

Επιχειρηματικότητα στο διαδίκτυο

Επιμέλεια:

Κουδούνας Μιλτιάδης

Ξηρομάμος Ιωάννης

Υπεύθυνος Καθηγητής: Δημητριάδης Σέργιος

Πρόλογος

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η θεματική ανάλυση της επιχειρηματικότητας στο διαδίκτυο. Μέσα σε αυτά τα πλαίσια λοιπόν ορίζεται η έννοια της επιχειρηματικότητας στον αναγνώστη, περιγράφεται η πορεία των νέων τεχνολογιών της τελευταίας δεκαετίας και διευκρινίζονται οι ιδιότητες της διαδικτυακής επιχειρηματικότητας. Στη συνέχεια περιγράφονται η μορφή και το περιεχόμενο της καθώς και οι δεξιότητες που πρέπει να αποκτήσει κάποιος για να την ασκήσει αποτελεσματικά. Επιπρόσθετα αναλύονται παραδείγματα ελληνικών επιχειρήσεων που μέσα από τη πορεία τους φαίνεται πως έχουν ασκήσει την επιχειρηματικότητα στο διαδίκτυο με επιτυχία, παρέχονται ενέργειες και τρόποι ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (διαδικτυακής ή μη) στην Ελλάδα καθώς και συμβουλές για την είσοδο αλλά και ανάπτυξη μιας ιδέας στο συγκεκριμένο τομέα.

Ορισμοί και στοιχεία

Η επιχειρηματικότητα αντιπροσωπεύει την οργανωσιακή συμπεριφορά. Τα βασικά στοιχεία της επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν την ανάληψη κινδύνου, την προνοητικότητα και την καινοτομία. Πολλοί μελετητές ωστόσο, υποστηρίζουν ότι από μόνα τους αυτά τα τρία στοιχεία δεν είναι το εγγυημένο κλειδί στην επιτυχία για μια επιχείρηση. Η επιχειρηματική διευθυντική συμπεριφορά, τα υψηλά κίνητρα επιτυχίας, η έμπνευση και η κατάλληλη κουλτούρα είναι σημαντικοί παράγοντες που αλλάζουν την επιχείρηση και την φέρνουν πιο κοντά στην καινοτομία.

Τι εννοούμε όμως όταν λέμε καινοτομία; Για μισό αιώνα τώρα η έννοια της καινοτομίας έχει συνδεθεί με την καλπάζουσα τεχνολογική ανάπτυξη. Η επιστήμη της πληροφορικής έχει προσφέρει νέα πρωτοποριακά μέσα διαχείρισης δεδομένων, επικοινωνίας και τρόπους online συναλλαγών, που αποτέλεσαν τους βασικούς παράγοντες για την παραγωγή καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών από τις επιχειρήσεις.

Η χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών μπορεί να χωριστεί σε δύο υποκατηγορίες:

1. Χρήση της τεχνολογίας με στόχο τη βελτιστοποίηση, ανάλυση ή χρησιμοποίηση πληροφοριών για επιχειρηματικούς σκοπούς.
2. Χρήση της τεχνολογίας με στόχο την κοινοποίηση πληροφοριών, μέσω έρευνας ή διαλόγου.

Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται στους τρόπους που χρησιμοποιείται η τεχνολογία για την τήρηση λογιστικών καταστάσεων, αρχείων πελατολογίου και λοιπού υλικού από βάσεις δεδομένων, αλλά και για ανάπτυξη λογισμικού ενημέρωσης των απαραίτητων αρχείων και βάσεων δεδομένων της επιχείρησης. Η δεύτερη περιλαμβάνει τη χρήση τεχνολογίας επικοινωνιών στις επιχειρήσεις για οικονομικές συναλλαγές, παραγγελίες από πελάτες και παραγγελίες σε προμηθευτές, δηλαδή τεχνολογίες που διευκολύνουν τηλεφωνικές υπηρεσίες ή υπηρεσίες διαδικτύου.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 σημειώθηκε η έκρηξη των εταιρειών διαδικτύου. Δημιουργούνταν και αναπτύσσονταν -με δαπάνες διόλου ευκαταφρόνητες- επιχειρήσεις εξ ολοκλήρου βασισμένες στο διαδίκτυο, οι οποίες συχνά έκλειναν χωρίς να πραγματοποιήσουν το παραμικρό κέρδος. Έκτοτε, η πιο διαδεδομένη μορφή επιχείρησης του διαδικτύου δεν είναι η "αμιγώς διαδικτυακή", αλλά μάλλον η παραδοσιακή επιχείρηση που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Διακρίνουμε τρία είδη επιχείρησης: α) την παραδοσιακή επιχείρηση με την φυσική μορφή, β) την αμιγώς διαδικτυακή και γ) την επιχείρηση που συνδυάζει και τις δύο καταστάσεις (γνωστή ως υβριδική).

Η ελληνική αγορά πληροφορικής στα τέλη της δεκαετίας το 1998

Την ίδια χρονική περίοδο στην Ελλάδα, η εγχώρια αγορά πληροφορικής παρουσιάζει εξίσου αλματώδεις ρυθμούς. Συγκεκριμένα με στοιχεία του European Information Technology Observatory, η ελληνική αγορά πληροφορικής παρουσίασε ρυθμούς ανάπτυξης της τάξεως του 13-14%. Παράγοντες που συνετέλεσαν σε αυτή την ανάπτυξη ήταν η καλή πορεία της ελληνικής οικονομίας εκείνη την περίοδο με εισροές φθηνών κεφαλαίων από το Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και την αύξηση του δολαρίου, που έκαναν πιο ανταγωνιστικά τα ελληνικά προϊόντα πληροφορικής σε σχέση με τα εισαγόμενα. Παράλληλα, ο αέρας ανανέωσης του τραπεζικού συστήματος στη χώρα την ίδια περίοδο έκανε επιτακτική την ανάγκη χρήσης νέων λογισμικών και συστημάτων διαχείρισης δεδομένων.

Τι είναι αυτό όμως που κάνει την επιχειρηματικότητα στο διαδίκτυο ξεχωριστή από την απλή επιχειρηματικότητα; Ή ακόμα καλύτερα πως διαφέρει ο επιχειρηματίας που έχει ως χαρακτηριστικό του την επιχειρηματικότητα στο διαδίκτυο;

Εξ'ορισμού ο επιχειρηματίας που ασκεί την επιχειρηματικότητα στο διαδίκτυο (Internet Entrepreneur) *είναι εκείνος ο οποίος εφαρμόζει μια καινοτομία με σκοπό τη δημιουργία μίας νέας επιχείρησης στο διαδίκτυο*. Αυτός ο ορισμός ωστόσο είναι πολύ αόριστος και δεν περιγράφει συνολικά μία τόσο περίπλοκη έννοια όσο αυτή της επιχειρηματικότητας του διαδικτύου. Γεγονός είναι πως αν ρωτούσε κάποιος κάθε επιχειρηματία να περιγράψει τη δική του έννοια σχετικά με την επιχειρηματικότητα (διαδικτυακή ή μη), είναι πιθανό να έπαιρνε και διαφορετική απάντηση από τον κάθε έναν. Αυτό συμβαίνει γιατί καθένας ερμηνεύει την επιχειρηματικότητα και ανακαλύπτει χαρακτηριστικά και συστατικά της στοιχεία μέσα από την προσωπική του εμπειρία του στην εφαρμογή καινοτομιών, την ανάληψη κινδύνων, τις λανθασμένες αλλά και σωστές αποφάσεις.

Παρόλαυτα, σε γενικές γραμμές παρατηρούνται κάποιες συγκεκριμένες ομοιότητες ανάμεσα στους επιχειρηματίες που θεωρείται ότι ασκούν επιτυχώς την επιχειρηματικότητα στο διαδίκτυο. Είναι όλοι επιτυχείς στο να διανέμουν τα προϊόντα-υπηρεσίες τους χρησιμοποιώντας κάποια από τις δυνατότητες που παρέχει το διαδίκτυο. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες δεν είναι απαραίτητο να έχουν διαδικτυακή φύση, αλλά μπορούν να παρέχονται και μέσω άλλου (offline) τρόπου. Κατά κύριο λόγο όλοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ως ένα μέσο για τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Είναι άτομα καινοτόμα που δημιουργούν νέες υπηρεσίες για το καταναλωτικό κοινό μέσω του διαδικτύου, οι οποίες δεν υπάρχουν αλλού στην αγορά. Επομένως, η σε μεγάλο βαθμό διαδεδομένη εντύπωση που υποστηρίζει ότι τα άτομα που έχουν καταφέρει να έχουν ένα σταθερό εισόδημα μέσω του διαδικτύου χαρακτηρίζονται αυτόματα και από διαδικτυακή επιχειρηματικότητα είναι λανθασμένη.

Περιγραφή, μορφή, διαστάσεις και περιεχόμενο

Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία στις e-business έχουν τους θεμέλιους λίθους τους, τους οποίους παραθέτουμε στη συνέχεια:

Ανθρώπινο δυναμικό

Οι άνθρωποι μιας επιχείρησης είναι το μεγαλύτερο ατού της. Είναι εκείνοι που σε έναν πρωτοπόρο επιχειρηματικό οργανισμό, πρέπει να έχουν έφεση στην καινοτομία και το επιχειρηματικό πνεύμα, να είναι δημιουργικοί και ευσυνείδητοι. Για να πετύχει λοιπόν μια επιχείρηση στο οικονομικό της περιβάλλον χρειάζεται ικανούς project managers που θα δώσουν έμπνευση στο υπόλοιπο προσωπικό για να υλοποιήσει τους στόχους της. Ο σωστός συνδυασμός ατόμων είναι υψίστης σημασίας για να επικοινωνηθούν τα μηνύματα της επιχείρησης προς τα έξω.

Δεξιότητες

Κατά τον Drucker*, η συστηματική καινοτομία επιτυγχάνεται με την καταγραφή και σύλληψη επτά διαφορετικών ειδών ευκαιριών: α) των απροσδόκητων, β) των δυσαρμονιών, γ) της ανάγκης νέων διαδικασιών, δ) των δομών της

αγοράς και της παραγωγής, ε) των δημογραφικών αναγκών, στ) των αλλαγών γενικών αντιλήψεων στην κοινωνία και ζ) της νέας γνώσης. Αναμφισβήτητα, η επιτυχημένη επιχείρηση χρειάζεται ικανότητες στον χειρισμό της καινοτομίας οι οποίες συνοψίζονται ως εξής:

1. Ικανότητα να ερευνά και να εντοπίζει καινοτόμες ευκαιρίες
2. Ενεργητική στάση στην προώθηση της καινοτομίας μέσα από ένα στρατηγικό όραμα
3. Ικανότητα δημιουργίας κουλτούρας που επικεντρώνεται στην καινοτομία και την επιχειρηματικότητα
4. Ικανότητα ανάπτυξης αποτελεσματικών σχεδίων για την εφαρμογή της καινοτομίας σε διαδικασίες εμπορευματοποίησης
5. Ικανότητα ολοκλήρωσης της έρευνας, του σχεδιασμού και των πληροφοριών της αγοράς για να μετατρέπονται οι νέες ιδέες και εφευρέσεις σε εμπορικά βιώσιμες καινοτομίες
6. Ικανότητα ανάπτυξης αποτελεσματικών και ρεαλιστικών διαδικασιών για την εκτίμηση των διαφόρων ερευνητικών μελετών υπό το πρίσμα της καινοτομίας, της ποιότητας και της εμπορευματοποίησης.

Στυλ

Ένα ιδανικό επιχειρηματικό στυλ διαχείρισης της καινοτομίας πρέπει να είναι ανοιχτό και υποστηρικτικό, να ενθαρρύνει την υιοθέτηση ανάπτυξης νέων προϊόντων, να εντοπίζει τις νέες ανάγκες των πελατών, τους νέους χρήστες των υπηρεσιών και τις νέες αγορές. Ένα επιχειρηματικό στυλ επιχείρησης που θα απορροφά πληροφορίες από διάφορες πηγές πληροφοριών και θα παρέχει στους εργαζόμενους της ευελιξία και ένα ανταποδοτικό σύστημα που θα τους τροφοδοτεί με κίνητρα για επιχειρηματικές συμπεριφορές, αξίες και επιτεύγματα.

(*) **Peter Ferdinand Drucker** (November 19, 1909 – November 11, 2005) was an [Austrian](#)-born American management [consultant](#), [educator](#), and [author](#), whose writings contributed to the philosophical and practical foundations of the modern business [corporation](#). He was also a leader in the development of management education, and he invented the concept known as [management by objectives](#).

Παραδείγματα Επιχειρήσεων

Ελληνικές επιχειρήσεις

Στα πλαίσια αυτής της εργασίας επιλέχθηκαν ενδεικτικά να παρουσιαστούν και να αναλυθούν λεπτομερέστερα στα παραρτήματα παρακάτω, τέσσερις ελληνικές επιχειρήσεις, πρωτοπόρες και επιτυχημένες στους τομείς που οι ίδιες ανέπτυξαν. Μερικές απο αυτές πλέον δραστηριοποιούνται και διεθνώς, ωστόσο όλες θεωρούμε πως ασκούν την επιχειρηματικότητα στο διαδίκτυο επιτυχώς μέσα από την πορεία τους και τα αποτελέσματά τους. Αυτές οι επιχειρήσεις είναι:

Welovetoys: Μία πρωτοπόρα επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην online πώληση παιχνιδιών, ειδών πάρτυ, βρεφικών, ειδών μεταφοράς μωρού, παιδικού δωματίου και εποχικών ειδών με κέντρο το παιδί και τις ανάγκες του. Απευθύνεται σε όλους τους νέους γονείς που δεν ξέρουν από που να ξεκινήσουν. Σκοπός αυτού του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι η «Απόλυτη εξυπηρέτηση πελάτη», κάτι το οποίο πραγματοποιεί με ενέργειες όπως 24ωρη παράδοση στο σπίτι, δηνατότητα επιστροφής προϊόντος μέχρι και ένα χρόνο μετά την αγορά, καθώς και δυνατότητα ισόβιας έκπτωσης 10% σε πολύτεκνους. Για περισσότερες πληροφορίες αναφερθείτε στο Παράρτημα 1.1.

Taxibeat: Μία επαναστατική εφαρμογή για Smartphones που αφορά στις μεταφορές με taxi. Η συγκεκριμένη εφαρμογή δίνει στο χρήστη τη δυνατότητα να εντοπίσει μέσω της λειτουργίας GPS των smartphones, όλους τους διαθέσιμους οδηγούς taxi και χρήστες της συγκεκριμένης υπηρεσίας που βρίσκονται κοντά σου, καθώς και τη δυνατότητα να καλέσει κάποιον από αυτόν για τη μεταφορά σου, παρέχοντας τα στοιχεία της ταυτότητας όλων των οδηγών, καθώς και τη βαθμολογία που τους έχουν βάλει οι υπόλοιποι χρήστες της εφαρμογής, για να βοηθήσουν στην τελική επιλογή του. Μετά τη μεταφορά, ο πελάτης αξιολογεί και εκείνος με τη σειρά του την υπηρεσία. Η Taxibeat δραστηριοποιείται επιτυχώς πλέον και σε πόλεις των ΗΠΑ και της Βραζιλίας. Περισσότερες

πληροφορίες στο παράρτημα 1.2.

Athensbook: Μία επιτυχημένη εφαρμογή των smartphones που μέσω της λειτουργίας GPS επιτρέπει στο χρήστη τον εντοπισμό της οποιασδήποτε υπηρεσίας απο τις 15 κατηγορίες που περιλαμβάνει (πχ. Πρατήρια βενζίνης, φαρμακεία, εστιατόρια), καθώς και όλα τα στοιχεία τους ψηφιοποιημένα, δίνοντας πληροφορίες για τις τιμές, το περιεχόμενο, το ωράριο της κάθε υπηρεσίας κτλ. Περισσότερες πληροφορίες στο Παράρτημα 1.3.

Dailysecrets: Μια επίσης πρωτοποριακή και επιτυχής εφαρμογή των Smartphones, η οποία πλέον δραστηριοποιείται σε 26 πόλεις σε όλο τον κόσμο. Με τη χρήση της εφαρμογής, ο χρήστης λαμβάνει καθημερινά ένα email που εμπεριέχει κάποια μυστικά της πόλης στην οποία διαμένει. Τα μυστικά αυτά αναφέρονται σε εστιατόρια ή νυχτερινά κέντρα και άλλα μέρη διασκέδασης, ή σε εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα τη συγκεκριμένη ημέρα. Με πάνω απο 40 επιθυμητούς προορισμούς καλύπτει ένα μεγάλο φάσμα των καταναλωτικών αναγκών. Για περισσότερες πληροφορίες αναφερθείτε στο παράρτημα 1.4.

Επιχειρήσεις του εξωτερικού

Αρκετές και ευρέως γνωστές είναι οι επιχειρήσεις του εξωτερικού που χαρακτηρίζονται από άσκηση επιτυχημένης διαδικτυακής επιχειρηματικότητας. Αξιοσημείωτο είναι πως υπάρχουν πολλά άτομα διεθνώς που πλέον θεωρούνται επιτυχημένοι Internet Entrepreneurs και βρίσκοντα σε ηλικία κάτω των 21 ετών. Ενδεικτικά θα παραθέσουμε μία λίστα με τις σημαντικότερες απο αυτές επιχειρήσεις καθώς και τους εμπνευστές-ιδιοκτήτες τους στο Παράρτημα 2.

Αλλαγές που μπορούν και πρέπει να γίνουν στην Ελλάδα για την ενίσχυση της διαδικτυακής επιχειρηματικότητας.

Παρά τις νέες αυτές εξελίξεις που αφορούν την επιτυχημένη άσκηση της διαδικτυακής επιχειρηματικότητας που φάνηκαν στα παραδείγματα των ελληνικών επιχειρήσεων πιο πάνω, η γενικότερη αντίληψη γύρω από την επιχειρηματικότητα (διαδικτυακή ή μη) παραμένει σε μεγάλο βαθμό εξαιρετικά προκατειλημένη και στερεοτυπική. Υπάρχουν, ωστόσο, ενέργειες που μπορούν να βοηθήσουν ώστε να μεταβληθεί αυτή η κατάσταση και σε μία περίοδο όπως η σημερινή είναι αυτές πιο σημαντικές απο ποτέ εφόσον θέλουμε να έχουμε υπολογίσιμες ελπίδες για μελλοντική ανάπτυξη και μια πιο παραγωγική οικονομία.

Σε πρώτη φάση έρχεται η καλλιέργεια της επιχειρηματικής κουλτούρας. Το λεγομενο «mentality» που αφορά στα σωστα ερεθίσματα για ιδέες, στη δημιουργικότητα και στο σωστο τρόπο σκέψης, μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία κουλτούρας, η οποία βασίζεται στο δίκτυο ανθρώπων που **συνυπάρχει** καθημερινά στο χώρο της επιχείρησης. Είναι ένα σχέδιο δαπανηρό όσον αφορά το χρόνο και την υπομονή αλλά η αξία της κουλτούρας είναι αποδεδειγμένη σε πολλαπλά παραδείγματα του εξωτερικού.

Σε επίπεδο κυβέρνησης και κράτους, οι κινήσεις είναι πιο απλές. Σε πρώτη φάση πρέπει να λυθούν τα όποια γραφειοκρατικά και νομικά εμπόδια-προβλήματα υπάρχουν. Τέτοιες ενέργειες είναι η μείωση της απαιτούμενης γραφειοκρατείας και η πιο συγκεκριμένη αλλά και μειωμένη φορολογία. Τέτοιες κινήσεις ωθούν ιδιαίτερα στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, καθώς βοηθούν στο να μπορούν τα μέλη του οικοσυστήματος να λειτουργήσουν, να αναπτυχθούν και να ευδοκιμήσουν.

Στον τομέα της Παιδείας, θα πρέπει οι μαθητές απο νεαρή ηλικία ακόμα να διδάσκονται και να εξοικειώνονται με τις έννοιες της δημιουργικότητας και των νέων τεχνολογιών και στη συνέχεια στις σπουδές του να καλούνται να αντιμετωπίζουν υποθετικές, πρακτικές καταστάσεις, έτσι ώστε να χρησιμοποιούν τόσο τις γνώσεις τους, όσο και να αξιοποιούν-εξασκούν τις ικανότητες και ιδέες τους.

Useful Tips

Ολοκληρώνοντας την εργασία θα παραθέσουμε ορισμένες βασικές και βοηθητικές συμβουλές για κάποιον που θέλει να μπει καινοτόμα στο χώρο της διαδικτυακής αγοράς ως ένας νέος internet entrepreneur καθώς και για την αποφυγή λαθών και τη διαρκή ανάπτυξη μετά την είσοδο στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

1. Μία απλή καινοτόμα ιδέα δεν αρκεί. Για ένα σωστό ξεκίνημα χρειάζεται ένα οργανωμένο επιχειρησιακό πλάνο (business plan). Ποιοι θα είναι οι στόχοι της επιχείρησης; Σε ποιες κατηγορίες καταναλωτών στοχεύει το προϊόν; Ποια είναι τα αναμενόμενα κόστη-οφέλη;
2. Είναι η ιδέα αρκετά εμπορική. Μια ιδέα για ένα καινοτόμο προϊόν δεν το κάνει αυτόματα επιτυχές. Πρέπει το προϊόν να ανταποκρίνεται σε κάποιες φανερές ή κρυφές ανάγκες των καταναλωτών έτσι ώστε με τη σωστή προώθηση να θέλουν να το αγοράσουν. Επίσης πρέπει να διαφέρει σημαντικά από οτιδήποτε άλλο στον συγκεκριμένο τομέα της αγοράς που ανήκει.
3. Σωστή επιλογή αγορών στόχων. Το προϊόν θα στοχεύσει σε μικρό εξειδικευμένο τμήμα της αγοράς (niche marketing) ή σε μεγάλο και ευρύ φάσμα καταναλωτών (mass marketing); Τέτοιες διευρυνσεις πρέπει να γίνουν για τον καθορισμό των μελλοντικών ανταγωνιστών
4. Οργάνωση χώρου εργασίας. Βασικό χαρακτηριστικό μίας διαδικτυακής υπηρεσίας είναι ότι λειτουργεί όλο το 24ωρο. Ένας οργανωμένος χώρος που θα αποσκοπεί στην λειτουργία της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι απαραίτητος ακόμα και αν αυτός είναι στο σπίτι.
5. Κατοχή απαραίτητου εξοπλισμού. Για μία διαδικτυακή υπηρεσία είναι αυτονόητο πως χρειάζονται εργαλεία όπως ένας υπολογιστής και μία σταθερή σύνδεση στο διαδίκτυο καθώς και μία σειρά προγραμμάτων και συστημάτων που χρειάζονται για τη σωστή ανάπτυξη και λειτουργία της προσφερόμενης υπηρεσίας καθώς και επαρκή γνώση για την χρήση του.
6. Δημιουργία μίας ποιοτικής ιστοσελίδας. Η ιστοσελίδα είναι η ταυτότητα της επιχείρησης. Πρέπει να είναι ελκυστικά σχεδιασμένη, πλούσια στο περιεχόμενο, και εύκολη στη χρήση. Το υλικό της πρέπει να ανανεώνεται για να ενισχύεται η επισκεψιμότητα. Επίσης η αποθήκευση πληροφοριών για τις αγοραστική συμπεριφορά των πελατών μας μέσω της χρήσης της ιστοσελίδας, είναι απαραίτητη για τη δημιουργία μακροχρόνιων σχέσεων μαζί τους
7. Σωστή χρήση των Social Media. Σε μια όλο και πιο παγκοσμιοποιημένη κοινωνία, τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης ευημερούν όλο και περισσότερο. Η επιχείρηση είναι καλό να κάνει διακριτή την παρουσία της με τη χρήση των συγκεκριμένων μέσων, παρέχοντας πληροφορίες για την προσφερόμενη υπηρεσία, καθώς και προσφορές ημερήσιες ή μη, links προς την ιστοσελίδα κτλ. Επιπρόσθετα γίνεται και συλλογή πληροφοριών για τους δυνητικούς καταναλωτές της επιχείρησης.
8. Το μάρκετινγκ μέσω email δεν έχει πεθάνει, απλά έχει περάσει στα smartphones. Η κατοχή μιας οργανωμένης λίστας των πελατών καθώς και η αποστολή email με διάφορες προσφορές ή νέα της επιχείρησης ενισχύει τη σχέση με τους καταναλωτές.
9. Δημιουργία ισχυρών σχέσεων με του πελάτες. Πλέον, ο ρόλος του σύγχρονου μάρκετινγκ είναι η δημιουργία πιστών πελατών. Με την εξατομίκευση των υπηρεσιών μας ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε καταναλωτή αλλά και την διαρκή εξυπηρέτηση και επικοινωνία μαζί τους, δημιουργούνται μακροχρόνια σχέσεις.
10. Διαρκής ενημέρωση. Σε μία τόσο ραγδαία αναπτυσσόμενη αγορά δεν υπάρχει χρόνος για επανάπαυση. Πρέπει να υπάρχει διαρκής ενημέρωση για τις αλλαγές που υπάρχουν στο τομέα που δραστηριοποιείται η επιχείρηση έτσι ώστε να μένει μπροστά από τις εξελίξεις.
11. Ανανέωση της τεχνολογίας. Όταν η δραστηριότητα της επιχείρησης βασίζεται στο διαδίκτυο, είναι απαραίτητη η γνώση όλων των νέων τεχνολογιών καθώς και η υιοθέτηση κάποιων από αυτών.
12. Σωστή διαχείριση του χρόνου. Τελευταία αλλά ίσως πιο σημαντική είναι η σωστά οργανωμένη και προγραμματισμένη προσωπική ενασχόληση με την υπηρεσία που προσφέρεται. Μία διαδικτυακή υπηρεσία είναι ανοιχτή όλο το 24ωρο, κάτι το οποίο έναν άνθρωπος μόνος του δεν μπορεί. Πρέπει να γίνει σωστή οργάνωση του χρόνου που αφιερώνεται στην υπηρεσία, έτσι ώστε να υπάρχει μέγιστη παραγωγικότητα και αποτελεσματικότητα αλλά και να κρατηθεί το ενδιαφέρον ζωντανό.

Η έννοια του «επιχειρείν» είναι μεν γενική, αλλά και ιδιαίτερα σημαντική δε στις μέρες μας. Δεν είναι λίγες οι μεγάλες επιχειρήσεις που δημιουργήθηκαν και αναπτύχθηκαν σε περιόδους οικονομικής δυσφορίας. Υπάρχουν πολλές ευκαιρίες με την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στο διαδίκτυο. Βασικό χαρακτηριστικό της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας είναι να μπορείς να δεις τις ευκαιρίες και να τις αξιοποιήσεις, ικανότητες που θα χρειαστεί η νέα γενιά για να βελτιώσει τη ζωή της, αλλά και να αλλάξει τον κόσμο.



Παράρτημα 1.1

welovetoys.gr

Θα εξετάσουμε την περίπτωση του ηλεκτρονικού καταστήματος welovetoys.gr. Το εν λόγω ηλεκτρονικό κατάστημα ανήκει στην εταιρεία NetSpirit ΑΕ, η οποία ιδρύθηκε τον Μάρτιο του 2011. Οι ιδρυτές της εταιρείας υποστηρίζουν ότι τα απαραίτητα βήματα για την εφαρμογή της επιχειρηματικότητας στο διαδίκτυο είναι τα εξής: α. Επιχειρηματική ιδέα, β. Έρευνα, γ. Επιχειρηματική πρόταση, δ. Χρηματοδότηση και ε. Ίδρυση και σκληρή δουλειά.

Η ιδέα προήλθε από την καθημερινότητα. Ο Διονύσης Ζήβας, ένας από τους συνιδρυτές της εταιρείας και η σύζυγός του ως νέοι γονείς αναζητούσαν παιχνίδια για τα παιδιά τους, αλλά δεν υπήρχε κανένα online κατάστημα παιχνιδιών για να τους εξυπηρετήσει στην Ελλάδα. Έτσι αναρωτήθηκαν το πώς θα μπορούσαν να εξυπηρετηθούν όλα εκείνα τα νέα ζευγάρια που ξεκινούσαν οικογένεια και δεν είχαν κάπου να απευθυνθούν όσον αφορά τις ανάγκες σε παιχνίδια, κούνιες, μωρουδιακά ρούχα κλπ. Έτσι γεννήθηκε η ιδέα του welovetoys το οποίο δραστηριοποιείται στην online πώληση παιχνιδιών, ειδών πάρτυ, βρεφικών, ειδών μεταφοράς μωρού, παιδικού δωματίου και εποχικών ειδών με κέντρο το παιδί και τις ανάγκες του. Το “we love” τους φάνηκε τότε ως ένα ωραίο σλόγκαν, εύκολα επεκτάσιμο για μελλοντική χρήση αν ήθελαν να δραστηριοποιηθούν και σε κάποιο άλλο τομέα.

Μετά τη σύλληψη της ιδέας, σειρά είχε η έρευνα. Οι συνολικές online αγορές το 2010 είχαν φτάσει τα 1,1 δις € από 1εκ. Έλληνες καταναλωτές. Οι online συναλλαγές το χρόνο ανά καταναλωτή είναι 10 με 11 και οι ηλικίες των καταναλωτών μεταξύ 25-45 ετών. Η μέθοδος πληρωμής ήταν με αντικαταβολή. (Τα στοιχεία αυτά δόθηκαν από την ΑΣΟΕΕ). Επίσης, υπήρχε ένα online κατάστημα ηλεκτρονικών ειδών που κατάφερε να κυριαρχήσει έναντι των πασίγνωστων αλυσίδων φυσικών καταστημάτων, το e-shop.gr, το οποίο εντέλει αποτέλεσε μεγάλη έμπνευση για το online κατάστημα παιχνιδιών. Αν αυτοί που αγόραζαν ηλεκτρονικά είδη ήταν μεταξύ 25 και 45 ετών γιατί να μην αγόραζαν και παιχνίδια για τα παιδιά τους; Έπρεπε να εξεταστεί όμως και η αγορά παιχνιδιών, οι ισολογισμοί, οι τζίροι των ανταγωνιστών και να καθοριστεί ποιο κομμάτι της πίτας της αγοράς τους αναλογούσε. Οι ιδρυτές του welovetoys πόνταραν στην σταθερή, ανελαστική ζήτηση (το παιδί δεν στερείται τα απαραίτητα από τους γονείς του όσες περικοπές και να γίνουν στον οικονομικό προϋπολογισμό τις οικογένειας). Τέλος, στην Ελλάδα υπήρχε μόνο μία μεγάλη αλυσίδα φυσικών καταστημάτων σε όλη τη χώρα, τα JUMBO και κανένα online κατάστημα.

Γιατί όμως να προτιμήσει ο καταναλωτής το welovetoys; Εδώ έρχεται η επιχειρηματική πρόταση: η κουλτούρα της εταιρείας είναι “Απόλυτη εξυπηρέτηση πελάτη”. Στον πυρήνα αυτής της κουλτούρας έρχονται να προστεθούν τα στοιχεία της 24ωρης παράδοσης, του δικαιώματος επιστροφής προϊόντος έως και 365 ημέρες μετά την αγορά με δωρεάν μεταφορικά και η δυνατότητα ισόβιας έκπτωσης 10% σε πολύτεκνους, τρίτεκνους και γονείς με δίδυμα. Καθιερώνοντας το δικαίωμα επιστροφής προϊόντος για τόσο μεγάλο διάστημα κατάφεραν να νικήσουν την ανησυχία του καταναλωτή και να τον κάνουν να εμπιστευτεί το κατάστημα. Η έκπτωση 10% στις προαναφερθείσες ομάδες κάνουν τους συγκεκριμένους καταναλωτές opinion leaders που θα εξάπλωναν την φήμη του καταστήματος με word of mouth.

Με την παρουσίαση αυτής της επιχειρηματικής πρότασης βρήκαν ένθερμη υποστήριξη από τους προμηθευτές, σύντομα ήρθε η χρηματοδότηση και έτσι ιδρύθηκε η εταιρεία, η οποία τον Μάιο του 2012 προχώρησε στη δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος welovebabies, επεκτείνοντας το “we love” concept σε μια νέα κατηγορία αγοράς, τα αναλώσιμα είδη για μωρά (χαρτικά, πάνες κλπ).



Παράρτημα 1.2

Taxibeat

Πριν από περίπου τρία χρόνια ο κ. Νίκος Δρανδανάκης βγήκε για δείπνο με τους φίλους σε κάποιο εστιατόριο. Μετά τη ολολήρωση ενός γεμάτου γεύματος, έβγαλε το iPhone του και περιηγήθηκε στην εφαρμογή Google Maps. Παρακολουθώντας τον, ένας φίλος του παρατήρησε πόσο «φοβερό» θα ήταν οι συγκεκριμένοι χάρτες να δείχνουν που κινούνται τα διαθέσιμα ταξί, κατ'αυτόν τον τρόπο μία ιδέα γεννήθηκε.

Σε διάρκεια πέντε μηνών ο κ. Νίκος είχε δημιουργήσει την Taxibeat, μία επαναστατική υπηρεσία για την παροχή μεταφορών taxi. Ένας χρήστης αυτής της

υπηρεσίας, μέσω του smartphone του, μπορούσε να δώσει εύκολα στίγμα σχετικά με την τοποθεσία του σε έναν κοντινό οδηγό taxi της επιλογής του, καθώς η εφαρμογή του δίνει τη δυνατότητα της προβολής της ταυτότητας του κάθε οδηγού, την τοποθεσία όπου βρίσκεται τη συγκεκριμένη στιγμή, καθώς και την βαθμολογία του μέσα από την αξιολόγηση προηγούμενων πελατών του. Στη συνέχεια ο χρήστης αναμένει το όχημα που θα τον μεταφέρει και μετά την ολοκλήρωση της μεταφοράς, βαθμολογεί κι εκείνος με τη σειρά του τον οδηγό.

Η καινοτομία του Taxibeat εστιάζεται στο γεγονός ότι παίρνει την κατακερματισμένη πλέον, αγορά των οχημάτων taxi και μας δίνει μία ολοκληρωμένη και οργανωμένη μορφή όπου χιλιάδες επαγγελματίες οδηγοί μπορούν να ενταχθούν. Κατ'αυτόν τον τρόπο οι καταναλωτές έχουν όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται για να αποφασίσουν το τι ν' αγοράσουν, αλλά και οι οδηγοί σχετικά με το τι μπορούν να προσφέρουν, οδηγώντας την αγορά σε μεγαλύτερη διαφάνεια.

Η εφαρμογή Taxibeat εξακολουθεί να έχει τεράστια επιτυχία στην Ελλάδα, καθώς όμως πλέον και σε πόλεις των ΗΠΑ και της Βραζιλίας. Επενδύσεις γίνονται για την άμεση προώθηση της εφαρμογής και στη Γαλλία.

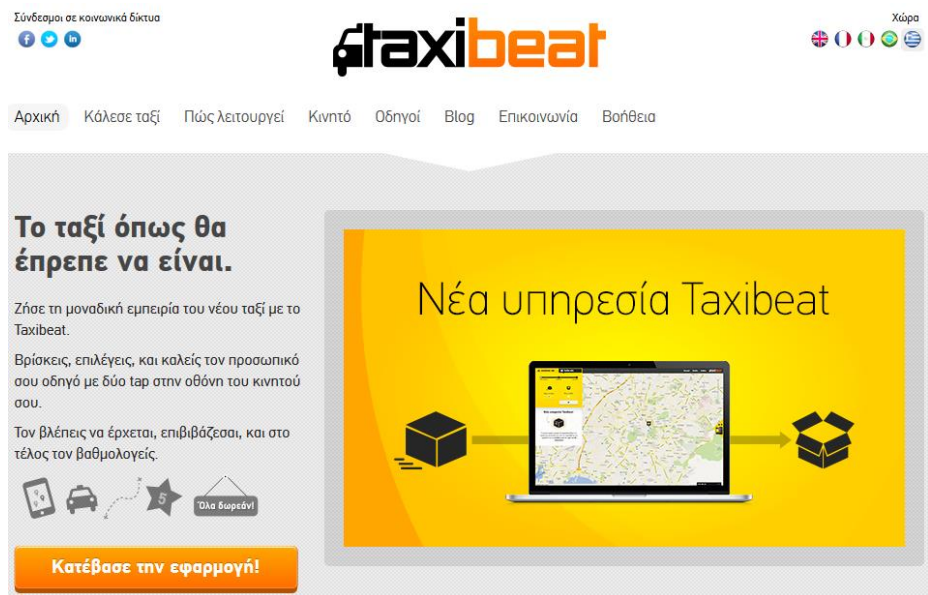
Παράρτημα 1.3

AthensBook

Το 2005 σε μία ταβέρνα στο Χαλάνδρι, οι κύριοι Δημοσθένης Καπόνης και Γιώργος Πανζάρης, διδακτορικοί φοιτητές, συζητούσαν για το φαγητό του ψητοπωλείου. Αυτή η συζήτηση ήταν το έναυσμα για τη δημιουργία του AthensBook, τρία χρόνια αργότερα, όπου καταχωρήθηκε και το συγκεκριμένο εστιατόριο.

Το AthensBook χρησιμοποιεί τη λειτουργία GPS που διαθέτουν τα Smartphones με σκοπό να βοηθάει το χρήστη να εντοπίσει την υπηρεσία που επιθυμεί. Με ένα σύνολο δεκαπέντε κατηγοριών υπηρεσιών, όπως ενδεικτικά τα φαρμακεία, τα πρατήρια βενζίνης και τα εστιατόρια, ο χρήστης μπορεί να επιλέξει την υπηρεσία που τον συμφέρει περισσότερο, καθώς πέρα των τοποθεσιών των διαφόρων υπηρεσιών, η εφαρμογή παρέχει και πληροφορίες σχετικά με τις τιμές των διαθέσιμων προϊόντων, τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων κτλ.

Η καινοτομία της συγκεκριμένης εφαρμογής έγκειται στο ότι ψηφοποιεί σε μεγάλο βαθμό τις υπηρεσίες που βρίσκονται στην πόλη κάνοντας έτσι την ζωή μας λίγο πιο εύκολη παρέχοντας δωρεάν και άμεση πληροφόρηση



όποτε την χρειαζόμαστε.



Παράρτημα 1.4

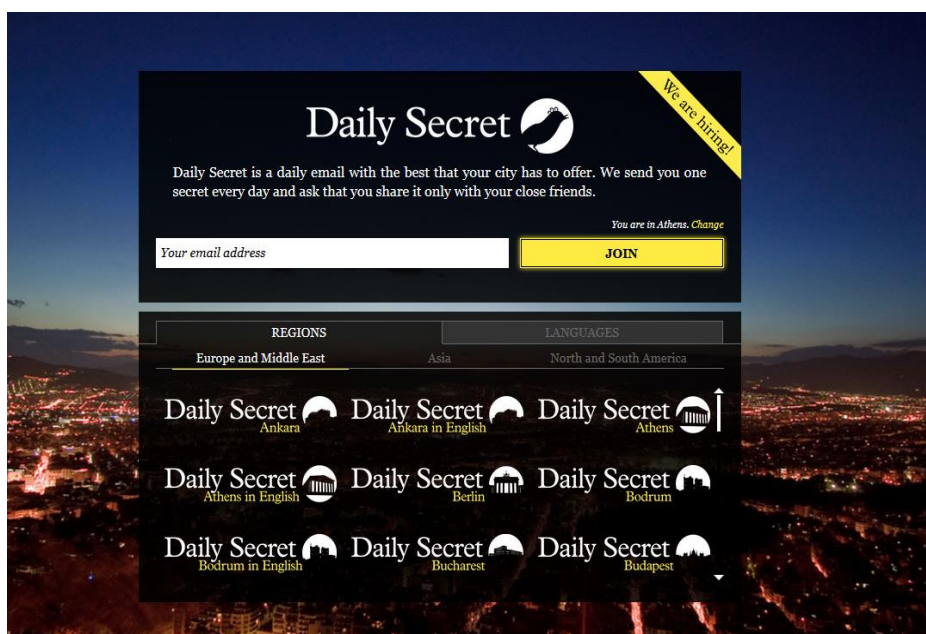
Daily Secret

Η Daily Secret δημιουργήθηκε αρχικά χωρίς κάποιο επιχειρηματικό σχέδιο, αλλά απλά με το σκοπό να υπενθυμίσει στους κάτοικους, μια Ελλάδα βυθισμένης στην οικονομική κρίση τα πράγματα που αγαπούν για την πόλη τους. Η συγκεκριμένη επιχείρηση ιδρύθηκε το 2010 από τους Έλληνες internet entrepreneurs, Νίκο Κακαβούλη και Φαίδρα Χρούσου και κατάφερε να συγκεντρώσει 1.85 εκατομμύρια δολάρια σε χρηματοδότηση από τις αμερικανικές BV Capital, Greycroft Partners και Trigger Media.

Πρόκειται για μία εφαρμογή, της οποίας οι χρήστες λαμβάνουν καθημερινά ένα μικρό μήνυμα που περιέχει κάποια μυστικά της πόλης που αφορούν είτε σε μέρη διασκέδασης ή σε συγκεκριμένες εκδηλώσεις κλπ. Με αυτόν τον τρόπο βοηθάει το χρήστη να αναλακάλυψει περισσότερα σχετικά με την πόλη στην οποία ζει.

Η επιχείρηση σήμερα δραστηριοποιείται σε 26 πόλεις σε ολόκληρο τον κόσμο και καλύπτει πάνω από 40 επιθυμητούς προορισμούς. Φιλοξενεί πάνω από 250.000 μέλη και η εφαρμογή της διατίθεται σε πάνω από 24 εκδόσεις γλώσσας.

Η Daily Secret προσφέρει, τέλος, δωρεάν διαφήμιση σε τοπικές εταιρείες-startups στις πόλεις στις οποίες λειτουργεί καθώς και δωρεάν χώρο για γραφεία σε Αθήνα και Νέα Υόρκη.



Παράρτημα 2

Internet entrepreneurs του εξωτερικού

Jimmy Wales - Wikipedia
Etienne Uzac - International Business Times
Sergey Brin and Larry Page - Google
Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Chris Hughes and Eduardo Saverin - Facebook
Bill Gates and Paul Allen (passed down to Ray Ozzie and Craig Mundie from Bill Gates) - Microsoft - MSN
Chad Hurley, Steve Chen and Jawed Karim - YouTube
Julian Assange - Wikileaks
Pierre Omidyar and John Donahoe - eBay
Tom Anderson and Chris DeWolfe - Myspace
Jeff Bezos - Amazon.com
Craig Newmark - Craigslist
Jerry Yang and David Filo - Yahoo
Max Levchin, Peter Thiel, Elon Musk, and Luke Nosek - Paypal
Caterina Fake and Stewart Butterfield - Flickr
Reed Hastings - Netflix
Jack Dorsey - Twitter
Kevin Rose - Digg
James H. Clark and Marc Andreessen - Netscape
Joshua Schachter - del.icio.us
Shawn Fanning - Napster
Sky Dayton - EarthLink
Bob Parsons - Go Daddy
Tom Fulp - Newgrounds
Todd Wagner and Mark Cuban - Broadcast.com
Scott Manville - Television Writers Vault
Michael Arrington - TechCrunch
Chris Pirillo - Lockergnome
Arvind A. Raichur - AllLaw.com, Inc.
Steffan Sondermark Fallesen - Servage Hosting
Christopher Poole (moot) - 4chan.org
Zach Klein - Vimeo
Ashwin Navin - BitTorrent
Trip Adler - Scribd
Garrett Gruener and David Warthen - cofounders, Ask.com, Doug Leeds - CEO, Ask.com
Catherine Cook – MyYearBook

Βιβλιογραφία

Συγγράμματα:

- Δημητριάδης Σ. & Μπάλτας Γ., (2003), **Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Μάρκετινγκ**, 1η έκδοση, Εκδόσεις: Rosili.
- David Deakins, Mark Freel, (2006), **Entrepreneurship and Small Firms**, 6th edition, McGraw-Hill Education.
- Βουδούρη Ειρήνη, (2005), **Η πρόκληση του επιχειρείν**, 1^η έκδοση, Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.
- Fang Zhao, (2006), **Entrepreneurship and Innovations in E-business: An Integrative Perspective**, Idea Group Publishing.

Ιστοσελίδες:

- <http://inspirationfeed.com/>
- <http://knowledge.wharton.upenn.edu/index.cfm>
- <http://www.entrepreneur.com/>
- <http://www.startup.gr/>
- <http://ypopsin.gr>
- <http://en.wikipedia.org>
- <http://www.retireat21.com/>
- <http://internet-entrepreneurship.com/>
- <http://www.dailysecret.com/>
- <https://taxibeat.gr/>
- <https://taxibeat.com/>
- <http://www.athensbook.gr>
- <http://www.welovetoys.gr/>
- www.linkedin.com/
- www.wikihow.com

Συνέδρια:

- Παρουσιάσεις από το "Πανόραμα Επιχειρηματικότητας & Σταδιοδρομίας 2012" του καθηγητή του ΟΠΑ Ι. Λαδόπουλου με θέμα: "Διαδίκτυο και Επιχειρηματικές Ευκαιρίες".

