

**ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ
ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ**



Ημερομηνία: ΤΡΙΤΗ 06-05-2014, 09.00 – 16.30

**Διοργάνωση: ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων της Σχολής
Διοίκησης και Οικονομίας**

**ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΙ ΑΘΗΝΑΣ, Οδός Αγίου Σπυρίδωνα, Αιγάλεω,
Αθήνα**

**Επιστημονικός Υπεύθυνος : ΧΡΗΣΤΟΣ ΦΡΑΓΚΟΣ, Ph.D.,(London School of
Economics), Καθηγητής**

e-mail : cfragos@teiath.gr

Ο ρόλος της Εταιρικής Διακυβέρνησης στην Σύγχρονη Επιχείρηση

Μαριαλένα Αγοράκη

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθήνας

Περίληψη:

Η μορφή και η λειτουργία της σύγχρονης επιχείρησης έχει δεχθεί πλήθος σημαντικών αλλαγών, που ωθούν στη μελέτη θεμάτων όπως αυτά της εταιρικής διακυβέρνησης, κερδοφορίας, αποτελεσματικότητας/αποδοτικότητας, ανταγωνισμού και μεταρρύθμισης. Το ιδιαίτερο ενδιαφέρον για θέματα εταιρικής διακυβέρνησης σχετίζεται πρώτιστα με τις δομικές αλλαγές, την καινοτομία και την παγκοσμιοποίηση των χρηματοοικονομικών αγορών, τον αντίκτυπο των πρόσφατων εταιρικών σκανδάλων αλλά και τις ευρύτερες επιπτώσεις που έχει η εταιρική διακυβέρνηση στο σύνολο της οικονομίας μιας χώρας.

Δεξιότητες των Εργαζομένων και Απασχόληση

Σοφία Ασωνίτου

ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

Περίληψη:

Τα προσόντα που έχουν οι υποψήφιοι εργαζόμενοι επηρεάζουν την ικανότητά τους να αναζητήσουν αλλά και να διατηρήσουν μια απασχόληση. Επίσης οι δεξιότητες και οι ικανότητες των εργαζομένων επηρεάζουν την οικονομική ανάπτυξη των κοινωνιών, την ικανότητα για καινοτομία και τελικά το βιοτικό επίπεδο όλων. Για αυτόν τον λόγο η Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και η παγκόσμια κοινότητα δίνουν μεγάλη σημασία στην ανάπτυξη των προσόντων των πολιτών. Η συνεισφορά και η ευθύνη της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης είναι σημαντική και καθοριστική για τις εξελίξεις.

Προκλήσεις για την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Γαβριήλ Αμίτσης

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων ΤΕΙ Αθήνας

Περίληψη:

Η ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας αποτελεί βασικό μηχανισμό αφενός ενίσχυσης των κοινωνικών επενδύσεων, αφενός προώθησης στρατηγικών ένταξης ευπαθών ομάδων του πληθυσμού σε περιόδους οικονομικής ύφεσης. Υπό το πρίσμα αυτό, η εισήγηση θα επικεντρωθεί στα ακόλουθα βασικά ζητήματα:

- Πως οριοθετείται η κοινωνική επιχειρηματικότητα;
- Πως έχει αναπτυχθεί μέχρι σήμερα στην Ελλάδα της ύφεσης;
- Πως παρεμβαίνει η Ευρωπαϊκή Ένωση;
- Ποιές είναι οι βασικές προκλήσεις ανάπτυξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα;

Διερευνώντας τη Στάση και τη Συμπεριφορά των Καταναλωτών Προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας την Περίοδο της Κρίσης: Μια Εμπειρική Μελέτη στον Κλάδο των Supermarkets

Απόστολος Γιοβάνης, Χρήστος Φράγκος

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων ΤΕΙ Αθήνας

Περίληψη:

Η παρούσα μελέτη έχει ως στόχο να διερευνήσει τους προσδιοριστικούς παράγοντες αξιολόγησης της εικόνας των καταναλωτικών προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και του προσδιορισμού των προθέσεων επαναγοράς των καταναλωτών αντίστοιχων προϊόντων. Στους παράγοντες εντάσσονται, η εικόνα του καταστήματος, που εκφράζεται μέσω της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρουν οι εργαζόμενοι στο κατάστημα, της εμφάνισης των εγκαταστάσεων και της ποιότητας/αξίας των προϊόντων που εμπορεύεται, τα διάφορα είδη κινδύνων που σχετίζονται με την κατανάλωση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και τέλος η στάση του καταναλωτή για την τιμή του προϊόντος. Από τα αποτελέσματα της έρευνας πεδίου σε 560 καταναλωτές προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, πρόεκυψαν τα ακόλουθα αποτελέσματα:

- 1) Σε ότι αφορά την εικόνα των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, αυτή ενισχύεται από την εικόνα του καταστήματος και την χαμηλή των τιμή των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας και απομειώνεται, σε μεγάλο βαθμό, από την αντίληψη για τους κινδύνους που ενέχει η κατανάλωση των προϊόντων αυτών. Σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των

- καταναλωτών, η εικόνα προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας επηρεάζεται αρνητικά από το μορφωτικό επίπεδο και θετικά από την η οικογενειακή κατάσταση των καταναλωτών,
- 2) Αναφορικά με την πρόθεση επαναγοράς, η εικόνα του προϊόντος και η χαμηλή τιμή του επηρεάζουν θετικά την πρόθεση επαναγοράς, ενώ οι κίνδυνοι κατανάλωσης αρνητικά. Η εικόνα του καταστήματος δεν βρέθηκε να παίζει άμεσο ρόλο στην πρόθεση επαναγορά των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, διατηρείται η σημασία και ο ρόλος του μορφωτικού επιπέδου και της οικογενειακής κατάστασης και προστίθεται η αρνητική επίδραση της ηλικίας του καταναλωτή και η θετική επίδραση της συχνότητας αγορών από το σουπερμάρκετ .
- Στο τέλος της εργασίας οι επιστημονικές και πρακτικές επιπτώσεις των παραπάνω αποτελεσμάτων στον τομέα της στρατηγικής μάρκετινγκ λιανεμπορίου συζητούνται διεξοδικά και παρατίθενται προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Startup Events, Accelerators, Incubators & Co-Working places στην Ελλάδα **Βίκυ Κατσώνη**

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Αθήνας

Περίληψη:

Η άνοδος της κουλτούρας επιχειρηματικότητας τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, πέραν της δημιουργίας μίας συστηματικής αγοράς venture capital επενδύσεων και της ανάδειξης πολλών νέων τεχνολογικών startups, δημιούργησε αρκετές ευκαιρίες και δρώμενα που βοηθούν στην ανάπτυξη των υποδομών υποστήριξης των νέων επιχειρηματιών και επαγγελματιών. Η εργασία αναφέρεται στην δημιουργία και ενίσχυση των Startup επιχειρήσεων στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στην ανάπτυξη του θεσμού των "θερμοκοιτίδων" επιχειρήσεων οι οποίες υποστηρίζουν τις επιχειρήσεις παρέχοντας πρόσβαση σε κεφάλαια, τεχνολογία, συμβουλευτική υποστήριξη, χώρους εγκατάστασης κ.α. Επίσης γίνεται αναφορά και στους συνεργατικούς χώρους εργασίας της Ελλάδος, καθώς και δίνονται παραδείγματα από τον κλάδο του Τουρισμού.

Startups: ένα οικοσύστημα που άνθισε τον καιρό της κρίσης

Βασίλης Κέφης,

Πάντειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Δημόσιας Διοίκησης

Παναγιώτα Ξανθοπούλου, Υποψήφια Διδάκτωρ Τμήματος Δημόσιας Διοίκησης Παντείου Πανεπιστημίου

Περίληψη:

Η «κρίση» συνιστά πλέον μια επαναλαμβανόμενη ονομασία για τις δυσμενείς οικονομικές συνθήκες που βιώνει η Ευρώπη τη τελευταία πενταετία. Στη περίπτωση της Ελλάδας συνδέεται σε μεγάλο βαθμό με το φαινόμενο της ανεργίας που καλούνται καθημερινά να αντιμετωπίσουν οι νέοι της χώρας ειδικότερα (60%) αλλά και οι πολίτες της εν γένει, με το 60% να δηλώνουν ότι ζουν υπό το φόβο της φτώχειας. Ωστόσο, σε μια χώρα που βιώνει για πέμπτη συνεχή χρονιά μια μεγάλη κοινωνικοοικονομική κρίση, αναδύονται συνεχώς νέοι επιχειρηματίες, αυτοδημιούργητοι και παραγωγικοί, βασισμένοι μόνο στην εφευρετικότητα και στο ταλέντο τους, οι οποίοι ιδρύουν υγιείς και καινοτόμες επιχειρήσεις, φέρνοντας την Ελλάδα στην 91^η θέση στο δείκτη Παγκόσμιας Ανταγωνιστικότητας την περίοδο 2013-14 (ενώ το 2012-13 βρισκόταν στην 96^η). Όταν ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων παγκοσμίως

κλείνουν τις πόρτες τους, αυτό για μια σημαντική μερίδα ανθρώπων λειτουργεί ως κίνητρο να διεκδικήσουν μια θέση στην αγορά έχοντας ως κινητήριο δύναμη τις καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες τους. Πρόκειται για τους ιδρυτές των λεγόμενων «νεοφυών επιχειρήσεων», γνωστών ως startups, οι οποίες κατόρθωσαν πέραν της βελτίωσης των οικονομικών μεγεθών της χώρας, να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας, περισσότερες από αυτές των ήδη εν ενεργεία εταιρειών. Συγκεκριμένα, το 2010 ιδρύθηκαν 16 startups, αριθμός ο οποίος το 2013 σχεδόν δεκαπλασιάστηκε, χαρακτηρίζοντας τη διετία 2012-2013 ως τη «χρονιά των startups» καθώς κατάφεραν να προσελκύσουν επενδύσεις συνολικού ύψους 55 εκατ. δολαρίων (μόνο το 2013). Αξίζει να τονισθεί ότι οι νεοσύστατες επιχειρήσεις δεν ταυτίζονται εννοιολογικά με τις νεοφυείς, καθώς οι νεοφυείς είναι νεοσύστατες αλλά οι νεοσύστατες δεν είναι κατ' ανάγκη νεοφυείς. Οι startups είναι μια ειδική κατηγορία επιχειρηματικότητας η οποία εμπεριέχει το στοιχείο της μοναδικότητας και της καινοτομίας. Σαφώς, το μέγεθος της συνεισφοράς τους στην ανατροπή του συνολικού κλίματος της ύφεσης δεν μπορεί να υπολογιστεί με ακρίβεια. Παρόλα αυτά, το κίνημα των “startup-ers” κατάφερε να παραδειγματίσει και να «ξεσηκώσει» μια νέα γενιά που βρισκόταν σε αδιέξοδο, συνεισφέροντας παράλληλα στην ανάταξη της ελληνικής κοινωνίας και οικονομίας.

Εν κατακλείδι, η επιχειρηματικότητα ως μια διαδικασία δημιουργίας στηρίζεται σε δύο πυλώνες: στο όραμα και στη δημιουργία μιας νέας στρατηγικής αρχιτεκτονικής, όπου η δημιουργικότητα (creativity) και η καινοτομία (innovation) έχουν πρωτεύοντα ρόλο. Επομένως, πρέπει να είναι συνυφασμένη με προοπτικές ανάπτυξης και όχι με τη διαχείριση υπάρχουσών πρακτικών. Απαιτεί ανάληψη κινδύνου, νέες ιδέες, σαφείς κινήσεις, δικτύωση στο εσωτερικό και στο εξωτερικό, κατάλληλο μάνατζμεντ, «επαναστατική» σκέψη, στοιχεία που χαρακτηρίζουν τους νέους ανθρώπους. Εάν όλα αυτά συνδυαστούν με την ανεύρεση της κατάλληλης χρηματοδότησης, μια σκέψη που ίσως φαινόταν απίθανη, ανέφικτη και μακροχρόνια, αποδειχθεί ρεαλιστική, εφικτή και άμεσα εφαρμόσιμη.

Λέξεις κλειδιά: Επιχειρηματικότητα, startups (νεοφυείς επιχειρήσεις), ανεργία, ανταγωνιστικότητα, καινοτομία, ιδέες, θέσεις εργασίας, χρηματοδότηση.

Οικονομική Κρίση, Επιχειρηματικότητα, Ανταγωνιστικότητα και Ανάπτυξη: Μια Διερεύνηση των Προοπτικών της Ελληνικής Οικονομίας

Γεώργιος Μ. Κορρές¹ και Αικατερίνη Κόκκινου²

¹Πανεπιστήμιο Αιγαίου

²Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Αθήνας

Περίληψη:

Η οικονομική κρίση σήμερα αποτελεί το επίκεντρο του ενδιαφέροντος ιδιαίτερα για τις χώρες του Ευρωπαϊκού Νότου. Η Ευρωζώνη αντιμετωπίζει μια κρίση, τόσο δημόσιου χρέους, όσο και δημόσιων ελλειμμάτων, ιδιαίτερα για τις χώρες του Νότου, με ιδιαίτερα

¹Διεύθυνση Επικοινωνίας: Δρ. Γεώργιος Μ. Κορρές,, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Γεωγραφίας, gkorres@geo.aegean.gr

² Διεύθυνση Επικοινωνίας: Δρ. Δρ. Αικατερίνη Κόκκινου, Επιστημονική Συνεργάτης ΤΕΙ Αθηνών, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Email: aikaterinikokkinou@gmail.com

σημαντικές επιπτώσεις, τόσο στην αναπτυξιακή διαδικασία, όσο και στην ανταγωνιστικότητα των χωρών αυτών. Στο πλαίσιο αυτό, η οικονομική πολιτική και οι σχετικές αποφάσεις επηρεάζουν άμεσα την εξέλιξη και διάρθρωση του δημοσίου χρέους, του δημοσίου ελλείμματος και περαιτέρω την ανταγωνιστικότητα και την αναπτυξιακή διαδικασία μιας χώρας. Η Ελληνική οικονομία σήμερα «διάγει» μια πολύπλευρη κοινωνικό-οικονομική κρίση με ιδιαίτερα σημαντικές και εμφανείς επιπτώσεις στην αναπτυξιακή διαδικασία, την ανεργία, την ανταγωνιστικότητα, και περαιτέρω στην ισότητα, την κοινωνική συνοχή και την ποιότητα ζωής. Το άρθρο αυτό στοχεύει να αναλύσει και να διερευνήσει την τρέχουσα οικονομική κρίση με ιδιαίτερη έμφαση στην περίπτωση της Ελλάδας. Ιδιαίτερα, θα επικεντρωθεί στην ανάλυση της ανταγωνιστικότητας, της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας και των προοπτικών της ανάπτυξης για την Ελληνική οικονομία. Επίσης, θα επιχειρήσει να αναλύσει τις κοινωνικό-οικονομικές επιπτώσεις της κρίσης και περαιτέρω να σκιαγραφήσει και να παρουσιάσει τις προοπτικές στο πλαίσιο της ανάπτυξης, κοινωνικής συνοχής και σύγκλισης της χώρας με την Ευρωζώνη και την Ε.Ε..

Λέξεις Κλειδιά: Κοινωνικό-Οικονομική Ανάπτυξη, Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία, Συνοχή, Σύγκλιση.

Τα κίνητρα και οι δυσκολίες στη ίδρυση Ελληνικών Επιχειρήσεων :Μελέτη περίπτωσης η Business Data Analytics.

Δ. Μαλαπέτσας, Φ. Κιουπάκης και Φ. Κομισόπουλος¹

¹ΤΕΙ Αθήνας, Τμ. Διοίκησης Επιχειρήσεων

Η παρουσίαση έχει σαν σκοπό έχει να δώσει ένα παράδειγμα για το πώς, παρόλο την κρίση και την άσχημη συγκυρία που ζούμε, η δημιουργία μικρών και βιώσιμων επιχειρήσεων, όπως η Business Data Analytics την οποία παρουσιάζουμε σαν μελέτη περίπτωσης, είναι διέξοδος για τον αυτοαπασχολούμενο και την ομάδα του και μπορεί να αποτελέσει τον πρώτο κινητήριο μοχλό επιστροφής της κοινωνίας προς τα πραγματικά θετικά αποτελέσματα. Κατά την διάρκεια της παρουσίασης θα αναφερθούν και αναλυθούν τα κίνητρα, οι δυσκολίες και οι φόβοι ενός νέου επιχειρηματία κατά την διάρκεια δημιουργίας της εταιρείας του.

Η Ανταγωνιστικότητα-Επιχειρηματικότητα: Η πρόκληση εν μέσω κρίσης **Ιωάννης Δ. Μπουρής**

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων ΤΕΙ Αθήνας

Περίληψη:

.....*Η νοοτροπία της ήσυχης προσπάθειας και της προσκόλλησης στις παραδεδομένες πρακτικές καταδικάζει το εθνικό μας μέλλον, πρέπει άμεσα να μετασχηματιστεί σε κουλτούρα παραγωγής-ανάπτυξης, όπου να επικρατεί η δημιουργικότητα, η παραγωγικότητα και η καινοτομία. Η Ελλάδα αξίζει και μπορεί περισσότερο.....*

Η Ελλάδα ακολούθησε ένα εσωστρεφές οικονομικό μοντέλο, το οποίο στηριζόταν αποκλειστικά και μόνο στην κατανάλωση, ενώ οι εξαγωγές μας αποτελούσαν ένα πολύ μικρό ποσοστό του παραγόμενου ΑΕΠ. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα :

1. την συνεχή υποχώρηση της ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας
2. την αδυναμία της κυβερνητικής πολιτικής να προσαρμοστεί στις τρέχουσες οικονομικές προκλήσεις
3. την υπερδιόγκωση του Ακαθάριστου Εξωτερικού Χρέους (ως % του ΑΕΠ)
4. την αδιαφάνεια
5. το υψηλό Κόστος Κεφαλαίου
6. την επιδείνωση στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών

και το σημαντικότερο, ποτέ άλλοτε μία χώρα δεν είχε δαπανήσει τόσα πολλά χρήματα για εξοπλισμούς -‘αγορές του αιώνα’ και στρατιωτικές δαπάνες στην προσπάθεια της να υπερασπίσει την εθνική της κυριαρχία και ταυτόχρονα η εθνική της ανεξαρτησία να υπομονεύεται και σταδιακά να χάνεται διότι ακριβώς οι υπέρογκες στρατιωτικές της δαπάνες προκαλούν οικονομική κρίση, ύφεση, χρεοκοπία, έκπτωση ‘αξιών’, υπέρογκο εξωτερικό δανεισμό.

Σήμερα, η Ελλάδα βρίσκεται σε αναζήτηση ενός νέου αναπτυξιακού προτύπου και μιας νέας αναπτυξιακής στρατηγικής. Η αναζήτηση εξόδου από την κρίση και εισόδου σε ένα νέο υγιή και ενάρετο κύκλο ανάπτυξης προϋποθέτει:

1. την ενδυνάμωση της έρευνας και της ανάπτυξης τεχνολογικών καινοτομιών ως τη βάση στο οικοδομήμα της ελληνικής ανταγωνιστικότητας. Τους πυλώνες του οικοδομήματος θα αποτελέσουν οι

ΜμΕ, ευέλικτες επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένων

α) των start-ups, (Νέες ιδέες, Εστίες Ενδιαφέροντος, Θύλακες Καινοτομίας)

β) των spin-offs - spin-outs, (Επιχειρήσεις - Τεχνο βλαστοί)

σε συνεργαζόμενους οργανισμούς επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capitals) ώστε να οικοδομήσουν μια ανεξάρτητη εθνική στρατηγική.

2. την άντληση ανθρώπινου δυναμικού και τεχνογνωσίας από τις εξής βασικές δεξαμενές σκέψης/γνώσης (thinking tank):

α) τον ελληνισμό της διασποράς (έλληνες επιχειρηματίες, επιστήμονες, διοικητικά στελέχη επιχειρήσεων)

β). τα πανεπιστήμια (συμπράξεις ΑΕΙ/ΤΕΙ με βιομηχανίες),

έτσι ώστε να αναπτυχθούν οι δομές για να καταστεί εμπορικά εκμεταλλεύσιμη η καινοτομία

Η χώρα μας παρά τα αλλεπάλληλα κοινοτικά πακέτα στήριξης, παρά τα έργα υποδομής με ευρωπαϊκά χρήματα, ασθμαίνει διαρκώς πίσω από τις ντιρεκτίβες της Ε.Ε. προσπαθώντας για τα αυτονόητα, πώς δηλαδή θα καταργήσουμε τις τοξικές χωματερές και πώς θα διευθετήσουμε τα λύματα; Γιατί το μεγαλύτερο έργο του ΚΠΣ (Κου-Που-Σου) ήταν η φιέστα των Ολυμπιακών ; Γιατί το κύριο μέλημα των κυβερνήσεων είναι η

νομιμοποίηση των αυθαίρετων οικοδομών και η πριμοδότηση των Ι.Χ. αυτοκινήτων; Διότι έτσι εννοεί η αργόσχολη κοινωνικοπολιτική ελίτ την (υπό) ανάπτυξη: Μπάζωμα, τσιμέντωμα, αγορά ακινήτων (real estate), παζάρεμα για φόρους με μείωση στο διαθέσιμο εισόδημα και περαιτέρω μείωση της ενεργούς ζήτησης, διόγκωση του εισαγωγικού εμπορίου με σημαντικές επιπτώσεις στο έλλειμμα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, δαπάνες δισεκατομμυρίων ευρώ για την ενίσχυση τραπεζών προτρέποντας τον δανεισμό υποθηκεύοντας την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών και μετατρέποντας έτσι την αόρατη χείρα του Άνταμ Σμιθ (Laissez Faire) σε ορατό χέρι των τραπεζιτών. Από την ανάλυση και σύνθεση απόψεων που παραθέτουμε στην παρουσίαση μας προκύπτει ότι η πρόκληση στην έξοδο από την κρίση ανιχνεύεται στην αναπτυξιακή τροχιά των εξής οικονομικών κλάδων :

1. Ο Τουρισμός
2. Ο Αγροδιατροφικός τομέας
 - Δυναμική ανάπτυξη και αξιοποίηση της παράδοσης
 - Τυποποιημένα ελληνικά προϊόντα και υπηρεσίες στις διεθνείς αγορές
 - ΠΟΠ και ΠΓΕ
 - Αγροτικά Δίκτυα (rural network)
3. Ναυτιλία - Μεταφορές - Logistics
4. Η Περιβαλλοντική βιομηχανία
5. Ο Τομέας της Υγείας (Υπηρεσίες, Φάρμακα, Τουρισμός)
6. Η παραγωγή και εξοικονόμηση ενέργειας, τα υλικά
 - Βιομηχανία Παραγωγής Ενέργειας
 - Δομικά Προϊόντα και Μεταλλικές Κατασκευές
7. Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνιών
 - Τομέας ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών):
 - Συστήματα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων-ERP
 - Ηλεκτρονικές υπηρεσίες προς τους πολίτες, όπως το Taxisnet ή το syzefxis
8. Οι δημιουργικές βιομηχανίες (π.χ. ελληνικό design) και ο Πολιτισμός
 - Έτοιμο ένδυμα και «δημιουργική» βιομηχανία (creative industries):

Η σωστή πορεία ασφαλούς διέλευσης από την κρίση συνιστά η κουλτούρα της παραγωγής-ανάπτυξης, όπου επικρατεί η δημιουργικότητα, η παραγωγικότητα και η καινοτομία. πάνω στην οποία οικοδομείται νοοτροπία πολιτώνκαινοτόμων με εγκαιρότητα στην επινόηση**ΝΕΩΤΕΡΟΠΟΙΟΙ ΚΑΙ ΕΠΙΝΟΗΣΑΙ ΟΞΕΙΣ** ... (Θουκυδίδης Ιστορία Α,70).

Οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων στην Ελλάδα: Δυο επιτυχημένα παραδείγματα εταιρειών υψηλής τεχνολογικής στάθμης

Δ. Παπακυριακόπουλος και Σ. Μπινιώρης

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων ΤΕΙ Αθήνας

Περίληψη:

Η οικονομική κρίση ενώ παρουσίασε σοβαρά κοινωνικο-οικονομικά προβλήματα και εμπόδια στην Ελλάδα, επέτρεψε σε μεμονωμένες επιχειρήσεις να αναδείξουν τον υψηλό βαθμό καινοτομίας και επιχειρηματικότητας και διαμόρφωσε νέες συνθήκες στο οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων της Ελλάδας. Η παρουσίαση εξετάζει δυο επιτυχημένες επιχειρήσεις παροχής καινοτόμων τεχνολογικών υπηρεσιών και καθορίζει κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας των εγχειρημάτων. Μέσα από την παρουσίαση προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις διαμορφώθηκαν από διαφορετικά οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων. Η παρουσίαση ολοκληρώνεται παρουσιάζοντας το οικοσύστημα των νεοφυών επιχειρήσεων όπως έχει αναπτυχθεί στον ελληνικό χώρο.

Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Πρότυπου Μοντέλου Διαχείρισης των Χρόνιων Νοσημάτων στην Κατ'Οίκον Φροντίδα

Γιώργος Πιερράκος

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων ΤΕΙ Αθήνας

Περίληψη:

Η χρόνια νόσος αποτελεί μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τα συστήματα υγειονομικής περίθαλψης. Πολλοί άνθρωποι με χρόνιες ασθένειες επιβιώνουν για μεγάλο χρονικό διάστημα, αλλά χρειάζονται συνεχή φροντίδα ειδικά στο σπίτι.

Η συννοσηρότητα πολλών μακροχρόνιων ασθενειών στον ασθενή οδηγεί στην πολυπλοκότητα της φροντίδας τους

Η κατ'οίκον νοσηλεία στη μακροχρόνια ασθένεια θεωρείται πλέον δικαίωμα του πολίτη.

Έχει σκοπό την μεγιστοποίηση της ανεξαρτησίας του ατόμου, ώστε να αποφευχθεί η κοινωνική αναπηρία και ο αποκλεισμός. Η αυτό – ενδυνάμωση της διαχείρισης υπερβαίνει τη συνήθη ιατρική πρακτική στο περιβάλλον του ασθενούς

Στόχος

Η παροχή συντονισμένης διατομεακής φροντίδας, εστιάζοντας στην κάλυψη των αναγκών των ασθενών και χρησιμοποιώντας τρέχοντα δεδομένα της ασθένειάς τους.

Υπηρεσίες φροντίδας στο σπίτι που στηρίζονται στο σύστημα υγείας

Ελλειψη Εμπιστοσύνης και Αγαθά Ταχείας Κατανάλωσης: Η Στρατηγική Ανάπτυξης Πολυεθνικής Εταιρίας στην Ελληνική Αγορά

Εύη Σακελλαρίου

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων ΤΕΙ Αθήνας

Περίληψη:

Ο Δείκτης Εμπιστοσύνης Καταναλωτών αποτυπώνει τη γνώμη που έχουν διαμορφώσει οι καταναλωτές, σχετικά με την προσωπική τους οικονομική κατάσταση, καθώς και την οικονομική κατάσταση της χώρας. Αποτελεί μέτρο αποτύπωσης αφενός των κοινωνικών αντιλήψεων για την τρέχουσα οικονομική συγκυρία και αφετέρου της αισιοδοξίας, με την οποία οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν τις υφιστάμενες προοπτικές της προσωπικής τους οικονομικής κατάστασης, καθώς και το οικονομικό μέλλον της χώρας. Σύμφωνα με την αντίστοιχη έρευνα της Nielsen, ο Παγκόσμιος Δείκτης Εμπιστοσύνης Καταναλωτών ήταν 94 στο 4^ο τρίμηνο του 2013 με μία αύξηση 3 ποσοστιαίων μονάδων από την αντίστοιχη περίοδο του 2012. Ο αντίστοιχος Δείκτης στην Ευρώπη μειώθηκε κατά 1 μονάδα στο 73. Η Ελλάδα κατέχει έναν από τους χαμηλότερους Δείκτες Εμπιστοσύνης Καταναλωτών στην Ευρώπη (45) μαζί με την Πορτογαλία, την Κροατία, τη Σλοβενία και την Ιταλία. Με στόχο την ανάπτυξη την επόμενη δεκαετία η στρατηγική της πολυεθνικής εταιρίας αγαθών ταχείας κατανάλωσης Unilever εκτείνεται σε 3 άξονες: 1) Μείωση κόστους, 2) Επέκταση σε αναπτυσσόμενες αγορές και 3) Επένδυση σε μάρκες χαμηλότερου κόστους. Στην Ελλάδα, η

εταιρία εφαρμόζει με θετικά αποτελέσματα πολιτική ανάπτυξης και πώλησης μικρότερων συσκευασιών αλλά και οικονομικότερων αγαθών με νέα επωνυμία.

Προβλήματα Ανταγωνιστικότητας και Καινοτομίας των Επιχειρήσεων στη Οικον. Κρίση 2009-2014: Κατασκευή Στατιστικών Μοντέλων που συνδέουν τον Δείκτη Ανταγωνιστικότητας και το Ποσοστό Ανεργίας με το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

Χρήστος Κων. Φράγκος

ΤΕΙ Αθήνας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

Περίληψη:

Στη εργασία αυτή παρουσιάζονται τα εξής :

- (α) Τα Αίτια της Κρίσης της Ελληνικής Οικονομίας σε επίπεδο Ελληνικής Πολιτικής και Πολιτικής Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ελληνικό ΑΕΠ και στρεβλώσεις.
- (β) Τα προβλήματα των Ελληνικών Επιχειρήσεων
- (γ) Ο υπερτροφικός Δημόσιος Τομέας
- (δ) Η Καταστροφική συνέπεια της Οικονομικής κρίσης : Ανεργία
- (ε) Κλειδί για τη σταδιακή έξοδο από τη κρίση : επίτευξη ανταγωνιστικότητας στις Ελληνικές Επιχειρήσεις και εισαγωγή καινοτομιών στα προϊόντα και στο Marketing.
- (ζ) Ορισμός ΟΟΣΑ για την Ανταγωνιστικότητα ενός Κράτους
- (η) Δείκτης Διεθνούς ανταγωνιστικότητας (Global Competitiveness Index) (δ.δ.α.)
- (θ) Κατασκευή Στατιστικού Μοντέλου για τη μεταβολή του δ. δ. ανταγωνιστικότητας σαν συνάρτηση του χρόνου (καμπυλη τάσης)
- (ι) Κατασκευή Γραμμικού Στατιστικού Μοντέλου που να καταδεικνύει με τη βοήθεια των Στατιστικών μέτρων καλής προσαρμογής τη επίδραση του δ.δ. Ανταγωνιστικότητας και του Ποσοστού Ανεργίας στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της Ελλάδας
- (κ) Προβλέψεις ,με βάση τα παραπάνω μοντέλα με συντελεστή Εμπιστοσύνης 95% για το δ.δ.Ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας τα επόμενα δύο χρόνια.

Το συμπέρασμα της εργασίας είναι ότι εάν δεν μειωθεί το ποσοστό ανεργίας, εάν δεν αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών Επιχειρήσεων με τη αύξηση της χρηματοδότησης και εάν δεν καταπολεμηθεί σε όλα τα επίπεδα η ενδημική διαφθορά, δεν υπάρχει ελπίδα να εξέλθουμε στο ορατό μέλλον (8-10 χρόνια) από τη δεινή οικονομική κρίση.

Λέξεις-κλειδιά

Ελληνική οικονομική κρίση, Ανταγωνιστικότητα, Καινοτομία, Στατιστικά Μοντέλα Πρόβλεψης Διάρκειας Χαμηλής Ανταγωνιστικότητας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Ελληνική

1. Μπουραντάς, Δ., (2001) Μάνατζμεντ, Αθήνα: Γ. Μπένου
2. Πολλάλης, Γ., Γιαννακόπουλος, Δ., Παπουτσής, Ι., (2004) Πληροφοριακά συστήματα επιχειρήσεων

B. Ξενόγλωσση

1. Aiginger, K. (1996). "Creating a Dynamically Competitive Economy." in Competitiveness, Subsidiarity and Industrial Policy, επιμέλεια Devine, P., Y.