



Σύνδεσμος
Επιχειρήσεων Πληροφορικής
& Επικοινωνιών Ελλάδας

ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ INTERNET ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αθήνα, 2005

Περιεχόμενα

1. ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ	4
2. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
2.1 Τι είναι το Internet – Ορισμός	6
2.2 Το πρόβλημα – Χαμηλή η χρήση του Internet στην Ελλάδα	6
2.3 Στόχοι της μελέτης	6
3. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΑΓΟΡΑΣ INTERNET.....	7
3.1 Το Internet στην Ελλάδα	7
3.1.1 Διείσδυση Internet στο γενικό πληθυσμό	7
3.1.2 Διείσδυση Internet στις επιχειρήσεις	9
3.1.3 Επιχειρηματικές εφαρμογές & λειτουργίες	11
3.1.4 Υπηρεσίες Δημοσίου Τομέα.....	17
3.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΙΚΤΕΣ – ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ	18
3.2.1 Πάροχοι Υπηρεσιών Internet (ISPs).....	18
3.2.2 Μεγάλοι Εγχώριοι PC Vendors.....	18
3.2.3 Διεθνείς Παίχτες	19
3.2.4 Εταιρίες Ανάπτυξης Internet Εφαρμογών.....	19
3.2.5 Application Service Providers.....	20
3.2.6 Υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Συναλλαγών (e-banking)	20
3.2.7 Πάροχοι Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών.....	21
3.3 ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΥΠΟΥ & ΜΜΕ.....	22
3.4 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΆΛΛΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΧΩΡΕΣ	22
3.5 ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ INTERNET	24
3.5.1 Δομή του κόστους χρήσης του Internet.....	24
3.5.2 Σύγκριση κόστους Internet με κόστος άλλων αγαθών	25
3.6 ΛΟΓΟΙ ΧΑΜΗΛΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	26
3.6.1 Πολιτικό Περιβάλλον.....	27
3.6.2 Οικονομικό Περιβάλλον	28
3.6.3 Κοινωνικό Περιβάλλον	29
3.6.4 Τεχνολογικό Περιβάλλον	30
4. ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ INTERNET	31
4.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ - ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ- ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ	31
4.2 ΙΔΙΩΤΕΣ	32
4.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	33
4.4 ΚΡΑΤΟΣ	34
5. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ.....	36
5.1 ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ.....	36
5.1.1 Γενικά.....	36
5.1.2 Χαρακτηριστικές στρατηγικές άλλων χωρών	36
5.1.3 Η σημασία των ευρυζωνικών (broadband) υπηρεσιών	41
5.1.4 Συμπεράσματα	44
5.2 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	45
5.2.1 Στρατηγικοί Στόχοι και Πλάνο Δράσης	45
5.2.2 Συμπεράσματα	47
6. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	47
6.1 ΣΤΟΧΟΣ	47
6.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ.....	48
6.3 ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΗΣ.....	48

6.4	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	56
6.5	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ.....	60
6.6	ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ & ΠΙΘΑΝΟΙ ΠΟΡΟΙ	61

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΣΕΝΑΡΙΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΠΛΑΝΟΥ ΔΡΑΣΗΣ.....	60
---	----

1. Επιτελική Σύνοψη

Διεθνώς η ανάπτυξη του Internet και γενικότερα η χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) αποτελεί σημαντικό παράγοντα ανάπτυξης και ευημερίας για μια χώρα.

Στην παρούσα μελέτη που έχει ως στόχο να δώσει λύσεις για την ανάπτυξη του Διαδικτύου στην Ελλάδα, αναλύονται θέματα όπως η κατάσταση του Internet στην Ελλάδα, οι λόγοι χαμηλής χρήσης κ.α. και ακολουθεί προτεινόμενη στρατηγική ανάπτυξης του Internet με το αντίστοιχο πλάνο προτάσεων - δράσεων.

Στη χώρα μας σύμφωνα με τα αποτελέσματα πρόσφατων ερευνών (ΕΔΕΤ – ebusiness forum) το ποσοστό χρήσης Η/Υ και Internet στο γενικό πληθυσμό ηλικίας από 15 ετών και πάνω ανέρχεται για το 2003 στο 27,1% και 19,9% αντίστοιχα σε σχέση με το 20,8% και 10,6% που ήταν το 2001. Στις επιχειρήσεις τα ποσοστά διείσδυσης Η/Υ και Internet είναι σε αρκετά χαμηλό επίπεδο και παραμένουν σταθερά το 2003 έναντι του 2002.

Το 2003 γενικότερα παρατηρείται σημαντική επιβράδυνση στο ρυθμό αύξησης τόσο στη χρήση Η/Υ, η οποία επηρεάζει άμεσα τη χρήση Internet, όσο και στη χρήση του Internet.

Συγκριτικά με άλλες χώρες η Ελλάδα υστερεί σημαντικά στο ποσοστό χρήσης του Internet, σύμφωνα με τα στοιχεία των Διαρθρωτικών Δεικτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Συγκεκριμένα, ενώ το 2003 κατά μέσο όρο το ποσοστό των νοικοκυριών που είχαν πρόσβαση στο Internet στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 15 Χωρών ανήλθε στο 46,8% στην Ελλάδα ήταν μόλις 16,3%, γεγονός που την κατατάσσει στην τελευταία θέση της ΕΕ-15.

Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζεται και στο χώρο των επιχειρήσεων, όπου για επιχειρήσεις με αριθμό προσωπικού από 9 άτομα και πάνω, η Ελλάδα κατέχει την τελευταία θέση το 2002 (τελευταίο έτος για το οποίο υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία) μεταξύ των Χωρών της ΕΕ-15.

Όλα τα παραπάνω συγκλίνουν στην άποψη ότι χρειάζεται η λήψη δραστικών μέτρων ώστε η Ελλάδα να πλησιάσει τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο και να γεφυρωθεί το ψηφιακό χάσμα που παρατηρείται έναντι των υπολοίπων χωρών.

Η Στρατηγική της Ελλάδας για την ανάπτυξη της Κοινωνίας της Πληροφορίας που υλοποιείται ήδη, βασικά μέσα από το πρόγραμμα «Κοινωνία της Πληροφορίας», δεν φαίνεται να έχει αποδώσει σημαντικά αποτελέσματα αφού η διείσδυση της χρήσης Η/Υ και Internet στα μεν νοικοκυριά είχε μικρή αύξηση ενώ στις επιχειρήσεις παρέμεινε στάσιμη.

Οι λόγοι που δεν έχουν επιτευχθεί κατά την άποψή μας τα επιθυμητά αποτελέσματα αναλύονται διεξοδικά στην παρούσα μελέτη. Παράλληλα θα λέγαμε ότι στην κατεύθυνση αυτή συνέβαλαν και συνεχίζουν να συμβάλουν σημαντικά και οι εξής δύο παράγοντες:

- 1) Η αρνητική στάση για το Internet που κρατούν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, και
- 2) Η χαμηλή βαρύτητα, σε σχέση με τις στρατηγικές άλλων χωρών, που δίνει η Ελληνική εθνική στρατηγική για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας στα εξής:
 - i) στην «αποδοχή των νέων ΤΠΕ ως προαπαιτούμενο για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας»,
 - ii) στην «ανάπτυξη για όλους της δυνατότητας χρήσης των ΤΠΕ μέσα από ενημέρωση και εκπαίδευση πάνω στις ΤΠΕ»,

- iii) στη «δυνατότητα πρόσβασης στις ΤΠΕ από όλους, οποτεδήποτε και από οπουδήποτε».

Για την περαιτέρω ανάπτυξη του Internet αλλά και γενικότερα των ΤΠΕ προτείνεται μια βελτιωμένη στρατηγική που βασίζεται σε στρατηγικές που έχουν υλοποιηθεί σε άλλες χώρες και έχουν φέρει αποτελέσματα αλλά και στην αξιολόγηση του αποτελέσματος από την υλοποίηση της σημερινής στρατηγικής.

Πιο συγκεκριμένα προτείνεται η υπάρχουσα εθνική στρατηγική να βελτιωθεί και να συμπληρωθεί σε κάποια σημεία, να επικεντρωθεί στην **ζήτηση** και στην **προσφορά** των νέων ΤΠΕ ώστε αφενός να ανταποκρίνεται καλύτερα στις νέες συνθήκες και αφετέρου να αυξηθεί η αποτελεσματικότητά της.

Αναλυτικά θα πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη βαρύτητα στα παρακάτω σημεία:

- Την αποδοχή των νέων ΤΠΕ ως προαπαιτούμενο για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας.
- Την ανάπτυξη των δυνατοτήτων και δεξιοτήτων όλων στη χρήση των ΤΠΕ μέσα από ενημέρωση και εκπαίδευση.
- Την παροχή δυνατότητας πρόσβασης στις ΤΠΕ από όλους, οποτεδήποτε και από οπουδήποτε.
- Την προώθηση της ευρυζωνικής πρόσβασης στο Internet.
- Την ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και του υγιούς ανταγωνισμού.
- Την προώθηση του κρατικού εκσυγχρονισμού μέσω των νέων ΤΠΕ.
- Την ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών και θεσμικού πλαισίου για την προαγωγή και ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας.
- Την προώθηση της καινοτομίας και της τεχνολογικής εξέλιξης.

Τέλος για όλα τα παραπάνω σημεία δίνονται αναλυτικές προτάσεις δράσης με προϋπολογισμό και πιθανούς πόρους ώστε αυτή η μελέτη να αποτελέσει ένα πρακτικό εργαλείο για την περαιτέρω ανάπτυξη της χρήσης του Internet στην Ελλάδα.

Επιτυχάνοντας το στόχο αυτό η Ελλάδα θα βρεθεί πιο κοντά στον Ευρωπαϊκό μέσο όρο, σε θέματα Internet και ΤΠΕ, γεγονός που θα βοηθήσει στην επιτυχή ανταπόκρισή της στα νέα κοινωνικά και οικονομικά δεδομένα.

2. Εισαγωγή

Ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας (ΣΕΠΕ) αξιολογώντας τις εξελίξεις στον τομέα της πληροφορικής και του Internet θεώρησε απαραίτητο να συνταχθεί η παρούσα μελέτη: «Πλάνο Δράσης για την ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα», για να δοθεί μια ξεκάθαρη εικόνα της κατάστασης του Internet στην Ελλάδα αλλά και να ενημερωθούν – δραστηριοποιηθούν όλοι οι εμπλεκόμενοι για την περαιτέρω ανάπτυξή του.

Το «Πλάνο Δράσης για την ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα» εκπονήθηκε από ομάδα εργασίας των εταιρειών ΟΤΕnet και Forthnet και περιλαμβάνει την περιγραφή της κατάστασης του Internet στην Ελλάδα και τη σύγκρισή του με άλλες Χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και την προτεινόμενη στρατηγική και ένα αναλυτικό πλάνο δράσης που αφορά στην περαιτέρω ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα.

Βασικές κατευθύνσεις στο πλαίσιο των οποίων κινήθηκε η ομάδα εργασίας ήταν να καταγραφεί το περιβάλλον και η θέση της Ελλάδας όσο αφορά το Internet - και συγκριτικά με την ευρωπαϊκή πραγματικότητα- μέσα από έρευνες αλλά και τη γνώση που υπάρχει για την αγορά, καθώς και να καταγραφούν οι ευρωπαϊκές-διεθνείς πρακτικές για την ανάπτυξη του Internet με στόχο να σχεδιαστεί μια συνολική στρατηγική ανάπτυξης και ένα αναλυτικό πλάνο δράσης που η υλοποίησή του θα αποδώσει τα προσδοκώμενα αποτελέσματα.

2.1 Τι είναι το Internet - Ορισμός

Σαν ορισμό μπορούμε να πούμε ότι το Internet είναι ένα, δημόσια διαθέσιμο, παγκόσμιο σύστημα υπολογιστών και δικτύων συνδεδεμένων μεταξύ τους (καθώς επίσης περιεχόμενο, πληροφορίες και υπηρεσίες που παρέχονται στους χρήστες). Το Internet επηρεάζει σημαντικά τη γνώση και τις παγκόσμιες απόψεις αφού εκατομμύρια άνθρωποι ανά τον κόσμο έχουν εύκολη και άμεση πρόσβαση σε ένα τεράστιο και ποικίλο, ως προς το περιεχόμενο, όγκο πληροφοριών. Το Internet παρέχεται από Εταιρείες Παροχής Υπηρεσιών Internet, τους λεγόμενους Internet Service Providers (ISP), που παρέχουν υπηρεσίες όπως η πρόσβαση.

Τα βασικά στοιχεία του Internet είναι:

- Πρόσβαση
- Περιεχόμενο
- Υπηρεσίες

2.2 Το Πρόβλημα - Χαμηλή η χρήση του Internet στην Ελλάδα

Σήμερα η Ελλάδα κατέχει την τελευταία θέση στην Δυτική Ευρώπη όσον αφορά στην χρήση του Internet (και από πλευράς οικιακών και από πλευράς επιχειρησιακών χρηστών) γεγονός που δεν βοηθά στην ανάπτυξη της χώρας.

Στο Δημόσιο Τομέα δεν αξιοποιείται η δυνατότητα παροχής πολλών υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου, δυνατότητα που εξασφαλίζει εξοικονόμηση πόρων και καλύτερη εξυπηρέτηση των πολιτών ή των επιχειρήσεων. Στον τομέα των επιχειρήσεων δεν αξιοποιείται η δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με τους υποψήφιους πελάτες-προμηθευτές, η αυτοματοποίηση των εργασιών, η αύξηση της παραγωγικότητας και αποδοτικότητας, η ανταγωνιστικότητα και η εξοικονόμηση πόρων.

Γενικότερα με τη χαμηλή διείσδυση του Internet στην Ελλάδα μένει ουσιαστικά ανεκμετάλλευτο ένα εργαλείο που δίνει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης της οικονομίας το οποίο εξασφαλίζει φθηνή και άμεση επικοινωνία και διαδραστικότητα (interactivity) ανάμεσα σε όλους του φορείς της οικονομίας και της κοινωνίας γενικότερα.

2.3 Στόχοι της Μελέτης

Στόχος της μελέτης αυτής είναι αφενός να αποτυπώσει την κατάσταση της αγοράς του Internet στην Ελλάδα και στη Ευρώπη ώστε να αναγνωριστούν αδυναμίες και λόγοι που η χρήση του Internet στην Ελλάδα είναι ακόμα σε χαμηλά επίπεδα και αφετέρου να παρουσιασθούν προτάσεις ώστε αυτή η μελέτη να αποτελέσει ένα πρακτικό και άμεσα εφαρμόσιμο εγχειρίδιο το οποίο θα βοηθήσει έμπρακτα την ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα.

3. Περιβάλλον Αγοράς Internet

Το περιβάλλον της Αγοράς του Internet, αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την κατανόηση της παρούσας κατάστασης στην Ελλάδα αλλά και την αναγνώριση των προβλημάτων και των λόγων που το Internet στην Ελλάδα δεν είναι τόσο δημοφιλές.

Σε όλο το παρακάτω κεφάλαιο αποτυπώνεται αναλυτικά όλη η εικόνα του Internet στην Ελλάδα μέσα από τα ποσοστά διείσδυσης του Internet, τη θέση της Ελλάδας σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη σε θέματα Internet και τεχνολογίας, το κόστος του Internet συγκριτικά με άλλες χώρες και άλλα αγαθά καθώς και τους λόγους χαμηλής χρήσης και ανάπτυξής του.

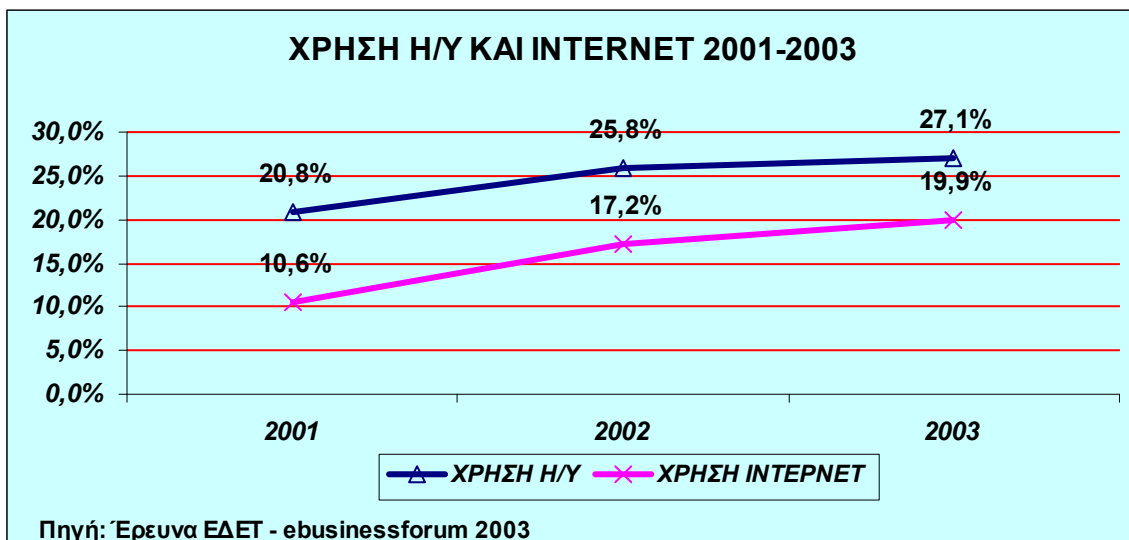
3.1 Το Internet στην Ελλάδα

Το Internet στην Ελλάδα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του '90 (1992-1993), αρχικά αρκετά περιορισμένα από 2-3 εταιρείες που παρείχαν κυρίως υπηρεσίες On-line Πληροφόρησης (BBS). Στα μέσα της δεκαετίας του '90 άρχισε η περισσότερο ουσιαστική διάδοση του Internet στην Ελλάδα. Από τότε έχουν γίνει σημαντικά βήματα στη διείσδυση και χρήση του Internet, ωστόσο τα ποσοστά χρήσης παραμένουν ακόμη σε χαμηλά επίπεδα.

Η τηλεπικοινωνιακή και τεχνολογική υποδομή της Ελλάδας βελτιώθηκε σημαντικά, η εξέλιξη της τεχνολογίας δημιούργησε νέες δυνατότητες για ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών, υπήρξαν μειώσεις στα κόστη πρόσβασης (τηλεπικοινωνιακά τέλη και κόστος συνδρομής στο Internet) καθώς και στα κόστη απόκτησης του απαραίτητου τερματικού εξοπλισμού, υπήρξαν σημαντικές επενδύσεις από τις εταιρείες του χώρου για την ανάπτυξη και επέκταση της δικτυακής και τεχνολογικής υποδομής καθώς και για την ανάπτυξη και διάθεση ποιοτικών υπηρεσιών, στην αγορά υπήρξαν έντονες ανακατατάξεις μέσω συνεργασιών, εξαγορών και συγχωνεύσεων, πολυεθνικές εταιρείες εισήλθαν στην ελληνική αγορά, υπήρξε εντατικοποίηση του ανταγωνισμού προς όφελος βέβαια του τελικού καταναλωτή.

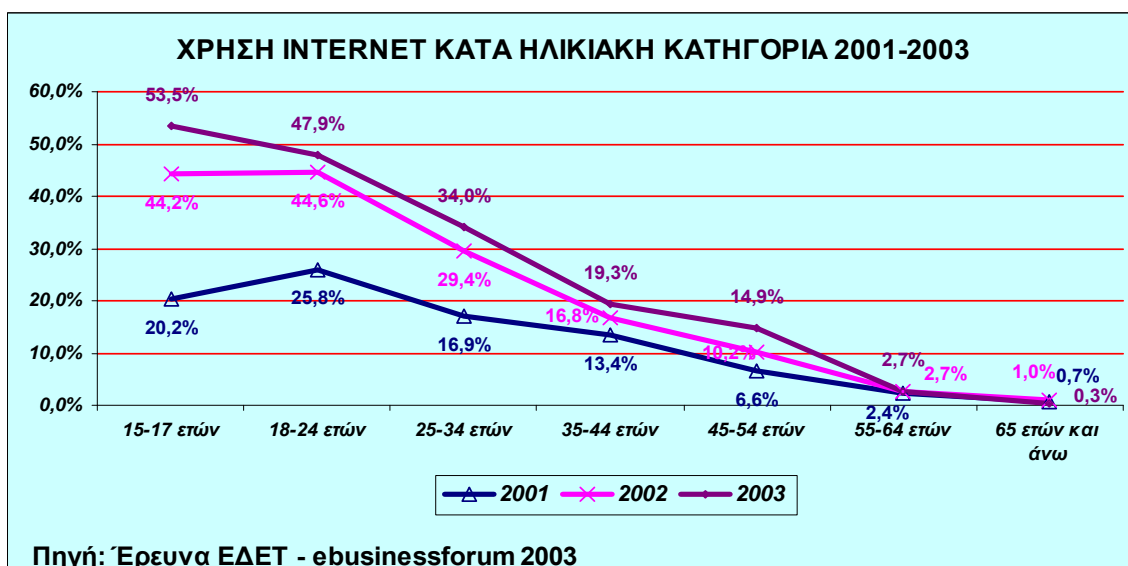
3.1.1 Διείσδυση Internet στο γενικό πληθυσμό

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα πρόσφατων ερευνών (ΕΔΕΤ - ebusinessforum) το ποσοστό χρήσης Η/Υ και Internet στο γενικό πληθυσμό ηλικίας από 15 ετών και πάνω ανέρχεται για το 2003 στο 27,1% και 19,9% αντίστοιχα σε σχέση με το 20,8% και 10,6% που ήταν το 2001, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα.



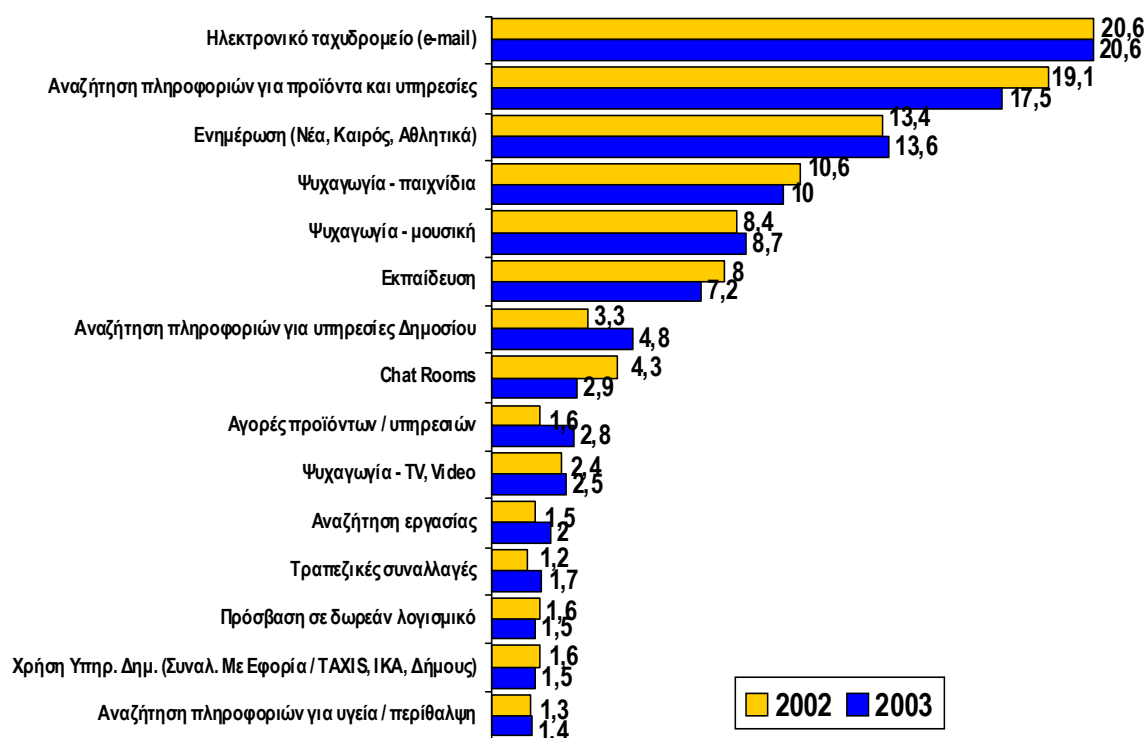
Στο 2003 παρατηρείται σημαντική επιβράδυνση στο ρυθμό αύξησης τόσο στη χρήση Η/Υ, η οποία επηρεάζει άμεσα τη χρήση Internet, όσο και στη χρήση του Internet.

Σε ό,τι αφορά στο ηλικιακό προφίλ των χρηστών Internet, μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, κατέχουν κυρίως οι νεαρές ηλικίες (15-24 ετών) όπου περίπου 1 στους 2 είναι χρήστης Internet, ενώ ακολουθούν οι ηλικίες 25-34, 35-44 και 45-54 ετών όπου οι 3 στους 10, 2 στους 10 και 1,5 στους 10 είναι χρήστες Internet αντίστοιχα. Στις μεγαλύτερες ηλικίες, 65 ετών και πάνω, το ποσοστό χρήσης είναι απειροελάχιστο.



Οι χρήστες είναι κυρίως άντρες, 24% των αντρών έναντι 16,2% των γυναικών, έχουν ανώτερη (47,6%) ή μέση (25,3%) εκπαίδευση, ζουν σε αστικές περιοχές (25,3%), χρησιμοποιούν το Internet κυρίως μόνο από το σπίτι (37,7%) ή μόνο από την δουλειά (19,2%) ή και από το σπίτι και από τη δουλειά (17,7%) και η συντριπτική πλειοψηφία (περίπου το 90%) το χρησιμοποιεί τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα. Οι κυριότεροι λόγοι χρήσης του Internet είναι για ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), για αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες, για ενημέρωση σε θέματα γενικού ενδιαφέροντος (νέα, καιρός, αθλητικά), για ψυχαγωγία και για εκπαιδευτικούς λόγους.

Κυριότεροι λόγοι χρήσης Internet

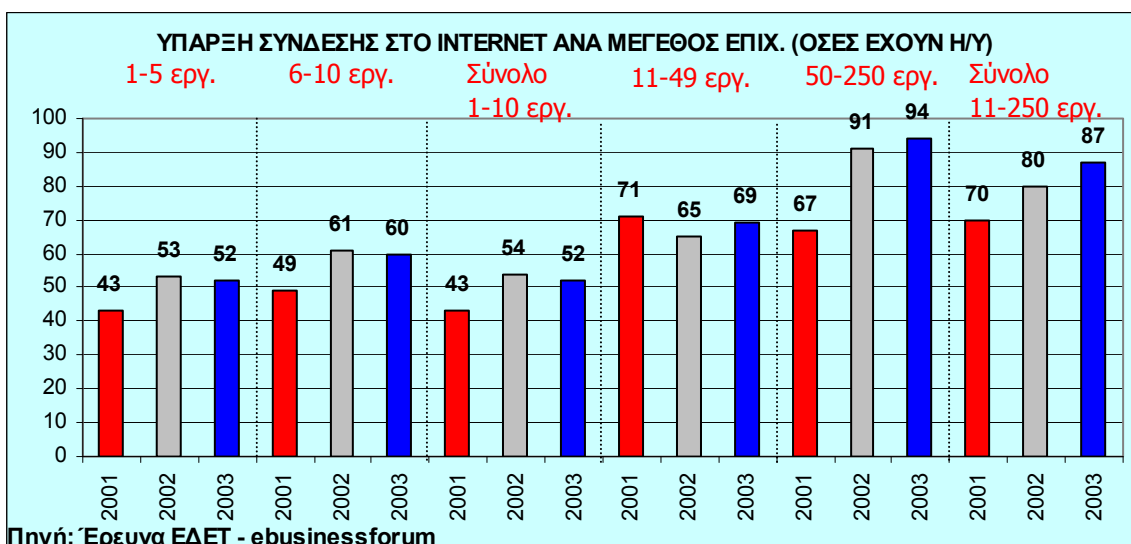
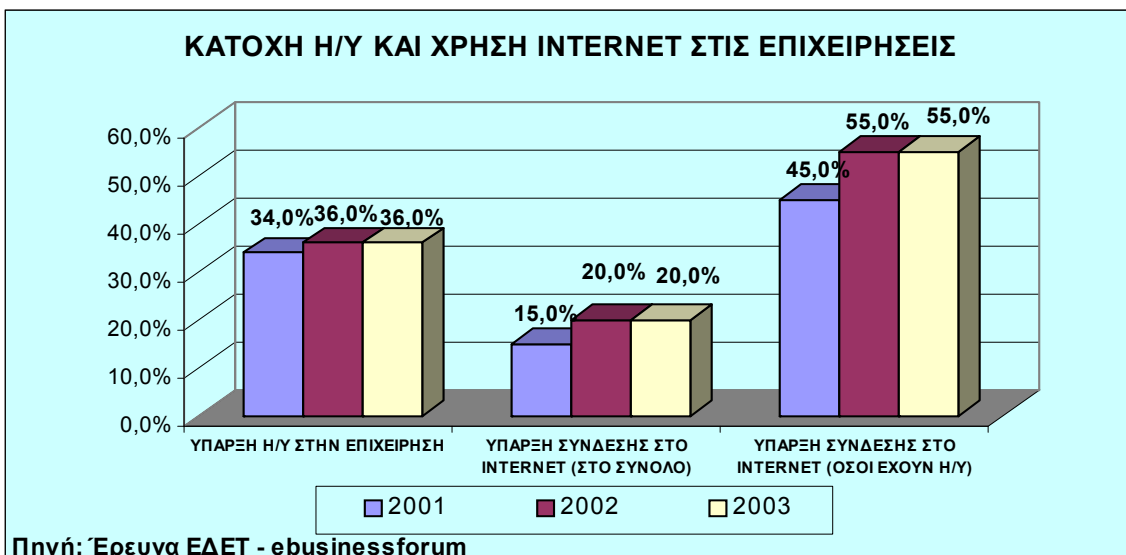


Τέλος, με βάση πάντα τα αποτελέσματα της ίδιας έρευνας, ως κυριότεροι λόγοι μη χρήσης του Internet εμφανίζονται: η έλλειψη α) της ανάγκης χρήσης του (30,7%), β) της σύνδεσης Internet (25%), γ) του ενδιαφέροντος χρήσης (15,6%) καθώς και το γεγονός ότι «δεν έχω ασχοληθεί με το Internet» (14,6%).

Σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων της αγοράς, η πλειοψηφία των χρηστών που συνδέονται από το σπίτι, συνδέονται μέσω απλής τηλεφωνικής σύνδεσης – PSTN σε ποσοστό 70%-75%, μέσω σύνδεσης ISDN σε ποσοστό 25%-30%, ενώ πολύ χαμηλό είναι ακόμη το ποσοστό εκείνων που συνδέονται μέσω ADSL σύνδεσης 1%-2%.

3.1.2 Διείσδυση Internet στις Επιχειρήσεις

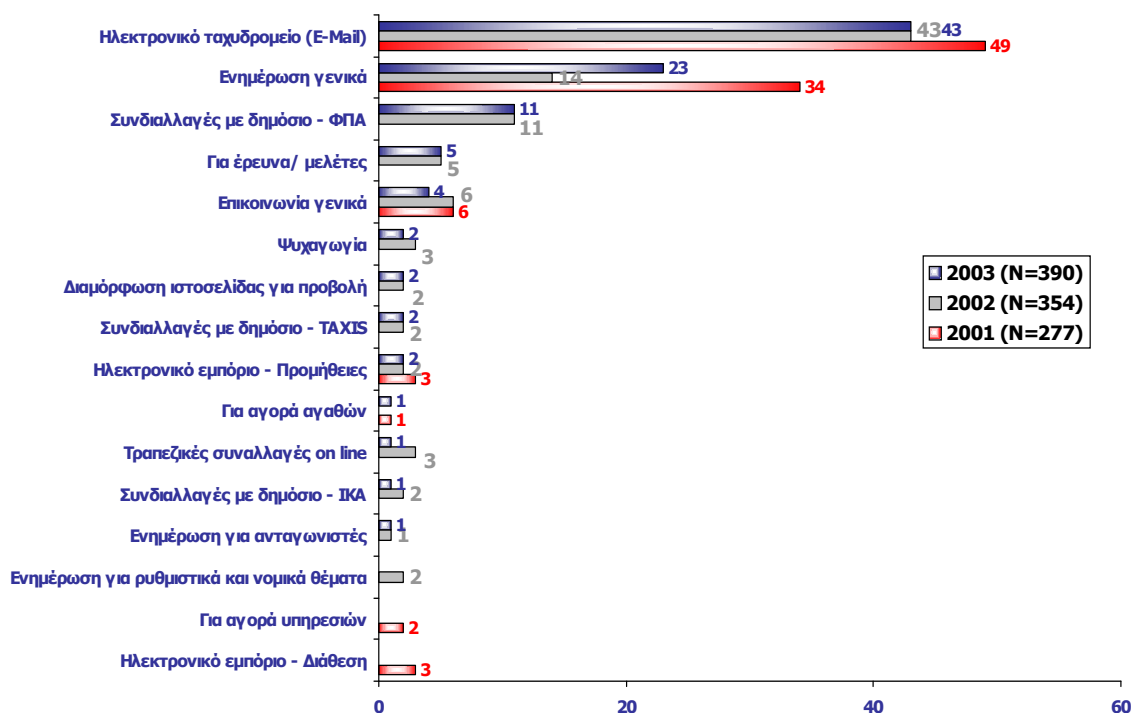
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα ερευνών (ΕΔΕΤ – ebusinessforum) στις επιχειρήσεις τα ποσοστά διείσδυσης Η/Υ και Internet είναι σε αρκετά χαμηλό επίπεδο, 36% και 20% αντίστοιχα (ή 55% των επιχειρήσεων που έχουν Η/Υ). Τα ποσοστά αυτά διείσδυσης παραμένουν σταθερά το 2003 έναντι του 2002.



Σημαντική διαφοροποίηση στη χρήση του Internet παρατηρείται ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης όπου όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των εργαζομένων τόσο μεγαλύτερα είναι και τα ποσοστά χρήσης του Internet, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα.

Οι κυριότεροι λόγοι χρήσης του Internet είναι για ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), για ενημέρωση γενικά και επικοινωνία, για συναλλαγές με το Δημόσιο ή τραπεζικές, για έρευνες/μελέτες. Χαμηλά είναι τα ποσοστά χρήσης του για διαμόρφωση ιστοσελίδας για προβολή καθώς και για ηλεκτρονικό εμπόριο.

Κυριότεροι λόγοι χρήσης Internet στην επιχείρηση



Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν σύνδεση στο Internet, έχουν σύνδεση μέσω γραμμής ISDN σε ποσοστό 69%, μέσω απλής τηλεφωνικής σύνδεσης – PSTN σε ποσοστό 17%, μέσω μισθωμένων γραμμών ένα πολύ χαμηλό ποσοστό 3%, μέσω άλλου είδους σύνδεσης σε ποσοστό 6%, ενώ υπάρχει και ένα ποσοστό 9% το οποίο δεν αναφέρει το είδος σύνδεσης που χρησιμοποιεί.

3.1.3 Επιχειρηματικές εφαρμογές & λειτουργίες

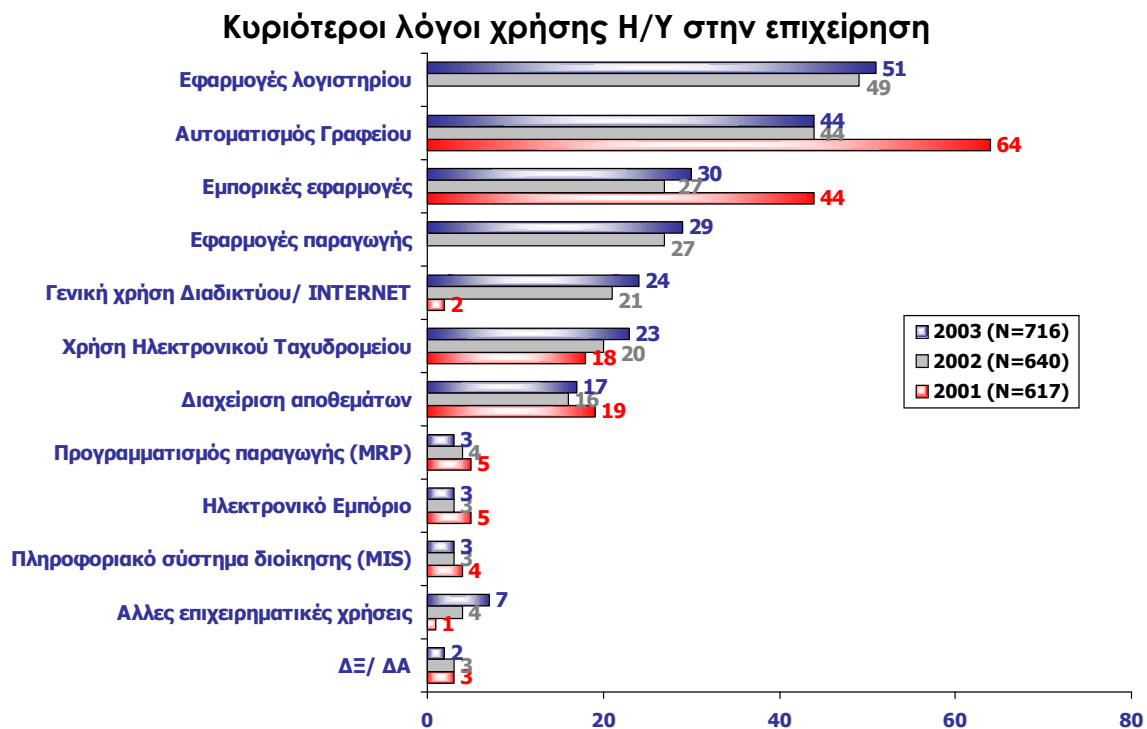
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα ερευνών (ΕΔΕΤ – ebusinessforum) που αφορούν στην Χρήση νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής & Επικοινωνιών (ΤΠΕ) από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), τα επίπεδα εισαγωγής υποδομών για νέες τεχνολογίες από τις ελληνικές ΜΜΕ παρουσιάζουν σχετικά χαμηλό βαθμό «ετοιμότητας» σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες και γενικότερα το διεθνή χώρο, όσο αφορά την προώθηση και την ανάπτυξη ενός «δυναμικού περιβάλλοντος ηλεκτρονικού επιχειρείν».

Σχετικά χαμηλό παρατηρείται επίσης το επίπεδο ηλεκτρονικών δραστηριοτήτων, όπου μόνο το 16% των ΜΜΕ που διαθέτουν Internet έχουν εταιρική ιστοσελίδα (έναντι του 22% που ήταν το 2002), ενώ τα ποσοστά πραγματοποίησης συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου είναι 2% για προμήθειες (το 2003) και 3% για διάθεση αγαθών/ υπηρεσιών (το 2001).

Το μέγεθος της επιχείρησης αποτελεί τον βασικότερο παράγοντα για την εισαγωγή και χρήση νέων τεχνολογιών. Παρατηρείται ψηφιακό χάσμα μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων (1-5 ατόμων) και των επιχειρήσεων με περισσότερα από 11 άτομα. Η Ελλάδα υστερεί έναντι των υπολοίπων ευρωπαϊκών χωρών σε ό,τι αφορά στην εισαγωγή και χρήση νέων τεχνολογιών για τις πολύ μικρές ΜΜΕ (1-5 ατόμων), ενώ αντίθετα παρουσιάζεται ικανοποιητική χρήση αυτών για ΜΜΕ μεγαλύτερες των 11 ατόμων.

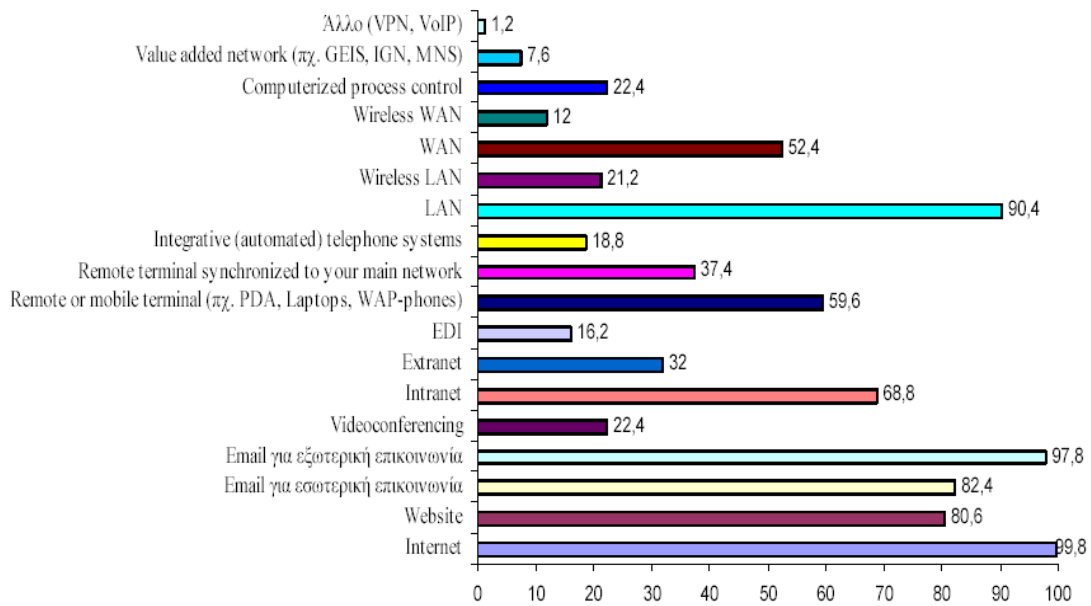
Σημαντικός αριθμός ελληνικών ΜΜΕ αντιμετωπίζουν προβλήματα γνώσεων και ενημέρωσης γύρω από τις νέες τεχνολογίες και έχουν σημαντικές ανάγκες υποστήριξης στους τομείς εκπαίδευσης και επιμόρφωσης.

Οι κυριότεροι λόγοι χρήσης Η/Υ είναι οι εφαρμογές λογιστηρίου (51% των ΜΜΕ) και ο αυτοματισμός γραφείου (44% των ΜΜΕ), ενώ ακολουθούν οι εμπορικές εφαρμογές και οι εφαρμογές παραγωγής. Μεταξύ των κυριοτέρων τμημάτων που χρησιμοποιούν Η/Υ το 53% των επιχειρήσεων ανέφεραν το λογιστήριο, το 29% ανέφεραν την παραγωγή, το 28% τις πωλήσεις/marketing. Μεταξύ των εφαρμογών που παρουσιάζουν αύξηση χρηστών περιλαμβάνονται ο αυτοματισμός γραφείου (59%), οι εφαρμογές λογιστηρίου (43%), η χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (27%) και οι εμπορικές εφαρμογές (26%).



Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη του ebusiness forum για τη διείσδυση των πρακτικών του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις για το έτος 2003 με δείγμα 500 μεγάλες επιχειρήσεις προκύπτει το συμπέρασμα ότι γίνεται μαζική χρήση του Internet, ειδικά από τις μεγάλες επιχειρήσεις (πάνω από 250 εργαζόμενοι) καθώς επίσης παρατηρείται μεγάλη χρήση LAN, Website και Intranet. Αντίθετα, μικρή χρήση παρατηρείται σε τεχνολογίες όπως Wireless WAN, Extranet και videoconferencing. Όσο αφορά τα τμήματα των επιχειρήσεων, μεγαλύτερη χρήση παρατηρείται από την οικονομική διαχείριση και ακολουθούν οι πωλήσεις και η διαχείριση αποθηκών. Τέλος 6 στις 10 επιχειρήσεις έχουν πλήρη διασύνδεση.

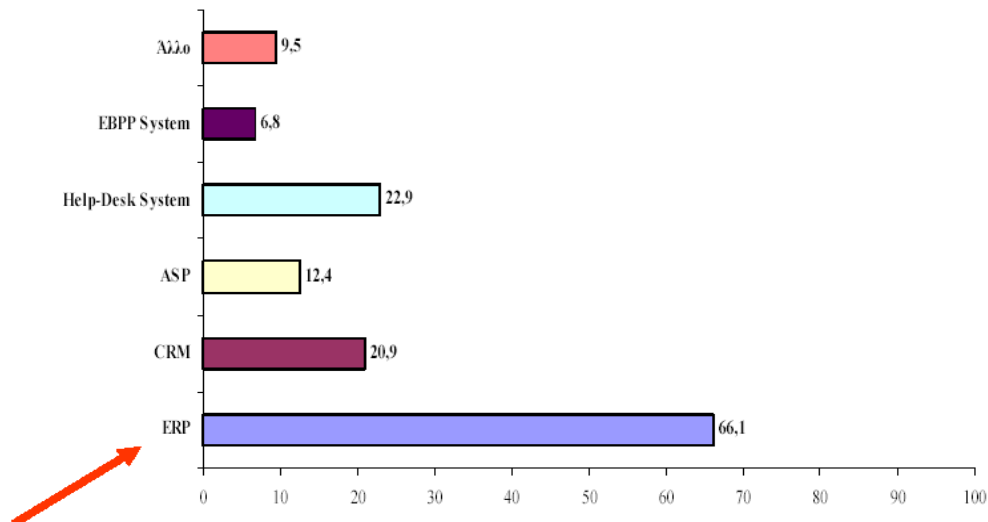
Χρήση ΤΠΕ από την Επιχείρηση



Επίσης, με βάση το βαθμό χρήσης νέων τεχνολογιών σε διάφορες δραστηριότητες (παραγωγή, πωλήσεις, marketing, εξυπηρέτηση πελατών κ.λπ.) παρατηρείται ότι 61 επιχειρήσεις εμφανίζουν πολύ μεγάλο βαθμό χρήσης, 378 εμφανίζουν μέτριο βαθμό χρήσης και 61 εμφανίζουν πολύ μικρό.

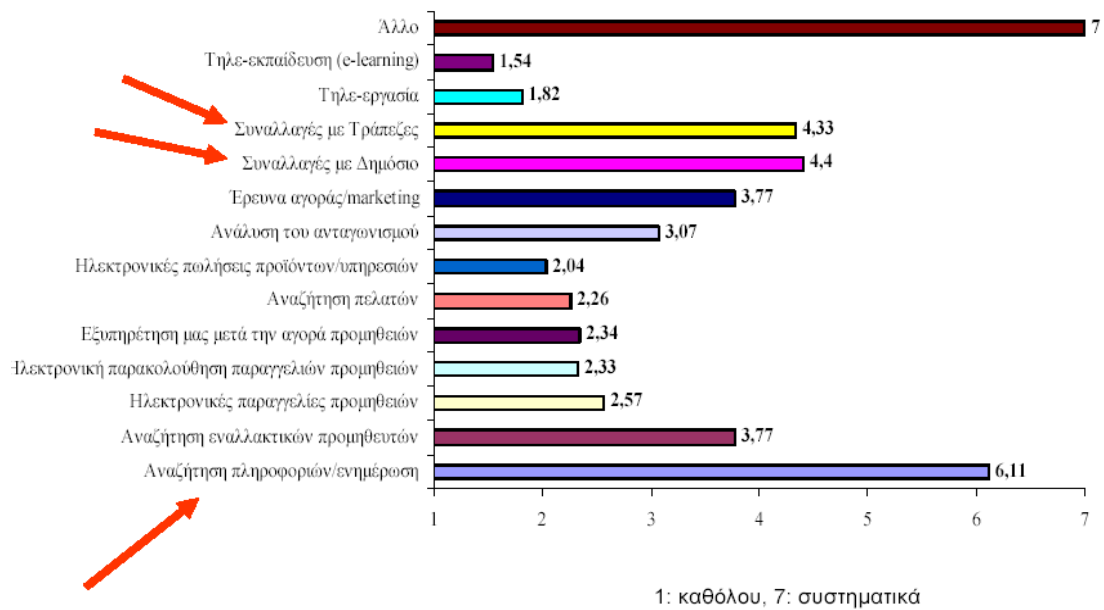
Τα εξειδικευμένα συστήματα που χρησιμοποιούνται παρουσιάζουν με μεγαλύτερο ποσοστό τα συστήματα ERP (66,1%) και ακολουθούν τα συστήματα help-desk, CRM και ASP.

Εξειδικευμένα Συστήματα που Χρησιμοποιούνται



Ο βαθμός χρήσης του Internet για διάφορους λόγους παρουσιάζει ως μεγαλύτερο ποσοστό το 64,4% των ΜΜΕ όπου έχουν μέτριο βαθμό χρήσης του Internet, 12,6% με υψηλό βαθμό και 23% με χαμηλό βαθμό χρήσης.

Βαθμός Χρήσης Internet για:

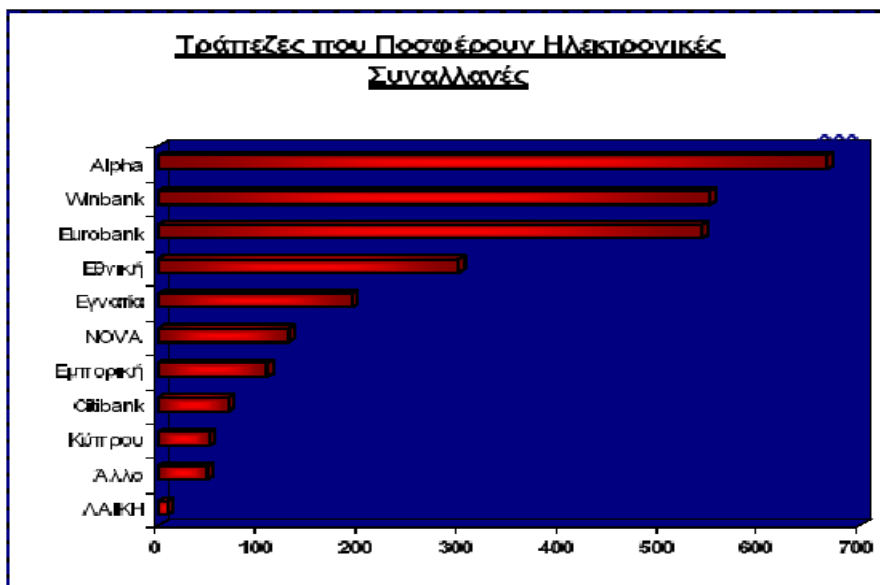


Γενικότερα, η διείσδυση των πρακτικών ηλεκτρονικού επιχειρείν στις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις κυμαίνεται σε μέτρια προς χαμηλά επίπεδα, ανεξάρτητα από τον κλάδο ή το μέγεθος της επιχείρησης. Εξαιρεση αποτελεί ο σχετικά εκτεταμένος βαθμός αξιοποίησης του διαδικτύου και η ύπαρξη ιστοσελίδας που όμως αποτελούν το αρχικό στάδιο υιοθέτησης πρακτικών ηλεκτρονικού επιχειρείν. Παράλληλα, η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου (online πωλήσεις και προμήθειες) φαίνεται να σταθεροποιείται, χωρίς να υπάρχουν προοπτικές για περαιτέρω διείσδυση λόγω της αβεβαιότητας για την ασφάλεια των συναλλαγών.

Συγκεκριμένα, τα πλεονεκτήματα των νέων τεχνολογιών υποσκελίζονται από έντονους προβληματισμούς σχετικά με την συμβατότητα, το κόστος σε σχέση με τα αναμενόμενα οφέλη και τις ειδικές γνώσεις που απαιτούνται για την διαχείριση τέτοιων συστημάτων. Σημαντικά βοηθούν τα κίνητρα χρηματοδότησης τέτοιων επενδύσεων και εκπαίδευσης του προσωπικού.

Τέλος, ιδιαίτερα ενθαρρυντικό συμπέρασμα αποτελεί το γεγονός της επίτευξης των στόχων των νέων τεχνολογιών στις επιχειρήσεις που εφαρμόζονται, γεγονός που βοηθάει στο να συγκεντρωθούν και να προβληθούν τόσο από τους κρατικούς φορείς, όσο και από τους προμηθευτές έργων πληροφορικής, τα θετικά αποτελέσματα από την υιοθέτηση και εφαρμογή των νέων τεχνολογιών.

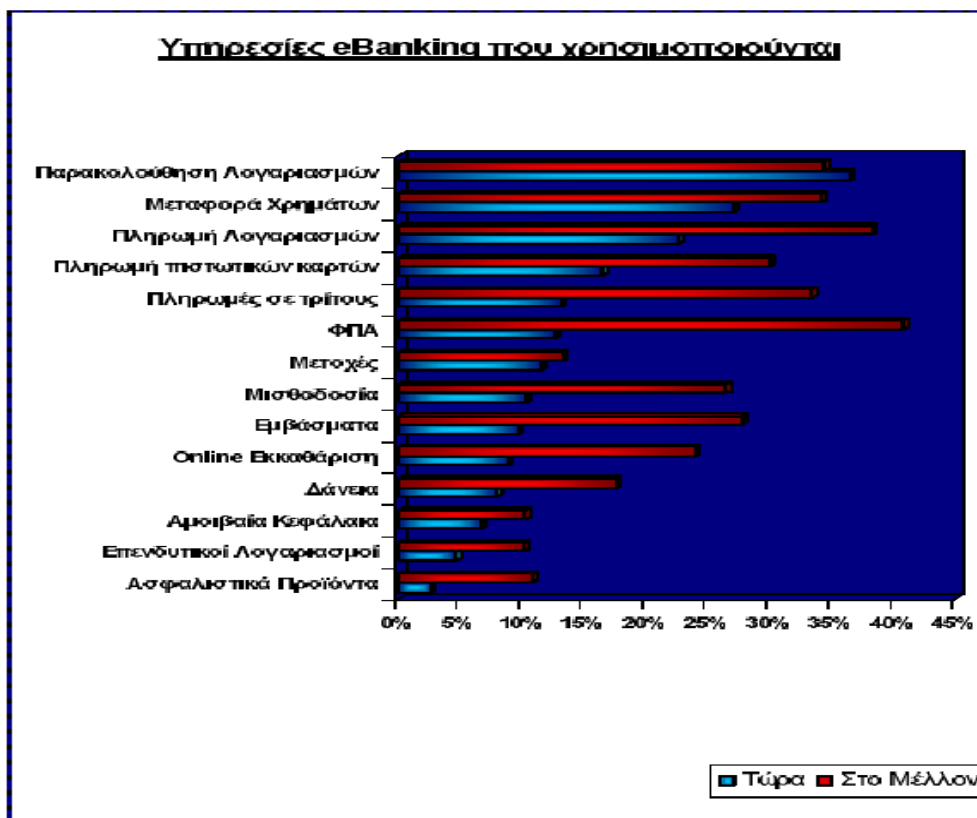
Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε το Τεχνολογικό Παρατηρητήριο του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών το 2001 για την Επιχειρηματική Χρήση του Internet στις επιχειρήσεις οι οποίες είχαν εταιρική παρουσία στο Internet στο τέλος του 2000 προκύπτει ότι οι ελληνικές τράπεζες που γνωρίζουν οι επιχειρήσεις αυτές ότι προσφέρουν ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές αναφέρονται με ποσοστό 58,47% η Alpha Τράπεζα Πίστεως, με 48,2% η Winbank, με 47,58% η Eurobank, με 26,25% η Εθνική και τέλος με 16,86% η Εγνατία.



Ένα από τα κυριότερα συμπεράσματα είναι το γεγονός ότι το 58,3% των επιχειρήσεων δεν χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες. Περίπου οι μισές από αυτές (49,1%) δεν έχουν επιλέξει με ποια τράπεζα θα συνεργαστούν όταν θελήσουν ή αναγκαστούν να προχωρήσουν σε μια τέτοια λειτουργία.

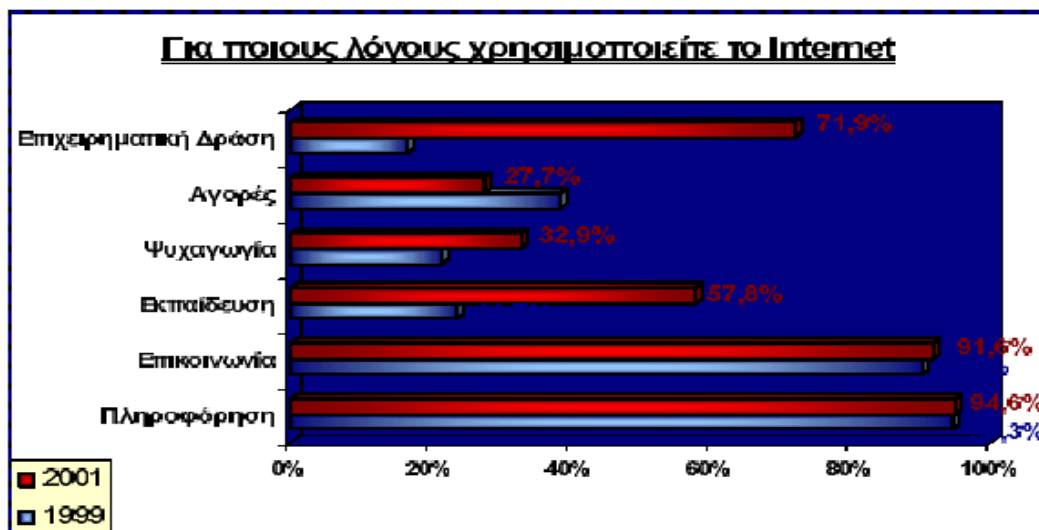


Στο ακόλουθο διάγραμμα διαφαίνονται οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται ή προτίθενται να χρησιμοποιηθούν στο μέλλον από τις ελληνικές επιχειρήσεις.



Όσο αφορά την online εκκαθάριση πληρωμών μόνο το 9,6% των επιχειρήσεων αξιοποιεί την υπηρεσία αυτή, επιτρέποντας στους πελάτες να τοποθετούν online τις παραγγελίες τους και να πληρώνουν επίσης online. Οι επιχειρήσεις που προτίθενται να χρησιμοποιήσουν την συγκεκριμένη υπηρεσία μέσα στον επόμενο χρόνο (για το 2002) ανέρχονται σε ποσοστό 23,5%.

Με βάση τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιούν το Internet, η επικοινωνία και η πληροφόρηση αποτελούν τις κύριες κατηγορίες.



Το σημαντικότερο συμπέρασμα προκύπτει από τη σύγκριση της παρούσας έρευνας με μία προηγούμενου έτους (1999) όπου όλο και περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις αποφασίζουν να ενσωματώσουν το Internet στις δραστηριότητές τους. Η αύξηση που παρατηρείται ανέρχεται σε ποσοστό 55% από το οποίο διαφαίνεται η χρήση του Internet ως επιχειρηματικό εργαλείο και ως νέο επιχειρηματικό κανάλι. Το e-learning παρουσιάζει αξιοσημείωτη αύξηση όπου προκύπτει ότι σχεδόν το 60% των ελληνικών επιχειρήσεων χρησιμοποιεί το Internet για την εκπαίδευση των στελεχών τους.

Τέλος και η ψυχαγωγία αρχίζει να αποκτά σημαντικό ρόλο για την χρήση του Internet καθώς οι πολλές ώρες που περνούν τα στελέχη στο χώρο εργασίας και η έλλειψη ελεύθερου χρόνου συντελούν στο να αναγκάζονται οι εργαζόμενοι να φροντίζουν και για την ψυχαγωγία τους κατά την διάρκεια που βρίσκονται στο γραφείο τους.

3.1.4 Υπηρεσίες Δημοσίου Τομέα

Η ανάπτυξη των υπηρεσιών του Δημοσίου Τομέα προς τις επιχειρήσεις-πολίτες είναι ιδιαίτερα σημαντική γιατί βελτιώνει την αποδοτικότητα και παραγωγικότητα των κρατικών υπηρεσιών, ανεβάζει την ποιότητα των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις-πολίτες και συμβάλλει στη μεγαλύτερη διαφάνεια των συναλλαγών. Ένας ακόμα σημαντικός λόγος είναι ότι οι εν λόγω υπηρεσίες αποτελούν καθοριστικό κίνητρο για τη μετάβαση, ιδιαίτερα των επιχειρήσεων, στην ηλεκτρονική εποχή.

Ήδη στην Ελλάδα έχουν γίνει κάποια βήματα για τη διάθεση ηλεκτρονικών υπηρεσιών του Δημοσίου Τομέα-κράτους υπάρχουν όμως σημαντικά περιθώρια για βελτίωση.

Ενδεικτικά αναφέρονται οι παρακάτω υπηρεσίες:

- Ηλεκτρονική υποβολή φορολογικών Δηλώσεων για φυσικά πρόσωπα & έκδοση Εκκαθαριστικού Σημειώματος, Δήλωση Εισοδήματος και Φορολογικής Ενημερότητας.
- Περιοδικές Δηλώσεις Φ.Π.Α.
- Ηλεκτρονική υποβολή Συγκεντρωτικών Καταστάσεων Τιμολογίων Πελατών –Προμηθευτών και Πιστωτικών Υπολοίπων.
- Υπηρεσία έλεγχου και υποβολής διορθώσεων στα στοιχεία του Υπουργείου Οικονομικών που αφορούν την ιδιοκτησία οχημάτων «e-Οχήματα»
- Υπηρεσία υπολογισμού του Φόρου Μεγάλης Ακίνητης Περιουσίας (ΦΜΑΠ) και εκτύπωση σημειωμάτων περαίωσης επιχειρήσεων γ' κατηγορίας.
- Ηλεκτρονική υποβολή δηλώσεων VIES ενδοκοινοτικών συναλλαγών.
- Ηλεκτρονική διάθεση των 45 συνηθέστερων εντύπων του υπουργείου Οικονομικών σε μορφή PDF.
- Ηλεκτρονική υποβολή Αναλυτικής Περιοδικής Δήλωσης και χορήγηση ασφαλιστικής ενημερότητας, υπηρεσία του ΙΚΑ.
- Τέλος παρέχονται υπηρεσίες ενημέρωσης που παρέχονται από τα sites διάφορων δημοσίων υπηρεσιών ΙΚΑ, ΑΣΕΠ, υπουργεία, ασφαλιστικά ταμεία κλπ.

Θα πρέπει να σημειωθεί όμως ότι για αρκετές από τις διαθέσιμες ηλεκτρονικές υπηρεσίες, φαίνεται, ότι πολλές επιχειρήσεις είτε δεν γνωρίζουν την ύπαρξη και τα πλεονεκτήματά τους, είτε δεν αντιλαμβάνονται τα οφέλη που έχουν να αποκομίσουν και τον τρόπο με τον οποίο θα τις χρησιμοποιήσουν.

3.2 Βασικοί παίκτες - Εμπλεκόμενοι

Οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν τις τάσεις και πρωταγωνιστούν στην διαμόρφωση της αγοράς είναι οι πάροχοι υπηρεσιών Internet, οι εταιρίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, οι εταιρίες ανάπτυξης Internet εφαρμογών, οι Application Service Providers (ASPs), οι διεθνείς παίκτες που έχουν εισέλθει στην αγορά, ακόμη και οι τράπεζες μέσω ειδικών υπηρεσιών e-banking και τέλος ο βασικός Πάροχος Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών (OTE).

Ο καθένας από αυτούς τους φορείς συμβάλλει με τον δικό του τρόπο στην ανάπτυξη και διάχυση της νέας αυτής τεχνολογίας, και επηρεάζει με τις κινήσεις του τα δρώμενα της αγοράς.

3.2.1 Πάροχοι Υπηρεσιών Internet (ISPs)

Είναι γεγονός ότι ο ρόλος των παροχών υπηρεσιών Internet (Internet Service Providers ή ISPs) είναι καταλυτικός στην εξάπλωση της χρήσης του Internet στην Ελλάδα.

Ο ρόλος τους είναι πολλαπλός καλύπτοντας τόσο την ανάπτυξη και διεύρυνση της αγοράς, έτσι ώστε ο χρήστης του Internet να κερδίσει από τα οφέλη του υγιούς ανταγωνισμού, όσο και την δημιουργία ιδανικών συνθηκών για λειτουργική, κερδοφόρα και παραγωγική χρήση κάθε τηλεπικοινωνιακής υπηρεσίας, προσφέροντας διαρκώς νέες δυνατότητες και προοπτικές για αποδοτικές και απλές λύσεις πρόσβασης.

Το 2004 η κατάσταση στο χώρο του Internet φαίνεται να σταθεροποιείται με έναν πυρήνα επιχειρήσεων να παραμένουν δυναμικά στο χώρο. Το πελατολόγιο και οι ισολογισμοί τους αποκαλύπτουν ότι πέντε είναι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις/ πάροχοι που κατέχουν μερίδιο της αγοράς περισσότερο του 84% και που έχουν την δυνατότητα να επηρεάζουν με τις κινήσεις τους την συμπεριφορά της αγοράς. Ηγέτης της ελληνικής αγοράς Internet (Market Leader) με το μεγαλύτερο μερίδιο είναι η OTEnet και ακολουθούν η FORTHnet, η Hellas On Line, η Tellas και η ACN.

Οι ISPs προσφέρουν υπηρεσίες πρόσβασης στο Διαδίκτυο (PSTN, ISDN, ADSL), τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες IP (μόνιμες γραμμές, VPN's, σταθερής τηλεφωνίας κ.λπ.), υπηρεσίες ηλεκτρονικού επιχειρείν (web design, hosting, κ.λπ.) και υπηρεσίες ηλεκτρονικού περιεχομένου και προστιθέμενης αξίας.

Οι υπηρεσίες τους, απευθύνονται σε οικιακούς χρήστες (συνδρομητές), σε ελεύθερους επαγγελματίες καθώς και σε μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς.

Οι ISPs επιδιώκουν την δημιουργία ιδανικών συνθηκών για λειτουργική, κερδοφόρα και παραγωγική χρήση κάθε τηλεπικοινωνιακής υπηρεσίας.

3.2.2 Μεγάλοι Εγχώριοι PC Vendors

Σημαντική θέση στην επέκταση της χρήσης του Internet και την διάδοση των νέων τεχνολογιών κατέχουν οι μεγάλες εταιρίες πληροφορικής (PC Vendors) που δραστηριοποιούνται στον Ελλαδικό χώρο.

Ο ρόλος τους αφορά ως επί τω πλείστον την παροχή του «μέσου» (H/Y) για την πρόσβαση στο Διαδίκτυο, καθώς και λύσεις που καλύπτουν όλο το φάσμα προϊόντων πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών όπως για παράδειγμα εξαρτήματα, περιφερειακά και προγράμματα λογισμικού καθώς και πακέτα συνδέσεων στο Internet, είτε με την μορφή μεταπώλησης είτε με την μορφή bundle (π.χ H/Y και σύνδεση Internet μαζί).

Ουσιαστικά παρέχουν εξοπλισμό πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών τόσο σε ISPs, επιχειρήσεις του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα κλπ όσο και στον τελικό καταναλωτή.

Τα τελευταία χρόνια οι εταιρίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών παρουσιάζουν αύξηση πωλήσεων γεγονός που υποδηλώνει την τάση για την σχετική αύξηση του μεριδίου χρήσης Η/Υ τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στα ελληνικά νοικοκυριά (27,1% το 2003 από 25,8% το 2002).

Κατά συνέπεια η ελληνική αγορά φαίνεται να ωριμάζει όσον αφορά την κατοχή και χρήση Η/Υ. Οι χρήστες βρίσκονται στο στάδιο ανάπτυξης των γνώσεων τους σχετικά με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των Η/Υ, αναγνωρίζοντας ολοένα και περισσότερο την σημασία της απόδοσης και της ποιότητας που παρέχουν οι εδραιωμένοι στον χώρο κατασκευαστές εξοπλισμού/ συστημάτων.

Οι σημαντικότεροι εγχώριοι PC Vendors που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών είναι οι ακόλουθοι (βάσει μεριδίου αγοράς 2003 ως προς τον αριθμό των πωλήσεων – τεμάχια Desktop PCs, Notebooks και Servers, Πηγή IDC-.Com Business, τεύχος 73, 16/2/2004):

- Info-Quest (17.6%)
- Πουλιάδης (12.3%)
- ALTEC (7,3%)
- Oktabit (3,0%)

3.2.3 Διεθνείς Παιχτες

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του Ελληνικού Internet κατέχουν και οι μεγάλοι διεθνείς παίχτες όπως η Dell, η Cisco, η HP, η IBM, η Sun Microsystems, Microsoft, Ovack, κ.α. Ο ρόλος τους εστιάζεται στην παροχή τόσο λύσεων λογισμικού (software) όσο και υλισμικού (hardware) αλλά και ολοκληρωμένων Υπηρεσιών Πληροφορικής.

Οι εταιρίες αυτές προσφέρουν λύσεις καλύπτοντας τις ανάγκες όχι μόνο των τελικών καταναλωτών αλλά και των ISPs, των επιχειρήσεων του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα κλπ.

Η επιχειρηματική τους προσπάθεια εστιάζεται σε δύο βασικές προτεραιότητες: τη δημιουργία, την ανάπτυξη και την εξέλιξη προηγμένων Τεχνολογιών Πληροφορικής και την μετατροπή των τεχνολογιών αυτών σε πραγματική επιχειρηματική αξία, ως μοχλό ανάπτυξης και προόδου για τους πελάτες τους.

Πολλές από αυτές τις εταιρίες έχουν συνεργαστεί και έχουν υλοποιήσει μεγάλα έργα IT για μεγάλες εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον Ελλαδικό χώρο, προσφέροντας με αυτόν τον τρόπο την εμπειρία και τεχνογνωσία που διαθέτουν από την δραστηριοποίησή τους στην παγκόσμια αγορά.

3.2.4 Εταιρίες Ανάπτυξης Internet Εφαρμογών

Η ταχύτερη και πληρέστερη κάλυψη των αναγκών του πελάτη είναι ο λόγος που όλο και περισσότερες εταιρίες επενδύουν στο Internet, ιδιαίτερα όσες δραστηριοποιούνται σε δυναμικούς και γρήγορα αναπτυσσόμενους τομείς, με την βοήθεια των εταιριών ανάπτυξης Internet εφαρμογών.

Οι εταιρίες αυτές παρέχουν υπηρεσίες ανάπτυξης και λειτουργίας εφαρμογών Internet καθώς και εκπαιδευτικές υπηρεσίες σε θέματα τηλεπικοινωνιών και πληροφορικής.

Ο ρόλος των εταιριών ανάπτυξης εφαρμογών Internet είναι ιδιαίτερα σημαντικός καθώς αποφέρουν σημαντικά οφέλη π.χ ευελιξία, αύξηση παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητας ενισχύοντας το ηλεκτρονικό επιχειρείν και την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα συμβάλλοντας στην ηλεκτρονικοποίηση των λειτουργιών μιας επιχείρησης μέσω της χρήσης δικτύων Intranet, Extranet και Internet, καθώς επίσης και μέσω της διαχείρισης των σχέσεων με τον πελάτη (Customer Relationship Management, CRM), της διαχείρισης των αποθεμάτων και παραγγελιών (Supply Chain Management, SCM) και της ολοκληρωμένης διαχείρισης των επιχειρηματικών πόρων (Enterprise Resource Planning, ERP).

Η αξιοποίηση των προσφερόμενων Internet εφαρμογών παρατηρείται ως επί τω πλείστον στις μεγάλες εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον Ελλαδικό χώρο ανταποκρινόμενες στην ανάγκη για προσαρμογή και αναβάθμιση του παραγωγικού δυναμικού τους στο νέο απαιτητικό και πλήρως ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Ενδεικτικά, μερικές από τις σημαντικότερες εταιρίες ανάπτυξης Internet εφαρμογών που δραστηριοποιούνται στον Ελλαδικό χώρο είναι:

- Exodus
- Hellasnet
- FDS
- Creative Marketing
- Eurocom

3.2.5 Application Service Providers

Ο κλάδος του Application Service Provision (ASP) βρίσκεται ακόμα σε πρώιμο στάδιο στην Ελλάδα και συνεπώς δεν υπάρχουν εταιρίες που να λειτουργούν αμιγώς ως ASPs.

Η Unisystems, η Cosmoone, η Internet Hellas, η Hellasnet, η OTEnet κ.α. προσφέρουν υπηρεσίες ASP καθώς και υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου για επιχειρήσεις με τη δημιουργία Ηλεκτρονικών Αγορών (e-marketplaces) και μέσω εφαρμογών, Ολοκληρωμένων Λύσεων (System Integration) και υπηρεσίες Data Center (Web Hosting, Application Hosting, Co-location κ.α.).

Το μοντέλο Application Service Provision δίνει την δυνατότητα μέσα από το μοίρασμα των πόρων του Data Center του εκάστοτε ASP, στις μεν εταιρίες λογισμικού να μπορούν να διαθέτουν τις εφαρμογές τους στην αγορά ευκολότερα, στις δε συνδρομητρίες εταιρίες την χρήση των εφαρμογών αυτών με το μικρότερο δυνατό κόστος.

Ο ρόλος των εταιριών αυτών με τις λύσεις που προσφέρουν συμβάλλουν στην γρήγορη προσαρμογή της επιχείρησης στην νέα οικονομία με ελάττωση του κόστους δημιουργίας και διαχείρισης μηχανογραφικής υποδομής, εστίαση στο κύριο επιχειρηματικό αντικείμενο και ταυτόχρονη διασφάλιση της διαθεσιμότητας και ποιότητας των υπηρεσιών. Ουσιαστικά δίνουν τη δυνατότητα σε όλες τις Ελληνικές επιχειρήσεις - ανεξάρτητα του μεγέθους τους και του τύπου δραστηριότητάς τους - να συναλλάσσονται με ευκολία και ασφάλεια επεκτείνοντας έτσι τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες με τον πιο άμεσο και προσοδοφόρο τρόπο.

3.2.6 Υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Συναλλαγών (e-banking)

Στα πλαίσια της συνεχούς βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών των Τραπεζών και της πληρέστερης κάλυψης των αναγκών και απαιτήσεων των πελατών τους, οι Τράπεζες προχώρησαν στην εισαγωγή νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών εκμεταλλευόμενοι τα οφέλη που απορρέουν από την χρήση του Internet.

Με τις υπηρεσίες e-banking, ως ολοκληρωμένες λύσεις τόσο για τραπεζικές όσο και για χρηματοοικονομικές συναλλαγές, οι Τράπεζες αποσκοπούν στην πληρέστερη εξυπηρέτηση των πελατών αξιοποιώντας όλα τα διαθέσιμα ηλεκτρονικά μέσα και τις νέες τεχνολογίες.

Μέσω του e-banking οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να πραγματοποιούν **τραπεζικές συναλλαγές** όπως μεταφορές μεταξύ λογαριασμών ιδίου δικαιούχου, μεταφορές κεφαλαίων σε άλλες Τράπεζες στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό (εμβάσματα εσωτερικού ή εξωτερικού), πληρωμές πιστωτικών καρτών, πληρωμές ΦΠΑ, ΙΚΑ, αποστολή μισθοδοσίας, εξόφληση λογαριασμών με πάγιες εντολές ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ κ.λπ., αναλυτική απεικόνιση και διαχείριση του χαρτοφυλακίου όπως αναλυτική κίνηση των λογαριασμών, κινήσεις των δανείων, αιτήσεις για έκδοση μπλοκ επιταγών κ.λπ.

Χρηματιστηριακές συναλλαγές όπως η παρακολούθηση on line του χαρτοφυλακίου και των τιμών των μετοχών, οι εντολές αγοράς ή πώλησης, οι εντολές ημέρας, η εμφάνιση πινακιδίων, η υποβολή αίτησης συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές στο Χ.Α.Α. κ.λπ. συγκαταλέγονται στις δυνατότητες που προσφέρει η υπηρεσία e-banking.

Τα οφέλη που απορρέουν μέσω της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης των πελατών είναι η εξοικονόμηση του χρόνου, η ευκολία στην διεκπεραίωση των συναλλαγών, οι τραπεζικές συναλλαγές σε πραγματικό χρόνο όλο το 24ωρο, 365 μέρες το χρόνο, ολοκληρωμένη έγκυρη ενημέρωση και μειωμένα κόστη συναλλαγών.

Κατά αυτόν τον τρόπο, οι υπηρεσίες e-banking αποτελούν έναν ακόμη σημαντικό μοχλό διάδοσης του Internet στην εγχώρια αγορά καθώς και εξοικείωσης των χρηστών με το νέο αυτό ηλεκτρονικό μέσο.

Με την πάροδο του χρόνου διαφαίνεται η τάση του Έλληνα πολίτη να εμπιστεύεται το Internet ακόμα και για τις τραπεζικές του συναλλαγές.

Οι υπηρεσίες e-banking αποτελούν στην ουσία ένα ακόμη βασικό κίνητρο δίνοντας ώθηση ουσιαστικά στην χρήση του Internet και συνεπώς στην αύξηση της διείσδυσής του στην ελληνική αγορά.

Οι βασικοί παίκτες στον κλάδο των Τραπεζών που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες Web Banking είναι οι ακόλουθοι:

- ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
- ΕΓΝΑΤΙΑ
- ΠΕΙΡΑΙΩΣ
- Alpha Bank
- Citibank
- NovaBank
- EFG Eurobank Ergasias
- Emporiki Bank

3.2.7 Πάροχοι Τηλεπικοινωνιακών Υπηρεσιών

Οι πάροχοι τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών όπως ο ΟΤΕ στην Ελλάδα ή η Telecom Italia στην Ιταλία κλπ. είναι αυτοί που συνήθως παρέχουν την απαραίτητη τηλεπικοινωνιακή υποδομή για να φτάνει το Internet σε κάθε σπίτι ή επιχείρηση είτε πρόκειται για συνδέσεις μέσω τηλεφωνικού δικτύου είτε για ευρυζωνικές συνδέσεις.

Ο ρόλος του πάροχου τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών στην ανάπτυξη του Internet είναι πολύ σημαντικός αφού α) η ποιότητα-κατάσταση του τηλεπικοινωνιακού δικτύου επηρεάζει και την ποιότητα της σύνδεσης Internet που φτάνει στους χρήστες και β) η έκταση και ο εκσυγχρονισμός των τηλεπικοινωνιακών υποδομών έχουν άμεση σχέση με το τηλεπικοινωνιακό κόστος και την παροχή νέων υπηρεσιών (πχ. ευρυζωνικές συνδέσεις) Internet.

Εφόσον ένα μέρος του κόστους χρήσης του Internet είναι και το τηλεπικοινωνιακό κόστος, παίζει σημαντικό ρόλο και η ευνοϊκή τιμολογιακή πολιτική πρόσβασης (π.χ. ΕΠΑΚ) του τηλεπικοινωνιακού παρόχου ώστε να συμβάλει στην περαιτέρω ανάπτυξη και στην αύξηση της χρήσης του Internet ενώ παράλληλα οι επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες καθώς και η συνεργασία με τους ISPs βοηθά στο να παρέχονται καλύτερες και υψηλής τεχνολογίας υπηρεσίες Διαδικτύου.

Ο ΟΤΕ που αποτελεί το βασικό πάροχο όσο αφορά τις τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες έχει κάνει σημαντικά βήματα που στηρίζουν το Internet όπως π.χ. το χαμηλό τηλεπικοινωνιακό κόστος ΕΠΑΚ, συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, υπάρχει όμως δυνατότητα και με τη συνεργασία των ISPs για περαιτέρω κινήσεις που θα δώσουν ώθηση στις υπηρεσίες Internet.

3.3 Ανασκόπηση τύπου & ΜΜΕ

Κάνοντας μία ανασκόπηση στην εξελικτική πορεία του Internet στην Ελλάδα, μπορεί κανείς να διακρίνει την αρνητική στάση του Τύπου έναντι του νέου αυτού μέσου. Στη συνέχεια και καθώς το μέσο εξελισσόταν, ο Τύπος και τα ΜΜΕ προέβαλαν ως επί τω πλείστον θέματα όπως η έλλειψη ασφάλειας, πορνογραφία, ηλεκτρονικές απάτες, ηλεκτρονικά εγκλήματα κ.α.

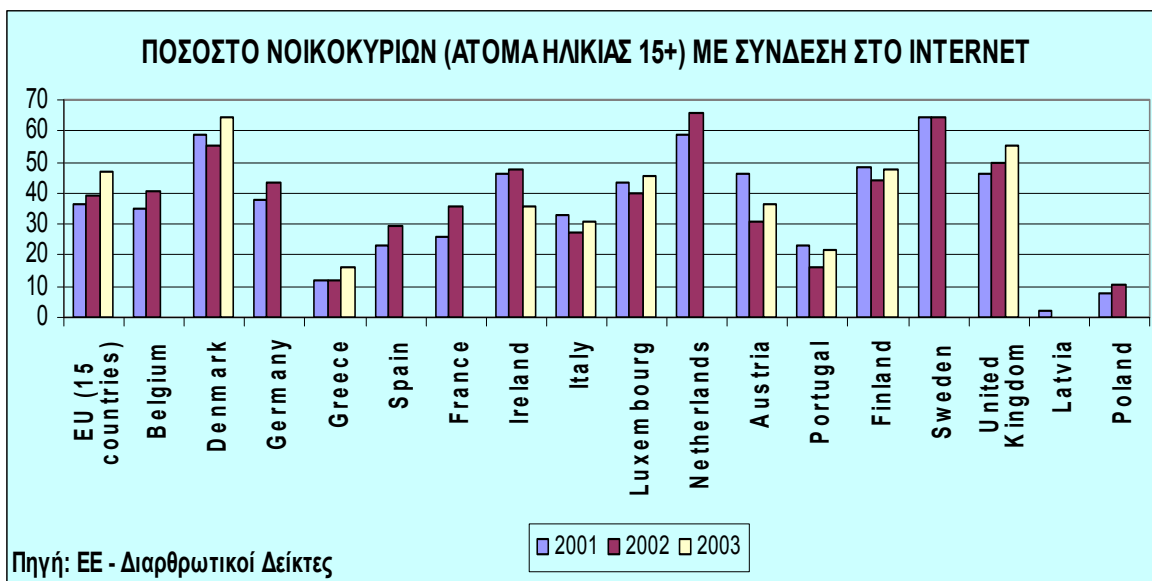
Η αρνητική αυτή στάση είχε άμεση επίπτωση στην δημιουργία και διαιώνιση μιας αρνητικής εικόνας η οποία αποτέλεσε τροχοπέδη στην ανάπτυξη και διάχυση του Internet στην ελληνική κοινωνία.

Η τάση κινδυνολογίας γύρω από το Internet σε συνδυασμό με τις επιδερμικές εκδόσεις ειδικών εντύπων, την έλλειψη εναλλακτικής ενημέρωσης από τα ΜΜΕ αλλά και την παντελή έλλειψη ενημέρωσης στα περί του Internet οφέλη αποτέλεσε σημαντικό εμπόδιο στην ανάπτυξη και αξιοποίηση του ελληνικού Διαδικτύου.

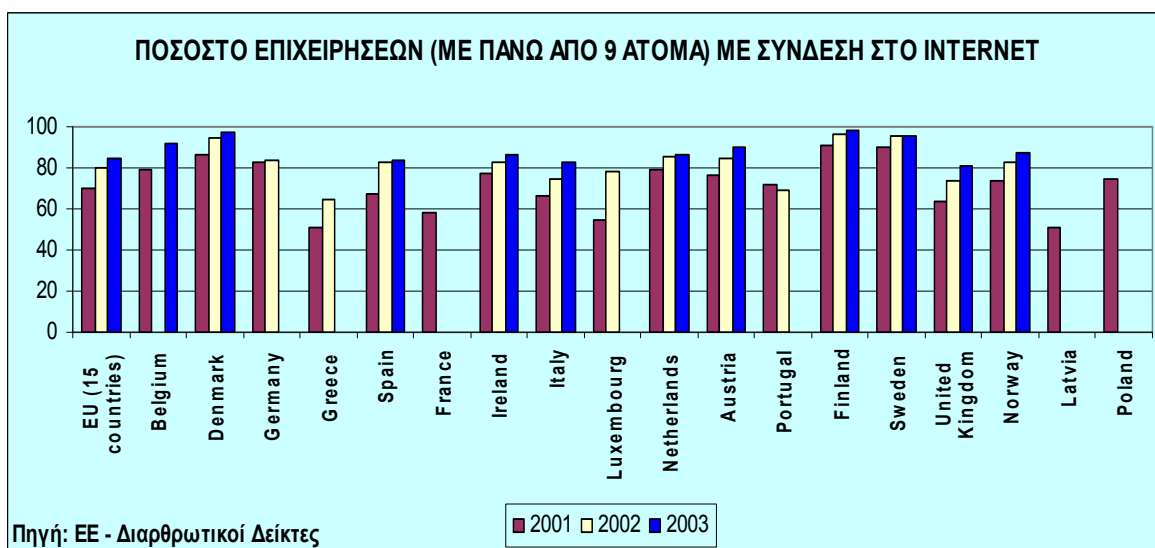
Συνεπώς η έλλειψη σωστής ενημέρωσης και η λανθασμένη εικόνα που δημιουργήθηκε τόσο μέσω του Τύπου όσο και από τα ΜΜΕ αποτέλεσαν έναν από τους βασικούς παράγοντες που το Internet παρουσιάζεται απρόσιτο στο ευρύ κοινό αλλά και στις ελληνικές επιχειρήσεις με αποτέλεσμα το ποσοστό διείσδυσής του να είναι ακόμη και στις μέρες μας πολύ χαμηλό συγκριτικά με τον μέσο όρο των υπόλοιπων Ευρωπαϊκών Χωρών (Ψηφιακό Χάσμα).

3.4 Σύγκριση με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες

Σε σχέση με άλλες χώρες η Ελλάδα υστερεί σημαντικά στο ποσοστό χρήσης του Internet, σύμφωνα με τα στοιχεία των Διαρθρωτικών Δεικτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Συγκεκριμένα, ενώ το 2003 κατά μέσο όρο το ποσοστό των νοικοκυριών που είχαν πρόσβαση στο Internet στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 15 Χωρών ανήλθε στο 46,8% στην Ελλάδα ήταν μόλις 16,3%, γεγονός που την κατατάσσει στην τελευταία θέση της ΕΕ-15.



Αντίστοιχη εικόνα παρουσιάζεται και στο χώρο των επιχειρήσεων, όπου για επιχειρήσεις με αριθμό προσωπικού από 9 άτομα και πάνω, η Ελλάδα κατέχει την τελευταία θέση στο 2002 (τελευταίο έτος για το οποίο υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία) μεταξύ των Χωρών της ΕΕ-15. Συγκεκριμένα, το 2002 ενώ κατά μέσο όρο στην ΕΕ (15 Χώρες) το 79,7% των επιχειρήσεων με πάνω από 9 άτομα είχαν πρόσβαση στο Internet στην Ελλάδα είχε πρόσβαση το 64,4%.



Παράλληλα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα του "The 2003 e-readiness rankings" του Economist Intelligence Unit, μελέτη που μετράει τον βαθμό κατά τον οποίο η γενικότερη κατάσταση μιας χώρας, βάσει κριτηρίων όπως η ποιότητα των τεχνολογικών υποδομών, το επιχειρησιακό περιβάλλον, το κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο κ.α., βοηθάει στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 26η θέση (από 23η το 2002) ανάμεσα σε 60 Χώρες Παγκοσμίως ή στην τελευταία θέση (16η το 2003 από 15η το 2002) ανάμεσα στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης.

Ως εκ τούτου, το ψηφιακό χάσμα που παρατηρείται στην Ελλάδα έναντι των υπολοίπων Χωρών σε συνάρτηση με τις τάσεις που παρατηρούνται και την αδυναμία της Ελλάδας να συγκλίνει προς τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο σηματοδοτούν την ανάγκη για λήψη δραστικών

μέτρων που θα αναστρέψουν την αρνητική αυτή κατάσταση και θα οδηγήσουν προς την γεφύρωση του χάσματος.

3.5 Το κόστος του Internet

Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα του Internet και κατά ένα μεγάλο ποσοστό ένας από τους λόγους που εξαπλώθηκε ανά τον κόσμο είναι το γεγονός ότι παρέχει σε εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως, με πολύ χαμηλό κόστος, δυνατότητες επικοινωνίας, ενημέρωσης, πληροφόρησης, εκπαίδευσης, εργασίας και ψυχαγωγίας.

3.5.1 Δομή του κόστους χρήσης του Internet

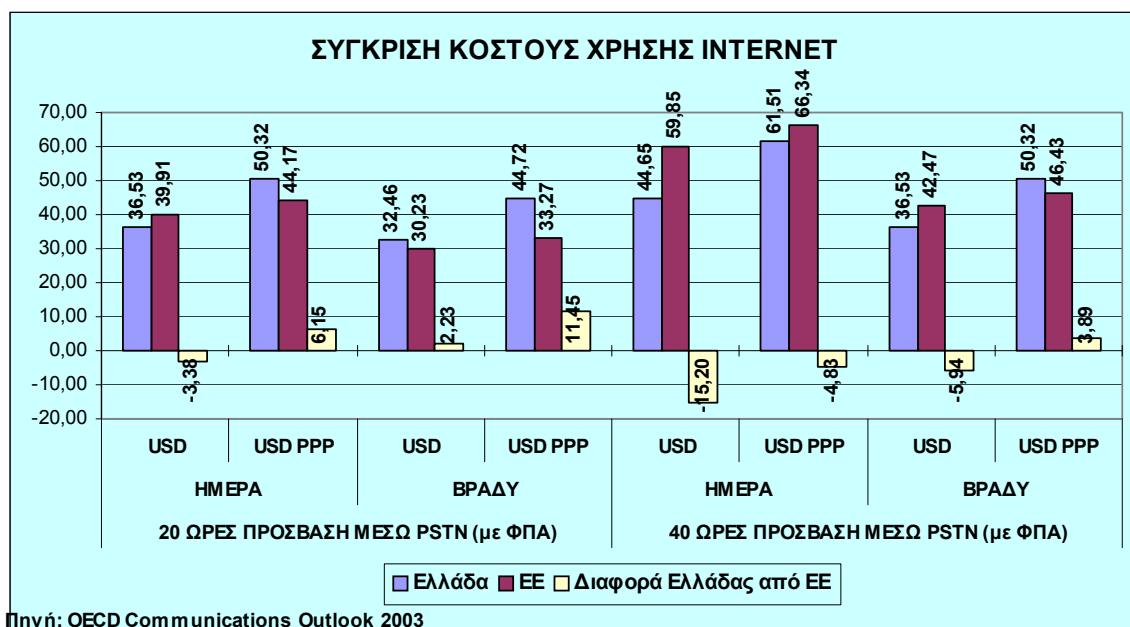
Το κόστος χρήσης του Internet σε γενικές γραμμές αποτελείται από δύο μέρη, α) από το τηλεπικοινωνιακό κόστος (π.χ. κατοχή και χρήση της τηλεφωνικής γραμμής) και β) από το κόστος του Παροχέα Υπηρεσιών Internet (ISP) (π.χ. το αντίτιμο για την αγορά συνδρομής Internet).

Τα συστατικά στοιχεία του κόστους χρήσης του Internet μέσω Η/Υ διαφοροποιούνται ανάλογα με τον τρόπο πρόσβασης, όπως ενδεικτικά παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

	Επιλεγόμενο Τηλεφωνικό Δίκτυο – Dial up (PSTN/ISDN)			DSL	Μόνιμη σύνδεση με μισθωμένο κύκλωμα
	Συνδρομή Internet	Κάρτα προπληρωμένου χρόνου	Χωρίς συνδρομή/κάρτα Internet		
Κόστος κατοχής τηλεφωνικής γραμμής (PSTN/ISDN)	X	X	X	X	
Κόστος χρήσης τηλεφωνικής γραμμής για σύνδεση στο Internet (ΕΠΑΚ)	X	X			
Κόστος χρήσης τηλεφωνικής γραμμής για σύνδεση στο Internet (αστική χρέωση)			X		
Κόστος σύνδεσης DSL				X	
Κόστος μισθωμένης γραμμής					X
Κόστος ISP	X	X		X	X

Ο ΟΟΣΑ εδώ και χρόνια πραγματοποιεί μετρήσεις αναφορικά με το κόστος χρήσης του Internet στις χώρες μέλη του. Ως παράμετροι του κόστους λαμβάνονται α) το κόστος μίσθωσης της τηλεφωνικής γραμμής (PSTN), β) το κόστος χρήσης του τηλεφωνικού δικτύου για πρόσβαση στο Internet και γ) το κόστος συνδρομής PSTN του Παροχέα Υπηρεσιών Internet (ISP). Το κόστος αυτό υπολογίζεται για συγκεκριμένο αριθμό ωρών μηνιαίας χρήσης (20, 30 και 40 ώρες) τόσο για χρήση εντός ημέρας όσο και για χρήση σε ώρες μη αιχμής (βράδυ) όπου υπάρχουν διαφορετικές χρεώσεις. Τέλος το κόστος αυτό υπολογίζεται σε δολάρια ΗΠΑ (USD) τόσο ως απόλυτο κόστος σε κάθε Χώρα (USD) όσο και ως σταθμισμένο κόστος (USD PPP - Purchasing Power Parities) ώστε να εξαλειφθούν οι διαφορές που υπάρχουν στην αγοραστική αξία ανάμεσα στις Χώρες.

Βάσει των πιο πρόσφατων μετρήσεων (Σεπτέμβριος 2002), όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, το σταθμισμένο κόστος χρήσης (USD PPP) του Internet στην Ελλάδα σε σχέση με τον Μέσο Όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) παρουσιάζεται υψηλότερο για 20 ώρες χρήση το μήνα, τόσο κατά τη διάρκεια της ημέρας όσο και κατά τις βραδινές ώρες, κατά 6,15 και 11,45 δολάρια ΗΠΑ αντίστοιχα. Παράλληλα, για 40 ώρες χρήση το μήνα, το κόστος είναι χαμηλότερο στην Ελλάδα κατά την διάρκεια της ημέρας, κατά 4,83 δολάρια ΗΠΑ, μεγαλύτερο όμως κατά τις νυχτερινές ώρες, κατά 3,89 δολάρια ΗΠΑ.



Στο σημείο αυτό όμως, αξίζει να σημειωθεί ότι στην Ελλάδα οι ISPs τα τελευταία χρόνια πραγματοποιούν σημαντικό αριθμό προσφορών στις συνδρομές τους, με αποτέλεσμα το κόστος της συνδρομής να είναι πρακτικά χαμηλότερο κατά 30%-40%, σχεδόν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι το κόστος χρήσης του Internet στην Ελλάδα είναι περίπου 7 έως 9 δολάρια ΗΠΑ (σε USD PPP) χαμηλότερο και επομένως και οι διαφορές με τον Ευρωπαϊκό Μέσο Όρο είναι αρκετά χαμηλότερες.

Σημαντική επίσης είναι η σύγκριση του κόστους χρήσης του Internet με το κόστος άλλων αγαθών/υπηρεσιών ευρείας κατανάλωσης, ώστε να είναι πιο συγκρίσιμη και ξεκάθαρη η εικόνα. Η σύγκριση αυτή παρουσιάζεται στην επόμενη ενότητα.

3.5.2 Σύγκριση κόστους Internet με κόστος άλλων αγαθών

Η αξία της υπηρεσίας, κατά πόσο δηλαδή η συνολική ικανότητα της υπηρεσίας θα καταφέρει να ικανοποιήσει τις ανάγκες του εκάστοτε αγοραστή, καθώς και η τιμή της αποτελούν τους βασικότερους παράγοντες ώθησης των ενδιαφερόμενων για την επιλογή και την πραγματοποίηση της αγοράς. Συνεπώς η ικανοποίηση των απαιτήσεων του υποψήφιου πελάτη στο χαμηλότερο δυνατό κόστος απόκτησης, ιδιοκτησίας και χρήσης αποτελεί το σημαντικότερο κίνητρο βάσει του οποίου η επιλογή υπηρεσίας θα αποδώσει στον ενδιαφερόμενο την μεγαλύτερη αξία ανά euro.

Σύμφωνα με τα παραπάνω και λόγω του ότι στους έλληνες χρήστες του Internet επικρατεί η αντίληψη ότι η απόκτηση πρόσβασης στο Internet έχει ένα υψηλό κόστος, ακολουθεί ένας συγκριτικός πίνακας όπου παρουσιάζονται ορισμένες καθημερινές δραστηριότητες - ασχολίες

που ικανοποιούνται μέσω βασικών προϊόντων και υπηρεσιών, υπολογίζοντας το κόστος αυτών συγκριτικά με τις υπηρεσίες πρόσβασης στο Internet.

Συγκριτικός πίνακας μεταξύ κόστους πρόσβασης στο Internet και κόστους άλλων αγαθών.

Προϊόντα - Υπηρεσίες	Κόστος (με ΦΠΑ)
Σινεμά (ταινία 2 ωρών)	€ 3,5 (ανά ώρα)
Θέατρο (παράσταση 2 ωρών)	€ 12,5 (ανά ώρα)
Καφές	€ 3,5
Ενοίκιαση βιντεοκασέτας ή DVD*	€ 1 (ανά ώρα)
Εφημερίδα	€ 1
Περιοδικό	€ 5,80
Ποτό	€ 15
Φαγητό σε fast food	€ 8
Τηλεφώνημα αστικό (καθημερινές 08:00-20:00 μέσω ΟΤΕ)	€ 1,84 (ανά ώρα)
PSTN σύνδεση **	€ 0,883 (ανά ώρα)
ISDN 64K σύνδεση **	€ 1,008 (ανά ώρα)
Κάρτα προπληρωμένου χρόνου στο Internet (20 ωρών) **	€ 0,852 (ανά ώρα)
ADSL 384K σύνδεση **	€ 1,045 (ανά ώρα)

* Για την εν λόγω υπηρεσία θεωρούμε ότι ο καταναλωτής νοικιάζει την βιντεοκασέτα ή το DVD για τουλάχιστον 2 ώρες δηλαδή αποκλειστικά να τη δει και να την επιστρέψει (πραγματικές ώρες χρήσης) και όχι για το σύνολο των 24 ωρών που έχει ως περιθώριο επιστροφής της.

** Για τον υπολογισμό έχουν ληφθεί υπόψη οι μέσοι όροι τιμών (μήνα) των συνδρομών των μεγαλύτερων ελληνικών ISPs με τη θεώρηση ότι γίνεται χρήση της συνδρομής για PSTN/ISDN μία ώρα την ημέρα και για ADSL δύο ώρες την ημέρα, καθώς επίσης και η τιμή του ΕΠΑΚ για ώρες αιχμής. Στην περίπτωση του ADSL δεν υπάρχει ΕΠΑΚ αλλά το μηνιαίο πάγιο της τηλεπικοινωνιακής πρόσβασης ADSL (24,9 €).

Από τον παραπάνω συγκριτικό πίνακα διαφαίνεται ότι το κόστος πρόσβασης στο Internet αποτελεί ίσως το χαμηλότερο σε αντίθεση με άλλες καθημερινές δραστηριότητες - ασχολίες του Έλληνα καταναλωτή, το οποίο και αποδεικνύει τη λανθασμένη αντίληψη που επικρατεί, αντίληψη την οποία καλούμαστε να αντιστρέψουμε προκειμένου το Internet να μπορέσει να αποτελέσει δραστηριότητα για το μέσο Έλληνα η οποία θα είναι αφενός οικονομική και αφετέρου ευχάριστη, δημιουργική και αποδοτική τόσο ως επαγγελματικό ή εκπαιδευτικό εργαλείο όσο και ως μέσο επικοινωνίας και διασκέδασης.

3.6 Λόγοι χαμηλής χρήσης και ανάπτυξης

Σύμφωνα με μελέτη που διενεργήθηκε το 2002 (Internet access in the European Union and in the United States) αναφορικά με την εξέταση των παραγόντων που επιδρούν στην διείσδυση του Internet σε μια Χώρα, προκύπτει ότι η διείσδυση του Internet επηρεάζεται από διάφορους δομικούς παράγοντες, όπως οι οικονομικές συνθήκες μια Χώρας και οι δυνατότητες πρόσβασης στην τηλεπικοινωνιακή υποδομή. Επίσης σημαντική επίδραση έχουν και οι ρυθμιστικές πολιτικές προς τομείς που δρουν συμπληρωματικά στην παροχή υπηρεσιών Internet καθώς και το κόστος απόκτησης του απαραίτητου εξοπλισμού και υπηρεσιών πρόσβασης στο Internet (H/Y, συνδρομή Internet) και εκπαίδευσης στη χρήση τους. Τέλος επίδραση παρατηρείται και από παράγοντες όπως το μορφωτικό επίπεδο, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, ο βαθμός γνώσης της αγγλικής γλώσσας (λόγω του ότι η πλειοψηφία του περιεχομένου στο Internet είναι στην αγγλική), ο βαθμός διείσδυσης και χρήσης των H/Y καθώς και το ίδιο το μέγεθος της εγχώριας αγοράς (το οποίο επιδρά σημαντικά στην ανάπτυξη τοπικού περιεχομένου καθώς και στην διάθεση λογισμικού σε εθνική γλώσσα, π.χ. στα ελληνικά).

Παρακάτω παρατίθεται ανάλυση των λόγων που συμβάλλουν σημαντικά στη χαμηλή χρήση και ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα σε επίπεδο Πολιτικού, Οικονομικού, Κοινωνικού και Τεχνολογικού περιβάλλοντος.

3.6.1 Πολιτικό Περιβάλλον

3.6.1.1 Πολιτεία – Κράτος

Παρά το γεγονός ότι η Πολιτεία λαμβάνει μέτρα για την ανάπτυξη της χρήσης των Νέων Τεχνολογιών, οι καθυστερήσεις στην ανάληψη πρωτοβουλιών με στόχο την πλήρη εφαρμογή των κανόνων και δράσεων του προγράμματος e-europe 2002, αποτελούν τροχοπέδη στην διάδοση και προώθηση του Internet και των υπηρεσιών του στον ευρύτερο πληθυσμό.

Πιο αναλυτικά, η πολιτεία έπρεπε:

- Να διαμορφώσει κατάλληλο φορολογικό περιβάλλον (ηλεκτρονική τιμολόγηση και ΦΠΑ) (Οδηγία 2001 / 115 / ΕΚ του Συμβουλίου της 20.12.2001, ΕΕ αριθ. L 15 της 17.1.2002 – Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 792 / 2002 του Συμβουλίου της 7.5.2002, ΕΕ αριθ. L 128 της 15.5.2002 και οδηγία 2002 / 38 / ΕΚ του Συμβουλίου της 7.5.2002, ΕΕ αριθ. L 128 της 15.5.2002).
- Να παρέχει κίνητρα ως προς την επιδότηση της προσφοράς και της ζήτησης υπηρεσιών Internet. Για παράδειγμα, τα κίνητρα χρήσης του Διαδικτύου αλλά και απόκτησης του απαραίτητου εξοπλισμού (Η/Υ, modem κλπ.) όσο αφορά τους απλούς χρήστες είναι πολύ περιορισμένα (ήδη η αγορά Η/Υ σταμάτησε να εκπίπτει από τη φορολογία) εάν σκεφτούμε ότι σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο (Οκτώβριος '02) το 32% των Ελλήνων, έναντι του 27% του Ευρωπαϊκού αντίστοιχου δείκτη, θεωρούν τη χρήση του Η/Υ πολύ σημαντική για την προσωπική τους ζωή γεγονός που σημαίνει ότι πολλοί Έλληνες με κάποια κίνητρα θα αγόραζαν Η/Υ. Παράλληλα σύμφωνα με έρευνα της DECEDEOP για την περίοδο Ιανουαρίου-Οκτωβρίου 2003 το 63% των Ελλήνων πιστεύουν ότι δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν Η/Υ ή και άλλο τεχνολογικό εξοπλισμό γεγονός που σημαίνει ότι και η απόκτηση γνώσης για τη χρήση του Η/Υ και κατ' επέκταση του Internet θα αποτελέσει κίνητρο για χρήση.
- Να διαμορφώσει κατάλληλες συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού (π.χ. ανταγωνισμός από πανεπιστήμια).
- Να επιταχύνει τα προγράμματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και ηλεκτρονικής υγείας. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχονται από το Δημόσιο τομέα αλλά και η Δικτύωσή του αποτέλεσαν για πολλές χώρες κίνητρο για αύξηση της χρήσης του Internet αφού οι πολίτες / επιχειρήσεις προκειμένου να γλιτώσουν χρόνο, χρήμα και κόπο κατέφευγαν στο Διαδίκτυο και σιγά-σιγά ανακάλυπταν την ευκολία και τις δυνατότητες που τους παρείχε. Στην Ελλάδα είναι πολύ σημαντικό το Κράτος να αποτελέσει το πρότυπο της παροχής τέτοιων υπηρεσιών γιατί σίγουρα η μείωση της γραφειοκρατίας, η διαφάνεια και η ευκολία με την οποία θα διεκπεραιώνονται πολλές εργασίες θα αποτελέσει σημαντικό κίνητρο και για χρήση του Internet αλλά και για υιοθέτηση ηλεκτρονικών τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις.
- Να φροντίσει για την επιβολή των ευρωπαϊκών προτύπων για θέματα ασφάλειας δικτύων και συναλλαγών. Η ασφάλεια των συναλλαγών είναι ένα σημαντικό θέμα στο χώρο του Internet γι' αυτό και γίνεται προσπάθεια βελτιστοποίησής της, όμως μεγάλο μερίδιο της επιφυλακτικότητας των χρηστών οφείλεται στην έλλειψη ενημέρωσης και στην επιφυλακτικότητα που έχουν γενικά για το Internet ως μέσο.
- Να προωθήσει μέσα από ένα σύνολο ενεργειών τη διάδοση του μέσου.
- Να διαμορφώσει νομικό και θεσμικό πλαίσιο, όσον αφορά την θέσπιση των πνευματικών δικαιωμάτων, την πιστοποίηση της τηλε-εκπαίδευσης, την ασφαλιστική κάλυψη της τηλε-εργασίας κ.λπ. Υπάρχει ανάγκη θεσμοθέτησης του νέου πλαισίου κανονιστικών ρυθμίσεων για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες που θα κατοχυρώνουν τους χρήστες αλλά και θα παρέχουν μεγαλύτερη ασφάλεια δικαίου σε πιθανούς

επενδυτές του χώρου ώστε να δημιουργηθεί πιο πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη του Διαδικτύου.

- Να επιταχύνει το σύνολο των έργων πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών του Γ' ΚΠΣ.

3.6.1.2 Εκπαιδευτικό Σύστημα

Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών στο σύνολο του εκπαιδευτικού συστήματος της χώρας παρουσίασε ανάλογες χρονικές καθυστερήσεις, τόσο από πλευράς τεχνολογικών υποδομών, όσο και ως προς τη χρήση του Internet ως εκπαιδευτικό μέσο.

Σημαντικό παράγοντα για τους χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης του Internet στην χώρα μας αποτελεί επίσης η μη δέσμευση κρατικών πόρων για προγράμματα βελτίωσης δεξιοτήτων και ενίσχυση των εκπαιδευτικών και ερευνητικών δραστηριοτήτων.

Η ένταξη του Internet στην εκπαίδευση αποτελεί σημαντικό λόγο χαμηλής χρήσης και ανάπτυξης του Internet. Έχουν γίνει σημαντικά βήματα να αποκτήσουν τα σχολεία την απαραίτητη υποδομή όπως πχ. αγορά απαραίτητου εξοπλισμού για τη δημιουργία εργαστηρίων Πληροφορικής κλπ. πέρα όμως από τον εξοπλισμό σημαντικό ρόλο θα παίξει η εκπαίδευση των μαθητών αυτών στη χρησιμότητα του Internet ώστε οι τελευταίοι να κατανοήσουν τις δυνατότητες γνώσης, πληροφόρησης, μάθησης, επικοινωνίας ή ακόμα και ψυχαγωγίας που τους παρέχει το Διαδίκτυο.

3.6.2 Οικονομικό Περιβάλλον

3.6.2.1 Ελληνική Οικονομία

Η δομή της ελληνικής οικονομίας παραμένει σε μεγάλο βαθμό παραδοσιακή στη μεταποίηση, στις υπηρεσίες, στη γεωργία, στην κτηνοτροφία. Ειδικότερα στην Ελλάδα, όλα τα στοιχεία αποδεικνύουν ότι ο συνδυασμός εγγενών χαρακτηριστικών της τοπικής αγοράς και της έως τώρα έλλειψης ανταγωνισμού στην πληροφορική και τις τηλεπικοινωνίες δεν επιτρέπουν την ταχεία ανάπτυξη του Internet σε σύγκριση με τους εταίρους μας στην ΕΕ και τον ΟΟΣΑ. Οι χρονικές καθυστερήσεις που παρουσιάστηκαν κατά την κρίσιμη περίοδο ανάληψης σημαντικών δράσεων τεχνολογικής αναβάθμισης είναι πιθανόν να οδηγήσει τη χώρα σε ακόμη δυσμενέστερη θέση στην παγκόσμια ανταγωνιστική οικονομία. Η καθυστερημένη απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών, η παρατεταμένη ύφεση του κλάδου πληροφορικής κατά την τελευταία διετία, τα εμπόδια που παρεμβάλουν σε τεχνικο-οικονομικό επίπεδο, τα ιστορικά τηλεπικοινωνιακά μονοπώλια και οι χαμηλοί οικονομικοί πόροι για έρευνα και τεχνολογία αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα για την υγιή και ταχεία ανάπτυξη του Internet στη χώρα μας.

3.6.2.2 Κόστος

Τα μεγάλα μήκη τοπικού βρόγχου σε μεγάλο ποσοστό της χώρας γεωγραφικά σε σύγκριση με τις λογικές αποστάσεις που παρατηρούνται στις αστικές περιοχές, αυξάνουν δραματικά το κόστος ανάπτυξης δικτύων, και δει ευρυζωνικών, σε συνδυασμό με τη χαμηλή αναμενόμενη ζήτηση στις περιοχές αυτές έχει ως άμεση συνέπεια τη διαμόρφωση υψηλού κόστους από την πλευρά των παρόχων προκειμένου να δημιουργήσουν νέες υποδομές. Η χαμηλή ζήτηση υπηρεσιών, εφαρμογών ευρείας αποδοχής, ενδιαφέροντος και γενικότερα εθνικού

περιεχομένου, δεν επιτρέπουν την εύκολη δημιουργία της κρίσιμης μάζας ζήτησης, η οποία θα αποφέρει γρήγορη απόσβεση των επενδύσεων και θα πιέσει το τελικό κόστος σε πιο χαμηλά επίπεδα.

Το υψηλό κόστος διασύνδεσης με το διεθνές Internet και η ανάγκη για διαρκή τεχνολογική αναβάθμιση του εξοπλισμού από πλευράς των παρόχων αυξάνουν περαιτέρω το κόστος παροχής υπηρεσιών Internet.

Όλα τα παραπάνω, έχουν ως αποτέλεσμα τη διαμόρφωση υψηλότερων τιμών όσον αφορά τις συνδρομές στο Internet σε σχέση με άλλες Χώρες προς τον τελικό καταναλωτή, ο οποίος καλείται να επενδύσει και στον απαραίτητο εξοπλισμό (PC, modem) προκειμένου να απολαύσει υπηρεσίες, τις οποίες ο αντίστοιχος Ευρωπαίος μέσος πολίτης απολαμβάνει σε χαμηλότερες τιμές σε σχέση με το μηνιαίο εισόδημά του.

Στο σημείο αυτό όμως, αξίζει να σημειωθεί ότι στην Ελλάδα οι ISPs τα τελευταία χρόνια πραγματοποιούν σημαντικό αριθμό προσφορών στις συνδρομές τους, σχεδόν καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, και λόγω ανταγωνισμού αλλά και για να κάνουν το Internet περισσότερο ελκυστικό και προσιτό σε μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς, με αποτέλεσμα το κόστος της συνδρομής λόγω των προσφορών να είναι χαμηλότερο κατά 30%-40%.

3.6.3 Κοινωνικό Περιβάλλον

3.6.3.1 Κοινωνική Άγνοια

Κύριο ανασταλτικό παράγοντα αποτελεί το γεγονός ότι η πλειοψηφία των Ελλήνων αγνοεί τα οφέλη και τις χρήσεις του Internet γεγονός το οποίο προκύπτει από τη μέχρι τώρα χαμηλή έως ανύπαρκτη εκπαίδευση επί θεμάτων νέας τεχνολογίας, καθώς επίσης και από την έλλειψη μίας ευρύτερης τεχνολογικής κουλτούρας και καλλιέργειας. Παράλληλα, η κακή ενημέρωση έχει δημιουργήσει αρνητικότερη εικόνα στους Έλληνες πολίτες για το Διαδίκτυο, το οποίο εκλαμβάνεται ως μέσο διασκέδασης και μετάδοσης πορνογραφικού υλικού, ενώ στην πραγματικότητα πρόκειται για το πλέον χρήσιμο εργαλείο για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής, της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, της συνεχούς κατάρτισης και της δια βίου μάθησης των πολιτών.

Το Internet συμβάλει στην βελτίωση της ποιότητας της ζωής με την παροχή προηγμένων υπηρεσιών υγείας, μεταφορών και προστασίας του περιβάλλοντος. Η εξάπλωση και χρήση του Internet αυξάνει την αποδοτικότητα και ποιότητα της παροχής των υπηρεσιών στην κοινωνία, τον πολιτισμό και την οικονομία, και ταυτόχρονα εξασφαλίζει οικονομίες κλίμακας.

Το ποσοστό της άγνοιας αυξάνεται δραματικά όταν αναφερόμαστε σε ημιαστικές και αγροτικές περιοχές, σε χαμηλού οικονομικού εισοδήματος πληθυσμιακές μάζες, σε άτομα μεγάλης ηλικίας, καθώς επίσης και στο γυναικείο φύλο.

3.6.3.2 Τεχνολογική Κουλτούρα

Η ανυπαρξία της τεχνολογίας ως βιωματική λειτουργία σε μεγάλο μέρος του ελληνικού πληθυσμού συντελεί στην μη εύκολη αποδοχή των νέων τεχνολογιών ως εργαλείο καθημερινής χρήσης. Μία σύγκριση της τωρινής νέας γενιάς με την αμέσως προηγούμενη είναι ικανή να αποδείξει το πόσο εύκολα η τεχνολογία μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο κουλτούρας από την στιγμή που η εκμάθησή της ξεκινάει σε πολύ μικρές ηλικίες. Θα έπρεπε, ωστόσο, προκειμένου να γεφυρωθεί το ψηφιακό χάσμα να έχουν εναρμονιστεί οι

συγκεκριμένες ενέργειες διασποράς της τεχνολογικής κουλτούρας και στα ανώτερης ηλικίας πληθυσμιακά στρώματα μέσω επιμορφωτικών σεμιναρίων και άλλων δράσεων.

3.6.3.3 Γλώσσα

Η επικράτηση της αγγλικής γλώσσας στο Διαδίκτυο και η αρχική ασυμβατότητα της ελληνικής γλώσσας με τα διεθνή λογισμικά αποτέλεσε σοβαρό ανασταλτικό παράγοντα στην γρήγορη ανάπτυξη του μέσου. Η καθυστέρηση στον εξελληνισμό τόσο του λογισμικού χρήσης του Internet, όσο και στην ύπαρξη του περιεχομένου ή και των πληροφοριών στην ελληνική γλώσσα είχε ως αποτέλεσμα τον αποκλεισμό των πληθυσμιακών μαζών που δεν είχαν γνώσεις αγγλικής.

Οι Έλληνες, σύμφωνα με έρευνα που ανακοινώθηκε στο Διεθνές Συνέδριο του CEDEFOP, βρίσκονται στη μέση της ποσοστιαίας κλίμακας των πολιτών που δεν γνωρίζουν ξένες γλώσσες με 49%, ποσοστό που εκτιμούμε όμως ότι μειώνεται μια και οι νεώτερες γενιές γνωρίζουν μια τουλάχιστον ξένη γλώσσα, συνήθως αγγλικά.

3.6.4 Τεχνολογικό Περιβάλλον

3.6.4.1 Υποδομές

Η ανάπτυξη τεχνολογικών υποδομών αποτελεί βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του Internet. Οι παρακάτω παράγοντες συνάδουν στο ότι οι εγχώριες υποδομές αναπτύχθηκαν με αργούς ρυθμούς και με σημαντικές χρονικές αποκλίσεις σε σχέση με τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους.

- Χρονική υστέρηση στην υιοθέτηση νέων τεχνολογικών πρωτοκόλλων.
- Περιορισμένη εγχώρια παραγωγή τηλεπικοινωνιακού υλικού και λογισμικού.
- Γεωγραφική θέση και διασπορά του ελληνικού πληθυσμού σε περιοχές που περικλείονται από βουνά, θάλασσα κ.α., ήτοι δύσκολη γεωγραφική σύνθεση για την ανάπτυξη δικτύων.
- Καθυστερήσεις νέων μοντέλων διασύνδεσης και διαλειτουργικότητας.
- Καθυστερήσεις θέσπισης θεσμικού πλαισίου για την αποδέσμευση του τοπικού βρόγχου και των δικαιωμάτων διέλευσης.

3.6.4.2 Περιεχόμενο - Υπηρεσίες

Δεδομένου ότι διανύουμε την εποχή της ευρυζωνικότητας είναι σαφές ότι η χρηματοδότηση περισσότερων ανεπτυγμένων πολυμεσικών υπηρεσιών εξαρτάται από τη διάθεση ζωνικού εύρους για την λειτουργία τους, ενώ η χρηματοδότηση της ευρυζωνικής υποδομής εξαρτάται από την διάθεση νέων υπηρεσιών που θα το χρησιμοποιήσουν. Κατά συνέπεια απαιτείται ανάληψη δράσης για την ενθάρρυνση και τόνωση υπηρεσιών και υποδομής, ώστε να δημιουργηθεί το δυναμικό όπου η μία πλευρά θα εξελίσσεται από την αύξηση της άλλης.

Παρά το γεγονός ότι η ανάπτυξη περιεχομένου και υπηρεσιών προδιαγράφεται σαφώς στο πρόγραμμα eEurope 2002 και 2005, η χώρα μας έχει να επιδείξει ελάχιστες υπηρεσίες και περιεχόμενο με έμφαση στους παρακάτω τομείς, οι οποίοι κρίνονται απαραίτητοι για την αύξηση της ζήτησης και της συνολικής διείσδυσης του Internet:

- Ψυχαγωγία
 - Αθλητικά
 - Μουσική
 - Βίντεο
 - Παιχνίδια
 - Τουρισμός

- Υπηρεσίες
 - E-Banking
 - E-Ticketing
 - E-Government
 - E-Health
 - E-Learning
 - E-Commerce

Ειδικότερα στον τομέα των ευρυζωνικών υπηρεσιών, θα έπρεπε ήδη να υπάρχουν στην ελληνική αγορά εφαρμογές και υπηρεσίες που θα έχουν ένα πρωταγωνιστικό ρόλο στο άμεσο μέλλον. Σε αυτές μπορεί κανείς να συμπεριλάβει όλες τις «τηλέ» - υπηρεσίες (π.χ. τηλε-εργασία, τηλε-εκπαίδευση, τηλε-ιατρική, τηλε-συνεδρίαση κ.λπ.), δικτυακές υπηρεσίες ανάμεσα σε ομότιμους κόμβους (peer-to-peer Networking Services), μετάδοση video υψηλής ποιότητας, αλληλεπιδραστικά παιχνίδια, καθώς και ένα μεγάλο σύνολο υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας που σχετίζονται με την παροχή πληροφοριών, ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων, αλλά και εμπορικών συναλλαγών.

4. Οφέλη από την Ανάπτυξη του Internet

Τα οφέλη από την ανάπτυξη του Internet έχουν απήχηση τόσο στην Ελληνική οικονομία, στην απασχόληση και στην παραγωγικότητα όσο και στο σύνολο του ελληνικού πληθυσμού (ιδιώτες, Επιχειρήσεις, Κράτος).

4.1 Οικονομία - Απασχόληση- Παραγωγικότητα

Η χρήση της τεχνολογίας και του Διαδικτύου μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στη δημιουργία εσόδων και στην μείωση της φτώχειας. Δίνει τη δυνατότητα σε άτομα και επιχειρήσεις να εκμεταλλευτούν οικονομικές ευκαιρίες που απορρέουν από αποδοτικότερες διαδικασίες, τη συμμετοχή σε ευρύτερα οικονομικά δίκτυα και τη δημιουργία νέων ευκαιριών για απασχόληση.

Με πολλούς τρόπους το Internet βοηθά στη ανάπτυξη της παραγωγικότητας όπως πχ. με τη διάδοση πληροφοριών και λύσεων για κάποιο συγκεκριμένο πρόβλημα σε όλους τους ενδιαφερομένους της αγοράς ή με την έγκαιρη πρόσβαση σε στοιχεία, είτε μέσα από το Internet είτε από κλειστά δίκτυα, που βοηθούν στη λήψη σωστών αποφάσεων.

Οι επιχειρήσεις και γενικότερα η αγορά μπορούν με τη χρήση του Internet και της τεχνολογίας να μειώσουν κόστη για αγορά υλικών, προμήθειες συναλλαγών ή και λειτουργικά κόστη γεγονός που τους δίνει τη δυνατότητα να μειώσουν τις τιμές των προϊόντων τους και να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί. Επιπλέον πέρα από τη μείωση των τιμών μπορούν να χρησιμοποιήσουν την καλύτερη και περισσότερη πληροφορία που έχουν για να βελτιώσουν την αξία του προϊόντος τους και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η παγκόσμια αυτή δικτύωση έχει σαν αποτέλεσμα νέους τρόπους δημιουργίας και παράδοσης προϊόντων και υπηρεσιών σε παγκόσμιο επίπεδο. Δημιουργούνται νέα επιχειρηματικά μοντέλα και νέες συνθήκες αγοράς καθώς και νέοι κλάδοι απασχόλησης (απασχόληση που μπορεί να γίνεται και μέσω Internet – τηλε-εργασία). Παράλληλα η πρόσβαση σε νέες αγορές και πηγές που μπορούν να δώσουν ευκαιρίες για απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος δίνει σημαντικές ευκαιρίες περαιτέρω ανάπτυξης της οικονομίας.

4.2 Ιδιώτες

Καλύτερη ποιότητα ζωής

Η ανάπτυξη του Internet συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του πολίτη μέσα από εφαρμογές που τον βοηθούν:

- Στην διεκπεραίωση των εργασιών του σε σχέση με το κράτος πιο εύκολα και πιο γρήγορα με εφαρμογές e-government όπως την υποβολή της φορολογικής του δήλωσης, της δήλωσης ΦΠΑ, την απόκτηση πιστοποιητικών κ.α.
- Στην αύξηση των γνώσεων του χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες, forums, on line εγκυκλοπαίδειες, ηλεκτρονικά μουσεία κ.α.
- Στην ολοκληρωμένη και διαδραστική ενημέρωσή του μέσα από ειδησεογραφικά web sites, portals, ηλεκτρονικό τύπο κ.λπ.
- Στην ψυχαγωγία του δίνοντάς του την δυνατότητα να επισκεφτεί δικτυακούς τόπους με μουσική (music on demand), ταινίες (video on demand), online games κ.λπ.
- Στην από απόσταση αγορά προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς να βγει από το χώρο του (e-shops)
- Στον προγραμματισμό των διακοπών του με επίσκεψη σε τουριστικά, περιγητικά, online κρατήσεων εισιτηρίων και καταλυμάτων web sites
- Στην διαχείριση των χρημάτων του μέσω εφαρμογών e-banking, e-trading κ.λπ.
- Στην παρακολούθηση θεμάτων που αφορούν την υγεία του μέσω του ηλεκτρονικού φακέλου υγείας και γενικά του προγράμματος e-health

Ενίσχυση της Επικοινωνίας σε όλα τα επίπεδα

Με την ανάπτυξη του Internet και την αύξηση των χρηστών ένα ισχυρό μέσο επικοινωνίας ουσιαστικά απελευθερώνεται. Οι πολίτες μπορούν να επικοινωνούν σε όλα τα επίπεδα αμεσότερα, ευκολότερα, ταχύτερα και οικονομικότερα. Οι συνδέσεις μικρού και μεγάλου εύρους, το δορυφορικό Internet, η τηλεφωνία μέσα από το Internet, η πρόσβαση μέσω κινητής τηλεφωνίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, οι ασύρματες λύσεις Internet και όλες οι συναφείς τεχνολογίες μειώνουν τις αποστάσεις και βοηθούν τον χρήστη να επικοινωνεί σε όλα τα επίπεδα χωρίς περιορισμούς χρόνου και τόπου.

Εξοικονόμηση χρόνου

Η χρήση του βελτιωμένου και αναπτυγμένου μέσου βοηθά τον πολίτη στην εξοικονόμηση και καλύτερη διαχείριση του χρόνου τόσο σε προσωπικό, όσο και επαγγελματικό επίπεδο με ταχύτερη πρόσβαση στην πληροφορία, ταχύτερη επικοινωνία και μεταφορά μεγαλύτερου όγκου δεδομένων δια μέσου της ευρυζωνικής πρόσβασης και των υπηρεσιών της.

Νέοι ορίζοντες στην Εκπαίδευση

Με την ανάπτυξη του Internet οι δυνατότητες στην εκπαίδευση για τον πολίτη διευρύνονται, εισάγονται νέα μέσα διδασκαλίας, εμπλουτίζεται η διδακτέα ύλη με διαδραστικό τρόπο, αλλάζει

ο τρόπος μετάδοσης της γνώσης, παρέχονται εξατομικευμένες εκπαιδευτικές λύσεις, και γενικότερα ο εκπαιδευτικός μηχανισμός δύναται να φτάσει και στα πιο απομακρυσμένα σημεία της χώρας μέσα από εφαρμογές ηλεκτρονικού σχολείου (**e-school**) και ηλεκτρονικού πανεπιστημίου (**e-university**). Το μορφωτικό επίπεδο του πολίτη αναβαθμίζεται, εκσυγχρονίζεται βοηθώντας τον να γίνει πιο ανταγωνιστικός στην αγορά εργασίας, στη κοινωνία και στις διεθνείς προκλήσεις. Επίσης η ανάπτυξη του Internet με τους παραπάνω τρόπους θα συμβάλλει σημαντικά στην αναβάθμιση της εκπαίδευσης ομάδων πολιτών που δεν μπορούν να απολαύσουν το αναφαίρετο δικαίωμα της μάθησης και της εκπαίδευσης (π.χ άτομα με ειδικές ανάγκες).

Βελτίωση της σχέση του ατόμου με το κράτος

Η εισαγωγή των διαδικασιών του κρατικού μηχανισμού στο Internet αποτελεί βάση για την ανάπτυξη του μέσου. Η διαδραστικότητα και η αμεσότητα του Internet χρησιμοποιείται από το κράτος για την παροχή υπηρεσιών προς τον πολίτη ο οποίος αποδεσμεύεται από γραφειοκρατικές, χρονοβόρες διαδικασίες, επικοινωνεί και χρησιμοποιεί τον κρατικό μηχανισμό ως αρωγό στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής του με εφαρμογές όπως η ηλεκτρονική υποβολή δήλωσης ΦΠΑ, φορολογικής δήλωσης, η ηλεκτρονική έκδοση φορολογικής ενημερότητας, πιστοποιητικών, η ηλεκτρονική πληρωμή φόρων, η ενημέρωση μέσα από ειδικές πύλες για προγράμματα, επιδοτήσεις κ.α.

Ποιοτικότερες & οικονομικότερες υπηρεσίες Internet

Ένα από τα σημαντικότερα οφέλη από την γενικευμένη ανάπτυξη του Internet αφορά το ίδιο το μέσο. Οι ιδιώτες θα μπορούν να απολαμβάνουν ποιοτικότερες και οικονομικότερες υπηρεσίες Internet. Η αναβάθμιση της ποιότητας αφορά το επίπεδο, τους τρόπους, την ταχύτητα, την αξιοπιστία, την υποστήριξη της πρόσβασης και τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες περιεχόμενου που καλύπτει τους χρηστές σε όλους τους τομείς και τους προσφέρει αυξημένες δυνατότητες όπως ευρεία και εύκολη επικοινωνία και άμεση πρόσβαση στην πληροφορία. Η δυνατότητα για οικονομικότερη υπηρεσία είναι εύκολο να γίνει κατανοητή. Από την στιγμή που το Internet αναπτύσσεται και διεισδύει περισσότερο στην Ελληνική πραγματικότητα, οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών Internet είναι σε θέση να προσφέρουν και μεγαλύτερο εύρος υπηρεσιών σε χαμηλότερες τιμές λόγω της υγιούς ανάπτυξης του ανταγωνισμού.

4.3 Επιχειρήσεις

Επέκταση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

Με την ανάπτυξη του Internet η σύγχρονη επιχείρηση διευρύνει τις αγορές της, αυξάνει τα κέρδη της, δημιουργεί νέους τρόπους προώθησης των προϊόντων / υπηρεσιών, αναβαθμίζει την εξυπηρέτηση προς τους πελάτες της. Για τις ελληνικές επιχειρήσεις η ανάπτυξη του Internet βοηθά στο να περιοριστούν τα μειονεκτήματα του μικρού μεγέθους, της απόστασης από τα κέντρα αποφάσεων και τις αγορές και επιτρέπει την πρόσβαση και ένταξη στην παγκόσμια αγορά, μέσα από εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου, help desk, e-market places κ.λπ.

Αύξηση της ανταγωνιστικότητας

Η ανάπτυξη του Internet μπορεί να βοηθήσει ουσιαστικά στην βελτίωση της εικόνας, στην αναβάθμιση των προϊόντων/ υπηρεσιών και στην βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών της σύγχρονης επιχείρησης. Χρησιμοποιώντας το μέσο για την προώθηση (interactive marketing) και διάθεση των προϊόντων / υπηρεσιών (e-commerce, interactive web sites), αλλά και κατ' επέκταση για άλλους τομείς όπως την εξυπηρέτηση, την επικοινωνία με τους πελάτες μέσω online help desks, chat servers, forums κ.α., οδηγείται στην επίτευξη στρατηγικών

πλεονεκτημάτων που έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης στις δύσκολες οικονομικές συνθήκες της αγοράς.

Διεύρυνση του πελατολογίου

Χρησιμοποιώντας το Internet για έρευνες αγοράς, micro-marketing, προώθηση προϊόντων, διανομή, επικοινωνία με το κοινό / πελάτες και προμηθευτές, ενημέρωση για νέα προϊόντα, ακόμα και για αναζήτηση πληροφοριών από εξωτερικούς αναλυτές (έρευνες, μελέτες, άρθρα), οι εταιρείες έχουν την ευκαιρία να διευρύνουν το πελατολόγιο τους.

Αναβαθμισμένη και αμεσότερη επικοινωνία με πελάτες προμηθευτές.

Με την ανάπτυξη του Internet, των τεχνολογιών επικοινωνίας, και των δικτύων υπολογιστών, corporate web sites, Internet based extranets, εφαρμογές VPN, mobile WAN, multimedia e-messaging κ.λπ., προμηθευτές και πελάτες έρχονται πιο κοντά και η επικοινωνία τους γίνεται αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη.

Αύξηση της παραγωγικότητας - Μείωση των λειτουργικών εξόδων

Οι ευρυζωνικές υπηρεσίες, οι ηλεκτρονικές εφαρμογές για υποβολή δηλώσεων ΦΠΑ, η πληρωμή ενσήμων του ΙΚΑ, οι συναλλαγές με τράπεζες μέσω e-banking, οι ηλεκτρονικές αγορές και πωλήσεις συντελούν αφενός στην ουσιαστική εξοικονόμηση πολύτιμου χρόνου και κατά συνέπεια στην αύξηση της παραγωγικότητας της επιχείρησης και αφετέρου στην μείωση των λειτουργικών της εξόδων εφόσον οι παραπάνω εργασίες εκτελούνται ηλεκτρονικά.

Ποιοτικότερες & οικονομικότερες υπηρεσίες Internet

Οι επιχειρήσεις θα μπορούν να απολαμβάνουν ποιοτικότερες και οικονομικότερες υπηρεσίες Internet. Η αναβάθμιση της ποιότητας αφορά το επίπεδο της πρόσβασης, τους τρόπους, την ταχύτητα, την αξιοπιστία, την υποστήριξη, την ανάπτυξη εφαρμογών και περιεχομένου που καλύπτει τους χρήστες σε όλους τους τομείς και τους προσφέρει αυξημένες δυνατότητες όπως ευρεία και εύκολη επικοινωνία και άμεση πρόσβαση στην πληροφορία. Η δυνατότητα για οικονομικότερη υπηρεσία είναι εύκολο να γίνει κατανοητή. Από την στιγμή που το Internet αναπτύσσεται και διεισδύει όλο και περισσότερο στην Ελληνική πραγματικότητα, οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών Internet είναι σε θέση να προσφέρουν μεγαλύτερο εύρος υπηρεσιών και σε πιο προσιτές τιμές.

4.4 Κράτος

Εκσυγχρονισμός του κράτους - Βελτίωση των υπηρεσιών προς τον πολίτη

Η εισαγωγή του κρατικού μηχανισμού μέσα στο Internet, η οργάνωση των πληροφοριών, η αυτοματοποίηση των διαδικασιών, η παροχή υπηρεσιών στον πολίτη αποτελεί σημαντικό μέρος του ορισμού της ανάπτυξης του μέσου. Η δημόσια διοίκηση εκσυγχρονίζεται, αναδιοργανώνεται, εναρμονίζεται με τα ευρωπαϊκά δεδομένα, αποκτά διαφάνεια και εξελίσσεται σε αποτελεσματικό φορέα.

Προστασία & Προβολή της Ελληνικής πολιτιστικής ταυτότητας

Η ανάπτυξη του Internet στην Ελλάδα θα συμβάλει καθοριστικά στην προώθηση του ελληνικού πολιτισμού παγκόσμια. Η πολιτιστική μας κληρονομιά αλλά και η σύγχρονη δημιουργία προστατεύονται, το πολιτιστικό μας περιεχόμενο αξιοποιείται. Ο ελληνικός πολιτισμός τεκμηριώνεται, προβάλλεται και διαφυλάσσεται μέσα από εφαρμογές ηλεκτρονικών μουσείων, βιβλιοθηκών, πινακοθηκών κ.λπ.

Πρώθηση του Ελληνικού τουρισμού

Η ανάπτυξη του Internet θα ενισχύσει κατά πολύ μεγάλο βαθμό στην προβολή και ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού μέσα από πύλες ενημέρωσης, εφαρμογές ηλεκτρονικών κρατήσεων καταλυμάτων, εισιτηρίων κ.λπ. Ο τουρισμός, ένα από τα ισχυρότερα εθνικά προϊόντα θα αποκτήσει μεγαλύτερη προβολή παγκοσμίως.

Συμβολή στην αναβάθμιση της παιδείας

Η ενσωμάτωση του Internet στην εκπαιδευτική διαδικασία θα διαμορφώσει νέα δεδομένα στο σύνολο του εκπαιδευτικού συστήματος και θα συμβάλλει ουσιαστικά στην ανάπτυξη του μέσου στην Ελλάδα. Η αξιοποίησή του ως εργαλείο για την εκπαίδευση, επιμόρφωση ενοποίηση του δικτύου των σχολείων και πανεπιστημίων θα συμβάλει ουσιαστικά στον εκσυγχρονισμό του ελληνικού εκπαιδευτικού συστήματος.

Συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη

Σε παγκόσμιο επίπεδο κρατικοί και δημόσιοι φορείς είναι ο μεγαλύτερος πελάτης των τηλεπικοινωνιακών οργανισμών καταβάλλοντας τεράστια τέλη. Με την ανάπτυξη του Internet και δει των ευρυζωνικών υπηρεσιών παρέχεται η δυνατότητα μείωσης του κόστους και η σημαντική βελτίωση των νέων επιχειρηματικών σχημάτων μεταξύ των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων. Η ανάπτυξη υποδομών και υπηρεσιών διαδικτύου είναι στρατηγικής σημασίας για την Ελλάδα εφόσον μπορεί να προσδώσει σημαντική ώθηση στις οικονομικές δραστηριότητες της χώρα μας.

Βελτίωση της εικόνας του κράτους και εθνική ανταγωνιστικότητα

Η χρησιμοποίηση του Internet στο σύνολο των κρατικών λειτουργιών και υπηρεσιών πέραν των άλλων πλεονεκτημάτων που επιφέρει, βοηθά με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στη βελτίωση της εικόνας της κρατικής μηχανής τόσο ως προς τον πολίτη όσο και ως προς τις υπόλοιπες χώρες/ έθνη. Ως αποτέλεσμα των παραπάνω και σε συνάρτηση με το γεγονός ότι η γενικότερη ανάπτυξη του Internet στην χώρα μας θα γεφυρώσει το ψηφιακό χάσμα σε διακρατικό επίπεδο είναι προφανές ότι επίσης ενισχύεται η ανταγωνιστικότητα της χώρας και κατά συνέπεια επιταχύνεται και η οικονομική της ανάπτυξη.

Διεύρυνση δυνατοτήτων στην έρευνα και στην ανάπτυξη

Η επιστημονική έρευνα αποτελεί βασικό παράγοντα για την πρόοδο και ευημερία της χώρας. Η ανάπτυξη του Internet βοηθά στην αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην επιστημονική έρευνα και στην διάχυση των αποτελεσμάτων της μέσω της ενοποίησης των επιστημονικών φορέων, της βελτίωσης των υποδομών και των δικτύων επικοινωνίας μεταξύ τους.

Ενίσχυση της περιφέρειας

Για τις επιχειρήσεις και τον πολίτη που δραστηριοποιούνται στην περιφέρεια, η ανάπτυξη του Internet μπορεί να συμβάλλει καταλυτικά στην εξέλιξή τους σε όλους τους τομείς δραστηριότητας. Το Internet αποτελεί κινητήρια δύναμη της περιφέρειας τόσο στους τομείς οικονομικής ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας όσο και στην καθημερινότητα και στον δημόσιο βίο. Ο στόχος της μεγαλύτερης ανάπτυξης του Διαδικτύου στην Ελληνική περιφέρεια αποτελεί ουσιαστικό μέτρο κατά του οικονομικού και κοινωνικού αποκλεισμού των περιφερειών και της δημιουργίας τοπικών και εθνικών ανισοτήτων.

5. Στρατηγική και Άξονες Δράσης

Η ενότητα αυτή αναφέρεται στη διεθνή εμπειρία και στους προτεινόμενους τρόπους για την ανάπτυξη και εξάπλωση του Internet στην Ελλάδα.

5.1 Διεθνής εμπειρία

Η ενότητα αυτή αναφέρεται στη διεθνή εμπειρία, για τη στρατηγική και τους άξονες δράσης που ακολούθησαν άλλες Ευρωπαϊκές Χώρες για την ανάπτυξη του Internet και γενικά των νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ).

5.1.1 Γενικά

Οι ευκαιρίες που προσφέρονται από τις νέες Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) έχουν αναγνωριστεί εδώ και καιρό από τις περισσότερες ευρωπαϊκές κυβερνήσεις. Στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του '90, πολλές κυβερνήσεις χωρών έχουν αναπτύξει στρατηγικές για την κοινωνία της πληροφορίας. Η πιο κοινή διαδικασία ήταν η κυβέρνηση να αναθέσει σε μια ειδική ομάδα την αξιολόγηση της κατάστασης και την ανάπτυξη προτάσεων δράσης.

Η Γερμανία ήταν η πρώτη χώρα που υιοθέτησε μια τέτοια στρατηγική τον Φεβρουάριο του 1996, και ακολουθήθηκε από τις περισσότερες χώρες. Στην περίπτωση της Ελβετίας, η κυβερνητική στρατηγική συμπληρώθηκε από μια σημαντική ιδιωτική πρωτοβουλία, το διετές «CH21 Impulse Program» που προωθήθηκε τον Απρίλιο του 2001. Αυτές οι αρχικές γενικές στρατηγικές συμπληρώθηκαν τα επόμενα έτη από περισσότερο στοχοθετημένα σχέδια δράσης.

Ενδεικτικά, μερικές από τις σημαντικότερες κυβερνητικές δραστηριότητες σε εθνικό επίπεδο από κάποιες Ευρωπαϊκές Χώρες ήταν:

- Η στρατηγική του ελβετικού ομοσπονδιακού συμβουλίου για την διάδοση της κοινωνίας της πληροφορίας στην Ελβετία, τον Φεβρουάριο του 1998
- Το Γερμανικό σχέδιο «Info 2000: Germany's way to the Information Society», τον Φεβρουάριο του 1996
- Το πρόγραμμα της Ισπανίας «INFO XXI: An information society for everyone», τον Δεκέμβριο του 1999
- Το πρόγραμμα «PAGSI» της γαλλικής κυβέρνησης για την κοινωνία της πληροφορίας, τον Ιανουάριο του 1998.
- Το πρόγραμμα της Ολλανδικής κυβέρνησης «Electronic Highways - Boven NAP», τον Απρίλιο του 1998, και η μελέτη στρατηγικής «de Digitale Delta», τον Ιούνιο του 1999
- Ολόκληρη σειρά στρατηγικών μέτρων της Βρετανικής κυβέρνησης, από τον Σεπτέμβριο του 1999.

5.1.2 Χαρακτηριστικές στρατηγικές άλλων χωρών

Παρακάτω, παρατίθενται κάποιες από τις κρατικές στρατηγικές για την ανάπτυξη της αγοράς του Internet, που υιοθετήθηκαν από κάποιες Ευρωπαϊκές Χώρες:

Ελβετία

Τον Φεβρουάριο του 1998, μετά από δύο χρόνια προεργασίας, αποφασίσθηκε η στρατηγική που θα ακολουθήσει η Ελβετία για την διάδοση της κοινωνίας της πληροφορίας στη χώρα. Η στρατηγική αυτή περιελάμβανε τέσσερις βασικούς άξονες:

1. «Access for all»: Δυνατότητα πρόσβασης στις ΤΠΕ από όλους, οποτεδήποτε και από οπουδήποτε σε προσιτές τιμές.
2. «Empowerment for all»: Ανάπτυξη για όλους της δυνατότητας χρήσης των ΤΠΕ μέσα από ενημέρωση και εκπαίδευση πάνω στις ΤΠΕ σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης.
3. «Freedom of development»: Δράσεις για την ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και του υγιούς ανταγωνισμού ως βασική προϋπόθεση ανάπτυξης της κοινωνίας της πληροφορίας.
4. «Acceptance of new ICT»: Η αποδοχή των νέων ΤΠΕ είναι προαπαιτούμενο για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας και μπορεί να επιτευχθεί μέσα από την ανάπτυξη υπεύθυνων σχέσεων με τις νέες τεχνολογίες, την προστασία των βασικών και ανθρώπινων δικαιωμάτων καθώς και μέσα από το νομικό πλαίσιο.

Παράλληλα αρκετές δράσεις έλαβαν χώρα για την προώθηση των νέων ΤΠΕ στην εκπαίδευση, όπως προγράμματα για τον εφοδιασμό των σχολείων της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με τον απαραίτητο εξοπλισμό (H/Y και σύνδεση στο Internet) και την υποστήριξη των εκπαιδευτικών και των εκπαιδευομένων για την ουσιαστική ένταξη των νέων ΤΠΕ στην εκπαιδευτική διαδικασία.

Επίσης αναπτύχθηκαν θεσμοί, όπως ο διαγωνισμός «Knights of Communication» που αφορά στην ενθάρρυνση νέων μέχρι 30 ετών να αναλάβουν δράσεις για την καταπολέμηση του ψηφιακού χάσματος ανάμεσα στην κοινωνία ώστε να γίνουν οι νέες ΤΠΕ πιο προσιτές στο ευρύ κοινό. Μέσα από τον διαγωνισμό αυτό δίδονται χρηματικά έπαθλα στους νικητές και υπάρχει και ειδικό βραβείο («Girls and ICT») που ενθαρρύνει την χρήση των νέων ΤΠΕ από τις νεαρές κοπέλες.

Τέλος, έχουν δημιουργηθεί αρκετά σημεία δημόσιας χρήσης του Internet, όχι με στόχο να παρέχουν δυνατότητα πρόσβασης με καλύτερες ταχύτητες από ότι η οικιακή σύνδεση αλλά με έμφαση στην ανάπτυξη των προσωπικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων που είναι απαραίτητες για την χρήση των νέων ΤΠΕ.

Γερμανία

Τον Φεβρουάριο του 1996 υιοθετήθηκε το πλάνο δράσης «Info 2000: Germany's way to the Information Society» το οποίο περιελάμβανε την τότε ισχύουσα κατάσταση και έθετε προτεραιότητες αναφορικά με τις πολιτικές και την κατανομή αρμοδιοτήτων ανάμεσα στις κρατικές υπηρεσίες. Ουσιαστικοί στόχοι ήταν η απελευθέρωση της τηλεπικοινωνιακής αγοράς και η δημιουργία ομοιόμορφων νομικών συνθηκών για την προσφορά και ζήτηση των ΤΠΕ.

Το 1999, εκδόθηκε το πενταετές πρόγραμμα «Innovation and jobs in the Information Society of the 21st Century», το οποίο χρηματοδοτείται με 1,53 δις. Ευρώ και οι κύριοι στόχοι του είναι:

1. Διεύρυνση της πρόσβασης στα νέα μέσα και πρόσβαση από όλους.
2. Προώθηση της υιοθέτησης τεχνολογιών πολυμέσων στην εκπαίδευση.
3. Βελτίωση του νομικού πλαισίου για ενίσχυση της εμπιστοσύνης και της ασφάλειας.

4. Δημιουργία καινοτόμων εργασιών – προώθηση νέων εφαρμογών.
5. Απόκτηση ηγετικής θέσης στο χώρο της τεχνολογίας και της υποδομής.
6. Προώθηση του κρατικού εκσυγχρονισμού.

Κάθε ένας από τους παραπάνω στόχους υποστηρίχθηκε από πληθώρα μέτρων και προτοβουλιών, όπως δράσεις για την εισαγωγή των ΤΠΕ στα σχολεία, την ανάπτυξη και χρήση υψηλής ποιότητας εκπαιδευτικού λογισμικού, ευκαιρίες κατάρτισης στο πλαίσιο της επαγγελματικής σταδιοδρομίας στον τομέα των ΤΠΕ, εκπαίδευση ανέργων στις ΤΠΕ κ.λπ. τόσο μέσω Internet όσο και μέσω της διοργάνωσης εκπαιδευτικών σεμιναρίων σε πολυάριθμες πόλεις ανά τη Χώρα, παρέχοντας ακόμη και ευκολίες όπως υπηρεσίες φύλαξης και ενασχόλησης των ανήλικων παιδιών κατά τις ώρες εκπαίδευσης για τις γυναίκες που θα συμμετείχαν.

Ισπανία

Το πρόγραμμα «INFO XXI: An information society for everyone», τον Δεκέμβριο του 1999, περιελάμβανε σειρά στόχων, προγραμμάτων και μέτρων για την προώθηση της κοινωνίας της πληροφορίας στην Ισπανία και για να δώσει την δυνατότητα σε όλους να έχουν πρόσβαση σε αυτήν. Το πρόγραμμα αυτό στοχεύει στο να προάγει και να συντονίζει τις πολιτικές για τις νέες ΤΠΕ που υιοθετούνται τόσο από τα διάφορα Υπουργεία και τους δημόσιους οργανισμούς όσο και από άλλους οικονομικούς και κοινωνικούς φορείς και οργανισμούς.

Οι κύριοι στόχοι του προγράμματος είναι:

1. Διεύρυνση της πρόσβασης στα νέα μέσα και πρόσβαση από όλους.
2. Προετοιμασία των πολιτών για να μπορούν να απασχοληθούν σε θέσεις εργασίας που απαιτούν γνώση και χρήση των νέων ΤΠΕ.
3. Ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών και νομικού πλαισίου για την προαγωγή και ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας και ιδιαίτερα στην ευρεία ανάπτυξη των ευρυζωνικών υπηρεσιών.
4. Η χρήση των νέων ΤΠΕ για την παγκόσμια διάδοση του Ισπανικού πολιτισμού.
5. Η χρήση των νέων ΤΠΕ για την βελτίωση της ποιότητας ζωής του πληθυσμού.
6. Η προώθηση της καινοτομίας και της τεχνολογικής εξέλιξης στον τομέα της κοινωνίας της πληροφορίας.
7. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και η χρήση των νέων ΤΠΕ για την ανάπτυξη των Ισπανικών επιχειρήσεων.
8. Η χρήση των νέων ΤΠΕ για βελτίωση της σχέσης του πολίτη με το δημόσιο τομέα.
9. Η προώθηση της χρήσης των νέων ΤΠΕ από τις επιχειρήσεις.
10. Η χρήση των νέων ΤΠΕ για την προώθηση του Ισπανικού πολιτιστικού και πολιτισμικού πλουραλισμού.

Στο πλαίσιο αυτό η κυβέρνηση της Ισπανίας, έχει θεσπίσει νόμους και κανονισμούς και έχει λάβει μέτρα για:

- Την απελευθέρωση της τηλεπικοινωνιακής αγοράς και την ανάπτυξη των τηλεπικοινωνιακών υποδομών.
- Την προώθηση και χρήση των νέων ΤΠΕ.
- Τον εκσυγχρονισμό της υποδομής που χρησιμοποιούν οι δημόσιες υπηρεσίες.
- Την χρηματοδότηση διεξαγωγής έρευνας σχετικά με τις νέες ΤΠΕ.
- Την βελτίωση της πρόσβασης του εκπαιδευτικού τομέα στις νέες ΤΠΕ.
- Την δημιουργία και ανάπτυξη εξειδικευμένων ομάδων και φόρουμ συζήτησης για την ανάπτυξη των νέων ΤΠΕ
- Τον συντονισμό των δράσεων ανάμεσα σε διαφορετικούς τομείς της δημόσιας διοίκησης.

Γαλλία

Τον Ιανουάριο του 1998, η Γαλλική Κυβέρνηση εισήγαγε το πρόγραμμα «PAGSI» για την κοινωνία της πληροφορίας το οποίο είχε ως στόχο τα εξής:

1. Πρόσβαση από όλους στις νέες ΤΠΕ, μέσω δημιουργίας δημόσιων σημείων πρόσβασης και εκπαίδευσης.
2. Προώθηση της υιοθέτησης των νέων ΤΠΕ στην εκπαίδευση, μέσα από την απόκτηση Η/Υ και τη διασύνδεση των σχολείων στο Internet και την ανάπτυξη ηλεκτρονικού περιεχομένου.
3. Έρευνα και Ανάπτυξη, μέσα από την χρηματοδότηση της δημόσιας Ε&Α και της αύξησης του αριθμού των ερευνητών καθώς και την χρηματοδότηση δημιουργίας νέων επιχειρήσεων στον τομέα των ΤΠΕ.

Παράλληλα αρκετές δράσεις έχουν αναληφθεί στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου, των ηλεκτρονικών υπογραφών, της ασφάλειας των δικτύων, της αύξησης της διείσδυσης του Internet και της γεωγραφικής εξάπλωσης των δικτύων επικοινωνιών ανά την χώρα.

Ολλανδία

Η Ολλανδία κάνει μεγάλες προσπάθειες για να υποκινήσει την χρήση των νέων ΤΠΕ από τον δημόσιο τομέα, τον ιδιωτικό τομέα και τους πολίτες. Έχει δημιουργήσει μεγάλο αριθμό οργανισμών οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε ένα ευρύ φάσμα δράσεων.

Το 1998, εγκρίθηκε το εθνικό πλάνο δράσης «Electronic Highways - Boven NAP» και το 1999 η κυβέρνηση εξέδωσε την μελέτη στρατηγικής «de Digitale Delta», η οποία είχε πέντε άξονες δράσης:

1. (Τηλ)επικοινωνιακή υποδομή.
2. Γνώση και καινοτομία.

3. Πρόσβαση και τεχνογνωσία.
4. Νομοθεσία.
5. Νέες ΤΠΕ στο δημόσιο τομέα.

Παράλληλα, δημόσιοι οργανισμοί ανέπτυξαν δράσεις και προγράμματα για την υλοποίηση του παραπάνω πλάνου για:

- Την απελευθέρωση της τηλεπικοινωνιακής αγοράς.
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- Την ηλεκτρονική διακυβέρνηση (e-government).
- Την νομοθεσία για τα θέματα του Internet.
- Την ενσωμάτωση και χρήση των νέων ΤΠΕ στην κοινωνία.
- Την υιοθέτηση των νέων ΤΠΕ στην εκπαίδευση.
- Την υιοθέτηση μέτρων για τις ΤΠΕ στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές ώστε να προαχθεί η πρόσβαση στο Internet και να αναπτυχθεί η τεχνολογική κουλτούρα και γνώση.
- Την ηλεκτρονική δημοκρατία (e-democracy).

Τέλος, το 2000 υιοθέτησε και πλάνο δράσης για την ενίσχυση της αποδοτικότητας του τομέα των ΤΠΕ, με τρεις στόχους:

1. Την μετατροπή την γνώσης των ΤΠΕ σε εφαρμογές.
2. Την ενίσχυση των υποδομών, και
3. Την βελτίωση της αποδοτικότητας της γνώσης πάνω σε θέματα ΤΠΕ

Ηνωμένο Βασίλειο

Το Ηνωμένο Βασίλειο είναι ιδιαίτερα ενεργό στην καθιέρωση πολιτικών για την κοινωνία της πληροφορίας και έχει θέσει ιδιαίτερα φιλόδοξους στόχους, όπως καθολική πρόσβαση των πολιτών στο Internet μέχρι το 2005, το Η.Β. να είναι το καλύτερο περιβάλλον για το ηλεκτρονικό εμπόριο μέχρι το 2002, όλες οι δημόσιες υπηρεσίες να παρέχονται ηλεκτρονικά μέχρι το 2005, το Η.Β. να έχει το πιο ανταγωνιστική και εκτεταμένη ευρυζωνική αγορά μεταξύ των χωρών του G7 μέχρι το 2005.

Οι λόγοι που υπάρχει από την πλευρά της Βρετανικής Κυβέρνησης τόσο μεγάλος «ενθουσιασμός» με τις νέες ΤΠΕ είναι τρεις: α) η ενίσχυση της δημοκρατίας, β) η καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού και γ) η μελλοντική οικονομική ανάπτυξη.

Παράλληλα η Βρετανική Κυβέρνηση επιδιώκει την συμμετοχή ενός ευρέως φάσματος της βρετανικής κοινωνίας στην επίτευξη των στόχων της για την διάδοση του Internet, κυρίως μέσω της δημιουργίας του Οργανισμού «UK Online», μια συνεργασία μεταξύ της κυβέρνησης, της βιομηχανίας, του εθελοντισμού, εμπορικών ενώσεων και καταναλωτικών ομάδων.

Για την υλοποίηση των παραπάνω στρατηγικών κατευθύνσεων πληθώρα δράσεων και προγραμμάτων έχουν υλοποιηθεί και υλοποιούνται όπως:

- Δημιουργία δημόσιων κέντρων εκμάθησης των νέων ΤΠΕ και πρόσβασης σε αυτές.
- Εισαγωγή του Internet στις δημόσιες βιβλιοθήκες.
- Δημιουργία δημόσιων κέντρων σε πολυσύχναστους δρόμους για χρήση του Internet.
- Αγορά Η/Υ για οικογένειες με χαμηλά εισοδήματα.
- Δράσεις για την υποστήριξη ατόμων με αναπηρία στη χρήση Η/Υ και Internet.
- Δημιουργία του Πανεπιστημίου Βιομηχανίας (University for Industry), με στόχο την παροχή εκπαιδευτικής υποστήριξης και πόρων στις βιομηχανίες που υποστηρίζονται από την χρήση Η/Υ και Internet.
- Δράσεις για τον κοινωνικό αποκλεισμό από τις τεχνολογίες του Internet, μέσω έργων όπως τα Highlands and Islands University, τα οποία επιτρέπουν σε γεωγραφικά απομονωμένες περιοχές της Σκωτίας να έχουν οικιακή πρόσβαση σε ηλεκτρονική εκπαίδευση.
- Παροχή πρόσβασης στο Internet σε σπίτια που βρίσκονται σε στερημένες κοινωνικές ομάδες.
- Προώθηση της ευρυζωνικής πρόσβασης στο Internet.

5.1.3 Η σημασία των ευρυζωνικών (broadband) υπηρεσιών

Το πόσο σημαντικά είναι τα ευρυζωνικά δίκτυα για την ανάπτυξη μιας χώρας μπορεί να επιβεβαιωθεί από την έντονη δραστηριοποίηση πολλών κρατών, τα οποία τοποθετούν τα έργα υλοποίησης τέτοιων υποδομών ως βασικό στρατηγικό τους στόχο. Η ανάπτυξη τέτοιων δικτύων έχει υιοθετηθεί από την κοινή Ευρωπαϊκή πολιτική για την υλοποίηση της Κοινωνίας της Πληροφορίας. Στο eEurope 2005 η ευρυζωνική πρόσβαση είναι σημαντική προτεραιότητα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για το λόγο αυτό και δεδομένου ότι στη χώρα μας ξεκίνησε ήδη η παροχή ευρυζωνικών συνδέσεων θα περιοριστούμε στο κεφάλαιο αυτό στη διεθνή εμπειρία και στους άξονες δράσης ως προς την ανάπτυξη και εξάπλωση της ευρυζωνικότητας η οποία και θα πρέπει να αποτελεί θέμα εθνικής στρατηγικής.

Η συνολική διείσδυση των ευρυζωνικών υπηρεσιών πρόσβασης στη Δ. Ευρώπη εξακολουθεί να παραμένει χαμηλή συγκριτικά με τις τρεις χώρες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ανάπτυξη στον τομέα αυτόν, όπως είναι ο Καναδάς, η Κορέα και οι ΗΠΑ.

Όπως συμβαίνει και στις άλλες χώρες που ηγούνται στην ανάπτυξη του broadband, ο παράγοντας κλειδί στην αλματώδη ανάπτυξη του Καναδά στον τομέα αυτό, οφείλεται στον ανταγωνισμό ανάμεσα στα διαφορετικά δίκτυα που κατέχουν ανεξάρτητοι φορείς. Ο Καναδάς ήταν από τις πρώτες χώρες που εισήγαγε το unbundling για τα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα και άνοιξε την πρόσβαση στα καλωδιακά δίκτυα. Παράλληλα, η χώρα αυτή διαθέτει την κατάλληλη ευρυζωνική υποδομή ώστε να επιταχύνει τη χρήση του Internet. Η κυβέρνηση του Καναδά έχει δεσμευθεί ως προς την επίτευξη του στόχου για γρήγορη πρόσβαση των επιχειρήσεων καθώς και για τα νοικοκυριά σε κάθε κοινότητα της χώρας έως το 2004. Στα τέλη του 2000, οι υπηρεσίες DSL ήταν διαθέσιμες στο 69% των Καναδικών νοικοκυριών. Έως το τέλος του 2004 το ποσοστό αυτό αναμένεται να αυξηθεί στο 78%.

Όσο αφορά την ευρυζωνική πρόσβαση στο Internet, η Κορέα κατέχει την πρώτη θέση παγκοσμίως. Η επιτυχία της Κορέας στον τομέα αυτό οφείλεται στον ανταγωνισμό μεταξύ των εταιριών, καθώς και στην ύπαρξη διαφορετικών τεχνολογιών και υποδομών. Υπάρχουν πολλές εταιρίες στη χώρα που ανταγωνίζονται από πλευράς υποδομής. Αυτό σημαίνει πως οι εταιρίες αυτές έχουν ένα μεγάλο δυναμικό αγοράς να εξυπηρετήσουν. Η κυβέρνηση της Κορέας έχει θέσει ως στόχο οι συνδέσεις broadband από 155Mbps έως 5Gbps να είναι εθνικά διαθέσιμες έως το 2005.

Σε αρκετές χώρες με ανεπτυγμένη οικονομία, η ευρυζωνική πρόσβαση ενισχύθηκε κατά πολύ από τον ιδιωτικό τομέα – ειδικά σε αγορές όπου υπάρχει αποτελεσματικός ανταγωνισμός – και υποστηρίχθηκε από την κυβέρνηση η οποία παρενέβη όπου κρινόταν απαραίτητο για να διορθώσει την όποια ενδεχόμενη αποτυχία στην αγορά. Άλλες κυβερνήσεις, ειδικά στην Ασία, έχουν αναπτύξει εθνικές στρατηγικές για την προώθηση της ευρυζωνικότητας και για την είσοδό της στις περιοχές ή στις κοινωνίες που δεν συγκαταλέγονται ανάμεσα στις πρώτες που θα μπορούσαν να εξυπηρετηθούν μέσω της λειτουργίας των εναλλακτικών αγοραστικών δυνάμεων.

Μελέτες επίσης παρουσιάζουν ότι οι χρήστες συχνά δεν γνωρίζουν τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη που θα αποκομίσουν από την χρήση του broadband και χρειάζονται εκπαίδευση πάνω στο συγκεκριμένο θέμα. Για τις κυβερνήσεις η ευρυζωνικότητα αποτελεί ένα τρόπο προώθησης της οικονομικής ανάπτυξης και των συγκεκριμένων κοινωνικών οφελών που δημιουργεί. Για τους χρήστες η ευρυζωνικότητα δίνει τη δυνατότητα για ευρύτερες και πλουσιότερες εφαρμογές ειδικά όταν είναι διαθέσιμες υπηρεσίες πολύ υψηλών ταχυτήτων. Για παράδειγμα, σε μία έρευνα χρηστών που πραγματοποιήθηκε στην Ιαπωνία, 70% των χρηστών δήλωσαν ότι το broadband έχει αυξήσει την χρήση του Internet. Στην Ιρλανδία περίπου 40 ξένα τηλεοπτικά κανάλια εκπέμπουν μέσω broadband δικτύου αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο την επιλογή των διαθέσιμων υπηρεσιών προς τους τελικούς καταναλωτές.

Η τιμή κατέχει ίσως τον πιο σημαντικό ρόλο στην προώθηση της ζήτησης των ευρυζωνικών υπηρεσιών. Οι επιτυχημένες «broadband» οικονομίες χαρακτηρίζονται από χαμηλές τιμές – τυπικά ως αποτέλεσμα της άνισης του ανταγωνισμού και των καινοτόμων τιμολογιακών πλάνων που προσελκύουν μία μεγάλη πληθώρα πελατών.

Για την ανάπτυξη του Internet, οι παράγοντες επιτυχίας ποικίλουν από χώρα σε χώρα. Το βασικότερο όλων όμως είναι ότι οι χώρες αυτές που καταπιάνονται τόσο με τα θέματα παροχής αλλά και με θέματα ζήτησης είχαν την μεγαλύτερη επιτυχία τόσο στην ικανότητα αύξησης της χρήσης ευρυζωνικών υπηρεσιών όσο και στην ποιότητα και επιλογή των κατάλληλων υπηρεσιών και εφαρμογών. Κρίνοντας από τις εμπειρίες των πιο επιτυχημένων οικονομιών από πλευράς Internet μία proactive προσέγγιση στην προώθηση της ευρυζωνικότητας είναι σίγουρα ένας από τους κύριους παράγοντες επιτυχίας.

Οι διάφορες στρατηγικές που ακολουθούν πρωτοπόρες χώρες σε σχετικούς με την κοινωνία της πληροφορίας τομείς, μελετήθηκαν αναλυτικά, παρουσιάστηκαν σε συναντήσεις της ομάδας εργασίας και της επιστημονικής επιτροπής για την ανάπτυξη της ευρυζωνικότητας στην Ελλάδα (<http://www.broad-band.gr>) και συζητήθηκαν εκτενώς. Συμπεριελήφθησαν επίσης και άλλες που προσελκύουν γενικότερα το ενδιαφέρον για την πρόοδο που παρουσιάζουν στον τομέα ή και για την πρωτοτυπία των μεθόδων τους. Αν και μπορούν να ομαδοποιηθούν σε κατηγορίες, κυρίως μέσω του βαθμού παρέμβασης, η κατάταξη αυτή δεν είναι δόκιμη και η ομαδοποίηση αναφέρεται εδώ απλά για διευκόλυνση της συγκεκριμένης αναφοράς στα κύρια χαρακτηριστικά των στρατηγικών και όχι σε όλες τις πρωτοβουλίες ανά χώρα και ανά τομέα. Ορισμένες χώρες επιλέγουν ήπιες ρυθμιστικές αναδιαρθρωτικές προσεγγίσεις, κάποιες άλλες προγράμματα με στόχο τη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος και την βελτίωση της πρόσβασης, ενώ υπάρχουν αρκετές χώρες με εθνικά προγράμματα ευρείας κλίμακας.

Η πρώτη προσέγγιση χαρακτηρίζεται από την πολύ διακριτική παρέμβαση της πολιτείας (κυρίως σε ρυθμιστικά θέματα) στις ενέργειες του ιδιωτικού τομέα για την ανάπτυξη των

ευρυζωνικών δικτύων και υπηρεσιών. Παραδείγματα χωρών που ακολουθούν αυτή τη στρατηγική είναι η Ν. Ζηλανδία και η Ελβετία. Πιο συγκεκριμένα τα κύρια χαρακτηριστικά αυτού του είδους προσέγγισης είναι:

- Αναδιάρθρωση του ρυθμιστικού πλαισίου για την ενθάρρυνση του ανταγωνισμού και της ανοιχτής πρόσβασης
- Έλλειψη απ' ευθείας κυβερνητικής χρηματοδότησης για την ενίσχυση και την εξάπλωση των ευρυζωνικών υποδομών
- Δέσμευση επιπλέον κρατικών πόρων για προγράμματα βελτίωσης δεξιοτήτων, ενίσχυσης των εκπαιδευτικών και ερευνητικών δραστηριοτήτων
- Ενίσχυση των σχετικών πρωτοβουλιών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο
- Επέκταση της κάλυψης της καθολικής υπηρεσίας της τηλεφωνίας και σε σχήματα πρόσβασης στο Διαδίκτυο.

Στην ενδιάμεση κατηγορία στρατηγικής προσέγγισης για την ανάπτυξη των ευρυζωνικών δικτύων και υπηρεσιών ανήκουν οι περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες η Γερμανία, η Ιταλία η Ιρλανδία και η Μ.Βρετανία αλλά και χώρες με πρωτεύουσα θέση στην εξάπλωση της Ευρυζωνικότητας όπως ο Καναδάς, οι Η.Π.Α., και η Αυστραλία. Τα προγράμματα των χωρών αυτών είναι σαφώς πιο ενεργά από τα αντίστοιχα της προηγούμενης κατηγορίας, και εστιάζουν κατά κύριο λόγο την πολιτική τους σε περιοχές που δεν παρουσιάζουν επιχειρηματικό ενδιαφέρον για τις δυνάμεις της αγοράς. Οι στρατηγικές αυτές παρόλο που εξυπηρετούν κάποιους κοινωνικό-οικονομικούς στόχους δεν εντάσσονται σε κάποιο συγκεκριμένο και γενικότερο οικονομικό σχέδιο. Αντί της ύπαρξης ενός τέτοιου σχεδίου, τα πλεονεκτήματα από την ανάπτυξη της χρήσης ευρυζωνικών υπηρεσιών είναι προφανή και η πολιτεία πρέπει απλά να διασφαλίσει για τις μη προνομιούχες ομάδες ότι θα μπορούν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες της νέας τεχνολογίας. Πιο συγκεκριμένα τα κύρια χαρακτηριστικά αυτού του είδους προσέγγισης είναι:

- Επικέντρωση δράσεων μόνο σε εκείνες τις περιοχές όπου οι κυβερνήσεις πιστεύουν ότι από μόνες τους δεν παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τις δυνάμεις της αγοράς
- Άμεση χρηματοδότηση από την κεντρική κυβέρνηση για την ευρυζωνική διασύνδεση στο τελευταίο μίλι (last mile), και την απόκτηση κατάλληλου εξοπλισμού από προδιαγεγραμμένες ομάδες, κοινότητες κλπ.
- Οι κυβερνήσεις δεν χρηματοδοτούν άμεσα δίκτυα κορμού ή σημαντικές δικτυακές πρωτοβουλίες παρά μόνο κέντρα πρόσβασης
- Επιδότηση για την ενίσχυση των εκπαιδευτικών και ερευνητικών δραστηριοτήτων
- Επικέντρωση σε προγράμματα τηλε-εκπαίδευσης, τηλε-ιατρικής και γενικότερα σε δράσεις όπου οι ευρυζωνικές υπηρεσίες μπορούν να ενισχύσουν την οικονομική ανάπτυξη.

Σε μια άλλη στρατηγική προσέγγιση για την ανάπτυξη των ευρυζωνικών δικτύων και υπηρεσιών οι κυβερνήσεις αναλαμβάνουν πολύ ενεργό ρόλο, οδηγώντας τη στρατηγική αλλά και τις επενδύσεις του ιδιωτικού τομέα. Το μοντέλο αυτό ακολουθείται κατά κύριο λόγο σε χώρες που έχουν αναπτύξει σημαντικά επενδυτικά σχέδια και στρατηγικές που δένουν την ανάπτυξη ευρυζωνικών δικτύων με άλλα μεγαλύτερες εθνικές κοινωνικο-οικονομικές δράσεις.

Παραδείγματα τέτοιων κρατών αποτελούν η Σουηδία, η Γαλλία, η Κορέα (Cyber Korea 21), η Νορβηγία (eNorway), η Μαλαισία (Multimedia Super Corridor), η Σιγκαπούρη (One), η Ταϊβάν (Green Silicon Island), και η Ιαπωνία (Info-Communications Strategy for the 21st Century). Επίσης μετά τις πρόσφατες ανακοινώσεις της Ιρλανδίας εν μέρει μπορεί και αυτή να θεωρηθεί ότι ανήκει σε αυτή την κατηγορία.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της προσέγγισης αυτής είναι:

- Συνδυασμός χαρακτηριστικών των δύο προαναφερθσών προσεγγίσεων όπως η καθολική πρόσβαση σε ευρυζωνικές υπηρεσίες, το διαφανές ρυθμιστικό πλαίσιο, τα εκτεταμένα προγράμματα ενίσχυσης της εκπαιδευτικής και ερευνητικής διαδικασίας
- Βασικός στόχος είναι η μετεξέλιξη της κοινωνίας με την βελτίωση της οικονομίας από την ενίσχυση των δεξιοτήτων των πολιτών.
- Ενεργή εμπλοκή των κυβερνήσεων με την άμεση χρηματοδότηση για την κατασκευή ευρυζωνικών υποδομών, την ενεργό συμμετοχή πολλαπλών υπουργείων για τη χάραξη εθνικών προγραμμάτων για την ανάπτυξη των ευρυζωνικών υποδομών, σημαντικές αναμορφώσεις του ρυθμιστικού πλαισίου.

Η προσέγγιση αυτή αρχικά ακολουθήθηκε κυρίως σε χώρες όπου το στοιχείο του ανταγωνισμού με άλλες χώρες είναι ιδιαίτερα έντονο και γίνονται συγκρίσεις με αυτές προκειμένου να επιτευχθεί μία πρωτοπορία έναντι των άλλων στις νέες τεχνολογίες (εθνικό γόητρο).

5.1.4 Συμπεράσματα

Ενώ τα βασικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προγραμμάτων – οι στόχοι και τα μέσα για να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι - είναι αρκετά παρόμοια σε όλες τις χώρες, η έμφαση σε ιδιαίτερους στόχους ή προβλήματα διαφέρει από χώρα σε χώρα. Ένα κοινό χαρακτηριστικό γνώρισμα σε όλες τις εθνικές στρατηγικές είναι η αξιολόγηση της ιστορικής διάστασης της ανάπτυξης που σχετίζεται με τις ΤΠΕ. Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι, παρά το διασυννοριακό χαρακτήρα της απελευθέρωσης της αγοράς των τηλεπικοινωνιών, όλα τα κυβερνητικά προγράμματα πήραν μια καθαρά εθνική διάσταση. Ο ρόλος του κράτους μέσα από αυτά τα προγράμματα εστιάζεται στην δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών, ιδιαίτερα στην διασφάλιση του ανταγωνισμού στην τηλεπικοινωνιακή αγορά, στην υιοθέτηση ομοιόμορφου θεσμικού πλαισίου για την διάθεση και χρήση των νέων ΤΠΕ, στην υποκίνηση της καινοτομίας των υπηρεσιών και της υποδομής μέσω της χρηματοδότησης διεξαγωγής ερευνών. Συγχρόνως το κράτος συμμετέχει ενεργά στην διάδοση της χρήσης αυτών των υπηρεσιών από τον γενικό πληθυσμό και από τις επιχειρήσεις. Αυτό περιλαμβάνει σημαντικές προσπάθειες για την αύξηση της γνώσης και της κατάρτισης των πιθανών χρηστών, καθώς επίσης και στην παροχή του εξοπλισμού πρόσβασης.

Ένα κοινό χαρακτηριστικό γνώρισμα, επίσης, σε όλες τις κυβερνητικές στρατηγικές είναι ότι αναδεικνύουν και προσπαθούν να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα των διαφορετικών ευκαιριών που υπάρχουν μεταξύ του πληθυσμού ώστε να έχει πρόσβαση στο Διαδίκτυο και να μπορεί να το χρησιμοποιήσει.

Έτσι, συνθέτοντας τους στρατηγικούς στόχους των Χωρών που εξετάσθηκαν παραπάνω προκύπτουν οι ακόλουθοι στρατηγικοί στόχοι που φαίνεται να είναι οι πιο σημαντικοί για μια επιτυχημένη ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας:

1. Δυνατότητα πρόσβασης στις ΤΠΕ από όλους, οποτεδήποτε και από οπουδήποτε για την βελτίωση της ποιότητας ζωής του πληθυσμού.
2. Ανάπτυξη για όλους της δυνατότητας χρήσης των ΤΠΕ μέσα από ενημέρωση και εκπαίδευση πάνω στις ΤΠΕ.
3. Δράσεις για την ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και του υγιούς ανταγωνισμού ως βασική προϋπόθεση ανάπτυξης της κοινωνίας της πληροφορίας.

4. Η αποδοχή των νέων ΤΠΕ ως προαπαιτούμενο για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας.
5. Προώθηση του κρατικού εκσυγχρονισμού μέσω των νέων ΤΠΕ για βελτίωση της σχέσης του πολίτη και των επιχειρήσεων με το δημόσιο τομέα.
6. Προώθηση της ευρυζωνικής πρόσβασης στο Internet.
7. Ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών και θεσμικού πλαισίου για την προαγωγή και ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας.
8. Η χρήση των νέων ΤΠΕ για την παγκόσμια διάδοση του Ελληνικού πολιτισμού.
9. Η προώθηση της καινοτομίας και της τεχνολογικής εξέλιξης στον τομέα της κοινωνίας της πληροφορίας.
10. Υιοθέτηση και χρήση των νέων ΤΠΕ ως μοχλό οικονομικής ανάπτυξης.

5.2 Η Ελληνική πραγματικότητα

Στην παρούσα ενότητα καταγράφονται, η υπάρχουσα στρατηγική της Ελλάδας για την κοινωνία της πληροφορίας και τα συμπεράσματα από την μέχρι σήμερα πορεία της υλοποίησής της και η σύγκρισή της με την στρατηγική των άλλων χωρών που αποτελούν «βέλτιστες πρακτικές (best practices)».

5.2.1 Στρατηγικοί Στόχοι και Πλάνο Δράσης

Η συνολική στρατηγική της Ελλάδας για την Κοινωνία της Πληροφορίας («Η Ελλάδα στην ΚτΠ, Στρατηγική και Δράσεις, 2002», www.infosociety.gr) στηρίζεται σε μερικές βασικές αρχές: ίσες ευκαιρίες και πρόσβαση για όλους, δημιουργία περιβάλλοντος για την ανάπτυξη της καινοτομίας και την άνθηση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, διαφύλαξη ατομικών ελευθεριών και λειτουργίας των δημοκρατικών θεσμών. Με βάση αυτές τις αρχές, οριοθετούνται οι παρακάτω στόχοι, για την υλοποίηση των οποίων χρειάζεται συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, σε μία κοινωνία των πολιτών που συμμετέχει στη διαμόρφωση του χαρακτήρα της Κοινωνίας της Πληροφορίας:

1. Βελτίωση των υπηρεσιών προς τον πολίτη και τις επιχειρήσεις (εκσυγχρονισμός της λειτουργίας του κράτους, μεγαλύτερη διαφάνεια).
2. Καλύτερη ποιότητα ζωής (εφαρμογές τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας στην υγεία και την πρόνοια, το περιβάλλον και τις μεταφορές).
3. Εκπαιδευτικό σύστημα και έρευνα προσαρμοσμένα στην ψηφιακή εποχή (εκπαίδευση με νέες τεχνολογίες, δικτύωση σχολείων και Πανεπιστημίων).
4. Δυναμική οικονομική ανάπτυξη (δημιουργία νέων επιχειρήσεων, ανάδυση νέων κλάδων, αύξηση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας).
5. Αύξηση της απασχόλησης (νέες θέσεις εργασίας, βελτίωση και προσαρμογή των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού στις νέες ανάγκες της αγοράς εργασίας, ανάπτυξη νέων μορφών εργασίας όπως η τηλε-εργασία).

6. Ανάδειξη του ελληνικού πολιτισμού με νέα μέσα (τεκμηρίωση της πολιτιστικής κληρονομιάς, προστασία της ελληνικής γλώσσας, επαφή με την ομογένεια).
7. Αξιοποίηση νέων τεχνολογιών στα μέσα μαζικής επικοινωνίας (κατάλληλο κανονιστικό πλαίσιο, διασφάλιση πολυφωνίας και ελεύθερης έκφρασης).
8. Ισότιμη συμμετοχή των περιφερειών στον παγκόσμιο χώρο (αποκέντρωση, ενθάρρυνση πρωτοβουλιών σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο).
9. Ανάπτυξη της εθνικής υποδομής επικοινωνιών (πρωτοβουλίες αναπτυξιακού χαρακτήρα, απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών, καθολική υπηρεσία).
10. Προστασία των δικαιωμάτων του πολίτη και του καταναλωτή, διαφύλαξη συνθηκών ανταγωνισμού, δημοκρατικός έλεγχος στην ψηφιακή εποχή.

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Κοινωνία της Πληροφορίας» αποτελεί τον κύριο μοχλό υλοποίησης της συνολικής εθνικής στρατηγικής για την πορεία προς την Κοινωνία της Πληροφορίας. Σημαντικές δράσεις θεσμικού χαρακτήρα, κινούνται παράλληλα και συμπληρωματικά με τους άξονες παρέμβασης του Επιχειρησιακού Προγράμματος.

Οι γενικοί **στρατηγικοί στόχοι** του Επιχειρησιακού Πρόγραμμα για την περίοδο 2000-2006 είναι δύο:

Πρώτος γενικός στόχος είναι **«Εξυπηρέτηση του Πολίτη και Βελτίωση της Ποιότητας Ζωής»**. Αφορά τη βελτίωση της ποιότητας της καθημερινής ζωής του πολίτη μέσα από παρεμβάσεις σε μία σειρά από κρίσιμους τομείς, όπως η δημόσια διοίκηση, η υγεία, οι μεταφορές και το περιβάλλον. Οι παρεμβάσεις αφορούν, κυρίως, στην ένταξη σε παραγωγική λειτουργία στους παραπάνω τομείς ολοκληρωμένων συστημάτων πληροφορικής και επικοινωνιών, που θα συμβάλλουν στη βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών. Δεύτερος στόχος είναι **«Ανάπτυξη και Ανθρώπινο Δυναμικό»**. Αφορά τη δημιουργία συνθηκών κατάλληλων για την ενίσχυση μιας διαδικασίας οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης όπου η τεχνολογία και η γνώση αποτελούν τον κύριο μοχλό αύξησης της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας, των εισοδημάτων, της απασχόλησης και της ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού. Ενέχει δράσεις για την ανάπτυξη των υποδομών τηλεπικοινωνιών, την ενίσχυση της οικονομικής μηχανής και της απασχόλησης με την αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, τη δημιουργία ενός συστήματος εκπαίδευσης και κατάρτισης προσαρμοσμένου στις ανάγκες του 21ου αιώνα, καθώς και την προβολή του ελληνικού πολιτισμού.

Για την επίτευξη των δύο γενικών στόχων το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα θέτει μία σειρά από **ειδικούς στόχους**:

1. **Παιδεία και πολιτισμός**: Εξοπλισμός, δικτύωση, κατάρτιση εκπαιδευτικών και ψηφιακό περιεχόμενο για τη δημιουργία ενός εκπαιδευτικού συστήματος για τον 21ο αιώνα, χρήση νέων τεχνολογιών για τεκμηρίωση και προβολή του Ελληνικού πολιτισμού.

2. **Εξυπηρέτηση του πολίτη και βελτίωση της ποιότητας ζωής**: Χρήση ΤΠΕ για καλύτερη εξυπηρέτηση του πολίτη σε κρίσιμους τομείς της δημόσιας διοίκησης, βελτίωση της ποιότητας ζωής με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στην υγεία και την πρόνοια, στο περιβάλλον και στις μεταφορές.

3. **Ανάπτυξη και απασχόληση στην ψηφιακή οικονομία**: Δημιουργία συνθηκών για τη μετάβαση στη «νέα οικονομία», με την προώθηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας, της έρευνας και της διασύνδεσής της με την παραγωγή, της κατάρτισης στις νέες τεχνολογίες, της απασχόλησης και της τηλε-εργασίας.

4. **Επικοινωνίες:** Στήριξη της διαδικασίας απελευθέρωσης της αγοράς, δράσεις ανάπτυξης της τηλεπικοινωνιακής υποδομής σε απομακρυσμένες περιοχές για παροχή προηγμένων υπηρεσιών σε χαμηλό κόστος και σημείων πρόσβασης για τους πολίτες.

5.2.2 Συμπεράσματα

Η υλοποίηση των ανωτέρω στόχων δεν έχει επιφέρει μέχρι σήμερα τα επιθυμητά αποτελέσματα με αποτέλεσμα να παρατηρείται χαμηλή αύξηση στη διείσδυση της χρήσης Η/Υ και Internet σε οικιακό επίπεδο και στασιμότητα σε επιχειρησιακό επίπεδο, γεγονός που κατατάσσει την Χώρα στην τελευταία θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι λόγοι που δεν έχουν επιτευχθεί κατά την άποψή μας τα επιθυμητά αποτελέσματα αναλύθηκαν διεξοδικά στην ενότητα 3.6 της παρούσας μελέτης. Παράλληλα θα λέγαμε ότι στην κατεύθυνση αυτή συνέβαλαν και συνεχίζουν να συμβάλουν σημαντικά και οι εξής δύο παράγοντες:

- 3) Η αρνητική στάση για το Internet που κρατούν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (όπως αναλύθηκε στην ενότητα 3.3), και
- 4) Η χαμηλή βαρύτητα, σε σχέση με τις στρατηγικές άλλων χωρών, που δίνει η Ελληνική εθνική στρατηγική για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας στα εξής:
 - i) στην «αποδοχή των νέων ΤΠΕ ως προαπαιτούμενο για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας»,
 - ii) στην «ανάπτυξη για όλους της δυνατότητας χρήσης των ΤΠΕ μέσα από ενημέρωση και εκπαίδευση πάνω στις ΤΠΕ»,
 - iii) στη «δυνατότητα πρόσβασης στις ΤΠΕ από όλους, οποτεδήποτε και από οπουδήποτε».

6. Προτεινόμενο Πλάνο Δράσης για βελτίωση της κατάστασης στην Ελλάδα

Στην παρούσα ενότητα καταγράφονται προτάσεις βελτίωσης της υπάρχουσας στρατηγικής της Ελλάδας για την κοινωνία της πληροφορίας βασιζόμενη τόσο στα παραδείγματα των άλλων χωρών που αποτελούν «βέλτιστες πρακτικές (best practices)» όσο και στην αξιολόγηση του αποτελέσματος από την υλοποίηση της σημερινής στρατηγικής, όπως αυτή παρουσιάζεται στο Κεφάλαιο 3 της παρούσας μελέτης.

6.1 Στόχος

Ο γενικότερος στόχος των προτάσεων που υποβάλλονται με την παρούσα μελέτη είναι:

«Η επιτάχυνση της ανάπτυξης του Internet και γενικότερα των νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών στην Ελλάδα και η γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος τόσο σε εθνικό όσο και σε διακρατικό επίπεδο»

Η υλοποίηση του ανωτέρω στόχου θα έχει θετικά αποτελέσματα τόσο για την ελληνική βιομηχανία του Internet και γενικότερα των νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών όσο και για τον πληθυσμό, τις επιχειρήσεις, το κράτος και κατ' επέκταση την οικονομία, την απασχόληση και την παραγωγικότητα.

6.2 Στρατηγική

Η υπάρχουσα εθνική στρατηγική θα πρέπει να βελτιωθεί και να συμπληρωθεί σε κάποια σημεία, να επικεντρωθεί στη **ζήτηση** και στην **προσφορά** των νέων ΤΠΕ ώστε αφενός να ανταποκρίνεται καλύτερα στις νέες συνθήκες και αφετέρου να αυξηθεί η αποτελεσματικότητά της.

Έτσι προτείνεται στην υπάρχουσα εθνική στρατηγική άμεσα να δοθεί μεγαλύτερη βαρύτητα για:

- Την αποδοχή των νέων ΤΠΕ ως προαπαιτούμενο για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας.
- Την ανάπτυξη των δυνατοτήτων και δεξιοτήτων όλων στη χρήση των ΤΠΕ μέσα από ενημέρωση και εκπαίδευση.
- Την παροχή δυνατότητας πρόσβασης στις ΤΠΕ από όλους, οποτεδήποτε και από οπουδήποτε.
- Την προώθηση της ευρυζωνικής πρόσβασης στο Internet.
- Την ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και του υγιούς ανταγωνισμού.
- Την προώθηση του κρατικού εκσυγχρονισμού μέσω των νέων ΤΠΕ.
- Την ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών και θεσμικού πλαισίου για την προαγωγή και ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας.
- Την προώθηση της καινοτομίας και της τεχνολογικής εξέλιξης.

6.3 Εξειδίκευση Στρατηγικών Στόχων και Άξονες Δράσης

Παρακάτω, για κάθε σημείο της παραπάνω Στρατηγικής, εξειδικεύονται οι Στρατηγικοί Στόχοι και καθορίζονται οι Άξονες Δράσης:

Αποδοχή των νέων ΤΠΕ ως προαπαιτούμενο για την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας

Για να επιτευχθεί η αποδοχή των νέων ΤΠΕ, τόσο από το γενικό πληθυσμό όσο και από τις επιχειρήσεις, θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις με στόχο:

- Την ενημέρωση για τις δυνατότητες και τα οφέλη γενικά των νέων ΤΠΕ ώστε να παρακινηθούν.
- Την ενημέρωση για τις διαφορές, δυνατότητες και τα οφέλη των broadband από τις narrowband τεχνολογίες.

- Την ενημέρωση για τους πιθανούς κινδύνους (π.χ. ασφάλεια, ιοί, για τα παιδιά, για τα προσωπικά στοιχεία) από την χρήση τους και τους τρόπους προφύλαξης (μύθοι και πραγματικότητα).
- Να προστατευθούν τα θεμελιώδη και ανθρώπινα δικαιώματα.
- Να δοθεί η δυνατότητα χρήσης των νέων ΤΠΕ για να γνωρίζουν τα νέα αυτά μέσα και να τα αποδεχθούν πιο εύκολα.

Τα ανωτέρω μπορούν να υλοποιηθούν:

- Μέσα από την εκπαιδευτική διαδικασία με:
 - Την εκμάθηση χρήσης του Η/Υ και του Internet και των εφαρμογών τους, με την υιοθέτηση τεχνολογιών πολυμέσων στην εκπαίδευση, την υποχρέωση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση χρήσης από τους σπουδαστές-φοιτητές του Η/Υ και του Internet κατά την διάρκεια των σπουδών τους όπως π.χ. για την εκπόνηση εργασιών και της χρήσης του Internet ως εκπαιδευτικό μέσο.
 - Τη δημιουργία βιβλίου - εγχειριδίου για το Internet το οποίο θα διανέμεται σε μαθητές 5ης και 6ης Δημοτικού, Γυμνασίου, Λυκείου και ΤΕΙ. Υπολογίζεται η δημιουργία 1 εκατομμυρίου εικονογραφημένων βιβλίων – εγχειριδίων της τάξεως των 100 σελίδων το ένα.
 - Δημιουργία και αποστολή ενημερωτικών φυλλαδίων στα σχολεία τα οποία θα απευθύνονται τόσο προς τους μαθητές όσο και προς τους γονείς. Τα φυλλάδια αυτά θα διανεμηθούν σε σχολικές τάξεις από την 3η δημοτικού και πάνω, 2 φορές τον πρώτο χρόνο καλύπτοντας όλη την ελληνική επικράτεια.
- Με την δημιουργία κέντρων πληροφόρησης – infokiosks με ενημερωτικό ρόλο για τη χρήση του Internet και τα οφέλη του:
 - Στις δημόσιες υπηρεσίες, που παρουσιάζουν μεγάλη προσέλευση κόσμου, σε μεγάλες αστικές και επαρχιακές πόλεις.
- Με την διοργάνωση και διεξαγωγή Road Shows – Ημερίδων:
 - Στις μεγαλύτερες πόλεις ανά την Ελληνική Επικράτεια με παρουσία στελεχών του χώρου, κρατικών εκπροσώπων, πανεπιστημιακών κ.λπ.
 - Στα κέντρα εκπαίδευσης ή/και στις μεγάλες μονάδες του στρατού.
- Μέσα από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για αντιστροφή του αρνητικού κλίματος με:
 - Δημιουργία κρατικών ενημερωτικών φυλλαδίων για το Internet και τα οφέλη του τα οποία θα διανέμονται ως ένθετα μέσα σε 5 εφημερίδες, 4 φορές το χρόνο. Ενδεικτικό τιράζ 1 εκατομμύριο φύλλα ανά καμπάνια.
 - Δημιουργία και καθιέρωση 15λεπτης ενημερωτικής τηλεοπτικής εκπομπής σε τηλεοπτικό κανάλι πριν το κεντρικό δελτίο ειδήσεων για το Internet, τα οφέλη του και τις νέες τεχνολογίες, υπό την αιγίδα του κράτους.
 - Ολοκληρωμένη τηλεοπτική και ραδιοφωνική καμπάνια για τα οφέλη και την εξάπλωση του Internet υψηλής πίεσης σε GRPs και ενδεικτικής διάρκειας 5 εβδομάδων. Προτείνεται η συμμετοχή στα TV Spots γνωστών προσωπικοτήτων προκειμένου να είναι πιο αποτελεσματική.

- Με διανομή φυλλαδίων (π.χ. σε δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμούς, ενώσεις, επιμελητήρια κ.λπ.).
- Με την καθιέρωση θεσμών για το Internet όπως για παράδειγμα:
 - Διοργάνωση Φεστιβάλ Internet με παρουσίαση των νέων τεχνολογιών το οποίο θα διεξάγεται μία φορά το χρόνο και θα συμμετέχουν όλες οι μεγάλες εταιρίες πληροφορικής του ελλαδικού χώρου και διεθνώς, οι μεγάλοι ISPs κ.λπ.
 - Διαγωνισμοί, όπως π.χ. διεξαγωγή online ανοιχτού διαγωνισμού για το σύνολο της επικοινωνίας του Internet προς τους καταναλωτές, με χορηγούς τα μεγαλύτερα ονόματα της πληροφορικής. Προτείνεται η δημιουργία θεματικών ενοτήτων σχετικά με το Internet όπου θα δίνεται η δυνατότητα στους συμμετέχοντες να εκφράσουν ιδέες, προτάσεις, απόψεις, εκ των οποίων οι καλύτερες θα επιβραβεύονται με δώρα από τους χορηγούς του εκάστοτε διαγωνισμού.
 - Ημέρα Internet όπως π.χ. καθιέρωση ετήσιας ημέρας Internet στα σχολεία μία φορά το χρόνο με τη συγγραφή σχολικών εκθέσεων με θέμα το Internet και τα οφέλη του και επιβράβευση των καλύτερων εξ' αυτών.
- Με την δημιουργία δημόσιων σημείων δωρεάν πρόσβασης και ενημέρωσης (π.χ. σε δημόσιες βιβλιοθήκες, δημόσιες υπηρεσίες, ενώσεις, επιμελητήρια κ.λπ.).
- Με την προβολή από τα ΜΜΕ της χρήσης του Internet από δημόσια πρόσωπα (π.χ. πολιτικοί, θεσμικοί, οικονομικοί κ.λπ. παράγοντες) ως καθημερινό εργαλείο για την ανάδειξη του Internet ως εργαλείο καθημερινής χρήσης.
- Με μήνυμα – διάγγελμα πολιτικών για το Internet, όπως για παράδειγμα το πρωτοχρονιάτικο μήνυμα του προέδρου Δημοκρατίας της Δανίας.
- Με τη δημιουργία και αποστολή ενημερωτικού φυλλαδίου ως ένθετο με την αποστολή φορολογικών εντύπων προς τους πολίτες. Ενδεικτικά αναφέρουμε ένα τираζ τουλάχιστον 6 εκατομμυρίων εντύπων.
- Με την αναμετάδοση σοβαρών γεγονότων μέσα ή και αποκλειστικά από το Internet.
- Με την ένταξη προωθητικού μηνύματος στα εισιτήρια ακτοπλοΐας, τρένων και μετρό για τη χρονική περίοδο τριών μηνών κατ' έτος.
- Με χρωματισμό λεωφορείων και τρόλεϊ με διαφημιστικά θέματα σχετιζόμενα με το Internet (γενικού περιεχομένου) που θα καλύπτει 8 μέσα μαζικής μεταφοράς για την πόλη της Αθήνας για περίοδο 2 μηνών κατ' έτος και σταδιακή εξάπλωση και σε άλλες μεγάλες πόλεις.
- Έκδοση σειράς γραμματοσήμων (πιθανόν και συλλεκτικών) χαμηλής αξίας που θα απευθύνονται στο ευρύ κοινό με θέμα το Internet υπό την αιγίδα και υποστήριξη της ΕΕΤΤ.
- Με την βελτίωση του νομοθετικού πλαισίου για την προστασία των δικαιωμάτων και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και της ασφάλειας.
- Με την ενθάρρυνση της χρήσης των νέων ΤΠΕ από την κοινωνία για ικανοποίηση καθημερινών ή/και περιστασιακών αναγκών για επικοινωνία, ενημέρωση, επιμόρφωση, ψυχαγωγία και διεκπεραίωση συναλλαγών με το δημόσιο ή τον ιδιωτικό τομέα.

Ανάπτυξη των δυνατοτήτων και δεξιοτήτων όλων στη χρήση των ΤΠΕ μέσα από ενημέρωση και εκπαίδευση

Για να επιτευχθεί η ανάπτυξη των δυνατοτήτων και δεξιοτήτων όλων των πιθανών χρηστών στη χρήση των νέων ΤΠΕ, τόσο από το γενικό πληθυσμό όσο και από τις επιχειρήσεις, θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις με στόχο:

- Την προετοιμασία των πολιτών ώστε να μπορούν να απασχοληθούν σε θέσεις εργασίας που απαιτούν γνώση και χρήση των νέων ΤΠΕ.
- Την εκπαίδευση των μη χρηστών στη χρήση των νέων τεχνολογιών ώστε να μειωθεί το ποσοστό του πληθυσμού που αφενός δεν τις χρησιμοποιεί λόγω έλλειψης γνώσεων για το πως θα τις χρησιμοποιήσει και αφετέρου δεν ενδιαφέρεται να τις χρησιμοποιήσει λόγω έλλειψης ενδιαφέροντος (παρακίνησή τους μέσω της γνώσης των δυνατοτήτων που τους παρέχονται).
- Την ενημέρωση των ήδη χρηστών για τις δυνατότητες των νέων ΤΠΕ ώστε να βελτιωθεί, να εντατικοποιηθεί και να γίνει περισσότερο αποδοτική και αποτελεσματική η χρήση τους.
- Να δοθεί η δυνατότητα χρήσης των νέων ΤΠΕ μέσα από δημόσια σημεία πρόσβασης στον γενικό πληθυσμό για να τα γνωρίζουν και να εξοικειωθούν με τη χρήση τους.
- Να δοθούν κίνητρα στις επιχειρήσεις για την αρχική εισαγωγή και εκπαίδευση καθώς και την περαιτέρω εκπαίδευση του προσωπικού τους στην χρήση και αποδοτική και αποτελεσματική εκμετάλλευση των νέων ΤΠΕ.

Ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στην προσέγγιση ομάδων όπου τα ποσοστά χρήσης είναι χαμηλά, όπως οι μεγαλύτερες ηλικίες (πάνω από 24 ετών), οι κάτοικοι των ημιαστικών και αγροτικών περιοχών, οι γυναίκες, οι άνεργοι και οι μερικώς απασχολούμενοι, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.

Τα ανωτέρω μπορούν να υλοποιηθούν:

- Μέσα από την εκπαιδευτική διαδικασία για τις μικρές ηλικίες (π.χ. με την εκμάθηση χρήσης του Η/Υ και του Internet και των εφαρμογών τους, με την υιοθέτηση τεχνολογιών πολυμέσων στην εκπαίδευση, την υποχρέωση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση χρήσης από τους σπουδαστές-φοιτητές του Η/Υ και του Internet κατά την διάρκεια των σπουδών τους όπως π.χ. για την εκπόνηση εργασιών).
- Με την δημιουργία κέντρων δωρεάν εκπαίδευσης για τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (π.χ. στις δημόσιες και δημοτικές υπηρεσίες, στα δημόσια ΚΕΚ) και με διάρθρωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων ανάλογα με το επίπεδο γνώσης των εκπαιδευομένων (π.χ. αρχάριοι, μέσοι κ.λπ.).
- Με την υποστήριξη και εκπαίδευση των εκπαιδευτικών και εκπαιδευτών για την ουσιαστική και αποτελεσματική παροχή της εκπαίδευσης.
- Με την δημιουργία δημόσιων σημείων δωρεάν πρόσβασης (π.χ. σε δημόσιες βιβλιοθήκες, δημόσιες υπηρεσίες, ενώσεις, επιμελητήρια κ.λπ.)
- Με την θέσπιση κινήτρων για τις επιχειρήσεις για την απόκτηση Η/Υ και Internet και την εκπαίδευση στην χρήση και αποδοτική και αποτελεσματική εκμετάλλευσή τους.
- Με την θέσπιση κινήτρων για τις επιχειρήσεις για την περαιτέρω εκπαίδευση του προσωπικού τους στην χρήση και αποδοτική και αποτελεσματική εκμετάλλευση των νέων ΤΠΕ.

Παροχή δυνατότητας πρόσβασης στις ΤΠΕ από όλους, οποτεδήποτε και από οπουδήποτε

Για να επιτευχθεί η παροχή της δυνατότητας πρόσβασης στις ΤΠΕ από όλους, οποτεδήποτε και από οπουδήποτε, θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις με στόχο:

- Την δημιουργία δημόσιων σημείων δωρεάν πρόσβασης.
- Την ενθάρρυνση και υποστήριξη δημιουργίας ιδιωτικών σημείων πρόσβασης με προσιτό κόστος.
- Την ανάπτυξη των τηλεπικοινωνιακών υποδομών.
- Την επιδότηση της ζήτησης για την απόκτηση του βασικού εξοπλισμού (H/Y, modem) και των υπηρεσιών Internet.
- Την επιδότηση της προσφοράς των υπηρεσιών Internet για περαιτέρω μείωση του κόστους ώστε οι τιμές προς τον καταναλωτή να είναι περισσότερο προσιτές.
- Την ενίσχυση ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων και γεωγραφικών περιοχών.

Ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στην προσέγγιση ασθενέστερων κοινωνικών ομάδων και γεωγραφικών περιοχών που δεν έχουν την δυνατότητα απόκτησης του απαραίτητου εξοπλισμού και της σύνδεσης στο Internet.

Τα ανωτέρω μπορούν να υλοποιηθούν:

- Με την δημιουργία δημόσιων σημείων δωρεάν πρόσβασης (π.χ. σε δημόσιες βιβλιοθήκες, δημόσιες και δημοτικές/κοινοτικές υπηρεσίες, ενώσεις, επιμελητήρια κ.λπ.) ιδίως σε ημιαστικές και αγροτικές περιοχές.
- Με την θέσπιση κινήτρων για την χρηματοδότηση δημιουργίας ιδιωτικών σημείων πρόσβασης με προσιτό κόστος (π.χ. επιδότηση απόκτησης εξοπλισμού και διασύνδεσης με τους τηλεπικοινωνιακούς παρόχους και τους Παρόχους Υπηρεσιών Internet (ISPs)) ιδίως σε ημιαστικές και αγροτικές περιοχές.
- Με την επιδότηση και θέσπιση κινήτρων για την απόκτηση του βασικού εξοπλισμού (H/Y, modem) και των υπηρεσιών Internet (π.χ. η δαπάνη απόκτησης να εκπίπτει από την φορολογία).
- Με την ενσωμάτωση του Internet σε ειδικά κρατικά προγράμματα επιδότησης πολιτιστικών ενεργειών για τις ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες (πολύτεχνες οικογένειες, άνεργοι, άτομα με αναπηρία κ.λπ.). Παράδειγμα αποτελεί το πρόγραμμα «Πολιτισμός για Όλους – Κάρτα Πολιτισμού» το οποίο είτε παρέχει ελεύθερη είσοδο είτε σημαντική έκπτωση σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, σε πολιτιστικές εκδηλώσεις (θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, κινηματογραφικές προβολές, κ.λπ.), στην αγορά βιβλίων, κ.λπ.
- Με την επιδότηση ομάδων που παρουσιάζουν μειωμένη διείσδυση (π.χ. άτομα με χαμηλό εισόδημα, αγρότες, κατοίκους επαρχίας, γυναικείο φύλο).
- Με την επιδότηση και θέσπιση κινήτρων για την προσφορά των υπηρεσιών Internet (π.χ. επιδότηση του κόστους δημιουργίας τηλεπικοινωνιακής υποδομής από τους Παρόχους Υπηρεσιών Internet (ISPs) και διασύνδεσης αυτής με το διεθνές Internet, επιδότηση ανάπτυξης εφαρμογών και υπηρεσιών, αφαίρεση των άμεσων και έμμεσων φόρων διαφήμισης όπως το αγγελιόσημο και ο φόρος τηλεοπτικής και ραδιοφωνικής διαφήμισης).

Προώθηση της ευρυζωνικής πρόσβασης στο Internet

Για να επιτευχθεί η Προώθηση της ευρυζωνικής πρόσβασης στο Internet, θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις με στόχο:

- Την ενημέρωση για τις διαφορές, δυνατότητες και τα οφέλη των broadband από τις narrowband τεχνολογίες.
- Την δημιουργία προγραμμάτων τηλε-εκπαίδευσης, τηλε-ιατρικής και γενικότερα σε δράσεις όπου οι ευρυζωνικές υπηρεσίες μπορούν να ενισχύσουν την οικονομική ανάπτυξη.
- Την ανάπτυξη υπηρεσιών ευρυζωνικού περιεχομένου.
- Την αναδιάρθρωση του ρυθμιστικού πλαισίου για την ενθάρρυνση του ανταγωνισμού και της ανοιχτής πρόσβασης.
- Την βελτίωση δεξιοτήτων και την ενίσχυση των εκπαιδευτικών και ερευνητικών δραστηριοτήτων.

Τα ανωτέρω μπορούν να υλοποιηθούν:

- Μέσα από την εκπαιδευτική διαδικασία.
- Με την δημιουργία κέντρων πληροφόρησης (π.χ. στις δημόσιες υπηρεσίες).
- Με την διοργάνωση και διεξαγωγή Road Shows – Ημερίδων ανά την Ελλάδα.
- Μέσα από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.
- Με την δημιουργία προγραμμάτων επιδότησης για ανάπτυξη υπηρεσιών ευρυζωνικού περιεχομένου (π.χ. audio, video κ.λπ.).
- Με τη δέσμευση επιπλέον κρατικών πόρων για προγράμματα βελτίωσης δεξιοτήτων, ενίσχυσης των εκπαιδευτικών και ερευνητικών δραστηριοτήτων.
- Με την ενίσχυση σχετικών πρωτοβουλιών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.
- Την αναδιάρθρωση του ρυθμιστικού πλαισίου για την ενθάρρυνση του ανταγωνισμού και της ανοιχτής πρόσβασης (π.χ. αποδέσμευση τοπικού βρόγχου, διασύνδεση δικτύων).

Ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και του υγιούς ανταγωνισμού

Για να επιτευχθεί η ιδιωτική πρωτοβουλία και ο υγιής ανταγωνισμός, θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις με στόχο:

- Την ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας για επενδύσεις και παροχή υπηρεσιών στο πλαίσιο των νέων ΤΠΕ.
- Την δημιουργία θετικού κλίματος για ομαλή λειτουργία, συνύπαρξη, συνεργασία και υγιή ανταγωνισμό των επιχειρήσεων και οργανισμών που δραστηριοποιούνται στις νέες ΤΠΕ.

Τα ανωτέρω μπορούν να υλοποιηθούν:

- Με την επιτάχυνση των έργων πληροφορικής και επικοινωνιών του Γ' ΚΠΣ.
- Με την θέσπιση κινήτρων για την χρηματοδότηση δημιουργίας ιδιωτικών σημείων πρόσβασης με προσιτό κόστος (π.χ. επιδότηση απόκτησης εξοπλισμού και διασύνδεσης με τους τηλεπικοινωνιακούς παρόχους και τους Παρόχους Υπηρεσιών Internet (ISPs)) ιδίως σε ημιαστικές και αγροτικές περιοχές.
- Με την επιδότηση και θέσπιση κινήτρων για την προσφορά των υπηρεσιών Internet (π.χ. επιδότηση του κόστους δημιουργίας τηλεπικοινωνιακής υποδομής από τους Παρόχους Υπηρεσιών Internet (ISPs) και διασύνδεσης αυτής με το διεθνές Internet, επιδότηση ανάπτυξης εφαρμογών και υπηρεσιών.
- Με την δημιουργία προγραμμάτων επιδότησης για ανάπτυξη υπηρεσιών ευρυζωνικού περιεχομένου (π.χ. audio, video κ.λπ.).
- Με την ενίσχυση της εγχώριας παραγωγής τηλεπικοινωνιακού υλικού και λογισμικού.
- Με την διαμόρφωση κατάλληλων συνθηκών υγιούς ανταγωνισμού (π.χ. ανταγωνισμός από πανεπιστήμια).

Προώθηση του κρατικού εκσυγχρονισμού μέσω των νέων ΤΠΕ

Για να επιτευχθεί η προώθηση του κρατικού εκσυγχρονισμού μέσω των νέων ΤΠΕ, θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις με στόχο:

- Τον εκσυγχρονισμό της υποδομής που χρησιμοποιούν οι δημόσιες υπηρεσίες.
- Την διάθεση περισσότερων υπηρεσιών του δημόσιου τομέα προς τους πολίτες και τις επιχειρήσεις με χρήση των νέων ΤΠΕ.
- Την ενημέρωση του κοινού για την ύπαρξη των ηλεκτρονικά διαθέσιμων υπηρεσιών, τα οφέλη τους και τα πλεονεκτήματά τους.
- Την κατάρτιση και εκπαίδευση των υπαλλήλων του δημόσιου τομέα στην χρήση και στα οφέλη των νέων ΤΠΕ.

Τα ανωτέρω μπορούν να υλοποιηθούν:

- Με την οργάνωση των πληροφοριών, την αυτοματοποίηση των διαδικασιών, την ανάπτυξη ηλεκτρονικού περιεχομένου και την διάθεσή του μέσω του Internet.
- Με την επιτάχυνση των προγραμμάτων ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και ηλεκτρονικής υγείας.
- Με την ενημέρωση του κοινού μέσα από φυλλάδια και κέντρα πληροφόρησης στις δημόσιες υπηρεσίες, με τη διοργάνωση και διεξαγωγή Road Shows – Ημερίδων ανά την Ελλάδα και μέσα από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.
- Με την δημιουργία προγραμμάτων κατάρτισης και εκπαίδευσης των υπαλλήλων του δημόσιου τομέα στην χρήση και στα οφέλη των νέων ΤΠΕ.
- Με την ενίσχυση σχετικών πρωτοβουλιών σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.
- Με την θέσπιση κινήτρων ή και την υποχρέωση για χρήση κάποιων υπηρεσιών μόνο ηλεκτρονικά.

- Με τον συντονισμό των δράσεων ανάμεσα σε διαφορετικούς τομείς της δημόσιας διοίκησης.

Ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών και θεσμικού πλαισίου για την προαγωγή και ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας

Για να επιτευχθεί η ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών και θεσμικού πλαισίου για την προαγωγή και ανάπτυξη της ψηφιακής οικονομίας, θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις με στόχο:

- Την πλήρη εφαρμογή των κανόνων και δράσεων των προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τα ανωτέρω μπορούν να υλοποιηθούν:

- Με την διαμόρφωση κατάλληλου φορολογικού περιβάλλοντος (ηλεκτρονική τιμολόγηση και ΦΠΑ):
 - Ηλεκτρονική τιμολόγηση: Εφαρμογή του κανονισμού περί της ηλεκτρονικής τιμολόγησης (Οδηγία 2001/115/ΕΚ του Συμβουλίου της 20.12.2001, ΕΕ αριθ. L 15 της 17.1.2002) από την Ευρωπαϊκή Ένωση.
 - ΦΠΑ: Εφαρμογή του κανονισμού σχετικά με το ΦΠΑ που εκπίπτει σε υπηρεσίες που παρέχονται ηλεκτρονικά σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση (Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 792/2002 του Συμβουλίου της 7.5.2002, ΕΕ αριθ. L 128 της 15.5.2002 και οδηγία 2002/38/ΕΚ του Συμβουλίου της 7.5.2002, ΕΕ αριθ. L 128 της 15.5.2002).
- Με την επιβολή των ευρωπαϊκών προτύπων για θέματα ασφάλειας δικτύων και συναλλαγών.
- Με την διαμόρφωση νομικού και θεσμικού πλαισίου, όσον αφορά την θέσπιση των πνευματικών δικαιωμάτων, την προστασία των προσωπικών δεδομένων, την πιστοποίηση της τηλε-εκπαίδευσης, την ασφαλιστική κάλυψη της τηλε-εργασίας κ.λπ.
- Με την προώθηση νέων μοντέλων διασύνδεσης και διαλειτουργικότητας.
- Με την θέσπιση θεσμικού πλαισίου για την αποδέσμευση του τοπικού βρόγχου και των δικαιωμάτων διέλευσης.
- Με την διαμόρφωση κατάλληλων συνθηκών υγιούς ανταγωνισμού.

Προώθηση της καινοτομίας και της τεχνολογικής εξέλιξης

Για να επιτευχθεί η προώθηση της καινοτομίας και της τεχνολογικής εξέλιξης, θα πρέπει να δρομολογηθούν δράσεις με στόχο:

- Την παρακίνηση για δημιουργία καινοτομικού περιβάλλοντος.
- Την δημιουργία και ανάπτυξη εξειδικευμένων ομάδων και φόρουμ συζήτησης για την ανάπτυξη των νέων ΤΠΕ

Τα ανωτέρω μπορούν να υλοποιηθούν:

- Με την παρακίνηση για καινοτομία μέσω άμεσων χρηματοδοτήσεων ιδιωτικής Έρευνας και Ανάπτυξης, τα φορολογικά κίνητρα όπως η υιοθέτηση της οδηγίας για την ηλεκτρονική τιμολόγηση και του κανονισμού σχετικά με το ΦΠΑ σε υπηρεσίες που παρέχονται ηλεκτρονικά, τα πνευματικά δικαιώματα και τα δικαιώματα ιδιοκτησίας, την ενίσχυση των επενδύσεων που προέρχονται από το εξωτερικό, τα πολλαπλά κανάλια διανομής περιεχομένου και τέλος την ασφάλεια των δικτύων και των συναλλαγών.
- Μέσα από την χρηματοδότηση της δημόσιας Έρευνας και Ανάπτυξης και της αύξησης του αριθμού των ερευνητών.
- Με την χρηματοδότηση δημιουργίας νέων επιχειρήσεων στον τομέα των ΤΠΕ.
- Με την καινοτόμα χρήση της υπάρχουσας υποδομής, είτε μέσω power cables είτε μέσω του σιδηροδρόμου και άλλων υπο-χρησιμοποιημένων δικτύων.
- Με την ύπαρξη δημόσιων σημείων πρόσβασης που παρέχουν ασύρματες λύσεις – π.χ. μέσω δορυφόρου, WLAN και WiFi. Όσον αφορά την εγκατάσταση δημόσιων ασύρματων δικτύων, αυτά θα έχουν παρουσία στα κεντρικά λιμάνια, στους σταθμούς ΚΤΕΛ, στους μεγαλύτερους σταθμούς τρένων και μετρό σε όλη την ελληνική επικράτεια, τα οποία και υπολογίζονται συνολικά σε 60 σημεία παρουσίας.
- Με την εκπροσώπηση της βιομηχανίας σε κανονιστικές επιτροπές, σε ομάδες και φόρουμ συζήτησης για την ανάπτυξη των νέων ΤΠΕ.

6.4 Συμπεράσματα

Τα βασικότερα συμπεράσματα από την παραπάνω στρατηγική ανάλυση είναι:

- Η προώθηση του Internet είναι πιο αποτελεσματική όταν στοχεύει στην επιδότηση τόσο της ζήτησης όσο και της προσφοράς.
- Οι χρήστες θα υιοθετήσουν το Internet μόλις κατανοήσουν τα οφέλη του.
- Δεν υπάρχει υποκατάστατο για τον πραγματικό και υγιή ανταγωνισμό στην αγορά προκειμένου να επιτευχθεί η ταχύτατη επέκταση των δικτύων και η παράλληλη μείωση των τιμών.
- Τα δημόσια σημεία πρόσβασης σε μη εξυπηρετούμενες, απομακρυσμένες περιοχές είναι καταλυτικής σημασίας τόσο για τη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος όσο και για την εύκολη μελλοντική επέκταση των δικτύων (ιδίως των broadband).
- Η πολιτεία μπορεί και πρέπει να έχει σημαντικό ρόλο σε όλους τους τύπους προώθησης και σε όλα τα επίπεδα (π.χ. εθνικό, περιφερειακό, κ.λπ.).
- Η πολιτεία θα πρέπει να κατέχει σημαντικό ρόλο στην παροχή υπηρεσιών Internet δημιουργώντας το κατάλληλο νομοθετικό και ρυθμιστικό πλαίσιο για αυτήν. Παράλληλα θα πρέπει να είναι πρόθυμη για φορολογικές πιστώσεις, δάνεια και επιδοτήσεις ενώ θα πρέπει να είναι υπεύθυνη για τη διαλειτουργικότητα, τις διαλογικές δημόσιες υπηρεσίες, τα δημόσια σημεία πρόσβασης. Ο ρόλος της είναι επίσης καθοριστικός σε σχέση με την υλοποίηση και προώθηση της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, της ηλεκτρονικής μάθησης και την ηλεκτρονικής υγείας.

Απαιτείται η δημιουργία συντονιστικού οργάνου για την προώθηση και ανάπτυξη του Internet με την συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων φορέων, έργο του οποίου θα είναι η υλοποίηση του εν λόγω action plan και η ορθή διαχείριση των απαιτούμενων κονδυλίων.

6.5 Αξιολόγηση

Με την παραπάνω στρατηγική και τις δράσεις εκτιμάται ότι θα αυξηθεί σημαντικά η διείσδυση του Internet στην Ελλάδα. Ο βασικός Δείκτης Αξιολόγησης της πορείας του πλάνου ορίζεται το ποσοστό διείσδυσης στον πληθυσμό και συγκεκριμένα στον πληθυσμό ηλικίας 15 ετών και πάνω που είναι έλληνες κάτοικοι (όχι αλλοδαποί που κατοικούν στην Ελλάδα) όπως χρησιμοποιείται και στις έρευνες του ΕΔΕΤ-ebusinessforum για να υπάρχουν συγκρίσιμα ιστορικά στοιχεία.

Για την αποτελεσματικότητα του πλάνου δράσης έχουν γίνει τρία σενάρια και υπολογίζεται ότι το ποσοστό διείσδυσης στο τέλος της τριετίας θα προσεγγίσει το 35,3% στο απαισιόδοξο σενάριο, το 41,2% στο μετριοπαθές και το 47,2% στο αισιόδοξο.

% ΔΙΕΙΣΔΥΣΗΣ ΣΤΟΝ ΠΛΗΘΥΣΜΟ 15+ (ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΤΟΙΚΟΙ)

	2002	2003	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ
ΣΕΝΑΡΙΟ: ΑΠΑΙΣΙΟΔΟΞΟ	17,2%	19,9%	27,0%	31,2%	35,3%
ΣΕΝΑΡΙΟ: ΜΕΤΡΙΟΠΑΘΕΣ	17,2%	19,9%	29,5%	35,4%	41,2%
ΣΕΝΑΡΙΟ: ΑΙΣΙΟΔΟΞΟ	17,2%	19,9%	32,1%	39,7%	47,2%

ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ)

	2002	2003	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ
ΣΕΝΑΡΙΟ: ΑΠΑΙΣΙΟΔΟΞΟ		2,7%	7,1%	4,2%	4,1%
ΣΕΝΑΡΙΟ: ΜΕΤΡΙΟΠΑΘΕΣ		2,7%	9,6%	5,9%	5,7%
ΣΕΝΑΡΙΟ: ΑΙΣΙΟΔΟΞΟ		2,7%	12,2%	7,6%	7,5%

Αναλυτικά τα τρία σενάρια παρατίθενται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.

Η ποσοστιαία αύξηση της διείσδυσης χρήσης του Internet στον γενικό πληθυσμό καθώς και ποιοτικές μεταβλητές όπως η βελτίωση του επιπέδου της τεχνολογικής κουλτούρας και του επιπέδου αποδοχής των νέων τεχνολογιών, θα επιφέρουν αύξηση και σε επιμέρους δείκτες τόσο στο γενικό πληθυσμό όσο και στις επιχειρήσεις, όπως:

ΓΕΝΙΚΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ

- Ποσοστό κατοχής Internet στα νοικοκυριά
- Πρόθεση απόκτησης σύνδεσης Internet στο νοικοκυριό το επόμενο 6-μηνο
- Συχνότητα χρήσης Internet (τουλάχιστον 3 φορές την εβδομάδα) στο γενικό πληθυσμό
- Ποσοστό χρήσης Internet ανά ηλικιακή ομάδα και φύλο στο γενικό πληθυσμό
- Ποσοστό χρήσης Η/Υ στο γενικό πληθυσμό
- Ποσοστό χρήσης Η/Υ στο γενικό πληθυσμό κατά αστικότητα
- Ποσοστό κατοχής Η/Υ στα νοικοκυριά
- Πρόθεση απόκτησης Η/Υ στο νοικοκυριό το επόμενο 6-μηνο
- Συχνότητα χρήσης Η/Υ (τουλάχιστον 3 φορές την εβδομάδα) στο γενικό πληθυσμό
- Ποσοστό χρήσης Η/Υ ανά ηλικιακή ομάδα και φύλο στο γενικό πληθυσμό

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

- Ποσοστό κατοχής Internet στο σύνολο
- Ποσοστό κατοχής Internet ανά μέγεθος επιχείρησης
- Πρόθεση απόκτησης σύνδεσης Internet στο σύνολο το επόμενο 6-μηνο
- Πρόθεση απόκτησης σύνδεσης Internet ανά μέγεθος επιχείρησης το επόμενο 6-μηνο
- Ποσοστό κατοχής Η/Υ στο σύνολο
- Ποσοστό κατοχής Η/Υ ανά μέγεθος επιχείρησης
- Πρόθεση απόκτησης Η/Υ στο σύνολο το επόμενο 6-μηνο
- Πρόθεση απόκτησης Η/Υ ανά μέγεθος επιχείρησης το επόμενο 6-μηνο

Για την αξιολόγηση της πορείας υλοποίησης του πλάνου δράσης απαιτείται η διεξαγωγή έρευνας αγοράς από όπου και θα προκύπτουν τα συμπεράσματα τα οποία και θα δημοσιεύονται προς όλους. Η έρευνα θα διεξάγεται πανελλαδικά μια φορά το χρόνο, με συνεντεύξεις σε νοικοκυριά και επιχειρήσεις καθώς και μέσω Internet, και θα αφορά το σύνολο της αγοράς του Internet. Φορέας για την μέτρηση του Internet προτείνεται η ΕΕΤΤ.

6.6 Προϋπολογισμός & Πιθανοί Πόροι

Το συνολικό κόστος του πλάνου δράσης ανέρχεται για την τριετία στα 86,36 εκ. ευρώ. Το κόστος προτείνεται να καλυφθεί από διάφορους Φορείς (Υπουργεία και ΕΕΤΤ). Το κόστος ανά έτος και ανά προτεινόμενο αρμόδιο φορέα για την υλοποίηση είναι:

ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ	ΚΟΣΤΟΣ			
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΙΕΤΙΑΣ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	15.320.000 €	10.120.000 €	7.520.000 €	32.960.000 €
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ/ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	293.500 €	176.100 €	88.050 €	557.650 €
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ/ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝ. ΑΜΥΝΑΣ	352.200 €	352.200 €	352.200 €	1.056.600 €
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	2.520.000 €	4.205.750 €	4.205.750 €	10.931.500 €
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ	10.806.000 €	7.284.000 €	7.284.000 €	25.374.000 €
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ	5.266.000 €	3.000.000 €	2.000.000 €	10.266.000 €
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ	1.608.000 €	1.608.000 €	1.608.000 €	4.824.000 €
ΕΕΤΤ	130.000 €	130.000 €	130.000 €	390.000 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ	36.295.700 €	26.876.050 €	23.188.000 €	86.359.750 €

Αναλυτικά, το κόστος ανά δράση, ανά έτος και ανά προτεινόμενο αρμόδιο φορέα για την υλοποίηση είναι:

Α/Α	ΔΡΑΣΕΙΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ	ΚΟΣΤΟΣ			
			1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΙΕΤΙΑΣ
1	Εγκατάσταση και λειτουργία Infokiosks στις δημόσιες υπηρεσίες	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ	240.000€	240.000€	240.000€	720.000€
2	Δημιουργία και αποστολή ενημερωτικών φυλλαδίων προς τα σχολεία	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ	36.000€	0€	0€	36.000€
3	Δημιουργία κρατικών ενημερωτικών φυλλαδίων και ένθεσής τους σε Κύρια κόπικες εφημερίδες	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ	7.044.000€	3.522.000€	3.522.000€	14.088.000€
4	Οργάνωση και διεξαγωγή Road Shows - Ημερίδων σε μεγάλες πόλεις	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ/ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	293.500€	176.100€	88.050€	557.650€
5	Οργάνωση και διεξαγωγή Road Shows - Ημερίδων στο Στρατό	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ/ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝ. ΑΜΥΝΑΣ	352.200€	352.200€	352.200€	1.056.600€
6	Διοργάνωση Φεστιβάλ Internet	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	60.000€	60.000€	60.000€	180.000€
7	Δημιουργία 15λεπτης ενημερωτικής τηλεοπτικής εκπομπής (15ήμερη)	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	500.000€	500.000€	500.000€	1.500.000€
8	Ολοκληρωμένη τηλεοπτική και ραδιοφωνική καμπάνια	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	700.000€	700.000€	700.000€	2.100.000€
9	Δημιουργία και ένθεση ενημερωτικού φυλλαδίου με την αποστολή φορολογικών εντύπων	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ	108.000€	108.000€	108.000€	324.000€
10	Ένθεση προωθητικού μηνύματος στα εισιτήρια αεροπλάνου, τρένων και μετρό	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	700.000€	700.000€	700.000€	2.100.000€
11	Χρωματισμός μέσω διαδικτύου με διαφημιστικά θέματα για το Internet	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	360.000€	360.000€	360.000€	1.080.000€
12	Έκδοση σειράς γραμματοσήμων χαμηλής αξίας	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	20.000€	20.000€	20.000€	60.000€
13	Παροχή ενημερωτικού υλικού στις δημόσιες υπηρεσίες	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ	3.522.000€	3.522.000€	3.522.000€	10.566.000€
14	Ακρόαση όλων των άμεσων και έμμεσων φόρων (π.χ. αγγελόσημο) για τις διαφημίσεις Internet	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ	1.500.000€	1.500.000€	1.500.000€	4.500.000€
15	Δημιουργία και λειτουργία δημοσίων σημείων πρόσβασης	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	500.000€	300.000€	300.000€	1.100.000€
16	Δημιουργία και διανομή βιβλίου - εγχειρίδιου για το Internet και τα αρέλη του	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ	230.000€	0€	0€	230.000€
17	Διεξαγωγή έρευνας αγοράς για το σύνολο της αγοράς του Internet	ΕΕΤΤ	130.000€	130.000€	130.000€	390.000€
18	Επιδότηση αγοράς ΗΥ/ Internet σε ομάδες που παρουσιάζουν μειωμένη διείσδυση (π.χ. άτομα με χαμηλό εισόδημα, αγρότες, κατοίκους επαρχίας, γυναικείο φύλο)	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	13.000.000€	7.800.000€	5.200.000€	26.000.000€
19	Συνεργασία με κατά τόπους εκπαιδευτικούς φορείς (π.χ. Δημοσια ΙΕΚ, δημοτικές επιχειρήσεις, κτλ.) για την παροχή δωρεάν εκπαίδευσης & ενημέρωσης στη χρήση ΗΥ/ Internet	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ	5.000.000€	3.000.000€	2.000.000€	10.000.000€
20	Εκμάθηση χρήσης του ΗΥ και του Internet και των εφαρμογών τους, με την υιοθέτηση τεχνολογιών πολυμέσων στην εκπαίδευση, την υποχρέωση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση χρήσης από τους σπουδαστές-φοιτητές του ΗΥ και του Internet κατά την διάρκεια των σπουδών τους όπως π.χ. για την εκπόνηση εργασιών και της χρήσης του Internet ως	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ	0€	0€	0€	0€
21	Με την θέσπιση κινήτρων για την χρηματοδότηση δημιουργίας ιδιωτικών σημείων πρόσβασης με προσιτό κόστος	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ	2.000.000€	3.885.750€	3.885.750€	9.771.500€
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ			36.295.700€	26.876.050€	23.188.000€	86.359.750€

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΣΕΝΑΡΙΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΠΛΑΝΟΥ ΔΡΑΣΗΣ

Όλοι οι υπολογισμοί έχουν γίνει με βάση τα εξής:

ΒΑΣΕΙΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ 15+ (Έλληνες κάτοικοι)	8.635.000
ΜΑΘΗΤΕΣ	1.295.000
ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ (ΚΥΡ)	1.000.000
ΑΡΙΘΜΟΣ ΧΡΗΣΤΩΝ INTERNET ΤΟ 2003 15+ (Έλληνες κάτοικοι) (ebusinessforum - ΕΔΕΤ)	1.718.500

Επίσης, σε ό,τι αφορά στα κόστη κάποια για τα οποία υπήρχαν δεδομένα είναι με βάση τα δεδομένα αυτά και για όσα δεν υπήρχαν δεδομένα έχουν γίνει παραδοχές.

Για τον υπολογισμό των νέων χρηστών Internet για κάθε προτεινόμενη ενέργεια του πλάνου:

- Υπολογίζεται ένα ποσοστό του κοινού που θα ενδιαφερθεί/θα συμμετέχει στην ενέργεια (με βάση τις παραπάνω βάσεις πληθυσμού) και κατ' επέκταση ο αντίστοιχος αριθμός ατόμων.
- Από το κοινό αυτό υπολογίζεται το ποσοστό των μη χρηστών Internet και κατ' επέκταση ο αντίστοιχος αριθμός συμμετεχόντων που δεν είναι χρήστες Internet.
- Από τον αριθμό των μη χρηστών Internet υπολογίζεται το ποσοστό αυτών που θα γίνουν χρήστες Internet και κατ' επέκταση ο αντίστοιχος αριθμός.
- Τέλος υπολογίζεται ένας βαθμός επικάλυψης (30%) επί του συνολικού αριθμού νέων χρηστών Internet, δηλαδή το ίδιο άτομο θα συμμετάσχει σε περισσότερες της μίας δράσης και άρα δεν πρέπει να υπολογίζεται διπλά.

ΣΕΝΑΡΙΟ: ΑΠΛΩΣΙΔΑΣ

Α/Α	ΔΡΑΣΕΙΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	1ο ΕΤΟΣ								2ο ΕΤΟΣ								3ο ΕΤΟΣ								ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΙΕΤΙΑΣ			
			ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΚΟΣΤΟΣ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ		
1	Εγκατάσταση και λειτουργία Info kiosks στις δημόσιες υπηρεσίες	3.000 €	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	15,0%	6.476	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	15,0%	6.476	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	15,0%	6.476	720.000 €	19.429		
2	Δημιουργία και αποστολή ενημερωτικών φυλλαδίων προς τα σχολεία	0,018 €	2.000.000	36.000 €	80,0%	1.036.000	50,0%	518.000	5,0%	25.900								0							0	36.000 €	25.900			
3	Δημιουργία κρατικών ενημερωτικών φυλλαδίων και διανομή τους σε Κυριακάτικες αγορές	1,76 €	4.000.000	7.044.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	5,0%	37.500	2.000.000	3.522.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	5,0%	37.500	2.000.000	3.522.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	5,0%	37.500	14.088.000 €	112.500		
4	Οργάνωση και διεξαγωγή Road Shows - Ημερίων σε μεγάλες πόλεις	5.870 €	50	293.500 €	1.000	50.000	60,0%	30.000	10,0%	3.000	30	176.100 €	1.000	30.000	60,0%	18.000	10,0%	1.800	15	88.050 €	1.000	15.000	60,0%	9.000	10,0%	900	557.650 €	5.700		
5	Οργάνωση και διεξαγωγή Road Shows - Ημερίων στο Στρατό	5.870 €	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	10,0%	780	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	10,0%	780	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	10,0%	780	1.056.600 €	2.340		
6	Διοργάνωση Φεστιβάλ Internet	60.000 €	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	10,0%	300	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	10,0%	300	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	10,0%	300	180.000 €	900		
7	Δημιουργία 15λεπτης ενημερωτικής τηλεοπτικής εκπομπής (15λεπτα)	500.000 €	1	500.000 €	5,0%	431.750	80,0%	345.400	1,0%	3.454	1	500.000 €	5,0%	431.750	80,0%	345.400	1,0%	3.454	1	500.000 €	5,0%	431.750	80,0%	345.400	1,0%	3.454	1.500.000 €	10.362		
8	Ολοκληρωμένη τηλεοπτική και ραδιοφωνική καμπάνια	700.000 €	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	2,0%	84.623	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	2,0%	84.623	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	2,0%	84.623	2.100.000 €	253.869		
9	Δημιουργία και διανομή ενημερωτικού φυλλαδίου με την αποστολή φορολογικών εντύπων	0,018 €	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	2,0%	69.080	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	2,0%	69.080	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	2,0%	69.080	324.000 €	207.240		
10	Εκπαίδευση προωθητικού μηνύματος στα επαγγελματίες, τρένων και μετρό	700.000 €	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	2,0%	31.086	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	2,0%	31.086	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	2,0%	31.086	2.100.000 €	93.268		
11	Χρηματισμός μέσω μαζικής μεταφοράς με διαφημιστικά θέματα για το Internet	45.000 €	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	3,0%	23.315	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	3,0%	23.315	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	3,0%	23.315	1.080.000 €	69.944		
12	Εκδότης σαράς γραμματισμών χαμηλής αξίας	0,1 €	200.000	20.000 €	4,5%	389.575	95,0%	369.146	0,5%	1.846	200.000	20.000 €	4,5%	389.575	95,0%	369.146	0,5%	1.846	200.000	20.000 €	4,5%	389.575	95,0%	369.146	0,5%	1.846	60.000 €	5.537		
13	Παροχή ενημερωτικού υλικού στις δημόσιες υπηρεσίες	1,76 €	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	1,0%	13.816	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	1,0%	13.816	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	1,0%	13.816	10.566.000 €	41.448		
14	Αφαίρεση όλων των άμεσων και έμμεσων φόρων (π.χ. αγγελίασμα) για τις διαφημίσεις Internet	1.500.000 €	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	3,0%	126.935	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	3,0%	126.935	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	3,0%	126.935	4.500.000 €	380.804		
15	Δημιουργία και λειτουργία δημόσιων σημείων πρόσβασης	5.000 €	100	500.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	2,0%	31.086	100	300.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	2,0%	31.086	100	300.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	2,0%	31.086	1.100.000 €	93.268		
16	Δημιουργία και διανομή βιβλίου - εγχειρίδιου για το Internet και τα σελίδι του	0,23 €	1.000.000	230.000 €	100,0%	1.295.000	50,0%	647.500	5,0%	32.375								0							0	230.000 €	32.375			
17	Διεξαγωγή έρευνας αγοράς για το σύνολο της αγοράς του Internet	130.000 €	1	130.000 €		0	0,0%	0	0,0%	0	1	130.000 €		0	0,0%	0	0,0%	0	1	130.000 €		0	0,0%	0	0,0%	0	390.000 €	0		
18	Επιδότηση αγοράς ΗΥΥ Internet σε ομάδες που παρουσιάζουν μειωμένη διάσχυση (π.χ. άτομα με χαμηλό εισόδημα, αγρότες, καταίκους επαγγέλμα, μοναχικό φύλο)	260 €	50.000	13.000.000 €		50.000	100,0%	50.000	100,0%	50.000	30.000	7.800.000 €		30.000	100,0%	30.000	100,0%	30.000	20.000	5.200.000 €		20.000	100,0%	20.000	100,0%	20.000	26.000.000 €	100.000		
19	Συνεργασία με κατά τόπους εκπαιδευτικούς φορείς (π.χ. Δημόσια ΙΕΚ, Δημοτικές επιχειρήσεις, κ.λπ.) για την παροχή δωρεάν εκπαίδευσης & ενημέρωσης στη χρήση ΗΥΥ Internet	100 €	50.000	5.000.000 €		50.000	100,0%	50.000	100,0%	50.000	30.000	3.000.000 €		30.000	100,0%	30.000	100,0%	30.000	20.000	2.000.000 €		20.000	100,0%	20.000	100,0%	20.000	10.000.000 €	100.000		
20	Εκμάθηση χρήσης του ΗΥΥ και του Internet και των εφαρμογών τους, με την υεθέτηση εργασιών των πολυμέσων στην εκπαίδευση, την υποστήριξη στην τριτοβάθμια εκπαίδευση χρήσης από τους σπουδαστές-φοιτητές του ΗΥΥ και του Internet κατά την διάρκεια των σπουδών τους όπως π.χ. για την εκπόνηση εργασιών και της χρήσης του Internet ως εκπαιδευτικό μέσο	0 €		0 €	100,0%	1.000.000	50,0%	500.000	50,0%	250.000																0 €	250.000			
21	Με την θέσπιση κινήτρων για την χρηματοδότηση δημοσιονομικών ιδιωτικών σημείων πρόσβασης με προσωπικό κόστος	20.000 €	100	2.000.000 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	80,0%	31.086	100	3.885.750 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	80,0%	31.086	100	3.885.750 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	80,0%	31.086	9.771.500 €	93.268		
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ			36.295.700 €								26.676.050 €								23.188.000 €						86.359.750 €					
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ																											502.282		1.898.121	
ΒΑΘΜΟΣ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ			30%																											
ΚΑΘΑΡΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ											610.860																351.597		1.328.685	
ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΝΕΟ ΧΡΗΣΤΗ																											65,95 €		65,00 €	
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΧΡΗΣΤΩΝ																											3.047.185		3.047.185	
ΚΑΤΟΙΚΟΙ																											35,3%		35,3%	

ΣΕΝΑΡΙΟ: ΜΕΤΡΙΟΠΛΗΘΙ

Α/Α	ΔΡΑΣΕΙΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	1ο ΕΤΟΣ								2ο ΕΤΟΣ								3ο ΕΤΟΣ								ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΙΕΤΙΑΣ	
			ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΚΟΣΤΟΣ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ
1	Εγκατάσταση και λειτουργία InfoKiosks στις δημόσιες υπηρεσίες	3.000 €	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	20,0%	8.635	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	20,0%	8.635	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	20,0%	8.635	720.000 €	25.905
2	Δημιουργία και αποστολή σημερινικών φυλλαδίων προς τα σχολεία	0,018 €	2.000.000	36.000 €	60,0%	1.036.000	50,0%	518.000	7,5%	38.850								0								0	36.000 €	38.850
3	Δημιουργία κρατικών ενημερωτικών φυλλαδίων και ένθετά τους σε Κυριακάτικες ενημερωτικές	1,76 €	4.000.000	7.044.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	7,5%	56.250	2.000.000	3.522.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	7,5%	56.250	2.000.000	3.522.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	7,5%	56.250	14.088.000 €	168.750
4	Οργάνωση και διεξαγωγή Road Shows - Ημερίδων σε μεγάλες πόλεις	5,870 €	50	293.500 €	1.000	50.000	60,0%	30.000	13,0%	3.900	30	176.100 €	1.000	30.000	60,0%	18.000	13,0%	2.340	15	88.050 €	1.000	15.000	60,0%	9.000	13,0%	1.170	557.650 €	7.410
5	Οργάνωση και διεξαγωγή Road Shows - Ημερίδων στο Σιρατό	5,870 €	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	13,0%	1.014	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	13,0%	1.014	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	13,0%	1.014	1.056.600 €	3.042
6	Διοργάνωση Φεστιβάλ Internet	60.000 €	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	13,0%	390	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	13,0%	390	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	13,0%	390	180.000 €	1.170
7	Δημιουργία 15λεπτης ενημερωτικής τηλεοπτικής εκπομπής (15ήμιση)	500.000 €	1	500.000 €	5,0%	431.750	80,0%	345.400	1,5%	5.181	1	500.000 €	5,0%	431.750	80,0%	345.400	1,5%	5.181	1	500.000 €	5,0%	431.750	80,0%	345.400	1,5%	5.181	1.500.000 €	15.543
8	Ολοκληρωμένη τηλεοπτική και ραδιοφωνική καμπάνια	700.000 €	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	3,0%	126.935	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	3,0%	126.935	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	3,0%	126.935	2.100.000 €	380.804
9	Δημιουργία και ένθεση ενημερωτικού φυλλαδίου με την αποστολή φορολογικών εντύπων	0,018 €	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	3,0%	103.620	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	3,0%	103.620	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	3,0%	103.620	324.000 €	310.860
10	Έκταξη προωθητικού μηνύματος στα εισήγρια ακιταόλας, τρένων και μετρό	700.000 €	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	3,0%	46.629	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	3,0%	46.629	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	3,0%	46.629	2.100.000 €	139.887
11	Χρηματισμός μέσων μαζικής μεταφοράς με διαφημιακά θέματα για το Internet	45.000 €	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	5,0%	38.858	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	5,0%	38.858	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	5,0%	38.858	1.080.000 €	116.573
12	Έκδοση σαράς γραμματισμών χωρηλής αξίας	0,1 €	200.000	20.000 €	4,5%	388.575	95,0%	369.146	1,0%	3.691	200.000	20.000 €	4,5%	388.575	95,0%	369.146	1,0%	3.691	200.000	20.000 €	4,5%	388.575	95,0%	369.146	1,0%	3.691	60.000 €	11.074
13	Παραγή ενημερωτικού υλικού στις δημόσιες υπηρεσίες	1,76 €	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	2,0%	27.632	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	2,0%	27.632	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	2,0%	27.632	10.566.000 €	82.896
14	Αφαίρεση όλων των εμψων και έμψων φόρων (π.χ. αναγνώση) για τις διαφημίσεις Internet	1.500.000 €	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	4,0%	169.246	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	4,0%	169.246	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	4,0%	169.246	4.500.000 €	507.738
15	Δημιουργία και λειτουργία δημόσιων σημείων πρόσβασης	5.000 €	100	500.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	3,0%	46.629	100	300.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	3,0%	46.629	100	300.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	3,0%	46.629	1.100.000 €	139.887
16	Δημιουργία και διασπομή βιβλίου - συγχαρητίου για το Internet και τα οφέλη του	0,23 €	1.000.000	230.000 €	100,0%	1.295.000	50,0%	647.500	8,0%	51.900								0								0	230.000 €	51.800
17	Διεξαγωγή έρευνας αγοράς για το σύνολο της αγοράς του Internet	130.000 €	1	130.000 €	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	1	130.000 €	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	1	130.000 €	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	390.000 €	0
18	Επίδωση αγοράς ΗΥΥ Internet σε ομάδες που παρουσιάζουν μειωμένη διάσδυση (π.χ. άτομα με χαμηλό ασόδημα, αγρότες, κατοίκους επαρχίας, μοναχικά φίλια)	260 €	50.000	13.000.000 €		50.000	100,0%	50.000	100,0%	50.000	30.000	7.800.000 €		30.000	100,0%	30.000	100,0%	30.000	20.000	5.200.000 €		20.000	100,0%	20.000	100,0%	20.000	26.000.000 €	100.000
19	Ευαγγελισμός με κατά τόπους εκπαιδευτικούς φορείς (π.χ. Δημόσια ΙΕΚ, δημολικές επιχειρήσεις, κ.λ.) για την παραγωγή δωρεάν εκπαίδευσης & ενημέρωσης στη χρήση ΗΥΥ Internet	100 €	50.000	5.000.000 €		50.000	100,0%	50.000	100,0%	50.000	30.000	3.000.000 €		30.000	100,0%	30.000	100,0%	30.000	20.000	2.000.000 €		20.000	100,0%	20.000	100,0%	20.000	10.000.000 €	100.000
20	Εκμύηση χρήσης του ΗΥΥ και του Internet και των εφαρμογών τους, με την υεβήση τεχνολογιών πολυμέσων στην εκπαίδευση, την υποχρέωση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση χρήσης από τους αποδυαστές-φοιτητές του ΗΥΥ και του Internet κατά την διάρκεια των σπουδιών τους όπως π.χ. για την εκπόνηση εργασιών και της χρήσης του Internet ως εκπαιδευτικό μέσο	0 €		0 €	100,0%	1.000.000	50,0%	500.000	65,0%	325.000																	0 €	325.000
21	Με την θέσπιση κινήτρων για την χρηματοδότηση δημιουργίας ιδιωτικών σημείων πρόσβασης με προσδό κόστος	20.000 €	100	2.000.000 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	85,0%	33.029	100	3.885.750 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	85,0%	33.029	100	3.885.750 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	85,0%	33.029	9.771.500 €	99.087
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ			36.295.700 €								26.876.850 €								23.188.800 €						86.339.750 €			
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ																											708.908	
ΒΑΘΜΟΣ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ			30%																								2.626.275	
ΚΑΘΑΡΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ																											496.236	
ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΝΕΟ ΧΡΗΣΤΗ																											46,98 €	
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΧΡΗΣΤΩΝ																											3.556.893	
ΚΑΤΟΙΚΟΙ																											41,2%	

ΣΕΝΑΡΙΟ: ΑΙΣΙΟΔΟΣ

Α/Α	ΔΡΑΣΕΙΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ	1ο ΕΤΟΣ							2ο ΕΤΟΣ							3ο ΕΤΟΣ							ΣΥΝΟΛΟ ΤΡΙΕΤΙΑΣ				
			ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ	ΠΑΝΟΥΣΜΟΣ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ	% ΜΗ ΧΡΗΣΤΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΓΙΝΟΥΝ ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ	ΚΟΣΤΟΣ	ΝΕΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ			
1	Εγκατάσταση και λειτουργία InfoKiosks στις δημόσιες υπηρεσίες	3.000 €	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	25,0%	10.794	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	25,0%	10.794	80	240.000 €	1,0%	86.360	50,0%	43.175	25,0%	10.794	720.000 €	32.381
2	Δημιουργία και αποστολή σημερινών φυλλαδίων προς τα σχολεία	0,018 €	2.000.000	36.000 €	60,0%	1.036.000	50,0%	518.000	10,0%	51.800								0							0	36.000 €	51.800	
3	Δημιουργία κρατικών σημερινών φυλλαδίων και ένθετά τους σε Κυριακάτικες εφημερίδες	1,76 €	4.000.000	7.044.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	10,0%	75.000	2.000.000	3.522.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	10,0%	75.000	2.000.000	3.522.000 €	100,0%	1.000.000	75,0%	750.000	10,0%	75.000	14.088.000 €	225.000
4	Οργάνωση και διεξαγωγή Road Shows - Ημερίδων σε μεγάλες πόλεις	5,870 €	50	293.500 €	1.000	50.000	60,0%	30.000	16,0%	4.800	30	176.100 €	1.000	30.000	60,0%	18.000	16,0%	2.880	15	88.050 €	1.000	15.000	60,0%	9.000	16,0%	1.440	557.650 €	9.120
5	Οργάνωση και διεξαγωγή Road Shows - Ημερίδων στο Σιρατό	5,870 €	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	16,0%	1.248	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	16,0%	1.248	60	352.200 €		12.000	65,0%	7.800	16,0%	1.248	1.056.600 €	3.744
6	Διοργάνωση Φεστιβάλ Internet	60.000 €	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	16,0%	480	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	16,0%	480	1	60.000 €	15.000	15.000	20,0%	3.000	16,0%	480	180.000 €	1.440
7	Δημιουργία 15λεπτης σημερινικής τηλεοπτικής εκπομπής (15ήμερη)	500.000 €	1	500.000 €	8,0%	690.800	80,0%	552.640	2,0%	11.053	1	500.000 €	8,0%	690.800	80,0%	552.640	2,0%	11.053	1	500.000 €	8,0%	690.800	80,0%	552.640	2,0%	11.053	1.500.000 €	33.158
8	Ολοκληρωμένη τηλεοπτική και ραδιοφωνική καμπάνια	700.000 €	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	4,0%	169.246	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	4,0%	169.246	1	700.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	4,0%	169.246	2.100.000 €	507.738
9	Δημιουργία και ένθεση σημερινικών φυλλαδίων με την αποστολή φορολογικών εντύπων	0,018 €	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	4,0%	138.160	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	4,0%	138.160	6.000.000	108.000 €	50,0%	4.317.500	80,0%	3.454.000	4,0%	138.160	324.000 €	414.480
10	Έκταξη προϋποθηκού μνημόσμου στα εισήγηση ακιταλίας, τρένων και μετρό	700.000 €	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	4,0%	62.172	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	4,0%	62.172	1	700.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	4,0%	62.172	2.100.000 €	186.516
11	Χρηματισμός μέσων μαζικής μεταφοράς με διαφημιακά θέματα για το Internet	45.000 €	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	7,0%	54.401	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	7,0%	54.401	8	360.000 €	10,0%	863.500	90,0%	777.150	7,0%	54.401	1.080.000 €	163.202
12	Έκδοση σαφούς γραμματισμών χωρικής αξίας	0,1 €	200.000	20.000 €	4,5%	388.575	95,0%	369.146	1,5%	5.537	200.000	20.000 €	4,5%	388.575	95,0%	369.146	1,5%	5.537	200.000	20.000 €	4,5%	388.575	95,0%	369.146	1,5%	5.537	60.000 €	16.612
13	Παροχή σημερινικού υλικού στις δημόσιες υπηρεσίες	1,76 €	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	3,0%	41.448	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	3,0%	41.448	2.000.000	3.522.000 €	20,0%	1.727.000	80,0%	1.381.600	3,0%	41.448	10.566.000 €	124.344
14	Αφαίρεση όλων των εμψων και έμψων φόρων (π.χ. αναγνώριση) για τις διαφημίσεις Internet	1.500.000 €	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	5,0%	211.558	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	5,0%	211.558	1	1.500.000 €	70,0%	6.044.500	70,0%	4.231.150	5,0%	211.558	4.500.000 €	634.673
15	Δημιουργία και λειτουργία δημόσιων σημείων πρόσβασης	5.000 €	100	500.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	4,0%	62.172	100	300.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	4,0%	62.172	100	300.000 €	30,0%	2.590.500	60,0%	1.554.300	4,0%	62.172	1.100.000 €	186.516
16	Δημιουργία και διανομή βιβλίου - εγχειρίδιου για το Internet και τα οφέλη του	0,23 €	1.000.000	230.000 €	100,0%	1.295.000	50,0%	647.500	11,0%	71.225								0							0	230.000 €	71.225	
17	Διεξαγωγή έρευνας αγοράς για το σύνολο της αγοράς του Internet	130.000 €	1	130.000 €	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	1	130.000 €	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	1	130.000 €	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	390.000 €	0
18	Επίδραση αγοράς ΗΥ/Internet σε ομάδες που παρουσιάζουν μειωμένη διάθεση (π.χ. άτομα με χαμηλό ασόδημα, αγρότες, κατοίκους επαρχίας, μοναχικά φύλα)	260 €	50.000	13.000.000 €		50.000	100,0%	50.000	100,0%	50.000	30.000	7.800.000 €		30.000	100,0%	30.000	100,0%	30.000	20.000	5.200.000 €		20.000	100,0%	20.000	100,0%	20.000	26.000.000 €	100.000
19	Ευεργασία με κατά τόπους εκπαιδευτικούς φορείς (π.χ. Δήμοια ΙΕΚ, δημοτικές επιχειρήσεις, κ.λπ.) για την παραγωγή δωρεάν εκπαίδευσης & ενημέρωσης στη χρήση ΗΥ/Internet	100 €	50.000	5.000.000 €		50.000	100,0%	50.000	100,0%	50.000	30.000	3.000.000 €		30.000	100,0%	30.000	100,0%	30.000	20.000	2.000.000 €		20.000	100,0%	20.000	100,0%	20.000	10.000.000 €	100.000
20	Εκμίσθηση χρήσης του ΗΥ και του Internet και των εφαρμογών τους, με την υιοθέτηση τεχνολογιών πολυμέσων στην εκπαίδευση, την υποχρέωση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση χρήσης από τους αποδυαστές-φοιτητές του ΗΥ και του Internet κατά την διάρκεια των σπουδών τους όπως π.χ. για την εκπόνηση εργασιών και της χρήσης του Internet ως εκπαιδευτικό μέσο	0 €		0 €	100,0%	1.000.000	50,0%	500.000	80,0%	400.000																0 €	400.000	
21	Με την θέσπιση κινήτρων για την χρηματοδότηση δημιουργίας ιδιωτικών σημείων πρόσβασης με προσδόκιμο κόστος	20.000 €	100	2.000.000 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	90,0%	34.972	100	3.885.750 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	90,0%	34.972	100	3.885.750 €	0,5%	43.175	90,0%	38.858	90,0%	34.972	9.771.500 €	104.915
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΡΑΣΕΩΝ			36.295.700 €									26.876.050 €												86.339.750 €				
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ																												
ΒΑΘΜΟΣ ΕΠΙΧΑΛΩΨΗΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ			30%																									
ΚΑΘΑΡΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΝΕΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ																												
ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΝΕΟ ΧΡΗΣΤΗ																												
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΧΡΗΣΤΩΝ																												
ΚΑΤΟΙΚΟΙ																												