







ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΣΤΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Επίκουρος Καθηγητής Μάρκος Τσελεκούνης

 516 – Κεντρικό Κτίριο	 mtselek@unipi.gr	 +30 210 414 2417	 mtselek
---	--	--	---

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