



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΥΠ. ΕΣΩΤ., ΔΗΜ. ΔΙΟΙΚ. & ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΣΗΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
«ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ»



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

ΕΡΓΟ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΟ
ΚΑΤΑ 75% ΑΠΟ ΤΟ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



Η χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών
(ΤΠΕ) από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ)

Έρευνα σε δείγμα 1.800 επιχειρήσεων

ΜΑΡΤΙΟΣ 2002

Θόδωρος Καρούνος, Γενικός Διευθυντής ΕΔΕΤ, karounos@grnet.gr

Λίνα Γουσίου, Σύμβουλος Έρευνας και Τεχνικο-οικονομικών Μελετών ΕΔΕΤ, lina@grnet.gr

Πίνακας Περιεχομένων

Πανελλαδική Έρευνα - (Δεκέμβριος 2001, Ιανουάριος 2002).....	3
1 Στόχοι της έρευνας	3
2 Τα κύρια συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα	3
3. Τα αναλυτικά αποτελέσματα της έρευνας.....	4
3.1 Βασικά συμπεράσματα της έρευνας για το σύνολο των ΜΜΕ μεγέθους 1 – 250 ατόμων.....	4
3.2 Χρήση Η/Υ και Internet κατά Μέγεθος, Κλάδο και Περιφέρεια.....	6
3.3 Προοπτικές ανάπτυξης χρήσης Η/Υ και Internet κατά Μέγεθος, Κλάδο και Περιφέρεια	9
3.4 Προβλήματα εισαγωγής νέων ΤΠΕ και τομείς που έχουν ανάγκη υποστήριξης.....	11

1 Στόχοι της έρευνας

Στο πλαίσιο του e-Business forum-<http://www.ebusinessforum.gr/> το ΕΔΕΤ (Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας-<http://www.grnet.gr/>) σχεδίασε το ερωτηματολόγιο για την έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την εταιρεία CENTRUM. Το ΕΔΕΤ έχει και την ευθύνη ανάλυσης και συνθετικής παρουσίασης των αποτελεσμάτων.

Η μελέτη αυτή είναι η μια από τις **τρεις ετήσιες έρευνες** που πραγματοποιεί το ΕΔΕΤ στο πλαίσιο του e-Business forum, **η πρώτη αφορά στον γενικό πληθυσμό της χώρας**. Η **δεύτερη έρευνα αφορά τις ΜΜΕ με δείγμα 1.800 επιχειρήσεων**, και η **τρίτη τα διευθυντικά στελέχη τμημάτων πληροφορικής των 500 μεγαλύτερων επιχειρήσεων της χώρας**.

Στόχοι της παρούσας έρευνας ήταν:

- Η διερεύνηση της διάδοσης & χρήσης Η/Υ, Internet, κινητής τηλεφωνίας & άλλων ΤΠΕ στις ΜΜΕ, αποτύπωση της σημερινής κατάστασης καθώς και της πρόθεσης για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών.
- Για στις ΜΜΕ που έχουν σύνδεση Internet η διερεύνηση και αποτύπωση:
 - Των τομέων χρήσης του Internet
 - Της παρουσίας των ΜΜΕ στο Internet
 - Των εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου
 - Των τεχνολογιών και των πρωτοκόλλων που χρησιμοποιούνται
- Αποτύπωση του βαθμού γνώσης του προγράμματος 'ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ'
- Η καταγραφή προβλημάτων και ελλείψεων στην εισαγωγή νέων ΤΠΕ στις ΜΜΕ και αναγνώριση των τομέων που χρειάζονται υποστήριξη.

Η έρευνα απευθύνθηκε σε ΜΜΕ και έγινε με τη μορφή προσωπικών συνεντεύξεων και με τη χρήση ερωτηματολογίου, στο χώρο εργασίας των ερωτώμενων. *Το μέγεθος του δείγματος ήταν 1.800 επιχειρήσεις, μεγέθους από 1 έως 250 άτομα και βασίστηκε στην απογραφή των επιχειρήσεων του 1995 από την ΕΣΥΕ, σύμφωνα με την οποία το σύνολο των ΜΜΕ ανέρχόταν στις 509.837. Η δειγματοληψία πραγματοποιήθηκε από τον Δεκέμβριο 2001 έως τον Ιανουάριο 2002* και ήταν πολυσταδιακή στρωματοποιημένη και αντιπροσωπευτική:

- Των 51 Νομών και των 13 Διοικητικών περιφερειών της Ελλάδας συμπεριλαμβανομένων των νήσων του Ιονίου και του Αιγαίου.
- Του μεγέθους και του κλάδου δραστηριοποίησης.

2 Τα κύρια συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα

1. Μία στις τρεις ΜΜΕ χρησιμοποιεί Η/Υ και FAX, μία στις δέκα έχει εσωτερικό δίκτυο δεδομένων, μια στις 6 κάνει χρήση Internet, μια στις 8 κάνει χρήση e-mail και μια στις 12 έχει εταιρικό κινητό τηλέφωνο.
2. Μέσα στον επόμενο χρόνο μία στις 13 ΜΜΕ προτίθεται να αγοράσει Η/Υ μία στις 16 σκοπεύει να συνδεθεί στο Internet. Σύμφωνα με τα στοιχεία αυτά, και κάτω από τις παρούσες συνθήκες, το 2002 η χρήση Η/Υ στις ΜΜΕ θα σημείωνε αύξηση κατά 22% (βαθμός χρήσης Η/Υ από 34,2% το 2001 σε 42% το 2002) και η σύνδεση στο Internet αύξηση κατά 41% (βαθμός σύνδεσης από 15,4% το 2001 σε 22% το 2002).
3. Εμφανίζονται σημαντικές διαφορές στην πρόσβαση στο Internet μεταξύ των ΜΜΕ ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, τον κλάδο δραστηριοποίησης και την διοικητική

περιφέρεια. Όμως από την εξέταση των αναλυτικών στοιχείων των σχετικών με τις προθέσεις αγοράς Η/Υ και σύνδεση Internet προκύπτει ότι υπάρχει τάση μείωσης των διαφοροποιήσεων αυτών (μεγέθους, κλάδου και περιφέρειας) η οποία είναι μεγαλύτερη στην περίπτωση των Η/Υ.

4. Το μέγεθος της επιχείρησης αποτελεί βασικό προσδιοριστικό παράγοντα για τη χρήση Η/Υ και του Internet (Επιχειρήσεις μεγέθους ενός ατόμου χρησιμοποιούν Η/Υ και Internet σε αναλογίες μία στις τέσσερις και μία στις δέκα αντίστοιχα, ενώ οι αντίστοιχες αναλογίες στις επιχειρήσεις μεγαλύτερων των έντεκα ατόμων είναι εννέα στις δέκα και έξι στις δέκα. Στην Ελλάδα, οι επιχειρήσεις ενός ατόμου αποτελούν το 39% του συνόλου των ΜΜΕ, ενώ οι επιχειρήσεις με περισσότερα από έντεκα άτομα περίπου το 3%).
5. Η χώρα μας βρίσκεται ακόμη σημαντικά πίσω από άλλες χώρες της ΕΕ σε ότι αφορά τη χρήση προσωπικού Η/Υ και Internet για τις πολύ μικρές ΜΜΕ (μεγέθους 1-5 ατόμων). Αντιθέτως ικανοποιητική είναι η χρήση ΤΠΕ στις ΜΜΕ μεγαλύτερες των 11+ όπου υπάρχει τάση σύγκλισης με τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ.
6. **Τουλάχιστον μία στις τρεις ΜΜΕ στην Ελλάδα αντιμετωπίζει προβλήματα Γνώσεων και Προσαρμογής στις νέες ΤΠΕ και έχει σημαντικές ανάγκες υποστήριξης στους τομείς της Εκπαίδευσης και Επιμόρφωσης.** Η αναλογία αυτή είναι ακόμα μεγαλύτερη εάν ληφθούν υπόψη τα ιδιαίτερα μεγάλα ποσοστά που απαντούν ότι δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα/καμμία ανάγκη υποστήριξης (45% και 29%) και ΔΞ/ΔΑ (19% και 23%) στις αντίστοιχες ερωτήσεις, καθώς επίσης και το χαμηλό ποσοστό αναγνωρισιμότητας του προγράμματος 'Δικτυωθείτε' (μόνο το 14% του συνόλου των ΜΜΕ δήλωσε ότι γνωρίζει το πρόγραμμα). **Τα σημαντικά αυτά ποσοστά μπορεί να υποδηλώνουν την γενικότερη άγνοια της συντριπτικής πλειοψηφίας των ΜΜΕ σχετικά με τις ΤΠΕ.** Στις χώρες με πιο αναπτυγμένη χρήση ΤΠΕ οι ΜΜΕ αναγνωρίζουν μία ευρεία σειρά σημαντικών προβλημάτων όπως της ασφάλειας, της έλλειψης εξειδικευμένου προσωπικού, της ταχύτητας μεταφοράς δεδομένων, το νομικό πλαίσιο συναλλαγών κα.
7. Τα προγράμματα που αναφέρονται:
 - ❑ Στη σύνδεση των ΜΜΕ στο Internet και την ηλεκτρονική παρουσία τους σε αυτό («Δικτυωθείτε»)
 - ❑ Στην εξοικείωση των ΜΜΕ με τη χρήση του Internet, ως εργαλείου επιχειρησιακής τους λειτουργίας («Εκπαιδεύεστε για να Δικτυωθείτε»)
 - ❑ Στην ηλεκτρονικοποίηση των λειτουργιών τους («Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά»)καλύπτουν μια ζωτική ανάγκη των ΜΜΕ και αποτελούν τον μοχλό διάδοσης των ΤΠΕ στις ΜΜΕ και συμβάλουν στην είσοδο τους στην ψηφιακή οικονομία.

3. Τα αναλυτικά αποτελέσματα της έρευνας

3.1 Βασικά συμπεράσματα της έρευνας για το σύνολο των ΜΜΕ μεγέθους 1 – 250 ατόμων

Το 34,2% των ΜΜΕ κάνει χρήση Η/Υ, το 10,3% διαθέτει και Εσωτερικό Δίκτυο Δεδομένων και το 36% διαθέτει FAX. Το σύνολο των ΜΜΕ που διαθέτουν Η/Υ υπολογίζεται σε 173.903 επιχειρήσεις και κυριότεροι λόγοι χρήσης Η/Υ είναι ο Αυτοματισμός Γραφείου (64%) και οι Εμπορικές Εφαρμογές (44%). Κυριότερα τμήματα χρήσης Η/Υ είναι το Λογιστήριο (51%) και οι Πωλήσεις 36%. Ο μέσος όρος χρηστών Η/Υ ανά επιχείρηση είναι δύο.

Το 15,4% των ΜΜΕ κάνει χρήση Internet. Ο συνολικός αριθμός ΜΜΕ με σύνδεση Internet υπολογίζεται σε 78.256. Κυριότεροι λόγοι χρήσης Internet είναι η Ενημέρωση (87%) και Χρήση e-mail (75%). Το ποσοστό των ΜΜΕ που διαθέτουν παρουσία στο Internet είναι 4% (3% με Ιστοσελίδα, 1% με Εταιρικό Κόμβο) και ο συνολικός αριθμός τους υπολογίζεται σε περίπου 16.000 επιχειρήσεις. Το ποσοστό των ΜΜΕ που χρησιμοποιεί Internet για ηλεκτρονικές συναλλαγές

ανέρχεται σε περίπου 2% τόσο για τις αγορές όσο και για τις πωλήσεις. Ο μέσος χρόνος σύνδεσης στο Internet είναι 2,2 έτη, ενώ το 50% των ΜΜΕ έχει σύνδεση λιγότερο από 1,5 έτη. Το 44% των ΜΜΕ έχει σύνδεση τύπου ISDN, ενώ το 27% έχει σύνδεση Dial-up. Ο μέσος όρος Συνδρομών Internet ανά επιχείρηση είναι 1,1, ενώ ο μέσος όρος χρηστών Internet ανά επιχείρηση είναι δύο. **Το 45% των ΜΜΕ που διαθέτουν Η/Υ κάνουν και χρήση Internet.**

Το 8% των ΜΜΕ διαθέτει εταιρικό κινητό τηλέφωνο. Ο μέσος αριθμός κινητών τηλεφώνων ανά ΜΜΕ που διαθέτει εταιρικά κινητά είναι 3,5 τηλέφωνα. Κυριότερα τμήματα χρήσης είναι το Πωλήσεων/Εμπορικό (41%) και της Διοίκησης (37%). Το 43% δηλώνει σύνδεση Cosmote, το 41% σύνδεση Panafon, το 34% σύνδεση Telestet.

Τα ποσοστά των ΜΜΕ που διαθέτουν εξειδικευμένα συστήματα πληροφορικής (ERP, ASP, ή CRM) ή σύνδεση με Market Places είναι κάτω από το 1%.

Ένα 8% των ΜΜΕ είχε συμμετοχή των εργαζομένων σε ενδοεπιχειρησιακά προγράμματα για χρήση νέων ΤΠΕ στο παρελθόν, ενώ ένα 10% θα έχει στο μέλλον.

Το 94% των ερωτωμένων που απάντησαν στην Έρευνα ανήκε στο Τμήμα της Γενικής Διεύθυνσης, εκ των οποίων το 85% ήταν ιδιοκτήτες και το 8% Γενικοί Δ/ντές. Η μέση ηλικία των ερωτωμένων ήταν 41 ετών (το 54% ≤ 40 ετών), από τους οποίους το 56% δήλωσε Βασικό επίπεδο εκπαίδευσης, το 28% Ανώτερο, και το 16% Κατώτερο.

Το 50% των ερωτωμένων της Έρευνας θεωρεί ότι ο βαθμός χρήσης και αξιοποίησης του διατιθέμενου εξοπλισμού από τους υπαλλήλους είναι πολύ καλός, ενώ το 35% τον θεωρεί μέτριο. **Το 51% των ερωτωμένων θεωρεί ότι ο βαθμός χρήσης γνώσεων και δεξιοτήτων ως προς τους Η/Υ από τους υπαλλήλους είναι πολύ καλός,** ενώ το 33% τον θεωρεί μέτριο. Από τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν Ηλεκτρονικές Δημόσιες Υπηρεσίες, το 42% θεωρεί ότι η υπηρεσία κατάθεσης ΦΠΑ είναι πολύ καλή, το 31% μάλλον καλή και το 12% μέτρια.

Στο σύνολο των εργαζομένων το 62% είναι άντρες και το 38% γυναίκες. Ο μέσος όρος ηλικίας των εργαζομένων είναι 39 ετών (το 69% ≤ 40), από τους οποίους το 57% έχει Βασικό επίπεδο εκπαίδευσης, το 23% Ανώτερο και το 20% Κατώτερο.

Το 14% των ερωτωμένων δήλωσε γνώση του προγράμματος ‘Δικτυωθείτε’, από τους οποίους το 67% θεωρεί ότι καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής του (εκ των οποίων το 45% σε μεγάλο βαθμό, το 33% σε μέτριο βαθμό και το 8% σε μικρό). Μεταξύ των αναγκών που καλύπτει το πρόγραμμα το 26% απάντησε ‘Ενημέρωση στον Τομέα μου’, το 23% ‘Εκσυγχρονισμός/Μηχανογράφηση Επιχείρησης’, το 19% ‘Οργάνωση Αποθήκης’, το 18% ‘Αγορά/Εκπαίδευση Η/Υ, λογισμικού’, ενώ ένα 14% αναφέρθηκε σε θέματα ‘Σύνδεσης/Εφαρμογών Internet’. Πάνω από το 50% των ερωτωμένων που γνωρίζει το πρόγραμμα απάντησε ότι δεν γνωρίζει αρκετά πράγματα για να απαντήσει σε ερωτήσεις σχετικές με τα Πλεονεκτήματα/Μειονεκτήματα του Προγράμματος καθώς και στις Απαιτούμενες Βελτιώσεις.

Το 27% των ερωτωμένων θεωρεί ως σημαντικότερο πρόβλημα για την εισαγωγή νέων ΤΠΕ στις ΜΜΕ την Έλλειψη Γνώσεων και της Προσαρμογής. Ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό (45%) δηλώνει ότι δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα (ακόμα και για τους μη-κατόχους ΤΠΕ το ποσοστό αυτό είναι 40%), ενώ ένα ποσοστό 19% δηλώνει ΔΞ/ΔΑ.

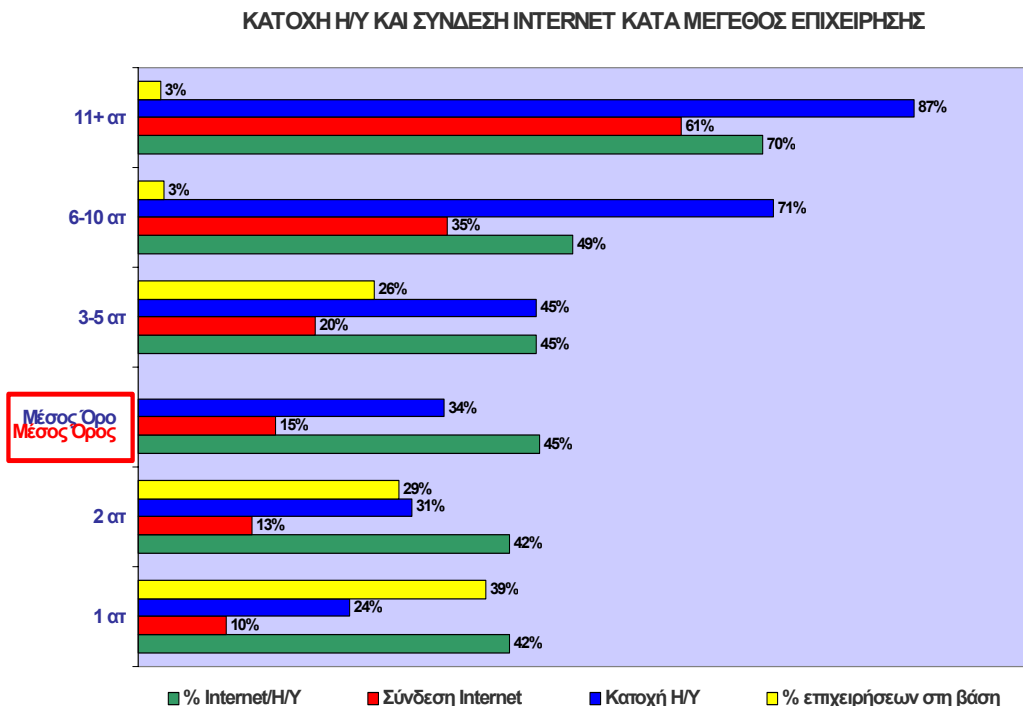
Το 32% των ερωτωμένων θεωρεί ως βασικότερο τομέα που χρειάζεται υποστήριξη τον τομέα της Εκπαίδευσης/Επιμόρφωσης, ενώ το ποσοστό που θεωρεί ότι κανένας τομέας δεν χρειάζεται υποστήριξη είναι 29% και το ποσοστό που απαντά ΔΞ/ΔΑ είναι 23%. Ένα 10% θεωρεί ότι χρειάζεται υποστήριξη σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα της επιχείρησης και άλλο ένα 10% στον τομέα της χρηματοδότησης/επιδότησης.

3.2 Χρήση Η/Υ και Internet κατά Μέγεθος, Κλάδο και Περιφέρεια

Τα ποσοστά των ΜΜΕ στο σύνολο των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν Η/Υ και Internet είναι 35% και 15% αντίστοιχα. Σημαντικοί συντελεστές διαφοροποίησης των ποσοστών αυτών είναι το μέγεθος της επιχείρησης, ακολουθεί ο κλάδος δραστηριότητας και τέλος και σε μικρότερο βαθμό η διοικητική περιφέρεια. Στα διαγράμματα που ακολουθούν τα κίτρινα bars παρουσιάζουν το ποσοστό της σχετικής ομάδας ΜΜΕ στη βάση, τα μπλε το ποσοστό της χρήσης Η/Υ, τα κόκκινα το ποσοστό χρήσης Internet, ενώ τα πράσινα την αναλογία των ΜΜΕ που διαθέτουν Η/Υ και κάνουν και χρήση Internet. Το πρώτο ποσοστό (κίτρινο) δείχνει το σχετικό μέγεθος της ομάδας στον σύνολο των ΜΜΕ, ενώ το τελευταίο (πράσινο) την σχετική διείσδυση της χρήσης Internet στις ΜΜΕ που έχουν ήδη Η/Υ. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται κατά φθίνουσα σειρά του βαθμού χρήσης Η/Υ.

Μέγεθος επιχείρησης

Οι επιχειρήσεις ενός ατόμου αποτελούν το 39% του συνόλου και έχουν τα μικρότερα ποσοστά χρήσης, με 24% για τους Η/Υ και 10% για το Internet. Οι επιχειρήσεις 1-5 ατόμων αποτελούν πάνω από το 95% του συνόλου των ΜΜΕ στην Ελλάδα και τα ποσοστά χρήσης της κατηγορίας αυτής είναι κάτω των συνολικών μέσων όρων (32% χρήση Η/Υ, 14% χρήση Internet).



Οι επιχειρήσεις 6-10 ατόμων αποτελούν περίπου το 3% των ΜΜΕ και έχουν ποσοστά χρήσης Η/Υ και Internet 71% και 35% αντίστοιχα. Οι επιχειρήσεις 11+ ατόμων αποτελούν περίπου το 3% των ΜΜΕ και έχουν ποσοστά χρήσης Η/Υ και Internet 87% και 61% αντίστοιχα.

Συγκριτικά στοιχεία με την ΕΕ υπάρχουν μόνο σε σχέση με το μέγεθος, και αυτό μόνο για τις επιχειρήσεις από 11-250 ατόμων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του 'European Community survey on e-commerce, 2001', Eurostat, τον Ιούνιο του 2001 για επιχειρήσεις μεγαλύτερες των 10 ατόμων τα ποσοστά χρήσης για ΤΠΕ και Internet στην Ελλάδα ήταν αντίστοιχα 84% και 54%. Τα στοιχεία αυτά υποδηλώνουν αύξηση στις μεγαλύτερες ΜΜΕ στην Ελλάδα κατά 3 ποσοστιαίες μονάδες στη χρήση Η/Υ και κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες στη χρήση Internet σε περίπου μισό χρόνο. Τον Ιούνιο του 2001 στις 11 υπόλοιπες χώρες της ΕΕ για τις οποίες δημοσιεύτηκαν στοιχεία, το ποσοστό χρήσης ΤΠΕ κυμαινόταν από 86% (Ιταλία) έως 98% (Φιλανδία), δηλ. η διακύμανση είχε εύρος μόνο 12 ποσοστιαίων μονάδων.

Την ίδια χρονική περίοδο το ποσοστό χρήσης Internet κυμαινόταν από 54% (Λουξεμβούργο) έως 91% (Φιλανδία), δηλ. παρουσίαζαν μεγαλύτερο εύρος. Από τις υπόλοιπες χώρες δύο είχαν χρήση 62% (Ολλανδία, Ηνωμένο Βασίλειο), η Ισπανία 66%, 2 χώρες γύρω στο 70% (Ιταλία, Νορβηγία), 4 χώρες μεταξύ 80% -90% (Αυστρία, Γερμανία, Δανία, Σουηδία).

Ενώ οι ΜΜΕ μεγαλύτερες των 10 ατόμων φαίνεται να συγκλίνουν στη χρήση Η/Υ και Internet με τις αντίστοιχες ΜΜΕ της ΕΕ, παρουσιάζεται σημαντική υστέρηση στις ΜΜΕ μικρότερες των 10 ατόμων και ιδιαίτερα στην κατηγορία 1-5 ατόμων, με ιδιαίτερα μεγάλο χάσμα και μέσα στην Ελλάδα. Συγκριτικά στοιχεία στο σύνολο 19 Ευρωπαϊκών χωρών για ΜΜΕ μικρότερες των 10 ατόμων

παρουσιάζονται στο '2001 ENSR survey on SMEs'. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή τον Αύγουστο του 2001, οι διαφορές στην χρήση Η/Υ και Internet μεταξύ των ΜΜΕ μεγέθους από 0-9 υπαλλήλους και αυτών με περισσότερους των 10 υπαλλήλων ήταν της τάξης των 11-12 ποσοστιαίων μονάδων, δηλ. 1:1,1. Στην Ελλάδα οι αντίστοιχες διαφορές είναι τάξεις μεγέθους, δηλ. 1:2,5 για τους Η/Υ και 1:4 για το Internet.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ των μικρότερων ΜΜΕ (1-10 ατόμων) και των μεγαλύτερων ΜΜΕ (11+ ατόμων) και στον βαθμό παρουσίας στο Internet (με ιστοσελίδα ή κόμβο). Οι ΜΜΕ των 11+ ατόμων έχουν ποσοστό παρουσίας στο Internet 39%, ενώ οι μικρότερες των 10 ατόμων 2,6%. Τα στοιχεία αυτά επιβεβαιώνονται και από την έρευνα Eurostat στην οποία ο βαθμός παρουσίας των μεγαλύτερων ΜΜΕ στην Ελλάδα ήταν 28%, στοιχείο το οποίο υποδηλώνει ότι ο βαθμός παρουσίας των μεγαλύτερων ΜΜΕ στην Ελλάδα αυξήθηκε κατά 11 ποσοστιαίες μονάδες από τον Ιούνιο του 2001. Σύμφωνα με την ίδια πηγή το ποσοστό παρουσίας στο Internet (με ίδια ιστοσελίδα) των ΜΜΕ πάνω των 11 ατόμων τον Ιούνιο του 2001 κυμαίνονταν από 6% (Ισπανία) έως 67% (Σουηδία). Από τις υπόλοιπες χώρες η Ιταλία είχε 9%, 2 χώρες είχαν μεταξύ 30%-40% (Ολλανδία, Λουξεμβούργο), 2 χώρες μεταξύ 40%-50% (Νορβηγία, Ηνωμένο Βασίλειο) και 4 χώρες μεταξύ 50%-65% (Αυστρία, Γερμανία, Δανία, Φιλανδία).

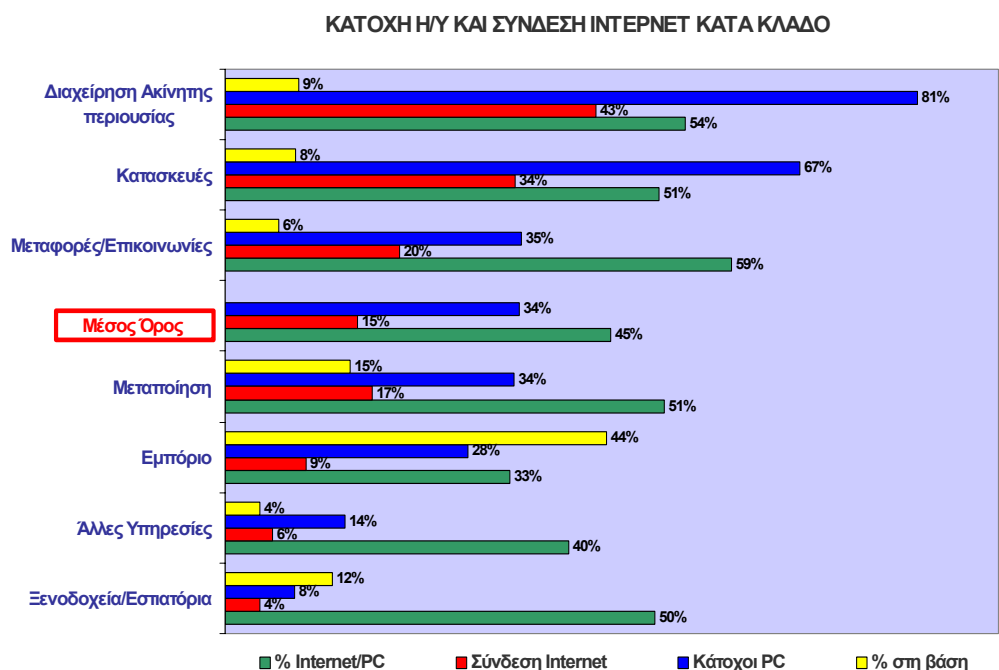
Κλάδος Δραστηριότητας

Ο κλάδος

Διαχείριση Ακίνητης Περιουσίας έχει τα μεγαλύτερα ποσοστά χρήσης Η/Υ (81%) και Internet (43%), ενώ τα χαμηλότερα ποσοστά έχει ο κλάδος Ξενοδοχεία/Εστιατόρια (Η/Υ 8% και Internet 4%).

Στους κλάδους με μεγαλύτερη χρήση από τους μέσους όρους περιλαμβάνονται η Διαχείριση Ακίνητης Περιουσίας, οι Κατασκευές και οι Μεταφορές/Επικοινωνίες.

Στους κλάδους με μικρότερη χρήση από τους μέσους όρους περιλαμβάνονται εκτός από τα Ξενοδοχεία/Εστιατόρια, η Μεταποίηση (εκτός της χρήσης Internet που είναι 17%) και το Εμπόριο. Το Εμπόριο αποτελεί τον μεγαλύτερο κλάδο των ΜΜΕ με ποσοστό στη βάση 44%, ενώ το ποσοστό χρήσης Η/Υ είναι 28% και του Internet 9%.



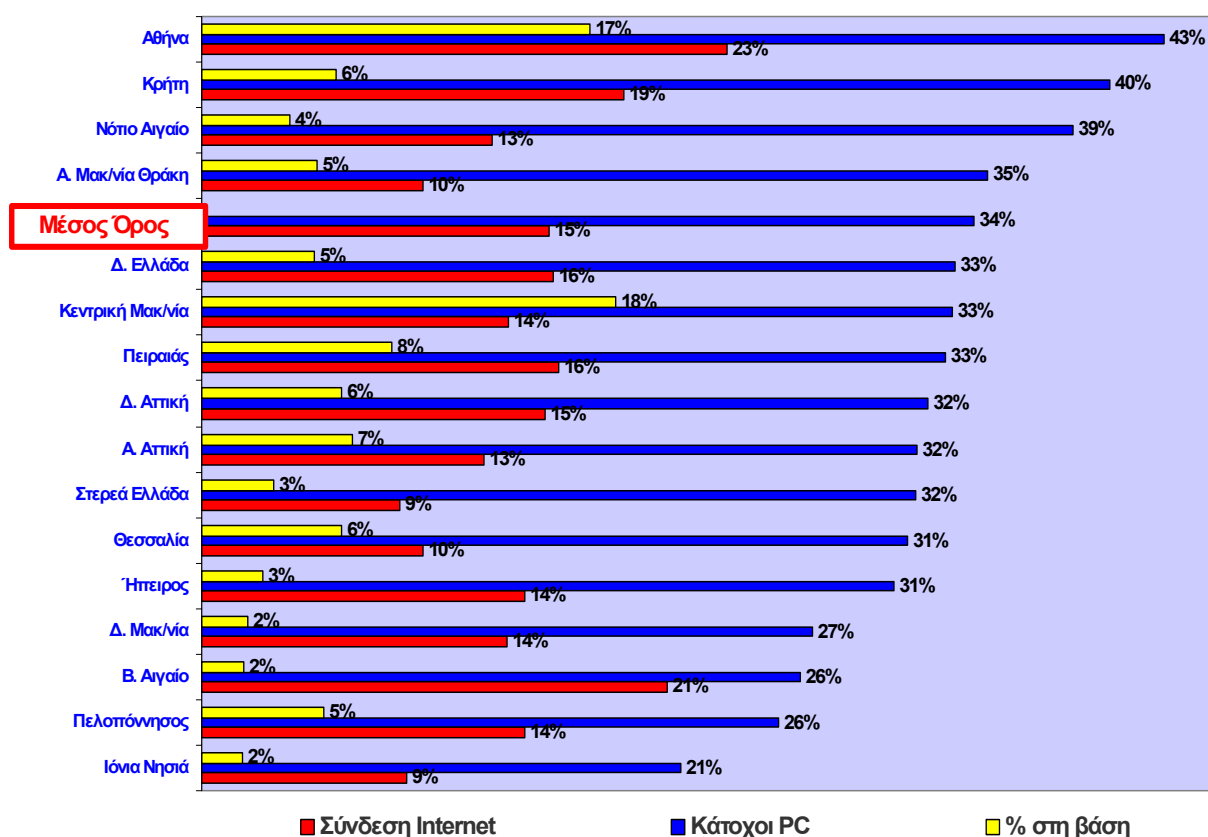
Διοικητική Περιφέρεια

Τα ποσοστά χρήσης κατά περιφέρεια παρουσιάζουν μικρότερες διακυμάνσεις από ότι κατά μέγεθος και κατά κλάδο, και αντικατοπτρίζουν τις διαφορές στη σύνθεση των δύο πρώτων παραγόντων.

Η Ν. Αθηνών έχει τα μεγαλύτερα ποσοστά χρήσης (43% Η/Υ και 23% Internet), ενώ τα Ιόνια Νησιά τα μικρότερα (21% Η/Υ και 9% Internet). Οι υπόλοιπες νομαρχίες Αττικής (Πειραιάς, Δ. Αττική, Α. Αττική) έχουν ποσοστά μικρότερα του μέσου όρου για τους Η/Υ (33%-32%) και ποσοστά κοντά στον μέσο όρο για το Internet (16%-13%).

Η Κρήτη, το Ν. Αιγαίο, και η Α. Μακ/νία Θράκη έχουν ποσοστά χρήσης Η/Υ μεγαλύτερα από τον μέσο όρο (40%, 39% και 35% αντίστοιχα), ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά χρήσης Internet είναι 19%, 13% και 10%. Το Βόρειο Αιγαίο ενώ βρίσκεται στην τρίτη θέση πριν το τέλος, με 26% χρήση Η/Υ, έχει 21% χρήση Internet και παρουσιάζει τον μεγαλύτερο λόγο χρήσης Internet/χρήση Η/Υ, ίσο με 81% (έναντι 45% μέσο όρο).

ΚΑΤΟΧΗ Η/Υ ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΣΗ INTERNET ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ



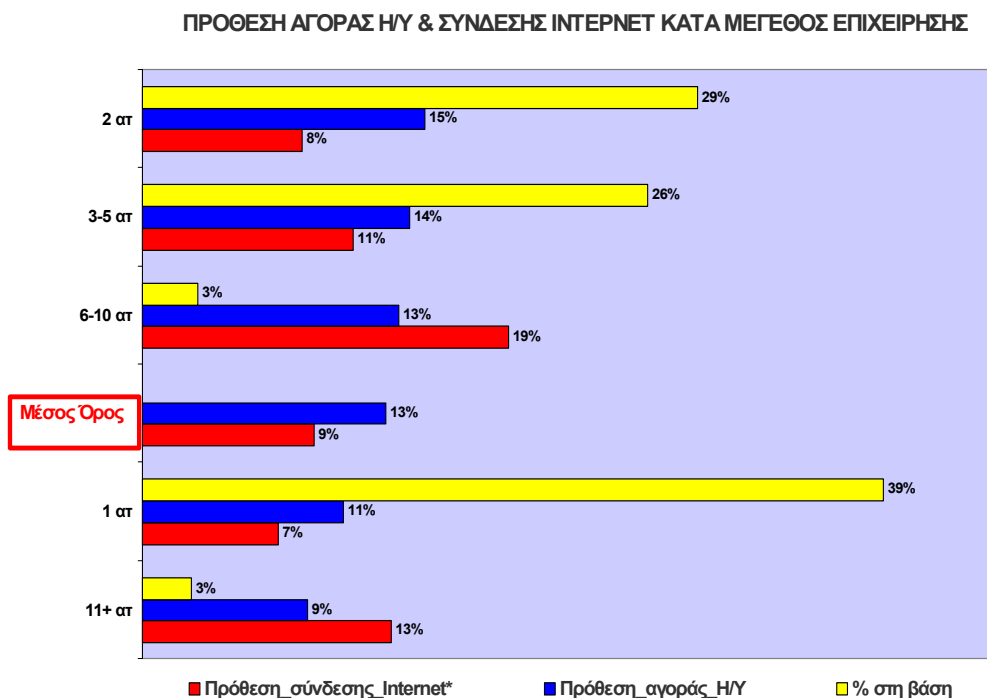
3.3 Προοπτικές ανάπτυξης χρήσης Η/Υ και Internet κατά Μέγεθος, Κλάδο και Περιφέρεια

Το ποσοστό των ΜΜΕ που σκοπεύουν να αγοράσουν Η/Υ ανέρχεται σε 12,8% (περίπου 65.000 επιχειρήσεις). Από τις επιχειρήσεις αυτές:

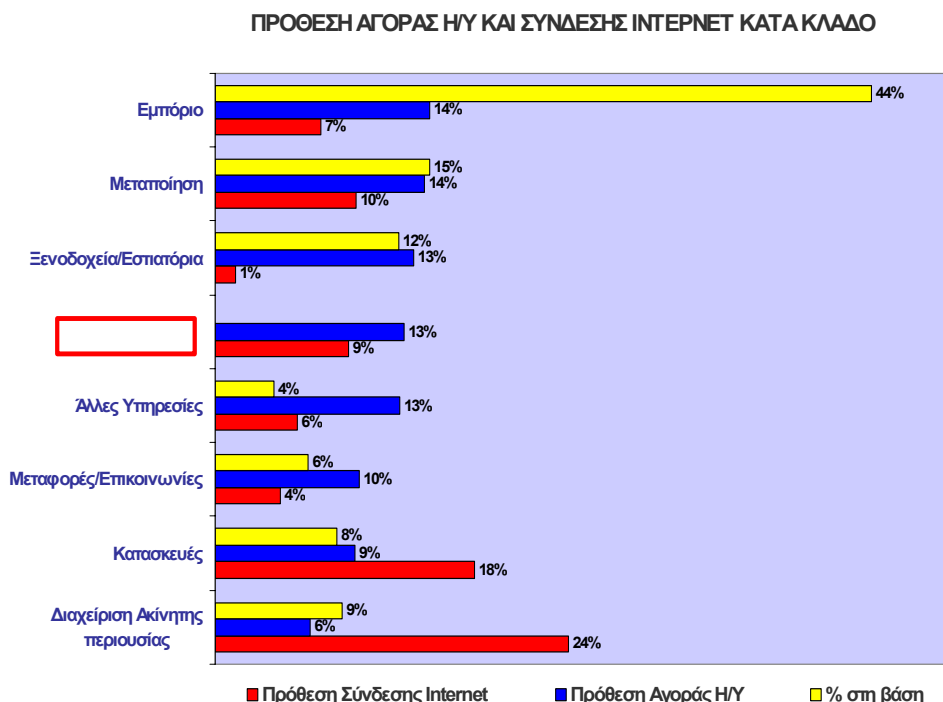
- Το 60% σκοπεύει να αγοράσει Η/Υ τους επόμενους 12 μήνες (39.000 επιχειρήσεις)
- Το 26% σκοπεύει να αγοράσει Η/Υ μετά από 12 μήνες (17.000 επιχειρήσεις), ενώ το άλλο 14% δεν δήλωσε χρόνο απόκτησης

Από την εξέταση των αναλυτικών στοιχείων κατά κλάδο, απασχόληση και περιφέρεια προκύπτει ότι υπάρχει τάση μείωσης των αντίστοιχων χασμάτων που παρατηρήθηκαν στην κατοχή Η/Υ.

Οι κατηγορίες των 2-10 ατόμων έχουν ποσοστά πρόθεσης πάνω από το μέσο όρο, ενώ η κατηγορία των 11+ βρίσκεται κάτω από τον μέσο όρο και στην τελευταία θέση με 9%. Ιδιαίτερη προσοχή θέλει όμως το γεγονός ότι και η κατηγορία του 1 ατόμου (το 29% της βάσης) βρίσκεται κάτω από τον μέσο όρο με 11%.



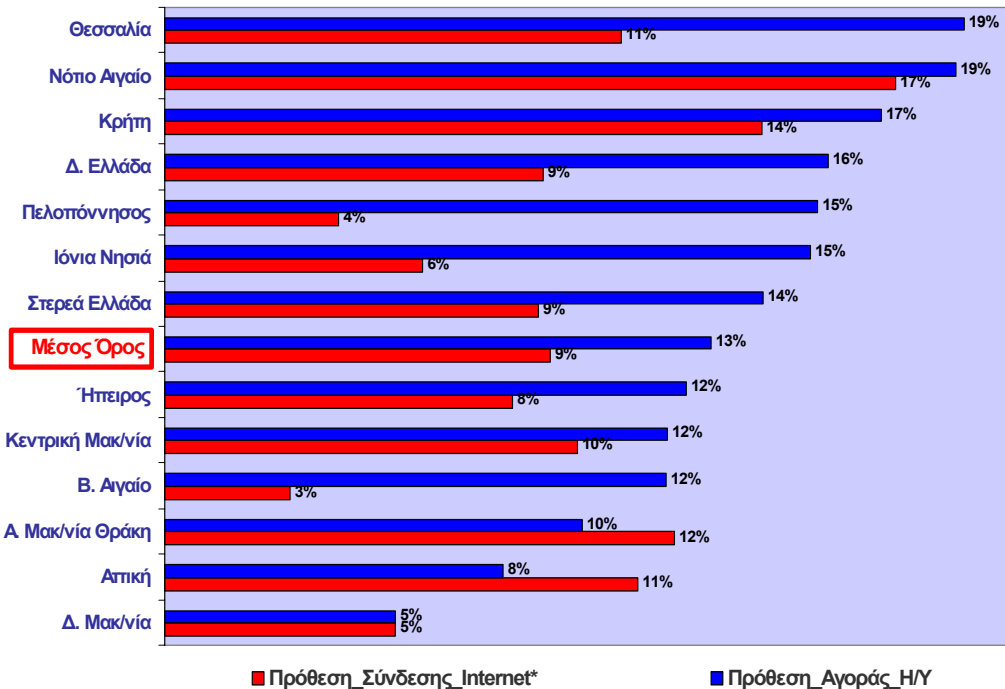
Οι κλάδοι του Εμπορίου, Μεταποίησης και Ξενοδοχεία/Εστιατόρια που κατείχαν τις τελευταίες θέσεις κάτω από τον μέσο όρο στην κατοχή Η/Υ, είναι οι τρεις κατηγορίες που βρίσκονται πάνω από τον μέσο όρο στην πρόθεση αγοράς Η/Υ. Ο κλάδος Διαχείρισης Ακίνητης Περιουσίας βρίσκεται στην τελευταία θέση, γεγονός που οφείλεται στο ότι ο



κλάδος βρισκόταν ήδη σε επίπεδα ωριμότητας με 81% κατοχή Η/Υ.

Σε περιφερειακό επίπεδο 5 περιοχές που βρίσκονταν κάτω από τον μέσο όρο του ποσοστού κατοχής πέρασαν στις περιοχές με ποσοστό πρόθεσης μεγαλύτερο του μέσου όρου, ενώ η Αττική συνολικά βρίσκεται στην προτελευταία θέση με 8%. Το γεγονός αυτό οφείλεται εν μέρει στο σχετικά υψηλότερο ποσοστό της Ν. Αθήνας στη κατοχή, αλλά υποδηλώνει επίσης ότι τα ποσοστά πρόθεσης αγοράς για τον Πειραιά, Δ. & Α. Αττική βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα, παρά τα χαμηλότερα του

ΠΡΟΘΕΣΗ ΑΓΟΡΑΣ Η/Υ ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΣΗΣ INTERNET ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ



μέσου όρου ποσοστά κατοχής που έχουν.

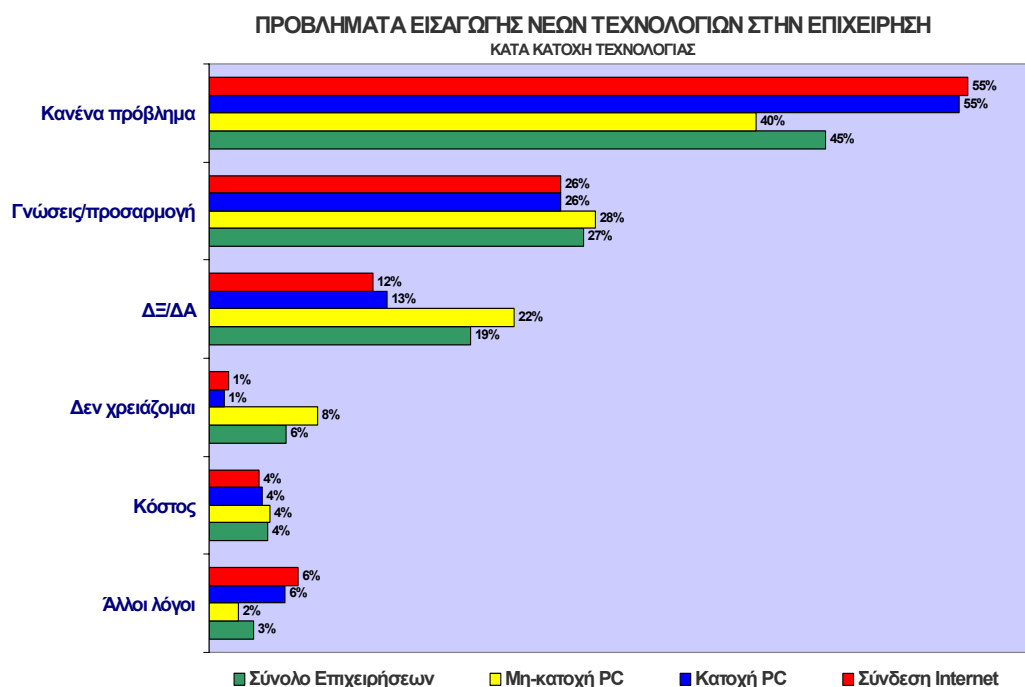
Το ποσοστό των ΜΜΕ που σκοπεύουν να αποκτήσουν σύνδεση Internet ανέρχεται σε 9% (περίπου 46.000 επιχειρήσεις).

Από τις επιχειρήσεις αυτές: Το 70% σκοπεύει να συνδεθεί στους επόμενους 12 μήνες (32.000 επιχειρήσεις), ενώ το 7% σκοπεύει να αγοράσει Η/Υ μετά από 12 μήνες (3.200 επιχειρήσεις), ενώ το άλλο 23% δεν δήλωσε χρόνο σύνδεσης

Από την εξέταση των αναλυτικών στοιχείων κατά κλάδο, απασχόληση και περιφέρεια δεν φαίνεται να υπάρχει ακόμα τάση μείωσης των αντίστοιχων χασμάτων αντίστοιχη αυτής που υπάρχει για την απόκτηση Η/Υ. Ποσοστά πρόθεσης σύνδεσης Internet μεγαλύτερα από τον μέσο όρο έχουν σε γενικές γραμμές αυτές οι επιχειρήσεις που παρουσίαζαν μεγαλύτερα ποσοστά κατοχής Η/Υ και σύνδεσης Internet, γεγονός που υποδηλώνει ότι μεγαλύτερα του μέσου όρου ποσοστά πρόθεσης σύνδεσης Internet έχουν οι μέχρι τώρα πιο 'ώριμες' τεχνολογικά ΜΜΕ.

3.4 Προβλήματα εισαγωγής νέων ΤΠΕ και τομείς που έχουν ανάγκη υποστήριξης

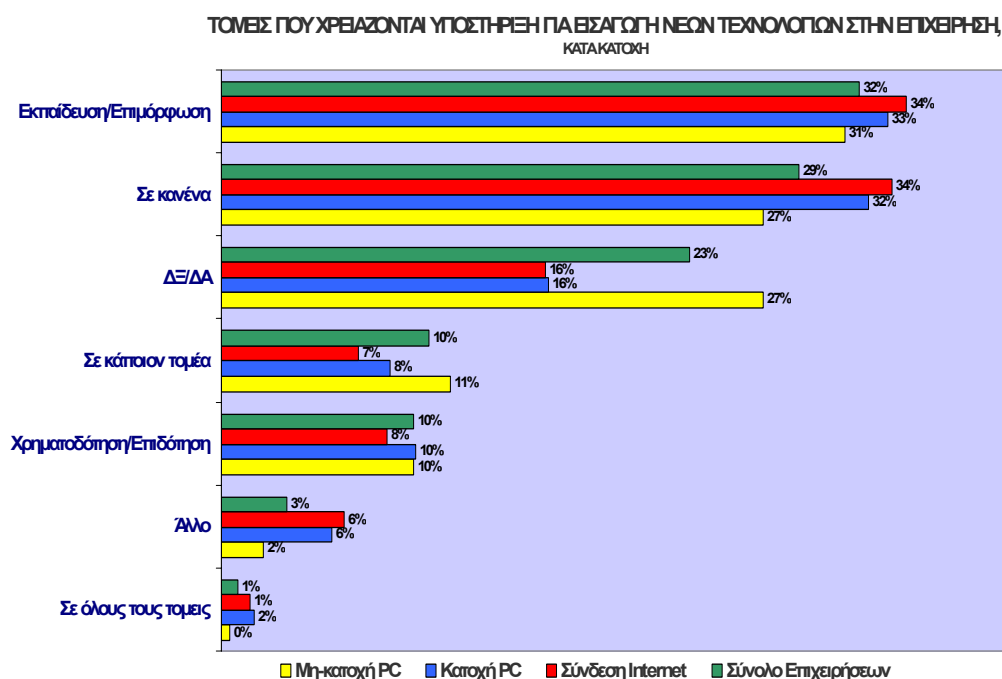
Από την ανάλυση των απαντήσεων των επιχειρήσεων στα προβλήματα εισαγωγής νέων τεχνολογιών, δεν προέκυψαν σημαντικές διαφοροποιήσεις στην ιεράρχηση και στις αποκλίσεις από τους αντίστοιχους μέσους όρους τόσο σε σχέση με το μέγεθος όσο και με τον κλάδο των επιχειρήσεων.



Ως σημαντικότερο πρόβλημα για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών αναδείχθηκε με 27% το πρόβλημα της έλλειψης γνώσεων και προσαρμογής.

Ιδιαίτερα μεγάλο είναι το ποσοστό (45%) που δηλώνει ότι δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα (ακόμα και για τους μη-κάτοχους ΤΠΕ το ποσοστό αυτό είναι 40%), το οποίο μαζί με το 19% που δηλώνει ΔΞ/ΔΑ φθάνει το 64%. Επίσης ένα 6% δηλώνει ότι δεν χρειάζεται ΤΠΕ. Το σημαντικό αυτό ποσοστό μπορεί να υποδηλώνει την γενικότερη άγνοια της συντριπτικής πλειοψηφίας των ΜΜΕ σχετικά με τις ΤΠΕ. Στις χώρες με πιο ανεπτυγμένη χρήση ΤΠΕ μεταξύ των κυρίαρχων προβλημάτων που αναγνωρίζονται από τις ΜΜΕ είναι θέματα όπως ασφάλεια, έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού, ταχύτητα μεταφοράς δεδομένων, νομικό πλαίσιο συναλλαγών κα.

Βασικότερος τομέας που χρειάζεται υποστήριξη θεωρείται με 32% των απαντήσεων ο τομέας της εκπαίδευσης/επιμόρφωσης, γεγονός που βρίσκεται σε αντιστοιχία με το βασικότερο πρόβλημα εισαγωγής που είναι οι γνώσεις/προσαρμογή.



Όπως και

προηγούμενως το ποσοστό που θεωρεί ότι κανένας τομέας δεν χρειάζεται υποστήριξη είναι μεγάλο (29%) και μαζί με την απάντηση ΔΞ/ΔΑ (23%) ξεπερνά το 50%.

Ένα 10% των ΜΜΕ θεωρεί ότι χρειάζεται υποστήριξη σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα της επιχείρησης και άλλο ένα 10% στον τομέα της χρηματοδότησης/επιδότησης.

**Αναλυτικότερα αποτελέσματα της έρευνας βρίσκονται στη παρουσίαση
ereuna_MME_grnet_centrum_2002.ppt*