



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Επιχειρηματικά μοντέλα, συστήματα και συμπράξεις

Θέμα 2.4



Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας δημοσίευσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντανακλά τις απόψεις μόνο των δημιουργών, και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν φέρει ουδεμία ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που εμπεριέχονται σε αυτήν.



Περιεχόμενα

- I. Επιχειρηματικά μοντέλα και συστήματα ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- II. Επιχειρηματικές συνεργασίες
- III. Σύνδεση επιχειρηματικών συνεργασιών και επιχειρηματικών μοντέλων
- IV. Σχεδιασμός ευκαιριών συνεργασίας
- V. Η καινοτομία ως κινητήρια δύναμη για επιχειρηματικά μοντέλα και συμπράξεις





Επιχειρηματικά μοντέλα και συστήματα ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Επιχειρηματικό μοντέλο

= πώς οι επιχειρηματίες
και/ή οι επιχειρήσεις
δημιουργούν και
παράγουν αξία και πώς
δημιουργούν κέρδη

«Ένα επιχειρηματικό μοντέλο είναι ένα εννοιολογικό εργαλείο που περιέχει ένα σύνολο αντικειμένων, εννοιών και των σχέσεων τους με στόχο να εκφραστεί η επιχειρηματική λογική μιας συγκεκριμένης επιχείρησης.

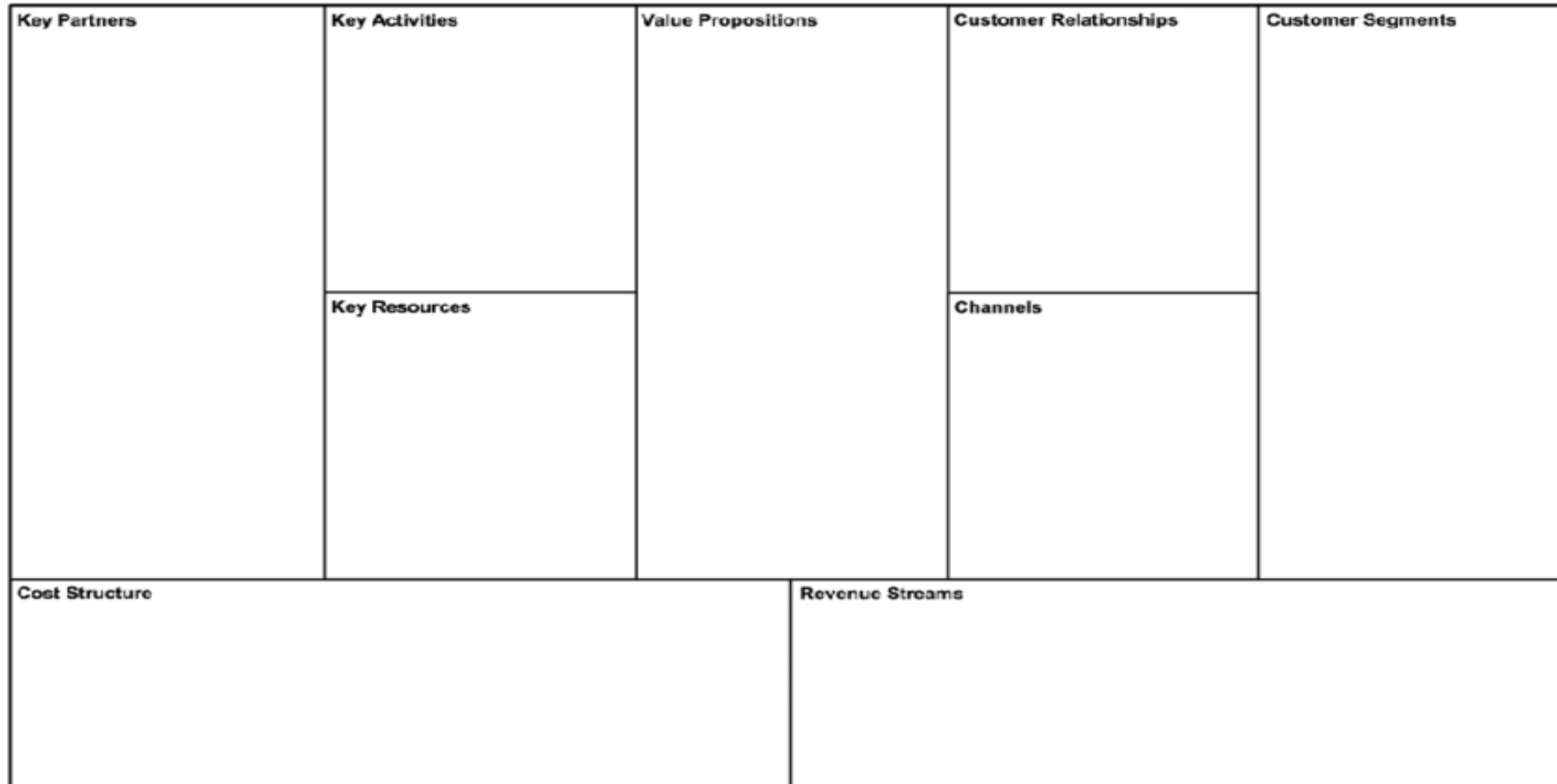
Επομένως, πρέπει να εξετάσουμε ποιες έννοιες και σχέσεις επιτρέπουν μια απλουστευμένη περιγραφή και παρουσίαση της αξίας που παρέχεται στους πελάτες, του τρόπου με τον οποίο γίνεται αυτό και με ποιες οικονομικές συνέπειες.»

(Osterwalder, Pigneur, Tucci, 2010)





Επιχειρηματικά μοντέλα και συστήματα ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα





Επιχειρηματικά μοντέλα στους ΤΠΔ και τις ΠΔΒ

- Κινηματογράφος
- Τομέας μουσικής
- Μουσεία/Πολιτισμός
- Τομέας πολιτιστικής κληρονομιάς

Πληθοχρηματοδότηση



- Μουσική
- Σχέδιο/Μόδα
- Παιχνίδια/Λογισμικό
- Ανάπτυξη
- Αρχιτεκτονική

Εργαστήρια
καινοτομίας,
δημιουργικοί κόμβοι,
χώροι συνεργασίας



- Μουσική (όπερα, Κλασική
Συναυλία, Λαϊκή μουσική)
- Παραστατικές Τέχνες
- Κινηματογράφος

Streaming



- Τομέας εκδόσεων
- Τομέας μουσικής
- Καλές τέχνες

Ιδιωτικές εκδόσεις,
εκτύπωση κατά
παραγγελία



- Έντυπα μέσα/ Εκδόσεις
- Καλές τέχνες
- Μουσεία/Πολιτισμός
- Τομέας πολιτιστικής κληρονομιάς
- Τέχνες του θεάματος
- Μουσική

Gamification









- Έντυπα Μέσα
Ενημέρωσης/Εκδόσεις
- Πολιτιστικός τομέας με
εκπαιδευτικούς
φορείς/καθήκοντα
(μουσεία, βιβλιοθήκες)

P2P



Χαρακτηριστικά των ΠΔΒ και δημιουργία αξίας

-  Βασίζονται σε πολιτιστικές αξίες ή σε καλλιτεχνικές και άλλες ατομικές ή συλλογικές δημιουργικές εκφράσεις
-  Τα αγαθά και οι υπηρεσίες δημιουργούνται μέσω ατομικής δημιουργικότητας, δεξιοτήτων και ταλέντων = > εξάρτηση από **άυλα περιουσιακά στοιχεία**
-  **Μοναδικότητα του προϊόντος** = > εξαρτάται από την ατομική αντίληψη
-  **Η δημιουργία αξίας** μπορεί να είναι **συλλογική διαδικασία** και οι εταιρικές σχέσεις διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο
-  Τα έσοδα προέρχονται από την **εκμετάλλευση της πνευματικής ιδιοκτησίας**
-  Η κατανάλωση είναι ενεργός = > **συμμετοχή**





Χαρακτηριστικά των ΠΔΒ και δημιουργία αξίας



- Τα επιχειρηματικά μοντέλα στις ΠΔΒ αναφέρονται στη διαδικασία δημιουργίας και πώλησης νοήματος και όχι στην αποτελεσματική παραγωγή αγαθών ή υπηρεσιών που μπορούν να επιλύσουν ένα πρόβλημα.
- Οι επιχειρήσεις των ΠΔΒ δεν είναι κατά κύριο λόγο έντασης κεφαλαίου ή έντασης γνώσης, αλλά έντασης συμβόλων.

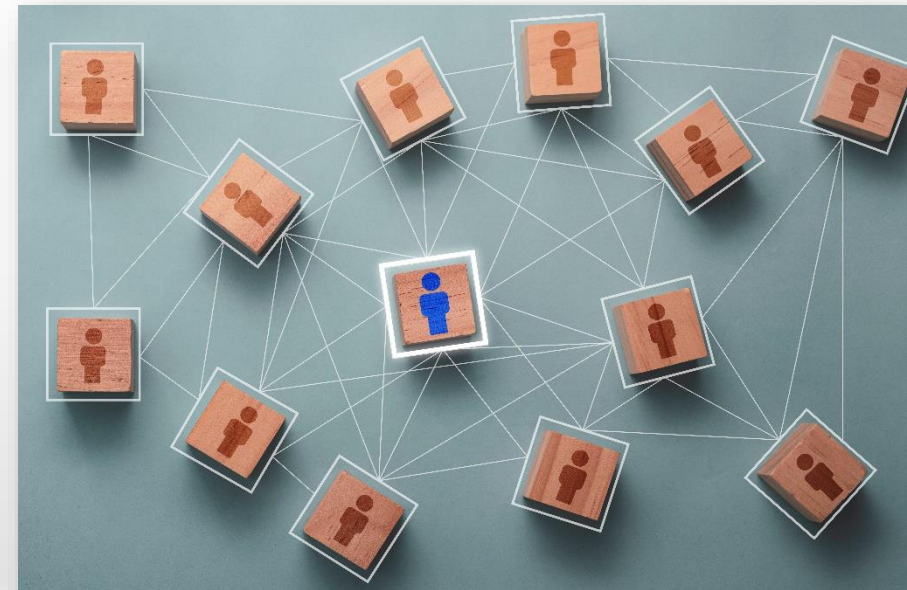
(Lawrence/Phillips, 2002)









Επιχειρηματικά μοντέλα και δημιουργία προστιθέμενης αξίας

- Οι επιχειρήσεις αποφασίζουν να συνεργαστούν και να επιλέξουν μια αποτελεσματική επιχειρηματική στρατηγική προκειμένου να δημιουργήσουν αξία για όλα τα μέρη που συμμετέχουν στη διαδικασία αυτή
- Οι επιχειρηματικές συνεργασίες δημιουργούν προστιθέμενη αξία για τα επιχειρηματικά μοντέλα.
- Οι συνεργασίες και η δικτύωση αποτελούν βασικό χαρακτηριστικό των ΠΔΒ



Επιχειρηματικές συνεργασίες

-  Μια **επιχειρηματική σύμπραξη** είναι μια **σχέση** μεταξύ δύο ή περισσότερων επιχειρηματιών ή επιχειρηματικών οντοτήτων, η οποία έχει συσταθεί με συμφωνία.
-  Κατά συνέπεια, οι επενδύσεις των εταίρων σε μια επιχειρηματική σύμπραξη εξαρτώνται από τα **πιθανά μελλοντικά οφέλη**.
-  Οι συμπράξεις μπορεί να είναι **επίσημες και μόνιμες** - δηλαδή να περνούν από νομικές καταχωρίσεις - ή **ανεπίσημες και ad hoc** - δηλαδή να δημιουργούνται για συγκεκριμένο σκοπό ή έργο.
-  Στις **ΠΔΒ** οι **ad hoc συνεργασίες** είναι πιο συνηθισμένες, καθώς η πλειοψηφία των αντιπροσώπων εδώ είναι μεμονωμένοι καλλιτέχνες (ατομικές επιχειρήσεις) ή πολύ μικρές επιχειρήσεις.





Σύνδεση επιχειρηματικών συνεργασιών και επιχειρηματικών μοντέλων

💡 Οι συνεργασίες συνήθως συστήνονται σε εθελοντική βάση



💡 Μια επιχειρηματική συνεργασία είναι ένα πρακτικό εργαλείο για την παροχή προστιθέμενης αξίας σε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη, το οποίο παράγει πρόσθετη αξία για τα διάφορα επιχειρηματικά μοντέλα που εμπλέκονται.





Σχεδιασμός ευκαιριών συνεργασίας. Καινοτομία.

💡 Το επιχειρηματικό μοντέλο διασφαλίζει τη συνεισφορά των επιχειρηματιών σε μια επιχειρηματική οντότητα, όπως η δημιουργία νέων προϊόντων, ως μέρος της διαδικασίας παροχής προστιθέμενης αξίας στα προϊόντα που δημιουργούνται κατά τη διαδικασία, ή μέσω της **συνεργασίας σε διάφορα πλαίσια.**

💡 Η δύναμη της καινοτομίας μέσω συμπράξεων δεν αξιοποιείται πλήρως. Οι συμπράξεις υλοποιούνται γενικά με σκοπό τη βελτίωση των υφιστάμενων επιχειρηματικών μοντέλων ή τη δημιουργία νέων στην αγορά των ΠΔΒ.



Προτεινόμενες αναγνώσεις

- ✓ Boulton, R., Libert, B. and Samek, S. (2000) 'A business model for the new economy', The Journal of Business Strategy, Vol. 21
- ✓ Davies, S.B. (2011) What is the value of partnerships between the education and creative/cultural sectors? London: A New Direction.
- ✓ Docherty, P. and Harland, J. (2001) Partnerships for Creativity: An Evaluation of Implementation. Slough: NFER
- ✓ Dümcke, C. (2015). "New business models in the Cultural and Creative Sectors" (Ad hoc question 28). European Expert Network on Culture (EENC).
- ✓ Easton, C. and Benton, T. (2006) 'National evaluation of creative partnerships. Final Report'. London: Creative Partnerships
- ✓ Osterwalder, A., Pigneur, Y (2010), 'Business Model Generation', John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
- ✓ McPhee, W. and Wheeler, D. (2006) 'Making the case for the added-value chain', Strategy & Leadership, Vol. 34
- ✓ Zott, C. and Amit, R. (2008) 'The fit between product market strategy and business model: implications for firm performance', Strategic Management Journal, Vol. 29





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



FENICE: Η προώθηση της Επιχειρηματικότητας και της Καινοτομίας στις Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες μέσω Διεπιστημονικής Εκπαίδευσης συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Erasmus+ της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το έργο είναι μια πρωτοβουλία 5 ακαδημαϊκών και ερευνητικών ιδρυμάτων :



www.fenice-project.eu

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας δημοσίευσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντανάκλα τις απόψεις μόνο των δημιουργών, και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν φέρει ουδεμία ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που εμπεριέχονται σε αυτήν.