



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Πρόγραμμα επικαιροποίησης γνώσεων αποφοίτων ΑΕΙ
“ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ”

5^Η ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Συγγραφική Ομάδα:

Δρ. Παναγιώτης Λιαργκόβας, Καθηγητής Πανεπιστημίου Πελοποννήσου

Δρ. Νικόλαος Αποστολόπουλος, Μεταδιδακτορικός ερευνητής Πανεπιστημίου
Πελοποννήσου



Πίνακας περιεχομένων

Περιγραφή.....	3
Στόχοι.....	3
Λέξεις κλειδιά	3
5.1. Καινοτομία και είδη καινοτομίας.....	4
5.1.1 Ευρωπαϊκός δείκτης καινοτομίας.....	7
5.2. Αξιοποίηση νέων καινοτόμων τεχνολογιών στις επιχειρήσεις.....	11
5.2.1. Διαδικτυακή προσβασιμότητα	11
5.2.2. Πληροφοριακά συστήματα διοίκησης και λήψης αποφάσεων.....	12
5.3. Ηλεκτρονικό εμπόριο	18
Ερωτήσεις – Ασκήσεις ελέγχου γνώσεων.....	21
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	22

Περιγραφή

Η ανάπτυξη της καινοτομίας διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη των επιχειρήσεων καθώς επίσης και στην παραγωγή νέων αγαθών ή υπηρεσιών. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις προκειμένου να ανταγωνιστούν τις παραδοσιακές μορφές επιχειρήσεων οφείλουν να αναπτύξουν ένα υψηλό επίπεδο καινοτομίας. Η έρευνα και η ανάπτυξη όπως φαίνεται άλλωστε και από το στρατηγικό σχέδιο «Ευρώπη 2020», τα επόμενα χρόνια θα καθορίσει σε παγκόσμιο επίπεδο την ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Όπως φαίνεται και από το πρόγραμμα EaSI της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η κοινωνική καινοτομία ως νέα μορφή καινοτομίας θα συνδυάσει ψηλά ποσοστά απασχόλησης, κοινωνική πρόοδο και οικονομική ανάπτυξη. Στα παραπάνω σημαντικό ρόλο παίζει η ενσωμάτωση στις κοινωνικές επιχειρήσεις νέων καινοτόμων τεχνολογιών και πληροφοριακών συστημάτων.

Στόχοι

Στο τέλος αυτού του κεφαλαίου θα πρέπει να μπορείτε:

Να αναλύετε την έννοια της καινοτομίας

Να περιγράφετε τα είδη της καινοτομίας

Να αναλύετε τον ευρωπαϊκό δείκτη καινοτομίας και τα συστατικά μέρη

Να αναπτύσσετε τι περιλαμβάνει το πρόγραμμα κοινωνικής καινοτομίας EaSI της ΕΕ

Να καταγράφετε τη συμβολή των νέων καινοτόμων τεχνολογιών στην κοινωνική επιχειρηματικότητα

Λέξεις κλειδιά

Καινοτομία, κοινωνικές επιχειρήσεις, κοινωνική καινοτομία, διαδικτυακή προσβασιμότητα, πληροφοριακά συστήματα, ευρωπαϊκός δείκτης καινοτομίας

5.1. Καινοτομία και είδη καινοτομίας

Κοινωνική καινοτομία είναι «οι καινοτόμες δραστηριότητες και υπηρεσίες που έχουν ως κίνητρο την κάλυψη κοινωνικών αναγκών και αναπτύσσονται μέσω οργανισμών με κοινωνικούς στόχους» (Τζελέπης και συν., 2014).

Σχήμα 5.1 Κοινωνική καινοτομία



Πηγή: ΕΕ (20013), Τζελέπης και συν., (2014)

Σύμφωνα με τους Nonaka και Kenney «Καινοτομία είναι η διαδικασία μέσα από την οποία η πληροφορία αναδύεται και επικεντρώνεται σε ένα προϊόν το οποίο καλύπτει ορισμένες ανθρώπινες ανάγκες» (Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης, 2013). Επίσης, επισημαίνουν ότι η επιτυχία μιας επιχείρησης εξαρτάται από δυο παράγοντες, από την αποτελεσματικότητα της διοίκησης και από την καινοτομία, γι' αυτό για να παραμένει ανταγωνιστική η επιχείρηση πρέπει συνεχώς να δημιουργεί καινούριες στρατηγικές, καινούρια προϊόντα, νέες μεθόδους παραγωγής, διακίνησης και διάθεσης.

Ο Schumpeter (1934) όρισε την καινοτομία ως «νέος συνδυασμός νέας ή υπάρχουσας γνώσης, πόρων, εξοπλισμού κ.λ.π.» με αποκλειστικό στόχο την εμπορική αξιοποίηση. Επίσης, σύμφωνα με τον Rogers (1995), η καινοτομία είναι «μια ιδέα, μια πρακτική ή ένα αντικείμενο το οποίο θεωρείται καινούργιο από το άτομο ή κάποια άλλη μονάδα υιοθέτησης. Μετράει ελάχιστα, όσον αναφορά την ανθρώπινη συμπεριφορά, εάν η ιδέα είναι αντικειμενικά νέα από το στάδιο σύλληψης της. Ο τρόπος με τον οποίο το άτομο αντιλαμβάνεται τον νεωτερισμό της

ιδέας καθορίζει και την αντίδραση του σε αυτήν. Εάν η ιδέα φαίνεται νέα στο άτομο τότε αποτελεί μια καινοτομία». Ακόμη ο Schumpeter (1942), όρισε ότι η καινοτομία καλύπτει πέντε περιπτώσεις:

- i. Η εισαγωγή ενός νέου προϊόντος ή η αλλαγή στην ποιότητά του
- ii. Η εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής, η οποία δεν έχει ακόμη δοκιμασθεί εμπειρικά
- iii. Το άνοιγμα μιας νέας αγοράς στην οποία δεν υπήρχε δραστηριότητα, άσχετα με το εάν αυτή η αγορά προϋπήρχε ή όχι
- iv. Η κατάκτηση μιας νέας πηγής πρώτων υλών
- v. Η εισαγωγή νέας μορφής οργάνωσης

Ο ΟΟΣΑ κατηγοριοποίησε την καινοτομία ως εξής (OECD, 2005):

- Καινοτομία προϊόντος: Καινοτομία προϊόντος έχουμε όταν ένα προϊόν έχει τεχνολογικά χαρακτηριστικά διαφορετικά από τα υπάρχοντα παραδοσιακά προϊόντα της αγοράς και το οποίο μπορεί να είναι δημιούργημα μιας νέας γνώσης ή συνδυασμού υπάρχοντων τεχνολογιών ή υπηρεσιών.
- Καινοτομία διαδικασίας: Καινοτομία διαδικασίας έχουμε όταν μια νέα διαδικασία παραγωγής ή διανομής προϊόντος χρησιμοποιείται εμπορικά.
- Εμπορική καινοτομία (marketing innovation): Εμπορική καινοτομία έχουμε όταν εφαρμόζεται μια νέα μέθοδος marketing από μια επιχείρηση η οποία αναπτύσσεται πάνω στο σχεδιασμό ενός προϊόντος, στην εμφάνισή του (συσκευασία κ.λ.π.), στην αποθήκευσή του, στο δίκτυο διανομής του, στη διαφημιστική του καμπάνια και στην τιμολογιακή πολιτική του.
- Οργανωσιακή καινοτομία (organizational innovation): Οργανωσιακή καινοτομία έχουμε όταν μια επιχείρηση εφαρμόζει μια νέα μέθοδο οργάνωσης στο εσωτερικό της ή στην εμπορική της πολιτική, με την προϋπόθεση αυτή να εντάσσεται στον στρατηγικό της σχεδιασμό και να μην έχει περιστασιακά χαρακτηριστικά.

Στη διεθνή βιβλιογραφία συναντάμε την καινοτομία να είναι κατηγοριοποιημένη, με βάση τα ριζοσπαστικά της χαρακτηριστικά, σε δυο κατηγορίες (Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης, 2013).

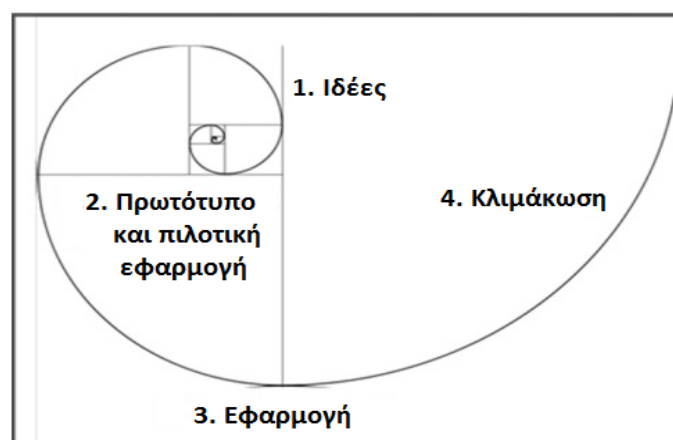
- Ριζοσπαστική καινοτομία: Η ριζοσπαστική καινοτομία είναι αυτή που δεν έρχεται ως συνέχεια της υπάρχουσας τεχνολογίας αλλά αλλάζει ριζικά και εκ βάθρου το υπάρχον μοντέλο.
- Βελτιωτική καινοτομία: Είναι νέοι συνδυασμοί που δεν αλλάζουν την υπάρχουσα τεχνολογία αλλά δημιουργούν εξελίξεις στην υπάρχουσα τεχνολογία και στο επιχειρησιακό μοντέλο. Ένα τέτοιο παράδειγμα έχουμε στο επίπεδο αυτοκινητοβιομηχανιών που συνεχώς βελτιώνουν το τελικό τους προϊόν αλλάζοντας τα μοντέλα τους. (Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης, 2013).

Σύμφωνα με τους Τζελέπη και συν. (2014) η διαδικασία της κοινωνικής καινοτομίας διέρχεται μέσα από τα στάδια:

- Αναγνώριση μιας νέας ή αναξιοποίητης κοινωνικής ανάγκης
- Ανάπτυξη νέων λύσεων ως ανταπόκριση σ' αυτή την ανάγκη
- Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των νέων λύσεων που απαντούν σε κοινωνικές ανάγκες
- Κλιμάκωση αποτελεσματικών κοινωνικών καινοτομιών

Στην ημερίδα της 7^{ης} Μαΐου 2014, στην Πάτρα, με θέμα *Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία: Ευκαιρίες και Προκλήσεις*, οι Τζελέπης και συν (2014) παρουσίασαν τη διαδικασία της κοινωνικής καινοτομίας με τον παρακάτω σχηματικό τρόπο και την παρατήρηση ότι οι Murray et.al. (2010) αναλύουν περαιτέρω την αλληλουχία με κορύφωση τη συστηματική αλλαγή του κλάδου ή ολόκληρης της οικονομίας.

Σχήμα 5.2: Διαδικασία κοινωνικής καινοτομίας

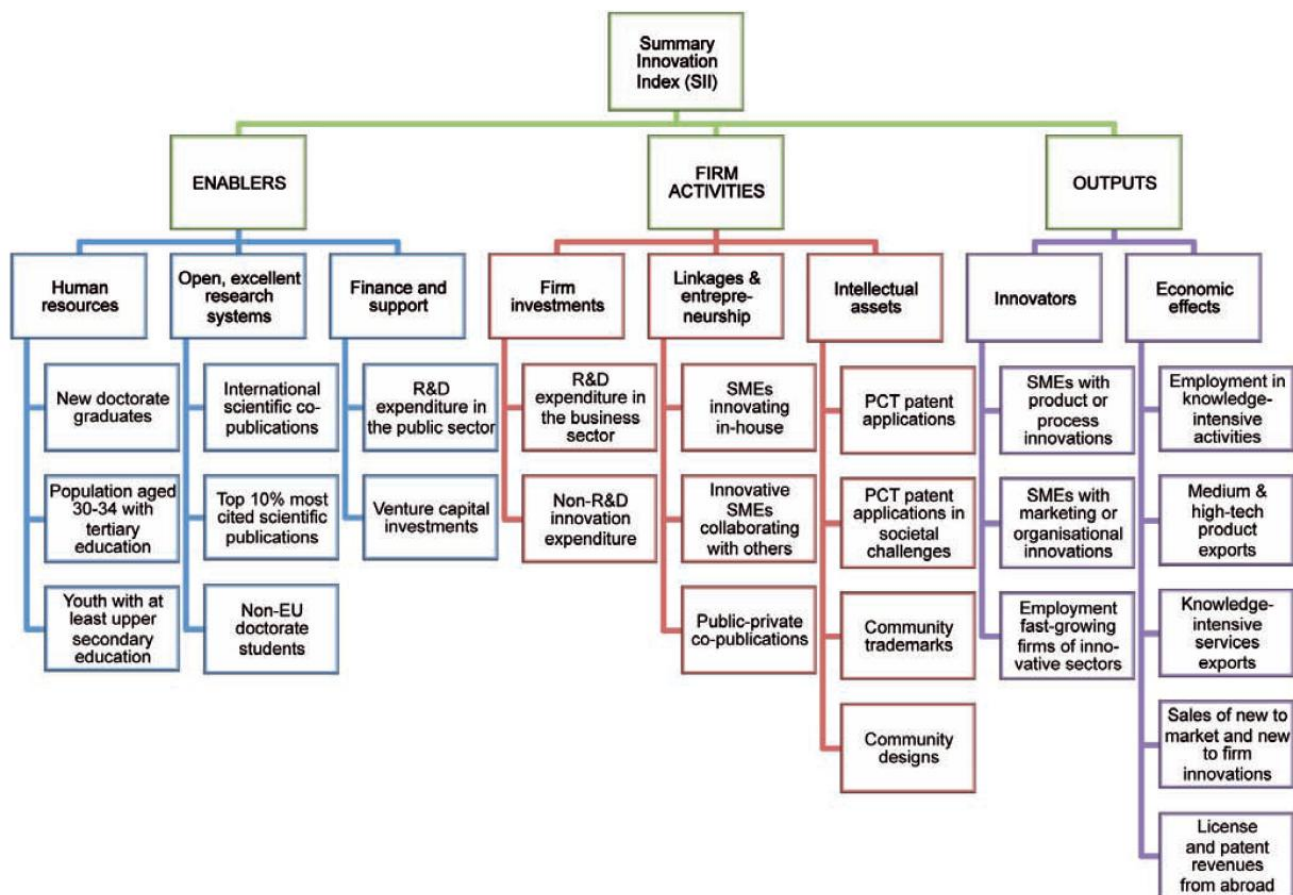


5.1.1 Ευρωπαϊκός δείκτης καινοτομίας

Η Ευρωπαϊκή Ένωση μέσα στα πλαίσια του στρατηγικού σχεδίου «Ευρώπη 2020» όπου πρέπει να αγγίζει το 3% στην έρευνα και την ανάπτυξη, προκειμένου να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητά της, κυρίως έναντι στην Αμερική και την Ιαπωνία, έχει δημιουργήσει ένα δείκτη μέτρησης καινοτομίας (Innovation Union Scoreboard). Ο δείκτης ενσωματώνει ένα πλήθος παραμέτρων μέσα από τις οποίες εξάγεται η τελική βαθμολογία κάθε χώρας. Οι παράμετροι που ενσωματώνονται κατανέμονται σε τρεις βασικούς τύπους δεικτών και οκτώ διαστάσεις καινοτομίας, εμπεριέχοντας είκοσι πέντε διαφορετικούς δείκτες- κατηγορίες:

- **Βασικές κατηγορίες:** Ενσωματώνουν τις παραμέτρους επιδόσεων καινοτομίας εκτός της επιχείρησης και ενσωματώνουν 3 διαστάσεις της καινοτομίας: ανθρώπινους πόρους, ανοικτά, άριστα και ελκυστικά συστήματα έρευνας, καθώς και χρηματοδότηση και υποστήριξη.
- **Δραστηριότητες της επιχείρησης:** Ενσωματώνουν τις παραμέτρους καινοτομίας σε επίπεδο επιχείρησης, που περιλαμβάνουν 3 διαστάσεις της καινοτομίας: επενδύσεις της επιχείρησης, διασυνδέσεις και επιχειρηματικότητα, καθώς και στοιχεία διανοητικής ιδιοκτησίας.
- **Αποτελέσματα:** Ενσωματώνουν τις παραμέτρους των επιχειρηματικών ενεργειών στο επίπεδο καινοτομίας σε 2 διαστάσεις της καινοτομίας: δημιουργούς καινοτομίας και οικονομικές συνέπειες.

Σχήμα 5.3: Σύνθεση δείκτη καινοτομίας



Πηγή: Ευρωπαϊκή Ένωση (2015) http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/files/ius-2015_en.pdf

Στο παρακάτω σχήμα παρουσιάζονται οι εθνικές επιδόσεις σε ό,τι αφορά την καινοτομία με βάση τον δείκτη καινοτομίας. Οι κατηγορίες είναι οι εξής:

- Ηγετική επίδοση
- Δυνατή επίδοση
- Μετρία επίδοση
- Χαμηλή επίδοση

Σχήμα 5.4: Επιδόσεις καινοτομίας σύμφωνα με τον Innovation Union Scoreboard¹



Πηγή: Ευρωπαϊκή Ένωση (2015) http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/index_en.htm

¹ http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/index_en.htm

Πρόγραμμα της ΕΕ για την Απασχόληση και την Κοινωνική Καινοτομία («EaSI»)²

«Το πρόγραμμα για την Απασχόληση και την Κοινωνική Καινοτομία (EaSI) είναι ένας χρηματοδοτικός μηχανισμός σε επίπεδο ΕΕ που αποσκοπεί στην προαγωγή ποιοτικής και βιώσιμης απασχόλησης υψηλού επιπέδου, τη διασφάλιση επαρκούς και κατάλληλης κοινωνικής προστασίας, την καταπολέμηση του κοινωνικού αποκλεισμού και της φτώχειας και τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας».

Δομή και χρηματοδότηση

«Το EaSI διαχειρίζεται απευθείας η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Το πρόγραμμα συνενώνει τρία προγράμματα της ΕΕ τα οποία αποτελούσαν αντικείμενο χωριστής διαχείρισης το διάστημα 2007-2013: PROGRESS, EURES και Μηχανισμός Μικροχρηματοδοτήσεων Progress.

Από τον Ιανουάριο του 2014, τα προγράμματα αυτά αποτελούν τους τρεις άξονες του EaSI, που στηρίζουν:

τον εκσυγχρονισμό της κοινωνικής πολιτικής και της πολιτικής για την απασχόληση - άξονας PROGRESS (61% του συνολικού προϋπολογισμού)·

την επαγγελματική κινητικότητα - άξονας EURES (18% του συνολικού προϋπολογισμού)·

την πρόσβαση στις μικροχρηματοδοτήσεις και την κοινωνική επιχειρηματικότητα - άξονας Μικροχρηματοδοτήσεις και Κοινωνική επιχειρηματικότητα (21% του συνολικού προϋπολογισμού).

Ο συνολικός προϋπολογισμός για το διάστημα 2014-2020 ανέρχεται σε 919.469.000 ευρώ σε τιμές του 2013».

Στόχοι

«Ενίσχυση της οικειοποίησης των στόχων της ΕΕ και συντονισμός της δράσης σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο στους τομείς της απασχόλησης, των κοινωνικών υποθέσεων και της κοινωνικής ένταξης.

Στήριξη της ανάπτυξης κατάλληλων συστημάτων κοινωνικής προστασίας και πολιτικών για την αγορά εργασίας.

Εκσυγχρονισμός της νομοθεσίας της ΕΕ και διασφάλιση της αποτελεσματικής εφαρμογής της.

Προώθηση της γεωγραφικής κινητικότητας και ενίσχυση των ευκαιριών απασχόλησης με την ανάπτυξη μιας ανοιχτής αγοράς εργασίας.

Ενίσχυση της διαθεσιμότητας και της προσβασιμότητας μικροχρηματοδοτήσεων για ευάλωτες ομάδες και πολύ μικρές επιχειρήσεις, και βελτίωση της πρόσβασης των κοινωνικών επιχειρήσεων σε χρηματοδότηση.

² <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=el&catId=1081>

Για την επίτευξη αυτών των στόχων, το EaSI: δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε ευάλωτες ομάδες, όπως οι νέοι, προάγει την ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών, καταπολεμά τις διακρίσεις, προωθεί ποιοτική και βιώσιμη απασχόληση υψηλού επιπέδου, εγγυάται επαρκή και κατάλληλη κοινωνική προστασία, καταπολεμά τη μακροχρόνια ανεργία, αγωνίζεται κατά της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού».

5.2. Αξιοποίηση νέων καινοτόμων τεχνολογιών στις επιχειρήσεις

Οι νέες τεχνολογίες συμβάλλουν σημαντικά στην καινοτομική διάσταση των επιχειρήσεων και στην οικονομική τους ανάπτυξη. Οι νέες τεχνολογίες και η χρήση τους από τις κοινωνικές επιχειρήσεις συμβάλλουν καθοριστικά στην απλούστευση των εσωτερικών διαδικασιών και στον σωστό επιχειρησιακό προγραμματισμό. Η απόκτηση επιχειρησιακής δυναμικής από τις κοινωνικές επιχειρήσεις μπορεί να εξαλείψει τις εσωτερικές τους αδυναμίες και να τονώσει το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα.

Η αξιοποίηση των τεχνολογιών σε δύο κυρίως κατευθύνσεις θα συμβάλλει σημαντικά στις κοινωνικές επιχειρήσεις:

1. Την διαδικτυακή προσβασιμότητα
2. Τη χρήση πληροφοριακών συστημάτων για τη λήψη αποφάσεων

5.2.1. Διαδικτυακή προσβασιμότητα

Ο Παγκόσμιος Ιστός προσφέρει ένα σύνολο προτύπων για την αποθήκευση, και την προβολή πληροφοριών σε ένα περιβάλλον πελάτη / διακομιστή, επιτρέποντας στους χρήστες να συνδέονται με πόρους πληροφοριών που βρίσκονται σε διαφορετικά υπολογιστικά συστήματα σε ολόκληρο τον κόσμο. Οι ιστοσελίδες προβάλλουν κείμενο, εικόνες, βίντεο και ήχο που μπορεί να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών και τη σύσφιξη των σχέσεων με τους πελάτες. Οι μηχανές αναζήτησης μπορούν να βοηθήσουν τους χρήστες να εντοπίζουν τις πληροφορίες που χρειάζονται στον Ιστό.

Τα πρότυπα τεχνολογίας Ιστού και δικτύωσης προσφέρουν τη συνδεσιμότητα και τις διασυνδέσεις για εσωτερικά ιδιωτικά ενδοδίκτυα και ιδιωτικά εξωδίκτυα που μπορεί να

προσπελάζονται από πολλά και διαφορετικά είδη υπολογιστών τόσο εντός όσο και εκτός του οργανισμού.

Το Internet μπορεί να βοηθήσει τις εταιρείες να αποκομίσουν κέρδη με νέους τρόπους, προσθέτοντας επιπλέον αξία σε υφιστάμενα προϊόντα και υπηρεσίες ή προσφέροντας το θεμέλιο για νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

Το Internet αναδεικνύεται με ταχείς ρυθμούς στην κατ'έξοχήν υποδομή για το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ηλεκτρονικό επιχειρείν, επειδή προσφέρει ένα εύχρηστο σύνολο τεχνολογιών και τεχνολογικών προτύπων που μπορούν να υιοθετηθούν από όλους τους οργανισμούς, ανεξάρτητα από το σύστημα υπολογιστών που χρησιμοποιούν.

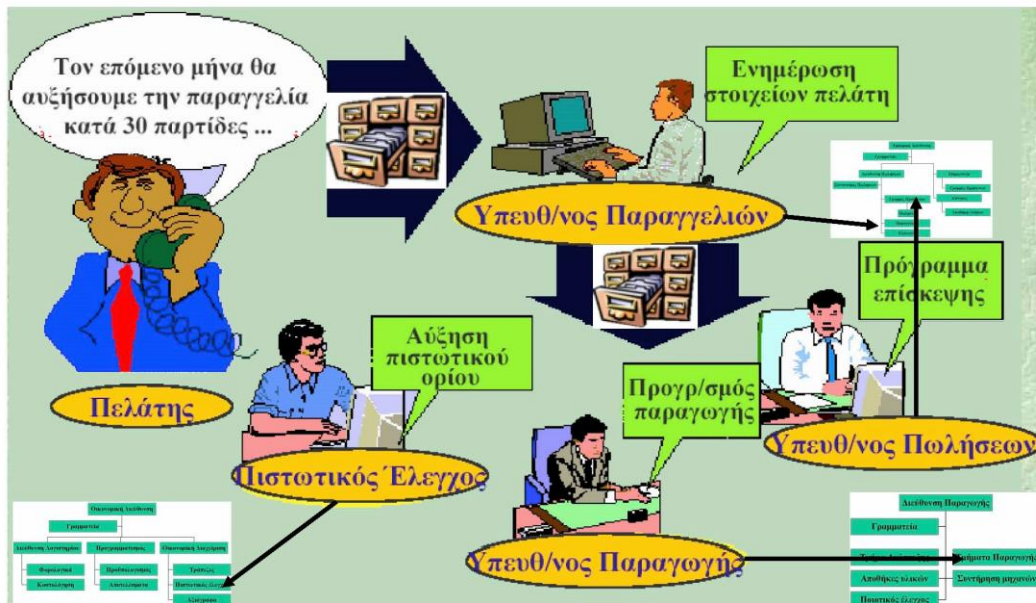
Οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιούν την τεχνολογία του Internet για να μειώσουν το κόστος συναλλαγών τους. Το Internet μειώνει το κόστος της δημιουργίας, αποστολής και αποθήκευσης πληροφοριών ενώ παράλληλα καθιστά ευρύτερα διαθέσιμες τις πληροφορίες αυτές. Οι πελάτες μπορούν να ενημερώνονται μόνοι τους για τα προϊόντα από τον ιστό και να αγοράζουν απευθείας από τους προμηθευτές προϊόντων αντί να χρησιμοποιούν μεσάζοντες όπως είναι τα καταστήματα λιανικής. Αυτή η αποδέσμευση της πληροφορίας από τα παραδοσιακά κανάλια αλυσίδας αξίας λειτουργεί αποσταθεροποιητικά για τα παλιά επιχειρηματικά μοντέλα ενώ επίσης δημιουργεί νέα επιχειρηματικά μοντέλα. Χρησιμοποιώντας το Internet και άλλα δίκτυα για ηλεκτρονικό εμπόριο, οι οργανισμοί σε ορισμένους κλάδους μπορούν να κάνουν συναλλαγές αγοράς και πώλησης απευθείας με πελάτες και προμηθευτές.

5.2.2. Πληροφοριακά συστήματα διοίκησης και λήψης αποφάσεων

Το επιχειρηματικό περιβάλλον αλλάζει δραματικά τα τελευταία χρόνια καθώς η παγκοσμιοποίηση θέτει συνεχώς νέες προκλήσεις στις επιχειρήσεις, όπως αυξανόμενος ανταγωνισμός, επεκτεινόμενες αγορές και αυξημένες απαιτήσεις των καταναλωτών. Αυτές οι νέες προκλήσεις έχουν σαν αποτέλεσμα όλο και μεγαλύτερη πίεση στις επιχειρήσεις για μειώσεις κόστους σε όλη την αλυσίδα αξίας, μείωση του κύκλου ζωής με ταυτόχρονη επέκταση των γραμμών προϊόντων / υπηρεσιών, δραματική μείωση των αποθεμάτων, αξιοπιστία στις παραδόσεις και υψηλά επίπεδα υπηρεσιών στους πελάτες, υψηλά επίπεδα ποιότητας και αποτελεσματικό συντονισμό της παγκόσμιας ζήτησης, προσφοράς και παραγωγής. Καθώς το επιχειρηματικό μοντέλο γίνεται περισσότερο συνεργατικό και οι

ανταγωνιστές αναβαθμίζουν τις δυνατότητές τους, για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί, οι οργανισμοί, πρέπει να βελτιώσουν τις επιχειρηματικές πρακτικές και διαδικασίες, να μοιραστούν με τους προμηθευτές, διανομείς και πελάτες τις κρίσιμες πληροφορίες και να αναβαθμίσουν τη δυνατότητα παραγωγής και επικοινωνίας έγκαιρης και ακριβούς πληροφορίας.

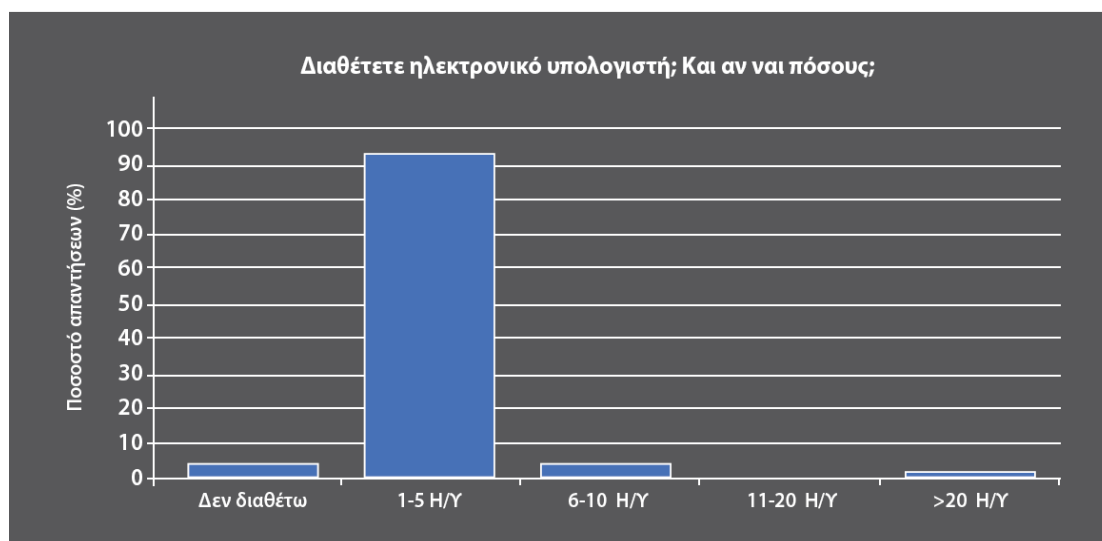
Σχήμα 5.5: Διατμηματικές ροές



Πηγή: Σημειώσεις, Αριστομένης Μακρής

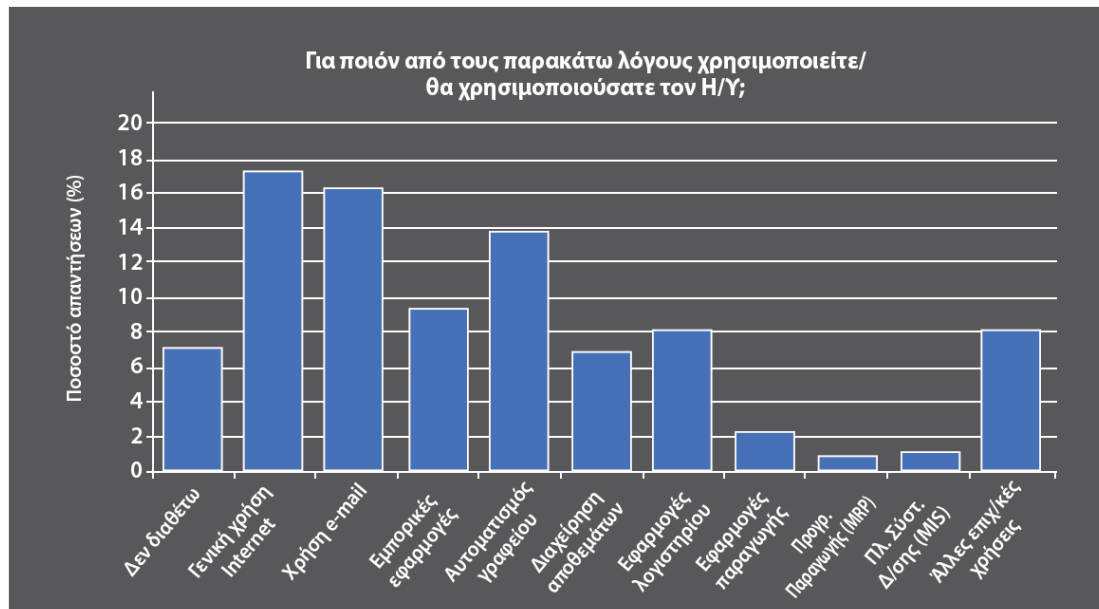
Για να επιτύχουν όλους αυτούς τους στόχους ταυτόχρονα όλο και περισσότεροι οργανισμοί καταφεύγουν στα συστήματα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (Enterprise Resource Planning – ERP), τα οποία προσφέρουν μεν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στους οργανισμούς που τα υιοθετούν, αλλά κρύβουν και σημαντικές δυσκολίες στην υλοποίηση και εφαρμογή τους με αποτέλεσμα σημαντικές υπερβάσεις χρόνου και κόστους και απογοήτευση των τελικών χρηστών τους.

Σχήμα 5.6: Ύπαρξη Ηλεκτρονικών Υπολογιστών Στην Επιχείρηση



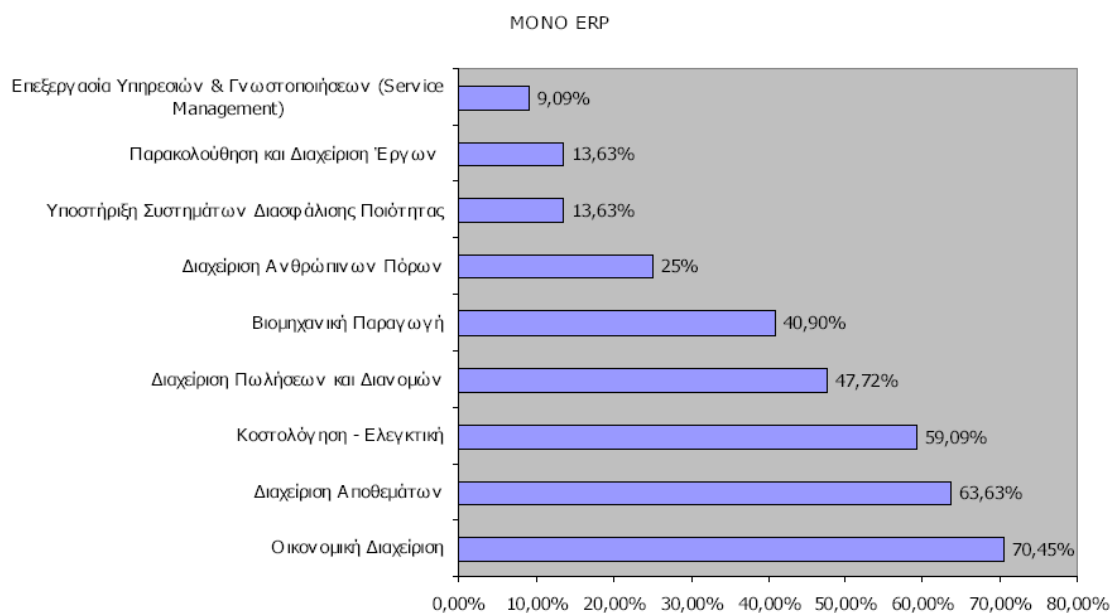
Πηγή: (Ερευνα προγράμματος ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ)

Σχήμα 5.7: Χρήση Ηλεκτρονικών Υπολογιστών Στην Επιχείρηση



Πηγή: (Ερευνα προγράμματος ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ)

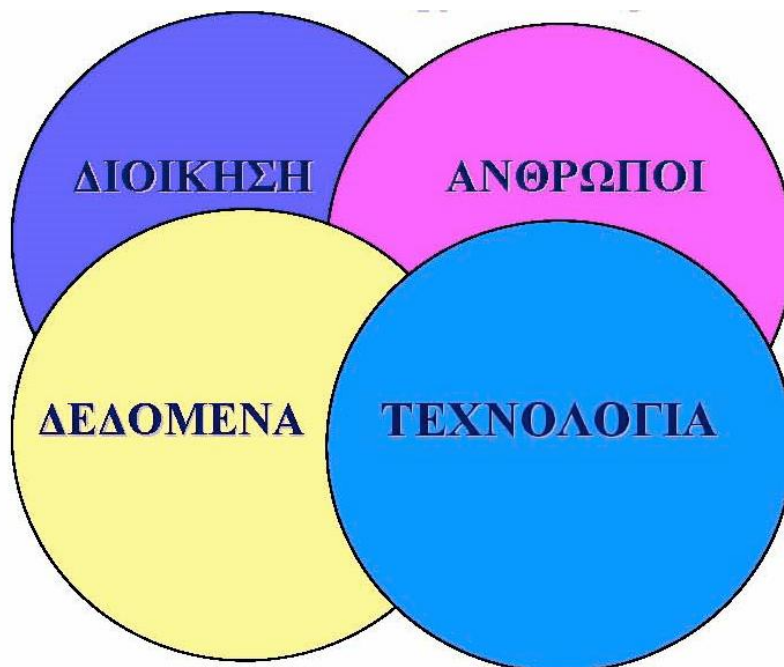
Σχήμα 5.8: Επιχειρηματικές λειτουργίες που εντάχθηκαν στο ERP



Πηγή: Πολλάλης και Βοζίκης, 2009

Αποτέλεσμα αυτού είναι η συνεχής αναζήτηση προσωπικού που θα γνωρίζει επιχειρηματικές έννοιες και λειτουργίες, αλλά και τρόπους υλοποίησης με τη χρήση συστημάτων ERP.

Σχήμα 5.9: Συνιστώσες Πληροφοριακού Συστήματος



Πηγή: Σημειώσεις, Αριστομένης Μακρής

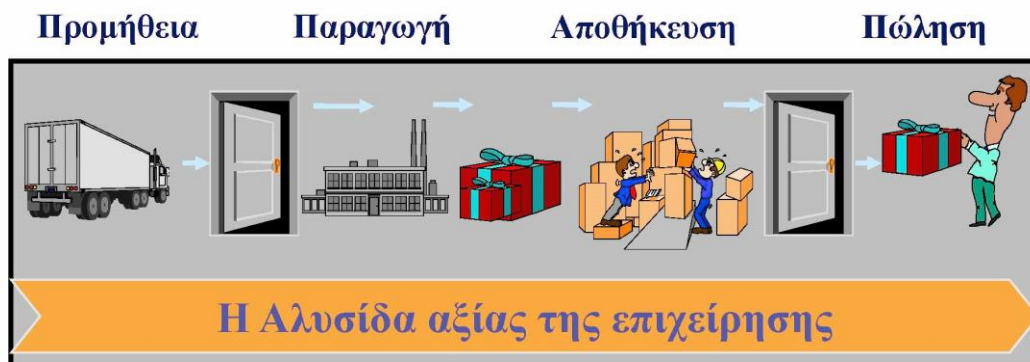
Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν στρατηγικά πληροφοριακά συστήματα για να αποκτήσουν πλεονέκτημα σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Τέτοια συστήματα αλλάζουν τους στόχους, τις επιχειρηματικές διεργασίες, τα προϊόντα, τις υπηρεσίες του οργανισμού ή τις σχέσεις του με το περιβάλλον, οδηγώντας τον σε νέες μορφές συμπεριφοράς.

Τα πληροφοριακά συστήματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να υποστηρίξουν τη στρατηγική σε επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριότητας, επιχείρησης και κλάδου.

Σε επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριότητας, τα πληροφοριακά συστήματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να βοηθήσουν άλλες εταιρείες να γίνουν παραγωγοί χαμηλού κόστους, να διαφοροποιήσουν προϊόντα και υπηρεσίες ή να εξυπηρετήσουν νέες αγορές.

Η εταιρεία μπορεί να χρησιμοποιήσει τα πληροφοριακά συστήματα για να «κλειδώσει» πελάτες και προμηθευτές, χρησιμοποιώντας εφαρμογές αποδοτικής απόκρισης πελάτες και διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας.

Σχήμα 5.10: Αλυσίδα Αξίας (Value Chain)



Πηγή: Σημειώσεις Αριστομένης Μακρής

Η ανάλυση της αλυσίδας αξίας είναι χρήσιμη σε επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριότητας για την ανάδειξη συγκεκριμένων δραστηριοτήτων όπου τα πληροφοριακά συστήματα είναι πιθανότερο να έχουν στρατηγικό αντίκτυπο.

Σε επίπεδο επιχείρησης, τα πληροφοριακά συστήματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη αποτελεσματικότητας ή τη διεύρυνση των υπηρεσιών, με σύνδεση των δραστηριοτήτων ξεχωριστών επιχειρηματικών μονάδων ώστε να μπορούν να λειτουργούν ως σύνολο ή να προωθούν την ανταλλαγή γνώσεων μεταξύ των επιχειρηματικών μονάδων.

Σε επίπεδο κλάδου, τα συστήματα μπορούν να προωθήσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα διευκολύνοντας τη συνεργασία με άλλες εταιρείες του κλάδου, δημιουργώντας ενώσεις ή κοινότητες ανταλλαγής πληροφοριών, συναλλαγών ή συντονισμού δραστηριοτήτων. Το μοντέλο των ανταγωνιστικών δυνάμεων, οι συμπράξεις πληροφοριών και τα οικονομικά δικτύου είναι χρήσιμες έννοιες για τον εντοπισμό στρατηγικών ευκαιριών για τα συστήματα σε επίπεδο κλάδου.

Σχήμα 5.11: Οφέλη ERP



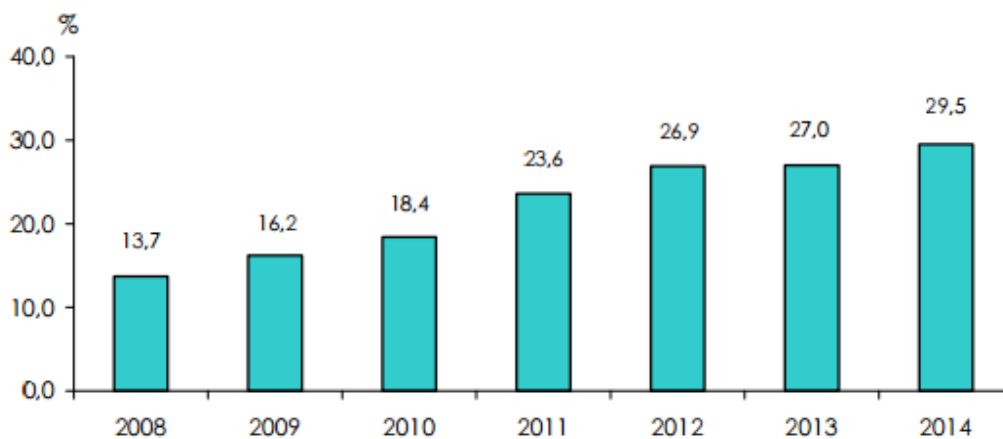
Οφέλη ERP

Πηγή: Σημειώσεις Αριστομένης Μακρής

5.3. Ηλεκτρονικό εμπόριο

Ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η διαδικασία της αγοράς και πώλησης αγαθών ηλεκτρονικά, με επιχειρηματικές συναλλαγές μέσω υπολογιστή με χρήση του Internet ή άλλης ψηφιακής τεχνολογίας δικτύων. Περιλαμβάνει το μάρκετινγκ, την υποστήριξη πελατών, την παράδοση και την πληρωμή. Οι τρεις βασικοί τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου είναι μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (B2C), μεταξύ επιχειρήσεων (B2B) και μεταξύ καταναλωτών (C2C).

Σχήμα 5.12: Ηλεκτρονικό εμπόριο 2008-2014



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

Το Internet προσφέρει ένα οικουμενικά διαθέσιμο σύνολο τεχνολογιών για ηλεκτρονικό εμπόριο, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία νέων καναλιών για μάρκετινγκ, πωλήσεις και υποστήριξη πελατών, και για την εξάλειψη των μεσαζόντων από τις συναλλαγές αγοράς και πώλησης. Οι δυνατότητες του Ιστού μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία στενότερων σχέσεων με τους πελάτες στο μάρκετινγκ και την υποστήριξη πελατών. Οι εταιρείες μπορούν να χρησιμοποιούν ποικίλες τεχνολογίες του Ιστού για να προσφέρουν ιστοσελίδες με περιεχόμενο προσανατολισμένο στα ειδικά ενδιαφέροντα κάθε χρήστη, συμπεριλαμβανομένων τεχνολογιών για την προσφορά εξατομικευμένων πληροφοριών και διαφημίσεων μέσω καναλιών κινητού εμπορίου. Οι εταιρείες μπορούν επίσης να μειώσουν τις δαπάνες και να βελτιώσουν την εξυπηρέτηση πελατών με χρήση τοποθεσιών Ιστού, καθώς και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, και ακόμη και τηλεφωνικής πρόσβασης προς το προσωπικό εξυπηρέτησης πελατών για την προσφορά χρήσιμων πληροφοριών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων βελτιώνει την απόδοση δίνοντας στις εταιρείες τη δυνατότητα να εντοπίζουν ηλεκτρονικά προμηθευτές, να ζητούν προσφορές, να τοποθετούν παραγγελίες και να παρακολουθούν αποστολές αγαθών που βρίσκονται υπό

διακίνηση. Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν τις δικές τους τοποθεσίες Ιστού ή να χρησιμοποιούν δικτυακές αγορές ή ιδιωτικά κλαδικά δίκτυα.

Τα ιδιωτικά κλαδικά δίκτυα συνδέουν μια επιχείρηση με τους προμηθευτές της και με άλλους στρατηγικούς επιχειρηματικούς εταίρους για την ανάπτυξη άκρως αποτελεσματικών αλυσίδων εφοδιασμού και για την ταχεία ανταπόκριση στα αιτήματα των πελατών.

Πλεονεκτήματα σε Οργανισμούς –Επιχειρήσεις

- Εξάπλωση της αγοράς σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο
- Μείωση του κόστους κατασκευής, επεξεργασίας αποθήκευσης, διανομής.
- Διατήρηση μικρών αποθεμάτων με την δημιουργία της εφοδιαστικής αλυσίδας
- Βελτίωση του χρόνου εξυπηρέτησης των πελατών, αύξηση της παραγωγικότητας, μείωση των μεταφορικών

Πλεονεκτήματα των καταναλωτών

- Με το ηλεκτρονικό εμπόριο πραγματοποιούνται αγορές όλο το εικοσιτετράωρο
- Ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα εύρεσης της χαμηλότερης τιμής στα προϊόντα
- Συμμετέχει σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες
- Υπάρχει ανταγωνισμός, με συνέπεια τη μείωση των τιμών

Ερωτήσεις – Ασκήσεις ελέγχου γνώσεων

1^η Ερώτηση-Άσκηση ελέγχου γνώσεων

Αναλύστε τη συνεισφορά στην κοινωνική επιχειρηματικότητα των νέων τεχνολογιών

2^η Ερώτηση-Άσκηση ελέγχου γνώσεων

Αναλύστε την έννοια της καινοτομίας και τα είδη καινοτομίας

3^η Ερώτηση-Άσκηση ελέγχου γνώσεων

Περιγράψτε το πρόγραμμα κοινωνικής καινοτομίας EASI της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης. (2013) Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα-Διοίκηση Επιχειρήσεων, Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, εκπαιδευτικό υλικό για τα Κέντρα Δια Βίου Μάθησης.

ΕΛΣΤΑΤ, http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A1901/PressReleases/A1901_SFA20_DT_AN_00_2014_05_F_GR.pdf

Μακρής, Αριστομένης. Ολοκληρωμένη Διαχείριση Επιχειρηματικών Πόρων, κύκλος διαλέξεων, <http://amacris.ode.unipi.gr/erp/index.htm>,

Πιπερόπουλος, Π. (2007) Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία και Business Clusters, Θεσσαλονίκη, Τμήμα Μάρκετινγκ και Διοίκηση Λειτουργιών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών.

Πολλάλης Ι., Βοζίκης Α. (2009) Πληροφοριακά Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων: Στρατηγικές κι Εφαρμογές, UtopiaPublishing

Τζελέπης, Δ., Καρφάκη, Ε., Μανωλοπούλου, Ε. (2014) Κοινωνική Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία: Ευκαιρίες και Προκλήσεις, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Εκπαίδευσης και Δια Βίου Μάθησης, Πάτρα, ημερίδα 7 Μαΐου 2014.

Dollinger, M. J. (1999) Entrepreneurship Strategy and Resources, 2nd ed., Prentice Hall, USA.

Drucker, P.F. (1985) Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles. NewYork: Harper & Row.

Gartner, W.B. (1988) Who Is an Entrepreneur? is the wrong question. American Journal of Small Business, 12, 11–32.

Laudon, K., Laudon, J. (2006) Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης.

OECD. (2005) Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition. OECD and Eurostat.

Rogers, E.M. (1995) Diffusion of Innovations, 4th ed., Free Press, USA.

Schumpeter, J. (1934) *The Theory of Economic Development*. Boston: Harvard University Press.

Schumpeter, J.A. (1942) *Capitalism, Socialism and Democracy*, George Allen & Unwin, London.

Stevenson, H.H., Gumpert, D.E. (1985) The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 85(2), 85–94.