

Οικονομικός & Επιχειρησιακός Σχεδιασμός στις Υπηρεσίες Πληροφόρησης

Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
Τμήμα Αρχειονομίας – Βιβλιοθηκονομίας
Ιόνιο Πανεπιστήμιο

Δρ. Πέτρος Κωσταγιόλας

Κέρκυρα
Ακαδημαϊκό Έτος 2013-2014

Χρηματοδότηση

Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.

Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.

Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Άδειες Χρήσης

Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται
σε άδειες χρήσης Creative Commons



Η Έννοια της Στρατηγικής ... (Παπαδάκης, 2002)

Στρατηγική είναι η κατεύθυνση (direction) και το εύρος (scope) των δραστηριοτήτων μιας Υπηρεσίας Πληροφόρησης (επιχείρησης) μακροπρόθεσμα, η οποία εξασφαλίζει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την Υπηρεσία Πληροφόρησης (επιχείρηση), μέσω της διάταξης των πόρων της μέσα σε ένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον, με στόχο να ανταποκριθεί στις ανάγκες των αγορών και να καλύψει τις προσδοκίες των βασικών ομάδων ενδιαφερομένων (stakeholders).

Καθορισμός Κατεύθυνσης

- **Καθορισμός της κατεύθυνσης**
 - Τι θέλουμε να επιτύχουμε;
- **Κατάστρωση σχεδίων και στρατηγικών**
 - Πώς θα επιτύχουμε αυτά που θέλουμε;
- **Έλεγχος της απόδοσης**
 - Πώς γνωρίζουμε πόσο καλά τα πηγαίνουμε;

Είδη στρατηγικής

Σε ένα κόσμο που μεταβάλλεται συνεχώς, η μόνη βεβαιότητα για μια υπηρεσία πληροφόρησης είναι η μεταβολή.

Συνεπώς οι στρατηγικές για τη δημιουργία των βιβλιοθηκών και υπηρεσιών πληροφόρησης του 21ου αιώνα πρέπει να εστιάζονται στην ικανότητα των επιστημόνων της πληροφόρησης όχι απλώς να προσαρμόζονται στις μεταβολές, αλλά και να προετοιμάζονται για αυτές, να τις διευκολύνουν και εάν είναι δυνατόν να τις διαμορφώνουν.

Είδη ευρύτερων στρατηγικών

- Λειτουργική Αριστεία
- Στενή σχέση με τον χρήστη
- Καινοτομικές υπηρεσίες

Ερωτήματα για τη διαμόρφωση Στρατηγικής Λειτουργικής Αριστείας

- Ποιο επίπεδο ποιότητας μπορεί να επιτευχθεί και να διατηρηθεί για κάθε υπηρεσία της βιβλιοθήκης;
- Πώς μπορεί η τεχνολογία να αυξήσει την αποτελεσματική και αποδοτική λειτουργία της βιβλιοθήκης;
- Ποιες μεταβολές στις μεθόδους και τις διαδικασίες θα οδηγήσουν σε βελτίωση της παραγωγικότητας; Το μέγεθος των μεταβολών μπορεί να είναι μικρό ενώ μια ριζική αναδιάρθρωση είναι γνωστή ως «ανασχηματισμός διαδικασιών».
- Ποια εμπόδια στην εξυπηρέτηση των χρηστών που υπάρχουν σήμερα μπορούν να εξαλειφθούν ή να μετριαστούν; Εάν ρωτήσουμε μια ομάδα χρηστών μιας βιβλιοθήκης να αναφέρουν τι τους προβληματίζει όταν χρησιμοποιούν τη βιβλιοθήκη θα πάρουμε πολύ αποκαλυπτικές απαντήσεις!
- Ποιες οικονομίες κλίμακας υπάρχουν και οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν;

Ερωτήματα για τη διαμόρφωση Καινοτομικών υπηρεσιών

- Εάν δεν υπήρχαν περιορισμοί, τι θα μπορούσαμε να κάνουμε;
- Πώς μπορούμε να οδηγήσουμε τις υφιστάμενες υπηρεσίες μας σε καινούργια επίπεδα;
- Ποια υπηρεσία πρέπει να διακόψουμε για να κάνουμε ανακατανομή πόρων;
- Τι δεν ξαναδοκιμάστηκε ποτέ άλλοτε;
- Ποιες είναι οι επιλογές, οι νέες εναλλακτικές λύσεις και οι δυνατές συνεργασίες που πρέπει να ληφθούν υπόψη;
- Η αναβάθμιση της τεχνολογικής μας βάσης θα μπορούσε να δώσει στη βιβλιοθήκη τη δυνατότητα για την εισαγωγή νέων υπηρεσιών ή τη βελτίωση των υφιστάμενων;
- Διαθέτει το προσωπικό το ταλέντο και τις δεξιότητες για να αντιμετωπίσει την πρόκληση των καινοτομιών;

Στρατηγικές επιλογές

- *Εστίαση της προσοχής στο προϊόν / υπηρεσία*
 - Η εναλλακτική λύση είναι να επιλέξουμε δύο ή τρεις υπηρεσίες και να εστιάσουμε την προσοχή μας στο να τις παρέχουμε καλά.
 - Ο στόχος είναι να αναπτύξει η βιβλιοθήκη φήμη και να γίνει γνωστή ως 'Η' πηγή πληροφοριών και υπηρεσιών με ποιότητα.
- *Γεωγραφική εστίαση της προσοχής*
 - Οι υπηρεσίες πληροφόρησης έχουν εφαρμόσει προ πολλού αυτή τη μέθοδο καθώς αναπτύσσουν και διατηρούν τμήματα ή παραρτήματα βιβλιοθηκών.
- *Τμήματα αγοράς*
 - Η μέθοδος αυτή συχνά χαρακτηρίζεται με τον όρο τμηματοποίηση της ζήτησης.

Ερωτήματα για την ενίσχυση της Στενής σχέσης με τον χρήστη

- Ποιο είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της βιβλιοθήκης;
- Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές;
- Πώς μπορούμε να εξυπηρετήσουμε τους υφιστάμενους χρήστες μας με καλύτερο τρόπο;
- Ποια είναι τα νέα τμήματα από το σύνολο των δυνητικών χρηστών μπορούμε στα οποία μπορούμε να στοχεύσουμε;
- Ποιο μερίδιο της αγοράς μπορούμε να προσδοκούμε με δεδομένους τους πόρους μας;
- Γνωρίζουμε πραγματικά τι θέλουν και τι εκτιμούν οι διάφοροι τύποι χρηστών;

Στρατηγικές Διαφοροποίησης

- *Ποιότητα*
- *Προσανατολισμός στον πελάτη*
 - *Τυποποιημένη εξατομίκευση*
 - *Ειδικά προσαρμοσμένη εξατομίκευση*
 - *Εξατομικευμένη πρόταση*
- *Καινοτομίες*
- *Τεχνική υπεροχή*
- *Διανομή*
- *Υποστήριξη*
- *Εγκατεστημένη βάση χρηστών*
- *Επωνυμία*
- *Αλλαγή προσφερόμενων υπηρεσιών σε υφιστάμενες αγορές*
 - *Διεύρυνση των παρεχομένων υπηρεσιών*
 - *Εστίαση παρεχομένων υπηρεσιών*
 - *Βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών*

Βασικά Ζητήματα Ανάλυσης Αγορών

Ο ΚΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο κλάδος (industry) της οικονομίας στον οποίο ανήκει η επιχείρηση, με τα διάφορα χαρακτηριστικά του και τις προοπτικές του για το μέλλον, είναι από τα ουσιώδη ζητήματα στην κατεύθυνση δημιουργίας στρατηγικών προγραμμάτων

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΚΛΑΔΩΝ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος (ΕΣΥΕ) στις στατιστικές παρουσιάσεις της ομαδοποιεί τους τους κλάδους και υπο-κλάδους της ελληνικής οικονομίας με συγκεκριμένους κωδικούς αριθμούς, τίτλους και ονοματολογία. Με βάση αυτή την ομαδοποίηση γίνεται η συλλογή, επεξεργασία, ταξινόμηση των στατιστικών στοιχείων για τις επιχειρήσεις και η εξαγωγή συμπερασμάτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1: Η στατιστική ταξινόμηση των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ) των περιόδων 1981 κ.εξ. και 1991 κ.εξ. (ΕΣΥΕ 1994).

ΣΤΑΚΟΔ - 91

- A Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα και δάση
- B Αλιεία
- Γ Ορυχεία και λατομεία
- Δ Μεταποιητικές βιομηχανίες

- E Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και νερού
- ΣΤ Κατασκευές
- Z Χονδρικό και λιανικό εμπόριο
Επισκευή αυτοκινήτων, μοτοσικλετών και ειδών προσωπικής και οικιακής χρήσης

- H Ξενοδοχεία και εστιατόρια
- Θ Μεταφορές, αποθήκευση και επικοινωνίες
- I Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί
- K Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, εκμισθώσεις και επιχειρηματικές δραστηριότητες

- Λ Δημόσια διοίκηση και άμυνα υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση

- M Εκπαίδευση
- N Υγεία και κοινωνική μέριμνα

- Ξ Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού συνόλου και άλλων υπηρεσιών κοινωνικού ή ατομικού χαρακτήρα
- Ο Ιδιωτικά νοικοκυριά που απασχολούν οικιακό προσωπικό
- Π Ετερόδοκοι οργανισμοί και όργανα

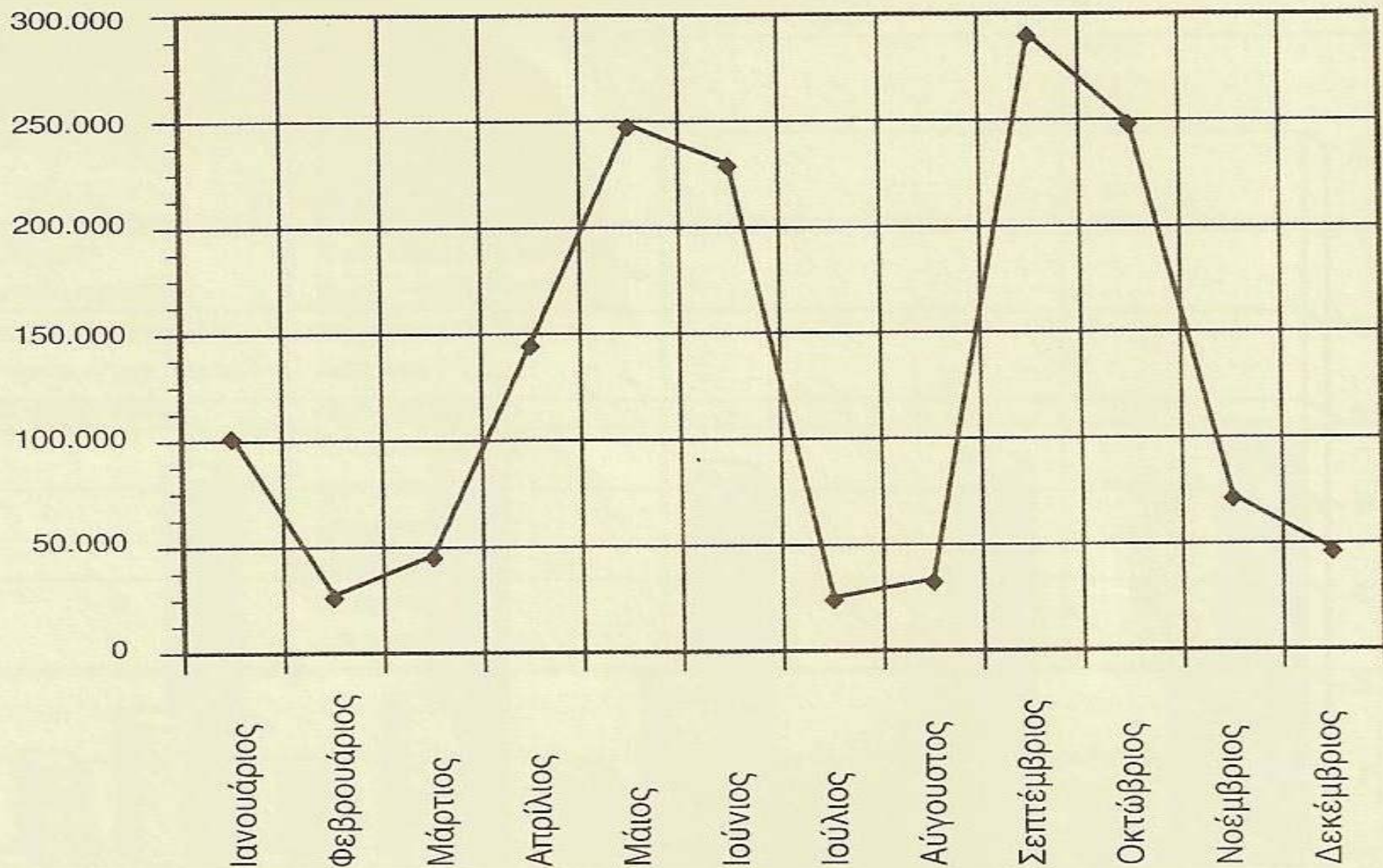
ΣΤΑΚΟΔ - 80

- 0 Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα και δάση
- 0 Αλιεία
- 1 Ορυχεία και λατομεία
- 2-3 Βιομηχανία - Βιοτεχνία (εκτός από τις επισκευές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών, ειδών προσωπικής και οικιακής χρήσης και μηχανών γραφείου και ηλεκτρονικών υπολογιστών)
- 4 Ηλεκτρισμός, φώταέριο, ατμός, ύδρευση
- 5 Οικοδομήσεις και δημόσια έργα
- 3 Επισκευή αυτοκινήτων και μοτοσικλετών και ειδών προσωπικής και οικιακής χρήσης
- 6 Εμπόριο

- 6 Ξενοδοχεία και εστιατόρια
- 7 Μεταφορές, αποθηκεύσεις, επικοινωνίες
- 8 Τράπεζες και λοιπά οικονομικά ιδρύματα, ασφάλειες
- 3 Επισκευή μηχανών γραφείου και ηλεκτρονικών υπολογιστών
- 8 Διεκπεραιώσεις υποθέσεων, ενοικιάσεις κινητών, ενοικιάσεις ακινήτων

- 9 Επιστημονικά ιδρύματα ερευνών
- 9 Κυβερνητικές υπηρεσίες, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση
- 9 Παιδεία
- 9 Ιατρικές υπηρεσίες, οργανισμοί και ιδρύματα κοινωνικής πρόνοιας
- 9 Υπηρεσίες υγιεινής, προσωπικές υπηρεσίες, υπηρεσίες αναψυχής και πολιτισμού, επαγγελματικές οργανώσεις
- 9 Οικιακές υπηρεσίες

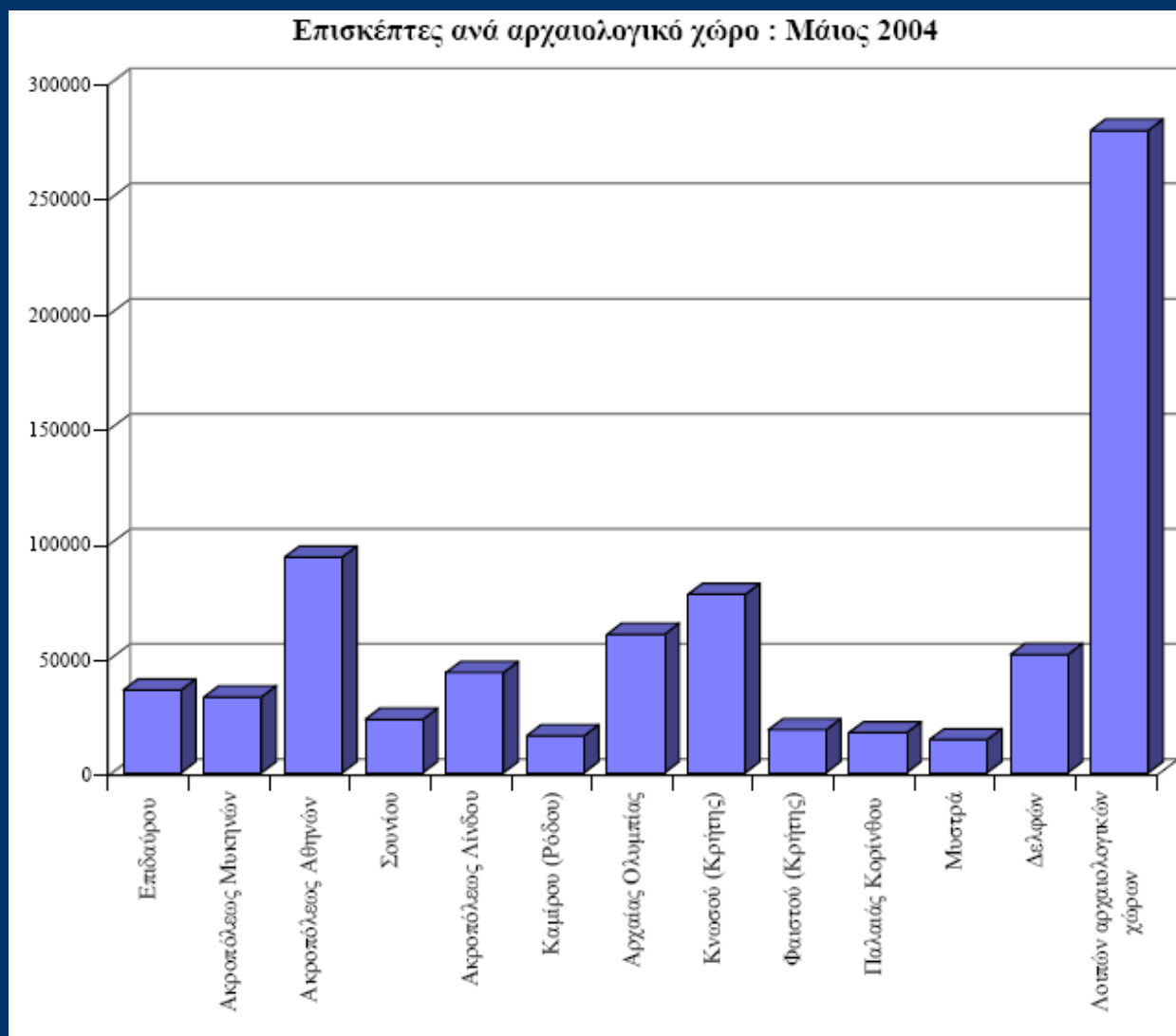
- 9 Ξένες διπλωματικές και στρατιωτικές αποστολές και υπηρεσίες



ΣΧΗΜΑ 6.5: Επισκέπτες μουσείων και αρχαιολογικών χώρων (ΕΣΥΕ 2001).

Η Δ/ση Κοινωνικών Στατιστικών της Γενικής Γραμματείας της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος ανακοινώνει τα στοιχεία της κίνησης των Μουσείων και των Αρχαιολογικών χώρων κατά το μήνα Μάιο 2004 σε σύγκριση με τον αντίστοιχο μήνα του 2003 και με την αντίστοιχη ποσοστιαία μεταβολή.

Οι πίνακες που ακολουθούν περιέχουν μηνιαία και ετήσια στοιχεία των επισκεπτών στα μουσεία και τους αρχαιολογικούς χώρους με τη μεγαλύτερη κίνηση.



Μάκρο- και Μικρο- οικονομική

- Η ανάλυση των αγορών αποτελεί αντικείμενο της οικονομικής θεωρίας

Η μικρο-οικονομική εστιάζει στην μελέτη της λειτουργίας και της επίδοσης διαφόρων τύπων αγοράς καθώς και στην συμπεριφορά των συμμετεχόντων σε αυτή (αγοραστών και πωλητών).

- Σε αντιδιαστολή, η μακρο-οικονομική εξετάζει την λειτουργία της οικονομίας ως σύνολο, σε αθροιστικό επίπεδο.

Αγορά: προσφορά & ζήτηση

- Μια αγορά έχει δύο πλευρές την προσφορά και την ζήτηση
- **Προσφορά:** Το σύνολο των δυνητικών πωλητών (παραγωγών)...
- **Ζήτηση:** Το σύνολο των δυνητικών πελατών (αγοραστών, χρηστών)
- **Χαρακτηριστικά** μιας αγοράς,
 - η πλευρά της προσφοράς είναι διακριτή από αυτή της ζήτησης,
 - τα ίδια «άτομα» μπορούν να λαμβάνουν διαφορετικούς ρόλους, ανάλογα από την οπτική όπου θα μελετηθούν.
- Η **ουσία** της αγοράς βρίσκεται στην αναζήτηση αμοιβαία επωφελών ανταλλαγών αγαθών (προϊόντων και υπηρεσιών).

Η ανάλυση της Αγοράς

- Γνώση της ζήτησης των καταναλωτών για το προϊόν ή την υπηρεσία όπως εκφράζεται από την «καμπύλη της συνολικής ζήτησης».
- Γνώση των δυνατοτήτων της προσφοράς του προϊόντος ή της υπηρεσίας, βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.

Η έννοια της οικονομικής αξίας

- Σε μια εγχρήματη οικονομία, το χρήμα μεσολαβεί στην συναλλαγή, παίζοντας τον ρόλο διαμεσολάβησης στην ανταλλαγή ενός αγαθού με ένα άλλο.
- Μπορούμε, λοιπόν να θέσουμε το ακόλουθο εύλογο ερώτημα... «Ποια είναι η αξία μιας υπηρεσίας πληροφόρησης, για παράδειγμα, του δανεισμού ενός τεκμηρίου, για ένα συγκεκριμένο άτομο;» με άλλα λόγια είναι σαν να ερωτάμε «Ποια είναι η τιμή επιφύλαξης (u) του ατόμου, η απλούστερα, πόσο είναι διατεθειμένο το συγκεκριμένο άτομο να πληρώσει για την συγκεκριμένη υπηρεσία πληροφόρησης;»
- Ακόμα, η τιμή διάθεσης της υπηρεσίας πληροφόρησης στην αγορά, ονομάζεται αγοραία τιμή (p).

Το πλεόνασμα του χρήστη!

- Εάν η αγοραία τιμή είναι ίση με την τιμή επιφύλαξης (δηλαδή την αξία), τότε το άτομο θα είναι αδιάφορος για την υπηρεσία πληροφόρησης.
- Εάν η αγοραία τιμή είναι υψηλότερη από την τιμή επιφύλαξης (δηλαδή την αξία), τότε το άτομο δεν θα αγοράσει (δεν θα λάβει) την υπηρεσία πληροφόρησης.
- Εάν η αγοραία τιμή είναι υψηλότερη από την τιμή επιφύλαξης (δηλαδή την αξία), τότε το άτομο θα αγοράσει (θα λάβει) την υπηρεσία πληροφόρησης.
- Η διαφορά της αξίας και της τιμής είναι το πλεόνασμα το οποίο απολαμβάνει το άτομο (καταναλωτής).
- Το πλεόνασμα είναι πάντα θετικό εφόσον το άτομο μπορεί να αρνηθεί της υπηρεσία.

Το πλεόνασμα του παραγωγού!

- Για τον παραγωγό το κρίσιμο μέγεθος είναι το οριακό κόστος (c), το οποίο προσδιορίζει το συνολικό κόστος παραγωγής μιας υπηρεσίας πληροφόρησης.
- Εάν η αγοραία τιμή είναι ίση με το οριακό κόστος τότε ο παραγωγός είναι αδιάφορος για την πώληση.
- Εάν η αγοραία τιμή είναι μικρότερη ...
- Εάν η αγοραία τιμή είναι μεγαλύτερη, τότε ο παραγωγός επιλέγει να πουλήσει και απολαμβάνει το πλεόνασμα παραγωγού.

Επωφελείς σχέσεις χρήστη και παραγωγού για τις συναλλαγές...

- Τι συμβαίνει (αποτέλεσμα για τις συναλλαγές) όταν το οριακό κόστος ξεπερνάει την αξία;
- Τι συμβαίνει (αποτέλεσμα για τις συναλλαγές) είναι ίσο με την αξία;

Μόνο όταν το οριακό κόστος είναι ΜΙΚΡΟΤΕΡΟ της αξίας έχει ΝΟΗΜΑ η συναλλαγή στην εγχρήματη αγορά!

Ο παραγωγός και ο χρήστης απολαμβάνουν αντίστοιχα πλεόνασμα από την συναλλαγή...

Το πως θα μοιραστεί το πλεόνασμα μεταξύ των δύο αντανακλά στην τιμή...

ΖΗΤΗΣΗ

- **Καμπύλη της Ζήτησης:**

Αναπαριστά την σχέση που δείχνει το μέγιστο ποσό που είναι διατεθειμένος να πληρώσει ο καταναλωτής για κάθε δεδομένη ποσότητα του προϊόντος ή ισοδύναμα την ποσότητα των προϊόντων που θα αγοράζε ανά (ανταλλακτική) τιμή μονάδας.

- **Καμπύλη Συνολικής Ζήτησης:**

Η Καμπύλη Συνολικής Ζήτησης ή Καμπύλη Ζήτησης της Αγοράς δείχνει για την κάθε δεδομένη τιμή την συνολική ζήτηση για το προϊόν από όλους τους καταναλωτές (άθροισμα των καμπυλών ζήτησης).

- **Ελαστικότητα της Ζήτησης:**

Η κλίση της καμπύλης ζήτησης μετρά τις μεταβολές της ποσότητας της ζήτησης σε συνάρτηση με μεταβολές της τιμής.

Η ελαστικότητα τιμής ορίζεται ως ο λόγος της ποσοστιαίας μεταβολής της ζητούμενης ποσότητας προς την ποσοστιαία μεταβολή της τιμής (που προκάλεσε την μεταβολή της ποσότητας ζήτησης).

Η ελαστικότητα σχετίζεται με την κλίση της καμπύλης ζήτησης, όμως ισούται με αυτή πολλαπλασιαζόμενη με τον λόγο τιμής-ποσότητας.