργανώνονται και εκτελούνται οι κυβερνητικές λειτουργίες. Τέτοιες πρωτοβουλίες θα έχουν ισχυρές δυνατότητες διαχείρισης πελατειακών σχέσεων που απαιτούνται για τη διαχείριση ενός πλήρους φάσματος ερωτήσεων, προβλημάτων και αναγκών. Επί του παρόντος, υπάρχουν πολύ λίγα παραδείγματα και οι λόγοι είναι διοικητικοί, τεχνικοί και φορολογικοί περιορισμοί. Με λίγα λόγια, όταν η ηλεκτρονική διακυβέρνηση θα φτάσει στο στάδιο του μετασχηματισμού, θα μπορούσε ενδεχομένως να αναδιοργανώσει, να συνδυάσει ή/ και να εξαλείψει τους υπάρχοντες οργανισμούς και να τους αντικαταστήσει με εικονικούς οργανισμούς (Unacademy, 2023).

2.2.4. Πιθανές προκλήσεις για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση

Παρά τις πιθανές ευκαιρίες που προσφέρει η ηλεκτρονική διακυβέρνηση, υπάρχουν ορισμένες προκλήσεις που θα μπορούσαν να περιορίσουν σημαντικά τα οφέλη. Τέτοιες προκλήσεις είναι (Unacademy, 2023):

- Ασφάλεια υπολογιστών. Σε μια σειρά εκθέσεων του Γενικού Λογιστηρίου των ΗΠΑ, αναφέρεται επανειλημμένα ότι οι μεγαλύτερες ομοσπονδιακές υπηρεσίες «δεν προστάτευαν επαρκώς τις κρίσιμες ομοσπονδιακές λειτουργίες και τα περιουσιακά στοιχεία από επιθέσεις που βασίζονται σε υπολογιστή». Οι αδυναμίες εντοπίζονται κυρίως στην διαχείριση προγραμμάτων ασφάλειας, στους ελέγχους πρόσβασης, στην ανάπτυξη λογισμικού, στον διαχωρισμό καθηκόντων, στους ελέγχους λειτουργικών συστημάτων κ.α.
- Ιδιωτικότητα. Η προστασία της ιδιωτικής ζωής αποτελεί επίσης πρόκληση για την εφαρμογή και την αποδοχή της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης. Οι ανησυχίες σχετικά με τη χρήση των «cookies», η ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των οργανισμών (αντιστοίχιση υπολογιστών) και η αποκάλυψη ή ο

εσφαλμένος χειρισμός ιδιωτικών πληροφοριών αποτελούν συχνά θέματα έντονης συζήτησης.

- Ανισότητες στην πρόσβαση. Οι ανισότητες στην πρόσβαση στους υπολογιστές προκαλείται εξαιτίας του ψηφιακού χάσματος που με τη σειρά του μπορεί να οφείλεται στην έλλειψη οικονομικών δυνατοτήτων ή την έλλειψη απαραίτητων δεξιοτήτων από την πλευρά των πολιτών.
- Κυβερνητική Διαχείριση και Χρηματοδότηση Πληροφορικής. Πρόκληση αποτελούν τα αναγκαία κεφάλαια για επενδύσεις στον τομέα της πληροφορικής, καθώς και η ανάγκη για στελέχωση με εξειδικευμένο προσωπικό.

2.3 Η θεωρία του «New Public Service Management»

Ο όρος νέα δημόσια διαχείριση, “New Public Service Management”, επινοήθηκε από μελετητές στη δημόσια διοίκηση, τους Hood και Jackson, το 1991. Η εισαγωγή αυτής της νέας αντίληψης για την δημόσια διοίκηση είχε ως στόχο αρχικά την αλλαγή στην λειτουργία και τον γενικότερο σχεδιασμό του δημόσιου τομέα. Με την πάροδο των χρόνων ο όρος αυτός αφορούσε περισσότερο την θεσμοθέτηση νέων πρωτοκόλλων σε ζητήματα οικονομικής φύσεως και πολιτικής στρατηγικής (Hood & Jackson, *The New Public Management: A Recipe for Disaster?*, 1991).

Συγκεκριμένα, η προσπάθεια εφαρμογής των αρχών της νέας φιλοσοφίας για την δημόσια διοίκηση επικεντρώθηκε στην λειτουργία του δημόσιου τομέα με τρόπο που να προσομοιάζει σε μία ιδιωτική επιχείρηση με ιδιαίτερη έμφαση στην ορθή οικονομική διαχείριση και στην καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη δηλ. του πολίτη.

Το νέο σύστημα δημόσιας διαχείρισης έφερε στο προσκήνιο και έναν πιο αποκεντρωμένο έλεγχο των πόρων και τη διερεύνηση άλλων μοντέλων παροχής υπηρεσιών σε ένα πιο ευέλικτο και αποτελεσματικό οργανόγραμμα.

Οι βασικοί άξονες της Νέας Δημόσιας Διοίκησης αφορούσαν:

1. Στον δημοσιονομικό έλεγχο, αυξάνοντας την απόδοση και μειώνοντάς το κόστος λειτουργίας.
2. Την διοίκηση με στόχους, δηλ. σχεδιασμός, προγραμματισμός, ποσοτικοποίηση απόδοσης και ανατροφοδότηση απόδοσης

3. Την δημιουργία πρωτοκόλλων για την λειτουργία των υπηρεσιών και εφαρμογή τους τόσο σε οικονομικό όσο και σε διοικητικό επίπεδο.
4. Την στόχευση στον πελάτη και ανάπτυξη νέων, ευέλικτων υπηρεσιών
5. Την μείωση του μεγέθους του δημόσιου τομέα, μέσω συνεργασιών με οργανισμούς και τοπικούς φορείς
6. Την εισαγωγή νέων διοικητικών εννοιών όπως το Management by Influence,
7. Την κατάρτιση μέσω εκπαίδευσης και την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού

Εικόνα 1: Βασικοί Άξονες της Νέας Δημόσιας Διοίκησης



(Guide, 2022)

Στην προηγούμενη εικόνα, απεικονίζεται με σαφήνεια το μοντέλο της Νέας Δημόσιας Διοίκησης κατά την οποία τα τρία E, στα αγγλικά Efficiency – Αποδοτικότητα, Economy – Οικονομία και Effectiveness – Αποτελεσματικότητα κυριαρχούν.

Στο βιβλίο τους, «Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector», οι Osborne και Gaebler, που εκδόθηκε το 1992, δίνουν μία νέα διάσταση στη συγκεκριμένη θεωρία. Εξηγούν τους λόγους που

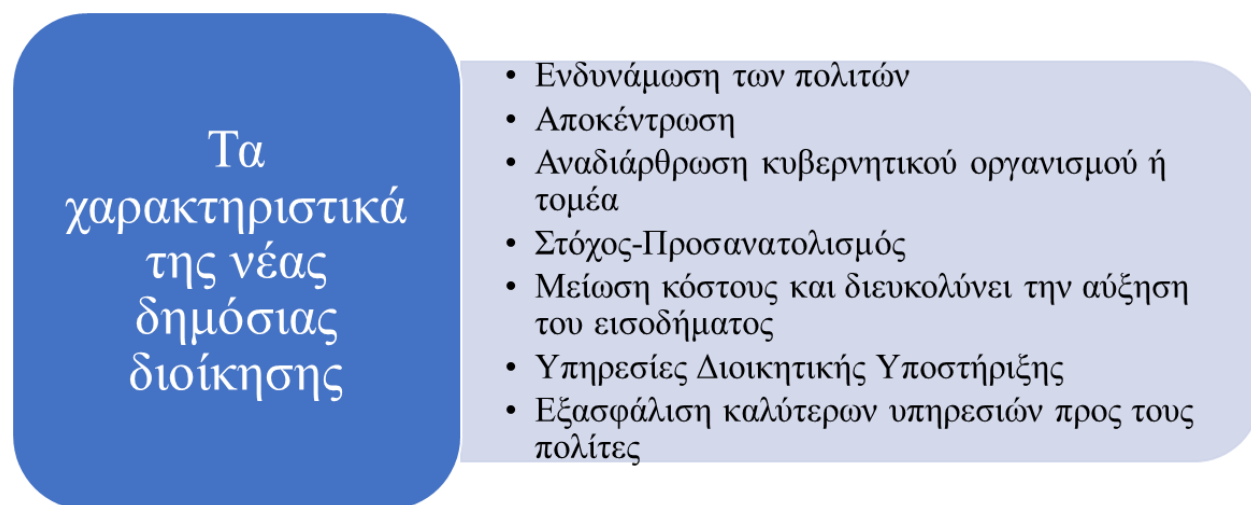
οδήγησαν σε αυτή την νέα θεώρηση της διοίκησης στον δημόσιο τομέα και περιγράφουν τα χαρακτηριστικά του νέου μοντέλου λειτουργίας που προτείνουν (Osborne & Gaebler, 1995).

Ειδικότερα οι παθογένειες που εντοπίζονται διαχρονικά και συνετέλεσαν στον μεγάλο ασθενή, δηλαδή τις δημόσιες υπηρεσίες καταγράφονται ως εξής:

1. Αδύναμη Δημόσια Διοίκηση
2. Συγκεντρωτισμός υπηρεσιών
3. Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού
4. Αυξημένο κόστος λειτουργίας
5. Γραφειοκρατία

Τα χαρακτηριστικά της Νέας Δημόσια Διοίκησης αναφέρονται στο παρακάτω διάγραμμα:

Εικόνα 2: Τα Χαρακτηριστικά της Νέας Δημόσιας Διοίκησης



(Osborne & Gaebler, 1995)

Αναλυτικά

- Ενδυνάμωση των πολιτών αφορά την διασφάλιση της ελεύθερης επιλογής των πολιτών και την ποιοτική τους αναβάθμιση μέσω του ανταγωνισμού.

- Αποκέντρωση, η Νέα Δημόσια Διοίκηση επικεντρώνεται στην αποκέντρωση της εξουσίας ώστε να μειωθεί η γραφειοκρατία, να γίνει πιο ευέλικτη και αποτελεσματική στις αλλαγές.
- Αναδιάρθρωση κυβερνητικού οργανισμού ή τομέα, με την Νέα Δημόσια Διοίκηση κυβερνητικές υπηρεσίες χωρίζουν κάθε τομέα τους σε πιο μικρές μονάδες και αναθέτουν μέρος των αρμοδιοτήτων τους στον ιδιωτικό τομέα μέσω συμβάσεων.
- Διοίκηση μέσω στόχων, η Νέα Δημόσια Διοίκηση προσανατολίζει την λειτουργία του δημοσίου στα αποτελέσματα που επιτυγχάνονται θέτοντας στόχους και επιτυγχάνοντας τους.
- Έλεγχος του κόστους και αύξηση των εσόδων
- Υπηρεσίες Διοικητικής Υποστήριξης, ο κύριος σκοπός των υπηρεσιών διοικητικής υποστήριξης είναι η διασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών των πολιτών. Η Νέα Δημόσια Διοίκηση προτείνει εκπαιδευτικά προγράμματα βελτίωσης δεξιοτήτων και επιμόρφωσης του προσωπικού .
- Εξασφάλιση καλύτερης εξυπηρέτησης των πολιτών

Κλείνοντας, θα μπορούσαμε να πούμε ότι νέα δημόσια διοίκηση εισηγήθηκε ένα καινοτόμο τρόπο λειτουργίας για τον δημόσιο τομέα αλλά και μία ριζικά διαφορετική αντίληψη για τον ρόλο του δημοσίου στο κοινωνικό σύνολο (Osborne & Gaebler, 1995).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

2.1 Μάρκετινγκ

Ο ορισμός του μάρκετινγκ σύμφωνα με τον Philip Kotler είναι “Marketing is the set of human activities directed at facilitating and consummating exchanges” (Kotler, 1972) «Το μάρκετινγκ είναι το σύνολο των ανθρώπινων δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στη διευκόλυνση και την ολοκλήρωση των ανταλλαγών».

Σύμφωνα με τον γκουρού του μάνατζμεντ, Peter F. Drucker «Ο στόχος του μάρκετινγκ είναι να γνωρίζει και να κατανοεί τον πελάτη τόσο καλά ώστε το προϊόν ή η υπηρεσία να του ταιριάζει και να μπορεί να πουληθεί» (Brooks, 2023)/

Οι επαγγελματίες του μάρκετινγκ δεν ενδιαφέρονται μόνο να πουλήσουν ένα προϊόν ή μία υπηρεσία αλλά πρώτα απ’ όλα να γνωρίσουν» τον πελάτη και να κατανοήσουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες του.

Το μάρκετινγκ είναι σημαντικό για την επιτυχία κάθε οργανισμού. Οι ίδιες βασικές αρχές που χρησιμοποιούνται για την πώληση ενός προϊόντος χρησιμοποιούνται επίσης για την «πώληση» ιδεών, πολιτικών, υπηρεσιών υγειονομικής περίθαλψης, κολλεγίων, ακόμη και μουσείων.

Κάποιοι επαγγελματίες ορίζουν το μάρκετινγκ πολύ στενά ως "πώληση διαφήμιση" Από την άλλη, η Αμερικανική Ένωση Μάρκετινγκ ορίζει το μάρκετινγκ ως «τη δημιουργία και την παράδοση ενός βιοτικού επιπέδου» (American Marketing Assotiation, 2021)

Ο ορισμός αυτός είναι ευρύτερος από τον πρώτο, δηλ ο πρώτος ορισμός είναι ένας ορισμός μικρο-επιπέδου. Επικεντρώνεται σε δραστηριότητες που εκτελούνται από έναν μεμονωμένο οργανισμό. Ο δεύτερος είναι ένας ορισμός σε μακροοικονομικό επίπεδο. Επικεντρώνεται στην οικονομική ευημερία μιας ολόκληρης κοινωνίας.

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι το μάρκετινγκ είναι τόσο ένα σύνολο δραστηριοτήτων που εκτελούνται από οργανισμούς όσο και μια κοινωνική διαδικασία. Με άλλα λόγια, το μάρκετινγκ υπάρχει τόσο σε μικροοικονομικό όσο και σε μακροοικονομικό επίπεδο. Το πρώτο εξετάζει τους πελάτες και τους οργανισμούς που εξυπηρετούν το δεύτερο έχει μία συνολική θεώρηση του συστήματος διανομής και παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών.

Το μάρκετινγκ περιστρέφεται γύρω από την κατανόηση των 4 Ps: Product - Προϊόν, Price - Τιμή, Promotion - Προώθηση, Place - Τοποθέτηση.

Εικόνα 3: Marketing mic, 4Ps



(McCarthy & Perreault, Jr., 1990)

Εικόνα 4: Τα 4 P

Προϊόν	Τοποθέτηση	Προώθηση	Τιμή
<input type="checkbox"/> Φυσικό	<input type="checkbox"/> Στόχοι	<input type="checkbox"/> Στόχοι	<input type="checkbox"/> Στόχοι
<input type="checkbox"/> Υπηρεσία	<input type="checkbox"/> Τύπος καναλιού	<input type="checkbox"/> Μείγμα προώθησης	<input type="checkbox"/> Μείγμα προώθησης
<input type="checkbox"/> Χαρακτηριστικά	<input type="checkbox"/> Έκθεση στην αγορά	<input type="checkbox"/> Πωλητές	<input type="checkbox"/> Πωλητές
<input type="checkbox"/> Επίπεδο ποιότητας	<input type="checkbox"/> Κατηγορίες μεσαζόντων	<input type="checkbox"/> Διαφήμιση	<input type="checkbox"/> Διαφήμιση
<input type="checkbox"/> Εξαρτήματα	<input type="checkbox"/> Κατηγορίες και τοποθεσίες καταστημάτων	<input type="checkbox"/> Προώθηση πωλήσεων	<input type="checkbox"/> Προώθηση πωλήσεων
<input type="checkbox"/> Εγκατάσταση	<input type="checkbox"/> Μεταφορά και την αποθήκευση	<input type="checkbox"/> Δημοσιότητα	<input type="checkbox"/> Δημοσιότητα
<input type="checkbox"/> Οδηγίες	<input type="checkbox"/> Επίπεδα υπηρεσιών		<input type="checkbox"/> Εκπτώσεις
<input type="checkbox"/> Εγγύηση	<input type="checkbox"/> Πρόσληψη μεσαζόντων		<input type="checkbox"/> Επιδόματα
<input type="checkbox"/> Σειρές προϊόντων	<input type="checkbox"/> Διαχείριση καναλιών		
<input type="checkbox"/> Συσκευασία			
<input type="checkbox"/> Επωνυμία			

Τομείς λήψης στρατηγικών αποφάσεων που οργανώνονται βάσει τα τέσσερα Ps.

(McCarthy

&

Perreault,

Jr.,

1990)

Και τα τέσσερα Ps χρειάζονται σε ένα μείγμα μάρκετινγκ, θα πρέπει όλα να είναι δεμένα μεταξύ τους συμβάλλοντας σε ένα σύνολο. Όταν αναπτύσσεται ένα μείγμα μάρκετινγκ, όλες οι τελικές αποφάσεις σχετικά με τα Ps πρέπει να λαμβάνονται ταυτόχρονα. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο τα τέσσερα Ps είναι διατεταγμένα γύρω από τον πελάτη σε κύκλο για να δείξουν ότι όλα είναι εξίσου σημαντικά.

2.2 Ηλεκτρονικό μάρκετινγκ

Ο όρος ηλεκτρονικό μάρκετινγκ αναφέρεται στη χρήση ψηφιακών καναλιών για την εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών προκειμένου να προσεγγίσει τους καταναλωτές. Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει τη χρήση ιστότοπων, κινητών συσκευών, κοινωνικών μέσων, μηχανών αναζήτησης και άλλων παρόμοιων ψηφιακών καναλιών. Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ έγινε δημοφιλές με την έλευση του Διαδικτύου στη δεκαετία του 1990.

Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ εμπεριέχει έως ένα βαθμό, ίδιες αρχές με αυτές του παραδοσιακού μάρκετινγκ, ενώ θεωρείται και ένας νέος τρόπος που διαθέτουν οι εταιρείες για να προσεγγίζουν τους πιθανούς καταναλωτές και να κατανοούν την συμπεριφορά τους. Οι επιχειρήσεις πολλές φορές δρουν συνδυάζοντας παραδοσιακές και ψηφιακές τεχνικές μάρκετινγκ μέσα στις στρατηγικές τους ώστε να προσεγγίσουν καταναλωτές από την παγκόσμια αγορά και να δημιουργήσουν σχέσεις αφοσίωσης και πίστης με τους πελάτες τους.

Οι πρακτικές του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ διαφέρουν από το μάρκετινγκ Διαδικτύου, το οποίο εφαρμόζεται αποκλειστικά σε ιστότοπους. Το ψηφιακό μάρκετινγκ αντίθετα αφορά έναν ευρύτερο τομέα και συμπεριλαμβάνει την προσέλκυση πελατών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail marketing), το μάρκετινγκ περιεχομένου (content marketing), των πλατφορμών αναζήτησης (search engine marketing), των κοινωνικών μέσων δικτύωσης (social media marketing) κ.α.

Επιπροσθέτως το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει και τα ακόλουθα:

Εικόνα 5: Τύποι Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ

Search Engine Optimization (SEO) - Βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης

Pay Per Click (PPC) - Πληρωμή ανά κλικ

Affiliate Marketing - Συνεργατικό μάρκετινγκ

Native Advertising - Εγγενής διαφήμιση

Marketing Automation - Αυτοματισμός μάρκετινγκ

Online PR - Δημόσιες σχέσεις σε απευθείας σύνδεση

Inbound Marketing - Εισερχόμενο μάρκετινγκ

Sponsored Content - Χορηγούμενο περιεχόμενο

Instant Messaging Marketing - Μάρκετινγκ άμεσων μηνυμάτων

(Mason, Narcum, & Mason, 2020)

Οι δυσκολίες, οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ εντοπίζονται στην ανταπόκριση του καταναλωτή ο οποίος βομβαρδίζεται καθημερινά από εκατοντάδες μηνύματα και ηλεκτρονικές διαφημίσεις καθώς επίσης και από την σιωπηρή προκατάληψη, δηλ μίας μορφής προκατάληψης που εμφανίζεται αυτόματα και ακούσια, χωρίς καμία συνειδητή γνώση, η οποία ωστόσο επηρεάζει κρίσεις, αποφάσεις και συμπεριφορές.

Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ θεωρείται σημαντικό, θα μπορούσαμε να πούμε σημαντικότερο εργαλείο, από τα παραδοσιακά εργαλεία διαφήμισης και μάρκετινγκ. Μία καμπάνια ηλεκτρονικού μάρκετινγκ περιλαμβάνει αλγόριθμους οι οποίοι δημιουργούνται ώστε να είναι αμερόληπτοι. Όταν χρησιμοποιούνται ορθά μπορούν να βοηθήσουν στην αποφυγή σιωπηρής προκατάληψης.

Ακριβώς για αυτόν τον λόγο, μία πετυχημένη καμπάνια ψηφιακού μάρκετινγκ, τόσο για τις Δημόσιες Διοικήσεις όσο και για τις ιδιωτικές επιχειρήσεις, πρέπει πάντα να λαμβάνει υπόψη πέντε θεμελιώδεις παράγοντες:

1. Το κινητό είναι η συσκευή επιλογής όσον αφορά την πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Οποιοδήποτε περιεχόμενο χρειάζεται να σχεδιαστεί για πρόσβαση και βελτιστοποίηση πρωτίστως για κινητές συσκευές.
2. Δεν υπάρχει στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ χωρίς ψηφιακή πλατφόρμα στην οποία μπορούν να διοχετευτούν αλληλεπιδράσεις και στην οποία μπορούν να συμμετάσχουν χρήστες, όπως το opengov.gr
3. Ο σχεδιασμός των μέσων ενημέρωσης είναι απαραίτητος για την προσέγγιση του σωστού κοινού με το σωστό περιεχόμενο.
4. Τα δεδομένα είναι ο φάρος που θα ρίξει φως στο σωστό δρόμο. Οι εταιρείες πρέπει να χρησιμοποιούν δεδομένα για να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν την ψηφιακή στρατηγική των εταιρειών.
5. Καμία στρατηγική ψηφιακού μάρκετινγκ δεν είναι πλήρης χωρίς εργαλεία μάρκετινγκ που ενθαρρύνουν τη δημιουργία διαδραστικών εμπειριών σε ιστότοπους και εφαρμογές. Τέτοιες τεχνολογίες επιτρέπουν την τμηματοποίηση κοινού που επιτρέπει τη δημιουργία στοχευμένης και αποτελεσματικής καμπάνιας.

Τα πλεονεκτήματα της χρήσης του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ συνοψίζονται στα εξής:

- ❏ Είναι στοχευμένο
- ❏ Είναι οικονομικό
- ❏ Δίνει την δυνατότητα στις μικρές σε μέγεθος επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τον ανταγωνισμό
- ❏ Είναι μετρήσιμο.
- ❏ Είναι ευέλικτο και προσαρμόζεται εύκολα

Τα τελευταία χρόνια, έχουμε δει μια σημαντική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί χρησιμοποιούν το ψηφιακό μάρκετινγκ στον δημόσιο τομέα. Στο παρελθόν, οι κυβερνητικές υπηρεσίες και άλλοι οργανισμοί του δημόσιου τομέα βασίζονταν σε μεγάλο βαθμό σε παραδοσιακές μεθόδους μάρκετινγκ, όπως η έντυπη διαφήμιση, το άμεσο ταχυδρομείο και οι δημόσιες σχέσεις. Αυτές οι μέθοδοι μπορεί να είναι αποτελεσματικές, αλλά είναι επίσης δαπανηρές και χρονοβόρες. Το ψηφιακό

μάρκετινγκ προσφέρει έναν πιο οικονομικό και αποτελεσματικό τρόπο προσέγγισης και προσέλευσης κοινού και για τον δημόσιο τομέα. Επιπλέον, τα ψηφιακά κανάλια παρέχουν δεδομένα και πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο που μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς του δημοσίου να λαμβάνουν ανατροφοδότηση για την αποτελεσματικότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν γεγονός που βοηθά στις αποφάσεις που λαμβάνουν σχετικά με την λειτουργία τους. Ειδικά με την πανδημία, η μετάβαση στις ψηφιακές πλατφόρμες έχει εκτοξευθεί στα ύψη. Οι περισσότερες επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων των δημοσίων υπηρεσιών έπρεπε να βασίζονται σε διαδικτυακά μέσα για την εμπορία των υπηρεσιών τους. Πολλοί οργανισμοί του δημόσιου τομέα έχουν αναγκαστεί να επανεκτιμήσουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ και να μεταφέρουν περισσότερες από τις δραστηριότητές τους στο διαδίκτυο.

Το κοινό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι περισσότεροι οργανισμοί του δημόσιου τομέα είναι η έλλειψη προϋπολογισμού. Παράλληλα ο κύριος στόχος του δημόσιου τομέα όσον αφορά τις πρακτικές του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ είναι να προσεγγίσει τους πολίτες του και να προωθήσει τη διαφάνεια που οικοδομεί εμπιστοσύνη μεταξύ του θεσμικού οργάνου και των ανθρώπων του.

Εν κατακλείδι, καθώς η τεχνολογία εξελίσσεται συνεχώς θα συνεχίζει να εξελίσσεται και το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ (Juneja, 2022) δίνοντας στις επιχειρήσεις και στους δημόσιους οργανισμούς την δυνατότητα να επικοινωνήσουν το μήνυμά τους στην παγκόσμια αγορά (Barone, 2022).

2.3 Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (KPIs) στο Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ

Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ χρησιμοποιεί ως εργαλείο τους Βασικούς Δείκτες Απόδοσης, Key Performance Indicators. Οι βασικοί δείκτες επιδόσεων είναι μέθοδοι υπολογισμού με τους οποίους οι εταιρείες μπορούν να μετρήσουν τη μακροπρόθεσμη απόδοση συγκρίνοντάς τους με τον ανταγωνισμό. Συγκεκριμένα, περιλαμβάνουν εταιρικές στρατηγικές, οικονομικούς στόχους και επιτεύγματα, επιχειρησιακές δραστηριότητες, ακόμη και καμπάνιες μάρκετινγκ.

Οι παρακάτω είναι μερικοί από τους πιο συνηθισμένους Βασικούς Δείκτες Απόδοσης που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι επιχειρήσεις για να βελτιώσουν την απόδοση τους όσον αφορά το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ:

1. Άρθρα ιστολογίου: με αυτόν τον δείκτη Βασικής Απόδοσης γίνεται καταγραφή του αριθμού των αναρτήσεων μιας εταιρείας σε ιστολόγιο κάθε μήνα.
2. Αναλογίες κλικ προς αριθμό εμφανίσεων: Οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτόν τον δείκτη ΒΔΑ για να υπολογίσουν πόσα κλικ πραγματοποιούνται στην επιστολή email, περιλαμβάνει δηλ. τον αριθμό των ατόμων που ανοίγουν ένα email και κάνουν κλικ σε έναν σύνδεσμο για να ολοκληρώσουν μια πώληση.
3. Ποσοστό μετατροπών: το μέτρο αυτό επικεντρώνεται σε προγράμματα προώθησης - παρότρυνσης για δράση. Αυτά τα προγράμματα ζητούν από τους καταναλωτές να ακολουθήσουν ορισμένες ενέργειες, όπως η αγορά ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας πριν από το τέλος μιας προωθητικής περιόδου. Οι εταιρείες μπορούν να καθορίσουν το ποσοστό μετατροπών διαιρώντας τις επιτυχημένες δεσμεύσεις με τον συνολικό αριθμό των αιτημάτων που υποβλήθηκαν.
4. Επισκεψιμότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: ο δείκτης αυτός παρακολουθεί πόσα άτομα αλληλεπιδρούν με εταιρικά προφίλ κοινωνικών μέσων, περιλαμβάνει σχόλια, επισημάνσεις "μου αρέσει", "ακολουθεί", προβολές, κοινοποιήσεις ή/και άλλες μετρήσιμες ενέργειες.
5. Επισκεψιμότητα ιστότοπου: Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτήν τη μέτρηση για να παρακολουθήσουν πόσα άτομα επισκέπτονται τον ιστότοπο μιας εταιρείας. Η εταιρική διαχείριση μπορεί να χρησιμοποιήσει

αυτές τις πληροφορίες για να κατανοήσει εάν ο σχεδιασμός και η δομή του ιστότοπου συμβάλλει στις πωλήσεις.

Η διοίκηση πρέπει να κοινοποιεί τα στοιχεία των ΒΔΑ στους υπαλλήλους σε όλα τα επίπεδα. Επίσης, θεωρείται ορθή πρακτική η διοίκηση να επικεντρωθεί σε ένα μικρό σύνολο σημαντικών ΒΔΑ. Με αυτό τον τρόπο οι επιχειρήσεις εξοικονομούν χρόνο και πόρους και εστιάζουν στους βασικούς τους στόχους. Στο σημείο αυτό χρειάζεται να επισημάνουμε ότι έχουμε διαφορετικές κατηγορίες ΒΔΑ, όπως τους Υστερούντες και Κορυφαίους δείκτες, Ποσοτικοί και Ποιοτικοί Δείκτες, καθώς και Χρηματοοικονομικοί και μη χρηματοοικονομικοί δείκτες. Άρα, οι επιχειρήσεις πρέπει να χρησιμοποιούν τους Βασικούς Δείκτες Απόδοσης συστηματικά και με βάσει τις ανάγκες τους ώστε να μπορούν να προσαρμοσθούν στις μεταβαλλόμενες επιχειρηματικές ανάγκες και είναι σύμφωνα με τους στόχους της εταιρείας. Στην περίπτωση που διαπιστωθεί ότι ένας ΒΔΑ δεν είναι τόσο χρήσιμος ή ξεπερασμένος, θα πρέπει είτε να τροποποιηθεί είτε να αντικατασταθεί (Borad, 2020)

2.4 Μάρκετινγκ Υπηρεσιών – Μίγμα μάρκετινγκ

Το μείγμα μάρκετινγκ είναι ένα από τα πιο γνωστά εργαλεία για τη δημιουργία στρατηγικής μάρκετινγκ οποιουδήποτε είδους οργανισμού όπως ήδη αναφέραμε. Οι ραγδαίες τεχνολογικές αλλαγές και η στροφή της σύγχρονης διοίκησης στην λειτουργία της επιχείρησης με επίκεντρο τις ανάγκες του καταναλωτή οδήγησαν στην εύρεση νέων μεθόδων του μίγματος μάρκετινγκ.

Ακολουθώντας την λογική των τεσσάρων P δηλ. του προϊόντος, της τιμής, της τοποθεσίας και της προώθησης προστέθηκαν από το λεγόμενο μάρκετινγκ των υπηρεσιών Service Marketing ακόμα 3 P. Το κλασικό μείγμα μάρκετινγκ διευρύνθηκε σε 7P υπό τον τίτλο Service Marketing Mix ως αντίδραση στην μεγαλύτερη πολυπλοκότητα της παροχής υπηρεσιών. Τα προστιθέμενα 3 P ήταν τα εξής:.

Άνθρωπος - το πιο σημαντικό μέρος του μίγματος μάρκετινγκ. Ίσως το πιο σημαντικό από όλα. Οι άνθρωποι είναι ένας καθοριστικός παράγοντας σε μια διαδικασία παροχής υπηρεσιών, καθώς μια υπηρεσία είναι αδιαχώριστη από το άτομο που την παρέχει, χωρίς τους ανθρώπους που την παρέχουν και αυτούς που την θέλουν δεν υπάρχει η ανταλλαγή, το ζητούμενο σε μία οικονομία.

Διαδικασία: Η διαδικασία παροχής υπηρεσιών είναι ζωτικής σημασίας, καθώς διασφαλίζει ότι το ίδιο επίπεδο υπηρεσιών παρέχεται επανειλημμένα στους πελάτες. Ως εκ τούτου, οι περισσότερες εταιρείες έχουν αναπτύξει συγκεκριμένα πρωτόκολλα στα οποία καταγράφονται οι λεπτομέρειες της διαδικασίας παροχής υπηρεσιών, καθώς επίσης και στον καθορισμό σεναρίων υπηρεσίας και εξυπηρέτησης.

Φυσικά αποδεικτικά στοιχεία: Με δεδομένο ότι οι υπηρεσίες είναι άυλης φύσης, η πλειοψηφία των παρόχων υπηρεσιών προσπαθεί να ενσωματώσει ορισμένα υλικά στοιχεία στην προσφορά της ώστε να βελτιώσει την εμπειρία των πελατών.

Εικόνα 6: Μείγμα Μάρκετινγκ Υπηρεσιών



(American Marketing Assotiation, 2021)

Η σύγχρονη οικονομία βασίζεται όλο και περισσότερο στις υπηρεσίες και με τον πολλαπλασιασμό των πολλαπλών παρόχων για κάθε τύπο προϊόντος ή υπηρεσίας. Για

την επιβίωση ενός οικονομικού οργανισμού είναι σημαντικό ο πελάτης να έχει θετική εμπειρία στην επαφή του με την συγκεκριμένη εταιρεία. Το γεγονός αυτό ισχύει περισσότερο στην περίπτωση των παρόχων υπηρεσιών, δεδομένου ότι πωλούν άυλα στοιχεία ενεργητικού δημιουργώντας προσδοκίες στους πελάτες. Οι υπηρεσίες συχνά διαφοροποιούνται στο μυαλό του πελάτη από τις προσδοκίες που έχουν για το τι πρόκειται να ακολουθήσει. Η διαχείριση αυτών των προσδοκιών αποτελεί κρίσιμο συστατικό για τη δημιουργία θετικών αντιλήψεων, οι οποίες με τη σειρά τους είναι κρίσιμες για την επιχειρηματική επιτυχία.

Το μείγμα μάρκετινγκ προσανατολισμένο στις υπηρεσίες αντικατοπτρίζει τις αλλαγές και τους μετασχηματισμούς με βάση τη μαζική χρήση των τεχνολογιών πληροφοριών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η αύξηση του αντίκτυπου των κοινωνικών δικτύων, η τεράστια χρήση των εφαρμογών του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ. Το συγκεκριμένο μείγμα μάρκετινγκ επιτρέπει την ανάπτυξη νέων στρατηγικών μάρκετινγκ, με μεγαλύτερη έμφαση στον πελάτη επειδή τονίζει το ρόλο του, την επικοινωνία μαζί του και τη διαδικασία της συν-δημιουργίας αξίας. Οδηγεί λοιπόν σχεδόν αυτόματα τους ειδικούς μάρκετινγκ να σκεφτούν όχι μόνο τους καλύτερους τρόπους προώθησης μίας υπηρεσίας, αλλά και όλες τις πτυχές της δημιουργίας αξίας, που είναι το ζητούμενο για όλους τους συμμετέχοντες στην οικονομία. (Juneja, 2022)

2.5 Η έννοια του πολίτη - πελάτη

Οι δημόσιοι οργανισμοί, το κράτος γενικότερα αναζητούν τρόπους για να βελτιωθούν και να «επαναφεύρουν» με έναν τρόπο την παρουσία τους και τον ρόλο τους στην δημόσια σφαίρα. Οι ιδιωτικοί οργανισμοί αποτελούν παραδείγματα επιχειρήσεων που προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα και χρησιμοποιούν προς όφελος τους τις τεχνολογικές αλλαγές. Ο ευρύτερος δημόσιος τομέας και οι κυβερνήσεις οφείλουν αν όχι να πρωτοπορούν σίγουρα όμως να ακολουθούν πρακτικές ώστε να συμβαδίζουν με τον ιδιωτικό τομέα και να ανταπεξέρχονται αποτελεσματικά στις ανάγκες του σύγχρονου πολίτη.

Στο πλαίσιο αυτής της προσπάθειας οι πολίτες δεν είναι πλέον πολίτες με την στενή έννοια αλλά «πελάτες». Οι ψηφιακές εφαρμογές που αναπτύσσονται αποτελούν προγράμματα αντιμετώπισης προβλημάτων για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πολιτών - πελατών.

Στον επιχειρηματικό κόσμο, ένας πελάτης επιλέγει να είναι πελάτης. Εάν ένας δυνητικός πελάτης επιλέξει να μην αγοράσει τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που προσφέρονται από έναν πωλητή, τότε αυτός ο δυνητικός πελάτης δεν χρειάζεται. Με άλλα λόγια, ένα άτομο δεν υποχρεούται να πληρώσει για ηλεκτρικό ρεύμα, ρουχισμό, φαγητό, μεταφορά κ.λπ., εάν επιλέξει να μην λάβει το συγκεκριμένο αγαθό. Οι πολίτες, μέσω της φορολογίας, καλούνται να πληρώσουν για κυβερνητικές υπηρεσίες είτε τις θέλουν είτε όχι.

Η κυβέρνηση, από την άλλη πλευρά, δεν έχει το προνόμιο να επιλέγει για ποιον θα παρέχει υπηρεσίες. Πρέπει να παρέχει τις ίδιες υπηρεσίες σε όλους τους πολίτες της, χωρίς διάκριση.

Πράγματι, ο εκσυγχρονισμός των δημόσιων διοικήσεων αποτελεί πλέον παγκόσμια αναγκαιότητα. Οι δημόσιοι οργανισμοί έχουν υποστεί πολλές αλλαγές τις τελευταίες δεκαετίες, όπως η αύξηση των απαιτήσεων και των προσδοκιών των πολιτών και η εσωτερίκευση της συζήτησης σχετικά με τις ορθές πρακτικές διαχείρισης στον δημόσιο τομέα (Hood & Dixon, *A Government that Worked Better and Cost Less?*, 2015).

Η εφαρμογή δημόσιων πολιτικών τόσο σε κρατικό όσο και σε τοπικό επίπεδο έχει μετατοπιστεί από τη λογική των μέσων σε εκείνη των αποτελεσμάτων. Έχει ξεκινήσει

ένα ισχυρό κύμα μεταρρυθμίσεων για να ληφθούν καλύτερα υπόψη οι προσδοκίες των χρηστών και να τεθούν στο επίκεντρο της ανησυχίας της διοίκησης. Οι πολίτες/χρήστες ή οι πελάτες είναι όλο και πιο απαιτητικοί και ζητούν μεγαλύτερη διαφάνεια, πολύ μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και ποιότητα των δημόσιων υπηρεσιών (Mbassi , Mbarga, & Ndeme , 2019)

Η αντιμετώπιση του πολίτη ως πελάτη από τον δημόσιο τομέα οδήγησε και οδηγήθηκε στον εκσυγχρονισμό του με στόχο την μείωση της γραφειοκρατίας και την παράλληλη ενεργή συμμετοχή του πολίτη στις διοικητικές διεργασίες. Η νέα φιλοσοφία της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης που θέτει στο επίκεντρο τον πολίτη βασιζόμενη στην έννοια του μάρκετινγκ υπηρεσιών έχει πολλαπλά πλεονεκτήματα για τον πολίτη και για το κράτος γιατί δημιουργεί σχέση συνεργασίας και επικοινωνίας μεταξύ των δύο πόλων, απαραίτητα για την περαιτέρω βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών (Διανέοσις, 2021).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Ο ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1. Οριοθέτηση δημόσιου τομέα στην Ελλάδα

Στο άρθρο 14 του Συντάγματος της Ελλάδος και συγκεκριμένα στην παρ 9, καθώς και στο άρθρο 9, παρ. 7, συναντάται ο ορισμός του «δημόσιου τομέα» καθώς και του «ευρύτερου δημόσιου τομέα». Επιπρόσθετα, συναντάται και σε πλήθος νομοθετημάτων τα οποία αποσκοπούν στο να ρυθμίσουν την κρατική οργάνωση και την κρατική δραστηριότητα γενικά. Σύμφωνα με το Συμβούλιο της Επικρατείας (ΣτΕ 1585/2021), ο με την στενή έννοια δημόσιος τομέας, συμπεριλαμβάνει μόνο το Δημόσιο, τα Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου (ΝΠΔΔ) και τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ).

Σαν γενικός ορισμός μπορεί να θεωρηθεί το άρθρο 9 παρ. 1 του Ν. 1232/1982 και το άρθρο 1 παρ. 6 του Ν. 1256/1982, σύμφωνα με τα οποία στον δημόσιο τομέα μπορεί να θεωρηθεί ότι ανήκουν όλοι οι φορείς των οποίων στην οργάνωση ή την δραστηριότητα ασκεί επιρροή το Δημόσιο. Τέτοιοι φορείς θεωρούνται «κρατικοί φορείς» ανεξαρτήτως του καθεστώτος δημοσίου δικαίου ή ιδιωτικού δικαίου ή μικτού δικαίου που μπορεί να τους διέπει και οι οποίοι μπορεί να είναι (Πρεβεδούρου, 2022):

- α. Κρατικές ή Δημόσιες υπηρεσίες
- β. Κρατικοί και/ή Δημόσιοι Οργανισμοί ως κρατικά νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου
- γ. Κρατικές και/ή Δημόσιες και παραγορηθείσες επιχειρήσεις
- δ. Κοινωνική Ιδρύματα που περιήλθαν στο Δημόσιο και χρηματοδοτούνται ή επιχορηγούνται απ' αυτό
- ε. Τραπεζιτικές και άλλες ανώνυμες εταιρείες
- στ. Κρατικά νομικά πρόσωπα που έχουν χαρακτηριστεί από το νόμο ή τα δικαστήρια ως νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου
- ζ. Θυγατρικές ανώνυμες εταιρείες των πιο πάνω Νομικών Προσώπων

Επίσης, με απόφαση του Συμβούλιο της Επικρατείας (ΣτΕ 1007/2016), δίδεται ένας ορισμός με μεταβλητό περιεχόμενο το οποίο προσδιορίζεται από τα νομοθετήματα

που ισχύουν κάθε φορά. Συγκεκριμένα: «*Δημόσιος τομέας είναι το ιδιαίτερο νομικό καθεστώς που προκύπτει από επιμέρους νομοθετήματα που αφορούν σε περιορισμούς προσήκοντες ή συναφείς προς την έννοια της δημόσιας υπηρεσίας και αναγόμενους είτε στην πρόσληψη και την υπηρεσιακή κατάσταση του προσωπικού του, είτε στην απόκτηση και χρήση πόρων, προς επίτευξη του δημόσιου σκοπού τον οποίον επιδιώκουν*».

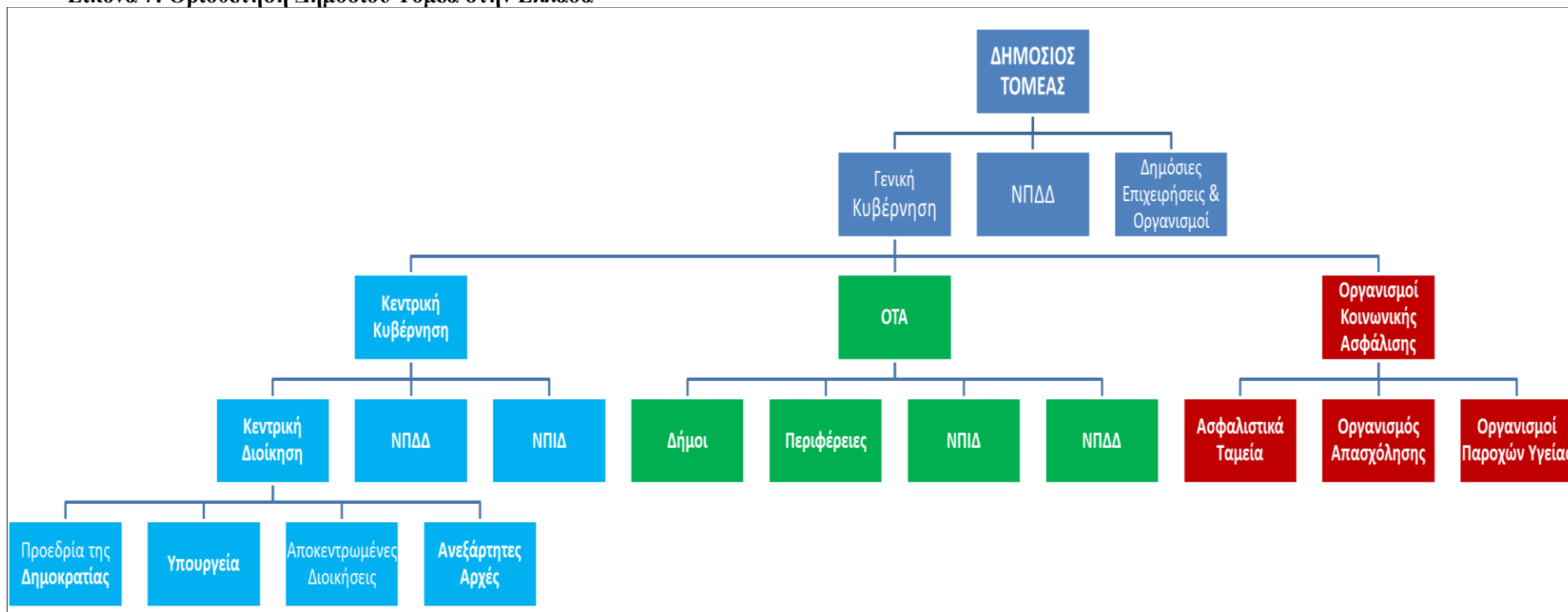
Εξετάζοντας την οριοθέτηση του δημόσιου τομέα υπό το πρίσμα του ενωσιακού δικαίου, με το Νόμο 4270/2014 ενσωματώθηκε στο ελληνικό δίκαιο η Ευρωπαϊκή Οδηγία 2011/85/ΕΕ σχετικά με τις απαιτήσεις για τα δημοσιονομικά πλαίσια των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σύμφωνα με την παραπάνω Οδηγία, ο Δημόσιος Τομέας περιλαμβάνει:

1. Την Γενική Κυβέρνηση. Αποτελείται από την Κεντρική Κυβέρνηση, τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ), τους Οργανισμούς Κοινωνικής Ασφάλισης.
2. Τα Νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου (ΝΠΔΔ).
3. Δημόσιες επιχειρήσεις και Οργανισμούς. Σε αυτές περιλαμβάνονται τα Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου (ΝΠΙΔ) που ανήκουν στο Κράτος ή επιχορηγούνται σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις, τακτικά, από κρατικούς πόρους τουλάχιστον κατά 50% του ετήσιου προϋπολογισμού τους.

Τέλος, κατά το Υπουργείο Εσωτερικών που είναι υπεύθυνο για την κατάρτιση του «Μητρώου Υπηρεσιών και Φορέων της Ελληνικής Διοίκησης», στον δημόσιο τομέα οι φορείς συνιστούν οργανώσεις παροχής ζωτικών κοινωνικών υπηρεσιών και αγαθών στην κοινωνία, ποικίλης νομικής μορφής, κάτω από τον έλεγχο, την εγγύηση και την εποπτεία του Κράτους.

Εικόνα 7: Οριοθέτηση Δημόσιου Τομέα στην Ελλάδα



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Υπουργείο Εσωτερικών, 2023)

Το μέγεθος του δημόσιου τομέα δεν προσδιορίζεται μόνο από ένα μέγεθος, αφού ο ρόλος του στην οικονομία είναι πολυσχιδής και πολύπλευρος. Παρόλα αυτά έχει ενδιαφέρον να εξεταστεί ο αριθμός του απασχολούμενου προσωπικού και γι' αυτό στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η εξέλιξη του αριθμού των απασχολούμενων στον δημόσια τομέα είτε πρόκειται για τακτικό προσωπικό, είτε για μη τακτικό προσωπικό (έκτακτο).

Τα στοιχεία αντλήθηκαν από Υπουργείο Εσωτερικών και συγκεκριμένα από το Μητρώο Ανθρώπινου Δυναμικού του Ελληνικού Δημοσίου το οποίο ενημερώνεται κάθε χρόνο μέσω της καταχώρισης από τους ίδιους τους φορείς του δημόσιου τομέα. Το μητρώο ανθρώπινου δυναμικού αποσκοπεί στην αποτελεσματικότερη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, είτε ως εργαλείο χάραξης πολιτικής είτε ως εργαλείο απλοποίησης διαδικασιών για τις Διευθύνσεις Προσωπικού.

Να σημειωθεί ότι η διαδικασία της απογραφής του ανθρώπινου δυναμικού του δημόσιου τομέα ξεκίνησε ουσιαστικά από το 2013 γι' αυτό και τα πλήρη στοιχεία που περιλαμβάνουν και τα Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου (ΝΠΙΔ) εμφανίζονται από το 2015 και μετά.

Πίνακας 1: Μέγεθος δημόσιου τομέα - Τακτικό και έκτακτο προσωπικό της δεκαετία 2013-2022

ΕΤΟΣ	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Τακτικό προσωπικό (εκτός ΝΠΙΔ)	599.207	576.856	566.913	565.671	566.861	565.324	572.324	569.009	567.532	568.592
Τακτικό προσωπικό ΝΠΙΔ	-	31.935	33.571	36.047	36.047	35.779	34.240	33.780	31.642	30.995
Μη τακτικό προσωπικό (εκτός ΝΠΙΔ)	58.756	62.580	65.547	71.042	78.297	92.554	98.103	127.176	140.610	143.393
Μη τακτικό προσωπικό ΝΠΙΔ και λοιποί απογεγραμμένοι	-	-	10.772	11.433	12.869	17.919	20.044	19.290	19.319	16.890
ΣΥΝΟΛΟ	657.963	671.371	676.803	684.193	694.074	711.576	724.711	749.255	759.103	759.870

Πηγή: (Υπουργείο Εσωτερικών, 2023) επεξεργασμένα στατιστικά στοιχεία

Εικόνα 8: Σύνολο απασχολούμενου προσωπικού (τακτικό & έκτακτο) στον Δημόσιο Τομέα την τελευταία δεκαετία (2013-2022)



Πηγή: (Υπουργείο Εσωτερικών, 2023) επεξεργασμένα στατιστικά στοιχεία

4.2. Ιστορική Αναδρομή

Η Ελλάδα τους τελευταίους δύο αιώνες βρίσκεται σε μια συνεχή προσπάθεια να ξεπεράσει την γραφειοκρατία και τις δυσλειτουργίες που αυτή συνεπάγεται, ώστε να καταφέρει να εγκαταστήσει ένα αποτελεσματικό και ευέλικτο μοντέλο διοίκησης. Στον πίνακα που ακολουθεί απαριθμούνται οι σημαντικότεροι ιστορικοί σταθμοί της δημόσιας διοίκησης από την ελληνική επανάσταση έως σήμερα.

Πίνακας 2: Οι σημαντικότεροι ιστορικοί σταθμοί της ελληνικής δημόσιας διοίκησης

A/A	ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΑ	ΓΕΓΟΝΟΣ
1.	Έως την Επανάσταση του 1821	Η Ελλάδα και οι υπόλοιπες κατακτημένες περιοχές των Βαλκανίων σχηματίζουν την ενιαία διοικητική οργάνωση, το Εγιαλέτι της Ρούμελης.
2.	1821 - 1828	Δημιουργούνται οι πρώτες τοπικές Αρχές για να καλύψουν τις απαιτήσεις και τις ανάγκες του αγώνα.
3.	20/12/1821	Ψηφίζεται το Προσωρινό Πολίτευμα της Επιδαύρου.
4.	1822	Με τον ν. 12/30-4-1822 ψηφίζεται ο « <i>Οργανισμός των Ελληνικών Επαρχιών</i> ».
5.	1823	Ψηφίζεται το Πολίτευμα του Άστρους, κατά τη Β' Εθνοσυνέλευση, στις 29/3/1823.
6.	1827	Το πολίτευμα του Άστρους αναθεωρείται από την Τρίτη Εθνική Συνέλευση της Τροιζήνος, 1827, η οποία ψήφισε το « <i>Πολίτευμα της Τροιζήνος</i> » ή αλλιώς « <i>Πολιτικό Σύνταγμα της Τροιζήνος</i> » ή « <i>Σύνταγμα της Τροιζήνος</i> ».
7.	1828	Άφιξη στην Ελλάδα του Ι. Καποδίστρια .
8.	1833	Άφιξη στην Ελλάδα του Όθωνα και της Αντιβασιλείας.
9.	1833	Με το Διάταγμα της 3ης/15ης Απριλίου 1833 « <i>περί σχηματισμού των Γραμματειών της Επικρατείας</i> » διορίζεται το πρώτο Υπουργικό Συμβούλιο το οποίο αποτελούσαν επτά Γραμματείες.
10.	1833	Με το Διάταγμα της 3ης/8/1833 « <i>περί εισαγωγής των βιβλίων ποιότητας των δημοσίων υπηρετών</i> » καθιερώνεται το σύστημα αξιολόγησης του ανθρώπινου δυναμικού των εργαζομένων στη δημόσια διοίκηση.
11.	1833	Με τα Β.Δ. της 18/30-9-1833 « <i>Οργανικόν διάταγμα περί συστάσεως του Συμβουλίου της Επικρατείας</i> » δημιουργήθηκε το Συμβούλιο της Επικρατείας.
12.	1844	Ψηφίζεται το Σύνταγμα του 1844. Ο Όθωνας το κύρωσε στις 18/3/1844.
13.	1846	Με τον ν. ΑΓ'/1846 « <i>περί διοργανισμού των Υπουργείων</i> » καθιερώθηκε ο όρος Υπουργός και δημιουργήθηκε η θέση των Γενικών Γραμματέων των Υπουργείων.
14.	1864	Ψηφίζεται το νέο Σύνταγμα.
15.	1864-1882	Μετά την ψήφιση του Συντάγματος και την κατάλυση της απολυταρχικής διακυβέρνησης του Όθωνα , ακολούθησε περίοδος όπου πραγματοποιήθηκαν σημαντικές αλλαγές στον χώρο της δημόσιας διοίκησης.
16.	1877-1878	Με την ψήφιση των ν. ΧΝΖ'/1877 και ΧΝΣΤ'/1877 εξασφαλίζεται η μονιμότητα των δημοσίων υπαλλήλων. Παρόμοιες διατάξεις περιλάμβανε και ο ν. ΧΕΧΤ'/1877 περί προσόντων διορισμού και προαγωγής των δικαστικών υπαλλήλων. Ο ν. ΧΠΗ' 1878 καθιέρωσε τη μονιμότητα των πολιτικών μηχανικών.
17.	1884	Με τον νόμο της 14ης/5/1884 ορίστηκε ότι οι δημόσιοι λειτουργοί απολύονταν μόνο με αιτιολογημένη έκθεση του προϊσταμένου τους και αφού είχε αποδειχθεί ότι ήταν ανίκανοι να εκπληρώσουν τα καθήκοντά τους.

18.	1890	Ο ν. ΑΩΠ/1890 τροποποίησε προηγούμενους νόμους για τα προσόντα και τις πειθαρχικές τιμωρίες των δημοσίων υπαλλήλων.
19.	1910	Ψηφίζεται ο ν. ΓΨΒ'/1910, σχετικά με τα προσόντα, την πειθαρχία και τη μονιμότητα των υπαλλήλων του Υπ. Εσωτερικών.
20.	1911	Αναθεώρηση του Συντάγματος.
21.	1927	Αναθεώρηση του Συντάγματος.
22.	1929	Ψηφίζεται ν. 4229/1929 «Περί μέτρων ασφαλείας του κοινωνικού καθεστώτος και προστασίας των ελευθέρων πολιτών», γνωστός και ως «Ιδιώνυμο».
23.	1947	Το δόγμα Τρούμαν (22/3/1947) επέβαλε, μεταξύ των άλλων, την εξυγίανση της δημόσιας διοίκησης.
24.	1948	Ο Α.Ν. 516/1948 «περί ελέγχου νομιμοφροσύνης των δημοσίων υπαλλήλων και υπηρετών» θεωρεί ως κύριο «προσόν» πρόσληψης των δημοσίων υπαλλήλων τη νομιμοφροσύνη.
25.	1951	Ψηφίζεται ο ν. 1811/1951 «περί κώδικος καταστάσεως των δημοσίων διοικητικών υπαλλήλων».
26.	1959	Ψηφίζεται το Ν.Δ. 3983/1959 «περί μέτρων τινών προς βελτίωσιν της λειτουργίας των δημοσίων υπηρεσιών».
27.	1967 - 1974	Δικτατορία των Συνταγματαρχών.
28.	1975	Αναθεώρηση του Συντάγματος.
29.	1976	Εκδίδεται η εγκύκλιος Ράλλη (ΓΔΓ'/2/23/20479/8-12-1976).
30.	1977	Ψηφίζεται ο Υπαλληλικός Κώδικας (Π.Δ. 611/1977).
31.	1983	Ψηφίζεται ο ν. 1320/1983 για την εγκαθίδρυση ενός μηχανογραφικού συστήματος προσλήψεων προσωπικού με «μόρια».
32.	1985	Αναθεώρηση του Συντάγματος.
33.	1985	Ιδρύεται η Εθνική Σχολή Δημόσια Διοίκηση (Ε.Σ.Δ.Δ.),
34.	1994	Ψηφίζεται ο Ιδρυτικός νόμος του Ανωτάτου Συμβουλίου Επιλογής Προσωπικού (Ν. 2190/1994, πιο γνωστός ως «νόμος Πεπονής»).
35.	1996	Ψηφίζεται ο ν. 2431/1996 «Διορισμός ή πρόσληψη πολιτών της Ε.Ε. στη δημόσια διοίκηση».
36.	1999	Ψηφίζεται ο νέος Υπαλληλικός Κώδικας.
37.	2001	Αναθεώρηση του Συντάγματος.
38.	2004	Ψηφίζεται ο ν. 3230/2004 «Καθιέρωση συστήματος διοίκησης με στόχους, μέτρηση της αποδοτικότητας και άλλες διατάξεις».
39.	2008	Αναθεώρηση του Συντάγματος.
40.	2008 - 2010	Εφαρμόζεται το Πρόγραμμα Πολιτεία.
41.	2009	Εφαρμογή του Κ.Π.Α.
42.	2000 -	Εφαρμόζεται στην ελληνική δημόσια διοίκηση η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας.

Πηγή: (Ασπρίδης, 2013)

Κατά την δεκαετία του 1970 εμφανίστηκε το λεγόμενο «νέο δημόσιο μανάτζμεντ» το οποίο δεν δίνει πλέον έμφαση στη νομιμότητα των διαδικασιών αλλά εστιάζει περισσότερο στην ικανοποίηση των πολιτών τους οποίους θεωρεί πλέον πελάτες και όχι παθητικούς δέκτες. Ως αποτέλεσμα του «νέου δημόσιου μανάτζμεντ» ψηφίστηκε ο Ν. 3230/2004 με αντικείμενο την ανάπτυξη συστήματος διοίκησης που θέτει στόχους και θεσπίζει την μέτρηση της αποδοτικότητας. Η στρατηγική που προσπάθησε να εφαρμόσει παραπάνω νόμος, ονομάζεται «διοίκηση δια στόχων»,

όμως εκ του αποτελέσματος διαπιστώθηκε ότι είχε ασήμαντα αποτελέσματα (παρά το γεγονός ότι υπήρξε αποσαφήνιση των στόχων) και οι υπάλληλοι συνεχίζουν να ασκούν τα καθήκοντά τους με τυπολατρικό και ανακόλουθο τρόπο (Ασπρίδης, 2013).

Στη συνέχεια, ενισχύθηκε η άποψη ότι για να επιτευχθεί η πλήρης εφαρμογή της «διοίκησης δια στόχων» είναι απαραίτητη η πλήρης μηχανοργάνωση των λειτουργιών με την εφαρμογή και αξιοποίηση των τεχνολογιών της πληροφορίας και επικοινωνίας (ΤΠΕ). Ακολούθως, ψηφίστηκε ο Ν. 3979/2011 περί της «Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης» σε μια προσπάθεια για μείωση της γραφειοκρατίας, απλούστευση των διαδικασιών, καλύτερης εξυπηρέτησης των πολιτών και ενίσχυσης της διαφάνειας. Την ίδια περίοδο, μόνο η ιστοσελίδα των Κέντρων εξυπηρέτησης Πολιτών (ΚΕΠ) αποτελεί την πιο αξιόλογη προσπάθεια εξυπηρέτησης των πολιτών στην επαφή τους με τις δημόσιες υπηρεσίες (Ασπρίδης, 2013).

4.3. Η ενιαία ψηφιακή πλατφόρμα της δημόσιας διοίκησης - gov.gr

Σήμερα είναι σε ισχύ ο Ν. 4727/2020 για την ψηφιακή διακυβέρνηση, ο οποίος ψηφίστηκε προκειμένου να συμμορφωθεί η ελληνική νομοθεσία με την Ευρωπαϊκή Οδηγία (ΕΕ) 2016/2012 σχετικά με την προσβασιμότητα των διαφόρων ηλεκτρονικών συσκευών στις ιστοσελίδες και τις διάφορες εφαρμογές του δημόσιου τομέα. Στην ουσία, ο νόμος αυτός υποχρεώνει τους φορείς του δημοσίου να κάνουν χρήση των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας (ΤΠΕ), ώστε να παρέχουν τις υπηρεσίες τους προς τους πολίτες.

Ο Ν. 4727/2020 κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικός και καινοτόμος διότι προβλέπει (Σπυρόπουλος, 2020):

- Την εφαρμογή Προσωπικού Αριθμού Πολίτη για τις συναλλαγές του με τον δημόσιο τομέα
- Την αξιοποίηση των εσωτερικών συστημάτων ηλεκτρονικής διακίνησης εγγράφων των υπηρεσιών ώστε να καταργηθεί η φυσική τους μορφή σε χαρτί (ηλεκτρονικά έγγραφα)
- Την διασύνδεση όλων των εσωτερικών συστημάτων ηλεκτρονικής διακίνησης των υπηρεσιών ώστε να δημιουργηθεί ένα ενιαίο σύστημα
- Την πρόνοια για δημιουργία εφαρμογών για κινητές συσκευές που θα επιτρέπουν την πρόσβαση σε δημόσιες υπηρεσίες

- Την ηλεκτρονική αρχειοθέτηση εγγράφων προς αύξηση της αποδοτικότητας και την εξοικονόμηση πόρων
- Την δημιουργία της γνωστής πια «Ενιαίας Ψηφιακής Πύλης» GOV.GR η οποία σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα έγινε σημείο ηλεκτρονικής πρόσβασης σε ηλεκτρονικές δημόσιες υπηρεσίες τύπου «one-stop-shop»

Η ενιαία ψηφιακή πύλη της δημόσιας διοίκησης - gov.gr έχει να επιδείξει εντυπωσιακά αποτελέσματα το χρονικό διάστημα Μάρτιος 2020 – Μάρτιος 2023 οπότε και λειτουργεί. Σύμφωνα με το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, η ιστοσελίδα gov.gr στο διάστημα αυτό:

- από 503 ψηφιακές υπηρεσίες που παρείχε στο ξεκίνημά του, έχει φτάσει να προσφέρει 1.490
- προβλήθηκαν 394 εκατομμύρια σελίδες του
- χρησιμοποιήθηκε από 8,13 εκατομμύρια διαφορετικούς πολίτες για την έκδοση ενός τουλάχιστον εγγράφου ή για την υποβολή μιας ηλεκτρονικής δήλωσης
- εκδόθηκαν 227,6 εκατομμύρια έγγραφα ή δηλώσεις με καθαρά ηλεκτρονικό τρόπο

Πίνακας 3: Στοιχεία επισκεψιμότητας gov.gr το διάστημα Μάρτιος 2020 - Νοέμβριος 2022

Αριθμός Υπηρεσιών και Στοιχεία Επισκεψιμότητας	
	Νοέμβριος 2022
Αριθμός ψηφιακών υπηρεσιών στο gov.gr	1.490
Πολίτες που επισκέφθηκαν το gov.gr (Users)	51.938.397
Συνολικές επισκέψεις στο gov.gr (Pageviews)	394.092.800
Διαφορετικοί πολίτες που έχουν χρησιμοποιήσει το gov.gr εκδίδοντας ένα τουλάχιστον έγγραφο ή υποβάλλοντας μια ηλεκτρονική δήλωση	8.134.174
Έγγραφα ή δηλώσεις έχουν εκδοθεί/υποβληθεί ηλεκτρονικά	227.585.781

Πηγή: Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, (www.gov.gr)

Μια πιο αναλυτική παρουσίαση των υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω της ψηφιακής πύλης και των στατιστικών τους, παρουσιάζεται στον πίνακα της επόμενης σελίδας (GOV.GR, 2022).

Πίνακας 4: Προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες gov.gr το Νοέμβριο του 2022

Κέντρο Διαλειτουργικότητας	
Ταυτοποιήσεις πολιτών σε ηλεκτρονικές υπηρεσίες ΚΕ.Δ (από 1/4/2020)	625.272.476
Πλήθος κλήσεων διαδικτυακών υπηρεσιών ΚΕ.Δ (από 1/4/2020)	755.650.503
Υπηρεσίες	
Υπεύθυνες δηλώσεις	10.263.690
Εξουσιοδοτήσεις	3.220.021
Ψηφιακή βεβαίωση εγγράφου	856.410
Ψηφιακή βεβαίωση ιδιωτικού συμφωνητικού	19.709
Ενεργοποιήσεις άυλης συνταγογράφησης	4.159.272
Άυλες συνταγές	73.731.324
Άυλα παραπεμπτικά	32.994.635
Πιστοποιητικά Οικογενειακής Κατάστασης	5.233.952
Πιστοποιητικά Γέννησης	1.219.866
Πιστοποιητικό Ιθαγένειας	26.286
Πιστοποιητικό Εγγυτέρων	250.601
Ληξιαρχικές Πράξεις Γάμου	310.140
Ληξιαρχικές Πράξεις Γέννησης	752.780
Ληξιαρχικές Πράξεις Συμφώνου Συμβίωσης	30.540
Ληξιαρχικές Πράξεις Θανάτου	192.482
Αντίγραφα Ποινικού Μητρώου	503.982
Δηλώσεις απώλειας ταυτότητας	17.574
Άδειες μοτοποδηλάτων	18.002
Βιβλίο Αδικημάτων και Συμβάντων	4.542
Ονοματοδοσία	29.875
Δήλωση Βάπτισης	18.404
Σήματα Στάθμευσης Ηλεκτροκίνητων Οχημάτων	4.112
Άδειες Οδήγησης	
Αντικατάσταση άδειας οδήγησης	24.713
Αντίγραφο άδειας οδήγησης λόγω φθοράς	1.453
Αντικατάσταση άδειας οδήγησης λόγω κλοπής/απώλειας	12.878
Ανανέωση άδειας οδήγησης	31.013
Αιτήσεις για ενημέρωση στοιχείων στο Μητρώο Αδειών Οδήγησης	126.368
Εκτυπώσεις αδειών οδήγησης	50.445
Προσωρινές άδειες οδήγησης	481.839
Άδειες Κυκλοφορίας	
Αντίγραφο άδειας κυκλοφορίας	15.465
Μεταβίβαση	10.301
Ψηφιακά ραντεβού myDESKlive	265.546
Συστηθείτε – Know your customer	
Συναλλαγές	3.698.894
Αριθμός Πολιτών	2.088.145
Εγγραφές Πολιτών στο Εθνικό Μητρώο Επικοινωνίας (ΕΜΕπ) (Σύνολο)	2.155.627
Δημοσιευμένες διαδικασίες στο Εθνικό Μητρώο Διαδικασιών	2.056
gov.gr – Δεξιότητες	
Επισκέψεις στην Ψηφιακή Ακαδημία Πολιτών (στοιχεία Ιουνίου)	890.966
Μοναδικοί επισκέπτες στην Ψηφιακή Ακαδημία Πολιτών (στοιχεία Ιουνίου)	591.994
Επισκέψεις στην Επμορφωτική Πύλη Ψηφιακών Υπηρεσιών (https://howto.gov.gr/)	321.199

Πηγή: Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, (www.gov.gr)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

5.1 Μεθοδολογία

Ως αντικειμενικός πληθυσμός ορίστηκε το σύνολο των Ελλήνων πολιτών άνω των 18 ετών, για τους οποίους ενδιαφερόμαστε να εξάγουμε συμπεράσματα.

Ως πληθυσμός δείγματος θεωρήθηκε ο αριθμός των ανθρώπων στους οποίους βασίστηκε η έρευνα και ήταν 100 άτομα. Αυτό το δείγμα μπορεί να κατηγοριοποιηθεί στα δείγματα Μη-Πιθανότητας δεδομένου ότι η επιλογή των ατόμων δεν βασίστηκε μεθοδολογικά στο κριτήριο της πιθανότητας, αλλά αντιθέτως βασίστηκε στο κριτήριο της ευκολίας, δίνοντας προτεραιότητα στην διαθεσιμότητα των μελών του δείγματος καθώς και στον σύντομο χρόνο συλλογής των απαντήσεων.

Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο δεν στάλθηκε απ' ευθείας, αλλά στάλθηκε μια υπερσύνδεση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), σε 150 ανθρώπους (από τους οποίους απάντησαν οι 100) διαφορετικών ηλικιών, επαγγελμάτων και εισοδήματος. Όλοι ανήκαν στον ευρύτερο κύκλο των φοιτητριών και έπρεπε να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο με ηλεκτρονικό τρόπο και για περιορισμένο χρονικό εύρος το οποίο περιορίστηκε από 01-12-2022 έως και 31-12-2022. Συνεπώς, εξαιτίας του περιορισμένου διαθέσιμου χρόνου για την συλλογή των απαντήσεων, υιοθετήθηκε διατομεακή μελέτη (cross-sectional) κάνοντας λήψη «στιγμιότυπου», αφού όλα τα δεδομένα συλλέχθηκαν σε ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα ενός μηνός.

Το ερωτηματολόγιο έγινε προσπάθεια να περιέχει τα απολύτως απαραίτητα ερωτήματα ώστε να μην κουράζουν και να πετυχαίνουν την μέγιστη ανταπόκριση, να είναι σαφή, να μην κατευθύνουν σε συγκεκριμένες απαντήσεις και να μην περιέχουν ευαίσθητα ερωτήματα σχετιζόμενα με ευαίσθητα δεδομένα.

Για την επίτευξη των παραπάνω χρησιμοποιήθηκε Δομημένο Ερωτηματολόγιο στο πρώτο τμήμα του οποίου υπήρχαν κλειστού τύπου ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών ώστε να αποτυπωθεί το δημογραφικό προφίλ των συμμετεχόντων, στο δεύτερο τμήμα του περιείχε ερωτήματα άποψης σχετικά με τα «πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης», και στο τρίτο τμήμα του περιείχε ερωτήματα άποψης σχετικά με τις «αδυναμίες της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης».

Στις ερωτήσεις του δεύτερου και τρίτου τμήματος του ερωτηματολογίου, έγινε χρήση της μη συγκριτικής μεθόδου βαθμονόμησης «Likert». Η κλίμακα αυτή επιλέχθηκε να είναι εξαβάθμια ώστε να μην υπάρχει μεσαίο σημείο και οι ερωτώμενοι να καλούνται να διαλέξουν ανάμεσα στα δύο άκρα: 1, 2, 3 (Όχι) και 4, 5, 6 (Ναι).

Η στατιστική μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε είναι περιγραφική στατιστική και για την παρουσίαση και ανάλυση των στατιστικών στοιχείων που συλλέχθηκαν και αφορά κατηγορικά δεδομένα, χρησιμοποιήθηκαν πίνακες συχνοτήτων, κυκλικά διαγράμματα αλλά και ραβδογράμματα.

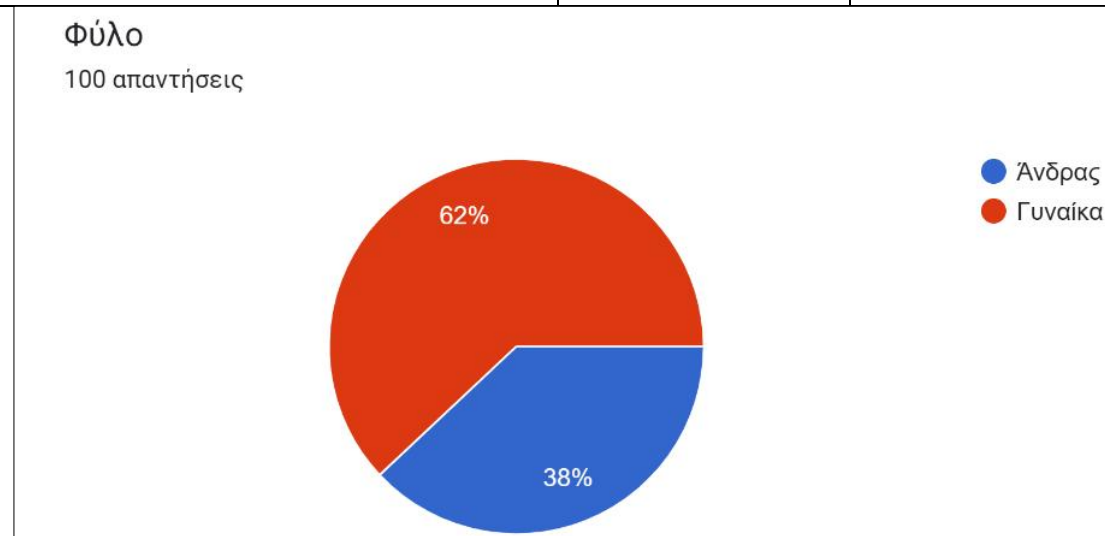
5.2 Ανάλυση δείγματος

Ως γενική παρατήρηση πρέπει να ειπωθεί ότι μπορεί να συμπληρώθηκαν 100 ερωτηματολόγια, αλλά μερικές ερωτήσεις δεν απαντήθηκαν σε κάποια από αυτά και έτσι σε κάποιες ερωτήσεις καταγράφονται λιγότερες απαντήσεις από 100.

Στον διαχωρισμό ανδρών – γυναικών, απάντησαν 100 μέλη, από τα οποία τα 38 ήταν άνδρες και τα 62 γυναίκες. Τα αντίστοιχα ποσοστά ανήλθαν σε 38% άνδρες και 62% γυναίκες.

Πίνακας 1. Φύλο

	<i>Συχνότητα</i>	<i>Ποσοστό</i>
ΑΝΔΡΑΣ	38	38,0%
ΓΥΝΑΙΚΑ	62	62,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%



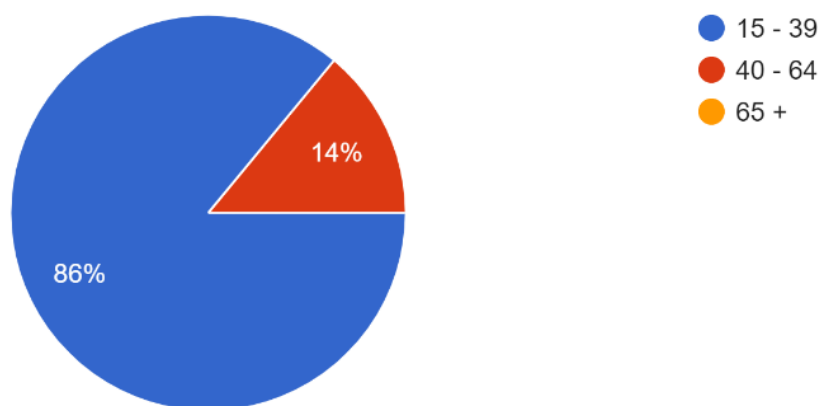
Στους 100 ερωτώμενους αναφορικά με την ηλικία τους, προκύπτει ότι η συντριπτική πλειοψηφία (86%) ανήκει στην ομάδα 15-39 ετών και ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 40-64 με ποσοστό 14%. Δυστυχώς η ηλικιακή ομάδα των άνω των 65 ετών δεν εκπροσωπήθηκε καθόλου στην έρευνα (0%).

Πίνακας 2. Ηλικιακή ομάδα

	<i>Συχνότητα</i>	<i>Ποσοστό</i>
15-39	86	86,0%
40-64	14	14,0%
65+	0	0,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%

Ηλικιακή ομάδα

100 απαντήσεις

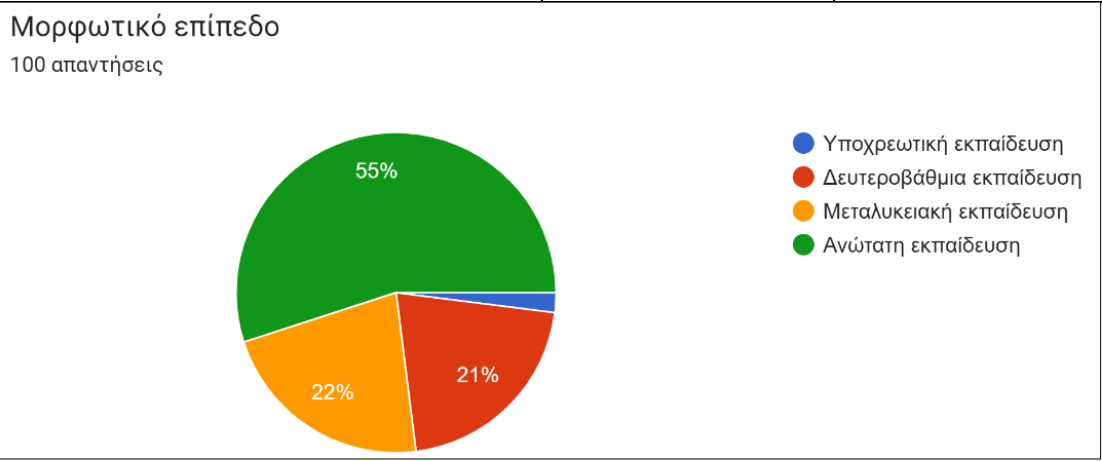


Η πλειοψηφία των ερωτώμενων δήλωσε ότι έχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο, με το 55% να είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και το 22% να έχει ολοκληρώσει κάποια μεταλκειακή εκπαίδευση (IEK). Απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης δήλωσε το 21% των ερωτώμενων και χαμηλό μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι δημοτικού ή γυμνασίου) δηλώνει μόλις το 2% του δείγματος.

Πίνακας 3. Εκπαιδευτικό επίπεδο

	<i>Συχνότητα</i>	<i>Ποσοστό</i>
Υποχρεωτικής εκπαίδευσης	2	2,0%
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	21	21,0%
Μεταλκειακή εκπαίδευση	22	22,0%
Ανώτατη εκπαίδευση	55	55,0%

ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%
---------------	-----	--------

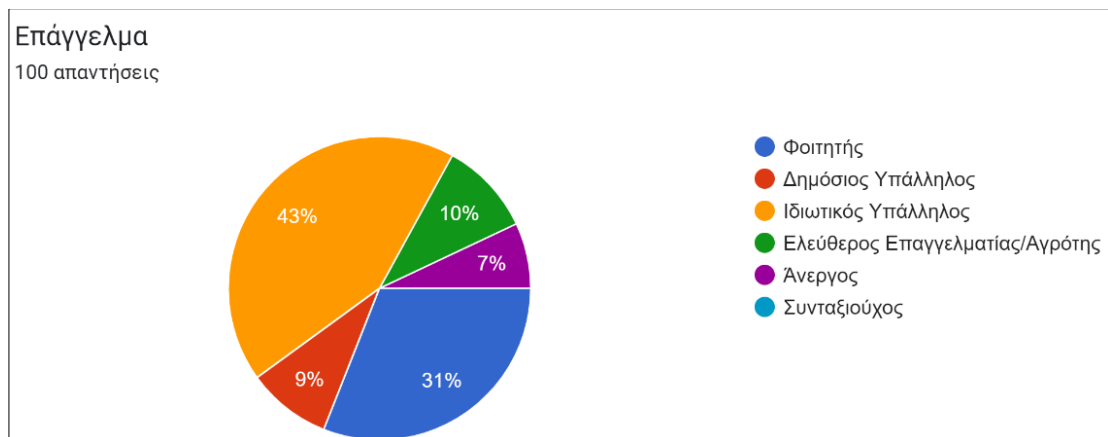


Αναφορικά με την επαγγελματική ενασχόληση των ανθρώπων που συμμετείχαν στο δείγμα, η πλειοψηφία είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι σε ποσοστό 43% και ακολουθούν οι φοιτητές με το επίσης υψηλό ποσοστό του 31% αλλά και οι συνταξιούχοι με ίδιο ποσοστό (31%).

Οι ελεύθεροι επαγγελματίες (10%), οι δημόσιοι υπάλληλοι (9,0%) και οι άνεργοι (7%), είναι οι ομάδες ανθρώπων που εκπροσωπούνται λιγότερο στο δείγμα.

Πίνακας 4. Επάγγελμα

	<i>Συχνότητα</i>	<i>Ποσοστό</i>
Φοιτητής	31	31,0%
Δημόσιος Υπάλληλος	9	9,0%
Ιδιωτικός Υπάλληλος	43	43,0%
Ελεύθερος Επαγγελματίας/Επιχειρηματίας	10	10,0%
Άνεργος	7	7,0%
Συνταξιούχος	31	31,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%

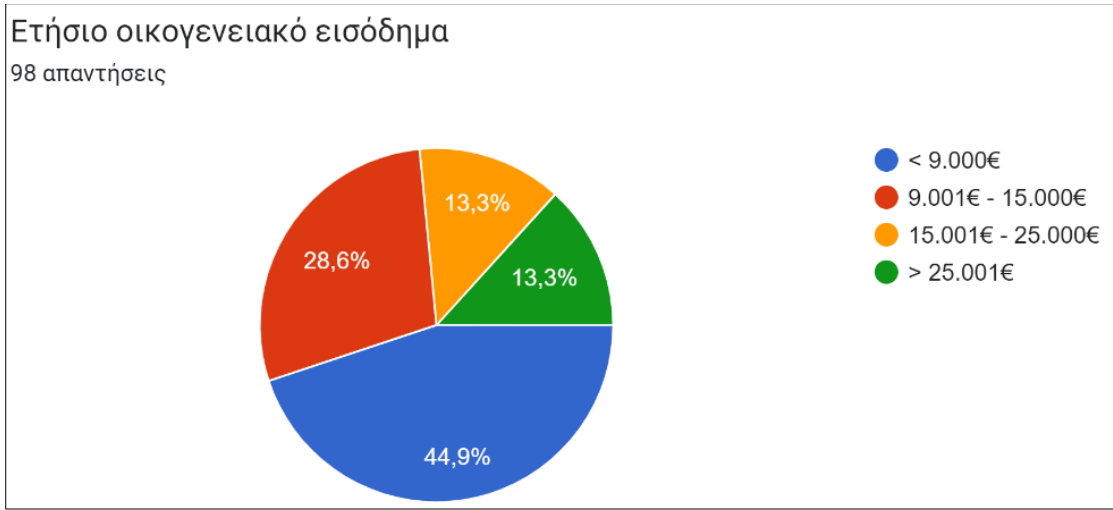


Οι περισσότεροι συμμετέχοντες δηλώνουν πολύ χαμηλό εισόδημα κάτω από 9.000€ ετησίως. Χαμηλό εισόδημα (9.000€-15.000€) δηλώνει επίσης ένα μεγάλο μέρος των συμμετεχόντων που ανέρχεται στο 28,6% του δείγματος. Συνολικά, η συντριπτική πλειοψηφία (72%) των ερωτώμενων δηλώνει από χαμηλό έως πολύ χαμηλό εισόδημα.

Οι υπόλοιποι συμμετέχοντες δηλώνουν μεσαία εισοδήματα (15.0001€ - 25.000€) και μεγάλα εισοδήματα (>25.001€) σε ποσοστά 13,3% και 13,3% αντίστοιχα. Συνολικά, η μειοψηφία (26,6%) των ερωτώμενων δηλώνει από μεσαία έως μεγάλα εισοδήματα.

Πίνακας 5. Εισοδήματα ανά έτος (οικογενειακά)

	<i>Συχνότητα</i>	<i>Ποσοστό</i>
Κάτω από 9.000€	44	44,9%
9.000€ - 15.000€	28	28,6%
15.000€ - 25.000€	13	13,3%
Πάνω από 25.000€	13	13,3%
ΣΥΝΟΛΟ	98	100%



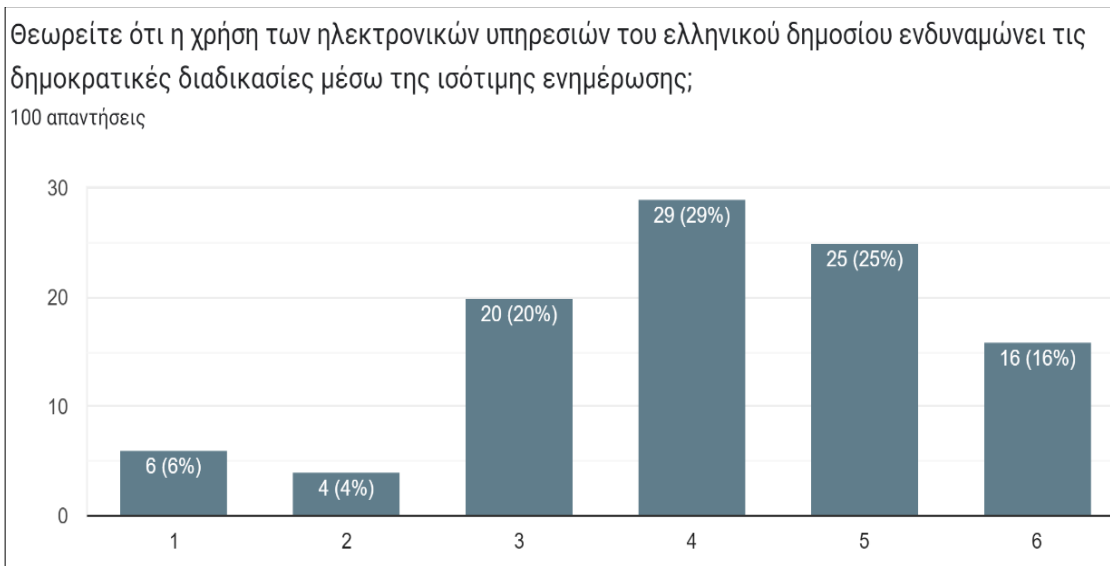
5.3 Β' μέρος ερωτηματολογίου – Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης)

Στην ερώτηση «θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου ενδυναμώνει τις δημοκρατικές διαδικασίες μέσω της ισότιμης ενημέρωσης;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (70%) απαντούν καταφατικά υποστηρίζοντας ότι ενδυναμώνονται οι δημοκρατικές διαδικασίες αρκετά έως πάρα πολύ, μέσω της ισότιμης ενημέρωσης που επιτυγχάνεται από την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου.

Μόνο το 30% του δείγματος απαντά αρνητικά και θεωρεί ότι οι δημοκρατικές διαδικασίες ενδυναμώνονται πολύ λίγο έως και καθόλου.

Πίνακας 6. Ενδυνάμωση δημοκρατικών διαδικασιών μέσω της ισότιμης ενημέρωσης

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	6	6,0%
2 (ελάχιστα)	4	4,0%
3 (πολύ λίγο)	20	20,0%
4 (αρκετά)	29	29,0%
5 (πολύ)	25	25,0%
6 (πάρα πολύ)	16	16,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%

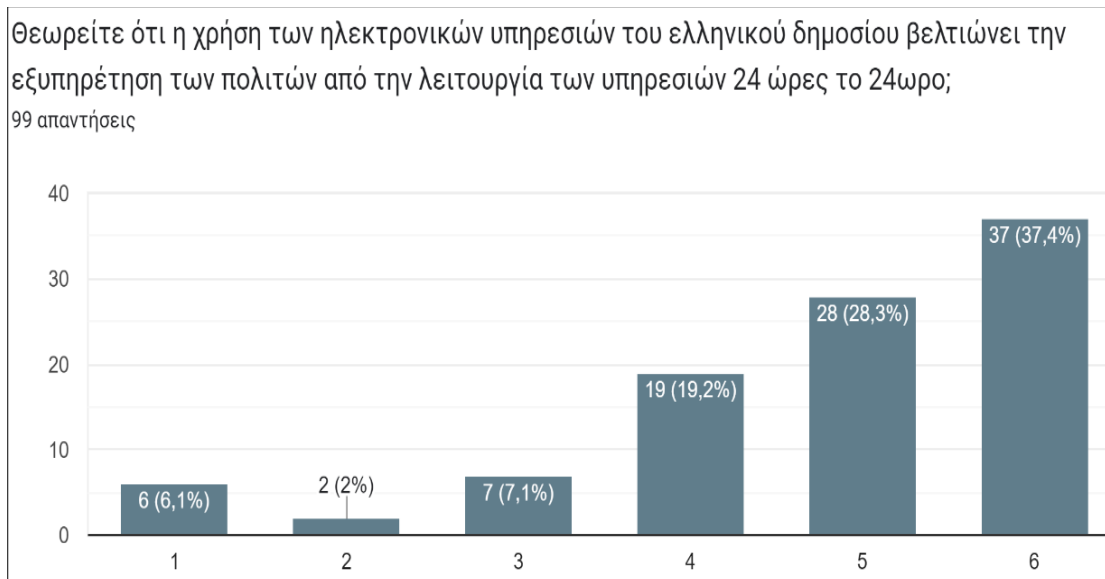


Στην ερώτηση κατά πόσο νομίζετε ότι «η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (που παρέχει το ελληνικό δημόσιο) βελτιώνει την εξυπηρέτηση των πολιτών από την λειτουργία των υπηρεσιών 24 ώρες το 24ωρο;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (84,9%) απαντούν καταφατικά υποστηρίζοντας ότι βελτιώνεται η εξυπηρέτηση των πολιτών αρκετά έως πάρα πολύ, λόγω της δυνατότητας 24ωρης λειτουργίας των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου.

Μόλις το 15,1% του δείγματος απαντά αρνητικά και θεωρεί ότι η εξυπηρέτηση των πολιτών βελτιώνεται πολύ λίγο έως και καθόλου.

Πίνακας 7. Βελτίωση της εξυπηρέτησης των πολιτών μέσω της 24ωρης λειτουργίας των ηλεκτρονικών υπηρεσιών

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	6	6,1%
2 (ελάχιστα)	2	2,0%
3 (πολύ λίγο)	7	7,1%
4 (αρκετά)	19	19,2%
5 (πολύ)	28	28,3%
6 (πάρα πολύ)	37	37,4%
ΣΥΝΟΛΟ	99	100,0%



Στην ερώτηση κατά πόσο νομίζετε ότι «η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (που παρέχει το ελληνικό δημόσιο) αυξάνει την διαφάνεια στον δημόσιο τομέα μέσω της ισότιμης εξυπηρέτησης;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (73,8%) απαντούν καταφατικά υποστηρίζοντας ότι αυξάνεται η διαφάνεια στον δημόσιο τομέα αρκετά έως πάρα πολύ, εξαιτίας της ισότιμης εξυπηρέτησης που προσφέρουν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου.

Μόνο το 26,2% του δείγματος απαντά αρνητικά και θεωρεί ότι η διαφάνεια στον δημόσιο τομέα αυξάνεται πολύ λίγο έως και καθόλου.

Πίνακας 8. Αύξηση της διαφάνειας στον δημόσιο τομέα μέσω της ισότιμης εξυπηρέτησης

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	4	4,0%
2 (ελάχιστα)	6	6,1%
3 (πολύ λίγο)	16	16,2%
4 (αρκετά)	25	25,3%
5 (πολύ)	31	31,3%
6 (πάρα πολύ)	17	17,2%

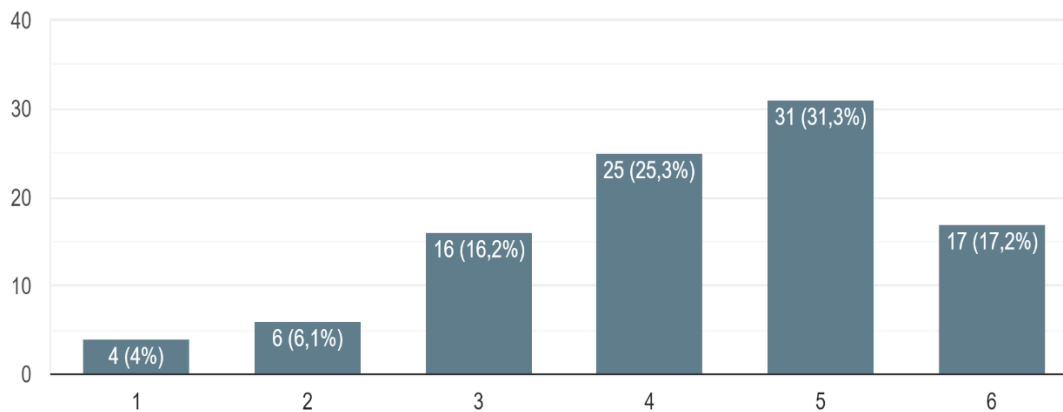
ΣΥΝΟΛΟ

99

100,0%

Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου αυξάνει την διαφάνεια στον δημόσιο τομέα μέσω της ισότιμης εξυπηρέτησης;

99 απαντήσεις



Στην ερώτηση κατά πόσο νομίζετε ότι «η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (που παρέχει το ελληνικό δημόσιο) αυξάνει την γραφειοκρατία στον δημόσιο τομέα;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (76,8%) απαντούν αρνητικά, υποστηρίζοντας ότι δεν αυξάνεται η γραφειοκρατία στον δημόσιο τομέα από την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, σε κλίμακα από πολύ λίγο έως καθόλου.

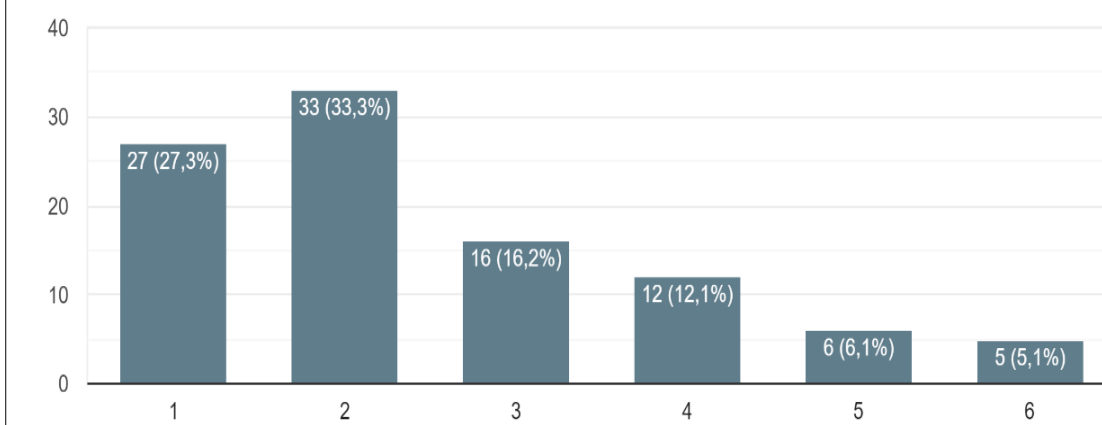
Μόλις το 23,2% του δείγματος απαντά θετικά και θεωρεί ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών οδηγεί και σε αύξηση της γραφειοκρατίας από αρκετά έως πάρα πολύ.

Πίνακας 9. Αύξηση της γραφειοκρατίας στον δημόσιο τομέα λόγω της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών

Εξασθάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	27	27,3%
2 (ελάχιστα)	33	33,3%
3 (πολύ λίγο)	16	16,2%
4 (αρκετά)	12	12,1%
5 (πολύ)	6	6,1%
6 (πάρα πολύ)	5	5,1%
ΣΥΝΟΛΟ	99	100,0%

Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου αυξάνει την γραφειοκρατία στον δημόσιο τομέα;

99 απαντήσεις



Στην ερώτηση κατά πόσο νομίζετε ότι «η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (που παρέχει το ελληνικό δημόσιο) μειώνει τον χρόνο διεκπεραίωσης των διαδικασιών του δημόσιου τομέα;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (79%) απαντούν καταφατικά, υποστηρίζοντας ότι μειώνεται ο χρόνος διεκπεραίωσης των διαδικασιών του δημόσιου τομέα λόγω της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, σε κλίμακα από αρκετά έως πάρα πολύ.

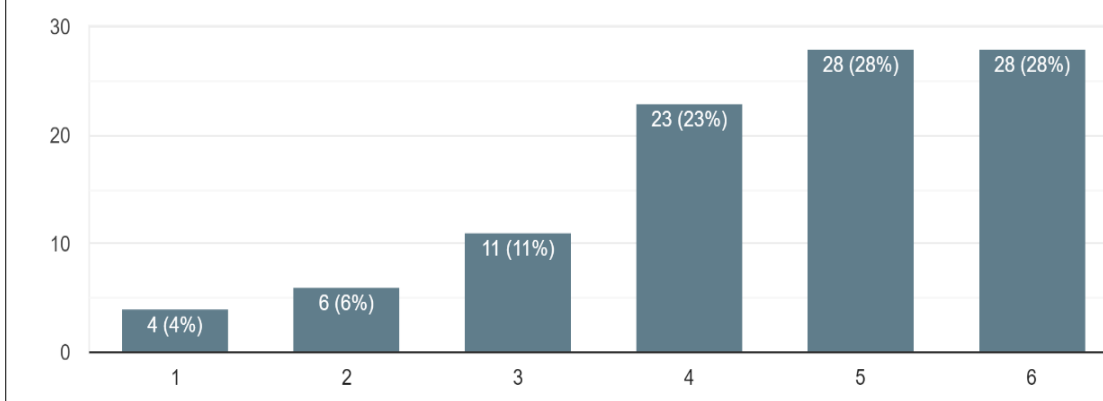
Μόνο το 21% του δείγματος απαντά αρνητικά και θεωρεί ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών δεν μειώνει τον χρόνο διεκπεραίωσης των διαδικασιών του δημόσιου τομέα σε κλίμακα πολύ λίγο έως καθόλου.

Πίνακας 10. Μείωση του χρόνου διεκπεραίωσης των διαδικασιών του δημόσιου τομέα

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	4	4,0%
2 (ελάχιστα)	6	6,0%
3 (πολύ λίγο)	11	11,0%
4 (αρκετά)	23	23,0%
5 (πολύ)	28	28,0%
6 (πάρα πολύ)	28	28,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%

Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου μειώνει τον χρόνο διεκπεραίωσης των διαδικασιών του δημόσιου τομέα;

100 απαντήσεις



Στην ερώτηση κατά πόσο νομίζετε ότι «η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (που παρέχει το ελληνικό δημόσιο) μειώνει το κόστος λειτουργίας του δημόσιου τομέα;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (72%) απαντούν καταφατικά, υποστηρίζοντας ότι μειώνεται το κόστος λειτουργίας του δημόσιου τομέα λόγω της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, σε κλίμακα από αρκετά έως πάρα πολύ.

Μόνο το 28% του δείγματος απαντά αρνητικά και θεωρεί ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών δεν μειώνει το κόστος λειτουργίας του δημόσιου τομέα σε κλίμακα πολύ λίγο έως καθόλου.

Πίνακας 11. Μείωση του κόστους λειτουργίας του δημόσιου τομέα λόγω της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	5	5,0%
2 (ελάχιστα)	7	7,0%
3 (πολύ λίγο)	16	16,0%
4 (αρκετά)	22	22,0%
5 (πολύ)	32	32,0%
6 (πάρα πολύ)	18	18,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%



5.4 Γ' μέρος ερωτηματολογίου – Αδυναμίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης

Στην ερώτηση «πόσο ικανοποιημένος/η είστε από το εύρος που καλύπτουν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (67%) δηλώνουν ικανοποιημένοι σε μεγάλο βαθμό (αρκετά έως πάρα πολύ), υποστηρίζοντας ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου καλύπτουν μεγάλο εύρος.

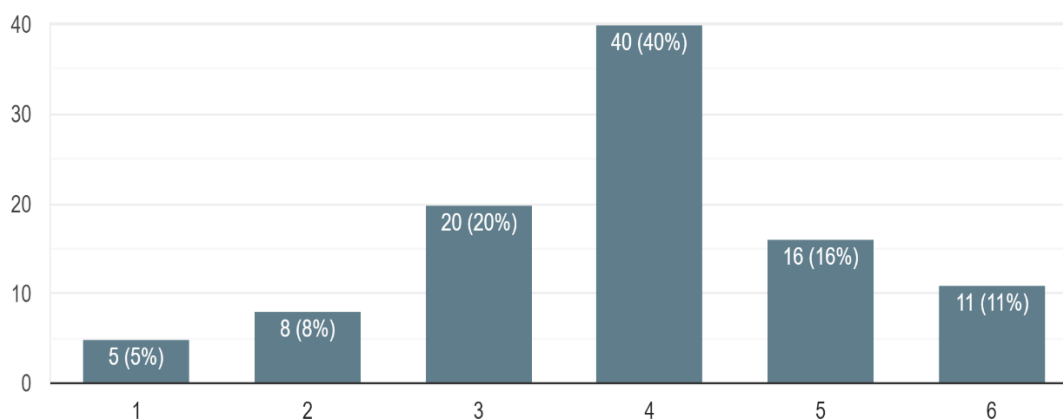
Ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος (33%) δεν δηλώνει ικανοποιημένο (πολύ λίγο έως καθόλου), και θεωρεί ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου καλύπτουν μικρό εύρος.

Πίνακας 12. Βαθμός ικανοποίησης από την ευρύτητα κάλυψης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (που παρέχει το ελληνικό δημόσιο)

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	5	5,0%
2 (ελάχιστα)	8	8,0%
3 (πολύ λίγο)	20	20,0%
4 (αρκετά)	40	40,0%
5 (πολύ)	16	16,0%
6 (πάρα πολύ)	11	11,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%

Πόσο ικανοποιημένος / η είστε από το εύρος που καλύπτουν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου.

100 απαντήσεις



Στην ερώτηση κατά πόσο νομίζετε ότι «η διαδικασία χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (που παρέχει το ελληνικό δημόσιο) είναι αρκετά φιλική ως προς τον πολίτη;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (65,6%) δηλώνουν ικανοποιημένοι σε μεγάλο βαθμό (αρκετά έως πάρα πολύ), υποστηρίζοντας ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου είναι φιλικές προς τον χρήστη.

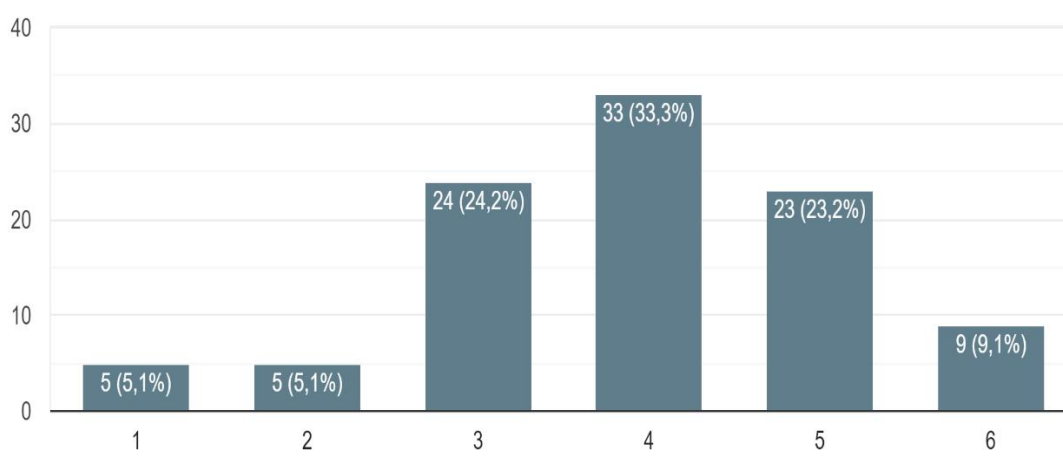
Ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος (34,4%) δεν δηλώνει ικανοποιημένο (πολύ λίγο έως καθόλου), και θεωρεί ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου δεν είναι φιλικές προς τον χρήστη.

Πίνακας 13. Βαθμός ικανοποίησης από την φιλικότητα προς τον χρήστη των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που παρέχει το ελληνικό δημόσιο

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	5	5,1%
2 (ελάχιστα)	5	5,1%
3 (πολύ λίγο)	24	24,2%
4 (αρκετά)	33	33,3%
5 (πολύ)	23	23,2%
6 (πάρα πολύ)	9	9,1%
ΣΥΝΟΛΟ	99	100,0%

Θεωρείτε ότι η διαδικασία χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου είναι αρκετά φιλική προς τον χρήστη;

99 απαντήσεις



Στην ερώτηση κατά πόσο απαιτείται η συνδρομή «από κάποιον επαγγελματία (όπως π.χ. δικηγόρο ή φοροτεχνικό) για την ορθή χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει το ελληνικό δημόσιο;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (56,5%) δηλώνουν ότι δεν χρειάζονται κάποια βοήθεια από κάποιον επαγγελματία παρά πολύ λίγο έως καθόλου. Η απάντηση αυτή συμβαδίζει με την προηγούμενη που υποστήριζε ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου είναι φιλικές προς τον χρήστη.

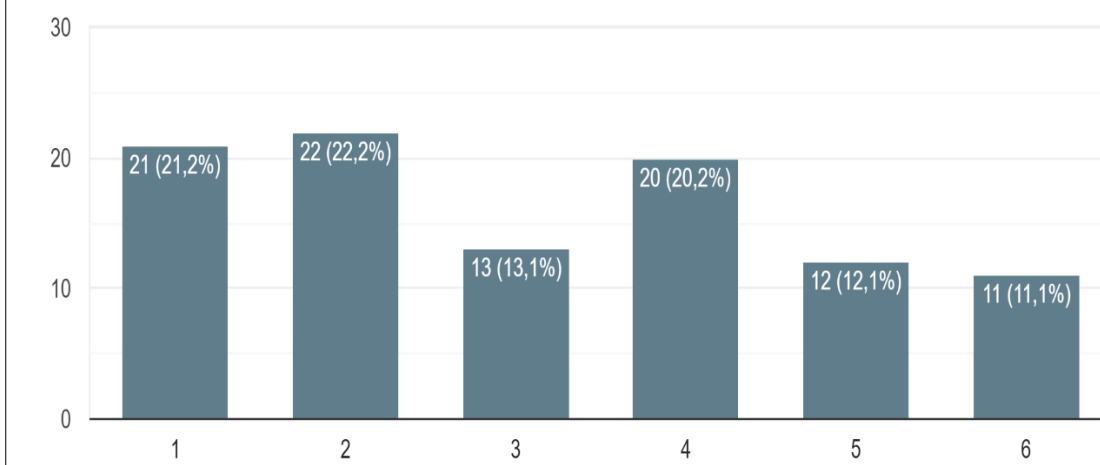
Όμως υπάρχει και ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος (43,5%) που δηλώνει ότι χρειάζεται βοήθεια από κάποιον επαγγελματία αρκετά έως πάρα πολύ.

Πίνακας 14. Ανάγκη βοήθειας από επαγγελματίες για την ορθή χρήση των διαφόρων ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει το ελληνικό δημόσιο

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	21	21,2%
2 (ελάχιστα)	22	22,2%
3 (πολύ λίγο)	13	13,1%
4 (αρκετά)	20	20,2%
5 (πολύ)	12	12,1%
6 (πάρα πολύ)	11	11,1%
ΣΥΝΟΛΟ	99	100,0%

Χρειάζεστε την βοήθεια κάποιου επαγγελματία (λογιστή, δικηγόρου, κ.α.) για την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου;

99 απαντήσεις



Στην ερώτηση κατά πόσο πιστεύετε «ότι είναι διασφαλισμένη η προστασία προσωπικών δεδομένων των πολιτών κατά την διάρκεια της χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει το ελληνικό δημόσιο;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (59%) δηλώνουν ότι έχουν πειστεί για την προστασία και την ορθή διαχείριση των προσωπικών δεδομένων τους από αρκετά έως πάρα πολύ.

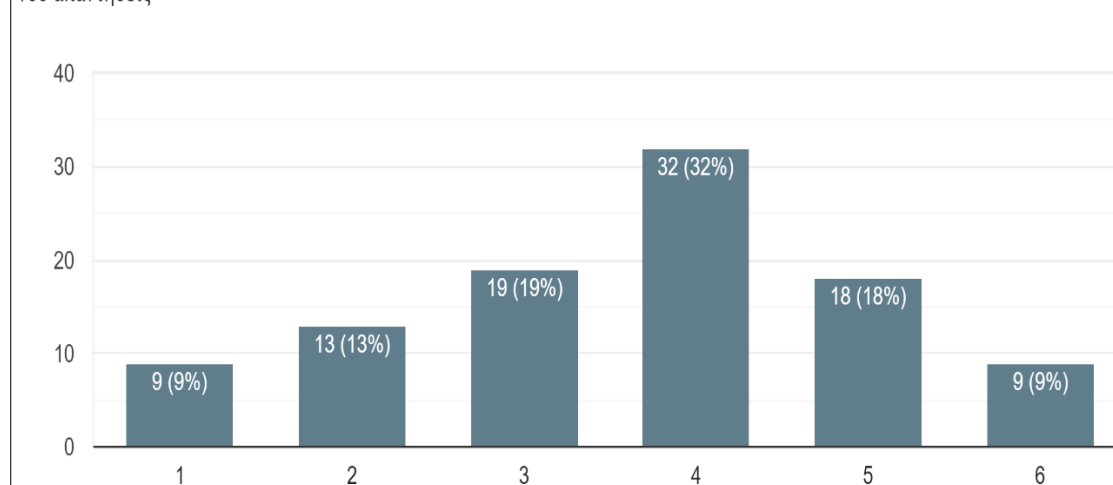
Υπάρχει βέβαια και ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος (41%) που δεν έχει πειστεί για την ικανότητα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου να διασφαλίσουν τα προσωπικά τους δεδομένα σε ένα βαθμό από πολύ λίγο έως καθόλου.

Πίνακας 15. Διασφάλιση προστασίας προσωπικών δεδομένων κατά την διάρκεια χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει το ελληνικό δημόσιο

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	9	9,0%
2 (ελάχιστα)	13	13,0%
3 (πολύ λίγο)	19	19,0%
4 (αρκετά)	32	32,0%
5 (πολύ)	18	18,0%
6 (πάρα πολύ)	9	9,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%

Πιστεύετε ότι διασφαλίζεται η προστασία των προσωπικών δεδομένων του πολίτη κατά την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου;

100 απαντήσεις



Στην ερώτηση «η παραλαβή του σχετικού εγγράφου σε ηλεκτρονική μορφή, θεωρείτε ότι είναι εύκολη;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (80%) δηλώνουν ότι είναι αρκετά έως πάρα πολύ εύκολο να παραλάβουν τα ηλεκτρονικά έγγραφα που παράγονται από τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου.

Μόλις ένα 20% του δείγματος θεωρεί ότι δεν είναι εύκολη η διαδικασία παραλαβής των ηλεκτρονικών εγγράφων, βαθμολογώντας την από πολύ λίγο εύκολη έως καθόλου εύκολη.

Πίνακας 16. Ευκολία παραλαβής εγγράφων σε ηλεκτρονική μορφή, ως τελικό αποτέλεσμα της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει το ελληνικό δημόσιο

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	1	1,0%
2 (ελάχιστα)	5	5,0%
3 (πολύ λίγο)	14	14,0%
4 (αρκετά)	20	20,0%
5 (πολύ)	33	33,0%
6 (πάρα πολύ)	27	27,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%



Τέλος, στην ερώτηση κατά πόσο είναι πρακτικός ο τρόπος που έχει επιλεγεί για την «αυθεντικοποίηση των πολιτών κατά την χρήση των ηλεκτρονικών και ο οποίος σήμερα γίνεται μέσω κωδικών TaxisNet», η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων (88%) δηλώνουν ότι θεωρούν αρκετά έως πάρα πολύ πρακτική την μέθοδο ταυτοποίησης που έχει επιλεγεί (κωδικοί taxisnet) για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου.

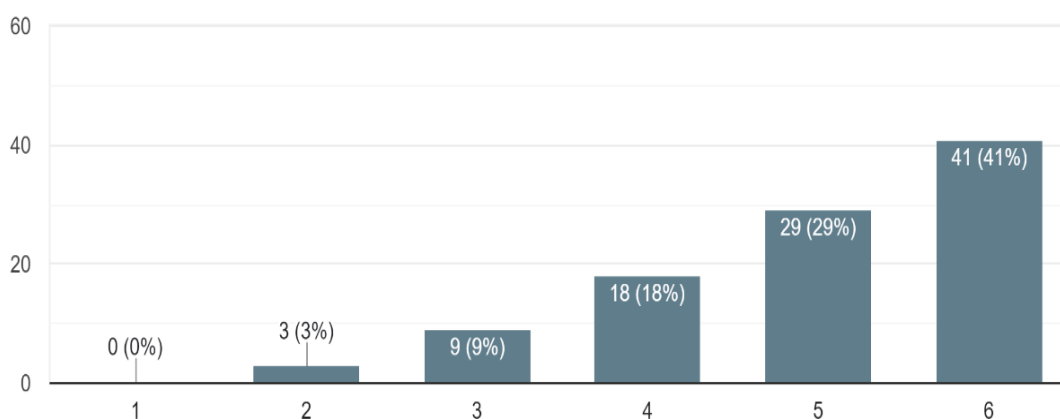
Μόλις ένα 12% του δείγματος θεωρεί ότι δεν είναι πρακτική η διαδικασία ταυτοποίησης, βαθμολογώντας την από πολύ λίγο εύκολη έως καθόλου εύκολη.

Πίνακας 17. Πρακτικότητα διαδικασίας ταυτοποίησης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου

Εξαβάθμια κλίμακα	Συχνότητα	Ποσοστό
1 (καθόλου)	0	0,0%
2 (ελάχιστα)	3	3,0%
3 (πολύ λίγο)	9	9,0%
4 (αρκετά)	18	18,0%
5 (πολύ)	29	29,0%
6 (πάρα πολύ)	41	41,0%
ΣΥΝΟΛΟ	100	100,0%

Ο τρόπος ταυτοποίησης στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου σήμερα γίνεται μέσω κωδικών TaxisNet, πόσο πρακτικός θεωρείτε ότι είναι;

100 απαντήσεις



5.5 Συμπεράσματα ερευνητικού μέρους

Η έρευνα βασίστηκε σε ένα δείγμα 100 ατόμων και στο οποίο η πλειοψηφία είναι γυναίκες (62%), ενώ οι συμμετέχοντες είναι νεαρής ηλικίας (έως 39 ετών το 86%), υψηλού μορφωτικού επιπέδου (55% ανώτατη εκπαίδευση) που επαγγέλλονται κυρίως ιδιωτικοί υπάλληλοι (43%) και δηλώνουν χαμηλό ετήσιο οικογενειακό εισόδημα (<9.000€ το 45%).

Από τις απαντήσεις τους προκύπτει ότι από την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου, η μεγάλη πλειοψηφία θεωρεί ότι:

- ενδυναμώνονται οι δημοκρατικές διαδικασίες μέσω της ισότιμης ενημέρωσης που επιτυγχάνεται (70%),
- βελτιώνεται η εξυπηρέτηση των πολιτών λόγω της δυνατότητας 24ωρης λειτουργίας τους (84,9%),
- αυξάνεται η διαφάνεια στον δημόσιο τομέα, εξαιτίας της ισότιμης εξυπηρέτησης που προσφέρουν (73,8%)

Την ίδια στιγμή οι περισσότεροι θεωρούν ότι:

- μειώνεται η γραφειοκρατία στον δημόσιο τομέα (76,8%)
- μειώνεται ο χρόνος διεκπεραίωσης των διαδικασιών του δημόσιου τομέα (79%)
- μειώνεται το κόστος λειτουργίας του δημόσιου τομέα (72%)

Από τις ερωτήσεις οι οποίες εστίασαν στις πιθανές αδυναμίες των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, η περισσότεροι:

- δηλώνουν ικανοποιημένοι σε μεγάλο βαθμό (67%), υποστηρίζοντας ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου καλύπτουν μεγάλο εύρος
- δηλώνουν ικανοποιημένοι σε μεγάλο βαθμό (65,6%), υποστηρίζοντας ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου είναι φιλικές προς τον χρήστη
- δηλώνουν ότι δεν χρειάζονται κάποια βοήθεια από κάποιον επαγγελματία παρά πολύ λίγο έως καθόλου (56,5%). Βέβαια πρέπει εδώ να υπογραμμιστεί ότι το ποσοστό που δηλώνει ότι χρειάζεται βοήθεια από κάποιον επαγγελματία, είναι αξιοσημείωτα υψηλό (43,5%)

- δηλώνουν ότι έχουν πειστεί για την διασφάλιση των προσωπικών δεδομένων τους κατά την διάρκεια της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει το ελληνικό δημόσιο (59%)
- δηλώνουν ότι είναι αρκετά έως πάρα πολύ εύκολο να παραλάβουν τα ηλεκτρονικά έγγραφα που παράγονται από τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες (80%)
- δηλώνουν ότι θεωρούν αρκετά έως πάρα πολύ πρακτική την μέθοδο ταυτοποίησης που έχει επιλεγεί (κωδικοί taxisnet) για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες (88%)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με τον Υπουργό Επικρατείας και Ψηφιακής Διακυβέρνησης, Κυριάκο Πιερρακάκη σε άρθρο του στο φύλλο της εφημερίδας «Παραπολιτικά» στις 23-12-2021:

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελεί εκείνο το όχημα που θα επιτρέψει στην Ελλάδα να μεταβεί σε μια νέα εποχή. Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές των Ελλήνων πολιτών με τον δημόσιο τομέα αυξάνονται με εκθετικό ρυθμό ετησίως. Από μόλις 8.800.000 εκατομμύρια συναλλαγές το 2018, αναρριχήθηκαν στο τεράστιο νούμερο των 94.000.000 το έτος 2020, με τις εκτιμήσεις να ανεβάζουν τις συναλλαγές στα 500.000.000 εκατομμύρια για το 2021. Τα γεγονότα αυτά καταδεικνύουν μια πολύ μεγάλη στροφή όσον αφορά την σχέση πολίτη και κράτους δημιουργώντας βάσιμες ελπίδες για την ανάπτυξη μιας νέας σχέσης εμπιστοσύνης. Δεν πρέπει επίσης να παραβλέπεται πως σημαντικό τμήμα των συναλλαγών έχει να κάνει με τις επιχειρηματικές ανάγκες. Το σίγουρο είναι ότι η λειτουργία του gov.gr με την ταυτόχρονη ψηφιοποίηση υπηρεσιών όπως για παράδειγμα το γνήσιο της υπογραφής, έχει οδηγήσει σε σοβαρή μείωση των επισκέψεων στις δημόσιες υπηρεσίες, καταπολεμώντας την γραφειοκρατία και βελτιώνοντας την θέση της Ελλάδας στους διεθνείς καταλόγους ανταγωνιστικότητας (Πιερρακάκης, 2021).

Η αναφορά του κ. Πιερρακάκη ουσιαστικά συνοψίζει τους βασικούς άξονες τους οποίους καλείται να ακολουθήσει κάθε σύγχρονο κράτος, δηλ.

- Την αντιμετώπιση και την μείωση της γραφειοκρατίας
- Την δημιουργία ψηφιακών υποδομών όπως το gov.gr και
- Την ανάπτυξη καινοτόμων εφαρμογών για την καλύτερη εξυπηρέτηση του πολίτη – πελάτη.

Το πρόγραμμα «Ψηφιακή Ελλάδα» όπως ονομάζεται έχει τους εξής στόχους:

The screenshot shows a web browser displaying the website www.opengov.gr/digitalandbrief/?p=2152. The page content is in Greek and discusses the 'Digital Greece' program. The main text states that the program aims to support the digital transformation of the country, focusing on the public sector, education, and research. It mentions the 'Digital Greece' program as a key initiative. The page also features a sidebar with related information, including a 'Σχετικό Υλικό' (Related Material) section with a document titled 'Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού' (Digital Transformation Bible) and an 'Εργασία' (Work) section with a document titled 'Εξέλιξη Σκοπών σε 2023' (Evolution of Objectives in 2023). The sidebar also includes 'Στατιστικά' (Statistics) showing 10 Σελίδα (Page) and 312 Σελίδα em της Διαβούλευσης (Page em of the Consultation) and 2418 - Όλα τα Σελίδα (All Pages). The page footer includes a cookie consent banner and a system tray showing the date and time as 3:12 μμ 20/3/2023.

(Διοίκησης, χ.χ.)

Η Βίβλος του Ψηφιακού Μετασχηματισμού (ΒΨΜ) αποτελεί τον χάρτη στον οποίο θα αποτυπωθούν οι σκοποί του προγράμματος καθώς και ο τρόπος υλοποίησής του.

Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι μέχρι σήμερα έχουν πραγματοποιηθεί μέσω της Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης ουσιαστικές παρεμβάσεις σε όλους τους τομείς, π.χ. στον τομέα της υγείας δημιουργήθηκε ο Ατομικός Ηλεκτρονικός Φάκελος Υγείας.

Με την επανασύσταση του Υπουργείου Ψηφιακής Πολιτικής το οποίο ονομάστηκε Ψηφιακής Διακυβέρνησης, δημιουργήθηκαν οι εξής υπηρεσίες ψηφιακού μετασχηματισμού όπως καταγράφονται στην παρακάτω εικόνα:

Εικόνα 9: Ψηφιακές Υπηρεσίες Ελληνικού Δημοσίου

Η ψηφιακή πύλη gov.gr

Η Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων Δημόσιας Διοίκησης

Η Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού για την μείωση της γραφειοκρατίας και την καλύτερη εξυπηρέτηση του πολίτη

Ο Οργανισμός: Κοινωνία της Πληροφορίας Α.Ε.

Εθνικό Δίκτυο Υποδομών Τεχνολογίας και Έρευνας Α.Ε.

Τα Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών και τα myKEPlive

Το Εθνικό Μητρώο Διαδικασιών (μία αναλυτική λίστα για τα πρωτόκολλα που πρέπει να ακολουθούν οι δημόσιοι υπάλληλοι για την εξυπηρέτηση του πολίτη)

Το G-Cloud, μέσα από το οποίο παρέχονται ψηφιακές υπηρεσίες του δημόσιου τομέα

Ο Ηλεκτρονικός Εθνικός Φορέας Κοινωνικής Ασφάλισης, e-ΕΦΚΑ

Το Εθνικό Μητρώο Εμβολιασμών

Η Ηλεκτρονική Συνταγογράφηση

Η υπηρεσία myOAEDlive για την εξυπηρέτηση των εργαζομένων και των επιχειρήσεων

(Διανέοσις, 2021)

Σύμφωνα με τον ερευνητικό οργανισμό διαNEOσις, οι προαναφερόμενες υπηρεσίες έχουν ως στόχο ο ελληνικός δημόσιος τομέας να είναι σε θέση να προσφέρει ένα σύνολο ψηφιακών υπηρεσιών σε όλους τους τομείς της ζωής του πολίτη με υψηλή ποιότητα και σε άμεσο χρόνο μέσα από ψηφιακές πλατφόρμες. (Διανέοσις, 2021)

Συμπερασματικά, ο ψηφιακός μετασχηματισμός του δημόσιου τομέα χρησιμοποιεί προς όφελος των πολιτών και των οικονομικών οργανισμών τις αλλαγές στην τεχνολογία συμβάλλοντας ουσιαστικά στην ανάπτυξη και την ευημερία της κοινωνίας στο σύνολό της.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Borad, S. (2020, Απρίλιος 20). efinancemanagement.com. Ανάκτηση από Key Performance Indicators (KPIs) – All You Need To Know: <https://efinancemanagement.com/financial-analysis/key-performance-indicators-kpis>
- American Marketing Assotiation. (2021). Marketing vs. Advertising. Ανάκτηση από <https://www.ama.org/pages/marketing-vs-advertising/>
- Barone, A. (2022, Ιούνιος 23). Digital Marketing Overview: Types, Challenges, and Required Skills. Ανάκτηση από www.investopedia.com: <https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp>
- Brooks, C. (2023, Φεβρουάριος 21). The Management Theory of Peter Drucker: Key Terms. Ανάκτηση από www.business.com: <https://www.business.com/articles/management-theory-of-peter-drucker-key-terms/>
- Eurostat. (2022). European Statistics. Ανάκτηση 2022, από <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
- Gartner. (2017). 5 Levels of Digital Government Maturity. Ανάκτηση από <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/5-levels-of-digital-government-maturity>
- GOV.GR. (2022). 2 χρόνια gov.gr. Ανάκτηση από <https://www.gov.gr/updates/statistics/2yearsgov>
- Guide, M. S. (2022). New Public Management Model. Ανάκτηση από www.managementstudyguide.com: <https://www.managementstudyguide.com/new-public-management.htm>
- Hood, C., & Dixon, R. (2015). A Government that Worked Better and Cost Less? Oxford University Press.
- Hood, C., & Jackson, M. (1991). The New Public Management: A Recipe for Disaster? Royal Institute of Public Administration.

- Juneja, P. (2022). Services Marketing. Ανάκτηση από www.managementstudyguide.com/changing-face-of-services-marketing.htm
- Kotler, P. (1972). A generic concept of marketing. *Journal of marketing*, σσ. 46-54.
- Mason, A., Narcum, J., & Mason, K. (2020). Social media marketing gains importance after Covid-19. *Cogent Business & Management*.
- Mbassi, J., Mbarga, A., & Ndeme, R. (2019, Vol. 13). Public Service Quality and Citizen-Client's Satisfaction in . *Journal of Marketing Development and Competitiveness* .
- McCarthy, E., & Perreault, Jr., W. (1990). *Basic Marketing. USA: International Student Edition*.
- Mergel, I., Edelmann, N., & Haug, N. (2019). Defining digital transformation: Results from expert interviews. *Government Information Quarterly*, σσ. 36-39.
- Osborne, D., & Gaebler, T. (1995). *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*. Academy of Management.
- Osborne, P., Radnor, Z., & Nasi, G. (2013). A New Theory for Public Service Management? Toward a (Public) Service-Dominant Approach. *The American Review of Public Administration*, σσ. 135-158.
- Unacademy. (2023). Stages of e-Governance and Government Initiatives. Ανάκτηση από <https://unacademy.com/content/upsc/study-material/governance/stages-of-e-governance-and-government-initiatives/>
- Ασπρίδης, Γ. (2013). *Εισαγωγή στην πολιτική και διοικητική οργάνωση του Ελληνικού κράτους*. Αθήνα: Προπομπός.
- Διανέοσις. (2021). *διαNEΟσις*. Ανάκτηση από https://www.dianeosis.org/research/synetairismoi_research/
- Διοίκησης, Υ. Ε. (χ.χ.). *Ανοικτή Διακυβέρνηση*. Ανάκτηση από www.opengov.gr/home/

- Παρασκευάς, Μ., Ασημακόπουλος, Γ., & Τριανταφύλλου, Β. (2015). Η δημόσια διοίκηση στην Κοινωνία της Πληροφορίας. Αθήνα: Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις.
- Περρακάκης, Κ. (2021, Δεκεμβρίου 23). Η μετάβαση της Ελλάδας στη νέα εποχή. Ανάκτηση από mindigital.gr: <https://mindigital.gr/archives/2812>
- Πρεβεδούρου, Ε. (2022). Γενικό Διοικητικό Δίκαιο - Σημειώσεις μαθήματος. Ανάκτηση από ΑΠΘ - Νομική Σχολή: <https://www.prevedourou.gr/%CE%AD%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AD%CF%84%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CF%8C%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%85-%CF%84%CE%BF/>
- Σπυρόπουλος, Α. (2020). Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση. Σάμος: Παν/μιο Αιαγαίου - Μεταπτυχιακή διατριβή.
- Υπουργείο Εσωτερικών. (2023). Μητρώο Δημόσιων Υπηρεσιών. Ανάκτηση από <https://www.ypes.gr/dimosieysi-toy-epikairopoiimenoy-mitrooy-ypiresion-kai-foreon-tis-ellinikis-dioikisis-etoys-2020/>
- Υπουργείο Εσωτερικών. (2023). Στατιστικά στοιχεία του Μητρώου Ανθρώπινου Δυναμικού του Ελληνικού Δημοσίου. Ανάκτηση από Απογραφή δημόσιου τομέα: <https://84.205.194.219//hrstatistics/pub/menu.php>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

(Α' ΜΕΡΟΣ)

1. Φύλο (1: Άνδρας, 2: Γυναίκα)
2. Ηλικιακή ομάδα (1: 15-39, 2: 40-64, 3: 65+)
3. Μορφωτικό επίπεδο (1: Υποχρεωτική εκπαίδευση, 2: Δευτεροβάθμια εκπαίδευση, 3: Μεταλυκειακή εκπαίδευση, 4: Ανώτατη εκπαίδευση)
4. Επάγγελμα (1: Φοιτητής, 2: Δημόσιος Υπάλληλος, 3: Ιδιωτικός Υπάλληλος, 4: Ελεύθερος Επαγγελματίας/Αγρότης, 5: Ανεργος, 6: Συνταξιούχος)
5. Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα (1: <9.000€, 2: 9.001€-15.000€, 3: >25.001€)

(Β' ΜΕΡΟΣ – Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης)

6. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου ενδυναμώνει τις δημοκρατικές διαδικασίες μέσω της ισότιμης ενημέρωσης;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
7. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου βελτιώνει την εξυπηρέτηση των πολιτών από την λειτουργία των υπηρεσιών 24 ώρες το 24ωρο;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
8. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου αυξάνει την διαφάνεια στον δημόσιο τομέα μέσω της ισότιμης εξυπηρέτησης;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
9. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου αυξάνει την γραφειοκρατία στον δημόσιο τομέα;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
10. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου μειώνει τον χρόνο διεκπεραίωσης των διαδικασιών του δημόσιου τομέα;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
11. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου μειώνει το κόστος λειτουργίας του δημόσιου τομέα;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα

(B' ΜΕΡΟΣ – Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης)

1. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου ενδυναμώνει τις **δημοκρατικές διαδικασίες** μέσω της ισότιμης ενημέρωσης;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
2. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου βελτιώνει την **εξυπηρέτηση των πολιτών** από την λειτουργία των υπηρεσιών 24 ώρες το 24ωρο;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
3. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου αυξάνει την **διαφάνεια στον δημόσιο τομέα** μέσω της ισότιμης εξυπηρέτησης;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
4. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου αυξάνει την **γραφειοκρατία στον δημόσιο τομέα**;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
5. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου μειώνει τον **χρόνο διεκπεραίωσης των διαδικασιών** του δημόσιου τομέα;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
6. Θεωρείτε ότι η χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου μειώνει το **κόστος λειτουργίας** του δημόσιου τομέα;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα

(Γ' ΜΕΡΟΣ – Αδυναμίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης)

1. Πόσο ικανοποιημένος / η είστε από το **εύρος** που καλύπτουν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου.
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
2. Θεωρείτε ότι η διαδικασία χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου είναι αρκετά **φιλική προς τον χρήστη**;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
3. Χρειάζεστε την **βοήθεια κάποιου επαγγελματία** (λογιστή, δικηγόρου, κ.α.) για την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα
4. Πιστεύετε ότι διασφαλίζεται η **προστασία των προσωπικών δεδομένων** του πολίτη κατά την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών του ελληνικού δημοσίου;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ – Απόλυτα
5. Η **παραλαβή του σχετικού εγγράφου σε ηλεκτρονική μορφή**, θεωρείτε ότι είναι εύκολη;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ – Απόλυτα
6. Ο **τρόπος ταυτοποίησης** στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες του ελληνικού δημοσίου σήμερα γίνεται μέσω κωδικών **TaxisNet**, πόσο πρακτικός θεωρείτε ότι είναι;
Κλίμακα 1 – 6
Καθόλου – Πολύ Λίγο – Λίγο – Πολύ – Πάρα πολύ - Απόλυτα