

Εταιρικοί δικτυακοί τόποι: Είναι χρήσιμοι;

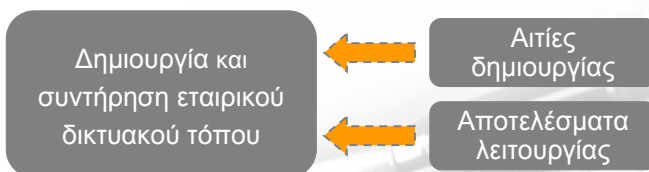
Ευαγγελάτος Ανδρέας

Στέλεχος του Εργαστηρίου Πολυμέσων Επικοινωνίας
του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών



1. Σκοπός της έρευνας

Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την δημιουργία εταιρικών δικτυακών τόπων και ποια είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητά τους;



2. Ταυτότητα της έρευνας

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

Μέγεθος δείγματος : 407 ελληνικές επιχειρήσεις, με τυχαία επιλογή από τον κατάλογο του 2006 της εταιρείας ICAP.

Ποσοστό απόκρισης : 29,7%, συγκεκριμένα απάντησαν 121 ελληνικές επιχειρήσεις.

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



3.1. Παράγοντες που επηρέασαν την δημιουργία του web site της επιχείρησης



3.2. Παραγοντική ανάλυση των αιτιών δημιουργίας ενός εταιρικού web site.

	Component					
	1	2	3	4	5	
ΠΙΕΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	,812		,120	,113		"Πίεση" από την ΑΓΟΡΑ
ΠΙΕΣΗ ΑΠΟ ΠΕΛΑΤΕΣ	,777	,312			,210	
ΠΡΟΤΑΣΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	,619		,392		,301	Ενίσχυση της ΕΙΚΟΝΑΣ
ΦΤΙΑΧΝΟΥΝ ΟΛΟΙ		,764		-,299	,181	
ΘΕΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΙΚΟΝΑ	,104	,681		,276	-,121	Επίδραση ΕΙΔΙΚΟΥ
ΕΞΑΙΤΙΑΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ	,401	,636	-,115		,158	
ΔΙΑΔΟΣΗ ΤΟΥ INTERNET	,132	,566	,285	,461	,149	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ-κη Στρατηγική
ΕΠΙΡΡΟΗ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΜΕΣΑ	,230		,714	-,114	-,263	
ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ	-,223		,683	,201		ΚΟΣΤΟΣ
ΕΠΙΡΡΟΗ ΠΡΟΣΩΠΟΥ ΕΞΩ	,200	,276	,659	-,124	,267	
ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΕ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ				,876		
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ	,474		-,144	,525		
ΜΕΙΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ		,108			,823	
ΕΥΚΟΛΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ	,293		,351	,273	,580	

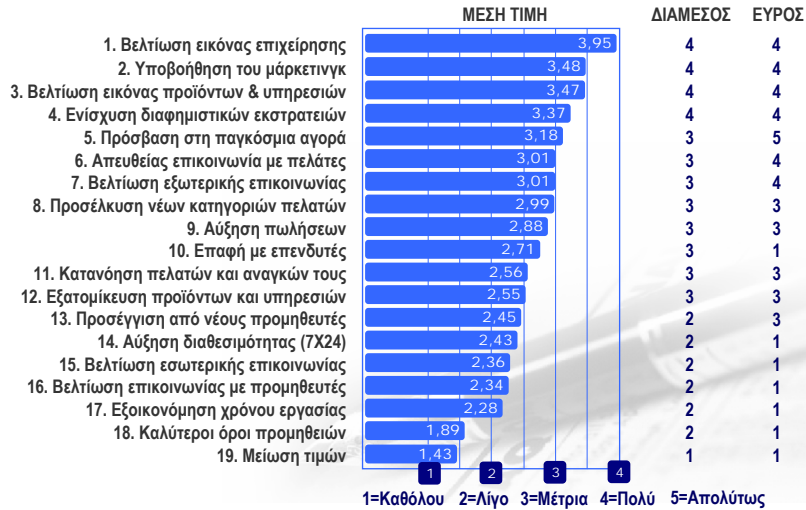
Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.



3.3. Σημαντικότητα των παραγόντων που επηρέασαν την δημιουργία του web site της επιχείρησης



4.1. Αποτελέσματα της λειτουργίας των web sites των επιχειρήσεων



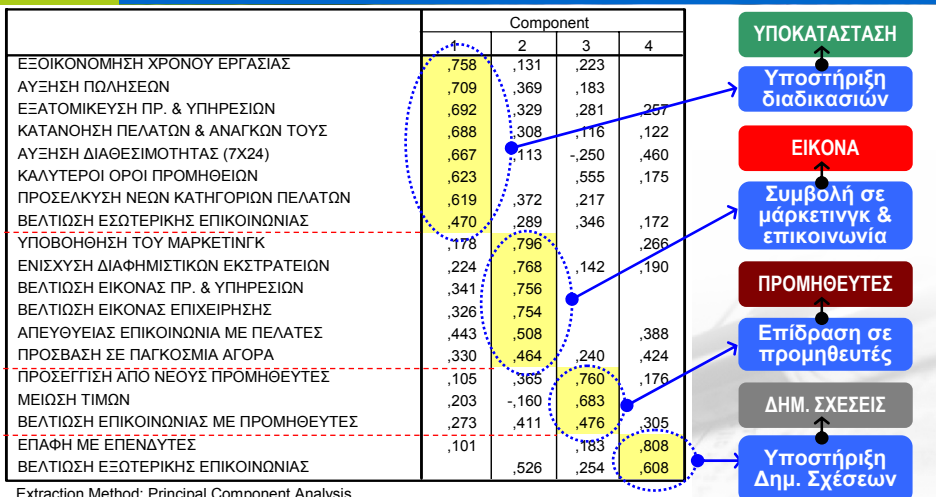
Ευαγγελάτος Ανδρέας

7



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

4.2. Παραγοντική ανάλυση των αποτελεσμάτων της λειτουργίας των web sites των επιχειρήσεων



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

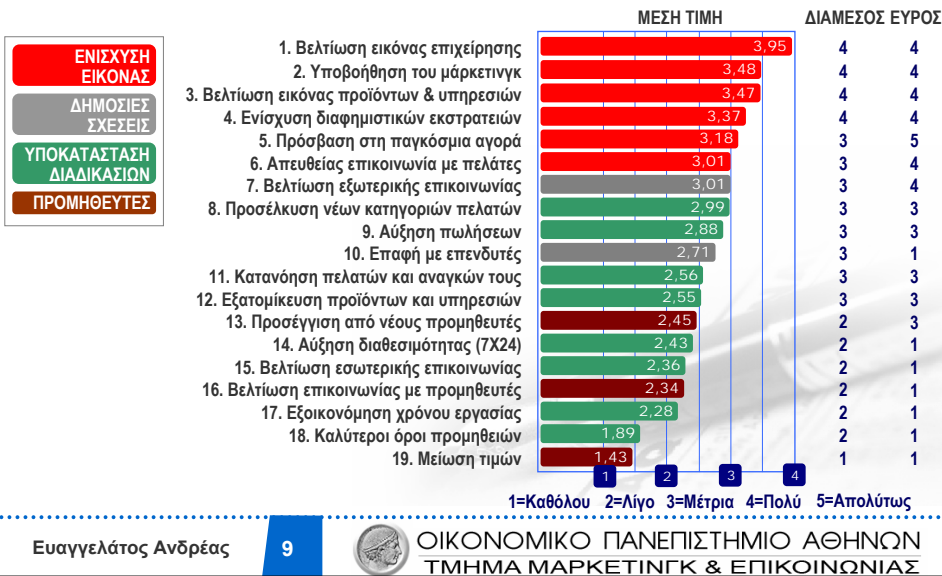
Ευαγγελάτος Ανδρέας

8



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

4.3. Αποτελέσματα της λειτουργίας των web sites των επιχειρήσεων



Ευαγγελάτος Ανδρέας

9



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

5.1. Αξιολόγηση επισκεπτών των web sites των επιχειρήσεων



Ευαγγελάτος Ανδρέας

10



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

5.2. Παραγοντική ανάλυση της αξιολόγησης επισκεπτών των web sites των επιχειρήσεων

	Component		
	1	2	3
ΕΧΕΙ ΦΑΝΤΑΣΙΑ	,854	,090	-,024
ΕΙΝΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΟ	,837	,002	,017
ΣΥΝΑΡΠΑΣΤΙΚΟ	,836	,164	,124
ΑΣΤΡΑΦΤΕΡΟ	,813	,001	,051
ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΤΙΚΟ	,805	,022	,018
ΕΙΝΑΙ ΕΞΥΠΝΟ	,739	,271	,194
ΦΡΕΣΚΟ	,706	,056	,188
ΔΕΝ ΣΕ ΜΠΕΡΔΕΥΕΙ	-,056	,858	,105
ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΚΑΤΑΣΤΑΤΟ	,086	,822	,219
ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΒΟΛΟ	,157	,802	,270
ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΚΝΕΥΡΙΣΤΙΚΟ	,207	,797	,255
ΕΙΝΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ	-,069	,313	,808
ΕΧΕΙ ΕΝΣΩΜΑΤΩΜΕΝΗ ΓΝΩΣΗ	,011	,106	,767
ΕΙΝΑΙ ΓΕΜΑΤΟ ΠΗΓΕΣ	,235	,036	,747
ΣΕ ΒΟΗΘΑ	,114	,437	,723
ΕΙΝΑΙ ΧΡΗΣΙΜΟ	,178	,416	,622

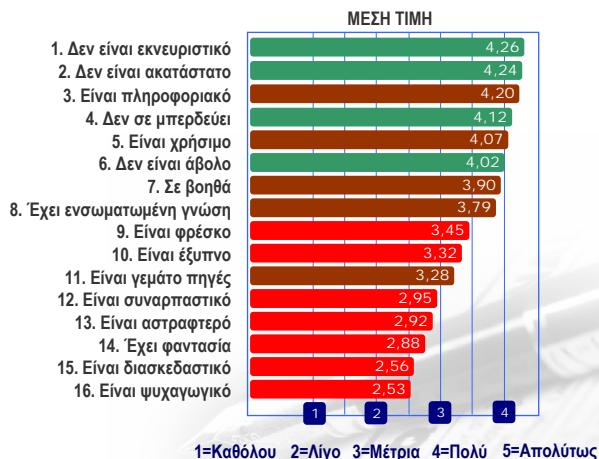


Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.



5.3. Αξιολόγηση επισκεπτών των web sites των επιχειρήσεων

- ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ
- ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ
- ΕΜΠΕΙΡΙΑ



6. Συμπεράσματα της έρευνας

- Η βασικότερη αιτία δημιουργίας εταιρικών δικτυακών τόπων είναι η άποψη των επιχειρήσεων ότι θα συμβάλει στην εικόνα τους.
- Η εκτίμηση των ίδιων των επιχειρήσεων από την δημιουργία, την λειτουργία και την διατήρηση δικτυακού τόπου, είναι ότι αυτός έχει συμβάλει στην ενίσχυση της εικόνας τους, καθώς και των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.
- Αξιολόγηση όμως της επικοινωνιακής αποτελεσματικότητας των εταιρικών δικτυακών τόπων αναδεικνύει ως σημαντικότερο πρόβλημα την απουσία στοιχείων ενίσχυσης της επικοινωνιακής τους αποτελεσματικότητας.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

- Η προφανής χρησιμότητα τους υπονομεύεται από την μειωμένη εκτίμηση που τρέφουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις για την λειτουργία της επικοινωνίας.



7. Αντιλαμβανόμενη σπουδαιότητα των βασικών επιχειρηματικών λειτουργιών

