

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Τραπεζική και Χρηματοοικονομική

Μεταπτυχιακή Διατριβή Οικονομία του Δικτύου

Ιωάννα Κεαλόγλου

**Επιβλέπων Καθηγητής
Ανδρέας Ασιώτης**

Δεκέμβριος 2019

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
Τραπεζική και Χρηματοοικονομική**

**Μεταπτυχιακή Διατριβή
Οικονομία του Δικτύου**

Ιωάννα Κεαλόγλου

**Επιβλέπων Καθηγητής
Ανδρέας Ασιώτης**

**Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς
μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση
μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στην**

**Τραπεζική και Χρηματοοικονομική
του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου**

Δεκέμβριος 2019

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περιεχόμενα	σελ 3
Περίληψη στην ελληνική γλώσσα.....	σελ 5
Περίληψη στην αγγλική γλώσσα.....	σελ 6
Ευχαριστίες.....	σελ 7
Κεφάλαιο 1	σελ 8
Εισαγωγή	σελ 8
1.1 Αναγκαιότητα και Σπουδαιότητα της έρευνας.....	σελ 8
1.2 Δομή.....	σελ 10
1.3 Ερευνητικά Ερωτήματα.....	σελ 11
Κεφάλαιο 2	σελ 12
Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας	σελ 12
2.1 Η Οικονομία του δικτύου μέσα από διαφορετικά μάτια.....	σελ. 12
2.2 Πώς άρχισαν όλα.....	σελ 18
2.3 Η παράλληλη πορεία της τεχνολογικής εξέλιξης με την εμφάνιση και την σημασία της οικονομίας του Δικτύου.....	σελ 24
Κεφάλαιο 3	σελ 34
Μεθοδολογία – Ανάλυση Δεδομένων	σελ. 34
3.1 Μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν.....	σελ 34
3.2 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των μεθόδων που χρησιμοποιούνται και των γενικών πληροφοριών που συγκεντρώθηκαν.....	σελ 35
3.3 Η συλλογή των δεδομένων – Δειγματοληψία.....	σελ 35
3.4 Προκλήσεις.....	σελ 36
3.5 Ερευνητικό ερώτημα 1.....	σελ 36
3.6 Ερευνητικό ερώτημα 2.....	σελ 39
3.7 Ερευνητικό ερώτημα 3.....	σελ 48
3.8 Amazon, Ιστορία, Εξέλιξη, Αλλαγή της κλασσικής οικονομίας.....	σελ. 53
Κεφάλαιο 4	σελ 56
Συμπέρασμα	σελ 56
4.1 Οι στόχοι της μελέτης και τα αποτελέσματά της	σελ. 61
Κεφάλαιο 5	σελ 62

Επίλογος	σελ 62
5.1 Εισηγήσεις	σελ 62
Βιβλιογραφία	σελ 65

“ Οικονομία του Δικτύου”

Περίληψη

Η Μεταπτυχιακή αυτή έρευνα αναφέρεται στον Ορισμό Οικονομία του Δικτύου και στην σημασία του φαινομένου αυτού. Γίνονται αναφορές για το πως ήρθε στην ζωή μας, πως εξελίχθηκε με την πορεία των χρόνων και πως κατάφερε να γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μας. Αναφέρονται επίσης, τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα αυτής. Η παρουσίαση των παραπάνω εννοιών στην βιβλιογραφία μας βοηθά να κατανοήσουμε την ουσιαστική έννοια του φαινομένου αυτού και να επιδιώξουμε την σωστή εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων του. Μέσα από αυτή την έρευνα θα προκύψουν συμπεράσματα για το πως θα πρέπει να διαχειριστούν, οι πολίτες, οι επιχειρήσεις αλλά και τα κράτη, την Οικονομία του Δικτύου, έτσι ώστε να αποφέρει θετικά αποτελέσματα και εξέλιξη στην καθημερινότητά μας. Για την διεκπεραίωση αυτής της μεταπτυχιακής διατριβής, έγινε βιβλιογραφική έρευνα, ανασκόπηση στατιστικών, καθώς και μελέτη περίπτωσης, συγκεκριμένα της εταιρείας Amazon. Ως αποτέλεσμα, είχαμε την δυνατότητα να εντοπίσουμε ευρήματα σχετικά με την Οικονομία του Δικτύου και να κατανοήσουμε πως είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την εμφάνιση του διαδικτύου στην ζωή μας. Εντοπίστηκαν επιπτώσεις, θετικές αλλά και αρνητικές στην βιομηχανία της μουσικής και της διαφήμισης, όπου όπως θα δούμε ανάγκασε τους καλλιτέχνες και τους διαφημιστές να αλλάξουν εντελώς τα μέσα προβολής της δουλειάς τους και να κάνουν μια νέα αρχή. Στον εργασιακό τομέα ήρθαν επίσης μεγάλες αλλαγές, οι οποίες ωθούν την κοινωνία να θέσει διαφορετικούς κανόνες και συνθήκες εργασίας. Και τέλος στον τομέα του εμπορίου, όπου έγιναν οι μεγαλύτερες αλλαγές, με την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου και την αλλαγή τρόπου αγορών και επιλογών των καταναλωτών.

“Networked Economy”

Abstract

This Postgraduate research refers to Definition Network Economy and the importance of this phenomenon. There are reports of how this economy came into our lives, how it has evolved over the years and how it has become an integral part of our lives. The advantages and disadvantages of this are also mentioned. The presentation of the above concepts in the literature helps us to understand the meaning of this phenomenon and to seek the proper exploitation of its effects. Through this research we will come to the conclusions of how citizens, businesses, and states should manage the network economy in order to deliver positive results and evolve into our daily lives. To carry out this postgraduate thesis, we will see bibliographic research, statistics review, and case study, in particular Amazon. As a result, we were able to identify findings on the Networked Economy and understand how it is inextricably linked to the emergence of the Internet in our lives. Impacts have been identified, both positive and negative, in the music and advertising industry, whereas we will see artists and have been forced to completely change the means of promoting their work and make a fresh start. There have also been major changes in the labor sector, which have led society to set different rules and working conditions. And finally, in the commerce sector, where the biggest changes have been made, with the advent of e-commerce and the changing way of shopping and consumer choices.

Ευχαριστίες

**Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, Γιάννη και Γκέλυ
Τον σύντροφό μου, Γιώργο
Και τον αδερφό μου Λοίζο
Για την στήριξή τους καθ' όλη την διάρκεια των σπουδών μου**

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Η οικονομία του δικτύου είναι κάτι το οποίο έχει απασχολήσει αρκετά τις ζωές όλων μας τα τελευταία χρόνια, άτομα σε κάθε ηλικία, από όλα τα μέρη της γης, άσχετα με την εθνικότητα, την θρησκεία ή το επάγγελμά τους έχουν βάλει για τα καλά την νέα αυτή οικονομία στην ζωή τους.

Αποτελεί ένα παγκόσμιο φαινόμενο, που ξεκίνησε μαζί με την τεχνολογική εξέλιξη και μας ώθησε να ξεφύγουμε από την κλασική οικονομία.

Η παρούσα διατριβή εξετάζει γιατί, πώς και πότε μπήκε η “οικονομία του δικτύου” στις ζωές μας. Πώς την επηρεάζει, θετικά ή αρνητικά και πως όλοι εμείς μπορούμε να εκμεταλλευτούμε ότι καλό μπορεί αυτή να μας προσφέρει έτσι ώστε να καλυτερεύσουμε την ποιότητα της καθημερινότητας μας αλλά και να αφήσουμε κληρονομιά στις επόμενες γενιές που θα μπορέσει να εξελιχθεί ακόμη περισσότερο. Ξέρουμε πως πάντα όλα τα κράτη χαρακτηρίζονταν ανεπτυγμένα ή μη βάσει της οικονομίας τους, είτε ήταν αρκετά πιο υψηλά στην κλίμακα σε σχέση με άλλες χώρες είτε για τον ρυθμό της οικονομικής τους ανάπτυξης.

Αν λάβουμε υπόψιν λοιπόν ένα άρθρο της PWC, με θέμα πώς θα είναι ο κόσμος το 2050, και τίτλο “The long view: how will the global Economic order change by 2050”, μέχρι το 2050, η Κίνα αναμένεται να αναδειχθεί στη μεγαλύτερη οικονομία του κόσμου πριν το 2030 και η Ινδία θεωρείται αρκετά βέβαιο ότι θα καταλάβει την τρίτη θέση έως το 2050. Κι αυτό φυσικά οφείλεται στην ανάπτυξη της Οικονομίας του Δικτύου (Pwc, 2017).

1.1 Αναγκαιότητα και Σπουδαιότητα της Έρευνας

Η Οικονομία του Δικτύου, είναι πλέον γνωστή σε όλους μας. Ίσως άνθρωποι μεγαλύτερης ηλικίας να μην το αντιληφθούν αμέσως μόλις το ακούσουν, αν τους μιλήσουμε όμως για ηλεκτρονικό εμπόριο τότε σίγουρα θα το έχουν ακούσει και σίγουρα θα καταλάβουν τι εννοούμε. Το θέμα αυτό λοιπόν, απασχολεί όλους μας, καταναλωτές αλλά και επιχειρηματίες, για την ακρίβεια ολόκληρη την κοινωνία.

Η Οικονομία του Δικτύου είναι στην πραγματικότητα ο τρόπος που πλέον οι καταναλωτές αγοράζουν τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που χρειάζονται, ο τρόπος πληρωμής τους, ο εντοπισμός τους. Είναι ο τρόπος που αναζητούμε εργασία, διασκέδαση και γνώση. Είναι κάτι εντελώς διαφορετικό από την Κλασική Οικονομία της ανταλλαγής όπου για να έχουμε ένα προϊόν που μας ενδιέφερε το ανταλλάξαμε με ένα άλλο, και για να βρούμε δουλειά βγαίναμε στους δρόμους για να την αναζητήσουμε. Για τον λόγο αυτόν λοιπόν, απαιτείται να κατανοήσουμε καλύτερα την έννοια της. Η μελέτη αυτή εξετάζει την Οικονομία του Δικτύου από την αρχή της εμφάνισης της μέχρι και σήμερα, τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα που έχει φέρει μαζί της, τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που θα μπορούσαν οι καταναλωτές, οι επιχειρήσεις αλλά και τα κράτη να εκμεταλλευτούν και να επιτύχουν στις νέες αγορές. Κατά τη διάρκεια της έρευνας αυτής θα εξεταστούν οι κατάλληλες προτάσεις έτσι ώστε να μπορέσουμε να κατανοήσουμε τη νέα αυτή πραγματικότητα και μέσα από αυτή να εξελιχθούμε και να αναπτύξουμε την Οικονομία μας.

Η εν λόγω έρευνα στοχεύει στην αντιμετώπιση της ουσιαστικής κρίσης που διανύουμε, και πως μπορούμε να την αποφύγουμε μέσα από την θετική εκμετάλλευση της Οικονομίας του Δικτύου.

Το κομμάτι όμως με το οποίο θα ασχοληθούμε περισσότερο σε αυτή την διατριβή και μέσα από το οποίο θα μπορέσουμε να δούμε με μια άλλη ματιά την ανάπτυξη της οικονομίας η οποία ακολούθησε την εμφάνιση της οικονομίας του δικτύου (networked economy) μέσω των ηλεκτρονικών καταστημάτων (e-shops) τα οποία στις μέρες μας αποτελούν βασικό μέσο αγορών, αλλά και πως άλλαξαν οι ανάγκες στην αγορά για τους εργαζομένους θα ασχοληθούμε όμως και με μία συγκεκριμένη επιχείρηση, την Amazon, την μεγαλύτερη ηλεκτρονική επιχείρηση στον κόσμο, που έχει καταφέρει να ταυτιστεί πλήρως με την Οικονομία του Δικτύου, στόχος της ανάλυσης του παραδείγματος αυτού αλλά και της έρευνας είναι να κατανοήσουμε τι είναι πραγματικά η Οικονομία του Δικτύου, πως μπήκε στην ζωή μας και φυσικά να δούμε πως μπορούμε να λειτουργήσουμε αρμονικά ανάλογα με τις αλλαγές που έρχονται έτσι ώστε να κάνουμε καλύτερη τη ζωή μας.

1.2 Δομή

Η μελέτη οργανώνεται σε πέντε κεφάλαια.

Στο κεφάλαιο 1 παρουσιάζεται μια σύντομη εισαγωγή καθώς και κάποιες λεπτομέρειες για το πως θα διεξαχθεί η έρευνα.

Το Κεφάλαιο 2 παρέχει μια ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, η οποία χωρίζεται σε ενότητες στις οποίες γίνεται αναφορά για τα χαρακτηριστικά της οικονομίας του δικτύου μέσα από διαφορετικά μάτια, θα δούμε δηλαδή διάφορες σκοπιές στις οποίες κάποιοι επιστήμονες επικεντρώνονται σχετικά με την οικονομία του δικτύου. Πιο συγκεκριμένα, θα δούμε μελέτη σχετικά με τυπολόγιο που στηρίζεται στην Οικονομία του Δικτύου, συμβουλές προς τις επιχειρήσεις έτσι ώστε να αναπτύξουν ικανούς ηγέτες, έτοιμους να εναρμονιστούν με τις αλλαγές, αλλά και την δυσκολία που πολλοί αντιμετωπίζουν να κατανοήσουν την σημασία της Οικονομίας του Δικτύου. Επίσης θα δούμε πώς άρχισαν όλα, πως δηλαδή εισέβαλλε στην ζωή μας αυτό το νέο φαινόμενο.

Το κεφάλαιο 3 επικεντρώνεται στην μεθοδολογία της έρευνας, παρουσιάζοντας τις μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν για την συλλογή των δεδομένων, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των μεθόδων αυτών, αλλά και στα αποτελέσματα της έρευνας μαζί με την ερμηνεία των αποτελεσμάτων. Επίσης θα ασχοληθούμε με ένα συγκεκριμένο παράδειγμα, την έναρξη και την πορεία της μεγαλύτερης εταιρείας ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο, την Amazon. Και μέσα από την εξέλιξη της θα δούμε πως επηρεάζει συνεχώς τα δεδομένα, ανατρέποντας την οικονομία με τις καινοτόμες εφαρμογές της.

Το κεφάλαιο 4 περιλαμβάνει διάφορα σχόλια αναφορικά με τα ευρήματα της έρευνας και σε σχέση με τη βιβλιογραφία που έχει αναθεωρηθεί, τις προκλήσεις που παρουσιάστηκαν και πως αντιμετωπίστηκαν.

Και τέλος, το κεφάλαιο 5 περιέχει τον επίλογο και μια σειρά εισηγήσεων προς τους καταναλωτές, τις επιχειρήσεις αλλά και τα κράτη εν γένει, ελπίζοντας οι εισηγήσεις αυτές να αποτελέσουν κίνητρο για νέες έρευνες και μελέτες.

1.3 Βασικά Ερευνητικά Ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα, τίθενται παρόλο που δεν υπάρχει ερωτηματολόγιο στην συγκεκριμένη έρευνα, έτσι ώστε να κατανοήσουμε καλύτερα το θέμα με το οποίο ασχολούμαστε, που στην προκειμένη περίπτωση είναι η Οικονομία του Δικτύου.

- Πώς ξεκίνησε η Οικονομία του Δικτύου;

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα επικεντρώνεται στο πώς ξεκίνησε το φαινόμενο, και πώς εισέβαλλε στις ζωές μας, ουσιαστικά θα επικεντρωθούμε στην τεχνολογική εξέλιξη η οποία συνδέεται άμεσα με την εμφάνιση της Οικονομίας του Δικτύου, ποιο σημείο της τεχνολογικής εξέλιξης πυροδότησε την μετάβασή μας από την κλασική στη νέα αυτή οικονομία.

- Πώς εξελίχθηκε η οικονομία του Δικτύου μέσα στα χρόνια; Πόσο δυναμικά έχει εισβάλλει στη ζωή μας;

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, έχει να κάνει με την εξέλιξη της οικονομίας του Δικτύου, πως αναπτύχθηκε μέσα στα χρόνια και έγινε τελικά αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μας.

- Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα της Οικονομίας του Δικτύου;

Στο ερευνητικό ερώτημα αυτό θα ασχοληθούμε τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα της μετάβασης από την Κλασική Οικονομία στην Οικονομία του Δικτύου, που αφορούν καταναλωτές, επιχειρήσεις και ολόκληρο τον κόσμο εν γένει.

Κεφάλαιο 2

Ανασκόπηση Βιβλιογραφίας

2.1 Η οικονομία του δικτύου μέσα από διαφορετικά μάτια

Σχετικά με την Οικονομία του Δικτύου, έχουν επιλεγεί κάποιες συγκεκριμένες έρευνες να αναφερθούν στην συγκεκριμένη διατριβή, λόγω της διαφοράς των περιεχομένων τους σε σχέση με την υπάρχουσα έρευνα, για να μπορέσουμε να εντοπίσουμε και διαφορετικές πτυχές μέσα από τις οποίες διάφορα άτομα εντόπισαν στοιχεία της Οικονομίας του Δικτύου, και να δούμε τι τους έκανε να ενδιαφερθούν για το φαινόμενο αυτό. Θεωρήθηκε αρκετά χρήσιμο να αναφερθούμε στις συγκεκριμένες έρευνες καθώς μπορούν να προσδώσουν μια άλλη αντίληψη, ίσως πιο περίπλοκη σχετικά με την Οικονομία του Δικτύου.

Στη συγκεκριμένη μελέτη θα δούμε πιο απλά πράγματα, που όλος ο κόσμος όμως, ο απλός, ο καθημερινός θέλει να κατανοήσει γι' αυτή τη μεγάλη αλλαγή που έχει έρθει. Πώς ήρθε στην ζωή μας, γιατί, τι μας δημιούργησε δηλαδή αυτή την ανάγκη, αλλά και γιατί εδραιώθηκε τόσο γρήγορα. Πώς μας επηρεάζει, και πώς μπορούμε να εκμεταλλευτούμε τα στοιχεία της νέας Οικονομίας του δικτύου για να κάνουμε την ζωή μας καλύτερη. Είτε στην Ελλάδα, είτε στο εξωτερικό.

Μιλώντας όμως για την Ελλάδα, στο Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, διδάσκεται μάθημα "Οικονομία του δικτύου", στο τμήμα Οικονομικών Επιστημών, με στόχο του να εξετάσει την συμπεριφορά και τις στρατηγικές των επιχειρήσεων οι οποίες συμμετέχουν στην Οικονομία του Δικτύου και ασχολούνται με τις διαδικτυακές πωλήσεις.

Θα προσπαθήσουν ουσιαστικά να ανακαλύψουν τις διαφορές της οικονομίας αυτής με την κλασική οικονομία (Εμ.Αθανασίου,2008).

Παρακάτω θα δούμε κάποιες μελέτες που αφορούν στοιχεία της οικονομίας του δικτύου και πως ο καθένας τα ερμηνεύει μέσα από διάφορες πτυχές της προσωπικής ή της επαγγελματικής του ζωής και ιδιότητας.

Η οικονομία του δικτύου θεωρείται επαναστατική (MIT Technology Review, 2014). Αυτό το άρθρο συντάχθηκε το 2014, και προέβλεπε την εξέλιξη της οικονομίας αυτής. Μας βεβαιώνει λοιπόν πως, η οικονομία του δικτύου θα είναι η νέα οικονομία. Τα τελευταία χρόνια η βιομηχανική οικονομία έχει ξεπεραστεί από την οικονομία της πληροφορικής και την οικονομία του Διαδικτύου, καθένα από τα οποία οδήγησε σε σημαντικά σημεία καμπής στην ανάπτυξη και την ευημερία (Vivek Barat, 2008).

Η οικονομία του Δικτύου πρόκειται για ένα αναδυόμενο οικονομικό περιβάλλον που προκύπτει από την ψηφιοποίηση των συνδέσεων σε πραγματικό χρόνο μεταξύ των ανθρώπων, των συσκευών και των επιχειρήσεων.

Τα τελευταία χρόνια, οι άνθρωποι έχουν δει σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι και οι επιχειρήσεις συνδέονται μεταξύ τους. Τα κοινωνικά δίκτυα δίνουν τη δυνατότητα σε δεκάτομμυρια ανθρώπους να συνεργαστούν αλλά και να επικοινωνούν με διάφορους τρόπους, για παράδειγμα εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο κάνουν χρήση Facebook, Instagram, Twitter αλλά και του πλέον γνωστού LinkedIn το οποίο επιτρέπει στους εργοδότες να βρουν το καλύτερο δυνατό προσωπικό για την επιχείρησή τους, αλλά και στους εργαζόμενους να βρουν τον καλύτερο εργοδότη.

Στην πραγματικότητα η Gartner υποστηρίζει πως μέχρι το 2020 οι συνδεδεμένες συσκευές στο διαδίκτυο θα είναι πάνω από 26 εκατομμύρια (Gartner, 2016).

Το άρθρο αυτό δίνει επίσης κάποιες βασικές οδηγίες στις επιχειρήσεις έτσι ώστε να αναπτυχθούν μέσα από τα νέα δεδομένα, λέγοντάς τους πως θα πρέπει να είναι συνεχώς συνδεδεμένοι, καθώς η κοινωνική δικτύωση είναι πλέον γεγονός.

Πρέπει λοιπόν να συγχρονίζονται αμέσως και με τις νέες τεχνολογίες και τους καινούριους τρόπους επικοινωνίας. Τους παροτρύνει επίσης να γίνονται μέλη διαδικτυακών ομάδων που μπορούν να προσφέρουν πολύ σημαντικές πληροφορίες έτσι ώστε να εντάσσονται πιο γρήγορα στις εξελίξεις. Υπάρχουν πλέον διαδικτυακές ομάδες, όπως τα forum, όπου άτομα είτε επιχειρήσεις με κοινά ενδιαφέροντα ανταλλάσσουν απόψεις και χρήσιμες πληροφορίες.

Αναζητώντας περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την Οικονομία του δικτύου εντόπισα μια εταιρεία, κάτι σαν την Amazon ή το Ebay, την εταιρεία Opus Capita.

Στην ιστοσελίδα της, λοιπόν υπάρχει μια δημοσίευση ενός άρθρου του Esko Kilpi, ο οποίος εξετάζει την τρέχουσα αλλαγή της οικονομίας αλλά και της εργασίας από τρεις σκοπιές: ως ερευνητής, δάσκαλος και εκτελεστικός σύμβουλος.

Ο ίδιος λοιπόν αναφέρει πως: “ Ο εκδημοκρατισμός των τεχνολογικών ευκαιριών σημαίνει ότι μπαίνουμε σε μια εποχή πρωτοφανών δυνατοτήτων. Οι ιδέες έχουν σημασία περισσότερο από τα χρήματα και καθώς υπάρχουν περισσότεροι άνθρωποι με καλές ιδέες από ό, τι υπάρχουν άνθρωποι με χρήματα, δημιουργούνται νέοι ευκαιριακοί χώροι. Για να επιτύχουν στη νέα, δικτυωμένη οικονομία, οι επιχειρήσεις πρέπει να επεκτείνουν την άποψή τους έξω από τους δικούς τους τοίχους - στην αλληλεπίδραση και κυρίως στις σχέσεις υψηλής ποιότητας” (Esko Kilpi, 2016).

Ουσιαστικά, μέσα από τις γνώσεις και την εμπειρία του παραθέτει κάποιες συμβουλές προς τις επιχειρήσεις έτσι ώστε να εναρμονιστούν με τις αλλαγές που έρχονται καθημερινά στην ζωή μας. Μέσω της δημοσίευσης αυτής μας λέει πως, οι εταιρείες που θα μπορέσουν να προσαρμόσουν τις διαδικασίες τους στις τεχνολογικές εξελίξεις που έρχονται καθημερινά στην επιφάνεια, θα έχουν ένα πολύ σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Όλες οι εταιρείες θα πρέπει να ενισχύουν συνεχώς τις γνώσεις τους. Το χάσμα μεταξύ των εταιρειών που χρησιμοποιούν ήδη τις νέες ευκαιρίες και εκείνων που σκέφτονται μόνο για τις ψηφιακές στρατηγικές τους αυξάνεται συνεχώς.

Τονίζει επίσης πως η ουσιαστική αλλαγή θα υπάρξει σε κοινωνικές πρακτικές που δημιουργούν καινούριες ευκαιρίες. Οι εταιρείες θα πρέπει να οπλιστούν με γνώσεις που αφορούν το διαδίκτυο αλλά και την σύνδεση μεταξύ των ανθρώπων, η οποία πλέον είναι πολύ απλή αλλά και γρήγορη.

Ο Esko Kilpi επισημαίνει ότι στη νέα οικονομία του δικτύου οι επιχειρήσεις πρέπει να ενσωματώσουν ολόκληρο το δίκτυό τους γύρω από τις ανάγκες του κάθε πελάτη και πιστεύει ότι τα επόμενα χρόνια η αλλαγή θα γίνει εμφανής και στους πιο παραδοσιακούς τομείς της μεταποιητικής βιομηχανίας.

Η φύση των οργανισμών αλλάζει και οι ιδιοκτήτες αλλά και τα μέλη των επιχειρήσεων προσπαθούν να κατανοήσουν το νέο αυτό φαινόμενο

Προβλέπει μάλιστα ότι 7,1 εκατομμύρια θέσεις εργασίας θα εξαφανιστούν μέχρι το 2020, ενώ μόνο 2 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας θα δημιουργηθούν για την αντικατάστασή αυτών. Η τεχνολογική ανάπτυξη αντικαθιστά τη σωματική δύναμη. Με την νέα τεχνολογία, που επιτρέπει πλέον στους ανθρώπους να επικοινωνούν από τη μία άκρη της γης στην άλλη, είναι η μεγαλύτερη ευκαιρία των επιχειρήσεων για να αναπτυχθούν.

Η Janelle Schlossberger, μεταδιδακτορικός συνεργάτης στο Ινστιτούτο Τεχνολογίας της Μασαχουσέτης έχοντας αποφοιτήσει από το Harvard, ασχολήθηκε επίσης με την οικονομία του δικτύου από ένα όμως εντελώς διαφορετικό πρίσμα. Η έρευνα της με θέμα: “Η κατανομή των πολλαπλασιαστών σε μια δικτυωμένη οικονομία και οι αρνητικοί πολλαπλασιαστές που προκαλούνται από την τοπολογία.”, για την οποία έχει γίνει μεγάλη και απαιτητική έρευνα, ασχολείται με τις πολυπλοκότητες αλληλεπιδράσεων με βάση το δίκτυο. Στην συγκεκριμένη έρευνα η Janelle Schlossberger, ασχολείται με το πώς θα υπολογίσει τα αποτελέσματα μιας προγραμματισμένης πολιτικής αναφορικά με την συνολική της δράση. Παραδείγματος χάριν, πραγματεύεται το πως μια οργάνωση, όπως ένα ίδρυμα έρευνας για τον καρκίνο, θα αυξήσει τις καινοτόμες δραστηριότητές του μέσω ερευνητικών ομάδων που συνεργάζονται μέσω κάποιων δικτύων (Janelle Schlossberger, 2018).

Αναπτύσσει και χρησιμοποιεί ένα σύνολο εργαλείων που της επιτρέπει να αναλύσει και να υπολογίσει την πιθανότητα αρνητικού οικονομικού πολλαπλασιαστή με δεδομένη τη λήψη αποφάσεων των διαχειριστών της οργάνωσης. Συμπεραίνει λοιπόν πως το σύνολο των σταθμισμένων συντελεστών του δικτύου διαμορφώνει την πιθανότητα δημιουργίας αρνητικών οικονομικών πολλαπλασιαστών. “Ουσιαστικά όμως όταν χρηματοδοτείται η πολιτική μιας οργάνωσης για να εκτελέσει τους σκοπούς της, δεν υπάρχει κανένα κόστος”, λέει η Janelle Schlossberger. Στην ουσία, αυτή η μελέτη εφαρμόζει ένα σύνολο εργαλείων που μας επιτρέπουν να κατασκευάζουμε κλειστές διανομές πιθανών συγκεντρωτικών δράσεων και οικονομικών πολλαπλών πολιτικών σε περιβάλλοντα με σύνθετες αλληλεπιδράσεις με βάση το δίκτυο.

Είναι μια έρευνα ιδιαίτερα απαιτητική, και ιδιαίτερη στην κατανόηση αφού θα πρέπει κανείς να έχει εξειδικευμένες γνώσεις.

Τέλος θα δούμε μια έρευνα του Stephen Garcia, με τίτλο “Ανάπτυξη ηγετών για μια δικτυωμένη οικονομία”, (Stephen Garcia, 2014), ο οποίος είναι συνεργάτης σε μία συμβουλευτική εταιρεία.

Μέσα από το κείμενό του αυτό, ο Stephen Garcia, μιλάει για την φύση των οργανισμών η οποία αλλάζει με ραγδαίο ρυθμό τα τελευταία χρόνια. Στην βιοτεχνολογία, μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες στις μέρες μας, μέχρι και το ένα τρίτο της ετήσιας χρηματοδότησης πηγαίνει πλέον σε εικονικές εταιρείες στις οποίες αναθέτουν σχεδόν όλες τις δραστηριότητές τους, μειώνοντας φυσικά με αυτό τον τρόπο τις θέσεις εργασίας, αφού όπως αναφέρθηκε παραπάνω η ανθρώπινη δύναμη αντικαθιστάται με την τεχνολογία. Έχοντας τώρα την πίστη τους σε δίκτυα, όχι σε ιεραρχίες, για να γίνονται οι διαδικασίες, πιο εύκολα, πιο γρήγορα αλλά και με το λιγότερο κόστος. Οι εργασίες ολοένα και περισσότερο ολοκληρώνονται μέσω δικτύων άτυπων σχέσεων και όχι μέσω επίσημων γραμμών αναφοράς. Αναφέρει πως περισσότερο από ποτέ, η επιτυχία των ηγετών εξαρτάται από την ικανότητά τους να δημιουργούν και να διατηρούν στρατηγικές σχέσεις.

Πλέον είναι διαθέσιμες νέες εφαρμογές μέσω web για οπτικοποίηση και ανάλυση δικτύων. Αυτά τα εργαλεία συμπληρώνουν τις υφιστάμενες προσεγγίσεις ανάπτυξης της ηγεσίας παρέχοντας στους ηγέτες μια αξιολόγηση των προσωπικών τους δικτύων, άρα πολύ πιο γρήγορα μπορούν να εντοπιστούν λάθη και να διορθωθούν ακόμα πιο άμεσα.

Πολλοί ηγέτες είναι απροετοίμαστοι για την μεγάλη αλλαγή που έχει εισβάλλει στην οικονομία. Οι περισσότεροι ηγέτες θεωρούν πως ότι επιτυγχάνει μια επιχείρηση το κάνει βασιζόμενη στις δικές τους δεξιότητες.

Η συνεργασία με άλλους απαιτεί νέες δεξιότητες και, το σημαντικότερο, διαφορετική νοοτροπία και χημεία μεταξύ τους.

Δεν είναι εύκολο να συμβιβαστεί κανείς με τις αλλαγές, πόσο μάλλον στον εργασιακό τομέα. Είναι αρκετά δύσκολο και πολλές φορές χρονοβόρο να μεταβείς από μια συνήθεια σε μία άλλη.

Πολλοί από τους ηγέτες, θεωρούν πως η νέα αυτή συνθήκη ουσιαστικά αποσπά την προσοχή των εργαζομένων από τις υποχρεώσεις τους.

Στην προσπάθειά τους να κατανοήσουν την οργάνωση, εστιάζουν αντί αυτού σε αυτό που μπορούν να δουν, δηλαδή συμβατικούς οργανωτικούς χάρτες, επιχειρηματικές διαδικασίες και τυποποιημένες διαδικασίες λειτουργίας.

Η δουλειά των ηγετών είναι ουσιαστικά να επηρεάζει τους άλλους για την επίτευξη ενός στόχου. Δεν υφίσταται ηγέτης αν δεν υπάρχει κάποιος να τον ακολουθεί. Τα δίκτυα έχουν τεράστιο αντίκτυπο στην απόδοση των ηγετών.

Οι έρευνες δείχνουν ότι η δομή του δικτύου ενός ηγέτη επηρεάζει τη φήμη του ως ηγέτη, την ικανότητα να παράγει καλές ιδέες, την απόδοση και τη ζωτικότητα του, τις επιδόσεις και την πιθανότητα προώθησης. Στην μελέτη αυτή ορίζονται κάποιες συμβουλές για να επιτευχθεί η καλύτερη ηγεσία. Συγκεκριμένα σαν πρώτο βήμα στην ανάπτυξη των ηγετών που εκτιμούν και αξιοποιούν στρατηγικά τα δίκτυά τους είναι να τους βοηθήσουν να κατανοήσουν την σύσταση των δικτύων τους.

Αυτό μπορεί να γίνει με την ανάλυση οργανωτικού δικτύου, μια μεθοδολογία για τη χαρτογράφηση και την ανάλυση της δομής των σχέσεων μέσα σε έναν οργανισμό. Φυσικά, κάθε ηγέτης έχει ένα μοναδικό δίκτυο.

Με την ολοκλήρωση μιας ανάλυσης οργανωτικού δικτύου, οι ηγέτες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις διαστάσεις δικτύου για να αξιολογήσουν τα προσωπικά τους δίκτυα στο πλαίσιο των δικών τους συγκεκριμένων επιχειρηματικών στόχων και στόχων σταδιοδρομίας. Ευτυχώς, η ανάλυση δικτύων μπορεί να ενσωματωθεί αρκετά εύκολα σε υπάρχοντα προγράμματα ανάπτυξης ηγεσίας. Πολλά από αυτά τα προγράμματα χρησιμοποιούν ήδη διαγνωστικές αξιολογήσεις, όπως εργαλεία ανάδρασης 360 μοιρών και προφίλ προσωπικότητας. Η εξέλιξη της ηγεσίας παραμένει κρίσιμη για τους οργανισμούς.

Ωστόσο, ο τρόπος με τον οποίο αναπτύσσουμε ηγέτες πρέπει επίσης να εξελιχθεί. Οι ηγέτες απολαμβάνουν την επιτυχία τόσο για τους εαυτούς τους όσο και για τις επιχειρήσεις τους, όχι μόνο λόγω των ικανοτήτων και της εμπειρίας τους, αλλά και μέσω των σχέσεων τους με άλλους. Οι προσεγγίσεις του 20ού αιώνα για την ανάπτυξη της ηγεσίας δεν επαρκούν πλέον. Αντί 'αυτού, η οργάνωση πρέπει να ενσωματώσει τις παραδοσιακές βέλτιστες πρακτικές ανάπτυξης της ηγεσίας της με μια νέα προοπτική του δικτύου. Οι οργανισμοί που αναγνωρίζουν και ενεργούν

σε αυτήν την κλίμακα θα προετοιμάσουν καλύτερα τους ηγέτες τους για τη νέα, δικτυωμένη οικονομία.

2.2 Πώς άρχισαν όλα

Η σημερινή ψηφιακή οικονομία, με γνώμονα τη σύγκλιση των υπολογιστών, τα ανοικτά πρότυπα και τη συνδεσιμότητα, αποτελεί την πέμπτη τεχνολογική επανάσταση της βιομηχανικής εποχής. Η πρώτη επανάσταση αφορούσε την τροφοδότηση με νερό. Η δεύτερη αφορούσε τον ατμό. Στη συνέχεια ήρθε η ηλεκτρική ενέργεια και ο χάλυβας για να αντικαταστήσουν το σίδηρο. Η τέταρτη επανάσταση προήλθε από το πετρέλαιο, τόσο ως πηγή ενέργειας όσο και ως πρώτη ύλη για πλαστικά και άλλα συνθετικά υλικά.

Το κλειδί για την τρέχουσα επανάσταση είναι η ικανότητα των υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιών να διασυνδέονται σε όλες τις κοινωνίες και τις οικονομίες. Η ευρυζωνική σύνδεση χαμηλού κόστους και η ευρεία υιοθέτηση ανοικτών προτύπων δημιουργούν μια εντελώς νέα οικονομία - που περιγράφεται καλύτερα ως η οικονομία του δικτύου - networked economy.

Η οικονομία του δικτύου είναι η αναδυόμενη οικονομική τάξη στην κοινωνία της πληροφορίας. Το όνομα προέρχεται από ένα βασικό χαρακτηριστικό - δημιουργούνται προϊόντα και υπηρεσίες και η προστιθέμενη αξία προστίθεται μέσω κοινωνικών δικτύων που λειτουργούν σε μεγάλες ή παγκόσμιες κλίμακες. Η οικονομία του δικτύου μπορεί να αντιμετωπιστεί από διάφορες οπτικές γωνίες: τη μετάβαση από τη βιομηχανική οικονομία, την ψηφιακή και την πληροφοριακή υποδομή, την παγκόσμια κλίμακα, τα δίκτυα αξίας και τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

Περισσότεροι άνθρωποι και περισσότεροι οργανισμοί αναλαμβάνουν τώρα τις δραστηριότητές τους στο διαδίκτυο καθώς αυξάνεται η συνδεσιμότητα και μειώνεται η τιμή της τεχνολογίας. υπάρχουν ήδη πάνω από 600 εκατομμύρια άτομα συνδεδεμένα σε όλο τον κόσμο. Τα ενδεχόμενα εμπορικά, πνευματικά και κοινωνικά οφέλη αυξάνονται. Οι τέσσερις πρώτες τεχνολογικές επαναστάσεις χαρακτηρίστηκαν από την οικονομική σταθεροποίηση και την εμφάνιση κυρίαρχων εταιρειών. Στατιστικά στοιχεία από τον Οργανισμό Οικονομικής

Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) δείχνουν ότι από το 1990 ο αριθμός των επιχειρήσεων που απασχολούν πάνω από 500 υπαλλήλους μειώθηκε, ενώ οι επιχειρήσεις με λιγότερους από 50 εργαζομένους έχουν αυξηθεί σημαντικά.

Οι εταιρείες συνήθιζαν να κάνουν τα πάντα. Τώρα η τάση είναι η εξωτερική ανάθεση, καθώς το Διαδίκτυο μειώνει το κόστος των διεπιχειρησιακών συναλλαγών και καθιστά πολύ πιο εύκολη την ανταλλαγή πληροφοριών. Το αποτέλεσμα είναι οι εταιρείες να δημιουργούν νέες σχέσεις για να δημιουργήσουν διευρυμένες επιχειρήσεις. Αυτό τους επιτρέπει να έχουν πρόσβαση στο χαμηλότερο κόστος και σε προϊόντα και υπηρεσίες καλύτερης ποιότητας, χωρίς να θυσιάζουν το συντονισμό και τον έλεγχο. Από μια μεταβατική άποψη, οι Malone και Laubacher (1998) δείχνουν ότι η Επανάσταση Πληροφοριών άλλαξε τη φύση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Επειδή οι πληροφορίες μπορούν να μοιραστούν άμεσα και φθηνότερα σε παγκόσμια κλίμακα, η αξία της κεντρικής λήψης αποφάσεων και των δαπανηρών γραφειοκρατιών μειώνεται σημαντικά. Ο Brand(1999) επισημαίνει ότι το εμπόριο επιταχύνεται από τις ψηφιακές και δικτυακές επαναστάσεις και ότι ο ρόλος του εμπορίου είναι να εκμεταλλευτεί και να απορροφήσει αυτές τις διαταραχές. Ορισμένες προσπάθειες πρέπει να επικεντρωθούν στην ανάπτυξη νέων υποδομών, ενώ άλλες δραστηριότητες θα δώσουν έμφαση στη διακυβέρνηση και την εξέλιξη του πολιτισμού. Ο Rifkin (2000) επισημαίνει ότι η ακίνητη περιουσία έχει καταστεί επιχειρηματικό φορτίο στις αγορές που βασίζονται στο δίκτυο. Από την άποψη της υποδομής, ο Tapscott (1996) συγκρίνει τα δίκτυα πληροφόρησης της νέας οικονομίας με τους αυτοκινητόδρομους και το ηλεκτρικό δίκτυο της βιομηχανικής οικονομίας. Προτείνει ότι καμία χώρα δεν μπορεί να επιτύχει χωρίς προηγμένη ηλεκτρονική υποδομή. Ο Schwartz (1999) γράφει ότι στο μέλλον οι μεγάλες εταιρείες θα διαχειριστούν την αγορά, την τιμολόγηση, την ανταλλαγή εγγράφων και την υλικοτεχνική υποστήριξη μέσω παγκόσμιων δικτύων που συνδέουν ένα δισεκατομμύριο υπολογιστικές συσκευές. Σε παγκόσμια κλίμακα, ο Tapscott (1996) υποδεικνύει ότι οι εταιρείες μπορούν να παρέχουν 24ωρη εξυπηρέτηση καθώς οι αιτήσεις πελατών μεταφέρονται από μια ζώνη ώρας σε άλλη, χωρίς οι πελάτες να γνωρίζουν ότι οι εργασίες γίνονται στην άλλη πλευρά του κόσμου. Σε μια δικτυωμένη οικονομία, η επιτυχία επιτυγχάνει μεγαλύτερη επιτυχία. Ο Kelly

(1998) δηλώνει ότι σε μια οικονομία δικτύου, η αξία δημιουργείται και μοιράζεται από όλα τα μέλη ενός δικτύου παρά από μεμονωμένες εταιρείες και ότι οι οικονομίες κλίμακας προέρχονται από το μέγεθος του δικτύου - όχι από την επιχείρηση.

Η εμφάνιση του Διαδικτύου και άλλων διαδραστικών τεχνολογιών έχει οδηγήσει σε έκρηξη στη συλλογή δεδομένων. Υπάρχουν πολλοί οργανισμοί που επωφελούνται από τη διαφάνεια των πληροφοριών για εμπορικό κέρδος. Βέβαια με την εμφάνιση του νέου νόμου Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (2016/679 GDPR), η διαφάνεια των προσωπικών δεδομένων και οι πληροφορίες στις οποίες μπορεί κάποιος να έχει πρόσβαση είναι περιορισμένη.

Υπάρχουν όμως και πολλά πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές - εξατομικευμένες προσφορές προϊόντων, βελτιωμένη εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και προστασία των καταναλωτών. Οι οργανισμοί με ηλεκτρονικές λειτουργίες είναι πιθανόν να είναι επιτυχείς μόνο εάν μπορούν να γίνουν γνωστές και να θεωρούνται και αξιόπιστες. Εταιρείες όπως για παράδειγμα το eBay, το Amazon και το LinkedIn βασίζονται σε μια πολύπλοκη υποδομή συστάσεων. Η φήμη και η διαχείριση της μάρκας είναι πιο σημαντική από ποτέ. Και αυτό γιατί ο κόσμος το πρώτο διάστημα που εμφανίστηκε το φαινόμενο αυτό δεν μπορούσε να εμπιστευτεί τις αγορές τους μέσα από το διαδίκτυο, καθώς ήταν κάτι που δεν το γνώριζε καλά και όπως όλοι γνωρίζουμε το άγνωστο πάντα μας ανησυχεί και μας φοβίζει. Η οικονομία του δικτύου έχει επίσης αρχίσει να αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο εργαζόμαστε. Οι εργοδότες και οι εργαζόμενοι αναζητούν μια πιο ευέλικτη προσέγγιση στην απασχόληση. Οι έρευνες δείχνουν ότι οι άνθρωποι που εισέρχονται σήμερα στην οικονομία αναμένεται να κάνουν τρεις έως πέντε αλλαγές σταδιοδρομίας κατά τη διάρκεια της επαγγελματικής τους ζωής. Εναπόκειται στον ιδιώτη, όχι στον εργοδότη, να αναλάβει τον έλεγχο της προσωπικής και επαγγελματικής εξέλιξης και της κατάρτισης. Ενώ δεν υπάρχουν θέσεις εργασίας για μια ζωή, υπάρχει μεγαλύτερη ευκαιρία από ποτέ να επιτευχθεί μια ικανοποιητική ισορροπία μεταξύ της εργασίας και της προσωπικής ζωής, ιδιαίτερα με την έλευση της εργασίας στο σπίτι. Ωστόσο, οι μακροπρόθεσμες επιπτώσεις της εργασίας στο σπίτι έχουν τεράστιες επιπτώσεις για το πώς ταξιδεύουμε, κοινωνικοποιούμαστε πως λειτουργούμε στην οικογένειά μας και

φυσικά το πως θα ψωνίζουμε στο μέλλον. Για παράδειγμα, θα υπάρχει πάντα ανάγκη για καταστήματα υψηλών προδιαγραφών, ακόμη και εμπορικά κέντρα, όταν οι περισσότερες αγορές γίνονται από το χώρο εργασίας ή το σπίτι; Τι θα συμβεί στα κεντρικά γραφεία του κέντρου της πόλης; Σήμερα ζούμε σε έναν κόσμο 24ωρων ειδήσεων και ψυχαγωγίας, άμεσων δημοσκοπήσεων, weblogs, Chat rooms και μηνυμάτων κειμένου που αλλάζουν την κοινωνία με ταχύτερο ρυθμό από ποτέ άλλοτε. Δεν χρειάζεται να πάμε πουθενά αλλά κάνουμε τα πάντα. Ακόμα και τα ψώνια του σούπερ μάρκετ, γίνονται από το σπίτι, αρκεί να έχει ένα κινητό, ένα laptop ή ένα tablet και φυσικά σύνδεση internet . Οι σκεπτικιστές μπορούν να ρωτήσουν «πού θα τελειώσουν όλα;» Δεν θα αλλάξει - θα συνεχίσει, με έναν συνεχώς αυξανόμενο ρυθμό. Είμαστε όλοι οι συμμετέχοντες στην ψηφιακή δικτυακή επανάσταση, είτε μας αρέσει είτε όχι. Εκείνοι που εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες θα ευημερήσουν και θα αναπτυχθούν. Αυτοί που χρονοτριβούν αναμένεται να παραγκωνιστούν.

Η εποχή μας χαρακτηρίζεται πλέον από την τεχνολογική εξέλιξη την οποία έχει. Άνθρωποι, με τα μάτια κολλημένα στο κινητό, για να δουν τι γίνεται στον υπόλοιπο κόσμο, να δουν που βρίσκονται τα αγαπημένα τους πρόσωπα, να αναζητήσουν δουλειά, να κάνουν τις αγορές τους. Αυτή είναι η Οικονομία του Δικτύου. Ουσιαστικά, η οικονομία του δικτύου έχει αρχίσει να αναπτύσσεται πάρα πολλά χρόνια πριν.

Όταν τα γράμματα, αντικαταστάθηκαν, από το σταθερό τηλέφωνο και αυτό με την σειρά του αντικαταστάθηκε από το κινητό. Τα μηνύματα από τα email, και φυσικά τα παιχνίδια στην γειτονιά μας από τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Όλων των ειδών τα δίκτυα εισέβαλαν στη ζωή μας πάρα πολύ γρήγορα.

Όλες αυτές οι αλλαγές ουσιαστικά μας δημιούργησαν την ανάγκη για το καινούριο. Κάτι πολύ πιο γρήγορο και πιο εύκολο. Χωρίς να χρειάζεται να βγούμε από την πόρτα του σπιτιού μας. Ζούμε λοιπόν σε μια εποχή δικτύων. Με Facebook, Twitter και LinkedIn να έχουν εκατοντάδες εκατομμύρια χρήστες. Με νέες υπηρεσίες όπως το Instagram και το Pinterest να γίνονται εταιρείες δισεκατομμυρίων δολαρίων σε μήνες.(Greg Satell, 2014).

Ποιος θα φανταζόταν πως θα σταματούσαμε να βλέπουμε το ίδιο πολλές διαφημίσεις στην τηλεόραση, στους δρόμους, στις στάσεις των λεωφορείων και

πλέον θα βλέπουμε απευθείας διαφήμιση ενός προϊόντος μέσω μιας εφαρμογής κοινωνικής δικτύωσης.

Τα τελευταία 20 χρόνια έχει δημιουργηθεί μια ισχυρή επιστήμη των δικτύων, δίνοντας σημαντικές γνώσεις για το πώς λειτουργούν. Είναι καιρός να αρχίσουμε να θέτουμε την επιστήμη ώστε να δουλεύει στον τρόπο με τον οποίο θέλουμε εμείς οι ίδιοι να διαχειριζόμαστε τις επιχειρήσεις μας αλλά και την καθημερινότητά μας, αυτό σκέφτηκαν οι περισσότερες επιχειρήσεις και αποφάσισαν να λειτουργήσουν μέσα από ένα νέο πρίσμα. Μια νέα πραγματικότητα, που όλοι ευελπιστούμε να φέρει πρόοδο στην οικονομία, όπως κι αν ερμηνεύεται αυτό στην εποχή μας.

Έχουμε την τάση να σκεφτόμαστε τα κοινωνικά δίκτυα ως τυχαία και αφηρημένα, νομίζοντας πως δεν επηρεάζουν τις ζωές μας. Ενώ αυτά έχουν φτάσει στο σημείο να επηρεάζουν την οικονομία όλου του κόσμου. Ωστόσο, οι τεχνικές ανάλυσης κοινωνικών δικτύων έχουν γίνει ιδιαίτερα προηγμένες και αναπτύσσονται σε διάφορους τομείς, όπως η αντιτρομοκρατία, η επιβολή του νόμου, η υγειονομική περίθαλψη.

Εκτιμάται ότι υπάρχουν πλέον πάνω από 600 εκατομμύρια άνθρωποι σε απευθείας σύνδεση παγκοσμίως. Ο Robert Metcalfe ίδρυσε την 3Com Corporation και σχεδίασε το πρωτόκολλο Ethernet - μια γρήγορη και έξυπνη μέθοδο μετάδοσης - για δίκτυα υπολογιστών. Το δυναμικό της ψηφιακής δικτυωμένης οικονομίας αποτυπώνεται στο νόμο του Metcalfe: "Η ισχύς του δικτύου αυξάνεται εκθετικά από τον αριθμό των συνδεδεμένων υπολογιστών. Ως εκ τούτου, κάθε υπολογιστής που προστίθεται στο δίκτυο το χρησιμοποιεί και ως πόρο ενώ προσθέτει πόρους σε μια σπειροειδή αυξανόμενη αξία και επιλογή" (British Telecommunications plc, 2004).

Ωστόσο, για να αξιοποιηθεί αυτό το δυναμικό και να αποφευχθεί η πιθανότητα ενός σύγχρονου Πύργου της Βαβέλ, απαιτούνται πρότυπα ώστε οι υπολογιστές, οι άνθρωποι και οι οργανισμοί να μπορούν να εργάζονται μαζί απλά, εύκολα και οικονομικά.

Τα πρότυπα που αναπτύχθηκαν αρχικά για να διευκολύνουν την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των ακαδημαϊκών και των επιστημονικών ιδρυμάτων έχουν εξελιχθεί για να παρέχουν μια πλατφόρμα για ένα πολύ ευρύτερο φάσμα δραστηριοτήτων.

Η αρχική αρχιτεκτονική του ιστού χρησιμοποίησε το HTML απλά για να μορφοποιήσει και να συνδέσει πληροφορίες μέσω του Διαδικτύου(W3C Recommendation,1997).

Τώρα, ο κυβερνητικός οργανισμός προτύπων του διαδικτύου, το W3C, εργάζεται για να αναπτύξει πρότυπα για να διευρύνει την πρόσβαση, να επιτρέψει πλουσιότερα μέσα ενημέρωσης και να διευκολύνει τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ διαφορετικών υπηρεσιών διαδικτύου για την αυτοματοποίηση των εμπορικών συναλλαγών.

Αυτή η διπλή δυναμική της ευρυζωνικής σύνδεσης χαμηλού κόστους και η ευρεία υιοθέτηση ανοικτών προτύπων αποτελούν τις κινητήριες δυνάμεις πίσω από την εμφάνιση της ψηφιακής δικτυωμένης οικονομίας. Πρόκειται για ένα δυναμικό και συνεχώς εξελισσόμενο φαινόμενο. Οι μακροπρόθεσμες επιπτώσεις του θα είναι σαφείς μόνο με το πέρασμα του χρόνου, και αφού μπορούμε να έχουμε πλήθος πληροφοριών για να καταλήξουμε σε κάποια συμπεράσματα.

Ωστόσο, ορισμένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του είναι ήδη εμφανή.

Ουσιαστικά, η Οικονομία του δικτύου αφορά όλες τις καθημερινές μας κινήσεις που γίνονται μέσω διαδικτύου. Αποτελεί το μεγαλύτερο δώρο για την ανάπτυξη κάθε οικονομίας.

Μετά από μία περίοδο προσαρμογής, άνθρωποι όλων των ηλικιών, βρίσκονται καθημερινά και για πολλές ώρες συνδεδεμένοι στο ίντερνετ. Αυτό σημαίνει πως ακόμα και αν κάποιος δεν συνδεθεί στο ίντερνετ για να κάνει κάποια αγορά, θα δει αρκετές διαφημίσεις, οι οποίες εμφανίζονται συνεχώς σε όποια ιστοσελίδα και αν επισκεφτεί. Αυτόματα, θα του δημιουργηθεί η ανάγκη για αγορά. Αυτό σημαίνει πως οι διαφημιστές έχουν πλέον πολύ περισσότερη δουλειά, οι διαχειριστές των ιστοσελίδων επίσης βγάζουν χρήματα ανεβάζοντας αυτές τις διαφημίσεις στις ιστοσελίδες τους. Και έτσι ξεκινάει ένας φαύλος κύκλος, όπου η δικτυωμένη οικονομία εισβάλλει παντού.

2.3 Η παράλληλη πορεία της τεχνολογικής εξέλιξης με την εμφάνιση και την σημασία της οικονομίας του Δίκτυο

Βλέπουμε λοιπόν πως με τον έναν ή τον άλλον τρόπο πως οι οικονομίες αναπτύσσονται, ή καλύτερα οφείλουν να αναπτύσσονται για την βελτίωση της ζωής των ανθρώπων που τις υπηρετούν. Σε όλες τις κοινωνίες υπάρχει η ανάγκη της επιβίωσης και η επιθυμία της εξέλιξης, η επιθυμία του να γίνονται όλα με μεγαλύτερη ευκολία, πιο γρήγορα, πιο οικονομικά με μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους έτσι ώστε να μπορούν να καλυφθούν όλες οι ανάγκες τους. Είναι πολύ σημαντικό να δούμε πως μέσα από τις ανάγκες των ανθρώπων ο κόσμος άλλαξε τόσο ριζικά. Αν κοιτάξουμε αρκετά πίσω θα δούμε πως από το κυνήγι των ανθρώπων για το φαγητό τους καταλήξαμε με ένα κουμπί το φαγητό να έρχεται σε εμάς, πώς από την ανάγνωση ενός βιβλίου περάσαμε στις ηλεκτρονικές συγγραφές, πώς μάθαμε να ζούμε σε μια αυτοματοποιημένη μηχανή.

Η οικονομία του δικτύου, αποτελείται από δύο λέξεις με πολύ μεγάλο νόημα στις μέρες μας. Αν πιαστούμε λοιπόν καθαρά από τις λέξεις αυτές αναφέρονται σίγουρα στο ένα σκέλος σε κάτι το οποίο έχει σχέση με το διαδίκτυο, που εδώ και αρκετά χρόνια έχει εισβάλλει στις ζωές μας για τα καλά. Τα πρώτα χρόνια ήταν δύσκολο για την πλειονότητα των ανθρώπων να έχουν πρόσβαση σε αυτό, καθώς δεν υπήρχαν οι απαραίτητες υποδομές και για να δημιουργηθούν απαιτούνταν χρόνος αλλά και χρήμα. Έτσι ξεκίνησε να παρέχεται σε ανθρώπους που είχαν την οικονομική δυνατότητα να επωμιστούν το μεγάλο κόστος της υπηρεσίας. Μάλιστα τα πρώτα χρόνια όποιος είχε Internet δεν μπορούσε να χρησιμοποιεί ταυτόχρονα την σταθερή γραμμή του τηλεφώνου του με αποτέλεσμα πολλές φορές να θεωρείται και δύσχρηστο. Γιατί όμως βάλαμε το διαδίκτυο στην ζωή μας; Ο λόγος είναι η ανάγκη των ανθρώπων που βρίσκονται σε απόσταση να επικοινωνούν, να ανταλλάσσουν ιδέες, σκέψεις, ανησυχίες ακόμα και προϊόντα. Έτσι βρέθηκε αυτός ο τρόπος ώστε η επικοινωνία τους να καθίσταται άμεση χωρίς την αναμονή των ταχυδρομείων, την αβεβαιότητα λήψης των πληροφοριών που ήθελε να μεταφέρει ένας άνθρωπος σε έναν άλλο.

Δεν ήταν όμως μόνο η ανάγκη μας για επικοινωνία που μας ώθησε να αναζητήσουμε την νέα τεχνολογία και τον τρόπο με τον οποίο δεν θα υπάρχουν

σύνορα και αποστάσεις, μετά τον κατακλυσμό του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, οι ηγέτες σχεδίασαν ένα σύνολο θεσμικών δομών για να επιτρέψουν στον μεταπολεμικό κόσμο να εμπορεύεται, να συνεργάζεται και να αποφεύγει τον πόλεμο - πρώτα στην Δύση και τελικά σε ολόκληρο τον πλανήτη. Η εκβιομηχάνιση της παγκόσμιας οικονομίας τα τελευταία 200-300 χρόνια οδήγησε σε μια σειρά από τεχνολογικές επαναστάσεις.

Τα ανοιχτά πρότυπα, που αναπτύχθηκαν παράλληλα με αυτή τη νέα τεχνολογία, επέτρεψαν στους χρήστες να συνδέσουν τους υπολογιστές τους και να μοιραστούν τις πληροφορίες πιο εύκολα. Τα πρότυπα αυτά αφορούν την Ethernet γραμμή, η οποία δημιουργήθηκε για να καλύψει την ανάγκη των ανθρώπων για επικοινωνία (Ξενίδου Αικατερίνη, 2012).

Όλο και περισσότεροι άνθρωποι και οργανώσεις άρχισαν να συνδέονται. Καθ' όλη τη δεκαετία του '90 δημιουργήθηκαν νέες ιδέες και καινοτομίες σε έναν ξέφρενο ρυθμό. Νέοι τύποι επιχειρήσεων εμφανίστηκαν και εξαφανίστηκαν, φαινομενικά σε μία νύχτα. Και αναπτύχθηκαν νέα επιχειρηματικά μοντέλα, υποσχόμενα την ατελείωτη ανάπτυξη και τη μελλοντική κερδοφορία. Αυτό που τώρα αναγνωρίζουμε ως το «boom και την προτομή του dot.com» κάλυψε την πραγματική επανάσταση - τις πιο διαρκείς και τελικά πιο σημαντικές αλλαγές που μερικές φορές παραβλέπουμε, τα οφέλη των οποίων αποκόπτονται τώρα με τη μορφή της ψηφιακής δικτυωμένης οικονομίας. Καθώς η τεχνολογία της πληροφορίας και των επικοινωνιών γίνεται πιο περίπλοκη, οι χρήσεις της πολλαπλασιάζονται. Τα PDA, φορητοί υπολογιστές που λειτουργούν ως προσωπικοί οργανωτές και παρέχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, έχουν μια σειρά εφαρμογών, όπως όλο και περισσότερο, τηλέφωνα και ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές, για να αναφέρουμε

μερικές μόνο. Ο τρόπος με τον οποίο αυτές οι συσκευές διασυνδέονται είναι ολοένα και πιο σημαντικός. Η οικονομία του δικτύου έχει να κάνει με αυτές τις συνδέσεις και στη συνέχεια με τη βέλτιστη χρήση τους. Κατά περίεργο τρόπο, υπό το φως της ψηφιακής δικτυωμένης οικονομίας, πολλές από τις προβλέψεις που έγιναν αρχικά για το μέγεθος της διαδικτυακής οικονομίας - δείχνουν τώρα συντηρητικές μπροστά στην έκταση που έλαβε τελικά. Η τεχνολογική επανάσταση ονομάστηκε έτσι γιατί μετά από τα προηγούμενα επιτεύγματα των ανθρώπων,

ήρθε για να παίξει έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην ζωή όλων μας. Η τεχνολογία αποτελεί πλέον απαραίτητο συστατικό για οποιαδήποτε συναλλαγή, για την εξέλιξη της ιατρικής, της βιομηχανίας και φυσικά της οικονομίας αλλά και της κοινωνίας.

Οι καινοτομίες αρχίζουν να διαδέχονται η μία την άλλη στην οικονομία στο σύνολό της, οδηγώντας σε σταδιακή αναπροσαρμογή των πόρων και των δραστηριοτήτων προς το νέο πρότυπο. Στο σημείο αυτό η τεχνολογική επανάσταση έχει τις σημαντικότερες επιπτώσεις της στις κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές δομές. Από την αρχή του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, η πλειοψηφία των εταιρειών αυτοκινήτων είχε είτε εγκαταλείψει τις δραστηριότητές της είτε είχε αποκτηθεί από τις εταιρείες που τελικά θα γίνουν οι γίγαντες της νέας οικονομίας (Klaus Schwab, 2019).

Αυτές οι επανευθυγραμμίσεις δεν συμβαίνουν χωρίς κόπο. Η δημιουργία νέων βιομηχανιών, νέων εταιρειών και νέων επαγγελμάτων συνοδεύεται από την καταστροφή άλλων. Καθώς η αυτοκινητοβιομηχανία μεγάλωσε, η ανάγκη για σιδηρούργους εξαφανίστηκε. Ενώ αναδείχθηκαν νέα επαγγέλματα όπως οι μηχανικοί για να τα αντικαταστήσουν, η μετάβαση προκάλεσε δυσκολίες και ανησυχία.

Το τελευταίο στάδιο έρχεται καθώς οι αγορές φθάνουν στην ωριμότητα - η τεχνολογική επανάσταση έχει διανύσει την πορεία της και οι δυνατότητές της για αλλαγή έχουν εξαντληθεί σε μεγάλο βαθμό. Η οικονομία τότε καταλήγει σε μια σύντομη ισορροπία πριν ξεκινήσει η επόμενη τεχνολογική επανάσταση.

Από τη στιγμή που η τεχνολογική εξέλιξη είναι συνεχής, πιθανότατα μετά από κάποια χρόνια να υπάρξει μια ακόμη πιο εξελιγμένη οικονομία.

Η πιο σημαντική πτυχή της τρέχουσας επανάστασης είναι ότι ο κόσμος μας, η κοινωνία μας και η οικονομία μας γίνονται όλο και πιο συνδεδεμένοι και αλληλένδετοι. Με αυτή την έννοια, τα δίκτυα είναι η καθοριστική τεχνολογία της εποχής μας.

Βέβαια δεν ήταν πάντα εύκολο να συνδεθούμε στο διαδίκτυο, το 1995, ο μόνος οικονομικά αποδοτικός μηχανισμός σύνδεσης με το διαδίκτυο για τους περισσότερους οργανισμούς και σχεδόν κάθε άτομο ήταν μια τηλεφωνική γραμμή στον τοπικό πάροχο υπηρεσιών διαδικτύου (ISP). (Graham, G., 2001).

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ήταν η κυρίαρχη εφαρμογή στο Διαδίκτυο. Η περιήγηση ήταν πιο διαδεδομένη στις ΗΠΑ, όπου οι δωρεάν τοπικές κλήσεις κράτησαν το κόστος κάτω, αλλά γενικά ένας πολύ περιορισμένος αριθμός εργασιών μετακινήθηκε από την απλή τηλεφωνία στο διαδίκτυο.

Η πραγματική ανάπτυξη της συλλογικής συνδεσιμότητας ήρθε με τη μετάβαση από τη σύνδεση μέσω τηλεφώνου στην ευρυζωνική σύνδεση, η οποία έδωσε στους ανθρώπους και τους οργανισμούς άμεση αλλά και απεριόριστη πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Πολλές εργασίες, όπως η ανεύρεση νέων πελατών από μια επιχείρηση, παλαιότερα πραγματοποιούνταν με την αναζήτηση σε τηλεφωνικούς καταλόγους, ή μέσω τηλεφώνου. Μέσω αυτών των μέσων όλοι και όχι μόνο οι επιχειρήσεις αναζητούσαν καταστήματα, ταξιδιωτικά γραφεία, ιατρεία κ.α.

Για όλα αυτά πλέον δεν χρειάζεται να κουραστούμε, έχουν όλα μεταφερθεί στο διαδίκτυο. Όταν πρωτοεμφανίστηκε το διαδίκτυο, η πρόσβαση από τον κόσμο ήταν χρονοβόρα και δαπανηρή, όπως άλλωστε για κάθε τι νέο που ξεπροβάλλει στην αγορά. Με τα χρόνια όμως η τιμή του έπεσε κατά πολύ, κάτι που επίσης συμβαίνει όταν ένα προϊόν ή υπηρεσία αρχίζει να θεωρείται δεδομένο, με αποτέλεσμα να είναι εύκολα προσβάσιμο σε όλους. Ανακαλύπτοντας λοιπόν αυτήν την ικανότητα οι επιχειρήσεις είδαν πως μπορούν να εξοικονομούν χρήματα από διάφορες εργασίες χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο. Μπορούν τώρα να ψάξουν για πρώτες ύλες σε όλο τον κόσμο, έτσι μπορούν να συνδυάσουν καλύτερη ποιότητα αλλά και τιμή και να αυξήσουν την παραγωγικότητα της επιχείρησής τους και αυτό να έχει ως αποτέλεσμα να γίνουν πιο ανταγωνιστικές. Με τον ίδιο τρόπο όμως θα μπορούσαν και οι εν δυνάμει πελάτες να ανακαλύψουν την επιχείρηση και να αγοράσουν τα προϊόντα ακόμη κι αν βρίσκονται πολύ μακριά.

Αυτό είχε ως αποτέλεσμα βέβαια, να μην υπάρχει τόση μεγάλη ανάγκη για εργαζομένους, εάν για παράδειγμα μια επιχείρηση χρειαζόταν 5 άτομα ως εξωτερικούς πωλητές που θα ήταν υπεύθυνοι για την δημιουργία αλλά και την διατήρηση νέου πελατολογίου, τώρα θα χρειάζεται έναν υπάλληλο ο οποίος θα διαχειρίζεται πελάτες οι οποίοι θα βρίσκουν μόνοι τους την επιχείρηση. Αντίστοιχα, αυξάνεται η ανάγκη της αγοράς για υπαλλήλους με γνώση ηλεκτρονικών υπολογιστών, είτε για την διαχείριση παραγγελιών αλλά και

ανάδειξης της επιχείρησης, είτε έχοντες πτυχίο πληροφορικής ώστε να μπορούν να διαχειριστούν κάποιο ενδεχόμενο “κόλλημα” με το site της επιχείρησης.

Οι παραδοσιακές στάσεις απέναντι στην απασχόληση πρέπει πλέον να αλλάξουν καθώς η έννοια του “εργάζομαι για να ζήσω” εγκαταλείφθηκε σε μεγάλο βαθμό. Είναι σαφές ότι τόσο οι εργοδότες όσο και οι εργαζόμενοι επιδιώκουν μια πιο ευέλικτη προσέγγιση στην απασχόληση. Αντιμετωπίζοντας μια τέτοια δυναμική αγορά για τις υπηρεσίες τους, οι εργαζόμενοι δεν έχουν άλλη επιλογή από την προσωπική ευθύνη για τη δική τους σταδιοδρομία και την ανάπτυξη των δικών τους δεξιοτήτων και προσόντων. Αυτό ανοίγει ευκαιρίες για τους ανθρώπους να αναλάβουν τον έλεγχο της ζωής τους και να ανακαλύψουν μια πιο ικανοποιητική ισορροπία μεταξύ της δουλειάς τους και της προσωπικής τους ζωής.

Ωστόσο, η ευκαιρία αυτή μετριάζεται από την απώλεια ασφάλειας που παρείχε στο παρελθόν μια πιο μακροπρόθεσμη και ασφαλέστερη σχέση με έναν οργανισμό. Αντίστοιχα, οι οργανώσεις συνειδητοποιούν ότι η προσέγγισή τους στη διαχείριση των ανθρώπινων πόρων πρέπει να αλλάξει. Όταν λειτουργούσαν σε μια σταθερή και αναπτυσσόμενη οικονομία, οι οργανώσεις είχαν μια σαφή ιδέα για τις ανάγκες του σημερινού προσωπικού αλλά και αυτού που πιθανότατα να χρειαζόντουσαν στο μέλλον.

Σε αυτό το περιβάλλον, τα οφέλη από τη μείωση του ποσοστού φθοράς των εργαζομένων ήταν εμφανή όσον αφορά τη μείωση του κόστους πρόσληψης και την αύξηση της παραγωγικότητας μέσω της διατήρησης εξειδικευμένου και έμπειρου προσωπικού.

Σήμερα και στο μέλλον, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εξισορροπήσουν την επιθυμία τους να αποκτήσουν ευελιξία του εργατικού δυναμικού με την ανησυχία ότι οι βασικές δεξιότητες και η εμπειρογνωμοσύνη μπορούν απλά να μην υπολογίζονται.

Η τεχνολογία υπάρχει για την εξωτερική ανάθεση των λειτουργιών σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων από το σχεδιασμό για την κατασκευή, τη χρηματοδότηση σε HR και IT εμπορία. Επιπλέον, δημιουργούνται δίκτυα ταλέντων που επιτρέπουν σε οργανισμούς να εντοπίζουν και να προσλαμβάνουν άτομα με τις απαραίτητες δεξιότητες και εμπειρία για να εργάζονται σε συγκεκριμένα έργα.

Αυτή η ικανότητα πρέπει να συμπληρώνεται από τα συστήματα και τις διαδικασίες που μπορούν να εξασφαλίσουν ότι η πνευματική ιδιοκτησία

διατηρείται εντός του οργανισμού και να χρησιμοποιείται εύκολα από τον επόμενο ελεύθερο επαγγελματία.

Αυτό που είναι ξεκάθαρο είναι ότι οι καλύτεροι εργοδότες ή οι πολύτιμοι εργαζόμενοι του μέλλοντος δεν θα πρέπει κατά ανάγκη να κριθούν με τις ίδιες παραμέτρους με εκείνες του παρελθόντος. Οι οργανισμοί, για τους οποίους στο παρελθόν το διαδίκτυο ήταν μια περιφερειακή υπηρεσία, ενσωματώνουν τώρα τη χρήση τους στις βασικές λειτουργίες τους για να επιτρέψουν στο εργατικό δυναμικό τους και να εξυπηρετήσουν τους πελάτες τους που βρίσκονται όλο και περισσότερο σε απευθείας σύνδεση με το ίντερνετ αλλά και να βελτιώσουν την επικοινωνία με συναδέλφους από άλλους τομείς εργασίας.

Αυτή η τάση θα συνεχιστεί μόνο με περαιτέρω επεκτάσεις στην ποιότητα της συνδεσιμότητας.

Η επέκταση της ασύρματης τεχνολογίας επεκτείνει τη διαθεσιμότητα ευρυζωνικής πρόσβασης εκτός του σπιτιού αλλά και του γραφείου. Αυτό θα εντείνει όλο και περισσότερο τους ιδιώτες και τους οργανισμούς όπου κι αν βρίσκονται με σύνδεση υψηλής ταχύτητας στο διαδίκτυο. Στην Ελλάδα βέβαια οι ρυθμοί ανάπτυξης των δικτύων σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες δεν είναι και τόσο γρήγοροι. Ο τρόπος δομής των οργανώσεων αποτελεί συνάρτηση των ροών πληροφοριών και του κόστους των συναλλαγών. Παραδοσιακά, οι οργανώσεις ενσωμάτωσαν λειτουργίες για να διευκολύνουν την ομαλή και αποδοτική λειτουργία του οργανισμού. Η έξοδος από την εταιρεία σήμαινε συνήθως πρόσθετα γενικά έξοδα στη διοίκηση και τη διαχείριση του έργου. Επίσης, εισήγαγε αναπόφευκτα μεγαλύτερους χρόνους παράδοσης και χαμηλότερη ποιότητα.

Ωστόσο, καθώς το διαδίκτυο έχει μειώσει δραματικά το κόστος των διεπιχειρησιακών συναλλαγών και έκανε πολύ πιο εύκολη την ανταλλαγή πληροφοριών, οι οργανισμοί εκμεταλλεύονται την ευκαιρία να αναθέσουν σε τρίτους τις μη βασικές τους δραστηριότητες. Δανείζονται ακόμη και υπαλλήλους, δίνοντας λιγότερα χρήματα απ' ότι αν τους είχαν σαν μισθωτούς στην δική τους επιχείρηση, δίνουν σε άλλες εταιρείες την διαφήμιση και την προώθηση των προϊόντων τους, πολλές φορές μειώνεται και η παραγωγή καθώς βρίσκουν έτοιμα και σε προσιτή τιμή προϊόντα που χρειάζονται.

Αναπτύσσουν νέες σχέσεις με τους εταίρους και τους προμηθευτές για να σχηματίσουν εκτεταμένες επιχειρήσεις. Αυτό τους δίνει τη δυνατότητα να έχουν πρόσβαση στο χαμηλότερο κόστος και προϊόντα και υπηρεσίες υψηλότερης ποιότητας που διατίθενται στην παγκόσμια αγορά, χωρίς όμως να θυσιάζεται ο βαθμός συντονισμού και ελέγχου ενός εσωτερικού παρόχου.

Αυτά τα δίκτυα εμπορικών συναλλαγών ανοίγουν ευκαιρίες για μικρούς οργανισμούς να δημιουργούν νέες και πιο ενεργητικές σχέσεις με πελάτες σε όλο τον κόσμο.

Οι επιχειρήσεις έχουν πλέον την δυνατότητα μέσω των αναζητήσεων των καταναλωτών στο διαδίκτυο, να βλέπουν στατιστικά για το τι ενδιαφέρει περισσότερο τον μέσο καταναλωτή την εκάστοτε περίοδο και αναλόγως να πράττει.

Σε αυτό το σημείο βέβαια εισβάλλει και η χρήση των Προσωπικών Δεδομένων.

Τέτοιες εξελίξεις οδήγησαν σε κατηγορίες μιας κοινωνίας «big brother», με κάθε κίνηση ενός ατόμου να βρίσκεται κάτω από το μικροσκόπιο. Αναμφισβήτητα οι οργανισμοί πρέπει να είναι ιδιαίτερα ευαίσθητες στις ανησυχίες των καταναλωτών για την ιδιωτικότητά τους.

Υπάρχουν αιτίες ανησυχίας καθώς υπάρχουν πολλοί οργανισμοί αλλά και άτομα που επωφελούνται από τη διαφάνεια των πληροφοριών και την χρησιμοποιούν για το εμπορικό κέρδος τους. Ωστόσο, εναντίον αυτού υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα για τον καταναλωτή, που προέρχονται από οργανισμούς που έχουν καλύτερη ιδέα για το ποιοι είναι.

Οι ιδιοκτήτες μιας κάρτας σούπερ μάρκετ ανταλλάσσουν λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με τις αγοραστικές συνήθειες και τη συμπεριφορά τους για εξατομικευμένες ειδικές προσφορές και εκπτώσεις. Η Amazon συγκεντρώνει την αγορά αρχείων σε όλους τους πελάτες της για να εντοπίσει μοτίβα που καθοδηγούν συστάσεις για βιβλία, μουσική και ταινίες. Ενώ τα "cookies" του ιστότοπου, κάτι εντελώς καινούριο που όμως συναντάμε χωρίς καμία εξαίρεση σε κάθε ιστοσελίδα που επισκεπτόμαστε ακόμα κι αν αυτό γίνεται καθημερινά, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παρακολούθηση των πληροφοριών που επιτρέπουν στους οργανισμούς να παρέχουν μια πιο προσωπική εμπειρία και να αποφεύγουν την επαναλαμβανόμενη πληκτρολόγηση δεδομένων.

Τόσο ο προμηθευτής όσο και ο πελάτης πρέπει να γνωρίζουν ποιον αντιμετωπίζουν και να είναι σε θέση να τους εμπιστεύονται και να κάνουν ό, τι λένε ότι θα κάνουν. Αυτό ισχύει όχι μόνο σε εταιρείες που προσπαθούν να πραγματοποιήσουν συναλλαγές στο διαδίκτυο, αλλά και σε άτομα.

Η επιτυχία του eBay ως ηλεκτρονικής αγοράς για την ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το σύστημα διαχείρισης φήμης.

Αυτό επιτρέπει στους πωλητές και τους αγοραστές να γνωρίζουν πλήρως την ιστορία των ανθρώπων που ασχολούνται με την ακρίβεια των περιγραφών των προϊόντων τους, την ταχύτητα παράδοσης αγαθών που αγοράζονται αλλά και την ταχύτητα πληρωμής. Αυτό βοήθησε την ανάπτυξη μιας αγοράς που διαφορετικά θα μπορούσε να έχει σταματήσει λόγω των ανησυχιών των ατόμων. Όπως και να έχει, το eBay έχει πλέον περισσότερους από 100 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες παγκοσμίως, οι οποίοι δίνουν μεγάλη προσοχή στην ανάπτυξη της φήμης τους και εξασφαλίζουν ότι λαμβάνουν θετική ανατροφοδότηση μετά από κάθε συναλλαγή με την οποία εμπλέκονται(iefimerida.gr, 2013).

Ένας από τους μεγαλύτερους κινδύνους, συνεπώς, τόσο για τους οργανισμούς όσο και για τα άτομα που λειτουργούν εντός της ψηφιακής δικτυωμένης οικονομίας είναι η πιθανή δυσφήμισή τους.

Τα βασικά ζητήματα τόσο για τους οργανισμούς όσο και για τα άτομα είναι η ανάγκη για 100% ασφάλεια σε συνδυασμό με τη διακριτική ευχέρεια όσον αφορά στον τρόπο χρήσης των πληροφοριών. Η νομοθεσία και η προστασία των καταναλωτών συνεχίζουν να αναπτύσσονται και εκτός κυβερνήσεων, οι οργανώσεις καταναλωτών και οι ΜΚΟ αναλαμβάνουν ηγετικό ρόλο σε ζητήματα που σχετίζονται με την τεχνολογία, προκειμένου να διασφαλίσουν την προστασία της ταυτότητας και της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών όπου το επιθυμούν(Οργανισμοι Ανθρωπινων Δικαιωμάτων).

Η νομοθεσία και οι κανονισμοί ανάγκασαν όμως τις εταιρείες να προσφέρουν όλο και περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις εταιρικές τους δραστηριότητες στο κοινό. Αυτά είναι καλά νέα για τον καταναλωτή αλλά και για τις επιχειρήσεις που πάντα λειτουργούσαν με διαφάνεια. Παρόλα αυτά δεν μπορούμε ακόμα να πούμε με σιγουριά πως η χρήση του διαδικτύου είναι απόλυτα ασφαλής. Όπως όλοι γνωρίζουμε για κάθε νέο

τεχνολογικό ή μη επίτευγμα πάντα υπάρχουν κι αυτοί που ψάχνουν τον τρόπο να το “σπάσουν”. Στην προκειμένη περίπτωση λοιπόν, εμφανίστηκαν οι hackers, άτομα που γνωρίζουν πολύ καλά πως να χειρίζονται γλώσσες προγραμματισμού και να αλλάζουν τα δεδομένα. Αυτό το φαινόμενο έχει αρκετές φορές επηρεάσει την οικονομία, άλλοτε αρνητικά και άλλοτε θετικά.

Υπήρξαν άνθρωποι που έχασαν χρήματα χρησιμοποιώντας μη αξιόπιστες και χωρίς ασφάλεια ιστοσελίδες, αλλά και οικονομικά εγκλήματα που βγήκαν στο φως μέσα από έρευνα τέτοιων ανθρώπων. Γι’ αυτό άλλωστε υπάρχει και ειδικό τμήμα στην Ελληνική Αστυνομία αλλά και στην Αστυνομία όλων των χωρών που ονομάζεται, δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος και έχει εξειδικευμένο προσωπικό που ασχολείται με αυτό.

Πριν από τη γενικευμένη υιοθέτηση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και του διαδικτύου, οι ιδέες μετακινούνταν μέσω της κοινωνίας με σχετικά χαλαρό ρυθμό. Οι τάσεις είχαν διαδοθεί, αλλά όταν τα κύρια μέσα διάχυσης ήταν από στόμα σε στόμα, εφημερίδες και, αργότερα, επίγειο ραδιόφωνο και τηλεόραση, η πληροφόρηση γίνονταν αργά. Ωστόσο, όταν η χρήση του διαδικτύου εξαπλώθηκε σε μεγάλο μέρος του πληθυσμού και αυτό συμπληρώθηκε από τον 24ωρο κύκλο ειδήσεων που παρέχεται μέσω ψηφιακής και καλωδιακής τηλεόρασης, η εμφάνιση και η δύναμη των νέων τάσεων και ιδεών αυξήθηκε αρκετά. Και παρόλο που οι εταιρείες συνεχίζουν να δαπανούν εκατοντάδες δισεκατομμύρια κάθε χρόνο προσπαθώντας να προσεγγίσουν νέους πελάτες με τα μηνύματα μάρκετινγκ τους, ορισμένες ιδέες φαίνεται να έρχονται από το πουθενά και να σαρώνουν τη δημόσια συνείδηση.

Στο παρελθόν, ο πρωταρχικός ρόλος των διαχειριστών ήταν η αύξηση της αποτελεσματικότητας. Με την παρακίνηση και την παρακολούθηση των εργαζομένων, την επιδίωξη της κεφαλαιακής δομής της επιχείρησης και τη σταθερή διαπραγμάτευση με τους πελάτες και τους προμηθευτές, τα στελέχη των εταιρειών θα μπορούσαν να μειώσουν το κόστος στην αλυσίδα αξίας και να επιτύχουν βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ωστόσο, σήμερα δεν είμαστε πλέον ανταγωνιστικοί σε μεμονωμένες βιομηχανίες, αλλά σε οικοσυστήματα με πορώδη σύνορα. Το μέλλον δεν ταιριάζει στα δοχεία του παρελθόντος. Η πραγματικότητα που πρέπει να αντιμετωπίσουμε τώρα είναι

ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα δεν είναι πλέον το άθροισμα όλων των συντελεστών αποτελεσματικότητας αλλά το άθροισμα όλων των συνδέσεων.

Για να κερδίσουμε στη σημερινή συνδεδεμένη οικονομία, πρέπει να εμβαθύνουμε και να διευρύνουμε τα δίκτυα.

Κεφάλαιο 3

Μεθοδολογία- Ανάλυση Δεδομένων

Ο σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να εξηγήσει τη μεθοδολογία της έρευνας και των ειδικών μεθόδων που χρησιμοποιήθηκαν σε αυτή την μελέτη, τον τρόπο με τον οποίο τα δεδομένα αναλύθηκαν και ποια εμπόδια που προέκυψαν καθ' όλη τη διεξαγωγή της έρευνας και φυσικά πως αντιμετωπίστηκαν. Όπως αναφέρθηκε στην εισαγωγή, ο κύριος στόχος αυτής της έρευνας είναι να συμβάλλει στην κατανόηση της Οικονομίας του Δικτύου, στοχεύοντας στην ανάλυση του πώς, πότε και γιατί εισέβαλλε στην παγκόσμια οικονομία, ποια είναι τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα αυτής και φυσικά να εισηγηθεί την σωστή εκμετάλλευση αυτής για την πρόοδο της οικονομίας.

3.1 Μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν

Ερευνητικές μέθοδοι αναφέρονται στους διαφορετικούς τρόπους με τον οποίο τα δεδομένα μπορούν να συλλέγονται και αναλύονται (Collis και Hussey, 2003). Η έρευνα αφορά τη συλλογή πληροφοριών για την εκπόνηση της εν λόγω διατριβής και περιλαμβάνει ανασκόπηση περιγραφικών στατιστικών στοιχείων, ποιοτική περίληψη βιβλιογραφίας καθώς και μελέτη περίπτωσης της πορείας της εταιρείας Amazon, που όπως θα φανεί οδηγεί ένα μεγάλο μέρος της μετάβασης από την κλασική οικονομία στην οικονομία του δικτύου, τα οποία θα μας βοηθήσουν να δούμε τις αλλαγές που έχει δημιουργήσει η οικονομία του δικτύου

3.2 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των μεθόδων που χρησιμοποιούνται και των γενικών πληροφοριών που συγκεντρώθηκαν

Λόγω του ότι η έρευνα είναι ποσοτική, άρα οι πληροφορίες δεν συλλέχθηκαν μέσα από ερωτηματολόγια ή συνεντεύξεις, όπου αντλούμε πληροφορίες για καταστάσεις όπου οι συμμετέχοντες έζησαν στα αλήθεια, υπάρχουν κάποια πλεονεκτήματα αλλά και κάποια μειονεκτήματα. Ένα από τα πλεονεκτήματα, είναι σίγουρα πως κερδίζεις χρόνο από το να δημιουργήσεις τα κατάλληλα ερωτηματολόγια, ή να κάνεις συνεντεύξεις. Χάνεσαι λοιπόν στον κόσμο του ίντερνετ και των βιβλίων. Υπάρχει όμως και ένα βασικό μειονέκτημα στο να ανακτάς πληροφορίες από το ίντερνετ, όπως το ότι οι πληροφορίες που βρίσκεις αποβλέπουν σε διαχρονικές γενικεύσεις, χωρίς να είμαστε σίγουροι πως αναφέρονται σε αληθή γεγονότα και σε σίγουρες πηγές.

3.3 Η συλλογή των δεδομένων - Δειγματοληψία

Η άντληση πληροφοριών μέσω των υπάρχοντων στοιχείων έχουν συλλεχθεί, από στατιστικές υπηρεσίες, κρατικές υπηρεσίες, ερευνητικά κέντρα, δημοσιεύματα, άρθρα που έχουν δημοσιευτεί στο διαδίκτυο και βιβλία. Τα δεδομένα τα οποία συλλέχθηκαν για την έρευνα αυτή, έχουν να κάνουν με στατιστικά στοιχεία αναφορικά με την χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα, και την εξέλιξη αυτού μέσα στα χρόνια. Επίσης έγινε εκτενής έρευνα σε κείμενα και άρθρα δημοσιευμένα στο διαδίκτυο, έτσι ώστε να αναζητηθεί η πραγματική έννοια της Οικονομίας του Δικτύου, και οι επιπτώσεις αυτής.

Επίσης έγινε μεγάλη προσπάθεια στο να γίνει ανάλυση περιεχομένου κειμένων και συνδυασμός πληροφοριών.

3.4 Προκλήσεις

Οι προκλήσεις που παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια της έρευνας ως επί το πλείστο είχαν να κάνουν με τη συλλογή των δεδομένων κι αυτό γιατί ενώ υπάρχει πλούσια βιβλιογραφία με τους παράγοντες που βοήθησαν στην εμφάνιση της Οικονομίας του Δικτύου, έπρεπε να βρεθεί η κύρια αιτία της εμφάνισής της, και από εκεί να γίνει συνδυασμός πολλών πληροφοριών έτσι ώστε να καταλήξουμε σε κάποιο συμπέρασμα. Επίσης πρόκληση αποτελεί το γεγονός του χρονικού περιορισμού και ο καλύτερος τρόπος για να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα αυτό ήταν η οργάνωση και η μεθοδικότητα με την οποία θα διεξαγόταν η έρευνα.

3.5 Ερευνητικό ερώτημα 1

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το πρώτο ερευνητικό ερώτημα είναι, πώς ξεκίνησε η Οικονομία του Δικτύου. Η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη είναι η αιτία που η Οικονομία του Δικτύου έκανε την εμφάνισή της. Η εμφάνιση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, του διαδικτύου, αλλά και η παγκοσμιοποίηση της αγοράς.

Το 1983, έκανε την εμφάνισή του το διαδίκτυο στην ζωή μας (Nick Couldry, 2012). Όχι και τόσα πολλά χρόνια πριν, αν αναλογιστούμε πόσες πολλές αλλαγές έφερε μαζί του. Ξεκίνησε να είναι σταθερό, να μπορούμε δηλαδή να το χρησιμοποιήσουμε μόνο από σταθερούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές όπου συνδέονταν ενσύρματα με το δίκτυο. Πλέον, όλα συμβαίνουν ασύρματα, μέσω κινητών τηλεφώνων, tablet ή φορητών ηλεκτρονικών υπολογιστών. Ουσιαστικά έγινε εξέλιξη πάνω στην ίδια τεχνολογία, αυτή του δικτύου, έτσι ώστε η χρήση της να γίνει ακόμη πιο εύκολη.

Μέσα από την τεχνολογία αυτή, έκανε την εμφάνιση του και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει αλλάξει κατά τη διάρκεια των τελευταίων 30 ετών. Παλαιότερα, αυτός που κατασκεύαζε ένα προϊόν, το διέθετε ο ίδιος στην αγορά, τώρα υπάρχουν αρκετά ενδιάμεσα στάδια ώστε το προϊόν από τον κατασκευαστή να φτάσει στον καταναλωτή.

Σήμερα, το προϊόν μπορεί να κατασκευάζεται στην Αγγλία, στην Ελλάδα να το προμηθευόμαστε από την Ολλανδία σε μία μεγάλη αποθήκη στην Αθήνα, και ο καταναλωτής να το λαμβάνει από ένα κατάστημα στην Κρήτη.

Αυτός λοιπόν είναι κι ένας πολύ σημαντικός λόγος που το ηλεκτρονικό εμπόριο βοήθησε τους επιχειρηματίες.

Για να μεταφέρουν ένα προϊόν θα έπρεπε να γίνουν αρκετές διαδικασίες οι οποίες απαιτούν και χρόνο αλλά και χρήμα. Η Οικονομία του Δικτύου τους επιτρέπει να αποφύγουν τις διαδικασίες αυτές.

Η εισβολή των ηλεκτρονικών υπολογιστών στην καθημερινή μας ζωή αποτελεί λοιπόν γεγονός. Το ίδιο έχει συμβεί και με την εξέλιξη της τεχνολογίας η οποία έφερε πιο κοντά μας και τις τηλεπικοινωνίες με τις διάφορες μορφές τους όπως οπτικές ίνες, κινητά τηλέφωνα, ηλεκτρονικοί υπολογιστές.

Στο πρόσφατο παρελθόν οι συναλλαγές και οι αγορές των καταναλωτών και αντίστοιχα οι πωλήσεις των εμπόρων γίνονταν με καθαρά συμβατικά μέσα. Οι καταναλωτές προκειμένου να αγοράσουν αυτό που επιθυμούσαν ή να δεχτούν μια υπηρεσία, έπρεπε να μεταβούν στην έδρα του προμηθευτή των αγαθών ή των υπηρεσιών και να γίνει εκεί η εκάστοτε συναλλαγή.

Σήμερα, η διαδικασία αυτή έχει αλλάξει κατά πολύ. Ένας από τους νέους και ταχύτατους τρόπους εξυπηρέτησης των καταναλωτών είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce) το οποίο αναπτύσσεται με αρκετά γοργούς ρυθμούς στην Ελλάδα (Graham, Mark, 2008). Τα τελευταία χρόνια, έχουν εμφανιστεί στην Ελλάδα πάρα πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα, που απευθύνονται στο ευρύ καταναλωτικό κοινό μέσω του διαδικτύου.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο βέβαια έχει κάποιες παραμέτρους, διακρίνεται σε: έμμεσο και άμεσο. Ο όρος έμμεσο χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο.

Άμεσο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει την παραγγελία, την πληρωμή και την παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών με μία μόνο κίνηση.

Η πληρωμή των υπηρεσιών αυτών γίνεται με πιστωτικές ή χρεωστικές κάρτες. Αρχικά βέβαια ήταν διαδεδομένη και η αντικαταβολή, καθώς πολλοί καταναλωτές φοβήθηκαν το καινούριο και το άγνωστο και θεώρησαν πως τα προσωπικά τους στοιχεία δεν θα ήταν ασφαλή.

Τόσο το άμεσο όσο και το έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρουν συγκεκριμένες δυνατότητες. Το έμμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο εξαρτάται από

ορισμένους εξωτερικούς παράγοντες, όπως από την αποτελεσματικότητα του συστήματος μεταφορών, ενώ στο άμεσο ηλεκτρονικό εμπόριο μπορούν να πραγματοποιηθούν ανεμπόδιστα ηλεκτρονικές συναλλαγές από άκρη σε άκρη, πέρα από γεωγραφικά σύνορα, εκμεταλλευόμενο έτσι όλες τις δυνατότητες των παγκόσμιων ηλεκτρονικών αγορών.

Μέσα από την Οικονομία του Δικτύου, προσφέρεται η δυνατότητα πώλησης είτε προϊόντων είτε υπηρεσιών.

Ανεξάρτητα από το είδος του ηλεκτρονικού εμπορίου, υπάρχουν τέσσερις γενικοί τύποι προϊόντων που αφορούν το ηλεκτρονικό εμπόριο και που διακινούνται σε αυτό.

Αγαθά: πρόκειται για φυσικά αντικείμενα, που έχουν παραχθεί σύμφωνα με κάποιες προδιαγραφές, που τις περισσότερες φορές τις ορίζει ο κατασκευαστής τους. Συμπεριλαμβάνεται στην έννοια τους και η μεταφορά από τον τόπο παραγωγής τους στον τόπο πώλησης τους. Παραδείγματα αυτής της κατηγορίας μπορούν να θεωρηθούν τα φαρμακευτικά προϊόντα, τα είδη ένδυσης και υπόδησης.

Εργασίες: σε αυτή την κατηγορία υπάγονται εργασίες ανάπτυξης ή κατασκευής αγαθών σύμφωνα με τις προδιαγραφές που δίνει ο πελάτης.

Υπηρεσίες: η διάθεση και πώληση υπηρεσιών είναι συνήθως διαδικασίες αλληλεξαρτώμενες. Παράδειγμα αυτής της κατηγορίας είναι οι δημόσιες, τουριστικές, χρηματοοικονομικές, ψυχαγωγικές, συμβουλευτικές υπηρεσίες και οι υπηρεσίες υγείας.

Άυλα αγαθά: σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται προϊόντα των οποίων η αξία δεν συνδέεται άμεσα με το κόστος παραγωγής τους, αλλά με το περιεχόμενο και τη χρήση τους. Επιπλέον, μπορούν να τα αναπαράγουν αρκεί να υπάρχει η σχετική άδεια και τα δικαιώματα χρήσης. Τέτοια άυλα αγαθά είναι οι κινηματογραφικές ταινίες ή τα μουσικά κομμάτια.

3.6 Ερευνητικό ερώτημα 2

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, έχει να κάνει με την εξέλιξη της οικονομίας του Δικτύου. Πώς εξελίχθηκε λοιπόν η οικονομία του Δικτύου μέσα στα χρόνια και πόσο δυναμικά έχει εισβάλλει στη ζωή μας;

Βρισκόμαστε λοιπόν στο σημείο όπου οι καταναλωτές άρχισαν να συνειδητοποιούν πως μέσα από αυτό τον καινούριο κόσμο, μπορούν να ανακαλύψουν ό,τι επιθυμούν, να κάνουν αγορές από την άνεση του σπιτιού τους και το πιο σημαντικό να έχουν την δυνατότητα σύγκρισης τιμών από ηλεκτρονικά καταστήματα σε όλο τον κόσμο έτσι ώστε να κάνουν την καλύτερη δυνατή επιλογή. Αρχίζουν να μαθαίνουν πως να το χρησιμοποιούν, μάλιστα σε πολλά σημεία της χώρας γίνονται από τους δήμους και δωρεάν μαθήματα βασικής εκπαίδευσης για την χρήση του ίντερνετ, κυρίως σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας τα οποία δυσκολεύονται να ενστερνιστούν την νέα αυτή φιλοσοφία, αλλά επιθυμούν παρόλα αυτά να το κάνουν.

Αρχίζει λοιπόν μια νέα ζωή, σε έναν νέο κόσμο όπου όλα φαντάζουν πολύ πιο εύκολα.

Παρακάτω θα δούμε στατιστικά στοιχεία από την ΕΛΣΤΑΤ (Ελληνική Στατιστική Αρχή), αναφορικά με την χρήση τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα για το έτος 2018 αλλά και σχετικά με την ετήσια έρευνα που έγινε από το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Εμπορίου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών αναφορικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο B2C για το έτος 2017.

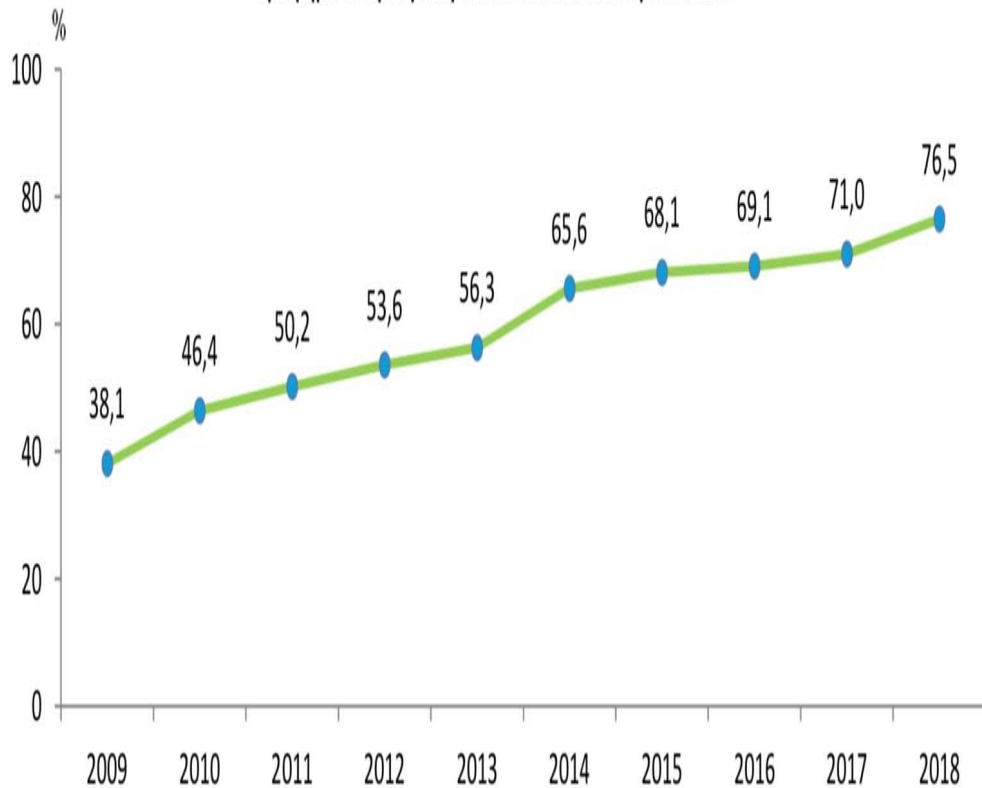
Μέσα από αυτά τα στατιστικά στοιχεία θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε την αντίδραση του κόσμου στο φαινόμενο της Οικονομίας του Δικτύου, το οποίο φυσικά και έχει στενή σχέση με τη χρήση του διαδικτύου από τους καταναλωτές, καθώς χωρίς αυτό η Οικονομία του Δικτύου δεν θα υπήρχε.

Όπως αναφέρεται από την ΕΛΣΤΑΤ για την έρευνα χρήσης τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα ερωτήθηκαν 5.205 ιδιωτικά νοικοκυριά και ισάριθμα μέλη αυτών, σε ολόκληρη την Ελλάδα,

με προϋπόθεση την ύπαρξη ενός, τουλάχιστον, μέλους ηλικίας 16 – 74 ετών σε κάθε νοικοκυριό.

Γράφημα 1:

Γράφημα 1. Πρόσβαση στο διαδίκτυο από την κατοικία



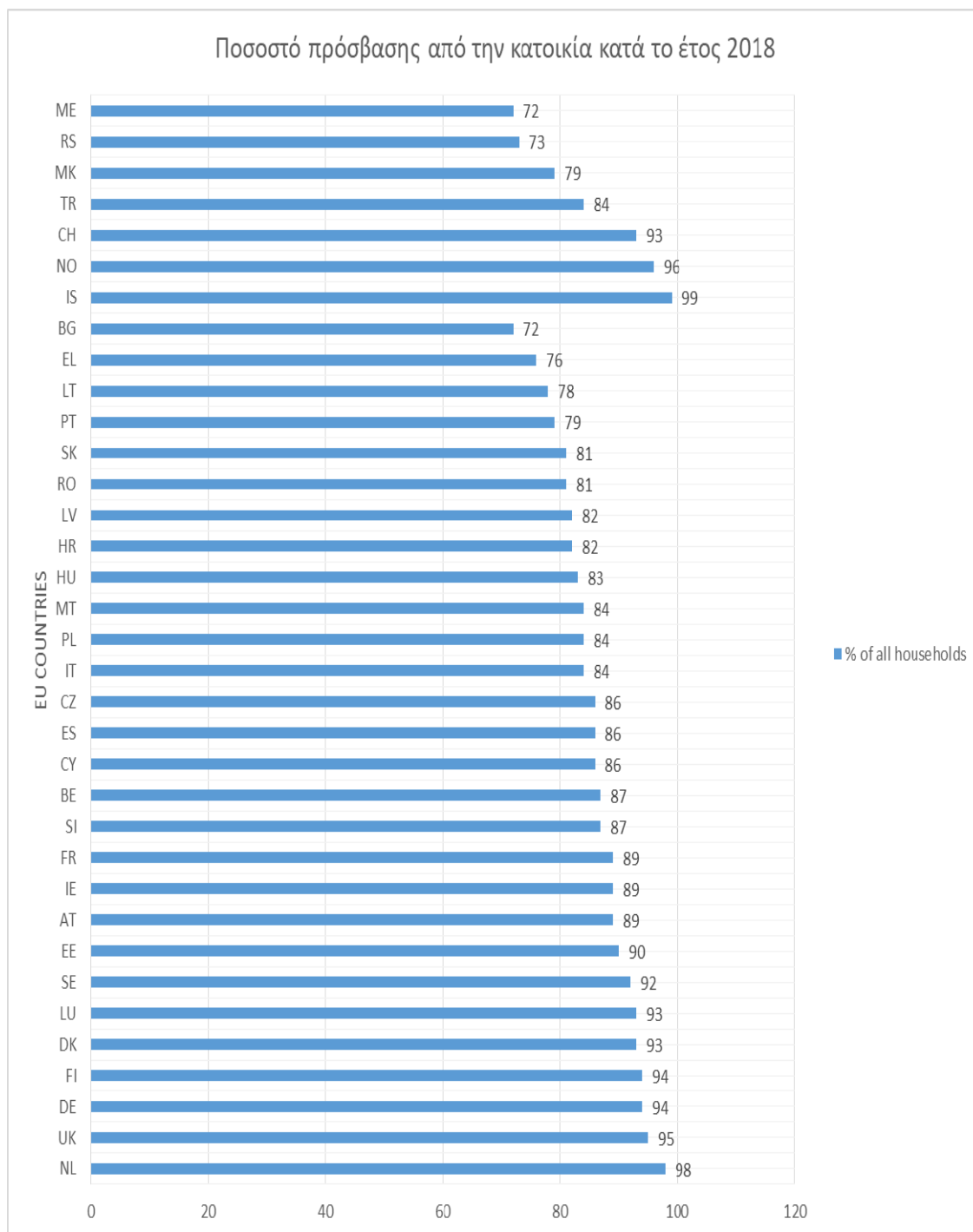
(πηγή: <https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pliroforisis-kai-epikoinonias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/>)

Στο γράφημα 1 παρατηρούμε το ποσοστό των νοικοκυριών σε όλη την Ελλάδα, που έχουν πρόσβαση στο ίντερνετ από το 2009 έως και το 2018.

Παρατηρούμε λοιπόν πως από το 2009 η πρόσβαση στο ίντερνετ έχει διπλασιαστεί, αυτό μας δείχνει αμέσως πως οι Έλληνες θεωρούν αναγκαία την ύπαρξη του ίντερνετ στην ζωή τους, βρίσκουν κάτι σε αυτό που τους δίνει ενδιαφέρον.

Τι γίνεται όμως στις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης κατά το έτος 2018; Στο γράφημα 2, θα δούμε το ποσοστό πρόσβασης στο διαδίκτυο από την κατοικία, για όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης το έτος 2018.

Γράφημα 2:

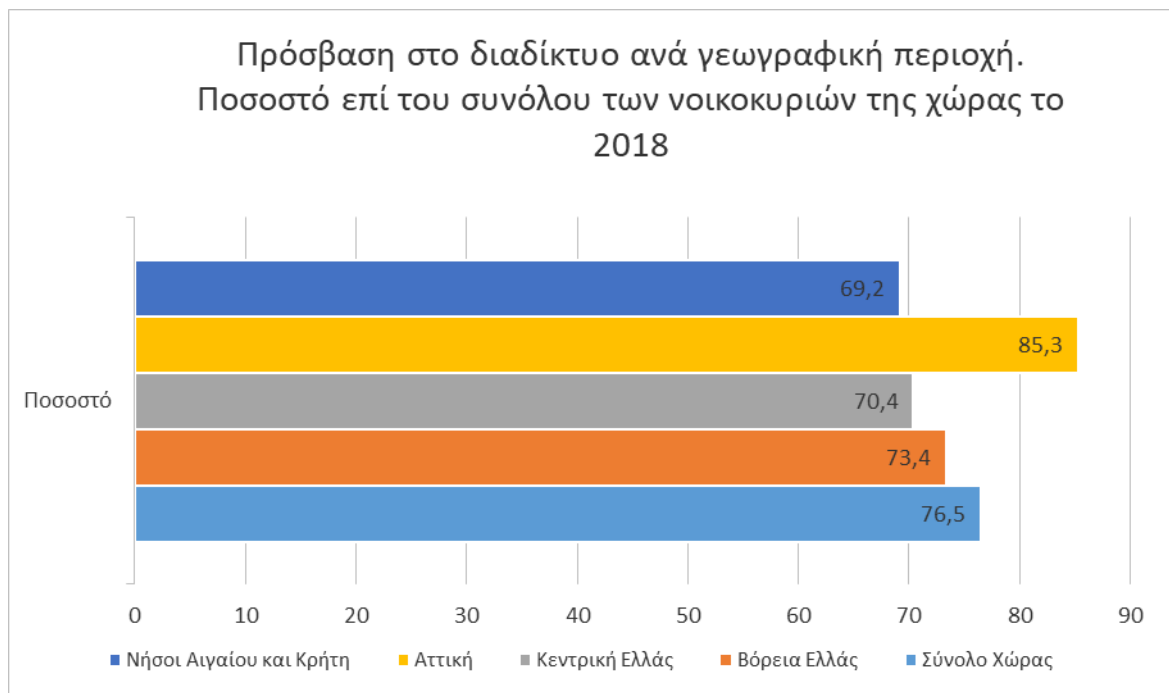


(πηγή: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital economy and society statistics - households and individuals&oldid=444412](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals&oldid=444412))

Στο γράφημα 2 βλέπουμε πως η Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλότερα στάδια σε σχέση με τις περισσότερες χώρες της Ευρώπης, με ποσοστό 76%. Για την ακρίβεια οι 28 έχουν ποσοστό χρήσης του διαδικτύου από την κατοικία μεγαλύτερο του 80%. Βέβαια, δεν μπορούμε να μην σχολιάσουμε πως όλες οι χώρες έχουν αρκετά υψηλά ποσοστά χρήσης του διαδικτύου από το σπίτι, που σημαίνει πως πάνω από 7 στους 10 θεωρούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς του το ίντερνετ.

Στο επόμενο γράφημα παρουσιάζεται η πρόσβαση στο Διαδίκτυο σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας για τα έτη 2017 και 2018.

Γράφημα 3:



(πηγή:<https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pliroforisis-kai-epikoinonias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/>)

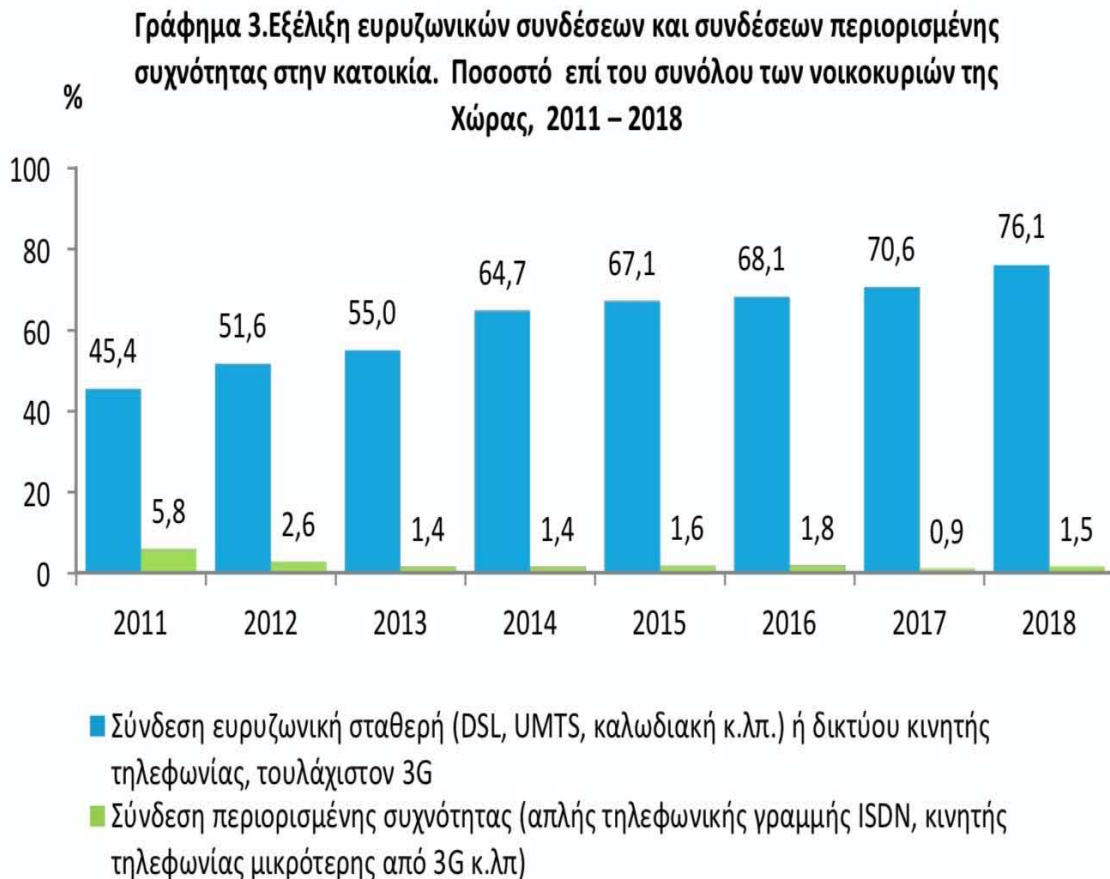
Όπως βλέπουμε στο Γράφημα 3, η περιοχή με το μεγαλύτερο ποσοστό πρόσβασης στο διαδίκτυο είναι Αττική και αυτές με το μικρότερο ποσοστό πρόσβασης είναι Κρήτη και τα νησιά του Αιγαίου.

Θα μπορούσαμε να πούμε πως δεν έχει να κάνει τόσο με την θέληση των νοικοκυριών για χρήση ίντερνετ, αλλά και λόγω της επέκτασης των δικτύων,

καθώς στα νησιά η επέκταση σαφέστερα είναι πιο δύσκολη, λόγω της δύσκολης μετακίνησης του απαραίτητου εξοπλισμού αλλά και του κατάλληλου προσωπικού.

Στο επόμενο γράφημα θα δούμε την εξέλιξη των ευρυζωνικών συνδέσεων, αλλά και των συνδέσεων περιορισμένης συχνότητας από την κατοικία.

Γράφημα 4:



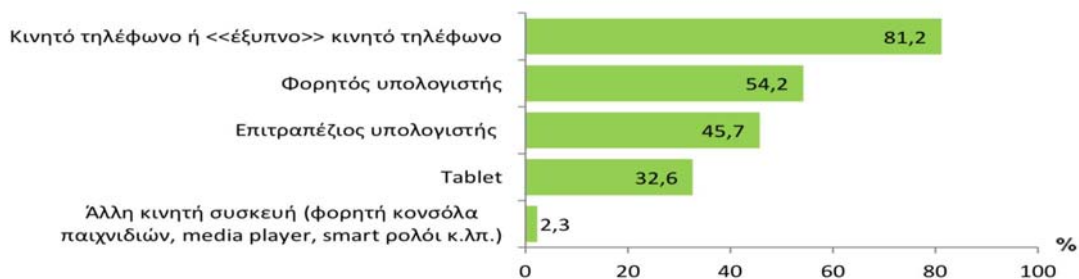
(πηγή: <https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pliroforisis-kai-epikoinonias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/>)

Περισσότεροι από 7 στους 10 έκαναν χρήση διαδικτύου κατά το Α' τρίμηνο του 2018. Όπως μπορούμε να δούμε, τα ποσοστά είναι αντιστρόφως ανάλογα, όσο αυξάνεται το ποσοστό σύνδεσης τουλάχιστον 3G δικτύου, τόσο μειώνεται το ποσοστό σύνδεσης με δίκτυο μικρότερο από 3G. Το γεγονός αυτό είναι αναμενόμενο καθώς η τεχνολογία εξελίσσεται και η χρήση του διαδικτύου αποκτά πλέον μεγαλύτερη ταχύτητα.

Η συσκευή που χρησιμοποιείται περισσότερο για πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι το κινητό με ποσοστό 81,2% του πληθυσμού που είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο το Α' τρίμηνο του 2018.

Γράφημα 5:

Γράφημα 5. Συσκευές πρόσβασης στο διαδίκτυο. Ποσοστιαία συμμετοχή πληθυσμού ηλικίας 16 – 74 ετών που χρησιμοποίησε το διαδίκτυο, Α' τρίμηνο 2018

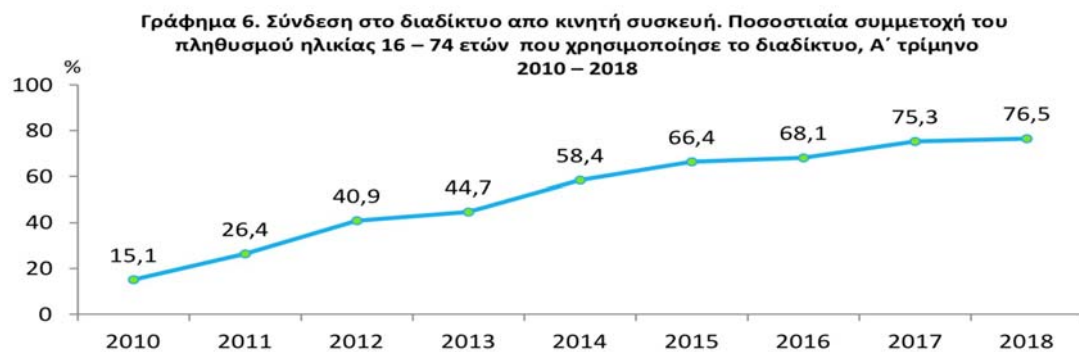


(πηγή:<https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pliroforisis-kai-epikoinonias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/>)

Μεγαλύτερη είναι η χρήση του κινητού τηλεφώνου, που προφανώς γίνεται λόγω του μικρού μεγέθους του και της ευκολίας που έχει στο να το έχουμε πάντα μαζί μας. 8 στους 10 συνδέθηκαν στο διαδίκτυο εκτός κατοικίας και χώρου εργασίας ασύρματα από φορητή συσκευή.

Τα ποσοστά του πληθυσμού που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο εν κινήσει, ως ποσοστό επί του πληθυσμού που χρησιμοποίησε το διαδίκτυο, από το 2010 μέχρι και σήμερα, παρουσιάζονται στο Γράφημα 6.

Γράφημα 6:



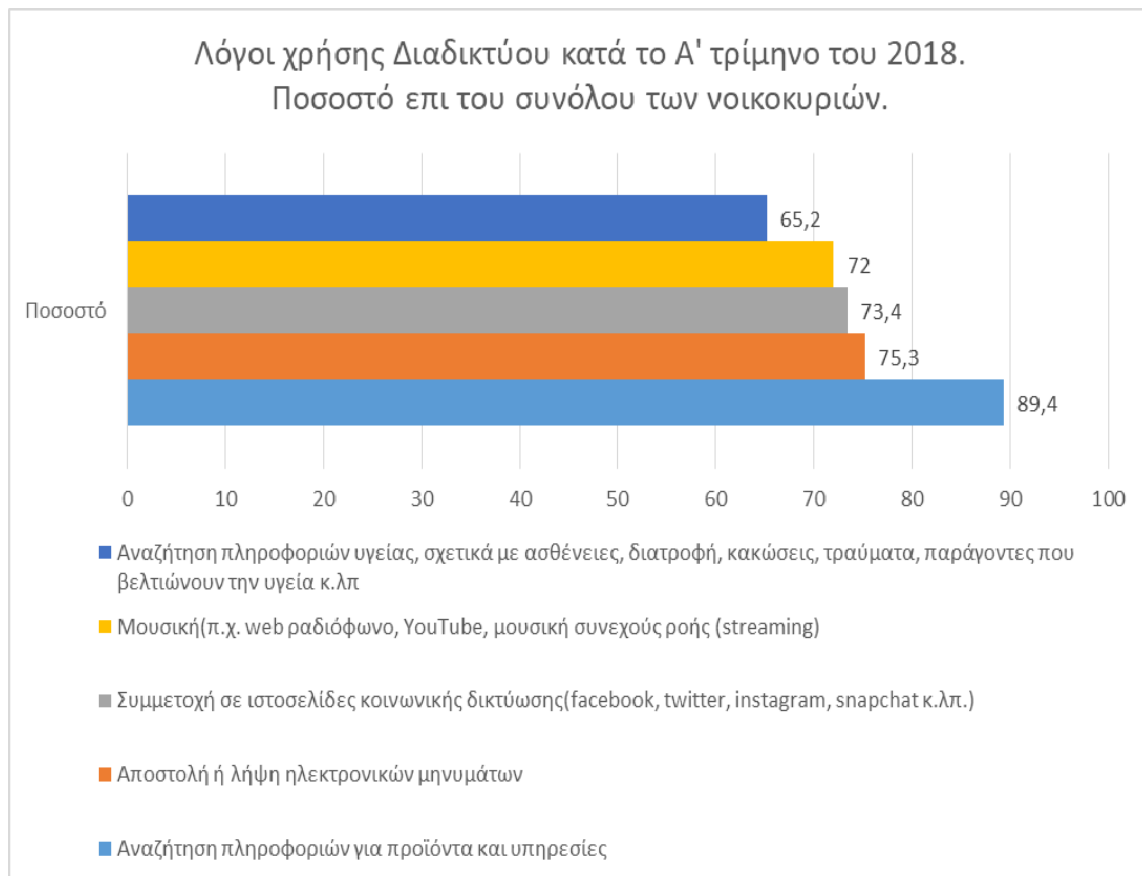
(πηγή:<https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pliroforisis-kai-epikoinonias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/>)

Για να συμβεί φυσικά αυτό, σημαίνει πως η τεχνολογία εξελίχθηκε έτσι ώστε να εξυπηρετεί την νέα ανάγκη των καταναλωτών για χρήση φορητών συσκευών, όπως κινητά τηλέφωνα, tablets, φορητούς ηλεκτρονικούς υπολογιστές κ.α.

Για ποιο λόγο όμως γίνεται τόσο μεγάλη χρήση του διαδικτύου;

Τα ποσοστά όσων χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο το Α' τρίμηνο του 2018 παρουσιάζονται στο 7ο γράφημα.

Γράφημα 7:



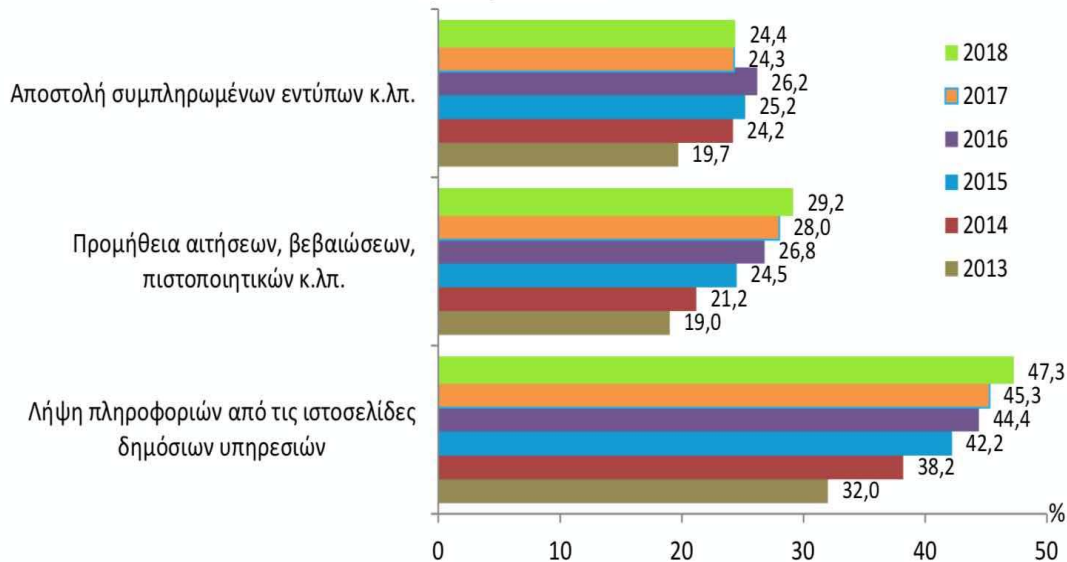
(πηγή: <https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pli-roforisis-kai-epikoionias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/>)

Όπως βλέπουμε, ο κυριότερος λόγος είναι η αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες, αυτό είναι ενθαρρυντικό για τους επιχειρηματίες που αποφασίζουν να ξεκινήσουν ηλεκτρονικό κατάστημα. Φυσικά η χρήση του ίντερνετ δεν έχει επηρεάσει μόνο τους επιχειρηματίες αλλά και την κοινωνία γενικότερα. Δεν είναι λίγες οι δημόσιες υπηρεσίες, αν όχι όλες, που κατέχουν πλέον ιστοσελίδα στο διαδίκτυο για την ευκολότερη διεξαγωγή των διαδικασιών. Ένα ζωντανό παράδειγμα, είναι και η σελίδα της εφορίας, που δίνει την δυνατότητα σε

χιλιάδες πολίτες να αναζητούν πληροφορίες, να καταθέτουν ηλεκτρονικά την φορολογική τους δήλωση, να πληρώνουν ακόμα και τους φόρους ή τα παράβολα ηλεκτρονικά. Οι συναλλαγές με δημόσιες υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, για το τελευταίο 12μηνο των ετών 2013 – 2018, κατά τύπο υπηρεσίας, παρουσιάζονται, ως ποσοστό επί του συνολικού πληθυσμού, στο Γράφημα 8. Ως τελευταίο 12μηνο για την έρευνα τρέχοντος έτους 2018 ορίζεται η χρονική περίοδος Απριλίου 2017 – Μάρτιου 2018, για την έρευνα έτους 2017 η χρονική περίοδος Απριλίου 2016 – Μαρτίου 2017 κτλ.

Γράφημα 8:

Γράφημα 8: Χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης το τελευταίο 12μηνο πριν την διενέργεια της έρευνας, 2013 – 2018. Ποσοστό επί του συνολικού πληθυσμού ηλικίας 16-74 ετών



(πηγή: <https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pliροφοrisis-kai-epikoinonias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/>)

Βλέπουμε λοιπόν πως σταδιακά αυξάνεται η χρήση της “Ηλεκτρονικής Δημόσιας Υπηρεσίας. (ΕΛΣΤΑΤ, 2018).

Παρακάτω θα δούμε την ετήσια έρευνα που έγινε από το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Εμπορίου του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών αναφορικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο B2C για το έτος 2017.

Πρώτα όμως θα πρέπει να εξηγήσουμε τι είναι το εμπόριο B2C. B2C σημαίνει Business to Customer, δηλαδή εάν κάνουμε την ακριβή μετάφραση, σημαίνει Επιχείρηση σε πελάτη. Υπάρχει και ο όρος B2B δηλαδή, Business to Business, σε μετάφραση επιχείρηση σε επιχείρηση. Το πρώτο είδος εμπορίου αναφέρεται στο εμπόριο των επιχειρήσεων σε ιδιώτες καταναλωτές, ενώ το δεύτερο είδος εμπορίου αναφέρεται στην πώληση ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας σε μία άλλη επιχείρηση.

Για παράδειγμα, η Cosmote πουλάει σε ένα καταναλωτή σύνδεση κινητής τηλεφωνίας αυτού του είδους η πώληση ονομάζεται B2C, ταυτόχρονα όμως μπορεί να δημιουργήσει για μια άλλη μεγάλη επιχείρηση η οποία για παράδειγμα κάνει τηλεφωνικές πωλήσεις, ένα ολόκληρο τηλεφωνικό κέντρο, αυτή η πώληση ονομάζεται B2B.

Μέσα από αυτήν έρευνα ανακτάμε πολύ σημαντικές πληροφορίες για την οικονομία.

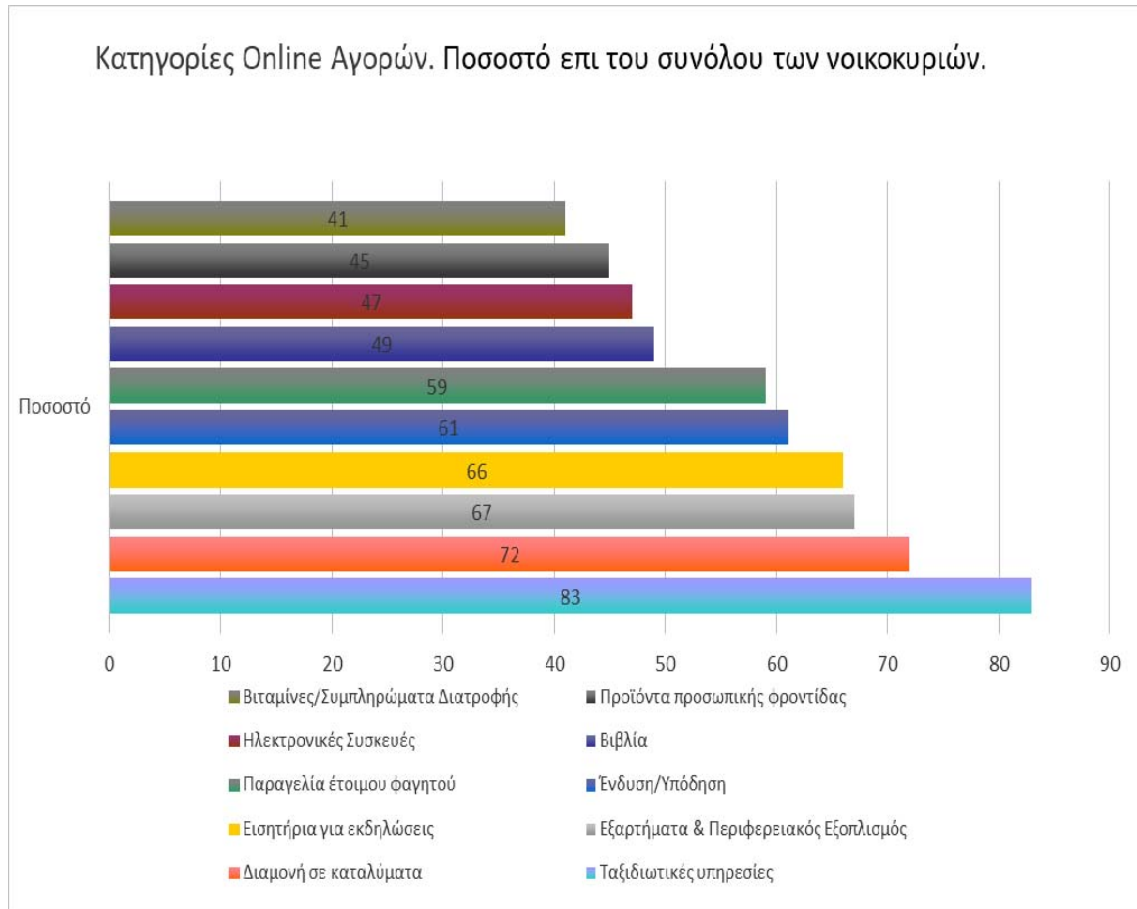
Τα αποτελέσματά της έδειξαν πως 3,5 εκ. Έλληνες αγοράζουν OnLine προϊόντα ή υπηρεσίες συνολικής αξίας 4,5 - 5 δις €.

7000 επιχειρήσεις το 2017 είχαν ταυτόχρονα και ηλεκτρονικές επιχειρήσεις αλλά και φυσικά καταστήματα.

Οι επιχειρηματίες έχουν πλέον αντιληφθεί την σημασία του ίντερνετ στην ζωή μας και έχουν επεκτείνει τις επενδύσεις τους στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Μεγάλο ποσοστό όμως των OnLine αγορών, συγκεκριμένα 25% των OnLine αγορών γίνεται από ξένα site. Επίσης παρακάτω θα δούμε τις πιο δημοφιλείς κατηγορίες OnLine αγορών με φθίνουσα σειρά, έτσι ώστε να αντιληφθούμε τις προτεραιότητες των καταναλωτών και πως επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τις δυνατότητες που τους δίνει το διαδίκτυο.

Γράφημα 9:



(πηγή:<https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pliroforisis-kai-epikoinonias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/>)

Βλέπουμε λοιπόν, πως οι καταναλωτές πλέον απευθύνονται στο διαδίκτυο για να καλύψουν τις περισσότερες ανάγκες τους. Οι δυνατότητες που μας δίνει το διαδίκτυο είναι πλέον πάρα πολλές, και οι καταναλωτές το εκμεταλλεύονται στο έπακρο. Κάνουν αναζήτηση έτσι ώστε να επιλέξουν τον επόμενο ταξιδιωτικό προορισμό τους ακόμη και για να αγοράσουν συμπληρώματα διατροφής, και αυτό φυσικά δεν είναι παρά η απόδειξη πως στο ίντερνετ μπορεί πραγματικά κανείς να βρει ότι θέλει.

3.7 Ερευνητικό ερώτημα 3

Και το τρίτο ερώτημα αφορά το ποια είναι τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα της Οικονομίας του Δικτύου.

Τα πλεονεκτήματα αλλά και τα μειονεκτήματα τα οποία θα δούμε παρακάτω αφορούν ολόκληρη την κοινωνία, τους επιχειρηματίες, τους καταναλωτές αλλά και την οικονομία στο σύνολό της. Πριν όμως από αυτό θα δούμε κάποια στατιστικά στοιχεία από την Eurostat, σχετικά με την χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα αλλά και στις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Γράφημα 10:

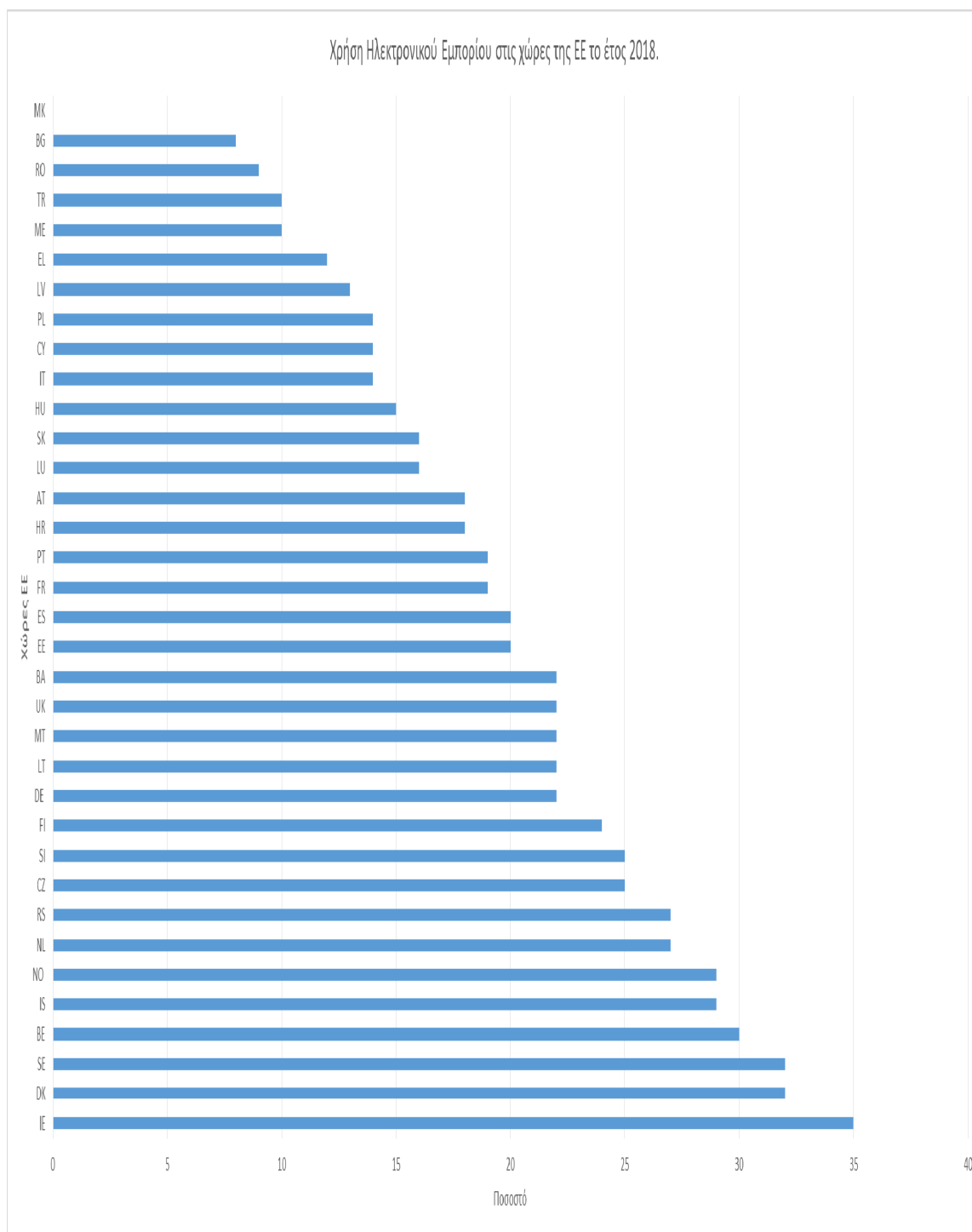


(Πηγή:https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ec_eseln2&lang=en)

Στο γράφημα 10 βλέπουμε πως μεταβάλλεται η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα από το 2010 έως και το 2018, όπως παρατηρούμε η πορεία του είναι ανοδική με εξαίρεση όμως το 2015, όπου μειώνεται κατά 3 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

Στο τελευταίο γράφημα θα δούμε τα ποσοστά χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου για το έτος 2018 στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Γράφημα 11:



(Πηγή: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ec_eseln2&lang=en)

Από το γράφημα 11 μπορούμε να δούμε πως η Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλή θέση, υπάρχουν βέβαια μεγάλες διαφορές ανάμεσα στις χώρες. Με χαμηλότερο ποσοστό εμφανίζεται η Βουλγαρία και με το υψηλότερο ποσοστό η Ιρλανδία. Η Ελλάδα είναι

μια από τις χώρες που βρίσκεται αρκετά χαμηλά και θα μπορούσαμε να πούμε πως αυτό είναι ένα στοιχείο που μας δείχνει πως είτε δεν έχουμε ακόμα ενστερνιστεί πλήρως την Οικονομία του Δικτύου ή το χαμηλό ποσοστό της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι ένα από τα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης με την οποία είμαστε αντιμέτωποι.

Πλεονεκτήματα

- Διευρυμένη αγορά – Αυτό σημαίνει πως τα όρια του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν περιορίζονται από τα αντίστοιχα γεωγραφικά ή εθνικά όρια. Έτσι δίνεται η δυνατότητα ακόμα και στις μικρότερες επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν άλλες επιχειρήσεις ανεξάρτητα με το μέγεθος τους και να εδραιωθούν ακόμη και σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Ο καταναλωτής αντίστοιχα μπορεί να διαλέξει αυτό που τον ενδιαφέρει από διάφορους προμηθευτές, χωρίς να τον απασχολεί εάν η επιχείρηση βρίσκεται την πόλη που ζει ή ακόμη κι αν βρίσκεται σε άλλη χώρα.
- Έλλειψη μονοπωλίου - Η παγκόσμια αγορά συνδέεται διαδικτυακά και δημιουργείται έτσι μια κατάσταση εντελώς αντίθετη του μονοπωλίου, με αποτέλεσμα να μπορεί ο χρήστης να βρει μια πολύ συμφέρουσα προσφορά σε ελάχιστο χρόνο. Αυτό βέβαια δεν μπορούμε να το υποστηρίξουμε με απόλυτη σιγουριά και θα εξετάσουμε το γιατί στα μειονεκτήματα.
- Αυξημένος ανταγωνισμός. Ο καθένας μας πλέον μπορεί να δημιουργήσει μια επιχείρηση, που μέσα από τη ψηφιακή υποδομή θα είναι προσιτή σε όλο τον κόσμο. Αυτό είναι κάτι που θα μπορούσαμε ίσως να αναφέρουμε και ως μειονέκτημα, στην προκειμένη περίπτωση όμως ο ανταγωνισμός βοηθά τις επιχειρήσεις να γίνονται καλύτερες, βελτιώνοντας όχι μόνο την ποιότητα των προϊόντων, αλλά και έναν αριθμό άλλων πραγμάτων που προσελκύουν τον καταναλωτή.
- Μείωση κόστους προϊόντων – Η μείωση των τιμών είναι ένα από τα μεγαλύτερα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου, και για τις επιχειρήσεις αλλά κυρίως για τους καταναλωτές. Με τη νέα αυτή μορφή του εμπορίου, δεν είναι απαραίτητη η ύπαρξη καταστημάτων. Το γεγονός αυτό καθιστά το ηλεκτρονικό εμπόριο πολύ πιο οικονομικό.

- Γρήγορη εξυπηρέτηση του καταναλωτή. - Το ηλεκτρονικό εμπόριο προκαλεί τη μείωση του χρόνου παράδοσης του προϊόντος αφού σε αρκετές περιπτώσεις τα προϊόντα στέλνονται κατευθείαν από τον παραγωγό στον καταναλωτή (Gjoni M., 2014).
- Δημιουργία προφίλ καταναλωτών άρα και απόλυτη κάλυψη των αναγκών τους. Το πλεονέκτημα αυτό της δημιουργίας ενός προφίλ καταναλωτών είναι στενά συνδεδεμένο και με την καλύτερη εξυπηρέτηση τους. Παράλληλα, τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι δυνατό να συγκεντρώνουν πληροφορίες για τις ανάγκες και επιθυμίες κάθε πελάτη ξεχωριστά πάνω σε ορισμένα προϊόντα, ενώ ταυτόχρονα έχουν και την δυνατότητα άμεσης απάντησης στα πιο συχνά και συνηθισμένα ερωτήματα των πελατών από όλο τον κόσμο.
- Απεριόριστες επιλογές προϊόντων και υπηρεσιών για τον καταναλωτή.

Μειονεκτήματα

- Αίσθηση των καταναλωτών έλλειψης ασφάλειας- Ανησυχία των καταναλωτών σχετικά με τις χρηματικές συναλλαγές και με την περίπτωση υποκλοπής προσωπικών στοιχείων. (ΙΩΣΗΦ Μ., ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Χ., 2012)
- Απρόσωπη συναλλαγή - Έλλειψη επαφής του πωλητή με τον πελάτη. Το φαινόμενο αυτό δημιουργεί δυσπιστία στον καταναλωτή λόγω του ότι δεν έρχεται σε επαφή ούτε με το προϊόν αλλά ούτε και με τον πωλητή κάτι που είχε συνηθίσει να κάνει όλα αυτά τα χρόνια.
- Χρόνος παράδοσης και επιστροφής των προϊόντων. Το ηλεκτρονικό εμπόριο χρησιμοποιείται συχνά για την αγορά φυσικών αγαθών τα οποία πρέπει να παραδοθούν στους καταναλωτές, γεγονός που κοστίζει σε χρόνο αλλά και χρήμα. Για παράδειγμα, όπως είδαμε παραπάνω δεν είναι λίγοι αυτοί που χρησιμοποιούν το Ebay για να κάνουν τις αγορές τους. Αν κάποιος λοιπόν έχει κάνει κάποια τέτοια συναλλαγή θα δει πως το προϊόν που παραγγέλνει θέλει περίπου 30-50 εργάσιμες μέρες για να φτάσει στον καταναλωτή, στην περίπτωση βέβαια που ο καταναλωτής επιθυμεί να

λάβει το προϊόν πιο γρήγορα, είναι εφικτό, αλλά με μεγάλη οικονομική επιβάρυνση.

- Περιορισμός των πληροφοριών. - Το διαδίκτυο είναι αποτελεσματικό όταν πρόκειται για οπτικοακουστικές πληροφορίες. Ωστόσο, δεν αφήνει ελεύθερο το πεδίο για όλες τις ανθρώπινες αισθήσεις του πελάτη όπως η όσφρηση, η αφή και η γεύση.
- Μέγεθος και αριθμός των συναλλαγών. - Το μέγεθος των συναλλαγών επηρεάζεται από το κόστος της μεταφοράς των υλικών αγαθών. Για παράδειγμα, οποιαδήποτε οφέλη ή ευκολίες προκύπτουν με την αγορά προϊόντων από μια επιχείρηση με έδρα την Ελλάδα επισκιάζεται από το κόστος που πρέπει να πληρώσει ο καταναλωτής αν αυτά πρέπει να παραδοθούν σε μία άλλη χώρα όπως στην Ολλανδία.
- Δυσκολία της χρήσης πολύπλοκων ηλεκτρονικών συστημάτων πληροφορικής. Η μεγάλη εξέλιξη της τεχνολογίας σχετικά με το διαδίκτυο έχει φέρει μαζί της πολύπλοκα συστήματα αναζήτησης τα οποία δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει ο μέσος καταναλωτής. Οι καταναλωτές επιλέγουν το διαδίκτυο για να κάνουν τις αγορές τους έτσι ώστε να διευκολύνουν την καθημερινότητά τους και όχι να την δυσκολέψουν.
- Δημιουργία μονοπωλίου από μεγάλες εταιρείες. Αν πάρουμε ως παράδειγμα την Amazon, για την οποία λεπτομέρειες θα δούμε στην επόμενη υποενότητα, επιχειρήσεις με μεγάλα αποθέματα κεφαλαίου και κερδών έχουν την δυνατότητα να γίνουν πολύ πιο ανταγωνιστικές στον τιμοκατάλόγό τους. Φτάνουν σε σημείο να μπορούν να πωλούν προϊόντα κάτω του κόστους αποβλέποντας έτσι σε μελλοντική αύξηση του πελατολογίου τους. Αυτό φυσικά βγάζει εκτός ανταγωνισμού μικρότερες επιχειρήσεις, που παλεύουν να κρατηθούν στην αγορά.

3.8 Amazon, Ιστορία, Εξέλιξη, Αλλαγή της κλασσικής οικονομίας

Παρακάτω θα δούμε πως άρχισε και πως εξελίχθηκε η Amazon, μια ηλεκτρονική επιχείρηση η οποία αντιπροσωπεύει αυτό που λέμε Οικονομία του Δικτύου.

Η Amazon, είναι μια εταιρεία, γνωστή σε όλα τα μήκη και τα πλάτη της γης. Ασχολείται κυρίως με το ηλεκτρονικό εμπόριο, και θεωρείται η μεγαλύτερη

ηλεκτρονική πλατφόρμα αγορών παγκοσμίως. Για το λόγο αυτό, στην διατριβή αυτή θα ασχοληθούμε με την μελέτη της ιστορίας της και της εξέλιξής της, και μέσα από αυτή θα δούμε τι πραγματικά σημαίνει η Οικονομία του Δικτύου για την κοινωνία στην οποία ζούμε.

Η Amazon ιδρύθηκε από τον Jeff Bezos, Αμερικανό επιχειρηματία, το 1994 (Wikipedia, History of Amazon). Αρχικά η εταιρεία ξεκίνησε στην Ουάσιγκτον με την επωνυμία Cadabra Inc (*Nasdaq, Ipo 1997*) και αργότερα άλλαξε το όνομα σε Amazon.com Inc.

Τα πρώτα γραφεία της εταιρείας όσο δύσκολο κι αν είναι να το φανταστεί κανείς, ήταν στο γκαράζ του σπιτιού του στην Ουάσιγκτον. Ο Bezos, πολύ έξυπνα σκέφτηκε πως το όνομα της εταιρείας λόγω του ότι ξεκινούσε με το πρώτο γράμμα της αλφαβήτου θα μπορούσε κάλλιστα να εμφανίζεται πρώτο στις αναζητήσεις των χρηστών του διαδικτύου (*Byers, Ann 2006*). Ένας άνθρωπος, ο οποίος παρόλο που στέγασε τα πρώτα του γραφεία σε ένα γκαράζ, δεν άφησε τίποτα στην τύχη, επικεντρώθηκε στο στόχο του και οι κινήσεις του ήταν απόλυτα στοχευμένες.

Η Amazon ξεκίνησε να λειτουργεί ως ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο, αλλά στην πορεία εξελίχθηκε στο μεγαλύτερο ηλεκτρονικό κατάστημα παγκοσμίως, όπου ο καταναλωτής μπορεί να βρει οτιδήποτε περάσει από το μυαλό του.

Μέσα στους πρώτους δύο μήνες της λειτουργίας της, η Amazon κατάφερε να κάνει πωλήσεις που ανέρχονταν σε \$ 20.000 την εβδομάδα.

Το 2011, η Amazon απασχολούσε 30.000 εργαζόμενους πλήρους απασχόλησης στις ΗΠΑ και μέχρι το τέλος του 2016 απασχολούσε 180.000 υπαλλήλους.

Είναι μια εταιρεία η οποία καινοτομεί και αναζητά συχνά καινούρια πράγματα τα οποία μπορούν να την αναδείξουν ακόμη περισσότερο. Έκανε επίσης εξαγορές όπως αυτή του Twitch, οι οποίες της επέτρεψαν να μεγαλώσει ακόμα πιο πολύ.

Οι πωλήσεις του Amazon Marketplace θα αντιπροσωπεύουν όλο και πιο κυρίαρχο τμήμα της επιχείρησής του ηλεκτρονικού εμπορίου - 68,0% το 2018 έναντι 32,0% για τις άμεσες πωλήσεις της Amazon (eMarketer). Μέχρι το τέλος του 2018, οι πωλήσεις που παράγονται από το Amazon's Marketplace θα είναι περισσότερο από το διπλάσιο από τις απευθείας πωλήσεις της Amazon στις ΗΠΑ. Αυτό μας δείχνει πως η Amazon είναι μια εταιρεία η οποία λόγω των τεράστιων εσόδων που

έχει, έχει και το πλεονέκτημα να δημιουργήσει μονοπώλιο καθώς τα έσοδα της της επιτρέπουν να έχει πολύ χαμηλότερες τιμές.

Αυτό το εγχείρημα, η δημιουργία της Amazon, μας δείχνει πως η οικονομία του δικτύου δεν είναι κάτι που ήρθε, που είναι συγκεκριμένο και μπορούμε εύκολα να το διαχειριστούμε. Η Οικονομία του δικτύου είναι απρόβλεπτη. Αρκεί μια ιδέα ενός ανθρώπου, στην άλλη άκρη της γης για να αλλάξει τα πάντα. Η Amazon, με τον ηγέτη της προσηλωμένο στον στόχο του, καινοτομώντας αλλά και εξαγοράζοντας ιδέες άλλων προχώρησε μπροστά, τόσο μπροστά που είναι πλέον πρώτη.

Γι' αυτό πρέπει να έχουμε τα μάτια και τα αυτιά μας ανοιχτά, οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι συνεχώς σε εγρήγορση. Να εφευρίσκουν, να καινοτομούν και να εντυπωσιάζουν, μα πάνω από όλα να εναρμονίζονται με τις τεχνολογικές εκπλήξεις.

Η εταιρεία αυτή αποτελεί σημείο αναφοράς στην Οικονομία του δικτύου, θα μπορούσαμε να πούμε πως αποτελεί μια ξεχωριστή Networked Economy, από μόνη της.

Επηρέασε κατά πολύ την οικονομία, και μάλιστα σε πολλά κράτη, αφού στέλνει τα προϊόντα σε όλο τον κόσμο. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα πολλές εταιρείες να προσπαθήσουν να κάνουν το ίδιο, όπως το Ebay, Alibaba και στα ελληνικά δεδομένα το Skrutz. Σίγουρα κανένα από αυτά δεν είχε την αντίστοιχη επιτυχία, αλλά κανείς δεν μπορεί να πει πως απέτυχαν κιόλας. Ίσα ίσα που η Amazon χάραξε έναν καινούριο δρόμο στις επιχειρήσεις, και ο Jeff Bezos έκανε πολλούς ανθρώπους να καταλάβουν πως οι αλλαγές, που ο περισσότερος κόσμος φοβάται, μπορούν να φέρουν την μεγαλύτερη επιτυχία.

Κεφάλαιο 4

Συμπέρασμα

Μέσα από την μελέτη αυτή εντοπίστηκαν πολύ σημαντικές πληροφορίες σχετικά με την Οικονομία του Δικτύου. Είδαμε πως η Οικονομία του Δικτύου είναι απολύτως συνδεδεμένη με την ύπαρξη του ίντερνετ στη ζωή μας, ουσιαστικά, εάν δεν υπήρχε το ίντερνετ δεν θα υπήρχε και η Οικονομία του Δικτύου. Μέσα από κάποια παραδείγματα θα καταλάβουμε ακόμα καλύτερα πως έχει επηρεάσει τη ζωή μας το φαινόμενο αυτό.

Στην βιομηχανία της μουσικής, έχουν υπάρξει τεράστιες αλλαγές. Σήμερα, αντί να αγοράσουμε ένα CD, μπορούμε να κατεβάσουμε ένα κομμάτι από το iTunes σε οποιοδήποτε iPod. Ή ακόμα καλύτερα, και πιο οικονομικά καθώς η χρήση iTunes έχει και κάποιο κόστος, μπορούμε να ακούμε τα αγαπημένα μας τραγούδια στο Youtube όσες φορές θέλουμε και από όπου κι αν βρισκόμαστε, όποια ώρα της ημέρας κι αν είναι, δωρεάν, αρκεί να έχουμε ίντερνετ. Αυτό σημαίνει πως οι καλλιτέχνες αλλά και οι δισκογραφικές εταιρείες παύουν πλέον να έχουν κίνητρο αφού δεν έχουν έσοδα από την κυκλοφορία ενός καινούριου δίσκου, καθώς ο καταναλωτής δεν έχει πλέον λόγο να ξοδέψει χρήματα για να αγοράσει έναν δίσκο αφού μπορεί δωρεάν να το βρει στο διαδίκτυο. Έτσι, πλέον οι καλλιτέχνες επιλέγουν να δημοσιοποιούν την δουλειά τους μέσω διαδικτύου, επιδιώκοντας την προσέγγιση διαφημιστών που θα πιστέψουν σε αυτούς και θα τους προωθήσουν ακόμη περισσότερο.

Οι συνέπειες βέβαια, για τη βιομηχανία ψυχαγωγίας σε μεγάλους και παρακείμενους κλάδους της βιομηχανίας όπως η διαφήμιση είναι ακόμα πιο θολή. Ωστόσο, αυτό που είναι πέρα από κάθε αμφιβολία είναι ότι η δυνατότητα διανομής μουσικής μέσω του Διαδικτύου έχει συνέπειες που υπερβαίνουν κατά πολύ την ικανότητα ενός ατόμου να αγοράσει ένα κομμάτι από το iTunes. Το συμπέρασμα από αυτό αλλά και από άλλα παραδείγματα είναι ότι η συνέπεια αυτού που φαίνεται εκ πρώτης όψεως να είναι μια απλή αντικατάσταση μιας υπάρχουσας

τεχνολογίας με μια νεότερη τεχνολογία, στέλνει μηνύματα αλλαγών σε ολόκληρη την οικονομία.

Οι άνθρωποι πλέον δεν μπορούν να φανταστούν την καθημερινότητά τους χωρίς να κάνουν χρήση του διαδικτύου, είτε αυτό γίνεται για ψυχαγωγικούς λόγους, είτε για αναζήτηση διαφόρων πληροφοριών, ή ακόμη και για να κάνουν ηλεκτρονικές αγορές. Έχει εισβάλλει στην ζωή μας και πολλές φορές γίνεται εθισμός. Αυτό φυσικά δεν πέρασε απαρατήρητο, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να αρχίσουν να διαφημίζουν τα προϊόντα τους μέσω ίντερνετ και έτσι νέες τάσεις να αναπτυχθούν. Η οικονομία του δικτύου έφερε εξέλιξη στον τομέα της διαφήμισης, αφού πλέον οι διαφημιστικές εταιρείες απευθύνονται σε ένα κοινό που ενώ κατά βάση είναι το ίδιο, διαθέτει πλέον περισσότερες γνώσεις για το διαδίκτυο και μέσα από αυτό μπορεί να αναζητήσει και να βρει πληροφορίες για τα πάντα. Το γεγονός αυτό δυσκολεύει την εργασία των διαφημιστών, καθώς δεν μπορούν πλέον να “κοροϊδέψουν” τον καταναλωτή. Πρέπει να γίνουν πιο εφευρετικοί ώστε να τον κερδίσουν. Είδαμε μάλιστα παραπάνω, πως το 25% των ηλεκτρονικών αγορών γίνονται από ξένα site, άρα θα πρέπει να βρεθεί ένας τρόπος ώστε οι καταναλωτές να κάνουν τις συναλλαγές τους με την εγχώρια αγορά. Αυτό σημαίνει ίσως περισσότερες ώρες εργασίας, έτσι ώστε να έρθει το κατάλληλο αποτέλεσμα. Εξειδικευμένες θέσεις εργασίας αλλά και ρίσκο.

Αυτό φυσικά, έχει ως αποτέλεσμα την μετάβαση της κοινωνίας μας από την κλασική οικονομία στην Οικονομία του Δικτύου. Η Ελλάδα, ως μια μικρή χώρα επηρεάστηκε γρήγορα από το φαινόμενο αυτό. Ως χώρα μικρή σε έκταση, άμεσα επηρεάστηκε από την νέα τάση του διαδικτύου, κι αυτό φυσικά ήταν επόμενο να συμβεί αφού πάντα χώρες μικρότερες προσπαθούν να ακολουθήσουν τάσεις που επικρατούν σε μεγαλύτερες και πιο ανεπτυγμένες χώρες, ελπίζοντας να τραβήξουν αντίστοιχη πορεία σε όλους τους τομείς. Οι επίδοξοι καταναλωτές λοιπόν, άρχισαν να χρησιμοποιούν καθημερινά το διαδίκτυο, όλο και πιο συχνά μέσα στην ημέρα. Έγινε μια καθημερινή συνήθεια που δεν λείπει από κανένα σπίτι, παρατηρούμε μάλιστα πως δεν αρκούνται μόνο στη χρήση του διαδικτύου στο σπίτι και στον ελεύθερο τους χρόνο, αλλά το χρησιμοποιούν και σε εξόδους, ενώ θα έπρεπε να διασκεδάζουν με τους φίλους τους. Από τότε που η τεχνολογία εξελίχθηκε τόσο

ώστε να μπορούμε να χρησιμοποιούμε ασύρματα το διαδίκτυο, δεν είναι λίγοι αυτοί που ενώ βρίσκονται σε ένα εστιατόριο ή ένα καφέ, το πρώτο πράγμα που θα ρωτήσουν τον σερβιτόρο είναι ο κωδικός του wifi. Αυτό είναι ένα ακράδαντο στοιχείο, πως το διαδίκτυο έχει εισβάλλει τόσο έντονα στην ζωή μας και έχει γίνει εθιστικό. Οι άνθρωποι πια το θέτουν ως απαραίτητο στοιχείο της ζωής τους, της δουλειάς τους αλλά και σημαντικό μέρος της διασκέδασης τους. Κρατάει συντροφιά, προσφέρει διασκέδαση. Από την άλλη, γίνεται εθιστικό, με αποτέλεσμα όπως και κάθε εθισμός να προκαλεί στους ανθρώπους μεγάλη νευρική και άγχος, πολλές φορές επίσης τους απομακρύνει καθώς μεγαλύτερο ενδιαφέρον για ένα άτομο πλέον αποτελεί η ενασχόληση του με το διαδίκτυο παρά με τον συνάνθρωπο. Όπως καταλαβαίνουμε, το φαινόμενο αυτό μπορεί να επηρεάσει την ψυχοσύνθεση του ατόμου, δεν είναι τυχαίο το γεγονός πως ο αριθμός των ατόμων με κατάθλιψη αλλά και τον αυτοκτονιών έχει αυξηθεί σημαντικά. Οι άνθρωποι είναι πλέον πιο απομονωμένοι, πιο διστακτικοί και σίγουρα ένας ακόμη εθισμός δεν είναι κάτι που μπορεί να τους βοηθήσει στο να αυτοβελτιωθούν. Αυτό εκμεταλλεύτηκαν όμως οι επιχειρήσεις και πολύ γρήγορα εκτός από τα φυσικά τους καταστήματα επένδυσαν στο να φτιάξουν και ηλεκτρονικά καταστήματα, ώστε να ακολουθήσουν τις τάσεις που έχουν υιοθετήσει οι καταναλωτές και να τους κερδίσουν ξανά. Ήξεραν πως πλέον αυτό θα είναι το μέλλον του εμπορίου. Μόλις οι επιχειρηματίες κατάλαβαν πως τα πλεονεκτήματα ήταν πολλά, άλλα τόσα αποκλειστικά ηλεκτρονικά καταστήματα ξεφύτρωναν μέρα με την μέρα. Για τα άτομα που ασχολήθηκαν και σπούδασαν πάνω στον τομέα της τεχνολογίας άνοιξε ακόμα ένας κλάδος ενασχόλησης, καθώς πλέον όλες οι επιχειρήσεις έχουν ανάγκη από έναν τουλάχιστον ειδικό στην διαχείριση του δικτύου. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι καταναλωτές να επικεντρωθούν στις OnLine αγορές, μιας και υπάρχουν τώρα απεριόριστες επιλογές, και η επισκεψιμότητα στα φυσικά καταστήματα μειώθηκε σημαντικά. Πολλοί επιχειρηματίες δεν μπόρεσαν να ακολουθήσουν τόσο γρήγορα την εξέλιξη αυτή με αποτέλεσμα να μειωθεί το εισόδημά τους, και φυσικά ως συνέχεια αυτού πολλοί επιχειρηματίες αναγκάστηκαν να κλείσουν τα καταστήματά τους και να ξεκινήσουν από την αρχή. Το γεγονός αυτό, για όσους κατάφεραν άμεσα να εναρμονιστούν με την νέα πραγματικότητα, σίγουρα έφερε θετικά αποτελέσματα.

Υπήρξαν βέβαια κι εκείνοι, οι μη έχοντες τις κατάλληλες γνώσεις, που επηρεάστηκαν από την άμεση ανταπόκριση των καταναλωτών στις OnLine αγορές, κι έτρεξαν να ανοίξουν μια OnLine επιχείρηση χωρίς καμία επιτυχία. Όλες οι αλλαγές οδηγούν πάντα τους ανθρώπους σε κινήσεις πανικού που γίνονται χωρίς δεύτερη σκέψη. Αυτό έχει επιπτώσεις σε ολόκληρη την κοινωνία που νοιώθει πλέον πως όλα μπορούν να γίνουν πιο εύκολα και πιο απλά, πάντα όμως, όσα χρόνια κι αν περάσουν, όσο κι αν εξελισσόμαστε, χωρίς γνώσεις και κόπο δεν θα επιτύχουμε. Η κοινωνία μας στρεβλώνεται μαζί με την εξέλιξη, πρέπει να φροντίσουμε να εναρμονιζόμαστε με τις αλλαγές, σταδιακά και με σωστό τρόπο.

Τα αποτελέσματα βέβαια, κάθε εξέλιξης φέρνουν και αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία, παρατηρώντας παραπάνω, στις στατιστικές έρευνες που αναφέρθηκαν, είδαμε πως 25% των OnLine αγορών γίνεται από ξένα sites, ως αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης και συνδυαστικά με την Οικονομία του Δικτύου, είναι κάτι το οποίο μας δείχνει πως το αγοραστικό κοινό για τα ελληνικά καταστήματα μειώνεται σημαντικά αφού πλέον ο καταναλωτής μπορεί να βρει οτιδήποτε θέλει μέσα από το διαδίκτυο, να συγκρίνει τιμές και να επιλέξει αυτό που θεωρεί καλύτερο, ποιοτικά αλλά και βάσει των οικονομικών του δυνατοτήτων. Δεν τον πειράζει αν το κατάστημα από το οποίο θα κάνει τις αγορές του βρίσκεται στην άλλη άκρη της γης, δεν τον πειράζει αν θα επηρεάσει έτσι την ελληνική οικονομία. Το μόνο που ενδιαφέρει τον καταναλωτή είναι να ικανοποιήσει τις ανάγκες του όσο το δυνατόν πιο οικονομικά.

Αυτό φυσικά είναι αποτέλεσμα και της οικονομικής κρίσης που περνάει η χώρα μας τα τελευταία χρόνια. Όταν υπάρχει συνολικά ένα πρόβλημα σε μια ολόκληρη χώρα, και ειδικά τώρα που το πρόβλημα αυτό υπάρχει σχεδόν σε όλη την Ευρώπη, οι άνθρωποι προετοιμάζονται έτσι ώστε να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες που έρχονται. Αναγκάζονται λοιπόν, να απευθυνθούν σε λύσεις που θα τους προσφέρουν μεγαλύτερη σιγουριά.

Το γεγονός αυτό δεν έχει αντίκτυπο μόνο στις επιχειρήσεις αλλά και στην συνολική οικονομία. Εάν το χρήμα βγαίνει στην Ελλάδα αλλά καταλήγει σε άλλες χώρες, τότε υπάρχει αναγκαστική πτώση τιμών άρα και της ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών και κατά συνέπεια υποτίμηση της εκάστοτε αγοράς. Επιχειρήσεις κλείνουν, νοικοκυριά δυσκολεύονται να τα βγάλουν πέρα και φυσικά οι θέσεις

εργασίας μειώνονται. Είτε γιατί καταστήματα κλείνουν, είτε γιατί ανοίγουν περισσότερες θέσεις εργασίας για άτομα με τεχνολογικές γνώσεις που μπορούν ευκολότερα να μνήσουν τις επιχειρήσεις στο νέο αυτό κόσμο της Οικονομίας του Δικτύου.

Το διαδίκτυο βέβαια χρησιμοποιούν τα άτομα και για αναζήτηση εργασίας και μάλιστα σε παγκόσμια κλίμακα. Εργαζόμενοι αναζητούν την καλύτερη προσφορά εργασίας με αποτέλεσμα πολλές φορές να αφήνουν την χώρα τους και να μεταναστεύουν για μια καλύτερη ζωή. Η Οικονομία του Δικτύου δίνει την δυνατότητα σε νέους αλλά και σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας να αναζητήσουν εργασία σε χώρες που θα τους δώσουν την δυνατότητα να εξελιχθούν και να ασχοληθούν με αυτό που έχουν σπουδάσει. Καθώς αποτελεί πλέον γεγονός το ότι οι περισσότεροι νέοι στην χώρα μας δεν ασκούν το επάγγελμα για το οποίο επέλεξαν να σπουδάσουν αλλά αναγκάζονται να κάνουν οποιαδήποτε άλλη εργασία για να επιβιώσουν. Η δυνατότητα όμως αυτή, δίνεται απλόχερα σε ξένες χώρες και το διαδίκτυο δίνει την επιλογή να βρει κανείς αυτή την ευκαιρία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μείωση του διαθέσιμου προσωπικού σε πάρα πολλές ειδικότητες. Αυτό φυσικά για τους εργαζόμενους, αποτελεί πλεονέκτημα αφού με αυτόν τον τρόπο οι εργοδότες θα πρέπει να προσφέρουν πιο δελεαστικό περιβάλλον εργασίας αλλά και απολαβών έτσι ώστε να συνεργαστούν με τον κατάλληλο εργαζόμενο, και φυσικά να διατηρήσουν αυτή τη συνεργασία για μεγάλο χρονικό διάστημα. Θα πρέπει η κοινωνία μας, να μπει στην διαδικασία ανάπτυξης του εργασιακού τομέα έτσι ώστε να αναπτυχθεί σωστά, και να γίνεται πρώτη επιλογή για τους εργαζόμενους, τώρα που η διαφυγή στο εξωτερικό έχει γίνει κάτι αρκετά σύνηθες.

Η Οικονομία του Δικτύου δεν είναι φαινόμενο καιρικό, που κρατά για λίγο και φεύγει. Αντίθετα, όσο τα χρόνια περνούν, “μεγαλώνει”, εξελίσσεται και αποτελεί γεγονός. Ένα γεγονός που θα πρέπει όλοι να το αντιμετωπίσουμε με σοβαρότητα και ευθύνη εάν θέλουμε φυσικά μια ουσιαστική ανάπτυξη.

4.1 Οι στόχοι της μελέτης και τα αποτελέσματά της

Οι κυριότεροι στόχοι της μελέτης αυτής ήταν να συμβάλλει στην κατανόηση από τους καταναλωτές, τις επιχειρήσεις αλλά και από το σύνολο της κοινωνίας, της πραγματικής Οικονομίας του Δικτύου. Σκοπός, ήταν η πλήρης κατανόηση του φαινομένου αυτού, όσο πιο κοντά γινόταν στην πραγματική του έννοια, γιατί είναι κάτι που εξελίσσεται συνεχώς και είναι δύσκολο να το κατανοήσει κανείς πλήρως. Όσο προσπαθούμε να το εξηγήσουμε, τόσο αυτό αλλάζει.

Όπως είδαμε παραπάνω, συγκεκριμένα στο κεφάλαιο 2, έχουν γίνει κάποιες έρευνες για την Οικονομία του Δικτύου, αναφερόμενες στη σχέση της Οικονομίας του Δικτύου με τους "ηγέτες", ή την σχέση της σχετικά με πολύπλοκους συντελεστές που μόνο άνθρωποι με ειδική τεχνογνωσία χρησιμοποιούν. Καμία από τις έρευνες που εντοπίστηκαν δεν ασχολείται με τον καθημερινό άνθρωπο, που σπούδασε για παράδειγμα φιλολογία και όχι Οικονομικά ή εφαρμοσμένα μαθηματικά. Όλοι όμως, ανεξαιρέτως σπουδών, κλάδου εργασίας, ηλικιακής ομάδας, κάνουν πλέον χρήση του διαδικτύου συμβάλλοντας έτσι στην εξέλιξη του φαινομένου αυτού. Και φυσικά και στην κλασική οικονομία, όλοι βάζουν το λιθαράκι τους για τις αλλαγές που γίνονται και όλοι επηρεάζονται από αυτές, άμεσα ή έμμεσα. Άλλες ανάγκες έχει ένας άνθρωπος ηλικίας 25-40 ετών και άλλες κάποιος που βρίσκεται στην ηλικιακή ομάδα 60-75 ετών. Γι' αυτό τον λόγο, όλοι πρέπει να έχουμε βασικές γνώσεις και αντιλήψεις σχετικά με το φαινόμενο της Οικονομίας του Δικτύου, και από εκεί και έπειτα να εμβαθύνει ο καθένας στον τομέα που τον ενδιαφέρει περισσότερο. Κύριος σκοπός της διατριβής αυτής, είναι η αφύπνιση της κοινωνίας, έτσι ώστε να εκμεταλλευτεί την προβολή που μπορεί να έχει μέσω του διαδικτύου για αναδείξει τα οφέλη της, γνωρίζοντας πάντα, πως τώρα που ζούμε σε μια κοινωνία "μεγάλου αδερφού", υπάρχει ακόμα μεγαλύτερος ανταγωνισμός. Αυτό θα πρέπει να είναι το κίνητρο για να γινόμαστε καλύτεροι και όχι ώθηση προς την ευκολία και την ανευθυνότητα.

Κεφάλαιο 5

Επίλογος

Τίποτα δεν μένει στην τύχη, πρέπει να ακολουθούμε τις εξελίξεις και να επιλέγουμε τι μας βοηθά και τι όχι. Η παιδεία είναι αυτή που θα βοηθήσει τον άνθρωπο να ξεχωρίσει τι θα πρέπει να προσέξει και τι όχι, σε τι πρέπει να επικεντρωθεί, τι τον κάνει καλύτερο άνθρωπο, καλύτερο επαγγελματία, καλύτερο μέλος της κοινωνίας που ανήκει. Εάν αφεθούμε στην άγνοια κάποιων, γινόμαστε αυτόματα ίδιοι.

Όλοι μαζί και ο καθένας ξεχωριστά οφείλει για τον εαυτό του πάνω από όλα να προσέξει τις λεπτομέρειες, να δουλεύει σκληρά, να επιζητά την ανάπτυξη. Κι αυτό, δεν αφορά μόνο την Οικονομία του Δικτύου, όσο θα υπάρχει το ανθρώπινο είδος, τόσο θα εξελισσόμαστε. Η σωστή εξέλιξη όμως απαιτεί προσπάθεια. Η Οικονομία του Δικτύου αποτελεί πλέον γεγονός, μπορεί να μας αναβαθμίσει αλλά και να μας καταστρέψει, δεν πρέπει να αφεθούμε σε αυτό που έρχεται αλλά να συμπορευόμαστε με αυτό ώστε να αποκομίσουμε το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα, γι' αυτό στην τελευταία υποενότητα της διατριβής αυτής θα δούμε κάποιες εισηγήσεις με σκοπό να εκμεταλλευτούμε σωστά τους υπάρχοντες παράγοντες και να προχωρήσουμε.

5.1 Εισηγήσεις

Η παγκόσμια αγορά συνδέεται διαδικτυακά και δημιουργείται έτσι μια κατάσταση εντελώς αντίθετη του μονοπωλίου, με αποτέλεσμα να μπορεί ο χρήστης να βρει μια πολύ συμφέρουσα προσφορά σε ελάχιστο χρόνο. Λόγω αυτής της μορφής αγοράς που δημιουργείται, κάθε επιχείρηση μικρή ή μεγάλη, πρέπει να ακολουθήσει τις νέες εξελίξεις, αυτές που ορίζουν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές, προκειμένου να παραμείνει ανταγωνιστική. Έτσι, δίνεται έμφαση στην παρουσίαση των προϊόντων, στις πληροφορίες που παρέχονται γι' αυτά, στις οδηγίες χρήσης, στην ικανοποίηση των απαιτήσεων του πελάτη και στην καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση του.

Αν μια επιχείρηση επιθυμεί να διατηρήσει και να αυξήσει το αγοραστικό της κοινό πρέπει να ακολουθεί συνεχώς τις τεχνολογικές εξελίξεις, γιατί στο φαινόμενο αυτό θα προχωρήσει όποιος είναι ένα βήμα μπροστά. Θα πρέπει να γίνουμε εφευρετικοί και καινοτόμοι, να προσπαθήσουμε να καλύψουμε τις ανάγκες των υπαρχόντων αλλά και των εν δυνάμει καταναλωτών, στο μέγιστο βαθμό. Να μην αρκούμαστε στην εφήμερη επιτυχία αλλά να παλεύουμε για την συνεχή. Αυτό σημαίνει συνεχή εκπαίδευση, μόρφωση και αναζήτηση νέων πληροφοριών. Να μην παίρνουμε αψηφίστα τα νέα δεδομένα, να κρατάμε αυτά που μας ταιριάζουν και μπορούμε καλύτερα να αναπτύξουμε έτσι ώστε να το κάνουμε σωστά.

Πολύ σημαντικό ρόλο στο έργο αυτό έχουν οι ηγέτες των επιχειρήσεων αλλά και των κρατών.

Πρέπει να αναβαθμίσουμε την τέχνη της ηγεσίας στο επίπεδο της ψηφιακής κοινωνίας στην οποία ζούμε τώρα. Οι ηγέτες που κρύβονται πίσω από τα γραφεία τους πρέπει να βγουν και να είναι άμεσα διαθέσιμοι. Η επικοινωνία πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος όλων όσων κυβερνούν ή ηγούνται μιας επιχείρησης ή ακόμα κι ενός κράτους και η επικοινωνία να είναι αυθεντική, αφού όπως βλέπουμε έχει γίνει τόσο απλό να επικοινωνείς και να βρίσκεις λύσεις που δεν υπάρχει πια δικαιολογία για να το αρνηθείς.

Στον εργασιακό τομέα, πρέπει να αξιοποιήσουμε στο έπακρο τα νέα εργαλεία ψηφιακής συνεργασίας, έτσι ώστε να μπορούμε να οργανώσουμε την εργασία σε πολύ διαφορετικές ομάδες. Οι ομάδες αυτές θα έχουν υπαλλήλους πλήρους απασχόλησης ή υπαλλήλους μερικής απασχόλησης, ομάδες που έχουν ανατεθεί σε εξωτερικούς συνεργάτες, συμβούλους, ελεύθερους επαγγελματίες. Θα είναι γεωγραφικά διασκορπισμένοι σε όλο τον κόσμο, αντιπροσωπεύοντας οποιοδήποτε αριθμό γλωσσών και πολιτισμών. Για να είναι επιτυχείς στην εργασία τους, οι ηγέτες πρέπει να ευθυγραμμίσουν τους ποικίλους πόρους γύρω από το σκοπό και τις αξίες του οργανισμού. Η ηγεσία μέσω της διοίκησης και του ελέγχου θα είναι απλά ένα μικρό και σπάνιο μέρος της εργασίας. Ας πάρουν σαν παράδειγμα οι επιχειρήσεις την περίπτωση της Amazon, μια επιχείρηση που ξεκίνησε από ένα γκαράζ και κατέληξε στην μεγαλύτερη ηλεκτρονική επιχείρηση παγκοσμίως. Το μυστικό ήταν το αμείωτο ενδιαφέρον του ηγέτη της για εξέλιξη και καινοτομία. Όταν κάτι είναι τόσο πρωτοποριακό, δεν έχει κανέναν

ανταγωνισμό. Όταν δεν σταματάς ποτέ να προσπαθείς και να εκμεταλλεύεσαι τις δυνατότητες που σου δίνονται μέσα από την Οικονομία του δικτύου, τότε εξελίσσεσαι και “δυναμώνεις”. Δεν πρέπει να στεκόμαστε στα αρνητικά που φέρνει μαζί της αυτή η αλλαγή, άλλωστε όλες οι αλλαγές έχουν να μας δώσουν και θετικά και αρνητικά. Το θέμα είναι πως εμείς θα αναδείξουμε περισσότερο τα θετικά έτσι ώστε να υπερκαλύψουμε τις αρνητικές επιπτώσεις.

Επίσης όπως γνωρίζουμε, μέσα από την αναζήτηση των χρηστών οι επιχειρήσεις μπορούν να εντοπίσουν τις ιδιαίτερες ανάγκες των καταναλωτών, μπορούν λοιπόν με αυτό τον τρόπο να ικανοποιήσουν ακόμη περισσότερο τους καταναλωτές. Να μείνουν πελατοκεντρικοί, καθώς οι άνθρωποι όσο τα χρόνια περνούν γίνονται πιο απαιτητικοί, και αυτό θα πρέπει να αποτελέσει εφελκυστικό ανάπτυξης.

Φυσικά όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, εξέλιξη θα πρέπει να υπάρξει και στον εργασιακό τομέα, καθώς δεν θα υπάρχει νόημα εξέλιξης των επιχειρήσεων χωρίς τους κατάλληλους εργαζόμενους και χωρίς καταναλωτές εάν αυτοί έχουν μεταναστεύσει σε άλλες χώρες για καλύτερες συνθήκες εργασίας και ζωής. Πρέπει το κράτος να δώσει λόγο στους νέους για να μην φύγουν, όσο αυτό δεν γίνεται τόσο η νέα αυτή Οικονομία που έχει ευνοήσει τόσους λαούς, θα κατακεραυνώσει τον δικό μας. Πρέπει να υπάρχει σεβασμός στον εργαζόμενο, κατανόηση και εξέλιξη, πρέπει ο εργαζόμενος να γνωρίζει πως αν κάνει την δουλειά του σωστά θα ανταμειφθεί, θα εξελιχθεί και θα έχει τα κατάλληλα εφόδια να προχωρήσει.

Η κοινωνία θα πρέπει συσπειρωμένα να αντιδράσει στις αλλαγές που έρχονται καθημερινά. Οι επιχειρήσεις, ακόμα και αυτές που έχουν ακόμη μόνο φυσικά καταστήματα θα πρέπει να επενδύσουν περισσότερα, καθώς ο ανταγωνισμός μεγαλώνει. Θα πρέπει όλοι μας να είμαστε προσεκτικοί, στις αναζητήσεις μας καθώς η Οικονομία του Δικτύου μας “παρακολουθεί”. Για να μπορέσουμε όμως να είμαστε έτοιμοι για ότι εμφανιστεί, θα πρέπει να έχουμε γνώση. Δεν είναι μόνο δουλειά των επαγγελματιών να έχουν γνώση αλλά είναι απαραίτητο και για κάθε μέλος της κοινωνίας μας. Εύχομαι, μέσα από την διατριβή αυτή να έγινε σαφής η έννοια της Οικονομία του Δικτύου, αλλά και να αποτελέσει κίνητρο αναζήτησης και μελέτης νέων πτυχών σχετικών με το φαινόμενο αυτό.

Βιβλιογραφία

Ξένη Βιβλιογραφία

Brand, Stewart, 2000, The Clock of the Long Now, New York: Basic Books.

British Telecommunications plc, (2004), *Digital networked economy*, United Kingdom: British Telecommunications plc.

Byers, Ann, 2006, [Jeff Bezos: the founder of Amazon.com](#), New York: The Rosen Publishing Group.

Graham G., 2001, *Το Ίντερνετ: μία κοινωνιολογική προσέγγιση*, Αθήνα: Περίπλους.

Graham, Mark, (2008), *Warped Geographies of Development: The Internet and Theories of Economic Development*, Hoboken: Geography Compass.

Janelle Schlossberger, (2018), The Distribution of Multipliers in a Networked Economy and Topology-Induced Negative Multipliers, Dissertation Master, Harvard: Harvard University.

J. Collis, R. Hussey, (2013), Business research: A practical guide for undergraduate and postgraduate students, Montgomery: Red Globe Press.

Kelly, Kevin. (1998), *New Rules for the Wired Economy*, London: Penguin Books.

Nick Couldry, (2012), *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Cambridge: Polity.

Rifkin, Jeremy, (2000), *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism Where All of Life Is Paid-For Experience*, Westminster: Penguin Putnam.

Schwartz, Evan I., (1999), *Digital Darwinism*, Portland: Broadway Books.

Tapscott, Donald, 1996, *The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence*, New York: McGraw-Hill.

Thomas W. Malone, Robert Laubacher, (1998), *The Dawn of the E-Lance Economy*, Harvard: Harvard Business Review.

Vivek Bapat, (2008), *In Pursuit of the Perfect Plant: A Business and Technical Guide*, Butler: Evolved Technologist Press.

Ελληνική Βιβλιογραφία

Ιωσήφ Μ., Τσαρούχας Χ., (2012), *Ηλεκτρονικό Εμπόριο Κίνδυνοι και Ασφάλεια*, Διατριβή, ΑΤΕΙ Καβάλας.

Ξενίδου Αικατερίνη, (2012), *Η Τεχνολογία Τοπικής Δικτύωσης Ethernet και οι Τομείς Εφαρμογής της*, Διατριβή, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Gjoni M., (2014), *Ηλεκτρονικό Εμπόριο*, Διατριβή, ΑΤΕΙ Πειραιά.

Διαδίκτυο

Αθανασίου Εμ., (2008), "Οικονομική των Δικτύων και της Πληροφόρησης",
<http://www.econ.uoa.gr/proptyxiakes-spoyses/ma8imata/ma8imata-eley8erhs-epilogis/tmima-oikonomikon-episthmon/tomeas-i-tomeas-politikis-oikonomias/eco465-oikonomiki-twn-diktywn-kai-ths-plhroforhshs.html>,
[accessed 20/07/2019].

Ενωμένοι για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα, “Οργανισμοί Ανθρώπινων Δικαιωμάτων”, <https://gr.humanrights.com/voices-for-human-rights/human-rights-organizations/non-governmental.html> , [accessed 30/07/2019].

["AMAZON COM INC \(Form: S-1, Received: 03/24/1997 00:00:00\)"](#), *nasdaq.com*.
March 1997, [accessed 30/07/2019].

["Amazon Now Has Nearly 50% of US Ecommerce Market"](#), *eMarketer*.

[accessed 30/07/2019].

Esko kilpi, (2016), “*Companies Struggle to Understand the Phenomenon of Networking*”, <https://www.opuscapita.com/blog/2016/companies-struggle-to-understand-the-phenomenon-of-networking> , [accessed 20/07/2019].

Gartner, (2016), “*Smartphone Technologies and Capabilities that Cannot Be Ignored by Mobile Device Vendors*”, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2016-06-08-smartphone-technologies-and-capabilities-that-cannot-be-ignored-by-mobile-device-vendors> , [accessed 30/07/2019].

Greg Satell, (2014), “*3 Things You Should Know About the Network Economy*”, <https://www.forbes.com/sites/gregsatell/2014/07/07/3-things-you-should-know-the-network-economy/#bf531865ff5f> , [accessed 20/07/2019].

iefimerida.gr, (2013), “*Το μυστικό επιτυχίας του eBay: «Είδαμε το κινητό απλά ως μία οθόνη»*”, <https://www.iefimerida.gr/news/90986/%CF%84%CE%BF-%CE%BC%CF%85%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%84%CF%85%CF%87%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-ebay-%C2%AB%CE%B5%CE%AF%CE%B4%CE%B1%CE%BC%CE%B5-%CF%84%CE%BF-%CE%BA%CE%B9%CE%BD%CE%B7%CF%84%CF%8C-%CE%B1%CF%80%CE%BB%CE%AC-%CF%89%CF%82-%CF%83%CF%85%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CE%AE%C2%BB>, [accessed 30/07/2019].

Klaus Schwab, (2019), “*Παγκοσμιοποίηση 4.0 Μια νέα αρχιτεκτονική για την Τέταρτη Βιομηχανική Επανάσταση*”, <http://www.foreignaffairs.gr/articles/72126/klaus-schwab/pagkosmiopoiisi-40?page=show>, [accessed 30/07/2019].

Mit Technology Review insights, (2014), “*Revolution in Progress: The Networked Economy*”, <https://www.technologyreview.com/s/530241/revolution-in-progress-the-networked-economy/>, [accessed 20/07/2019].

Opus Capita, (2016), “*Companies Struggle to Understand the Phenomenon of Networking*”, <https://www.opuscapita.com/blog/2016/companies-struggle-to-understand-the-phenomenon-of-networking>, [accessed 30/07/2019].

PWC, (2017), “*The long view: how will the global economic order change by 2050*”, <https://www.pwc.com/gx/en/world-2050/assets/pwc-world-in-2050-summary-report-feb-2017.pdf>, and [accessed 20/07/2019].

Stephen Garcia, (2014), “*Developing Leaders for a Networked Economy*”, <https://www.td.org/magazines/td-magazine/developing-leaders-for-a-networkedeconomy>, [accessed 20/07/2019].

W3C, (1997), “*W3C Recommendation*”, <https://www.w3.org/TR/2018/SPSD-html32-20180315/>, [accessed 30/07/2019].

Wikipedia, “*History of Amazon*”, https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Amazon, [accessed 30/07/2019].

Πηγές γραφημάτων

ΕΛΣΤΑΤ, (2018), "Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα", <https://tecky.eu/elstat-ereyna-chrisis-technologion-pli-roforisis-kai-epikoinonias-apo-noikokyria-kai-atoma-etos-2018/> , [accessed 30/07/2019].

Eurostat, (2019), "*Digital economy and society statistics - households and individuals*", https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals&oldid=444412 , [accessed 23/12/2019].

Eurostat, (2019), "*E-commerce sales*", https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_ec_eseln2&lang=en, [accessed 23/12/2019].