

Inchiesta 2002

Impiego delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nelle imprese

- Le risposte vanno riferite alla **Svizzera** quale **sito delle attività della vostra impresa**
- In conformità agli articoli 14-17 della legge sulla statistica federale le vostre risposte saranno trattate con la **massima riservatezza**; l'elaborazione dei dati avviene in modo che non sia possibile trarre conclusioni riferite alla vostra impresa.
- Vi preghiamo di leggere le **spiegazioni** a pagina 5 del questionario.
- Per eventuali domande potete rivolgervi al **personale da contattare** del KOF (cfr. pagina 6).

Vogliate restituire il questionario entro il giorno:

8 novembre 2002

(Vi preghiamo di restituire il questionario anche se non potete rispondere a tutte le domande o se potete fare solo delle stime approssimative)

1. Dati relativi all'impresa

- 1.1 **Numero di addetti** in Svizzera alla fine del 2001:
(inclusi i proprietari attivi nell'impresa, gli apprendisti, il personale ausiliario; convertire gli impieghi a tempo parziale in *impieghi a tempo pieno*):

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|

1

- 1.2 **Quota del personale con qualifica elevata** sul totale degli addetti alla fine del 2001:
(diploma di università o scuola universitaria professionale e diplomi di formazione professionale superiore come scuole tecniche superiori, scuole superiori per i quadri dell'economia e dell'amministrazione, scuole tecniche, attestati professionali federali, ecc.)

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

6

%

- 1.3 **Fatturato** (senza IVA) in Svizzera e all'estero nel 2001 relativo a beni e servizi prodotti in Svizzera:
(banche: ricavo netto da interessi + ricavo da servizi + ricavo commerciale assicurazioni: premi lordi + ricavo netto da impieghi di capitale)

Fr.

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

9

- 1.4 Valore complessivo di tutti gli **acquisti** di beni e servizi (senza IVA) quale **quota del fatturato** nel 2001:

spese per:

- a) beni (materiali, materie prime, prodotti intermedi, ecc.) e
b) servizi bancari, assicurazioni, imprese di informatica, telecomunicazioni, consulenze, ecc., **ma non per beni d'investimento**

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

20

%

- 1.5 **Esportate** beni o servizi?

| | |
|-----------------------------|--------------------------|
| Si | No |
| 23 <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Se sì:

Quota delle esportazioni sul fatturato (senza IVA) nel 2001:

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

24

%

2. Impiego delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione

- 2.1 La vostra impresa impiega le seguenti tecnologie dell'informazione e della comunicazione:
(vedere le spiegazioni a pagina 5)

| | sì, introdotto nel 2001 o prima | sì, introdotto nel 2002 | no, ma previsto per il 2003 | no |
|---|---------------------------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| • assistenti digitali (<i>organizer, PDA, ecc.</i>) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 27 |
| • computer portatili (laptop) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • PC, workstation, terminali | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • e-mail (interno o esterno) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • Internet (<i>incluso telefono mobile collegabile ad Internet</i>) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • scambio elettronico di dati (EDI) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • reti di computer nell'impresa (LAN) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - fra cui: WLAN (<i>wireless LAN</i>) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • Intranet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • Extranet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 36 |

Se finora non avete impiegato alcuna di queste tecnologie dell'informazione e della comunicazione
→ **INCHIESTA TERMINATA** : Vi preghiamo di rispondere alle domande a pagina 6 e di restituire il questionario

2.2 La **quota degli addetti** che nell'ambito del loro lavoro **impiegano le seguenti tecnologie dell'informazione e della comunicazione** ammonta approssimativamente a:

| | 0% | 1-20% | 21-40% | 41-60% | 61-80% | 81-100% |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| a) computer (PC, workstation, terminali, portatili) | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 37 |
| b) e-mail (all'interno o esterno dell'impresa) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Intranet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 40 |

3. Utilizzo di Internet

Definizione "Internet": reti di computer (WWW, ecc.) fondate su protocolli Internet. Sono inclusi anche i telefoni mobili collegabili ad Internet e lo scambio elettronico di dati via Internet (Web-EDI).

→ Se **non utilizzate Internet**, prego passare alla **domanda 5**.

Se usate Internet, vi preghiamo di rispondere alle **seguenti domande**:

3.1 Per il collegamento ad Internet impiegate le seguenti **tecnologie di collegamento**:

(sono possibili più risposte; vi preghiamo di *contrassegnare i campi relativi*; per eventuali spiegazioni vedere pagina 5)

- a) telefono mobile 41
- b) modem-analogico (collegamento selettivo)
- c) ISDN
- d) xDSL (come ADSL, SDSL, ecc.)
- e) WLAN
- f) altro collegamento a banda larga (>= 2Mbps) 46
- g) altra tecnologia di collegamento, cioè

3.2 Nella vostra impresa utilizzate **Internet** per le seguenti **finalità**:
(vi preghiamo di *segnare la casella corrispondente*)

Definizione di "prodotti digitali": beni/servizi digitali (per es. video, riviste online, servizi di consulenza, ecc.) che possono essere ordinati e *consegnati* via Internet.

a) informazione

- ricerca di informazioni in generale 47
- ricerca di informazioni su concorrenti, fornitori e clienti
- accesso a banche dati esterne

b) acquisto di beni/servizi

- acquisto di prodotti digitali
- ordini/acquisti di prodotti non digitali
- utilizzo di servizi post-vendita
- acquisti con pagamento online 53

c) **utilizzo di servizi finanziari** 54
(incluse operazioni di pagamento)

d) comunicazione

- discussioni online (chat) 55
- fori di discussione (usenet)
- videoconferenze

e) formazione e perfezionamento professionale

f) **svolgimento di pratiche presso la pubblica amministrazione** 59

g) altri, cioè

3.3 La vostra impresa possiede una **homepage**:

| sì dal 2001 o prima | sì, introdotta nel 2002 | no, ma è prevista per il 2003 | no |
|----------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 60 |

→ Se **non disponete di una homepage**, siete pregati di passare alla **domanda 4.1**.

3.4 Tramite la vostra **homepage** offrite i **seguenti servizi**:
(vi preghiamo di *segnare la casella corrispondente*)

- informazioni sulle finalità dell'impresa, persone da contattare, ecc. 61
- informazioni dettagliate sull'assortimento, sui prezzi, ecc.
- pubblicità
- offerta/consegna di prodotti digitali
- offerta/vendita di prodotti non digitali
- servizi post-vendita
- servizi Internet mobili (WAP, ecc.)
- possibilità di pagamento digitale
- offerte di lavoro 69
- altri, cioè

Le prossime **domande** si riferiscono al **commercio elettronico** (e-commerce):

Il commercio elettronico via Internet viene trattato nella **domanda 4**; **il commercio elettronico tramite altre reti (EDI, ecc.)** è oggetto della **domanda 5**.

Definizione di "commercio elettronico": vendite svolte via Internet o altre reti elettroniche (per es. EDI). Beni/servizi vengono ordinati tramite tali reti; il pagamento e la consegna possono avvenire online o tramite canali tradizionali (*gli ordini tramite e-mail scritti a mano non fanno parte del commercio elettronico*).

Definizione "EDI": scambio elettronico di dati in forma strutturata (per es. in base allo standard EDIFACT).

4. Commercio elettronico via Internet

4.1 Acquisto di beni e servizi via Internet

→ Se finora **non avete effettuato acquisti via Internet** (gli ordini tramite e-mail scritti a mano non fanno parte degli acquisti via Internet), vi preghiamo di passare alla **domanda 4.2**.

Altrimenti vi preghiamo di rispondere alle **seguenti domande**

- a) Quota degli **acquisti** di beni e servizi **effettuati via Internet** sul totale degli acquisti (senza IVA):
(eventualmente fate una stima: arrotondate a percentuali intere; eccezione: nel caso di una quota minore dello 1%, vi preghiamo di indicare una cifra decimale, per esempio 0.7%)

| | | |
|-------------|-------------|-------------------------------|
| 2001 | 2002 | 2003 quota prevista |
| □□□□.□ % | □□□□.□ % | □□□□.□ % |
| 70 | | |

- b) Per gli **acquisti** utilizzate anche **mercati Internet specializzati tipo B2B?**

sì no
85

Definizione "B2B": commercio elettronico tra imprese ("Business-to-Business") via Internet o altre reti elettroniche.

Definizione "mercato specializzato in Internet": mercato in Internet, nel quale più di due imprese comprano/vendono beni/servizi; deve essere possibile fare un'offerta e dare un incarico giuridicamente vincolante. Espressioni equivalenti: mercato elettronico, piattaforma di commercio elettronico, Internet exchange, B2B exchange (le piattaforme puramente informative non vanno considerate mercati in Internet).

- c) Valutazione dell'**utilità** (attesa) **degli acquisti** di beni e servizi **via Internet**:

| tipo d'utilità | nessuna utilità | una certa utilità | elevata utilità |
|--|--------------------|----------------------|--------------------|
| - migliore conoscenza dell'offerta, accesso agevolato ai fornitori | □ ¹ | □ ² | □ ³ 86 |
| - minori costi nello svolgimento degli acquisti | □ | □ | □ |
| - minori prezzi d'acquisto | □ | □ | □ |
| - riduzione delle scorte | □ | □ | □ |
| - accelerazione dei processi commerciali | □ | □ | □ |
| - integrazione con la struttura informatica aziendale (contabilità, logistica, ecc.) | □ | □ | □ |
| - essere al passo con la concorrenza | □ | □ | □ |
| - cura dell'immagine, migliore presenza nel mercato | □ | □ | □ ⁹³ |
| - altra utilità, cioè | | | |

4.2 Vendita di beni e servizi via Internet

→ Se finora **non avete eseguito vendite via Internet** (gli ordini tramite e-mail scritti a mano non fanno parte delle vendite via Internet), vi preghiamo di passare alla **domanda 5**.

Altrimenti vi preghiamo di rispondere alle **seguenti domande**:

- a) Quota delle **vendite** di beni e servizi **effettuati via Internet** sul totale delle vendite (senza IVA):
(eventualmente fate una stima: arrotondate a percentuali intere; eccezione: nel caso di una quota minore dello 1%, vi preghiamo di indicare una cifra decimale, per es. 0.7%)

| | | |
|-------------|-------------|-------------------------------|
| 2001 | 2002 | 2003 quota prevista |
| □□□□.□ % | □□□□.□ % | □□□□.□ % |
| 94 | | |

- b) Per le **vendite** utilizzate anche **mercati Internet specializzati tipo B2B?**

sì no
109

- c) **Suddivisione** del fatturato realizzato via Internet nel 2001 fra **forniture a consumatori (B2C) e forniture ad altre imprese (B2B)**

(Se avete iniziato la vendita via Internet **solo nel 2002**, vi preghiamo di fare una stima per l'anno in corso)

| | |
|--|-----------|
| - vendite a consumatori (B2C) | 110 □□□ % |
| - vendite ad altre imprese (B2B) | □□□ % |
| fatturato totale tramite commercio elettronico | 1 0 0 % |

- d) Valutazione dell'**utilità** (attesa) della **vendita** di beni e servizi **via Internet**:

| tipo d'utilità | nessuna utilità | una certa utilità | elevata utilità |
|--|--------------------|----------------------|--------------------|
| - miglioramento della qualità/molteplicità dell'offerta | □ ¹ | □ ² | □ ³ 116 |
| - rafforzamento dell'orientamento verso la clientela | □ | □ | □ |
| - accesso a nuovi segmenti della clientela | □ | □ | □ |
| - lancio di nuovi prodotti | □ | □ | □ |
| - apertura di nuovi mercati | □ | □ | □ |
| - riduzione dei costi di marketing | □ | □ | □ |
| - minori costi dei servizi post-vendita | □ | □ | □ |
| - minori costi in generale | □ | □ | □ |
| - accelerazione dei processi aziendali | □ | □ | □ |
| - integrazione con la struttura informatica aziendale (contabilità, logistica, ecc.) | □ | □ | □ |
| - essere al passo con la concorrenza | □ | □ | □ |
| - cura dell'immagine, migliore presenza nel mercato | □ | □ | □ ¹²⁷ |
| - altra utilità, cioè | | | |

5. Commercio elettronico non basato sulla tecnologia-Internet

Nel 2001 la vostra impresa ha introdotto delle **tecniche di commercio elettronico, che non si basano su Internet** (EDI o altre reti):

a) per gli acquisti

non sì se avete risposto sì → . % del totale degli acquisti del 2001
128 129

b) per le vendite

non sì se avete risposto sì → . % del fatturato (senza IVA) del 2001
134 135

Note a) Arrotondate a percentuali intere; nel caso di una quota minore dello 1%, vi preghiamo di indicare una cifra decimale, per es. 0.7%

b) Se questo tipo di commercio elettronico è stato introdotto solo nel 2002, vi preghiamo di inserire una stima per l'anno in corso.

6. Ostacoli alle vendite via Internet

Valutazione dell'importanza dei seguenti **ostacoli** all'introduzione o all'intensificazione della **vendita via Internet**

| tipo di ostacolo | senza importanza | una certa importanza | elevata importanza |
|---|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| | 1 | 2 | 3 |
| - prodotti non adatti per la vendita via Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 140 |
| - clienti non disposti ad acquistare via Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - utilità economica incerta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - software troppo costoso | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - volume degli investimenti troppo elevato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - costi di esercizio e manutenzione troppo elevati | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - problemi di sicurezza nello svolgimento dei pagamenti | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - problemi di protezione dei dati | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - incertezze in ambito giuridico (validità del contratto, condizioni di fornitura, garanzia, ecc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - incertezze tecnologiche | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - standard tecnologici incerti | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 150 |

senza importanza una certa importanza elevata importanza

| | 1 | 2 | 3 |
|---|--------------------------|--------------------------|------------------------------|
| - mancanza di personale qualificato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 151 |
| - informazioni insufficienti (prospettive di mercato, tecnologia) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - resistenze interne | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - management non sufficientemente sensibilizzato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - necessità elevata di adattamento organizzativo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - incompatibilità con l'infrastruttura informatica | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - problemi di logistica | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| - apertura indesiderata dell'impresa ad altre imprese | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> 158 |
| - altri, cioè: | | | |

*** Vi ringraziamo della vostra preziosa collaborazione ***

- Spiegazioni a pagina 5
- Vostre osservazioni sull'inchiesta a pagina 6
- Personale da contattare a pagina 6



Spiegazioni

| | |
|--|--|
| B2B, B2C | Commercio elettronico tra imprese (B2B: Business-to-Business) o tra imprese e consumatori (B2C: Business-to-Consumers) via Internet o attraverso altre reti elettroniche. |
| commercio elettronico | Vendite effettuate via Internet o attraverso altre reti elettroniche (per es. EDI). Beni/servizi ordinati attraverso tali reti; il pagamento e la consegna possono avvenire online o tramite canali tradizionali (<i>gli ordini tramite e-mail scritti a mano non fanno parte del commercio elettronico</i>). |
| EDI | Scambio elettronico di dati in forma strutturata (per es. in base allo standard EDIFACT). |
| Extranet | Estensione dell'Intranet, che permette l'accesso parziale ad Intranet da parte di utenti esterni. |
| Internet | Reti di computer (WWW, ecc.) basate su protocolli Internet. Sono inclusi anche i telefoni mobili collegabili ad Internet e lo scambio di dati via Internet (Web-EDI). |
| Intranet | Rete interna all'impresa, che si basa sulla tecnologia-Internet. |
| ISDN | Rete di telecomunicazione digitale universale ("Integrated Services Digital Network") per il trasferimento di voce, testo, dati e immagini. |
| LAN, WLAN | Un LAN ("Local Area Network") è costituito da impianti di elaborazione e/o comunicazione dati, collegati in rete in uno spazio geografico molto limitato (per es. all'interno di un edificio). Un WLAN ("Wireless Local Area Network") è un LAN al quale possono collegarsi anche utenti mobili (per es. tramite telefono cellulare). |
| mercato specializzato in Internet | Mercato in Internet, nel quale più di due imprese comprano/vendono beni/servizi; deve essere possibile fare un'offerta e dare un incarico giuridicamente vincolante. Nomi equivalenti: mercato elettronico, piattaforma di commercio elettronico, Internet exchange, B2B exchange (<i>le piattaforme puramente informative non vanno considerate mercati in Internet</i>). |
| prodotti digitali | Beni e servizi digitali (per es. video, riviste online, servizi di consulenza, ecc.) che possono essere ordinati e consegnati via Internet. |
| servizi Internet mobili | Servizi Internet che possono essere utilizzati tramite terminali collegati senza fili (telefonia mobile, Personal Digital Assistants, ecc.). |
| xDSL | Collegamento utenti digitale. Le tecnologie DSL (ADSL, HDSL, SDSL, ecc.) permettono l'ampliamento della banda dei cavi telefonici. |

***** Vi ringraziamo della vostra preziosa collaborazione *****

Personale da contattare nella vostra impresa _____

funzione: _____

telefono: _____ fax: _____

e-Mail: _____ homepage: _____

Osservazioni sull'inchiesta:

Personale da contattare del KOF ETH Zurigo

tel. diretto

e-mail

Sig. Dr. Martin Wörter 01 / 632 51 51

woerter@kof.gess.ethz.ch

Sig. Dr. Heinz Hollenstein 01 / 632 53 29

hollenstein@kof.gess.ethz.ch

Indirizzi per la restituzione del questionario:

Konjunkturforschungsstelle
der ETH Zürich
Umfrage "IKT"
ETH Zentrum WEH
8092 Zürich

Konjunkturforschungsstelle
der ETH Zürich
Umfrage "IKT"
ETH Zentrum WEH
8092 Zürich