

2016

bö £ Ä Á ± Ä · 3 1 0 ® μ Å , Å 3 Á ¬ ¼ ¼ 1 Ã · Ä É
 bö Ã Å Ã Ä · ¼ ¬ Ä É ½ ERP / CRM 3 1 ± Ä ·
 bö ´ · ¼ 1 ¿ Å Á 3 - ± ± ¾ - ± Å 0 ± 1 Ä · ½ μ ½
 bö Ä ¿ Å ± ½ Ä ± 3 É ½ 1 Ã Ä 1 0 ¿ Í À » μ ¿ ½ μ
 bö Ä É ½ μ À 1 Ç μ 1 Á ® Ã μ É ½

bö α ¿ Í Á 2 ± Å , £ ¬ 2 2 ± Å

bö Á ï 3 Á ± ¼ ¼ ± " · ¼ ì Ã 1 ± Å " 1 ¿ - 0 · Ä · Å , £ Ç ¿ » ® Ÿ 1 0 ¿ ½ ¿ ¼ 1 0 î ½ • À 1 Ã Ä · ¼ î ½ 0 ± 1 " 1 ¿ - 0 ·
 bö ± ½ μ À 1 Ã Ä ® ¼ 1 ¿ • μ ¬ À ¿ » 1 Å ¬ Æ ¿ Å

<http://hdl.handle.net/11728/8815>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΝΕΑΠΟΛΙΣ ΠΑΦΟΥ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΓΕΝΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΥΘΥΓΡΑΜΜΙΣΗ ΤΩΝ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ERP/CRM ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ
ΑΞΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ ΤΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

του Σάββα Τούρβα

Υπεύθυνος καθηγητής: Δρ. Χριστόδουλος Ακρίβος

Πάφος, Σεπτέμβριος 2016

Περίληψη

Αυτή η μελέτη εξετάζει πως από την πλευρά της Επιχειρηματικής Στρατηγικής που όταν συνδεθεί και ευθυγραμμιστεί με τα Επιχειρηματικά Συστήματα μπορεί να δημιουργηθεί αξία η οποία αντανακλάται / δημιουργεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων και γίνεται πιο ελκυστική προς τους πελάτες.

Εξετάζει επίσης τις σχέσεις μεταξύ της στρατηγικής ευθυγράμμισης, τις επιδόσεις και τη στρατηγική των Επιχειρηματικών Συστημάτων, και κυρίως του Enterprise Resource Planning (ERP). Χρησιμοποιούνται διαφορετικές προοπτικές στρατηγικής για να σχηματίσουν το κατασκεύασμα μας στρατηγικής ευθυγράμμισης και επιλέγονται πολλές σημαντικές μεταβλητές αυτών των κατασκευασμάτων με βάση τη βιβλιογραφία.

Επιπλέον, η στρατηγική ευελιξία ενός επιχειρηματικού συστήματος, όπως το ERP έχει μια πρόσθετη θετική επίδραση στην απόδοση των επιχειρήσεων, αλλά διαμεσολαβείτε από την ευθυγράμμιση των επιχειρησιακών συστημάτων και των επιχειρηματικών στρατηγικών.

Πίνακας Περιεχομένων

1.Εισαγωγή	7
2. Συστήματα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP)	14
2.1 Εξέλιξη του ERP	14
2.2 Επισκόπηση του ERP.....	16
2.3 Φάσεις της Έρευνας για το ERP	22
2.3.1 Προ-Υλοποίηση	23
2.3.1.1 Λόγοι υιοθέτησης του ERP	24
2.3.1.2 Μοντέλα Υιοθέτησης του ERP	26
2.3.1.3 Απόκτηση του ERP	28
2.3.1.4 Πλαίσια και μοντέλα για την Απόκτηση του ERP	30
2.3.2 Εκτέλεση	34
2.3.2.1 Κίνδυνοι Υλοποίησης του ERP	36
2.3.2.2 Στρατηγικές Υλοποίησης του ERP	37
2.3.2.3 Κρίσιμοι παράγοντες της επιτυχίας Υλοποίησης του ERP	38
2.3.2.4 Μοντέλα και Πλαίσια για την Υλοποίηση του ERP	43
2.3.3 Μετά την Εφαρμογή	46
2.3.3.1 Συντήρηση του ERP	46
2.3.3.2 Μελέτες σχετικά με την συντήρηση των ERP.....	47

2.3.3.3 Εξέλιξη των ERP	49
2.3.3.4 Απόσυρση του ERP	51
3. Διαχείριση Πελατιακών Σχέσεων (CRM)	52
3.1 Οφέλη του CRM	55
3.1.1 Αξία Πελατών	59
3.1.2 Τύποι Αξίας του Πελάτη	62
3.1.3 Ικανοποίηση Πελατών	65
3.1.4 Διατήρηση και αφοσίωση στον πελάτη	66
3.2 Τα Συστατικά του CRM	68
3.2.1 Τεχνολογία	69
3.2.1.1 Λειτουργικές κατηγορίες της Τεχνολογίας CRM	71
3.2.2 Η υποδομή του CRM	74
3.2.2.1 Τεχνολογία αποθήκευσης δεδομένων	75
3.2.2.2 Τεχνολογία Internet	77
3.2.3 Επιχειρηματικές διαδικασίες	79
3.2.4 Οι άνθρωποι	81
3.2.5 Ο σωστός συνδυασμός των εξαρτημάτων του CRM	83
3.3 Υλοποίηση	84
3.3.1 Βασικοί παράγοντες της εφαρμογής του CRM	85

3.3.1.1 Στρατηγική	86
3.3.1.2 Ηγεσία	86
3.3.1.3 Ολοκλήρωση εντός του οργανισμού	93
4. Επιχειρηματικές στρατηγικές και στρατηγικές ΕΣ	97
4.1 Στρατηγική	97
4.2 Επιχειρηματική Στρατηγική	99
4.3 Στρατηγική Επιχειρησιακών Συστημάτων	100
4.4 Οφέλη της στρατηγικής των ΕΣ	101
4.5 Η ανάπτυξη μιας στρατηγικής των ΕΣ	102
4.6 Διαστάσεις της στρατηγικής ΕΣ	104
4.7 Τρία στοιχεία των επιχειρηματικών στρατηγικών και στρατηγικών ΕΣ.....	104
4.8 ΠΣ, ΤΠ, ΕΣ, και ERP	105
5. Ευθυγράμμιση	110
5.1 Διαφορετικές απόψεις όσο αφορά την Ευθυγράμμιση	111
5.2 Προοπτικές για Ευθυγράμμιση	112
5.2.1 Κατεύθυνση Ευθυγράμμισης	113
5.2.2 Οι διαστάσεις της ευθυγράμμισης	113
5.2.3 Εστίαση του Οργανισμού	114
5.2.4 Επίπεδα Ευθυγράμμισης	115

5.3 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της ευθυγράμμισης	116
5.4 Αξιολόγηση της ευθυγράμμισης	117
5.5 Τύποι Ευθυγράμμισης	120
5.6 Μοντέλα Ευθυγράμμισης	121
6. Μεθοδολογία Έρευνας	125
7. Δεδομένα και Ανάλυση Έρευνας	129
7.1 McGraw-Hill Inc. Primis Online Custom Publishing	129
7.2 Charles Schwab Corporation Inc.	132
8. Παραδείγματα	135
8.1 JetHub	135
8.2 LG Electronics	138
Συμπεράσματα - Προτάσεις.....	141
Βιβλιογραφία	146