



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 2003

Πίνακας Περιεχομένων

1.	Ταυτότητα της Έρευνας 2002 στις ΜΜΕ.....	3
1.1	Στόχοι της έρευνας	3
1.2	Μεθοδολογία της έρευνας	3
2.	Βασικά Συμπεράσματα της Έρευνας 2002 στις ΜΜΕ.....	4
3.	Σύνοψη των Αποτελεσμάτων της Έρευνας 2002 στις ΜΜΕ μεγέθους 1 – 250 ατόμων	4
4.	Αποτελέσματα της Έρευνας 2002 στις ΜΜΕ	8
4.1	Προφίλ των ΜΜΕ στην Ελλάδα	8
4.2	Βασικά Ποσοστά και Μεγέθη	10
4.3	Αποτελέσματα της Έρευνας 2003 στις ΜΜΕ κατά Μέγεθος, Κλάδο και Περιφέρεια	12
4.4	Προοπτικές ανάπτυξης χρήσης Η/Υ και Internet κατά Μέγεθος, Κλάδο και Περιφέρεια	Error! Bookmark not defined.
4.5	Λόγοι χρήσης/μη-χρήσης ΤΠΕ από τις ΜΜΕ	18
4.6	Προβλήματα εισαγωγής νέων ΤΠΕ και τομείς που έχουν ανάγκη υποστήριξης	25
4.7	Πρόγραμμα ‘Δικτυωθείτε’	27
4.	Βασικές Πηγές	30

1. Ταυτότητα της Έρευνας 2002 στις ΜΜΕ

Η Έρευνα για τη χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (εφεξής η Έρευνα 2003 στις ΜΜΕ) στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκε το 2003 για δεύτερη συνεχή χρονιά. Η έρευνα έγινε στο πλαίσιο του e-Business forum-<http://www.ebusinessforum.gr/>, σχεδιάστηκε από το ΕΔΕΤ και υλοποιήθηκε από την εταιρεία CENTRUM.

Το ΕΔΕΤ στο πλαίσιο του e-Business forum έχει επίσης την ευθύνη για άλλες δύο έρευνες με θέμα τις νέες τεχνολογίες. Την έρευνα στον γενικό πληθυσμό της χώρας με δείγμα 2.500 νοικοκυριών, και την έρευνα στις 500 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας που απευθύνεται στα διευθυντικά στελέχη των τμημάτων πληροφορικής.

1.1 Στόχοι της έρευνας

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 χρησιμοποιούν ΤΠΕ η διερεύνηση και αποτύπωση:
 - των κύριων λόγων υιοθέτησης ΤΠΕ
 - των τρόπων χρήσης των ΤΠΕ στις επιχειρησιακές διαδικασίες και στις συναλλαγές με τους πελάτες και τους προμηθευτές
 - του βαθμού χρήσης των ΤΠΕ στη διαμόρφωση νέων επιχειρησιακών διαδικασιών
- ❑ Η καταγραφή προβλημάτων και ελλείψεων στην εισαγωγή νέων ΤΠΕ στις ΜΜΕ και αναγνώριση των τομέων που χρειάζονται υποστήριξη.
- ❑ Αποτύπωση του βαθμού γνώσης του προγράμματος 'ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ'

1.2 Μεθοδολογία της έρευνας

Η έρευνα απευθύνθηκε σε ΜΜΕ και έγινε με τη μορφή προσωπικών συνεντεύξεων και με τη χρήση δομημένου 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 ανερχόταν στις 509.837. Η δειγματοληψία πραγματοποιήθηκε από τις 15 Νοεμβρίου 2002 έως τις 24 Ιανουαρίου 2003 και ήταν πολυσταδιακή στρωματοποιημένη και αντιπροσωπευτική:

- ❑ Των 52 Νομών και των 13 Διοικητικών περιφερειών της Ελλάδας συμπεριλαμβανομένων των νήσων του Ιονίου και του Αιγαίου.
- ❑ Του μεγέθους και του κλάδου δραστηριοποίησης.

2. Βασικά Συμπεράσματα της Έρευνας 2002 στις ΜΜΕ

- Το 2002 παρατηρείται τάση επιβράδυνσης ή στασιμότητας στην εισαγωγή Η/Υ από τις ΜΜΕ. Η χρήση Η/Υ παρέμεινε σχεδόν στα ίδια επίπεδα με αυτά του 2001 (από 34,2% το 2001 σε 35,6% το 2002), ενώ η κατά 28% αύξηση στην χρήση Internet (από 15,4% το 2001 σε 19,6% το 2002) οφείλεται κυρίως στην 'εντατική' επίδραση της αύξησης στο ποσοστό των ΜΜΕ που έχουν Η/Υ και κάνουν και χρήση Internet.
 - Συνολικά για το 2002, τα επίπεδα εισαγωγής υποδομών ΤΠΕ από τις ελληνικές ΜΜΕ υποδηλώνουν σχετικά χαμηλό βαθμό "ετοιμότητας" έναντι άλλων χωρών στον ευρωπαϊκό και διεθνή χώρο, ως προς την προώθηση και ανάπτυξη ενός "δυναμικού περιβάλλοντος ηλεκτρονικού επιχειρείν".
 - Σχετικά χαμηλό είναι επίσης το επίπεδο ηλεκτρονικών δραστηριοτήτων. Περίπου 5% των ΜΜΕ έχουν παρουσία στο διαδίκτυο το 2002, ενώ τα ποσοστά που κάνουν συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου είναι 1,5% για προμήθειες και 1,2% για διάθεση αγαθών/υπηρεσιών.
 - **Το μέγεθος της επιχείρησης αποτελεί τον βασικότερο προσδιοριστικό παράγοντα για την εισαγωγή και χρήση ΤΠΕ.** Το 2002 παρατηρείται αύξηση του ψηφιακού χάσματος μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων (1-5 ατόμων) και των επιχειρήσεων με περισσότερα από 11 άτομα. Η χώρα μας βρίσκεται ακόμη σημαντικά πίσω από άλλες χώρες της ΕΕ σε ότι αφορά την εισαγωγή και χρήση ΤΠΕ 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. Οι παρατηρούμενες διαφοροποιήσεις στη χρήση ΤΠΕ κατά κλάδο και περιφέρεια είναι γενικά μικρότερες σε έκταση από τις διαφοροποιήσεις κατά μέγεθος.
 - **Σημαντικός αριθμός ΜΜΕ στην Ελλάδα αντιμετωπίζουν προβλήματα Γνώσεων και Ενημέρωσης στις νέες ΤΠΕ και έχουν σημαντικές ανάγκες υποστήριξης στους τομείς της Εκπαίδευσης και Επιμόρφωσης.**
 - **Ο ρόλος του δημοσίου μπορεί να είναι κριτικής σημασίας για την εισαγωγή και διάδοση της χρήσης των ΤΠΕ στις ΜΜΕ με πολλαπλασιαστικές επιδράσεις που προκύπτουν από:**
 - α) την διεύρυνση και περαιτέρω βελτίωση των παρεχομένων ηλεκτρονικών υπηρεσιών του Δημοσίου προς τους πολίτες και ΜΜΕ
 - β) την αύξηση ενημέρωσης/εκπαίδευσης και διάχυσης της χρήσης των ΤΠΕ στις ΜΜΕ. 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 («Εκπαιδευτείτε για να Δικτυωθείτε»)
 - ❑ Στην ηλεκτρονικοποίηση των λειτουργιών τους («Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά»)
- καλύπτουν μια ζωτική ανάγκη των ΜΜΕ, αποτελούν τον μοχλό διάδοσης των ΤΠΕ στις ΜΜΕ και συμβάλουν στην είσοδο τους στην ψηφιακή οικονομία.

3. Σύνοψη των Αποτελεσμάτων της Έρευνας 2002 στις ΜΜΕ μεγέθους 1 – 250 ατόμων

1. Τα αποτελέσματα της Εθνικής Έρευνας 2002 για τη χρήση νέων ΤΠΕ στις ΜΜΕ δείχνουν ότι μια στις τρεις ΜΜΕ χρησιμοποιεί Η/Υ, μια στις 10 χρησιμοποιεί δίκτυο Η/Υ, μια στις πέντε έχει σύνδεση Internet, μια στις έξι κάνει χρήση e-mail και μια στις είκοσι δύο έχει παρουσία στο Internet (ιστοσελίδα ή κόμβο). Από τις ΜΜΕ με παρουσία στο Internet, έξι στις έντεκα επιχειρήσεις έχουν πρόβλεψη για πολιτική ασφαλείας στην ιστοσελίδα ή κόμβο το 2002, ενώ δύο στις δώδεκα επιχειρήσεις έχουν πρόβλεψη για αυτοματοποιημένη επικοινωνία της ιστοσελίδας με τη μηχανογράφηση.
2. Τα ποσοστά των ΜΜΕ που διαθέτουν εξειδικευμένα συστήματα πληροφορικής το 2002 εξακολουθούν να βρίσκονται στα οριακά μικρά επίπεδα που ήταν και το 2001. Πιο συγκεκριμένα τα ποσοστά για ύπαρξη στην επιχείρηση ERP, ASP και CRM είναι 2%, 1% και 1% αντίστοιχα, ενώ το ποσοστό για σύνδεση με Market Places είναι σχεδόν μηδενικό.
3. Ο συχνότερος τύπος δικτύου Η/Υ που αναφέρθηκε από τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν δίκτυα Η/Υ είναι το δίκτυο LAN, τέσσερις στις έντεκα επιχειρήσεις με δίκτυο, και ακολουθούν τα δίκτυα Intranet, μια στις έντεκα ΜΜΕ και WAN, μια στις τριάντα τρεις. Τέσσερις στις δώδεκα επιχειρήσεις δεν γνώριζαν/δεν απάντησαν το τύπο δικτύου που χρησιμοποιούν.
4. Άλλα τεχνολογικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις είναι φάξ, δύο στις πέντε ΜΜΕ, και ψηφιακό τηλεφωνικό κέντρο, μια στις είκοσι ΜΜΕ.
5. Εταιρικό κινητό τηλέφωνο διαθέτει μια στις έντεκα επιχειρήσεις. Μεταξύ των κυριότερων τμημάτων που χρησιμοποιούν τα εταιρικά κινητά τηλέφωνα είναι το τμήμα πωλήσεων/εμπορικό (τέσσερις στις έντεκα επιχειρήσεις που έχουν εταιρικά κινητά), το τμήμα διοίκησης (τέσσερις στις δώδεκα) και το τμήμα προσωπικού/επικοινωνίας συναδέλφων (πέντε στις δώδεκα). Ο βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις εταιρείες σύνδεσης κινητών τηλεφώνων είναι γενικά υψηλός, και με κλίμακα από ένα έως δέκα μονάδες κυμαίνεται από 8 έως σχεδόν 9 μονάδες για τις διαφορετικές εταιρείες σύνδεσης.
6. Τα παραπάνω αποτελέσματα υποδηλώνουν γενικά μια τάση επιβράδυνσης ή στασιμότητας στην εισαγωγή και χρήση Η/Υ το 2002 (35,6% των ΜΜΕ) έναντι του 2001 (34,2% των ΜΜΕ). Επίσης στα ίδια γενικά επίπεδα με το 2001 βρίσκεται η χρήση δικτύων Η/Υ, φάξ, ψηφιακών τηλεφωνικών κέντρων και εταιρικού κινητού. Η παρατηρούμενη αύξηση κατά 28% στη χρήση Internet (από 15,4% το 2001 σε 19,6% το 2002) μπορεί να αποδοθεί κυρίως στην ‘εντατική’ επίδραση της αύξησης του λόγου της χρήσης Internet προς τη χρήση Η/Υ. Ο λόγος της χρήσης Internet προς τη χρήση Η/Υ αυξήθηκε το 2002 κατά δέκα ποσοστιαίες μονάδες έναντι του 2001 και ανέρχεται σε 55,1% (έναντι 44,9% το 2001).
7. Οι επιχειρήσεις διαθέτουν σύνδεση Internet κατά μέσο χρονικό διάστημα 2,5 ετών (έναντι 2,2 ετών το 2001). Βασικός τύπος σύνδεσης είναι με γραμμή ISDN, με την οποία συνδέονται οι έξι στις δέκα επιχειρήσεις που έχουν Internet, αύξηση της τάξης του 36% έναντι του 2001. Με μισθωμένα κυκλώματα συνδέεται το 2% των επιχειρήσεων, ενώ γραμμές dial-up το 18% (έναντι 27% το 2001). Το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν γνώριζε τον τύπο σύνδεσης είναι 20% (έναντι

- 29% το 2001), ενώ 13% των επιχειρήσεων εκδήλωσε ενδιαφέρον για σύνδεση Internet σε ταχύτητες μεγαλύτερες του ISDN.
8. Το ποσοστό χρήσης H/Y για το 2002 υπολείπεται κατά περίπου έξι ποσοστιαίες μονάδες από το ποσοστό χρήσης που είχε εκτιμηθεί για το 2002 στη βάση των προθέσεων που είχαν εκδηλώσει οι επιχειρήσεις στην Έρευνα 2001, ενώ το ποσοστό χρήσης Internet υπολείπεται κατά 2 περίπου μονάδες. Η παρατηρούμενη μείωση στην υλοποίηση των προθέσεων των επιχειρήσεων το 2002 προεκτείνεται και στο 2003 καθώς τα ποσοστά των επιχειρήσεων που προτίθενται να αποκτήσουν H/Y και Internet μέσα στο έτος παρουσιάζουν μείωση κατά 29% και 42% αντίστοιχα. Με βάση τις προθέσεις των επιχειρήσεων για το 2003, η μέγιστη αναμενόμενη αύξηση στη χρήση H/Y ανέρχεται σε πέντε ποσοστιαίες μονάδες, δηλ. ποσοστό χρήσης H/Y 41% για το 2003, και η αύξηση στη χρήση Internet σε τέσσερεις ποσοστιαίες μονάδες, δηλ. ποσοστό χρήσης Internet 23% το 2003.
 9. **Το μέγεθος της επιχείρησης αποτελεί τον βασικότερο προσδιοριστικό παράγοντα για τη χρήση H/Y και Internet.** Το 2002 παρατηρείται αύξηση του ψηφιακού χάσματος¹ μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων (1-5 ατόμων) και των επιχειρήσεων με περισσότερα από 11 άτομα. Σημαντικές διαφοροποιήσεις υπάρχουν επίσης μεταξύ των παραπάνω δύο κατηγοριών και στη χρήση άλλων ΤΠΕ όπως e-mail και παρουσία στο διαδίκτυο (με ιστοσελίδα ή κόμβο). Το 2002, δύο στις πέντε επιχειρήσεις μεγέθους μεγαλύτερου των 11 ατόμων έχουν παρουσία στο Internet, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις επιχειρήσεις μεγέθους 1-5 ατόμων είναι μια στις είκοσι οκτώ. Οι παρατηρούμενες διαφοροποιήσεις στη χρήση ΤΠΕ κατά κλάδο και περιφέρεια είναι κατά σειρά μικρότερης έκτασης από τις διαφοροποιήσεις κατά μέγεθος και παρουσιάζουν μεγαλύτερη τάση σύγκλισης.
 10. **Η χώρα μας βρίσκεται ακόμη σημαντικά πίσω από άλλες χώρες της ΕΕ σε ότι αφορά τη χρήση H/Y 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.
 11. **Κυριότεροι λόγοι χρήσης H/Y από τις ΜΜΕ είναι οι εφαρμογές λογιστηρίου** (πέντε στις δέκα ΜΜΕ που χρησιμοποιούν H/Y), **ο αυτοματισμός γραφείου** (τέσσερις στις δέκα) και ακολουθούν οι εφαρμογές παραγωγής και οι εμπορικές εφαρμογές (τρεις στις δέκα). **Κυριότεροι λόγοι χρήσης Internet από τις ΜΜΕ είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο** (επτά στις δέκα ΜΜΕ που κάνουν χρήση Internet), **η γενική ενημέρωση** (επτά στις έντεκα ΜΜΕ), οι συναλλαγές με το δημόσιο -ΦΠΑ (τρεις στις δέκα ΜΜΕ) και οι συναλλαγές με το δημόσιο-TAXIS και ΙΚΑ (τρεις στις δεκατρείς ΜΜΕ). Τραπεζικές συναλλαγές on-line πραγματοποιούν δύο στις έντεκα των επιχειρήσεων με σύνδεση Internet. Μόνο μια στις δεκατρείς ΜΜΕ χρησιμοποιεί Internet για ηλεκτρονικό εμπόριο-προμήθειες αγαθών/υπηρεσιών και μια στις δεκαεπτά για ηλεκτρονικό εμπόριο-διάθεση αγαθών/υπηρεσιών (τα αντίστοιχα ποσοστά στο σύνολο των ΜΜΕ είναι 1,5% και 1,2% αντίστοιχα).
 12. **Ιδιαίτερα υψηλός είναι ο βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις ηλεκτρονικές συναλλαγές με το Δημόσιο και τις τράπεζες.** Με κλίμακα από ένα έως δέκα ο μέσος όρος ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις συναλλαγές με το δημόσιο είναι οκτώ (8), ενώ ο μέσος όρος ικανοποίησης από τις τράπεζες είναι 8,6. Επίσης υψηλός είναι ο βαθμός ικανοποίησης από τους πάροχους Internet, ο

¹ Η διαφορά των ποσοστών χρήσης μεταξύ της κατηγορίας με το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης και της

οποίος είναι 8,3. Αντίθετα χαμηλός είναι ο βαθμός ικανοποίησης τόσο από τις ελληνικές ιστοσελίδες/κόμβους, όσο και από τις διεθνείς που επισκέπτονται οι εργαζόμενοι των επιχειρήσεων. Με κλίμακα από ένα έως δέκα, ο μέσος βαθμός ικανοποίησης είναι 5,4 τόσο για τις ελληνικές όσο και για τις διεθνείς ιστοσελίδες.

13. **Κυριότερος λόγος για τη μη χρήση Η/Υ είναι η έλλειψη ανάγκης από το αντικείμενο της εργασίας** (για τέσσερις στις δέκα επιχειρήσεις που δεν χρησιμοποιούν Η/Υ), η έλλειψη ενδιαφέροντος (για δύο στις δέκα επιχειρήσεις) και η έλλειψη εκπαίδευσης/ενημέρωσης (για μια στις δέκα επιχειρήσεις). Στους συνολικούς λόγους (κύριους και συμπληρωματικούς) βασικότεροι λόγοι μη χρήσης είναι η έλλειψη ενδιαφέροντος (για επτά στις δέκα επιχειρήσεις που δεν χρησιμοποιούν Η/Υ) και η έλλειψη ανάγκης (πέντε στις δέκα επιχειρήσεις). Μεταξύ των συνολικών λόγων μη χρήσης Internet τέσσερις στις δέκα επιχειρήσεις που δεν χρησιμοποιούν Internet (αλλά κάνουν χρήση Η/Υ) δήλωσαν ότι δεν υπάρχει ανάγκη από το αντικείμενο εργασίας, τρεις στις έντεκα ότι υπάρχει έλλειψη εκπαίδευσης/ενημέρωσης και δύο στις δέκα ότι δεν υπάρχουν εφαρμογές για τις ανάγκες τους. Τρεις στις δέκα ΜΜΕ δήλωσαν ότι δεν γνωρίζουν/δεν απαντούν τη συγκεκριμένη ερώτηση.
14. Από τις δύο προηγούμενες παραγράφους προκύπτει ότι η διεύρυνση και η ακόμα περαιτέρω βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών από το Δημόσιο και τους άλλους τομείς, σε συνδυασμό με κατάλληλη και επαρκή ενημέρωση, μπορεί να αποτελέσουν καθοριστικούς παράγοντες για την επιτάχυνση και διάχυση του Internet και των Η/Υ στις ΜΜΕ.
15. **Μεταξύ των σημαντικότερων προβλημάτων εισαγωγής νέων τεχνολογιών στην επιχείρηση, τουλάχιστον μία στις τρεις επιχειρήσεις στο σύνολο των ΜΜΕ στην Ελλάδα δήλωσε την έλλειψη Γνώσεων και Ενημέρωσης στις νέες ΤΠΕ.** Τρεις στις έντεκα ανέφεραν μεταξύ των προβλημάτων το μεγάλο κόστος και δύο στις δέκα την έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού. Τρεις στις δώδεκα επιχειρήσεις δήλωσαν ότι δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα το 2002, έναντι πέντε στις έντεκα επιχειρήσεις το 2001. **Μεταξύ των τομέων που χρειάζονται υποστήριξη για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, τέσσερις στις έντεκα επιχειρήσεις δήλωσαν τον τομέα της Εκπαίδευσης και Επιμόρφωσης, τέσσερις στις δώδεκα τον τομέα της ενημέρωσης και τρεις στις δέκα τον τομέα χρηματοδότησης/επιδότησης.** Τρεις στις δέκα επιχειρήσεις δήλωσαν ότι δεν χρειάζεται υποστήριξη σε κανένα τομέα.
16. **Το 2002 σημειώθηκε αύξηση της αναγνωρισιμότητας του προγράμματος 'Δικτυωθείτε'.** Δύο στις δέκα ΜΜΕ δήλωσαν ότι γνώριζαν το πρόγραμμα το 2002, έναντι δύο στις δεκατέσσερις το 2001. Μεταξύ των ΜΜΕ που γνωρίζουν το πρόγραμμα μια στις δύο δήλωσε ότι καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης σε μεγάλο βαθμό. Μεταξύ των πλεονεκτημάτων του προγράμματος περίπου πέντε στις έντεκα επιχειρήσεις δήλωσαν την ενημέρωση/εκπαίδευση στη νέα τεχνολογία, ενώ μεταξύ των μειονεκτημάτων τέσσερις στις δώδεκα ΜΜΕ ανέφεραν την γραφειοκρατία. Μεταξύ των απαιτούμενων βελτιώσεων στο πρόγραμμα, περίπου μια στις δύο επιχειρήσεις δήλωσαν την καλύτερη ενημέρωση και μια στις τρεις την καλύτερη επιδότηση και την καλύτερη οργάνωση/μη γραφειοκρατία. Τέλος, **μεταξύ των επιχειρήσεων που γνωρίζουν το πρόγραμμα έξι στις δέκα ΜΜΕ εκδήλωσαν ενδιαφέρον για την ένταξη της επιχείρησης στο πρόγραμμα.**

4. Αναλυτικά Αποτελέσματα της Έρευνας 2002 στις ΜΜΕ

4.1 Προφίλ των ΜΜΕ στην Ελλάδα

Από τις Έρευνες ΜΜΕ 2001 και 2002 έχουν προκύψει μια σειρά από γενικά στοιχεία τα οποία χαρακτηρίζουν τις ΜΜΕ στην Ελλάδα και δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερες διαφοροποιήσεις μεταξύ των δύο ετών τα οποία περιγράφονται στις παρακάτω παραγράφους.

Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι στην πλειοψηφία τους Ατομικές Επιχειρήσεις, οι οποίες και αποτελούν το 81% του συνόλου των επιχειρήσεων. Άλλο ένα 11% των επιχειρήσεων έχει τη νομική μορφή Ομορρύθμων Εταιρειών (Ο.Ε.), ενώ το ποσοστό των επιχειρήσεων που είναι Ανώνυμες Εταιρείες (Α.Ε.) ή Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.) ανέρχεται αντίστοιχα σε 4% και 2% του συνόλου.

Το 10% των επιχειρήσεων έχουν έτος ίδρυσης πριν το 1970, το 41% των επιχειρήσεων ιδρύθηκαν κατά την περίοδο 1971-1990, ενώ άλλο ένα 41% ιδρύθηκε κατά την δεκαετία 1991-2000. Το ποσοστό των νέων επιχειρήσεων με έτος ίδρυσης από το 2001 έως σήμερα ανέρχεται σε 8%.

Το ποσοστό των ΜΜΕ που έχουν και δευτερεύοντα τομέα δραστηριοποίησης είναι της τάξης του 10%, με μέσο όρο ποσοστού συμμετοχής στη δευτερογενή δραστηριότητα 33%. Το 6% των επιχειρήσεων διαθέτει και άλλα υποκαταστήματα, εκ των οποίων το 39% διαθέτει περισσότερα του ενός.

Το 93% των εργαζομένων στις ΜΜΕ έχουν καθεστώς μόνιμης απασχόλησης, ενώ το 59% είναι άντρες και το 41% γυναίκες. Ο μέσος όρος ηλικίας των εργαζομένων είναι 39,5 ετών. Πιο συγκεκριμένα η ηλικιακή κατανομή των εργαζομένων είναι: το 24% μέχρι 30 ετών, το 44% από 31-40 ετών, το 22% από 41-50 ετών και το 11% μεγαλύτερο των 51 ετών. Το 57% των εργαζομένων έχει ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το 21% την πρωτοβάθμια εκπαίδευση και το 22% τριτοβάθμια εκπαίδευση (ανώτερη και ανώτατη).

Το 91% των ερωτώμενων που απάντησαν στην Έρευνα ανήκε στο Τμήμα της Γενικής Διεύθυνσης, εκ των οποίων το 88% ήταν ιδιοκτήτες και το 6% Γενικοί Διευθυντές. Το 57% των ερωτώμενων έχει ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το 17% την πρωτοβάθμια και το 26% τριτοβάθμια εκπαίδευση (ανώτερη και ανώτατη).

Στους δύο πίνακες 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, 1995 τα οποία και αποτελούν τον πληθυσμό αναφοράς των δύο Έρευνών.

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΚΛΑΔΟ (ΜΟΝΟΨΗΦΙΟ ΣΤΑΚΟΔ) ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΜΕΓΕΘΟΣ

ΚΛΑΔΟΣ	0-5	6-10	11-20	21-50	51-100	101-250	ΣΥΝΟΛΟ
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 Ακίνητης Περιουσίας (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%
ΣΥΝΟΛΟ 7 ΚΛΑΔΩΝ	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%

Κατανομή επιχειρήσεων ανά Διοικητική Περιφέρεια

Διοικητική Περιφέρεια	Αριθμός	%
Αττική	212.602	42%
Κεντρική Μακεδονία	86.678	17%
Θεσσαλία	29.260	6%
Κρήτη	27.281	5%
Δ. Ελλάδα	21.923	4%
Πελοπόννησος	23.753	5%
Α.Μακεδονία & Θράκη	21.923	4%
Στερεά Ελλάδα	20.801	4%
Ν. Αιγαίο	19.374	4%
Ηπειρος	12.746	3%
Ιόνια Νησιά	14.123	3%
Δ.Μακεδονία	11.216	2%
Β. Αιγαίο	8.157	2%
Σύνολο	509.837	100%

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

- Η απόλυτη αριθμητική κυριαρχία των πολύ μικρών επιχειρήσεων μεγέθους από 1 έως 10 άτομων (το 97,8% του συνόλου), το οποίο αποτελείται σχεδόν εξ' ολοκλήρου (κατά 98%) από επιχειρήσεις μεγέθους 1 έως 5 ατόμων.
- Η υψηλή κλαδική συγκέντρωση στον τομέα του Εμπορίου, όπου σε ένα μόνο κλάδο απασχολούνται το 44% των ΜΜΕ.
- Η υψηλή περιφερειακή συγκέντρωση των ΜΜΕ, όπου το 59% των επιχειρήσεων βρίσκεται στη περιοχή της πρωτεύουσας (42%) και συμπρωτεύουσας (17%) της χώρας.

Τα χαρακτηριστικά αυτά, και ειδικότερα το μέγεθος των ΜΜΕ στην Ελλάδα, θα πρέπει να λαμβάνονται πάντα ρητά υπόψη για την κατανόηση και ερμηνεία των συνολικών αποτελεσμάτων της έρευνας που θα παρουσιαστούν στις επόμενες παραγράφους, καθώς αντικατοπτρίζουν ουσιαστικά την κατάσταση στις πολύ μικρές επιχειρήσεις (δηλ. επιχειρήσεις από 1 έως 5 άτομα).

4.2 Βασικά Ποσοστά και Μεγέθη

Τα βασικά ποσοστά και μεγέθη που προκύπτουν από την Έρευνα για το σύνολο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα, μεγέθους από 1 έως 250 ατόμων παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω (σε παρένθεση το τυπικό σφάλμα των εκτιμήσεων). Ο πληθυσμός αναφοράς ανέρχεται σε 509.837 επιχειρήσεις (Μητρώα Επιχειρήσεων ΕΣΥΕ, 1995).

Κατοχή Η/Υ:

2002: 35,6% (+-2,2%)

2001: 34,2% (+-2,2%)

Συνδέσεις Internet:

2002: 19,6% (+-1,8%)

2001: 15,4% (+-1,6%)

Χρήση e-mail:

2002: 16,8% (+-1,7%)

2001: 12,4% (+-1,5%)

Παρουσία στο Internet (Με ιστοσελίδα ή κόμβο):

2002: 4,6% (+- 0,9%)

2001: 3,0% (+- 0,8%)

Κατοχή Εταιρικών Κινητών:

2002: 8% (+- 1,3%)

2001: 8% (+- 1,3%)

Εκτιμώμενος αριθμός επιχειρήσεων στους βασικούς δείκτες χρήσης ΤΠΕ, 2002

	Πραγματικός Πληθυσμός	Επιχειρήσεις με Η/Υ	Επιχειρήσεις με σύνδεση σε Δίκτυο Η/Υ	Επιχειρήσεις με σύνδεση Internet	Επιχειρήσεις με Σύνδεση ISDN	Επιχειρήσεις με e-mail	Επιχειρήσεις με παρουσία στο WEB	Επιχειρήσεις με Εταιρικά κινητά
Α. Μακ/νία Θράκη	21.923	5.700	1.666	4.516	3.573	3.332	842	1.315
Αττική	212.602	80.789	21.473	49.111	29.339	45.072	13.607	14.882
Βόρειο Αιγαίο	8.157	2.937	1.566	2.194	938	2.194	943	571
Δυτική Ελλάδα	21.923	7.015	2.105	3.026	1.863	2.784	-	2.412
Δυτική Μακ/νία	11.216	6.281	1.918	1.279	325	-	255	561
Ήπειρος	12.746	4.971	768	3.314	2.294	2.294	293	382
Θεσσαλία	29.260	9.948	1.053	3.979	1.053	3.979	-	8.485
Ιόνια Νησιά	14.123	4.519	2.486	3.319	1.243	2.486	3.901	1.271
Κεντρική Μακ/νία	86.678	27.737	8.061	13.695	9.795	11.095	1.228	7.801
Κρήτη	27.281	8.184	1.855	4.941	2.783	3.410	291	1.637
Νότιο Αιγαίο	19.374	5.812	291	3.177	2.015	2.887	475	-
Πελοπόννησος	23.753	11.164	4.609	4.584	2.898	3.634	-	2.138
Στερεά Ελλάδα	20.801	7.072	374	3.765	1.518	3.016	-	378
Σύνολο	509.837	182.129	48.225	100.900	59.637	86.183	21.835	41.833

4.3 Αποτελέσματα της Έρευνας 2003 στις ΜΜΕ κατά Μέγεθος, Κλάδο και Περιφέρεια

Οι δείκτες χρήσης Η/Υ και Internet στις ΜΜΕ παρουσιάζουν διαφοροποιήσεις από τους παραπάνω αναφερόμενους συνολικούς δείκτες χρήσης. Σημαντικός συντελεστής διαφοροποίησης των ποσοστών αυτών είναι το μέγεθος της επιχείρησης, ακολουθεί ο κλάδος δραστηριοποίησης και τέλος και σε μικρότερο βαθμό η διοικητική περιφέρεια.

Κατά μέγεθος

Σε προηγούμενη ενότητα παρουσιάστηκαν τα στοιχεία με βάση την απογραφής των επιχειρήσεων του 1995 από την ΕΣΥΕ, σύμφωνα με τα οποία στην Ελλάδα οι επιχειρήσεις από ένα έως πέντε (1-5) άτομα αποτελούν περίπου το 96% του συνόλου των ΜΜΕ, από ένα έως 10 (1-10) άτομα αποτελούν το 98%, ενώ οι επιχειρήσεις από έντεκα έως διακόσια πενήντα άτομα (11 – 250) το 2% του συνόλου.

Ανεξαρτήτως του θέματος του κατά πόσον τα ποσοστά αυτά συνθέτουν ή όχι ελληνική ιδιαιτερότητα στον Ευρωπαϊκό και διεθνή χώρο, προκύπτει άμεσα το θέμα συγκρισιμότητας των αποτελεσμάτων της Έρευνας 2003 με τα αποτελέσματα αντιστοίχων μελετών στο διεθνή χώρο που αναφέρονται είτε σε μεγέθη άλλων χωρών είτε και σε μεγέθη για την Ελλάδα. Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική μεγάλες χαρακτηρίζονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν περισσότερα από διακόσια πενήντα (250) άτομα και ΜΜΕ οι επιχειρήσεις που απασχολούν από ένα έως διακόσια πενήντα άτομα. Στο χώρο των ΜΜΕ, μεσαίες χαρακτηρίζονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν από πενήντα έως διακόσια πενήντα (50 – 250) άτομα, μικρές αυτές που απασχολούν από έντεκα έως σαράντα εννέα (11 – 49) άτομα και πολύ μικρές (micro) τις επιχειρήσεις από ένα έως δέκα (1 – 10) άτομα.

Οι μελέτες της ΕΕ (π.χ. Eurostat, e-business W@tch) αφορούν συνήθως σε επιχειρήσεις μεγαλύτερες των έντεκα ατόμων, ενώ οι έρευνες ΟΟΣΑ (Measuring the Information Economy 2002) αφορούν σε επιχειρήσεις μεγαλύτερες των πέντε (5) ατόμων.

Τα αποτελέσματα που αναφέρονται στην Ελλάδα στις παραπάνω έρευνες βασίζονται στη βάση δεδομένων για τις ελληνικές επιχειρήσεις της ICAP, η οποία καλύπτει περίπου 20.000 έως 30.000 (ανάλογα εάν είναι σε ηλεκτρονική μορφή ή όχι) επιχειρήσεις με νομική μορφή ανώνυμης εταιρείας (Α.Ε.) ή εταιρείας περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε.). Η βάση αυτή προφανώς περιλαμβάνει τις μεγάλες επιχειρήσεις της χώρας, μέρος ή και το σύνολο των λεγόμενων μεσαίων επιχειρήσεων ίσως ακόμα και μέρος των μικρότερων επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ που παρουσιάστηκαν στην ενότητα 4.1 το προφίλ (και ο αριθμός) των ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι πολύ διαφορετικό από την παραπάνω βάση. Επομένως, είναι προφανές ότι στις διεθνείς μελέτες ακόμα και εάν παρουσιάζονται κατηγορίες μεγέθους όπως 6- 10 ατόμων² ή ακόμα 1 – 49 ατόμων³, τα στοιχεία που παρουσιάζονται για την Ελλάδα και βασίζονται στη βάση ICAP δεν περιλαμβάνουν τις πολύ μικρές ΜΜΕ μεγέθους 1-5 ατόμων που αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Στη βάση των παραπάνω τα διεθνή στοιχεία για άλλες χώρες ή και για την Ελλάδα είναι συγκρίσιμα με τα αποτελέσματα της Έρευνας ΜΜΕ 2003 μόνο για επιμέρους κατηγορίες μεγέθους επιχειρήσεων, και στην ουσία μόνο για επιχειρήσεις μεγέθους μεγαλύτερου των έντεκα ατόμων. Τα συνολικά στοιχεία χρήσης ΤΠΕ σε επιχειρήσεις δεν είναι άμεσα συγκρίσιμα

Η εστίαση της ανάλυσης που ακολουθεί θα γίνει κυρίως στην δυναμική της εξέλιξης της χρήσης ΤΠΕ στις ΜΜΕ, όπως προκύπτει από τα στοιχεία που συλλέχθηκαν στο πλαίσιο των

² Π.χ. μελέτη ΟΟΣΑ

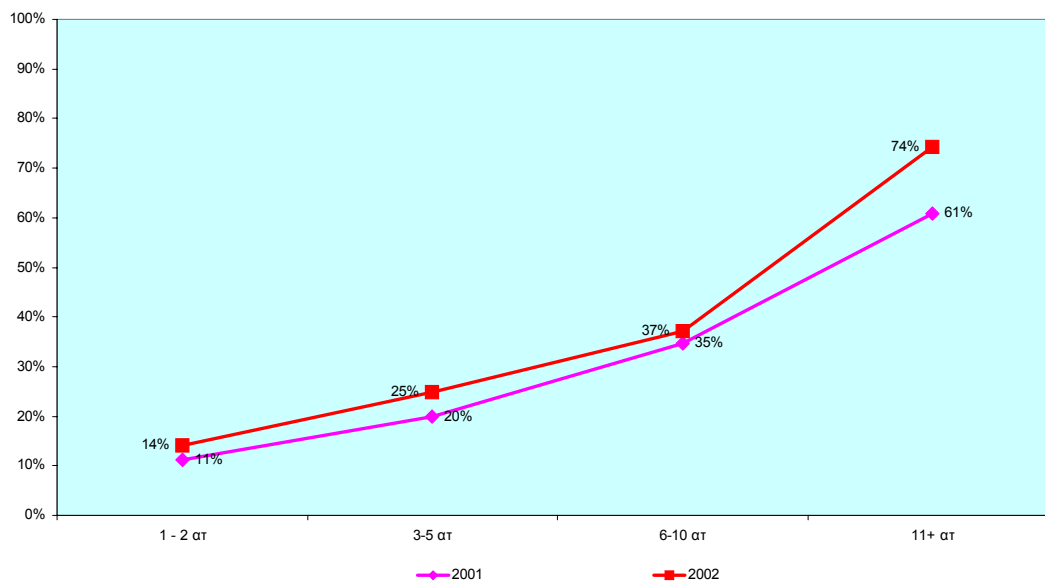
³ Π.χ. μελέτη e-business W@tch

δύο διαδοχικών ερευνών, με ενδεικτικές αναφορές σε διεθνή στοιχεία όπου αυτό είναι δυνατό.

Το 2002 το ποσοστό χρήσης Η/Υ στις ΜΜΕ ήταν 35,6% (34,2%)⁴ παρουσιάζοντας ρυθμό αύξησης της τάξης τους 4,1%, ο οποίος σε σχέση με το σχετικά χαμηλό επίπεδο χρήσης για το 2001 υποδηλώνει επιβράδυνση και στασιμότητα στην εισαγωγή Η/Υ κατά το 2002. Το ποσοστό χρήσης Η/Υ για το 2002 υπολείπεται κατά περίπου έξι ποσοστιαίες μονάδες από το ποσοστό χρήσης που είχε εκτιμηθεί για το 2002 στη βάση των προθέσεων που είχαν εκδηλώσει οι επιχειρήσεις στην έρευνα του προηγούμενου έτους, εξέλιξη που θα διερευνηθεί περισσότερο σε επόμενες παραγράφους. Ιδιαίτερα μεγάλη είναι η διαφοροποίηση στη χρήση Η/Υ μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων μεγέθους ενός έως πέντε (1-5) ατόμων, η οποία ανέρχεται σε 31,7% και των επιχειρήσεων με περισσότερα από 11 άτομα που φτάνει το 92,3%. Σύμφωνα με τα στοιχεία του e-business W@tch για το 2002 στο 94% των επιχειρήσεων της ΕΕ (σε 15 χώρες) χρησιμοποιούν Η/Υ. Υπενθυμίζεται ότι στη βάση της προηγούμενης ανάλυσης το ποσοστό αυτό είναι συγκρίσιμο μόνο με το ποσοστό χρήσης Η/Υ για επιχειρήσεις με περισσότερα των έντεκα ατόμων της παρούσας έρευνας.

Το ποσοστό χρήσης Internet το 2002 ανήλθε σε 19,6% (15,4%) παρουσιάζοντας ρυθμό αύξησης 27,6% έναντι του 2001. Η χρήση Internet κέρδισε 4,2 ποσοστιαίες μονάδες και υπολείπεται κατά 2,2 ποσοστιαίες μονάδες από το αντίστοιχο ποσοστό χρήσης που είχε εκτιμηθεί για το 2002 στη βάση των προθέσεων που είχαν εκδηλώσει οι επιχειρήσεις στην έρευνα του προηγούμενου έτους.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΤΟΧΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ INTERNET ΑΠΟ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΜΕΓΕΘΟΣ 2001 - 2002

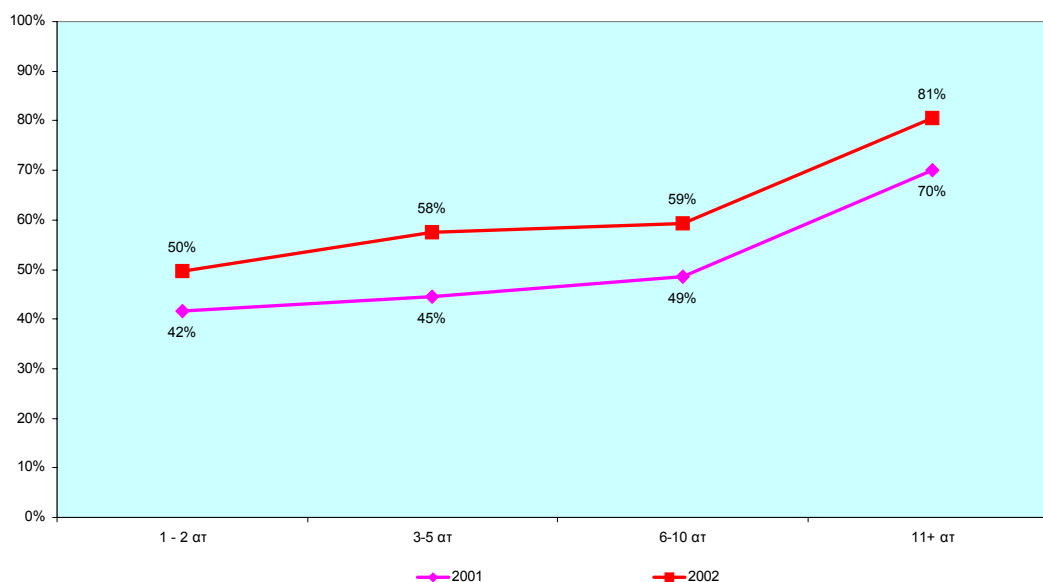


Τον υψηλότερο ρυθμό αύξησης παρουσίασε η κατηγορία 1-2 ατόμων με 27,4% έναντι του 2001, και ακολουθούν η κατηγορία 3-5 ατόμων με 24,8% και η κατηγορία 11+ με 22,2%. Παρά τους σχετικά υψηλότερους ρυθμούς αύξησης των μικρότερων επιχειρήσεων εξακολουθεί να υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση στη χρήση Internet μεταξύ των πολύ μικρών (1-10 ατόμων) όπου το ποσοστό χρήσης ανέρχεται σε 14% το 2002, και μεγαλύτερων ΜΜΕ (11+ ατόμων) όπου το ποσοστό χρήσης ανέρχεται σε 74% επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τα στοιχεία του e-business [W@atch](#) το ποσοστό χρήσης Internet στις επιχειρήσεις 15 χωρών της ΕΕ ανέρχεται σε 83% το 2002. Με δεδομένο τον πολύ μικρό ρυθμό αύξησης στη χρήση

⁴ Οι αριθμοί στις παρενθέσεις θα παρουσιάζουν τα αντίστοιχα μεγέθη για το 2001.

H/Y από τις ΜΜΕ, η 'εκτατική' επίδραση της αύξησης της χρήσης H/Y ήταν πολύ μικρή και η αύξηση στη χρήση Internet μπορεί να αποδοθεί κυρίως στην έντατική' επίδραση της αύξησης του λόγου της χρήσης Internet προς τη χρήση H/Y. Το 55,1% (44,9%) των επιχειρήσεων που κάνει χρήση H/Y το 2002 κάνει και χρήση Internet, αύξηση της τάξης του 22,7% έναντι του 2001.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΛΟΓΟΥ ΧΡΗΣΗΣ INTERNET ΠΡΟΣ ΧΡΗΣΗ ΗΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΜΕΓΕΘΟΣ 2001 - 2002



Όπως φαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα η γραμμή του λόγου της χρήσης Internet προς τη χρήση H/Y για το 2002 παρουσιάζει μια σαφή και σχεδόν παράλληλη μετατόπιση προς τα πάνω για όλες τις κατηγορίες σε σχέση με τον αντίστοιχο λόγο για το 2001, η οποία και αντιστοιχεί σε μέσο ρυθμό αύξησης του λόγου κατά 22,7%. Ο αντίστοιχος μέσος λόγος για τις 15 χώρες της ΕΕ για το 2002 είναι 88%⁵ και είναι φανερό ότι προσεγγίζεται στην Ελλάδα από τις επιχειρήσεις μεγαλύτερες των έντεκα ατόμων.

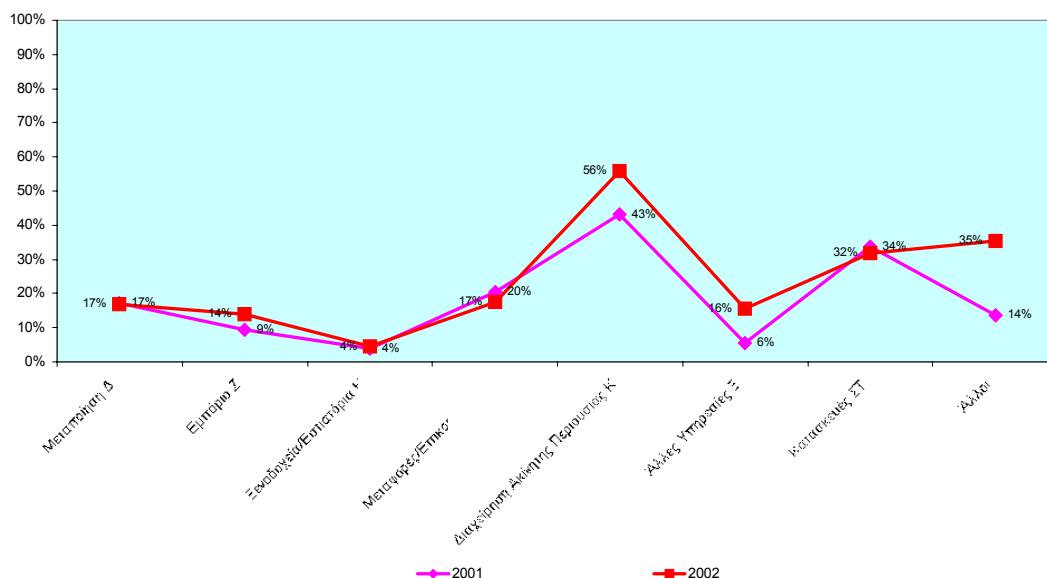
Σημαντικός βαθμός διαφοροποίησης μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων και των μεγαλύτερων των έντεκα ατόμων στην Ελλάδα παρουσιάζεται και στη χρήση άλλων ΤΠΕ. Χρήση e-mail κάνει το 67% των επιχειρήσεων με περισσότερα των έντεκα ατόμων, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις ΜΜΕ μεγέθους 1-5 ανέρχεται σε 16%. Το 39% των επιχειρήσεων με περισσότερα των έντεκα ατόμων έχει παρουσία στο Internet με ιστοσελίδα ή κόμβο, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις επιχειρήσεις 1-5 ατόμων είναι μόνο 4%. Οι αντίστοιχοι μέσοι όροι για τις 15 χώρες της ΕΕ είναι 87% των επιχειρήσεων για τη χρήση e-mail και το 52% των επιχειρήσεων για τη παρουσία στο Internet το 2002⁶.

⁵ e-business [W@tch](#), 2003

⁶ e-business [W@tch](#), 2003

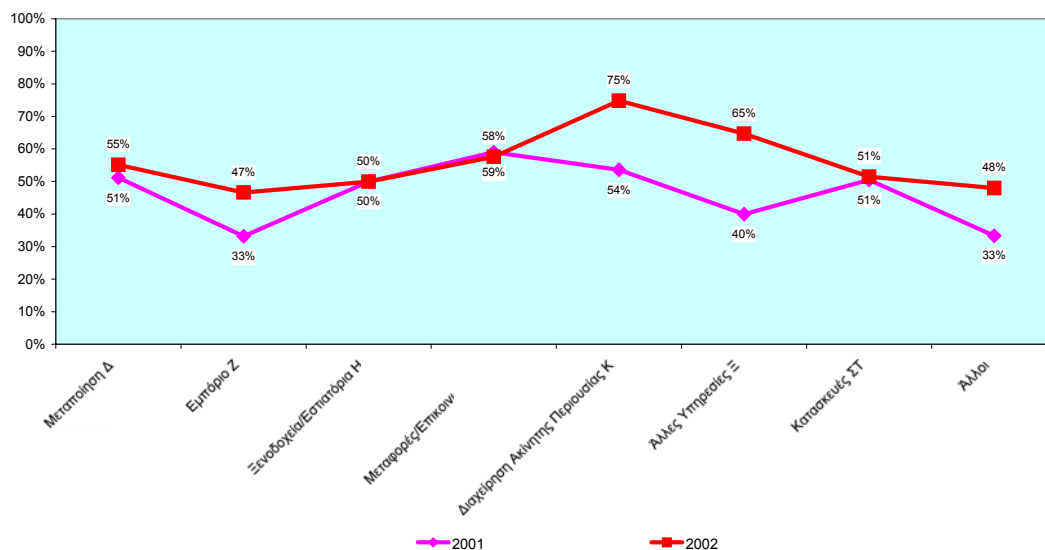
Κατά κλάδο δραστηριότητας

ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΤΟΧΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ INTERNET ΣΤΙΣ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΚΛΑΔΟ 2001 - 2002



Η εξέλιξη της χρήσης Internet παρουσιάζει επίσης ανοδική τάση με τους περισσότερους από τους υπό εξέταση κλάδους (Εμπόριο, Ξενοδοχεία/Εστιατόρια, Διαχείριση Ακίνητης Περιουσίας, Άλλες Υπηρεσίες, Άλλοι) να παρουσιάζουν ευδιάκριτη αύξηση της χρήσης, ενώ οι υπόλοιποι τρεις (Μεταποίηση, Μεταφορές/Επικοινωνίες, Κατασκευές) να προσεγγίζουν τα περυσινά επίπεδα χρήσης. Καθώς και κατά κλάδο δεν παρουσιάζονται αξιοσημείωτες αυξήσεις στη χρήση Η/Υ, η αύξηση της χρήσης Internet οφείλεται κατά κύριο λόγο στην 'έντατική' επίδραση της αύξησης του λόγου χρήσης Internet/χρήση Η/Υ. Η επίδραση αυτή παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα.

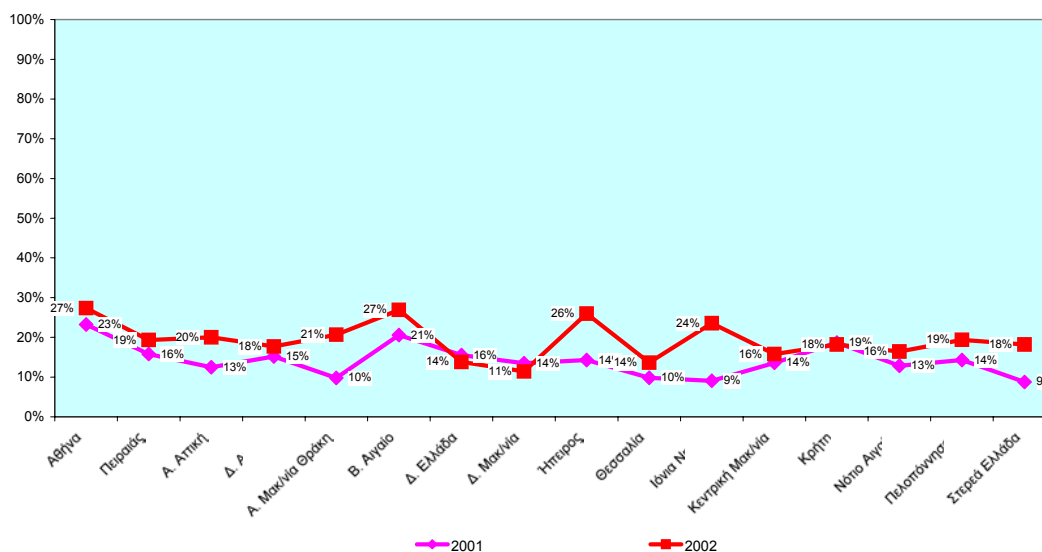
ΕΞΕΛΙΞΗ ΛΟΓΟΥ ΧΡΗΣΗΣ INTERNET ΠΡΟΣ ΧΡΗΣΗ ΗΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΚΛΑΔΟ 2001 - 2002



Οι κλάδοι του Εμπορίου και της Διαχείρισης Ακίνητης Περιουσίας παρουσιάζουν ρυθμούς αύξησης του λόγου χρήσης Internet προς χρήση Η/Υ της τάξης του 40%. Τα ποσοστά της χρήσης Internet είναι 13,9% (9,4%) στον κλάδο του Εμπορίου και 56% (43,2%) στον κλάδο της Διαχείρισης Ακίνητης Περιουσίας, ο οποίος παρουσιάζει και τα υψηλότερα ποσοστά χρήσης ΤΠΕ. Το Εμπόριο αποτελεί τον μεγαλύτερο κλάδο των ΜΜΕ με ποσοστό 44% του πληθυσμού, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για την Διαχείριση Ακίνητης Περιουσίας, Μεταποίηση και Ξενοδοχεία/Εστιατόριο είναι 9%, 15% και 12%. Ο κλάδος των Ξενοδοχείων/Εστιατορίων έχει το 2002, όπως και το 2001, τα χαμηλότερα ποσοστά χρήσης Η/Υ και Internet που είναι 8,9% (8%) και 4,4% (4%) αντίστοιχα.

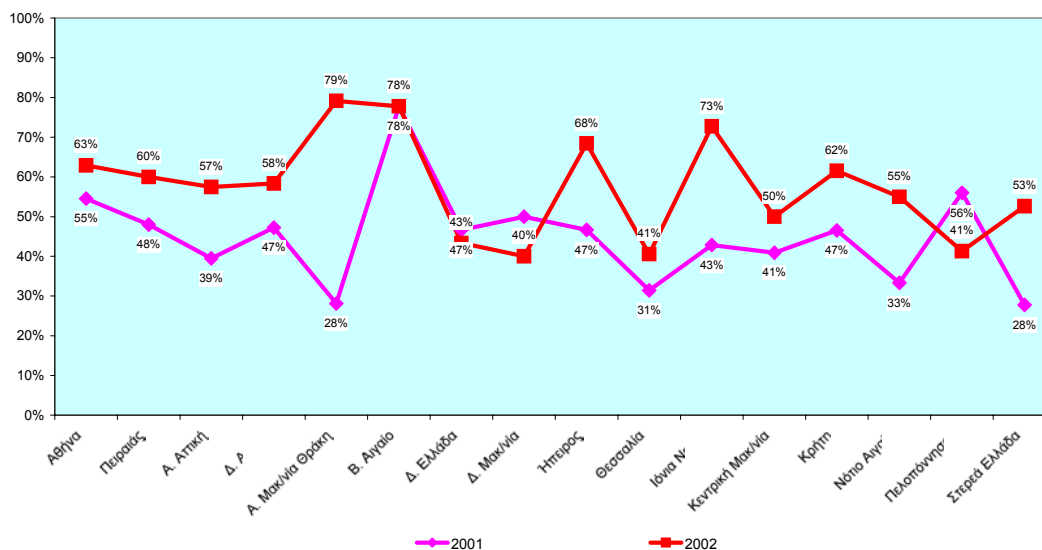
Κατά διοικητική περιφέρεια

ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΤΟΧΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ INTERNET ΑΠΟ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2001 - 2002

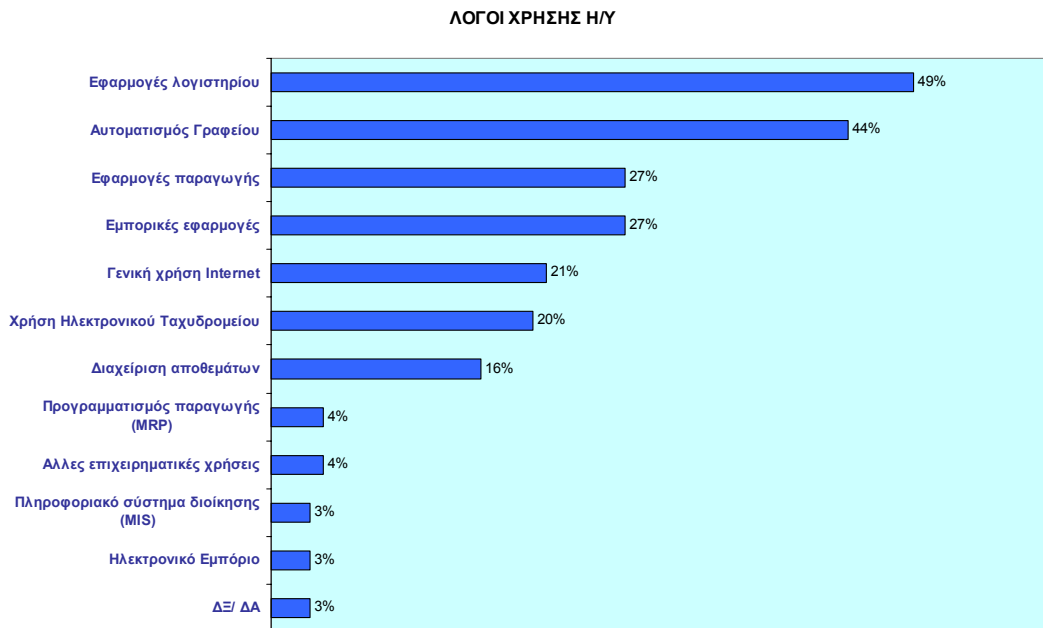


Στο παραπάνω διάγραμμα η γραμμή της χρήσης Internet κατά περιφέρεια παρουσιάζει μετατόπιση προς τα πάνω στις περισσότερες περιοχές της χώρας, και μικρότερες γενικά αποκλίσεις. Όπως και στις προηγούμενες περιπτώσεις, η παρατηρούμενη αύξηση της χρήσης Internet σε διαφορετικές περιοχές οφείλεται κατά κύριο στην αύξηση του λόγου χρήσης Internet/χρήση Η/Υ.

ΕΞΕΛΙΞΗ ΛΟΓΟΥ ΧΡΗΣΗΣ INTERNET ΠΡΟΣ ΗΥ ΣΤΙΣ ΜΜΕ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ 2001 - 2002



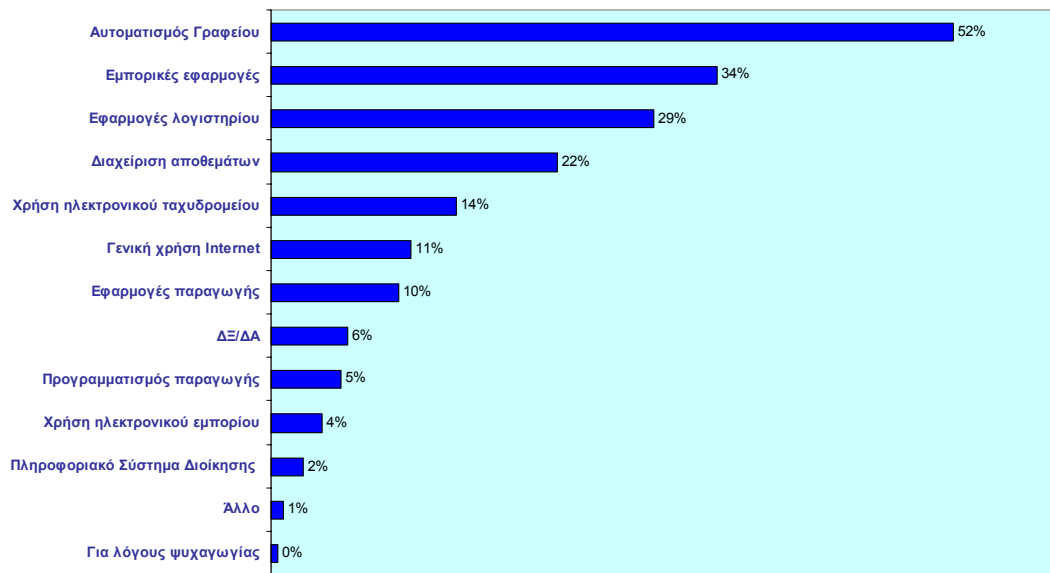
4.4 Λόγοι χρήσης/μη-χρήσης ΤΠΕ από τις ΜΜΕ



Κυριότεροι λόγοι χρήσης Η/Υ είναι οι εφαρμογές λογιστηρίου (49% των ΜΜΕ) και ο αυτοματισμός γραφείου (44% των ΜΜΕ), ενώ ακολουθούν οι εφαρμογές παραγωγής και οι εμπορικές εφαρμογές. Το 20% περίπου των επιχειρήσεων που διαθέτουν Η/Υ αναφέρουν μεταξύ των κυριότερων λόγων τη χρήση Internet ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Μεταξύ των κυριότερων τμημάτων που χρησιμοποιούν Η/Υ το 55% των επιχειρήσεων ανέφεραν το λογιστήριο και περίπου το 25% ανέφεραν τις πωλήσεις, την παραγωγή ή την αποθήκη. Το 8% περίπου των επιχειρήσεων ανέφεραν ότι σημειώθηκε αύξηση στον αριθμό των χρηστών Η/Υ στην επιχείρηση τα τελευταία τρία χρόνια, ενώ το 91% απάντησε ότι δεν σημειώθηκε καμία μεταβολή. Μεταξύ των εφαρμογών στις οποίες σημειώθηκε αύξηση χρηστών Η/Υ περιλαμβάνονται ο αυτοματισμός γραφείου (51%), οι εφαρμογές λογιστηρίου (36%), η χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (18%) και η γενική χρήση του Internet (16%).

Το 2002, το 59% (50%) των ερωτώμενων της έρευνας θεωρεί ότι ο βαθμός χρήσης και αξιοποίησης του διατιθέμενου εξοπλισμού από τους υπαλλήλους είναι από καλός έως πολύ καλός, ενώ το 38% (35%) τον θεωρεί μέτριο. Το 59% (51%) των ερωτώμενων θεωρεί ότι ο βαθμός χρήσης γνώσεων και δεξιοτήτων ως προς τους Η/Υ από τους υπαλλήλους είναι από καλός έως πολύ καλός, ενώ το 37% (33%) τον θεωρεί μέτριο.

ΛΟΓΟΙ ΠΡΟΘΕΣΗΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ Η/Υ

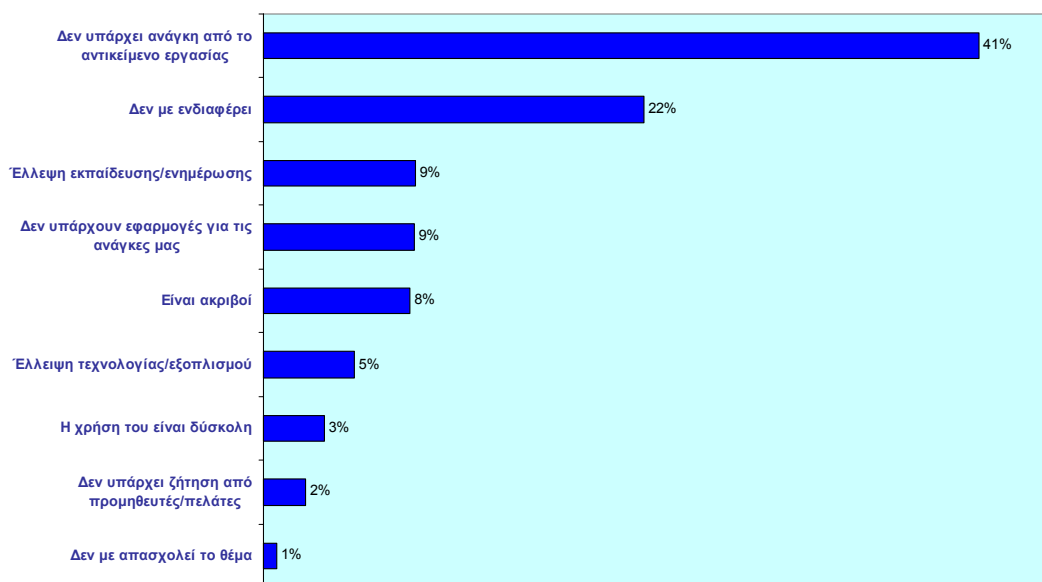


Μεταξύ των επιχειρήσεων που δεν χρησιμοποιούν Η/Υ σήμερα, αλλά εκδήλωσαν τη πρόθεση να αποκτήσουν στο μέλλον, το 52% ανέφερε μεταξύ των κυριότερων λόγων απόκτησης τον αυτοματισμό γραφείου, το 34% τις εμπορικές εφαρμογές, το 29% τις εφαρμογές λογιστηρίου, ενώ τα ποσοστά για χρήση e-mail και Internet είναι 14% και 10% αντίστοιχα. Ειδικότερα για το ηλεκτρονικό εμπόριο τα αντίστοιχα ποσοστά στις επιχειρήσεις που έχουν ή προτίθενται να αποκτήσουν Η/Υ είναι αντίστοιχα 3% και 4%.

Από τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι οι βασικοί λόγοι χρήσης Η/Υ στις ΜΜΕ επιχειρήσεις σήμερα στην Ελλάδα αφορούν κυρίως σε επιμέρους εσωτερικές επιχειρησιακές διαδικασίες και όχι εφαρμογές που σχετίζονται σε επικοινωνία με εξωτερικούς παράγοντες (συνεργάτες, πελάτες, προμηθευτές) μέσω εφαρμογών Internet και ηλεκτρονικού εμπορίου. Η μορφή των δύο παραπάνω διαγραμμάτων είναι ενδεικτική χαμηλού βαθμού ολοκλήρωσης ακόμα και μεταξύ των διαφορετικών εσωτερικών επιχειρησιακών εφαρμογών στις ΜΜΕ.

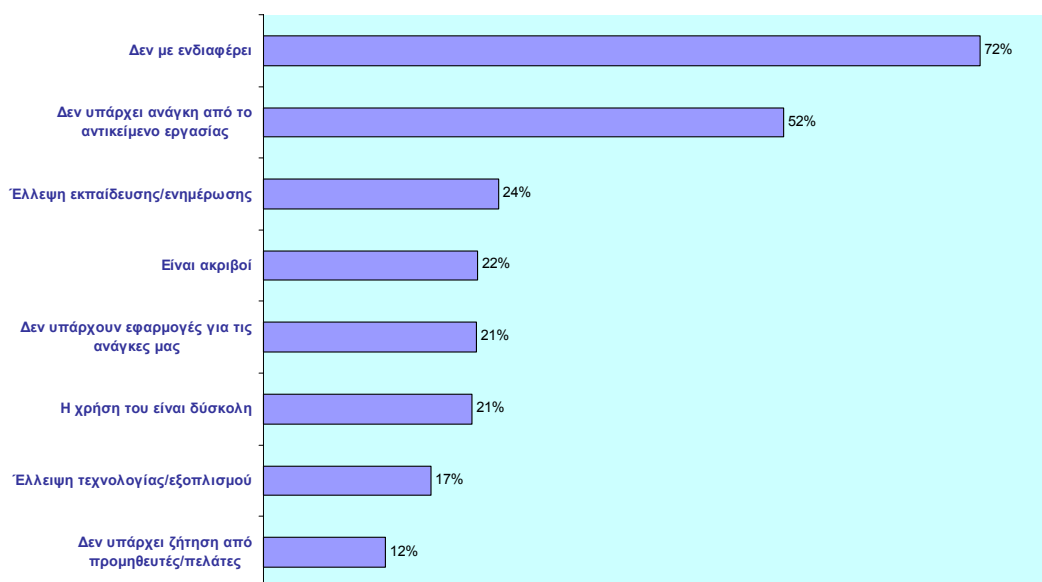
Καθώς οι ΜΜΕ που δεν χρησιμοποιούν Η/Υ στην Ελλάδα αποτελούν ακόμα τη μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων στην Έρευνα ΜΜΕ 2003 δόθηκε ιδιαίτερο βάρος στην αναγνώριση των λόγων μη χρήσης Η/Υ από μια επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις που απάντησαν ότι δεν έχουν Η/Υ ερωτήθηκαν πρώτον για τον κυριότερο λόγο που δεν έχουν Η/Υ, και δεύτερον τους ζητήθηκε να απαντήσουν μια σειρά ερωτήσεων για άλλους κύριους και άλλους συμπληρωματικούς λόγους που δεν έχουν Η/Υ. Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα τόσο για τον ένα κυριότερο λόγο μη κατοχής Η/Υ, όσο και τα αθροιστικά αποτελέσματα όλων των λόγων (κύριων και συμπληρωματικών).

ΚΥΡΙΟΣ ΛΟΓΟΣ ΜΗ ΥΠΑΡΞΗΣ Η/Υ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ



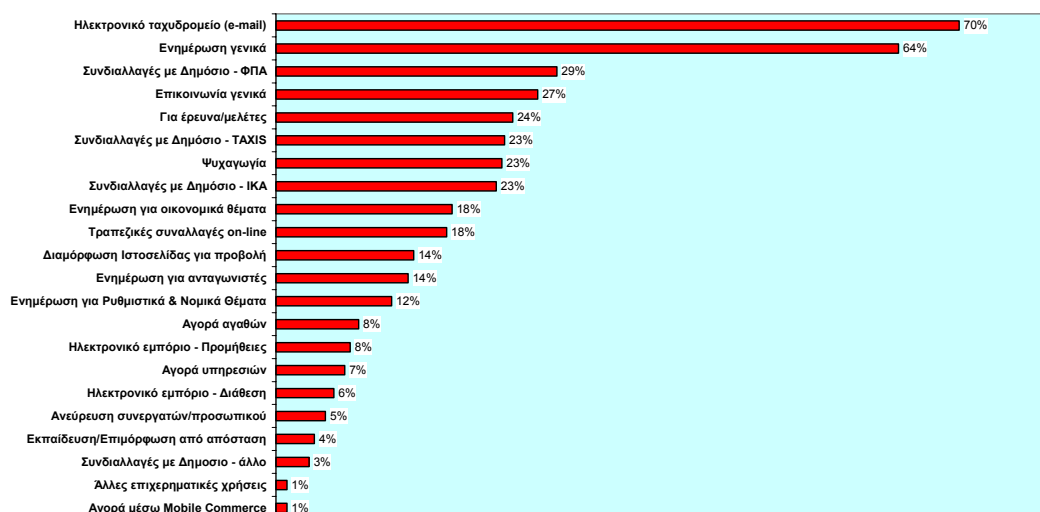
Ως ο ένας κυριότερος λόγος μη χρήσης Η/Υ αναδείχθηκε η έλλειψη ανάγκης λόγω αντικείμενου εργασίας, ο οποίος αναφέρθηκε από το 41% των ΜΜΕ που δεν κατέχουν Η/Υ σήμερα. 23% των ΜΜΕ ανέφεραν την έλλειψη ενδιαφέροντος, ενώ άλλοι λόγοι δεν ξεπέρασαν ποσοστό 10% των ΜΜΕ. Το κόστος ως ανασταλτικός παράγοντας μη κατοχής Η/Υ αναφέρθηκε μόνο από το 8% των επιχειρήσεων, ενώ η δυσκολία στη χρήση του μόνο από το 3%. Από την εξέταση των συνολικών λόγων μη ύπαρξης Η/Υ στην επιχείρηση προκύπτει το αξιοπρόσεχτο αποτέλεσμα ότι το 72% των ΜΜΕ δήλωσαν την έλλειψη ενδιαφέροντος ως ένα από τους κύριους ή συμπληρωματικούς λόγους, ενώ το ποσοστό που δήλωσε ότι δεν υπάρχει ανάγκη από το αντικείμενο της εργασίας ανήλθε σε 52%.

ΣΥΝΟΛΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ ΜΗ ΥΠΑΡΞΗΣ Η/Υ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ



Γενικά τα αποτελέσματα που προκύπτουν για τους λόγους μη χρήσης σε συνδυασμό με την εξέλιξη των προθέσεων απόκτησης Η/Υ και τα χαμηλά ποσοστά χρήσης Η/Υ στις πολύ μικρές επιχειρήσεις δεν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά για μια αυτόνομη δυναμική στην εξέλιξη της χρήσης Η/Υ στις ΜΜΕ. Η διείσδυση Η/Υ στις ΜΜΕ αποτελεί το ανώτερο 'επεκτατικό' όριο χρήσης Internet και θα πρέπει να ληφθεί ιδιαίτερα υπόψη σε κάθε πιθανή παρέμβαση από την Πολιτεία που αποσκοπεί στην ανάπτυξη της χρήσης και του βαθμού ολοκλήρωσης των ΤΠΕ στις ΜΜΕ. Κυρίαρχοι λόγοι μη χρήσης αναδεικνύονται οι αντιλήψεις των ΜΜΕ για τη μη ύπαρξη ανάγκης από το αντικείμενο εργασίας και η έλλειψη ενδιαφέροντος και θα πρέπει να ληφθούν επίσης ιδιαίτερα υπόψη στο σχεδιασμό άμεσων και μελλοντικών προτάσεων πολιτικής ενθάρρυνσης της χρήσης Η/Υ και ενσωμάτωσης τους στις επιχειρησιακές διαδικασίες.

ΛΟΓΟΙ ΧΡΗΣΗΣ INTERNET ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ



Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν Internet το χρησιμοποιούν για ένα αυξανόμενο αριθμό εφαρμογών. Το 70% των ΜΜΕ κάνουν χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, από τις οποίες το 46% κάνει καθημερινή χρήση (δηλ. το 32% των επιχειρήσεων με Internet) και το 47% το χρησιμοποιούν μια έως τρεις ημέρες την εβδομάδα. Το 64% χρησιμοποιεί Internet για γενική ενημέρωση, από τις οποίες το 45% καθημερινά (29% των επιχειρήσεων με Internet) και το 42% μια έως τρεις την εβδομάδα.

Αξιοσημείωτα είναι επίσης τα ποσοστά των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν Internet για συναλλαγές με το Δημόσιο. Το 29% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί το Internet για θέματα ΦΠΑ. Από αυτές το 12% κάνει καθημερινή χρήση, το 18% το χρησιμοποιεί μια έως τρεις ημέρες την εβδομάδα, ενώ το 44% το χρησιμοποιεί μια ή δύο φορές το μήνα. Συναλλαγές με το TAXIS πραγματοποιεί το 23% των επιχειρήσεων, από τις οποίες το 13% σε καθημερινή βάση, το 20% μια έως τρεις φορές την εβδομάδα, ενώ το 33% μια έως τρεις φορές το μήνα. Συναλλαγές με το ΙΚΑ πραγματοποιεί το 23% των επιχειρήσεων, από τις οποίες το 11% καθημερινά, το 25% μια έως τρεις φορές την εβδομάδα, ενώ το 45% μία ή δύο φορές το μήνα.

Τραπεζικές συναλλαγές on-line πραγματοποιεί το 18% των επιχειρήσεων με σύνδεση Internet. Από αυτές το 13% πραγματοποιεί συναλλαγές καθημερινά, το 47% μια έως τρεις φορές την εβδομάδα, ενώ το 22% μια ή δύο φορές τον μήνα. Προμήθειες μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου πραγματοποιεί το 8% των επιχειρήσεων με Internet (δηλ. το 1,5% του συνόλου των ΜΜΕ), ενώ πωλήσεις μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου πραγματοποιεί το 6% των επιχειρήσεων.

(δηλ. το 1,2% του συνόλου των ΜΜΕ). Συνολικά, οι συναλλαγές ηλεκτρονικού εμπορίου παραμένουν στάσιμες και στα ίδια χαμηλά επίπεδα του 2001.

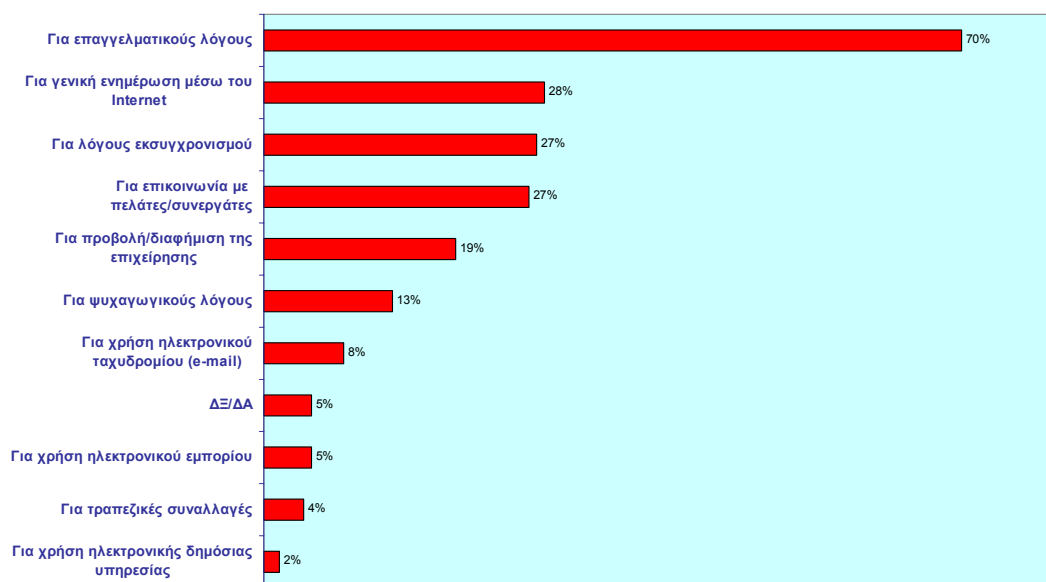
Πρέπει να σημειωθεί ότι οι επιχειρήσεις μεγαλύτερες των 11 ατόμων που χρησιμοποιούν Internet παρουσιάζουν πολύ υψηλότερα ποσοστά συναλλαγών on line από τους παραπάνω αναφερόμενους μέσους όρους. Τα ποσοστά αυτά στις περισσότερες περιπτώσεις είναι υπερδιπλάσιου μεγέθους από τους αντίστοιχους μέσους όρους για το σύνολο των ΜΜΕ. Ενδεικτικά αναφέρονται οι συναλλαγές με το δημόσιο όπου τα ποσοστά των επιχειρήσεων που κάνει ηλεκτρονικές συναλλαγές για ΦΠΑ, ΙΚΑ, TAXIS είναι αντίστοιχα 52%, 48% και 38%. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που κάνει ηλεκτρονικές τραπεζικές on-line είναι 31%, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για ηλεκτρονικό εμπόριο – προμήθειες και ηλεκτρονικό εμπόριο – διάθεση είναι 14% και 10%. Στο σύνολο των επιχειρήσεων με περισσότερα των 11 ατόμων τα ποσοστά ηλεκτρονικών προμηθειών, ηλεκτρονικής διάθεσης είναι αντίστοιχα 10% και 8% των επιχειρήσεων. Τα ποσοστά χρήσης ηλεκτρονικού εμπορίου είναι συγκρίσιμα με αντίστοιχους ευρωπαϊκούς μέσους όρους 34% για ηλεκτρονικές προμήθειες και 13% για ηλεκτρονική διάθεση για το έτος 2002⁷.

Ένα ιδιαίτερα ενθαρρυντικό αποτέλεσμα που προέκυψε από την έρευνα είναι ο υψηλός βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις ηλεκτρονικές συναλλαγές με το Δημόσιο και τις τράπεζες. Με κλίμακα από ένα έως δέκα ο μέσος βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις συναλλαγές με το δημόσιο είναι οκτώ (8) , ενώ ο μέσος βαθμός ικανοποίησης από τις τράπεζες είναι 8,6. Επίσης υψηλός είναι ο βαθμός ικανοποίησης από τους πάροχους Internet, ο οποίος είναι 8,3. Αντίθετα χαμηλός είναι ο βαθμός ικανοποίησης τόσο από τις ελληνικές ιστοσελίδες/κόμβους, όσο και από τις διεθνείς που επισκέπτονται οι εργαζόμενοι των επιχειρήσεων. Με κλίμακα από ένα έως δέκα, ο βαθμός ικανοποίησης είναι 5,4 τόσο για τις ελληνικές όσο και για τις διεθνείς ιστοσελίδες. 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 διεύρυνση και η ακόμα περαιτέρω βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών από το Δημόσιο και τους άλλους τομείς, σε συνδυασμό με κατάλληλη και επαρκή ενημέρωση, μπορεί να αποτελέσουν καθοριστικό παράγοντα για την επιτάχυνση και διάχυση της Internet και Η/Υ στις ΜΜΕ. Οι σχετικές υπηρεσίες είναι καθολικής χρήσης και μπορεί να αποτελέσουν τον κατάλληλο μοχλό προσέλκυσης ενδιαφέροντος από τις ΜΜΕ και μείωσης των αντιλήψεων που φαίνεται να κυριαρχούν σήμερα, π.χ. ότι τα ΤΠΕ δεν απαιτούνται από το αντικείμενο εργασιών της επιχείρησης.

Στο παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι λόγοι για τους οποίους επιχειρήσεις που δεν έχουν σύνδεση Internet σήμερα (αλλά έχουν Η/Υ) σκοπεύουν να αποκτήσουν στο μέλλον.

⁷ e-business W@tch, March 2003.

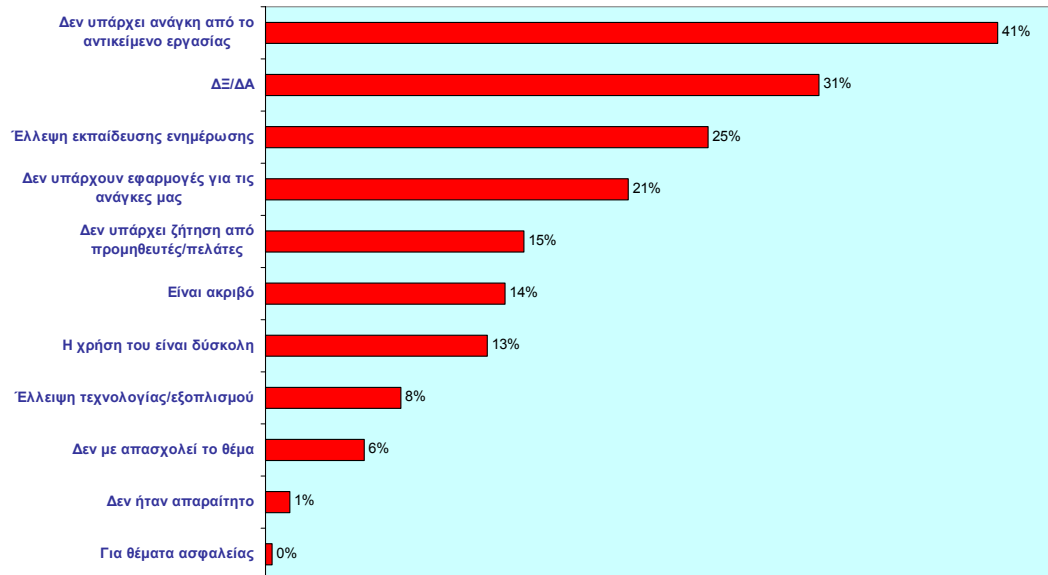
ΛΟΓΟΙ ΠΡΟΘΕΣΗΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ INTERNET ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ



Γενικά η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που σκοπεύει να αποκτήσει σύνδεση Internet στο μέλλον έδωσε πολύ πιο γενικές απαντήσεις για τους λόγους απόκτησης από ότι οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν Internet σήμερα. Μεταξύ των απαντήσεων περιλαμβάνονται: επαγγελματικοί λόγοι (70%), γενική χρήση Internet (28%), λόγοι εκσυγχρονισμού (27%), επικοινωνία με τους πελάτες/συνεργάτες (27%), προβολή/διαφήμιση της επιχείρησης (19%). Τα ποσοστά που μεταξύ άλλων λόγων δήλωσαν ηλεκτρονικού εμπορίου (5%), τραπεζικές συναλλαγές (4%) και συναλλαγές με το δημόσιο (2%), είναι πολύ μικρότερα των αντίστοιχων ποσοστών μεταξύ των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το Internet σήμερα.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας για τους λόγους για τους οποίους οι επιχειρήσεις οι οποίες ενώ κάνουν χρήση Η/Υ σήμερα δεν έχουν σύνδεση στο Internet προκύπτουν μια σειρά λόγοι. Πρώτος έρχεται ο λόγος ότι δεν υπάρχει ανάγκη από το αντικείμενο της εργασίας τον οποίο ανέφεραν 42% των σχετικών επιχειρήσεων, ενώ 21% δήλωσαν ότι δεν υπάρχουν εφαρμογές για τις ανάγκες τους. Μεγάλο είναι επίσης το ποσοστό των ΜΜΕ που δεν απάντησαν κάποιο συγκεκριμένο λόγο ή δήλωσαν ότι δεν τους απασχολεί το θέμα. (37%). Την έλλειψη εκπαίδευσης/ενημέρωσης ανέφερε το 25%, και την δυσκολία στη χρήση το 13%. Το θέμα ακρίβειας αναφέρθηκε από το 14% των επιχειρήσεων.

ΛΟΓΟΙ ΜΗ ΥΠΑΡΞΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ INTERNET ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

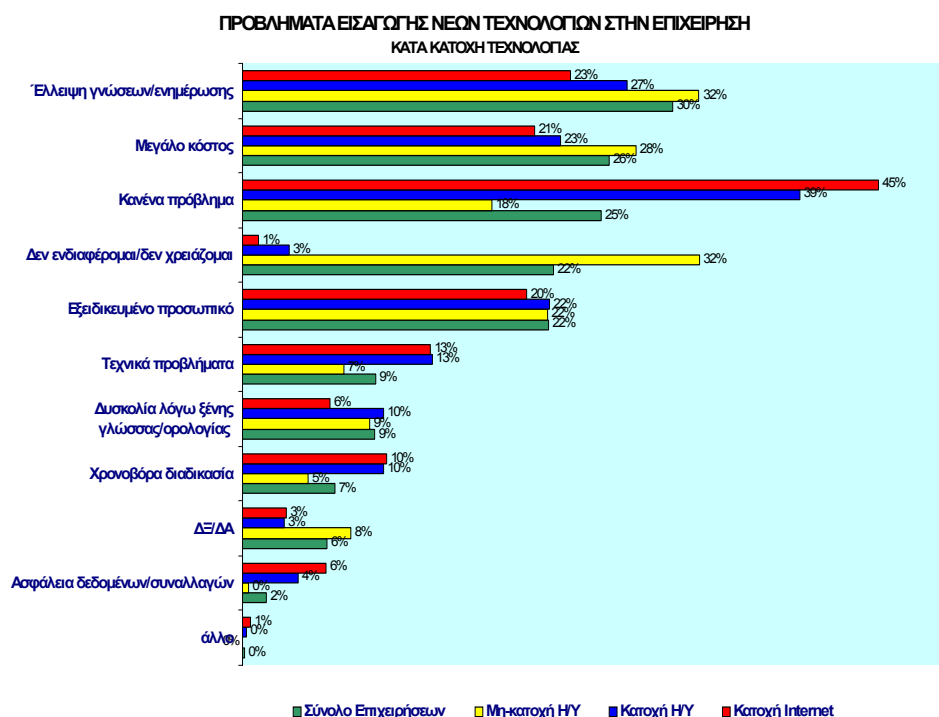


Οι παραπάνω ερωτήσεις για τους λόγους χρήσης ή μη-χρήσης Η/Υ και Internet απευθύνθηκαν στις σχετικές υποομάδες του πληθυσμού ξεχωριστά (π.χ. χρήστες ή μη χρήστες Η/Υ, οι χρήστες Η/Υ ρωτήθηκαν για τη χρήση ή μη χρήση Internet κ.τλ.).

Παράλληλα, στο πλαίσιο της Έρευνας έγινε και μια προσπάθεια για την διερεύνηση των γενικότερων προβλημάτων εισαγωγής ΤΠΕ στις επιχειρήσεις, καθώς και των τομέων που χρειάζονται υποστήριξη. Οι αντίστοιχες ερωτήσεις απευθύνθηκαν προς όλες τις ΜΜΕ για μια περισσότερο σφαιρική απεικόνιση των αντιλήψεων αυτών. Τα αποτελέσματα της διερεύνησης αυτής παρουσιάζονται στη παρακάτω ενότητα τόσο για το σύνολο των ΜΜΕ, όσο και κατά κατοχή τεχνολογίας.

4.5 Προβλήματα εισαγωγής νέων ΤΠΕ και τομείς που έχουν ανάγκη υποστήριξης

Από την ανάλυση των απαντήσεων των επιχειρήσεων στα προβλήματα εισαγωγής νέων τεχνολογιών, οι διαφοροποιήσεις στην ιεράρχηση των προβλημάτων όπως και οι αποκλίσεις από τους αντίστοιχους μέσους όρους του συνόλου των ΜΜΕ παρατηρούνται κυρίως κατά κατοχή τεχνολογίας, δηλ. μεταξύ κατόχων Η/Υ, μη κατόχων Η/Υ και κατόχων σύνδεσης Internet. Αντίθετα δεν παρουσιάζονται αξιοσημείωτες διαφοροποιήσεις κατά μέγεθος και κλάδο των επιχειρήσεων.



Σημαντικότερο πρόβλημα για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στο σύνολο των επιχειρήσεων αναδείχθηκε με 30% (27%) το πρόβλημα της έλλειψης γνώσεων και ενημέρωσης. Από το ποσοστό αυτό διαφοροποιούνται οι ΜΜΕ με κατοχή Internet με 23%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις επιχειρήσεις μη κατόχους Η/Υ ανέρχεται σε 32%.

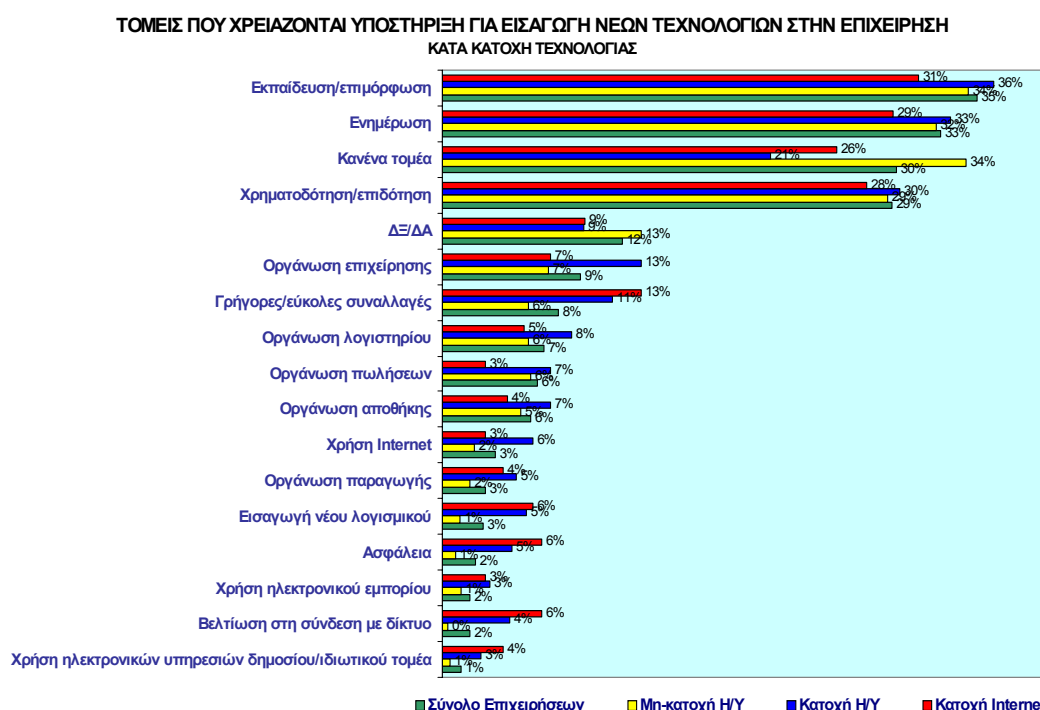
Το μεγάλο κόστος αποτελεί το δεύτερο κατά σειρά πρόβλημα για το 26% του συνόλου των ΜΜΕ. Το ποσοστό αυτό διαφοροποιείται σε 21% για επιχειρήσεις κατόχους Internet, ενώ φτάνει σε 28% σε επιχειρήσεις μη κατόχους Η/Υ.

Κανένα πρόβλημα αναφέρει το 25% του συνόλου των επιχειρήσεων. Το ποσοστό αυτό διαφοροποιείται από 18% στις επιχειρήσεις μη κατόχους Η/Υ και ανέρχεται στο 45% στις επιχειρήσεις κατόχους Internet και 39% στις επιχειρήσεις κατόχους Η/Υ. Είναι αξιοσημείωτη η μείωση που παρουσίασε το ποσοστό αυτό σε όλες τις κατηγορίες των κατόχων έναντι των αντίστοιχων αποτελεσμάτων για το 2001. Πιο συγκεκριμένα το ποσοστό των ΜΜΕ που είχε απαντήσει ότι δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα στην εισαγωγή των νέων τεχνολογιών το 2001 ήταν 45% για το σύνολο των επιχειρήσεων, στις δε επιχειρήσεις μη-κατόχους Η/Υ ήταν το 40%. Αντίστοιχα το ποσοστό στις επιχειρήσεις κατόχους Η/Υ και Internet ήταν της τάξης του 55%. Η παρατηρούμενη μείωση στη γενική αντίληψη των επιχειρήσεων για την μη ύπαρξη κανενός προβλήματος στην εισαγωγή νέων ΤΠΕ αποτελεί ένδειξη αύξησης του βαθμού κατανόησης των πραγματικών προβλημάτων που προκύπτουν από τη συστηματικότερη χρήση των νέων ΤΠΕ.

Αρκετά υψηλό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων που θεωρούν ότι υπάρχει πρόβλημα εξειδικευμένου προσωπικού. Το ποσοστό ανέρχεται σε 22% του συνόλου και είναι περίπου το ίδιο για όλες τις υπό εξέταση κατηγορίες. Τα ποσοστά των επιχειρήσεων που αναφέρουν παράγοντες όπως τα τεχνικά προβλήματα, ή την χρονοβόρα διαδικασία ή την ασφάλεια των επιχειρήσεων (αντίστοιχα 9%, 7% και 2%) αν και αρκετά μικρότερα από τα προηγούμενα είναι αρκετά μεγαλύτερα στις επιχειρήσεις κατόχους ΤΠΕ από ότι στις επιχειρήσεις μη κατόχους (αντίστοιχα 13%, 10% και 6%). Τα αποτελέσματα αυτά, όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη παράγραφο, είναι εύλογο και σχετίζονται με τον αυξανόμενο βαθμό πραγματικής χρήση των ΤΠΕ από τις επιχειρήσεις.

Τέλος, αρκετά υψηλό (22%) είναι και το ποσοστό των ΜΜΕ που απάντησε ότι δεν ενδιαφέρεται/δεν χρειάζεται στη παραπάνω ερώτηση για τα προβλήματα εισαγωγής των ΤΠΕ. Το ποσοστό αυτό σχεδόν εξ' ολοκλήρου οφείλεται σε επιχειρήσεις μη-κατόχους Η/Υ (32% των επιχειρήσεων μη κατόχων Η/Υ).

Οι επιχειρήσεις ανέφεραν ένα αυξανόμενο αριθμό τομέων που θεωρούν ότι χρειάζονται υποστήριξη για την εισαγωγή των νέων ΤΠΕ. Βασικότερος τομέας που χρειάζεται υποστήριξη θεωρείται με 35% των απαντήσεων ο τομέας της εκπαίδευσης/επιμόρφωσης, γεγονός που βρίσκεται σε αντιστοιχία με το βασικότερο πρόβλημα εισαγωγής που είναι η έλλειψη γνώσεων/ενημέρωσης. Το ποσοστό αυτό παρουσίασε αύξηση κατά 3 ποσοστιαίες



μονάδες έναντι του 2001 που ήταν 32%. Το 33% του συνόλου των επιχειρήσεων θεωρεί ως δεύτερο βασικό τομέα που χρειάζεται υποστήριξη την ενημέρωση των επιχειρήσεων για τις νέες ΤΠΕ.

Το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν θεωρεί ότι χρειάζεται υποστήριξη σε κανένα τομέα είναι το 30% του συνόλου, παραμένοντας στα ίδια επίπεδα με το 2001 που ήταν 29% του συνόλου. Το 29% των επιχειρήσεων θεωρεί την χρηματοδότηση/επιδότηση σημαντικό τομέα που χρειάζεται υποστήριξη για τη χρήση των ΤΠΕ, παρουσιάζοντας σημαντική αύξηση έναντι του 2001 που ήταν 10% των επιχειρήσεων. Γενικά οι τομείς που χρειάζονται υποστήριξης παρουσιάζουν λιγότερες διαφοροποιήσεις κατά κατοχή τεχνολογίας,

τουλάχιστον στους βασικότερους τομείς, από ότι τα προβλήματα εισαγωγής και παρουσιάζονται αναλυτικά στο παραπάνω διάγραμμα.

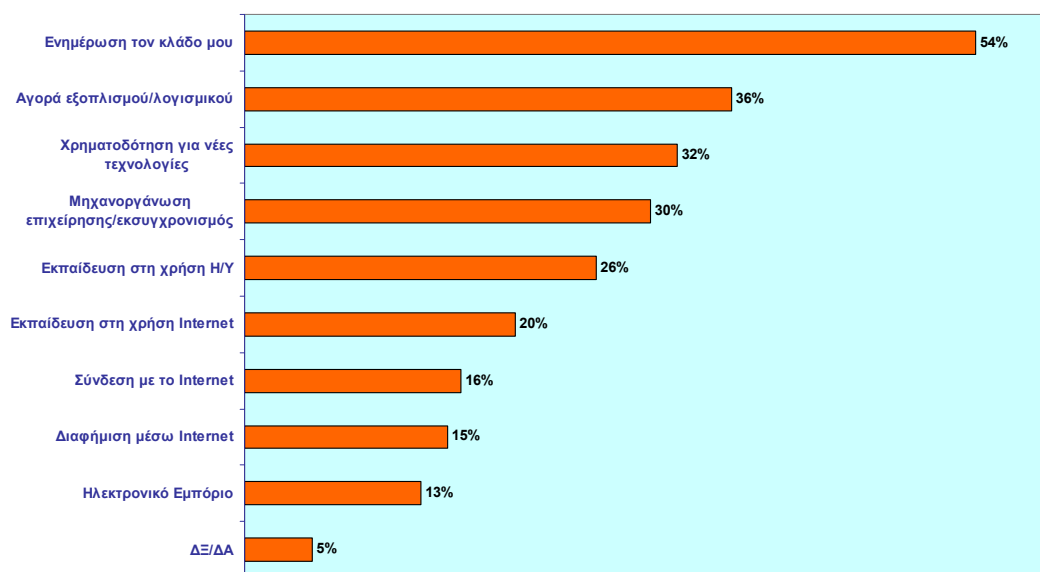
4.6 Πρόγραμμα 'Δικτυωθείτε'

Από την έρευνα στις ΜΜΕ 2001 ξεκίνησε μια προσπάθεια καταγραφής των αποτελεσμάτων των διαφορετικών μέτρων που προωθούνται στο πλαίσιο του Προγράμματος για την Κοινωνία της Πληροφορίας. Ειδικότερα, έγινε προσπάθεια καταγραφής των επιπτώσεων που προγράμματος «Δικτυωθείτε» που αφορά στη σύνδεση των ΜΜΕ στο Internet και την ηλεκτρονική παρουσία τους σε αυτό. Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων προκύπτουν μια πρώτη σειρά από χρήσιμα συμπεράσματα για τον περαιτέρω σχεδιασμό πολιτικής και μέτρων που προωθούν την είσοδο των ΜΜΕ στην ψηφιακή οικονομία (Δικτυωθείτε, e-train, e-επιχειρείν).

Το 2002, το 20% των ΜΜΕ είχε γνώση του προγράμματος «Δικτυωθείτε» έναντι του αντίστοιχου 14% για το 2001, δηλ. το ποσοστό γνώσης του προγράμματος αυξήθηκε κατά 43% έναντι του πρώτου έτους εισαγωγής του. Ο βαθμός ενδιαφέροντος για το πρόγραμμα μεταξύ των ΜΜΕ που γνωρίζουν για αυτό κυμαίνεται το 2002 στα ίδια επίπεδα με το 2001 και οι περισσότερες από μισές ΜΜΕ (το 54%) δήλωσαν ότι ενδιαφέρονται αρκετά (16%) ή πολύ (38%) για το πρόγραμμα.

Μεταξύ των ΜΜΕ που γνωρίζουν για το πρόγραμμα, το 47% θεωρεί ότι καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης σε μεγάλο βαθμό, έναντι 45% το 2001, ενώ το 37% σε μέτριο βαθμό, έναντι 33% το 2001. Ιδιαίτερα χαμηλό είναι το ποσοστό των ΜΜΕ που θεωρούν ότι το πρόγραμμα «Δικτυωθείτε» καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης σε μικρό βαθμό, 6% το 2002 έναντι 8% το 2001.

ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΟΥ ΚΑΛΥΠΤΕΙ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ 2002

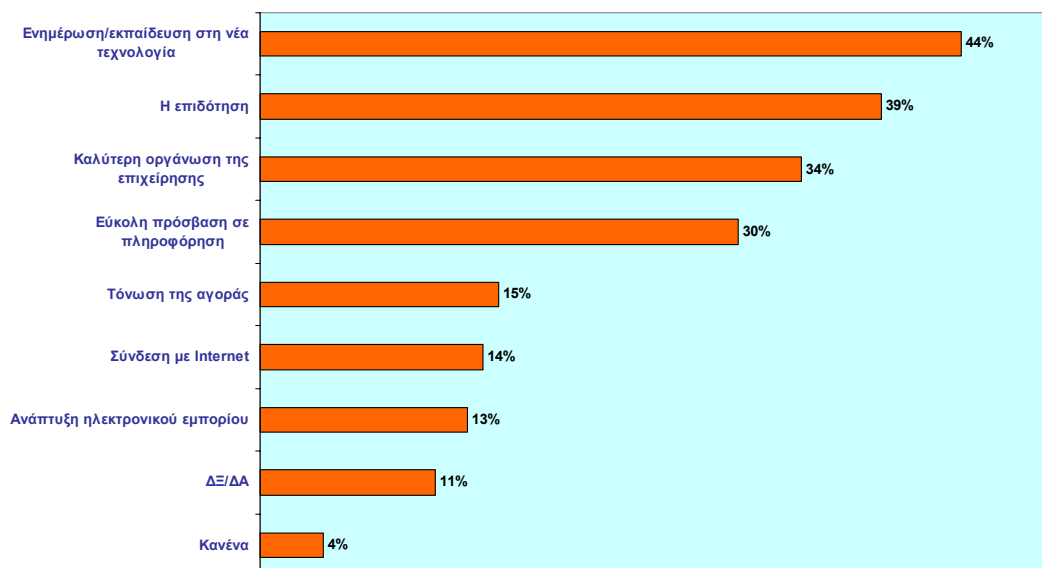


Οι επιχειρήσεις που θεωρούν ότι το πρόγραμμα «Δικτυωθείτε» καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης απαρίθμησαν μια σειρά από τέτοιες ανάγκες. Πρώτη σε συχνότητα

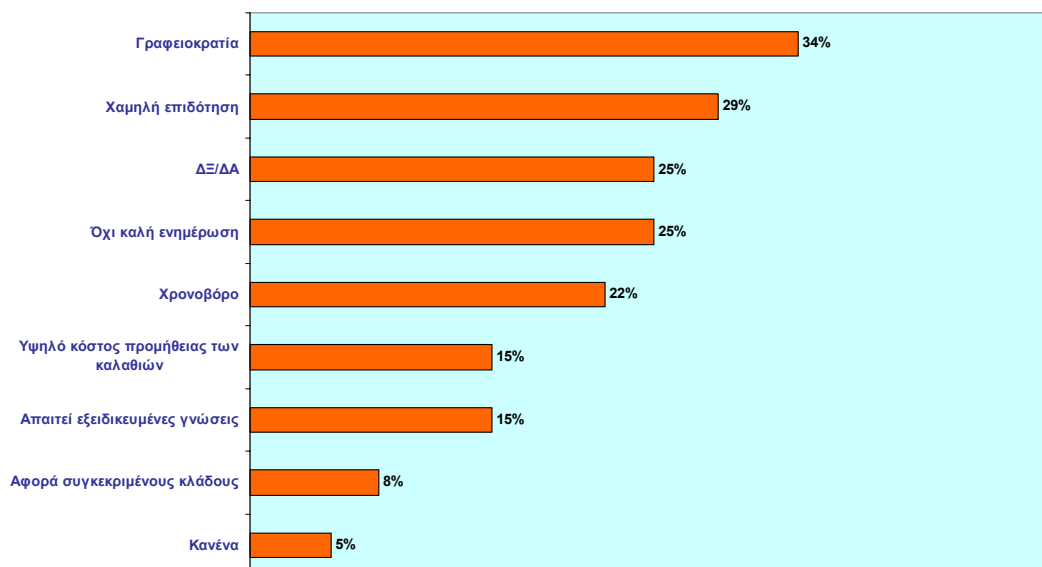
ήρθε η ανάγκη ενημέρωσης στον κλάδο της επιχείρησης την οποία ανέφεραν 54% των επιχειρήσεων. Επίσης σημαντικά ποσοστά καταγράφηκαν για τις ανάγκες σε αγορά εξοπλισμού/λογισμικού (36%), σε χρηματοδότηση για νέες τεχνολογίες (32%) και σε μηχανοργάνωση της επιχείρησης (30%).

Επίσης στο πλαίσιο της Έρευνας έγινε διερεύνηση και των αντιλήψεων των επιχειρήσεων που δήλωσαν ότι γνωρίζουν το Πρόγραμμα σχετικά με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που Προγράμματος, καθώς και των απαιτούμενων βελτιώσεων. Τα αποτελέσματα αυτά παρουσιάζονται στα διαγράμματα που ακολουθούν.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ 2002



ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ 2002

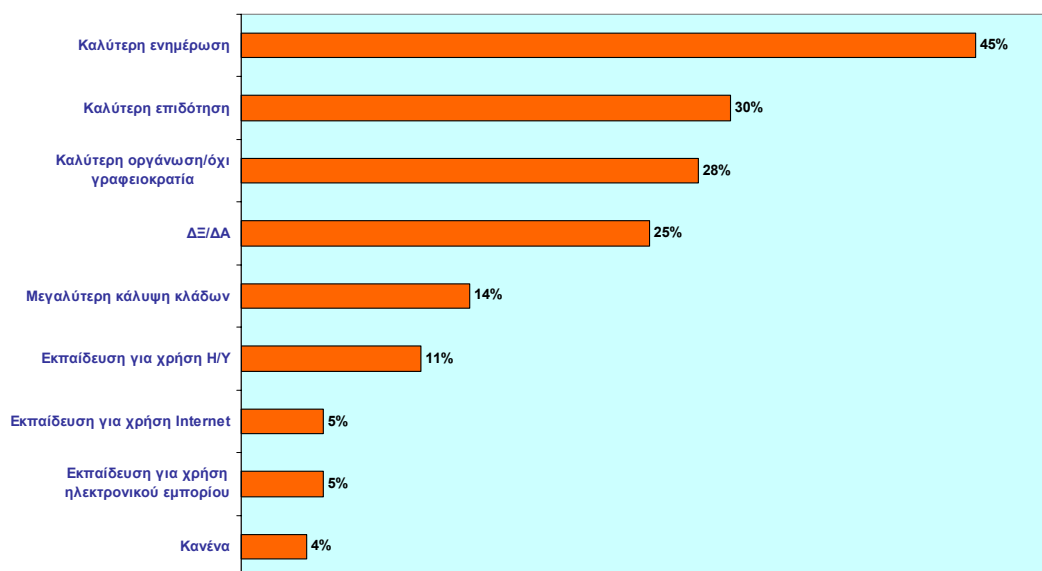


Σχετικά με τα πλεονεκτήματα του προγράμματος μεγάλα ποσοστά μεταξύ των επιχειρήσεων που γνωρίζουν το πρόγραμμα συγκέντρωσαν θέματα όπως η ενημέρωση/εκπαίδευση στη νέα τεχνολογία (44%), η παρεχόμενη επιδότηση (39%), η καλύτερη οργάνωση της επιχείρησης (34%) και η εύκολη πρόσβαση στην πληροφόρηση (30%).

Μεγαλύτερα μειονεκτήματα του προγράμματος σύμφωνα με τις απαντήσεις των επιχειρήσεων είναι η γραφειοκρατία (34%), η χαμηλή επιδότηση (29%), η μη καλή ενημέρωση (25%) και οι χρονοβόρες διαδικασίες (22%).

Σε αντιστοιχία με τις παραπάνω απαντήσεις είναι και οι απαιτούμενες βελτιώσεις στο πρόγραμμα. Το 45% των επιχειρήσεων θεωρούν ότι απαιτείται καλύτερη ενημέρωση, το 30% καλύτερη επιδότηση και το 28% μείωση της γραφειοκρατίας.

ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΒΕΛΤΙΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ 2002



Τέλος, μεταξύ των επιχειρήσεων που γνωρίζουν το πρόγραμμα, το 42% απάντησε ότι ενδιαφέρεται αρκετά έως πολύ για την ένταξη της επιχείρησης στο πρόγραμμα, ενώ άλλο ένα 15% εκδήλωσε ενδιαφέρον για ένταξη στο πρόγραμμα.

4. Βασικές Πηγές

1. Πανελλαδική Έρευνα για την χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, Δεκέμβριος 2001 – Ιανουάριος 2002, ΕΔΕΤ/CENTRUM.
2. Πανελλαδική Έρευνα για την χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, Δεκέμβριος 2002 – Ιανουάριος 2003, ΕΔΕΤ/CENTRUM.
3. Benchmarking National and Regional E Business Policies, European Commission, Enterprise Directorate-General, 2002-02-07 / Final synthesis report V.1.
4. Benchmarking national and regional e-business policies for SMEs, Final report of the 'E-business Policy Group', 18 June 2002.
5. Measuring the Information Economy 2002, OECD 2002.
6. Business in the Information Age, DTI, 2002.
7. The European e-Business Report 2002/2003, e-business Watch, EC, 2002.
8. Unveilling the Digital Divide, Connectedness Series, Statistics Canada, Minister of Industry, Oct. 2002
9. Monitoring the Digital Divide, Orbicom-ACDI, March 2002.