



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ ΣΕ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΠΟΡΩΝ**

ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ
ΜΠΙΝΑΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ- ΠΟΥΡΝΑΡΑΣ ΖΑΧΑΡΙΑΣ - ΡΑΠΤΗΣ ΜΙΧΑΗΛ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ Ι. ΠΕΡΙΚΟΣ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2020

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Χωρίς την υποστήριξη και την ανεκτικότητα κάποιων ανθρώπων θα ήταν δύσκολο να ολοκληρώσουμε την συγκεκριμένη εργασία.

Πρώτα από όλους θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή μας κ. Περίκο Ισίδωρο για την επιστημονική, πνευματική και ηθική υποστήριξη που μας παρείχε καθ' όλη την διάρκεια υλοποίησης της συγκεκριμένης εργασίας. Χωρίς τις κατευθυντήριες οδηγίες του αλλά και την εμπιστοσύνη που έδειξε στο πρόσωπό μας δεν θα είχαμε ένα τόσο καλό αποτέλεσμα.

Σαν μία πράξη ευγνωμοσύνης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε ο καθένας ξεχωριστά την οικογένειά του που σε κάθε δυσκολία μας στήριξαν τόσο ηθικά όσο και οικονομικά.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Από τα αρχαία ακόμα χρόνια, ο άνθρωπος έψαχνε τρόπους να επεξεργαστεί τα δεδομένα που διέθετε προκειμένου να επιβιώσει αλλά και να κάνει τη ζωή του πιο εύκολη. Σήμερα μετά από τόσα χρόνια εξέλιξης και προόδου, αυτό δεν έχει αλλάξει και οι κάθε είδους βιομηχανίες ασχολούνται με την επεξεργασία δεδομένων για να παράγουν όσο το δυνατόν πιο ακριβείς πληροφορίες.

Για να παραμείνουν στο προσκήνιο οι επιχειρήσεις, επενδύουν σε διάφορα Πληροφοριακά Συστήματα που βοηθάνε όχι μόνο στην παραγωγή, αλλά γενικότερα στην διοίκηση όλης της επιχείρησης.

Τα Ολοκληρωμένα Πληροφοριακά Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρηματικών Πόρων (E.R.P.) κατέχουν το σκήπτρο των νέων τεχνολογιών αφού μπορούν να διαχειριστούν κάθε επιχείρηση, εξ ολοκλήρου και με μεγάλη επιτυχία. Τα E.R.P συστήματα αφορούν τη διοίκηση, την παραγωγή, τη διαχείριση της αποθήκης, το μάρκετινγκ, τις πωλήσεις, τις πελατειακές σχέσεις και γενικότερα τη διαχείριση όλων των επιμέρους τμημάτων μιας επιχείρησης.

Με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων στα εν λόγω συστήματα οι επιχειρήσεις μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά την παραγωγή τους και επομένως και την ανταγωνιστικότητά τους. Δεν αποτελούν όμως πανάκεια για την επίλυση κάθε επιχειρησιακού προβλήματος. Συνεπώς κάθε επιχείρηση που θα εγκαταστήσει ένα τέτοιο σύστημα πρέπει να είναι σε θέση να αλλάξει ριζικά όλες τις διαδικασίες της και να τις μετατρέψει ώστε να λειτουργήσει σωστά το νέο σύστημα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στη συγκεκριμένη εργασία θα δούμε αναλυτικά στο κεφάλαιο ένα τα Πληροφοριακά Συστήματα και τις διαστάσεις που το αποτελούν. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση των Συστημάτων Επιχειρησιακού Σχεδιασμού ERP, των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων τους καθώς και τα βασικά τους χαρακτηριστικά. Γίνεται αναφορά στο Cloud ERP. Παρουσιάζονται τα κριτήρια επιλογής του εν λόγω συστήματος και η σπουδαιότητα αυτού για την επιβίωση της επιχείρησης. Τέλος γίνεται αναφορά στους κινδύνους που πρέπει να προσέξει η επιχείρηση ώστε να καταφέρει την επιτυχημένη εγκατάσταση ενός Ολοκληρωμένου Πληροφοριακού Συστήματος Διαχείρισης Επιχειρηματικών Πόρων.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναλυτική παρουσίαση του Λογισμικού Dolibarr και των ενοτήτων που καλύπτει. Των χαρακτηριστικών και των πλεονεκτημάτων του καθώς και τα βήματα που απαιτούνται για την εγκατάστασή του. Γίνεται αναφορά στα Βραβεία και σε Συμμετοχή του εν λόγω Λογισμικού σε Εκθέσεις. Η ολοκλήρωση του Dolibarr συστήματος γίνεται με την παρουσίαση της εγκατάστασης του αλλά και με την παρουσίαση ενδεικτικών καρτελών από το demo που χρησιμοποιήθηκε ώστε να έχουμε πλήρη εικόνα για το εν λόγω σύστημα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύεται η δυναμική των μέσων κοινωνικών δικτύωσης και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τόσο για το άτομο όσο και για την επιχείρηση. Αναλύονται οι ευκαιρίες που δίνονται σε μία επιχείρηση από την εφαρμογή των εν λόγω μέσων. Παρουσιάζονται λεπτομερώς τόσο τα μέσα όσο και τα εργαλεία που μπορεί να εφαρμόσει είτε το άτομο είτε η επιχείρηση για να επιτύχει αποτελεσματική κοινωνική δικτύωση. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο ολοκληρώνεται με τον ρόλο που διαδραματίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την εφαρμογή ενός επιτυχημένου μείγματος μάρκετινγκ. Μέσω της έρευνας EKTRUN ενισχύεται η έποψη περί απαραίτητου εποικοδομητικού εργαλείου.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η σύνδεση των κοινωνιών δικτύων με το σύστημα ERP. Αναλύεται η αποτελεσματικότητα του ERP σχεδιασμένο για εφαρμογή κοινωνικών μέσων δικτύωσης. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα από την εν λόγω «συνεργασία».

Τέλος παρουσιάζεται η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε ένα τέτοιο σύστημα και ποια είναι τα στάδια και τα σημεία που θα πρέπει μία επιχείρηση να προσέξει.

Ολοκληρώνοντας την παρούσα εργασία καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες των επιχειρήσεων τόσο σε οργανωτικό όσο και σε στρατηγικό επίπεδο καταστούν αναγκαία την εφαρμογή κατάλληλων πληροφορικών συστημάτων. Η εποχή που η επιχείρηση λειτουργούσε με εσωστρέφεια έχει παρέλθει και αυτό το οποίο αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιβίωσης και ανάπτυξης της είναι ο αποτελεσματικός συνδυασμός των λογισμικών και των συστημάτων που η επιχείρηση επιλέγει. Ένα από αυτά είναι το Σύστημα Προγραμματισμού Επιχειρησιακών Πόρων (ERP) που ως υπολογιστικό σύστημα περικλείει κάθε λειτουργία της επιχείρησης εξυπηρετώντας κάθε ανάγκη της. Το Dolibarr ERP αποτελεί ένα τέτοιο λογισμικό. Σήμερα όμως η ανάγκη για εξωστρέφεια των επιχειρήσεων αποτελεί ένα καθοριστικό παράγοντα συνεπώς η συνέργεια των κοινωνικών μέσων δικτύωσης με το λογισμικό που εφαρμόζει κάθε επιχείρηση επιφέρει ικανότητα επικοινωνίας εφαρμογών ολοκληρώνοντας την ψηφιακή διαχείριση και οργάνωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Όπως ανέφερε ο Ούμπερ Έκο «Πρέπει να είσαι οπλισμένος για να το χρησιμοποιήσεις. Είναι σαν ένα πολύ γρήγορο αυτοκίνητο που πρέπει να ξέρεις να οδηγείς. Αλλιώς πας κατευθείαν στον τοίχο».

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Συστήματα πληροφοριών, Δεδομένα, Πληροφορία, ERP, Dolibarr Erp, Κοινωνικά Δίκτυα.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6-8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. - Σύστημα πληροφοριών	
1.1. Σύστημα πληροφοριών	9-10
1.2. Πληροφοριακά Συστήματα	10-11
1.2.1. Ορισμός Πληροφοριακού Συστήματος	11-12
1.2.2. Διαστάσεις Πληροφοριακού Συστήματος	12-13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. - Enterprise Resource Planning	
2.1.Ορισμός ERP	14
2.1.1. Ιστορική αναδρομή	14-15
2.2. Επιχειρησιακές δραστηριότητες που υποστηρίζει το ERP	16
2.3. Κριτήρια Επιλογής ERP Συστήματος	16-18
2.3.1. Πλεονεκτήματα ERP συστήματος	18-19
2.3.2. ΜειονεκτήματαERP συστήματος	19-20
2.4. Χαρακτηριστικά ενός συστήματος ERP	21
2.5.Μορφές διάθεσης του συστήματος	21
2.5.1. Τι είναι το Cloud ERP	22
2.5.1.1.Κατηγορίες του Cloud	22-23
2.6. Κριτήρια επιλογής του ERP	23
2.6.1. Σύμβουλος Υλοποίησης	23-24
2.7. ERP στην Ελλάδα –S.W.O.T Ανάλυση	24-26
2.8. ERP στις μικρές επιχειρήσεις	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. – Dolibarr ERP&CRM	
3.1. Dolibarr ERP & CRM	27
3.2. Ιστορική Αναδρομή	27-28
3.3. Χαρακτηριστικά	28-30
3.3.1. Κύριες ενότητες	30-31
3.3.2. Γενικά χαρακτηριστικά	31-32
3.4. Συμμετοχή σε Εκθέσεις	32
3.5. Διαδικασία Εγκατάστασης	33-35
3.6. Cloud Solutions	36-37
3.7. Demo Dolibarr	37-41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. – ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ	
4.1. Κοινωνικό Δίκτυο	42
4.2. Ιστορική Αναδρομή	43
4.3. Χαρακτηριστικά Κοινωνικών Δικτύων	43-44
4.4. Ισότοποι Κοινωνικής Δικτύωσης	44-49
4.5. Κοινωνικά Δίκτυα- Άτομο και Επιχειρηματικός Κόσμος	49
4.5.1. Οφέλη Κοινωνικών Δικτύων	49-50
4.5.2. Μειονεκτήματα Κοινωνικών Δικτύων	51-52
4.6. Ευκαιρίες μέσω Κοινωνικών Δικτύων	52-53
4.7. Κοινωνικά Δίκτυα και Μάρκετινγκ	53-55
4.8. Έρευνα ELTRUN	55-56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. - ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ ΚΑΙ ERP	
5.1. Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης και η σχέση τους με το ERP	57-58
5.2. Ένα σύστημα ERP σχεδιασμένο με βάση τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	58-59
5.3. Πλεονεκτήματα σύγκλισης Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης και Συστήματος ERP	60
5.4. Μειονεκτήματα Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης και Συστήματος ERP	60-61
5.5. Επίδραση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης στο ERP Σύστημα	62-63
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	64-65
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	66-67

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον οι σύγχρονες επιχειρήσεις έχουν εξαρτηθεί σε μεγάλο βαθμό από την τεχνολογία. Μέσω της τεχνολογίας οι επιχειρήσεις αποκτούν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, αντίθετα η έλλειψη των νέων τεχνολογιών μπορεί να αποβεί μοιραία για μια επιχείρηση οδηγώντας την στην απόσυρσή της από το ανταγωνιστικό στερέωμα.

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα προστίθεται στην επιχείρηση με την εφαρμογή των συστημάτων ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού (enterprise resource planning) τα οποία ενσωματώνουν εσωτερικές και εξωτερικές πληροφορίες διαχείρισης σε έναν ολόκληρο οργανισμό συνδυάζοντας χρηματοδότηση, λογιστική, κατασκευή, πωλήσεις και υπηρεσίες, διαχείριση πελατειακών σχέσεων κτλ. Τα συστήματα ERP αυτοματοποιούν αυτές τις δραστηριότητες με μια ολοκληρωμένη εφαρμογή λογισμικού. Ο σκοπός τους είναι να διευκολύνουν τη ροή των πληροφοριών μεταξύ όλων των επιχειρησιακών λειτουργιών μέσα στα όρια της οργάνωσης και να καταφέρουν τις συνδέσεις προς τα έξω με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Τα συστήματα ERP μπορούν να εκτελεστούν σε μια ποικιλία υλικού και διαμορφώσεις δικτύου που απασχολούν συνήθως μια βάση δεδομένων ως αποθήκη για πληροφορίες.

Δεν αποτελεί όμως πανάκεια ως λύση επίτευξης της ανταγωνιστικότητας. Προβάδισμα δίνεται στις επιχειρήσεις που συνδυάζουν αποτελεσματικά την εφαρμογή του εν λόγω λογισμικού με τα κοινωνικά δίκτυα στοχεύοντας στην προώθηση της επιχείρησής τους στο ανταγωνιστικό στερέωμα.

1.1.Σύστημα πληροφοριών

Σύμφωνα με τον Παπασωτηρίου (2007), κάθε μία οντότητα συνεχίζει να διατηρεί την σημασία της και στη συνέχεια γίνεται «δείκτης» του όλου, του συνόλου δηλαδή στο οποίο ανήκει. Αυτή η διαπίστωση πραγματοποιήθηκε από επιστήμονες κατά τον 20^ο αιώνα αποτυπώνοντας το σύστημα και το υποσύστημα.

Όπως αναλύει η Wikipedia *“Ένα σύνολο, τα στοιχεία του οποίου αποτελούν οντότητες που έχουν το χαρακτηριστικό ότι κάθε μία από αυτές αλληλοεπιδρά ή συσχετίζεται με τουλάχιστον μίαν άλλη από το ίδιο σύνολο, καλείται σύστημα. Μία οντότητα που δε συσχετίζεται / αλληλοεπιδρά με κανένα στοιχείο ενός συστήματος δεν αποτελεί μέρος του συστήματος. Ένα υποσύνολο των στοιχείων ενός συστήματος το οποίο είναι σύστημα από μόνο του λέγεται υποσύστημα.”*

Για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης σημαντικό ρόλο διαδραματίζει κάθε υποσύστημα χωριστά. Γίνεται αντιληπτό ότι η αποτελεσματική επικοινωνία και συνεργασία υποσυστημάτων όπως ο οικονομικός τομέας, οι επιχειρηματικές λειτουργίες, ο τομέας της παραγωγής και του μάρκετινγκ σε μία επιχείρηση μπορούν να οδηγήσουν στην επίτευξη των γενικότερων σκοπών της επιχείρησης.

Μέσα από τους μηχανισμούς αναπληροφόρησης που διαθέτει κάθε υποσύστημα δίνεται η δυνατότητα διόρθωσης τυχόν λανθασμένων ενεργειών ή ακόμα και την ανανέωση παλιότερων πληροφοριών. Στο πλαίσιο του ελέγχου αντιμετωπίζονται αποκλίσεις και φαινόμενα αταξίας, όπως ονομάζονται. Συνεπώς επιλύονται φαινόμενα «εντροπίας»¹, δηλαδή φαινόμενα γενικής αταξίας.

Πρέπει να δύναται ιδιαίτερη προσοχή στο διαχωρισμό των «δεδομένων» και την «πληροφορία». Ως δεδομένα ή πληροφοριακά δεδομένα σύμφωνα με τον Γιαγλή (2012), χαρακτηρίζεται ένα μη αξιολογημένο σύνολο διακριτών στοιχείων, και σύμφωνα με τον Μπέλλα (1977) μιας παρατήρησης - αναφοράς, μια συλλογή που αποτυπώνει «τιμές» επί αντικειμένων, προσώπων, γεγονότων.

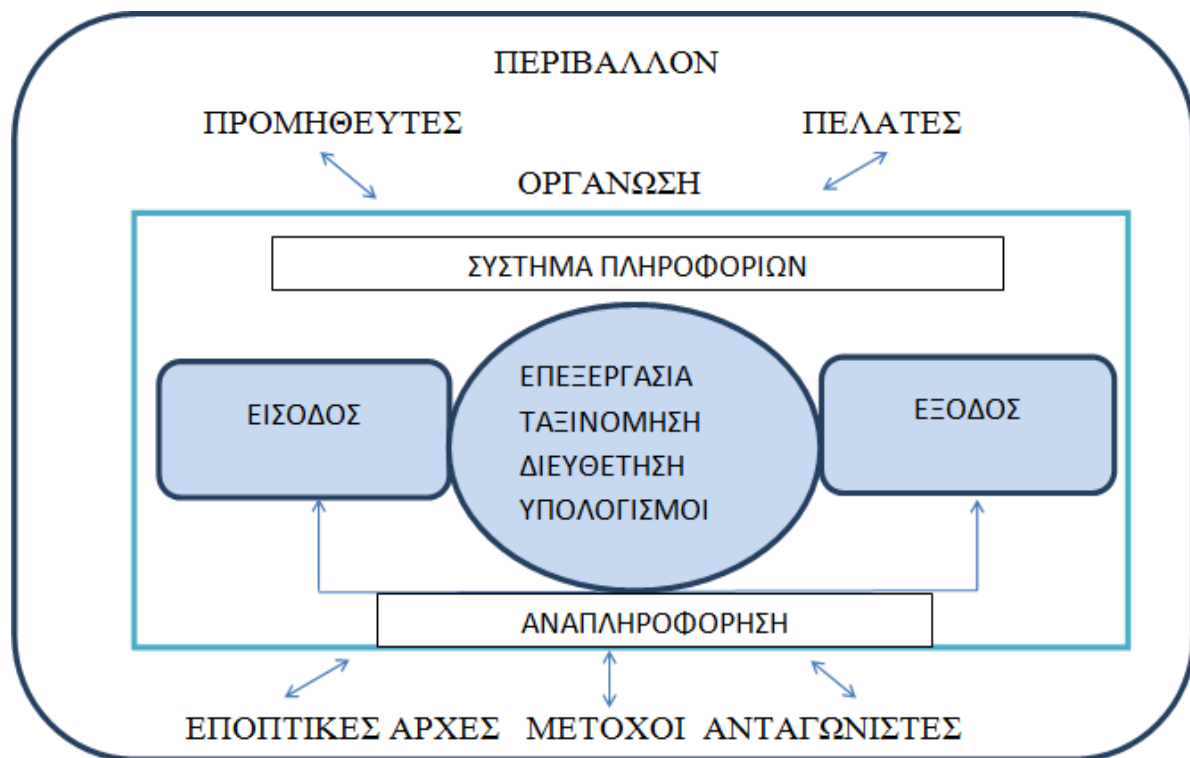
¹ Wikipedia: *“Στη θερμοδυναμική, εντροπία είναι η έννοια μέσω της οποίας μετράτε η αταξία, της οποίας η μέγιστη τιμή αντικατοπτρίζει την πλήρη αποδιοργάνωση (ομογενοποίηση των πάντων) και ισοδυναμεί με την πάση της ζωής”*

Αντίθετα η πληροφορία όπως αναφέρεται στη Wikipedia είναι «μία διάταξη συνδυασμού διαφοροποιήσεων (ή μοναδική διαφοροποίηση) μέσα από εν τροπικό πληροφοριακό εύρος (δυναμικές πληροφοριακές παραλλαγές)». Συνεπώς γίνεται κατανοητό ότι για να προσφέρει μία πληροφορία αξία σε συγκεκριμένη επιχείρηση θα πρέπει να διαχέεται, να είναι ακριβής, χρονικά κατάλληλη, εφαρμόσιμη και τέλος μοναδική.

1.2. Πληροφοριακά Συστήματα

Σύμφωνα με τους Laudon και Laudon (2009), «Ένα πληροφοριακό σύστημα τεχνικά ορίζεται ως ένα σύνολο αλληλοσχετιζόμενων στοιχείων, τα οποία συλλέγουν (ή ανακτούν), επεξεργάζονται, αποθηκεύουν και διανέμουν πληροφορίες που υποστηρίζουν τη λήψη αποφάσεων και τον έλεγχο σε έναν οργανισμό».

Σχήμα 1. Πληροφοριακό Σύστημα



Πηγή: Management Information Systems, Laudon και Laudon (2009).

Ένα πληροφοριακό σύστημα για να επιφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα σε μία επιχείρηση θα πρέπει να δραστηριοποιείται σε τέσσερις βασικές διαδικασίες.

Πίνακας 1.: Βασικές Διαδικασίες ενός Πληροφοριακού Συστήματος

Είσοδο – Input: συγκέντρωση πρωτογενών δεδομένων από κάθε περιβάλλον της επιχείρησης, τόσο το εξωτερικό όσο και το εσωτερικό, στοχεύοντας στην δυναμική τους επεξεργασία μέσα από ένα κατάλληλο πληροφοριακό σύστημα.	Επεξεργασία - Processing: αναφέρεται στην μετατρέπει κάθε πληροφορίας σε μορφή τέτοια ώστε να μπορεί να την αντιληφθεί ο άνθρωπος.
Έξοδος – Output: αναφέρεται στη διανομή των ήδη επεξεργασμένων πληροφοριών που θα χρησιμοποιηθούν στο μέλλον.	Αναπληροφόρηση – Feedback: είναι εκείνη η διαδικασία όπου η πληροφορία επιστρέφει ώστε στα κατάλληλα μέρη της επιχείρησης για την βελτίωση τυχόν αποκλίσεων.

1.2.1. Ορισμός Πληροφοριακού Συστήματος

Σύμφωνα με την ανάλυση της Wikipedia τα πληροφοριακά συστήματα «είναι το σύνολο διαδικασιών, ανθρώπινου δυναμικού και αυτοματοποιημένων υπολογιστικών συστημάτων, που προορίζονται για τη συλλογή, εγγραφή, ανάκτηση, επεξεργασία, αποθήκευση και ανάλυση πληροφοριών. Τα συστήματα αυτά μπορούν να περιλαμβάνουν λογισμικό, υλικό και τηλεπικοινωνιακό σκέλος.»

Από την ανωτέρω ανάλυση συμπεραίνουμε ότι ένα πληροφοριακό σύστημα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως ένας συνδυασμός ανθρώπων, διαδικασιών και μηχανημάτων τα οποία αλληλοεπιδρούν για να επεξεργάζονται δεδομένα παρέχοντας πληροφορίες στο χρήστη. Βασικός σκοπός κάθε ειδικού πληροφοριακού συστήματος είναι να υποστηρίξει την επιχείρηση κατά την λήψη των αποφάσεών της.

Όπως αναφέρεται στο wikiversity ένα Πληροφοριακό σύστημα βοηθάει στον έλεγχο, στο συντονισμό, στην ανάλυση προβλημάτων, στη λήψη αποφάσεων και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων. Κάθε πληροφοριακό σύστημα πρέπει να:

- προσδιορίζει, αποδοτικά και αποτελεσματικά, τις ανθρώπινες ανάγκες αυτών που χρησιμοποιούν το πληροφοριακό σύστημα και

- επεξεργάζεται όλες τις πληροφορίες με αποτέλεσμα την ικανοποίηση των αναγκών αυτών.

Αυτό γίνεται πραγματικότητα με:

- ✓ την πιο αποτελεσματική ανάκτηση, αποθήκευση, επεξεργασία, παρουσίαση και διάδοση των πληροφοριών,
- ✓ την παροχή των απαραίτητων μέσων και του κατάλληλου περιβάλλοντος μάθησης στους εμπλεκόμενους χρήστες ώστε να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας λήψης απόφασης.
- ✓ την υποστήριξη των διαδικασιών λειτουργίας, ελέγχου και στρατηγικού σχεδιασμού την επιχείρησης ή του οργανισμού.

1.2.2. Διαστάσεις Πληροφοριακού Συστήματος

Τα πληροφοριακά συστήματα είναι κάτι περισσότερο από υπολογιστές. Για να μπορέσει όμως η επιχείρηση να επιτύχει τους στόχους της, δηλαδή να προσφέρει λύση σε σημαντικά επιχειρηματικά προβλήματα ή προκλήσεις που αντιμετωπίζει θα πρέπει να γίνει αποτελεσματική κατανόηση των διαστάσεων εκείνων που το επηρεάζουν.

✓ Οργανισμοί

Τα πληροφοριακά συστήματα είναι αναπόσπαστο μέρος των οργανισμών που συνδέονται με αυτά μέσω μίας αμφίδρομης επίδρασης. Η τεχνολογία επηρεάζεται τόσο από την ιστορία όσο και από την κουλτούρα των επιχειρήσεων. Μέσω της δομής τους, καθορίζεται ο καταμερισμός εργασίας και τα επίπεδα αυτής. Η επιχείρηση είναι οργανωμένη ως ιεραρχία και απασχολεί εξειδικευμένο προσωπικό για την εκτέλεση των διαφόρων επιχειρηματικών λειτουργιών της. Για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις εν λόγω λειτουργίες δημιουργεί πληροφοριακά συστήματα.

Μέσω επίσημων κανόνων, κάθε επιχείρηση καθοδηγεί το ανθρώπινο δυναμικό της είτε εγγράφως είτε προφορικά για την υλοποίηση αυτών των διεργασιών. Από την σύνταξη και έκδοση ενός τιμολογίου έως και την απάντηση σε ένα τηλέφωνο αναφερόμαστε σε πρακτικές εργασίες οι οποίες αποτυπώνονται στα πληροφοριακά συστήματα. Επιπρόσθετα, η κουλτούρα κάθε επιχείρησης ενσωματώνονται στα πληροφορικά συστήματα, ενισχύοντας τρόπους δράσης σύμφωνα με τις αξίες και τις αντιλήψεις της.

✓ Άνθρωποι

Όπως είναι κατανοητό από μόνα τους τα πληροφοριακά συστήματα δεν θα μπορούσαν να επιτύχουν τους στόχους μίας επιχείρησης. Το ανθρώπινο δυναμικό είναι αυτό που δίνει «ζωή» μέσω των δεξιοτήτων τους και των εξειδικευμένων γνώσεων τους. Η διοίκηση δεν καλείται να αντιμετωπίσει μόνο τυχόν προκλήσεις, καλείται να δημιουργήσει αξία στην επιχείρηση, με την βοήθεια των πληροφοριακών συστημάτων. Συνεπώς, η τεχνολογία των πληροφοριών μπορεί να παίζει σπουδαίο ρόλο βοηθώντας τα διευθυντικά στελέχη να αναπτύσσουν καινοτόμες λύσεις σε ευρύ φάσμα προβλημάτων.

✓ Τεχνολογία

Η τεχνολογία πληροφοριών διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην αποτελεσματική λειτουργία των πληροφοριακών συστημάτων. Το υλικό μέρος των υπολογιστών (computer hardware), το λογισμικό υπολογιστών (computer software), η τεχνολογία διαχείρισης δεδομένων (data management technology), η τεχνολογία τηλεπικοινωνιών και δικτύωσης, το δίκτυο και ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web) αποτελούν τεχνολογίες οι οποίες σε αρμονία με το ανθρώπινο δυναμικό αντιπροσωπεύουν πόρους που μπορούν να αξιοποιούνται από την επιχείρηση.

Κάθε επιχείρηση λοιπόν μέσω των ανθρώπων της θα πρέπει να λειτουργεί ως ένα αποτελεσματικός οργανισμός που μέσω των τεχνολογικών υπηρεσιών θα εκτελεί το έργο του με τα πληροφοριακά συστήματα.

2.1. Ορισμός ERP

Το ERP είναι το ακρόνυμο των λέξεων Enterprise Resource Planning (Σύστημα Προγραμματισμού Επιχειρησιακών Πόρων). Πρόκειται ένα σύστημα λογισμικού, ένα ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα, το οποίο στοχεύει στη διαχείριση των λειτουργιών της επιχείρησης, μέσω της ορθολογικής οργάνωσης και αξιοποίησης των πόρων ώστε να αυξηθεί η επιχειρηματική απόδοση.

Τα συστήματα ERP ενσωματώνουν επιχειρησιακές λειτουργίες όπως οι πωλήσεις, η παραγωγή, το ανθρώπινο δυναμικό, τη λογιστική, τα logistics καθώς και άλλες λειτουργίες και τους επιτρέπουν να έχουν μια κοινή βάση δεδομένων και κοινά εργαλεία επιχειρηματικής ανάλυσης.

Η έννοια του Συστήματος παρουσιάζεται με επιτυχία στο άρθρο του Wailgum (2008) με θέμα «ERP Definition and Solutions» ως ένα υπολογιστικό σύστημα που περιλαμβάνει κάθε λειτουργία της επιχείρησης εξυπηρετώντας κάθε της ανάγκη. Επιπρόσθετα ένας ακόμα ορισμός που χρησιμοποιείται είναι από τους Οικονόμου και Γεωργόπουλο (1995) οι οποίοι υποστηρίζουν ότι πρόκειται για μία δια λειτουργική σύνδεση όλων των τμημάτων της επιχείρησης μέσω της οποίας επιτυγχάνεται η ταχύτατη, ακριβής και έγκαιρη μετάδοση της πληροφορίας.

2.1.1. Ιστορική αναδρομή

- ✓ 1960: δημιουργήθηκαν τα πρώτα εξειδικευμένα πακέτα για την κάλυψη της ανάγκης που αφορά το μηχανογραφημένο λογιστήριο και του ελέγχου των αποθεμάτων. Το τελευταίο περιελάμβανε κάποια από τα κλασικά μοντέλα όπως είναι η Βέλτιστη Ποσότητα Παραγγελίας (Economic Order Quantity-EOQ), τα Αποθέματα Ασφαλείας (Safety Stock-SS), η Διαχείριση Τεχνικών προδιαγραφών (Bill of Material Processing - BOMP) και η Διαχείριση Τεχνικών Προδιαγραφών (Work Order Management – WOM).
- ✓ 1970: εμφανίζονται τα συστήματα MRP (Material Requirement Planning- Προγραμματισμός Απαιτήσεων Υλικού), τα οποία στηρίζονται στον προγραμματισμό

της παραγωγής. Μέσω αυτών δημιουργούνται αρχεία απογραφής και παρακολούθησης των υλικών αναπτύσσοντας έναν μηχανισμό διατήρησης προτεραιοτήτων σε ένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον παραγωγής. Πλέον δημιουργούνται συστήματα που καλύπτουν όλο το εύρος της επιχείρησης όπως το σχεδιασμό των συνολικών πωλήσεων και των επιπέδων παραγωγής, του χρονοδιαγράμματος κατασκευής όπως είναι ο ανώτερος προγραμματισμός παραγωγής, προβλέψεις, προγραμματισμός πωλήσεων.

- ✓ Δεκαετία '80: αναπτύχθηκαν τα συστήματα MRP N (προγραμματισμός πόρων παραγωγής), με επιπλέον λειτουργίες από τα υπάρχοντα λογισμικά, όπως παραγωγή και διανομή. Στη συνέχεια ενσωμάτωσαν πληροφορίες σχετικές με τα χρηματοοικονομικά, τους ανθρώπινους πόρους. Τα MRP II εξελίχθηκαν σταδιακά στα συστήματα ERP.

Όπως ορίζεται από το Association of Operations Management (APICS, Khalid,2003): “ *To M.R.P II είναι μία μέθοδος αποτελεσματικού προγραμματισμού και διαχείρισης των παραγωγικών πόρων μια επιχείρησης. Σε ιδανικές λειτουργικές συνθήκες, αναλύει τον προγραμματισμό παραγωγής σε μονάδες, τον χρηματοοικονομικό προγραμματισμό σε αξίες και παρέχει τη δυνατότητα προσομοίωσης πιθανών εναλλακτικών σεναρίων λειτουργίας*”

- ✓ Δεκαετία του '90: το ERP ξεκίνησε με την εισαγωγή λειτουργιών διαχείρισης ανθρώπινων πόρων στα υπάρχοντα λογισμικά. Τομείς όπως ο σχεδιασμός προϊόντος, ο υλικός σχεδιασμός, η ικανότητα σχεδιασμού, τα συστήματα επικοινωνίας, οι άνθρωποι πόροι, και η διαχείριση έργων μπορούσαν πλέον να περιλαμβάνονται στο σχέδιο. Δημιουργήθηκαν οι πρώτες επιχειρήσεις ολοκληρωμένων E.R.P. λύσεων όπως η γερμανική SAP με το R/3 και η λύση Oracle Financials το 1988 της Oracle Corp.
- ✓ Σήμερα τα σύγχρονα ERP έχουν ενσωματώσει επιπρόσθετες λειτουργίες όπως τη Διαχείριση των πελατών (CRM), την Διαχείριση της αποθήκης και Συστήματα Ποιότητας (Integrated Quality Management – IQM).

Όλα τα παραπάνω γίνονται εφικτά χάρη στην ενιαία βάση δεδομένων στην οποία καταχωρούνται όλες οι συναλλαγές και τα δεδομένα της επιχείρησης, τα οποία παρακολουθούνται σε πραγματικό χρόνο (ή σχεδόν πραγματικό κάποιες φορές).

2.2. Επιχειρησιακές δραστηριότητες που υποστηρίζει το ERP

Όπως αναφέρθηκε και ανωτέρω, μέσω μίας βάσης δεδομένων το ERP υποστηρίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, αυτοματοποιώντας κάθε της λειτουργία. Με τη βοήθεια λειτουργικών προγραμμάτων - ενσωματωμένων εφαρμογών που ονομάζονται «*functional modules*» δίνει την δυνατότητα στην επιχείρηση να επιλέξει μόνο την «*χρήσιμη*» πληροφορία. Ένα ERP σύστημα σύμφωνα με τους Πολλάλης, Γιαννακόπουλος & Παπουτσή (2004) παρέχει τη δυνατότητα υποστήριξης και οργάνωσης πληροφοριών που αφορούν τις ακόλουθες επιχειρησιακές δραστηριότητες:

Πίνακας 2: Κάλυψη Επιχειρησιακών Δραστηριοτήτων

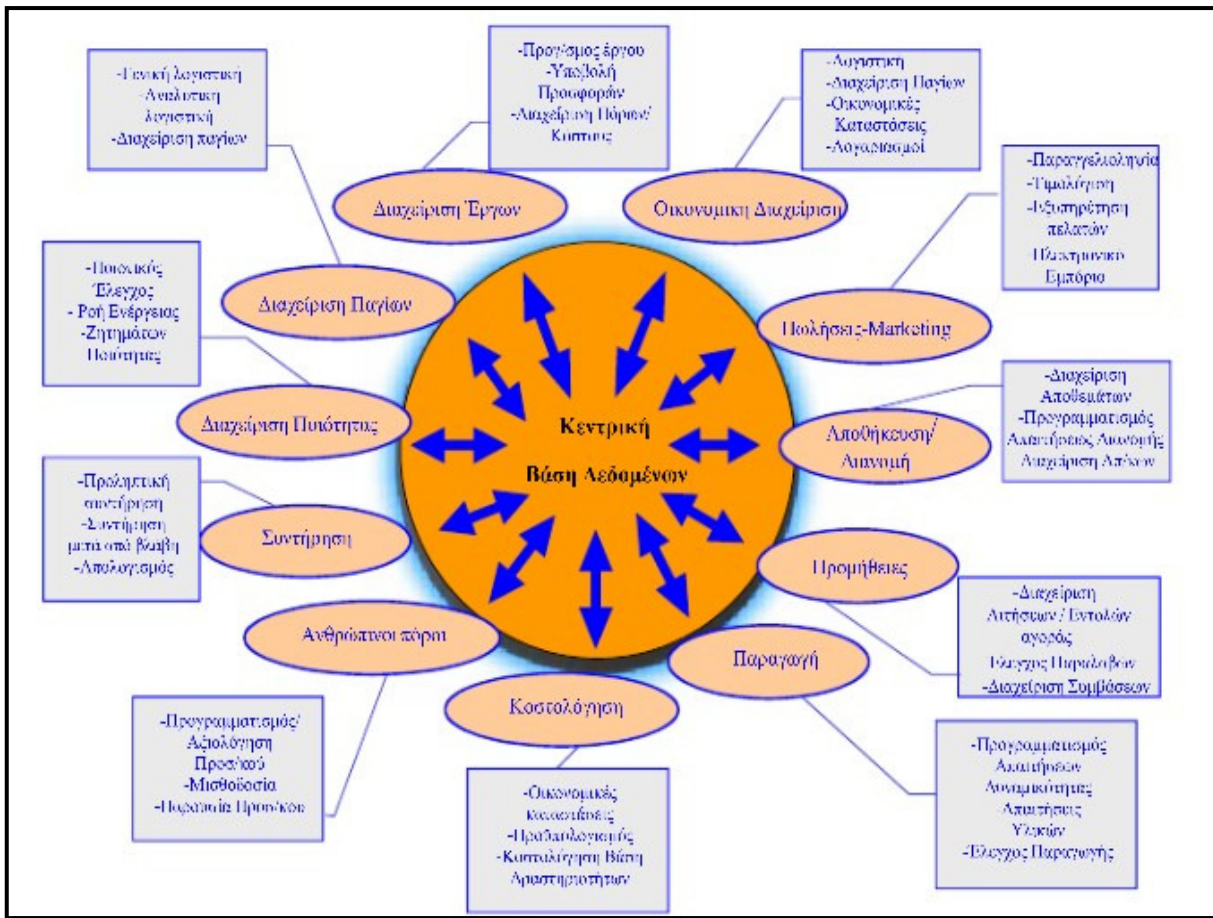
Οικονομική & λογιστική διαχείριση (Financial Accounting).	Ανθρώπινο δυναμικό (Human Resources).
Προγραμματισμός παραγωγής (Production Planning)	Διαχείριση ροής εργασιών (Work flow Management).
Διαχείριση υλικών&αποθεμάτων (Inventory & Materials Management)	Διαχείριση αγορών & προμηθειών (Purchasing Management)
Διαχείριση πωλήσεων & διανομών (Sales & Distribution)	Γενική λειτουργικότητα & έλεγχος (Functionality & Control)
Διαχείριση ποιότητας (Quality Management)	

2.3. Κριτήρια Επιλογής ERP Συστήματος

Παρότι το σύστημα ERP σήμερα μπορεί να καλύψει σχεδόν κάθε διαδικασία μίας επιχείρησης, παρακολουθούμε ότι σπάνια μία επιχείρηση θα επιλέξει ένα σύστημα για όλες τις διαδικασίες δεδομένου ότι η επιτυχία του εξαρτάται από το βαθμό που μπορεί να το εφαρμόσει.

Η πλειοψηφία των Ελληνικών Επιχειρήσεων έχει εγκαταστήσει τις βασικές εφαρμογές των συστημάτων E.R.P, δηλαδή τη Λογιστική & Χρηματοοικονομική Διαχείριση, την Εμπορική Εφαρμογή, τη Διαχείριση Υλικών & Υποστήριξη Προμηθειών και τη βασική λειτουργικότητα του Προγραμματισμού & Ελέγχου Παραγωγής. Μετά την πάροδο του απαιτούμενου χρόνου εξοικείωσης οι επιχειρήσεις ναι μεν επιλέγουν την επέκταση της εγκατεστημένης λειτουργικότητας σπάνια όμως εγκαθιστούν το σύνολο των λειτουργιών.

Σχήμα 2. Βασικές λειτουργίες ενός τυπικού ERP συστήματος



Πηγή: Βασικές λειτουργίες ενός τυπικού ERP συστήματος
(Οικονόμου, Γεωργακόπουλος, 1995).

Στηρίζόμενοι στην εννοιολογική ανάλυση του εν λόγω πληροφοριακού συστήματος, το ισχυρότερο κίνητρο για την απόκτησή του αποτελεί η επιτελική ουσιαστικά προσομοίωση της πραγματικότητας των καθημερινών πρακτικών της επιχείρησης.

Οι σημαντικότεροι λόγοι εγκατάστασης του, όπως αναφέρεται και από τους Πολλάλης, Γιαννακόπουλος & Παπουτσή (2004) στον περιβάλλοντα χώρο της επιχείρησης αναλύονται παρακάτω:

- Ενιαίο Μηχανογραφημένο Σύστημα.
- Βελτίωση της ποιότητας,
- Βελτίωση της αποτελεσματικότητά της, ενοποιώντας διάφορες εργασίες της.
- Αύξηση της παραγωγικότητας και της αποδοτικότητας, αυτοματοποιώντας τις διαδικασίες της

- Αύξηση των εσόδων μέσω της επίτευξης των ανωτέρω.
- Μείωση του οριακού κόστους, δηλαδή ανά μονάδα παραγόμενου προϊόντος και γενικότερα μείωση κόστους σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα.
- Ταχύτητα στις διαδικασίες
- Πλήρη και ακριβή πληροφόρηση.
- Ουσιαστική μείωση τόσο των αποθεμάτων, μέσω του καλύτερου συντονισμού των εμπορικών και παραγωγικών λειτουργιών, όσο και των χρόνων διεκπεραίωσης των εργασιών και των παραγγελιών.
- Εξοικονόμηση χρόνου των στελεχών από την ταχύτερη και ακριβέστερη πληροφόρηση.
- Βελτίωση της ευελιξίας και της προσαρμοστικότητας της επιχείρησης

2.3.1. Πλεονεκτήματα ERP συστήματος

Πλήρη εικόνα των οικονομικών στοιχείων: υποστηρίζει όλα τα τμήματα της επιχείρησης και λαμβάνει από αυτά κάθε χρηματοοικονομικό δεδομένο, παρέχοντας άμεσα πληροφόρηση στον χρήστη.

Αποδοτικότερη διαχείριση των πόρων: της με στόχο την βελτιστοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας, τη συμπίεση του κόστους, την απόδοση και την αύξηση του επιπέδου των πωλήσεων της επιχείρησης

Οργάνωση στις επιχειρησιακές διαδικασίες: μέσω της εύκολης και γρήγορης πρόσβασης πληροφοριών η οποία βασίζεται στην αυτοματοποίηση των διαδικασιών μεγιστοποιούν την ποιότητα εξυπηρέτησης προς τους πελάτες.

Οργάνωση και διαχείριση ανθρωπίνου δυναμικού: Η αποτελεσματική οργάνωση και διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού μέσω των αυτοματοποιημένων διαδικασιών επιτυγχάνει την αποδοτικότερη επικοινωνία και συνεννόηση ανάμεσα σε όλα τα στελέχη μιας εταιρείας. Η ανάγκη γίνεται επιτακτική όταν οι οργανισμοί αποτελούνται από μεγάλο αριθμό τμημάτων και ανθρώπινου δυναμικού αλλά και σε επιχειρήσεις που μπορεί να έχουν θυγατρικές σε διαφορετικά γεωγραφικά σημεία. Επιπρόσθετα, επιτυγχάνει βελτίωση των διαδικασιών ενοποίησης ιδιαίτερα σε πολυεθνικές.

Μείωση του κόστους λειτουργίας: που μπορεί να επιτευχθεί μέσω της βέλτιστης διαχείρισης των αποθεμάτων/ αποθηκών και της αύξησης της παραγωγικότητας των εργαζομένων. Επιπλέον καταφέρνει να μειώσει τον χρόνο που απαιτείται για συγκριμένες λειτουργίες, μηδενίζοντας την περίπτωση του λάθους.

Πληροφορία σε πραγματικό χρόνο: Δημιουργεί συνθήκες εύκολης διάχυσης της πληροφορίας και αποφυγής ανεπιθύμητων καταστάσεων. Η έλλειψη άμεσης και έγκυρης πληροφορίας στο γρήγορα μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον που ζούμε, ίσως μεταφράζεται και σε δυσκολία επιβίωσης.

Υποστήριξη διαφόρων προτύπων όπως διασφάλισης ποιότητας ISO 9002, IAS που απαιτούνται από το νόμο.

Συνδυάζοντας τα ανωτέρω πλεονεκτήματα οδηγούμαστε στην ικανοποίηση του πελάτη και στην ενίσχυση της επαναλαμβανόμενης καταναλωτικής του συμπεριφοράς. Πλέον κάθε πληροφορία και προϊόν μεταφέρεται μέσω της εφοδιαστική αλυσίδας στον καταναλωτή ενισχύοντας την ικανοποίηση του. Τέλος, τόσο οι πληροφορίες όσο και οι δυνατότητες ενός τέτοιου συστήματος οδηγούν σε αυξημένη ευελιξία και βελτιστοποίηση της παραγωγής και απόδοσης όλων των λειτουργικών τμημάτων του οργανισμού που συνδέονται με το εν λόγω σύστημα.

2.3.2. Μειονεκτήματα ERP συστήματος

Στα βασικά μειονεκτήματα του εν λόγω συστήματος αναφέρεται η ετοιμότητα της επιχείρησης και συγκεκριμένα το επίπεδο της εσωτερικής οργάνωσης και κατά πώς αυτά έχουν κατανοήσει και απορροφήσει ένα τέτοιο πρόγραμμα. Αναλυτικά:

✓ **Η έλλειψη εμπειρίας των επιχειρήσεων που διαθέτουν τα συστήματα.**

Γίνεται αντιληπτό ότι αυτοί που κατέχουν τα εν λόγω συστήματα πολλές φορές δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν τυχόν προβλήματα που μπορούν να παρουσιαστούν κατά την εγκατάσταση του συστήματος. Τόσο η Διοίκηση όσο και ο κάθε εργαζόμενος στα πλαίσια της εσωτερικής οργάνωσης θα πρέπει να αποδεχτεί την ύπαρξη του συγκεκριμένου συστήματος, θα πρέπει να το κατανοήσεις ώστε να γνωρίζει πότε θα «ζητήσει» την βοήθεια του.

Οφείλουν λοιπόν να γνωρίζουν τις πραγματικές ανάγκες της επιχείρησης ώστε μέσω της αποτελεσματικής διαχείρισης του συστήματος να μπορέσουν να τις καλύψουν. Τέλος σημαντικό ρόλο διαδραματίζει τόσο η εμπειρία όσο και η εξειδίκευση των πωλητών του συστήματος που πολλές φορές δεν μπορούν να λύσουν τυχόν προβλήματα που εμφανίζονται κατά την εγκατάσταση ενός τέτοιου συστήματος. Για να μπορέσει να αντιμετωπιστεί αυτή η δυσκολία ο πωλητής θα πρέπει να καταλάβει την ιδιαιτερότητα που εμφανίζει κάθε πελάτης αφού το πρόγραμμα που τελικά εγκαθίσταται είναι προσαρμοσμένο αυστηρά και μόνο στις ανάγκες τις εκάστοτε επιχειρήσεις.

✓ **Υψηλό κόστος εγκατάστασης και εκπαίδευσης.**

Βασικό μειονέκτημα του συστήματος αποτελεί το υψηλό κόστος εγκατάστασης αλλά και το κόστος εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού που θα το διαχειρίζεται. Ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δώσει η επιχείρηση και στο κόστος συντήρησης αλλά και του συγκεκριμένου hardware που απαιτείται. Ένα επιπρόσθετο κόστος είναι και αυτό της αναβάθμισης του hardware.

✓ **Διάστημα – χρόνος εγκατάστασης και τελειοποίησης.**

Τόσο η δομή της επιχείρησης όσο και το επίπεδό της αποτελούν σημαντικό παράγοντα η αποτελεσματική λειτουργία του συστήματος. Εδώ ο ανθρώπινος παράγοντας παίζει καθοριστικό ρόλο γιατί από την κατάρτισή σου εξαρτάται το χρονικό διάστημα που θα χρειαστεί ώστε αυτό το σύστημα να λειτουργήσει αποτελεσματικά και χωρίς λάθη. Όπως γνωρίζουμε ο χρόνος εγκατάστασης και τελειοποίησης της λειτουργίας μιας τέτοιας εφαρμογής κρίνεται μεγάλος συνεπώς είναι ανασταλτικός παράγοντας για την απόκτησή του αφού μία καθυστέρηση μπορεί να μειώσει την ποιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες προς τον πελάτη.

✓ **Δυσκολία στον υπολογισμό του οφέλους.**

Δεδομένου ότι τα συγκεκριμένα συστήματα δεν έχουν άμεση οικονομική απεικόνιση στα αποτελέσματα της επιχείρησης είναι δύσκολο να προσδιοριστεί η ωφέλεια από την εφαρμογή του. Επιπρόσθετα, υπάρχει έλλειψη πληροφοριών όσων αφορά τις διαδικασίες των διανομών και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην μπορεί ο οργανισμός να προσδιορίσει την αποδοτικότητα και τη απόσβεσης της επένδυσης στο σύστημα με συνέπεια.

2.4. Χαρακτηριστικά ενός συστήματος ERP

Κάθε επιχείρηση γνωρίζοντας τις πραγματικές της ανάγκες θα πρέπει κατά την αξιολόγηση του εν λόγω συστήματος να εξετάσει τα παρακάτω:

- ✓ **Έκδοση εφαρμογής:** Καλύπτονται οι ανάγκες της επιχείρησης από τα έτοιμα πακέτα μιας έκδοσης ERP.
- ✓ **Χρόνος υλοποίησης:** Πόσο θα διαρκέσει η ολοκλήρωση και παράδοση του συστήματος
- ✓ **Δυνατότητα μεταφοράς δεδομένων:** Ποιες είναι οι επιλογές που παρέχονται για datamigration.
- ✓ **Συχνότητα αναβάθμισης:** Πόσο συχνά αναβαθμίζεται το σύστημα ώστε να καλύπτει καινούργιες ανάγκες και να προσθέτει νέες δυνατότητες.
- ✓ **Ασφάλεια:** Το επίπεδο ασφάλειας που παρέχει όσον αφορά τα επιχειρησιακά δεδομένα και πληροφορίες.
- ✓ **Ταχύτητα:** Πόσο γρήγορα «φορτώνει» τις πληροφορίες/δεδομένα που χρειάζεται η επιχείρηση;
- ✓ **Ετοιμότητα:** Το επίπεδο ετοιμότητας κάθε επιχείρησης για τυχόν άμεση αντιμετώπιση αλλαγών κατά την πορεία κα ανάπτυξη της επιχείρησης.
- ✓ **Προσαρμογή:** Υπάρχει η δυνατότητα προσαρμογής της λύσης στις ιδιαίτερες ανάγκες της επιχείρησης;
- ✓ **Σχεδιασμός πλατφόρμας:** Φιλική στο χρήστη και εύκολη στη χρήση της.
- ✓ **Εκπαίδευση:** Υπάρχει δυνατότητα εκπαίδευσης, αλλά και συνεχούς πληροφόρησης για τις νέες εκδόσεις;

2.5. Μορφές διάθεσης του συστήματος

Μέσω του **On-premise** το σύστημα ERP εγκαθίσταται σε εξοπλισμό της επιχείρησης, η οποία φέρει την ευθύνη για τη λειτουργία, τη συντήρηση και τη διαχείριση του λογισμικού. Επιπρόσθετα, το ERP φιλοξενείται και σε Cloud εξοπλισμό του παρόχου του λογισμικού με τη μορφή μίας συνδρομητικής υπηρεσίας, **SaaS**. Τέλος υπάρχει και το **Hosted**, όπου στο συγκεκριμένο μοντέλο λειτουργίας, το σύστημα ERP φιλοξενείται σε Cloud υποδομή του παρόχου, ωστόσο η επιχείρηση εξακολουθεί και φέρει τη συνολική ευθύνη για τη λειτουργία και τη διαχείριση του λογισμικού.

2.5.1. Τι είναι το Cloud ERP

Στο επιχειρηματικό κόσμο, σήμερα μία λύση που κερδίζει έδαφος είναι το ERP στο Cloud, ή όπως αλλιώς ονομάζεται, το SaaS ERP (Software as a Service ERP). Χρησιμοποιείται με στόχο την εξυπηρέτηση μεγάλων εγκαταστάσεων, αξιοποιώντας τις δυνατότητες που προσφέρει το internet αναφορικά με τη διαχείριση πόρων και την αποθήκευση δεδομένων. Μέσω αυτής της επιλογής, περιορίζεται ο χρόνος λειτουργίας αφού δεν απαιτείται εγκατάσταση του συστήματος σε αντίθεση με την on-premise εγκατάσταση. Τα κύρια χαρακτηριστικά του, αφορούν την άμεση αναβάθμισή και την μείωση των λειτουργικών εξόδων της επιχείρησης. Τέλος, η ασφάλεια των δεδομένων από την άποψη του disasterrecoveryplan, θα πρέπει να θεωρείται δεδομένη, αφού η εγκατάσταση του Cloud ERP βρίσκεται σε υπερσύγχρονα data centers.

Επιπλέον δύναται η πρόσβαση και η χρήση από οπουδήποτε, αφού το λογισμικό τρέχει στο Cloud και δεν απαιτεί εγκατάσταση συστημάτων σε απομακρυσμένες τοποθεσίες. Παρέχεται υψηλό επίπεδο ασφαλείας αφού τα δεδομένα είναι αποθηκευμένα σε υπερσύγχρονα data centers με συνεχή έλεγχο, backup και προηγμένες λύσεις ανάκτησης. Η διαμόρφωση και η εγκατάσταση προσαρμόζεται κάθε φορά σύμφωνα με τις πραγματικές ανάγκες της επιχείρησης. Τέλος, χαρακτηρίζεται από ευέλικτη διαχείριση χρηματικών πόρων, αφού επιτρέπει την δημιουργία εξόδων ανάλογα των απαιτούμενων κάθε φορά μηχανογραφικών πόρων

2.5.1.1.Κατηγορίες του Cloud

Public Cloud: το οποίο λειτουργεί σε data centers, τα οποία ανήκουν και διαχειρίζονται από τρίτες εταιρείες (Microsoft, Google, Amazon κ.λπ.). Κύριο πλεονέκτημά του τα μηδενικά έξοδα διαχείρισης και η ταχύτητα υλοποίησης ενός συστήματος ERP. Συστήνεται για μικρομεσαίες επιχειρήσεις λόγω ευελιξίας το κόστους κτήσης του.

Private Cloud: το οποίο αποτελείται από dedicated servers, οι οποίοι μπορεί να βρίσκονται είτε στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης, είτε σε κάποιο τρίτο datacenter. Μέσω της ευελιξίας, της επεκτασιμότητας και της αποτελεσματικότητας του παρέχει υψηλό επίπεδο ελέγχου. Προτείνεται για μεγάλους πολυεθνικούς και κυβερνητικούς οργανισμούς με πολύ αυστηρές πολιτικές σε ότι αφορά τη διαχείριση δεδομένων. Στην περίπτωση του PrivateCloud, δύναται στην επιχείρηση η δυνατότητα διαμόρφωσης της επεξεργαστικής ισχύς, του αποθηκευτικού χώρου της με συγκεκριμένες και εξειδικευμένες προδιαγραφές.

Βασικό μειονέκτημα της εν λόγω επιλογής το υψηλό κόστος δημιουργίας ιδιαίτερα εάν βρίσκεται στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης.

Hybrid Cloud: Πρόκειται για ένα συνδυασμό των πλεονεκτημάτων των δύο προηγούμενων επιλογών, με τον πλέον αποδοτικό τρόπο για μια επιχείρηση. Το Public Cloud μπορεί να χρησιμοποιείται για λιγότερο ευαίσθητα δεδομένα, ενώ αντίστοιχα το Private για τα data που θεωρούνται κρίσιμα για τις λειτουργίες της επιχείρησης. Το συγκεκριμένο μοντέλο λειτουργίας ενσωματώνει όλους τους υφιστάμενους πόρους, επιτυγχάνοντας μια εξαιρετικά ευέλικτη και οικονομικά αποδοτική λύση για την επιχείρηση.

2.6. Κριτήρια επιλογής του ERP

Στο πλαίσιο όπου ο επιχειρηματίας αντιλαμβάνεται ότι τα απλά λογισμικά δεν είναι κατάλληλα για τη διαχείριση των δραστηριοτήτων του, κρίνεται απαραίτητη η υλοποίηση μίας λύσης ERP. Κατά την λήψη της Απόφασης για την επιλογή του ERP, η επιχείρηση αναπτύσσει διάφορους προβληματισμούς σχετικά με την επιλογή της προμηθεύτριας εταιρείας και του τρόπου- επιλογής εγκατάσταση. Επιπρόσθετα για να υλοποιηθεί αποτελεσματικά η λειτουργία του εν λόγω συστήματος, απαιτείται η δημιουργία ενός τμήματος IT, με την βοήθεια του συμβούλου της επιχείρησης. Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να γνωρίζει ότι με την εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος, οι εργαζόμενοι θα πρέπει να κατανοήσουν τις αλλαγές, να τις στηρίξουν και να τις εφαρμόσουν ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι εγκατάστασής του. Τέλος, οι τεχνολογικές εξελίξεις που συμβαίνουν, αναγκάζουν τις επιχειρήσεις να αποφασίσουν βίαια, γεγονός που επηρεάζει την ανάπτυξη ή και την επιβίωσή τους.

2.6.1. Σύμβουλος Υλοποίησης

Όπως αναφέρθηκε πρωτεύων ρόλο για την υλοποίηση του λογισμικού διαδραματίζει ο «Σύμβουλος Υλοποίησης», που θα λειτουργεί αποτελεσματικά ανάμεσα στη διοίκηση της επιχείρησης και στους συμβούλους το λογισμικού διορθώνοντας η επιλύοντας τυχόν προβλήματα. Επιπρόσθετα μέσω του feedback να διευκολύνεται η ομαλή ροή της εργασίας στο απαιτούμενο χρονοδιάγραμμα ενισχύοντας την αντίληψη της επιχείρησης να κάνει κτήμα της το ERP. Τα βασικά χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχει ο εν λόγω Σύμβουλος, αναλύονται ως εξής:

- ✓ Την απαιτούμενη εμπειρία πάνω στην υλοποίηση του συστήματος ERP.
- ✓ Την χρήση αποδεδειγμένων αποδοτικών εργαλείων μέσω των οποίων θα καταγράφονται και θα ιεραρχούνται οι ανάγκες της επιχείρησης.
- ✓ Να μπορεί να μεταφέρει την τεχνογνωσία που απέκτησε από προηγούμενη εμπειρία.
- ✓ Τέλος, μέσω της διαρκής εξειδίκευσης ο σύμβουλος να αποκτάει διαρκώς γνώσεις ώστε να τις μεταφράζει στις επιχειρηματικές στρατηγικές και στις απαιτήσεις μέσα στην επιχείρηση.

2.7. ERP στην Ελλάδα

Σε ένα διαρκώς ανταγωνιστικό περιβάλλον σήμερα στην Ελλάδα προτείνονται διάφορες λύσεις όσον αφορά το σύστημα ERP. Τα σπουδαιότερα από αυτά είναι της Singular-Logic, της Altec Atlantis, της OracleFinancials, τα οποία διαφοροποιούνται από τα ελληνικά λόγω της υψηλής παραμετροποίησης και της ενσωμάτωσης περιφερειακών κυκλωμάτων. Τα **Ελληνικά ERP είναι της Atlantis, της Computer Logic ERP System και της Singular Enterprise.** Στην περίπτωση των ελληνικών ERP θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν διαφοροποιημένες στρατηγικές αναφορικά με τα προϊόντα τους, όσον αφορά την αρχιτεκτονική ανάπτυξης τους συνεπώς οφείλουν να κατανοήσουν ότι πρόκειται για μία μελλοντική απαίτηση.

Πίνακας 3: S.W.O.T. Ανάλυση ERP στην ελληνική αγορά

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Μικρό κόστος εγκατάστασης ✓ Εκμετάλλευση νέων τεχνολογιών όπως οι cloud τεχνολογίες, το B.I και οι βελτιωμένες OLAP διαδικασίες. ✓ Εύκολες & γρήγορες αναβαθμίσεις ✓ Οι αυξανόμενες υπολογιστικές δυνατότητες κάνουν πιο εύκολο το data-mining ✓ Προσφέρει στην επιχείρηση μια ευρεία άποψη για τις ροές εργασίας μια επιχείρησης 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Υψηλό κόστος απόκτησης ✓ «Κρυφά» κόστη ✓ Παρωχημένες αρχιτεκτονικές ✓ Ανάγκη εκπαίδευσης προσωπικού ✓ Προβλήματα συμβατότητας με υπάρχοντα συστήματα της επιχείρησης ✓ Ανάγκη αγοράς υπηρεσιών υποστήριξης ✓ Θέματα Ασφαλείας

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ανάπτυξη τεχνογνωσίας μέσα στην επιχείρηση ✓ Επιτρέπει τον εξ ορθολογισμό της επιχείρησης ✓ Δια λειτουργικότητα 	
<p style="text-align: center;">ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Σταδιακή ανάπτυξη κοινότητας λογισμικού στην Ελλάδα ✓ Νομικά θέματα ✓ Πολλοί υπεύθυνοι για την ανάπτυξη του έργου ✓ Οι cloud τεχνολογίες κάνουν πιο προσιτά τα κόστη κτήσεις ενός ERP για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ✓ Υποστήριξη από forum- users από την ανοικτή κοινότητα ✓ Υψηλές αποδόσεις και ολοκλήρωση στον κρίσιμο τομέα της λιανικής που παρουσιάζει έντονο ανταγωνισμό ✓ Ανεξαρτησία από προμηθευτές λογισμικού 	<p style="text-align: center;">ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Μικρός αριθμός εξελληνισμένων ERP ✓ Αμφιβολία ευχρηστίας και φιλικότητας του συστήματος ✓ Έρχεται σε αντίθεση με την παγκοσμιοποίηση και την διεθνή κίνηση των προϊόντων απαιτώντας ενσωμάτωση στα ERP, μεγαλύτερη ποικιλία σε κανονισμούς και προϊόντα. ✓ Τι κάνουν οι ανταγωνιστές και ιδιαίτερα οι παγκόσμιοι ηγέτες στον τομέα ERP ✓ Μικρή κοινότητα ανοικτού λογισμικού στην Ελλάδα ✓ Big Data φαινόμενο και έλλειψη αλγορίθμων για ιδανική ανάλυση τέτοιου όγκου δεδομένων

Ολοκληρώνοντας την επιλογή ERP στην Ελλάδα, οι τάσεις που επικρατούν στην αγορά ευνοούν εφαρμογές που βασίζονται στην πλατφόρμα Windows NT περισσότερο (σε σχέση με το UNIX και το AS-400) και συνεργάζονται με όλες τις βάσεις δεδομένων: Oracle, Microsoft SQL Server, DB2.

2.8. ERP στις μικρές επιχειρήσεις

Στο ανταγωνιστικό περιβάλλον που λειτουργούν οι μικρές επιχειρήσεις στον ελλαδικό χώρο, οι απαιτήσεις των καταναλωτών διαρκώς αυξάνουν ενισχύοντας την άποψη ότι το ERP είναι απαραίτητο και γι' αυτές. Μέσω του εν λόγω συστήματος επιτυγχάνεται:

- ✓ ολοκληρωμένη και απόλυτη προγραμματιζόμενη αξιοποίηση των πόρων της επιχείρησης.
- ✓ οικονομική λειτουργία χωρίς κατασπατάληση πόρων.
- ✓ εύκολη πρόσβαση σε όλο των όγκο των πρωτογενών εγγραφών προκειμένου να αντληθούν στοιχεία και δεδομένα.
- ✓ Αποτελεσματική χρήση του διαδικτύου.

Στον αντίποδα της υλοποίησής του, λαμβάνεται υπόψιν το κόστος που απαιτείται, τόσο για την αγορά του ERP όσο και για τις διαδικασίες εγκατάστασης και παραμετροποίησης του.

Ολοκληρώνοντας την ανάλυση του συγκεκριμένου κεφαλαίου, συμπεραίνουμε ότι τόσο η ανάπτυξη όσο και η πρόοδος των επιχειρήσεων, εξαρτάται άμεσα από την ταχύτητα και την ολοκληρωμένη διεκπεραίωση τόσο των υπηρεσιών προς τους πελάτες όσο και των υποχρεώσεων τους προς τους προμηθευτές και τρίτους φορείς. Για να καταφέρει λοιπόν να ανταπεξέλθει στις διαρκώς μεταβαλλόμενες ανάγκες του περιβάλλοντος, θα πρέπει να χρησιμοποιήσει ένα ολοκληρωμένο σύστημα μηχανογράφησης που καλύπτει όλες τις διαδικασίες και συναλλαγές της, ένα σύστημα ERP το οποίο θα προσαρμόσει στις ανάγκες της.

3.1. Dolibarr ERP & CRM

Το Dolibarr ERP & CRM είναι ένα μοντέρνο και εύκολο στη χρήση λογισμικό για την διαχείριση της επιχείρησης που δημιουργείται από την προσθήκη ενοτήτων. Πρόκειται για μία βάση έργου OpenSource σε διακομιστή WAMP, MAMP ή LAMP (Apache, Mysql, PHP για όλα τα λειτουργικά συστήματα). Το Dolibarr διαφέρει από άλλα λογισμικά ERP ή CRM (όπως το OpenAguila, το OpenBravo, το OpenERP, το Neogia, το Compiere κ.λπ.), γιατί μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μία αυτόνομη εφαρμογή, ή σε απευθείας σύνδεση σε μια mutualized ή dedicatedserver.

Το OpenSource και το δωρεάνμοντέλο επιτρέπουν αρκετές χιλιάδες προγραμματιστές, δοκιμαστές και μεταφραστές να εργάζονται στο έργο παρέχοντας το πλεονέκτημα να βρίσκεστε πάντα στην πρωτοπορία της καινοτομίας. Επιτρέπει μεγάλη βάση τελικών χρηστών, βελτιώνοντας τη διεπαφή χρήστη με πολλά σχόλια.

3.2. Ιστορική Αναδρομή

- Το Dolibarr ξεκίνησε από τον Rodolphe Quideville, από το μηδέν κάτω από την λογική CVS (Ταυτόχρονη Έκδοση Συστημάτων), φιλοξενούμενο από την Savannah, τον Απρίλιο του 2002. Ο Jean-LouisBergamo, ακόμη ένα μέλος, άρχισε την ενότητα για Οργανισμούς και Ιδρύματα.
- Η έκδοση 1.0 εμφανίστηκε τον Σεπτέμβριο του 2003.
- Τον Ιούλιο του 2008, ο Laurent Destailleur - ο κύριος συνεργάτης και συγγραφέας των AWStats - ανέλαβε από την Rodolphe Quideville ως κύριο προγραμματιστή. Σε πολλές χώρες έχουν δημιουργηθεί ένα ίδρυμα και διάφορες ομάδες χρηστών. Το πρώτο εγκαταστάθηκε στη Γαλλία, τη χώρα όπου ο Dolibarr είναι πιο γνωστός.
- Η δημοτικότητα του Dolibarr στη Γαλλία αυξήθηκε αφού διανεμήθηκε ελεύθερα από διάφορες κυβερνητικές υπηρεσίες σε ανθρώπους που ξεκίνησαν νέες επιχειρήσεις. Το λογισμικό χρησιμοποιείται πλέον σε πολλές άλλες χώρες και μεταφράζεται σε περισσότερες από 50 γλώσσες.

Εικόνα 1. Dolibarr ERP & CRM infographic: Η αναδρομική έκθεση του 2017



Πηγή: <https://www.dolibarr.gr/>

3.3. Χαρακτηριστικά

Το συγκεκριμένο λογισμικό είναι μία εφαρμογή που εκτελείται μέσα από ένα πλοηγό διαδικτύου και μπορεί να χρησιμοποιηθεί όπου υπάρχει σύνδεση διαδικτύου. Κύριος σκοπός της δημιουργίας του είναι η εξυπηρέτηση και η διαχείριση των Επιχειρησιακών Πόρων / Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων σε μία επιχείρηση που σέβεται και εναρμονίζεται με τα τρία Α του απλού λογισμικού.

- Ένα λογισμικό πρέπει να είναι Απλό στην κατασκευή
- Ένα λογισμικό πρέπει να είναι Απλό στην εγκατάσταση
- Ένα λογισμικό πρέπει να είναι Απλό στην χρήση

Το Dolibarr συμπεριλαμβάνει όλα τα χαρακτηριστικά μία πλατφόρμας **ERP/CRM**, χωρίς την λογιστική. Είναι δομημένο ανά ενότητες και το χαρακτηριστικό του είναι η ευκολία στην χρήση και την εγκατάσταση παρά τον μεγάλο αριθμό λειτουργιών ανά ενότητα.

Εικόνα 2. Χαρακτηριστικά



Πηγή: <https://www.dolibarr.gr/screenshots.html>

- ✓ **Λογισμικό ανοικτού κώδικα** για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οργανισμούς και ελεύθερους επαγγελματίες που εκδίδεται σύμφωνα με την άδεια GPLv3 +.

Με τον όρο λογισμικό ανοικτού κώδικα (*Open Source Software, OSS*) εννοείται το λογισμικό του οποίου ο πηγαίος κώδικας διατίθεται σε τρίτον για να τον εξετάσει. Δεν σημαίνει απαραίτητως δωρεάν λογισμικό, αλλά αναφέρεται στο γεγονός πως επιτρέπεται σε

κάθε χρήστη να εξετάσει και να χρησιμοποιήσει τη γνώση και τις δυνατότητες που προσφέρει ο παρερχόμενος πηγαίος κώδικας.

- ✓ Τα **δεδομένα είναι ιδιωτικά και ασφαλές**. Συγκεκριμένα υπάρχουν πολλαπλοί λογαριασμοί χρηστών, Δικαιώματα στο BackOffice των χρηστών / ομάδων και Front-office Εμφάνιση πελατών / προμηθευτών.
- ✓ **Είναι Γρήγορο και Βελτιωμένο**. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί όπου υπάρχει σύνδεση διαδικτύου (Lan & 3G). Επιπλέον είναι φτιαγμένο για κάθε μεγέθους βάσης δεδομένων.
- ✓ **Είναι Δωρεάν** για download, εγκατάσταση και χρήση. Δεν απαιτείται καμία άδεια και είναι διαθέσιμο για όλα τα OS.
- ✓ **Διατίθεται με auto-installers για χρήστες χωρίς τεχνικές γνώσεις** και με όλες τις προϋποθέσεις του (Apache, Mysql, PHP) σε πακέτα. Αυτά τα πακέτα είναι:
 - DoliWamp, ένα πρόγραμμα εγκατάστασης Auto-exe για χρήστες των Windows.
 - DoliMamp, ένα αυτόματο πρόγραμμα εγκατάστασης για χρήστες Mac OS X.
 - DoliBuntu, ένα πρόγραμμα εγκατάστασης για χρήστες Linux Ubuntu / Debian.
- ✓ Το Dolibarr **είναι γραμμένο σε PHP² ενώ χρησιμοποιεί MySQL³** ως βάση δεδομένων. Δουλεύει με έναν μεγάλο αριθμό υπηρεσιών φιλοξενίας και servers με οποιαδήποτε PHP διαμόρφωση.

3.3.1.Κύριες ενότητες

- Πελάτες, Προοπτικές και / ή Προμηθευτές
- Κατάλογος προϊόντων και / ή υπηρεσιών
- Διαχείριση εμπορικών προτάσεων

² Η **PHP**: γλώσσα προγραμματισμού για τη δημιουργία σελίδων web με δυναμικό περιεχόμενο η οποία περνά από επεξεργασία από ένα συμβατό διακομιστή του Παγκόσμιου ώστε να παραχθεί σε πραγματικό χρόνο το τελικό περιεχόμενο, που είτε θα σταλεί στο πρόγραμμα περιήγησης των επισκεπτών σε μορφή κώδικα HTML ή θα επεξεργασθεί τις εισόδους δίχως να προβάλλει την έξοδο στο χρήστη, αλλά θα τις μεταβιβάσει σε κάποιο άλλο PHP script.

³ Η **MySQL** είναι ένα σύστημα διαχείρισης σχεσιακών βάσεων δεδομένων που μετρά περισσότερες από 11 εκατομμύρια εγκαταστάσεις. Το πρόγραμμα τρέχει έναν εξυπηρετητή (server) παρέχοντας πρόσβαση πολλών χρηστών σε ένα σύνολο βάσεων δεδομένων.

- Διαχείριση παραγγελιών πελατών και προμηθευτών
- Τιμολόγια και διαχείριση πληρωμών
- Διαχείριση μόνιμων εντολών (Ευρωπαϊκός SEPA)
- Διαχείριση τραπεζικών λογαριασμών
- Κοινόχρηστο ημερολόγιο
- Ευκαιρίες και / ή διαχείριση έργου
- Διαχείριση έργων
- Διαχείριση συμβολαίων
- Διαχείριση αποστολής
- Διαχείριση παρεμβάσεων
- Ημερήσια διάταξη με εξαγωγή ical και vcal για ολοκλήρωση εργαλείων τρίτων
- Ηλεκτρονική διαχείριση εγγράφων (EDM)
- Διαχείριση μελών των ιδρυμάτων
- Διαχείριση των διακοπών των εργαζομένων
- Μαζικό μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

3.3.2. Γενικά χαρακτηριστικά

- Πολλαπλοί χρήστες και ομάδες με εξαιρετικά κόκκινα δικαιώματα
- Εντοπισμός στις περισσότερες μεγάλες γλώσσες
- Μπορεί να διαχειριστεί πολλές εταιρείες προσθέτοντας εξωτερική μονάδα πολλαπλών εταιρειών.
- Μπορεί να διαχειριστεί διάφορα νομίσματα προσθέτοντας εξωτερική μονάδα πολλών νομισμάτων.
- Πολύ φιλικό προς το χρήστη και εύκολο στη χρήση
- Εξαιρετικά προσαρμόσιμο: ενεργοποιήστε μόνο τις μονάδες που χρειάζεστε, προσθέστε εξατομικευμένα πεδία χρήστη, επιλέξτε το δέρμα σας, διαχειριστές μενού (μπορούν να χρησιμοποιηθούν από εσωτερικούς χρήστες ως back-office με ένα συγκεκριμένο μενού ή από εξωτερικούς χρήστες ως frontoffice με άλλο ένα)
- Λειτουργεί με PHP 5.3+ και MariaDB 5.0.3+, MySQL 5.0.3+ ή PostgreSQL 8.1.4+.
- Συμβατό με όλες τις λύσεις Cloud που ταιριάζουν με τις απαιτήσεις MySQL, PHP ή PostgreSQL.

- Εύκολη κατανόηση, συντήρηση και κωδικοποίηση των διεπαφών με το δικό σας πληροφοριακό σύστημα (PHP χωρίς βαρύ πλαίσιο, αρχιτεκτονική σκανδάλης και γάντζου)
- Υποστήριξη για ειδικές λειτουργίες ανά χώρα:
 - Ισπανικό ΦΠΑ RE και ISPF
 - Γάλλος συντελεστής ΦΠΑ (ΦΠΑ που ονομάζεται "Non PerçueRécupérable" για DOM-TOM)
 - Καναδικοί διπλοί φόροι (ομοσπονδιακή / επαρχιακή) και άλλες χώρες που χρησιμοποιούν σωρευτικό ΦΠΑ
 - Συμβατό με τις ευρωπαϊκές οδηγίες (2006/112 / ΕΚ ... 2010/45 / ΕΕ)
- Δημιουργία PDF ή ODT για τιμολόγιο, προτάσεις, παραγγελίες.

3.4. Συμμετοχή σε Εκθέσεις

Παρακολουθώντας την παγκόσμια αγορά βλέπουμε ότι το Dolibarrσυμμετείχε στην σύνοδο κορυφής του Παρισιού OpenSourceστις 6-7 Δεκεμβρίου 2017.



Η Dolibarr συμμετείχε στο Open Expo Europe 2018 ως χάλκινος συνεργάτης της εκδήλωσης. Η Open Expo Europe έχει γίνει η μεγαλύτερη εκδήλωση στον τομέα OpenSource& Ελεύθερου Λογισμικού και στην Open World Economy (OpenDataand OpenInnovation) στην

Ισπανία, σημείο αναφοράς για ανοιχτές τεχνολογίες.



Επιπλέον έχει βραβευτεί:

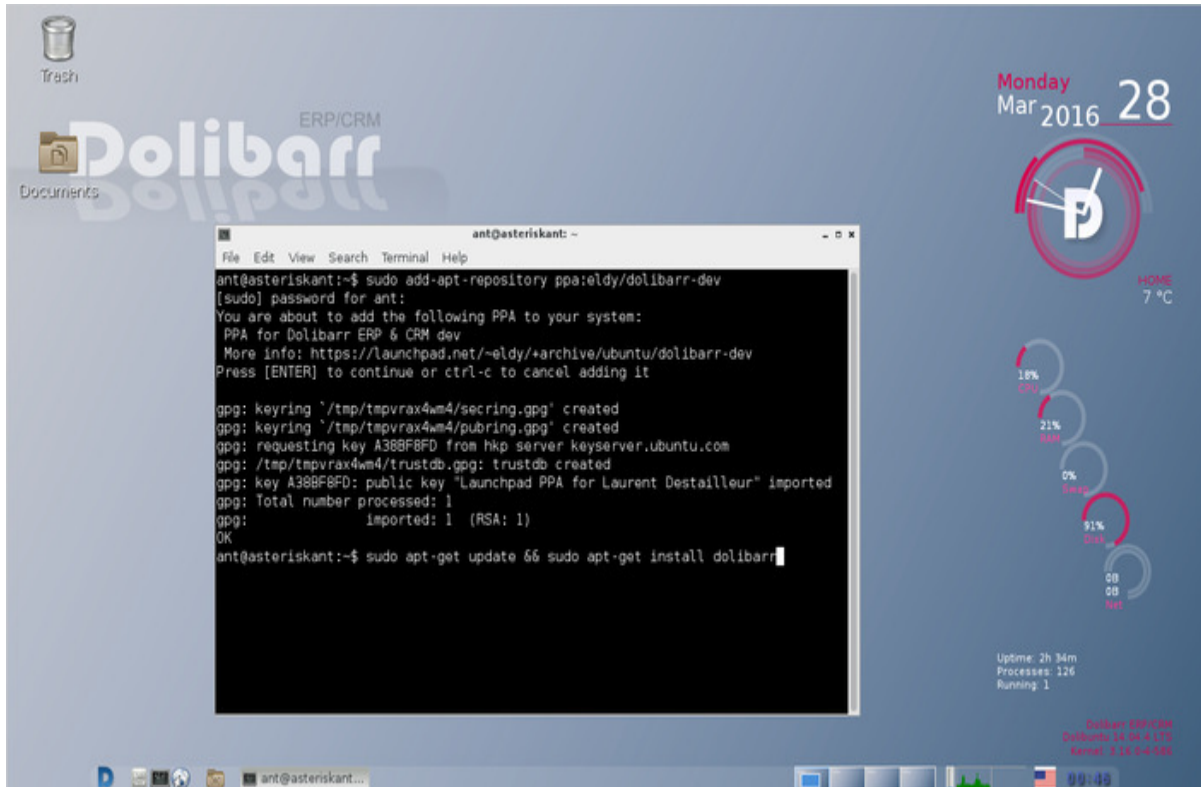
- 2003: 1η στην κατηγορία "Εταιρεία διαχείρισης" στο διαγωνισμό Les Trophées du Libre.
- 2014 : Το έργο Sourceforge της εβδομάδας Μάρτιος 2014
- 2015 : Το έργο Sourceforge της εβδομάδας Σεπτέμβριος 2015
- 2016 : Το έργο Sourceforge της εβδομάδας Σεπτέμβριος 2016

3.5. Διαδικασία Εγκατάστασης

Η εγκατάσταση σε Ubuntu είναι τόσο απλή που γίνετε είτε προσθέτοντας τα αποθετήρια του Dolibarr στο σύστημά σας είτε κατεβάζοντας το αντίστοιχο αρχείο εγκατάστασης. Παρακάτω θα δείτε τα βήματα για την εγκατάσταση που βασίζονται σε Debian συστήματα.

Μέσω αποθετηρίου	
Γράφουμε την εντολή <code>sudo add-apt-repository ppa:eldy/dolibarr-dev</code>	Πληκτρολογούμε τον κωδικό του <code>sudo</code> και <code>Enter</code> .
Πατάμε το <code>Enter</code> ξανά όταν μας ζητηθεί.	Γράφουμε την εντολή <code>sudo apt update & sudo apt install dolibarr</code>

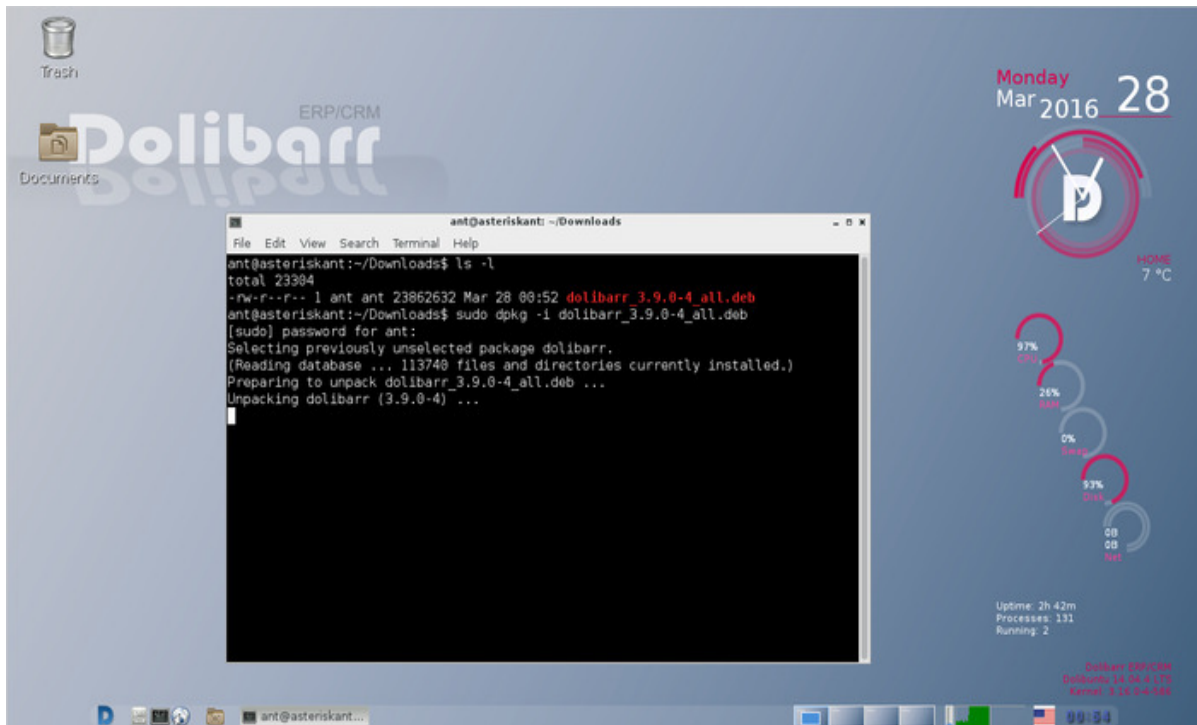
Εικόνα 3. Εγκατάσταση Μέσω αποθετηρίου



Πηγή: https://cerebrux.files.wordpress.com/2016/03/screen_1-dolibarr-egkatastasi.png

Μέσω αρχείου	
Κατεβάζουμε το <code>deb</code> αρχείο από το Dolibarr installation file	Ανοίγουμε το τερματικό.
Πάμε στο κατάλογο που έχουμε κατεβάσει το αρχείο.	Γράφουμε την εντολή <code>sudo dpkg -i dolibarr_XXX_all.deb</code> (όπου <code>XXX</code> είναι η έκδοση).
Αν δείτε κάποιο μήνυμα λάθους, γράφουμε την εντολή <code>sudo apt-get install -f</code>	

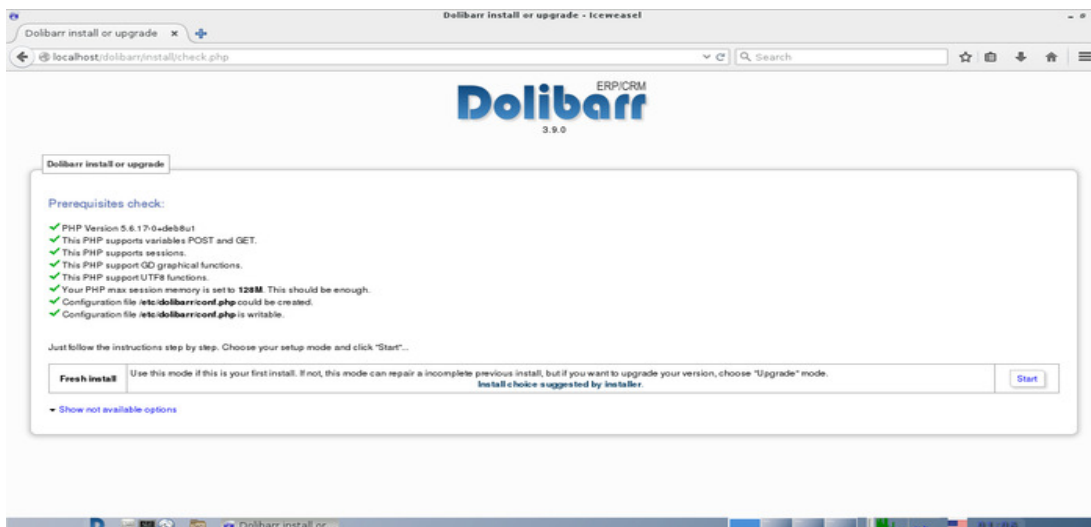
Εικόνα 4. Εγκατάσταση Μέσω αρχείου



Πηγή: https://cerebrux.files.wordpress.com/2016/03/screen_2-dolibar-egkatastasi.png

Αφού ολοκληρωθεί η εγκατάσταση το προεπιλεγμένο πρόγραμμα περιήγησης θα πρέπει να ανοίξει τη σελίδα εγκατάστασης. Αν όχι, ο χειρίστης μπορεί να ανοίξει το πρόγραμμα περιήγησης στο <http://localhost/dolibarr/> το πρόγραμμα εγκατάστασης θα ξεκινήσει. Στη συνέχεια γίνεται έλεγχος για το αν υπάρχουν τα προαπαιτούμενα στο σύστημα και αν είναι όλα σωστά τότε ξεκινάει το Λογισμικό με «Start».

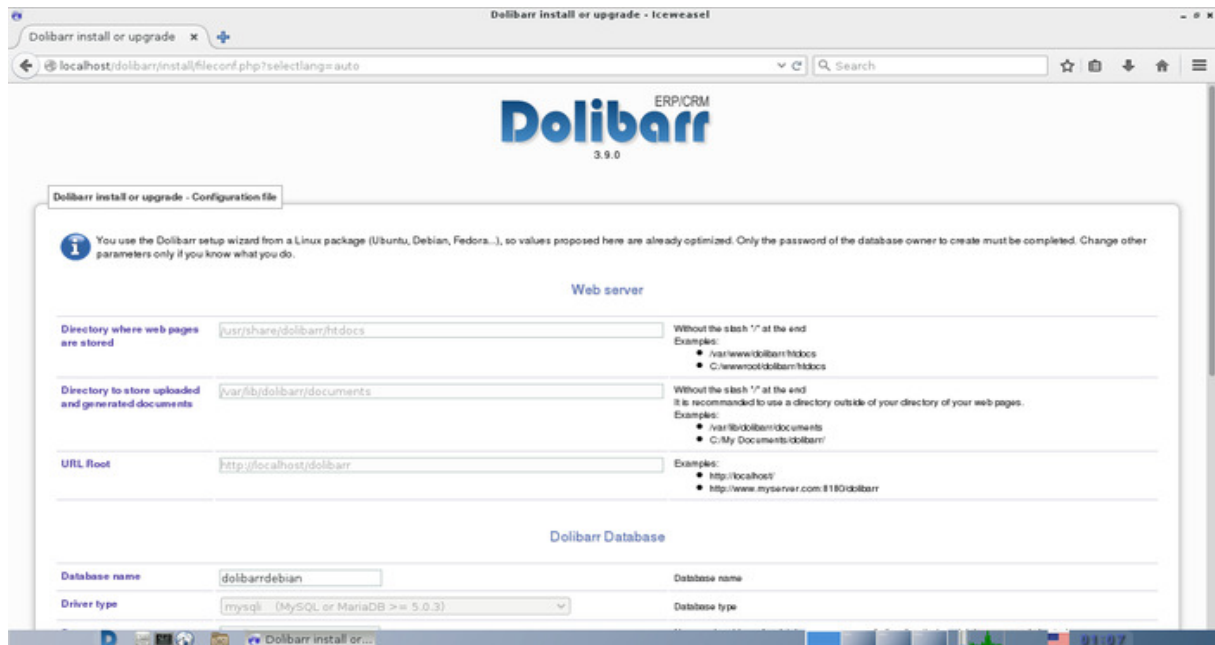
Εικόνα 4. Έλεγχος Συστήματος



Πηγή: https://cerebrux.files.wordpress.com/2016/03/screen_4-dolibar-egkatastasi.png

Στο επόμενο βήμα απαιτείται συγκεκριμένη διαμόρφωση. Στο κάτω μέρος της οθόνης γίνεται εισαγωγή του χρήστη ο οποίος θα έχει πρόσβαση στη βάση δεδομένων MySQL καθώς και τον κωδικό πρόσβασης του χρήστη.

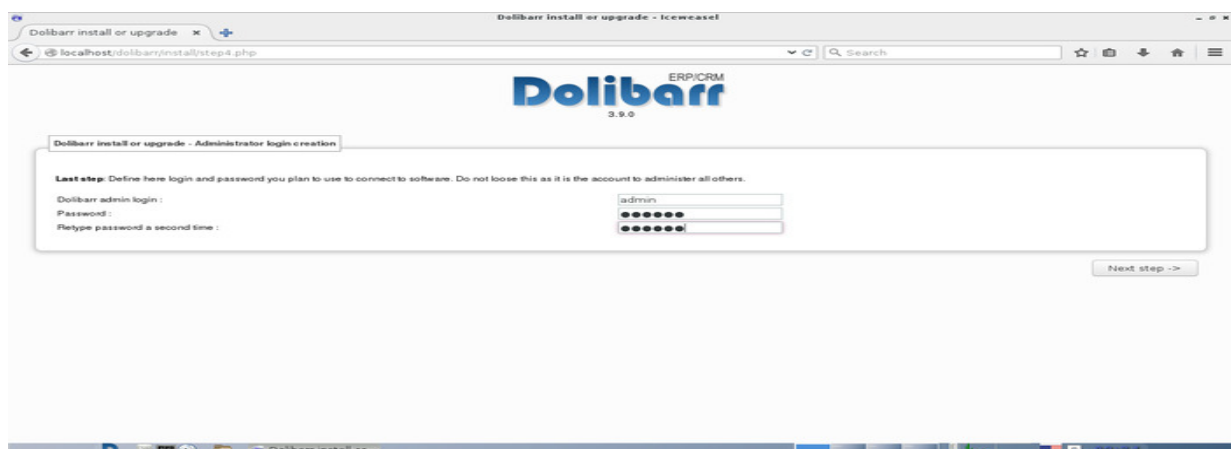
Εικόνα 5. Εισαγωγή χρήστη



Πηγή: https://cerebrux.files.wordpress.com/2016/03/screen_5-dolibarr-egkatastasi.png

Στο τελικό στάδιο της εγκατάστασης θα ζητηθεί η δημιουργία του διαχειριστή για το Dolibarr. Με εισαγωγή του ονόματος του χρήστη και στη συνέχεια πατώντας το κουμπί Next – Επόμενο, μπορούμε να ξεκινήσουμε τη λειτουργία του Λογισμικού.

Εικόνα 6. Δημιουργία Διαχειριστή



Πηγή: https://cerebrux.files.wordpress.com/2016/03/screen_6-dolibarr-egkatastasi.png

3.6. Cloud Solutions

Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, το Dolibarr ERP & CRM είναι ένα πακέτο λογισμικού σχεδιασμένο να λειτουργεί ως αυτόνομο πρόγραμμα ή ως εφαρμογή που φιλοξενείται στο Cloud. Έχοντας το Dolibarr στο Cloud, είναι μια λύση για τη χρήση του Dolibarr από οπουδήποτε, οποιαδήποτε συσκευή, χωρίς να κάνετε τεχνικές εργασίες. Οι κύριες διαθέσιμες υπηρεσίες ως λύση SaaS ή Cloud παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

DoliCloud
<ul style="list-style-type: none">▪ Χρησιμοποιείτε το ERP& CRM από οπουδήποτε μέσω σύνδεσης στο διαδίκτυο▪ Φιλοξενία (πλήρη πρόσβαση σε δεδομένα που υποστηρίζονται SSH, SFTP)▪ Υποστήριξη στα αγγλικά και τα γαλλικά (συμπεριλαμβανομένης της βοήθειας για τη μετανάστευση)▪ Ημερήσια αντίγραφα ασφαλείας δεδομένων▪ Αναβαθμίσεις έκδοσης.▪ Ακύρωση συνδρομής ανά πάσα στιγμή.
Nova First Cloud από τον Teclib
<ul style="list-style-type: none">▪ Χρησιμοποιείτε το ERP& CRM από οπουδήποτε μέσω σύνδεσης στο διαδίκτυο▪ Υποστήριξη στα αγγλικά και τα γαλλικά (συμπεριλαμβανομένης της βοήθειας για τη μετανάστευση)▪ Ημερήσια αντίγραφα ασφαλείας δεδομένων▪ Αναβαθμίσεις έκδοσης.▪ Ακύρωση συνδρομής ανά πάσα στιγμή.
Συμβουλευτικές υπηρεσίες ATM
<p>Διαχείριση Δεδομένων σε λειτουργία φιλοξενίας και μέσω της τεχνογνωσία της ATM Consulting σε συνδυασμό με όλα τα πλεονεκτήματα της λύσης SaaS (Λογισμικό ως Υπηρεσία):</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Dolibarr πρόσβαση από οπουδήποτε μέσω μιας σύνδεσης στο internet.▪ Cloud λύση χωρίς καμία χρονική δέσμευση.▪ Δεν χρειάζεται τεχνική εγκατάσταση.▪ Ημερήσια αντίγραφα ασφαλείας δεδομένων.▪ Πρόσβαση στη λειτουργική και τεχνική βοήθεια.

iNodbox

Συγκέντρωση πληροφοριών με ασφαλή τρόπο για την αποτελεσματική διαχείριση της επιχείρησης.

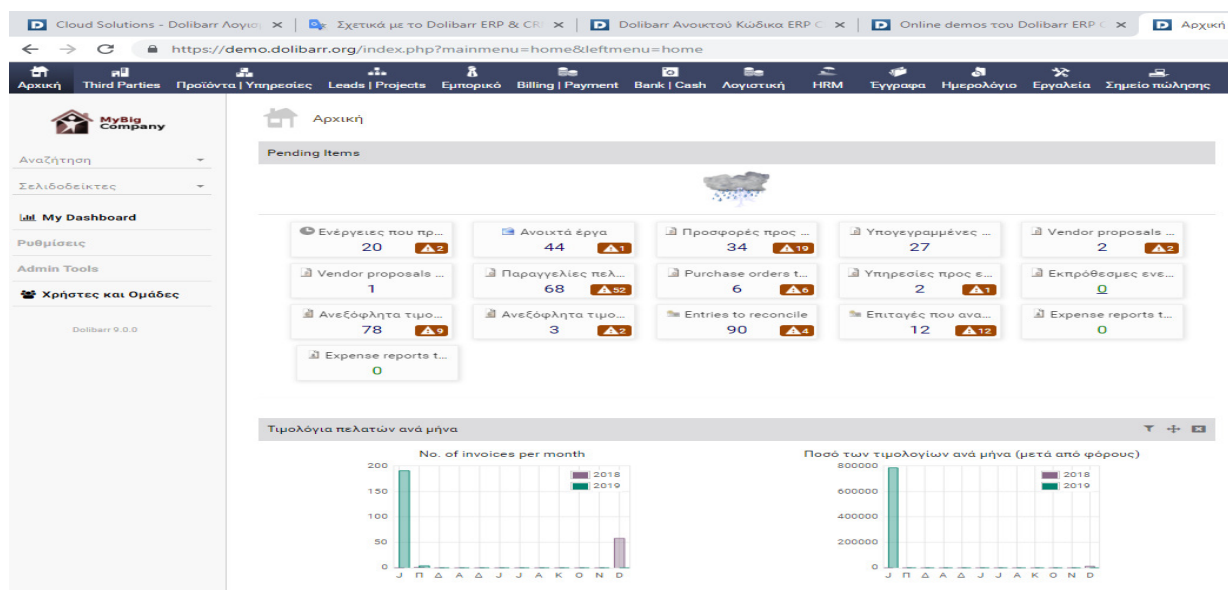
- Χρησιμοποιείτε το ERP& CRM από οπουδήποτε μέσω σύνδεσης στο διαδίκτυο
- Πρόσβαση στο Virtual Private Network.
- Υποστηριζόμενη εξωτερική σύνδεση Mysql ή PostgreSQL.
- Δυνατότητα πρόσβασης στο δίσκο δικτύου Windows (SAMBA).
- Η φιλοξενία Dolibarr είναι διαθέσιμη μόνο σε ασφαλή λειτουργία. (SSL, https).
- Πιθανή και ασφαλής σύνδεση με το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- Αντίγραφα ασφαλείας ανά ώρα και καθημερινά.
- Δωρεάν υποστήριξη.

Πηγή: https://wiki.dolibarr.org/index.php/Cloud_Solutions

3.7. Demo Dolibarr

Παρακάτω παρουσιάζονται ενδεικτικά από demo του εν λόγω συστήματος καρτέλες ώστε να έχουμε μία ολοκληρωμένη άποψη για το συγκεκριμένο. Αναλυτικά παρουσιάζεται η αρχική του σελίδα που μας δείχνει την γενική εικόνα της επιχείρησης. Επιπλέον υπάρχει μία στατιστική παρουσίαση τόσο των πελατών όσο και των προμηθευτών και μάλιστα με γραφικές παραστάσεις ώστε να είναι πιο εύκολη και άμεση η πληροφόρηση.

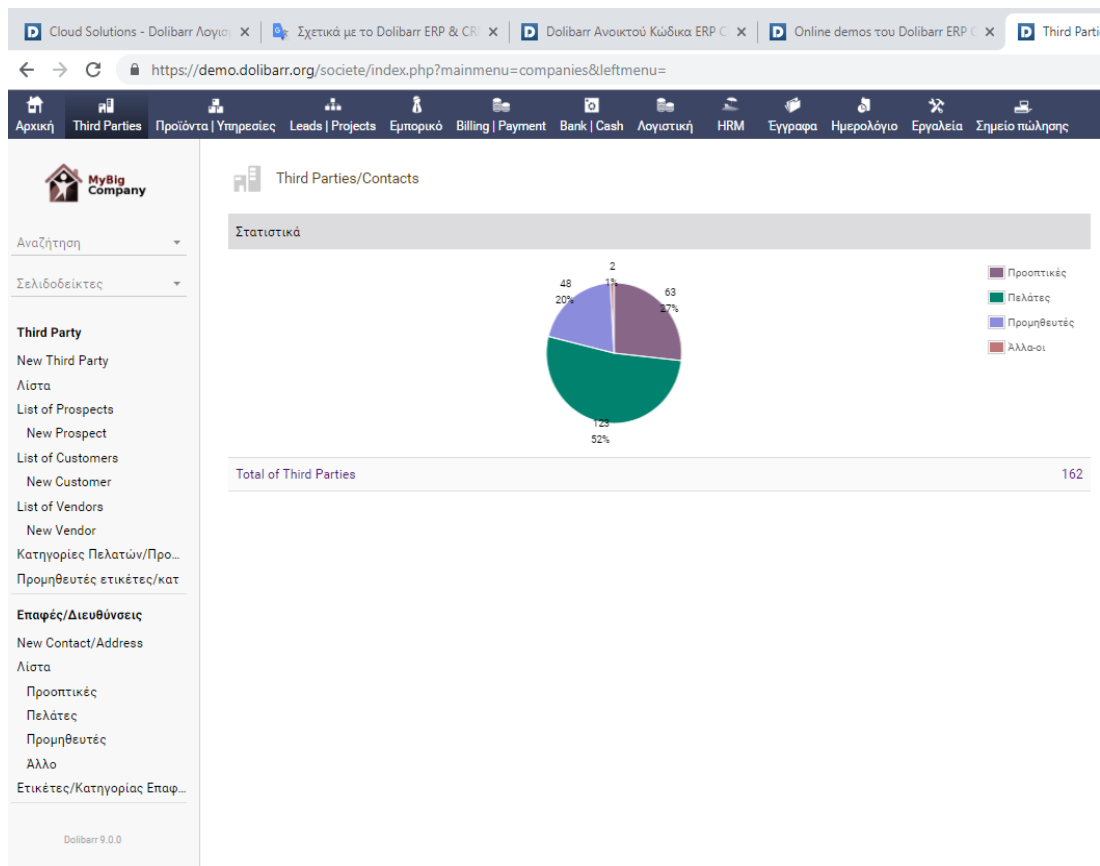
Εικόνα 7. Γενική εικόνα επιχείρησης



Πηγή: <https://www.dolibarr.gr/online-demo.html>

Στη επόμενη παρακολουθούμε την στατιστική απεικόνιση δεδομένων ανάλογα με την ανάγκη που ο χρήστης θέλει να καλύψει τη συγκεκριμένη στιγμή. Αριστερά παρουσιάζονται όλες οι κατηγορίες που ο διαχειριστής μπορεί να λάβει στατιστικά δεδομένα. Επιπλέον απεικονίζει ολόκληρη την εικόνα της επιχείρησης.

Εικόνα 8. Στατιστική απεικόνιση δεδομένων



Πηγή: <https://www.dolibarr.gr/online-demo.html>

Στην επόμενη ενδεικτική καρτέλα αναλύονται τόσο οι υπηρεσίες όσο και τα αγαθά που προσφέρει η επιχείρηση. Γίνεται αναλυτική παρουσίαση των αγαθών π.χ. που είναι προς πώληση, αυτά που πωλήθηκαν και αυτά τα οποία έχουν δεσμευτεί από κάποια παραγγελία. Τέλος παρουσιάζονται τα αποθέματα, δηλαδή τι ακριβώς υπάρχει στην αποθήκη ώστε η επιχείρηση να γνωρίζει τι ανάγκες έχει και πότε θα τις καλύψει.

Εικόνα 9. Παρουσίαση προϊόντων

Στατιστικά	
Προϊόντα μη διαθέσιμα για αγορά ή πώληση	8
Products for sale only	22
Products for purchase only	2
Προϊόντα προς πώληση και για αγορά	62
Υπηρεσίες μη διαθέσιμες για αγορά ή πώληση	2
Services for sale only	10
Services for purchase only	2
Υπηρεσίες προς πώληση και για αγορά	19
Σύνολο	46

Πηγή: <https://www.dolibarr.gr/online-demo.html>

Η επόμενη καρτέλα πληροφορεί για την εμπορική κατάσταση του οργανισμού, παραγγελίες, πωλήσεις, τιμολογιακή πολιτική, εκπτώσεις και γενικότερα ότι σχετίζεται με την παραγγελία του πελάτη. Το κόστος κάθε παραγγελίας και φυσικά τα στοιχεία του πελάτη.

Εικόνα 10. Εμπορική κατάσταση

Σχέδιο Προσφοράς		
(PROV10)	Generic customer	0,00
PR1702-0015	Indian SAS	163,00
PR1702-0017	Dupont Alain	200,00
(PROV35)	MONSIEUR MACHIN	0,00
(PROV37)	MONSIEUR MACHIN	0,00
(PROV38)	MONSIEUR MACHIN	0,00
PR1812-0034	Jon Malko	361,00
(PROV42)	Chris Lazarides	698,00
(PROV43)	SHEETAL PREM LAT...	0,00
(PROV44)	BASSOU	625,00
(PROV45)	SHEETAL PREM LAT...	0,00
(PROV46)	pinco palla	0,00
(PROV47)	pinco palla	0,00
(PROV48)	LOREAL	0,00
(PROV49)	Juan Gomez	0,00
(PROV50)	Cliente Teste	0,00
(PROV52)	prueba	0,00
(PROV55)	Cliente Teste	0,00
(PROV62)	Allyson Frederic...	0,00
(PROV63)	pinco palla	0,00
(PROV64)	pinco palla	0,00
(PROV70)	Oscar Ruiz	200.885,00
(PROV72)	Radhey Shyam	0,00

Πηγή: <https://www.dolibarr.gr/online-demo.html>

Ακολουθεί η καρτέλα πληρωμών που ενημερώνει την επιχείρηση για την πιστοληπτική και εισοδηματικής της ικανότητα, δηλαδή ποιος πελάτης πλήρωσε τι, πόσα χρωστάει, ένα πλήρωσε με μετρητά η με επιταγή. Δείχνει τιμές καθαρές και τιμές συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α, δεδομένου ότι η επιχείρηση επειδή αποδίδει φόρο θέλει ανά πάσα στιγμή να γνωρίζει την φορολογική της ή όχι επιβάρυνση.

Εικόνα 11. Καρτέλα Πληρωμών

The screenshot shows the 'Billing and payment area' in Dolibarr. It contains several tables:

- Customer draft invoices:** A list of invoices with columns for invoice ID (e.g., PROV234), customer name (e.g., Patient SuperII), amount (e.g., 36,58), and status.
- Latest customer invoices:** A table with columns for invoice ID (e.g., FA1901-0267), customer name (e.g., Generic customer), amount (e.g., 5,00), and date (e.g., 13/01/2019).
- Latest supplier invoices:** A table with columns for invoice ID (e.g., SI1901-0006), supplier name (e.g., MD), amount (e.g., 1.270,99), and date (e.g., 13/01/2019).
- Customer orders delivered to bill:** A table with columns for order ID (e.g., CO1901-0071), customer name (e.g., Alfredo Bermudez), amount (e.g., 70,80), and status (e.g., 0,00).

Πηγή: <https://www.dolibarr.gr/online-demo.html>

Τέλος, βλέπουμε πως ο διαχειριστής του συστήματος παρακολουθεί κάθε πώληση ανά ταμείο. Επιπρόσθετα έχει ολοκληρωμένη εικόνα για οποιαδήποτε κίνηση γίνεται στην επιχείρηση και αφορά προϊόν (πώληση, επιστροφή, αντικατάσταση, επιστροφή χρημάτων).

Εικόνα 11. Πωλήσεις ανά Ταμείο

The screenshot shows the 'Πώληση' (Sales) interface in Dolibarr. It includes:

- Product Selection:** Fields for 'Αναζήτηση (Κωδ. / Ετικέτα)', 'Περιγραφή', 'Ποσ.', 'Τιμή μον.', 'Εκπτώση (%)', and 'Συντελεστής Φ.Π.Α.'. There is a 'Προσθήκη αυτό το προϊόν' button.
- Shopping Cart:** A box labeled 'Καλάθι αγορών' containing 'Καίνα προϊόν' and 'Σύνολο : 0 €'.
- Amount:** Fields for 'Σύνολο', 'Παραλήφθηκε', and 'Ρέστα'.
- Payment Method:** A section titled 'Τρόπος Πληρωμής' with buttons for 'Μετρητά', 'Πιστωτική Κάρτα', 'Επιταγή', and 'Με καθυστέρηση'. There is also a field for 'Καταληκτική Ημερομηνία:'.

Πηγή: <https://www.dolibarr.gr/online-demo.html>

Ολοκληρώνοντας το συγκεκριμένο κεφάλαιο και γνωρίζοντας ότι πλέον οι επιχειρήσεις λειτουργούν μέσα σε ένα πλαίσιο ανταγωνισμού και συνεχών αλλαγών, κατανοούμε την αναγκαιότητα ενός συστήματος Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων όπως το Dolibarr. Κάθε επιχείρηση αναγνωρίζει ως καλύτερη τεχνολογική λύση την αποτελεσματικότερη και αποδοτικότερη διαχείριση της πληροφορίας η οποία επιτυγχάνεται μέσω του εν λόγω συστήματος.

Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι το εν λόγω σύστημα εφαρμόζει τις εταιρικές διαδικασίες και την εταιρική στρατηγική απρόσκοπτα και αυτοματοποιημένα μέσα από το λογισμικό και στο χώρο του οργανισμού, επιταχύνοντας τις διαδικασίες και διασφαλίζοντας ομοιογένεια και ενισχυμένη εταιρική εικόνα. Τα στελέχη πωλήσεων διαχειρίζονται μεγάλο εύρος και πλήθος πληροφορίας, άμεσα, δομημένα και ευέλικτα, ώστε να ανταποκρίνονται γρήγορα στις αλλαγές και τις ευκαιρίες μέσα από ενημερωμένες αποφάσεις, προσφέροντας στον πελάτη ποιοτική και άμεση εξυπηρέτηση.

4.1. Κοινωνικά Δίκτυα

Σύμφωνα με την Wikipedia τα «*κοινωνικά δίκτυα είναι ένα σύνολο αλληλεπιδράσεων και διαπροσωπικών σχέσεων*». Σήμερα μπορούμε μέσω του εν λόγω όρου να περιγράψουμε ιστοσελίδες που επιτρέπουν την αμφίδρομη επαφή ανάμεσα στους χρήστες. Ένα κοινωνικό δίκτυο χαρακτηρίζεται ως μία κοινωνική δομή που συντηρείται για την δημιουργία κοινωνικών σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα ή δραστηριότητες.

Πρόκειται για οργανωμένες σελίδες έχοντας ως κύριο χαρακτηριστικό την ομαδικό - κεντρικότητα και παρέχουν στην πλειοψηφία τους μέσω του διαδικτύου, δωρεάν υπηρεσίες όπως τη δημιουργία προφίλ, το ανέβασμα εικόνων και βίντεο, τον σχολιασμό σε ενέργειες που γίνονται από άλλα μέλη του δικτύου ή μίας ομάδας, την άμεση ανταλλαγή μηνυμάτων.

4.2. Ιστορική Αναδρομή

Στην έρευνα των κοινωνικών ομάδων, στα τέλη της δεκαετίας του 1890, τόσο ο Émile Durkheim όσο και ο Ferdinand Tönnies προωθούσαν την ιδέα των κοινωνικών δικτύων. Ο Tönnies ισχυρίστηκε ότι οι κοινωνικές ομάδες μπορούν να υπάρχουν ως προσωπικοί και άμεσοι κοινωνικοί δεσμοί που είτε συνδέουν άτομα που μοιράζονται ίδιες αξίες και πεποιθήσεις είτε απρόσωπες, επίσημες και οργανικές κοινωνικές σχέσεις. Το 1893 ο Durkheim υποστήριξε ότι τα κοινωνικά φαινόμενα προκύπτουν όταν οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ ατόμων αποτελούν μια πραγματικότητα που δεν μπορεί πλέον να ληφθεί υπόψη από την άποψη των ιδιοτήτων των μεμονωμένων παραγόντων.

Τη δεκαετία του 1930 ο Jacob L. Moreno, στον τομέα της ψυχολογίας, κατέγραψε συστηματικά την κοινωνική αλληλεπίδραση σε μικρές ομάδες, ιδιαίτερα σε τάξεις διδασκαλίας και σε ομάδες εργασίας. Στο χώρο της ανθρωπολογίας τα κοινωνικά δίκτυα θεμελιώθηκαν με το έργο των Bronislaw Malinowski και Alfred Radcliffe-Brown. Στον χώρο της κοινωνιολογίας ο Talcott Parsons ήταν αυτός που προσδιόρισε τις βάσεις για τη λήψη μιας σχεσιακής προσέγγισης στην κατανόηση της κοινωνικής δομής. Τέλος ο Charles Tilly την ίδια εποχή εστίασε στα δίκτυα της πολιτικής και κοινοτικής κοινωνιολογίας. Αναλυτικά παρακολουθούμε ότι:

- Το 1971 στάλθηκε το πρώτο e-mail. Τα κοινωνικά δίκτυα βασίστηκαν στην ιδέα μεμονωμένων ηλεκτρονικών υπολογιστών που συνδέονται ηλεκτρονικά.
- Το 1990, η ανάλυση κοινωνικών δικτύων γνώρισε μεγάλη αναγνώριση από ομάδες κοινωνιολόγων, πολιτικών επιστημόνων και φυσικών όπως ο Duncan J. Watts, Albert-László Barabási, Nicholas A. Christakis, James H. Fowler, αναπτύσσοντας και χρησιμοποιώντας νέα μοντέλα και μεθόδους για αναδείξουν τα διαθέσιμα δεδομένα σχετικά με τα κοινωνικά δίκτυα, καθώς και "ψηφιακά ίχνη" σχετικά με τα δίκτυα τύπου "πρόσωπο με πρόσωπο".
- Πρώτες online κοινότητες με μορφή chatrooms. Όπως τα THE WELL(1985), Theglobe.com(1994), Geocities(1994) και Tripod (1995)
- Το 1994 ιδρύεται η YAHOO εταιρία διαδικτυακών υπηρεσιών.
- Το 1995 το Classmates εστίαζε στην επικοινωνία μεταξύ παλιών συμμαθητών.
- Το 1997 το Sixdegrees έδινε τη δυνατότητα δημιουργίας προφίλ, αποστολής μηνυμάτων σε φίλους και την αναζήτηση ατόμων με συναφή ενδιαφέροντα.
- Το 1993 εμφανίζονται τα Blogs.
- Το 2002 δημιουργείται το LinkedIn, ένας ιστοχώρος επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης.
- Το 2004 ιδρύεται το Facebook που εστιάζει στην επικοινωνία μεταξύ των νέων.
- Το 2005 το Youtube αφορά την κοινοποίηση, αναπαραγωγή και διαμοιρασμός βίντεο.
- Το 2006 εμφανίζεται το Twitter που εστιάζει στην ενημέρωση των καταναλωτών.

4.3. Χαρακτηριστικά Κοινωνικών Δικτύων

Όπως αναφέρθηκε η Κοινωνική δικτύωση είναι η συμμετοχή των ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες και όπως αναφέρει ο Barabasi, (2002) τα Κοινωνικά δίκτυα συναντώνται παντού. Τα βασικά χαρακτηριστικά τους σύμφωνα με τους ερευνητές παρουσιάζονται παρακάτω:

- Σύμφωνα με τους Shannon and Weaver, (1948), τα κοινωνικά δίκτυα απλοποιούν τη διαδικασία διάδοσης των πληροφοριών από σημείο σε σημείο.
- Ο Norbert Wiener, (1970) συμπεράνει ότι χαρακτηρίζονται από εμβέλεια και μαζικότητα δεδομένου ότι κάθε άνθρωπος έχει πρόσβαση μέσω διαφορετικών εργαλείων.
- Οι Boyd & Ellison, (2008), υποστήριξαν ότι τα on-line κοινωνικά δίκτυα ορίζονται ως διαδικτυακές υπηρεσίες που επιτρέπουν:

- Τη δημιουργία ενός προφίλ μέσα σε ένα υπό όρια σύστημα.
- Την επικοινωνία με άλλα άτομα μέσω σύνδεσης
- Ο Evans (2008) υποστήριξε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συντελούν τόσο στην προβολή όσο και στην ανατροφοδότηση της κοινής γνώμης παρέχοντας κοινωνική και συναισθηματική υποστήριξη.
- Ο Marcon (2011), υποστήριξε ότι πολλές φορές τα εν λόγω μέσα χρησιμοποιούνται με σκοπό τη μετάδοση επιλεγμένων πληροφοριών ώστε να χειραγωγήσουν την κοινή γνώμη.

Στηριζόμενοι στην ανάλυση των χαρακτηριστικών των κοινωνικών δικτύων θα πρέπει να εστιάσουμε στην εξής σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ των όρων “social media” και “social network” με τον όρο «κοινωνική δικτύωση». Δεδομένου ότι:

- ο όρος “social media” αναφέρεται στα εργαλεία κατανομής της πληροφορίας και των δεδομένων
- ο όρος “social networking” αναφέρεται στη δημιουργία και την αξιοποίηση των κοινοτήτων για τη διασύνδεση ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα.

Ολοκληρώνοντας τα χαρακτηριστικά τους σημαντικό ρόλο παίζει και το φαινόμενο «Trolling», δηλαδή η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την δημιουργία δυσμενών χαρακτηρισμών και σχολίων για θέματα ή πρόσωπα.

4.4. Ισότοποι Κοινωνικής Δικτύωσης

Οι πιο δημοφιλείς ισότοποι κοινωνικής δικτύωσης σήμερα παρουσιάζονται παρακάτω:

Facebook Page: Σήμερα αποτελεί το πιο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο με 1.50 δισεκατομμύρια χρήστες ενεργούς κάθε μήνα. Μέσω των σελίδων του, μπορεί να παρουσιαστεί στο κοινό οποιαδήποτε πληροφορία για την προώθηση μίας επιχείρησης, την τοποθεσία στην οποία βρίσκεται και οτιδήποτε απαιτεί ο καταναλωτής ώστε η επιχείρηση να επιτύχει αυξημένη ζήτηση για το προϊόν της. Η τακτική ανανέωση της σελίδας παρουσιάζει μεγάλες δυνατότητες για online branding. Επιπρόσθετα η επικοινωνία γίνεται άμεση και γρήγορη μέσω του Facebook Messenger παρέχοντας σε κάθε ενδιαφερόμενο ολοκληρωμένη και online Πληροφόρηση.

Twitter List: Το βασικό χαρακτηριστικό του εν λόγω κοινωνικού μέσου δικτύωσης αποτελούν οι λεγόμενες λίστες όπου μέσω της ομαδοποίησης των δεδομένων γίνεται διαχειρίσιμη και αποτελεσματική η πληροφόρηση. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα προσθήκης ατόμων που χρειάζεται να τους “ακολουθήσετε”, έχοντας άμεση πληροφόρηση. Επιπρόσθετα μπορεί μία επιχείρηση να:

- Δημιουργήσει λογαριασμούς
- Προσθήκη περιεχομένου
- Διασύνδεση λογαριασμών & πλατφορμών
- Δημιουργία κοινότητας
- Διαχείριση - διαρκής ανανέωση περιεχομένου
- Ανάλυση δεδομένων

LinkedIn Profile: Το συγκεκριμένο social network βοηθά επαγγελματίες στο personal branding. Δίνεται η δυνατότητα αναζήτησης πελατών, υπηρεσιών πολύ εύκολα και μέσω της μηχανής αναζήτησης του Google. Οι πιο σημαντικές, που παρέχονται δωρεάν, είναι οι εξής :

- Προφίλ: Το προφίλ είναι η ηλεκτρονική ταυτότητα ενός ατόμου ή μιας επιχείρησης που πρέπει να συμπληρώνεται εξ ολοκλήρου και προσεκτικά.
- Groups: Η συμμετοχή σε ομάδες networking που αφορούν τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρεία ή στον οποίο ένα άτομο αναζητά ευκαιρίες εργασίας.
- Απαντήσεις: δίνεται η ευκαιρία να απαντηθούν ερωτήματα των υποψήφιων πελατών και να καθιερωθούν ως expert.
- Εφαρμογές: Το LinkedIn δίνει τη δυνατότητα σύνδεσης του προφίλ μίας επιχείρησης με το twitter και με το blog, συνεπώς θα υπάρχει άμεση ενημέρωση.
- Networking: μέσω του συγκεκριμένου εργαλείου μία επιχείρηση ή ένα άτομο μπορεί να αναζητήσει στοχευμένες πληροφορίες οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν για την επίτευξη των στόχων της.

YouTube: με τη βοήθεια βίντεο μία επιχείρηση μπορεί να ενισχύσει την εικόνα της προς κάθε ενδιαφερόμενο ακόμα και να χρησιμοποιήσει δικό της «κανάλι». Φυσικά χρησιμοποιείται και ως μηχανή αναζήτησης ενισχύοντας την θέση του στο ανταγωνιστικό στερέωμα των κοινωνικών μέσων δικτύωσης.

Google +: Μετά από την αποτυχία των Google Buzz και Google Wave, η google κατάφερε να φτιάξει ένα αξιόλογο κοινωνικό δίκτυο το 2011. Θεωρήθηκε ένα καλό αντίγραφο του facebook, αλλά το 2015 η google πρόσθεσε τα Communities και τα Collections με τα οποία κατάφερε να διαφοροποιηθεί κερδίζοντας ισχυρή θέση στην αγορά.

Instagram: το εν λόγω μέσο μπορεί να διαδώσει σε πραγματικό χρόνο και με μηδενικό κόστος με τη βοήθεια των κινητών τηλεφώνων οποιαδήποτε φωτογραφία μίας επιχείρησης γνωστοποιώντας στο κοινό την πληροφορία. Το Instagram αγοράστηκε από το facebook το 2012 με το ποσό του ενός δισεκατομμυρίου δολαρίων.

Pinterest: αποτελεί ένα νέο μέσο που διαδραματίζει σημαντικό ρόλο τόσο ως μέσο κοινωνικής δικτύωσης όσο και μηχανή αναζήτησης. Στόχος του είναι να κατακτήσει μία καλή θέση στο ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω της προσθήκης των “Buy” buttons των προϊόντων που πωλούνται από κάποιες εταιρείες.

Vine: χρησιμοποιείται με σκοπό τη διανομή βίντεο και ανήκει στο Twitter. Μπορεί να εφαρμοστεί από μία επιχείρηση για γρήγορη προβολή ώστε να υπενθυμίζεται στον καταναλωτή η ύπαρξή της.

Snapchat: ο χρήστης έχει άμεση πρόσβαση έσω του κινητού του τηλεφώνου και ανήκει στα ταχύτερα αναπτυσσόμενα κοινωνικά δίκτυα. Στηρίζει την επιτυχία του στην αναδιανομή των “snaps” που παίρνουν μορφή εικόνας ή μνήματος. Το πλεονέκτημα του είναι ότι απευθύνεται σε συγκεκριμένα άτομα – επιχειρήσεις που μπορεί να έχει προσδιορίσει.

Blog: μέσω των Blogs που απαιτεί την ύπαρξη ιστοσελίδας μπορεί η επιχείρηση να παρουσιάζει θέματα προς το δυνητικό καταναλωτικό κοινό σχετικά με το αντικείμενο της, παρακινώντας τους σε συγκεκριμένη αγοραστική συμπεριφορά. Δίνεται η δυνατότητα ενσωμάτωσης εικονιδίων των social media που επιτρέπουν στους αναγνώστες να κάνουν share το άρθρο με τον προσωπικό τους λογαριασμό και να το διαδώσουν σε περαιτέρω χρήστες.

Εργαλεία διαχείρισης: για να είναι ευκολότερη τόσο η οργάνωση όσο και η χρήση των κοινωνικών δικτύων χρησιμοποιούνται συγκεκριμένα εργαλεία διαχείρισης, όπως ονομάζονται, διαμοιράζοντας το περιεχόμενο σε πολλαπλές πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων και τη διαχείριση διαφορετικών λογαριασμών από ένα σημείο.

Πίνακας 4. Εργαλεία Διαχείρισης

Hoot Suite: Υποστηρίζει την παρακολούθηση και ταυτόχρονη δεδομένων σε Facebook pages και profiles, LinkedIn, Twitter, παρέχοντας στατιστικά και προγραμματισμένη δημοσίευση δεδομένων	Seismic: εκτός από τα δημοφιλέστερα κοινωνικά δίκτυα για παράδειγμα Facebook, Twitter and LinkedIn, υποστηρίζει εφαρμογές τρίτων όπως Klout, Zendesk, Chatter and Stocktwits.
Tweet Deck: πρόκειται για εφαρμογή για κινητές συσκευές για αναμετάδοση της ροής των Twitter, Facebook, MySpace, LinkedIn, Foursquare, Google	Buffer: Προγραμματισμό την ανανέωση του περιεχομένου για τη βελτιστοποίηση της εμβέλειας τους
Social Oomph: Παρέχει πολυάριθμες υπηρεσίες, όπως προγραμματισμένη δημοσίευση άρθρων σε blogs.	CoTweet: Επιτρέπει την παρακολούθηση και ανάλυση συνομιλιών σε Facebook και Twitter
IFTTT: Παρέχει στο χρήστη τη δυνατότητα να «χτίζει» αυτοματοποιημένες ενέργειες στα social media	SpredFast: Παρέχει στατιστικά και αναλύσεις για το κοινό σε μορφή διαγραμμάτων

Social Media Analytics: ο εν λόγω όρος αναφέρεται στη διαδικασία μέτρησης, ανάλυσης και ερμηνείας των συσχετισμών μεταξύ ανθρώπων, θεμάτων και ιδεών. Το βασικό πλεονέκτημα τους αποτελεί ο τρόπος με τον οποίο μπορούν να μετρήσουν την αποτελεσματικότητα της χρήσης τους αλλά και κάποιας καμπάνιας (προώθηση προϊόντος).

Με τη βοήθεια των Social Media Analytics η επιχείρηση μπορεί να λάβει πληροφορίες που σχετίζονται με δημογραφικά χαρακτηριστικών δυνητικών πελατών της, τα ενδιαφέροντα τους, την τάση που υπάρχει στην αγορά για τα προϊόντα της, πληροφορίες απαραίτητες για την στρατηγική που θα ακολουθήσει. Τα σημαντικότερα εργαλεία είναι:

Πίνακας 5 : Εργαλεία Διαχείρισης μέσω Social Media Analytics

Facebook Insights Στατιστικά που παρέχει το Facebook για το κοινό κάθε σελίδας	Social Mention Αναζήτηση περιεχομένου σε διάφορα κοινωνικά δίκτυα και άλλες πηγές (για ένα προϊόν, εταιρεία)
Google Analytics Παρέχει στατιστικά για την κίνηση σε κάποιο site η κοινωνικό	Trending Αναλύει καθημερινά το ελληνικό twitter (πιο δημοφιλείς χρήστες, θέματα)

δίκτυο (επισκευσιμότητα, δημογραφικά επισκεπτών)	
Sentiment Viz Παρουσιάζει το συναίσθημα των tweets και σχετικούς όρους με βάση ένα keyword/hashtag	Sentiment140 Εύρεση των tweets που περιέχουν τον όρο αναζήτησης και κατανομή των συναισθημάτων σε αυτά
Boardereader Παρέχει δεδομένα και στατιστικά για την εξέλιξη της συζήτησης σχετικά με έναν όρο αναζήτησης	Klout Υπολογίζει τη διαδικτυακή φήμη ενός χρήστη χρησιμοποιώντας δεδομένα από τα κοινωνικά δίκτυα που συμμετέχει

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση των τύπων των κοινωνικών δικτύων, δύο είναι οι βασικοί λόγοι όπου τα online κοινωνικά δίκτυα αποτελούν απαραίτητα εργαλεία για μία επιχείρηση. Πρώτα απ' όλα δίνεται η δυνατότητα διαμερισμού των ψηφιακών δεδομένων και δεύτερον αποτελούν τα πλέον εξελιγμένα μέσα κοινωνικοποίησης των χρηστών. Πέρα από την άμεση ενημέρωση δίνεται η ευκαιρία στο χρήστη να εκφράσει την άποψή του ενισχύοντας τον πλουραλισμό και την διαλλακτικότητα.

Επιπρόσθετα, και σύμφωνα με τους Boyd and Ellison, (2008), η ψυχαγωγία, η κοινωνική αλληλεπίδραση και η οικουμενική επικοινωνία αποτελούν κίνητρα για κάθε πλέον χρήστη και όχι για τους λίγους προνομιούχους όπως συνέβαινε μέχρι πρόσφατα. Τέλος, μπορούν να επιφέρουν κοινωνικές ανακατατάξεις που όπως αναφέρει και ο Joison, (2008), μπορούν να επηρεάσουν την κοινή γνώμη αλλάζοντας τον τρόπο σκέψης του χρήστη.

4.5. Κοινωνικά Δίκτυα Άτομο και Επιχειρηματικός Κόσμος

Όπως ήδη αναφέρθηκε μέσω της κοινωνικής δικτύωσης μια επιχείρηση θέτει τα θεμέλια για την δημιουργία μακροχρόνιων σχέσεων όχι μόνο με την αγορά – στόχο αλλά και με τους προμηθευτές, τους εξωτερικούς συνεργάτες και κάθε άτομο που σχετίζεται με αυτή. Επιπρόσθετα μέσω της αμφίδρομης επικοινωνίας προστίθεται στην επιχείρηση παράλληλα αξία ενισχύοντας την παρουσία της στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης.

4.5.1. Οφέλη κοινωνικών δικτύων

Η αποτελεσματική και οργανωμένη χρήση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης επιφέρει σημαντικά οφέλη στο **άτομο** που γνωρίζει τον δημιουργικό τρόπο χρήσης τους.

- Δεδομένου ότι συνδέεται με όλο τον κόσμο δίνεται η δυνατότητα να δημιουργήσει ισχυρούς και μακροχρόνιους δεσμούς με τους ενδιαφερόμενους.
- Πρόκειται για μέσο που καταργεί τις αποστάσεις φέροντας σε επαφή το άτομο με οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο από κάθε άκρη του πλανήτη.
- Αναπτύσσει την πολυποικιλία και την πολυμορφικότητα σε κοινωνικούς δεσμούς αφού μπορούν να το χρησιμοποιήσουν από διαφορετικές χώρες, πολιτισμούς, με διαφορετικά χαρακτηριστικά.
- Δημιουργεί ευκαιρία επιλογής ανάμεσα σε πλήθος κοινωνικών ομάδων εκφράζοντας το άτομο με αυτό που πραγματικά χρειάζεται και αναζητά.
- Αναπτύσσει ένα περιβάλλον μέσω του οποίου οι ενδιαφερόμενοι διευρύνουν τις γνώσεις τους, ανευρίσκουν την πληροφορία που χρειάζονται έχοντας άμεση ενημέρωση για οτιδήποτε συμβαίνει.

Όσον αφορά το χώρο των **επιχειρήσεων** τα εν λόγω εργαλεία φέρνουν την τεχνολογία σε επαφή με τις επιχειρήσεις, συνδέουν τους ανθρώπους με τις πληροφορίες, καθιερώνουν πιθανούς νέους δρόμους προς την αγορά και βελτιώνουν την επικοινωνία με τους πελάτες και τη διάδοση του εμπορικού σήματος. Επιπρόσθετα κάθε επιχείρηση μπορεί να τα χρησιμοποιήσει για τη δημιουργία της εταιρικής εικόνας της, ενισχύοντας σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες της. Μπορεί να αναπτύξει ένα δημιουργικό πλαίσιο δημοσίων σχέσεων, να επηρεάσει με θετικό τρόπο το brand της, ενδυναμώνοντας την αξιοπιστία της στην αγορά.

Οι νέες τεχνολογίες, τα ιστολόγια (blogs), η κοινωνική σήμανση (tagging), οι δημιουργούν ευκαιρίες για συνεργασία και διαχείριση της γνώσης θέτοντας στόχους και προκλήσεις. Πλέον νέες συνιστάμενες αναδιαμορφώνουν τις υπάρχουσες επιχειρησιακές εφαρμογές επιτρέποντας στην επιχείρηση να απευθυνθεί σε μία αγορά πέρα των συνόρων της. Εδώ πρέπει να αναφέρουμε ότι η πληροφορία μεταδίδεται χωρίς εμπόδια όπως υπήρχαν παλαιότερα και σχετίζονταν με γεωγραφικά, κοινωνικά, δημογραφικά, εθνικά, θρησκευτικά κριτήρια. Η επιχείρηση βρίσκεται on line στους καταναλωτές για είκοσι τέσσερις ώρες και για όλο τον χρόνο ενισχύοντας την αμφίδρομη σχέση μαζί τους.

Σημαντικό πλεονέκτημα αποτελεί η προσφορά κινήτρων στους καταναλωτές ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο την πιστότητα στα προϊόντα και στις υπηρεσίες της. Επιπλέον αποτελεί εργαλείο μέτρησης τόσο της ικανοποίησης των καταναλωτών όσο και τυχόν άλλες πληροφορίες που χρειάζεται η επιχείρηση για να καθορίσει την στρατηγική της.

Ολοκληρώνοντας τα πλεονεκτήματα που σχετίζονται με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης φέρουν την τεχνολογία στην επιχείρηση ανοίγοντας νέους δρόμους για ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα.

4.5.2. Μειονεκτήματα κοινωνικών δικτύων

Ένα από τα βασικά μειονεκτήματα της κοινωνικής δικτύωσης για το άτομο αποτελεί ο εθισμός που σήμερα εμφανίζεται ως ένα πρόβλημα που ανησυχεί τόσο την κοινωνία όσο και τον χώρο των επιχειρήσεων επηρεάζοντας τομείς όπως η ψυχολογία, η ιδιωτικοποίηση και η εργασία.

Δεδομένου ότι η πάροχος εταιρεία αποκτά δικαίωμα χρήσης των προσωπικών δεδομένων των ατόμων είναι κατανοητό πόσο εύκολη είναι η εμπορευματοποίησή τους. Συνεπώς με το άνοιγμα λογαριασμού ο καθένας χάνει τον έλεγχο των εν λόγω στοιχείων. Σημαντικό πρόβλημα αποτελεί και η αυθαίρετη κατασκευή από τρίτους λογαριασμών για δημόσια πρόσωπα, με σκοπό την παραπλάνηση και λασπολογία. Επιπρόσθετα μπορεί να γίνει κλοπή πληροφοριών από τους λεγόμενους χάκερς που λειτουργούν με στόχο την παγίδευση μελών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Η έκθεση σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό κινδύνων κοινωνικού χαρακτήρα συγκαταλέγεται στα μειονεκτηματά τους. Παρότι τα άτομα δεν έρχονται σε προσωπική επαφή έχουν αναπτυχθεί κίνδυνοι που συνδέονται με την κοινωνική επαφή με αγνώστους. Έτσι ιδιαίτερα οι νέοι βιώνουν έντονα καταστάσεις μέσα από την χρήση του κυβερνοχώρου, οι οποίες είναι τραυματικές για την ψυχική τους υγεία.

Η έκθεση της προσωπικής ζωής του ατόμου πολλές φορές αποδεικνύεται επιβλαβής. Η γνωστοποίηση προσωπικών στοιχείων σε άτομα που δεν γνωρίζει ο χρήστης μπορεί να χρησιμοποιηθούν εναντίον του, δεδομένου ότι δεν υπάρχει αμεσότητα και δυνατότητα ανάπτυξης κριτικής σκέψης ώστε να επιλεγούν τα κατάλληλα. Τέλος η γρήγορη και εύκολη πρόσβαση σε ηλεκτρονικό περιεχόμενο δεν είναι πάντα ασφαλές αφού μπορεί πίσω από αυτό να υπάρχει κακόβουλο λογισμικό, πορνογραφικό υλικό η να γίνεται προσπάθεια προσηλυτισμού σε συγκεκριμένα θέματα.

Από την πλευρά της επιχείρησης ο κίνδυνος που κρύβει η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σχετίζεται με την πρόσβαση στα δεδομένα της. Η απώλεια απόρρητων

δεδομένων μπορεί να προκαλέσει ζημία αναπτύσσοντας προβλήματα στα συστήματα πληροφορικής της. Οι εργαζόμενοι πρέπει να κατανοήσουν τον εν λόγω κίνδυνο και να κάνουν ασφαλή χρήση των μέσων προστατεύοντας τόσο τους ίδιους όσο και την επιχείρηση στην οποία εργάζονται. Με αυτό τον τρόπο και με τη χρήση εταιρικών συστημάτων ασφαλείας θα ενισχυθεί η ασφάλεια και η προστασία των εταιρικών δεδομένων.

Από την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης η επιχείρηση προσθέτει αξία τόσο για την ίδια όσο και για τα προϊόντα της. Τα κυριότερα μειονεκτήματα από την εφαρμογή τους αναλύονται ως εξής:

1. κατά την διαδικασία ενημέρωσης των πελατών και κατά τη διαδικασία δημιουργίας της πληροφορίας το κόστος είναι υψηλό.
2. πολλές φορές το προσωπικό επειδή δεν έχει την κατάλληλη γνώση δεν αποδέχεται τις εν λόγω αλλαγές και αρνείται την εφαρμογή της κοινωνικής δικτύωσης.
3. το περιβάλλον στο οποίο δημοσιεύονται τα δεδομένα – πληροφορίες δεν είναι πάντα ασφαλές.
4. η επιχείρηση είναι εκτεθειμένη στην ελεύθερη δημοσίευση κριτικών από πελάτες και ανταγωνιστές.

Ολοκληρώνοντας την παρουσίαση σχετικά με τα μειονεκτήματα της κοινωνικής δικτύωσης δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η χρήση από τους εργαζόμενους της εν ώρα υπηρεσίας μειώνει την παραγωγικότητα και οδηγεί σε χρηματική ζημία. Υποστηρικτές του ανωτέρου εγχειρήματος θεωρούν ότι δεν θα πρέπει ο εργαζόμενος να έχει πρόσβαση κατά τη διάρκεια της εργασίας του. Στον αντίποδα, δύο στους τρεις εργαζόμενους υποστηρίζουν ότι δεν πρέπει να διακοπεί η επαφή με τα κοινωνικά δίκτυα εν ώρα εργασίας.

4.6. Ευκαιρίες μέσω κοινωνικών δικτύων και επιχειρήσεις

Όπως αναφέρθηκε υπάρχουν τόσο πλεονεκτήματα όσο και μειονεκτήματα από την λάθος χρήση της κοινωνικής δικτύωσης. Μέσω αυτής όπως αναπτύσσονται ευκαιρίες όπου κάθε επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί.

1. Πρόκειται για ένα χρήσιμο μέσο για προβολή, προώθηση προϊόντων online και προσέλκυση νέων πελατών-συνεργατών:
 - ο Μπορεί να προωθήσει προϊόντα ή υπηρεσίες με επιλεκτική διαφήμιση και viral marketing,

- ο Δυνατότητα ανατροφοδότησης και αλληλοεπίδρασης για τα προϊόντα η υπηρεσίες ειδικά δε μέσω άλλων συνδέσμων η δικτυακών τόπων, και
 - ο Ανακαλύπτει νέους συνεργάτες, νέα στρατηγική επικοινωνίας, διαρκής ενημέρωση.
2. Πρόκειται για μία ευκαιρία να δημιουργηθεί ένα εσωτερικό δίκτυο για την εκμετάλλευση πληροφοριών και γνώσης:
 - ο Διαχείριση του γνωστικού ενεργητικού της επιχείρησης,
 - ο Αποτελεσματικός τρόπος εσωτερικής εμπειρογνωμοσύνης,
 - ο Μείωση του χρόνου αποστολής αλληλογραφίας και εσωτερικής επικοινωνίας, διοικητικά πλεονεκτήματα,
 - ο Ενεργοποίηση της συμμετοχής υπαλλήλων, νέων στελεχών, συνταξιούχων, και άλλων συνεργατών,
 3. Αποτελεί ευκαιρία για Αναγνωσιμότητα, Ανταγωνιστικότητα και βελτίωση του Status.
 4. Αποτελεί ευκαιρία για ανοιχτή επαφή με το κοινό.

4.7. Κοινωνικά Δίκτυα και Μάρκετινγκ

Σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο και ανταγωνιστικό περιβάλλον οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τα κοινωνικά δίκτυα ως μία καθημερινή πραγματικότητα που παρέχει συστηματοποιημένους τρόπους επίτευξης των στόχων τους.

Στον κόσμο των επιχειρήσεων η δημιουργία και ανάπτυξη μηχανισμών που θα φέρουν την επιχείρηση σε καθημερινή επικοινωνία με τον δυνητικό πελάτη αποτελεί σκοπό πέρα από την πώληση ενός προϊόντος. Συνεπώς με τη χρήση των κοινωνικών μέσων γίνεται η προώθηση των προϊόντων πλήρως προσανατολισμένη στο διαδίκτυο με στόχο το χτίσιμο μακροχρόνιων σχέσεων εμπιστοσύνης.

Τα τελευταία χρόνια το «social media marketing» αποτελεί ένα από τα βασικά εργαλεία γνωστοποίησης και προώθησης αγαθών και υπηρεσιών στο κοινό, προστίθενται καθημερινά νέους χρήστες που με τη σειρά τους αλληλοεπιδρών με άλλους αναπτύσσοντας κοινότητες αλληλεπίδρασης με συνειδητοποιημένη καταναλωτική συμπεριφορά. Ο καταναλωτής βρίσκεται σε άμεση επικοινωνία με την επιχείρηση, παρουσιάζει τις ιδέες του, τις απόψεις του, αλληλοεπιδρά στις αποφάσεις της χτίζοντας προστιθέμενη αξία και εταιρική φήμη. Επιπρόσθετα επιφέρουν θετικά αποτελέσματα στην επιχείρηση γιατί έχουν:

- Άμεση επικοινωνία ανάμεσα σε εταιρίες και πελάτες, χωρίς ενδιάμεσους,
- Άμεση επικοινωνία, χωρίς εμπόδια, ανάμεσα σε πελάτες μια εταιρίας ή διαφορετικών εταιριών και αγορών,
- Ενίσχυση της φωνής του πελάτη,
- Απεριόριστα κανάλια αμφίδρομης επικοινωνίας μέσα στις αγορές,
- Ενεργητικό καταναλωτικό κοινό, και
- Παγκοσμιοποίηση αγοράς.

Τα online κοινωνικά δίκτυα ενδιαφέρουν το κλάδο του μάρκετινγκ για τέσσερις σημαντικούς λόγους:

- Είναι εξαιρετικά δημοφιλή στα οποία μάλιστα ξοδεύουν αρκετό προσωπικό χρόνο.
- Είναι ένα νέο εργαλείο επικοινωνίας για τους καταναλωτές και ένα νέο εργαλείο διαφήμισης για τις επιχειρήσεις..
- Δημοσιεύουν ένα τεράστιο αριθμό προσωπικών πληροφοριών που εθελούσια υπάρχουν στα δίκτυα.
- Οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να ελέγχουν τις διαθέσιμες πληροφορίες σχετικά με αυτές μέσα από ανακοινώσεις Τύπου και οργανωμένο τμήμα δημόσιων σχέσεων.

Στα πλαίσια μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής και σύμφωνα τον Borges (2009), υπάρχουν τέσσερα στάδια αλληλεπίδρασης :

- Συμμετοχή: απαιτείται η συστηματική χρήση της σελίδας για να υπάρχει διαρκής αλληλεπίδραση με τους χρήστες της ανάλογα με τις ανάγκες και τους στόχους της.
- Να ακούει: Οποιοδήποτε σχόλιο ή κριτική για μία συγκεκριμένη σελίδα και κατ' επέκταση για την εκπροσωπούμενη εταιρεία θα πρέπει να αντιμετωπίζεται με σοβαρότητα και να λαμβάνεται υπόψη για τον στρατηγικό σχεδιασμό της εταιρείας. Μέσω από αυτή την επικοινωνία η επιχείρηση ενισχύει την αντίληψη για μακροχρόνιες και ισχυρές σχέσεις .
- Αλληλεπίδραση: Η αλληλεπίδραση στα social media έρχεται με φυσικό τρόπο. Μία αντίδραση σε κάθε πληροφορία ή δεδομένο θα δώσει τη δυνατότητα να πληροφορηθεί περισσότερο το κοινό αλλά και κάποιοι από αυτούς να καταναλώσουν το προϊόν.
- Μέτρηση: Για να είναι αποτελεσματικό το συγκεκριμένο εργαλείο θα πρέπει να γίνεται μέτρηση της αποδοτικότητας του. Η συγκεκριμένη μέτρηση, είναι σημαντική για την αξιολόγηση στόχων, για την εξέλιξή τους και τέλος για την επίτευξή τους. Ανάλογα με τους στόχους που η κάθε επιχείρηση θέλει να πετύχει εφαρμόζει

διαφορετικά εργαλεία μέτρησης (Social Media Analytics) όπως Facebook Insights, Twitris, Tweetfeel, Hashtagify me, Tweetnalyser, Socialmention, Trending.

4.8. Έρευνα για τα Κοινωνικά Δίκτυα

Σύμφωνα με πανελλήνια έρευνα του εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN), του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σε 1050 έμπειρους χρήστες του Internet που είναι ενεργοί στις ηλεκτρονικές συναλλαγές και αγορές σχετικά με την «*Στάση, αξιοποίηση και εμπιστοσύνη των Ελλήνων στα social media*», οι Έλληνες χρήστες εμφανίζουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- το 50% δηλώνει ότι χρησιμοποιεί τα social media πάνω από 3 χρόνια.
- το 68% των Ελλήνων επισκέπτεται σελίδες κοινωνικής δικτύωσης το 60% blogs και forums.
- 1 στους 2 Έλληνες αναζητά πληροφορίες σε σελίδες με αξιολογήσεις χρηστών.
- το 75% των επιχειρήσεων δεν διαθέτουν επίσημη πολιτική για τη χρήση τους σε ώρα εργασίας.

Επιπρόσθετα κατέληξαν ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων από τους εργαζομένους στο πλαίσιο της εργασίας τους έχει τη δυναμική να βελτιώσει τον επαγγελματικό τους χώρο. Μέσω της εφαρμογής των συγκεκριμένων εργαλείων οι επιχειρήσεις αυξάνουν την παραγωγικότητα, την καινοτομία, τη φήμη, τη συνεργασία και τη δέσμευση των εργαζομένων τους με την εταιρεία. Ολοκληρώνοντας τα συμπεράσματα της έρευνας κάθε επιχείρηση θα πρέπει να αναπτύξει επίσημη πολιτική για τη χρήση των κοινωνικών δικτύων αξιοποιώντας τη δημοτικότητα και την αξία τους και ενισχύοντας την απόδοσή τους και την επίτευξη των στόχων τους.

Ολοκληρώνοντας το συγκεκριμένο κεφάλαιο συμπεραίνουμε ότι οι νέες τεχνολογίες και ιδιαίτερα το Διαδίκτυο έχουν αλλάξει τα δεδομένα στο επιχειρησιακό περιβάλλον παρέχοντας εργαλεία προβολής και επικοινωνίας της επιχείρησης. Έχει παρατηρηθεί ότι όλο και περισσότερες επιχειρήσεις κάνουν εφαρμογή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με στόχο την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Σκοπός όπως αναφέρθηκε, δεν είναι η προβολή και η πώληση ενός προϊόντος αλλά η δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης που θα οδηγήσει σε αύξηση του μεριδίου αγοράς.

5.1. Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης και η σχέση τους με τα Συστήματα ERP

Σε ένα ραγδαία ανταγωνιστικό περιβάλλον οι μεγάλες ανάγκες οργανωτικής ικανότητας είναι απαραίτητη στις επιχειρήσεις και αυτό οδήγησε στη χρήση πληροφοριακών συστημάτων στοχεύοντας στην αποτελεσματική διαχείριση και στον έλεγχο της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ο προγραμματισμός των πόρων των επιχειρήσεων (ERP) έχει προχωρήσει πολύ.

- ✓ Στη δεκαετία του 1960, προωθούσε λειτουργίες back-office για κατασκευαστικές εταιρείες.
- ✓ Πρόσφατα, περιλαμβάνει μια σειρά εφαρμογών που διαχειρίζονται επιχειρηματικές λειτουργίες όπως η διαχείριση του κύκλου ζωής του προϊόντος και οι ανθρώπινοι πόροι.
- ✓ Σήμερα, το λογισμικό ERP έχει ενσωματώσει στοιχεία κοινωνικής δικτύωσης, παρέχοντας στους χρήστες έναν γρήγορο και ευέλικτο τρόπο ανταλλαγής πληροφοριών.

Γίνεται λοιπόν κατανοητό γιατί απαιτείται ένας αποτελεσματικός συνδυασμός από πλευράς επιχείρησης μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των πληροφοριακών συστημάτων της. Μέσω από αυτή τη «συνεργασία» η επιχείρηση:

- Συγκεντρώνει πληροφορίες για δυνητικούς ή υπάρχοντες πελάτες και για κάθε ένα χωριστά, δηλαδή αναφερόμαστε σε εξατομικευμένη πληροφόρηση.
- Συλλέγει δεδομένα από τα κοινωνικά δίκτυα τα οποία μπορεί να ενσωματώσει στο πληροφοριακό της πρόγραμμα επιτυγχάνοντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
- Πραγματοποιεί έρευνα αγοράς βελτιώνοντας την στρατηγική της.
- Βελτιώνει τόσο την ενδοεπιχειρηματική επικοινωνία όσο και την επικοινωνία με τρίτους.
- Συγκεντρώνει πληροφορίες για την εταιρική εικόνα, για το brand της επιχείρησης, για τα χαρακτηριστικά των προϊόντων της, τις οποίες ενσωματώνει στο ERP πρόγραμμά της .

Είναι πλέον δεδομένο στους χρήστες του ERP πως στα ανωτέρω πλεονεκτήματα ενσωματώνονται οι βασικές λειτουργίες μιας επιχείρησης, από το σχεδιασμό προϊόντων και

την υλοποίησή τους, ως τις πωλήσεις και το marketing. Σήμερα παρακολουθούμε ότι πολλές εφαρμογές όπως το HR και το CRM, συνδέονται με τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης ενισχύοντας την θετική εξέλιξη των ERP. Στηριζόμενοι στην επίδραση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης στο χώρο του μάρκετινγκ είναι λογικό τα συστήματα ERP να προσθέτουν εργαλεία στα μενού εφαρμογών τους.

5.2. Ένα σύστημα ERP σχεδιασμένο με βάση τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

- Η εργασία επάνω στα συστήματα ERP σε συνδυασμό με τα social networks είναι ικανές να προσφέρουν μεγάλη αύξηση στην παραγωγικότητα.

Στο Google Cloud Next 2017 που πραγματοποιήθηκε τον Μάρτιο στο Σαν Φρανσίσκο, παρευρέθηκαν περισσότερα από 10.000 άτομα. Εκεί οι ψηφιακοί γίγαντες έδειξαν στον κόσμο τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις αλλά και ολόκληρος ο βιομηχανικός κλάδος, μπορούν να επωφεληθούν από την τελευταία λέξη της τεχνολογίας σχετικά με το cloud μέσω των ERP.

Σύμφωνα με τον Ruben Kruit, CTO του Young Capital, ενός από τους γρηγορότερα αναπτυσσόμενους οργανισμούς στην Ολλανδία, ανέφερε στο Consultancy.uk πως *«το επιχειρησιακό μοντέλο που συνήθιζε να τηρείτε από την αρχή της χιλιετίας, άφησε τον παραδοσιακό του χαρακτήρα και μετέβη σε μια περισσότερο σύγχρονη και μοντέρνα πραγματικότητα.»*

- Η επιχειρησιακή ανάπτυξη εμποδίζεται από τις παλιές μεθόδους που τηρούνται μέχρι σήμερα σχετικά με το ERP.

Παρότι έχει αναπτυχθεί σε όλη την επικράτεια της βιομηχανίας ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υιοθετήσουν κάθε τεχνολογική καινοτομία, ο κλάδος που αφορά την παροχή επαγγελματικών υπηρεσιών παραμένει ακόμη «παραδοσιακός» όταν η αλλαγή αφορά τη διαχείριση των εσωτερικών επιχειρησιακών λειτουργιών.

- Απλοποίηση κάθε επιχειρησιακής διαδικασίας ώστε να μην υπάρχει καμία καθυστέρηση στην ανάθεση μεταξύ των μελών μιας επιχειρησιακής ομάδας.

Παρακολουθούμε ότι πολλές επιχειρήσεις σήμερα αντιμετωπίζοντας τον ανταγωνισμό συνδυάζουν τα συστήματα ERP με τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης. Μέσω του π.χ. G-Suite διαμορφώνουν συγκεκριμένα τμήματα σύμφωνα με τις δικές τους επιχειρησιακές ανάγκες. Επιπλέον με το G-Suite Marketplace η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να προσθέσει λειτουργικότητα και νέα features στα native Google Cloud apps. Όπως ανέφερε ο Wim Keizer, ο επικεφαλής του σχεδιασμού για την UX αρχιτεκτονική VOGSY *«μπορούμε να κόψουμε τις τεράστιες επιχειρησιακές διαδικασίες σε γρηγορότερα διαχειρίσιμα μικρότερα κομμάτια»* μέσω των κοινωνικών μέσων δικτύωσης.

Μία από τις εταιρείες που έχει φέρει θεαματικά αποτελέσματα συνεργασίας των συστημάτων ERP με τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης είναι η VOGSY στο Google η οποία έφερε την καινοτομία σε κάθε πτυχή της επιχείρησης, και όχι μόνο στην αλληλεπίδραση με τους πελάτες.

Η ανάπτυξη του συγκεκριμένου πραγματοποιήθηκε το 2015 με τη βοήθεια παραδοσιακού συστήματος ERP. Στοχεύοντας σε επιχειρήσεις μεγέθους 25 έως 5.000 ατόμων, στηρίζεται στην αλληλεπίδραση παρά στην απλή δράση. Επιπλέον στοχεύει στην ανάδειξη της ταχύτητας και της συνεργασίας μεταξύ των μελών μιας επιχειρησιακής ομάδας.

Μέσω του συστήματος δίνεται διαφορετικό επίπεδο πρόσβασης ανά χρήστη – μέλος οι οποίοι μπορούν να ακολουθήσουν και projects στα οποία δεν είναι άμεσα εμπλεκόμενοι. Δίνεται η δυνατότητα σχολιασμού σε posts συναδέλφων, κάτι το οποίο οδηγεί ιδανικά στην καλύτερη ενημέρωση κατά μήκος της επιχείρησης. Η εφαρμογή χρησιμοποιεί τον Internet Browser με αποτέλεσμα να ελαχιστοποιείται η χρήση της μνήμης της συσκευής από την οποία χρησιμοποιείται. Έχει ενσωματωμένη τεχνητή νοημοσύνη η οποία λειτουργεί λίγο πολύ σαν ένας προσωπικός βοηθός που θυμίζει στους χρήστες τα καθημερινά τους tasks μέσω push notifications.

Σύμφωνα με τον Keizer, το εν λόγω λογισμικό επικεντρώνεται περισσότερο στην μίξη των αλλαγών που αφορούν το feedback των πελατών και των αλλαγών που αφορούν τα νέα trends σε όλα τα επίπεδα της κοινωνικής δικτύωσης και ψηφιακής τεχνολογίας, προκειμένου να μεταφραστεί η χρηστικότητα τους και να ενσωματωθεί στις ανάγκες της μοντέρνας συμβουλευτικής βιομηχανίας.

5.3. Πλεονεκτήματα σύγκλισης Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης και ERP

Οι αναλυτές της βιομηχανίας και οι ερευνητικές εταιρείες καλύπτουν τακτικά τη δυνητική σύγκλιση κοινωνικών εφαρμογών όπως το Twitter, το Facebook με παραδοσιακά συστήματα ERP όπως SAP, Oracle και Microsoft Dynamics. Σύμφωνα με μελέτη της IFS North America τα οφέλη από το «κοινωνικό» ERP είναι πολλά:

- ικανότητα καλύτερης καταγραφής της σιωπηρής γνώσης των εργαζομένων
- ικανότητα για καλύτερη ομαλοποίηση των επικοινωνιών μεταξύ εργαζομένων και πελατών.
- ικανότητα να εξυπηρετούν μια νεότερη γενιά εργαζομένων πιο συνηθισμένη στο Facebook και στο Twitter από ό, τι σε δομημένα κατασκευαστικά συστήματα ERP.

5.4. Μειονεκτήματα Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης και Συστήματος ERP

Βέβαια γεννάται το ερώτημα «πώς δύο πολύ διαφορετικοί τύποι τεχνολογιών θα ευθυγραμμιστούν πραγματικά» δεδομένου ότι:

- έχουμε αδόμητα εργαλεία κοινωνικών μέσων με γνώμονα τον καταναλωτή όπως το Facebook και το Twitter, όπου μπορεί κανείς να πει για οτιδήποτε θέλει χωρίς πραγματικό έλεγχο ή δομή. Πρόκειται για μία απλή επίπεδη οργάνωση.
- Έχουμε συστήματα δομημένων επιχειρήσεων με ελέγχους που αφορούν τα κύρια δεδομένα, τα προφίλ ασφαλείας και τις τυπικές ροές εργασιών. Πρόκειται για περιβάλλον που ευνοεί περισσότερο ελεγχόμενη οργάνωση.

Για να απαντηθεί το ανωτέρω ερώτημα θα πρέπει να εξεταστούν τέσσερις παράμετροι κατά την εξέταση της πιθανής ενσωμάτωσης των συστημάτων κοινωνικής δικτύωσης σε ERP λογισμικό.

- ✓ Να γίνουν τα συστήματα ERP περισσότερο ευέλικτα και οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις πιο δομημένες.

Η έλλειψη ευελιξίας που χαρακτηρίζει τα συστήματα ERP θα πρέπει να εξισορροπήσει με τις δυνατότητας που παρέχουν τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης με τον οποίο οι συνεργάτες αλληλοεπιδρούν με τους πελάτες, τους προμηθευτές και τους εσωτερικούς συνεργάτες. Επιπρόσθετα θα πρέπει με σαφήνεια να οριστούν οι διαδικασίες σχετικά με τον τρόπο χρήση τους από τους εργαζόμενους δεδομένου ότι καμία επιχείρηση δεν θέλει να διαχέονται πληροφορίες στρατηγικής, μάρκετινγκ, τιμολογιακής πολιτικής σε χρήστες-πελάτες ή προμηθευτές. Συνεπώς θα πρέπει να υπάρχει ισορροπία μεταξύ ευελιξίας και τυποποίησης.

- ✓ Εστίαση στα πλεονεκτήματα κάθε τεχνολογίας.

Το λογισμικό ERP που συνδέεται με τις επιχειρησιακές εφαρμογές θα πρέπει να παρέχει ελέγχους back-office και τυποποίηση σε τομείς όπως η χρηματοδότηση και η λογιστική. Αντίθετα ότι σχετίζεται με την αλληλεπίδραση των πελατών και τη συλλογή πληροφοριών, μπορούν να επιτευχθούν με επιτυχία μέσω των κοινωνικών μέσων δικτύωσης. Κάθε επιχείρηση πρέπει να προσδιορίσει τα πλεονεκτήματα του καθενός και να τα ενσωματώσει στην επιχείρηση για την επίτευξη των στόχων της. Τέλος, τα κοινωνικά συστήματα ERP θα πρέπει να είναι ευθυγραμμισμένα με τις λειτουργικές ανάγκες.

- ✓ Καθορισμός επιχειρηματικού σχεδίου

Θα πρέπει να προσδιοριστεί το επιχειρησιακό πρόγραμμα που συνδέεται με το κοινωνικό ERP. Η σαφήνεια στις επιχειρηματικές διαδικασίες, τους οργανωτικούς ρόλους, τις ευθύνες και τα μέτρα απόδοσης εξασφαλίζουν ότι το σύστημα έχει σχεδιαστεί για να υποστηρίζει τα ανωτέρω και μπορεί να βελτιωθεί μέσω του ελέγχου. Απαιτείται ο καθορισμός των περιπτώσεων τυποποίησης ακόμα και εκεί που υπάρχει περιθώριο παρέκκλισης από τις συνήθεις εμπορικές συναλλαγές. Τα παραπάνω δεδομένα χαρακτηρίζονται απαιτητά για την επιτυχή υλοποίηση του κοινωνικού ERP ενώ η επιχείρηση θα έχει επιλέξει το κατάλληλο σύστημα ERP που θα καλύπτει τις ανάγκες κοινωνικού και επιχειρησιακού λογισμικού.

- ✓ Διαχείριση οργανωτικών αλλαγών.

Σημαντικό παράγοντα της επιτυχημένης σύγκλισης αυτών των δύο τεχνολογιών αποτελεί η διαχείριση των οργανωτικών αλλαγών δεδομένου ότι θα υπάρξουν λειτουργικές και πολιτιστικές αλλαγές για τους περισσότερους οργανισμούς. Οι δραστηριότητες διαχείρισης οργανωτικής αλλαγής θα πρέπει να ενσωματωθούν στο γενικό σχέδιο υλοποίησης για να διασφαλιστεί η κατανόηση των διαδικασιών, η κατάρτιση των εργαζομένων και ο σαφής καθορισμός των ρόλων και των ευθυνών.

5.5. Επίδραση των κοινωνικών μέσων δικτύωσης στο ERP Σύστημα

- ✓ Βελτιστοποίηση της επικοινωνίας

Το 2010, η Chatter, ένα κοινωνικό δίκτυο για την πλατφόρμα Salesforce, επέτρεπε στο προσωπικό πωλήσεων να ανταλλάσσει ιδέες απευθείας. Οι χρήστες ERP αντιλαμβάνονται τώρα τα οφέλη της ενσωμάτωσης των κοινωνικών μέσων. Όταν οι 325 στελέχη μεγάλων και μεσαίων αγορών ερωτήθηκαν εάν η συγχώνευση των κοινωνικών μέσων και του ERP ήταν καλή ιδέα, συμφώνησαν ότι ο συνδυασμός αυτών των δύο τεχνολογιών βελτίωσε τη

συνεργασία και την επικοινωνία. Επιπλέον, σημείωσαν ότι οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες υποστηρίζονται από το κοινωνικό ERP.

✓ Τα εργαλεία κοινωνικών μέσων αυξάνουν την αποδοτικότητα

Οι επιχειρήσεις βασίζονται στο λογισμικό ERP για τη βελτίωση της παραγωγικότητας στο χώρο εργασίας. Η βελτίωση της παραγωγικότητας δύναται με τη βοήθεια των κοινωνικών μέσων δικτύωσης δεδομένου ότι οι ενδιαφερόμενοι ανταλλάσσουν ιδέες αμέσως, μειώνοντας την ανάγκη για συναντήσεις. Επιπλέον και σε αντίθεση με τη χρήση ηλεκτρονικών μηνυμάτων οι εργαζόμενοι είναι σε θέση να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους σε πραγματικό χρόνο, αυξάνοντας τα έσοδα της εταιρείας.

Ένα θετικό αποτέλεσμα από της εφαρμογή του κοινωνικού ERP είναι και η βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών. Οι επιχειρήσεις μπορούν να ελέγχουν πλατφόρμες όπως το Facebook και το Twitter και να επικοινωνούν με πελάτες που είχαν κακή εμπειρία στην εταιρεία. Γίνεται άμεσος έλεγχος αποθεμάτων και αντιμετωπίζονται εγκαίρως τυχόν αποκλίσεις. Το σύγχρονο λογισμικό ERP διευκολύνει την αποτελεσματική επικοινωνία και βελτιώνει τη σχέση εταιρείας-πελάτη. Τα κοινωνικά μέσα καθιστούν αυτές τις διαδικασίες ακόμα πιο αποτελεσματικές.

✓ Εξοικονόμηση χρημάτων

Έρευνα συμπέρανε ότι μόνο το 10% των επιχειρήσεων πιστεύουν ότι το ERP έχει την εξουσία να εκμεταλλεύεται τα κοινωνικά μέσα σε "μεγάλο βαθμό". Επίσης η αποτελεσματική αυτή συνεργασία επιφέρει πλεονεκτήματα κόστους δεδομένου ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν γνώση πραγματικού χρόνου στην επιχείρησή τους δωρεάν. Εν απλό παράδειγμα είναι ο έλεγχος των εμπορικών μαρτυριών μέσω Twitter που δίνουν πληροφόρηση σχετικά με τις υπηρεσίες με βάση τις δημόσιες αντιλήψεις των προϊόντων τους. Εναλλακτικά, μπορούν να επισκεφθούν το Facebook για να διαφημίσουν νέες θέσεις εργασίας στην εταιρεία τους.

Αποτελούν μία πηγή δεδομένων σχετικά με τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών στοχεύοντας σε προϊόντα και σε υπηρεσίες σε διαφορετικά δημογραφικά στοιχεία. Οι πληροφορίες κοινωνικών μέσων παρέχουν στις επιχειρήσεις πολύτιμες μετρήσεις, ώστε να μην χρειάζεται να ξοδεύουν χρήματα για έρευνα αγοράς. Στηριζόμενοι στα ανωτέρω κατανοούμε ότι ο συνδυασμός των κοινωνικών μέσων και του ERP εξυπηρετεί διάφορες επιχειρησιακές λειτουργίες, βοηθώντας τις εταιρείες να ενισχύσουν την επικοινωνία και την αποτελεσματικότητα και να εξοικονομήσουν χρήματα στο χώρο εργασίας.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Παρόλο που η παγκόσμια οικονομία βρίσκεται σε κρίση, διακρίνουμε ότι με την πάροδο των χρόνων η αγορά δεν σταματά να εξελίσσεται και να γίνεται περισσότερο ανταγωνιστική. Συνεπώς κάθε επιχείρηση θα πρέπει να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα ώστε να ανταπεξέλθει στο ανταγωνιστικό στερέωμα. Οι ανάγκες για οργανωτική ικανότητα έχει οδηγήσει σήμερα τις επιχειρήσεις στην χρήση μίας ποικιλίας από πληροφοριακά συστήματα με στόχο την διαχείριση και τον έλεγχο της επιχειρηματικής διαδικασίας.

Τα συστήματα αυτά ποικίλουν σε δομή και στόχους ανάλογα με την στρατηγική και τους στόχους της επιχείρησης. Στο πλαίσιο λοιπόν της ολοκλήρωσης της επιχειρηματικής διαδικασίας έχει γίνει φανερή η ανάγκη συνεργασίας και αλληλεπίδρασης όλων αυτών των εφαρμογών.

Ένα ζεύγος τέτοιων εφαρμογών είναι και οι εφαρμογές που αναλύθηκαν στην παρύσα μελέτη δηλαδή ένα πρόγραμμα ERP και η συνεργασία του με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σημαντικός στόχος αυτής της διασύνδεσης, είναι η ικανότητα επικοινωνίας εφαρμογών ακόμα και αν βρίσκονται σε διαφορετικά υπολογιστικά περιβάλλοντα, αλλά και μέσω του διαδικτύου ώστε να καλύπτονται οι μεγάλες γεωγραφικές αποστάσεις. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι πλέον κάθε επιχείρηση διαθέτει ένα ισχυρό εργαλείο, την τεχνολογία που λειτουργεί διαδικτυακά αλλά και υποστηρίζει όλα τα υπολογιστικά συστήματα και λειτουργικά συστήματα της.

Η εφαρμογή των εν λόγω τεχνολογιών, δηλαδή του συστήματος ERP και ειδικά του ETP DolibarT σε συνδυασμό με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να οδηγήσουν στην ολοκλήρωση της ψηφιακής διαχείρισης και οργάνωσης της επιχειρηματικής διαδικασίας.

Πρακτικά η επιχείρηση καταφέρνει να μειώσει παραλήψεις και λάθη μέσω της αυτόματης ενημέρωσης όλων των εφαρμογών για την πραγματοποίηση ενός γεγονότος. Αυξάνεται η ταχύτητα υλοποίησης των λειτουργιών – διεργασιών - εργασιών ενώ το σύστημα παραμένει πάντα ενημερωμένο και αξιόπιστο. Όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό δύναται μέσω της άμεσης ενημέρωσης να βελτιώσει την παραγωγικότητα και την αποδοτικότητα του.

Επιπρόσθετα και σύμφωνα με τον Peter Economides, πρόεδρο της κριτικής επιτροπής των Social Media Awards 2016, «*δώσε έμφαση στη δημιουργικότητα και φέρε αποτέλεσμα*», αναφερόμενος στην σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην ανάπτυξη μίας

επιχείρησης. Πέρα λοιπόν από τις τεχνολογικές εξελίξεις κάθε υγιής επιχείρηση οφείλει να λάβει υπόψη της εκείνα τα εργαλεία που ενισχύουν την ανάπτυξη ισχυρών δεσμών με τους πελάτες της. Κάθε καταναλωτής θα πρέπει να αισθάνεται ότι η γνώμη του μετράει και η επιχείρηση θα καλύψει την ανάγκη του όσο και αν αυτή μεταβάλλεται. Η διοίκηση θα πρέπει να έχει αμφίδρομη επικοινωνία τόσο με το εσωτερικό όσο και με το εξωτερικό της περιβάλλον.

Ολοκληρώνοντας της παρούσα μελέτη, η ενσωμάτωση των κοινωνικών δικτύων σε συστήματα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο μίας σύγχρονης επιχείρησης παρέχοντας αξιόπιστες και ασφαλείς συνθήκες για την ενίσχυση της επιχειρηματικής διαδικασίας με ένα σύνολο από διασυνδεδεμένα μεταξύ τους πληροφοριακά συστήματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ✓ Athanasopoulos, E, Makridakis, A, Antonatos, S, Antoniadis, D, Ioannidis, S, Anagnostakis, K. G., Markatos, E. P., (2008), «*Antisocial Networks: Turning a Social Network into a Botnet*»
- ✓ Beer, Dr David (2008). «Social network(ing) sites...revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison». *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (2): 516–529. doi:10.1111/j.1083-6101.2008.00408.x. ISSN 1083-6101.
- ✓ B. Borges (2009), «Marketing 2.0: Bridging the Gap Between Seller and Buyer Through Social Media Marketing».
- ✓ Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship* . *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11, pp. 2-11.
- ✓ Kakouris A. P., Polychronopoulos G., (2005), “Enterprise Resource Planning (ERP) System: An Effective Tool for Production Management”, *Management Research News*, Vol. 28, No. 6, pp. 66 – 78.
- ✓ Malinowski, Bronislaw (1913). *The Family Among the Australian Aborigines: A Sociological Study*. London: University of London Press.
- ✓ Monk E., Wagner B., (2009), “Concepts in Enterprise Resource Planning”, *Course Technology Cengage Learning*, 3rd Edition.
- ✓ Parsons, Talcott (1951). *The Social System*. New York: The Free Press.
- ✓ Radcliffe-Brown, A. R. (1940). "On social structure". *Journal of the Royal Anthropological Institute*. 70: 1–12. doi:10.2307/2844197.
- ✓ Wailgum T., “ERP Definition and Solutions”, *Saatavilla Journal*, 2008,
- ✓ Wier, B., Hunton, J., HassabElnaby, H.R. (2007), “Enterprise resource planning systems and non-financial performance incentives: the joint impact on corporate performance”, *International Journal of Accounting Information Systems*, Vol. 8 No. 3, pp. 165-90.
- ✓ Βλάχος, Π., Δρόσος, Δ., (2004). «*Νέες τεχνολογίες και διαφήμιση*» , Αθήνα, E Business Forum, Αθήνα.
- ✓ Δημητριάδης Αντ. (1998) *Διοίκηση – Διαχείριση Πληροφορικών Συστημάτων*. 1η έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις νέων τεχνολογιών.

- ✓ Γιαννακόπουλος Δ.-Δρ.Ιωάννης Παπουτσή (2000), Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης, 2η έκδοση, Αθήνα, Εκδόσεις 'ΕΛΛΗΝ'.
- ✓ Οικονόμου Γ.-Νικολάου Β.Γεωργοπούλου (2004), Πληροφοριακά Συστήματα για τη Διοίκηση Επιχειρήσεων, 1η έκδοση, Αθήνα, Εκδόσεις Ευγ.Μπένου.
- ✓ Πολλάλης Γ. -Διονύσης Ι.Γιαννακόπουλος-Ιωάννης Παπουτσή (2004), Πληροφοριακά Συστήματα Επιχειρήσεων, Αθήνα, Εκδόσεις Αθ.Σταμούλη.
- ✓ Σπυροπούλου, Α. (2012), «Το ελληνικό κοινωνικό δίκτυο», ΤΟ ΒΗΜΑ
- ✓ https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BB%CE%B7%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%AC_%CF%83%CF%85%CF%83%CF%84%CE%AE%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1
[ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ].
- ✓ [https://el.wikipedia.org/wiki/\[Σύστημα_ενδοεπιχειρησιακού_σχεδιασμού\]](https://el.wikipedia.org/wiki/[Σύστημα_ενδοεπιχειρησιακού_σχεδιασμού])
- ✓ <http://www.mksoftware.gr/whatiserp.htm> [Ο χρόνος εγκατάστασης και τελειοποίησης της λειτουργίας μιας E.R.P εφαρμογής]
- ✓ <http://eld.teipir.gr/downloads/proman/kef3.pdf> [Σύμβουλος Υλοποίησης]
- ✓ <http://www.go-online.gr/ebusiness/specials/article.html?articleid=162>[ERP Μικρές Επιχειρήσεις].
- ✓ <https://translate.google.com/translate?hl=el&sl=en&u=https://en.wikipedia.org/wiki/Dolibarr&prev=search> [Dolibarr]
- ✓ https://wiki.dolibarr.org/index.php/Module_MultiCompany
- ✓ "Τεκμηρίωση AWStat - Τι είναι τα AWStats" . www.awstats.org .
- ✓ "Δήλωση του Ιδρύματος Dolibarr στη γαλλική κυβερνητική ιστοσελίδα" . www.journal-officiel.gouv.fr .
- ✓ "Pack Logiciel Libres" . www.fcvnet.net .
- ✓ "Κατάσταση μεταφράσεων του DolibarrERPCRM" .
- ✓ https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9B%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%B1%CE%BD%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CF%84%CE%BF%CF%8D_%CE%BA%CF%8E%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CE%B1 [Χαρακτηριστικά Dolibarr]
- ✓ <https://www.dolibarr.org/>
- ✓ <https://www.panorama-consulting.com/erp-2-0-social-media-and-enterprise-software/>
[Σύγκλιση τεχνολογιών ERP – Κοινωνική Δικτύωση]
- ✓ <https://it.toolbox.com/blogs/erpdesk/how-social-media-influences-erp-120516> [How Social Media Influences ERP]

