

Εταιρικοί δικτυακοί τόποι: Λειτουργία και Χρησιμότητα

Ευαγγελάτος Ανδρέας

Στέλεχος του Εργαστηρίου Πολυμέσων Επικοινωνίας
του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Οκτώβριος 2007

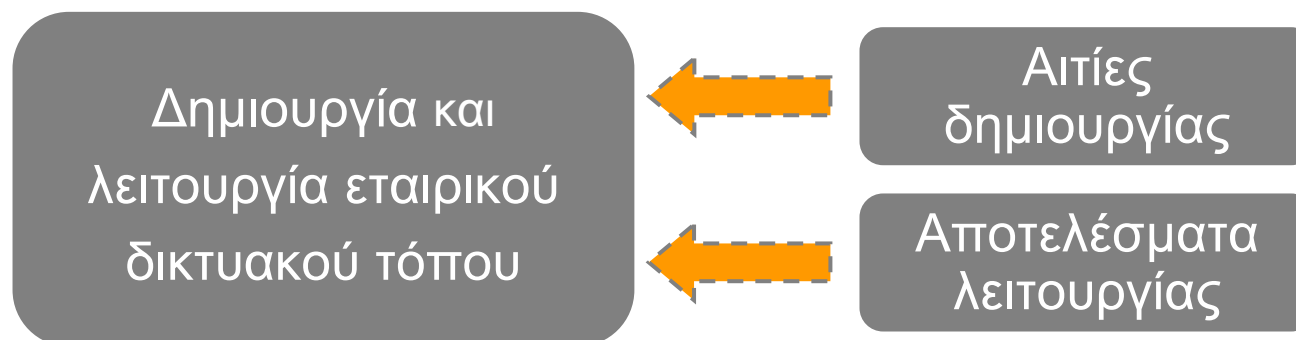


ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



1. Σκοπός της έρευνας

- Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που οδηγούν τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν δικτυακούς τόπους (web sites);
- Ποια είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα των δικτυακών τόπων από τις επιχειρήσεις;



2. Ταυτότητα της έρευνας

**Πειραματικός
σχεδιασμός :** Ποσοτική διερεύνηση των ερευνητικών ερωτημάτων με την χρήση ερωτηματολογίου σε δείγμα από ελληνικές επιχειρήσεις.

**Μέγεθος
δείγματος :** Οι 3.000 μεγαλύτερες ελληνικές επιχειρήσεις, από τον κατάλογο του 2006 της εταιρείας ICAP.

**Ποσοστό
απόκρισης :** 15%, συγκεκριμένα απάντησαν 444 ελληνικές επιχειρήσεις.

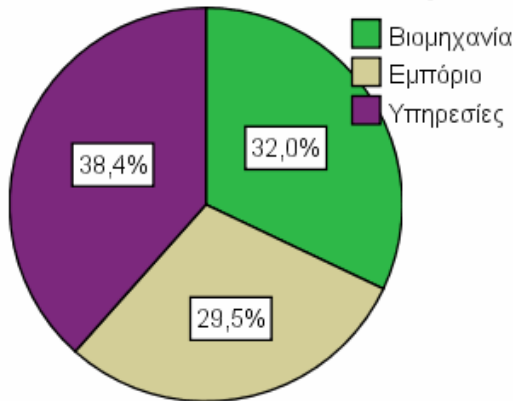
**Μέθοδος
συλλογής
δεδομένων :** Η ενημέρωση για την έρευνα έγινε τηλεφωνικά, ενώ το ερωτηματολόγιο στάλθηκε με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email) ή μέσω φαξ ανάλογα με τον τρόπο που διευκόλυνε την κάθε επιχείρηση. Έγιναν έως 3 επαναλήψεις μετά την αρχική ενημέρωση-πρόσκληση για συμμετοχή στην έρευνα.



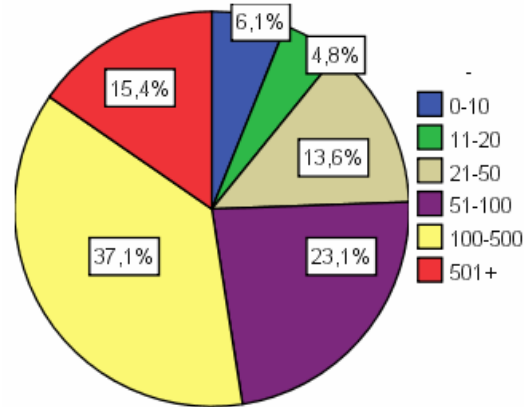
3. Δημογραφικά στοιχεία του δείγματος

Στην έρευνα απάντησαν 444 επιχειρήσεις:

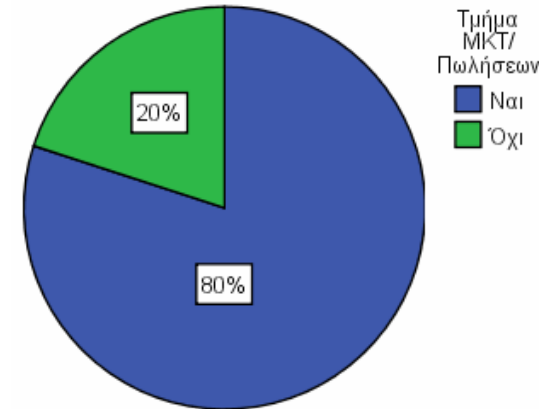
Τομείς δραστηριοποίησης



Αριθμός εργαζομένων

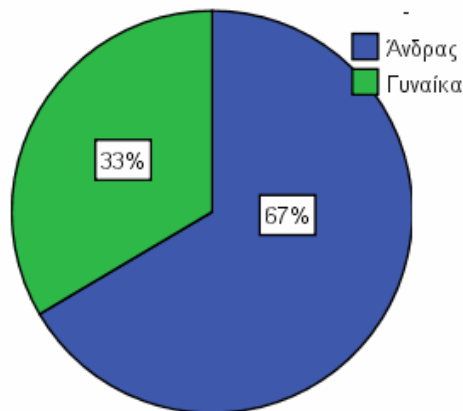


Τμήμα ΜΚΤ & Πωλήσεων

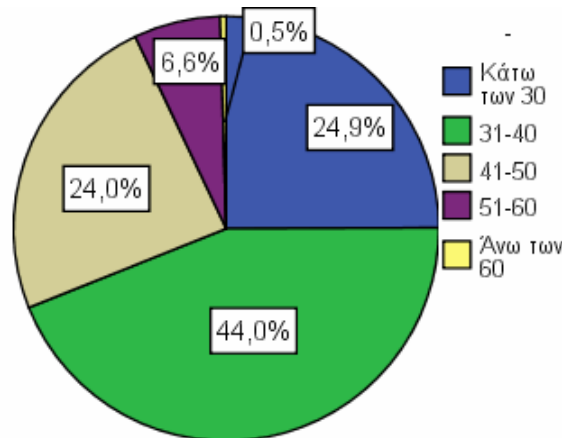


Τα στελέχη των επιχειρήσεων τα οποία απάντησαν:

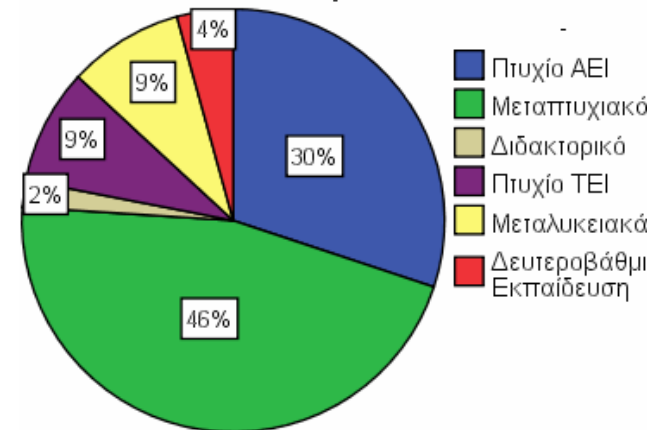
Φύλο



Ηλικία

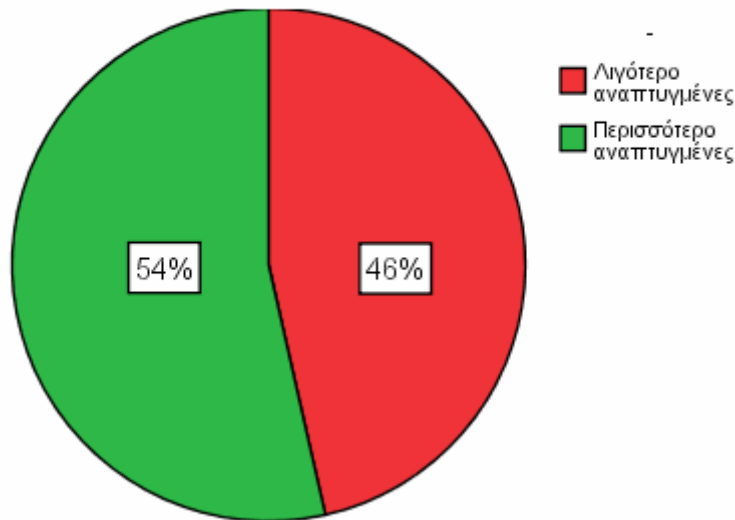


Εκπαίδευση



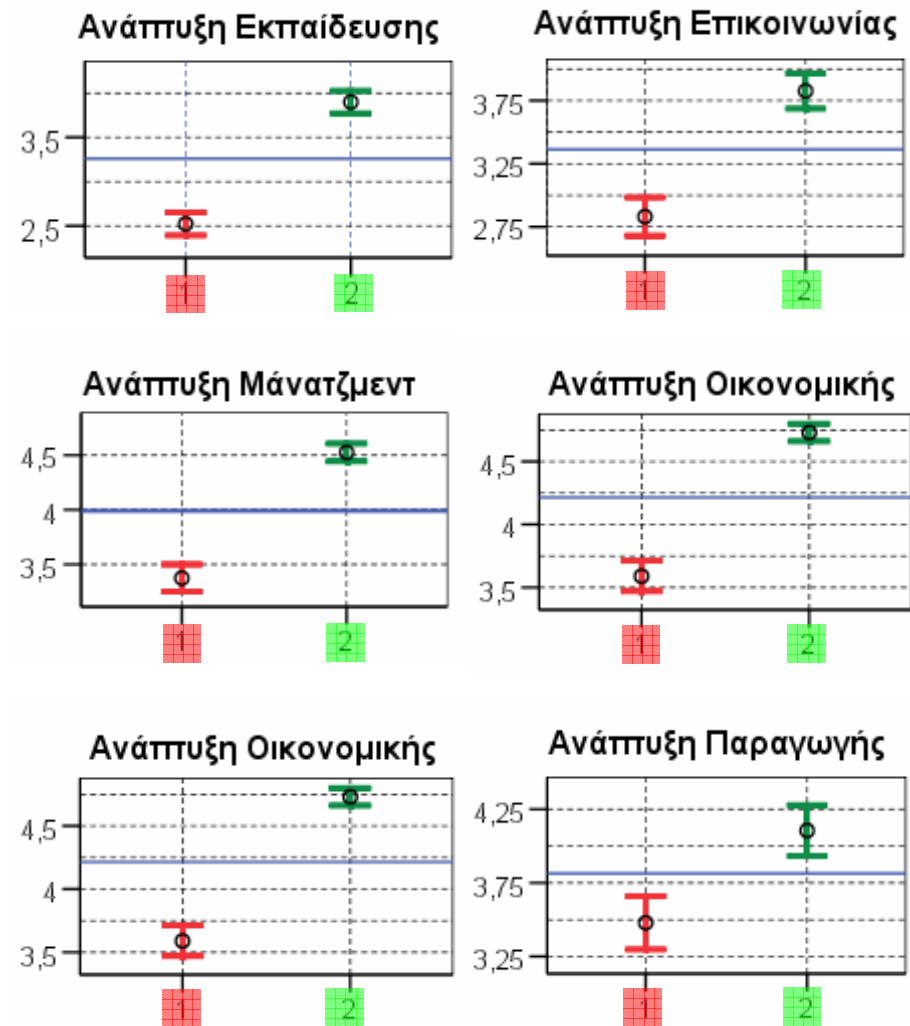
4. Τμηματοποίηση των επιχειρήσεων ως προς την αντιλαμβανόμενη ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους λειτουργιών

Τμηματοποίηση ως προς την ανάπτυξη λειτουργιών



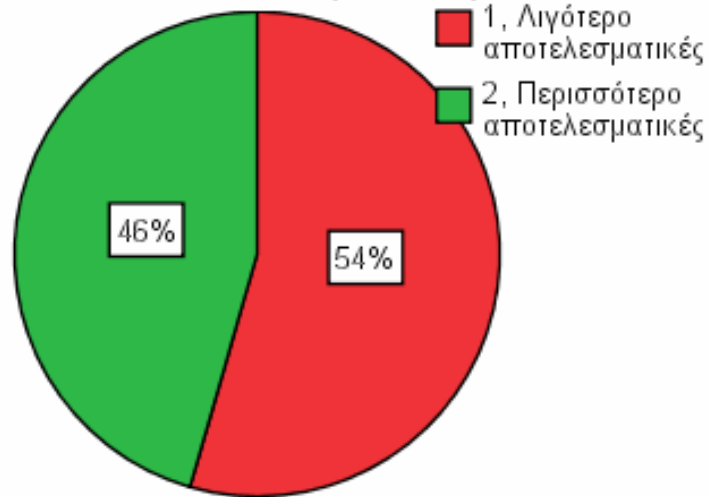
Ανάλυση τμηματοποίησης ως προς το αντιλαμβανόμενο επίπεδο ανάπτυξης των βασικών επιχειρηματικών τους λειτουργιών.

Δημιουργήθηκαν 2 τμήματα, το πρώτο το συγκροτούν οι επιχειρήσεις που θεωρούν ότι έχουν «λιγότερο αναπτυγμένες» τις επιχειρηματικές τους λειτουργίες και το δεύτερο αντίστοιχα με τις «περισσότερο αναπτυγμένες» λειτουργίες.



5. Τμηματοποίηση των επιχειρήσεων ως προς την αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητά τους

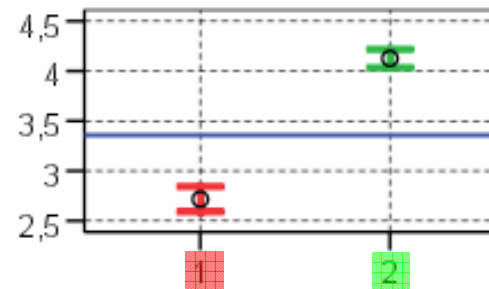
Τμηματοποίηση ως προς την αποτελεσματικότητα



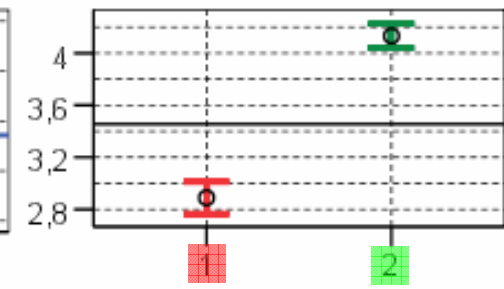
Ανάλυση τμηματοποίησης ως προς το αντιλαμβανόμενο επίπεδο ανάπτυξης των βασικών επιχειρηματικών τους λειτουργιών.

Δημιουργήθηκαν 2 τμήματα, το πρώτο το συγκροτούν οι επιχειρήσεις που θεωρούν ότι έχουν «λιγότερο ανεπτυγμένες» τις επιχειρηματικές τους λειτουργίες και το δεύτερο αντίστοιχα με τις «περισσότερο ανεπτυγμένες» λειτουργίες.

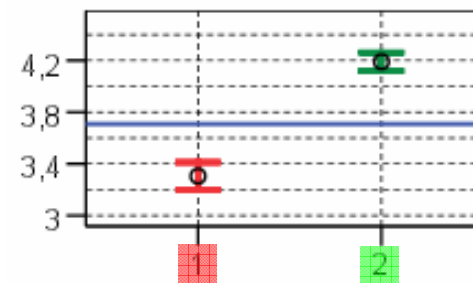
Κερδοφορία



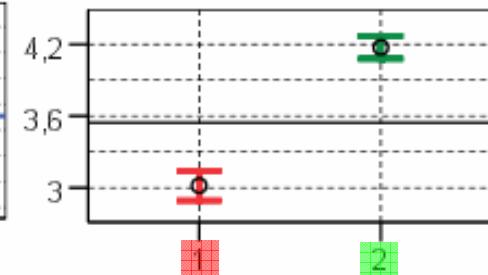
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων



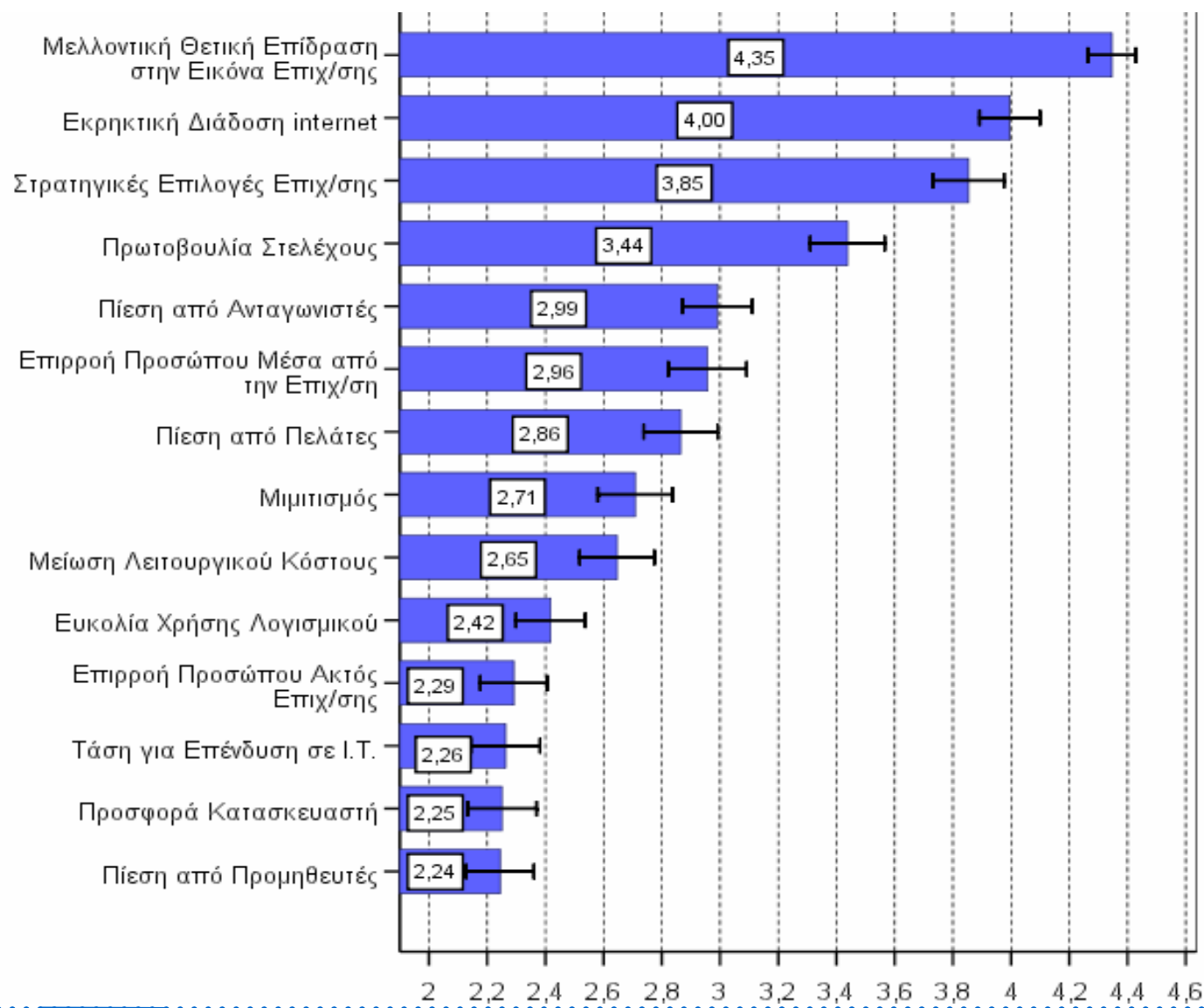
Όγκος Πωλήσεων



Μερίδιο Αγοράς



6. Αιτίες δημιουργίας των δικτυακών τόπων από τις επιχειρήσεις



7. Παραγοντική ανάλυση (factor analysis) των αιτιών δημιουργίας των εταιρικών δικτυακών τόπων.

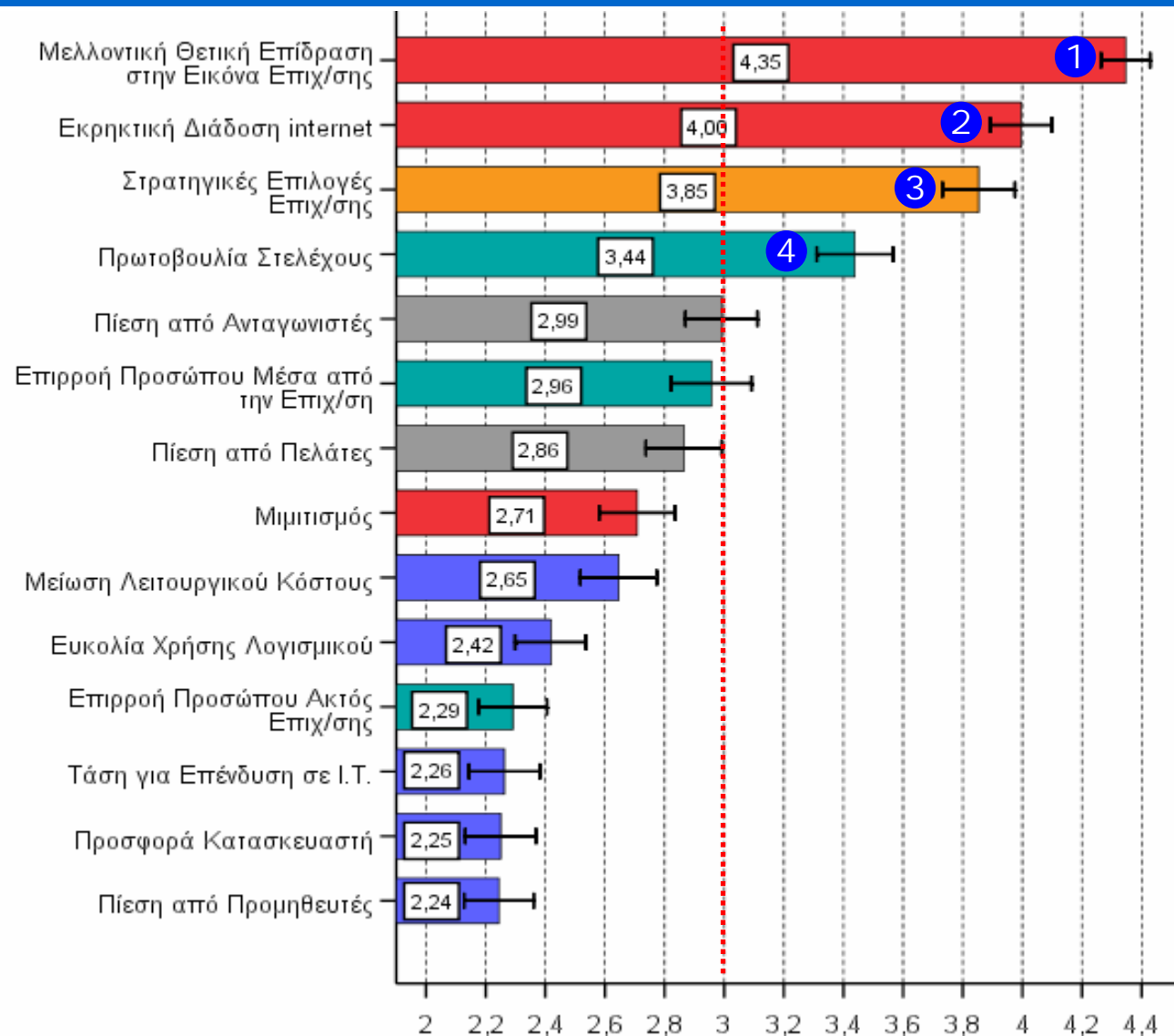
Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	
Ευκολία Χρήσης Λογισμικού	,831		,198			Μείωση του κόστους διαχείρισης
Τάση για Επένδυση σε Ι.Τ.	,791	,136	,108	,143		
Μείωση Λειτουργικού Κόστους	,641	,168			,421	Πίεση από την αγορά
Πίεση από Προμηθευτές	,584	,550		-,105	,209	
Προσφορά Κατασκευαστή	,536	,434	,175		-,197	Επιρροή ατόμου
Πίεση από Ανταγωνιστές		,773		,198		
Πίεση από Πελάτες	,219	,685		,172	,272	Ενίσχυση της εικόνας
Επιρροή Προσώπου Μέσα από την Επιχ/ση		,131	,841			
Πρωτοβουλία Στελέχους	,231		,669	,203		Στρατηγική
Επιρροή Προσώπου Ακτός Επιχ/σης	,116	,511	,557		-,141	
Μελλοντική Θετική Επίδραση στην Εικόνα Επιχ/σης				,838		
Εκρηκτική Διάδοση internet	,133	,223	,110	,640	,155	
Μιμισμός	,275	,353		,484	,450	
Στρατηγικές Επιλογές Επιχ/σης	,117	,144		,488	,790	

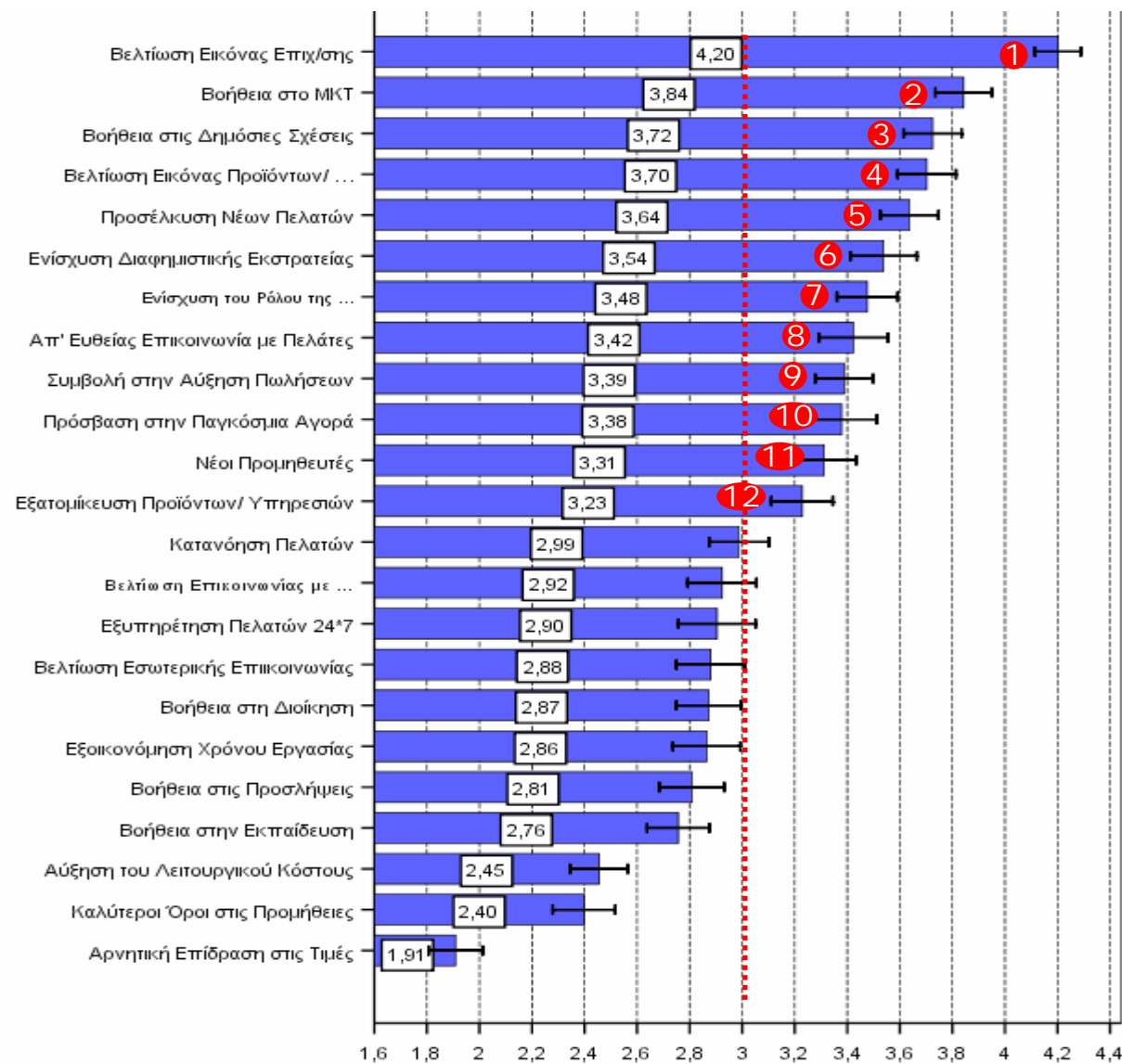
Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.



8. Σημαντικότητα των παραγόντων δημιουργίας των εταιρικών δικτυακών τόπων



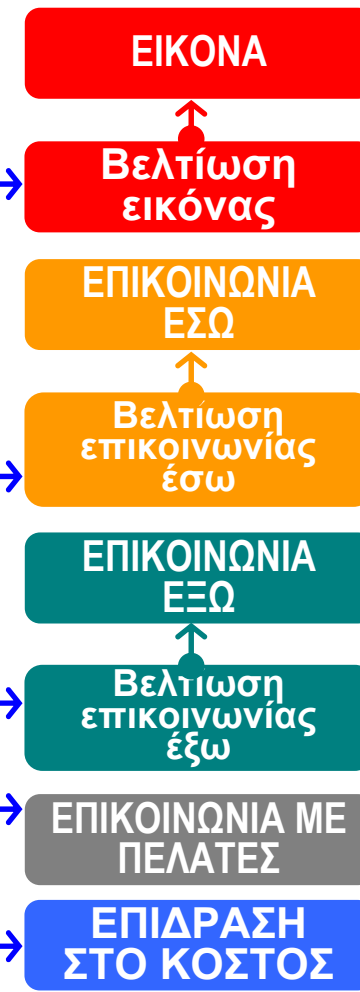
9. Αποτελέσματα λειτουργίας των εταιρικών δικτυακών τόπων



10. Παραγοντική ανάλυση (factor analysis) των αποτελεσμάτων λειτουργίας των εταιρικών δικτυακών τόπων

Rotated Component Matrix

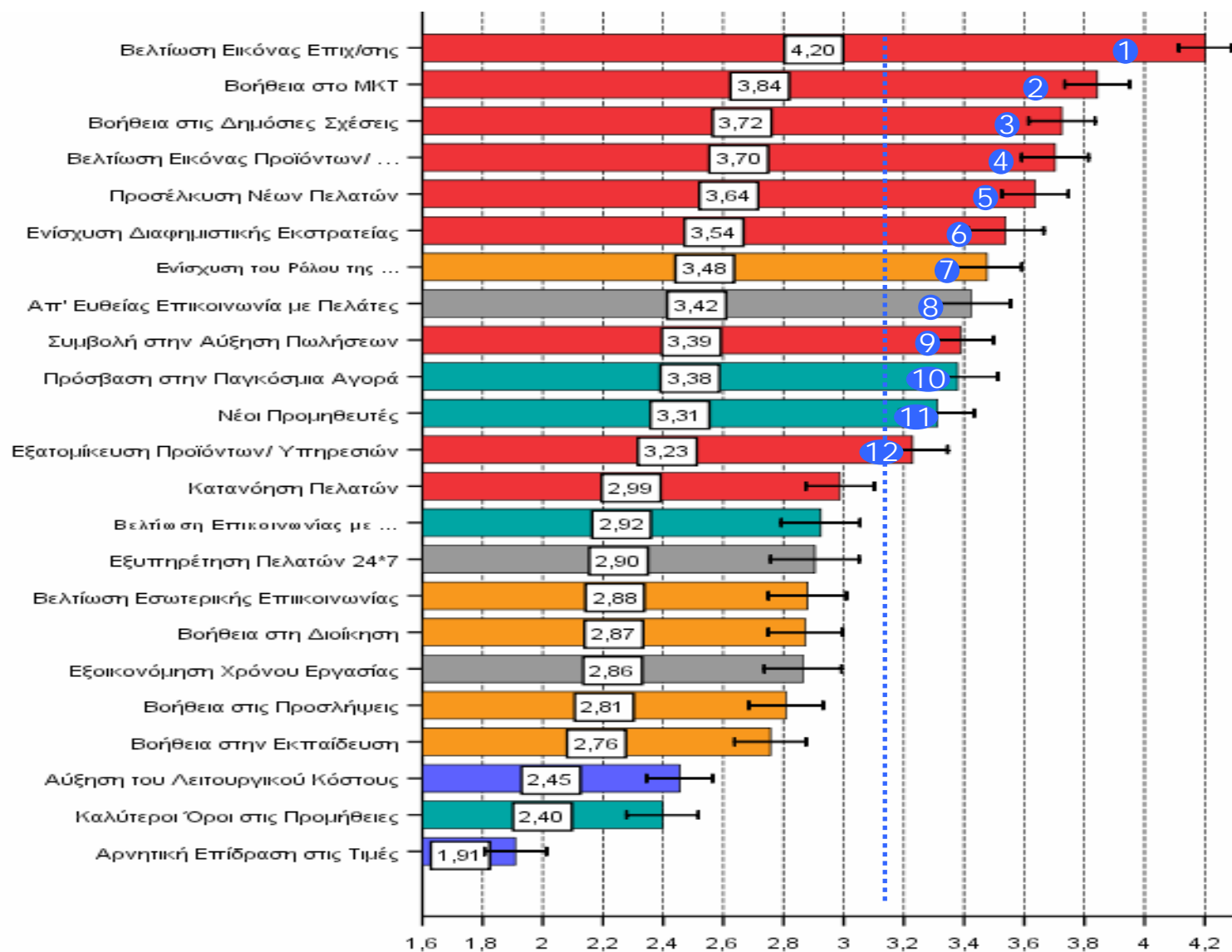
	Component				
	1	2	3	4	5
Βελτίωση Εικόνας Επιχ/σης	,717	,187			
Βελτίωση Εικόνας Προϊόντων/ Υπηρεσιών	,698			,226	
Βοήθεια στο ΜΚΤ	,674	,401	,276		
Προσέλκυση Νέων Πελατών	,672		,134	,228	,414
Συμβολή στην Αύξηση Πωλήσεων	,626		,100	,274	,396
Βοήθεια στις Δημόσιες Σχέσεις	,623	,445	,303		-,131
Ενίσχυση Διαφημιστικής Εκστρατείας	,599	,356	,193		
Κατανόηση Πελατών	,444	,263	,169	,330	,403
Εξατομίκευση Προϊόντων/ Υπηρεσιών	,442		,195	,347	,389
Βοήθεια στην Εκπαίδευση	,162	,740	,172	,265	,249
Βοήθεια στη Διοίκηση	,166	,724	,169	,198	,194
Βοήθεια στις Προσλήψεις	,188	,694	,129		,228
Βελτίωση Εσωτερικής Επικοινωνίας	,254	,650		,366	
Ενίσχυση του Ρόλου της Πληροφορικής	,183	,612	,299	,174	
Νέοι Προμηθευτές	,254	,167	,776		,181
Βελτίωση Επικοινωνίας με Προμηθευτές		,287	,636	,444	
Πρόσβαση στην Παγκόσμια Αγορά	,336	,164	,622	,151	
Καλύτεροι Όροι στις Προμήθειες		,229	,593	,230	,465
Εξυπηρέτηση Πελατών 24*7	,188	,112		,764	,178
Απ' Ευθείας Επικοινωνία με Πελάτες	,249	,247	,184	,716	
Εξοικονόμηση Χρόνου Εργασίας	,254	,347	,282	,475	,191
Αρνητική Επίδραση στις Τιμές		,160	,211	,221	,689
Αύξηση του Λειτουργικού Κόστους	,160	,405		-,176	,599



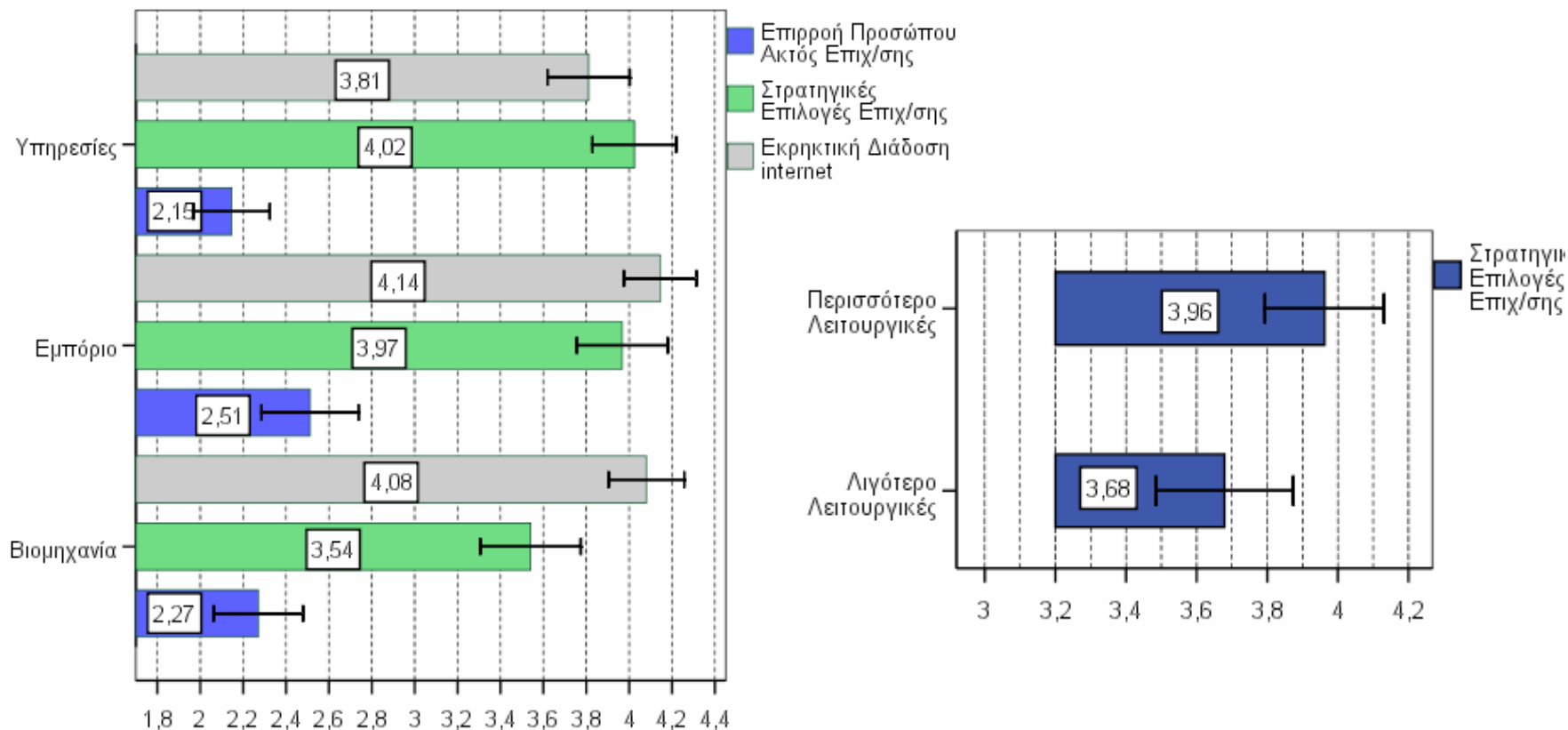
Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.



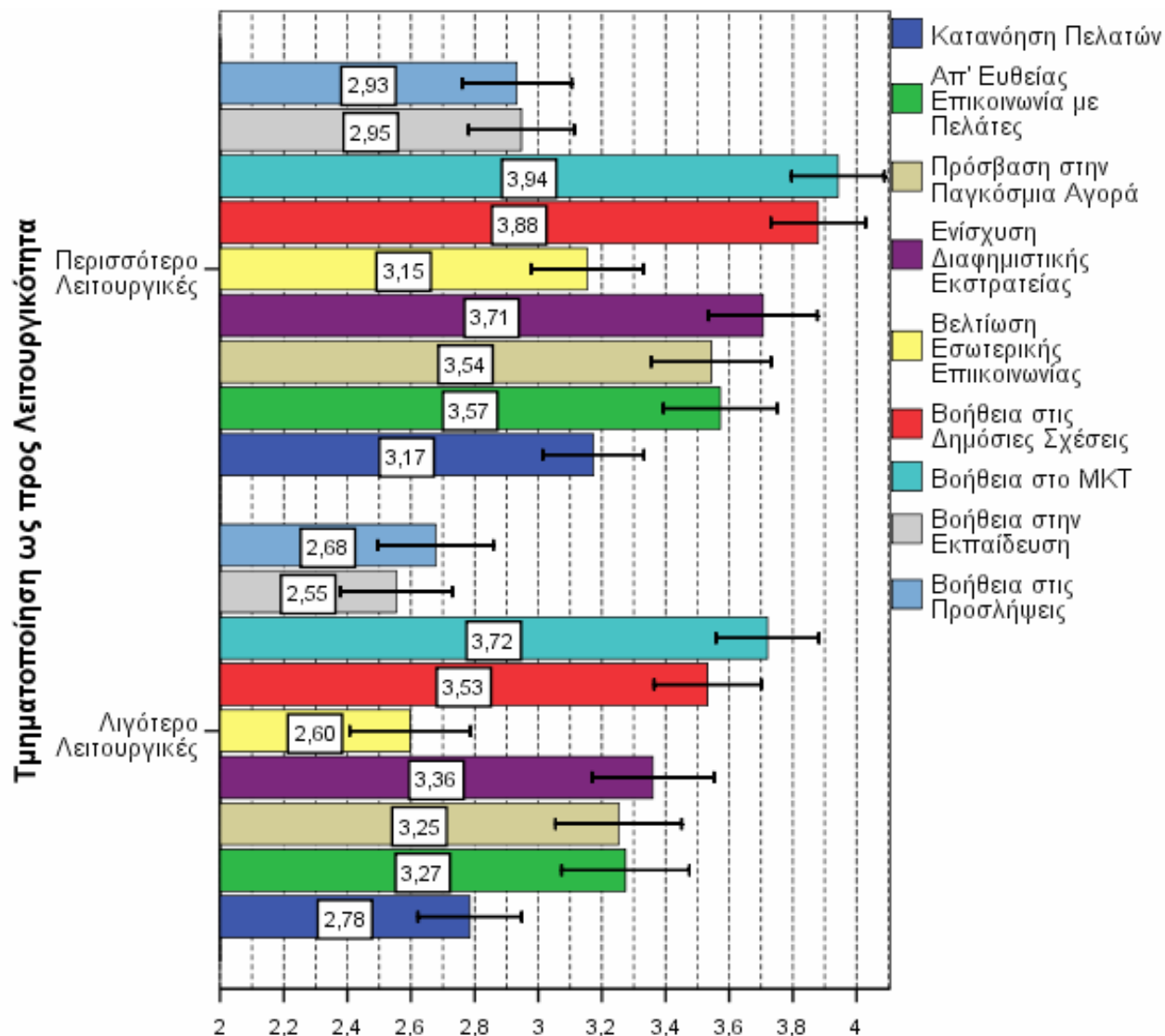
11. Σημαντικότητα των παραγόντων των αποτελεσμάτων λειτουργίας των εταιρικών δικτυακών τόπων



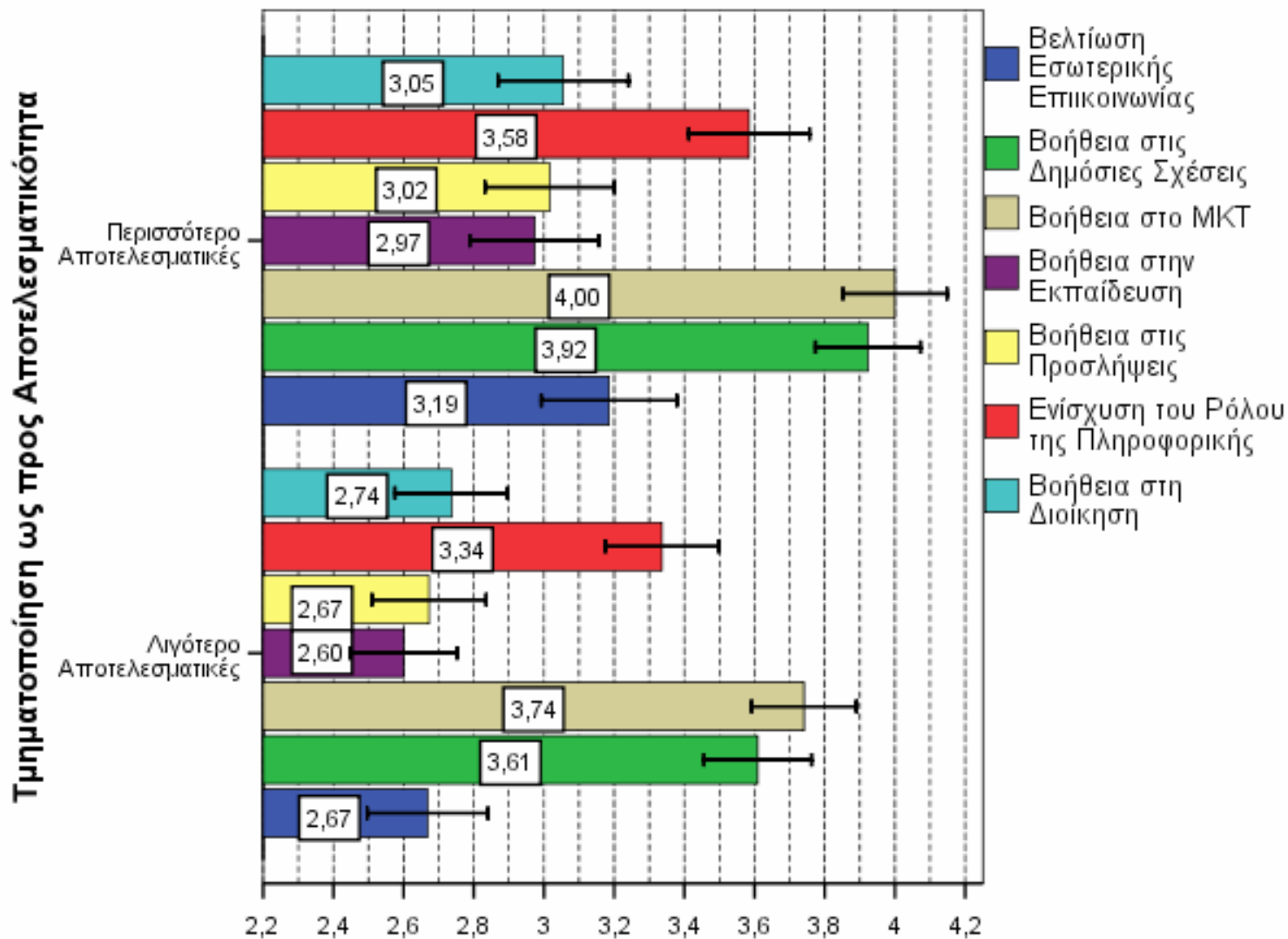
12. Διαφοροποιήσεις στις αιτίες δημιουργίας δικτυακού τόπου μεταξύ των τομέων δραστηριοποίησης των εταιριών



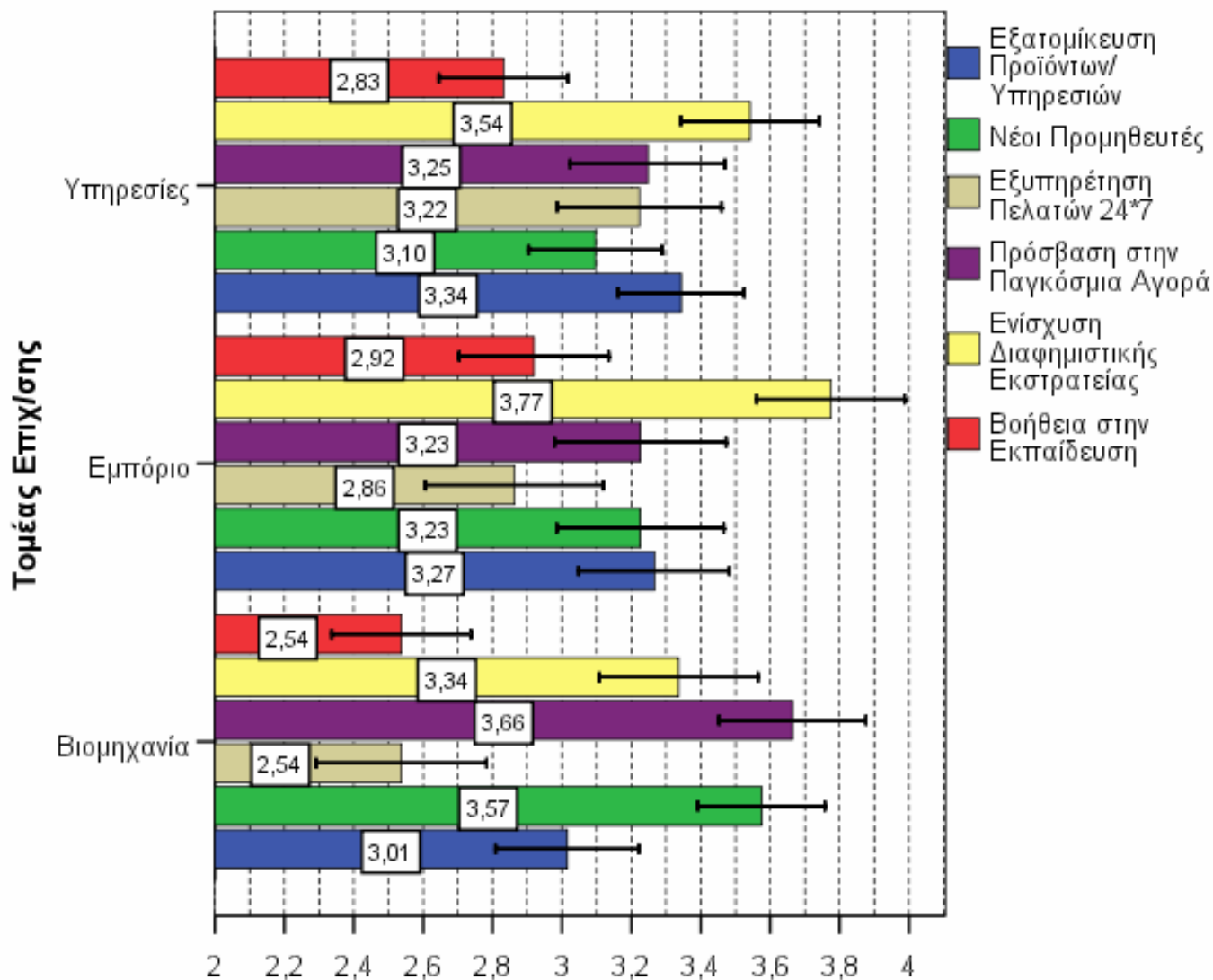
13. Διαφορές στα αντιλαμβανόμενα αποτελέσματα των web sites μεταξύ περισσότερο & λιγότερο λειτουργικών επιχειρήσεων



14. Διαφορές στα αντιλαμβανόμενα αποτελέσματα των web sites μεταξύ περισσότερο & λιγότερο αποτελεσματικών επιχειρήσεων



15. Διαφορές στα αντιλαμβανόμενα αποτελέσματα των web sites μεταξύ επιχειρήσεων από διαφορετικούς τομείς



16. Συμπεράσματα της έρευνας

1. Το δείγμα θεωρεί ότι οι λιγότερο ανεπτυγμένες επιχειρησιακές λειτουργίες είναι αυτές της εκπαίδευσης και της επικοινωνίας.
2. Η αξιολόγηση των αιτιών που οδηγούν στη δημιουργία ενός δικτυακού τόπου από τις επιχειρήσεις, έδειξε ότι:
 - Σημαντικότερη αιτία είναι η αναμενόμενη *θετική επίδραση στην εικόνα* της επιχείρησης.
 - Καθοριστική επίδραση επίσης έχουν η *εκρηκτική διάδοση του internet* και η ακολουθούμενη *στρατηγική* από την επιχείρηση.
 - Τέλος, επίδραση έχουν και η *πρωτοβουλία στελεχών* από τις επιχειρήσεις του δείγματος, είναι όμως λιγότερο σημαντική σαν αιτία από τις προηγούμενες.
3. Οι αντιλαμβανόμενες από τις επιχειρήσεις αιτίες δημιουργίας ενός δικτυακού τόπου, ομαδοποιούνται σε πέντε κατηγορίες, οι οποίες κατά σειρά σημαντικότητας είναι:
 1. Ενίσχυση της εικόνας της επιχείρησης.
 2. Στρατηγική της επιχείρησης.
 3. Επιρροή ατόμου.
 4. Πίεση από την αγορά.
 5. Μείωση του κόστους διαχείρισης.
4. Στις απαντήσεις των εταιρειών του δείγματος ανιχνεύθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις οφειλόμενες στον τομέα δραστηριοποίησης τους και στο επίπεδο ανάπτυξης των επιχειρησιακών τους λειτουργιών. Συγκεκριμένα:
 - Οι βιομηχανικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τη δημιουργία ενός δικτυακού τόπου ως στρατηγική επιλογή της επιχείρησής τους σε μικρότερο βαθμό από τις εμπορικές και τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.
 - Ομοίως, οι επιχειρήσεις που θεωρούν ότι έχουν λιγότερο ανεπτυγμένες τις λειτουργίες τους (κυρίως εκπαίδευση και επικοινωνία) αντιμετωπίζουν τη δημιουργία ενός δικτυακού τόπου ως στρατηγική επιλογή της επιχείρησής τους σε μικρότερο βαθμό από τις επιχειρήσεις που θεωρούν ότι τις έχουν περισσότερο ανεπτυγμένες.
 - Οι εμπορικές επιχειρήσεις λαμβάνουν περισσότερο υπόψη τους την *εκρηκτική διάδοση του internet* για την δημιουργία δικτυακού τόπου, σε σχέση με τις εταιρείες παροχής υπηρεσιών.
 - Τέλος στις εμπορικές επιχειρήσεις επηρεάζει περισσότερο τη δημιουργία ενός δικτυακού τόπου η πρόσωπο εκτός της επιχείρησής σε σχέση με τις εταιρείες παροχής υπηρεσιών, χωρίς όμως αυτός ο λόγος να αποτελεί σημαντική αιτία για την δημιουργία ενός δικτυακού τόπου.



16. Συμπεράσματα της έρευνας

5. Τα αντιλαμβανόμενα από τις επιχειρήσεις αποτελέσματα της δημιουργίας ενός δικτυακού τόπου, ομαδοποιούνται σε πέντε παράγοντες, οι οποίες κατά σειρά σημαντικότητας είναι:
 1. Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης.
 2. Επικοινωνία έσω της επιχείρησης.
 3. Επικοινωνία έξω της επιχείρησης.
 4. Επικοινωνία με πελάτες της επιχείρησης.
 5. Επίδραση στο κόστος διαχείρισης της επιχείρησης.
6. Τα αντιλαμβανόμενα από τις επιχειρήσεις ως σημαντικά αποτελέσματα από τη λειτουργία ενός δικτυακού αναδεικνύουν τους 4 από τους 5 ανωτέρω παράγοντες, ξεχωρίζοντας με έμφαση ως σημαντικότερο τον πρώτο από αυτούς, την *Βελτίωση της Εικόνας*. Συγκεκριμένα:
 - Η *βελτίωση της εικόνας* της επιχείρησης είναι το πρώτο και σημαντικότερο αποτέλεσμα της δημιουργίας ενός δικτυακού τόπου.
 - Ακολουθούν σαν αιτίες η βοήθεια στο Μάρκετινγκ, στις Δημόσιες Σχέσεις, η βελτίωση της εικόνας των προϊόντων, η προσέλκυση νέων πελατών και η ενίσχυση διαφημιστικών εκστρατειών. Όλες όμως οι ανωτέρω αιτίες γίνονται αντιληπτές ως προσπάθειες ενίσχυσης της εικόνας της επιχείρησης. Επίσης ως σημαντικά αποτελέσματα θεωρούνται:
 - Η ενίσχυση του ρόλου της πληροφορικής στην επιχείρηση.
 - Η απευθείας επικοινωνία με πελάτες.
 - Η συμβολή στην αύξηση πωλήσεων.
 - Η πρόσβαση στην παγκόσμια αγορά.
 - Η εύρεση νέων προμηθευτών και τέλος
 - Η εξατομίκευση προϊόντων και υπηρεσιών.
7. Στις απαντήσεις των εταιρειών του δείγματος ανιχνεύθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις ως προς τα αντιλαμβανόμενα αποτελέσματα (α) με βάση την αντιλαμβανόμενη λειτουργικότητα, (β) με βάση την αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητα και (γ) με βάση τον τομέα δραστηριοποίησης τους (βιομηχανία, εμπόριο, υπηρεσίες). Οι διαφοροποιήσεις αυτές επιβεβαιώνουν ότι οι επιχειρήσεις «προβάλλουν» τις αντιλαμβανόμενα από τις ίδιες ως δυνατά ή αδύνατα σημεία τους, στην αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητα του δικτυακού τους τόπου.

