

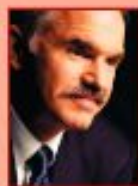
ΣΕΠΕ | news

Τεύχος 19, Ιούλιος-Αύγουστος-Σεπτέμβριος 2006



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΣΠΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΣΠΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΣΠΑ

ΓΙΩΡΓΟΣ ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ
Ψηφιακές τεχνολογίες για ανάπτυξη
και συνοχή



ΝΤΟΡΑ ΜΠΑΚΟΓΙΑΝΝΗ
Η τεχνολογία ως μέσο εξωστρέφειας
και ενίσχυσης της οικονομίας



ΜΑΡΙΑ ΧΟΥΚΛΗ
Η κατασκευή της πραγματικότητας



Η ευρυζωνικότητα και το ανθρώπινο δυναμικό μπορούν να εκτοξεύσουν τις ΤΠΕ
Τηλεόραση μέσω του Διαδικτύου
Οι εξαγορές και συγχωνεύσεις της νέας χιλιετίας

you can
Canon

intersys ge sa



IPF500



IPF600



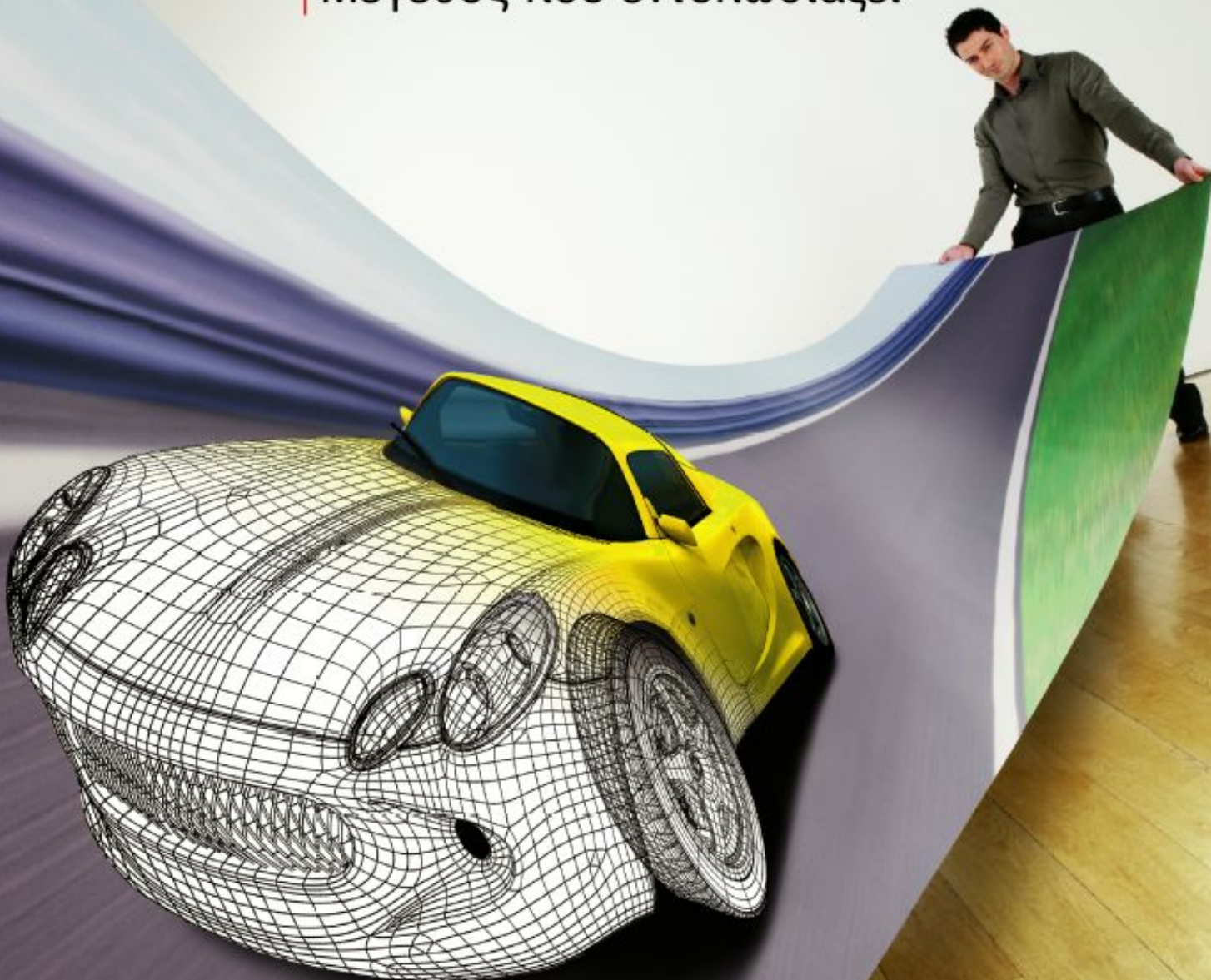
IPF700

Τα μεγάλα σχέδια πρέπει να παρουσιάζονται στην κλίμακα που τους αρμόζει. Μ' αυτό ακριβώς το σκεπτικό σχεδιάστηκαν οι νέοι Εκτυπωτές Μεγάλου Μεγέθους της Canon – για να δώσουν στις ιδέες σας το χώρο που τους αξίζει.


Το μαύρο μελάνι τύπου pigment διασφαλίζει την απόδοση των γραμμών με απaráμιλλη ακρίβεια. Η ταχύτητα εκτύπωσης – 90 δευτερόλεπτα για σχέδια A0 και 45 δευτερόλεπτα για σχέδια A1 – είναι κορυφαία στην κατηγορία τους. Οι νέοι Εκτυπωτές Μεγάλου Μεγέθους της Canon εντυπωσιάζουν και κάνουν τη διαφορά.

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τη σειρά έγχρωμων Εκτυπωτών Μεγάλου Μεγέθους της Canon – συμπεριλαμβανομένων των IPF500 (17'/43,2 εκ.), IPF600 (24'/61 εκ.) και IPF700 (36'/91,4 εκ.) – καλέστε το 210 9554100, ή επισκεφτείτε τις ιστοσελίδες www.intersys.gr και www.canon-europe.com

Μέγεθος που εντυπωσιάζει



Μόνο τα μελάνια και τα υλικά εκτύπωσης της Canon εγγυώνται ανώτερη ποιότητα εκτύπωσης.

 **ImagePROGRAF**

ΣΕΠΕ news

Ιούλιος-Σεπτέμβριος 2006

ΣΕΠΕ news

Τριμηνιαία έκδοση
του Συνδέσμου
Επιχειρήσεων Πληροφορικής
& Επικοινωνιών Ελλάδας

ΕΚΔΟΤΗΣ

Ελένη Παπανδρέου,
Ειδική Γραμματέας ΔΣ του ΣΕΠΕ

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ

Γιάννης Σύρρος,
Γενικός Διευθυντής ΣΕΠΕ

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ

Λέττα Καλαμαρά,
Δημοσιογράφος

ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΙΣ

Ανδρέας Κιτριλιάκης,
Αν. Γενικός Διευθυντής ΣΕΠΕ

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΝΤΥΠΟΥ

Win Communications A.E.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Αννα-Μαρία Τσακαλάκη
Μαριάννα Καραβά

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ

ΣΕΠΕ
Λαγουμιτζή 23, 176 71 Αθήνα
τηλ.: 210 9249540-1, fax: 210 9249542
sepenews@sepe.gr
www.sepe.gr

Το περιοδικό διατίθεται δωρεάν

Απαγορεύεται η αναδημοσίευση και αναπαραγωγή ολική, μερική ή περιληπτική ή κατά παράφραση ή διασκευή απόδοση των κειμένων με οποιοδήποτε τρόπο, μηχανικό, ηλεκτρονικό, φωτοτυπικό ή άλλο χωρίς προηγούμενη γραπτή άδεια του εκδότη. Τα αποσπασθέντα άρθρα και φωτογραφίες παραμένουν στη διάθεση του περιοδικού για δημοσίευση.

Η άποψη των συντακτών των κειμένων, δεν απηχεί απαραίτητα και την άποψη του Συνδέσμου.

Editorial

του Γιάννη Σύρρου 2

Άρθρο

Ψηφιακές τεχνολογίες για ανάπτυξη με συνοχή
του Γιώργου Παπανδρέου 4

Άρθρο

Η τεχνολογία ως μέσο εξωστρέφειας και ενίσχυσης της οικονομίας
της Ντόρας Μπακογιάννη 10

Άρθρο

Οι εξαγορές και συγχωνεύσεις της νέας χιλιετίας
του Βασίλη Παπαδάκη 16

Media Corner

Η κατασκευή της πραγματικότητας
της Μαρίας Χούκλη 22

Έρευνα

Το CRM "κλειδί" για την εξυπηρέτηση των πελατών 24

Έρευνα

Η ευρυζωνικότητα και το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό
μπορούν να εκτοξεύσουν τις ΤΠΕ
Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας 28

Case Study

Πρότυπο αξιοποίησης της πληροφορικής, η ΔΕΠΑ
του Πέτρου Θεοδωράκη 32

Άρθρο

Τηλεόραση και Διαδίκτυο
Τηλεόραση μέσω του Διαδικτύου (IPTV) 36

Δράσεις ΣΕΠΕ

Παγκόσμιο Συνέδριο για την Ασφαλή Πληροφόρηση Παιδιών
στο Διαδίκτυο 40

20th Infosystem 40

IT Directors Forum '06 42

Digital Technology Expo 42

WITSA Public Policy & Steering Committee Meetings 43

Μέλη ΣΕΠΕ 44

We make sure

FUJITSU COMPUTERS
SIEMENS

Dynamic performance for your IT.
That's our responsibility.



TRIOLE™ the way to the Dynamic Data Center

Today's enterprises demand rapid adaptation of IT to business processes, error-free operation and optimum support. At the same time, the huge cost pressure on the individual departments means that a very critical eye is turned upon the charging of IT services. Calls to cut costs are the order of the day. The only way out is to go a different way. Fujitsu Siemens Computers applying the strategy: TRIOLE™ and offering products, solutions and services leads the way to the Dynamic Data Center (DDC).

With three core elements: automation, virtualization and integration of your IT resources. Your data center is fully aligned to your requirements. The prime example of this cost saving strategy is the **PRIMERGY BX620 S3** with **Dual-Core Intel® Xeon® Processor Technology** and intelligent manageability.

As a full-service IT provider, we create the ideal environment for Dynamic Data Center performance. We make sure.

For more information please contact us on 0030 210 68 64 933 and on 801 11 42300

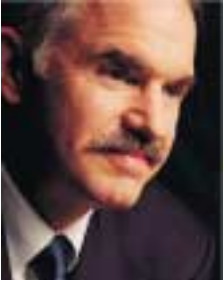
(local charge plus V.A.T. for Greece)
www.fujitsu-siemens.com/ddc



Xeon®
inside™

Dual-core.
Do more.

Calisto, Celsius inside, Celsius, Core inside, Intel, Intel Core, Intel Inside, Intel Inside Logo, Intel Xeon, Intel Xeon Processor, Intel Xeon Processor Inside, Pentium, Pentium Inside, the Celsius logo, the Intel logo and the Intel Inside logo are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries in the United States and other countries. The Fujitsu logo, Fujitsu Computers, Fujitsu Computers logo, Fujitsu Computers logo and Fujitsu Computers logo are trademarks of Fujitsu Limited. Microsoft Windows logo and Microsoft Windows are trademarks of Microsoft Corporation. The Fujitsu Siemens Computers logo is a trademark of Fujitsu Siemens Computers. All other trademarks are the property of their respective owners. © 2007 Fujitsu Siemens Computers. All rights reserved.



ΓΙΩΡΓΟΣ ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ

Ψηφιακές τεχνολογίες για ανάπτυξη

Η εξέλιξη της Κοινωνίας της Πληροφορίας στη χώρα μας είναι κορυφαίας σημασίας για εμάς. Αφορά στα βασικά δημοκρατικά δικαιώματα του πολίτη. Την κατοχύρωση του δικαιώματος στην απρόσκοπτη και με φτηνό κόστος πρόσβασή του στην ενημέρωση και την πληροφορία. Την καταπολέμηση του ψηφιακού αναλφαριθμητισμού και του ψηφιακού χάσματος που καθιερώνει και εμποδώνει κοινωνικές ανισότητες. Την εγγυημένη δυνατότητα της διά βίου εκπαίδευσης, της αξιοποίησης της παγκόσμιας γνώσης και της αναμόρφωσης του εκπαιδευτικού μας συστήματος. Την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών για την κατοχύρωση της διαφάνειας, της συμμετοχής του πολίτη και της απλοποίησης της γραφειοκρατίας, της νέας ανοιχτής και αποκεντρωμένης διακυβέρνησης. Τη διάχυση των ψηφιακών υποδομών και τεχνολογιών σε όλη την Ελλάδα για να επιταχύνουν και να διασφαλίσουν την αναπτυξιακή μας πορεία.

Στην πολιτική πρόταση του ΠΑΣΟΚ για τη νέα εποχή δύο στοιχεία είναι κεντρικά: το νέο μοντέλο διακυβέρνησης, που βασίζεται στην αποκέντρωση και στη συμμετοχή, και το νέο οικονομικό και κοινωνικό αναπτυξιακό μοντέλο για την Ελλάδα με άξονα τη γνώση και την επένδυση στον άνθρωπο.

Οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν και για τα δύο στοιχεία ρόλο κλειδί: αποτελούν εργαλείο για τη συμμετοχή του πολίτη, τη διαφάνεια και την κοινωνική λογοδοσία, αλλά συνιστούν επίσης τον πυρήνα του νέου αναπτυξιακού μοντέλου. Γι' αυτό και αποτελεί προτεραιότητα για εμάς η Ελλάδα μέχρι το 2020 να είναι στην παγκόσμια πρωτοπορία αναφορικά με τη χρήση των νέων τεχνολογιών στο κράτος, στην οικονομία και την κοινωνία.

Η γνώση και η διάχυσή της παντού είναι το συνδεδεμένο στοιχείο που δίνει ποιότητα και υπόσταση στην ανάπτυξη.

Οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν και για τα δύο στοιχεία ρόλο κλειδί: αποτελούν εργαλείο για τη συμμετοχή του πολίτη, τη διαφάνεια και την κοινωνική λογοδοσία, αλλά συνιστούν επίσης τον πυρήνα του νέου αναπτυξιακού μοντέλου. Γι' αυτό και αποτελεί προτεραιότητα για εμάς, η Ελλάδα μέχρι το 2020 να είναι στην παγκόσμια πρωτοπορία αναφορικά με τη χρήση των νέων τεχνολογιών στο κράτος, στην οικονομία και την κοινωνία

Είναι προϋπόθεση για τη βιώσιμη ανάπτυξη, είναι το μέσο που καθιστά τον πολίτη ενεργό και αυτεξούσιο άρα ικανό για συμμετοχή και αυτενέργεια. Αποτελεί την πιο σημαντική περιουσία της χώρας και το συγκριτικό της πλεονέκτημα. Είναι για μας η κύρια προωθητική δύναμη του νέου αναπτυξιακού μοντέλου που επαγγέλθημασθε. Η διάχυση των ψηφιακών τεχνολογιών ως εκ τούτου αποκτά επείγουσα προτεραιότητα. Γίνεται ο καταλύτης στην οικοδόμηση του άλλου δρόμου που διαμορφώνουμε.

Στο χώρο της οικονομίας, η επένδυση στη γνώση, στην καινοτομία στον άνθρωπο διαμορφώνει ένα περιβάλλον δημιουργικής ανταγωνιστικότητας και κοινωνικής συνοχής. Δίνει νέα διάσταση στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Η αποκέντρωση των αναπτυξιακών επιλογών, ο εκσυγχρονισμός του παραγωγικού

συστήματος, η ικανότητα των φορέων να διαχειριστούν την ανάπτυξη από το σχεδιασμό ως την υλοποίηση και τον έλεγχο, ενισχύονται καταλυτικά. Στο χώρο του κράτους τα ευρυζωνικά δίκτυα ως υποδομές και μέσα από αυτά οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες αποκτούν κεντρικό ρόλο στην αναβάθμιση της ποιότητας εξυπηρέτησης και του επιπέδου ζωής των πολιτών.

Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση χτυπά στην καρδιά τη γραφειοκρατία, αποκεντρώνει τη διοίκηση, εξυπηρετεί απ' ευθείας τον πολίτη στο χώρο που ζει και εργάζεται, αποτρέπει τη συναίτησή και θέτει το κράτος στην υπηρεσία των πολιτών. Διασφαλίζει τη διαφάνεια των λειτουργιών της διοίκησης, κατοχυρώνει διαδικασίες αξιολόγησης και αξιοκρατίας. Η διάχυση των ΤΠΕ στην κοινωνία ενδυναμώνει τη δημοκρατία και βελτιώνει θεαματικά τις νέες μορφές συμμετοχής.

με συνοχή

Η δημοκρατία απαιτεί τον πληροφορημένο πολίτη και ο πληροφορημένος πολίτης απαιτεί να υπάρχουν οι δομές της δημοκρατικής συμμετοχής, διαβούλευσης και λογοδοσίας. Το Διαδίκτυο του δίνει αυτή τη δυνατότητα.

Οφείλουμε να δημιουργήσουμε τις δομές που πρέπει να λειτουργήσουν για τον μελλοντικό πολίτη, για τον νέο πολίτη, για την νέα γενιά. Ενισχύοντας την ηλεκτρονική δημοκρατία παράλληλα αποτρέπουμε και τους κινδύνους για τα προσωπικά δεδομένα, τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των πολιτών, τη σχέση ασφάλειας και ελευθερίας στον κόσμο των ανοιχτών συνόρων.

Σήμερα η ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας στη χώρα μας έχει ανακοπεί. Αντί να χτίσει πάνω σε αυτά που παρέλαβε, επιταχύνοντας εκεί που η πρόοδος δεν ήταν ικανοποιητική, η ΝΔ διακρίθηκε και σε αυτόν τον τομέα από την έλλειψη πρωτοβουλιών, την ανικανότητα διαχείρισης αλλιά και από μία συντηρητική λογική για το ρόλο και την προοπτική των ψηφιακών τεχνολογιών στην ελληνική κοινωνία.

Σήμερα κυριαρχούν οι μεγάλες καθυστερήσεις που οδηγούν σε σημαντικές απώλειες πόρων στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Κοινωνία της Πληροφορίας", ενώ οι μεγαλύτερες διαψεύξεις της κυβέρνησης διαψεύδονται από τις υψηλές τιμές που εξακολουθεί να πληρώνει ο καταναλωτής και ο επιχειρηματίας για γρήγορο Διαδίκτυο, από την έλλειψη του κατάλληλου θεσμικού πλαισίου και από την ανυπαρξία νέων χρηματοδοτικών πρωτοβουλιών.

Πρέπει να ανατρέψουμε αυτήν την οπισθοδρόμηση. Προτείνουμε έναν άρτιο δρόμο στο μεγάλο εθνικό στόχο της κοινωνίας της πληροφορίας.

Θέλουμε η διάχυση της γνώσης να στηρίζει την ανάπτυξη και τη συνοχή. Γι' αυτό προτείνουμε τη δημιουργία ενός εθνικού δικτύου για την πληροφορία και γνώση, με το σύνολο των υπηρεσιών ηλεκτρονικής κυβέρνησης, μάθησης, βιβλιοθηκών, και με σημεία πρόσβασης σε όλη τη χώρα (ΚΕΠ, γραφεία Τοπικής Αυτοδιοίκησης ή δημόσιες βιβλιοθήκες)



Ψηφιακές τεχνολογίες για ανάπτυξη με συνοχή



Είμαστε έτοιμοι να εργαστούμε για να βρούμε δραστικές λύσεις στα προβλήματα που απασχολούν τη Δημόσια Διοίκηση με καινοτόμες δράσεις, βασισμένες στη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών.

Με επιτάχυνση, διαφάνεια και αποτελεσματικότητα στα έργα πληροφορικής και επικοινωνιών και μεγαλύτερη χρήση λύσεων παροχής συνολικών υπηρεσιών από τον ιδιωτικό τομέα. Με προσανατολισμό σε ανοιχτές αρχιτεκτονικές και πρότυπα που εξασφαλίζουν τεχνική και επιχειρησιακή διαλειτουργικότητα.

Με ελεύθερη επαναχρησιμοποίηση αποτελεσμάτων δημοσίων έργων πληροφορικής από την υπόλοιπη Δημόσια Διοίκηση. Προώθηση του ελεύθερου Λογισμικού - Λογισμικού Ανοικτού Κώδικα και της λογικής των επαναχρησιμοποιημένων εφαρμογών και περιεχομένου.

Θέλουμε η διάχυση της γνώσης να σπρώχνει την ανάπτυξη και τη συνοχή. Γι' αυτό προτείνουμε τη δημιουργία ενός εθνικού δικτύου για την πληροφορία και γνώση, με το σύνολο των υπηρεσιών ηλεκτρονικής κυβέρνησης, μάθησης, βιβλιοθηκών, και με σημεία πρόσβασης σε όλη τη χώρα (ΚΕΠ, γραφεία Τοπικής Αυτοδιοίκησης ή δημόσιες βιβλιοθήκες).

Προτείνουμε τη χρήση υφισταμένων υποδομών (σχολικών εργαστηρίων, ΚΕΠ, βιβλιοθηκών, κ.ο.κ.) για μαζική κατάρτιση στη χρήση των νέων τεχνολογιών και στην αξιοποίηση του ψηφιακού περιεχομένου. Τη διεύρυνση της συμμετοχής των πολιτών με πρακτικές δημοκρατίας μέσω των τεχνολογιών του Διαδικτύου. Την προώθηση δικτύων "ψηφιακού εθελοντισμού και αλληλεγγύης". Αλλά και την αναμόρφωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, ώστε να καταστεί δυνατή η καθολική χρήση του "Μαθητικού Υπολογιστή" στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Επιδιώκουμε, τη δημιουργία βιώσιμων προϋποθέσεων για ανάπτυξη υπηρεσιών από τους κλάδους της πληροφορικής και των επικοινωνιών. Η συνεχής αύξηση των διαθέσιμων και ανοιχτών προϊόντων γνώσης δίνει ευκαιρίες στους κλάδους αυτούς να τους προσθέσει αξία και να παράσχει υπηρεσίες υποστήριξης και εκπαίδευσης. Η αύξηση των ανοιχτών προϊόντων γνώσης δημιουργεί προϋποθέσεις για ανάπτυξη υπηρεσιών και από άλλους κλάδους της οικονομίας. Δημιουργεί, για παράδειγμα, ανάγκες

Στόχος μας λοιπόν
η εξασφάλιση
δωρεάν πρόσβασης
στο γρήγορο Διαδίκτυο
σε όλες τις βαθμίδες
της εκπαίδευσης
και πρόσβαση με
μικρό τίμημα για όλους.
Με την εκπόνηση
προγραμμάτων
άμβλυσης της
ψηφιακής απομόνωσης,
και τη στήριξη
των επενδύσεων

για εκπαίδευση σε διάφορα επίπεδα, ηλικίες ή ειδικότητες οι οποίες πρέπει να συντονιστούν ευρύτερα με το εκπαιδευτικό σύστημα.

Θέλουμε τη διασφάλιση της ασφαούς χρήσης και πρόσβασης στο Διαδίκτυο χωρίς αποκλεισμούς με σεβασμό στα προσωπικά δεδομένα και την ιδιωτικότητα. Με στήριξη και προώθηση ενός ισορροπημένου θεσμικού πλαισίου με επιλογές για την πνευματική δημιουργία και την προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας. Με πρόσβαση των Ατόμων με Αναπηρία στις ψηφιακές τεχνολογίες με την υιοθέτηση και στήριξη της διαδικασίας

ελέγχου προσβασιμότητας και των ποιοτικών χαρακτηριστικών που πρέπει να χαρακτηρίζουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Η προσβασιμότητα ως ελεγκτικό καθήκον στις αρμοδιότητες του Συνηγόρου του Πολίτη.

Για εμάς το γρήγορο Internet και οι ευρυζωνικές υποδομές είναι δημόσιο αγαθό με χαρακτηριστικά καθολικής υπηρεσίας. Φθινό, γρήγορο Διαδίκτυο, τώρα και για όλους. Για να αποφύγουμε το ψηφιακό χάσμα. Για να αντιμετωπίσουμε τον ψηφιακό αναλφαριθμητισμό.

Τις επόμενες δεκαετίες, μια χώρα κι ένας λαός, ένας πολιτισμός, ή θα βρίσκεται ή δε θα βρίσκεται στο χάρτη, ανάλογα με το εάν συμμετέχει ή όχι, στο γρήγορο Διαδίκτυο. Στόχος μας λοιπόν η εξασφάλιση δωρεάν πρόσβασης στο γρήγορο Διαδίκτυο σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης και πρόσβαση με μικρό τίμημα για όλους. Με την εκπόνηση προγραμμάτων άμβλυνσης της ψηφιακής απομόνωσης, και τη στήριξη επενδύσεων, με έμφαση στην ανοιχτή - κοστοστρεφή χρήση των υποδομών.

Όλα τα σχολεία, νοσοκομεία, βιβλιοθήκες, Δήμοι και άλλοι φορείς της Δημόσιας Διοίκησης να έχουν πρόσβαση στα ευρυζωνικά δίκτυα. Κίνητρα σε ιδιωτικές επιχειρήσεις και οργανισμούς, να διαθέσουν υπολογιστές, σύνδεση στο Διαδίκτυο και κατάρτιση στους εργαζόμενους που δεν θα είχαν τη δυνατότητα να τα αποκτήσουν.


Η ανάπτυξη των ευρυζωνικών υποδομών και υπηρεσιών προϋποθέτει και ένα νέο ρυθμιστικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες. Με άμεση εφαρμογή του νέου ευρωπαϊκού πλαισίου και ενίσχυση της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων. Με την επανεξέταση του συνοδικού ρυθμιστικού πλαισίου για τις ηλεκτρονικές υποδομές, την πρό-

Με την επανεξέταση του συνοδικού ρυθμιστικού πλαισίου για τις ηλεκτρονικές υποδομές, την πρόσβαση, το περιεχόμενο, γιατί στην εποχή της σύγκλισης της πληροφορικής, των τηλεπικοινωνιών και των μέσων επικοινωνίας, η απόλυτη περιχαράκωση των ανεξάρτητων Διοικητικών Αρχών εμφανίζεται παρωχημένη. Με την προώθηση του ανταγωνισμού στον τομέα των επικοινωνιών για την επιτάχυνση της ευρυζωνικότητας στην Ελλάδα

σβαση, το περιεχόμενο, γιατί στην εποχή της σύγκλισης της πληροφορικής, των τηλεπικοινωνιών και των μέσων επικοινωνίας, η απόλυτη περιχαράκωση των ανεξάρτητων Διοικητικών Αρχών εμφανίζεται παρωχημένη. Με την προώθηση του ανταγωνισμού στον τομέα των επικοινωνιών για την επιτάχυνση της ευρυζωνικότητας στην Ελλάδα. Για να γίνει πραγματικότητα το όραμα για την ευρυζωνικότητα ως εθνική υποδομή και δημόσιο αγαθό.

Για να πετύχουμε αυτούς τους στόχους, χρειάζεται πολιτική βούληση αλλά και οργανωμένο σχέδιο. Χρειάζεται καλύτερος συντονισμός της συνοδικής πολιτικής για τις ψηφιακές τεχνολογίες και την Κοινωνία της Πληροφορίας, με συγκέντρωση των σημερινών διάσπαρτων κυβερνητικών αρμοδιοτήτων και τη μεταφορά τους στην ευθύνη ενός πολιτικού φορέα.

Χρειάζεται ένα συγκεκριμένο και φιλόδοξο επιχειρησιακό σχέδιο με στόχους, εργαλεία πολιτικής για την επίτευξή τους, και δέσμευση φορέων αλληλά και κοινωνικών εταίρων.

Πάνω από όλα όμως, η επανάσταση στην ανάπτυξη και στη χρήση των ΤΠΕ που οραματιζόμαστε μπορεί να γίνει μόνον μέσα από την ενθάρρυνση, στήριξη και κινητοποίηση όλων των κοινωνικών δυνάμεων της χώρας, της περιφέρειας και των τοπικών κοινωνιών, των πολιτών όλων των ηλικιών, με έμφαση στο δυναμισμό των νέων ανθρώπων. Πρέπει να συνεγείρουμε την κοινωνία και να την κάνουμε αρωγό και συμμετοχή στη μεγάλη αυτή πρόκληση για τη χώρα. 

Ο κύριος Γιώργος Παπανδρέου είναι Αρχηγός της Αξιωματικής Αντιπολίτευσης, Πρόεδρος του ΠΑΣΟΚ και της Σοσιαλιστικής Διεθνούς.

CISCO SYSTEMS HELLAS

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία ολοένα αυξανόμενη τάση μετασχηματισμού των τηλεπικοινωνιακών αναγκών των επιχειρήσεων από ανεξάρτητα συστήματα σε ενοποιημένες λύσεις. Το μοντέλο του εταιρικού δικτύου που αποτελούνταν από διακριτά και απομονωμένα δίκτυα παροχής διαφορετικών υπηρεσιών (φωνή, δεδομένα, video, storage) εξελίσσεται σε ένα ενοποιημένο δίκτυο υπηρεσιών.

Κίνητρο αυτής της αλλαγής είναι η ανταγωνιστικότητα, η αύξηση της παραγωγικότητας καθώς και η ευελιξία που απαιτείται σήμερα από την αγορά. Το νέο αυτό μοντέλο, παράλληλα με την απόδοση απόσβεσης που προσφέρει, δίνει τη δυνατότητα για νέες υπηρεσίες και εφαρμογές που με το προγενέστερο μοντέλο, είτε ήταν αδύνατο, είτε πολύ δαπανηρό να υλοποιηθούν. Αξιοσημείωτο είναι ότι ο μετασχηματισμός αυτός δεν αφορά πλέον μόνο τις μεγάλες επιχειρήσεις αλλά έχει γίνει κοινή πρακτική και για τις μικρομεσαίες εταιρείες. Το πρώτο βήμα ενοποίησης των δικτύων φωνής και δεδομένων είχε ξεκινήσει πριν αρκετά χρόνια με τη μεταφορά φωνής πάνω από το εταιρικό δίκτυο δεδομένων (toll-bypass-VoIP) με κύριο στόχο τη μείωση του PTSN κόστους. Το επόμενο βήμα αποτέλεσε η IP Τηλεφωνία που ουσιαστικά ολοκλήρωσε την ενοποίηση αυτή και σε επίπεδο τηλεφωνικού εξοπλισμού, εκμεταλλευόμενη την επικράτηση του IP πρωτοκόλλου. Μαζί της έφερε, παράλληλα με τη δυνατότητα VoIP, και νέες δυνατότητες όπως κεντροποιημένη αρχιτεκτονική, CTI και XML εφαρμογές, φορητότητα εσωτερικού, Unified Messaging, IP Contact Centers, υπηρεσίες τηλεδιάσκεψης φωνής, web και video.

Καθοριστικό πλεονέκτημα του ενοποιημένου δικτύου είναι ότι έχοντας πλέον συστήματα με κοινή "γλώσσα" (το IP πρωτόκολλο), η ανάπτυξη εφαρμογών όπως ενοποίηση Τηλεφωνίας - CRM λύσεων, Video τηλεφωνία, Wireless IPPhones, Softphones, κλπ. είναι εφικτή και οικονομικά προσιτή ακόμα και για μικρότερες επιχειρήσεις. Νέες εφαρμογές, εμφανίζονται συνεχώς όπως dual-mode IP Phones (GSM και 802.11), Single number reach



εφαρμογές (ένα νόμμο για το σταθερό και κινητό μας τηλέφωνο), Presence υπηρεσίες, προαναγγέλλοντας τη νέα φάση των εταιρικών τηλεπικοινωνιακών λύσεων. Πρωτόκολλα όπως το SIP αναμένεται να δώσουν νέα ώθηση προς αυτή την κατεύθυνση.

Επιγραμματικά θα λέγαμε ότι τα κυριότερα κίνητρα για μία επιχείρηση σήμερα για τη μετάβαση σε μία ενοποιημένη αρχιτεκτονική επικοινωνιών (Unified Communications) είναι τα εξής:

- **Μείωση συνολικού κόστους κτήσης, διαχείρισης και συντήρησης του δικτύου καθώς έχουμε να χειριστούμε ένα δίκτυο και όχι δύο διαφορετικά.**
- **Ευελιξία σε λειτουργικότητα και προγραμματισμό (μετακινήσεις, προσθήκες και αλλαγές στο τηλεφωνικό δίκτυο πραγματοποιούνται χωρίς την πολυπλοκότητα του παρελθόντος).**
- **Διατήρηση των ωφελειών του toll-bypass μοντέλου.**
- **Προετοιμασία του δικτύου ώστε να μπορεί να αντεπεξέλθει στις καινούργιες ενοποιημένες υπηρεσίες και εφαρμογές φωνής-δεδομένων (π.χ. Unified Messaging, IP Call Center, CTI applications, Presence, Video telephony)**
- **Διευκόλυνση της μετακίνησης των εργαζομένων εντός της επιχείρησης (π.χ. extension mobility, wireless laptop ή PDA με softphone)**
- **Δυνατότητα για βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών καθώς και παροχή νέων υπηρεσιών με μειωμένο χρόνο**

και κόστος υλοποίησης (directory integration, υπηρεσίες XML)

- **Δυνατότητα για γρήγορη και με ελάχιστο κόστος ενσωμάτωση στο εταιρικό δίκτυο πρόσθετων απομακρυσμένων σημείων/υποκαταστημάτων.**
- **Μείωση κόστους σε περίπτωση υλοποίησης καινούργιας καλωδίωσης.**
- **Προστασία της επένδυσης καθώς η IP Τηλεφωνία είναι η τεχνολογία προς την οποία κινούνται η ανάπτυξη και οι επενδύσεις όλων των κατασκευαστών τηλεφωνικών κέντρων.**

Η Cisco Systems, πρωτοπόρος στην ιδέα του ενοποιημένου δικτύου, έχει αναπτύξει την αρχιτεκτονική Ενοποιημένων Επικοινωνιών (Unified Communications) (βασισμένη πάνω στην IP-PBX λύση της, τον Cisco CallManager) προσφέροντας στις επιχειρήσεις τα οφέλη και τις νέες εφαρμογές που αναφέρθηκαν παραπάνω, αλλά και τη βάση για την κάλυψη μελλοντικών αναγκών. Επίσης, θα πρέπει να προσθέσουμε ότι οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών (Service Providers) δεν έμειναν στάσιμες σε αυτές τις εξελίξεις και με τη σειρά τους προσφέρουν εδώ και αρκετό χρόνο υπηρεσίες Voice over IP σε εταιρικούς αλλά και οικιακούς πελάτες. Με αυτό τον τρόπο οι επιχειρήσεις αλλά και οι οικιακοί χρήστες μειώνουν δραστικά τα τηλεπικοινωνιακά τους κόστη και εκμεταλλεύονται σε πολλές περιπτώσεις την ίδια φυσική σύνδεση για μεταφορά δεδομένων και φωνής.

Με την εισαγωγή στην αγορά ολοένα αυξανόμενων ταχυτήτων πρόσβασης (broadband), αναμένεται η VoIP υπηρεσία να προσελκύσει ταχύτατα μεγάλο μέρος της αγοράς. Το επόμενο βήμα που σύντομα θα ακολουθήσει είναι οι triple-play (data, voice, video) ή και quadruple-play (data, voice, video, mobility services) υπηρεσίες σε οικιακούς χρήστες προδιαγράφοντας συνάμα μία νέα γενιά υπηρεσιών και δυνατοτήτων.

Ο κύριος Αλκιβιάδης Ζούπας εργάζεται στην Cisco Systems Hellas από το 2000 ως Systems Engineer με κύρια ενασχόληση τις Ενοποιημένες Τεχνολογίες Φωνής, Εικόνας και Δεδομένων.

Welcome to the human network.

**Smart, Simple and Secure
Communication**

IP Telephony



www.cisco.com

Cisco Systems Hellas A.E.
Λεωφ. Κηφισίας 44, 151 25 Μαρούσι
Τηλ.: 210 6381300, Fax: 210 6381490
e-mail: contactcisco-hellas@cisco.com


CISCO



Ν Τ Ο Ρ Α Μ Π Α Κ Ο Γ Ι Α Ν Ν Η

Η τεχνολογία ως μέσο εξωστρέφειας

Η διάδοση της γνώσης, η αξιοποίηση της πληροφορίας, η επένδυση στις νέες τεχνολογίες, η καινοτομία αλλά και η προώθηση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων, αποτελούν τους σημαντικότερους παράγοντες για την αναδιάρθρωση της οικονομίας και την προσαρμογή των ελληνικών επιχειρήσεων στο σύγχρονο διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Οι παραπάνω συνισταμένες καθορίζουν την κατεύθυνση αλλά και το βηματισμό της οικονομικής εξέλιξης των σύγχρονων κοινωνιών, ενώ σχετίζονται άμεσα και με την κοινωνική ευημερία καθώς η διαμόρφωση του δυνητικού προϊόντος μιας οικονομίας, επηρεάζει σημαντικά την απασχόληση, το εισόδημα, τη συνοχή, την εκπαίδευση αλλά και τη γενικότερη αναπτυξιακή προοπτική της χώρας.

Η ικανότητα μιας οικονομίας να κατευθύνει πόρους προς την έρευνα και την τεχνολογία, την καθιστά περισσότερο αποτελεσματική και ανταγωνιστική, ενώ την οδηγεί προς την οικονομία της γνώσης και την απαραίτητη επιχειρηματική εξωστρέφεια που είναι και το ζητούμενο της νέας εποχής.

Η τεχνολογία και η καινοτομία διαμορφώνουν νέα δεδομένα για τις επιχειρήσεις και την κοινωνία. Διαμορφώνουν αναπτυξιακές ευκαιρίες, προάγουν την επιχειρηματικότητα και βελτιώνουν την ποιότητα ζωής των πολιτών.

Η κοινωνία της πληροφορίας αγγίζει πλέον την καθημερινότητα του πολίτη, ενώ επηρεάζει τις συναλλαγές του με το κράτος και τις επιχειρήσεις. Η ψηφιακή

Η ικανότητα μιας οικονομίας να κατευθύνει πόρους προς την έρευνα και την τεχνολογία, την καθιστά περισσότερο αποτελεσματική και ανταγωνιστική, ενώ την οδηγεί προς την οικονομία της γνώσης και την απαραίτητη επιχειρηματική εξωστρέφεια που είναι και το ζητούμενο της νέας εποχής



εποχή ανοίγει ορίζοντες και προοπτικές που μέχρι πρόσφατα αδυνατούσαμε ακόμη και να φανταστούμε.

Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση, το ηλεκτρονικό εμπόριο, οι ηλεκτρονικές συναλλαγές καθώς και οι δεκάδες εφαρμογές της πληροφορικής αλλάζουν συνήθειες και συμπεριφορές χρόνων. Σε αυτή τη νέα εποχή, οι τεχνολογίες αιχμής διαμορφώνουν πλέον την εικόνα του κόσμου μας.

και ενίσχυσης της οικονομίας

Οι εξελίξεις στις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών αλλιάζουν τη μορφή, τα δεδομένα και το περιεχόμενο, της οικονομικής ανάπτυξης και της συνακόλουθης κοινωνικής ευημερίας.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, έχει από καιρό αντιληφθεί τα πλεονεκτήματα και την αξία της επένδυσης στις νέες τεχνολογίες αλλιά και του μετασχηματισμού των ευρωπαϊκών οικονομιών σε δυναμικές οικονομίες της γνώσης και της καινοτομίας. Η Ευρώπη προσπαθεί μέσα από τη Στρατηγική της Λισσαβόνας να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες και προϋποθέσεις, ώστε τα κράτη - μέλη να προσαρμοστούν και να επωφεληθούν από τις ραγδαίες εξελίξεις στην τεχνολογία, την πληροφορική, τις τηλεπικοινωνίες, τις μεταφορές αλλιά και από τη διεθνοποίηση των αγορών και των επιχειρήσεων. Μιλά για την αναγκαιότητα της "ψηφιακής επανάστασης" και οριοθετεί το δρόμο της προσαρμογής των κρατών μελών. Προσδοκά μέσα από την καινοτομία και την τεχνολογία να ενισχύσει τη συνοχή, την απασχόληση και την αναπτυξιακή προοπτική των κρατών μελών. Επενδύει συστηματικά στις νέες τεχνολογίες και προχωρά στην εκπόνηση πολιτικών και συνεργασιών που καθιστούν την τεχνολογία, κτήμα ενός όλο και μεγαλύτερου αριθμού ευρωπαίων πολιτών.

Είναι αλήθεια ότι η επέκταση του κεφαλαιουχικού δυναμικού μιας χώρας δεν είναι πλέον από μόνη της αρκετή, για να μεγεθύνει επαρκώς μια οικονομία. Απαιτείται όχι απλώς η επέκταση αλλιά και η συνεχής αναβάθμιση των δυνατοτήτων της καθώς επίσης και η ενσωμάτωση των τεχνολογικών εξελίξεων και των επιχειρηματικών καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία. Αν μάλιστα μια εταιρία μέσα από ολοκληρωμένες διαδικασίες

Το επόμενο έτος θα αναπτυχθούν δράσεις που θα προωθήσουν την οικονομική διπλωματία και συνακόλουθα την εξωστρέφεια της ελληνικής οικονομίας στην Αμερικανική ήπειρο και ιδιαίτερα στις χώρες της Κεντρικής και της Νοτίου Αμερικής.

Ταυτόχρονα προβάλλουμε τα ελληνικά τεχνολογικά επιτεύγματα και τις ελληνικές επιχειρήσεις διεθνώς

τεχνολογικής έρευνας και ανάπτυξης, παράγει γνώση και τεχνογνωσία αιχμής, τότε κινείται πραγματικά σε αναπτυξιακούς ρυθμούς που συμβαδίζουν με τις απαιτήσεις και της ανάγκης της σύγχρονης κοινωνίας και οικονομίας.

Μια ακόμη αλήθεια που πρέπει να ενεργοποιήσει τα αντανάκλαστικά μας ως μέλη της ευρωπαϊκής οικογένειας είναι, ότι η απόσταση που χωρίζει την Ευρώπη από τις ΗΠΑ στους τομείς της έρευνας, της ανάπτυξης και της τεχνολογίας, διευρύνεται αντί να συρρικνώνεται. Δυστυχώς, είμαστε πίσω σε πολλή τεχνολογία αιχμής. Πρέπει πραγματικά να προβληματιστούμε για τη μέτρια προσαρμογή των κρατών μελών στους στόχους της Στρατηγικής της Λισσαβόνας, έξι χρόνια μετά την υιοθέτησή τους. Οφείλουμε να ξεπεράσουμε τις δυσλειτουργίες, να ενισχύσουμε τη δράση μας και να επανασχεδιάσουμε εάν απαιτηθεί την πολιτική μας στο συγκεκριμένο τομέα.

Σε εθνικό επίπεδο, οι τεχνολογικές αδυναμίες και ανεπάρκειες είναι λίγο πολύ γνωστές. Τα συγκριτικά στοιχεία δείχνουν μια σαφή υστέρηση της ελληνικής κοινωνίας ως προς την προσαρμογή της στη ψηφιακή εποχή. Η προσαρμογή της πατρίδας μας στις επιταγές της νέας εποχής, πρέπει να αποτελεί συνεχή επιδίωξη του πολιτικού και του επιχειρηματικού κόσμου της χώρας.

Η καινοτομία, η τεχνολογική προσαρμογή, η προώθηση της έρευνας και η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, είναι οι μεγάλες προκλήσεις που έχει μπροστά της η ηγεσία της χώρας τα επόμενα χρόνια. Πρέπει να είναι και είναι οι κεντρικές προτεραιότητες μιας εθνικής στρατηγικής ανάπτυξης μακράς πνοής.

Η σημερινή κυβέρνηση έχει εκπονήσει ένα καλά μελετημένο σχέδιο για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας καθώς και για την προαγωγή της έρευνας και τεχνολογίας στην πατρίδα μας.

IF YOU'RE NOT USING INTELLIGENT COMMUNICATIONS, WHAT SORT OF COMMUNICATIONS ARE YOU USING?



Introducing the Avaya one-X™ Deskphone Edition. Unleashing the power of IP telephony.

Avaya, the global leader in voice communications, continues to lead the way in Intelligent Communications. The one-X Deskphone Edition, part of our one-X™ family of powerful solutions, can help take the productivity of your business to a whole new level. It is loaded with the features and benefits you told us you wanted—high-fidelity sound, an intuitive user interface, and enhanced functionality that leads to greatly improved productivity.

In fact, business professionals estimate the following productivity gains with the one-X Deskphone Edition:*

- 33% less time searching for call contacts
- 50% less time playing phone tag
- 50% cost savings on conferencing

See all the ways the one-X Deskphone Edition can help you maximize the possibilities of IP telephony and give your business a competitive advantage.

"See it," "Hear it," and "Feel it" at:
avaya.com/seeitnow

Are you **one-X**perienced?™

IP Telephony
Contact Centers
Mobility
Services

AVAYA

*Avaya Productivity Survey, April 2006 (claims based on survey data, not actual usage)

©2006 Avaya Inc. All Rights Reserved. Avaya, the Avaya Logo, and all trademarks identified by ®, and TM or SM are registered trademarks, trademarks, or service marks of Avaya Inc., and may be registered in certain jurisdictions.

Ν Τ Ο Ρ Α Μ Π Α Κ Ο Γ Ι Α Ν Ν Η

Η τεχνολογία ως μέσο εξωστρέφειας και ενίσχυσης της οικονομίας

Για να έχουν όμως επιτυχία όλες οι προαναφερθείσες πολιτικές και δράσεις πρέπει να καταπολεμηθεί ο ψηφιακός αναλφαριθμητισμός και να στραφεί η οικονομία σε ένα πιο τεχνολογικά αναπτυγμένο πρότυπο.

Η προσαρμογή των παραγωγικών δομών στη νέα εποχή δεν είναι εύκολη υπόθεση. Απαιτεί αλληλαγή νοοτροπίας και ιδιωτικές επενδύσεις στην τεχνολογία και την πληροφορική. Απαιτεί χρόνο και αλληλαγή προσανατολισμού.

Χρειάζεται τη στήριξη του κράτους και της δημόσιας διοίκησης. Απαιτεί θεσμικές αλλαγές. Έχει ανάγκη από τη διεύρυνση του ρόλου και την ενίσχυση της ανεξαρτησίας της Εθνικής Επιτροπής Τηλε-



Υπάρχει ανάγκη από τη διεύρυνση του ρόλου και την ενίσχυση της ανεξαρτησίας της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων καθώς και από τη διασφάλιση του κύρους και του θεσμικού ρόλου της Επιτροπής Ανταγωνισμού

πικοινωνιών και Ταχυδρομείων καθώς και από τη διασφάλιση του κύρους και του θεσμικού ρόλου της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Πρωταγωνιστικό ρόλο σε αυτή την προσπάθεια οφείλει να διαδραματίσει η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας, ως αρμόδιος συντονιστής φορέας για την ανάπτυξη των ερευνητικών προγραμμάτων, της τεχνολογίας και της καινοτομίας στη χώρα.

Ταυτόχρονα, οφείλουμε να προσαρμόσουμε τις πολιτικές μας στην παραδοχή ότι η τεχνολογία, η καινοτομία και η γνώση, αποτελούν μονόδρομο ανάπτυξης και ευημερίας.

Δεν αρκούν από μόνα τους προγράμματα όπως η "Κοινωνία της Πληροφορίας", το "Σύζευξις", το Taxis Net και η Ψηφιακή Αυτοδιοίκηση, αν δε δώσουμε κίνητρα για παραγωγή τεχνογνωσίας, αν δε

διασφαλίσουμε πόρους για έρευνα, αν δεν πριμοδοτήσουμε την καινοτομία στις νέες τεχνολογίες.

Στην ψηφιακή εποχή, η τεχνολογία και η πληροφορική αποτελούν το αναγκαίο αναπτυξιακό πλαίσιο για την τόνωση της παραγωγής, για την ενίσχυση της απασχόλησης, για την εξυπηρέτηση του πολίτη και για τη βιωσιμότητα του ανθρωποκεντρικού και του φυσικού περιβάλλοντος.

Στρατηγική μας επιδίωξη οφείλει να είναι η τεχνολογική σύγκλιση της πατρίδας μας με τις άλλες προηγμένες χώρες της Ευρώπης. Μόνον έτσι διασφαλίζουμε την πρόοδο του τόπου αλλά και τις προϋποθέσεις για ένα καλύτερο αύριο. Σ

Η κυρία Ντόρα Μπακογιάννη είναι Υπουργός Εξωτερικών.


**IF THIS
IS YOUR
BUSINESS**

**AND THESE
ARE YOUR
MOBILE
EMPLOYEES**

**THEN
WE CAN
MAKE SURE
THAT
THEY'RE
STILL
PERFORMING
WHEREVER
THEY ARE**

If your staff can be on call anywhere, you can imagine the business benefits. So let's talk. Ericsson enterprise solutions can give you that edge. With mobile access, everything your staff needs is accessible in real time. Making sure you can serve your customers better. And because the solutions are based on open platforms, you can integrate existing technologies or add new ones as you need them. Mobilize your workforce. Accelerate your business.

ericsson.com/forward_enterprise

ERICSSON 
TAKING YOU FORWARD

Β Α Σ Ι Λ Η Σ Π Α Π Α Δ Α Κ Η Σ

Οι εξαγορές και συγχωνεύσεις της νέας χιλιετίας

Η δεκαετία του '90 μπορεί να χαρακτηριστεί από δύο παράλληλα φαινόμενα. Την εμφάνιση και γιγάντωση του Internet και το τεράστιο κύμα εξαγορών και συγχωνεύσεων (Ε&Σ).

Το τέλος της δεκαετίας του '90, συνοδεύτηκε με τη συντριβή (έστω και προσωρινή) και των δυο αυτών φαινομένων. Όμως, οι παρενέργειες τους επηρέασαν και επηρεάζουν ακόμα το παγκόσμιο επιχειρηματικό γίγνεσθαι.

Το κύμα της δεκαετίας του '90

Το παγκόσμιο κύμα των εξαγορών και συγχωνεύσεων ήταν λογικό να προσηλύσει και το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον,

καθώς η παγκόσμια αξία των εξαγορών και συγχωνεύσεων του έτους 2000 ξεπέρασε τα \$3,5 τρις. Το ίδιο συνέβη και στην Ελλάδα. Την τριετία 1997 - 1999 περισσότερες από 350 εξαγορές και συγχωνεύσεις έλαβαν χώρα, αριθμός ρεκόρ για τα επιχειρηματικά μας χρονικά. Δυστυχώς, η διεθνής εμπειρική έρευνα με συνέπεια ανεδείκνυε το μεγάλο πρόβλημα της αποτυχίας αυτών των επιχειρημάτων. Όλες οι αντίστοιχες διεθνείς μελέτες συνηγορούσαν ότι ένα ποσοστό που κυμαινόταν από 50 - 75% των εξαγορών και συγχωνεύσεων αποτύγχαναν να υλοποιήσουν τους αρχικούς στόχους τους. Η αποτυχία αυτών των κινήσεων στρατηγικής δεν επηρεάζει μόνο τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις, αλλά όπως είναι κατανοητό λόγω του μεγέθους

τους μπορεί να έχει σωρευτικές αρνητικές επιδράσεις στην οικονομία, την κοινωνία, αλλά και το ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων αυτών.

Ως ανταπόκριση στα πιο πάνω, είχαμε εκπονήσει το 2002 μια σε βάθος μελέτη 72 deals τα οποία έλαβαν χώρα την περίοδο της μεγάλης χρηματιστηριακής ευφορίας (1997 - 1999).

Τα αποτελέσματα σε γενικές γραμμές επιβεβαίωναν τη διεθνή έρευνα, αναδεικνύοντας το γεγονός ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις "μαγεύτηκαν" από την ελκυστικότητα των εξαγορών και συγχωνεύσεων χωρίς όμως να είναι πραγματικά προετοιμασμένες να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες.



Σταχυολογώντας τα πιο σημαντικά συμπεράσματα της έρευνας, θα μπορούσαμε να πούμε τα εξής:

- Ποσοστό μεγαλύτερο του 60% των επιχειρήσεων του δείγματος είδαν τις προσδοκίες τους να μην υλοποιούνται.
- Σχεδόν έξι στις δέκα επιχειρήσεις είδαν τη σχετική τους απόδοση (απόδοση στο σύνολο των κεφαλαίων - return on assets) να μειώνεται το επόμενο έτος της εξαγοράς και συγχώνευσης σε σύγκριση με την τριετία πριν την εξαγορά ή συγχώνευση.

- Κατά μέσο όρο οι επιχειρήσεις του δείγματος κατέβαλλαν τμήματα που ξεπέρασαν τις αρχικές τους εκτιμήσεις (υψηλά premiums).
- Περίπου μια στις δύο επιχειρήσεις διενήργησαν εξαγορά ή συγχώνευση χωρίς να έχουν σχεδιάσει τις κινήσεις τους την επόμενη ημέρα.
- Περίπου το 40% των επιχειρήσεων του δείγματος δεν εκπόνησαν κανένα ολοκληρωμένο επικοινωνιακό πρόγραμμα.

Ένα νέο κύμα Ε&Σ είναι υπό εξέλιξη

Όμως ενώ από το 2000 και μέχρι τα τέλη του 2003, υπήρξε μια σημαντική ανακοπή της παγκόσμιας δραστηριότητας Ε&Σ, τα τελευταία τρία χρόνια παρατηρούμε την αναβίωση του φαινομένου. Μόνο για το 2004, σύμφωνα με στοιχεία της Thomson Financial, πραγματοποιήθηκαν παγκοσμίως 30.000 Ε&Σ συνολικής αξίας \$1.900 δις (11 φορές περίπου το ΑΕΠ της χώρας μας) ή αλλιώς μία συναλλαγή κάθε 18 λεπτά!

Παρατηρώντας το νέο κύμα Ε&Σ τα ερωτήματα του παρελθόντος γίνονται εξίσου βασανιστικά:

1. Έμαθαν κάτι οι επιχειρήσεις μας από τις αποτυχίες του παρελθόντος;
2. Θα επαναλάβουν τα λάθη του παρελθόντος;
3. Πόσο διαφέρουν οι πρόσφατες Ε&Σ από αυτές της δεκαετίας του '90;

Μια αισιόδοξη προοπτική

Ο διεθνής οικονομικός τύπος παρουσιάζεται αισιόδοξος ως προς την επιτυχία του νέου κύματος Ε&Σ. Σειρά δημοσιευμάτων στο "Business Week" και

αλληλού διατείνονται ότι μετά το 2000 οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν σε γενικότερες γραμμές πιο επιτυχημένες Ε&Σ. Οι δημοσιογράφοι θεωρούν ότι μια σειρά αλλαγών στο διεθνές περιβάλλον μπορεί να έχει συμβάλει σε πιο ορθολογική αντιμετώπιση των Ε&Σ.

Πρώτον, η εφαρμογή στις Ηνωμένες Πολιτείες του νόμου Sarbanes & Oxley (SOX) για την προστασία των επενδυτών από λογιστικά σκάνδαλα όπως αυτό της Enron, αναγκάζει τα στελέχη να μην κάνουν βεβιασμένες κινήσεις.

Δεύτερο, η πτώση των Ευρωπαϊκών χρηματιστηρίων έχει στερήσει από πολλές επιχειρήσεις τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν αλόγιστα τη μετοχή τους για να εξαγοράσουν άλλες επιχειρήσεις.

Τρίτο, η παγκόσμια οικονομική ύφεση που κορυφώθηκε με το τρομοκρατικό χτύπημα στους δίδυμους πύργους της Νέας Υόρκης, φαίνεται να οδηγεί σε λιγότερες, προσεκτικότερες και μεγαλύτερου μεγέθους Ε&Σ. Δεν υπάρχει, σε διεθνές επίπεδο, καμία ακαδημαϊκή έρευνα που να προσεγγίζει το ερώτημα της επιτυχίας ή αποτυχίας των νεότερων αυτών στρατηγικών κινήσεων. Για τούτο σχεδιάσαμε στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, μια νέα έρευνα (συνέχεια αυτής της δεκαετίας του '90). Στόχος μας ήταν να διερευνήσουμε κατά πόσο οι Ε&Σ της νέας χιλιετίας διαφέρουν ή όχι από αυτές του παρελθόντος και κατά πόσο αυτές φαίνεται να είναι περισσότερο επιτυχημένες.

Στη νέα αυτή έρευνα μελετήσαμε 36 Ε&Σ οι οποίες έλαβαν χώρα μετά την πτώση του ελληνικού χρηματιστηρίου και μέχρι τις αρχές του 2004¹. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα πρώτα ευρήματα αυτής της προσπάθειας, η οποία συγκρίνει τις 72 εξαγορές της δεκαετίας του '90 (περίοδος 1), με τις 36 εξαγορές της νέας χιλιετίας (περίοδος 2).

Την τριετία 1997 - 1999 περισσότερες από 350 εξαγορές και συγχωνεύσεις έλαβαν χώρα, αριθμός ρεκόρ για τα επιχειρηματικά μας χρονικά. Το 2004 οι εξαγορές και συγχωνεύσεις στη χώρα μας έφτασαν τις 36. Από την έρευνα φαίνεται ότι τίποτα δεν έχει αλλάξει σε στατιστικά σημαντικό βαθμό μεταξύ των δύο περιόδων

Οι εξαγορές και συγχωνεύσεις της νέας χιλιετίας

Τίποτα δεν φαίνεται να άλλαξε στην επιτυχία - αποτυχία των Ε&Σ

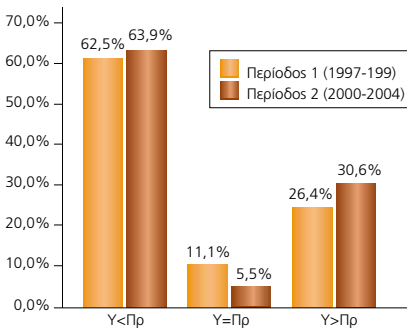
Όπως και στην αρχική έρευνα επιχειρήσαμε να μετρήσουμε την επιτυχημένη υλοποίηση των Ε&Σ. Ρωτήσαμε τα στελέχη τι προσδοκούσαν να επιτύχουν σε δώδεκα κατηγορίες παραμέτρων και τι πραγματικά επετεύχθη στις ίδιες κατηγορίες. Δημιουργήσαμε μια σύνθετη μεταβλητή η οποία μετρά το βαθμό επιτυχημένης υλοποίησης των προσδοκιών.

Στο διάγραμμα 1, φαίνεται ότι τίποτα δεν έχει αλλάξει σε στατιστικά σημαντικό βαθμό μεταξύ των δύο περιόδων. Και στη νέα έρευνα περίπου 2 στις 3 Ε&Σ αποτυγχάνουν να υλοποιήσουν τις προσδοκίες τους. Επίσης, μόνο το 26,4% των επιχειρήσεων της περιόδου 1 και το 30,6% της περιόδου 2 καταφέρνουν να υπερβούν τις προσδοκίες τους.

Πού οφείλεται όμως το γεγονός ότι και στις δύο περιόδους η πλειοψηφία των Ελληνικών Ε&Σ φαίνεται να αποτυγχάνει να υλοποιήσει τις αρχικές προσδοκίες;

Η ακαδημαϊκή έρευνα υποστηρίζει ότι μια πλειάδα λόγων συμβάλει σε αυτό. Τρεις από τους πιο σημαντικούς είναι:

α) Το κατά πόσο οι επιχειρήσεις έχουν εκπονήσει εκ των προτέρων σχέδια



Διάγραμμα 1. Συνολική Επιτυχία Ε&Σ
Σημείωση: Με Y συμβολίζεται η υλοποίηση των προσδοκιών (βαθμός επίτευξης των προσδοκιών) και με Pr, οι προσδοκίες πριν την Ε&Σ.

αλλαγών σε νευραλγικούς τομείς όπως η οργανωτική δομή (συχώνευση, δημιουργία νέων τμημάτων) και το προσωπικό των εταιριών (π.χ. απολύσεις),

β) το τίμημα και το μέγεθος της υπεραξίας (Premium) που καταβάλλουν,

γ) η ύπαρξη, ο χρόνος σχεδιασμού και η συχνότητα της επικοινωνίας προς τις ομάδες ενδιαφερομένων.

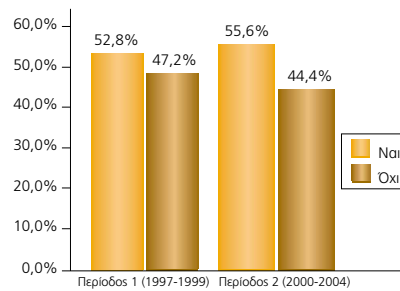
Τα αποτελέσματα της έρευνας όσον αφορά τους παράγοντες αυτούς είναι:

1. Ύπαρξη Γραπτών Σχεδίων Αλλαγών πριν την Ε&Σ

Τα διαγράμματα 2 & 3, αναφέρονται στην ύπαρξη γραπτών σχεδίων αλλαγών όσον αφορά την οργανωτική δομή και το προσωπικό των εταιριών.

Όσον αφορά την οργανωτική δομή παρατηρούμε ότι την περίοδο 1 μόνο το 52,8% των επιχειρήσεων έχει καταρτίσει γραπτά σχέδια αλλαγών, ποσοστό λίγο αυξημένο (55,6%) για την περίοδο 2. Όσον αφορά το προσωπικό, τα αποτελέσματα δεν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά.

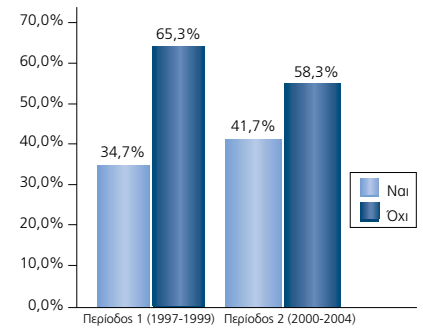
Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων του δείγματος μας (65,3% την περίοδο 1 και



Διάγραμμα 2. Ύπαρξη γραπτών σχεδίων αλλαγών πριν την Ε&Σ όσον αφορά την οργανωτική δομή



58,3% την περίοδο 2) δηλώνουν ότι δεν είχαν καταρτίσει σχέδια αλλαγών σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό.



Διάγραμμα 3. Ύπαρξη γραπτών σχεδίων αλλαγών πριν την Ε&Σ όσον αφορά το προσωπικό των εταιριών

Συνέχεια στη σελίδα 20

OTENET *Business Solutions*

Η επιχείρησή σου παντού, κάθε στιγμή.

Η επιχείρησή σου, το κέντρο συναλλαγών και δραστηριοτήτων σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον χωρίς σύνορα. Πρέπει να επιβληθείς και να κερδίσεις.

Το περιβάλλον σου:

- **Intranet**, το εσωτερικό σου περιβάλλον (υποκαταστήματα, πωλητές κ.λπ.)
- **Extranet**, το περιβάλλον με το οποίο συναλλάσσεσαι άμεσα (προμηθευτές, αντιπρόσωποι κ.λπ.)
- **Internet**, η προβολή της επιχείρησής σου, η επικοινωνία και οι επαφές σου με τους πελάτες σου, με όλο τον κόσμο.

Στόχος σου, οι γρήγορες και έγκυρες αποφάσεις και αντιδράσεις. **Όπλο σου**, η γρήγορη και άμεση πληροφόρηση και επικοινωνία.

Η OTENET είναι δίπλα σου. Αναλαμβάνει να σχεδιάσει, να αναπτύξει, να υλοποιήσει και να υποστηρίξει ολοκληρωμένες λύσεις και εφαρμογές που βασίζονται στο πρωτόκολλο του Internet και ικανοποιούν τις τηλεπικοινωνιακές σου ανάγκες. **Είναι ο στρατηγικός σου συνεργάτης.**

Για να μπορείς **να προηγήσαι**. Για να **είσαι παντού**, κάθε στιγμή, οδιάλειπτα και αξιόπιστα.

Για να είσαι ο νικητής.

 **OTENET**
Εσύ, παντού

Οι εξαγορές και συγχωνεύσεις της νέας χιλιετίας

2. Τμήμα σε σχέση με τις αρχικές εκτιμήσεις

Αυτή είναι μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα μεταβλητή. Να θυμίσουμε την πολύ μεγάλη συζήτηση που έχει προσελκύσει η προσφορά της COSMOTE για τη Γερμανός. Σύμφωνα με αρκετούς το τμήμα ήταν υπερβολικά υψηλό.

Από το Διάγραμμα 4, προκύπτει ότι την περίοδο 1 το 43% των επιχειρήσεων πλήρωσαν μεγαλύτερο τμήμα σε σχέση με τις αρχικές τους εκτιμήσεις, ποσοστό που διαμορφώνεται στο 27,8% για την περίοδο 2. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι την περίοδο 2, το 5,8% των επιχειρήσεων θεωρούν ότι πλήρωσαν τμήμα που είναι πάνω από 50% υψηλότερο από τις αρχικές τους εκτιμήσεις.

3. Επικοινωνιακή στρατηγική

Το Διάγραμμα 5, αφορά την ύπαρξη επικοινωνιακού προγράμματος για την κοινοποίηση της Ε&Σ. Παρατηρούμε ότι τα ποσοστά και των δύο περιόδων κυμαίνονται σε παρόμοια επίπεδα. Περίπου το 40% των επιχειρήσεων και των δύο περιόδων, που συμμετείχαν στην έρευνα δηλώνουν ότι δεν είχαν καταρτίσει κανένα πρόγραμμα επικοινωνίας προς τους εργαζομένους.

Τελικά δεν άλλαξε τίποτα; Δεν μάθαμε τίποτα;

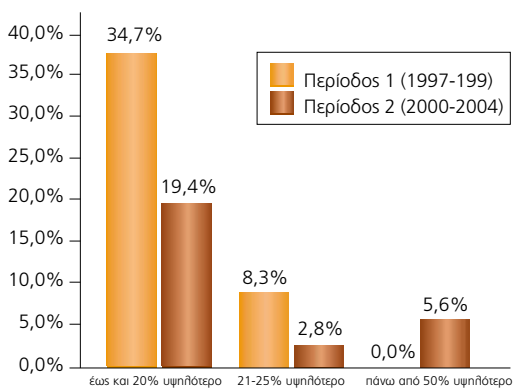
Από την ανάλυση που προηγήθηκε διαπιστώνουμε ότι δεν υπάρχουν ουσιαστικές διαφορές μεταξύ των δύο περιόδων ούτε όσον αφορά την επιτυχημένη υλοποίηση των προσδοκιών, ούτε όσον αφορά τρεις από τους παράγοντες που σύμφωνα με την βιβλιογραφία συμβάλλουν στην επιτυχία.

Τελικά οι επιχειρήσεις μας και τα στελέχη μας δεν έμαθαν τίποτα από τα λάθη του παρελθόντος;

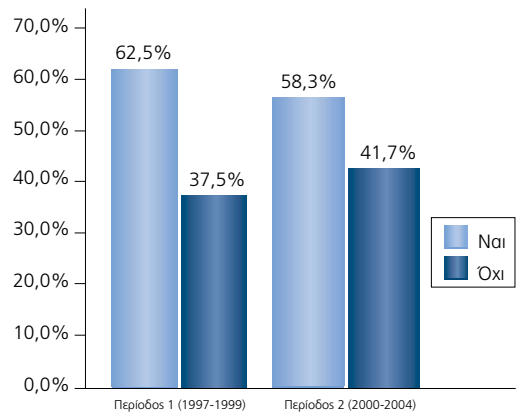
Στην αρχαία Ελλάδα η λέξη "ύβρις" σήμαινε ασέβεια των θνητών προς τους θεούς. Για τούτο οι θεοί του Ολύμπου τιμωρούσαν τους "ασεβείς - αλαζόνες". Στο χώρο των επιχειρήσεων συχνά μιλάμε για "διοικητική ύβρις - managerial hubris". Δηλαδή, τη βεβαιότητα των στελεχών ότι γνωρίζουν τα πάντα και άρα οτιδήποτε και αν κάνουν θα επιτύχουν. Δυστυχώς, οι Ε&Σ είναι πολυσύνθετα εγχειρήματα που κανένας δεν μπορεί να ισχυριστεί ότι γνωρίζει τα πάντα.

Αν λοιπόν ένα μεγάλο μέρος των ανώτατων στελεχών προσεγγίζουν τις εξαγορές με αυτή την βεβαιότητα - αλαζονεία, είναι λογικό να προσφέρουν υψηλά τιμήματα και να μην εκπονούν κανένα επικοινωνιακό πρόγραμμα, θεω-

Ο διεθνής οικονομικός τύπος παρουσιάζεται αισιόδοξος ως προς την επιτυχία του νέου κύματος Ε&Σ. Σειρά δημοσιευμάτων στο "Business Week" και αλλού διατείνονται ότι μετά το 2000 οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν σε γενικότερες γραμμές πιο επιτυχημένες εξαγορές και συγχωνεύσεις



Διάγραμμα 4. Σχέση καταβληθέντος τιμήματος με εκτιμώμενο



Διάγραμμα 5. Ύπαρξη επικοινωνιακού προγράμματος

ρώντας ότι τα προβλήματα θα λυθούν όταν ανακύψουν. Δυστυχώς, όπως και στην αρχαία Ελλάδα έτσι και σήμερα οι "θεοί του επιχειρείν" που δεν είναι άλλοι από τη σκληρή και ανταγωνιστική επιχειρηματική πραγματικότητα, τιμωρούν τους αλλοτρίους με την αποτυχία των εγχειρημάτων τους.

Υπάρχει λύση; Ένας "Δεκάλογος Επιτυχίας" στις Ε&Σ

Και όμως, η βάση της γνώσης που υπάρχει σε θέματα Ε&Σ είναι τεράστια. Η μελέτη αποτυχίας πολυδιαφημισμένων Ε&Σ του παρελθόντος (όπως για παράδειγμα η εξαγορά της Chrysler από την Daimler Benz) έχει δημιουργήσει ένα τεράστιο "οπισθόσπασμα γνώσης" γύρω από το τι πρέπει να κάνουν και τι πρέπει να αποφεύγουν τα στελέχη.

Αν θέλουμε να δημιουργήσουμε ένα σύντομο δεκάλογο, αυτός θα ήταν:

1. Μην εστιάζετε σε μια μόνο πιθανή αγορά. Είναι προτιμότερο να έχετε εναλλακτικές λύσεις ώστε να μην "παγιδευτείτε".
2. Προσεκτική χρηματο-οικονομική ανάλυση και αυτοέλεγχος ως προς το ανώτατο τμήμα που είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε.
3. Φιλικές διαδικασίες: Οι εξαγορές που ξεκίνησαν ως "αλήθειες" των ανταγωνιστικών εταιριών - στόχων είχαν σχεδόν πάντα μειωμένη αποδοτικότητα.
4. Έχετε πραγματικά συνειδητοποιήσει τους λόγους της εξαγοράς;
5. Έχετε ξεκάθαρο όραμα και στρατηγική; Πρώτα πρέπει να έρχεται το όραμα και μετά τα όποια κέρδη από περικοπές κόστους και συνέργειες.

6. Έμφαση στην κουλτούρα: είναι απαραίτητο να γνωρίζουν οι εξαγοράζουσες επιχειρήσεις την κουλτούρα της υποψήφιας εταιρίας έτσι ώστε να αποφευχθούν οδυνηρές εκπλήξεις. Αν αυτό το κομμάτι της διαδικασίας παραμεληθεί τότε σίγουρα θα δημιουργηθούν εντάσεις και προβλήματα, από τη διαφορετικότητα, εμφανή ή όχι, μεταξύ των δύο επιχειρήσεων.

7. Ηγεσία - Ηγετική ομάδα: Ο κρίσιμος παράγων, καθώς πολλές επι-



Στο χώρο των επιχειρήσεων συχνά μιλάμε για "διοικητική ύβρη - managerial hubris". Δηλαδή, τη βεβαιότητα των στελεχών ότι γνωρίζουν τα πάντα και άρα ουδέποτε και αν κάνουν θα επιτύχουν. Δυστυχώς οι Ε&Σ είναι πολυσύνθετα εγχειρήματα που κανένας δεν μπορεί να ισχυριστεί ότι γνωρίζει τα πάντα

χειρήσεις πάσχουν από κενό ηγεσίας αμέσως μετά την Ε&Σ. Εγκαταστήστε την γρήγορα και υποστηρίξτε την.

8. Ανάπτυξη: Η Ε&Σ πρέπει να έχει στόχο την κοινή ανάπτυξη. Η πραγματικότητα είναι ότι η περικοπή κόστους είναι συχνά στο επίκεντρο των προσπαθειών με αποτέλεσμα οι ευκαιρίες ανάπτυξης να αγνοούνται ή να υποβαθμίζονται.
9. Γρήγορες Επιτυχίες: Ενεργείστε γρήγορα, παράγετε αποτελέσματα και επικοινωνήστε τα.
10. Επικοινωνία: Η πραγματική δύναμη πίσω από την αποδοχή από τους εργαζομένους και την ελαχιστοποίηση των τριβών. Οι περισσότερες επιχειρήσεις εκ των υστέρων παραδέχονται ότι το επικοινωνιακό τους πρόγραμμα ήταν ανεπαρκές. **Σ**

Ί θα επιθυμούσα, να ευχαριστήσω τον μεταπτυχιακό φοιτητή του Warwick Business School κ. Γιάννη Θάνο για τη βοήθεια του στην επεξεργασία των δεδομένων της δεύτερης φάσης της έρευνας.

Ο κύριος Βασίλης Παπαδάκης είναι Αναπληρωτής Καθηγητής στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.



ΜΑΡΙΑ ΧΟΥΚΛΗ

Η κατασκευή της πραγματικότητας

"Κάτω από το βλέμμα του μεγεθυντικού φακού, αποθηριώνεται η σκηνή, διογκώνεται σαν άμμος"

ΚΙΚΗ ΔΗΜΟΥΛΑ "ΧΑΙΡΕ ΠΟΤΕ"

Τι συμβαίνει στ' αλήθεια; πόσο πραγματικότητα είναι όσα φωνάζουν τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, είναι ένα ερώτημα που ακούγεται πολύ συχνά πλέον στους ανά την επικράτεια καφενέδες.

Το θέτουν όσοι παρακολουθούν τα τεκταινόμενα αυτό το διάστημα στην ελληνική πολιτική και τηλεοπτική σκηνή (οι πιο κυνικοί ή ρεαλιστές θεωρούν ότι η δεύτερη έχει υποκαταστήσει προ πολλού την πρώτη).

Πρόσφατη δημοσκόπηση που διενεργήθηκε από γνωστή εταιρία για λογαριασμό γνωστού ραδιοφωνικού σταθμού της Αθήνας, επιβεβαιώνει ξεκάθαρα αυτό που υποψιαζόμαστε πολλοί από εμάς που εργαζόμαστε στα Μέσα Ενημέρωσης: Οι πολίτες μας βλέπουν, το αποδεικνύουν οι στήλες της AGB(;) αλλά δε μας εκτιμούν. Έχουν την πεποίθηση ότι δε λήμε τα πράγματα ως έχουν, δε λήμε την αλήθεια. Ενδεικτικά αναφέρω ότι μόλις το 19% των ερωτηθέντων πολιτών χαρακτηρίζει "αξιόπιστους" τους ιδιωτικούς τηλεοπτικούς σταθμούς, εντυπωσιακά τα ποσοστά για τη δημόσια τηλεόραση, θεωρείται "αξιόπιστη" από το 61% των απαντήσεων. Αυτό δε σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και στη δημόσια τηλεόραση πολλές γκρίζες ζώνες που επιδέχονται, κατά την άποψή μου, τεκτονικών ανατροπών και άλλης πολιτικής. Μερικές σκέψεις θα ήθελα να μοιραστώ με τους αναγνώστες του περιοδικού. Να σας μεταφέρω την ανησυχία ενός μεγάλου κομματιού του δημοσιογραφικού κόσμου ότι "κάτι σάπιο υπάρχει στο ηλεκτρονικό βασίλειο της Δανιμαρκίας" για να παραφράσω τον Σαίξπηρ, ο οποίος άλλωστε αν ζούσε σήμερα θα υπέγραφε τα καλύτερα σίριαλ.

Υπό το βάρος του ανελέητου ανταγωνισμού, η άποψη εμφανίζεται σαν είδηση, το σχόλιο και οι προσωπικές εκτιμήσεις παρουσιάζονται σαν πληροφορία, φήμες γίνονται δεδομένα, οι επιστημονικές ερμηνείες μετατρέπονται σε κινδυνολογία, η επιβεβλημένη κριτική στις κάθε είδους εξουσίες μεταβάλλεται σε πυρά κατά δικαίων και αδικών





Όλα όσα τηλε-αφηγούμαστε ασφαλώς έγιναν, αλλά τίποτα δεν έγινε όπως το αφηγούμαστε. Ότι αποτελεί παθογένεια της ελληνικής τηλεόρασης - υπερβολή, σκληρός ανταγωνισμός, "ραδιοφωνικοί" τηλε - καυγάδες, ομφαλοσκόπηση, έλλειψη μέτρου, εμμονή στα εντός συνόρων μικρογεγονότα, αυτιστική αδιαφορία για τα συμβαίνοντα στον κόσμο, "νουμερολαγνεία" - όλα μα όλα επιβεβαιώνονται ολοένα και πιο συχνά.

Υπάρχουν ασφαλώς "νσιόδες" ορθής δημοσιογραφικής προσέγγισης των πραγμάτων, τόσο στην ιδιωτική όσο και στη δημόσια τηλεόραση, αλλά καλύπτονται από το "τσουνάμι της ενημέρωσης".

Υπό το βάρος του ανελέητου ανταγωνισμού, η άποψη εμφανίζεται σαν είδηση, το σχόλιο και οι προσωπικές εκτιμήσεις παρουσιάζονται σαν πληροφορία, φήμες γίνονται δεδομένα, οι επιστημονικές ερμηνείες μετατρέπονται σε κινδυνολογία, η επιβεβλημένη κριτική στις κάθε είδους εξουσίες μεταβάλλεται σε πυρά κατά δικαίων και αδικών.

Ο φόβος να μη δυσανεστήσουμε, στρογγυλήσει τις προφανείς γωνίες και τα λάθη.

Το μικρό γίνεται μεγάλο και η συναισθηματική προσέγγιση όσων συμβαίνουν συσκοτίζει τις αιτίες κάθε γεγονότος.

Η προσοχή του κοινού εκμαιεύεται όχι με τη μετάδοση της "αλήθειας" - ποιας αλήθειας άραγε, ορθών πληροφοριών ίσως με τις διαφωτιστικές προεκτάσεις τους - αλλά με την παραγωγή θεμάτων που εντυπωσιάζουν.

Η τηλεόραση συντάσσει πλέον - επαίρεται μάλιστα - την πολιτική ατζέντα της επόμενης μέρας, διαμορφώνει το πλαίσιο της πρόσληψης της πραγματικότητας από την κοινωνία, υποδεικνύει τι πρέπει να μας αγχώνει, ανησυχεί, χαροποιεί, ενδιαφέρει, χαράσσει τα όρια του ομοιόμορφου κόσμου μας. Αγνοεί την "απέραντη μειοψηφία" των πολιτών και φλερτάρει μονίμως με την πλειοψηφία της μιας γνώμης, χτίζει "ήρωες της μιας μέρας" για να τους αγνοήσει προτού παρέλθει το 24ωρο. Έχει θεοποιήσει το θόρυβο, ανοίγει "παράθυρα" - ερμητικά κλειστά στον επικοινωνιακό διάλογο.

Σε μια εποχή κολλοσσιαίων αλλαγών, νέων - πιο σύνθετων προβλημάτων και διεθνών ανακατατάξεων, η ελληνική πραγματικότητα - τουλάχιστον αυτή που απεικονίζεται τηλεοπτικώς κάθε βράδυ - δημιουργεί την εντύπωση ότι η ελληνική κοινωνία είναι σε κατάσταση υστερίας.

Μια κοινωνία που στροβιλιίζεται στο "χορό των δικών της δαιμόνων". Καταιγισμός δήθεν αποκαλύψεων, απευθείας συνδέσεις με το πουθενά, πολιτικά debate μονολόγων, αντιμετώπιση όλων των θεμάτων με πάθος κερκίδας, ευρωπαϊκή αυτοαπομόνωση, φωτογενή σκάνδαλα που έχουν για πρωταγωνιστές την "άλλη Ελλάδα", της ήσσονος προσπάθειας, δίχως όραμα, ιδέες και αρχές.

As μην αφήσουμε όμως την κριτική μας διάθεση να φθάσει στο άηλο άκρο του εκκρεμούς. Χωρίς να αθλώνεται η τηλεόραση και όσοι εργαζόμαστε σε αυτήν,

Το θεσμικό πλαίσιο, ο συστηματικός διάλογος και η επιστημονική έρευνα θα εξομάληναν τις στρεβλώσεις που παρατηρούνται στα ελληνικά ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης

με την επίκληση των επιθυμιών του κοινού, as παραμείνουμε ψύχραιμοι και μην καταφεύγουμε στην εύκολη λύση να την πυροβολούμε και να χρεώνουμε στο θέαμά της θεσμικά κενά, ολιγωρίες της πολιτικής εξουσίας, ακόμη και προσωπικές αδυναμίες.

Κάτι πρέπει να γίνει. Ναι, αλλά τι;

Δεν πρέπει να μας διαφεύγουν οι δύο σημαντικές, καθοριστικές ελλείψεις που συνόδευσαν την εκρηκτική εξέλιξη των ραδιοτηλεοπτικών μέσων στη χώρα μας και ενδεχομένως αποτελούν τη γενεσιουργό αιτία πολλών στρεβλώσεων. Η απουσία θεσμικού πλαισίου που να διαμορφώνει όρους υγιούς ανταγωνισμού και η ένδεια ενός συστηματικού διαλόγου και επιστημονικής έρευνας, που θα αποκωδικοποιούσε τη λειτουργία των ΜΜΕ αξιοποιώντας την διεθνή εμπειρία και τις νέες θεωρίες. Ποτέ δεν είναι αργά. ¹

Η κυρία Μαρία Χούκλη είναι δημοσιογράφος.

Το CRM "κλειδί" για την εξυπηρέτηση των πελατών

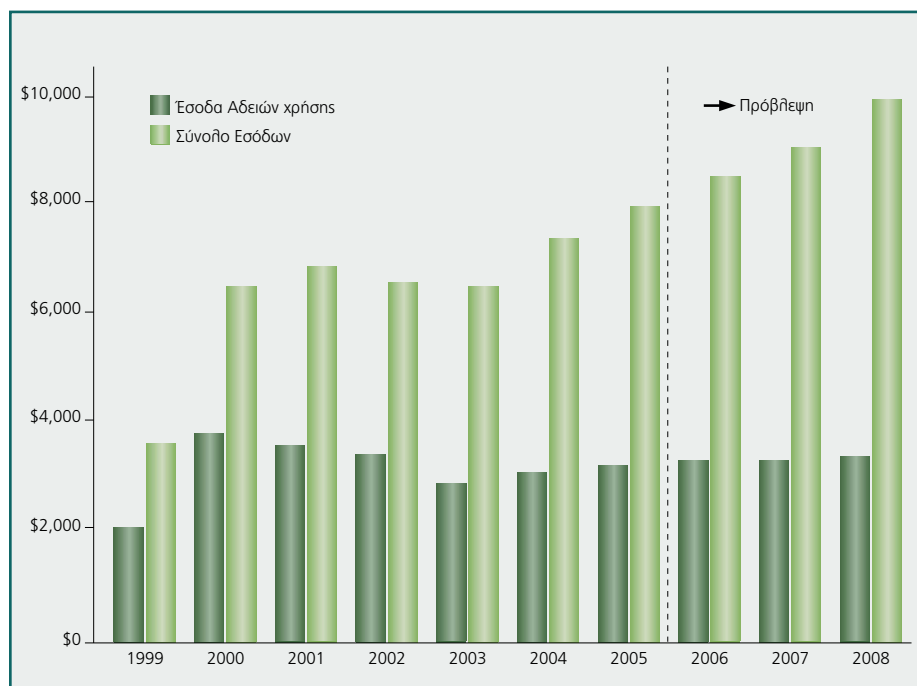


Οι υπηρεσίες εξυπηρέτησης πελατών αποτελούν σημαντικό πλεονέκτημα στη στρατηγική των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με έρευνα της Forrester Research το 2006 σε διεθνές επίπεδο οι επιχειρήσεις θα ξοδέψουν περίπου \$3 δις για λύσεις Customer Relationship Management ή Marketing (CRM). Συνολικά, στη διεθνή αγορά για λύσεις CRM, νέες άδειες και υπηρεσίες θα διατεθούν περίπου \$8,3 δις (Διάγραμμα 1).

Ο όρος CRM δηλώνει την μεθοδολογία που βοηθά στην επισήμανση και την προσέλιψη των καταναλωτών - πελατών, μέσα από τη διαδικασία ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων (επιχείρηση - πελάτης). Στόχος του πελματοκεντρικού χαρακτήρα CRM, είναι η διαχρονική πώληση κι εξυπηρέτηση πελατών, πιστών στα προϊόντα και τις υπηρεσίες, μέσα από ένα συγκεκριμένο σύστημα διαχείρισης.

Πρόκειται για μία επιτυχημένη μέθοδο, που εγκαινιάστηκε κυρίως κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '70, εξελίχθηκε σε αυτή του '80 αλλά γνώρισε την πιο σημαντική της ώθηση στα τέλη του '90, λόγω της μεγάλης εξέλιξης των συστημάτων πληροφορικής και των εφαρμογών τους. Οι επιχειρήσεις πάντως θεωρούν πως η εφαρμογή ενός CRM αποτελεί μέσο για να φτάσουν σε αυτό που χαρακτηρίζουν ως "customer experience". Τα ποσοστά απώλειας πελατών (customer churn)

Συνολικά το 2006 στη διεθνή αγορά για λύσεις CRM, νέες άδειες και υπηρεσίες θα διατεθούν περίπου \$8,3 δις. Αυτό που επιζητούν οι επιχειρήσεις από τους κατασκευαστές είναι να δουλεύουν και να λειτουργούν σωστά τα συστήματα CRM που προμηθεύονται. Παράλληλα οι επιχειρήσεις ωθούνται στην αγορά CRM συστήματος εάν και εφόσον οι κατασκευαστές τους διαβεβαιώσουν για την ποιότητα και τον επαγγελματισμό των συνεργατών τους



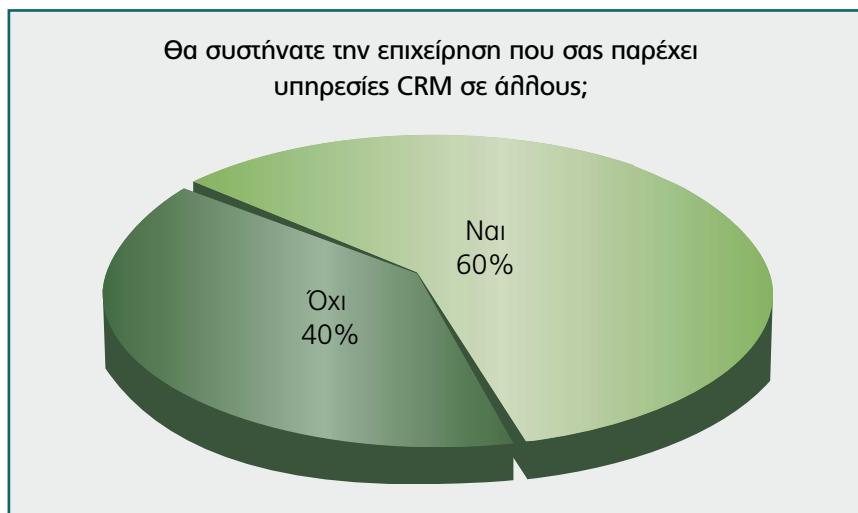
Διάγραμμα 1. Σύνολο εσόδων προϊόντων και υπηρεσιών CRM σε παγκόσμιο επίπεδο

είναι σήμερα υψηλότερα από ποτέ, και οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν έχουν ακόμη βρει τον τρόπο να σταματήσουν την "αιμορραγία". Η έρευνα του CRM Guru καταδεικνύει την αιτία: μοιλονότι οι επιχειρήσεις δηλώνουν προσηλωμένες στην "αφοσίωση" των πελατών τους (customer loyalty), τα συστήματα διοίκησης και οι προϋπολογισμοί τους δε φαίνεται να συνηγορούν σε αυτό.

Αυτό που επιζητούν οι επιχειρήσεις από τους κατασκευαστές είναι να δουλεύουν και να λειτουργούν σωστά τα συστήματα CRM που προμηθεύονται. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις ωθούνται στην αγορά CRM συστήματος εάν και εφόσον οι κατασκευαστές τους διαβεβαιώσουν για την ποιότητα και τον επαγγελματισμό των συνεργατών τους (Διάγραμμα 2). Από το σύνολο των ερωτηθέντων επιχειρήσεων σχετικά με το βαθμό ικανοποίησής τους από το σύστημα CRM που διαθέτουν, μόνο το 29% δήλωσαν ευχαριστημένοι με την ευκολία και τη λειτουργία του συστήματος.

Σύμφωνα με τους ερευνητές της Forrester, για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που επιλέγουν CRM σύστημα, πρωταρχικό ρόλο στην τελική επιλογή τους παίζουν τα εργαλεία που θέτει ο κατασκευαστής στη διάθεσή τους με την παράδοση ενός CRM.

Όπως αποδεικνύεται στην πράξη, στη λύση ενός CRM συστήματος δεν καταφεύγουν μόνο οι μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά και οι μικρότερες. Υπολογίζεται πως το 26% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν υπολογίσει την επένδυση σε ένα σύστημα CRM σε μια προσπάθεια αξιοποίησης των τεχνολογικών δυνατοτήτων που τους προσφέρει η αγορά.



Διάγραμμα 2. Ικανοποίηση από επιχείρηση που σας παρέχει υπηρεσίες CRM



Το CRM "κλειδί" για την εξυπηρέτηση των πελατών

Ο πελάτης στο επίκεντρο

Ειδικό σε θέματα αφοσίωσης πελατών συμφωνούν, ότι οι "πιστοί" πελάτες παραμένουν περισσότερο καιρό και αγοράζουν πιο συχνά, καθοδηγούνται από τη θέλησή τους να συνεχίσουν να συνεργάζονται με την εταιρία, με αποτέλεσμα οι εταιρίες να απολαμβάνουν αύξηση των εσόδων και της κερδοφορίας τους.

Σε πολλές περιπτώσεις, οι πελάτες συνεχίζουν να συνεργάζονται με επιχειρήσεις επειδή δεν έχουν καμία άλλη εναλλακτική λύση ή επειδή τα προβλήματα που μπορεί να προκαλέσει η διακοπή μιας συνεργασίας είναι μεγάλα. Είναι σημαντικό να μη συγχέονται οι "παγιδευμένοι" πελάτες με τους "αληθινά πιστούς" πελάτες, οι οποίοι έχουν θετική άποψη για μια εταιρία και θα τη συστήσουν στους φίλους και τους συναδέλφους τους.

Στον τομέα της αφοσίωσης πελατών δεν υπάρχει υποκατάστατο για την καλή έρευνα και τον προγραμματισμό. Ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τον τύπο της επιχείρησης, θα πρέπει να έχουν γίνει κατανοητοί οι λόγοι για τους οποίους οι πελάτες μένουν ή φεύγουν. Η πελατο-κεντρική αυτή οπτική δια φωτίζει τους διοικούντες για τη συμπεριφορά των πελατών τους και έτσι καθιστά πιο εύκολη την δημιουργία κερδοφόρων στρατηγικών αφοσίωσης.


Οι απόψεις σχετικά με τις επιπτώσεις των ψηφιακών τεχνολογιών στις πελατειακές σχέσεις εμφανίζονται ιδιαίτερα αισιόδοξες τα τελευταία χρόνια, αφού οι ψηφιακές τεχνολογίες αναμένεται να επιφέρουν περιεκτικές δαπανών τόσο στην εξυπηρέτηση όσο και στην ενίσχυση των σχέσεων με τους πελάτες - μολοντί μέχρι πρόσφατα επικρατούσε η άποψη ότι τα περιθώρια κέρδους και η αφοσίωση των κατανα-

Στόχος του πελατοκεντρικού χαρακτήρα CRM είναι η διαχρονική πώληση κι εξυπηρέτηση πελατών, πιστών στα προϊόντα και τις υπηρεσίες, μέσα από ένα συγκεκριμένο σύστημα διαχείρισης.

Πρόκειται για μία επιτυχημένη μέθοδο, που εγκαινιάστηκε κυρίως κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '70, εξελίχθηκε σε αυτή του '80 αλλήλ γνώρισε την πιο σημαντική της ώθηση στα τέλη του '90 λόγω της μεγάλης εξέλιξης των συστημάτων πληροφορικής και των εφαρμογών τους

λωτών θα περιορίζονταν με τη χρήση του Internet, λένε οι ειδικοί. Η έλευση του Internet άλλαξε δραστικά την κατάσταση και κατέστησε το CRM ως electronic-CRM ή e-CRM. Η επίδραση μάλιστα του Internet στο CRM ήταν τέτοια που πλέον ο όρος e-CRM ταυτίστηκε με το CRM.

Το Internet προσφέρεται για την ενσωμάτωση διαδικασιών CRM, εφόσον όμως υπάρχει η απαραίτητη υποδομή σε μια επιχείρηση. Η τάση αυτή οδήγησε τους κατασκευαστές στον επανασχεδιασμό της αρχιτεκτονικής των συστημάτων CRM, ενισχύοντας τις υπηρεσίες (Service Oriented Architecture).

Ευχαριστούμε την εταιρία Tangent, αποκλειστική αντιπρόσωπο της Forrester Research για Ελλάδα και Κύπρο, για την πολύτιμη βοήθειά της. 



Key CERT

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ



Key Cert IT Basic

- ▶ Επεξεργασία Κειμένου
- ▶ Υπολογιστικά Φύλλα
- ▶ Υπηρεσίες Διαδικτύου
- + 1 ενότητα επιλογής

ΑΣΕΠ

Key Cert IT Basic Plus

- ▶ Επεξεργασία Κειμένου
- ▶ Υπολογιστικά Φύλλα
- ▶ Υπηρεσίες Διαδικτύου
- ▶ Βάσεις Δεδομένων
- ▶ Παρουσιάσεις
- ▶ Χρήση Η/Υ & Διαχείριση Αρχείων

**Το 1^ο Ελληνικό
Πιστοποιητικό
Πληροφορικής**

**Απαραίτητο για το Δημόσιο (ΑΣΕΠ)
Αναγνωρισμένο από τον ΟΕΕΚ
(Υπ. Παιδείας)**

www.KeyCERT.net

Ακαδημίας 52, 10679 Αθήνα Τηλ.: 210 3390623
Fax: 210 3638562 E-mail: info@keycert.net

Συμβούλιο Πιστοποίησης:

- ▶ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ-ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ (ΣΕΠΕ)
- ▶ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ-ΚΕΝΤΡΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ
- ▶ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΩΝ & ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ (ΕΠΥ)
- ▶ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ



Η ευρυζωνικότητα και το κατάλληλο ανθρώπινο

Με ρυθμό ανάπτυξης γύρω στο 2,7% κινείται ο κλάδος της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών, σύμφωνα με τα πρώτα αποτελέσματα της μελέτης του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας "Κατάσταση και προοπτικές του Κλάδου Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών στην Ελλάδα". Η μελέτη υλοποιείται σε συνεργασία με το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) και με την υποστήριξη του ΣΕΠΕ, η 1η φάση της οποίας αναμένεται να ολοκληρωθεί το Νοέμβριο 2006. Αξίζει να σημειωθεί πάντως πως ο κλάδος της πληροφορικής υπολείπεται του κλάδου των τηλεπικοινωνιών τόσο σε τζίρο όσο και στα υπόλοιπα χρηματοοικονομικά μεγέθη, ωστόσο για το 2006 επικρατεί αισιοδοξία ότι θα επιτευχθεί ανάκαμψη των βασικών χρηματοοικονομικών μεγεθών των εταιριών του κλάδου.

Ο συνολικός κύκλος εργασιών του τομέα ΤΠΕ εκτιμάται ότι για το 2005 αναμένεται να διαμορφωθεί σε €18 δις, Διάγραμμα 1. Η Πληροφορική συνεισφέρει κατά 45,1% στον κύκλο εργασιών της αγοράς Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) και αντιπροσωπεύει το 86% των επιχειρήσεων του τομέα ΤΠΕ. Οι Τηλεπικοινωνίες συνεισφέρουν κατά 54,9% στον κύκλο εργασιών της αγοράς ΤΠΕ. 5 εταιρίες καταλαμβάνουν το 40% της αγοράς (ΓΕΡΜΑΝΟΣ, ΟΤΕ, Cosmote, TIM & Vodafone), ενώ οι top 20 εταιρίες το 60%. Ο συνολικός κύκλος εργασιών του κλάδου των Τηλεπικοινωνιών εκτιμάται στα €11,3 δις για το έτος 2005, 36,4% του οποίου προέρχεται από τις υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας και το 23,9% προέρχεται από τον ΟΤΕ. Στους υποκλάδους δραστηριότητας στην Ελλάδα, η εμπορία προϊόντων και η κατασκευή εξοπλισμού ΤΠΕ είναι πιο διευρυμένη σε σχέση με



την υπόλοιπη Ευρώπη, ενώ στα προϊόντα λογισμικού και στις υπηρεσίες Πληροφορικής είναι πιο περιορισμένη και η κατάσταση αυτή δεν αναμένεται να αλλάξει δραματικά. Να σημειωθεί ότι ο κλάδος των Τηλεπικοινωνιών και της Πληροφορικής στην Ελλάδα αποτελείται από 1.850 επιχειρήσεις εκ των οποίων το 81,4% είναι εταιρίες με 1 ως 50 εργαζόμενους και το υπόλοιπο επιχειρήσεις με περισσότερους εργαζόμενους. Η Αττική συγκεντρώνει το 77,2% των επιχειρήσεων του κλάδου, η Θεσσαλονίκη το 10,6% και η υπόλοιπη Ελλάδα το 12,2%. Η κάλυψη της ζήτησης για ΤΠΕ στην περιφέρεια καλύπτεται κατά κύριο λόγο από τις αλυσίδες λιανικής πώλησης προϊόντων ΤΠΕ μέσω των υποκαταστημάτων τους και από μικρές ατομικές επιχειρήσεις για τις επιπρόσθετες ανάγκες.

Το επιχειρηματικό περιβάλλον

Από τα αποτελέσματα της μελέτης, προκύπτει ότι επιχειρήσεις ΤΠΕ θεωρούν ως βασικότερο στοιχείο του περιβάλλοντός τους τον ανταγωνισμό σε επίπεδο τιμών, ενώ σε μεγάλη απόσταση και στη δεύτερη θέση, ακολουθεί ο ανταγωνισμός σε όρους marketing και διαφήμισης. Είναι φανερό η διάθεση για καινοτομική συμπεριφορά, ως στοιχείο επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, με την εισαγωγή νέων προϊόντων / υπηρεσιών που δε στοχεύουν μόνο στην προσέλκυση πελατών της δεδομένης αγοράς (χρήστες ΤΠΕ), αλλά ενδεχομένως τη διεύρυνση της "πίτας" με την είσοδο νέων πελατών (μη χρήστες ΤΠΕ). Στους στρατηγικούς στόχους των επιχειρήσεων του κλάδου περιλαμβάνονται η μεγαλύτερη διάδοση των υπάρχοντων προϊόντων στην αγορά όπου ήδη δραστηριοποιούνται. Παράλληλα παρατηρείται πολύ χαμηλότερη προσπάθεια για εξωστρέφεια και διεύρυνση σε νέους κλάδους, Πίνακας 1. Οι επιχειρήσεις κατά πρώτο λόγο δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην προστιθέμενη αξία των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, εξα-

Είναι φανερό η διάθεση για καινοτομική συμπεριφορά, ως στοιχείο επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, με την εισαγωγή νέων προϊόντων / υπηρεσιών που δε στοχεύουν μόνο στην προσέλκυση πελατών της δεδομένης αγοράς, αλλά ενδεχομένως τη διεύρυνση της "πίτας" με την είσοδο νέων πελατών

τομικευμένα και προσαρμοσμένα στον πελάτη. Επίσης, δίνεται βάρος σε συγκεκριμένες ομάδες πελατών (ντισίδες αγοράς). Σε δεύτερη μοίρα ακολουθούν η δημιουργία ελκυστικού περιβάλλοντος, η διαφοροποίηση με νέα προϊόντα και υπηρεσίες, η μείωση του κόστους μέσω της βελτιστοποίησης της παραγωγικότητας, καθώς και οι στρατηγικές συμμαχίες με άλλες επιχειρήσεις.

Ανάπτυξη κλάδου ΤΠΕ

Η μεγάλη ευκαιρία για την ανάπτυξη του κλάδου θα είναι η διάδοση της ευρυζωνικότητας σε συνδυασμό με μείωση των

Δυναμικό μπορούν να εκτοξεύσουν τις ΤΠΕ

Στρατηγικοί στόχοι	% επιχειρήσεων			
	Χαμηλή σημασία	Υψηλή σημασία	+/-	Μέσος όρος
Αύξηση μεριδίου αγοράς στα υπάρχοντα προϊόντα / υπηρεσίες στις υπάρχουσες αγορές	10,8	73	62,2	3,95
Εισαγωγή υπάρχοντων προϊόντων / υπηρεσιών νέες γεωγραφικές περιοχές	35,3	40,4	5,1	3,02
Αύξηση πωλήσεων μέσω νέων προϊόντων / υπηρεσιών	11,7	70,6	58,9	3,81
Αύξηση πωλήσεων μέσω εισαγωγής/υπαρχόντων προϊόντων / υπηρεσιών σε νέους κλάδους	39,4	40,5	1,1	2,97

Πίνακας 1. Επιχειρηματικοί βραχυπρόθεσμοι στόχοι

τιμών πρόσβασης και η αξιοποίηση του σημαντικού ανθρώπινου κεφαλαίου. Στις βασικές πηγές ανάπτυξης του κλάδου ΤΠΕ περιλαμβάνονται η υλοποίηση έργων του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Κοινωνία της Πληροφορίας", η διάδοση των ΤΠΕ σε άλλους κλάδους της οικονομίας, η κατάρτιση σχετικά με τις ΤΠΕ, οι ξένες επενδύσεις εταιριών του τομέα, και η επάρκεια προσωπικού.

Από την άλλη πλευρά στα εμπόδια ανάπτυξης του κλάδου συγκαταλέγονται το μέγεθος της εγχώριας αγοράς, το κόστος σύνδεσης στο Διαδίκτυο, το κόστος των δανειακών κεφαλαίων που είναι δυσβάσταχτο ειδικά για τις μικρότερες επιχειρήσεις, το επίπεδο πληροφορικής κουλτούρας των ιδιωτών χρηστών ΤΠΕ, καθώς και το επίπεδο οργάνωσης επιχειρήσεων - χρηστών. Από την πλευρά της προσφοράς μείζον πρόβλημα αποτελεί η ρηχότητα του τομέα, το μικρό μέγεθος και ο κατακερματισμός του. Όπως τονίζεται στη μελέτη του Παρατηρητηρίου, είναι ζήτημα κουλτούρας και έλλειψης επαγγελματισμού. Από την πλευρά τη ζήτησης η έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με τις ΤΠΕ οδηγεί και στην περιορισμένη ζήτηση νέων προϊόντων και καινοτομιών. Ο τελικός χρήστης συμπεριφέρεται με δυσπιστία ως προς την επένδυση σε ΤΠΕ, καθώς βλέπει μόνο το σύστημα χωρίς να γνωρίζει τα ποιοτικά αποτελέσματα που

θα του προσφέρει. Η δημόσια διοίκηση χρήζει ριζικών αλλαγών στη δομή της λειτουργίας απέναντι στον πολίτη, προκειμένου να εναρμονιστεί με την Κοινωνία της Πληροφορίας και παρατηρείται αδυναμία προώθησης των έργων σε συνδυασμό με λανθασμένη κατανομή προτεραιοτήτων. Η ελληνική αγορά ΤΠΕ εκτός από τις εγγενείς

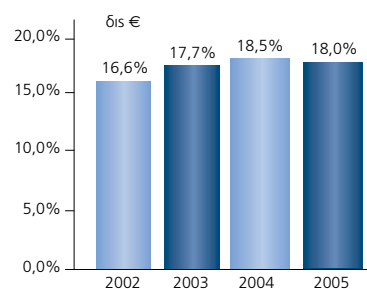
δυσκολίες έχει να αντιμετωπίσει και εξωτερικές απειλές. Η ταχεία ανάπτυξη των τομέων ΤΠΕ στα Βαλκάνια ενδεχομένως να οδηγήσει σε μεγάλη απώλεια ξένων επενδύσεων από τη χώρα μας, καθώς θα καταστήσει πιο ευνοϊκό το περιβάλλον για εγκατάσταση των επενδυτών στις χώρες των Βαλκανίων. Ωστόσο, όπως δείχνουν τα στοιχεία παρόλο που οι ενδείξεις δεν είναι θετικές δύο στις τρεις ελληνικές επιχειρήσεις προσδιόρισαν γεωγραφικά χώρες, οι οποίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν δυνητικές αγορές τους ή αντίθετα αποτελούν απειλές τους.

Ως δυνητικές αγορές τα Βαλκάνια (Βουλγαρία, Ρουμανία, Τουρκία) συγκέντρωσαν το 53% των προτιμήσεων στην έρευνα του Παρατηρητηρίου. Ακολούθησαν με 14% οι ανεπτυγμένες χώρες της Δυτικής Ευρώπης, με 10% οι αραβικές χώρες και με 9% η Κύπρος και οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης. Οι ενδεχόμενες απειλές προέρχονται κυρίως από ανεπτυγμένες χώρες της Κεντροδυτικής και Βόρειας Ευρώπης, την Αμερική και λιγότερο από τις γρήγορα αναπτυσσόμενες βαλκανικές χώρες.

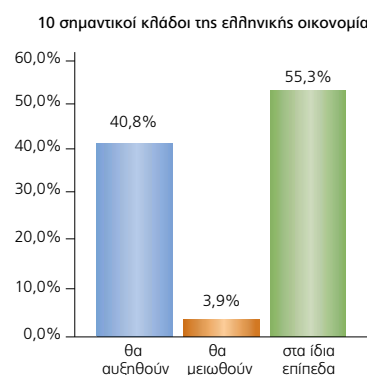
Υποδομές και επενδύσεις

Ενθαρρυντικό της αύξησης της ζήτησης σε προϊόντα και υπηρεσίες ΤΠΕ είναι το γεγονός ότι το 40% των επιχειρήσεων δήλωσαν ότι θα αυξήσουν τις επενδύσεις τους για τεχνολογία, Διάγραμμα 2.

Ως δυνητικές αγορές τα Βαλκάνια (Βουλγαρία, Ρουμανία, Τουρκία) συγκέντρωσαν το 53% των προτιμήσεων. Ακολούθησαν με 14% οι ανεπτυγμένες χώρες της Δυτικής Ευρώπης, με 10% οι αραβικές χώρες και με 9% η Κύπρος και οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης



Διάγραμμα 1. Ποσοστιαία διάρθρωση κύκλου εργασιών (εξέλιξη 2002-2005)



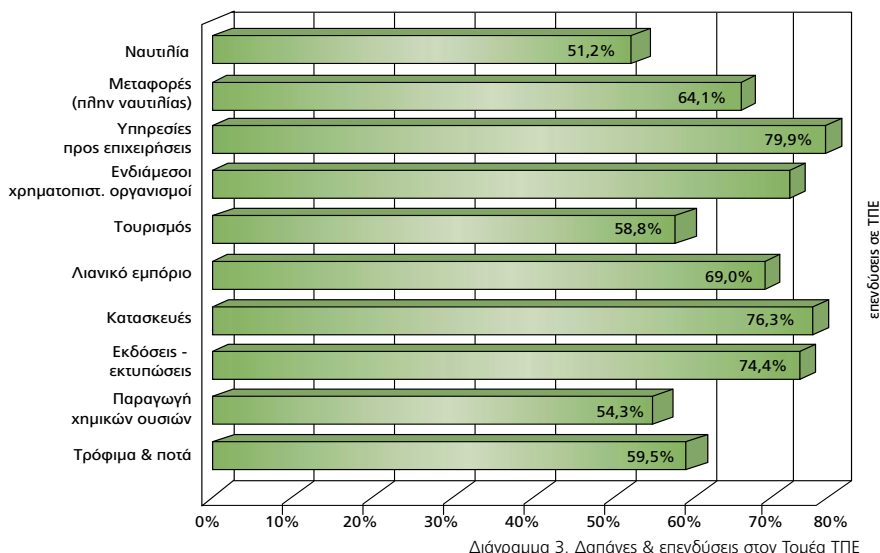
Διάγραμμα 2. Επενδύσεις σε ΤΠΕ - Μελλοντικές Τάσεις

Η ευρυζωνικότητα και το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό μπορούν να εκτοξεύσουν τις ΤΠΕ

Αξίζει πάντως να σημειωθεί πως το 62,2% των επιχειρήσεων δηλώνει πως ο ρόλος των ΤΠΕ είναι σημαντικός στην αύξηση της καινοτομίας μιας επιχείρησης. Το 65,9% των επιχειρήσεων έκανε επενδύσεις σε ΤΠΕ στο 2005 για νέα προγράμματα λογισμικού, νέο εξοπλισμό ή δίκτυα. Στο top 10 των κλάδων με τις μεγαλύτερες επενδύσεις σε ΤΠΕ συγκαταλέγονται η ναυτιλία, οι μεταφορές, οι υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, οι ενδιάμεσοι χρηματοπιστ. οργανισμοί, ο τουρισμός, το λιανικό εμπόριο, οι κατασκευές, οι εκδόσεις - εκτυλώσεις, η παραγωγή χημικών ουσιών, τα τρόφιμα - ποτά, Διάγραμμα 3.

Αναφορικά με τις υποδομές οι περισσότερες επιχειρήσεις διαθέτουν LAN και καλύπτεται σχεδόν το σύνολο των απασχολούμενων. Αρκετές επιχειρήσεις διαθέτουν Wireless LAN συγκεντρώνοντας σημαντικό ποσοστό των απασχολούμενων. Μικρό ποσοστό χρησιμοποιούν το VoIP (Voice over IP) και μικρό ποσοστό των επιχειρήσεων διαθέτουν τη δυνατότητα πρόσβασης εξ αποστάσεως, Διάγραμμα 4.

Το 29,7% των επιχειρήσεων έχουν σύστημα διαχείρισης εταιρικών πόρων που καλύπτει το 63,1% των απασχολούμενων, το 7,8% των επιχειρήσεων κάνει χρήση SCM, το 15,8% διαθέτει CRM και το 25,5% εφαρμόζει λύσεις on line παραγγελιών. Το 48,7% των επιχειρήσεων κάνει χρήση εξειδικευμένου λογισμικού προγράμματος, ενώ μόλις το 10,6% διαθέτει σύστημα διαχείρισης γνώσης και το 12,3% κάνει χρήση EDM (σύστημα διαχείρισης εταιρικών εγγράφων). Αναφορικά με τα πρότυπα που χρησιμοποιούνται το 7,3% κάνει χρήση προτύπων τύπου EDI, το 14,4% κάνει χρήση προτύπου XML και το 23,5% χρησιμοποιεί πρότυπα συμφωνημένα με τους εταιρικούς συνεργάτες. Ωστόσο, όπως δείχνουν τα στοιχεία της μελέτης του Παρατηρητηρίου η έλλειψη διαθεσιμότητας δημιουργεί προβλήματα ειδικότερα στον τομέα των προμηθειών, Διάγραμμα 5. ¹



Επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν LAN, Wireless LAN, Voice-over IP

LAN

71,4% των επιχειρήσεων
96,1% των απασχολούμενων

Οι περισσότερες επιχειρήσεις διαθέτουν LAN και καλύπτεται σχεδόν

WIRELESS LAN

20,9% των επιχειρήσεων
42,7% των απασχολούμενων

Αρκετές επιχειρήσεις διαθέτουν wireless LAN συγκεντρώνοντας σημαντικό % των απασχολούμενων

Voice-Over-IP

17% των επιχειρήσεων
27,4% των απασχολούμενων

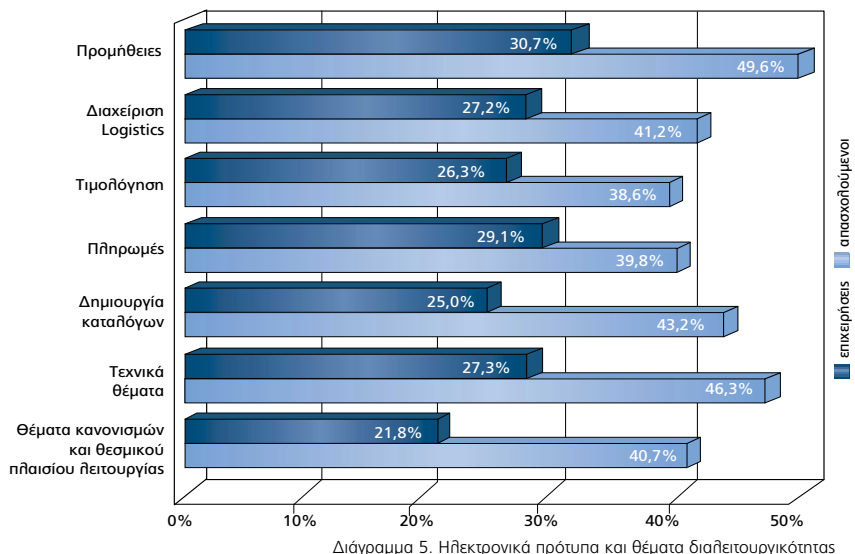
Μικρό το ποσοστό των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το VoIP, καθώς και σχετικά

Δυνατότητα Πρόσβασης εξ αποστάσεως

27,4% των επιχειρήσεων
49,4% των απασχολούμενων

Το % των επιχειρήσεων που διαθέτουν τη δυνατότητα πρόσβασης εξ αποστάσεως

Διάγραμμα 4. Υποδομές ΤΠΕ





Interactive
Advertising
Bureau Hellas

IMC 2006

Interactive Marketing Conference

Παρασκευή 1 Δεκεμβρίου 2006

Πολιτιστικό Κέντρο "Ελληνικός Κόσμος", Πειραιώς 254, κτίριο 7



Case Studies. Only.

Τα διαδραστικά μέσα έχουν αλλάξει ριζικά πλέον τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες επικοινωνούν τα προϊόντα, τις υπηρεσίες, τα brands και γενικότερα την παρουσία τους στην αγορά. Το μοναδικό Συνέδριο στην Ελλάδα για το διαδραστικό marketing διεξάγεται για 5η συνεχή χρονιά παρουσιάζοντας διεθνή success stories.

International speakers



Wolfgang Allisat
Director of Sales,
EMEA Omniture Inc.



Alain Heureux
President,
IAB Belgium



Richard Kidd
Director Sales Rich
Media,
EMEA DoubleClick



Michal Lorenc
Vertical Sales
Manager
Google EMEA



Kim Moeller
Global eMarketing
Manager,
Bang & Olufsen



Guy Phillipson
CEO,
IAB UK



Hugues Rey
Head of Digital,
Initiative EMEA



Gerald Sauvageon
Senior Sales
Manager,
EMEA DoubleClick

ΧΡΥΣΕΙΣ ΧΟΡΗΓΟΙ



η Εξέλιξη της Επικοινωνίας

LIBERIS
PUBLICATIONS

OTENET
Portal
www.otenet.gr



YAHOO!

ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ



OgilvyOne
network

Reporter.gr

thinkdigital

ΧΟΡΗΓΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



ΧΟΡΗΓΟΣ ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗΣ



ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗ

MarketingWeek
CONFERENCES

ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΙΣ

•MarketingWeek Conferences: Χρύσα Λαζούρα, τηλ. 210 6617777, φα. 123, e-mail: clazoura@boussias.com.
•IAB Hellas: Αγγελική Χύτο, τηλ. 210 3318065.



Π Ε Τ Ρ Ο Σ Θ Ε Ο Δ Ω Ρ Α Κ Η Σ

Πρότυπο αξιοποίησης της πληροφορικής, η ΔΕΠΑ



Οι τεχνολογίες της πληροφορικής και των επικοινωνιών θα κατέχουν ολοένα και κεντρικότερο ρόλο στις επιχειρήσεις. Και τούτο διότι αποτελούν απαραίτητο συστατικό κάθε στρατηγικού σχεδιασμού που στοχεύει σε αύξηση κερδών και σε μείωση λειτουργικών δαπανών.

Σύμφωνα με τον κ. Πέτρο Θεοδωράκη, στα καθήκοντα της διεύθυνσης πληροφορικής και επικοινωνιών της ΔΕΠΑ περιλαμβάνεται η μέριμνα αδιάλειπτης και ασφαλούς λειτουργίας της υποδομής πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών μέσω διαχείρισης έργων και συμβάσεων υποστήριξης καθώς και μέσω της διοίκησης απαραίτητου μόνιμου προσωπικού. Επίσης περιλαμβάνεται η κατάρτιση και υποβολή σχεδίων ανάπτυξης, η εγκατάσταση νέων υποδομών και εφαρμογών, καθώς και η επεξεργασία στρατηγικής της εταιρίας σε θέματα πληροφορικής και επικοινωνιών.

Η ΔΕΠΑ δημιουργήθηκε το 1988 και είναι υπεύθυνη για την εισαγωγή, μεταφορά και αποθήκευση φυσικού αερίου, την κατασκευή και εκμετάλλευση του εθνικού συστήματος μεταφοράς φυσικού αερίου και την πώληση φυσικού αερίου σε μεγάλους καταναλωτές, την πώληση φυσικού αερίου σε θυγατρικές εταιρίες παροχής αερίου και τη διανομή φυσικού αερίου σε περιοχές όπου δεν έχουν ακόμη συσταθεί εταιρίες παροχής αερίου.

Η εγκατάσταση των συστημάτων πληροφορικής με τη σημερινή τους μορφή ξεκί-

νησε το 2001 και ολοκληρώθηκε το 2004. Το ύψος των επενδύσεων έφτασε τα €30 εκατ. Υπάρχουν τα συστήματα πληροφορικής γραφείων, αλλά και οι τηλεπικοινωνιακές υποδομές και συγκεκριμένα έχει εγκατασταθεί οπτική ίνα παράλληλα με τον αγωγό υψηλής πίεσης, υπάρχει σύστημα πολυπλεξίας που εκμεταλλεύεται τις οπτικές ίνες, και υπάρχει σύστημα τηλεοπτείας με το οποίο παρακολουθούνται όλοι οι σταθμοί της ΔΕΠΑ από δύο κέντρα ελέγχου στην Ελευσίνα και τη Θεσσαλονίκη.

Το επόμενο βήμα της ανάπτυξης του πληροφοριακού συστήματος της εταιρίας θα αφορά την κάλυψη των αναγκών από την απελευθέρωση της αγοράς ενέργειας. Επίσης, θα καλύψει τις ανάγκες της μελλοντικής ΔΕΠΑ και της ΔΕΣΦΑ, που θα έχει δραστηριότητα την μεταφορά του αερίου. Βρίσκονται σε εξέλιξη οι διαδικασίες για να επεκταθούν τα συστήματα των τηλεπικοινωνιών, τόσο τα ενσύρματα όσο και τα ασύρματα σε νέες περιοχές όπου επεκτείνεται και το δίκτυο φυσικού αερίου υψηλής πίεσης. Θα εγκατασταθεί καλώδιο οπτικών ινών παράλληλα με τα νέα τμήματα αγωγού φυσικού αερίου υψηλής πίεσης και θα επεκταθεί το σύστημα τηλεοπτείας και τηλεχειρισμών.

Μοντέλο χρήσης τεχνολογιών

Η ΔΕΠΑ εφάρμοσε ένα μοντέλο διάχυσης των τεχνολογιών στην επιχείρηση που βασίζεται σε τρεις εταιρικούς παράγοντες: τη διοίκηση της εταιρίας σε ανώτατο επίπεδο, τις επιμέρους οργανωτικές μονάδες που είναι υπεύθυνες για τη χρήση της υποδομής και στη διεύθυνση πληροφορικής και επικοινωνιών, που είναι υπεύθυνη για την εγκατάσταση και την υποστήριξη της υποδομής. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της τεχνολογικής υποδομής της ΔΕΠΑ είναι το ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα διαχείρισης εγγράφων και διαδικασιών. Κάθε εγκατάσταση της ΔΕΠΑ αποτελεί πύλη εισόδου και εξόδου εγγράφων, στην οποία κάθε έγγραφο σαρώνεται ηλεκτρονικά, χαρακτηρίζεται και αποθηκεύεται στο κεντρικό πληροφοριακό σύστημα και διακινείται εγκαταστάσεις με ασφάλεια, αξιοπιστία και ταχύτητα. Όλοι οι εργαζόμενοι ανάλογα με τη θέση τους στην εταιρία έχουν αντίστοιχη πρόσβαση στις πληροφορίες και στη διακίνηση των εγγράφων.

Το σύστημα διαχείρισης εγγράφων της ΔΕΠΑ είναι μια μοναδική εγκατάσταση σε όλο τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα στην Ελλάδα, η οποία υποστηρίζει ένα σύνθετο απαιτητικό και δύσκολο επιχειρησιακό

Η εγκατάσταση των πληροφοριακών συστημάτων της ΔΕΠΑ με τη σημερινή τους μορφή ξεκίνησε το 2001 και ολοκληρώθηκε το 2004. Το ύψος των επενδύσεων έφτασε τα 30 εκατ. ευρώ



περιβάλλον όπως αυτό της μεταφοράς και διανομής φυσικού αερίου. Το συγκεκριμένο σύστημα έχει χαρακτηριστεί ως πρωτοποριακό σε όλη την Ευρώπη καθώς εκτός από την πληρότητα και αποδοτικότητα του έχει σχεδιαστεί και υλοποιηθεί αποκλειστικά από Έλληνες τεχνικούς και επαγγελματίες. Η ΔΕΠΑ σήμερα αποτελεί πρότυπο διοικητικής και τεχνικής οργάνωσης για το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα χωρίς να χρειάζεται να επενδύσει κανείς μεγάλα ποσά στην πληροφορική και τις τηλεπικοινωνίες.

Η ΔΕΠΑ διαθέτει εννέα επανδρωμένες εγκαταστάσεις που περιλαμβάνουν αφενός κτιριακά συγκροτήματα και αφετέρου μονάδες λειτουργίας και συντήρησης του συστήματος μεταφοράς αερίου. Όλες οι επανδρωμένες μονάδες διαθέτουν τοπικά δίκτυα υπολογιστών. Τα επί μέρους δίκτυα

υπολογιστών διασυνδέονται μεταξύ τους σε ένα ολοκληρωμένο εσωτερικό δίκτυο 450 υπολογιστών γραφείου και servers μέσω του οποίου οι χρήστες έχουν δυνατότητα πρόσβασης στο σύστημα ERP, στο σύστημα MIS, στο ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα πωλήσεων φυσικού αερίου, στο σύστημα ηλεκτρονικών διαδικασιών, στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, στο δίκτυο VPN για τηλε-εργασία στελεχών, στην αυτόματη κεντρική ενημέρωση αναβαθμίσεων λειτουργικών συστημάτων και προστασίας κατά ιών, spam και spyware, στη τηλε-διαχείριση υπολογιστών γραφείου και servers.

Αναλυτικά το σύστημα επικοινωνιών περιλαμβάνει δίκτυο οπτικών ινών (1.000 χλμ.), σύστημα σταθερών επικοινωνιών (74 κόμβοι πολυπλεξίας και 8 διασυνδεδεμένα τηλεφωνικά κέντρα), κορμό

δικτύου intranet, σύστημα ασυρμάτων επικοινωνιών, σύστημα τηλεοπτείας, σύστημα προσομοίωσης αγωγού φυσικού αερίου υψηλής πίεσης πραγματικού χρόνου. Η ΔΕΠΑ διαθέτει ολοκληρωμένο σύστημα εσωτερικών τηλεφώνων σε όλες τις επανδρωμένες και μη εγκαταστάσεις της. Το σύστημα ασυρμάτων επικοινωνιών χρησιμοποιεί τις συχνότητες που έχουν παραχωρηθεί στη ΔΕΠΑ με την άδεια τηΈτσι ακόμα και σε περίπτωση συμφόρησης του εθνικού δικτύου κινητής τηλεφωνίας, η ΔΕΠΑ διαθέτει ανεξάρτητο ασύρματο δίκτυο για τις ανάγκες επικοινωνίας του μετακινούμενου προσωπικού συντήρησης.

Όλα τα κρίσιμα συστήματα πληροφορικής και επικοινωνιών διαθέτουν fault tolerant αρχιτεκτονικής EETT.



WIN
COMMUNICATIONS

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ

Είναι στο αίμα μας!

Η μεγαλύτερη εταιρεία λογισμικού στον κόσμο, ο μεγαλύτερος όμιλος πληροφορικής στην Ελλάδα καθώς και πάνω από είκοσιπέντε εταιρείες της σύγχρονης τεχνολογίας, στηρίχθηκαν πάνω μας για να διαφημιστούν με επιτυχία.

Δικαιούμαστε λοιπόν να λέμε ότι μετά από δεκαπέντε χρόνια εμπειρίας στον τομέα της ολοκληρωμένης διαφημιστικής υποστήριξης εταιρειών σύγχρονης τεχνολογίας είμαστε...

The Specialists!



Μέλος της ICOM, του μεγαλύτερου Διεθνούς Δικτύου Ανεξάρτητων Διαφημιστικών Εταιρειών • www.win-com.gr
Σαρανταπόρου 1 & Δελφών, 151 25 Μαρούσι, Αθήνα. Τ.: 210 6197 200 F.: 210 6197 810 e-mail: info@win-com.gr

Οποιοσδήποτε θέλει να μεταδώσει

Φαίνεται επίσης ότι πολύς κόσμος θέλει να δημιουργήσει το δικό του περιεχόμενο βίντεο. Ένα από τα αποτελέσματα της αυξανόμενης διαθεσιμότητας και της ταχύτητας των ευρυζωνικών υπηρεσιών Διαδικτύου είναι και η αυξημένη ικανότητα διανομής ανεξάρτητων βίντεο ή προσωπικών δημιουργιών - συμπεριλαμβανομένων εικόνων από επίκαιρα γεγονότα εκείνης της στιγμής. Οι διαδικτυακοί τόποι έχουν αρχίσει πρόσφατα να ενημερώνουν από ποιο φορέα μπορεί να επιτευχθεί αυτό. Ένα από τα πιο δημοφιλή μέχρι σήμερα υπήρξε το YouTube, που έχει έδρα στις Ηνωμένες Πολιτείες. Αυτό ανέφερε ότι, κάθε μέρα, εξυπηρετεί 6 εκατ. χρήστες που βλέπουν 70 εκατ. βίντεο και 60.000 νέα βίντεο κλιπ. Όλα αυτά μπορεί κανείς να τα δει δωρεάν, με τα έσοδα να δημιουργούνται από τις διαφημίσεις.

Επίσης, υπάρχει μικρός περιορισμός ως προς τη προέλευση του περιεχομένου αυτού. Μια σημαντική όψη του IPTV είναι ότι οι χρήστες έχουν δυνατότητα πρόσβασης σε προσφορές μέσω βίντεο - από ιδιώτες ή από εταιρίες εκπομπής - μέσα στα εθνικά τους σύνορα, οποτεδήποτε επισκέπτονται το συνδρομητικό IPTV δικτυακό τους τόπο. Καθώς θα υπάρχουν νέες προκλήσεις δημιουργίας ρυθμίσεων, είναι σαφές ότι αυτό θα καταστήσει τη μετάδοση πολύ πιο ανταγωνιστική. Θα χρειαστεί να δημιουργηθούν νέα επιχειρησιακά πρότυπα, ίσως ειδικά για σταθμούς μετάδοσης δημοσίων υπηρεσιών οι οποίοι θα βασίζονται στα έσοδά τους από τα δικαιώματα αδειοδότησης. Καθώς το κατά - παραγγελία - βίντεο αλληλάζει, οι σταθμοί εκπομπής θα πρέπει να αναζητήσουν νέους τρόπους παροχής των υπηρεσιών τους.

Η πληθώρα του περιεχομένου βίντεο που θα καταστεί διαθέσιμο online θα μπορούσε να δώσει στις εταιρίες μια ευκαιρία.

Σημειώθηκε ραγδαία αύξηση στις πωλήσεις εξοπλισμού IPTV, στους παρόχους της υπηρεσίας και στα έσοδα, μεταξύ του 2004 και 2005, καθώς και στο πλήθος των συνδρομητών παγκόσμια. Αυτό προαναγγέλλει ότι θα υπάρχουν 53 εκατ. συνδρομητές IPTV σε όλο τον κόσμο μέχρι το 2009

Κάνοντας χρήση της φήμης που απέκτησαν στους τηλεθεατές τους, οι παραδοσιακοί σταθμοί μετάδοσης θα μπορούσαν να παίξουν ρόλο αξιόπιστων τηλεοπτικών διαδικτυακών πυλών.

Επερχόμενες προκλήσεις

Τι θα προσφέρουν οι κυριότεροι σταθμοί εκπομπών στο κοινό μέσω IPTV; Το ερώτημα του περιεχομένου είναι ένα από αυτά που μένουν ακόμα να εξεταστούν. Τι γίνεται όμως με τα δικαιώματα των δημιουργών; Και όταν οι χρήστες μπορούν να κατεβάσουν υλικό για να το δουν όποτε θέλουν, πώς μπορεί να επιβληθούν περιορισμοί ως προς το πότε μπορεί να δει κανείς περιεχόμενο κατάλληλο για ενήλικους και από ποιόν;

Προβλήματα όπως αυτά πρέπει να αντιμετωπιστούν. Ωστόσο, είναι αναμφίβολο ότι το IPTV είναι το κύμα εκείνο του μέλλοντος που θα μπορούσε να "σβήσει" τις παλιές μας συνήθειες.

Τηλεόραση σε δράση

Δε χρειάζεται πια να κάθεται κανείς μέσα στο δωμάτιο του για να βλέπει τηλεόραση.

Αν έχετε ασύρματη διαδικτυακή πρόσβαση μπορείτε να λαμβάνετε IPTV στο φορητό σας υπολογιστή, οποιαδήποτε στιγμή το επιλέξετε. Και σε πολλές χώρες, η τηλεόραση προσφέρεται τώρα μέσω αυτού του ευρέως διαδεδομένου είδους της σύγχρονης τεχνολογίας, το κινητό τηλέφωνο.

Η ITU εκτιμάει ότι περισσότεροι από 2 δις άνθρωποι σε όλο τον κόσμο είναι κάτοχοι δικού τους κινητού τηλεφώνου - από τους οποίους το 40% στην Ασία. Ένας συνεχώς αυξανόμενος αριθμός συνδρομητών καλύπτονται από κινητή, ευρυζωνική πρόσβαση στο Διαδίκτυο, η οποία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για τη λήψη τηλεοπτικής εικόνας.

Στο μεταξύ, νέες, κινητές συσκευές αναπτύσσονται ειδικά, έχοντας υπόψη την τηλεοπτική εικόνα. Πρωτοπόρος στην κινητή τηλεόραση υπήρξε η Δημοκρατία της Κορέας, η οποία ξεκίνησε δοκιμές τον Ιούλιο 2005 και σήμερα έχει επίγειες και δορυφορικές εμπορικές υπηρεσίες.

Ο αριθμός των συνδρομητών του ελεύθερου στον σέρα συνδρομητικού τηλεοπτικού καναλιού, λέγεται ότι ήδη έχει υπερβεί το 1 εκατ.

Ποια τιμή;

Οποιαδήποτε τεχνολογία και αν χρησιμοποιείται, προκειμένου να απογειωθεί η mobile TV, πρέπει να δημιουργηθεί ένα πετυχημένο επιχειρησιακό μοντέλο. Βασικός παράγοντας είναι: πόσα χρήματα ο μέσος πελάτης είναι πρόθυμος να πληρώσει, για να έχει ζωντανή τηλεόραση στο κινητό του τηλέφωνο; Η οικονομική δυνατότητα είναι σημαντική, και η τιμή του "πακέτου" κινητής τηλεφωνίας δεν έπεσε τόσο γρήγορα όσο η τιμή της ευρυζωνικής πρόσβασης στο Διαδίκτυο. Τα στοιχεία της ITU δείχνουν ότι μεταξύ 2003 και 2005, ο μέσος όρος παγκοσμίως για τιμή ευρυζωνικής πρόσβασης μειώθηκε κατά 23% για κινητές υπηρεσίες. Ένα άλλο εμπόδιο θα μπορούσε να είναι το κόστος των νέων συσκευών τηλεφώνου, ή άλλων συσκευών, που είναι απαραίτητες στους συνδρομητές για την "κινητή τηλεόραση".

Ωστόσο, τα πειράματα που έγιναν μέχρι σήμερα από τους παρόχους κινητής τηλεφωνίας δείχνουν ότι ένα ποσό €10, θα μπορούσε να είναι αποδεκτό ως συνδρομή. Αυτό θα παρείχε μια καινούργια ροή εσόδου για τους ιδιοκτήτες δικτύων 3G, που δεν μπορούν πλέον να βασίζονται σε κλήσεις φωνής ως κύρια πηγή εσόδων. Όμως, αυτό το νέο έσοδο θα έρθει, αν μπορέσουν να προσελκύσουν αρκετούς πελάτες. Για να γίνει αυτό, κάποιες εταιρίες κινητής τηλεφωνίας θα μπορούσαν να υιοθετήσουν μια προσέγγιση "περιφραγμένου κήπου", όπου θα διαφοροποιούσαν τους εαυτούς τους στην αγορά, υπογράφοντας αποκλειστικές συμβάσεις με παραγωγούς ειδικού περιεχομένου. Αυτό θα ερχόταν σε σύγκρουση με το στόχο κάποιων μεταδοτών τηλεόρασης να προσφέρουν προγράμματα "ελεύθερα - στον - αέρα" που να φτάσουν σε ένα κοινό όσο γίνεται πιο μεγάλο.

Οποιαδήποτε στρατηγική πωλήσεων επιλεγεί, το κρίσιμο στοιχείο είναι η δυνα-



τότητα να προσφέρεται περιεχόμενο "κινητής τηλεόρασης" που ο κόσμος θα συνεχίσει να πληρώνει για να βλέπει.

Το περιεχόμενο είναι κυρίαρχο

Τι μπορεί να δει κανείς σε ικανοποιητικό βαθμό σε μια οθόνη τόσο μικρή, ώστε μπορεί να την κρατάει μέσα στην παλάμη του; Ειδήσεις, αθλητικά γεγονότα, σαπουνόπερες αποδείχθηκαν δημοφιλή σε πιλοτικά προγράμματα, αλλά το συνηθισμένο τηλεοπτικό περιεχόμενο δεν είναι αναγκαστικά κατάλληλο για κινητά τηλέφωνα. Βλέποντας έναν αγώνα ποδοσφαίρου, είναι πολύ δύσκολο να διακρίνει κανείς την μπάλα, εκτός αν πρόκειται για πολύ κοντινή λήψη, και άνθρωποι σε κίνηση ίσως δεν επιθυμούν να σπαταλήσουν περισσότερα από λίγα λεπτά βλέποντας τηλεόραση. Αυτό σημαίνει ότι ειδικά σχεδιασμένο ή τροποποιημένο περιεχόμενο πρέπει να αναπτυχθεί.

Η MTV Networks, για παράδειγμα, αναπτύσσει προγράμματα για κινητή τηλεόραση που περιλαμβάνουν σημαντικά αποσπάσματα από εκπομπές σόου, καθώς και δίλεπτα δραματικά επεισόδια. Παραδοσιακά, το περιεχόμενο τηλεοπτικών εκπομπών έχει ρυθμιστεί σε εθνικό επίπεδο, σύμφωνα με μορφωτικές προδιαγραφές, καθώς και νόμους που διέπουν τέτοια θέματα, όπως δικαιώματα δημιουργού. Με την "κινητή τηλεόραση", εν τούτοις, τα εθνικά σύνορα δεν είναι ίσως σεβαστά, και η όσο γίνεται λιγότερη επεμβατική προσέγγιση των τηλεπικοινωνιών παίζει σημαντικό ρόλο. Αυτό είναι ένα ζήτημα που μένει να επιλυθεί, σε συνδυασμό με το ερώτημα πώς διαφορετικές τεχνολογίες θα μπορούσαν να μοιραστούν στην αγορά. Ενώ ίσως δε διανύει πια τη νηπιακή της ηλικία, η κινητή τηλεόραση, φαίνεται ότι είναι ακόμα πολύ νέα. ⓘ

Το παραπάνω άρθρο είναι αναδημοσίευση από το περιοδικό ITUnews, No 7.

20-22/9/2006

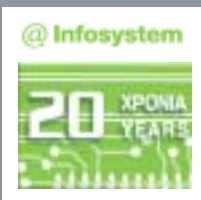


Παγκόσμιο Συνέδριο για την Ασφαλή Πλοήγηση Παιδιών στο Διαδίκτυο, Θεσσαλονίκη

Ο ΣΕΠΕ υποστήριξε και συμμετείχε στο Παγκόσμιο Συνέδριο για την Ασφαλή Πλοήγηση Παιδιών στο Διαδίκτυο που πραγματοποιήθηκε στη Θεσσαλονίκη, από τις 20 ως τις 22/9/2006. Το συνέδριο διοργανώθηκε από τον Εθνικό Κόμβο Ασφαλείας στο Διαδίκτυο SAFE - NET - HOME, στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής "Safer Internet" (www.saferinternet.gr). Το Σύνδεσμο εκπροσώπησε ο Δρ. Γιάννης Μαρκόπουλος, Γραμματέας της Επιτροπής Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών του ΣΕΠΕ (e-Comm), ο οποίος μίλησε με θέμα: "Όλοι μαζί για ένα Ασφαλέστερο Κυβερνοχώρο".

28/9 - 1/10/2006

20th Infosystem, Θεσσαλονίκη



Ο ΣΕΠΕ συμμετείχε φέτος στην 20^η Διεθνή Έκθεση Πληροφορικής και Ψηφιακής Τεχνολογίας "Infosystem" που πραγματοποιήθηκε από τις 28/9 ως την



1/10/2006, στο εκθεσιακό κέντρο Helexro, στη Θεσσαλονίκη. Από το περίπτερο του ΣΕΠΕ

πέρασαν χιλιάδες επισκέπτες οι οποίοι ενημερώθηκαν για τις δραστηριότητες και το έργο του Συνδέσμου. Το βραβείο προσημμένης συμμετοχής απονεμήθηκε από την κριτική επιτροπή, για την ολοκληρωμένη, λειτουργική και αισθητικά άψογη οργάνωση του περιπέτρου μας. Το βραβείο ανένευσε ο Διευθύνων Σύμβουλος της Helexro κύριος Θέμης Καρτσιώτης. Για το ΣΕΠΕ που επί σειρά ετών στηρίζει με την παρουσία του την Infosystem, το συγκεκριμένο βραβείο αποτελεί σημαντική διάκριση, καθώς στη φετινή έκθεση συμμετείχαν 581 εκθέτες ανάμεσα στους οποίους 202 από τις σημαντικότερες και μεγαλύτερες ελληνικές ιδιωτικές εταιρίες πληροφορικής & τηλεπικοινωνιών.



Στο πλαίσιο της 20^{ης} έκθεσης Infosystem, πραγματοποιήθηκε στο Συνεδριακό Κέντρο "Ι. Βεληίδης" στη Θεσσαλονίκη, το 12^ο Συνέδριο Εφαρμογών Πληροφορικής με τίτλο: "Ψηφιακοί - Ηλεκτρονικοί Πυλώνες μιας Σύγχρονης Ηλεκτρονικής Ελλάδας". Την πρώτη μέρα του Συνεδρίου, κατά την έναρξη των εργασιών, χαιρετισμό απύθνησε ο Α' Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. του ΣΕΠΕ κύριος Γιάννης Θεοδωρόπουλος. Τη δεύτερη μέρα, στην ενότητα: "Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση (e-Gov)", ο Β' Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. του ΣΕΠΕ, κύριος Παντελής Τζωρτζάκης μίλησε με θέμα: "Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση και Πολίτης". Στην ενότητα: "Ηλεκτρονικός Πολίτης (e-Citizen)", όπου συντονιστής ήταν ο Γενικός Διευθυντής του ΣΕΠΕ, κύριος Γιάννης Σύρρος, η κυρία Γιώτα Παπαρίδου, μέλος του Δ.Σ. του ΣΕΠΕ, μίλησε με θέμα: "Με όραμα την Ψηφιακή Ελλάδα". Την τρίτη μέρα, στην ενότητα: "e-Everything - Ο ρόλος του Ιδιωτικού Τομέα στην Κοινωνία της Πληροφορίας", μίλησε ο Γενικός Γραμματέας του Δ.Σ. του ΣΕΠΕ, κύριος Γιώργος Καρανικολός με θέμα: "Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση: προϋποθέσεις επιτυχίας".

ΚΥΚΛΟΦΟΡΗΣΕ
www.marketingweek.gr/digital/

Για δεξ εδώ!

Δεν το έχεις ξαναδεί, δεν το έχεις ξανακούσει. Το πρώτο ελληνικό ψηφιακό περιοδικό είναι γεγονός.

Το MarketingWeek αξιοποιεί τις τεχνολογικές δυνατότητες και σου ανοίγει διάπλατα τις πόρτες μιας νέας εποχής. Τώρα, κάθε Δευτέρα πρωί, οι συνδρομητές του το υποδέχονται στον υπολογιστή τους, το αρχειοθετούν, αναζητούν τα θέματα που τους ενδιαφέρουν, αλλά και -πέρα από την πλήρη, πλούσια ύλη του κάθε τεύχους- παρακολουθούν διαφημιστικές ταινίες, ακούν ραδιοφωνικά σποτ, βλέπουν θεαματικά τις καταχωρίσεις και συνδέονται άμεσα με τοποθεσίες στο internet. Όλη η δύναμη των multimedia μέσα από ένα ψηφιακό περιοδικό!

Το ψηφιακό MarketingWeek προσφέρεται δωρεάν στους συνδρομητές του έντυπου, συνοδεύοντας ένα ελκυστικό πακέτο συνδρομητικών προνομίων. Για δεξ πράγματα!

MarketingWeek DIGITAL
Digitally yours



6/10/2006

IT Directors Forum '06, Μαρούσι



Ο ΣΕΠΕ υποστήριξε το Συνέδριο "IT Directors Forum '06" με τίτλο "How much does IT matter", που πραγματοποιήθηκε στο συνεδριακό

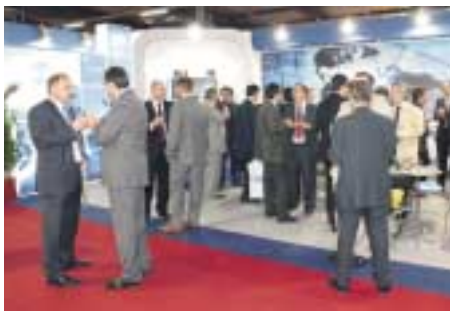
κέντρο Δαΐς στο Μαρούσι, στις 8/10/2006. Από το χώρο της υποδοχής, μοιράστηκε υλικό του ΣΕΠΕ και οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για το ΣΕΠΕ και τις δραστηριότητες του.

20-22/10/2006



Digital Technology Expo

Ο ΣΕΠΕ υποστήριξε και συμμετείχε στην έκθεση dte - digital technology expo, που πραγματοποιήθηκε στο εκθεσιακό κέντρο Expo Athens, στην Ανθούσα, από τις 20 ως τις 22/10/ 2006. Στο 1ο Technology Vision Forum με τίτλο: "Tomorrow's Business Solutions... Today", και συγκεκριμένα στην ενότητα CEO Forum, το ΣΕΠΕ εκπροσώπησε ο Γενικός Γραμματέας του Διοικητικού Συμβουλίου, κύριος Γιώργος Καρανικολός ο οποίος παρουσίασε ομιλία με θέμα: "Η Ψηφιακή Τεχνολογία στην Ελλάδα: Αιλλάζοντας το Status Quo". Το βράδυ των εγκαινίων της Έκθεσης, προσφέρθηκε κοκτέιλ στους επισκέπτες του περίπτερου του ΣΕΠΕ. Παρευρέθηκαν μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου και πολλοί επισκέπτες επιχειρηματίες. Κατά τη διάρκεια της Έκθεσης, από το περίπτερο του ΣΕΠΕ πέρασαν πολλές χιλιάδες επισκέπτες, οι οποίοι ενημερώθηκαν για τις δραστηριότητες και το έργο του Συνδέσμου.



RFID Implementation

13-15/11/2006, Λας Βέγκας - ΗΠΑ
www2.cio.com/events/viewevent.cfm?EVENT=11895

Banking and Finance Leading CEO & CIO Summit

18-19/11/2006, Ντουμπάι - ΗΑΕ
www2.cio.com/events/viewevent.cfm?EVENT=11242

IST 2006 - Strategies for Leadership

21-23/11/2006, Ελσίνκι - Φινλανδία
europa.eu.int/information_society/istevent/2006/index_en.htm

EU Competitiveness Council

4-5/12/2006, Βρυξέλλες - Βέλγιο
www.eu2006.fi/calendar/vko49/en_GB/1147785421623/?calYear=2006&calMonth=11

ITU Telecom World 2006

4-8/12/2006, Χονγκ Κονγκ - Κίνα
www.itu.int/WORLD2006

eBusiness solutions for SMEs

7-8/12/2006, Ουλου - Φινλανδία
www.ouka.fi/ebsn

EU Transport, Telecommunications & Energy Council

11-12/12/2006, Βρυξέλλες - Βέλγιο
www.eu2006.fi/calendar/vko50/en_GB/1147702633868/?calYear=2006&calMonth=11

Broadband Europe

11-14/12/2006, Γενεύη - Ελβετία
www.bbeurope.org

The 2006 Corporate Capital Venture Summit

14/12/2006, Νέα Υόρκη - ΗΠΑ
www.youngstartup.com/corporate/index.php

29/10/2006

WITSA Public Policy & Steering Committee Meetings

Ο Παγκόσμιος Σύνδεσμος Τεχνολογίας & Υπηρεσιών Πληροφορικής (World Information Technology and Services Alliance - WITSA) διοργάνωσε στην Αθήνα τις ετήσιες συναντήσεις Steering Committee και Public Policy Meetings, αποδεικνύοντας ακόμα μια φορά ότι στηρίζει κάθε ενέργεια που προωθεί την ανάπτυξη των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών.

Η αποδοχή από τον Παγκόσμιο Σύνδεσμο και τα Μέλη του, της πρόσκλησης του ΣΕΠΕ για την πραγματοποίηση των δύο σημαντικών αυτών συναντήσεων στην Αθήνα, αποδεικνύουν τη θέση κύρους που έχει κατακτήσει ο ΣΕΠΕ στη διεθνή κοινότητα, μέσα από το έργο και την πολύχρονη συνεργασία του με διεθνείς οργανισμούς.

Τα θέματα που συζητήθηκαν στη συνάντηση των μελών του WITSA επικεντρώθηκαν στη διάδοση του Internet, στο ενδεχόμενο επανέναρξης του γύρου της Doha, στις εφαρμογές Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, στις εξελίξεις στο θέμα της Ευρυζωνικότητας, στα Δίκτυα Επόμενης Γενιάς και στα θέματα της Διακυβέρνησης μέσω Internet.

Υπενθυμίζεται ότι ο ΣΕΠΕ είχε αναλάβει τη διοργάνωση του 14ου Παγκοσμίου Συνεδρίου Πληροφορικής (WCIT 2004) το Μάιο του 2004 στην Αθήνα, με τίτλο "Το Μέλλον είναι Τώρα", που χαιρέτισκε ως διεθνής επιτυχία για την Ελλάδα.


Στο δείπνο που παρέθεσε ο ΣΕΠΕ για τους συνέδρους, με επίσημη προσκεκλημένη την Επίτροπο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Κοινωνία της Πληροφορίας και τα Μέσα Ενημέρωσης κυρία

Viviane Reding, παρέστησαν ο Υπουργός Ανάπτυξης κύριος Δημήτρης Σιούφας, ο Γενικός Γραμματέας Πληροφοριακών Συστημάτων κύριος Δημοσθένης Αναγνωστόπουλος, ο Ειδικός Γραμματέας για τον Ψηφιακό Σχεδιασμό καθηγητής Βασίλης Ασημακόπουλος, νόμιμοι εκπρόσωποι των μελών του ΣΕΠΕ και πολλοί άλλοι προσκεκλημένοι, προσωπικότητες από την Ελληνική και διεθνή σκηνή πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών φέρνοντας και πάλι την Ελλάδα στο επίκεντρο του διεθνούς ενδιαφέροντος της αγοράς.

Ο Πρόεδρος του ΔΣ του ΣΕΠΕ κύριος Σπύρος Βυζάντιος, στην προσφώνησή του προς την επίσημη ομιλήτρια του δείπνου Επίτροπο κυρία Viviane Reding, ανέφερε ότι *"...Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών είναι το υπόβαθρο των σύγχρονων ευρωπαϊκών οικονομιών και κοινωνιών και αποτελούν μια σημαντική πηγή καινοτομίας, αλλά και ένα όλο πιο κρίσιμο τομέα επένδυσης."*, και πρόσθεσε ότι *"...Η ανάπτυξη του κλάδου της Ψηφιακής Τεχνολογίας συμβαδίζει με την οικονομική ανάπτυξη και με τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής, τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και διεθνώς"*.

Η κυρία Viviane Reding στην ομιλία της, μεταξύ άλλων τόνισε τα παρακάτω: *"Ο κύριος μοχλός ανάπτυξης της ευρυζωνικότητας είναι ο ανταγωνισμός στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Ο ανταγωνισμός θα μπορούσε να είναι εντονότερος σήμερα, αν η Ελλάδα είχε υιοθετήσει νωρίτερα ένα ρυθμιστικό πλαίσιο για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες. Αλλά, δυστυχώς, η Ελλάδα έχει καθυστερήσει πολύ στη διαδικασία εφαρμογής του και ήδη τώρα βρισκόμαστε*



σε στάδιο αναθεώρησης των παρόντων κανόνων". Στη συνέχεια η κυρία Reding τόνισε: *"...Είναι κρίσιμο για την Ελλάδα να αποκτήσει και να διατηρήσει ένα ισχυρό και ένα ανεξάρτητο ρυθμιστή της τηλεπικοινωνιακής αγοράς, τόσο από τη βιομηχανία όσο και από την κυβέρνηση"*. 

0-9

01 ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΕ www.01p.gr 210 25 94 600 • 2Α ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ www.2agroup.gr 210 32 26 974 • 3η ΑΒΕΤΕ 210 80 62 597 • 4Μ ΑΕ www.4m.gr 210 68 57 200 • 4Μ-VΚ ΠΡΟΓΡ. ΠΟΛ. ΜΗΧ. ΕΠΕ www.4m-vk.gr 210 68 57 200

A

A & N COMPUTERS ΕΠΕ www.ancom.gr 210 40 04 438 • ABC PROFESSIONAL SERVICES ΑΕ www.abc.gr 210 94 78 478 • ACCENTURE ΑΕ www.accenture.com 210 67 81 400 • ACCESS POINT 210 97 63 711 • ACE ΠΡΟΗΓΜΕΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΑΕ www.ace.gr 210 80 98 500 • ACE-HELLAS ΑΕ www.ace-hellas.gr 210 60 68 600 • ACTIS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΕ www.actis.gr 210 95 38 280 • ACTIVE COMPUTER SYSTEMS ΕΠΕ www.active.gr 210 65 11 202 • ADACOM ΑΕ www.adacom.com 210 51 93 740 • ADVANCED BUSINESS SOLUTIONS www.abs.gr 210 95 31 283 • ADVANCED CONSULTING www.adcon.gr 210 34 14 134 • ADVANCED INFORMATION SERVICES ΑΕ www.ais.gr 210 74 74 100 • ALEXANDER MOORE ΕΠΕ www.alexandermore.com 210 65 43 067 • ALFAWARE ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΕ www.alfaware.gr 210 85 41 870 • ALLWEB SOLUTIONS ΑΕ www.allweb.gr 210 74 74 774 • ALPHA SOFTWARE SA www.alpha-pl.gr 210 82 57 550 • ALTASOFT COMPUTER APPLICATIONS www.altasoft.gr 210 72 27 205 • Altec Telecoms ΑΕ www.altectelecoms.gr 210 68 72 900 • ALTEC ΑΒΕΕ www.altec.gr 210 68 72 200 • ANACO Κ. ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΥ ΕΠΕ www.anaco.gr 210 96 00 915 • ANCO ΑΕ www.anco.gr 210 92 09 200 • ANCOTEL www.ancotel.gr 22730 30 630 • ANIXTER GREECE NETWORK SYSTEMS ΕΠΕ www.anixter.gr 210 74 70 145 • APOLLO ΑΕ www.apollo.gr 210 74 89 200 • ART SYSTEM www.artsystem.gr 210 27 96 984 - 5 • ART TEC ΕΠΕ www.arttec.gr 210 97 00 902 • ART ΕΠΕ www.art-cad.gr 210 82 28 568 • AT & T GLOBAL NETWORK SERVICES ΕΛΛΑΣ ΕΠΕ www.att.com 210 87 64 810 • ATCOM INTERNET & MULTIMEDIA ΑΕ www.atcom.gr 210 24 45 805-6 • ATHENS TECHNOLOGY CENTER ΑΒΕΤΕ www.atc.gr 210 68 74 300 • AVAYA EMEA LTD www.avaya.com 210 72 79 205 • AXION SYSTEMS LTD www.axionsystems.gr 210 28 53 093-4, 210 28 55 063

B

BE-Business Exchanges www.be24.gr 210 35 23 500 • BIT AND BYTE ΑΕ www.bit-byte.gr 210 64 66 626 • B-LOGICA SOFT www.blogica.gr 210 34 22 290 • B-LOGIN ΑΕ www.blogica.gr 210 34 22 290 • BMC SOFTWARE HELLAS www.bmc.com 210 94 00 880 • BRIDGE IT ΑΕ [www.bridge-it.gr 210 94 02 774 • BROKER SYSTEMS ΑΕ \[www.bsnet.gr\]\(http://www.bsnet.gr\) 210 33 67 100 • BSI - ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΕ \[www.bsi.gr\]\(http://www.bsi.gr\) 210 65 11 826, 210 65 49 107 • BSoft ΑΕ \[www.bsoft.gr\]\(http://www.bsoft.gr\) 210 33 67 250 • BULL ΑΕ \[www.bull.gr\]\(http://www.bull.gr\) 210 92 03 300 • BUSINESS INNOVATIONS \[www.bi.gr\]\(http://www.bi.gr\) 210 97 65 816 - 7 • BUSINESS SOLUTIONS ΑΕ \[www.business-solutions.gr\]\(http://www.business-solutions.gr\) 2810 371 260 • BYTE 22310 67700 • BYTE COMPUTER ΑΒΕΕ \[www.byte.gr\]\(http://www.byte.gr\) 210 90 02 000](http://www.bridge-it.gr)

C

C.M.R. ΕΠΕ www.cmr-net.com 210 88 26 251 • CENTRIC MULTIMEDIA www.centric.gr 210 94 80 000 • CISCO ΕΛΛΑΣ ΑΕ www.cisco.com 210 63 81 300 • CIVILTECH www.civiltech.gr 210 60 03 034 • COMART ΑΕ www.comart.gr 210 34 16 200 • COMPUTER ASSOCIATES HELLAS www.ca.com 210 72 97 800 • COMPUTER CENTER 26340 26 005 • COMPUTER CONTROL SYSTEMS SA www.ccs.gr 210 80 51 730 • COMPUTER HOUSE 23210 58 466 • COMPUTER INFORMATION www.cominf.gr 26510 85560 • COMPUTER PROJECT ΑΕ www.computerproject.gr 210 62 66 800 • COMPUTER SOLUTIONS ΑΒΕΕ www.csl.gr 210 77 11 527 • COMSYS ΑΕ www.comsys.gr 210 92 41 486 • CONCEPTUM ΑΕ www.conceptum.gr 210 88 38 858 • COSMOLINE SA www.cosmoline.com 212 21 22 000 • COSMO-ONE HELLAS MARKETSITE SA www.cosmo-one.gr 210 27 23 810 • COSMOS BUSINESS SYSTEMS ΑΕΒΕ www.cbs.gr 210 64 92 800 • COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΑΕ www.cosmote.gr 210 61 77 777 • COSMOTECH www.cosmotech.gr 2731 0 82 220 • CPI ΑΕ www.cpi.gr 210 48 05 800 • CREATIVE MARKETING ΑΕ www.creative.gr 210 66 46 764 • CRYSTAL ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΟΕ 210 67 22 049 • CyberStream ΕΠΕ www.cyberstream.gr 210 72 95 770 • CYBERTECH INFORMATION SYSTEMS ΕΠΕ www.cybertechgr.com 210 98 16 094

D

D.D.SYNERGY HELLAS ΑΕ www.ddsynergy.gr 210 51 54 141 • DATA COMMUNICATION ΑΕ www.datacomm.gr 210 61 32 230 • DATA CONCEPT ΑΕ www.dataconcept.gr 210 81 05 120 • DATABLUΕ ΑΕ www.datablue.gr 210 94 80 675 • DATACON ΑΕ 210 93 13 750 - 210 93 13 751 • DATACRETA ΑΕΤΕΒΕ www.datacreta.gr 2810 240 013 • DATAMATION www.datamation.gr 210 61 22 184 • DATAMED ΑΕ www.datamed.gr 210 80 56 700 • DATAWAY 251 0 600 090 • DCS ITC www.mydcs.gr 210 77 15 137 • DECISION SYSTEMS INTEGRATION ΑΕ www.decision.gr 210 92 99 500 • DELTA SINGULAR SA www.deltasingular.gr 210 62 66 100 • DIGIMARK ΑΕ www.digimark.gr 210 25 18 666 • DONA MARK ΑΕ 2897 0 23 573 • DREAMTECH ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΠΕ www.dreamtech.gr 210 77 71 832

E

E COMMERCE ΕΠΕ www.ecommerce.com.gr 210 94 01 784 • E.R.P EXPERT PROFESSIONALS 210 85 47 144 • EDPS ΑΕ www.edps.gr 210 89 93 660 • EFFECT ΑΕ www.effect.gr 210 82 56 790 • ELECTROTECNICA CO - Γ. ΛΥΚΟΠΙΝΟΣ www.electrotecnica.gr 210 42 57 510 - 12 • EMPHASIS SYSTEMS ΑΕ www.emphasis-systems.gr 210 99 49 690 • ENCODE ΑΕ www.encode-sec.com 210 61 78 410 • ENERGY ΜΠΑΜΠΕΖΕΛΗΣ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ 24930 25 230 • ENET SOLUTION - LOGICOM SA www.enet.com.gr 210 28 83 600 • ENTERSOFT ΑΕ www.entersoft.gr 210 95 25 001 • e-ON INTEGRATION ΑΕ www.e-on.gr 210 60 18 700 • ePOS ΑΕ www.e-pos.gr 210 40 01 878 • ESCAPE HOLDING ΑΕ www.escapesolutions.gr 210 80 37 610 • EURISKO Α.Ε.Ε.Π.Υ.Π.Τ. www.eurisko.gr 211 75 03 200 • EURONET CARD SERVICES SA 210 94 78 478 • EXABIT ΑΕ www.exabit-sa.gr 210 57 73 000, 57 49 811, 57 40 090 • EXCESS INFORMATION SYSTEMS ΑΕ 210 25 32 881 • EXODUS ΑΕ www.exodus.gr 210 74 50 300

F

FAGOTTO MUSIC www.fagotto.gr 210 36 40 688 • FIBER SYSTEMS & NETWORKS ΑΕ www.fiber.gr 210 21 37 500 - 5 • FINVENT SA www.finvent.com 210 33 17 374 • FIT SA www.financial-technologies.com 210 74 59 700 • FORTH CRS www.forthcrs.gr 211 95 58 800 • FORTH e-com www.forth-com.gr 2310 256 171 • FORTHNET ΑΕ www.forthnet.gr 210 95 59 000 • FUJITSU SIEMENS COMPUTERS SA www.fujitsu-siemens.com 210 68 64 143

G

GEM CONSULTING ΑΕ www.consulting-gem.gr 210 72 60 960 • GENCOME www.gencome.gr 210 24 06 920 • GoNET www.gonet.gr 27210 81 381 • GRAAL ΑΕ www.graal.gr 210 33 90 481 - 4 • GREEK GEEKS ΕΠΕ www.greekgeeks.com 210 65 95 650

H

HELLAS ON LINE www.hol.gr 210 87 62 000 • HELP PC www.helppc.gr 210 26 91 823 • HEWLETT-PACKARD HELLAS ΕΠΕ www.hp.com 210 61 41 371 • HIPAC ΑΕΒΕ www.hipac.gr 210 93 70 265 • HITECH SNT ΑΕ www.hitechsnt.gr 210 27 87 100 • HOME NET HELLAS ΑΕ www.homenet.gr 210 36 61 200 • HYPERSYSTEMS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΕ www.hypersystems.gr 210 21 12 370

I

I LEARN ΑΕ www.ilc.gr 210 69 02 600 • I.T. CONSULTING SERVICES 210 76 54 552 • IBM ΕΛΛΑΣ ΑΕ www.ibm.com/gr 210 68 81 111 • IFS HELLAS ΑΕ www.ifs.gr 210 74 86 590 • IMAGE COMPUTERS ΑΕ www.image.gr 210 34 10 940-1 • IMS ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΕ www.imsgr.com 210 98 52 534-6 • INFOGRAPH ΕΠΕ www.infograph.net 211 100 3000 • INFOKRAFT www.infokraft.gr 210 51 56 100 • INFOMAP ΑΕ www.infomap.gr 210 67 56 008 • INFONET ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ

Dream team

για media planners!

Οι αναγνώστες του:

- 1 Πρωθυπουργός
- 1 Αρχηγός Αξιωματικής Αντιπολίτευσης
- 45 Υπουργοί - Υφυπουργοί
- 280 Βουλευτές - Ευρωβουλευτές
- 350 Δημοσιογράφοι - Στελέχη Μέσων Ενημέρωσης
- 900 Ανώτατα Στελέχη Επιχειρήσεων
- 1.050 Στελέχη Επιμελητηρίων - Φορέων - Πρεσβειών
- 1.700 Στελέχη Δημόσιας Διοίκησης
- 6.500 Στελέχη της αγοράς Πληροφορικής & Τηλεπικοινωνιών

...τα ενδιαφέροντά τους:

- Αυτοκίνητα (το 99% τα ήταρεύει)
- Ταξίδια (το 90% κάνει τουλάχιστον 2 το χρόνο)
- Κινητό 3G και τηλεόραση LCD (το 100% θα τα αποκτήσει φέτος)
- Σκάφη αναψυχής (το 49% ήδη έχει ενώ το 100% το επιθυμεί)
- Φαγητό και καλό κρασί (το 95% τα απολαμβάνει)
- Internet (το 80% χρησιμοποιεί DSL).



**Μιλήστε τους τώρα
με μια καταχώρηση στο ΣΕΠΕnews!**



Σύνδεσμος
Επιχειρήσεων Πληροφορικής
& Επικοινωνιών Ελλάδας

Λαγουμπζή 23, 176 71 Αθήνα
Τηλ.: 210 9249540-1, Fax: 210 9249542
sepenews@sepe.gr www.sepe.gr

ΤΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΒΕΕ www.syntax.gr 210 65 43 100 • SYSCO ΑΕ www.sysco.gr 210 93 19 551 • SYSTEMA TECHNOLOGIES SA www.systema.gr 210 67 43 243
TALENT www.talent.gr 210 32 17 720 • TAMVAKAS DIMITRIS www.plogic.gr 22410 74 800 • TECHNOLIFE www.technolife.gr 2310 32 24 64
• TECHNOKIDS - TECHNOLUS LTD www.technoplus.gr 210 48 11 260 • TECHNORAN ΑΕ www.technoran.gr 210 51 54 330 - 2 • TECHNOSYS 2321 0 58 558 •
TEKA SYSTEMS ΑΕ www.tekasytems.com 210 95 84 035 • TELENAVIS HELLAS ΑΕ www.telenavis.com 210 81 24 111 • TELLAS ΑΕ www.tellas.gr 210 81 13 419 •
TIM HELLAS TELECOMMUNICATIONS SA www.tim.gr 210 61 58 000, 210 61 58 906 • TOPNET CONSULTING ΑΕ www.topnetconsulting.gr 210 65 38 070

U V-W
• UNI SUPPORT ΕΠΕ 210 92 10 622-3 • UNIBRAIN ΑΕ www.unibrain.com 210 66 40 580 • UNIDATA ΑΕΒΕ www.unidata.gr 210 52 02 600 • UNISYSTEMS ΑΕ
www.unisystems.gr 210 33 85 000 • UNIXFOR ΑΒΕΕ www.unixfor.gr 210 99 87 500

• VALUENET ΑΕ www.valuenet.gr 210 82 56 956 - 9 • VELLUM www.VELLUM.gr 210 94 16 622 • VELTI www.velt.com 210 68 98 900 • VIVODI TELECOM ΑΕ
www.vivodi.gr 211 75 03 700 • VODAFONE - PANAFON SA www.vodafone.gr 210 67 02 112 - 210 67 02 113 • VOICENET www.voice-net.gr 210 75 73 100
• WINCOR NIXDORF ΑΕ www.wincor-nixdorf.gr 210 62 40 800 • WORLDNET - INTELLISHOP 210 49 28 600 • XEROX ΕΛΛΑΣ ΑΕΕ www.xerox.gr 210 93 07 000

ΑΙ ΑΒΑΞ Computer Applications www.cha.gr 28210 97027 • ΑΛΓΟΡΙΘΜΟΣ www.algorithmos.gr 24610 24486 • ΑΛΦΑΣΟΦΤ ΑΕ www.lavisoft.gr 210 66 91 551
• AMY ΑΕ www.amy.gr 210 61 33 000 • ΑΠΟΨΗ ΑΕ www.apopsi.gr 210 46 12 299 • ΑΡΧΕΤΥΠΟΝ ΑΕ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ www.archetypou.gr
210 95 36 410 • ΑΤΟΣ ΟΡΙΤΖΙΝ ΕΛΛΑΣ ΑΕ www.atosorigin.com 210 68 89 000 • ΒΑΣΙΣ ΑΕΕ www.basisae.gr 210 74 88 781 • ΒΕΛΙΣΣΑΡΙΟΣ Σ. ΣΤΑΜΑΤΙΟΥ
& ΣΙΑ ΟΕ www.stamatiou-cons.gr 210 98 13 425

ΒΙ ΒΙΝΤΕΟΡΥΘΜΟΣ ΑΕ 210 95 33 321, 95 87 507, 95 97 560 • ΒΛΑΧΟΠΟΥΛΟΣ Κ. ΑΕ www.vlachopoulos.gr 210 28 96 600 • ΓΚΛΟΜΠΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΕ www.globo.gr 210 64 66 008 • ΓΝΩΣΙΣ COMPUTERS www.gnosis.gr 2231 0 24 445 - 45 468 • ΓΡΙΒΑΣ ΑΕΒΕ www.grivas.com.gr 210 82 10 210

Δ ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ Σ. & ΥΙΟΙ ΟΕ www.adconet.gr 23250 24 340 • ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΕ www.diadikasia.gr 210 67 29 040 • ΔΙΑΚΤΙΝΙΣΜΟΣ www.diaktinismos.gr
25310 37 972 • ΔΙΑΛΟΓΟΣ ΑΕ www.speech.gr 28210 70 250 • ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΙΣ www.diasfalisis.gr 210 93 23 237 - 238 • ΔΙΗΝΕΚΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΕ
www.dienekis.gr 210 60 17 382 • ΔΙΚΤΥΟ 28420 27 772

Ε ΕΙΔΗΣΕΟΦΩΝΙΚΗ ΕΛΛΑΣ ΑΕΕ www.newsphone.gr 210 94 72 222 • ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ Δ.ΓΑΛΕΡΙΔΗΣ & ΣΙΑ ΟΕ www.hotech.gr 210 52 30 355
• ΕΛΜΗ SYSTEMS ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΕ www.elmsystems.gr 210 20 23 475 - 20 14 060 • ΕΠΑΦΟΣ ΕΠΕ www.epafos.gr 210 69 90 401
• ΕΡΑΤΟΣΘΕΝΗΣ ΑΕ www.eranet.gr 210 38 17 315 • ΕΡΓΟΝ ΙΡΙΣ ΑΕ www.iris.gr 2310 469 250 • ΕΡΙΚΣΟΝ ΕΛΛΑΣ ΑΕ www.ericsson.com 210 66 95 100
• ΕΥΡΩΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΕ www.euroelectronics.gr 210 67 96 600 • ΕΨΙΛΟΝ GIS ΑΕ www.epsilon.gr 210 68 98 610

Η-Ι ΗΛΕΚΤΡΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΕ www.electrografiki.gr 210 67 11 248 • ΙΑΠΕΤΟΣ www.iapetos.gr 210 36 13 333 • ΙΝΤΡΑΛΟΤ ΑΕ www.intralot.com 210 61 56 000
• ΙΝΦΟΓΚΡΟΥΠ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΕ www.infogroup.gr 210 32 23 630

Κ ΚΕΝΤΡΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ www.khy.gr 22510 28 791 • ΚΕΣΤΡΕΛ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΕ www.kestrel-is.gr 210 67 47 000
• ΚΟΡΡΕ ΙΩΑΝΝΑ 25410 77 157, 76 505 • ΚΟΥΝΑΛΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ 23410 29 085 • ΚΡΥΠΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΑΕΕ www.crypto.gr 210 61 22 513

Μ ΜΑΡΙΝΤΕΡ ΑΕ www.marinter.gr 210 46 11 157 • ΜΑΤΖΕΝΤΑ ΕΠΕ www.magenta.gr 801 11 711 711 • ΜΕΝΤΟΡ ΕΛΛΑΣ Μ.ΕΠΕ www.mentorhellas.gr
210 60 31 121 • ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΑΕ WWW.MLYSEIS.GR 210 53 16 660 • ΜΙΚΡΟΕΛΛΑΣ ΑΕ www.micropolis.gr 210 88 35 300
• ΜΙΧΑΛΗΣ ΚΟΛΥΦΑΣ ΟΕ 22510 44 292

Ν ΝΑΣΑΙΝΑΣ Γ. & ΣΙΑ ΟΕ www.acumen.gr;www.argosnet.net.gr 27510 61 572 • ΝΕΣΣΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΕ www.nessos.gr 210 88 47 000 • ΝΕΤΣΜΑΡΤ ΑΕ
www.netsmart.gr 210 32 40 940 • ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ ΑΕΒΕ www.nb.org, www.nbalma.gr 210 36 78 800

Ο ΟΔΟΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΗ ΕΠΕ www.odos.gr 210 93 74 800 • ΟΜΗΡΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ-MULTIMEDIA www.omiros.gr 210 36 38 562 - 38 31 455 • ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΕ
www.organosi.gr 28310 50 922 • ΟΡΟΣΗΜΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΑΕ www.orosimo.com.gr 2310 805 205-9 • ΟΤΕ ΑΕ www.ote.gr 210 61 11 511 • ΟΤΕΝΕΤ ΑΕ
www.otenet.gr 210 61 51 600

Π ΠΑΠΑΣΑΒΒΑΣ Μ. ΑΕΒΕ www.papasavas.gr 210 94 00 758 • ΠΑΠΑΣΩΤΗΡΙΟΥ ΑΕ www.papasotiriou.gr 210 33 23 300 • ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS ΑΕΒΕ
www.plaisio.gr 210 28 92 275 • ΠΛΗΚΤΡΟ SOFTWARE ΟΕ www.pliktro.gr 210 68 42 098 • ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑ ΕΠΕ www.multiland.gr 210 61 25 880
• ΠΟΙΟΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΕΒΕ www.girdc.gr 210 38 10 151 • ΠΟΥΛΙΑΔΗΣ & ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ ΑΕΒΕ www.pouliadis.gr 210 92 42
072 • ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΕΝΤΡΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΑΕΒΕ 210 92 13 205 • ΠΥΛΩΝΕΣ ΕΛΛΑΣ ΑΕ www.pylones.gr 210 74 83 700

Ρ-Σ ΡΟΔΙΑΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΕΠΕ www.rodosnet.gr 22410 67 979 • ΣΑΧΠΕΚΙΔΗΣ Χ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ 2310 546 247 • ΣΕΜΑΝΤΙΞ ΑΕ www.semantix.gr 210 64 12 065
• ΣΙΕΜ ΕΠΕ www.siem.gr 210 72 99 571 • ΣΙΣΚΟΜ ΑΕ www.syscom.gr 210 45 88 000 • ΣΠΟΡΤΣ - ΚΟΜΜ www.sports-comm.gr 210 28 54 600 • ΣΤΗΡΙΞΙΣ ΑΕ
www.stirixis.gr 210 90 12 892 • ΣΥΝΠΑΝ SOFTWARE- ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΣΑΡΓΟΛΟΓΟΣ www.synpan.gr 210 32 44 087 - 8, 210 32 14 507 • ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΒΕΛΤΙΣΤΗΣ
ΓΝΩΣΗΣ ΑΕ www.oksystems.com 210 36 22 743

Τ-Χ ΤΕΧΝΟΠΟΛΙΣ 251 0 836 917 • ΤΕΧΝΟΠΟΛΙΣ ΑΕ www.open.gr, www.techlink.gr 210 97 92 577 - 9 • ΤΕΧΝΟΦΩΤ ΑΕ www.technofot.gr 210 32 28 301
• ΤΡΙΑ ΣΥΝ ΕΠΕ www.3plus.gr 210 88 21 638 - 88 21 645 - 88 21 806 • ΦΩΤΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΠΕ 210 33 04 960 - 1 • Χ. ΑΝΑΣΤΑΣΙΑΔΗΣ ΕΠΕ 210 57 05 800
210 57 05 800 • ΧΡΟΝΟΣ-ΓΕΝΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ & ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΣΤ. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ www.chronos.com.gr 210 75 22 500

ΕΚΤΑΚΤΑ ΜΕΛΗ
ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΛΙΒΑΝΗ ΑΒΕ www.livanis.gr 210 36 61 200 • ΙΔΡΥΜΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑΣ www.ite.gr 2810 391 655
• ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ www.cti.gr 2610 960 300



δωρεάν συνδρομή δωρεάν συνδρομή δωρεάν συνδρομή δωρεάν συνδρομή δωρεάν συνδρομή

ΔΕΛΤΙΟ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗ

ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΕΓΓΡΑΦΩ ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΗΣ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ "ΣΕΠΕNEWS".

ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΟΥ ΣΤΑ ΟΠΟΙΑ ΕΠΙΘΥΜΩ ΝΑ ΜΟΥ ΑΠΟΣΤΕΛΛΕΤΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΕΞΗΣ:

.....
ΟΝΟΜΑ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΟ:

.....
ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ/ ΦΟΡΕΑ:

.....
ΤΙΤΛΟΣ:

.....
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΠΟΛΗ/ Τ.Κ.:

.....
ΤΗΛΕΦΩΝΟ:

.....
FAX:

.....
E-MAIL:

.....
WEB SITE:

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ/ ΦΟΡΕΑΣ ΣΑΣ ΕΙΝΑΙ:

- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ
- ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟΣ
- ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ
- ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
- ΕΜΠΟΡΙΟ
- ΥΓΕΙΑ
- ΑΛΛΟ

ΘΕΣΗ:

- ΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ.Σ.
- ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
- ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
- ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
- ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ MARKETING/ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
- ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ
- ΑΛΛΟ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ/ ΤΜΗΜΑ:

- ΔΙΟΙΚΗΣΗ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
- ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ
- ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ
- ΠΩΛΗΣΕΙΣ/ MARKETING
- ΑΛΛΟ

ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΚΑΠΟΙΟΝ ΠΟΥ ΘΑ ΕΠΙΘΥΜΟΥΣΕ ΝΑ ΛΑΜΒΑΝΕΙ ΕΠΙΣΗΣ ΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ;

.....
ΟΝΟΜΑ ΚΑΙ ΕΠΩΝΥΜΟ:

.....
ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ/ ΦΟΡΕΑ:

.....
ΤΙΤΛΟΣ:

.....
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

.....
ΠΟΛΗ/ Τ.Κ.:

.....
ΤΗΛΕΦΩΝΟ: FAX:

.....
E-MAIL:

.....
WEB SITE:

.....
ΥΠΟΓΡΑΦΗ:

.....
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ:



Designed to move you™



Οι καλύτεροι φίλοι του laptop σας!

Μην κάνετε συμβιβασμούς όταν διαλέγετε αξεσουάρ για τον φορητό σας υπολογιστή.

Η Logitech προσφέρει ευέλικτες και αξιόπιστες λύσεις για τις ανάγκες κάθε χρήστη.

Επιλέξτε το **V450 Laser Cordless Notebook Mouse**, συνδέστε τον μικροσκοπικό δέκτη USB και εργαστείτε άνετα σε περισσότερες επιφάνειες από ποτέ. Ο δέκτης αποθηκεύεται μέσα στο ποντίκι και το απενεργοποιεί, εξασφαλίζοντας παράταση στη ζωή της μπαταρίας έως και 1 χρόνο.

Επικοινωνήστε με την οικογένεια και τους φίλους σας όπου κι αν βρίσκεστε με την κάμερα **QuickCam® for Notebooks Deluxe**. Βίντεο VGA με τεχνολογία **RightLight 2** και έξυπνη λειτουργία παρακολούθησης προσώπου που σας τοποθετεί στο επίκεντρο της προσοχής. Συμπληρώστε τη συλλογή σας με τα **V20 Notebook Speakers** και ακούστε την αγαπημένη σας μουσική παντού. Απλά συνδέστε με το καλώδιο USB και ανεβάστε την ένταση!

Όλα τα προϊόντα περιλαμβάνουν θήκη μεταφοράς.

Μάθετε τα πάντα για την πλήρη σειρά εξελιγμένων προϊόντων για φορητούς υπολογιστές στο www.logitech.com



Η Lenovo προτείνει Windows® XP Professional.



Νέα σειρά Lenovo 3000. Ήρθε για να Πρωταγωνιστήσει!



■ 1394 Firewire, 4-1 Multicard reader, S-Video OUT



V100



C100



J100



Rescue and Recovery

Χωρίς άγχος, με το πάτημα ενός κουμπιού.

Με το πάτημα ενός κουμπιού γίνεται αυτόματη επαναφορά και αποκατάσταση δεδομένων, αρχείων, καταλόγων ή και ολόκληρου του συστήματος, ακόμη και μετά από σημαντικά λογισμικά προβλήματα και ίσως, ακόμα και αν το λειτουργικό σύστημα δεν μπορεί να ξεκινήσει.

Περισσότερες πληροφορίες για τη μοναδική ThinkVantage τεχνολογία θα βρείτε στη δικτυακή διεύθυνση <http://www.lenovo.com/europe>

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε την ιστοσελίδα www.lenovo-technology.gr.

Απευθυνθείτε στον εξουσιοδοτημένο εμπορικό συνεργάτη και στις αλυσίδες καταστημάτων της επιλογής σας για μια λεπτομερή επίδειξη των δυνατοτήτων τους.

© Copyrights Lenovo 2008, με την επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. Οι ονομασίες και τα λογότυπα Lenovo, ThinkPad, ThinkCentre και ThinkVision είναι σήματα κατατεθέντα ή εμπορικά σήματα της εταιρείας Lenovo Corporation. Οι ονομασίες και τα λογότυπα Intel, Intel Inside, Core Duo και Pentium είναι σήματα κατατεθέντα ή εμπορικά σήματα της εταιρείας Intel Corporation. Οι ονομασίες και τα λογότυπα Microsoft και Windows XP είναι σήματα κατατεθέντα ή εμπορικά σήματα της εταιρείας Microsoft Corporation.

lenovo