







## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΣΤΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

*Επίκουρος Καθηγητής Μάρκος Τσελεκούνης*

 <a href="#">516 – Κεντρικό Κτίριο</a>	 <a href="mailto:mtselek@unipi.gr">mtselek@unipi.gr</a>	 <a href="tel:+302104142417">+30 210 414 2417</a>	 <a href="#">mtselek</a>
---	--	--	---

### 1. Περίγραμμα Μαθήματος

Το μάθημα αρχικά εισάγει τους σπουδαστές στις βασικές αρχές των οικονομικών των ψηφιακών αγορών. Ο απώτερος σκοπός του μαθήματος είναι να παρέχει μια πολυδιάστατη κατανόηση των στρατηγικών αποφάσεων που λαμβάνουν οι εταιρίες που υιοθετούν επιχειρηματικά μοντέλα πλατφόρμας (platform business models) μέσω της δημιουργίας ψηφιακών δικτύων.

Η σπουδαιότητα των οικονομικών των ψηφιακών δικτύων στη διαδικασία χάραξης επιχειρηματικής στρατηγικής απεικονίζεται στο γεγονός πως 9 από τις 10 εταιρίες με τη μεγαλύτερη χρηματιστηριακή αξία στον κόσμο δραστηριοποιούνται σε αγορές ψηφιακών δικτύων. Επιπλέον, οι πέντε μεγαλύτερες εταιρίες είναι όλες «τεχνολογικοί γίγαντες» (Apple, Google-Alphabet, Microsoft, Amazon και Facebook) που υιοθετούν επιχειρηματικά μοντέλα διαδικτυακής πλατφόρμας και ψηφιακές στρατηγικές προκειμένου να παραμένουν ανταγωνιστικές. Άλλες ανερχόμενες εταιρίες, όπως η Airbnb και η Uber, παρουσιάζονται ως δημιουργοί ηλεκτρονικών αγορών (marketplaces) δημιουργώντας ηλεκτρονικά δίκτυα που διευκολύνουν τις ψηφιακές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των ανθρώπων.

Η επιτυχία αυτών των επιχειρήσεων αποδίδεται κυρίως στις επιχειρηματικές αποφάσεις που λαμβάνονται υπό την οπτική των ψηφιακών δικτύων. Το δομικό στοιχείο αυτών των αποφάσεων είναι η στρατηγική ανάλυση των χαρακτηριστικών που καθιστούν τα δικτυακά προϊόντα να διαφέρουν από τα συμβατικά, δηλαδή: (i) εξωτερικότητες δικτύου, (ii)

συμπληρωματικότητα, συμβατότητα και προτυποποίηση, (iii) κόστος μετάβασης και εγκλωβισμός, και (iv) σημαντικές οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή.

## 2. Στόχοι Μαθήματος

Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος, οι σπουδαστές αναμένεται να είναι σε θέση να:

- Προσδιορίζουν και να αναλύουν τις ψηφιακές δικτυακές αγορές
- Αναγνωρίζουν τους λόγους για τους οποίους οι ψηφιακές δικτυακές αγορές θα πρέπει να εξετάζονται και να αναλύονται εντός ενός συγκεκριμένου πλαισίου
- Αξιολογούν και να εκτιμούν την πιθανότητα επιτυχίας μιας νέας τεχνολογίας ή ενός νέου ψηφιακού προϊόντος
- Αξιολογούν τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών προϊόντων για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων από την οπτική των εταιρικών και καταναλωτικών προτύπων
- Κατανοούν τα επιχειρηματικά μοντέλα πλατφόρμας και να τα αναλύουν υπό την οπτική των ψηφιακών αγορών
- Αναγνωρίζουν τις διαφορές μεταξύ παραδοσιακών και ψηφιακών αγορών
- Διαμορφώνουν στρατηγικές αποφάσεις στις ψηφιακές αγορές

## 3. Εγχειρίδια και Ανάγνωση

### Βιβλία

Shapiro, C., & Varian, H. (1999). *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. Harvard Business School Press.

Shy, O. (2001). *The Economics of Network Industries*. Cambridge University Press.

### Ερευνητικά άρθρα

Economides, N., & Tåg, J. (2012). Network neutrality on the Internet: A two-sided market analysis. *Information Economics and Policy*, 24(2), 91–104.

Hagiu, A., & Jullien, B. (2007). Designing a Two-Sided Platform : When To Increase Search Costs ? No 473, *IDEI Working Papers from Institut d'Économie Industrielle (IDEI), Toulouse*.

Farrell, J., & Klemperer, P. (2007). Coordination and lock-in: Competition with switching costs and network effects. *Handbook of Industrial Organization*, 3, 1967–2072.

Jullien, B., & Sand-Zantman, W. (2019). *The Economics of Platforms: A Theory Guide for Competition Policy*.

Klemperer, P. (1987). The competitiveness of markets with switching costs. *The RAND Journal of Economics*, 18(1), 138-150.

Rosotto, C. M., Lal Das, P., Ramos, E. G., Miranda, E. C., Badran, M. F., Licetti, M. M., & Murciego, G. M. (2018). Digital platforms: A literature review and policy implications for development. *Competition and Regulation in Network Industries*, 19(1–2), 93–109.

Shy, O. (2011). A Short Survey of Network Economics. *Review of Industrial Organization*, 38(2), 119–149.

Spulber, D. F. (2019). The economics of markets and platforms. *Journal of Economics and Management Strategy*, 28(1), 159–172.

## 4. Βαθμολόγηση

Η αξιολόγηση προκύπτει από την επίδοση στην τελική εξέταση (70%) και στη συγγραφή εργασίας (30%). Η εργασία είναι ομαδική και αφορά μια μελέτη περίπτωσης που θα παρουσιαστεί και θα συζητηθεί στην τάξη.

## 5. Αναλυτικό Πρόγραμμα

Εβδομάδα	Περιγραφή
1	Εισαγωγή στις ψηφιακές δικτυακές αγορές
2	Εξωτερικότητες δικτύων
3	Συμπληρωματικότητα, συμβατότητα και προτυποποίηση
4	Κόστος μετάβασης και εγκλωβισμός
5	Οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή
6	Η ψηφιακή οικονομία
7	Εισαγωγή στις πολύπλευρες αγορές
8	Το επιχειρηματικό μοντέλο πλατφόρμας
9	Ο ρόλος των δεδομένων και της τεχνητής νοημοσύνης στις ψηφιακές αγορές
10	Ουδετερότητα δικτύου και ρύθμιση ψηφιακών αγορών
11	Παρουσιάσεις Εργασιών
12	Τελική Επανάληψη
13	Τελική Εξέταση