

## Γιατί έριξε... μαύρο στα social media ο ΟΑΣΑ

27/Οκτ/2018 09:03

Του **Δημήτρη Δελεβέγκου**

Με στόχο την αριότερη πληροφόρηση του επιβατικού κοινού, ο Οργανισμός Αστικών Συγκοινωνιών Αθήνας (ΟΑΣΑ) ανέθεσε (με κριτήριο τη χαμηλότερη προσφορά) τον Ιανουάριο του 2018 σε εξειδικευμένη εταιρεία τον σχεδιασμό, ανάπτυξη περιεχομένου και διαχείριση των μέσων κοινωνικής δικτύωσής του. Το έργο, ύψους 15,6 χιλ. ευρώ είναι δωδεκάμηνης διάρκειας, γεγονός που σημαίνει ότι θα ολοκληρωθεί σε περίπου τρεις μήνες, τον Ιανουάριο του 2019. Ωστόσο, δεν έχει καν ξεκινήσει!

### Το "μαύρο"

Για το "μαύρο" στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του ΟΑΣΑ, που δεν ενημερώνονται με νέες αναρτήσεις, ερωτάται με κοινοβουλευτική ερώτηση το υπουργείο Υποδομών που εποπτεύει τον οργανισμό. Τι απαντά ο διευθύνων σύμβουλος του ΟΑΣΑ Ιωάννης Σκουμπούρης;

Ότι ΟΑΣΑ αποφάσισε να μεταθέσει χρονικά την ανάπτυξη περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπό τον φόβο των μαζικών παραπόνων από το επιβατικό κοινό. Για τον λόγο αυτό, όπως προκύπτει, από την ίδια απάντηση, ο ΟΑΣΑ ζήτησε από τον ανάδοχο -αίτημα που έγινε αποδεκτό- να μετατεθεί χρονικά η έναρξη της ισχύος του έργου. Στην απάντηση, όμως, δεν διευκρινίζεται -παρότι έχουν παρέλθει περίπου 11 μήνες από την αρχική ανάθεση της υπηρεσίας- πότε θα ξεκινήσει η ανάπτυξη περιεχομένου στα social media.

"Ο ΟΑΣΑ, δεδομένης της εξέλιξης της πληροφόρησης του επιβατικού κοινού αναφορικά με τη μετάβαση στο ηλεκτρονικό εισιτήριο, αποφάσισε τη μετάθεση χρονικά της έναρξης της ισχύος της εν λόγω εργασίας, έτσι ώστε να μεγιστοποιήσει την αποδοτικότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ενσωματώνοντας σε αυτά το περιεχόμενο για το ηλεκτρονικό εισιτήριο", αναφέρει ο κ. Σκουμπούρης.

Η απόφαση αυτή, όπως προσθέτει, "έως σήμερα φιλτράρεται από το γεγονός ότι η εισαγωγή της νέας καθημερινότητας που φέρει το ηλεκτρονικό εισιτήριο, η οποία μέχρι να ολοκληρωθεί πλήρως και να ευθυγραμμιστεί αποβαίνει μία φορτισμένη, ανά τακτά διαστήματα, περίοδος στη συνείδηση των επιβατών και κυρίως των ειδικών κοινών, καθιστά με τη σειρά της κρίσιμη και ευαίσθητη την επιλογή να μη μετατραπεί το νέο μέσο προβολής σε μία ακόμη πύλη παραπόνων".

Προσαυτή την κατεύθυνση, όπως αναφέρεται στην απάντηση, "ζητήθηκε από τον ανάδοχο, και έγινε αποδεκτό, η έναρξη της εργασίας να μετατεθεί σε έναν αμοιβαία συμφωνημένο ως κατάλληλο χρόνο χωρίς να υπάρχει επιπλέον οικονομική επιβάρυνση για τον ΟΑΣΑ και χωρίς να μεταβληθεί η χρονική περίοδος των 12 μηνών που είχε συμφωνηθεί ως διάστημα τέλεσης της συγκεκριμένης εργασίας. Συνεπακόλουθα δεν έχει γίνει καμία σχετική τιμολόγηση και ως εκ τούτου πληρωμή προς τον ανάδοχο, από τη στιγμή που δεν υπάρχουν σχετικά παραδοτέα".

Πάντως, ο ΟΑΣΑ προγραμματίζει την υλοποίηση ενός chatbot που θα επιτρέψει στον ΟΑΣΑ να απαντά στα αιτήματα ενημέρωσης του κοινού σχετικά με το ηλεκτρονικό εισιτήριο. Για τον σκοπό αυτό έχει αναθέσει την ανάπτυξη της υπηρεσίας αυτής στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας έναντι 24.800 ευρώ (με ΦΠΑ). Οι πληροφορίες του chatbot θα προέρχονται από πηγές του ΟΑΣΑ (βάσεις δεδομένων κ.λπ.), ενώ θα υποστηρίζεται η δυνατότητα μαζικής αποστολής μηνυμάτων από το chatbot προς τους εγγεγραμμένους χρήστες, για λόγους αντιμετώπισης καταστάσεων έκτακτης ανάγκης.

[dimitris.delevegos@capital.gr](mailto:dimitris.delevegos@capital.gr)

[Διαβάστε το άρθρο στο Capital.gr](#)