



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ



ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ
ΕΡΕΥΝΑΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
«ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ»

Περιφερειακός Πόλος Καινοτομίας Κεντρικής Μακεδονίας

ΔΡΑΣΗ: Δ2. ΔΙΑΔΟΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΕΥΦΥΪΑΣ



ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ URENIO-Α.Π.Θ.



ΠΕ2.3: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΕΥΦΥΪΑΣ

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΕΧΝΟΔΙΑΓΝΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΛΑΔΙΚΗΣ
ΕΥΦΥΪΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΠΕ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΜΑΪΟΣ 2008

Έκδοση: V1

1. Γενικά στοιχεία

Όνομασία εταιρίας:

Επωνυμία εταιρίας (μαζί με διακριτικό τίτλο)

Νομική μορφή:

Δ/Α

ΑΕ

ΕΠΕ

ΑΕΒΕ

ΟΕ Ατομική Επιχείρηση

Έτος Ίδρυσης:

Η εταιρία είναι θυγατρική

Η εταιρία ανήκει σε όμιλο επιχειρήσεων

Η εταιρία είναι spin-off

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Αριθμός απασχολουμένων σήμερα:

Μόνιμο προσωπικό

Κλάδος (NACE):

Κύρια δραστηριότητα

L1

L2

L3

--	--	--

Επαφές:

Όνομα και θέση του ερωτώμενου:

Διεύθυνση

Τηλέφωνο

Fax

e-mail

website εταιρίας

Ημερομηνία συμπλήρωσης

Όνομα συντάκτη ερωτηματολογίου:

2. Οικονομικά Στοιχεία

	(Τελευταία Στοιχεία)	(Προηγούμενη Χρονιά)
1. Σύνολο Πάγιου Ενεργητικού		
2. Σύνολο Κυκλοφορούντος Ενεργητικού		
3. Πωλήσεις		
4. Αποσβέσεις		
5. Αποθέματα		
6. Απαιτήσεις		
7. Ρευστότητα		
8. Μετοχικό κεφάλαιο		
9. Σύνολο ιδίων κεφαλαίων		
10. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
11. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις		
12. Κύκλος εργασιών		
13. Μικτό κέρδος		
14. Κέρδη προ φόρων		

3. Προϊόντα Επιχείρησης

3.1 Κατάτμηση σε δραστηριότητες /προϊόντα

15. Ποιοι είναι οι τομείς δραστηριοποίησης της επιχείρησης; (% βάσει κύκλου εργασιών κατά το προηγούμενο έτος)

1. Κατασκευή hardware Η/Υ και περιφερειακών	
2. Κατασκευή hardware τηλεφωνίας	
3. Υποδομές δικτύωσης	
4. Λογισμικό κατά παραγγελία (tailored made software)	
5. Τυποποιημένο λογισμικό (branded software)	
6. Εφαρμογές multimedia	
7. Υπηρεσίες ολοκληρωμένων συστημάτων (integrated systems)	
8. Υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης	
9. Εφαρμογές web και online βάσεων δεδομένων	
10. Δικτυακές εφαρμογές εταιρικών λύσεων - e-Commerce	
11. Εκπαίδευση σε εφαρμογές πληροφορικής & τηλεπικοινωνιών	
12. Εμπόριο προϊόντων και εξοπλισμού τηλεπικοινωνιών	
13. Εμπόριο προϊόντων και εξοπλισμού πληροφορικής	
14. Άλλο	

16. Πόσα είναι τα κύρια προϊόντα/ υπηρεσίες της επιχείρησης;

Απάντηση

17. Για καθένα από τα σημαντικότερα προϊόντα/υπηρεσίες, εξειδικεύστε (έως 3 προϊόντα):

1) Προϊόν Α

Όνομα

Περιγραφή

Ηλικία προϊόντος (Μήνες)

Πωλήσεις (% επί του συνόλου των πωλήσεων)

Αγορά (Χώρες, χαρακτηριστικά της αγοράς; ποιοι είναι οι τελικοί πελάτες; σε ποιους τομείς απευθύνεται)

Φάση του κύκλου ζωής του προϊόντος/ υπηρεσίας

Δ/Α εισαγωγή

ανάπτυξη

ωρίμανση

ύφεση

αντικατάσταση

2) Προϊόν Β:

Όνομα

Περιγραφή

Ηλικία προϊόντος

Πωλήσεις (%)

Αγορά

Φάση του κύκλου ζωής του προϊόντος/ υπηρεσίας

Δ/Α εισαγωγή

ανάπτυξη

ωρίμανση

ύφεση

αντικατάσταση

3) Προϊόν Γ:

Όνομα

Περιγραφή

Ηλικία προϊόντος

Πωλήσεις (%)

Αγορά

Φάση του κύκλου ζωής του προϊόντος/ υπηρεσίας

Δ/Α εισαγωγή

ανάπτυξη

ωρίμανση

ύφεση

αντικατάσταση

3.2 Νέα προϊόντα

18. Αριθμός νέων προϊόντων τα τελευταία 3 χρόνια:

(που αναπτύχθηκαν ή εισήχθησαν από την επιχείρηση)

α. Νέων προς την επιχείρηση

β. Νέων προς την αγορά (στην Ελληνική)

19. Με την ανάπτυξη νέων προϊόντων/ υπηρεσιών η επιχείρηση επιδιώκει:

(βαθμολογείτε από 1 έως 5, όπου 1 το ελάχιστο και 5 το μέγιστο που αναπτύχθηκαν ή εισήχθησαν στην γκάμα των προϊόντων της επιχείρησης)

1) Αύξηση πωλήσεων

Δ/Α 1 2 3 4 5

2) Αύξηση εξαγωγών

Δ/Α 1 2 3 4 5

3) Διατήρηση ανταγωνιστικότητας στην εγχώρια αγορά

Δ/Α 1 2 3 4 5

4) Διατήρηση ανταγωνιστικότητας στη διεθνή αγορά

Δ/Α 1 2 3 4 5

5) Είσοδος σε νέες αγορές

Δ/Α 1 2 3 4 5

6) Βελτίωση της ικανότητας για διεξόδους σε διεθνείς κοινοπραξίες/ομίλους/αλυσίδες επιχειρήσεων του κλάδου

Δ/Α 1 2 3 4 5

7) Αύξηση πελατολογίου

Δ/Α 1 2 3 4 5

8) Ανταπόκριση σε απαιτήσεις/ ζήτηση πελατών

Δ/Α 1 2 3 4 5

9) Ανταπόκριση στις μεταβολές της ζήτησης στην αγορά

Δ/Α 1 2 3 4 5

10) Άλλος στόχος ανάπτυξης νέων προϊόντων:

Δ/Α 1 2 3 4 5

3.3 Καινοτομία

20. Περιγράψτε έως τρεις καινοτομίες στα προϊόντα/ υπηρεσίες της επιχείρησης

21. Ποιες είναι οι μέθοδοι προστασίας των νέων προϊόντων από αντιγραφή;

- 1) "Κλείδωμα" λογισμικού
- 2) Χορήγηση ατομικών κωδικών χρήσης
- 3) Κατοχύρωση πατέντας (ανεξάρτητου φορέα)
- 4) Κατοχύρωση πνευματικών δικαιωμάτων (Copyrights)
- 5) Άλλο Περιγράψτε

22. Πόσο εύκολα/ γρήγορα αντιγράφονται τα νέα προϊόντα της επιχείρησης;

- Δεν απαντήθηκε 1) 0-3 μήνες 2) 4-6 μήνες 3) 7-12 μήνες 4) >12 μήνες

23. Εάν έχετε υποβάλει αίτηση για κατοχύρωση πατέντας προϊόντος/ υπηρεσίας, περιγράψτε:

Αριθμός (ανά έτος), είδος προϊόντος, κατάσταση αίτησης (έγκριση/ απόρριψη, κλπ.)

3.4. Τρόπος ανάπτυξης νέων προϊόντων/ υπηρεσιών

24. Η ανάπτυξη νέων προϊόντων/ υπηρεσιών πραγματοποιείται...

(αξιολογείστε σε κλίμακα από 1 έως 5, όπου 1 αφορά ελάχιστα και 5 μέγιστα)

- | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 1) Σε διακριτό εσωτερικό τμήμα E&TA της επιχείρησης μόνο από την επιχείρηση | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 2) Στο πλαίσιο χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων σε συνεργασία με πανεπιστήμια/ερευνητικά κέντρα/συμβούλους | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 3) Σε συνεργασία με πανεπιστήμια/ερευνητικά κέντρα | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 4) Σε συνεργασία με πελάτες | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 5) Σε συνεργασία με προμηθευτές | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 6) Σε συνεργασία με πελάτες και προμηθευτές | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 7) Στη βάση οργανωμένων στατιστικών αναλύσεων και έρευνας αγοράς | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 8) Στη βάση εκτιμήσεων για τις εξελίξεις της αγοράς | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 9) Αξιοποιώντας τεχνογνωσία και ιδέες του προσωπικού | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 10) Άλλο | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |

25. Εφαρμόζετε ιδιαίτερες μεθοδολογίες/ τεχνικές για την ανάπτυξη νέων προϊόντων (εργαλεία δημιουργικότητας, μοντέλο Cooper (NPD), watch, κλπ.);

26. Ποιοι παράγοντες θεωρείτε ότι παρεμποδίζουν την ανάπτυξη καινοτομίας-νέων προϊόντων/ υπηρεσιών;

(βαθμολογείστε αξιολογικά σε κλίμακα 1-5, όπου 1 το ελάχιστο και 5 το μέγιστο)

- | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 1) Υψηλό κόστος καινοτομίας | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 2) Έλλειψη ιδίων πόρων | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 3) Έλλειψη χρηματοδότησης από εξωτερικές πηγές της επιχείρησης | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 4) Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 5) Έλλειψη τεχνολογικής πληροφόρησης | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 6) Έλλειψη πληροφόρησης για τις αγορές | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 7) Δυσκολία σύναψης συνεργασιών για ανάπτυξη καινοτομίας | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 8) Ανταγωνισμός από μεγαλύτερες επιχειρήσεις στην αγορά | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 9) Αβεβαιότητα της ζήτησης για νέα προϊόντα/υπηρεσίες | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 10) Άλλο | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |

3.5 Δείκτης καινοτομίας επιχείρησης

27. Δείκτης καινοτομίας (ισοδύναμη βαρύτητα)

- 1) αριθμός νέων προϊόντων την τελευταία τριετία
- 2) % νέων προϊόντων (ως προς το σύνολο των προϊόντων της επιχείρησης)
- 3) % νέων προς την επιχείρηση προϊόντων (ως προς το σύνολο των νέων προϊόντων)
- 4) % νέων προς την αγορά προϊόντων (ως προς το σύνολο των νέων προϊόντων)
- 5) % τζίρου από νέα προϊόντα/ υπηρεσίες

Σχόλιο για όλη την ενότητα

4. Τεχνολογίες και οργάνωση της επιχείρησης

4.1 Εσωτερική οργάνωση παραγωγής

28. Ποια διακριτά τμήματα υπάρχουν στην επιχείρηση;

- | | | | |
|---------------|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| 1) Marketing | <input type="checkbox"/> | 7) Μηχανογράφηση | <input type="checkbox"/> |
| 2) Πωλήσεις | <input type="checkbox"/> | 8) Αποθήκη | <input type="checkbox"/> |
| 3) Λογιστήριο | <input type="checkbox"/> | 9) Προμήθειες | <input type="checkbox"/> |
| 4) Παραγωγή | <input type="checkbox"/> | 10) Ποιότητα | <input type="checkbox"/> |
| 5) E&A | <input type="checkbox"/> | 11) Προσωπικό | <input type="checkbox"/> |
| 6) Διοίκηση | <input type="checkbox"/> | 12) Υποστήριξη (after-sales-service) | <input type="checkbox"/> |

29. Πώς σχετίζονται μεταξύ τους τα τμήματα της επιχείρησης; Περιγράψτε το οργανωτικό σχήμα, τον τρόπο επικοινωνίας, τη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Σχέδιο της οργανωτικής δομής

30. Η διαδικασία παραγωγής χαρακτηρίζεται ως:

- | | | | |
|--|--------------------------|---|--------------------------|
| 1) Συνεχής ροή παραγωγής | <input type="checkbox"/> | 2) Ανεξάρτητες μηχανές παραγωγής - παραγωγή σε παρτίδες (batch) | <input type="checkbox"/> |
| 3) Μικρές παρτίδες με διαφοροποιημένα προϊόντα | <input type="checkbox"/> | 4) Μεγάλες παρτίδες με λιγότερο διαφοροποιημένα προϊόντα | <input type="checkbox"/> |
| 5) Παραγωγή κατά παραγγελία | <input type="checkbox"/> | 6) Παραγωγή στο πλαίσιο δικτύου υπεργολαβιών | <input type="checkbox"/> |
| 7) Μικτό σύστημα | <input type="checkbox"/> | | |

31. Ποιος είναι ο τρόπος διασφάλισης ποιότητας που ακολουθεί η επιχείρηση

(κύκλοι ποιότητας http://en.wikipedia.org/wiki/Quality_circle, συμμετοχή εργαζομένων, τήρηση διαδικασιών πιστοποίησης, επικοινωνία τμημάτων, τήρηση προδιαγραφών/ προτύπων, δειγματοληπτικός έλεγχος ανα στάδιο παραγωγής κλπ).

32. Σε ποιες τεχνολογίες επενδύει κυρίως η επιχείρηση;

Αξιολογείστε από 1 έως 5 τις τεχνολογίες, όπου 1 η ελάχιστη βαρύτητα και 5 η μέγιστη.

- | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 1. Μηχανές γραφείου (office automation) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 2. Αυτοματισμοί σχεδιασμού (CAD) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 3. Αυτοματισμοί σχεδιασμού και κατασκευής (CIM) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 4. Αυτοματισμοί αποθήκης (bar code, κλπ.) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 5. Αυτοματισμοί ποιοτικού ελέγχου | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 6. Ηλεκτρονικό σύστημα πληροφόρησης της διοίκησης (Management Information System MIS) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 7. Enterprise Resource Planning (ERP) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 8. Material Requirements Planning (MRP) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 9. Τεχνολογίες ασφάλειας δεδομένων και συστημάτων (Firewall, Anti virus, Backup) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 10. Internet υψηλής ταχύτητας (ADSL, ευθεία γραμμή) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |

11. Local Area Network LAN	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
12. Απομακρισμένη πρόσβαση στο δίκτυο της επιχείρησης (Virtual Private Network VPN)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
13. Ασύρματη πρόσβαση στο δίκτυο της επιχείρησης (Wi-Fi)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
14. Τεχνολογίες διαχείρισης ανθρώπινων πόρων (ώρες εργασίας, θέση, αντικείμενο)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
15. Τεχνολογίες επιμόρφωσης εργαζομένων από απόσταση	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
16. Τεχνολογίες κοινής χρήσης εγγράφων/ δεδομένων (file server)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
17. Αυτοματισμός πληρωμών	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
18. Άλλο	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>

4.2. Οργάνωση αλυσίδας παραγωγής

33. Ποσοστό (%) των συνολικών πωλήσεων που καλύπτεται από τους 3 μεγαλύτερους πελάτες

34. Ποσοστό (%) των συνολικών προμηθειών που καλύπτεται από τους 3 μεγαλύτερους προμηθευτές

35. Αριθμός προμηθευτών, συν-παραγωγών, πελατών και γεωγραφία της αλυσίδας παραγωγής

	Ελλάδα	Ευρώπη	ΗΠΑ/ Ιαπωνία	Άλλου
Προμηθευτές				
Συν-παραγωγοί				
Πελάτες				

36. Περιγράψτε συνοπτικά την αλυσίδα παραγωγής της επιχείρησης (backward - forward)

37. Οι κύριες τεχνολογίες, εφαρμογές/ μέθοδοι που υποστηρίζουν την αλυσίδα παραγωγής είναι:

(βαθμολογείστε σε κλίμακα από 1 έως 5 τις χρησιμοποιούμενες μεθόδους, αποδίδοντας με 1 την μηδενική χρήση και με 5 τη μέγιστη)

1. Online συνεργασία με πελάτες/ προμηθευτές για σχεδιασμό/ ανάπτυξη προϊόντων	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
2. Online συνεργασία με πελάτες/ προμηθευτές για πρόβλεψη της ζήτησης	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
3. Online διαχείριση δυναμικότητας/ αποθήκης (αποθέματα / stock)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
4. Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων με προμηθευτές	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
5. Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων με πελάτες	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
6. Online διαπραγμάτευση συμβολαίων	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
7. Online παραγγελίες	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
8. Online πωλήσεις (e-commerce)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
9. Online πληρωμές	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
10. Πρόσβαση σε ψηφιακές αγορές (electronic marketplaces)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
11. Online after-sales-service	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
12. Άλλο παρακαλώ περιγράψτε	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>

Ελεύθερο κείμενο (πετυχημένες εφαρμογές/τεχνολογίες, παράγοντες επιτυχίας, ευκαιρίες, προβλήματα, δυσκολίες, κλπ).

4.3 Απόκτηση τεχνολογίας αιχμής (state-of-the-art)

38. Ποιες είναι οι κύριες πηγές πληροφόρησης για νέα προϊόντα/τεχνολογίες/εξελίξεις αγορών;

1) Τεχνικά περιοδικά

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

2) Συνέδρια/συναντήσεις

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

3) Εκθέσεις

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

4) Διαδίκτυο

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

5) Ερευνητικά κέντρα (πανεπιστήμια, εργαστήρια, ινστιτούτα)

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

6) Σύμβουλοι τεχνολογίας/ φορείς μεταφοράς τεχνολογίας

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

7) Πελάτες

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

8) Προμηθευτές

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

9) Μητρική εταιρία

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

10) Εσωτερικό τμήμα E&TA/ εσωτερικό watch

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

11) Άλλο

Αξιολογήστε την πηγή Δ/Α 1 2 3 4 5

39. Με ποιους τρόπους αποκτά τεχνολογία – τεχνογνωσία η επιχείρηση:

(αξιολογήστε σε κλίμακα από 1 έως 5 τους ακολουθούμενους τρόπους, όπου το 1 αντιστοιχεί σε "καθόλου" και το 5 σε "πολύ")

- | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|---|--------------------------|
| 1) Αγορά (Licencing – Royalties) | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 2) Συνεργασία με ερευνητικά κέντρα | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 3) Συνεργασία με φορείς τεχνολογικής διαμεσολάβησης | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 4) Συνεργασία με προμηθευτές | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |
| 5) Με πελάτες | Δ/Α | <input type="checkbox"/> | 1 | <input type="checkbox"/> | 2 | <input type="checkbox"/> | 3 | <input type="checkbox"/> | 4 | <input type="checkbox"/> | 5 | <input type="checkbox"/> |

- 6) Πρόσληψη νέου προσωπικού Δ/Α 1 2 3 4 5
- 7) Εκπαίδευση υφιστάμενου προσωπικού Δ/Α 1 2 3 4 5
- 8) Άλλο Δ/Α 1 2 3 4 5

40. Προβλήματα στην απόκτηση τεχνολογίας – τεχνογνωσίας αφορούν σε:

(αξιολογείστε τα προβλήματα σε κλίμακα από 1 έως 5, όπου το 1 δεν είναι καθόλου πρόβλημα και το 5 είναι μέγιστο πρόβλημα)

- 1) Χρηματο-οικονομικοί παράγοντες Δ/Α 1 2 3 4 5
- 2) Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού για σχετική ενασχόληση Δ/Α 1 2 3 4 5
- 3) Μη-συμβατότητα νέων τεχνολογιών με τις ήδη εγκατεστημένες Δ/Α 1 2 3 4 5
- 4) Αυξημένες απαιτήσεις εκπαίδευσης προσωπικού στις νέες τεχνολογίες Δ/Α 1 2 3 4 5
- 5) Αυξημένες απαιτήσεις για αλλαγές στην εσωτερική οργάνωση Δ/Α 1 2 3 4 5
- 6) Αυξημένες απαιτήσεις για αλλαγές στην οργάνωση της αλυσίδας παραγωγής Δ/Α 1 2 3 4 5
- 7) Έλλειψη συνεργασιών με φορείς προηγμένης τεχνολογίας Δ/Α 1 2 3 4 5
- 8) Άλλο Δ/Α 1 2 3 4 5

4.4 Νέα πρότυπα, standards, κανονισμοί

41. Επηρεάζεται η παραγωγή της επιχείρησης από πρότυπα εθνικά, ευρωπαϊκά, διεθνή;

42. Πόσο συχνά μεταβάλλονται τα πρότυπα που σχετίζονται με την παραγωγή της επιχείρησης, και πώς επιδρούν αυτές οι μεταβολές στην παραγωγή;

43. Πώς παρακολουθεί και ενημερώνεται η επιχείρηση για ενδεχόμενες αλλαγές στα πρότυπα;

(αξιολογείστε σε κλίμακα από 1 έως 5, όπου 1 "δεν αφορά καθόλου" και 5 "αφορά πολύ")

- 1) Εσωτερικό τμήμα Ε&Α Δ/Α 1 2 3 4 5
- 2) Συνεργασία με πελάτες/ προμηθευτές Δ/Α 1 2 3 4 5
- 3) Συνεργασία με ενδιάμεσους φορείς Δ/Α 1 2 3 4 5
- 4) Συνεργασία με ερευνητικά κέντρα Δ/Α 1 2 3 4 5
- 5) Άλλο Δ/Α 1 2 3 4 5

Ελεύθερο κείμενο (ευκαιρίες, προβλήματα, δυσκολίες, κλπ).

5. Αγορές

5.1 Πρόσβαση στην εσωτερική/ διεθνή αγορά

44. Ποσοστό που καταλαμβάνουν οι παρακάτω αγορές για κάθε κύρια δραστηριότητα

	Ελλάδα%	Ευρώπη %	ΗΠΑ/ Ιαπωνία %	Άλλες (%)
Hardware				
Λογισμικό				
Υπηρεσίες				
Εμπόριο				

45. Ποσοστό των πωλήσεων των κύριων δραστηριοτήτων:

OEM - Original Equipment Manufacturer, εμπορικά καταστήματα, τελικό καταναλωτή

	OEM %	Εμπόριο %	Τελικό καταναλωτή %
Hardware			
Λογισμικό			

Υπηρεσίες

--	--	--

46. Αν υπάρχει OEM ποιός είναι ο τόπος εγκατάστασης

Ελλάδα Ευρώπη ΗΠΑ / Ιαπωνία Άλλού

47. Μεταβολή των πωλήσεων στις παρακάτω αγορές για κάθε κύρια δραστηριότητα την τελευταία 3ετία (όπου + % αύξηση, 0 στασιμότητα, - % μείωση)

(+ %), (0), (- %)	Ελλάδα	Ευρώπη	ΗΠΑ/ Ιαπωνία	Άλλες
Hardware				
Λογισμικό				
Υπηρεσίες				
Εμπόριο				

Σχόλιο για τη μεταβολή

--

5.2 Μάρκετινγκ

48. Είδος μάρκετινγκ

- 1. από την ίδια την εταιρία Δ/Α Ναι Όχι
- 2. σε συνεργασία / συμφωνία με εταιρία προώθησης προϊόντων Δ/Α Ναι Όχι
- 3. πολύ-επίπεδο μάρκετινγκ (άμεσα και άλλο) Δ/Α Ναι Όχι
- 4. αφορά μαζική αγορά Δ/Α Ναι Όχι
- 5. αφορά κατακερματισμένη αγορά Δ/Α Ναι Όχι
- 6. αφορά ένα μοναδικό προϊόν για κάθε καταναλωτή Δ/Α Ναι Όχι
- 7. άλλο τι ... Δ/Α Ναι Όχι

49. Στρατηγική μάρκετινγκ

- 1. στρατηγική μάρκετινγκ για διείσδυση σε αγορές Δ/Α Ναι Όχι
- 2. στρατηγική μάρκετινγκ σε όρους ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος Δ/Α Ναι Όχι
- 3. ύπαρξη σχεδίου μάρκετινγκ για προσέλκυση πελατών Δ/Α Ναι Όχι
- 4. ύπαρξη λειτουργικού μάρκετινγκ για διατήρηση πελατών Δ/Α Ναι Όχι
- 5. ύπαρξη μετρήσιμων αποτελεσμάτων για τους σκοπούς του μάρκετινγκ Δ/Α Ναι Όχι
- 6. άλλο, τι Δ/Α Ναι Όχι

50. Εργαλεία μάρκετινγκ

- 1. ύπαρξη CRM (Customer Relationship Management) Δ/Α Ναι Όχι
- 2. ύπαρξη βάσης δεδομένων καταναλωτή (προφίλ καταναλωτή) Δ/Α Ναι Όχι
- 3. ύπαρξη βάσης δεδομένων για κατακερματισμένες ανάγκες καταναλωτών Δ/Α Ναι Όχι
- 4. χρήση πλατφόρμας market watch Δ/Α Ναι Όχι
- 5. e-marketing (online marketing) Δ/Α Ναι Όχι
- 6. e-commerce Δ/Α Ναι Όχι
- 7. διαφήμιση Δ/Α Ναι Όχι
- 8. δημόσιες σχέσεις Δ/Α Ναι Όχι
- 9. B2B marketplaces στο internet Δ/Α Ναι Όχι
- 10. άλλο, τι Δ/Α Ναι Όχι

5.3 Σύστημα διανομής

51. Κανάλια διανομής

- 1. απευθείας πώληση στον καταναλωτή Δ/Α Ναι Όχι
- 2. μέσω ενός φορέα Δ/Α Ναι Όχι
- 3. χοντρεμπόριο, μόνο Δ/Α Ναι Όχι
- 4. λιανικό εμπόριο, μόνο Δ/Α Ναι Όχι
- 5. χοντρεμπόριο και λιανικό εμπόριο Δ/Α Ναι Όχι
- 6. άλλο, τι Δ/Α Ναι Όχι

52. Δίκτυο διανομής

1. κάθετο / ολοκληρωμένο δίκτυο διανομής ενοποιώντας προμηθευτές - παραγωγό-χονδρεμπόριο - λιανικό εμπόριο
2. οριζόντιο δίκτυο, από κοινού διανομή από ομοειδείς επιχειρήσεις
3. άλλο, τι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

53. Προώθηση των προϊόντων μέσω άλλων εταιριών, αν υπάρχει

1. μέσω μεγάλης εταιρίας στην Ελλάδα
2. μέσω ΜΜΕ στην Ελλάδα
3. μέσω μεγάλης εταιρίας στο εξωτερικό
4. μέσω ΜΜΕ στο εξωτερικό
5. μέσω θυγατρικής της εταιρίας στην Ελλάδα
6. μέσω θυγατρικής της εταιρίας στο εξωτερικό

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Σχόλιο

5.4 Στρατηγικές συμμαχίες

54. Ύπαρξη συνεργασιών

1. σε τοπικό επίπεδο
2. σε διεθνές επίπεδο
3. με ελληνικές επιχειρήσεις
4. με πολυεθνικές επιχειρήσεις
5. άλλο, τι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Σχόλιο

55. Σκοπός συνεργασιών

1. Αύξηση διείσδυσης σε νέες αγορές
2. Αύξηση της ανταγωνιστικότητας στην τοπική και/ ή διεθνή αγορά
3. Ανάπτυξη / επέκταση της αγοράς
4. Αύξηση εξαγωγών
5. Άλλο, τι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Σχόλιο

56. Είδος συνεργασιών

1. Κοινό μάρκετινγκ
2. Από κοινού πωλήσεις
3. Από κοινού διανομή
4. Κάθετες συνεργασίες (παραγωγός - καταναλωτής)
5. Οριζόντιες (μεταξύ παραγωγών)
6. Άτυπες συνεργασίες με απλή συμφωνία
7. Τυπικές συνεργασίες με συμφωνητικό για κοινές δραστηριότητες
8. Άλλο, τι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Δ/Α Ναι Όχι

Σχόλιο

5.5. Δείκτες διεθνοποίησης

57. Ποσοστό εξαγωγών στο τζίρο

58. Ποσοστό εισαγωγών στο τζίρο

59. Ποσοστό ξένων επενδύσεων στα ίδια κεφάλαια συμπεριλαμβανομένου του χρηματιστηρίου

6. Ανταγωνισμός

60. Προσδιορίστε και αξιολογήστε τους κύριους ανταγωνιστές σας σε κάθε κύρια δραστηριότητα της επιχείρησής

Περιγραφή ανταγωνιστή (1)

Όνομα:										
Κύρια δραστηριότητα	Hardware	<input type="checkbox"/>	Λογισμικό	<input type="checkbox"/>	Υπηρεσίες	<input type="checkbox"/>	Εμπόριο	<input type="checkbox"/>		
Περιοχή Προέλευσης	Δεν απαντήθηκε	<input type="checkbox"/>	Ελλάδα	<input type="checkbox"/>	Ευρώπη	<input type="checkbox"/>	ΗΠΑ/ Ιαπωνία	<input type="checkbox"/>	Άλλου	<input type="checkbox"/>
Είδος επιχ.	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	(1) ΜΜΕ	<input type="checkbox"/>	(2) Μεγάλη	Ελληνική	<input type="checkbox"/>	(3) Διεθνής	<input type="checkbox"/>	
Βάρος	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Περιγραφή ανταγωνιστή (2)

Όνομα:										
Κύρια δραστηριότητα	Hardware	<input type="checkbox"/>	Λογισμικό	<input type="checkbox"/>	Υπηρεσίες	<input checked="" type="checkbox"/>	Εμπόριο	<input type="checkbox"/>		
Περιοχή Προέλευσης	Δεν απαντήθηκε	<input type="checkbox"/>	Ελλάδα	<input type="checkbox"/>	Ευρώπη	<input type="checkbox"/>	ΗΠΑ/ Ιαπωνία	<input type="checkbox"/>	Άλλου	<input type="checkbox"/>
Είδος επιχ.	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	(1) ΜΜΕ	<input type="checkbox"/>	(2) Μεγάλη	Ελληνική	<input type="checkbox"/>	(3) Διεθνής	<input type="checkbox"/>	
Βάρος	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Περιγραφή ανταγωνιστή (3)

Όνομα:										
Κύρια δραστηριότητα	Hardware	<input type="checkbox"/>	Λογισμικό	<input type="checkbox"/>	Υπηρεσίες	<input type="checkbox"/>	Εμπόριο	<input type="checkbox"/>		
Περιοχή Προέλευσης	Δεν απαντήθηκε	<input type="checkbox"/>	Ελλάδα	<input type="checkbox"/>	Ευρώπη	<input type="checkbox"/>	ΗΠΑ/ Ιαπωνία	<input type="checkbox"/>	Άλλου	<input type="checkbox"/>
Είδος επιχ.	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	(1) ΜΜΕ	<input type="checkbox"/>	(2) Μεγάλη	Ελληνική	<input type="checkbox"/>	(3) Διεθνής	<input type="checkbox"/>	
Βάρος	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Περιγραφή ανταγωνιστή (4)

Όνομα:										
Κύρια δραστηριότητα	Hardware	<input type="checkbox"/>	Λογισμικό	<input type="checkbox"/>	Υπηρεσίες	<input type="checkbox"/>	Εμπόριο	<input type="checkbox"/>		
Περιοχή Προέλευσης	Δεν απαντήθηκε	<input type="checkbox"/>	Ελλάδα	<input type="checkbox"/>	Ευρώπη	<input type="checkbox"/>	ΗΠΑ/ Ιαπωνία	<input type="checkbox"/>	Άλλου	<input type="checkbox"/>
Είδος επιχ.	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	(1) ΜΜΕ	<input type="checkbox"/>	(2) Μεγάλη	Ελληνική	<input type="checkbox"/>	(3) Διεθνής	<input type="checkbox"/>	
Βάρος	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Περιγραφή ανταγωνιστή (5)

Όνομα:										
Κύρια δραστηριότητα	Hardware	<input type="checkbox"/>	Λογισμικό	<input type="checkbox"/>	Υπηρεσίες	<input type="checkbox"/>	Εμπόριο	<input type="checkbox"/>		
Περιοχή Προέλευσης	Δεν απαντήθηκε	<input type="checkbox"/>	Ελλάδα	<input type="checkbox"/>	Ευρώπη	<input type="checkbox"/>	ΗΠΑ/ Ιαπωνία	<input type="checkbox"/>	Άλλου	<input type="checkbox"/>
Είδος επιχ.	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	(1) ΜΜΕ	<input type="checkbox"/>	(2) Μεγάλη	Ελληνική	<input type="checkbox"/>	(3) Διεθνής	<input type="checkbox"/>	
Βάρος	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

61. Είδος ανταγωνισμού

1) άμεσος ανταγωνισμός (ίδια προϊόντα)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
2) έμμεσος ανταγωνισμός (υποκατάστατα προϊόντα)	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
3) Ανταγωνισμός σε όρους τιμών	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
4) άλλο, τι	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>

Σχόλιο

--

62. Πλεονεκτήματα ανταγωνιστών

1) Χαμηλότερες τιμές	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
2) Ποιότητα	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
3) brand name	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
4) τεχνολογικό πλεονέκτημα	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
5) νέα προϊόντα και καινοτομίες	Δ/Α	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>

- 6) δίκτυα διανομής Δ/Α 1 2 3 4 5
- 7) άλλο, τι Δ/Α 1 2 3 4 5

Σχόλιο

63. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης

- 1) χαμηλότερες τιμές Δ/Α 1 2 3 4 5
- 2) Ποιότητα Δ/Α 1 2 3 4 5
- 3) brand name Δ/Α 1 2 3 4 5
- 4) τεχνολογικό πλεονέκτημα Δ/Α 1 2 3 4 5
- 5) νέα προϊόντα και καινοτομίες Δ/Α 1 2 3 4 5
- 6) δίκτυα διανομής Δ/Α 1 2 3 4 5
- 7) Άλλο, τι Δ/Α 1 2 3 4 5

Σχόλιο

64. Πεδία παρακολούθησης των πρακτικών των ανταγωνιστών

- 1) Γεωγραφικές επενδύσεις ανταγωνιστών Δ/Α 1 2 3 4 5
- 2) Κατάτμηση της αγοράς και έλεγχος τμημάτων αγοράς από ανταγωνιστές Δ/Α 1 2 3 4 5
- 3) Εξαγορές / συγχωνεύσεις Δ/Α 1 2 3 4 5
- 4) Κανάλια διανομής των ανταγωνιστών Δ/Α 1 2 3 4 5
- 5) Εξειδίκευση σε προϊόντα Δ/Α 1 2 3 4 5
- 6) Χρηματιστήριο Δ/Α 1 2 3 4 5
- 7) Άλλο, τι Δ/Α 1 2 3 4 5

Σχόλιο

65. Μέσα παρακολούθησης ανταγωνιστών

- 1) Κλαδικές / οικονομικές μελέτες Δ/Α 1 2 3 4 5
- 2) Παρακολούθηση οικονομικών επιδόσεων επιχειρήσεων του κλάδου Δ/Α 1 2 3 4 5
- 3) Πληροφορίες μέσω internet Δ/Α 1 2 3 4 5
- 4) Χρήση ενός εργαλείου παρακολούθησης Δ/Α 1 2 3 4 5
- 5) Περιοδικά Δ/Α 1 2 3 4 5
- 6) Άλλο, τι Δ/Α 1 2 3 4 5

Σχόλιο