

Τ.Ε.Ι. ΗΠΕΙΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΗΛΕΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

**ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ
ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΖΩΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

ΚΑΡΑΤΖΑ ΔΗΜΗΤΡΑ

Άρτα, Μάρτιος 2005

Ευχαριστίες

Θα θέλαμε να απευθύνουμε τις ιδιαίτερες ευχαριστίες μας, στους επιβλέποντες καθηγητές μας, κ. Σκούρη Κωνσταντίνα και κ. Γκανά Ιωάννη για την πολύτιμη βοήθεια τους στη διεκπεραίωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Η βοήθεια τους υπήρξε ουσιαστική διότι στηρίχθηκε στην πολύτιμη γνώση τους για το αντικείμενο, στην υπομονή, επιμονή και αμέριστη κατανόηση που επέδειξαν καθ'όλη τη διάρκεια της μελέτης αυτής. Η συνεργασία μας για την εκπόνηση της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας υπήρξε εποικοδομητική και ελπίζουμε το αποτέλεσμα να δημιουργήσει βάση για περαιτέρω μελλοντική επέκταση.

Επιπλέον θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους όσους μας βοήθησαν να πραγματοποιήσουμε αυτήν την εργασία, ιδιαιτέρως τους γονείς μας, τον αρραβωνιαστικό μου Ανδρέα και την αδερφή μου Ευαγγελία (Βάσω), αλλά και την αδερφή μου Αναστασία (Δήμητρα). Η βοήθεια όλων, όποιας μορφής και αν ήταν, μας κατέστησαν ικανές να ξεπεράσουμε όλες τις δύσκολες στιγμές που ορθώθηκαν τροχοπέδη και σίγουρα έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην αποπεράτωση της πτυχιακής μας εργασίας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ

1.1. Εισαγωγή.....	5
1.2. Χαρακτηρισμός ΜΜΕ.....	6
1.3. Ευρωπαϊκή πολιτική στις ΜΜΕ.....	11
1.4. Το προφίλ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα.....	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

2.1. Εισαγωγή.....	19
2.2. Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ).....	20
2.3. Συναλλαγές με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς μέσω του Internet	28
2.4. Βαδίζοντας προς το «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν».....	29
2.5. Εξέλιξη –Διείσδυση -Σύγκριση με Ευρωπαϊκούς δείκτες	31
2.6. Κόστος εγχειρήματος του ηλεκτρονικού επιχειρείν.....	32
2.7. Τα κύρια θέματα που μπορούν να επηρεάσουν την ενεργοποίηση της επιχείρησης στο e-επιχειρείν	33
2.8. Δυνατότητα περαιτέρω επέκτασης, εξέλιξης και ανάπτυξης της ηλεκτρονικής επιχείρησης	35
2.9.Χρηματοδότηση.....	36

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1.Οι ΜΜΕ στον νομό Ιωαννίνων	39
Η επιχειρηματικότητα στον Ν. Ιωαννίνων - Έρευνα Επιμελητηρίου Ιωαννίνων	39
3.2. Έρευνα χρήσης Τ.Π.Ε. από τις ΜΜΕ στο δήμο Ιωαννίνων	50
3.3. Παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας	50
3.4. Προβλήματα εισαγωγής νέων ΤΠΕ και τομείς που έχουν ανάγκη υποστήριξης	74
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	77
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ_Α.....	80
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	87

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το χαρακτηριστικό γνώρισμα της επόμενης δεκαετίας είναι οι αλλαγές που θα σημειωθούν στον τρόπο παραγωγής, στον αριθμό των επιχειρήσεων που θα συνεχίσουν να λειτουργούν και στον τρόπο διανομής των προϊόντων. Σε όλα σχεδόν τα συνέδρια, σε όλες τις προβλέψεις για την επόμενη δεκαετία, από όλους σχεδόν τους επιστήμονες, αναφέρεται ότι ο αριθμός των επιχειρήσεων που θα υπάρχουν μετά από δέκα χρόνια θα μειωθεί σε όλους τους χώρους της οικονομίας και σε όλες τις χώρες και ότι μέσα σε είκοσι χρόνια δε θα υπάρχουν οι μισές επιχειρήσεις απ'όσες λειτουργούν σήμερα. Αυτές που θα κλείσουν, είναι οι πιο αδύναμες, αυτές που δεν μπορούν να παρακολουθήσουν την εξέλιξη, αυτές που δεν εφαρμόζουν τις νέες τεχνολογίες.

Νέες εξελίξεις και μάλιστα ραγδαίες βιώνουμε σε ότι αφορά τη νέα μορφή του ανταγωνισμού. Οι κανονισμοί και οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης συμβάλλουν στην αύξηση της ταχύτητας εξαφάνισης επιχειρήσεων με την ένταση του ανταγωνισμού και τη δημιουργία μιας πραγματικά ενιαίας αγοράς.

Αυτό φυσικά δεν γίνεται αντιληπτό από την μια μέρα στην άλλη. Τα αποτελέσματά τους έχουν επιπτώσεις που διαρκούν, αφού οδηγούν με μαθηματική ακρίβεια στην επικράτηση των ικανών και στην ολική εξαφάνιση των αδυνάτων ή στην απορρόφηση των αδυνάτων από τους δυνατούς. Οι μεγάλες προκλήσεις της ενιαίας αγοράς και της ενωμένης μεγάλης Ευρώπης, δημιουργούν έντονες πιέσεις σε όλες τις Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Ένας νέος επιχειρηματικός κύκλος θα ανοίξει και θα δημιουργήσει πιέσεις σε όλες τις Ευρωπαϊκές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες θα πρέπει να σχεδιάσουν τη στρατηγική τους για να ανταποκριθούν στις νέες συνθήκες που δημιουργούνται.

Μεγάλη σημασία και επίδραση προκαλούν και οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις. Τα τεχνολογικά επιτεύγματα, όπως Η/Υ, διαδύκτιο, δίκτυο Η/Υ, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και εταιρική ιστοσελίδα, αλλάζουν σχεδόν καθημερινά τον τρόπο διεξαγωγής της εργασίας στις επιχειρήσεις. Όμως οι τεχνολογικές αλλαγές, στο χώρο των επιχειρήσεων μπορούν να αποτελέσουν ένα σημαντικό όπλο στα χέρια τους για την επιβίωση και την ανάπτυξη, σε ένα περιβάλλον συνεχώς αυξανόμενου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι μια από αυτές τις τεχνολογικές αλλαγές και παρέχει στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να αυξήσουν την αποδοτικότητα τους.

Η καινοτομία και η χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) αποτελεί κρίσιμο στοιχείο για τις επιχειρήσεις και ανοίγει νέες προοπτικές στην οργάνωσή τους. Για τον λόγο αυτό η Ευρωπαϊκή Ένωση διαθέτει και επιδοτεί τις επιχειρήσεις και άλλους οικονομικούς φορείς, άμεσα, με προγράμματα και δράσεις και έμμεσα με πολιτικές και δραστηριότητες που δημιουργούν ολοένα και ευνοϊκότερο περιβάλλον για την ανάπτυξη των

ΤΠΕ. Η επένδυση σε νέες τεχνολογίες σηματοδοτεί πάντοτε νέες ευκαιρίες για περιορισμό του κόστους, αλλά και νέες προκλήσεις στο συνεχώς εντεινόμενο ανταγωνισμό και παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον για τις επιχειρήσεις.

Η έντονη τάση που υπάρχει στο περιβάλλον των ΜΜΕ θα πρέπει να λαμβάνεται σαν ευκαιρία και όχι σαν απειλή για τις Ελληνικές επιχειρήσεις. Όμως, παράγοντες όπως η οικονομική ύφεση, οι αβέβαιες παγκόσμιες εξελίξεις, ο βομβαρδισμός από την τεχνολογική επανάσταση, η εισαγωγή του ευρώ, η παραδοσιακή φοβία για τις τεχνολογίες και το οικογενειακό καθεστώς της συντριπτικής πλειοψηφίας των Ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, διαμορφώνουν συνθήκες οι οποίες αφήνουν λιγοστά περιθώρια για εκτίμηση των μελλοντικών εξελίξεων και προσαρμογή των Ελλήνων επιχειρηματιών στις νέες τεχνολογίες.

Οι χώροι των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αναδεικνύονται και εξακολουθούν να παραμένουν ως κρίσιμοι χώροι δράσης για την πλήρη αξιοποίηση των ΤΠΕ από ολόκληρη την Ελληνική κοινωνία.

ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ

1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το σημερινό επιχειρησιακό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από διεθνοποίηση των αγορών, εξειδίκευση των απαιτήσεων των πελατών, έντονο ανταγωνισμό και μείωση του κύκλου ζωής των προϊόντων. Η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων στην νέα εποχή εξαρτάται άμεσα από την ικανότητα προσαρμογής στις νέες αυτές συνθήκες. Οι νέες τεχνολογίες επιτρέπουν μια ολοκληρωμένη, ευέλικτη οργάνωση που οδηγεί στην αποδοτική διαχείριση της ροής των πληροφοριών και την γρήγορη ανταπόκριση στις ταχύτατα μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς. Ειδικά και η συμμετοχή της χώρας μας στην ΟΝΕ, οι διαρθρωτικές πολιτικές και οι νέοι όροι εξέλιξης, έχουν δημιουργήσει στις επιχειρήσεις ένα Ευρωπαϊκό πρότυπο ανάπτυξης.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν το συστατικό στοιχείο της δομής των εθνικών οικονομιών και κοινωνιών σε όλες τις χώρες του κόσμου. Και αυτό, γιατί συμβάλουν αποφασιστικά στην οικονομική και πολιτική ανάπτυξη, την παραγωγή, την απασχόληση καθώς επίσης στην αποκέντρωση και την κοινωνική συνοχή. Ακόμα, λειτουργούν ως έμπνευση για την δημιουργία νέων επιχειρήσεων, καινοτόμων ιδεών και εφαρμογών, ευέλικτων επιχειρηματικών σχημάτων, εξυπηρέτησης τοπικών αναγκών, κατανομής θέσεων απασχόλησης και εισοδήματος.

Τόσο η Ελλάδα όσο και τα υπόλοιπα Ευρωπαϊκά κράτη, προσπαθούν για την προώθηση της ανάπτυξης καινοτόμων και διεθνώς ανταγωνιστικών ΜΜΕ. Αναγνωρίζουν ότι οι ΜΜΕ είναι η επικρατέστερη μορφή επιχείρησης σε όλες τις χώρες, συνιστούν ένα δυναμικό παράγοντα όλων των οικονομιών και παίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης και στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

Έτσι επιβεβαιώνεται η ανάγκη να διαμορφωθούν πολιτικές που να προωθούν τη δημιουργία και την ταχεία ανάπτυξη καινοτόμων ΜΜΕ. Γι' αυτό τον σκοπό απαιτείται η εφαρμογή πολιτικών και ενός θεσμικού πλαισίου που να ευνοεί την επιχειρηματικότητα και να διευκολύνει την πορεία των επιχειρήσεων. Οι πολιτικές περιλαμβάνουν σταθερές μακροοικονομικές πολιτικές και ικανά σχεδιασμένες διαρθρωτικές πολιτικές σε τομείς που επηρεάζουν τις ΜΜΕ.

Επίσης, απαιτείται η δημιουργία κατάλληλων ρυθμιστικών πλαισίων, νόμων και συστημάτων διακυβέρνησης που θα στηρίζουν την ανάπτυξη και τη διάδοση των νέων τεχνολογιών, καθώς και προγραμμάτων βοήθειας και ανάπτυξης των ΜΜΕ, που θα βασίζονται σε εμπειριστατωμένη έρευνα.

Τέλος, αναγνωρίζεται ως ιδιαίτερης σημασίας το θέμα του περιορισμού των εμποδίων για την πρόσβαση των ΜΜΕ στις παγκόσμιες αγορές και τη βελτίωση των όρων χρηματοδότησής τους. Θεωρείται δε επιτακτική η ανάγκη διαμόρφωσης μιας ισχυρής «νοοτροπίας αξιολόγησης» στα υπουργεία και τους φορείς που είναι αρμόδιοι για τις πολιτικές και τα προγράμματα υπέρ των ΜΜΕ.

Σ' αυτά τα πλαίσια η εθνική πολιτική λαμβάνει υπόψη τις ιδιαιτερότητές τους και αναπτύσσει ένα πλαίσιο συντονισμένων δράσεων που εξειδικεύονται στους παρακάτω άξονες στήριξης:

- Δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για τις ΜΜΕ
- Διευκόλυνση των ΜΜΕ στην χρηματοδότηση και την δημιουργία φορέα εγγυοδοσίας
- Ενισχύσεις ΜΜΕ για τον τεχνολογικό και οργανωτικό εκσυγχρονισμό τους
- Προώθηση των δικτύσεων των ΜΜΕ
- Προώθηση της επιχειρηματικότητας
- Στήριξη των ΜΜΕ για την είσοδο τους στην νέα οικονομία.

Για την πραγματοποίηση των παραπάνω δράσεων έχει δημιουργηθεί ο ΕΟΜΜΕΧ (Ελληνικός Οργανισμός Μικρών Μεσαίων Επιχειρήσεων & Χειροτεχνίας), ο μοναδικός κρατικός φορέας που έχει ως ρόλο την στήριξη των Ελληνικών ΜΜΕ και είναι επιφορτισμένος με την υποστήριξη της πολιτικής και την υλοποίηση προγραμμάτων στήριξης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Ο ΕΟΜΜΕΧ λαμβάνοντας υπόψη τις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται διεθνώς, συνεχίζει να μελετά, να σχεδιάζει και να εφαρμόζει καινοτόμα προγράμματα και ειδικές δράσεις, με στόχο την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και της επιχειρηματικότητας και την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρών επιχειρήσεων, συμβάλλοντας ενεργητικά στην υλοποίηση των στόχων της εθνικής πολιτικής. Επιπλέον, φιλοδοξεί να επιτελέσει τον υποστηρικτικό ρόλο στις επιχειρήσεις και στην οικονομία, αναπτύσσοντας μία πολύπλευρη και συνεκτική δράση, προσαρμοσμένη στις σημερινές συνθήκες και στις πραγματικές ανάγκες των ΜΜΕ συντελώντας στην αναβάθμιση του e-επιχειρείν στην Ελλάδα.

1.2. Χαρακτηρισμός ΜΜΕ

Σύμφωνα με τη λογική μιας ενιαίας αγοράς χωρίς εσωτερικά σύνορα, κρίθηκε ότι η μεταχείριση που επιφυλάσσεται στις επιχειρήσεις πρέπει να βασίζεται σε μια δέσμη κοινών κανόνων. Η συνέχιση της προσέγγισης αυτής είναι ακόμα πιο απαραίτητη λόγω της μεγάλης αλληλεπίδρασης μεταξύ των εθνικών και κοινοτικών μέτρων υποστήριξης των πολύ μικρών, των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Πρέπει να διευκρινισθεί, σύμφωνα με το Δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, ότι **επιχείρηση** πρέπει να θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, περιλαμβανομένων ιδίως εκείνων που ασκούν βιοτεχνική ή άλλη δραστηριότητα, σε ατομική ή οικογενειακή βάση και των προσωπικών εταιρειών ή των ενώσεων που ασκούν τακτικά μια οικονομική δραστηριότητα.

Σε έκθεση την οποία υπέβαλε η επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, στο συμβούλιο του 1992, κατόπιν αιτήματος του Συμβουλίου «βιομηχανίας» της 28^{ης} Μαΐου 1990, η Επιτροπή πρότεινε τον περιορισμό του μεγάλου αριθμού ορισμών που χρησιμοποιούνται σχετικά με τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις σε κοινοτικό επίπεδο. Η σύσταση 96/280/EΚ της Επιτροπής, της 3^{ης} Απριλίου 1996, σχετικά με τον ορισμό των ΜΜΕ ¹, στηριζόταν στο σκεπτικό ότι η ύπαρξη διαφορετικών ορισμών τόσο σε κοινοτικό όσο και σε εθνικό επίπεδο μπορεί να δημιουργήσει ανομοιογενείς καταστάσεις.

Έχοντας υπόψη των αριθμό των τροποποιήσεων, που πρέπει να επέλθουν στη σύσταση 96/280/EΚ για λόγους σαφήνειας αλλά και για την αντιμετώπιση ορισμένων δυσκολιών που προέκυψαν σε επίπεδο ερμηνείας κατά την εφαρμογή της, καθώς και παρατηρήσεων που επέβαλλαν οι επιχειρήσεις, κρίθηκε σκόπιμο να αντικατασταθεί η εν λόγω σύσταση.

Για τον λόγο αυτό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή λαμβάνοντας υπόψη τα σύγχρονα δεδομένα, πρότεινε την αναθεώρηση² του αρχικού ορισμού των ΜΜΕ από την 1^η Ιανουαρίου 2005 (σύσταση 2003/361/EΚ) υιοθετώντας τέσσερα κριτήρια:

- Ø Αριθμό απασχολούμενων ατόμων
- Ø Κύκλο εργασιών
- Ø Συνολικό ισολογισμό
- Ø Ανώτατα όρια αριθμού εργαζόμενων για τις μικρές και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (πίνακας 1.1).

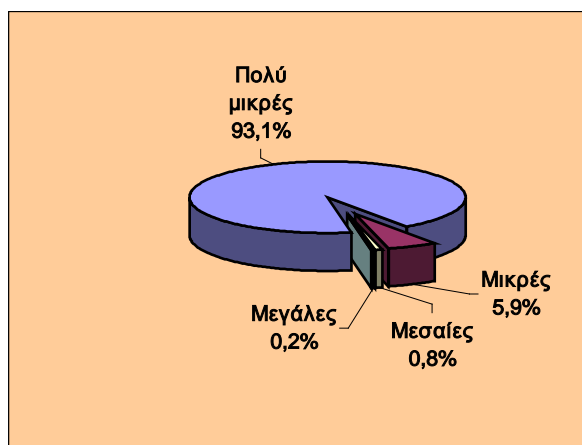
Σύμφωνα με την προτεινόμενη αναθεώρηση :

- Ø Ως **ΜΜΕ**, ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζόμενους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών, δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ, ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.
- Ø Στην κατηγορία των ΜΜΕ, ως μικρή επιχείρηση, ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζόμενους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ.
- Ø Στην κατηγορία των ΜΜΕ, ως πολύ μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζόμενους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ.

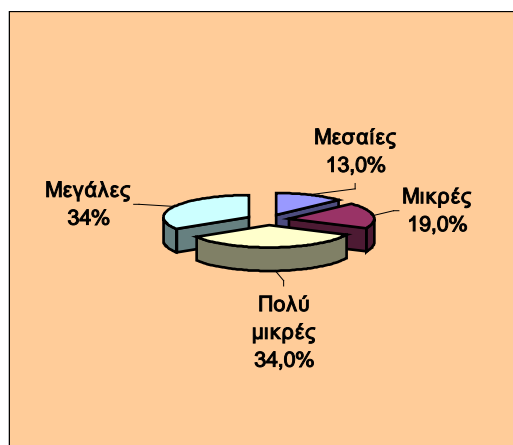
Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του παρατηρητηρίου για τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ³, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε δεκαεννέα χώρες (Ευρώπη-19, μεταξύ των οποίων τα δεκαπέντε κράτη μέλη της ΕΕ και οι χώρες, Ελβετία, Ισλανδία, Λιχτενστάιν, Νορβηγία), διαπιστώθηκε ότι στις χώρες αυτές δραστηριοποιούνται 20,5 εκατομμύρια επιχειρήσεις παρέχοντας εργασία σε 122 περίπου εκατομμύρια εργαζόμενους. Το 93,1% των επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές, το 5,9% είναι μικρές, το 0,8% είναι μεσαίες ενώ μόνο το 0,2% είναι μεγάλες επιχειρήσεις. (Σχήμα 1.1). Οι ΜΜΕ απασχολούν τα δυο τρίτα του συνολικού αριθμού εργαζόμενων στον ιδιωτικό και μη πρωτογενή τομέα στις Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, ενώ μόνο το ένα τρίτο των θέσεων εργασίας παρέχεται από τις μεγάλες επιχειρήσεις (Σχήμα 1.2).

	Αριθμός Εργαζόμενων	Κύκλος εργασιών	Ισολογισμός
Μεσαία Επιχείρηση	51-250	έως 50 εκατ. € (1996: έως 40 εκατ.€)	έως 43 εκατ. € (1996: έως 27 εκατ.€)
Μικρή Επιχείρηση	10-50	έως 10 εκατ. € (1996: έως 7 εκατ.€)	έως 10 εκατ.€ (1996 : έως 5 εκατ.€)
Πολύ μικρή Επιχείρηση	έως 10	έως 2 εκατ. € (1996: δεν υπήρχε όριο)	έως 2 εκατ.€ (1996: δεν υπήρχε όριο)

Πίνακας 1.1 Κατηγοριοποίηση ΜΜΕ από 1/1/2005



Σχήμα 1.1: Κατανομή επιχειρήσεων στην Ευρώπη



Σχήμα 1.2: Κατανομή απασχόλησης ανά κατηγορία επιχείρησης στην Ευρώπη

Το σύνολο του αριθμού των απασχολούμενων ατόμων, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κριτήρια και πρέπει να θεωρείται ως βασικό, αλλά η θέσπιση και ενός χρηματοοικονομικού κριτηρίου αποτελεί αναγκαίο συμπλήρωμα προκειμένου να προσδιορισθεί η πραγματική σημασία και απόδοση μιας επιχείρησης και η θέση της σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Ωστόσο, δεν είναι εφικτό να υιοθετηθεί ο κύκλος εργασιών ως αποκλειστικό χρηματοοικονομικό κριτήριο και αυτό γιατί οι επιχειρήσεις του τομέα του εμπορίου και της διανομής, έχουν από τη φύση τους μεγαλύτερο κύκλο εργασιών από τις επιχειρήσεις του μεταποιητικού τομέα. Άρα, το κριτήριο του κύκλου εργασιών πρέπει να συνδυαστεί με το κριτήριο του συνολικού ισολογισμού, το οποίο αντικατοπτρίζει το συνολικό πλούτο μιας επιχείρησης, με δυνατότητα υπέρβασης του ενός από τα δυο αυτά κριτήρια.

Επιπλέον τα όρια για τον κύκλο εργασιών αφορούν επιχειρήσεις με πολύ διαφορετικές οικονομικές δραστηριότητες. Προκειμένου να μην περιοριστούν αδικαιολόγητα τα οφέλη της εφαρμογής του ορισμού, χρειάζεται η προσαρμογή του στα σύγχρονα δεδομένα, λαμβάνοντας υπόψη των μεταβολών τόσο στις τιμές, όσο και στην παραγωγικότητα.

Όσον αφορά τα όρια για το σύνολο του ισολογισμού, κρίνεται ορθό να διατηρηθεί η προσέγγιση σύμφωνα με την οποία εφαρμόζεται στα όρια του κύκλου εργασιών ένας συντελεστής με βάση την στατιστική σχέση μεταξύ των δύο αυτών μεταβλητών. Οι εξελίξεις που διαπιστώνονται επιβάλλουν μεγαλύτερη αύξηση του ορίου του κύκλου εργασιών. Καθώς οι εξελίξεις διαφοροποιούνται ανάλογα με το μέγεθος των επιχειρήσεων, είναι επίσης αναγκαία η προσαρμογή του εν λόγω συντελεστή προκειμένου να ερμηνευθούν ορθότερα οι μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες και να μην υπάρξουν επιπτώσεις για τις πολύ μικρές και τις μικρές επιχειρήσεις εν συγκρίσει με τις μεσαίες επιχειρήσεις. Ο εν λόγω συντελεστής προσεγγίζει το 1 στην περίπτωση των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων. Για τον λόγο αυτό, πρέπει να επιλεγεί η ίδια τιμή για τις κατηγορίες αυτές, τόσο για το όριο του κύκλου εργασιών, όσο και για το όριο του ισολογισμού.

Είναι γεγονός ότι ενιαίος τύπος μικρομεσαίας επιχείρησης δεν υπάρχει, μια και το κυρίαρχο στοιχείο σ' αυτές είναι ο ιδιοκτήτης- επιχειρηματίας που είναι και ο μοναδικός ρυθμιστής της δραστηριότητας τους.

Επίσης οι επιχειρήσεις αυτές δεν έχουν κάποια συγκεκριμένη νομική μορφή. Στις περισσότερες περιπτώσεις είναι προσωπικές επιχειρήσεις, αλλά και αυτές που αποκτούν απρόσωπη νομική μορφή, τα κεφαλαία τους, ανήκουν συνήθως σε άτομα της ίδιας οικογένειας.

Εκείνο το οποίο είναι αξιοπρόσεκτο στην κατηγορία των ΜΜΕ είναι το μεγάλο πλήθος αυτών σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Το φαινόμενο αυτό θα πρέπει να συνδέεται με την έννοια της ιδιοκτησίας που πηγάζει από ψυχολογικές ανάγκες του ατόμου. Υπάρχουν όμως και οι οικονομικές ανάγκες που πολλές φορές οδηγούν το άτομο προς την δημιουργία μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Όπως είναι φυσικό η επιχειρηματική αυτή δραστηριότητα θα εκδηλωθεί σε μια περιορισμένη μορφή από ποσοτικής αλλά και από ποιοτικής πλευράς.

Η μικρομεσαία επιχείρηση, δεν αποτελεί πλέον ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα μιας υπό-ανάπτυξη χώρας ή αναπτυσσόμενης οικονομίας, αποτελεί ένα συνδυετικό κρίκο στην όλη δομή της οικονομίας των Ευρωπαϊκών αναπτυγμένων χωρών. Η Ιαπωνία είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα όπου η ανάπτυξη της ΜΜΕ αποτελεί τον συνδυετικό κρίκο μεταξύ μεγάλων επιχειρήσεων και καταναλωτικού κοινού ακόμη και σε βιομηχανικά προϊόντα.

Προκείμενου να εκτιμηθεί καλύτερα η οικονομική πραγματικότητα των ΜΜΕ, πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ των διαφόρων τύπων επιχειρήσεων: ποιες είναι ανεξάρτητες ή ανώνυμες, ποιες έχουν συμμετοχές που δεν συνεπάγονται θέση έλεγχου ή συνεργαζόμενες και ποιες είναι συνδεδεμένες με άλλες επιχειρήσεις.

Για να ενθαρρυνθεί η δημιουργία επιχειρήσεων και η χρηματοδότηση των ΜΜΕ με ίδια κεφαλαία, και η αγροτική και τοπική ανάπτυξη, οι επιχειρήσεις μπορούν να θεωρούνται ανεξάρτητες παρά την ύπαρξη συμμετοχής στο κεφάλαιο τους σε ποσοστό ίσο ή μεγαλύτερο του 25% από ορισμένες κατηγορίες επενδυτών, που διαδραματίζουν θετικό ρόλο για τις εν λόγω χρηματοδοτήσεις και δημιουργίες. Η περίπτωση των φυσικών προσώπων ή των ομάδων φυσικών προσώπων που ασκούν δραστηριότητες σε επενδύσεις επιχειρηματικού κινδύνου, αναφέρεται επειδή, η ικανότητά τους να παρέχουν κατάλληλες συμβουλές στους νέους επιχειρηματίες συνιστά πολύτιμη συμβολή.

Όμως, για να αποφευχθεί η δημιουργία αυθαίρετων διακρίσεων μεταξύ των διαφόρων δημόσιων φορέων ενός κράτους μέλους, κρίνεται αναγκαίο να επιβεβαιωθεί ότι οι επιχειρήσεις των οποίων το 25% ή περισσότερο του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου ανήκει σε δημόσιο οργανισμό και δεν θεωρούνται ΜΜΕ.

Οι διάφοροι τύποι επιχειρήσεων που ορίζονται ανάλογα με τις σχέσεις που διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις αντιστοιχούν σε διαφορετικούς βαθμούς ενοποίησης. Επομένως, για τον υπολογισμό των ποσοτήτων που αντιπροσωπεύουν την δραστηριότητά τους και την οικονομική ισχύ τους, θα πρέπει να εφαρμόζονται διαφορετικοί όροι για κάθε τύπο επιχείρησης.

Προκειμένου να διατηρηθούν για τις επιχειρήσεις που πραγματικά το έχουν ανάγκη, τα πλεονεκτήματα υπέρ των ΜΜΕ που απορρέουν από τις διάφορες κανονιστικές ρυθμίσεις ή μέτρα, κρίνεται αναγκαία η συνεκτίμηση των σχέσεων που υπάρχουν μεταξύ των επιχειρήσεων.

Λαμβάνοντας υπόψη το μέγεθος των επιχειρήσεων, η Ευρώπη-19 αριθμεί περίπου 20 εκατομμύρια επιχειρήσεις που απασχολούν 122 εκατομμύρια άτομα. Οι ΜΜΕ απασχολούν τα δυο τρίτα (2/3) του εργατικού δυναμικού που κατανέμεται ίσα μεταξύ των μεσαίων και των μικρών επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις απασχολούν κατά μέσο όρο 6 μισθωτούς (από 2 μισθωτούς για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, ενώ 1000 για τις μεγάλες). Ο μέσος κύκλος εργασιών ποικίλει από 600.000 ευρώ για τις πιο μικρές επιχειρήσεις έως 255 εκατ. ευρώ για τις μεγάλες, ενώ η γεωγραφική αγορά είναι ανάλογη προς το μέγεθος της επιχείρησης. Το ίδιο ισχύει και όσον αφορά την παραγωγικότητα και τα κέρδη. Γενικά σε σύγκριση με την Ιαπωνία και τις Ηνωμένες

Πολιτείες, οι επιχειρήσεις της Ευρώπης-19 είναι μικρότερες. Στις υποψήφιες προσχώρηση χώρες, οι επιχειρήσεις είναι μικρότερου μεγέθους από τους ομολόγους τους στην Ευρώπη-19, μολονότι αρχίζουν να γίνονται αισθητές κάποιες εξελίξεις.

Όσον αφορά την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, η αύξηση του κύκλου εργασιών των μεγάλων επιχειρήσεων είναι ανώτερη από εκείνη των μικρών. Η παραγωγικότητα των ΜΜΕ αυξήθηκε κατά τα τελευταία χρόνια με βραδύτερο ρυθμό από εκείνο των μεγάλων επιχειρήσεων. Παρόλα αυτά, κατάφεραν να πραγματοποιήσουν περιθώρια κέρδους.

1.3. Ευρωπαϊκή πολιτική στις ΜΜΕ

Παρόλο που οι Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις είναι σύγχρονες και πολλές φορές επιτυχημένες, δεν μπορούν να επαναπαύονται αφού η πρόκληση για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας και το συμβάδισα με την τεχνολογία, είναι μόνιμη. Ωστόσο η επιχειρηματική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης παίζει σημαντικό ρόλο ενθαρρύνοντας την καινοτομία, το επιχειρηματικό πνεύμα και την ανταγωνιστικότητα, στους κλάδους της κατασκευής και των υπηρεσιών.

Η επιχειρηματική πολιτική της Ε.Ε έχει ως στόχο να εξασφαλίσει ότι όλες οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται και συναλλάσσονται με δίκαιους και ίσους ρόλους. Επιπλέον, στοχεύει στην εξασφάλιση πρόσβασης στην καλύτερη δυνατή τιμή σε υπηρεσίες υποστήριξης που χρειάζονται οι επιχειρήσεις ώστε να λειτουργούν ομαλά.

Η δέσμευση της Ευρωπαϊκής Ένωσης να συμβάλει στην δημιουργία ενός περιβάλλοντος στο οποίο οι επιχειρήσεις, η βιομηχανία και η καινοτομία μπορούν να ευδοκιμήσουν, θεσπίστηκε επισήμως στο άρθρο 157 της Συνθήκης Ευρωπαϊκής Κοινότητας .

Η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις επιχειρήσεις είναι σήμερα σχεδιασμένη έτσι ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του συνόλου των επιχειρηματικών κύκλων και του περιβάλλοντός του. Η ιστορία της διαμορφώθηκε χάρη στο έργο που έχει επιτευχθεί στους ακόλουθους τρεις τομείς πολιτικής και ουσιαστικής σημασίας :

- Ø μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ)
- Ø καινοτομία και ανταγωνιστικότητα
- Ø αξιοποίηση των ευκαιριών και των ωφελημάτων της ενιαίας αγοράς.

Η καινοτομία συνιστά παράγοντα για την ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας, την αειφόρο οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Οι ΜΜΕ διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στην οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με κρίσιμη συμβολή στην καλλιέργεια «πνεύματος καινοτομίας».

Η πολιτική υπέρ των ΜΜΕ χρονολογείται από το πρώτο πρόγραμμα κοινοτικής δράσης που είχε σχεδιαστεί ειδικά γι' αυτές και είχε εγκριθεί το 1983 το Ευρωπαϊκό Έτος των ΜΜΕ και της Βιοτεχνίας. Ένα δεύτερο παρόμοιο πρόγραμμα εγκαινιάστηκε το 1987.

Το πλαίσιο της πολιτικής για την επιχείρηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης διευρύνθηκε σημαντικά το 1993 με τη Λευκή Βίβλο της Επιτροπής για την οικονομική μεγένθυση, την ανταγωνιστικότητα και απασχόληση, η οποία τονίζει τη σημασία της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, και ιδίως των ΜΜΕ καθώς και την δημιουργία θέσεων απασχόλησης στην κοινότητα.

Το 1994, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή άρχισε να εργάζεται, αποσκοπώντας στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί στη Λευκή Βίβλο του 1993, με την έγκριση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος υπέρ των ΜΜΕ και της Βιομηχανίας. Το τρίτο πολυετές πρόγραμμα για τις ΜΜΕ(1997-2000) περιελάμβανε χρήσιμες πρωτοβουλίες και στηριζόταν στο πλαίσιο πρωτοβουλίας της συνθήκης του Άμστερνταμ.

Το 1995, η επιτροπή δημοσίευσε το Πράσινο Βιβλίο για την προώθηση της καινοτομίας, το οποίο ακολούθησε το πρώτο πρόγραμμα δράσης για την καινοτομία στην Ευρώπη. Καινοτομία υπέρ της οικονομικής μεγένθυσης και της ανάπτυξης στην Ευρώπη, στο οποίο επισημαίνονται οι ακόλουθοι τρεις στόχοι:

- Û Προώθηση πνεύματος καινοτομίας, τόσο στην οικονομία όσο και στην κοινωνία
- Û Παροχή ενός ικανοποιητικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος
- Û Προώθηση της δημιουργίας αποτελεσματικότερων σχέσεων μεταξύ της έρευνας της καινοτομίας των επιχειρήσεων

Τον Δεκέμβριο του 2000, το Συμβούλιο ενέκρινε το νέο πολυετές πρόγραμμα για την περίοδο 2001-2005 για τις επιχειρήσεις και το επιχειρηματικό πνεύμα και όλως ιδιαιτέρως για τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις. Το επιχειρησιακό του πεδίο, δηλαδή χρηματικοί πόροι και εφαρμογή, είναι ευρύτερο σε σχέση με τα προηγούμενα προγράμματα, δεδομένου ότι προβλέπει δράσεις, σε πλαίσιο των 30 χωρών συμπεριλαμβανόμενου του Ευρωπαϊκού οικονομικού χώρου και των υποψηφίων για ένταξη χωρών.

Οι επιχειρήσεις έχουν ουσιαστική σημασία για την οικονομική μεγένθυση της Ένωσης. Για να οικοδομήσει μια ισχυρή οικονομία, η Ε.Ε. πρέπει να καλλιεργήσει το πνεύμα της επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη και να δημιουργήσει συνθήκες πλαισίωσης οι οποίες ενθαρρύνουν τις καινοτόμες επιχειρηματικές πρακτικές και οδηγούν στην δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων.

Η πολιτική της επιχείρησης της Ε.Ε. απευθύνεται στο επιχειρηματικό περιβάλλον, στο σύνολό του και έχει ως στόχο να βοηθήσει τις επιχειρήσεις – ανεξαρτήτου μεγέθους, νομικής μορφής ή τομέων – να μεγεθυνθούν και να αναπτυχθούν. Ο τριπλός της στόχος συνίσταται στην προώθηση και την διευκόλυνση της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, στην παρακίνηση της μεγέθυνσης και της καινοτόμου ικανότητας όλων των επιχειρήσεων χάρη στην δημιουργία ενός

δυναμικού επιχειρησιακού περιβάλλοντος και στην εξασφάλιση πραγματικής πρόσβασης στις αγορές της Ευρώπης και πέραν των συνόρων της, για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρουν αυτές οι επιχειρήσεις.

Κύριο μέλημα της Ε.Ε. είναι η προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος στη Ευρώπη, συμβάλλοντας στην δημιουργία συνθηκών πλαισίωσης των επιχειρήσεων. Η μεγάλη διαθεσιμότητα των μηχανισμών στήριξης των επιχειρήσεων, των δικτύων και των υπηρεσιών, διαδραματίζει επίσης ρόλο ουσιαστικής σημασίας. Η δημιουργία και μεγένθυση ομίλων νέων καινοτόμων επιχειρήσεων αποτελεί στοιχείο καθοριστικής σημασίας, για την στήριξη και την προώθηση της Ευρωπαϊκής ανταγωνιστικότητας και στις νέες επιχειρήσεις που βασίζονται στην γνώση και στην διείσδυση τεχνολογιών.

Η ορθή χρησιμοποίηση της τεχνολογίας και της έρευνας καθώς και η προώθηση της ανταγωνιστικότητας, έχουν ζωτική σημασία για την μεγένθυση των επιχειρήσεων. Το πνεύμα της καινοτομίας που καλλιεργεί η Ευρωπαϊκή Ένωση στην οικονομία, εξασφαλίζει στις επιχειρήσεις ότι θα παρέχει κάθε ευκαιρία που θα τους επιτρέπει να επωφελούνται από τα αποτελέσματα της καινοτομίας, μετατρέποντας τα σε ανταγωνιστικές επιχειρηματικές ιδέες.

Η εσωτερική αγορά, είναι χώρος αλληλεπίδρασης των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων. Παρόλη την επιτυχία που έχει σημειώσει μέχρι σήμερα, εξακολουθεί να παρεμποδίζεται από ορισμένα σημαντικά εμπόδια, ως προς την ελεύθερη διακίνηση των αγαθών και των υπηρεσιών. Η εξάλειψη αυτών των εμποδίων και η εγγύηση διείσδυσης στην αγορά, η απελευθέρωση τομέων όπως οι μεταφορές και οι τηλεπικοινωνίες, καθώς και η απλούστευση των κανονιστικών ρυθμίσεων, θα επιτρέψει στις επιχειρήσεις, να επωφεληθούν στο μέγιστο δυνατό βαθμό από την εσωτερική αγορά.

Η χρησιμοποίηση προαιρετικών κανόνων και ελαστικών κανονιστικών ρυθμίσεων, αποσκοπούν να διαδραματίζουν ένα συνεχώς αυξανόμενο ρόλο, ούτως ώστε να εξασφαλιστεί ότι η εσωτερική αγορά λειτουργεί προς όφελος των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, διατηρώντας ταυτόχρονα κανόνες υψηλού επιπέδου, όσον αφορά την προστασία του περιβάλλοντος και της δημόσιας υγείας.

Περαιτέρω, η Ε.Ε έχει επαναπροσανατολίσει το ενδιαφέρον στα ακόλουθα: προώθηση νέων μεθόδων συντονισμού των εθνικών πολιτικών και των πρωτοβουλιών υπέρ των επιχειρήσεων, καθώς και την αξιολόγηση των επιπτώσεών τους. Τα κράτη μέλη παρακινούνται να ανταλλάσσουν την πείρα τους και να αλληλοδιδάσκονται, χρησιμοποιώντας ένα ολόκληρο φάσμα μεθόδων συγκριτικής αξιολόγησης. Η συνεργασία λοιπόν, με σκοπό την βελτίωση των ατομικών και συλλογικών επιδόσεων, αναμένεται ότι θα βελτιώσει τις συνθήκες πλαισίωσης των επιχειρήσεων και ότι θα έχει ευεργετικές συνέπειες για την ανταγωνιστικότητα.

Παράλληλα, η απόφαση του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισσαβόνας, το Μάρτιο του 2000, να γίνει η Ευρωπαϊκή Ένωση η πιο δυναμική οικονομία της γνώσης και της πληροφορίας στον κόσμο μέχρι το έτος 2010, έχει σχέση άμεσα με το αν οι Ευρωπαϊκές χώρες μπορούν να

κάνουν τα κέρδη από την άνοδο της παραγωγικότητας να αφορούν όχι μόνο τις μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά και τις χιλιάδες μικρές επιχειρήσεις. Ωστόσο, παρά τις προσπάθειες τόσο των κρατών όσο και της Ένωσης, η υιοθέτηση του e-επιχειρείν και των νέων τεχνολογιών από τις ΜΜΕ έχει αποδειχθεί δύσκολη υπόθεση, γιατί το ύψος της επένδυσης που απαιτείται είναι αρκετά υψηλό για τους περιορισμένους πόρους των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επίσης, καθοριστικοί παράγοντες στην υιοθέτηση του e-επιχειρείν και των νέων τεχνολογιών θεωρούνται η έλλειψη τεχνογνωσίας και εμπειρίας στις ΜΜΕ καθώς και η αδυναμία δικτύωσης με άλλες επιχειρήσεις.

Αυτό, έχει σαν αποτέλεσμα, ένας μεγάλος αριθμός μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων να παραμένουν διστακτικές ως προς την αξιοποίηση εξελιγμένων εφαρμογών και λύσεων e-επιχειρείν που ξεπερνούν μια απλή πρόσβαση στο Διαδίκτυο ή ακόμα και έναν εταιρικό δικτυακό τόπο.

Γι' αυτό γενικός στόχος της πρωτοβουλίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι να ενθαρρύνει τις ΜΜΕ να δικτυωθούν μέσα από συντονισμένες ενέργειες, από την ανταλλαγή παραδειγμάτων καλής πρακτικής, από την ενίσχυση της ετοιμότητας των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων για την υιοθέτηση του e-επιχειρείν και την δημιουργία «κέντρων αναφοράς» που θα βοηθήσουν τις ΜΜΕ να υιοθετήσουν το e-επιχειρείν και να διαμορφώσουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Με βάση λοιπόν την πρωτοβουλία αυτή, οι κύριοι στόχοι είναι οι εξής:

- Να καταγράψει τους παράγοντες που δρουν ακόμη ανασταλτικά για την υιοθέτηση του e-επιχειρείν από τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.
- Να καταγράψει τις απόψεις των επιχειρήσεων σχετικά με τις καλύτερες στρατηγικές που θα βοηθήσουν τις ΜΜΕ να υπερβούν αυτά τα εμπόδια
- Να έλθει σε επαφή με τοπικές και εθνικές πρωτοβουλίες e-επιχειρείν
- Να διαδώσει τα παραδείγματα καλύτερης πρακτικής σχετικά με την υιοθέτηση του e-επιχειρείν και των νέων τεχνολογιών από τις ΜΜΕ.

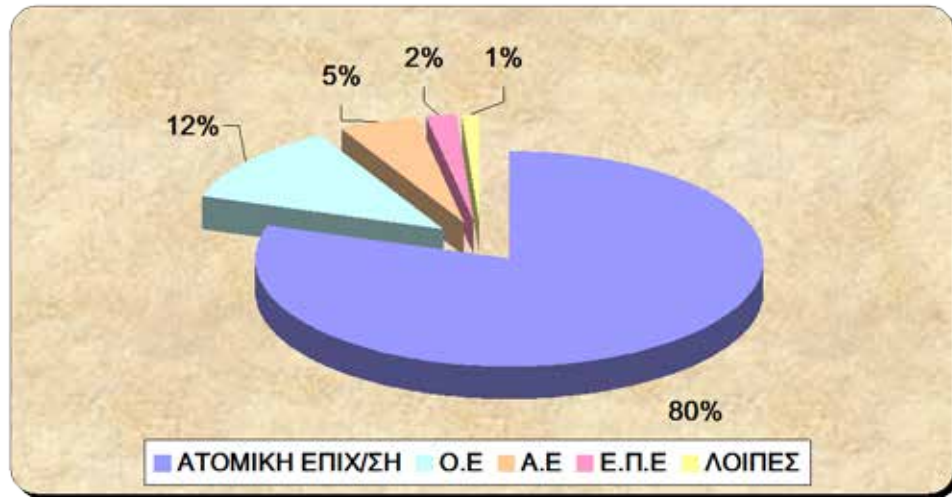
Η προσπάθεια αυτή, είναι απαραίτητο να βρει ανταπόκριση από όλες τις ΜΜΕ γιατί το σημερινό περιβάλλον στις επιχειρήσεις χαρακτηρίζεται από διεθνοποίηση των αγορών, μεγαλύτερες απαιτήσεις των πελατών, έντονο ανταγωνισμό και μείωση του κύκλου ζωής των προϊόντων. Επομένως οι νέες αυτές συνθήκες καθορίζουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων.

1.4. Το προφίλ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Στον Ελλαδικό χώρο οι μικρομεσαίες εκτείνονται σ' όλους τους τομείς της οικονομίας, όπως ο τουρισμός, η ένδυση, η υπόδηση, η κλωστοϋφαντουργία και άλλοι.

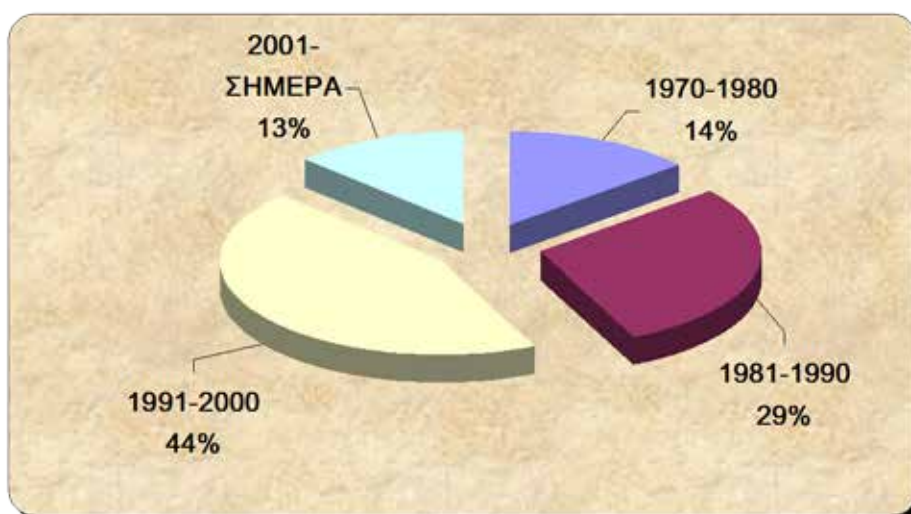
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Εθνικής Έρευνας Μαρτίου 2003 στον τομέα των ΜΜΕ, στο πλαίσιο του e-Business forum, οι ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι στην πλειοψηφία τους Ατομικές

επιχειρήσεις, οι οποίες και αποτελούν το 80% του συνόλου των επιχειρήσεων. Το 12% των επιχειρήσεων έχει νομική μορφή Ομόρρυθμων Εταιριών (Ο.Ε.) ενώ το ποσοστό των επιχειρήσεων που είναι Ανώνυμες Εταιρίες (Α.Ε.) ή Εταιρίες Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.), ανέρχεται σε 5 % και 2% αντίστοιχα. Ενώ μόλις 1% αντιστοιχεί σε λοιπές επιχειρήσεις. (Σχήμα 1.3)



Σχήμα 1.3. Μέγεθος επιχείρησης

Επιπλέον, παρατηρείται τάση επιβράδυνσης ή στασιμότητας στην ίδρυση επιχειρήσεων, αφού το 14% των επιχειρήσεων έχουν έτος ίδρυσης κατά την περίοδο 1970-1980, το 29% ιδρύθηκε κατά την περίοδο 1981-1990, το 44% ιδρύθηκε κατά την περίοδο 1991-2000. Το ποσοστό των νέων επιχειρήσεων με έτος ίδρυσης από το 2001 έως και σήμερα ανέρχεται σε 13% (Σχήμα 1.4).



Σχήμα 1.4. Έτος ίδρυσης επιχειρήσεων

Στον επόμενο πίνακα, δίνεται η κατανομή εργαζόμενων μεταξύ ανδρών και γυναικών, και το καθεστώς απασχόλησης. Το 93% των εργαζόμενων στις ΜΜΕ έχουν καθεστώς μόνιμης απασχόλησης, ενώ το 57% είναι άνδρες και το 43% είναι γυναίκες.

	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΝΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
Σύνολο εργαζόμενων	9046	57%	43%
Μέσος όρος εργαζόμενων	4.5	-	-
Μόνιμη απασχόληση	8410(93%)	57%	43%
Μερική απασχόληση	285(3%)	53%	47%
Με σύμβαση ορισμένου χρόνου	103(1%)	47%	53%
Εποχιακή σύμβαση	199(2%)	68%	32%
Έκτακτη απασχόληση	49(1%)	59%	41%

Πίνακας 1.2. Σύνολο Εργαζομένων

Ο μέσος όρος ηλικίας όσο και το επίπεδο μόρφωσης των εργαζόμενων, αποτελούν δυο παράγοντες για την ορθή ανάπτυξη της επιχείρησης. Στον πίνακα 1.3. η ηλικιακή κατανομή των εργαζόμενων είναι: το 23% μέχρι 30 ετών, το 47% από 31-40 ετών, το 20% από 41-50 ετών και το 10% μεγαλύτερο των 50 ετών. Ενώ στον πίνακα 1.4. παρατηρούμε ότι το 59% έχει ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το 18% την πρωτοβάθμια και το 23% την τριτοβάθμια εκπαίδευση (ανώτερη και ανωτάτη).

<u>Ηλικία εργαζομένων</u>	<u>Μόρφωση εργαζομένων</u>
Έως 30 ετών = 23%	Κατώτερη εκπαίδευση = 18%
31-40 ετών = 47%	Μέση εκπαίδευση = 59%
41-50 ετών = 20%	Ανώτερη εκπαίδευση = 9%
51 και άνω = 10%	Ανωτάτη εκπαίδευση = 14%

Πίνακας 1.3. Ηλικία εργαζομένων

Πίνακας 1.4. Μόρφωση εργαζομένων

Στους δύο πίνακες(πίνακας 1.5. και πίνακας 1.6.) που ακολουθούν παρουσιάζονται οι κατανομές κατά μέγεθος, κλάδο δραστηριοποίησης και περιφέρεια για το σύνολο του πληθυσμού των ΜΜΕ μεγέθους από 1 έως 250 άτομα, οι οποίες βασίζονται στα Μητρώα Επιχειρήσεων ΕΣΥΕ, τα οποία αποτελούν τον πληθυσμό αναφοράς της έρευνας.

<u>ΚΛΑΔΟΣ</u>	<u>0-5</u>	<u>6-10</u>	<u>11-20</u>	<u>21-50</u>	<u>51-100</u>	<u>101-250</u>	<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>
Μεταποιητικές Βιομηχανίες (Δ)	13%	34%	39%	44%	42%	47%	14%
Χονδρικό-Λιανικό Εμπόριο (Ζ)	45%	34%	29%	22%	21%	18%	44%
Ξενοδοχεία/ εστιατόρια (Η)	12%	10%	9%	9%	11%	10%	12%
Σύνολο 3 μεγαλύτερων κλάδων (Δ + Ζ + Η)	70%	78%	77%	75%	74%	75%	71%
Μεταφορές, Αποθήκευση, Επικοινωνίες (Θ)	6%	5%	5%	6%	5%	7%	6%
Διαχείριση της Ακίνητης Περιούσιας (Κ)	9%	5%	5%	5%	5%	4%	9%
Άλλες Υπηρεσίες (Ξ)	4%	3%	3%	4%	3%	2%	4%
Κατασκευές (ΣΤ)	8%	7%	7%	7%	8%	5%	8%
Σύνολο (Θ + Κ + Ξ + ΣΤ)	27%	20%	20%	22%	21%	18%	27%
Σύνολο 7 κλάδων	98%	98%	97%	97%	95%	93%	98%
Σύνολο επιχειρήσεων	488,158	10,738	5,783	3,521	1,010	627	509,837
% κατά μέγεθος στο σύνολο	95,7%	2,1%	1,1%	0,7%	0,2%	0,1%	100%

Πίνακας 1.5. Κατανομή επιχειρήσεων ανά κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας και μέγεθος

<u>Διοικητική Περιφέρεια</u>	<u>Αριθμός</u>	<u>Ποσοστό</u>
Αττική	212,602	41%
Κεντρική Μακεδονία	86,678	17%
Θεσσαλία	29,260	6%
Κρήτη	27,281	5%
Α. Ελλάδα	21,923	4%
Πελοπόννησος	23,753	5%
Α. Μακεδονία & Θράκη	21,923	4%
Στερεά Ελλάδα	20,801	4%
Ν. Αιγαίο	19,374	4%
Ήπειρος	12,746	3%
Ιόνια Νησιά	14,123	3%
Δ. Μακεδονία	11,216	2%
Β. Αιγαίο	8,157	2%
Σύνολο	509,837	100%

Πίνακας 1.6. Κατανομή επιχειρήσεων ανά Διοικητική Περιφέρεια

Από τους δυο αυτούς πίνακες είναι εμφανή τρία σημαντικά χαρακτηριστικά για τις ΜΜΕ στην Ελλάδα:

- Û Απόλυτη αριθμητική κυριαρχία των πολύ μικρών επιχειρήσεων μεγέθους από 1 έως 10 ατόμων (το 97,8% του συνόλου), το οποίο αποτελείται σχεδόν εξ' ολοκλήρου (κατά 98%) από επιχειρήσεις μεγέθους 1 έως 5 ατόμων.
- Û Η υψηλή κλαδική συγκέντρωση στον τομέα του εμπορίου, όπου τόσο στο χονδρικό, όσο και στο λιανικό εμπόριο απασχολούνται το 44% των ΜΜΕ.
- Û Η υψηλή συγκέντρωση των ΜΜΕ στις μεγάλες πόλεις, όπου το 41% των επιχειρήσεων βρίσκεται στις περιοχές της πρωτεύουσας, το 17% της συμπρωτεύουσας και το 42% στο υπόλοιπο της χώρας.

Τα χαρακτηριστικά αυτά και ειδικότερα το μέγεθος των ΜΜΕ στην Ελλάδα, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη γιατί αντικατοπτρίζουν ουσιαστικά την κατάσταση στις πολύ μικρές επιχειρήσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΟΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΑΙ Η ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

2.1. Εισαγωγή

Η εποχή μας είναι εποχή επαναστατική, εποχή θεαματικών αλλαγών. Η ηλεκτρονική επανάσταση μπορεί να συγκριθεί μόνο με τη Βιομηχανική του 19^{ου} αιώνα. Αλλάζει ραγδαία τον κόσμο μας, τον τρόπο με τον οποίο κάνουμε τις συναλλαγές μας. Η κοινωνία μας έχει ήδη εξελιχθεί σε Κοινωνία της Πληροφορίας, στην οποία είναι απαραίτητο να ενταχθεί ταχύτατα και δυναμικά το κάθε μέλος μιας ανεπτυγμένης κοινωνίας. Όσοι δεν κατορθώνουν να προσαρμοστούν, όσοι δεν έχουν πρόσβαση σε νέες τεχνολογίες μεταβάλλονται σε κοινωνικά αποκλεισμένους.

Σε όλο τον κόσμο και σε όλους τους τομείς της οικονομίας οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει, με ρυθμό ταχύτατα αυξανόμενο να χρησιμοποιούν internet για τις εμπορικές τους συναλλαγές με άλλες επιχειρήσεις και τον τελικό καταναλωτή. Το νέο αυτό τεχνολογικό κύμα διαδίδεται γρήγορα, γιατί αυτοί που πρώτοι χρησιμοποιούν τις τεχνολογίες και τις πρακτικές του ηλεκτρονικού εμπορίου, «επιβάλλουν» στους προμηθευτές ή στους πελάτες τους, αντίστοιχες επιλογές.

Για ένα μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων μεσαίου μεγέθους, η επιτυχία στην ψηφιακή οικονομία θα είναι αποτέλεσμα μιας σύνθεσης τεχνολογιών, οργάνωσης και στρατηγικής για την ολοκληρωμένη διαχείριση της πληροφορίας στην εσωτερική δομή. Επιπλέον οι τεχνολογίες ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων και των εφαρμογών που υποστηρίζουν, αποτελούν την προϋπόθεση για την προσαρμογή της επιχείρησης στις απαιτήσεις της «νέας οικονομίας».

2.2. Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ)

Οι νέες τεχνολογίες μεταβάλλουν με διάφορους τρόπους την φύση της εργασίας. Στην ψηφιακή εποχή η γνώση διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στην αναμόρφωση και στην οργάνωση της εργασίας, δημιουργώντας μια οικονομία βασισμένη στα επαγγελματικά προσόντα και την προσαρμοστικότητα.

Η διάχυση των νέων τεχνολογιών σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής μετασχηματίζει βαθμιαία την παγκόσμια κοινωνία σε μια κοινωνία των πληροφοριών (ΚτΠ). Τα τελευταία χρόνια η Ευρωπαϊκή Ένωση εντείνει τις προσπάθειες της για την επίτευξη των στόχων της Λισσαβόνας (2000) για μια ηλεκτρονική Ευρώπη (e-Europe 2005).

Η καινοτομία και η χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) αποτελεί κρίσιμο στοιχείο αυξημένης ανταγωνιστικότητας για τις επιχειρήσεις και ανοίγει νέες προοπτικές στην οργάνωση της εργασίας και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Μέσα από το πρίσμα αυτό, οι ενέργειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενισχύουν άμεσα ή έμμεσα το ηλεκτρονικό επιχειρείν.

Η είσοδος της χώρας μας στην Κοινωνία της Πληροφορίας αποτελεί βασική στρατηγική επιλογή για την επίτευξη σταθερής οικονομικής ανάπτυξης και σύγκλισης με τις οικονομίες των Ευρωπαίων εταίρων μας. Σε σχέση με το παρελθόν, όπου η εκτέλεση ενός έργου από το προσωπικό της επιχείρησης ήταν δύσκολη διαδικασία, ιδίως σε περιπτώσεις όπου απαιτούνταν η αξιοποίηση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, στις μέρες μας, οι εργαζόμενοι μπορούν να αντεπεξέλθουν αποτελεσματικά στην κατεύθυνση αυτή, με την χρήση Η/Υ. Και αυτό γιατί, οι Η/Υ δε βοηθούν μόνο το προσωπικό στο να εργάζεται αποδοτικότερα, μπορεί να αλλάξει ακόμη και τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί μια επιχείρηση. Η δυνατότητα της από κοινού χρήσης Η/Υ μέσω της πληροφορικής μπορεί να αλλάξει την νοοτροπία των εργαζομένων και να εμφυσήσει ένα πνεύμα ομαδικότητας και αφοσίωσης στους κοινούς στόχους κάποιου τμήματος της επιχείρησης. Αυτή η δυνατότητα μπορεί να καταστήσει την τεχνογνωσία τους σε ολόκληρη την επιχείρηση, συμβάλλοντας στην ανάπτυξη αποδοτικότερων μεθόδων εργασίας.

Οι Η/Υ μπορούν να παρέχουν ακόμα περισσότερα οφέλη, όπως:

- ✓ Διαχείριση αποθεμάτων – αποθήκης
- ✓ Εφαρμογές παραγωγής
- ✓ Γενική χρήση Διαδικτυου
- ✓ Μηχανοργάνωση
- ✓ Εφαρμογές λογιστηρίου – μισθοδοσία

Ωστόσο, η επίτευξη αυτού του στόχου προϋποθέτει καταρχήν τη δημιουργία κατάλληλων δικτυακών υποδομών, όπως η διάθεση πολύ γρήγορου Internet με συνεχή πρόσβαση σε προσιτές τιμές και την ανάπτυξη αντίστοιχων ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Με αυτό τον τρόπο γίνεται εφικτή η περαιτέρω διάδοση και διάχυση των νέων τεχνολογιών με στόχο την χρήση του Internet στα νοικοκυριά, στο δημόσιο και στις επιχειρήσεις σε ποσοστό που θα υπερβαίνει το 40%.

Τα αποτελέσματα των τελευταίων ερευνών δίνουν ήδη μια θετική εικόνα για την εξέλιξη της χρήσης ΤΠΕ. Η χρήση Η/Υ και Internet εξαπλώνεται στο σπίτι, στην εργασία, στο σχολείο και σε άλλους χώρους, ενώ ο αριθμός των διαφορετικών εφαρμογών τις οποίες υιοθετούν οι χρήστες αυξάνεται. Υπάρχει μια σημαντική μερίδα του πληθυσμού και των επιχειρήσεων που χρησιμοποιεί και εφαρμόζει ΤΠΕ σε βαθμό συγκρίσιμο με άλλες χώρες στον Ευρωπαϊκό ή διεθνή χώρο. Αντιθέτως, ένα μέρος του πληθυσμού δεν φαίνεται να παρακολουθεί τις εξελίξεις αυτές, με αποτέλεσμα οι συνολικοί δείκτες χρήσης, παρά τη σημαντική πρόοδο να υπολείπονται (πλην της χρήσης κινητού τηλεφώνου) των άλλων αναπτυγμένων χωρών.

Με βάση την έρευνα του 2003 του e-business forum στο συνολικό πληθυσμό της χώρας, χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή έκανε το 27,1%, χρήση Internet το 19,9%, ενώ το 64,7% διέθετε κινητό τηλέφωνο. Το 31,9% των χρηστών, χρησιμοποιούσε καθημερινά το Internet κυρίως στο σπίτι (63,5%), την εργασία (28,2%), το σχολείο (17,3%) και τα Internet cafe (7,9%).

Η χρήση των υπολογιστών και του Internet προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα και οφέλη στις επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους. Πολλές επιχειρήσεις τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό, έχουν δραστηριοποιηθεί επιτυχημένα σε τοπικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Ο ανταγωνισμός από τις πολυεθνικές επιχειρήσεις θέτει μια σοβαρή πρόκληση για τις 19 και πλέον εκατομμύρια μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Σε σχέση με αυτό, οι επιχειρήσεις που δεν θα αξιοποιήσουν τις νέες τεχνολογίες και το Internet, είναι πολύ πιθανό να βρεθούν σε μειονεκτική θέση απέναντι σε άλλες επιχειρήσεις, που έχουν επενδύσει στο χώρο του e-επιχειρείν.

Στις μέρες μας, η πλειονότητα των Ευρωπαϊκών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, έχουν αντιληφθεί το παραπάνω ρίσκο και χρησιμοποιούν το Internet μεταξύ αυτών και οι Ελληνικές επιχειρήσεις βαδίζουν ολοένα και με πιο γοργό ρυθμό προς αυτή την κατεύθυνση.

Η αξιοποίηση των υπολογιστών από τις Ελληνικές επιχειρήσεις τα τελευταία χρόνια, έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην οργάνωση και την λειτουργία τους. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η χρήση των υπολογιστών, των δικτύων και του Internet στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να είναι αρκετά διαδεδομένη και να καλύπτει μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων και αναγκών. Η ολοκληρωμένη πληροφοριακή υποδομή στις επιχειρήσεις, προσφέρει τη δυνατότητα να επικεντρωθούν στις παραγωγικές τους δραστηριότητες, στην βελτίωση και στην προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.

Οι επιχειρηματίες συμβαδίζοντας με την τεχνολογία έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν τον δικτυακό τόπο, διότι αποτελεί μια πολύ σημαντική διάσταση στον κύκλο ανάπτυξης μιας επιχείρησης. Μέσω ενός κατάλληλου σχεδιασμού του δικτυακού τόπου, μπορεί και προωθεί την εικόνα της σε νέους πελάτες, εξασφαλίζει την δυνατότητα διαρκούς ενημέρωσής τους για τα προϊόντα της επιχείρησης αλλά και άμεσης επαφής μαζί τους, οπότε υπάρχουν σαφώς περισσότερες πληροφορίες για αύξηση του όγκου των πωλήσεων.

Το Internet δίνει την δυνατότητα πρόσβασης σε πληροφορίες και βάσεις δεδομένων σε παγκόσμια κλίμακα. Επιτρέπει τη χρήση πολλών και διαφορετικών εφαρμογών, που έχουν σαν σκοπό την επίτευξη της επικοινωνίας με μέσα όπως είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), οι ηλεκτρονικές ομάδες συζητήσεων (newsgroups), οι ηλεκτρονικές λίστες ανακοινώσεων (mailing lists), η επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο (chat), οι τηλεδιασκέψεις (net-meeting) κ.τ.λ.

Σχετικά με εφαρμογές από τον χώρο των επιχειρήσεων, το Internet δίνει την δυνατότητα για ανάπτυξη δραστηριοτήτων ηλεκτρονικού εμπορίου, για εκπαίδευση και επιμόρφωση από απόσταση, ακόμα και για εργασία από απόσταση (τηλε-εργασία).

Ο επιχειρηματίας μπορεί να αναζητήσει οποιαδήποτε πληροφορία τον ενδιαφέρει σχετικά με τον κλάδο δραστηριοποίησής του, να δει τη δουλειά των συναδέλφων του, να βρει νέες ιδέες από την δουλειά τους, καθώς και να επικοινωνήσει με άλλους συναδέλφους του, προκειμένου να λάβει χρήσιμα σχόλια σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει.

Επιπλέον, το Internet δημιουργεί ένα νέο περιβάλλον, το οποίο αλλάζει τα δεδομένα για τις επιχειρήσεις και το εμπόριο, αφού αποτελεί μια άριστη ευκαιρία για τους επιχειρηματίες να προωθήσουν τις δραστηριότητες και τα προϊόντα τους με ελάχιστο ή μηδενικό κόστος.

Η παρουσία μιας επιχείρησης, μέσω ενός δικτυακού τόπου, προωθεί την εικόνα της σε νέους πελάτες, εξασφαλίζει τη δυνατότητα διαρκούς ενημέρωσής τους για τα προϊόντα της επιχείρησης, αλλά και άμεσης επαφής μαζί τους.

Ένας δικτυακός τόπος, μπορεί να προσφέρει ακόμη περισσότερα:

- μπορεί να ενισχύσει την επιχειρηματική εικόνα
- μπορεί να αυτοματοποιήσει εργασίες ή υπηρεσίες που γίνονται ακόμα χειρόγραφα
- μπορεί να μειώσει δραστικά το φόρτο εργασίας του τμήματος υποστήριξης πελατών
- μπορεί να τροφοδοτήσει την επιχείρηση με ερωτήσεις και σχόλια πελατών.

Σχετικά με εφαρμογές, από τον χώρο των επιχειρήσεων, το Internet δίνει την δυνατότητα πρόσβασης, σε πληροφορίες και βάσης δεδομένων σε τοπική κλίμακα, καθώς και ανάπτυξη δραστηριοτήτων ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce).

Υπό αυτές τις συνθήκες, είναι εξαιρετικά χρήσιμο η κάθε επιχείρηση να συνδεθεί στο Internet και να επωφεληθεί από τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη που προσφέρει.

Ένα από τα κυριότερα χαρακτηριστικά του Διαδικτύου είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το οποίο πραγματικά μείωσε στο ελάχιστο τον χρόνο που απαιτείται για την επικοινωνία και την αποστολή δεδομένων. Το e-mail προσφέρει ένα εξαιρετικό εργαλείο στις ΜΜΕ, καθώς έχουν την δυνατότητα να επικοινωνούν με τους πελάτες τους γρήγορα, εύκολα και κυρίως χωρίς μεγάλα έξοδα. Διευκολύνει την συνεχή ενημέρωση του προσωπικού της επιχείρησης, βοηθά το

προσωπικό να αναπτύξει και να μοιραστεί την εμπειρία και την γνώση του στις τεχνικές προωθήσεις προϊόντων. Επίσης, του καλλιεργεί την αίσθηση ότι ανήκει και συμμετέχει ενεργά στην επιχείρηση που εργάζεται.

Επιτρέπει την ανταπόκριση μιας επιχείρησης στις προκλήσεις του ανταγωνιστικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Ενισχύει την δημιουργία καμπάνιας γύρω από τις προσφορές των προϊόντων, με αποτέλεσμα οι πωλήσεις, να γίνονται μέσα σε λίγες μέρες από την στιγμή που ξεκινάει η προώθηση.

Αυτό, στον κόσμο της επιχείρησης σημαίνει ότι το e-mail δεν είναι μόνο ένα εργαλείο μείωσης κόστους για τις επιχειρήσεις, αλλά αποτελεί εργαλείο για την αύξηση της πελατειακής βάσης και την οικοδόμηση καλύτερων και ισχυρότερων σχέσεων μεταξύ επιχείρησης – πελάτη.

Στη σημερινή εποχή, το Διαδίκτυο διαδραματίζει πλέον κυρίαρχο ρόλο στην καθημερινή επικοινωνία και δραστηριότητα των πολιτών. Ο μέσος καταναλωτής δέχεται καταγίγισμο πιέσεων και μηνυμάτων από πάρα πολλές μεγάλες εταιρείες οι οποίες έχουν την δυνατότητα να κάνουν συνδυασμένες διαφημιστικές καμπάνιες χρησιμοποιώντας όλα τα δυνατά μέσα πληροφόρησης. Αυτό δημιουργεί ιδιαίτερα προβλήματα στις μικρότερες επιχειρήσεις οι οποίες στην πλειονότητά τους, ως μόνο μέσο προβολής έχουν το ίδιο το κατάστημα ή τα γραφεία τους. Κάτω από αυτές τις συνθήκες οι μικρότερες επιχειρήσεις πρέπει να βρουν έναν οικονομικό τρόπο να προβάλουν τον εαυτό τους, αλλά και τα πλεονεκτήματά τους έναντι των μεγαλύτερων ανταγωνιστών τους. Το Διαδίκτυο προσφέρει μια καλή και οικονομική λύση προβολής της επιχείρησης και των προϊόντων της. Μέσω του Διαδικτύου μπορεί ο κάθε ενδιαφερόμενος να δει την επιχείρηση και τα προϊόντα της από το σπίτι του. Η σημασία της προβολής και της προώθησης είναι μεγάλη και δεν είναι τυχαίο ότι υπάρχουν επιχειρήσεις που δαπανούν ετησίως τεράστια ποσά για την προβολή τους. Τα κύρια θετικά αποτελέσματά της αναφέρονται επιγραμματικά:

- Ø Εξοικείωση του καταναλωτή με την εταιρεία, το προϊόν ή τη φίρμα (έχει αποδειχθεί ότι πιο εύκολα εμπιστευόμαστε μια εταιρεία που έχουμε ξαναδεί, έστω και αν δεν έχουμε αγοράσει ποτέ από αυτή, παρά από μια που ποτέ δεν έχουμε ξαναδεί)
- Ø Απόκτηση μεγαλύτερης αξιοπιστίας και κύρους (η δημιουργία μιας καλαίσθητης ιστοσελίδας μπορεί να προσδώσει πολλά στην εικόνα της επιχείρησης και αυτό είναι κάτι που έχει μεγάλη σημασία για την επιχείρηση και κατά συνέπεια για τον καταναλωτή)
- Ø Πληροφόρηση (ο καταναλωτής μπορεί να μάθει για τις τιμές και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων από την ιστοσελίδα)
- Ø Ικανοποίηση (ο καταναλωτής πάντα εκτιμά την προσπάθεια να ενημερώνεται και να εξυπηρετείται).

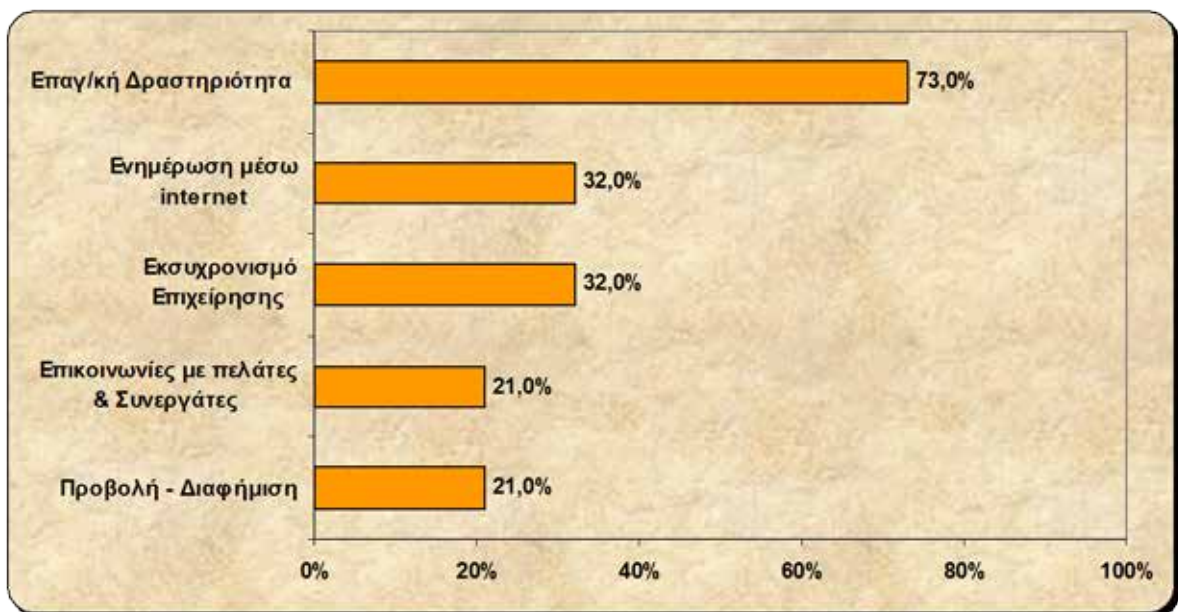
Όπως, προαναφέραμε, τα οφέλη από τη χρήση των υπολογιστών και του Internet, για τις επιχειρήσεις είναι σημαντικά. Στο πλαίσιο αυτό, οι επιχειρηματικές δραστηριότητες επηρεάζουν, άμεσα ή έμμεσα, τη σχέση της εκάστοτε επιχείρησης με τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους άλλους επιχειρηματικούς εταίρους, που μπορεί να έχει, καθώς και με τους διάφορους δημόσιους φορείς.

Παράλληλα, η προσφορά υψηλού επιπέδου υπηρεσιών στους πελάτες τόσο κατά την πώληση, όσο πριν και μετά από αυτήν, αποτελεί σημαντική δραστηριότητα προκειμένου να αποκτηθούν πιστοί και ευχαριστημένοι πελάτες. Η πρώτη προτεραιότητα λοιπόν κάθε επιχείρησης, είναι η αύξηση της πελατειακής της βάσης.

Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί, με τη βοήθεια του e-επιχειρείν αφού:

- α) δίνει την δυνατότητα διαφήμισης σε περισσότερους πελάτες
- α) οι πελάτες μπορούν να έχουν άμεση επαφή με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση
- α) οι πελάτες μπορούν να αγοράζουν από το σπίτι τους ή γενικά από οποιαδήποτε σημείο βρίσκονται, οποιαδήποτε στιγμή
- α) υπάρχει δυνατότητα επαφής και επικοινωνίας με τους πελάτες
- α) παρέχεται υποστήριξη στους πελάτες με μικρότερο κόστος.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων, θεωρεί ως σημαντικούς λόγους απόκτησης Internet, τις επαγγελματικές δραστηριότητες (73%), τη γενική ενημέρωση μέσω Internet (32%), τον εκσυγχρονισμό της επιχείρησης (32%), την επικοινωνία με τους πελάτες και τους συνεργάτες (21%) καθώς και την προβολή-διαφήμιση της επιχείρησης (21%) (Σχήμα 2.1.).



Σχήμα 2.1.: Λόγοι απόκτησης internet

Παρόλα αυτά όμως, οι επιχειρήσεις έχουν σχέση με άλλες επιχειρήσεις στις οποίες πουλούν ή από τις οποίες προμηθεύονται προϊόντα και υπηρεσίες. Η αποδοτικότερη σχέση και συνεργασία με αυτές τις επιχειρήσεις είναι καθοριστική για την λειτουργία της επιχείρησης. Έτσι με το e-επιχειρείν, επιχειρήσεις σε όλον τον κόσμο μπορούν να διεκπεραιώσουν τις λειτουργίες τους, εξοικονομώντας χρόνο και κόστος.

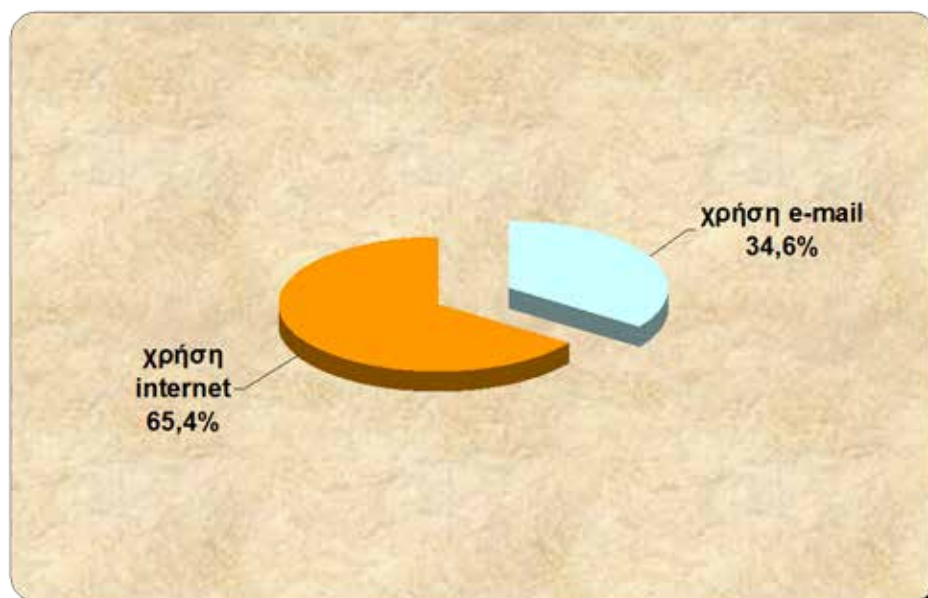
Ακόμη, οι επιχειρήσεις αποφασίζουν να χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες γιατί θέλουν να αντεπεξέλθουν με αξιοπιστία και ταχύτητα στις σύγχρονες λογιστικές, φορολογικές και εμπορικές απαιτήσεις. Έτσι μαζί με τα προγράμματα αυτοματισμού γραφείου, για παράδειγμα, οι εφαρμογές μηχανογραφημένης λογιστικής, βρίσκονται στην κορυφή των προτιμήσεων των επιχειρήσεων μικρού και μεσαίου μεγέθους.

Καταρχάς, ο χρόνος που απαιτείται για τις διάφορες εργασίες είναι μικρότερος, οπότε η μείωση του χρόνου συνεπάγεται με μείωση κόστους, μείωση των ωρών που απαιτούνται για τις συγκεκριμένες εργασίες, καθώς και μείωση του απασχολούμενου προσωπικού.

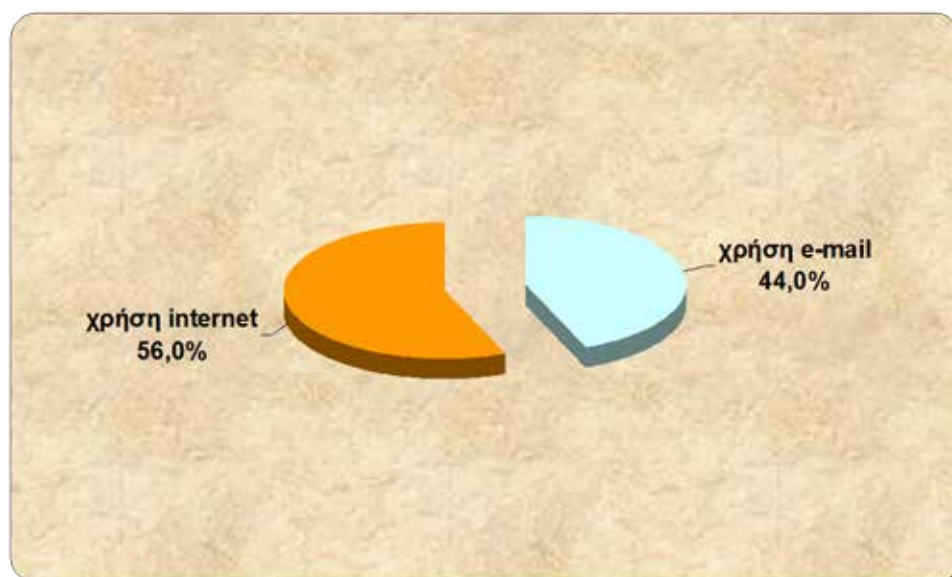
Επιπλέον, εκμηδενίζει την πιθανότητα λάθους. Τα δεδομένα συνδυάζονται έτσι ώστε να προσφέρουν στη διοίκηση της επιχείρησης, πολύτιμα στοιχεία απαραίτητα για την λήψη κρίσιμων αποφάσεων, που αφορούν τόσο την συνολική εικόνα της επιχείρησης, όσο και σε επιμέρους τομείς.

Τέλος, τα πακέτα εργασιών συνεργάζονται αρμονικά με εφαρμογές εμπορικής διαχείρισης. Έτσι, εμπορικές και λογιστικές εφαρμογές συνδέονται και αλληλοσυμπληρώνονται, ενισχύοντας την εσωτερική οργάνωση της επιχείρησης.

Παρόλα αυτά όμως, οι διοικήσεις των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των ατομικών, οικογενειακών, μικρών ή μεσαίων, εκφράζουν τις αναστολές τους για την είσοδο στο άγνωστο πλαίσιο που ορίζει η ψηφιακή οικονομία και το e-επιχειρείν. Μια πρόσφατη έρευνα του e-business forum 2003, απέδειξε ότι τα ποσοστά χρήσης ΤΠΕ παραμένουν συγκριτικά χαμηλά για την μεγάλη πλειοψηφία των ΜΜΕ κυρίως λόγω των περιορισμένων ποσοστών χρήσης στις μικρές επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα η χρήση Internet στις ΜΜΕ συνολικά (<250 άτομα) το 2003 ήταν 65,4% και 34,6% η χρήση e-mail, όπως απεικονίζεται στο σχήμα 2.2, γιατί ήταν πολύ χαμηλό το επίπεδο ηλεκτρονικών δραστηριοτήτων στις πολύ μικρές επιχειρήσεις (1-10 άτομα), που αντιπροσωπεύουν το 95% των επιχειρήσεων. Περίπου 56% είχαν παρουσία στο Internet και 44% χρησιμοποιούσαν ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, όπως φαίνεται και στο σχήμα 2.3.



Σχήμα 2.2. ΜΜΕ < 250-ατόμων το 2003



Σχήμα 2.3. για πολύ μικρές επιχειρήσεις (1 – 10 άτομα) το 2003

Όμως, παρόλο που οι επιχειρήσεις γνωρίζουν τα πλεονεκτήματα του Internet, υπάρχει μια πλειοψηφία επιχειρήσεων οι οποίες, παρόλο που κάνουν χρήση Η/Υ σήμερα, δεν έχουν σύνδεση στο Internet. Το 42% των επιχειρήσεων υποστηρίζουν ότι δεν υπάρχει ανάγκη σύνδεσης από το αντικείμενο της εργασίας, ενώ το 6% δήλωσαν ότι δεν υπάρχουν εφαρμογές για τις ανάγκες τους. Την έλλειψη εκπαίδευσης και ενημέρωσης ανέφερε το 9% και την δυσκολία στη χρήση το 3%, ενώ στο θέμα ακρίβειας αναφέρθηκε από το 6% των επιχειρήσεων. Επίσης μεγάλο είναι το ποσοστό των ΜΜΕ που δεν απάντησαν κάποιο συγκεκριμένο λόγο ή δήλωσαν ότι δεν τους ενδιαφέρει το θέμα (Σχήμα 2.4).



Σχήμα 2.4. Λόγοι μη χρήσης internet στην επιχείρηση

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που δεν έχουν υιοθετήσει ακόμα τις νέες τεχνολογίες δηλώνουν ως κύριο λόγο ότι δεν τις χρειάζονται ή δεν τους ενδιαφέρει σε ποσοστό 60%, ενώ το 30% δηλώνει ότι δεν έχει ασχοληθεί ποτέ με αυτές. Βασικοί ανασταλτικοί παράγοντες χρήσης Η/Υ και ΤΠΕ γενικότερα, φαίνεται ότι είναι κυρίως, η άγνοια και η έλλειψη κατάλληλων υπηρεσιών τεχνικής υποστήριξης.

Ποιο συγκεκριμένα, αναρωτιούνται :

- Û αν η ελληνική αγορά είναι ώριμη να δεχτεί και να συντηρήσει τέτοιου είδους συναλλαγές
- Û κατά πόσο είναι εύκολο να αποτυπωθούν οι επιχειρηματικές δραστηριότητες και διαδικασίες στα πλαίσια της ψηφιακής οικονομίας
- Û πόσο αξιόπιστες είναι οι συναλλαγές σε μια τέτοια αγορά
- Û πως μπορούν να πειστούν οι πελάτες, ώστε να συμμετάσχουν σε μια ηλεκτρονική συναλλαγή
- Û πόσο είναι το κόστος συμμετοχής στο εγχείρημα του e- επιχειρείν.

Εμφανές είναι λοιπόν, ότι τα επίπεδα εισαγωγής υποδομών ΤΠΕ από τις Ελληνικές επιχειρήσεις υποδηλώνουν σχετικά χαμηλό βαθμό «ετοιμότητας» έναντι άλλων χωρών στον Ευρωπαϊκό και Διεθνή χώρο, ως προς την προώθηση και την ανάπτυξη ενός «δυναμικού περιβάλλοντος ηλεκτρονικού επιχειρείν».

2.3. Συναλλαγές με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς μέσω του Internet

Τα τελευταία χρόνια τα διάφορα έργα πληροφορικής και επικοινωνιών που έχουν υλοποιηθεί, τόσο με τις υπηρεσίες της Δημόσιας Διοίκησης, όσο και με τους διάφορους ιδιωτικούς φορείς, έχουν δημιουργήσει τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την διεύρυνση, την αναβάθμιση και την βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και κατ' επέκταση την επικοινωνία των επιχειρήσεων με αυτούς τους φορείς.

Επιπλέον, σε ότι αφορά την ηλεκτρονική επικοινωνία των επιχειρήσεων με τις δημόσιες υπηρεσίες, αυτή εξελίσσεται συνεχώς μέσω της δημιουργίας ενός πλαισίου ηλεκτρονικών συναλλαγών με το Δημόσιο το οποίο θα ακολουθεί τη φιλοσοφία «σημείου μιας μοναδικής εξυπηρέτησης». Οι επιχειρήσεις έρχονται σε επαφή και με Δημόσιους Φορείς για την έκδοση πιστοποιητικού, για την υποβολή μιας δήλωσης ή κάποιου περιστατικού εύκολα και γρήγορα μέσω του Internet ή και για να λαμβάνουν διάφορες πληροφορίες. Γι' αυτό τον λόγο, τα τελευταία χρόνια δίνεται έμφαση στην αποτελεσματικότερη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων φορέων, με την συστηματική προσπάθεια για την αναδιοργάνωση και αυτοματοποίηση των διαδικασιών, με στόχο την μείωση της γραφειοκρατίας και την αποδοτικότερη σχέση των επιχειρήσεων με τον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν Internet, το χρησιμοποιούν για ένα αυξημένο αριθμό εφαρμογών. Το 70% των ΜΜΕ κάνουν χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, από τις οποίες το 52% κάνει καθημερινή χρήση και το 25% το χρησιμοποιούν μια έως τρεις ημέρες την εβδομάδα. Το 67% χρησιμοποιεί Internet για γενική ενημέρωση, από τις οποίες το 30% καθημερινά και το 26% μια έως τρεις την εβδομάδα.

Επιπλέον οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν Internet για συναλλαγές με το δημόσιο. Το 33% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί το Internet για θέματα ΦΠΑ. Από αυτές το 12% κάνει καθημερινή χρήση, ενώ το 47% το χρησιμοποιεί μια ή δυο φορές το μήνα. Συναλλαγές με το TAXIS πραγματοποιεί το 26% των επιχειρήσεων, από τις οποίες το 12% σε καθημερινή βάση, ενώ το 54% μια έως τρεις φορές το μήνα. Συναλλαγές με το ΙΚΑ πραγματοποιεί το 26% των επιχειρήσεων, από τις οποίες το 12% καθημερινά, ενώ το 47% μια ή δυο φορές το μήνα.

Ακόμα και στον ιδιωτικό τομέα, όλο και περισσότεροι φορείς επεκτείνουν τις υπηρεσίες τους με σκοπό την υποστήριξη της ηλεκτρονικής επικοινωνίας με τον πολίτη και τις υπηρεσίες. Το 13% των επιχειρήσεων πραγματοποιεί τραπεζικές συναλλαγές on-line με σύνδεση Internet. Από αυτές το 21% πραγματοποιεί συναλλαγές καθημερινά, ενώ το 16% μια ή δυο φορές τον μήνα.

Προμήθειες μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου πραγματοποιεί το 11% των επιχειρήσεων με Internet, ενώ πωλήσεις μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου πραγματοποιεί το 4% των επιχειρήσεων.

Συνολικά, οι συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου παραμένουν στάσιμες και στα ίδια χαμηλά επίπεδα με αυτά του 2002, που ήταν 8% και 6% αντίστοιχα.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι ο δημόσιος τομέας παρέχει τις μέχρι τώρα προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες σε εφάμιλλα επίπεδα ποιότητας και αποτελεσματικότητας με αυτά που προσφέρονται από ιδιαίτερα ανταγωνιστικούς κλάδους όπως ο τραπεζικός και παροχής Internet, οι οποίοι παρέχουν υπηρεσίες υψηλού επιπέδου ικανοποίησης των χρηστών. Η βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών από το Δήμο και τους άλλους τομείς, σε συνδυασμό με την κατάλληλη και επαρκή ενημέρωση, μπορεί να αποτελέσουν καθοριστικό παράγοντα για την επιτάχυνση και διάχυση Internet και Η/Υ στις ΜΜΕ. Ακόμα οι σχετικές υπηρεσίες είναι καθολικής χρήσης και μπορούν να αποτελέσουν τον μοχλό προσέλκυσης ενδιαφέροντος από τις ΜΜΕ και μείωσης των αντιλήψεων που φαίνεται να κυριαρχούν σήμερα, όπως ότι οι ΤΠΕ δεν απαιτούνται από το αντικείμενο εργασιών της επιχείρησης.

Η διάδοση και χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών και ειδικά του Διαδικτύου, επιτρέπει πλέον στις επιχειρήσεις να υιοθετούν νέα, ευέλικτα μοντέλα λειτουργίας. Η δημιουργία νέων επιχειρήσεων βασισμένων στις νέες τεχνολογίες και η προώθηση της επιχειρηματικότητας γενικότερα αποτελούν κλειδιά για την ανανέωση του βιομηχανικού ιστού. Βασική επιδίωξη λοιπόν είναι οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που αποτελούν τον κορμό της Ελληνικής οικονομίας, να αναπτύσσουν αγαθά και υπηρεσίες, αλλά κυρίως προϊόντα με έντονη πληροφοριακή αξία και αναγνωρισιμότητα.

2.4 Βαδίζοντας προς το «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν»

Η λεγόμενη ψηφιακή επικοινωνία, αποτελεί στις μέρες μας μια παγκόσμια πραγματικότητα, επηρεάζοντας άμεσα τόσο τις επιχειρήσεις και τον τρόπο λειτουργίας τους, όσο και τον τελικό καταναλωτή. Οι επιχειρήσεις επαναπροσδιορίζουν τον ρόλο τους στην παγκόσμια αγορά, ώστε να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους, να επεκτείνουν τις επιχειρηματικές τους δυνατότητες και να διευκολύνουν τις καθημερινές τους λειτουργίες.

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν, σχετίζεται με την χρήση νέων τεχνολογιών, προκειμένου :

- § να διευκολυνθεί η αγορά και η πώληση των προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφορίας μέσω Internet
- § να βελτιωθεί το επίπεδο παροχής υπηρεσιών μιας επιχείρησης
- § να διεκπεραιωθούν οι συναλλαγές με εμπορικούς εταίρους
- § να μειωθεί το κόστος παραγωγής και διάθεσης προϊόντων και υπηρεσιών
- § να αυξηθεί ο όγκος πωλήσεων της επιχείρησης.

Με την υιοθέτηση του ηλεκτρικού επιχειρείν, ευνοούνται ιδιαίτερα, οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις, τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Στις μέρες μας, το πιο σύγχρονο μοντέλο δραστηριοποίησης στο ηλεκτρονικό επιχειρείν αποτελούν οι λεγόμενες ηλεκτρονικές αγορές.

Μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να σκέφτονται σοβαρά την είσοδο τους στο e-επιχειρείν, γιατί οι προβλέψεις δείχνουν ότι τα έσοδα από τις δραστηριότητες του e-επιχειρείν θα αυξηθούν τα επόμενα χρόνια. Και αυτό γιατί, το Internet αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα στην στρατηγική πολλών επιχειρήσεων, σε διεθνή κλίμακα αλλά και στην Ελλάδα.

Το συμπέρασμα λοιπόν, που προκύπτει, είναι ότι όσο πιο γρήγορα μια επιχείρηση δραστηριοποιηθεί στο ηλεκτρονικό επιχειρείν, τόσο περισσότερο αυξάνει τις πιθανότητες να κερδίσει από τα νέα δεδομένα, παρά να ζημιωθεί.

Ενδεικτικά, μερικά από τα οφέλη της χρήσης των νέων τεχνολογιών σε μια επιχείρηση είναι :





- Û Ουσιαστικότερη και πιο αποδοτική σχέση με τους προμηθευτές και τους εμπορικούς συνεργάτες
- Û Μείωση των κρίκων της προμηθευτικής αλυσίδας
- Û Καλύτερος έλεγχος και διαχείριση στο κύκλωμα προμηθειών
- Û Μείωση του λειτουργικού κόστους
- Û Μείωση κύκλου παραγωγής με την καλύτερη πρόβλεψη πωλήσεων και την καλύτερη διαχείριση των υλικών
- Û Συμπίεση του κόστους παραγωγής και διανομής των προϊόντων
- Û Αποδοτικότερη συνεργασία ανάμεσα στο προσωπικό της επιχείρησης, ιδίως όταν αυτό βρίσκεται σε διαφορετικές τοποθεσίες
- Û Αύξηση παραγωγικότητας
- Û Αποδοτικότερες συνθήκες εργασίας για το προσωπικό της επιχείρησης
- Û Άνοιγμα σε νέες αγορές

Είναι χρήσιμο να αναφέρουμε ότι η δραστηριοποίηση μιας επιχείρησης στο ηλεκτρονικό επιχειρείν, δεν σχετίζεται μόνο με την υιοθέτηση και τη χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών και κυρίως του Internet, αλλά και με τις συνθήκες που επικρατούν στη συγκεκριμένη επιχείρηση και κλάδο και με την σχέση που αυτή διαθέτει, με τους φορείς που συνεργάζεται και επικοινωνεί (πελάτες, προμηθευτές, δημόσιοι φορείς).

2.5. Εξέλιξη –Διείσδυση - Σύγκριση με Ευρωπαϊκούς δείκτες

Τον βασικότερο προσδιοριστικό παράγοντα για την εισαγωγή και την χρήση ΤΠΕ, αποτελεί το μέγεθος της επιχείρησης. Το 2003 βάση έρευνας του e-business forum⁶ παρατηρείται διαφοροποίηση στην χρήση των Η/Υ μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων (1-10 άτομα) η οποία ανέρχεται σε 34% και των επιχειρήσεων με περισσότερα από 11-άτομα που φτάνει σε 92%. Στην χώρα μας ικανοποιητική είναι η χρήση ΤΠΕ στις ΜΜΕ μεγαλύτερες των 11 ατόμων όπου υπάρχει τάση σύγκλισης με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (πίνακας 2.1).

Οι επιχειρηματίες αρχίζουν να αντιλαμβάνονται τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η χρήση νέων τεχνολογιών και Internet, αφού μπορούν να επηρεάσουν το επιχειρηματικό μοντέλο της επιχείρησης. Το ποσοστό χρήσης Internet το 2003 στις ΜΜΕ ανέρχεται σε 74% .

	Πολύ μικρές Ελληνικές επιχειρήσεις (1-10)	Μικρές & Μεσαίες Ελληνικές επιχειρήσεις (11-250)	Μικρές & Μεσαίες Επιχειρήσεις (11-250 άτομα) Ευρωπαϊκός Μέσος Όρος
Χρήστες Η/Υ	34%	92%	94%
Χρήστες Διαδικτύου	14%	74%	83%
Χρήστες email	4%	39%	52%
Εταιρική Παρουσία στο Διαδίκτυο	16%	67%	69%
	 Χάσμα	 	σύγκλιση 

**Πίνακας 2.1. : Διείσδυση ΤΠΕ στις ελληνικές και ευρωπαϊκές (ευρωπαϊκών μέσος όρος)
ΜΜΕ**

Όμως, τα ποσοστά χρήσης ΤΠΕ παραμένουν συγκριτικά χαμηλά για τη μεγάλη πλειοψηφία των ΜΜΕ κυρίως λόγω των περιορισμένων ποσοστών χρήσης στις πολύ μικρές επιχειρήσεις(Πίνακας 2.2).

	2001	2002	2003
Ποσοστό ΜΜΕ που χρησιμοποιούν PC	34,2%	35,6%	36%
Ποσοστό ΜΜΕ που χρησιμοποιούν internet	15,4%	19,6%	65,4%
Ποσοστό ΜΜΕ που χρησιμοποιούν e-mail	12,4%	16,8%	34,6%
Ποσοστό ΜΜΕ που χρησιμοποιούν εταιρικό κινητό	8%	8%	12%

Πίνακας 2.2.: Εξέλιξη της διείσδυσης ΤΠΕ στις ελληνικές ΜΜΕ

Οι επιχειρηματίες λοιπόν, κατανοούν ότι η τεχνολογία πρέπει να αποτελεί το εργαλείο εκείνο, το οποίο θα ενισχύσει και θα υποστηρίξει την ίδια την στρατηγική της επιχείρησης, η οποία θα καθοδηγεί όλες εκείνες τις ενέργειες για την εκπόνηση του έργου. Πρέπει να έχουν υπόψη τον τρόπο που μεταβάλλεται η αγορά από την υλοποίηση των έργων πληροφορικής και του e-επιχειρείν.

2.6. Κόστος εγχειρήματος του ηλεκτρονικού επιχειρείν

Τα κόστη και οι δαπάνες για την αξιοποίηση του Internet και της πληροφορικής από μια επιχείρηση εντάσσονται σε δυο κατηγορίες :

1. τις δαπάνες αγοράς βασικού εξοπλισμού
2. τις δαπάνες αγοράς λογισμικού βασικού αυτοματισμού

Η πρώτη κατηγορία, απευθύνεται σε επιχειρήσεις που είτε δεν διαθέτουν καθόλου ηλεκτρονικούς υπολογιστές ή δικτυακό εξοπλισμό, είτε η υπάρχουσα υποδομή δεν αρκεί για την

κάλυψη των αναγκών μιας επιχείρησης, ανάλογα με τις δραστηριότητες της ή τον αριθμό του απασχολούμενου προσωπικού.

Ενώ η δεύτερη κατηγορία, απευθύνεται στις επιχειρήσεις εκείνες που θα προβούν στην αγορά, στην εγκατάσταση και στην εκπαίδευση χρήσης των βασικών εφαρμογών λογισμικού που αφορούν την προώθηση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης μέσω Internet, την εσωτερική οργάνωση και διοίκηση της επιχείρησης, καθώς και την αυτοματοποίηση βασικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

2.7. Τα κύρια θέματα που μπορούν να επηρεάσουν την ενεργοποίηση της επιχείρησης στο e-επιχειρείν

Οι διαδικασίες που ορίζει το e-επιχειρείν, έχουν γίνει ποιο σύνθετες, ενισχύοντας τις δυνατότητες και τα οφέλη που παρέχουν σε μια επιχείρηση. Προκειμένου ο στρατηγικός σχεδιασμός της δραστηριοποίησης μιας επιχείρησης να είναι πετυχημένος, θα πρέπει να μελετηθούν και να αντιμετωπισθούν διάφορα ζητήματα, εκ των οποίων είναι :

- Û η κατανόηση της ίδιας της επιχείρησης, των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και διαδικασιών
- Û ένα έργο e-επιχειρείν προσφέρει ένα μεγάλο σύνολο εφαρμογών και ευκαιριών σε μια επιχείρηση
- Û η χρήση νέων τεχνολογιών και Internet μπορεί να επηρεάσει το επιχειρηματικό μοντέλο της επιχείρησης. Απαιτείται η κατανόηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρουν, προκειμένου να γίνουν αντιληπτές οι νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται
- Û οι επιχειρήσεις είναι αναγκαίο να κατανοήσουν ότι η τεχνολογία πρέπει να αποτελεί το εργαλείο εκείνο, το οποίο θα ενισχύσει και θα υποστηρίξει την ίδια την στρατηγική της επιχείρησης, που είναι αυτή που καθοδηγεί όλες τις ενέργειες
- Û οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν υπόψη τους τον τρόπο που μεταβάλλεται η αγορά από την υλοποίηση έργων πληροφορικής και e-επιχειρείν
- Û επειδή ο ανταγωνισμός είναι έντονος, θα πρέπει οι επιχειρήσεις να είναι αρκετά ευέλικτες ώστε να μπορούν να ελέγχουν τις συνθήκες της αγοράς, αλλά να μπορούν να αντιμετωπίσουν κινήσεις αιφνιδιασμού από τους ανταγωνιστές τους
- Û το προσωπικό μιας επιχείρησης αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο της, αφού η υλοποίηση του e-επιχειρείν απαιτεί την εμπλοκή του. Επομένως, η εμπλοκή αυτή θα βοηθήσει στην κάμψη των ανησυχιών και στην αναίρεση των αναστολών του προσωπικού, κατά την είσοδο των νέων τεχνολογιών στην επιχείρηση.

Τα θέματα αυτά, επηρεάζουν άμεσα τους στόχους και την στρατηγική της επιχείρησης και αποτελούν το πρώτο και βασικότερο βήμα για την δραστηριοποίηση της επιχείρησης στην ψηφιακή οικονομία.

Ένα από τα μεγαλύτερα σφάλματα που κάνουν οι επιχειρήσεις είναι ότι μετά την ολοκλήρωση ενός έργου e-επιχειρείν, εφησυχάζονται και δεν πραγματοποιούν περαιτέρω ενέργειες και δραστηριότητες σχετικά με την συντήρηση των συστημάτων, την ενίσχυση τους, τις αλλαγές που ενδέχεται να γίνουν στην επιχειρηματική λειτουργία. Αυτό ενδέχεται να έχει αρνητικές συνέπειες στην όλη επιχειρηματική λειτουργία και δραστηριότητα των επιχειρήσεων.

Για τον λόγο αυτό, μετά το τέλος ενός έργου e-επιχειρείν, θα πρέπει να γίνουν κάποιες ενέργειες από πλευράς της επιχείρησης. Οι κυριότερες ενέργειες - δραστηριότητες είναι :

- Ø **Ορισμός νέων πρακτικών εργασίας.** Η επιχείρηση, εισάγει ένα νέο ηλεκτρονικό σύστημα, το οποίο θα προσθέσει νέες πρακτικές εργασίας. Όμως θα πρέπει να προσδιορίσει τις νέες διαδικασίες πριν γίνει η απαραίτητη εκπαίδευση του προσωπικού. Οι διαδικασίες μπορεί να περιλαμβάνουν την πολιτική χρήσης του e-mail, τη διαχείριση των δεδομένων της επιχείρησης, την πολιτική εγκατάστασης ενός λογισμικού. Οι νέες διαδικασίες καταγράφονται και αποτελούν τη βάση σε ότι αφορά την λειτουργία του συστήματος.
- Ø **Καθορισμός διαδικασιών συντήρησης του συστήματος.** Η συντήρηση του συστήματος απαιτεί τον έλεγχο του συστήματος σε σχέση με το χρησιμοποιημένο υλικό και λογισμικό. Απαιτείται καθορισμός των εργαζόμενων, οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για την συντήρηση.
- Ø **Διατήρηση αντιγράφων ασφάλειας.** Τα συστήματα των επιχειρήσεων αντιμετωπίζουν διάφορους κινδύνους οι οποίοι μπορεί να οφείλονται σε φυσικές ή ηλεκτρονικές απειλές. Γι' αυτό τον λόγο κρίνεται απαραίτητο η διατήρηση αντιγράφων ασφάλειας των κρίσιμων δεδομένων και πληροφοριών της επιχείρησης, προκειμένου να διασφαλίσει την συνεχή λειτουργία της, ακόμα και στην περίπτωση που εκδηλωθεί κάποιο περιστατικό ανασφάλειας.
- Ø **Ανανέωση του δικτυακού τόπου της επιχείρησης.** Η επιχείρηση διαχειρίζεται το περιεχόμενο που φιλοξενείται από τον δικτυακό τόπο, συναρτήσει του κοινού στο οποίο απευθύνεται. Στην περίπτωση που ο δικτυακός τόπος απευθύνεται σε τελικούς καταναλωτές, το περιεχόμενο θα πρέπει να ανανεώνεται συνεχώς προκειμένου να διατηρήσει τους πελάτες του. Όμως, στην περίπτωση που απευθύνεται σε άλλες επιχειρήσεις, το περιεχόμενο θα πρέπει να ανανεώνεται, αλλά οι πληροφορίες που διατηρεί

μπορεί να είναι διαφορετικής φύσεως. Παρόλα αυτά όμως, και στις δυο περιπτώσεις, μια επιχείρηση για να διαχειρισθεί τον δικτυακό της τόπο, θα πρέπει να απασχολεί συγκεκριμένα στελέχη ή να αναθέσει αυτό το έργο σε κάποιον εξωτερικό συνεργάτη.

Ø **Προώθηση του δικτυακού τόπου.** Ένα από τα σφάλματα που κάνει μια επιχείρηση είναι ότι παρόλο που δημιουργεί έναν δικτυακό τόπο, δεν τον προωθεί με τον κατάλληλο τρόπο ώστε να προσεγγίσει νέους πελάτες. Για να γίνει λοιπόν καλή η προώθηση του δικτυακού τόπου μιας επιχείρησης, απαιτούνται συγκεκριμένες ενέργειες, όπως :

- Φυσική επικοινωνία με τους πελάτες
- Αποστολή πληροφοριών για τον δικτυακό τόπο της επιχείρησης μέσω e-mail
- Διαφήμιση μέσω ηλεκτρονικών περιοδικών, αλλά και μέσω κλασικών διαφημιστικών μέσων, όπως τηλεόραση και ραδιόφωνο.

Ø **Χρήση του δικτυακού τόπου για συγκέντρωση χρήσιμων πληροφοριών.** Πολλές ΜΜΕ έχουν εντάξει την χρήση του Internet, προκειμένου να πετύχουν κατάκτηση της ευρύτερης αγοράς, να προσελκύσουν νέους πελάτες και να αποκτήσουν χρήσιμες πληροφορίες μέσω σχολίων και παρατηρήσεων από τους πελάτες.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφέρουμε ότι δεν απαιτούνται ειδικές γνώσεις για την παρακολούθηση της λειτουργίας της ηλεκτρονικής επιχείρησης. Και αυτό γιατί η τεχνολογία επιτρέπει να παρέχεται με απλοϊκό τρόπο σύνολο στοιχείων, όπως των πωλήσεων, των επισκέψεων των πελατών κ.α., γι' αυτό θα πρέπει να αξιοποιούνται οι δυνατότητες αυτές.

2.8. Δυνατότητα περαιτέρω επέκτασης, εξέλιξης και ανάπτυξης της ηλεκτρονικής επιχείρησης

Με την χρήση των εν λόγω τεχνολογιών αλλάζει ο τρόπος της δραστηριότητας και της λειτουργίας μιας επιχείρησης, ορίζοντας νέα επιχειρηματικά μοντέλα, τα οποία θα ενισχύσουν τη θέση της επιχείρησης απέναντι στον ανταγωνισμό και θα προσφέρουν περισσότερα κέρδη. Ακόμα οι τεχνολογίες αυτές, μπορούν να βοηθήσουν στην περαιτέρω εξέλιξη, ανάπτυξη και επέκταση της επιχείρησης.

Ο νέος κόσμος του ηλεκτρονικού επιχειρείν, προσφέρει τις δικές του ξεχωριστές ευκαιρίες και έχει τους δικούς του κανόνες. Οι επιχειρήσεις που θα ακολουθήσουν τους κανόνες

αυτούς, θα αναπτυχθούν και θα γίνουν ηγέτες της αγοράς. Η χάραξη μιας στρατηγικής Ηλεκτρονικού Εμπορίου, δε σημαίνει απλά εκτελώ γρηγορότερα ή προσφέρω ένα διαφορετικό προϊόν-υπηρεσία. Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι βέβαιες ότι όλες οι λειτουργίες, ανάπτυξη προϊόντος, παραγωγή, χρηματοοικονομικά, marketing, πωλήσεις κ.λ.π, είναι συγκροτημένες σε ένα ενιαίο σύνολο, έτσι ώστε όταν λαμβάνονται αποφάσεις, η ολοκλήρωση των λειτουργιών να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες του πελάτη.

Επιχειρήσεις που θα εξακολουθήσουν να μη δέχονται την πραγματικότητα και να συνεχίζουν πρακτικές του χθες, αντί να αποδέχονται τις νέες προσεγγίσεις που επιβάλλει ο κόσμος του e-επιχειρείν, δεν θα γίνονται αποδεκτές στη νέα πραγματικότητα. Η καινοτομία θα πρέπει πάντα να συμβαδίζει και όχι να έρχεται σε σύγκρουση με τους στρατηγικούς στόχους της επιχείρησης.

Πολλές επιχειρήσεις όμως, εφόσον έχουν ολοκληρώσει ένα ηλεκτρονικό επιχειρείν, είναι απρόθυμες σε νέες επενδύσεις, σε νέες τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών. Αυτό, είναι λάθος προσέγγιση, γιατί με αυτό τον τρόπο δεν εξασφαλίζεται η αναβάθμιση των τεχνολογιών αυτών, η οποία μπορεί να επιφέρει νέες δυνατότητες που μέχρι τότε δεν παρέχονται. Γι' αυτό καλό είναι η κάθε επιχείρηση να εξετάζει εμπεριστατωμένα και αναλυτικά τις εξελίξεις στον χώρο των τεχνολογιών της πληροφορικής και των επικοινωνιών, προκειμένου να ωφεληθεί από νέα χαρακτηριστικά τα οποία ενδέχεται να προσφέρουν.

Το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν αποτελεί τμήμα του παγκόσμιου κοινωνικού και οικονομικού γίγνεσθαι και θα επηρεάζει το νέο πλαίσιο της κοινωνίας της πληροφορίας του 21^{ου} αιώνα. Το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν, δεν είναι πανάκεια ούτε απειλή. Είναι η φυσική εξέλιξη των υπάρχοντων επιχειρηματικών πρακτικών και τεχνολογικών τάσεων.

2.9. Χρηματοδότηση

Επιπλέον η ηλεκτρονική οικονομία, αποκτά σιγά-σιγά την δική της θέση, εισάγοντας αλλαγές και νέες πρακτικές σε διάφορους τομείς. Θα αυξάνονται συνεχώς οι επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου σε όλες τις οικονομικές συναλλαγές εντός της εσωτερικής αγοράς και η διεθνής ανταγωνιστικότητα των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, θα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα να υιοθετήσουν τις νέες τεχνολογίες πληροφόρησης και επικοινωνίας (ΤΠΕ). Κατά συνέπεια η Ευρωπαϊκή Ένωση παρακολουθεί αυτή την τεχνολογική επανάσταση και λαμβάνει μέτρα τα οποία θα βοηθήσουν τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις να δρέπουν τους καρπούς αυτών των εξελίξεων.

Για να επιτύχει τους προαναφερόμενους στόχους της πολιτικής της επιχείρησης, η Ε.Ε έχει διαμορφώσει διάφορες μεθόδους στρατηγικής. Η νέα διαδικασία BEST συγκεντρώνει διάφορες

δραστηριότητες και περιλαμβάνει συγκριτική αξιολόγηση. Βασίζεται σε στατιστικά στοιχεία, σε έρευνες και αναλύσεις που βοηθούν στο να διαμορφωθεί μια καθαρή εικόνα του επιχειρησιακού περιβάλλοντος και των υφισταμένων προβλημάτων. Τα συμπεράσματα θα βοηθήσουν την Ε.Ε και τα κράτη μέλη να προσαρμόσουν τις πολιτικές τους και να δώσουν στους υπεύθυνους για την λήψη αποφάσεων στις επιχειρήσεις και στους επαγγελματίες, πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τις βέλτιστες πρακτικές.

Για τον λόγο αυτό, η Ευρωπαϊκή επιτροπή ίδρυσε το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο το 1992, με σκοπό τη σύνταξη εκθέσεων σχετικά με θέματα που αφορούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι εκθέσεις αυτές, που καταρτίζονται από ανεξάρτητους οργανισμούς, προορίζονται κυρίως για τους διαμορφωτές πολιτικής, τους ερευνητές, τους οικονομολόγους και τις ΜΜΕ. Το Παρατηρητήριο εξασφαλίζει επίσης την παρακολούθηση περίπου 7.600 μικρομεσαίων επιχειρήσεων οι οποίες προέρχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση καθώς την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν, τη Νορβηγία και την Ελβετία. Στην περίπτωση αυτή γίνεται λόγος για την Ευρωπη-19.

Οι εκθέσεις του Ευρωπαϊκού Παρατηρητηρίου, περιλαμβάνουν:

- Ø Επιχειρήσεις υψηλών τεχνολογιών στην Ε.Ε
- Ø Δημογραφία των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Ευρώπη
- Ø Πρόσληψη και διοικητικά βάρη που επιβάλλονται στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις
- Ø Επιβαρύνσεις και ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη

Η έκθεση πραγματεύεται την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, τις επιβαρύνσεις που επιβάλλονται στις επιχειρήσεις, την διεθνοποίηση του ανταγωνισμού, τις πολιτικές διαχείρισης και τη χρήση των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας.

Στο πρώτο μέρος της έκθεσης περιγράφεται το μέγεθος και η δομή των επιχειρήσεων, ενώ στο δεύτερο η ανάπτυξή τους.

Οι επιχειρήσεις της Ε.Ε μπορούν να έχουν πρόσβαση σε χρηματοδοτήσεις μέσω του πολυετούς προγράμματος για τις επιχειρήσεις και το επιχειρηματικό πνεύμα, ιδιαίτερα για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (2001-2005), μέσω της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων (Ε.Τ.Ε.) και του Ευρωπαϊκού Ταμείου Επενδύσεων, μέσω κοινοτικών προγραμμάτων.

Οι δραστηριότητες που σχετίζονται με την καινοτομία στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό από το πρόγραμμα υπέρ της καινοτομίας. Άλλες πηγές χρηματοδότησης, οι οποίες προορίζονται πιο άμεσα για τις επιχειρήσεις, περιλαμβάνουν τα διαρθρωτικά ταμεία και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων. Η Ε.Τ.Ε. στηρίζει έργα και χορηγεί δάνεια μέσω χρηματοδοτικών μεσαζόντων που εργάζονται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Τα χρηματοδοτούμενα προγράμματα περιλαμβάνουν προγράμματα κατάρτισης, προώθηση της πρόσβασης σε νέες αγορές, βελτίωση της ποιότητας, προστασία του περιβάλλοντος, προώθηση της συνεργασίας, κ.λ.π.

Οι ευκαιρίες που παρέχει ο χώρος της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών πρέπει να βρεθούν στο επίκεντρο κάθε στρατηγικής που υλοποιούν οι χώρες της Ευρώπης. Το όραμα της Κοινωνίας της Πληροφορίας προβλέπει ότι όλοι οι πολίτες, χωρίς καμία διάκριση, θα ασκούν το δικαίωμα της ελεύθερης γνώμης, της αναζήτησης και της λήψης πληροφοριών – ιδεών μέσα από τα δίκτυα επικοινωνίας ανεξαρτήτων συνόρων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1.Οι ΜΜΕ στον Νομό Ιωαννίνων

Το 3^ο κεφάλαιο είναι χωρισμένο σε δυο ενότητες. Στην πρώτη ενότητα γίνεται παρουσίαση των αποτελεσμάτων που αφορούν την επιχειρηματικότητα στον νομό Ιωαννίνων, όπως αυτή προέκυψε από την επεξεργασία στοιχείων δομημένου ερωτηματολογίου που πραγματοποίησε το Επιμελητήριο Ιωαννίνων σε συνεργασία με το Γ.Ε.Ι Ηπείρου. Στη δεύτερη ενότητα παρουσιάζονται αποτελέσματα έρευνας για τη χρήση ΤΠΕ από τις ΜΜΕ του δήμου Ιωαννίνων που πραγματοποιήθηκε με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, στο χώρο εργασίας των ερωτώμενων. Το μέγεθος του δείγματος ήταν 100 επιχειρήσεις με έδρα το δήμο Ιωαννίνων και βασίστηκε στα στοιχεία του μητρώου του Εμπορικού, Βιοτεχνικού, Βιομηχανικού και Τουριστικού Επιμελητηρίου Ιωαννίνων. Η δειγματοληψία ήταν στρωματοποιημένη και αναλογική του κλάδου δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων.

Η επιχειρηματικότητα στο Ν. Ιωαννίνων–Έρευνα Επιμελητηρίου Ιωαννίνων

Στην παρούσα ενότητα αναφέρονται αποτελέσματα που αφορούν στην έρευνα που πραγματοποίησε το Επιμελητήριο Ιωαννίνων στα πλαίσια του έργου που αποφάσισε το Διοικητικό Συμβούλιο του Επιμελητηρίου Ιωαννίνων (πρακτικό Δ.Σ.5/27.5.2002) με τίτλο «Δράσεις Εκκαθάρισης και Επικαιροποίησης των Μητρώων του Επιμελητηρίου Ιωαννίνων».

Το έργο περιλαμβάνει:

1. την απογραφή και Επικαιροποίηση των καρτελών των Μητρώων του Επιμελητηρίου Ιωαννίνων
2. μια ερευνά των επιχειρηματικών τάσεων στο Νομό Ιωαννίνων με χρήση δομημένων ερωτηματολογίων.

Η πρώτη φάση του έργου σχεδιάστηκε το φθινόπωρο του 2002 από την Διοικητική Επιτροπή του Επιμελητηρίου Ιωαννίνων, υλοποιήθηκε το τελευταίο τρίμηνο του 2002 και ολοκληρώθηκε από τα απογραφικά συνεργεία, τον Ιανουάριο του 2003.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε τέσσερις Δήμους του Λεκανοπεδίου Ιωαννίνων (Ανατολής, Ιωαννίνων, Παμβώτιδας και Περάματος) και ενδεικτικά, σε ορισμένους Δήμους στο υπόλοιπο του Νομού, δηλαδή στους Δήμους Άνω Καλαμα, Άνω Πωγωνίου, Δελβινακίου, Εκάλης, Ζίτσας, Καλπακίου, Κονίτσης, Μαστοροχωριών, Τύμφης, Κεντρικού Ζαγορίου και στην κοινότητα Παπίγγου.

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Α. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΧΗ 5 / ΕΤΙΑ

1. Σχεδιάζετε δράσεις ανάπτυξης ή επέκτασης ; (N / O)
2. Σχεδιάζετε εξαγωγικό προσανατολισμό; (N / O)
3. Υπάρχει πιθανότητα διαδοχής; (N / O)
4. Υπάρχει πιθανότητα διάλυσης – λήξης λειτουργίας; (N / O)
5. Θα συνεχίσετε συντηρητικά την λειτουργία; (N / O)
6. Δρομολογείτε πώληση – εξαγορά της επιχείρησης; (N / O)
7. Δρομολογείτε αλλαγή δραστηριότητας; (N / O)

Β. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ.

1. Διαθέτετε Η/Υ; (N / O)
2. Σχεδιάζετε να μηχανοργανωθείτε; (N / O)
3. Χρησιμοποιείτε ηλεκτρονικό ταχυδρομείο; (N / O)
4. Έχετε πρόσβαση στο internet; (N / O)
5. Διαθέτετε ιστοσελίδα; (N / O)

Γ. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ.

1. Έχετε εμπλακεί σε κάποιο πρόγραμμα; (N / O)
2. Σχεδιάζετε να εμπλακείτε; (N / O)

Εάν ΝΑΙ σε τι είδους πρόγραμμα;

- a) Εθνικό; (Αναπτυξιακός Νόμος)
- b) Ευρωπαϊκό; (Γ' Κ. Π. Σ.)
- g) Τραπεζικό; (Δανειοδότηση)

Πίνακας 1.1. Ερωτηματολόγιο Επιμελητηρίου Ιωαννίνων

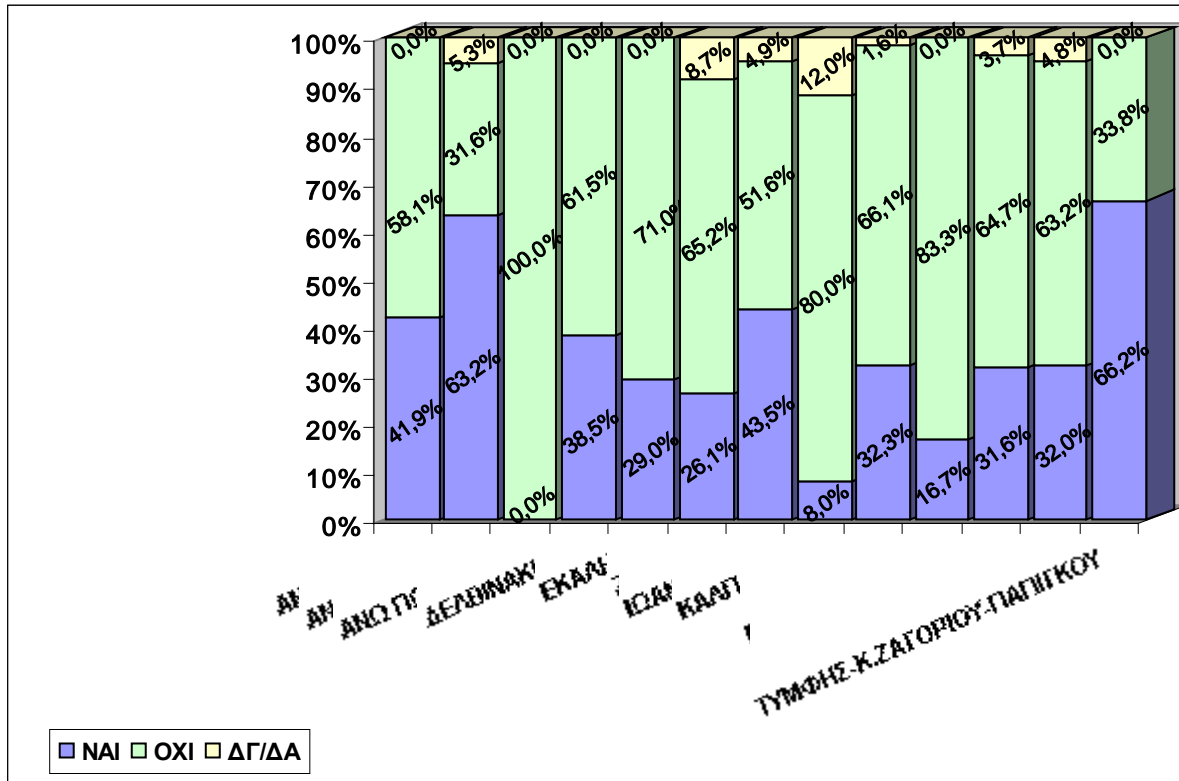
Το ερωτηματολόγιο(πίνακας 1.1) σχεδιάστηκε έτσι, ώστε αφενός μεν να είναι απλό, εύκολα και γρήγορα απαντήσιμο, αφετέρου δε να απεικονίσει τις τάσεις μιας τοπικής επιχείρησης σε τρεις θεμελιώδεις τομείς της σημερινής πραγματικότητας. Οι τομείς αυτοί αφορούν:

- a) την εξέλιξη της επιχείρησης την προσεχή πενταετία,
- b) την αξιολόγηση των δυνατοτήτων του ηλεκτρονικού επιχειρείν και
- g) την συμμετοχή της σε χρηματοδοτικά προγράμματα

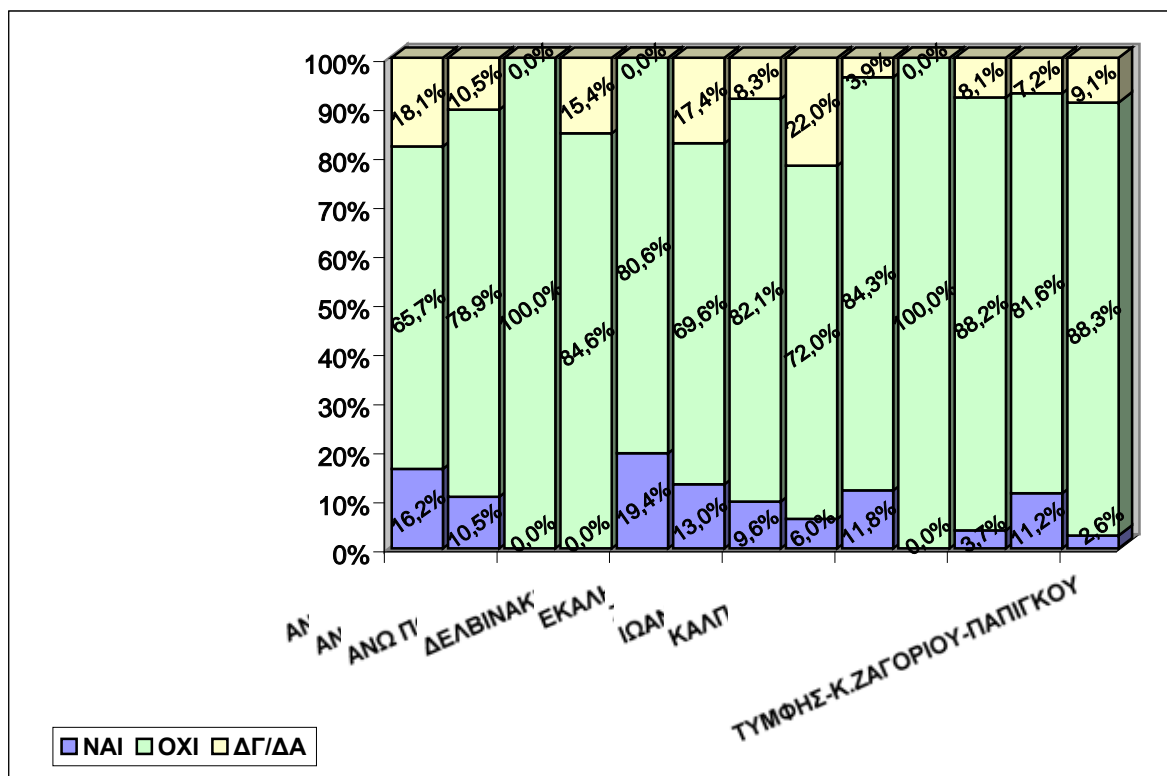
Στη συνέχεια, το Επιμελητήριο Ιωαννίνων συνεργάστηκε με το Τ.Ε.Ι. ΗΠΕΙΡΟΥ, προκειμένου να πραγματοποιηθεί η αποδελτίωση, η ποσοτική ανάλυση και η επεξεργασία στα

στοιχεία των ερωτηματολόγιων που συγκεντρώθηκαν από τα απογραφικά συνεργεία. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στα παρακάτω διαγράμματα.

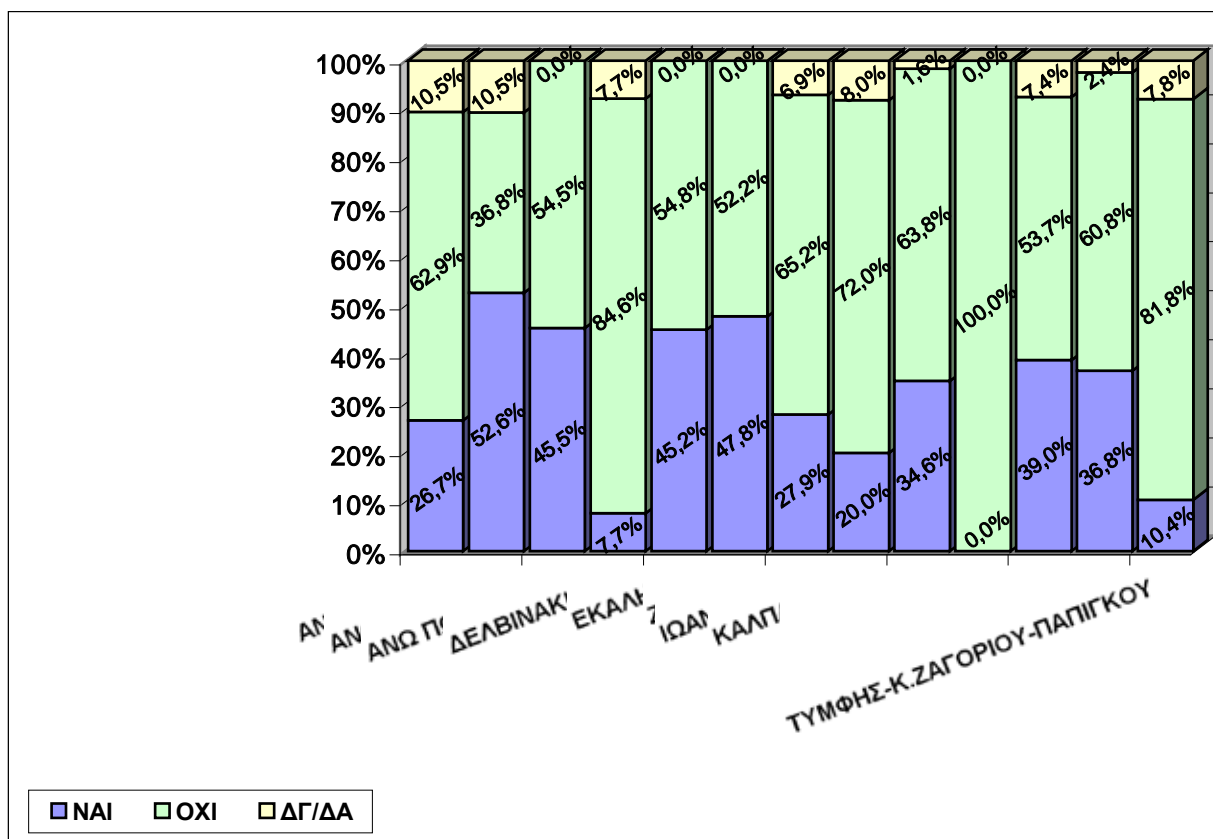
Α. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΧΗ 5 / ΕΤΙΑ



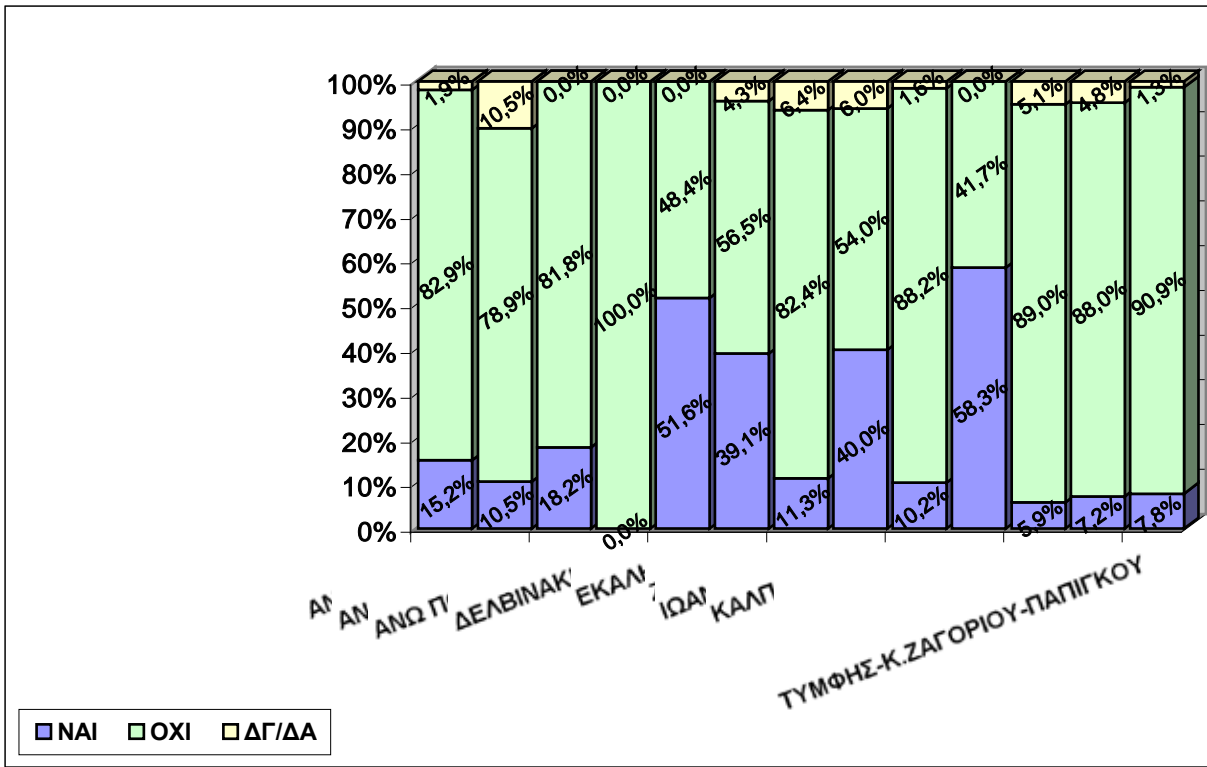
Σχήμα 3.1. Σχεδιάζετε δράσεις ανάπτυξης;



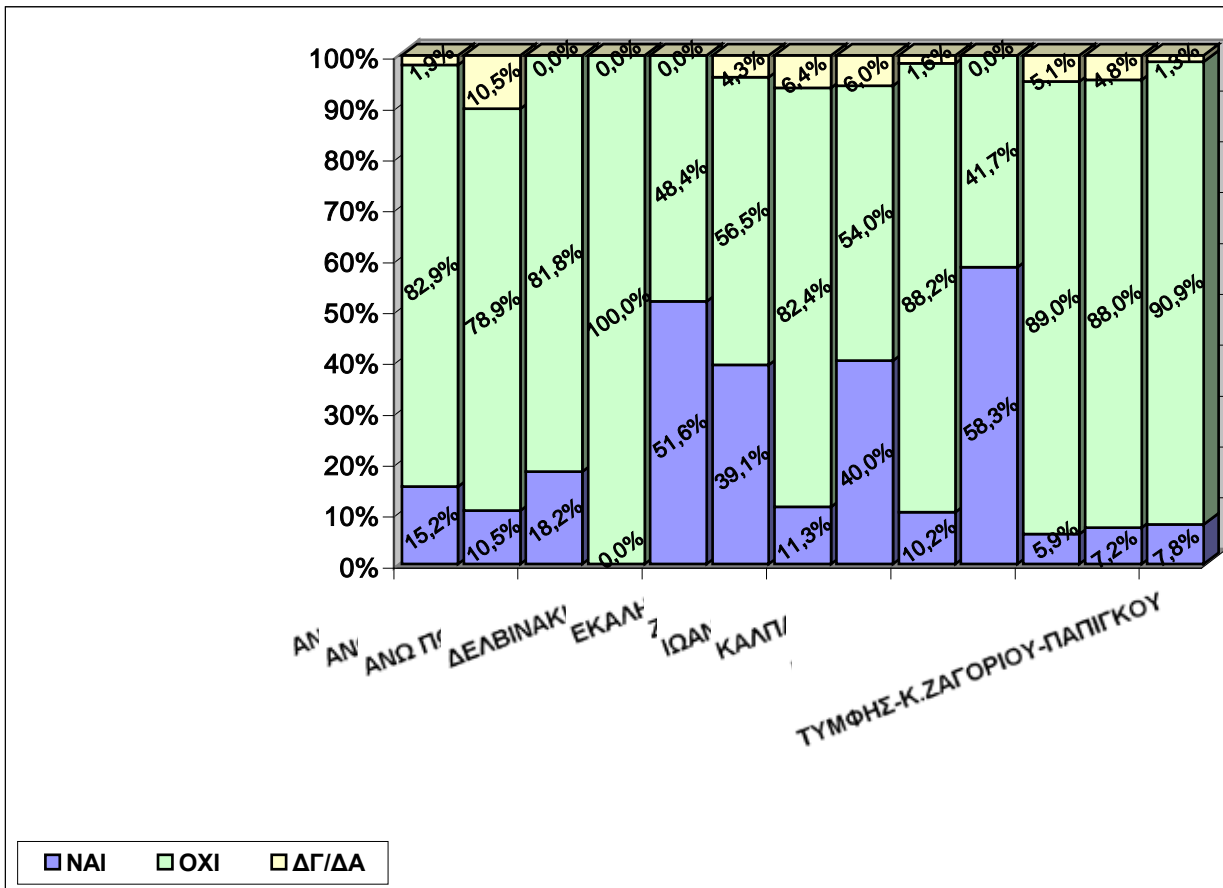
Σχήμα 3.2. Σχεδιάζετε εξαγωγικό προσανατολισμό;



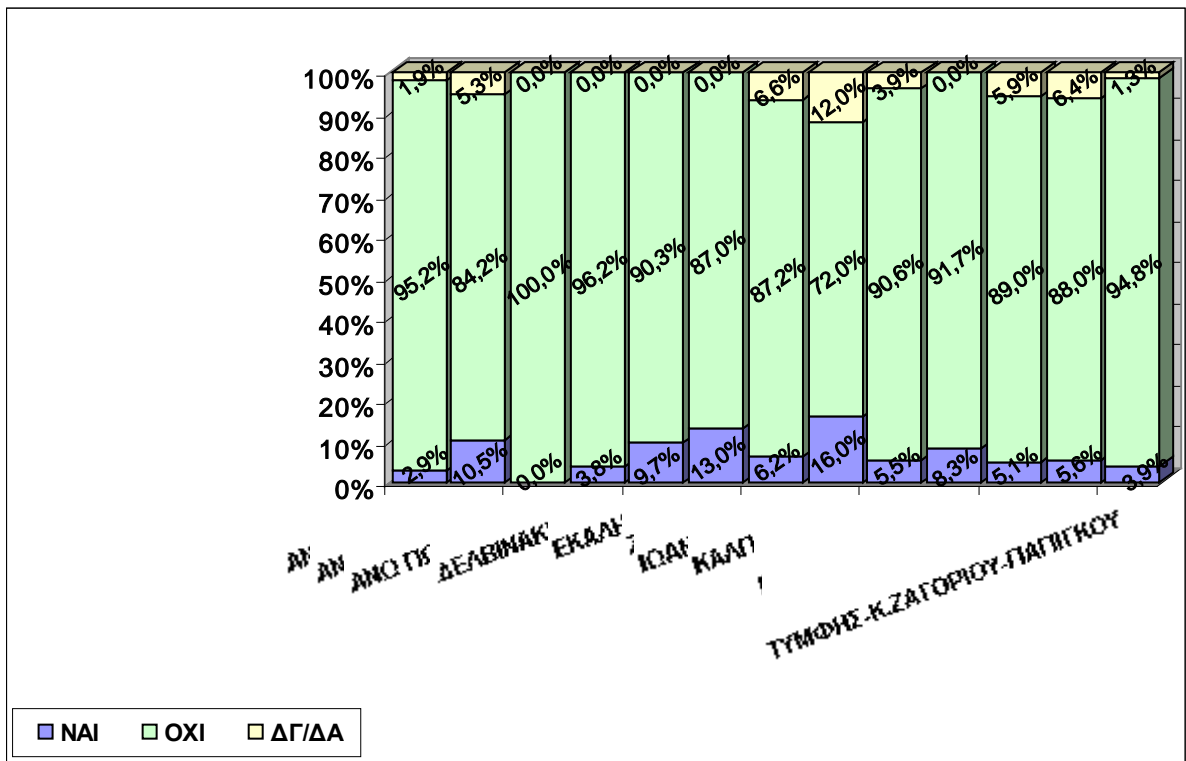
Σχήμα 3.3. Υπάρχει πιθανότητα διαδοχής;



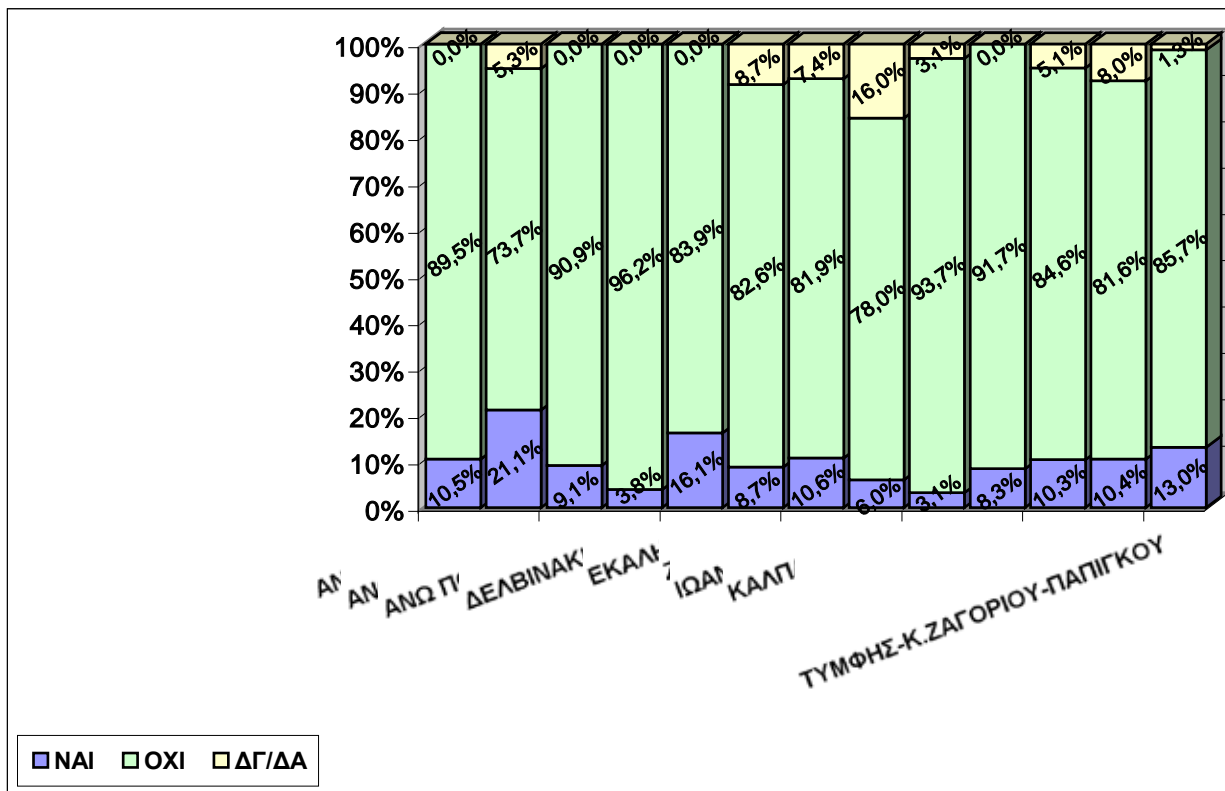
Σχήμα 3.4.Υπάρχει πιθανότητα διάλυσης - λήξης;



Σχήμα 3.5. Θα συνεχίσετε συντηρητικά την λειτουργία

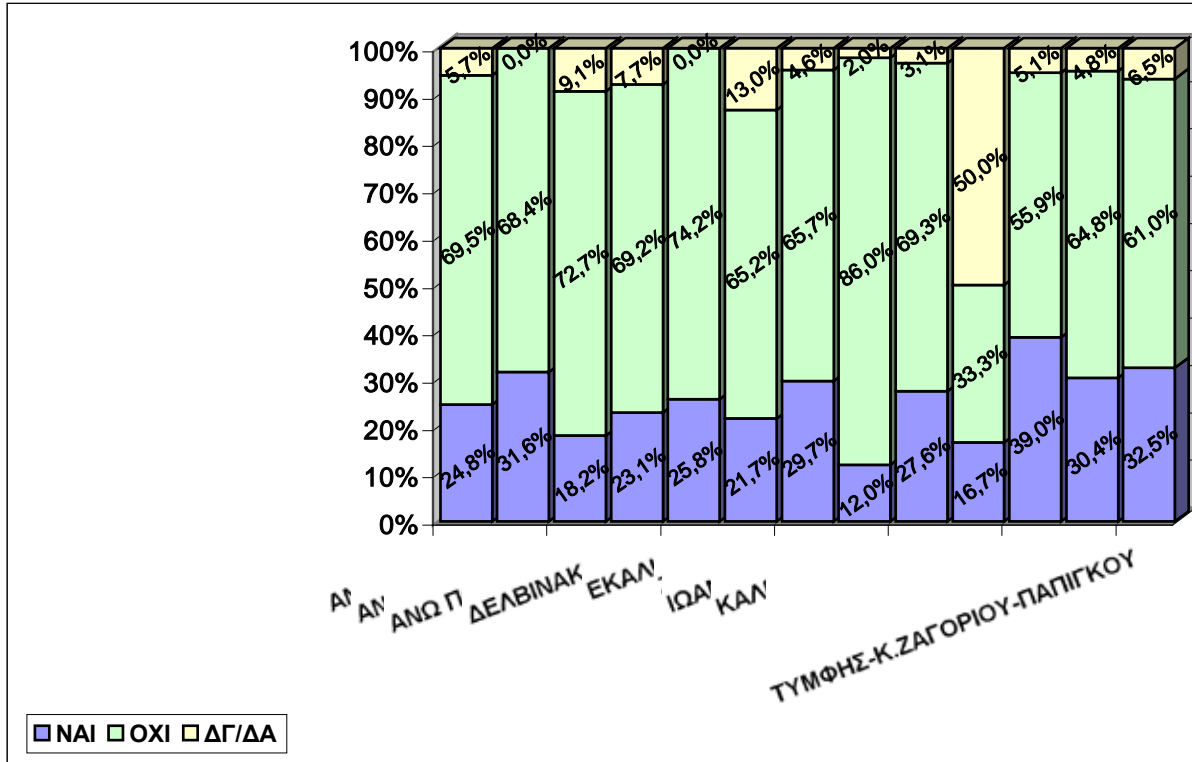


Σχήμα 3.6. Δρομολογείτε πώληση-εξαγορά της επιχείρησής;

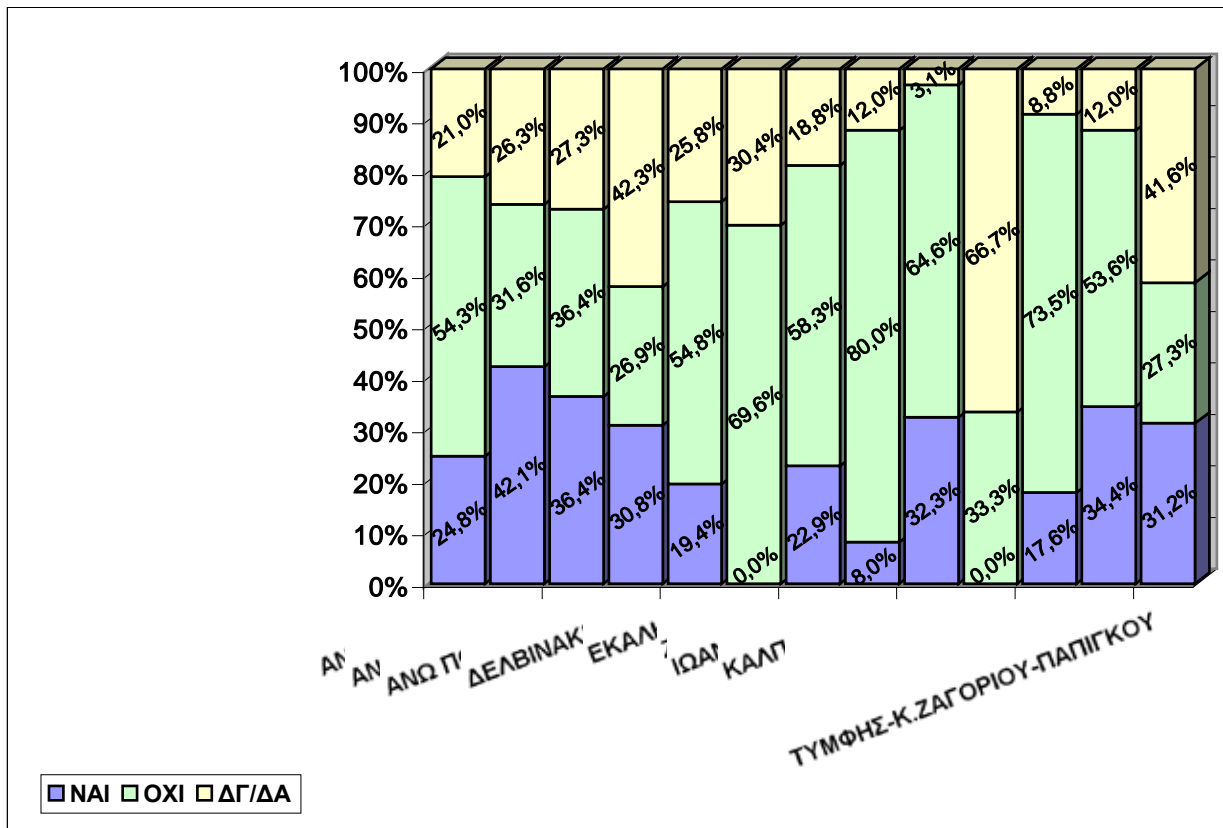


Σχήμα 3.7. Δρομολογείτε αλλαγή δραστηριότητας;

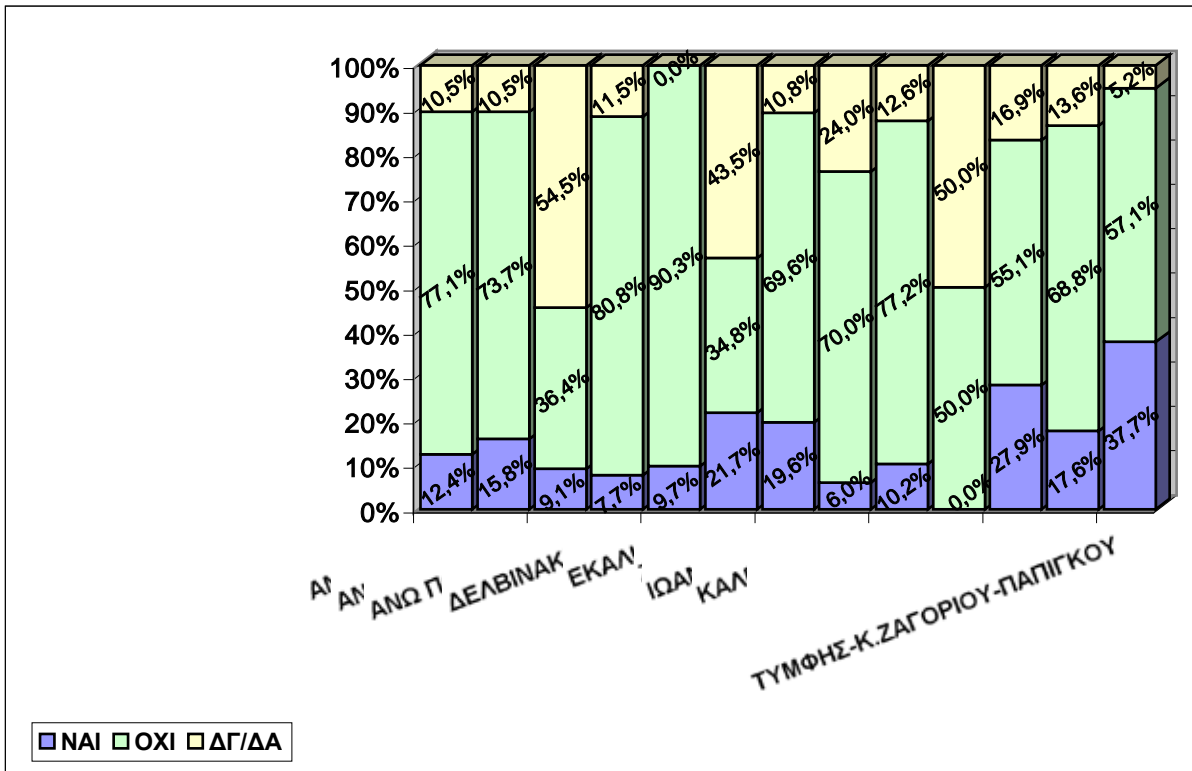
B. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ



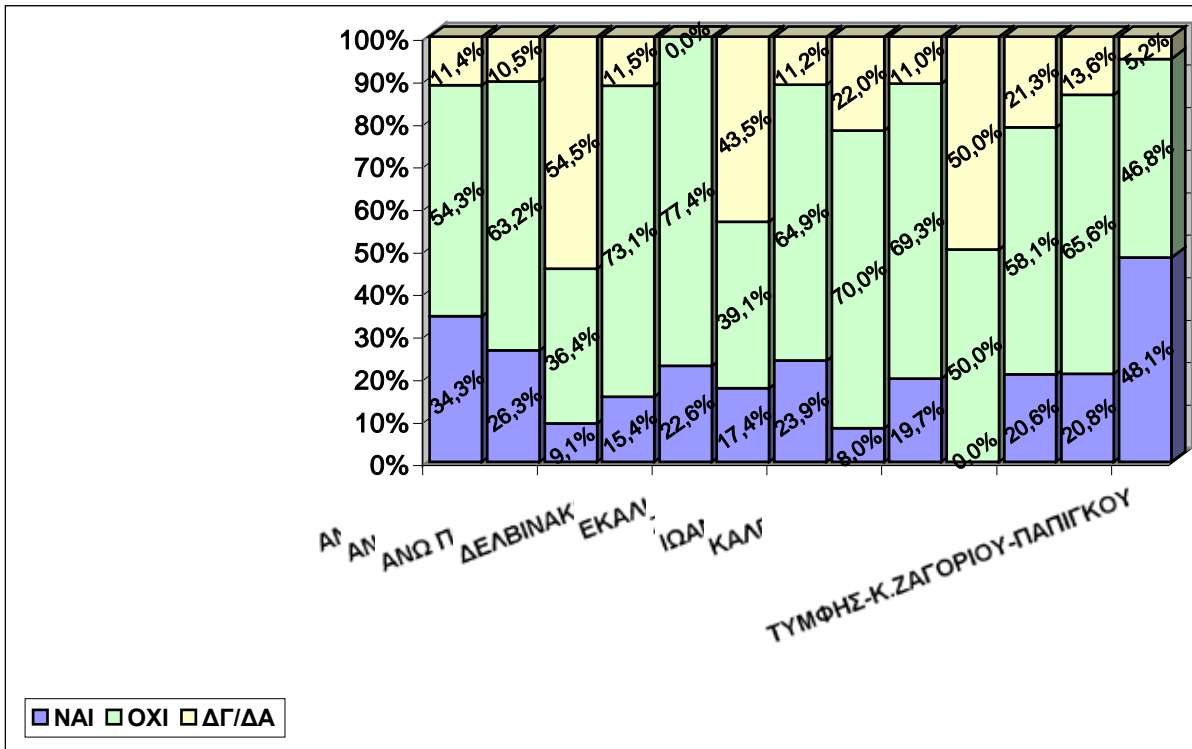
Σχήμα 3.8. Διαθέτετε μηχανοργάνωση



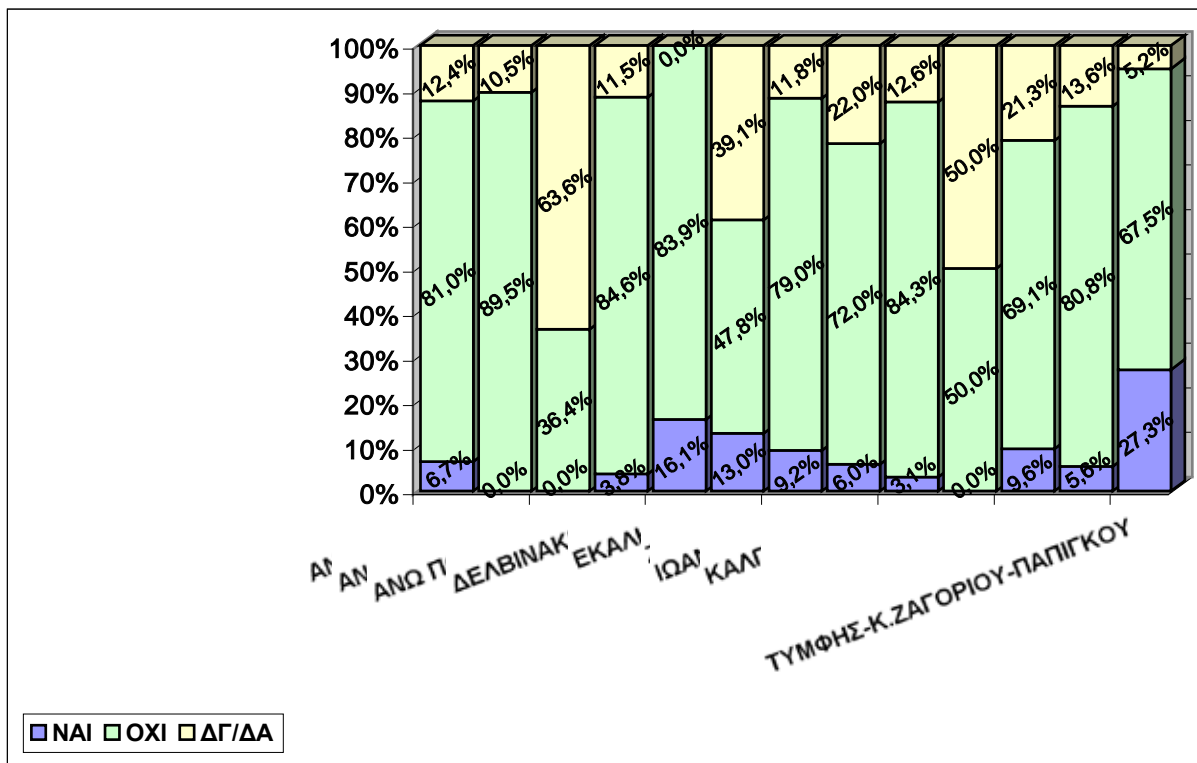
Σχήμα 3.9. Σχεδιάζεται να μηχανοργανωθείτε;



Σχήμα 3.10. Χρησιμοποιείτε ηλεκτρονικό ταχυδρομείο;

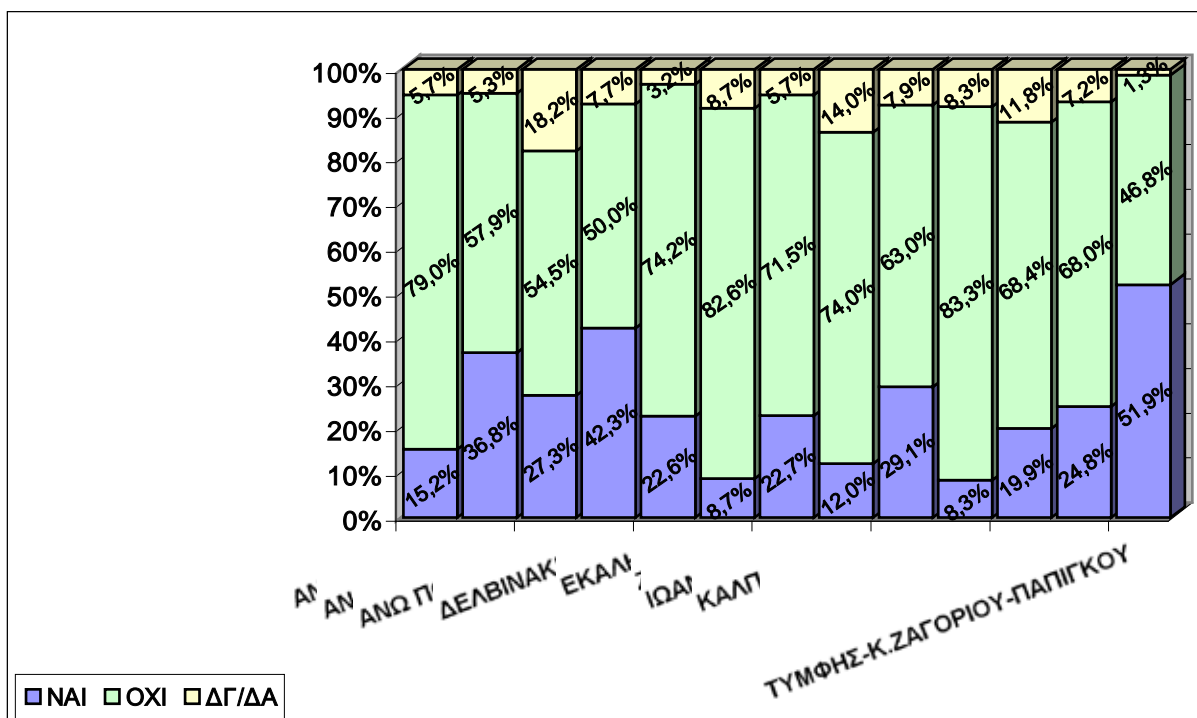


Σχήμα 3.11. Έχετε πρόσβαση στο Internet;

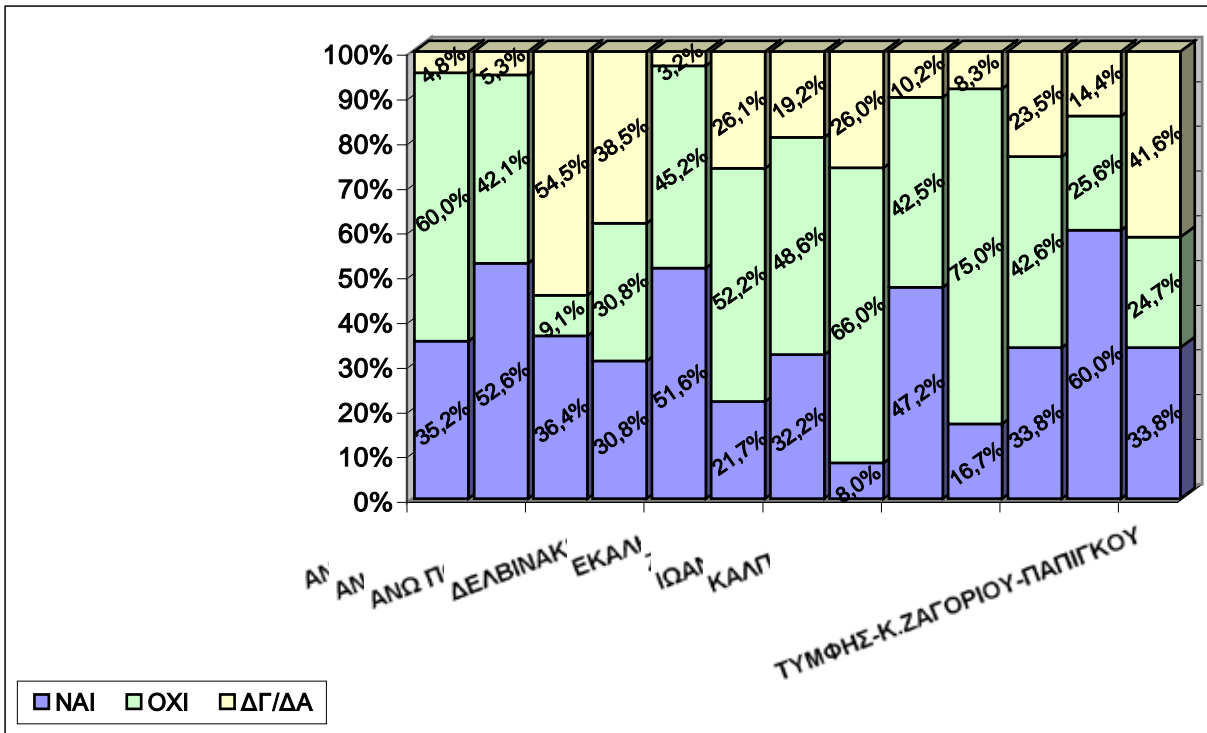


Σχήμα 3.12. Διαθέτετε ιστοσελίδα;

Γ. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

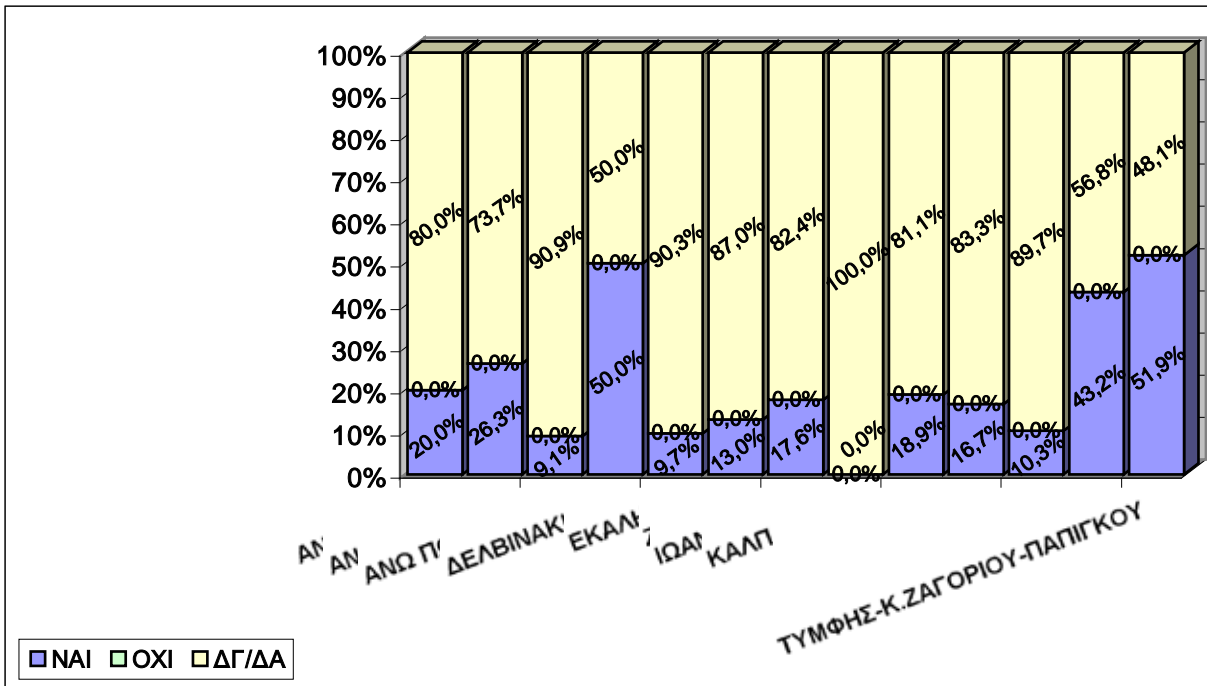


Σχήμα 3.13. Έχετε εμπλακεί σε κάποιο πρόγραμμα;

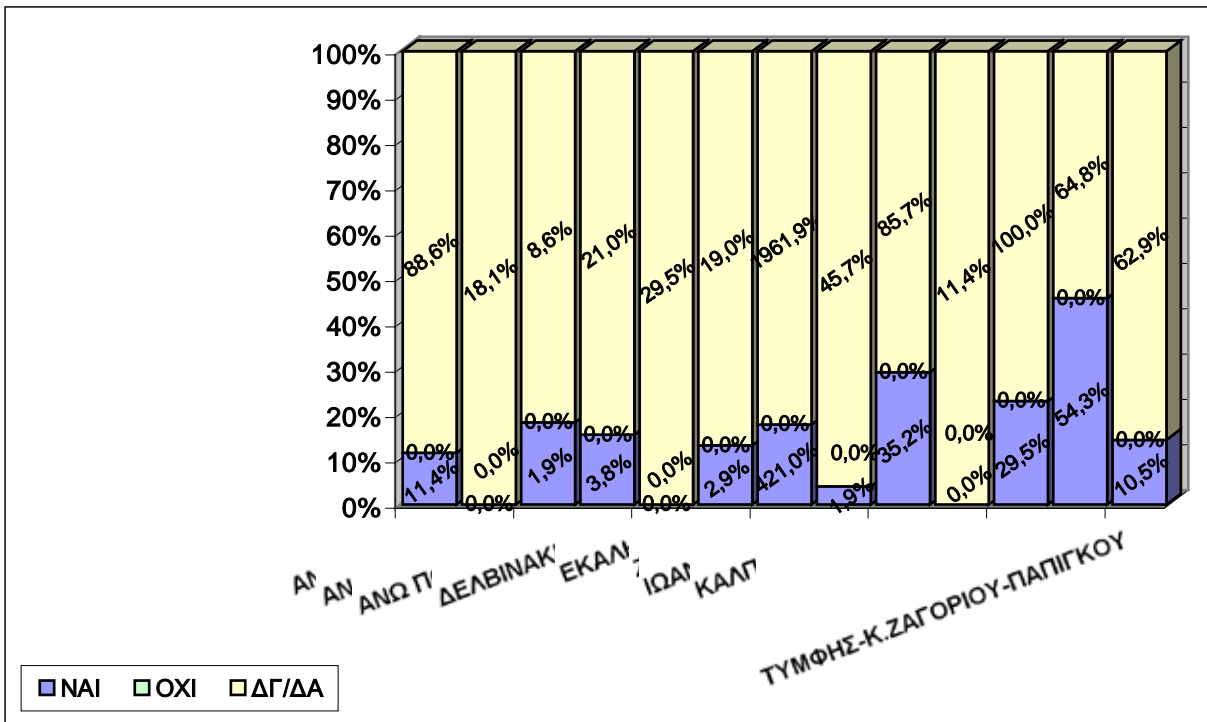


Σχήμα 3.14. Σχεδιάζετε να εμπλακείτε;

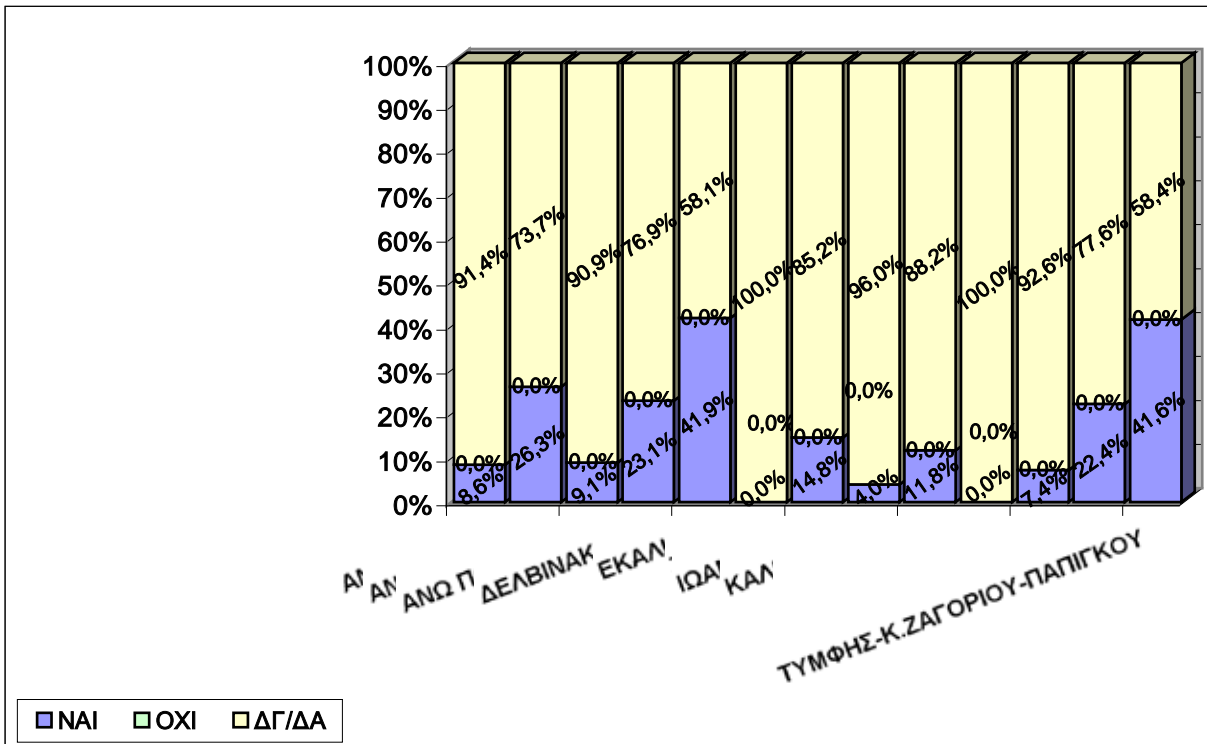
ΑΝ ΝΑΙ ΣΕ ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ;



Σχήμα 3.15. Α) Εθνικό (Αναπτυξιακός νόμος)



Σχήμα 3.16. Β) Ευρωπαϊκό (Γ' Κ.Π.Σ)



Σχήμα 3.17. Γ) Τραπεζικό (Δανειοδότηση)

3.2. Έρευνα χρήσης ΤΠΕ από τις ΜΜΕ στο δήμο Ιωαννίνων

Στην δεύτερη ενότητα θα παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα της έρευνας για την χρήση ΤΠΕ από τις ΜΜΕ του Δ. Ιωαννίνων. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα Οκτώβριος – Δεκέμβριος 2004 με δομημένο ερωτηματολόγιο (Παράρτημα Α). Το 69,8% των ερωτώμενων που απάντησαν στην έρευνα ήταν ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, το 22,2% ήταν συνιδιοκτήτες, ενώ το 4,8% άνηκε στο τμήμα της γενικής διεύθυνσης.

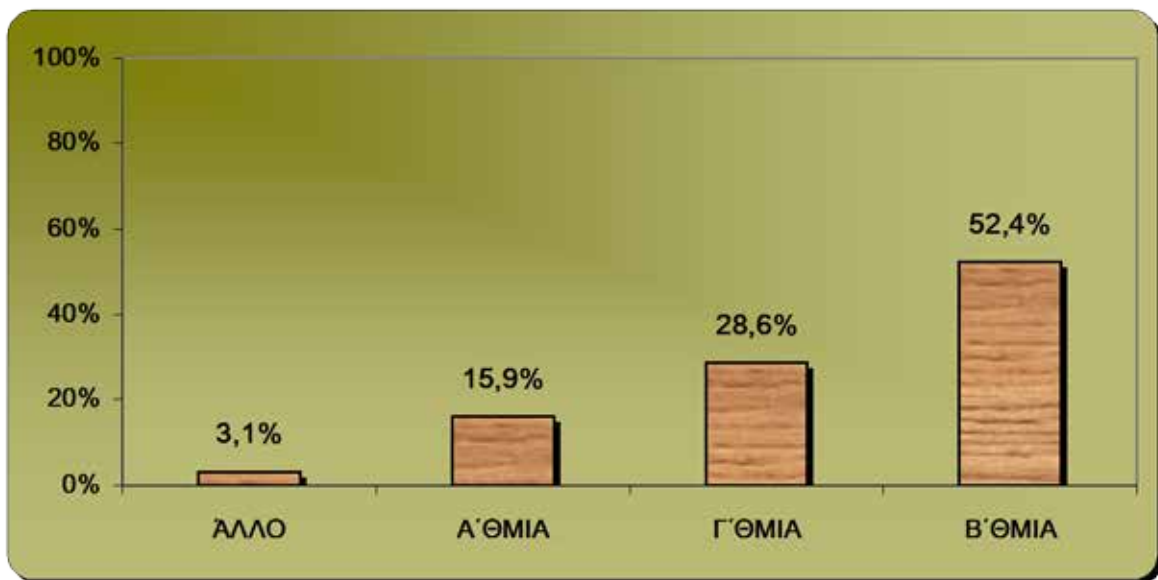
Στόχοι της έρευνας ήταν:

1. Η διερεύνηση της διάδοσης και χρήσης Η/Υ, internet, κινητής τηλεφωνίας και άλλων ΤΠΕ στις ΜΜΕ, αποτύπωση της υπάρχουσας κατάστασης καθώς και της πρόθεσης για την εισαγωγή των νέων τεχνολογιών.
2. Για τις ΜΜΕ που χρησιμοποιούν ΤΠΕ, η διερεύνηση και αποτύπωση των κύριων λόγων υιοθέτησης ΤΠΕ,
3. Ο τρόπος χρήσης των ΤΠΕ στις επιχειρησιακές διαδικασίες και στις συναλλαγές με τους πελάτες και τους προμηθευτές,
4. Ο βαθμός χρήσης των ΤΠΕ στη διαμόρφωση νέων επιχειρηματικών διαδικασιών.
5. Η καταγραφή προβλημάτων και ελλείψεων στην εισαγωγή νέων ΤΠΕ στις ΜΜΕ και αναγνώριση των τομέων που χρειάζονται υποστήριξη.

Τα χαρακτηριστικά αυτά, και ειδικότερα το μέγεθος των επιχειρήσεων της περιοχής που δεν αποτελεί χαρακτηριστικό μόνο της συγκεκριμένης περιοχής, αλλά και ολόκληρου του ελλαδικού χώρου, θα πρέπει να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη για την κατανόηση και ερμηνεία των συνολικών αποτελεσμάτων της έρευνας που θα παρουσιαστούν παρακάτω, καθώς αντικατοπτρίζουν ουσιαστικά την κατάσταση στις πολύ μικρές επιχειρήσεις.

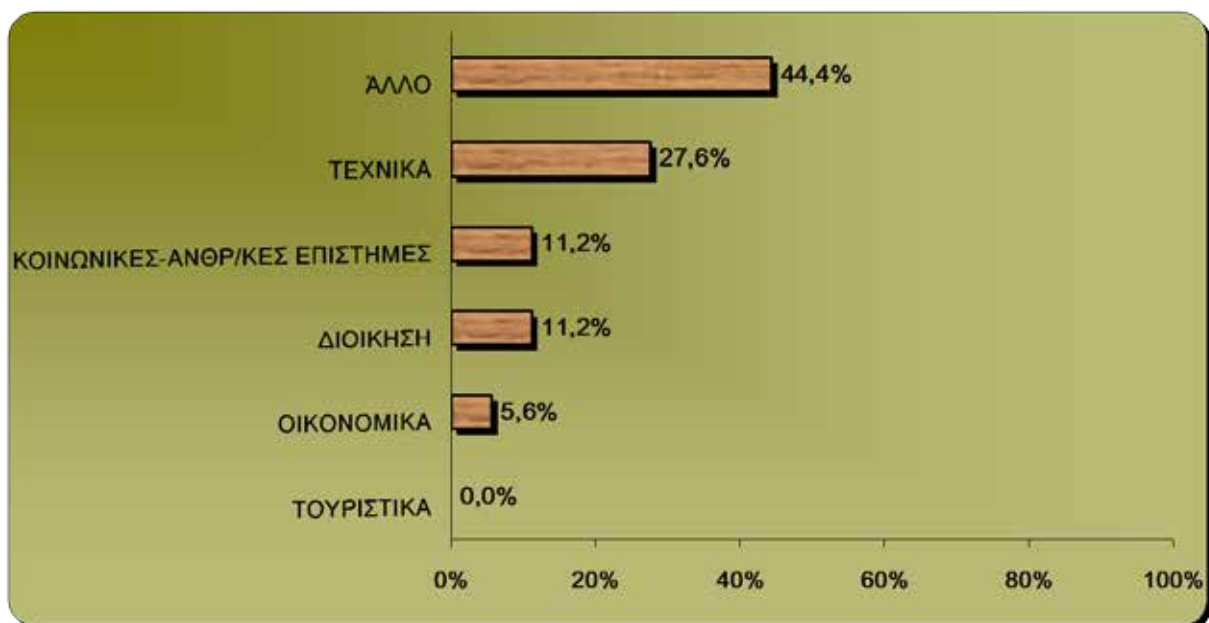
3.3. Παρουσίαση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Από τα αποτελέσματα της έρευνας, προκύπτει μια σειρά από γενικά στοιχεία τα οποία χαρακτηρίζουν τις ΜΜΕ στην πόλη των Ιωαννίνων και δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερες διαφοροποιήσεις σε σχέση με την έρευνα του Επιμελητηρίου Ιωαννίνων.



Σχήμα 3.18. Μορφωτικό επίπεδο

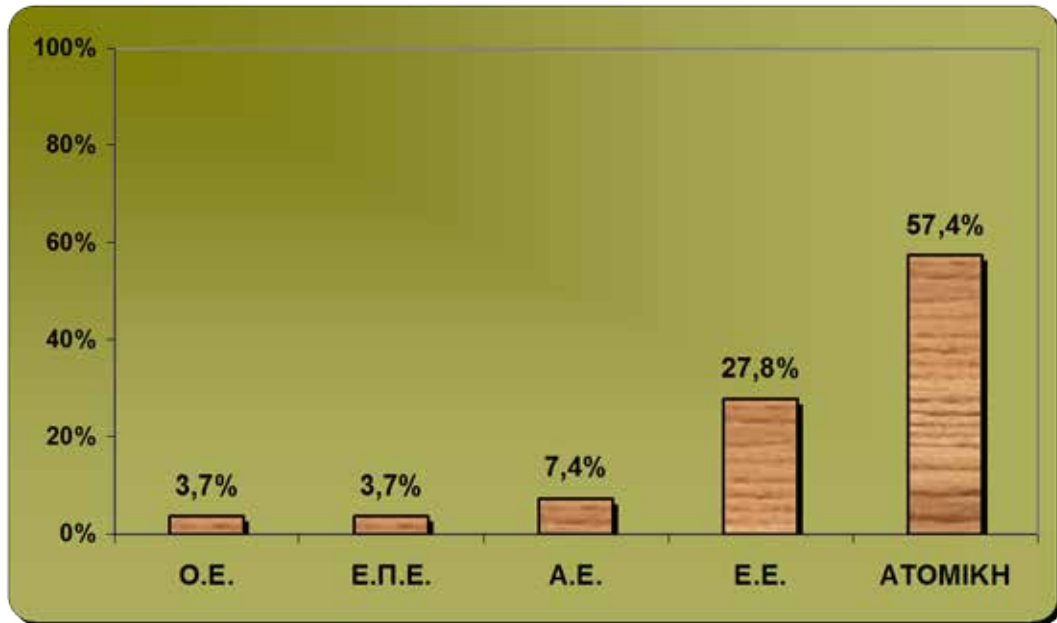
Το 52,4% των ερωτηθέντων έχει ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το 28,6% την τριτοβάθμια και το 15,9% την πρωτοβάθμια (Σχήμα 3.18).



Σχήμα 3.19. Τριτοβάθμια εκπαίδευση

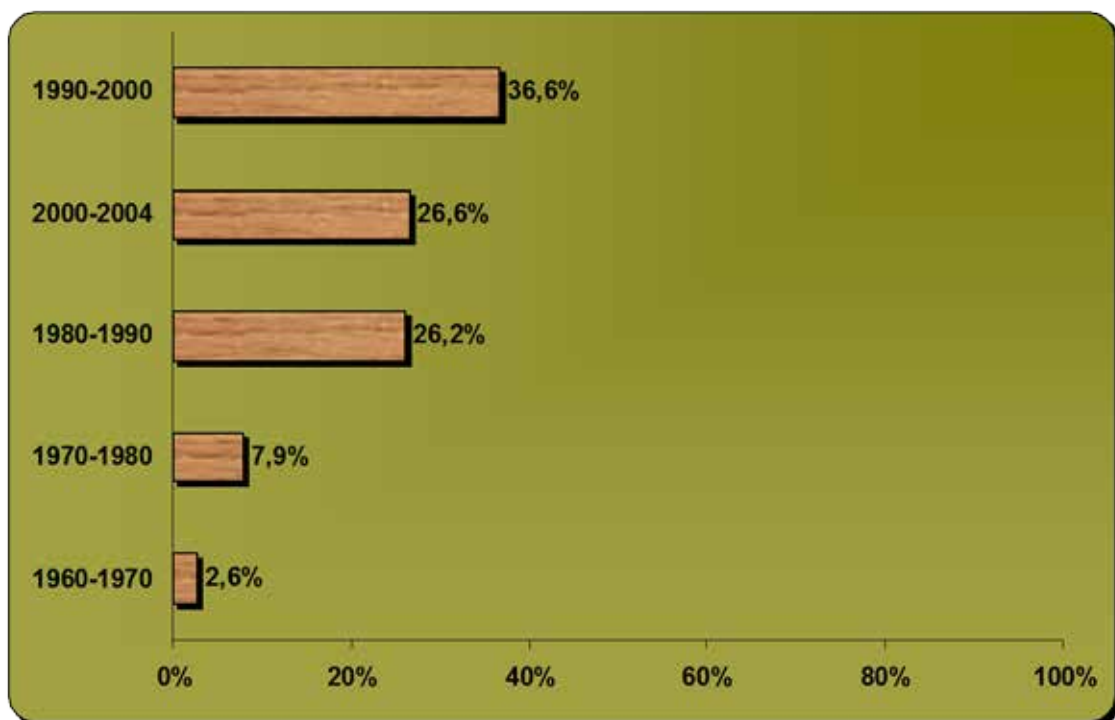
Από το σύνολο των ερωτηθέντων που έχουν αποφοιτήσει από την γ/θμια εκπαίδευση, το 27,6% έχει σπουδάσει τεχνικά, το 11,2% κοινωνικές – ανθρωπιστικές επιστήμες. Επίσης το

11,2% διοικητικά και το 5,6% οικονομικά. Ενώ το 44,4% των ερωτηθέντων έχει ολοκληρώσει άλλες επιστήμες (Σχήμα 3.19).



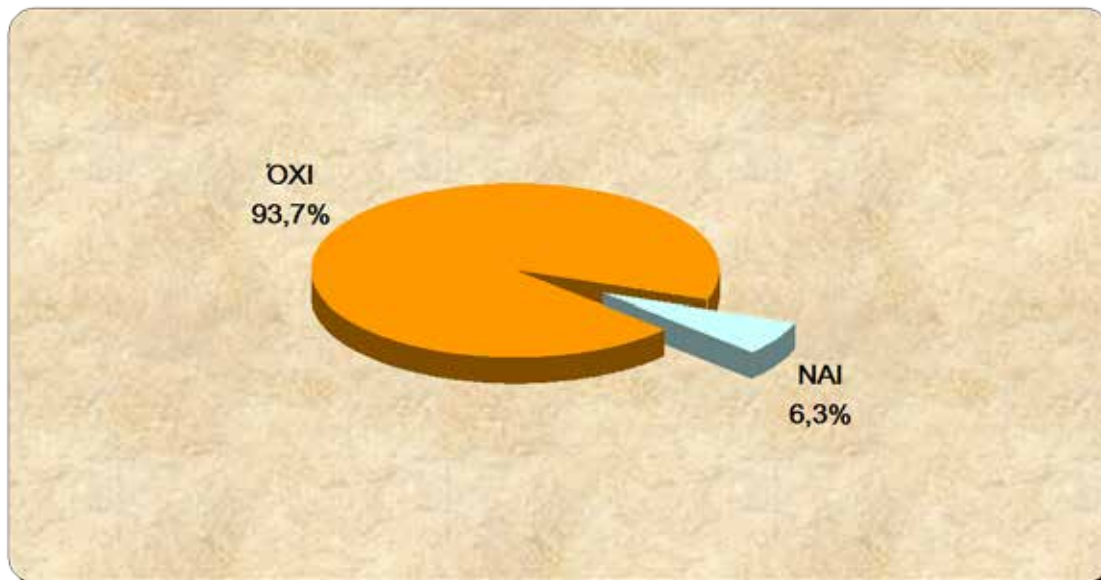
Σχήμα 3.20. Νομική μορφή

Αξιοσημείωτο στοιχείο είναι η απεικόνιση της νομικής μορφής των επιχειρήσεων που υπάρχουν στην πόλη των Ιωαννίνων, Όπως ήταν αναμενόμενο η πλειοψηφία τους είναι ατομικής μορφής με ποσοστό 57,4%. Το 27,8% των επιχειρήσεων έχει νομική μορφή Ε.Ε., ενώ το ποσοστό των επιχειρήσεων που είναι Α.Ε. ανέρχεται στο 7,4%. Το υπόλοιπο 3,7% που απομένει ανήκει στις Ε.Π.Ε. και Ο.Ε. εταιρίες (Σχήμα 3.20).



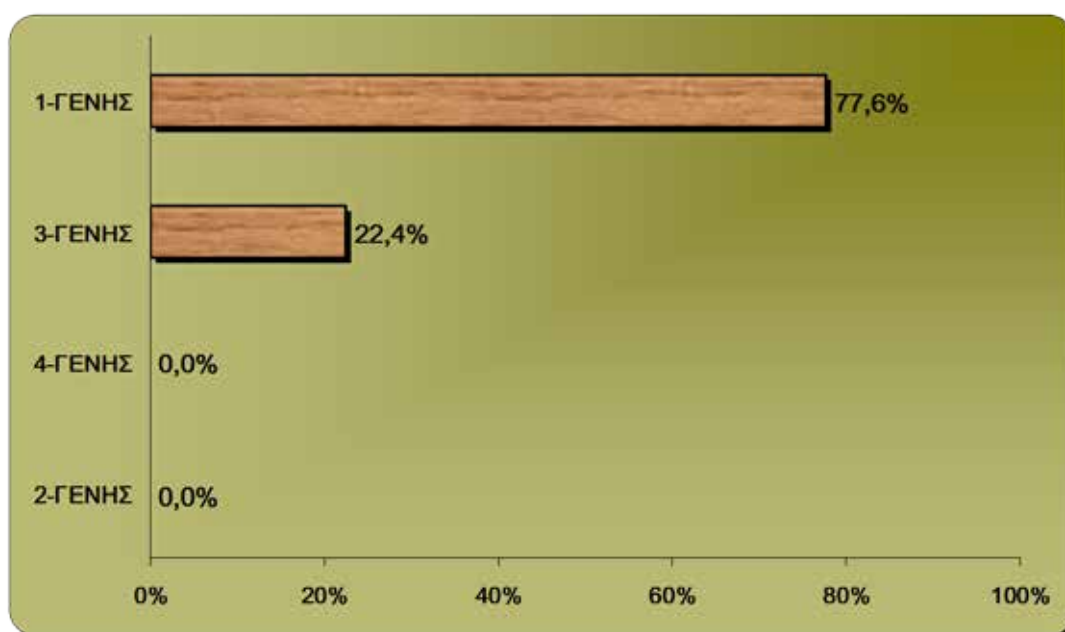
Σχήμα 3.21. Έτος ιδρύσεως

Το 2,6% των επιχειρήσεων έχουν ιδρυθεί πριν το 1970, ενώ το 7,9% των επιχειρήσεων ιδρύθηκαν την περίοδο 1970-1980. Το 26,2% των ΜΜΕ ιδρύθηκαν την περίοδο 1980-1990 και το 36,6% των ΜΜΕ το χρονικό διάστημα 1990-2000. Και το 26,6% των επιχειρήσεων ιδρύθηκαν το διάστημα 2000-2004 (Σχήμα 3.21).



Σχήμα 3.22. Ύπαρξη υποκαταστημάτων

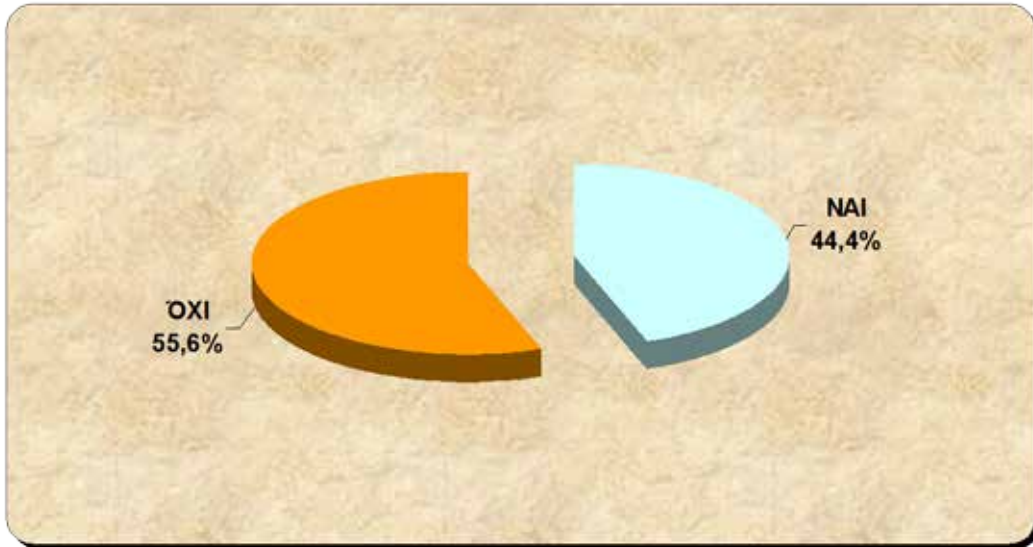
Το 6,3% (Σχήμα 3.22) των επιχειρήσεων διαθέτουν και υποκαταστήματα, εκ των οποίων το 3,1% διαθέτει δύο υποκαταστήματα, το 1,6% διαθέτει τρία υποκαταστήματα και περισσότερα από σαράντα υποκαταστήματα διαθέτει το 1,6% των επιχειρήσεων .



Σχήμα 3.23. Τομέας δραστηριότητας

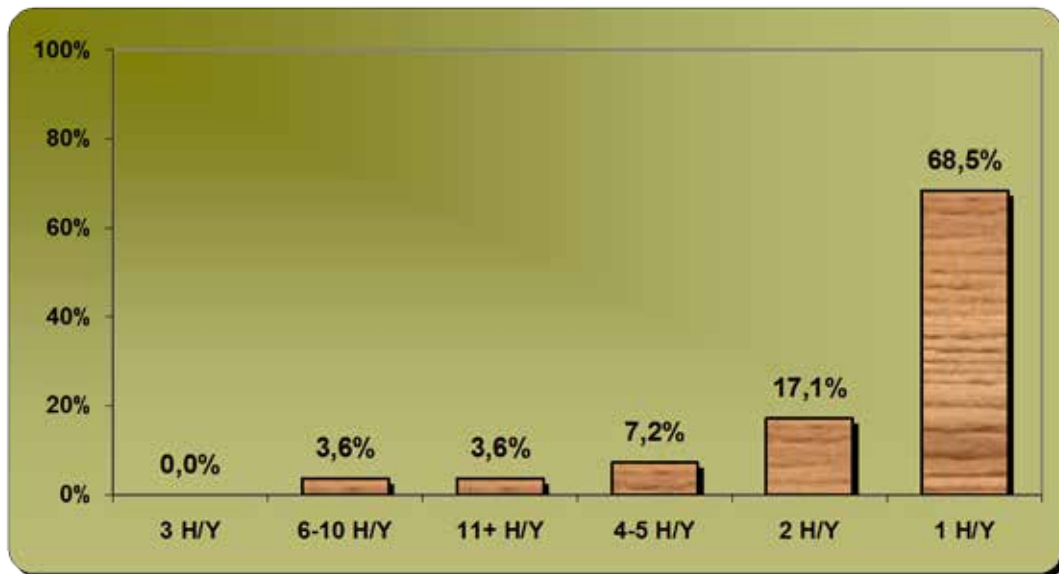
Το ποσοστό των ΜΜΕ που έχουν πρωτογενή τομέα δραστηριότητας είναι της τάξης του 77,6% και το 22,4% ποσοστό συμμετοχής στον τριτογενή τομέα (Σχήμα 3.23).

Υποδομή επιχείρησης



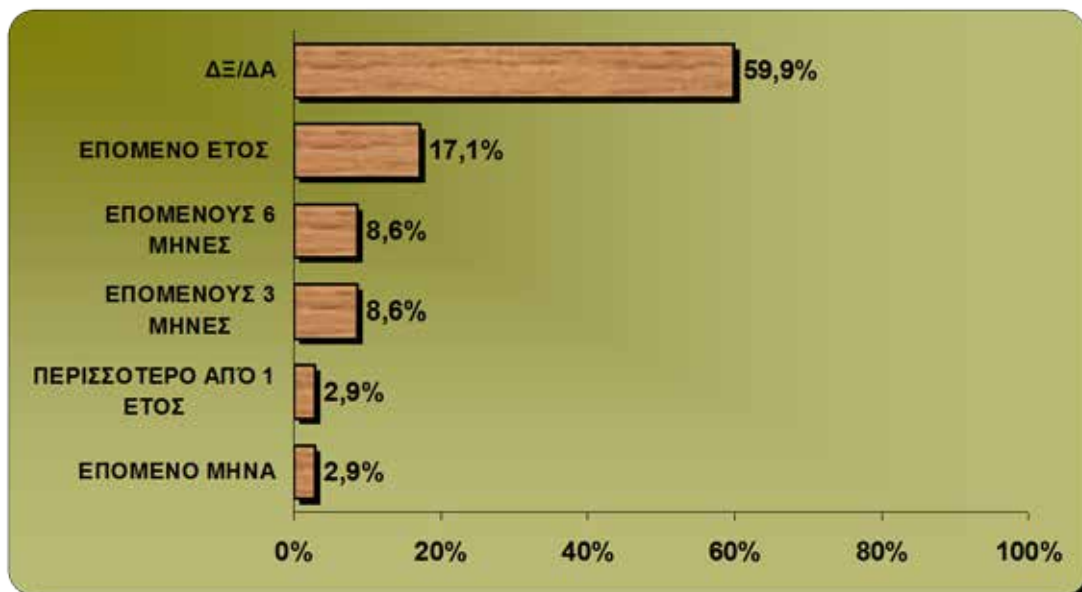
Σχήμα 3.24. Ύπαρξη Η/Υ στην επιχείρηση

Το 44,4% δηλώνουν ότι κατέχουν Η/Υ ενώ το 55,6% των επιχειρήσεων δεν κατέχουν Η/Υ (Σχήμα 3.24).



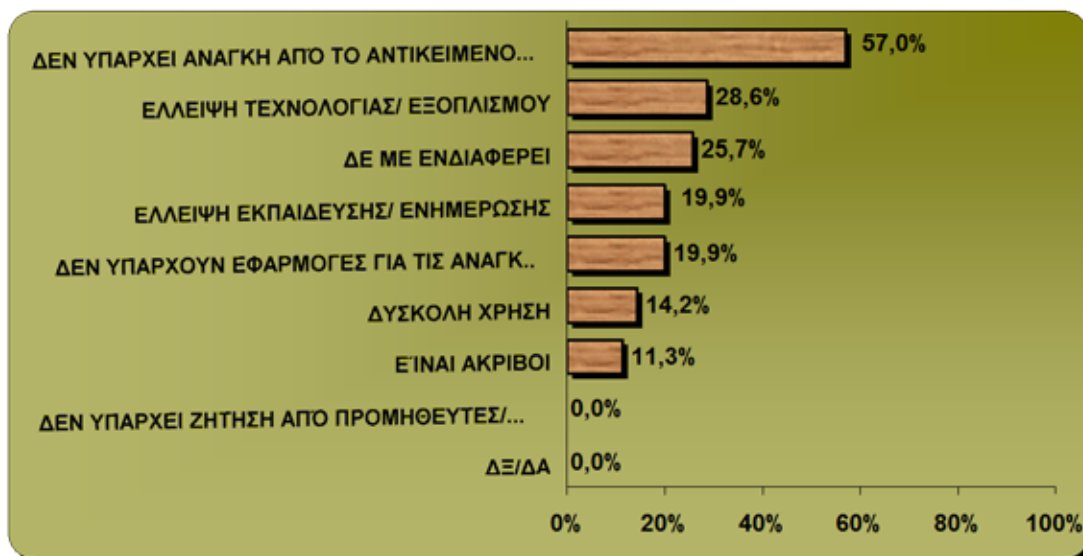
Σχήμα 3.25. Αριθμός Η/Υ στην επιχείρηση
(βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

Τα αποτελέσματα της έρευνας, δείχνουν ότι το 68,5%, των επιχειρήσεων που διαθέτουν Η/Υ, έχει έναν Η/Υ, το 17,1% διαθέτει δυο Η/Υ, το 7,2 % των επιχειρήσεων έχει τέσσερις έως και πέντε Η/Υ, ενώ χαμηλά είναι τα ποσοστά των επιχειρήσεων που διαθέτουν περισσότερους από έξι Η/Υ (3,6%) (Σχήμα 3.25).



**Σχήμα 3.26. Πρόθεση απόκτησης αγοράς Η/Υ
(βάση: οι επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν Η/Υ)**

Μόνο το 2,9% των επιχειρήσεων δηλώνουν ότι προτίθενται να αποκτήσουν Η/Υ τον επόμενο μήνα, ενώ το 8,6% το διάστημα μεταξύ τριών έως έξι μηνών. Το 17,1% των επιχειρήσεων έχει σκοπό να αποκτήσει Η/Υ το επόμενο έτος ενώ το 2,9% έχει πρόθεση να αποκτήσει Η/Υ σε διάστημα μεγαλύτερο του ενός έτους. Σημαντικό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων (59,9%) που δεν απαντά ποτέ θα αποκτήσει Η/Υ (Σχήμα 3.26).



**Σχήμα 3.27. Λόγοι που δεν υπάρχουν Η/Υ στην επιχείρηση
(Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές – βάση: οι επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν Η/Υ)**

Το 57% των επιχειρήσεων ανέφερε ότι δεν υπάρχει ανάγκη από το αντικείμενο εργασίας ως λόγο μη χρήσης Η/Υ. Άλλοι λόγοι είναι η έλλειψη τεχνολογίας / εξοπλισμού με ποσοστό 28,6%,

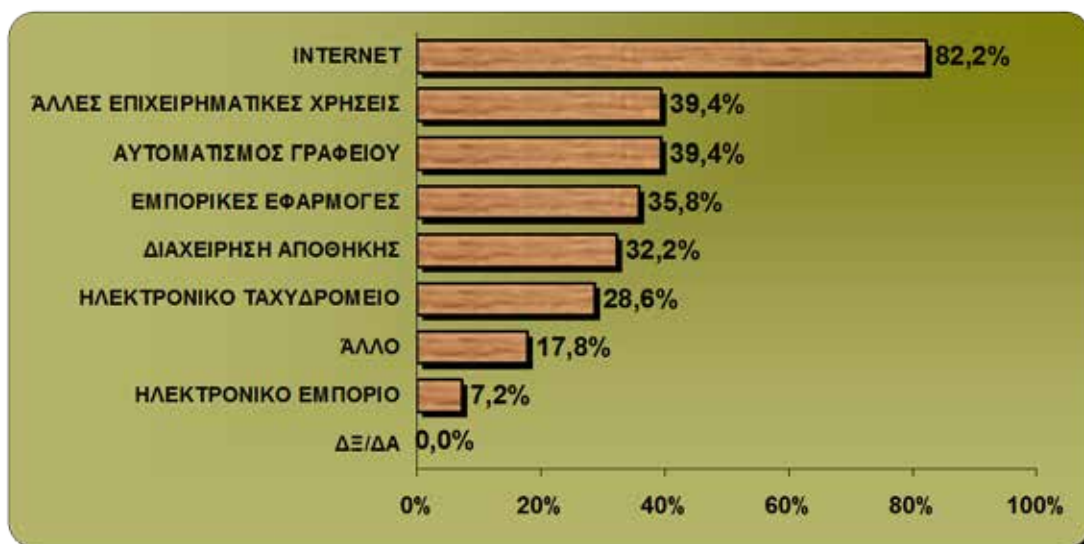
ενώ το 25,7% των ΜΜΕ ανέφερε ότι δεν υπάρχει ενδιαφέρον ύπαρξης Η/Υ. Η έλλειψη εκπαίδευσης /ενημέρωσης καθώς και η μη ύπαρξη εφαρμογών για τις ανάγκες τους, αναφέρθηκε από το 19,9% των επιχειρήσεων. Η δυσκολία στη χρήση των Η/Υ, αναφέρθηκε από το 14,2% των επιχειρήσεων, ενώ το κόστος, ως ανασταλτικός παράγοντας μη ύπαρξης Η/Υ αναφέρθηκε μόνο από το 11,3% των επιχειρήσεων (Σχήμα 3.27).



Σχήμα 3.28. Λόγοι πρόθεσης απόκτησης Η/Υ

(Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές – βάση: οι επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν Η/Υ)

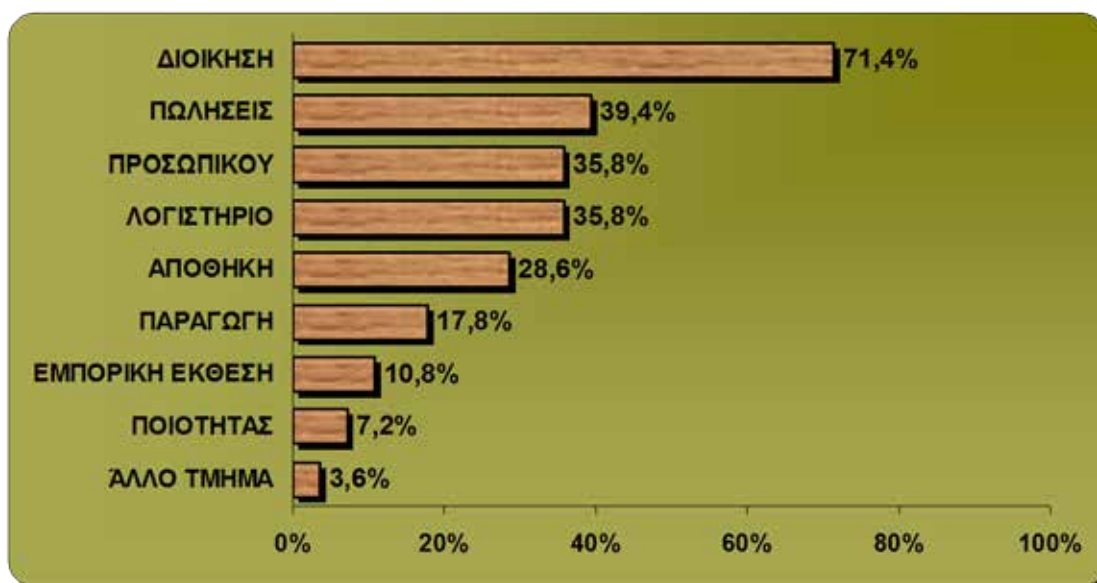
Είναι αξιοσημείωτο ότι το 39,9% των επιχειρήσεων δεν αναφέρουν (ή αποφεύγουν να απαντήσουν) κάποιο λόγο πρόθεσης απόκτησης Η/Υ. Το 25,7% των επιχειρήσεων ανέφερε μεταξύ των κυριότερων λόγων απόκτησης την χρήση Διαδικτύου/internet, το 20% την διαχείριση αποθεμάτων. Το 14,2% των ΜΜΕ επιθυμεί να αποκτήσει Η/Υ για άλλες επιχειρηματικές χρήσεις, ενώ το 11,3% των επιχειρήσεων για εφαρμογές λογιστηρίου(Σχήμα 3.28).



Σχήμα 3.29. Κυριότεροι λόγοι χρήσης Η/Υ

(Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές – βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

Κυριότεροι λόγοι χρήσης Η/Υ από τις επιχειρήσεις, είναι η χρήση internet (82,2%) ενώ ακολουθούν ο αυτοματισμός γραφείου με ποσοστό 39,4%, και οι εμπορικές εφαρμογές με 35,8%. (Σχήμα 3.29).

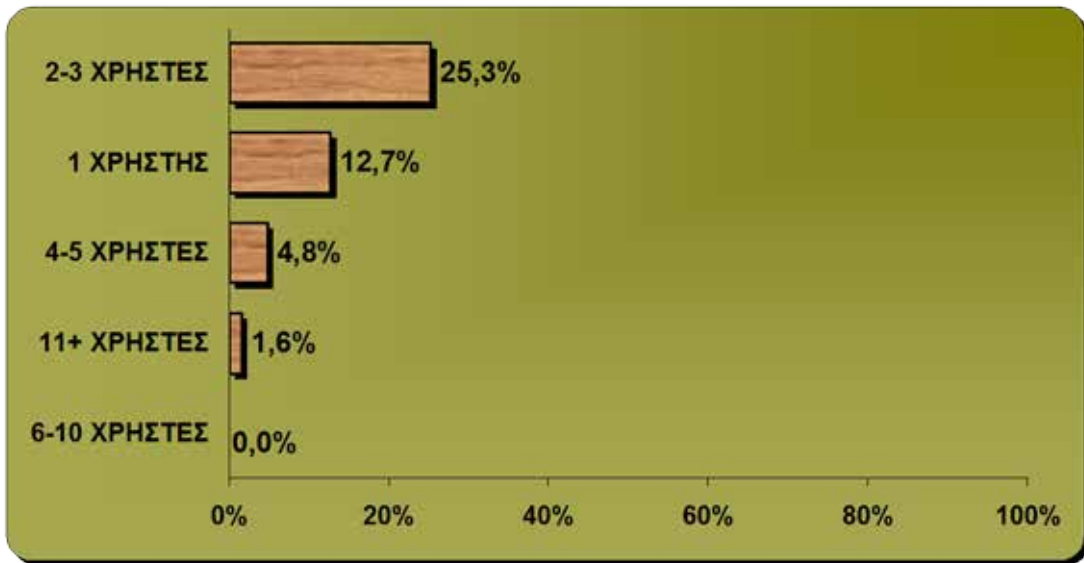


Σχήμα 3.30. Τμήματα της επιχείρησης που χρησιμοποιούν Η/Υ

(Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές – βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

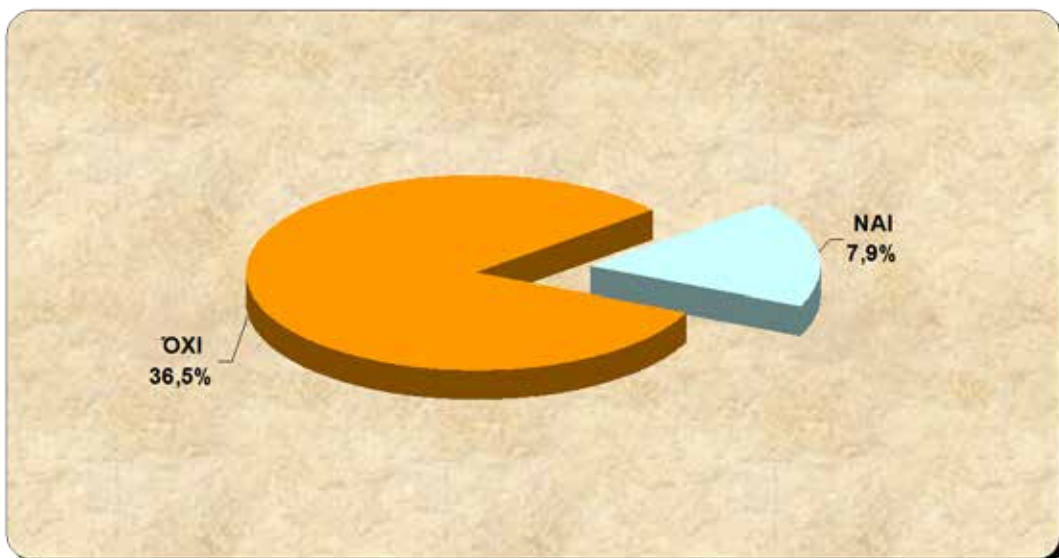
Μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης που χρησιμοποιούν Η/Υ το 71,4% των ΜΜΕ ανέφερε το τμήμα της διοίκησης, ενώ το 39,4% το τμήμα των πωλήσεων και το 35,8% των επιχειρήσεων ανέφερε το τμήμα του λογιστηρίου και του προσωπικού. Το 28,6% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί Η/Υ στο τμήμα της αποθήκης, ενώ στο τμήμα της παραγωγής μόνο το

17,8% κάνει χρήση Η/Υ. Ακολουθούν με χαμηλά ποσοστά χρήσης Η/Υ το τμήμα εμπορικής έκθεσης με 10,8% και το τμήμα της ποιότητας με 7,2% (Σχήμα 3.30).



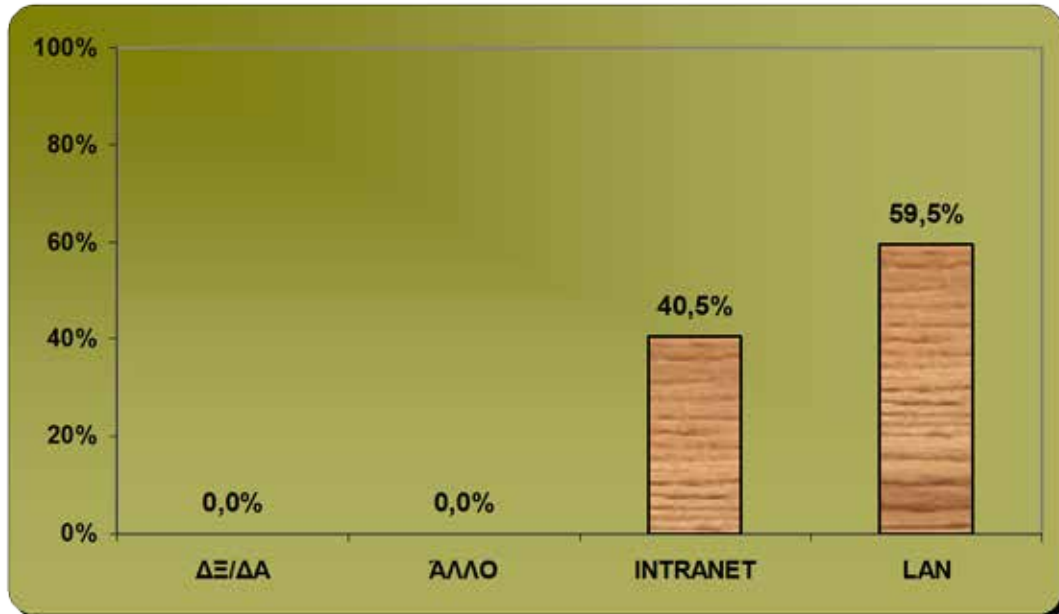
**Σχήμα 3.31. Αριθμός υπάλληλων που χρησιμοποιούν Η/Υ
(βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)**

Δύο έως τρεις χρήστες Η/Υ διαθέτει το 25,3% των επιχειρήσεων και το 12,7% διαθέτει έναν χρήστη Η/Υ. Το 4,8% των επιχειρήσεων διαθέτει τέσσερις έως πέντε χρήστες Η/Υ, ενώ το 1,6% των επιχειρήσεων απασχολεί περισσότερους από 11 χρήστες (Σχήμα 3.31).



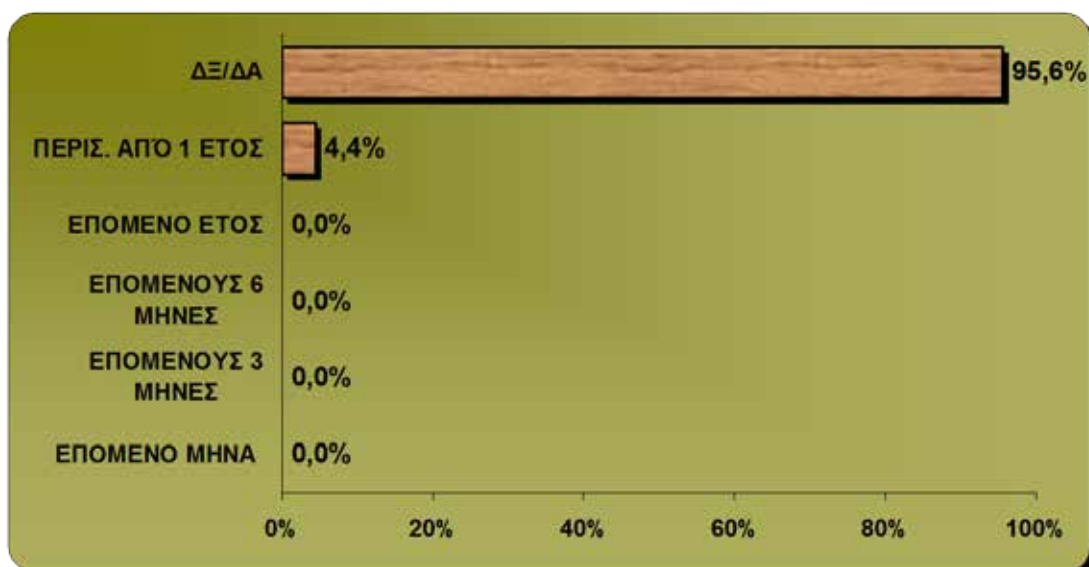
**Σχήμα 3.32 Ύπαρξη δικτύου Η/Υ στην επιχείρηση
(βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)**

Δίκτυο, είναι ένα σύνολο από υπολογιστές, συνδεδεμένους μεταξύ τους, όπου έχουν την δυνατότητα να επικοινωνούν και να μοιράζονται δεδομένα, λογισμικό, αποθηκευμένο χώρο, εκτυπωτές και άλλου είδους περιφερειακά. Αυτού του είδους την τεχνολογία την χρησιμοποιεί μόνο το 7,9% των επιχειρήσεων, έναντι του 36,5% των επιχειρήσεων που δεν διαθέτουν δίκτυο (Σχήμα 3.32).



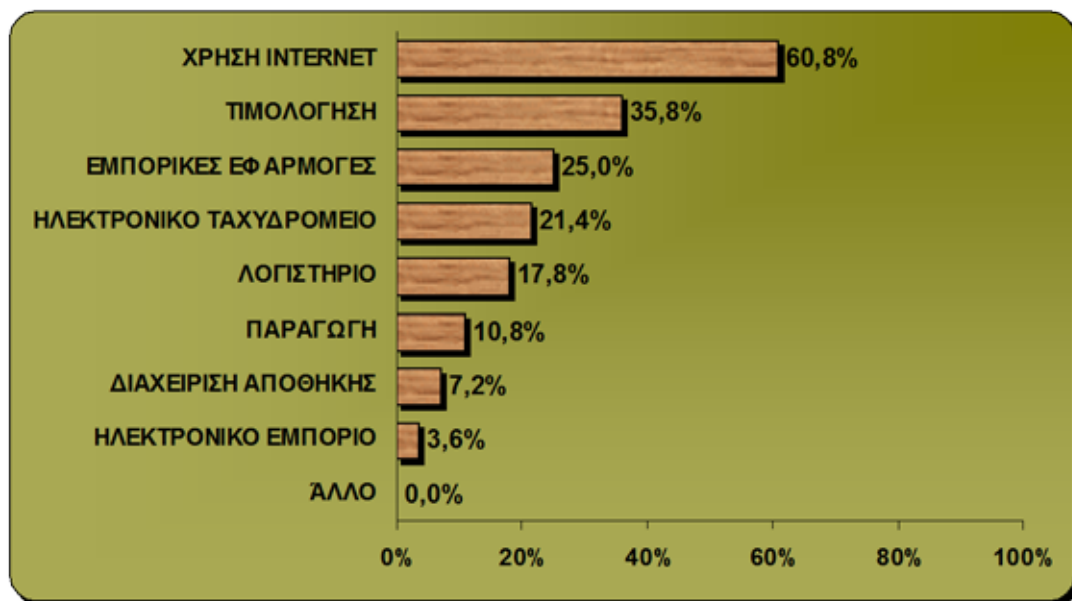
Σχήμα 3.33. Τύπος δικτύου
(βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν δίκτυο Η/Υ)

Οι τύποι δικτύου Η/Υ που χρησιμοποιούνται από τις ΜΜΕ είναι το LAN με ποσοστό 59,5% και το Intranet με ποσοστό 40,5% (Σχήμα 3.33).



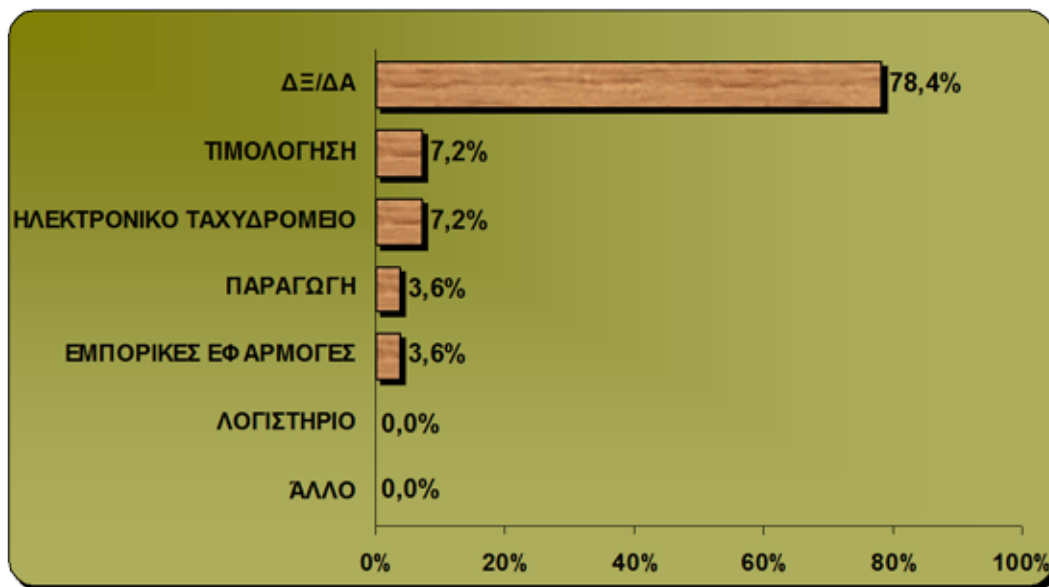
Σχήμα 3.34. Πρόθεση σύνδεσης σε δίκτυο Η/Υ
(βάση: οι επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν δίκτυο Η/Υ)

Παρόλο όμως, που το δίκτυο Η/Υ, προσφέρει στην επιχείρηση αρκετά οφέλη, όπως κοινή χρήση υλικού, κοινή χρήση αρχείων, χρήση e-mail και κοινή χρήση προγραμμάτων, μόνο το 4,4% των επιχειρήσεων που δεν έχει δίκτυο Η/Υ σκοπεύει να αποκτήσει σε διάστημα μεγαλύτερο του έτους, ενώ το 95,6% των επιχειρήσεων δεν γνωρίζει εάν θα χρησιμοποιήσει την τεχνολογία των δικτύων (Σχήμα 3.34).



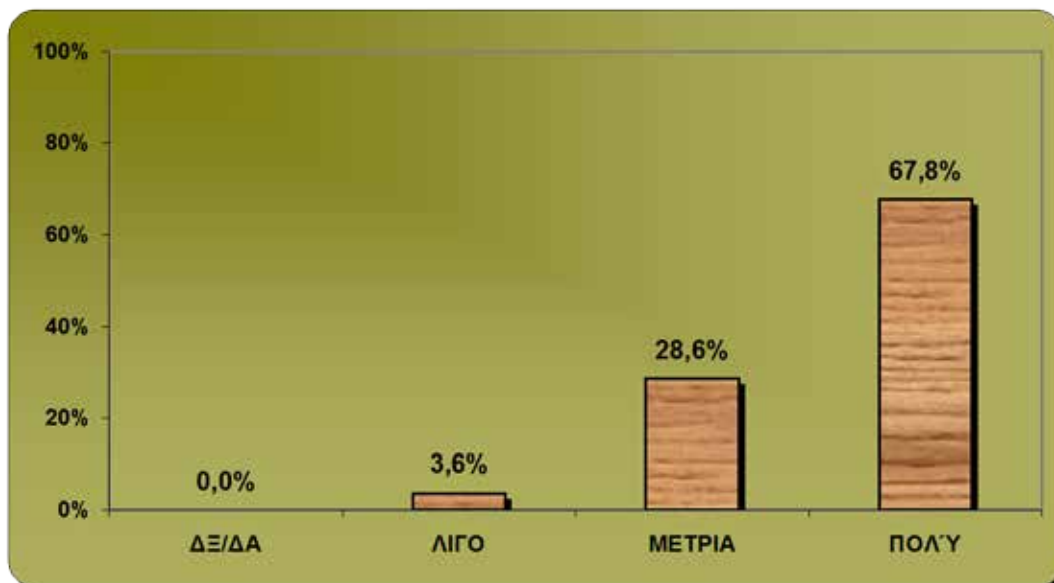
Σχήμα 3.35. Αύξηση του αριθμού χρηστών Η/Υ στην επιχείρησης την τελευταία τριετία σε σχέση με συγκεκριμένες εφαρμογές (Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές – βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

Αύξηση του αριθμού των χρηστών Η/Υ την τελευταία τριετία, παρατηρήθηκε στις εξής εφαρμογές: χρήση internet (60,8%), τιμολόγηση (35,8%), εμπορικές εφαρμογές(25%), χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (21.4%), λογιστήριο (17,8%), παραγωγή (10,8%) και ακολουθούν η διαχείριση αποθήκης (7,2%) και το ηλεκτρονικό εμπόριο με ποσοστό 3,6% (Σχήμα 3.35).



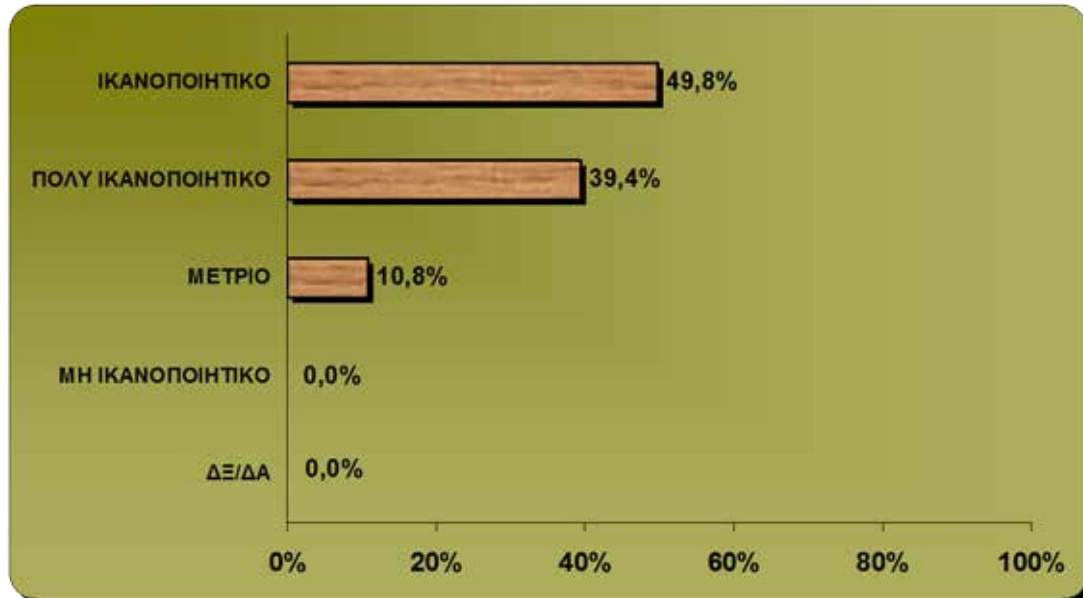
Σχήμα 3.36. Μείωση του αριθμού χρηστών Η/Υ στην επιχείρηση την τελευταία τριετία σε συγκεκριμένες εφαρμογές (Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές – βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

Μείωση του αριθμού των χρηστών Η/Υ την τελευταία τριετία παρατηρήθηκε σε εφαρμογές των επιχειρήσεων, όπως στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και στην τιμολόγηση με ποσοστό 7,2% ενώ ακολουθούν οι εμπορικές εφαρμογές και η παραγωγή με ποσοστό 3,6% (Σχήμα 3.36).



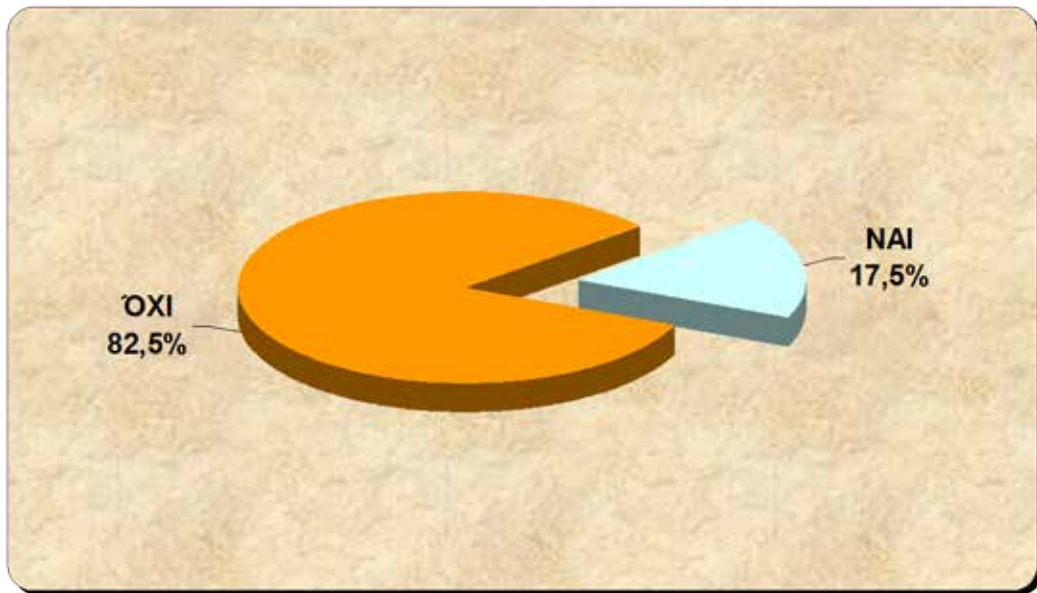
Σχήμα 3.37. Βαθμός χρήσης και αξιοποίησης του διατιθέμενου εξοπλισμού από τους υπάλληλους της επιχείρησης. (βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

Το 67,8% των ερωτώμενων της έρευνας, θεωρεί ότι ο βαθμός χρήσης και αξιοποίησης του διατιθέμενου εξοπλισμού από τους υπαλλήλους της επιχείρησης είναι πολύ καλός και το 28,6% τον θεωρεί μέτριο. Ενώ το 3,6% των ερωτώμενων, θεωρεί ότι οι υπάλληλοι γνωρίζουν λίγο την χρήση Η/Υ (Σχήμα 3.37).



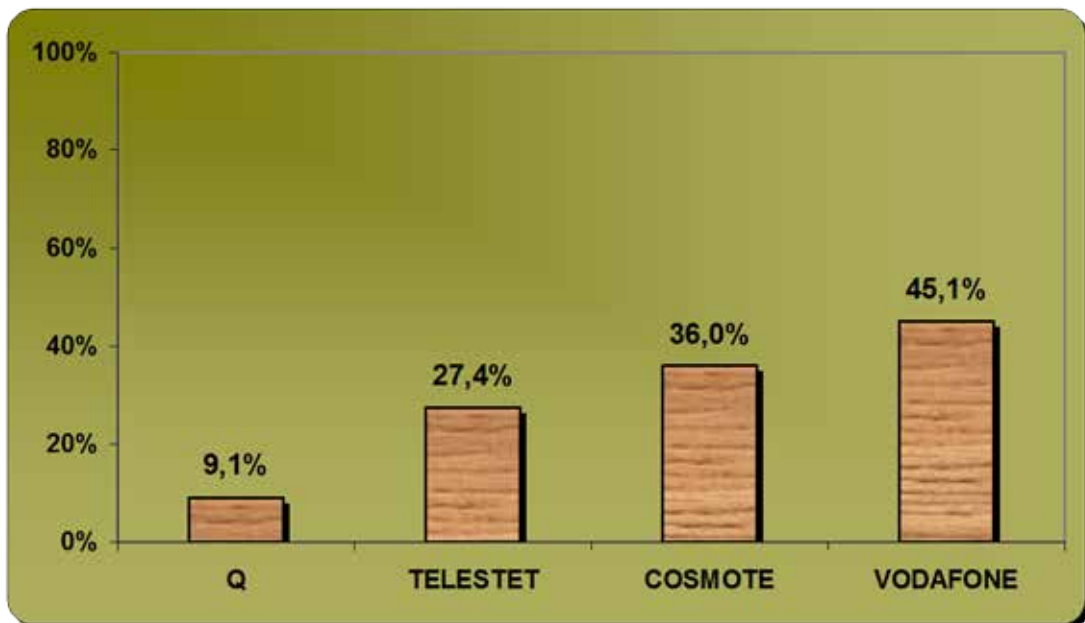
Σχήμα 3.38. Αξιολόγηση του επιπέδου γνώσεων και δεξιοτήτων των χρηστών Η/Υ της επιχείρησης (βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

Επιπλέον, το 49,8% των ερωτώμενων θεωρεί ότι το επίπεδο γνώσεων και δεξιοτήτων των χρηστών Η/Υ της επιχείρησης είναι ικανοποιητικό. Το 39,4% των ερωτώμενων θεωρεί ότι είναι πολύ ικανοποιητικό και μόνο το 10,8% θεωρεί ότι είναι μέτριο(Σχήμα 3.38).



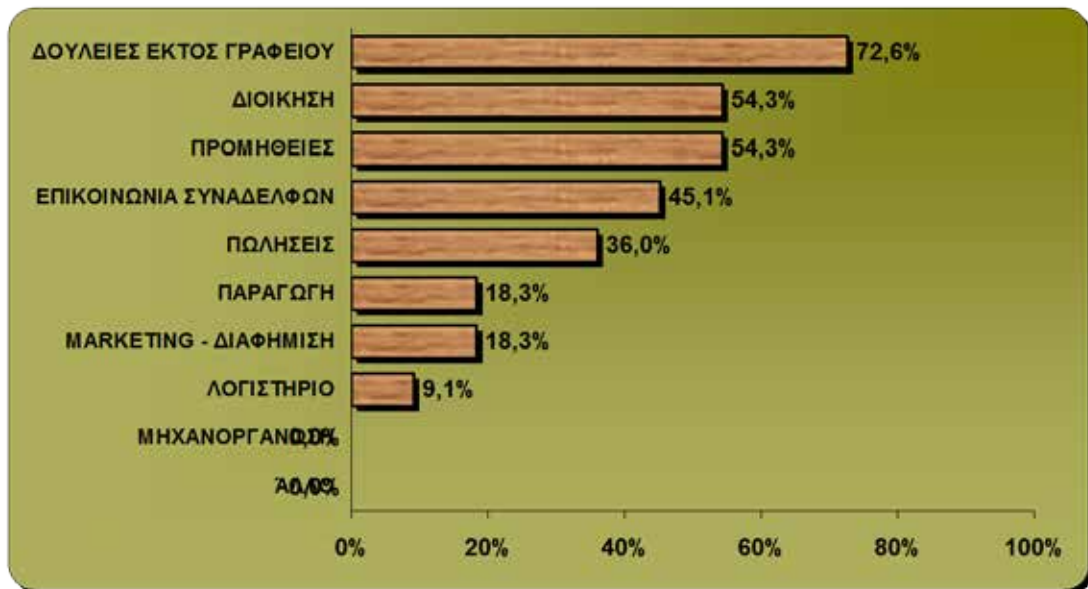
**Σχήμα 3.39. Ύπαρξη εταιρικών τηλεφώνων στην επιχείρηση
(βάση: όλες οι επιχειρήσεις του δείγματος)**

Η χρήση κινητών τηλεφώνων δίνει την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να έχουν το προσωπικό τους «εικονικό γραφείο». Έτσι το 17,5% των υπάλληλων των επιχειρήσεων που χρησιμοποιεί την τεχνολογία των κινητών τηλεφώνων, μπορεί να έχει πρόσβαση σε e-mail καθώς μετακινείται, να αποστέλλει ή να λαμβάνει αρχεία και ψηφιακές φωτογραφίες ή να ψάχνει στις πληροφορίες πελατών, σε αντίθεση με το 82,5% των υπαλλήλων που δεν χρησιμοποιεί κινητά τηλέφωνα (Σχήμα 3.39).



**Σχήμα 3.40. Εταιρεία σύνδεσης
(Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές - Βάση : οι επιχειρήσεις που διαθέτουν
εταιρικά τηλέφωνα)**

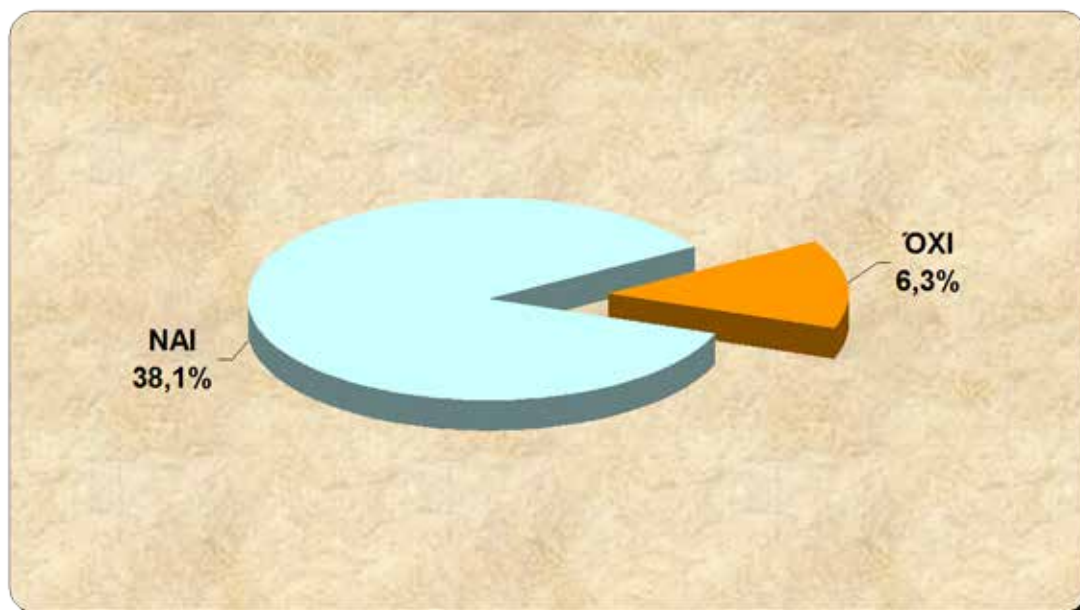
Ο βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις εταιρικές συνδέσεις κινητών τηλεφώνων είναι υψηλός. Έτσι το 45,1% των επιχειρήσεων διαθέτει σύνδεση Vodafone και το 36% διαθέτει σύνδεση Cosmote. Ακόμα, το 27,4% των επιχειρήσεων έχει σύνδεση Teletet ενώ το 9,1% έχει σύνδεση της εταιρείας Q (Σχήμα 3.40).



Σχήμα 3.41. Τμήματα επιχείρησης που χρησιμοποιούν εταιρικά κινητά τηλέφωνα (Επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές - Βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν εταιρικά τηλέφωνα)

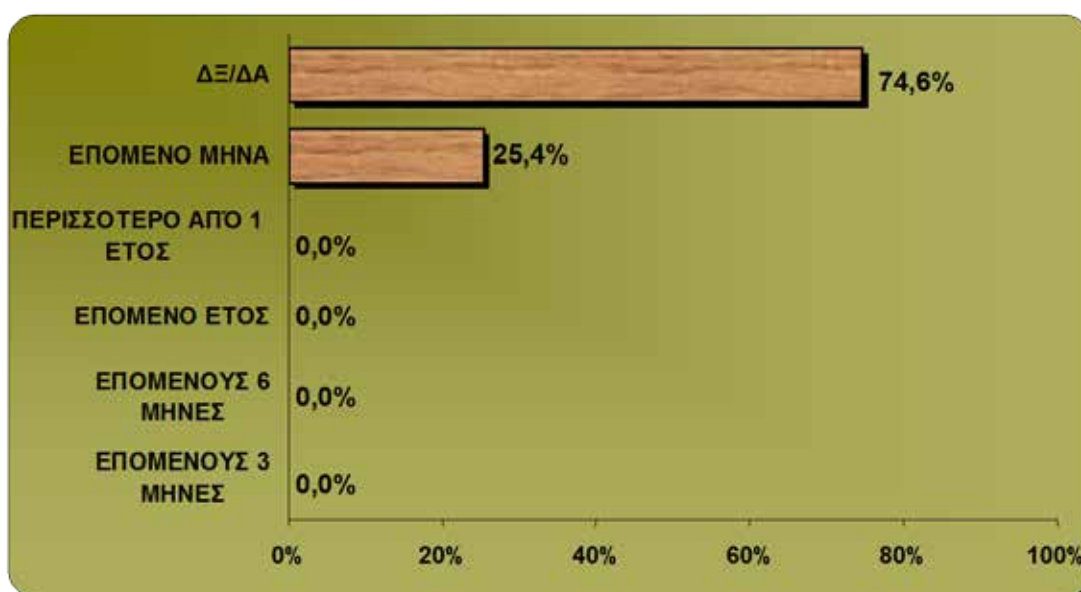
Λαμβάνοντας υπόψη τις δυνατότητες των εταιρικών κινητών τηλεφώνων, οι επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να τα χρησιμοποιούν σε αρκετά τμήματα τους. Τα κινητά τηλέφωνα είναι πολύ χρήσιμα για το προσωπικό της επιχείρησης που βρίσκεται μονίμως εν κινήσει (72,6%), αλλά και για αυτούς που εργάζονται στο τμήμα της διοίκησης (54,3%). Επιπλέον προμήθειες μέσω εταιρικών τηλεφώνων αλλά και η επικοινωνία μεταξύ των συναδέλφων, πραγματοποιείται από το 54,3% και το 45,1% των επιχειρήσεων αντίστοιχα. Ακόμα το τμήμα των πωλήσεων χρησιμοποιεί εταιρικό τηλέφωνο (36%), αλλά και το τμήμα του λογιστηρίου(9,1%). Όμως, χαμηλά παραμένουν τα ποσοστά χρήσης κινητών τηλεφώνων στο τμήμα της παραγωγής και στο τμήμα της διαφήμισης(18,3%) (Σχήμα 3.41).

ΧΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ Η/Υ



**Σχήμα 3.42. Ύπαρξη σύνδεσης internet στην επιχείρηση
(βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)**

Από την έρευνα προκύπτει ότι το 38,1% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί internet, ενώ το 6,3% των επιχειρήσεων δεν διαθέτουν σύνδεση internet (Σχήμα 3.42).



**Σχήμα 3.43. Χρονική πρόθεση απόκτησης σύνδεσης internet
(βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ και δεν έχουν σύνδεση internet)**

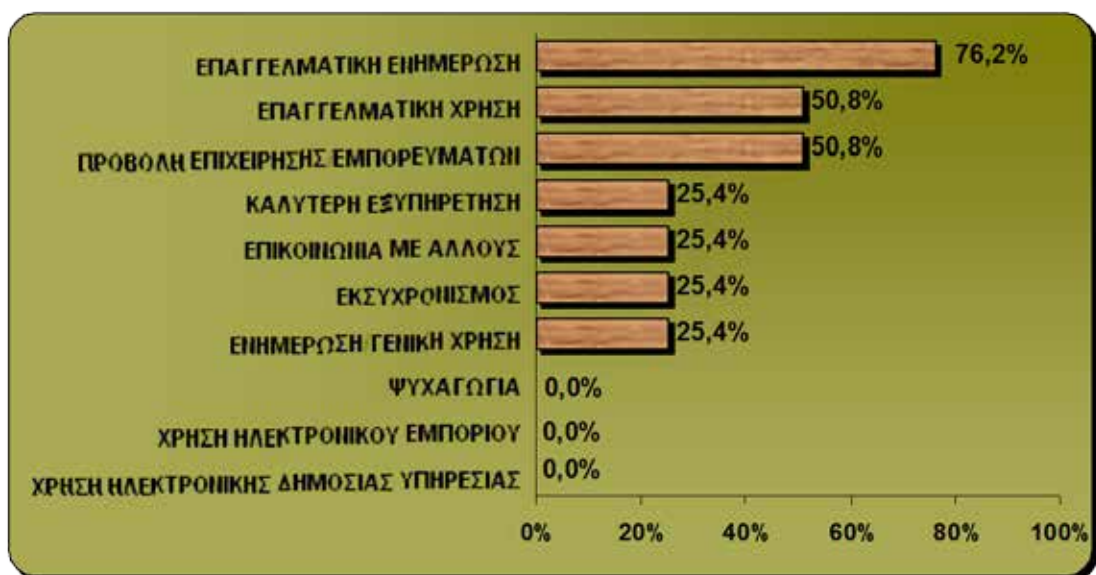
Το 25,4% των επιχειρήσεων ενδιαφέρεται να αποκτήσει σύνδεση internet τον επόμενο μήνα, ενώ το 74,6% των επιχειρήσεων δεν γνωρίζει ποτέ θα αποκτήσει σύνδεση internet (Σχήμα 3.43).



Σχήμα 3.44. Λόγοι μη ύπαρξης σύνδεσης internet

(επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές –βάση:οι επιχειρήσεις που δεν έχουν σύνδεση internet)

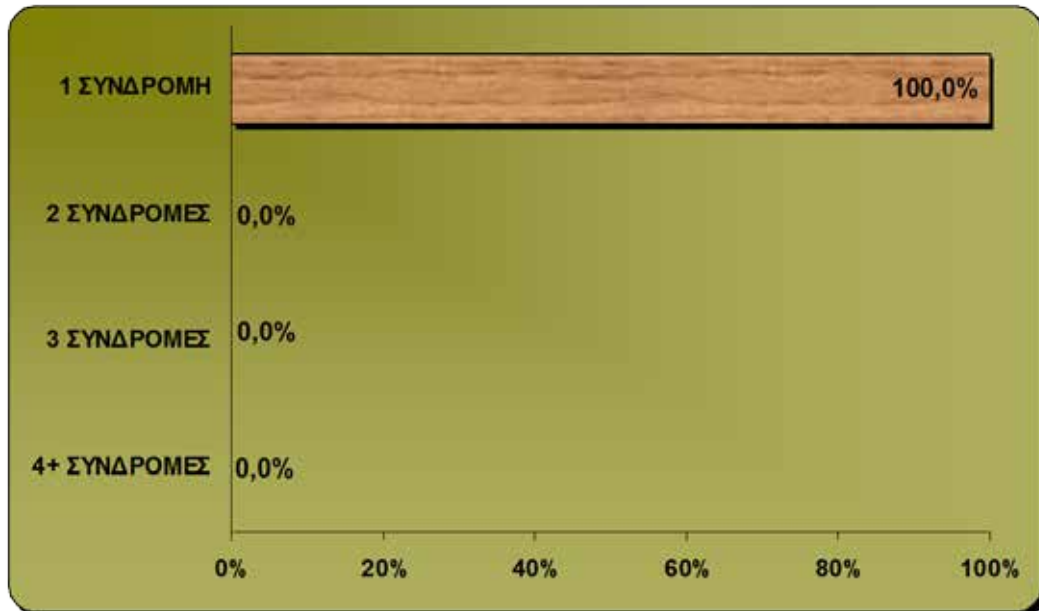
Από τα αποτελέσματα της έρευνας, προκύπτει ότι από τις επιχειρήσεις, οι οποίες ενώ διαθέτουν Η/Υ σήμερα δεν έχουν σύνδεση στο internet, το 51% ανέφερε ως κύριους λόγους την έλλειψη εκπαίδευσης και ενημέρωσης καθώς και την δυσκολία χρήσης του internet. Ενώ, το 25% των επιχειρήσεων ανέφερε την έλλειψη τεχνολογίας και εξοπλισμού καθώς και τον λόγο ότι δεν ενδιαφέρονται να αποκτήσουν σύνδεση στο internet(Σχήμα 3.44).



Σχήμα 3.45. Λόγοι πρόθεσης απόκτησης σύνδεσης internet

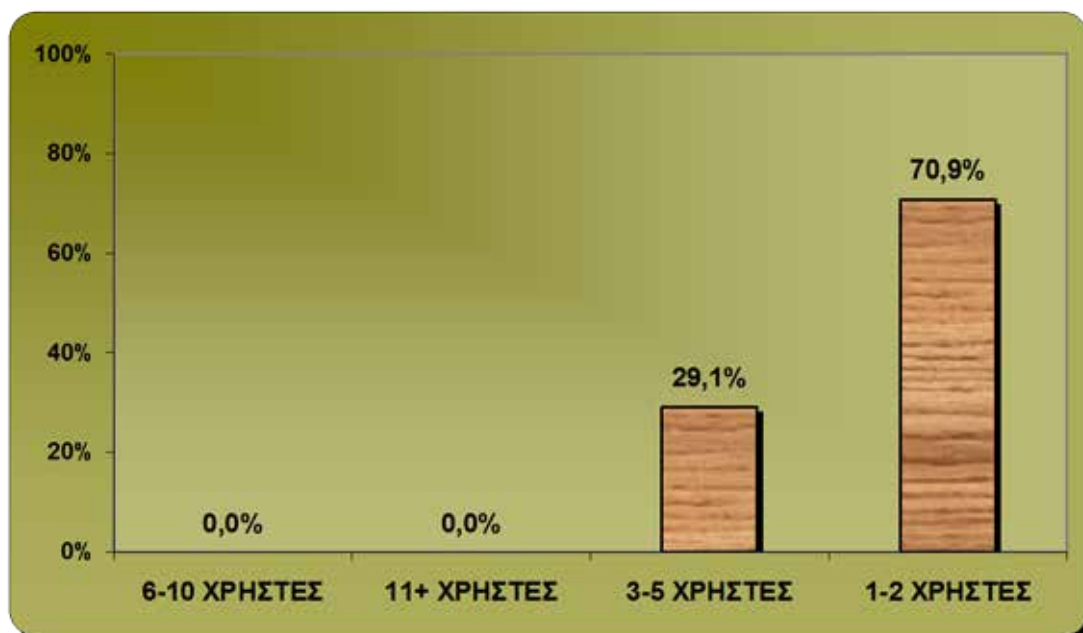
(επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές –βάση:οι επιχειρήσεις που δεν έχουν σύνδεση internet)

Μεταξύ των λόγων πρόθεσης απόκτησης περιλαμβάνονται: επαγγελματική ενημέρωση (76,2%), προβολή της επιχείρησης και των εμπορευμάτων (50,8%) καθώς και για επαγγελματική χρήση(50,8%). Ενώ το 25,4% των επιχειρήσεων ανέφερε την ενημέρωση και την γενική χρήση internet, την επικοινωνία με άλλους, τον εκσυγχρονισμό και την καλύτερη εξυπηρέτηση (Σχήμα 3.45).



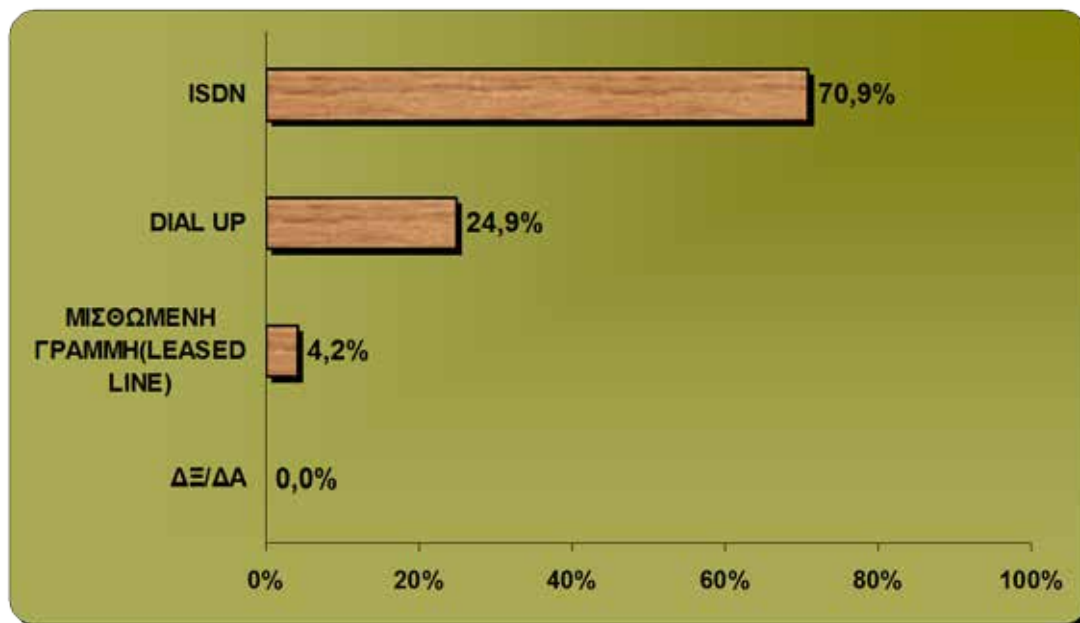
**Σχήμα 3.46. Συνδρομή internet στην επιχείρηση
(βάση: οι επιχειρήσεις που έχουν σύνδεση internet)**

Όλες οι επιχειρήσεις που έχουν σύνδεση internet, διαθέτουν μόνο μια συνδρομή internet (Σχήμα 3.46).



**Σχήμα 3.47. Αριθμός χρηστών internet στην επιχείρηση
(βάση: οι επιχειρήσεις που έχουν σύνδεση internet)**

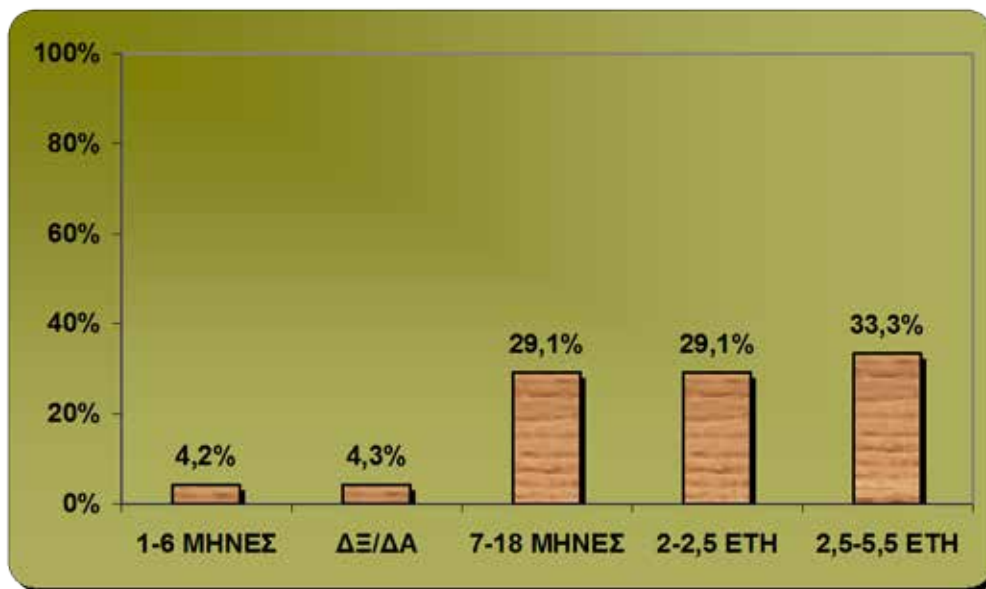
Στο παραπάνω σχήμα παρατηρούμε ότι οι επιχειρήσεις δεν απασχολούν μεγάλο αριθμό χρηστών internet, αφού το 70,9% των επιχειρήσεων διαθέτει έναν έως δυο χρήστες internet και το 29,1% των επιχειρήσεων διαθέτει τρεις έως πέντε χρήστες internet (Σχήμα 3.47).



Σχήμα 3.48.Είδος σύνδεσης internet

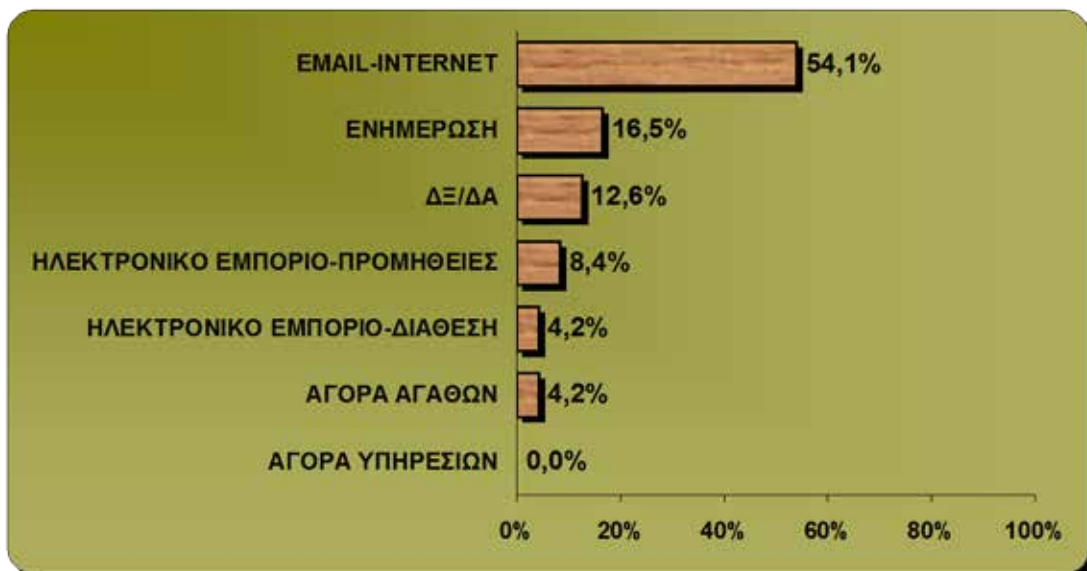
(επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές - βάση: οι επιχειρήσεις που έχουν σύνδεση Internet)

Παρόλο όμως που οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν μόνο μια συνδρομή internet, παρατηρούμε ότι το είδος της σύνδεσης διαφέρει. Βασικός τύπος σύνδεσης είναι με γραμμή ISDN, με την οποία συνδέονται το 70,9% των επιχειρήσεων. Με γραμμές Dial-up συνδέεται το 24,9% των επιχειρήσεων ενώ με μισθωμένα κυκλώματα (Leased Line) συνδέεται το 4,2% των επιχειρήσεων (Σχήμα 3.48).



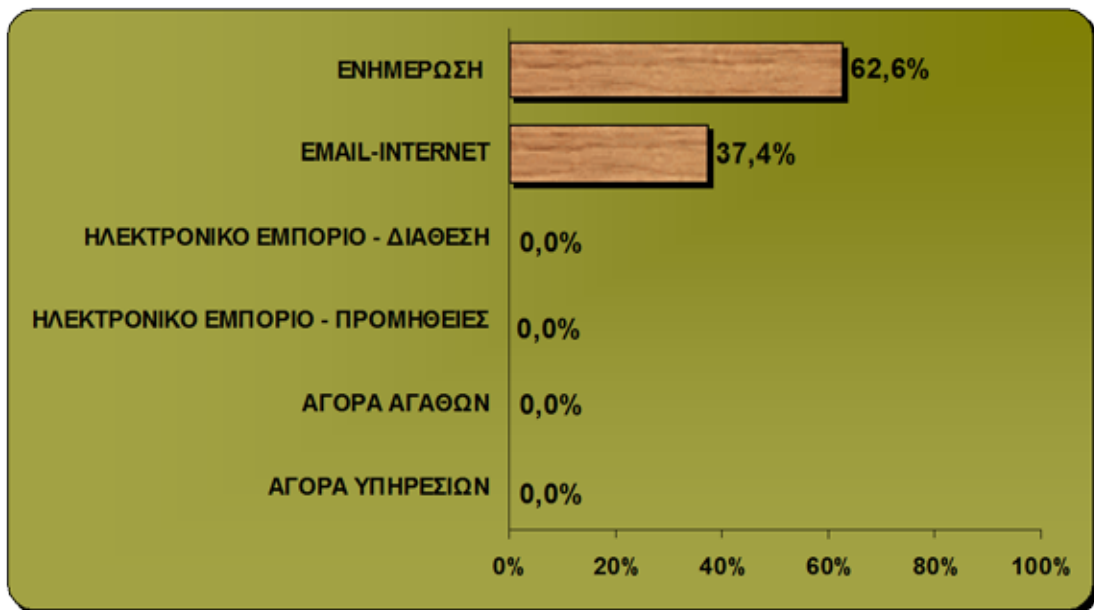
**Σχήμα 3.49. Χρονικό διάστημα ύπαρξης σύνδεσης internet στην επιχείρηση.
(βάση: οι επιχειρήσεις που έχουν σύνδεση internet)**

Μεταξύ, των επιχειρήσεων που διαθέτουν σύνδεση internet, το 33,3% διαθέτει internet κατά μέσο χρονικό διάστημα 2,5 έως 5,5 έτη, το 29,1% των επιχειρήσεων διαθέτει internet το χρονικό διάστημα μεταξύ 7 μήνες έως 2,5 έτη, ενώ το 4,2% των επιχειρήσεων διαθέτει internet το μέσο χρονικό διάστημα των τελευταίων 6 μηνών. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν γνωρίζει το χρονικό διάστημα σύνδεσης internet είναι 4,3% (Σχήμα 3.49).



**Σχήμα 3.50. Κυριότερος λόγος χρήσης internet
(βάση: οι επιχειρήσεις που έχουν σύνδεση internet)**

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων θεωρεί ως κυριότερο λόγο χρήσης internet την επικοινωνία με τους πελάτες και τους συνεργάτες, με την αποστολή e-mail (54,1%). Το 16,5% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί internet για γενική ενημέρωση. Προμήθειες μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου πραγματοποιεί το 8,4% των επιχειρήσεων μέσω internet, ενώ αγορά αγαθών και πωλήσεις μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου πραγματοποιεί το 4,2% των επιχειρήσεων (Σχήμα 3.50).



Σχήμα 3.51. Συμπληρωματικοί λόγοι χρήσης internet

(επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές - βάση: οι επιχειρήσεις που έχουν σύνδεση internet)

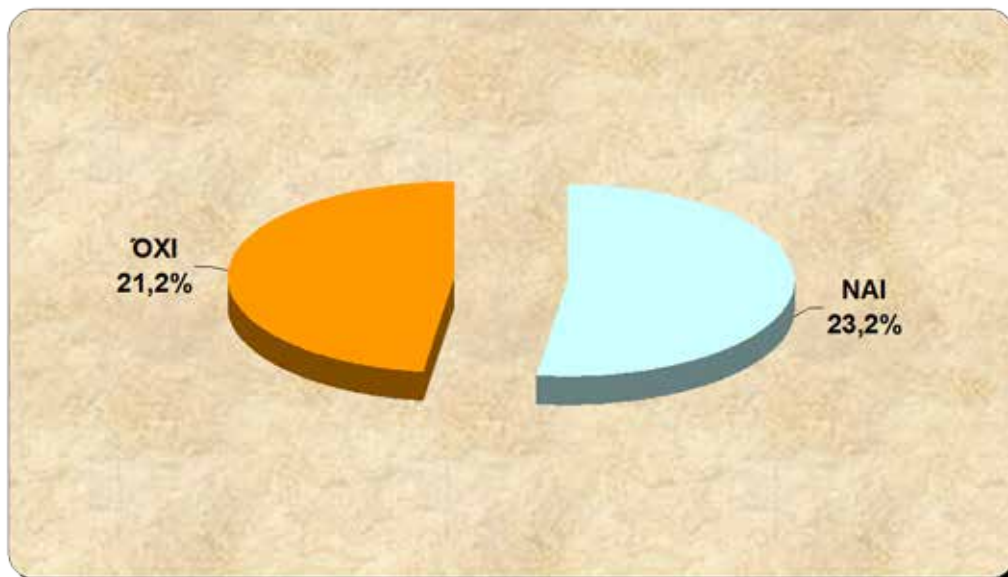
Επιπλέον, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν internet για ενημέρωση (62,6%), ενώ το 37,4% των επιχειρήσεων κάνει χρήση internet για την επικοινωνία μέσω της αποστολής e-mail (Σχήμα 3.51).



Σχήμα 3.52. Λόγοι χρήσης εφαρμογών internet το τελευταίο τρίμηνο.

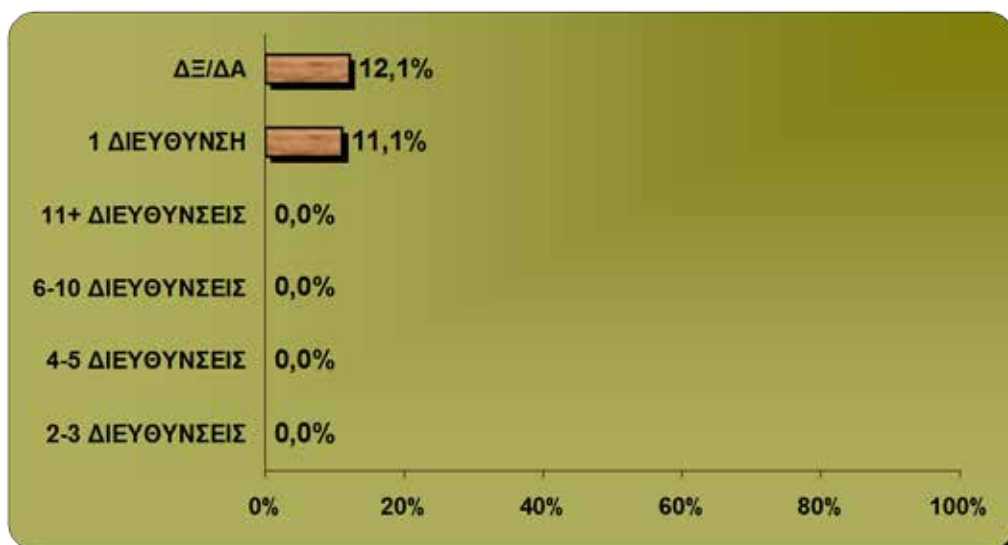
(επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές - βάση: οι επιχειρήσεις που έχουν σύνδεση internet)

Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν internet, το χρησιμοποιούν για έναν αυξημένο αριθμό εφαρμογών. Το 41,7% των ΜΜΕ χρησιμοποιούν internet για ψυχαγωγία και ενημέρωση. Το 29,1% των ΜΜΕ κάνει χρήση για πληροφόρηση σχετικά με τα νέα προϊόντα και την κατάσταση που επικρατεί στην αγορά. Το 24,9% των ΜΜΕ κάνουν χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 20,7% των ΜΜΕ χρησιμοποιεί internet για χρήση άλλης ηλεκτρονικής υπηρεσίας. Ενώ το 4,2% των ΜΜΕ πραγματοποιούν και επιβεβαιώνουν παραγγελιές μέσω της χρήσης internet(Σχήμα 3.52).



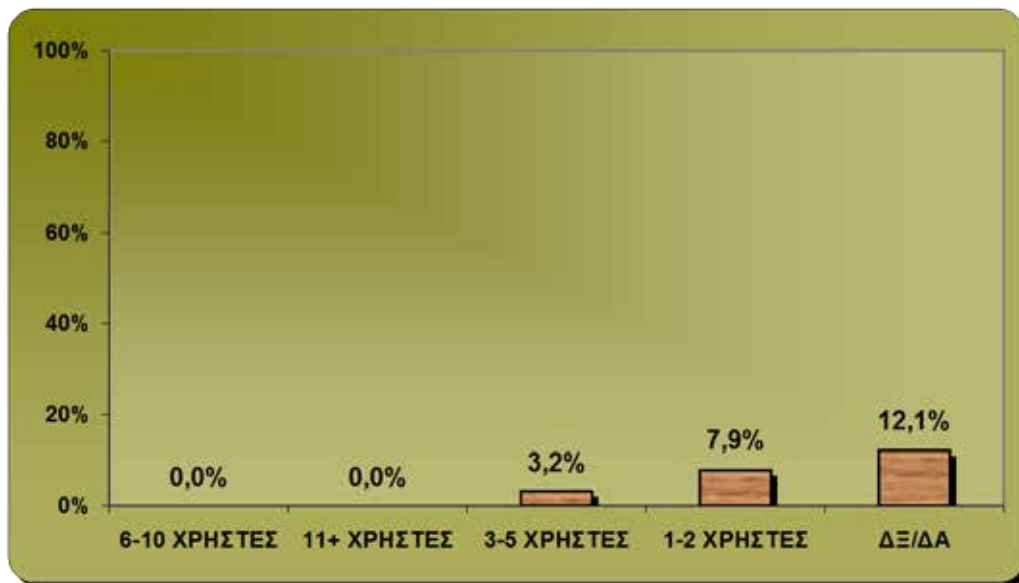
**Σχήμα 3.53. Ύπαρξη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην επιχείρηση
(βάση: οι επιχειρήσεις που έχουν Η/Υ)**

Από τις επιχειρήσεις που έχει σύνδεση internet, το 23,2% των επιχειρήσεων διαθέτει e-mail, έναντι του 21,2% των επιχειρήσεων που δεν διαθέτει e-mail (Σχήμα 3.53).



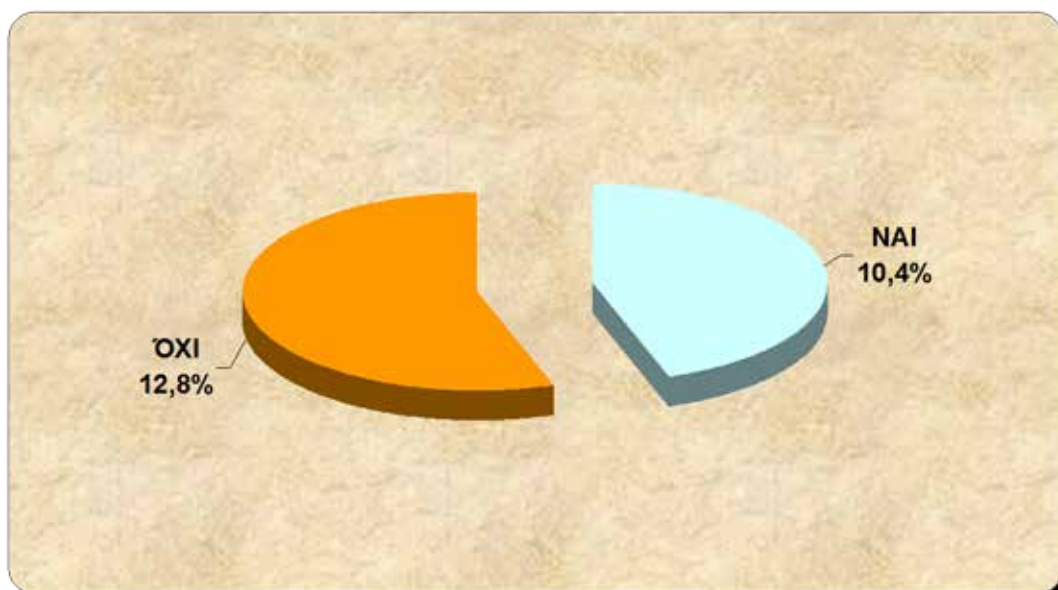
**Σχήμα 3.54. Αριθμός διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
(βάση : οι επιχειρήσεις που διαθέτουν e-mail)**

Η χρήση του e-mail είναι πλέον διαδεδομένη στο χώρο των επιχειρήσεων. Έτσι ένα αρκετό σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων (11,1%), διαθέτει μια διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Σχήμα 3.54).



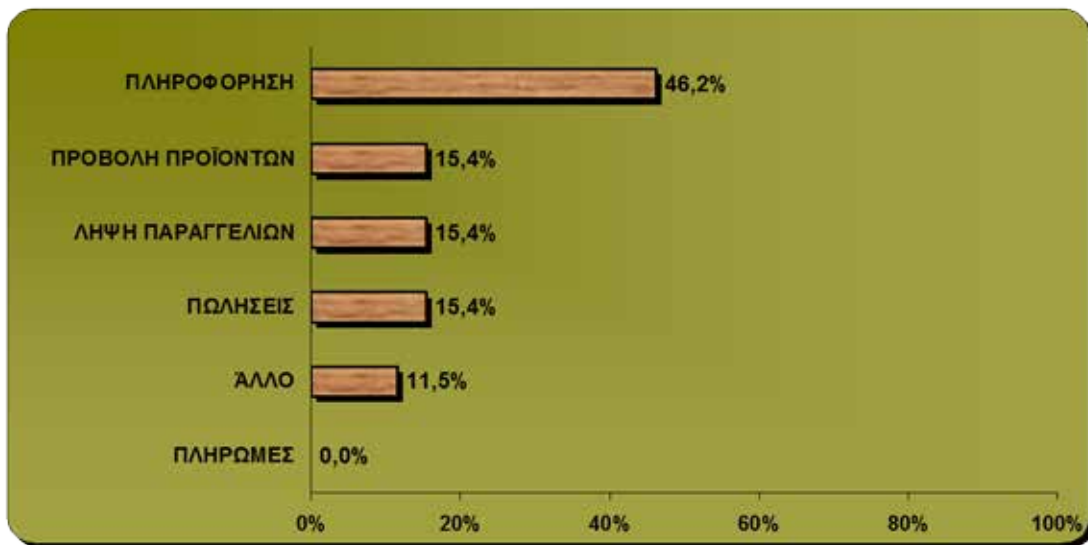
Σχήμα 3.55. Αριθμός χρηστών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στην επιχείρηση (βάση : οι επιχειρήσεις που διαθέτουν e-mail)

Από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε, διαπιστώσαμε ότι το 7,9% των επιχειρήσεων διαθέτουν έναν έως δυο χρήστες e-mail, ενώ το 3,2% των επιχειρήσεων απασχολεί τρεις έως πέντε χρήστες e-mail (Σχήμα 3.55).



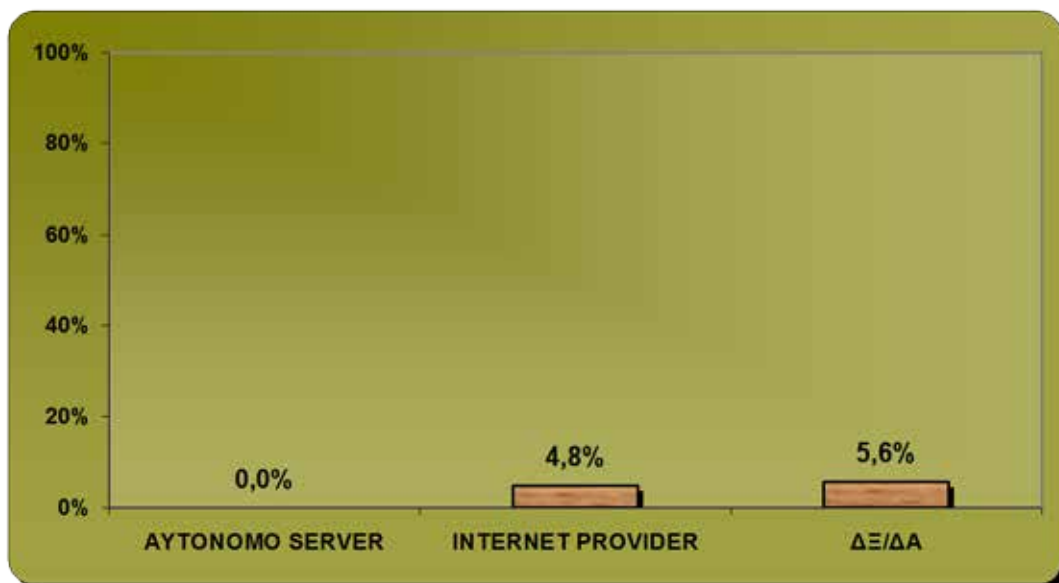
Σχήμα 3.56. Ύπαρξη εταιρικής ιστοσελίδας στην επιχείρηση (βάση : οι επιχειρήσεις που διαθέτουν e-mail)

Το Διαδίκτυο προσφέρει μια καλή και οικονομική λύση προβολής της επιχείρησης. Το 10,4% των επιχειρήσεων έχουν δημιουργήσει εταιρική ιστοσελίδα, με σκοπό την προβολής τους, σε αντίθεση με το 12,8% των επιχειρήσεων που δεν διαθέτουν εταιρική ιστοσελίδα (Σχήμα 3.56).



Σχήμα 3.57. Λόγοι που οδήγησαν στην δημιουργία εταιρικής ιστοσελίδας (επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές -βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν εταιρική ιστοσελίδα)

Όλες οι επιχειρήσεις δημιουργούν εταιρική ιστοσελίδα για πληροφόρηση των ενδιαφερομένων ως προς την εταιρεία και τα προϊόντα της(46,2%). Περαιτέρω η διαφήμιση, η λήψη παραγγελιών και οι πωλήσεις αποτελούν τους βασικούς λόγους δημιουργίας εταιρικής ιστοσελίδας(15,4%) (Σχήμα 3.57).



Σχήμα 3.58. Φιλοξενία της εταιρικής ιστοσελίδας (βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν εταιρική ιστοσελίδα)

Η δημιουργία μιας σωστής ιστοσελίδας για την εξυπηρέτηση των σκοπών της επιχείρησης θα πρέπει να γίνεται σε συνεργασία με εταιρίες που είναι εξειδικευμένες σε αυτό τον τομέα. Το 4,8% των επιχειρήσεων συνεργάζονται με την εταιρεία παροχής υπηρεσιών Internet provider (Σχήμα 3.58).

3.4. Προβλήματα εισαγωγής νέων ΤΠΕ και τομείς που έχουν ανάγκη υποστήριξης.

Όπως αναφέραμε παραπάνω, η χρήση των τεχνολογιών της πληροφορικής και των επικοινωνιών, προσφέρει σημαντικά οφέλη σε μια επιχείρηση. Αφού με την χρήση των εν λόγω τεχνολογιών αλλάζει ο τρόπος της δραστηριότητας και της λειτουργίας μιας επιχείρησης, ορίζοντας νέα επιχειρηματικά μοντέλα και βοηθώντας την επιχείρηση να αντεπεξέλθει στον ανταγωνισμό της αγοράς. Ακόμα, οι τεχνολογίες αυτές βοηθούν την επιχείρηση στην περαιτέρω εξέλιξη, ανάπτυξη και επέκτασης της.

Πολλές επιχειρήσεις όμως, αντιμετωπίζουν προβλήματα στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών.



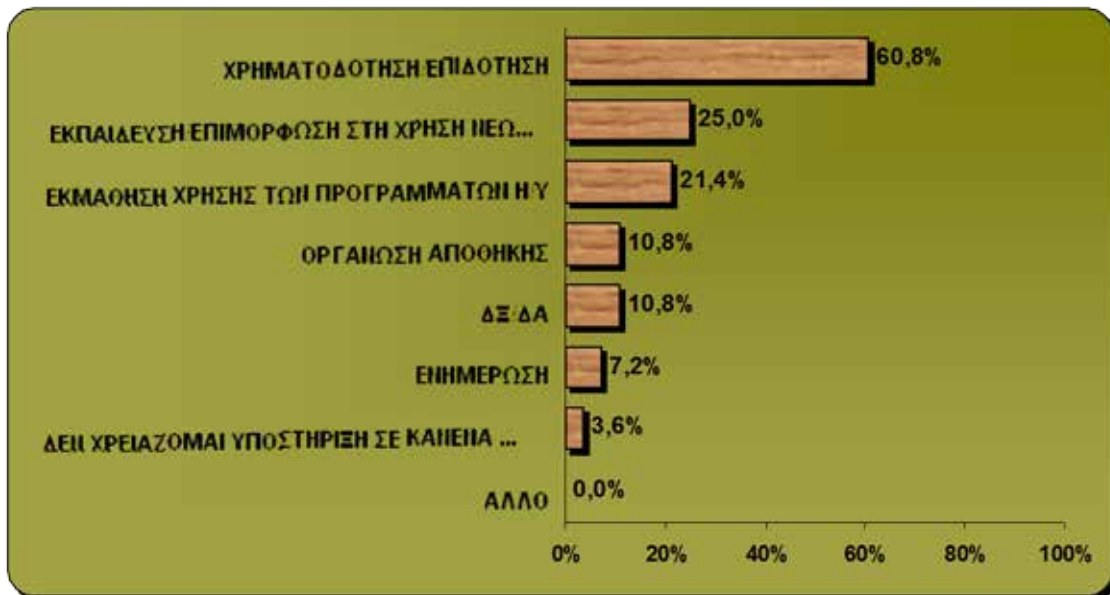
Σχήμα 3.59. Προβλήματα στην επιχείρηση από την εισαγωγή νέων τεχνολογιών (επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές -βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

Το πρώτο κατά σειρά πρόβλημα, για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, αποτελεί το μεγάλο κόστος για το 21,4% των επιχειρήσεων .

Σημαντικό πρόβλημα αποτελεί η δυσκολία στον χειρισμό Η/Υ, από τους χρηστές με ποσοστό 17,8% των επιχειρήσεων, ενώ το 10,8% των επιχειρήσεων ισχυρίζεται ότι χρειάζεται εξειδικευμένη εκπαίδευση για την χρήση των νέων τεχνολογιών.

Επιπλέον το 7,2% των επιχειρήσεων αντιμετωπίζει δυσκολία στην προσαρμογή των νέων τεχνολογιών, ενώ το 3,6% των επιχειρήσεων ανέφερε το πρόβλημα της έλλειψης ενημέρωσης σχετικά με τις νέες τεχνολογίες καθώς και τον τρόπο χρήσης τους.

Παρόλα αυτά όμως, το 25% των επιχειρήσεων δεν αντιμετωπίζει κανένα πρόβλημα (Σχήμα 3.59). Η μείωση της αντίληψης των επιχειρήσεων για τη μη ύπαρξη κανενός προβλήματος στην εισαγωγή νέων ΤΠΕ αποτελεί ένδειξη της κατανόησης των πραγματικών προβλημάτων που προκύπτουν από την συστηματικότερη χρήση των νέων ΤΠΕ.



Σχήμα 3.60. Τομείς της επιχείρησης όπου χρειάζεται υποστήριξη για την εισαγωγή και χρήση νέων ΤΠΕ (επιτρέπονται πολλαπλές επιλογές -βάση: οι επιχειρήσεις που διαθέτουν Η/Υ)

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις ανέφεραν ένα αυξανόμενο αριθμό τομέων που πιστεύουν ότι χρειάζονται υποστήριξη για την εισαγωγή και χρήση των νέων τεχνολογιών. Ο τομέας που χρειάζεται υποστήριξη θεωρείται με 60,8% των απαντήσεων ο τομέας της χρηματοδότησης και επιδότησης. Το 25% του συνόλου των επιχειρήσεων θεωρεί ως ένα δεύτερο τομέα υποστήριξης την εκπαίδευση και την επιμόρφωση των χρηστών, ενώ το 21,4% των επιχειρήσεων θεωρεί την εκμάθηση χρήσης των προγραμμάτων Η/Υ έναν τομέα που χρειάζεται υποστήριξη. Επιπλέον οι επιχειρήσεις θεωρούν ότι τόσο η οργάνωση αποθήκης όσο και η ενημέρωση είναι δυο τομείς όπου χρειάζονται υποστήριξη με ποσοστό 10,8% και 7,2% αντίστοιχα. Τέλος, το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν θεωρεί ότι χρειάζεται υποστήριξη σε κανένα τομέα, είναι το 3,6%, γεγονός που μας κάνει να πιστεύουμε ότι οι επιχειρήσεις της πόλης των Ιωαννίνων αντιμετωπίζουν αρκετά προβλήματα τόσο στην εισαγωγή όσο και στην χρήση νέων ΤΠΕ (Σχήμα 3.60).

Συμπέρασμα

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν για τους λόγους μη χρήσης, σε συνδυασμό με την εξέλιξη πρόθεσης απόκτησης Η/Υ και τα χαμηλά ποσοστά χρήσης Η/Υ στις επιχειρήσεις δεν είναι ενθαρρυντικά για την δυναμική εξέλιξη της χρήσης Η/Υ στις ΜΜΕ. Η διείσδυση Η/Υ στις ΜΜΕ θα πρέπει να ληφθεί ιδιαίτερα υπόψη σε κάθε πιθανή παρέμβαση από την πολιτεία που αποσκοπεί στην ανάπτυξη της χρήσης και ολοκλήρωσης των ΤΠΕ στις ΜΜΕ.

Κυρίαρχοι λόγοι μη χρήσης αναδεικνύονται οι αναφορές των ΜΜΕ για την μη ύπαρξη ανάγκης από το αντικείμενο εργασίας και η έλλειψη ενδιαφέροντος, τα οποία θα πρέπει να ληφθούν ιδιαίτερα υπόψη για μελλοντικές προτάσεις πολιτικής ενθάρρυνσης της χρήσης Η/Υ και ενσωμάτωσης τους στις επιχειρηματικές διαδικασίες.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η ιστορία του e-επιχειρείν, είναι γραμμένη στο μέλλον. Οι τάσεις που παρατηρούμε σήμερα, είναι ένα μικρό δείγμα μιας μακράς και μη γραμμικής εξέλιξης. Απαιτείται μια πιο ευέλικτη αντίληψη του e-επιχειρείν, η οποία να εμπεριέχει την έννοια της κοινωνικής αφομοίωσης και της συνδημιουργίας των νέων υπηρεσιών μέσα σε ένα δυναμικό και εξελικτικό περιβάλλον της αγοράς, όπου ο πειραματισμός και η αποτυχία, είναι εύκολα και φέρουν μικρό κόστος.

Οι ευκαιρίες που παρέχει ο χώρος της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, πρέπει να βρεθούν στο επίκεντρο κάθε στρατηγικής που υλοποιούν οι χώρες της Ευρώπης. Το όραμα της Κοινωνίας της Πληροφορίας προβλέπει ότι οι πολίτες, χωρίς καμία διάκριση, θα ασκούν το δικαίωμα της ελεύθερης γνώμης, της αναζήτησης και της λήψης πληροφοριών – ιδεών, μέσα από όλα τα δίκτυα επικοινωνίας ανεξαρτήτων συνόρων.

Η Κοινωνία της Πληροφορίας ιδρύεται με σεβασμό προς την έκφραση του πολιτισμού. Οι νέες τεχνολογίες, θα πρέπει να προσαρμόζονται σε κάθε πολιτισμική διαφοροποίηση και να ενισχύουν τη δυνατότητα των κυβερνήσεων να αναπτύσσουν ενεργές πολιτικές προς αυτή την κατεύθυνση. Η πρόσβαση και η συνεισφορά στη γνώση και στην πληροφορία, ενισχύουν την αμοιβαία κατανόηση και το σεβασμό προς τη διαφοροποίηση.

Η επιβίωση και η ανάπτυξη των Ελληνικών επιχειρήσεων πληροφορικής και επικοινωνίας, έχουν άμεση σχέση με δυο σημαντικούς παράγοντες :

- Ø **Μέγεθος Αγοράς:** Το μικρό μέγεθος της Ελληνικής αγοράς μεγαλώνει τον κίνδυνο επενδύσεων των εταιρειών σε προϊόντα, όταν μάλιστα αυτά ανταγωνίζονται εισαγόμενα , ο κίνδυνος αυξάνεται.
- Ø **Ωριμότητα Αναγκών Αγοράς:**Εταιρείες πληροφορικής που θα οργανώσουν σωστά την παροχή υπηρεσιών (χρηματοοικονομικές, ταξιδιωτικές, ERP, υγείας, επικοινωνίας, internet,e-mail κ.τ.λ.) , θα μπορέσουν να αναπτυχθούν σε μια σχετικά προβλεπόμενη αγορά.

Εν κατακλείδι, είμαστε στην αρχή ενός τεχνολογικού μετασχηματισμού που έχει πολλά να προσφέρει, αρκεί να τον αντιμετωπίσουμε υπό όρους ρεαλισμού, μεθοδικότητας και ουσιαστικού σεβασμού. Η πληροφορική και οι τηλεπικοινωνίες δεν είναι πολυτέλεια, αλλά ανάγκη της σύγχρονης κοινωνίας. Γιατί, καλή η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών υπηρεσιών από το κράτος, όταν όμως χτίζεται κάτι, πρέπει να φτιάχνεται και ο «δρόμος» για να φτάσει κάποιος σ' αυτόν.

Γ΄ ΜΕΡΟΣ – ΥΠΟΔΟΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

15. Ύπαρξη Ηλεκτρονικών Υπολογιστών (Η/Υ) στην επιχείρηση
 ΝΑΙ
 ΟΧΙ

15.1 Εάν ΝΑΙ σημειώστε τον αριθμό Η/Υ	
1	
2	
3	
4 - 5	
6 - 10	
11+	

15.2 Εάν ΟΧΙ υπάρχει πρόθεση αγοράς Η/Υ	
Τον επόμενο μήνα	
Τους επόμενους 3 μήνες	
Τους επόμενους 6 μήνες	
Το επόμενο έτος	
Περισσότερο από 1 έτος	
ΔΞ/ΔΑ	

15.3. Λόγοι που δεν υπάρχουν Η/Υ στην Επιχείρηση (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)
Δεν υπάρχει ανάγκη από το αντικείμενο Εργασίας
Δεν υπάρχουν εφαρμογές για τις ανάγκες μας
Έλλειψη εκπαίδευσης / ενημέρωσης
Είναι ακριβοί
Έλλειψη τεχνολογίας / εξοπλισμού
Δύσκολη χρήση
Δεν υπάρχει ζήτηση από προμηθευτές / πελάτες
Δε με ενδιαφέρει
ΔΞ/ΔΑ

15.4. Λόγοι πρόθεσης απόκτησης Η/Υ (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)
Αυτοματισμός γραφείου
Εμπορικές εφαρμογές
Εφαρμογές λογιστηρίου
Διαχείριση αποθεμάτων
Εφαρμογές παραγωγής
Γενική χρήση Διαδικτυου /INTERNET
Χρήση Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου
Ηλεκτρονικό Εμπόριο
Προγραμματισμός Παραγωγής (MRP)
Πληροφοριακό Σύστημα Διοίκησης (MIS)
Άλλες επιχειρηματικές χρήσεις
ΔΞ/ΔΑ

Όσες επιχειρήσεις έχουν Η/Υ

16. Κυριότεροι λόγοι χρήσης Η/Υ (κατά σειρά σπουδαιότητας)	
ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	
ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ (ΓΕΝΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ / ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑ)	
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΘΗΚΗΣ	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟ	
INTERNET	
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	
ΑΛΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΧΡΗΣΕΙΣ	
Άλλο	
ΔΞ/ΔΑ	

17. Ποια τμήματα της επιχείρησης χρησιμοποιούν Η/Υ (επιτρέπεται η χρήση πολλαπλών επιλογών)			
ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ		ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ	
ΠΩΛΗΣΕΙΣ		ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	
ΠΑΡΑΓΩΓΗ		ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	
ΑΠΟΘΗΚΗ		ΆΛΛΟ ΤΜΗΜΑ	
ΔΙΟΙΚΗΣΗ			

18. Αριθμός υπαλλήλων που χρησιμοποιούν Η/Υ (χρήστες Η/Υ)	
1	
2 - 3	
4 - 5	
6 - 10	
11+	

19. Ύπαρξη δικτύου Η/Υ στην επιχείρηση ΝΑΙ ΟΧΙ
--

19.1. Εάν ΝΑΙ σημειώστε τύπο δικτύου	
ΔΞ/ΔΑ	
LAN (τοπικό δίκτυο)	
Intranet	
Άλλο (περιγράψτε)	

19.2. Εάν ΟΧΙ υπάρχει πρόθεση σύνδεσης σε δίκτυο Η/Υ	
Τον επόμενο μήνα	
Τους επόμενους 3 μήνες	
Τους επόμενους 6 μήνες	
Το επόμενο έτος	
Περισσότερο από 1 έτος	
ΔΞ / ΔΑ	

20. Εφαρμογή που παρατηρήθηκε μεταβολή του αριθμού χρηστών Η/Υ στην επιχείρηση την τελευταία τριετία (Δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)			
Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο		Εμπορικές Εφαρμογές	
Χρήση Internet		Παραγωγή	
Ηλεκτρονικό Εμπόριο		Λογιστήριο	
Εμπορικές εφαρμογές		Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο	
Λογιστήριο		Τιμολόγηση	
Τιμολόγηση		Άλλο (περιγράψτε)	
Παραγωγή			
Διαχείριση Αποθήκης			
Άλλο (περιγράψτε)			

21.Βαθμός χρήσης και αξιολόγησης του διατιθέμενου εξοπλισμού από τους υπαλλήλους της επιχείρησης	
ΛΙΓΟ	
ΜΕΤΡΙΑ	
ΠΟΛΥ	
ΔΞ/ΔΑ	

22.Πως αξιολογείτε το επίπεδο γνώσεων και δεξιοτήτων των χρηστών Η/Υ της επιχείρησης	
ΜΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ	
ΜΕΤΡΙΟ	
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ	
ΠΟΛΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ	
ΔΞ/ΔΑ	

Όλες οι επιχειρήσεις

23. Ύπαρξη εταιρικών κινητών τηλεφώνων στην επιχείρηση	
ΝΑΙ	ΟΧΙ

23.1. Εάν ΝΑΙ σημειώστε την εταιρεία σύνδεσης	
Cosmote	
Vodafone	
Telestet	
Q	

24. Σε ποια τμήματα της επιχείρησης χρησιμοποιούνται τα εταιρικά κινητά τηλέφωνα:			
Πωλήσεις		Marketing – διαφήμιση	
Διοίκηση		Μηχανοργάνωση	
Παραγωγή		Επικοινωνία συναδέλφων	
Λογιστήριο		Δουλειές εκτός γραφείου	
Προμήθειες		Άλλο (περιγράψτε)	

Δ' ΜΕΡΟΣ – ΧΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ Η/Υ ΜΟΝΟ όσες επιχειρήσεις έχουν Η/Υ

25.Ύπαρξη σύνδεσης Internet στην επιχείρηση	
ΝΑΙ	ΟΧΙ

25.1.Εάν ΟΧΙ, υπάρχει πρόθεση σύνδεσης όσες επιχειρήσεις έχουν Η/Υ και δεν έχουν σύνδεση Internet	
Τον επόμενο μήνα	
Τους επόμενους 3 μήνες	
Τους επόμενους 6 μήνες	
Το επόμενο έτος	
Περισσότερο από 1 έτος	
ΔΞ/ΔΑ	

25.2. Λόγοι που δεν υπάρχει σύνδεση internet (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών) (όσες επιχειρήσεις έχουν Η/Υ και έχουν πρόθεση να αποκτήσουν σύνδεση internet)			
Δεν υπάρχει ανάγκη από το αντικείμενο εργασίας		Δεν υπάρχει ζήτηση από προμηθευτές πελάτες	
Έλλειψη εκπαίδευσης / ενημέρωσης		Είναι ακριβή η σύνδεση	
Δεν υπάρχουν εφαρμογές για τις ανάγκες μας		Δύσκολη χρήση	
Έλλειψη τεχνολογίας / εξοπλισμού		Δε με ενδιαφέρει	
		ΔΞ / ΔΑ	

25.3. Λόγοι πρόθεσης απόκτησης σύνδεσης internet (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών) (όσες επιχειρήσεις έχουν Η/Υ και έχουν πρόθεση να αποκτήσουν σύνδεση internet)			
Ενημέρωση γενικά / γενική χρήση		Χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου	
Επαγγελματική ενημέρωση		Εκσυγχρονισμός	
Προβολή επιχείρησης / εμπορευμάτων		Επαγγελματική χρήση	
Χρήση ηλεκτρονικής δημόσιας υπηρεσίας		Καλύτερη εξυπηρέτηση	
Επικοινωνία με άλλους		Ψυχαγωγία	

Όσες επιχειρήσεις έχουν σύνδεση Internet

26. Αριθμός συνδρομών internet στην επιχείρηση	
1 συνδρομή	
2 συνδρομές	
3 συνδρομές	
4+ συνδρομές	

27. Αριθμός χρηστών Internet στην επιχείρηση	
1 – 2 χρήστες	
3 – 5 χρήστες	
6 - 10 χρήστες	
11 + χρήστες	

28. Είδος σύνδεσης Internet (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)	
ISDN	
Dial up	
Μισθωμένη γραμμή (leased line)	
ΔΞ/ΔΑ	

29. Πόσο καιρό διαθέτει η επιχείρηση σύνδεση Internet	
1 - 6 μήνες	
7 - 18 μήνες	
2 - 2,5 έτη	
2,5 - 5,5 έτη	
ΔΞ/ΔΑ	

30. Ποιοι είναι οι κυριότεροι λόγοι χρήσης internet στην επιχείρηση		
	1 ^{ος} κύριος λόγος	Συμπληρωματικά
Για επικοινωνία γενικά (email-internet)		
Για αγορά υπηρεσιών		
Για αγορά αγαθών		
Για ηλεκτρονικό εμπόριο – προμήθειες		
Για ηλεκτρονικό εμπόριο – διάθεση		
Για ενημέρωση		

31. Λόγοι χρήσης εφαρμογών internet το τελευταία τρίμηνο (υπάρχει δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)			
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο		Κατάθεση Φ.Π.Α.	
Ψυχαγωγία / ενημέρωση		Πρόσβαση σε δωρεάν λογισμικό	
Πληροφορίες για αγορές / προϊόντα		Χρήση άλλης ηλεκτρονικής υπηρεσίας	
Πραγματοποίηση / επιβεβαίωση παραγγελιών		Εκπαιδευτικό λογισμικό	
Πραγματοποίηση / επιβεβαίωση πληρωμών		ΔΞ / ΔΑ	

32. Ύπαρξη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) στην επιχείρηση

ΝΑΙ (καταγράψτε τη διεύθυνση)_____

ΟΧΙ

όσες επιχειρήσεις έχουν Η/Υ και διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου(email)

33. Εάν ΝΑΙ σημειώστε τον αριθμό (email) διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	
1 διεύθυνση	
2 – 3 διευθύνσεις	
4 – 5 διευθύνσεις	
6 – 10 διευθύνσεις	
11+ διευθύνσεις	

34. Αριθμός χρηστών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) στην επιχείρηση	
1 - 2 χρήστες	
3 - 5 χρήστες	
6 - 10 χρήστες	
11+ χρήστες	

35. Ύπαρξη εταιρικής ιστοσελίδας στην επιχείρηση

ΝΑΙ (καταγράψτε τη διεύθυνση)_____

ΟΧΙ

Όσες επιχειρήσεις έχουν Η/Υ και εταιρική ιστοσελίδα

36. Ποιοι λόγοι οδήγησαν στη δημιουργία εταιρικής ιστοσελίδας	
Προβολή προϊόντων	
Πληροφόρηση	
Λήψη παραγγελιών	
Πωλήσεις	
Πληρωμές	
Άλλο	

37. Η φιλοξενία της εταιρικής ιστοσελίδας γίνεται σε	
Internet provider	
Αυτόνομο server	

38. Παρατηρούμενα προβλήματα στην επιχείρηση από την εισαγωγή νέων τεχνολογιών (υπάρχει δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)			
Κανένα πρόβλημα		Έλλειψη γνώσεων	
Δυσκολία στο χειρισμό χρήσης Η/Υ		Δυσκολία στην προσαρμογή	
Απαιτείται εξειδικευμένη εκπαίδευση		Δεν ενδιαφέρομαι / δε χρειάζομαι νέα τεχνολογία	
Μεγάλο κόστος		Άλλο	
Έλλειψη ενημέρωσης		ΔΞ / ΔΑ	

39. Τομείς της επιχείρησης όπου χρειάζεται υποστήριξη για την εισαγωγή και χρήση νέων τεχνολογιών			
Δε χρειάζεται υποστήριξη σε κανέναν τομέα		Χρηματοδότηση / επιδότηση	
Εκπαίδευση / επιμόρφωση στη χρήση νέων τεχνολογιών		Ενημέρωση	
Εκμάθηση χρήσης των προγραμμάτων Η/Υ		Οργάνωση Αποθήκης	
Άλλο		ΔΞ/ΔΑ	

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- § Μηλιώτη Ειρήνη, «Προγραμματισμός Δράσεων Επιχειρήσεων»
- § Κυριαζόπουλος Παναγιώτης Γ. «Σύγχρονες μορφές διοίκησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων»
- § Σιφνιώτης Κωνσταντίνος Χ. «Logistics management, Θεωρία και πράξη»
- § Παπαδάκης Βασίλης Μ. «Στρατηγική των επιχειρήσεων : Ελληνική και Διεθνής εμπειρία»
- § Φαναριώτης Παναγιώτης «Επιχειρηματικές Επικοινωνίες»
- § Γεωργόπουλος Ν., Πανταζή Μ., Νικολαράκης Χ., Βαγγελάτος Ι., «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν»
- § Προοπτική & Ανάπτυξη. Ενημερωτική έκδοση Επιμελητηρίου Ιωαννίνων περίοδος Β΄ τεύχος 9 Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2004
- § Προοπτική & Ανάπτυξη. Ενημερωτική έκδοση Επιμελητηρίου Ιωαννίνων περίοδος Β΄ τεύχος 10 Οκτώβριος-Δεκέμβριος 2004
- § Ανάλεκτα των ερευνών
Περιοδική έκδοση της επιτροπής ερευνών Α.Π.Θ.
- § ΣΕΠΕ NEWS
τεύχος 7, Ιούλιος - Σεπτέμβριος 2003
- § ΣΕΠΕ NEWS
τεύχος 8, Οκτώβριος - Δεκέμβριος 2003
- § ΣΕΠΕ NEWS
τεύχος 9, Ιανουάριος - Μάρτιος 2004
- § Πανελλαδική έρευνα για τη χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, Δεκέμβριος 2001-Ιανουάριος 2002, ΕΔΕΤ/CENTRUM.
- § Πανελλαδική έρευνα για τη χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, Δεκέμβριος 2002-Ιανουάριος 2003, ΕΔΕΤ/CENTRUM.

¹ Επίσημη Εφημερίδα Ευρωπαϊκής Ένωσης, L 107, της 30.04.1996 , σ.4

² Επίσημη Εφημερίδα Ευρωπαϊκής Ένωσης, L 124, της 20.05.2004 , σ.6

³ European Commission, Observatory of European SMEs 2002

E-business w@tch

⁵ E-business forum , «Έρευνα για τις νέες τεχνολογίες & την κοινωνία της

πληροφορίας»

⁶ e-business forum (www. e-businessforum.gr) «Μελέτη έρευνας αγοράς για το ηλεκτρονικό επιχειρείν», Φεβρουάριος 2004

§ [www.e_businessforum .gr](http://www.e_businessforum.gr)

§ www.ypan.gr

§ www.europa.gr

§ www.esye.gr

§ www.icap.gr

§ www.eommex.gr

§ www.go-online.gr

§ www.ekt.gr