

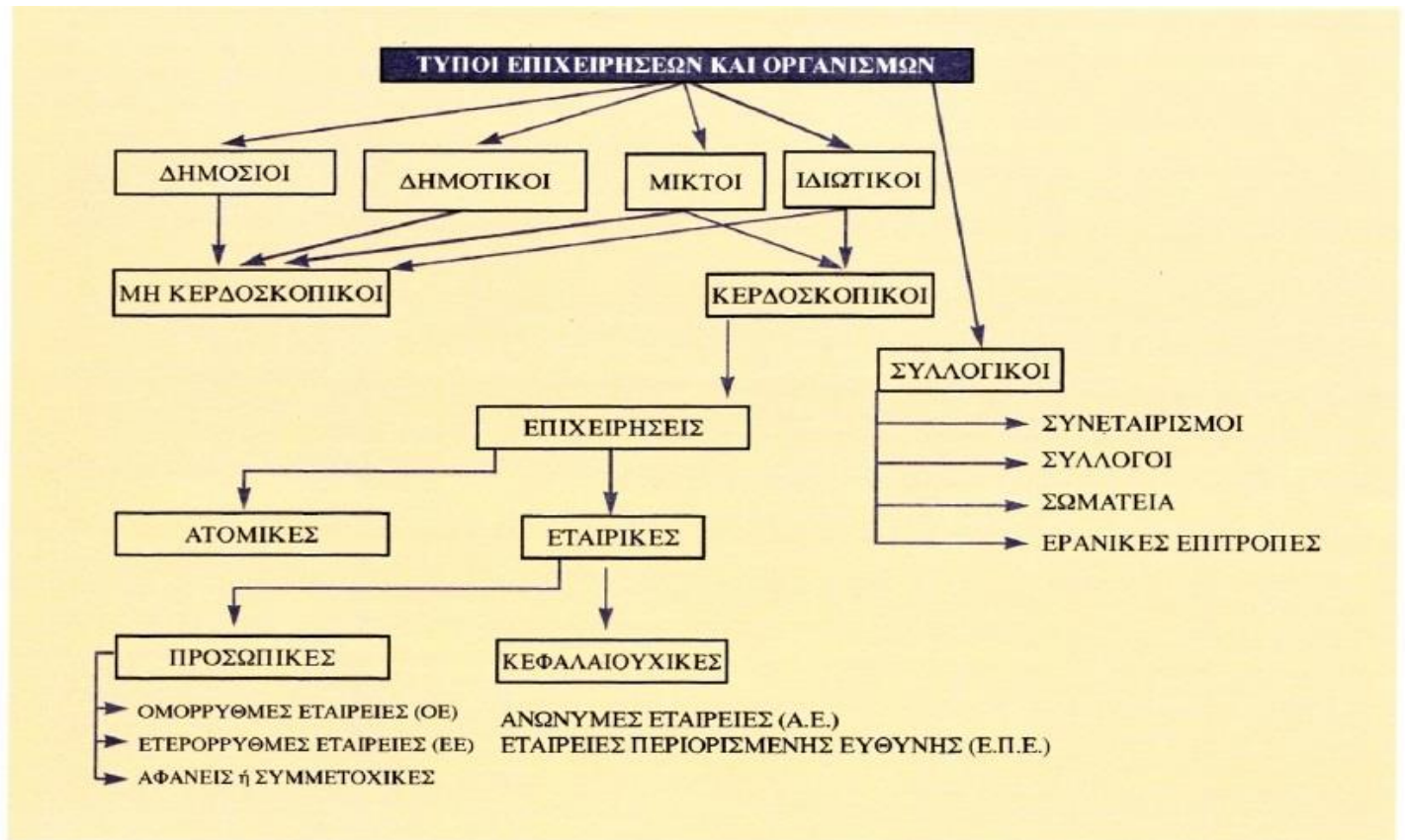


ΣΗΜΕΙΩΣΕΣ Κ.Ε.Κ.

ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ Γ. ΘΕΟΧΑΡΗΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Είδη εταιρειών.....	3-7
Διαφορές manager και leader.....	8-10
Start up (business plan).....	11-12
Κύκλος ζωής.....	13
SWOT ανάλυσις.....	14-15
PEST ανάλυσις.....	16-17
GAP ανάλυσις.....	18-19
Μήτρα Matrix/Είδη κινδύνων.....	20-21
Πυραμίδα Maslow.....	22
5 δυνάμεις του Πόρτερ.....	23-24
Μείγμα Marketing (7Ps).....	25-26
Franchise.....	27-28
Leasing & Factoring.....	28-30
Brands.....	31-33
Best Work places 2016.....	34
Είδη Διαφήμισης.....	35
9 είδη νοημοσύνης σύμφωνα με τον Gardner.....	36-40
Χρώματα και συμβολισμοί τους.....	41-44
Στρηγικές πωλήσεων/λάθη πωλητών.....	45-50
Διοίκηση ανθρωπίνου δυναμικού (CV, λάθη στην δουλειά).....	51-60
Λογιστική και χρηματοοικονομική ανάλυση.....	60-75
Στρές (Αίτια και τρόποι αντιμετώπισης).....	76-86
Άρθρα (Κατώτατοι μισθοί, εργασιακά δικαιώματα, βραβεία ΕΒΕΑ, τοξικοί άνθρωποι)....	97-112



Ατομική επιχείρηση: Η μορφή αυτή είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη. Κύριο πλεονέκτημά της είναι η μεγάλη ευελιξία ως προς τις επιχειρηματικές αποφάσεις που αφορούν στο είδος της δραστηριότητας, στην επιλογή των τεχνικών μεθόδων και, ως ένα βαθμό, στο μέγεθος της παραγωγής. Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι ουσιώδη, κυρίως για τις μικρές και μέσου μεγέθους αγροτικές, βιοτεχνικές και εμπορικές επιχειρήσεις, στις οποίες η προσωπική επίβλεψη και πρωτοβουλία είναι μεγάλης σημασίας. Όταν όμως το είδος της δραστηριότητας επιβάλλει την ανάπτυξη μεγάλου μεγέθους, τότε η εταιρική μορφή της επιχείρησης είναι συχνά η πιο κατάλληλη.

Εταιρική επιχείρηση (Ε.Ε.): Η εταιρική επιχείρηση ανήκει σε δύο ή περισσότερα άτομα, τους εταίρους, που συνδέονται με ειδική σχέση μεταξύ τους, την εταιρική, που καθορίζεται ανάλογα με το είδος της εταιρείας. Βασικές μορφές της εταιρικής επιχείρησης είναι: ομόρρυθμη, ετερόρρυθμη, ανώνυμη εταιρεία και εταιρεία περιορισμένης ευθύνης.

Στις ομόρρυθμες (Ο.Ε.) όλοι οι εταίροι είναι αλληλέγγυα υπεύθυνοι με όλη τους την περιουσία για τη δραστηριότητα και τα χρέη της εταιρείας. Επιπλέον υπόκεινται σε προσωπική κράτηση όταν βρίσκονται σε αδυναμία να εξοφλήσουν τους πιστωτές τους. Για την ίδρυση Ομόρρυθμης Εταιρείας, πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη, που, κατά την έκφραση του νόμου, υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού (άρθρο 741 Αστικού Κώδικα). Τα ιδρυτικά μέλη της Ομόρρυθμης Εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το 18ο έτος της ηλικίας τους.

Οι εταίροι της Ομόρρυθμης Εταιρείας **ευθύνονται με ολόκληρη την περιουσία τους** για όλες τις υποχρεώσεις της εταιρείας, με αλληλέγγυα ευθύνη τους. Με τη λύση της εταιρείας δεν παύει η ευθύνη των εταίρων για τυχόν υπάρχοντα χρέη της εταιρείας. Η Ομόρρυθμη Εταιρεία δεν χρειάζεται συμβολαιογραφικό έγγραφο για την κατάρτισή της, αντιθέτως αρκεί ένα ιδιωτικό συμφωνητικό.

Στις ετερόρρυθμες (Ε.Ε.) ένας τουλάχιστον εταίρος είναι υπεύθυνος με όλη του την περιουσία για τα χρέη της εταιρείας και υπόκειται σε προσωπική κράτηση για τη μη εξόφλησή τους. Χωρίζονται οι εταίροι της Ετερόρρυθμης Εταιρείας σε δύο κατηγορίες: τους ομόρρυθμους και τους ετερόρρυθμους. Η ευθύνη των ομορρύθμων εταιριών απέναντι στους πιστωτές της εταιρείας είναι αλληλέγγυα και απεριόριστη. Η ευθύνη των ετερόρρυθμων εταιριών είναι περιορισμένη και δεν μπορεί να υπερβεί το ποσό της εισφοράς τους στην εταιρία. Η Ετερόρρυθμη Εταιρία δεν χρειάζεται συμβολαιογραφικό έγγραφο για την ίδρυσή της, αντιθέτως αρκεί ένα ιδιωτικό συμφωνητικό.

Στις ανώνυμες εταιρείες (Α.Ε.) που είναι μετοχικές, κάθε εταίρος (μέτοχος) είναι υπεύθυνος μόνο για το ποσοστό συμμετοχής του, δηλαδή για τον αριθμό των μετοχών τις οποίες διαθέτει. Ο μέτοχος συμμετέχει στην εκλογή της διοίκησης της εταιρείας, στη διαμόρφωση των γενικών αρχών της πολιτικής και στα κέρδη, ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών που διαθέτει. Στη γενική συνέλευση των μετόχων κάθε μέτοχος διαθέτει τόσους ψήφους όσες είναι οι μετοχές που κατέχει. Σε περίπτωση ζημιών ή πτωχεύσεως είναι υπεύθυνος μέχρι του ποσού που έχει καταβάλει για τις μετοχές του, δηλαδή, στη χειρότερη περίπτωση, οι μετοχές του χάνουν τελείως την αξία τους.

Οι προϋποθέσεις σύστασης Ανώνυμης Εταιρείας είναι:

- Σύναψη Καταστατικού, που καταρτίζεται μεταξύ δύο τουλάχιστον προσώπων (ιδρυτές) φυσικών ή νομικών και πρέπει να περιβληθεί τον τύπο του συμβολαιογραφικού εγγράφου
- Ανάλυση των μετοχών, δηλαδή, κάλυψη του μετοχικού Κεφαλαίου
- Έγκριση του Καταστατικού και άδεια σύστασης από την αρμόδια αρχή Νομαρχία ή Γενική Γραμματεία Εμπορίου)
- Τήρηση διατυπώσεως δημοσιότητας, η οποία συνίσταται, αφενός μεν, στην καταχώρηση του εγκριθέντος από την αρμόδια αρχή του Καταστατικού καθώς και της άδειας σύστασης της Α.Ε. στο Μητρώο Α.Ε. και αφετέρου στη δημοσίευση στο τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε. της Εφημερίδας της Κυβέρνησης (Φ.Ε.Κ.), ανακοίνωσης για τη σχετική καταχώρηση στο Μ.Α.Ε. του εγκριθέντος Καταστατικού και της άδειας σύστασης
- Εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο
- Έναρξη Εργασιών στην αρμόδια Δ.Ο.Υ. και απόδοση Α.Φ.Μ.

Οι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε.) είναι ένας ενδιάμεσος τύπος μεταξύ των προσωπικών εταιρειών (Ο.Ε. και Ε.Ε.) και της ανώνυμης εταιρείας. Το κύριο γνώρισμα των εταιρειών αυτών είναι το μικρό κεφάλαιο που χρειάζεται για τη σύστασή τους και η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων τους μέχρι το ύψος του κατατεθειμένου εταιρικού κεφαλαίου, όπως ακριβώς συμβαίνει και με τις ανώνυμες εταιρείες, σε αντίθεση με τις προσωπικές εταιρείες. Το κεφάλαιο διαιρείται σε «μερίδες συμμετοχής» καθεμία εκ των οποίων αποτελείται από εταιρικά μερίδια, από τα οποία το καθένα δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 30 ευρώ. Οι συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας που διέπουν την ΕΠΕ κατά την ίδρυσή της αλλά και καθ' όλη την διάρκεια της ζωής της, είναι: η ορισμένη διάρκειά της (αν και η παράλειψη αναγραφής της διάρκειας δεν αποτελεί λόγο ακυρότητας της εταιρίας), η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων, η λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία πλέον του μισού του όλου αριθμού των εταίρων, που εκπροσωπούν πλέον του μισού του όλου εταιρικού κεφαλαίου, καθώς και η ύπαρξη δυο οργάνων, δηλαδή της Γενικής Συνέλευσης των εταίρων και του Διαχειριστή ή Διαχειριστών. Για την ίδρυση Εταιρίας Περιορισμένης Ευθύνης, απαιτείται εταιρικό κεφάλαιο το οποίο δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 18.000 €.

Συνεταιρισμοί

- ➔ Απαιτούμενες διαδικασίες / δικαιολογητικά:
- ➔ Εύρεση χώρου εγκατάστασης και λειτουργίας της επιχείρησης
- ➔ Κατάρτιση Καταστατικού του Συνεταιρισμού το οποίο θα πρέπει να υποβληθεί για έγκριση και καταχώρηση στα Μητρώα Συνεταιρισμών του Ειρηνοδικείου της Έδρας του
- ➔ Εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο

Κοινωνικές επιχειρήσεις

Η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (ΚΟΙΝΣΕΠ) είναι μια καινοτόμος μορφή ιδιωτικής επιχείρησης που θεσμοθετήθηκε πρόσφατα στην Ελλάδα. Είναι μια μορφή αστικού συνεταιρισμού, όπου 5 ή περισσότεροι άνθρωποι ενώνουν τις δυνάμεις τους για να κάνουν μια κοινά διοικούμενη εταιρεία. Ο καθένας έχει μια ψήφο και έτσι ο κάθε συνεταίρος έχει λόγο στη διοίκηση της ΚΟΙΝΣΕΠ. Συνεταίρος σε μια ΚΟΙΝΣΕΠ μπορεί να είναι οποιοσδήποτε: άνεργος, επιχειρηματίας, φοιτητής, συνταξιούχος, εργαζόμενος, δημόσιος υπάλληλος κοκ.

Η σύσταση της Κοιν.Σ.Επ., η σχέση μεταξύ μελών της, η διοίκηση, η λειτουργία της, καθώς και η λύση της διέπονται από το ν. 1667/1986 (Α' 196), εκτός αν ορίζεται διαφορετικά στο νόμο 4019/2011. Σύμφωνα με την Ελληνική νομοθεσία 4019/2011 είναι "νομικό πρόσωπο ιδιωτικού

δικαίου και αποτελεί συνεταιρισμό κοινωνικής ωφέλειας με αντικείμενο την παραγωγή, προμήθεια ή παροχή αγαθών και υπηρεσιών γενικού συμφέροντος η οποία διαθέτει την εμπορική ιδιότητα".

Για τη σύσταση της Κοιν.Σ.Επ. τηρείται η διαδικασία ίδρυσης ενός αστικού συνεταιρισμού. Η Ελληνική πολιτεία επιτρέπει στους κοινωνικούς επιχειρηματίες να διανείμουν ένα ποσοστό των κερδών με χαμηλή φορολογική κλίμακα και στους ιδίους αλλά και στους εργαζομένους τους. Το υπόλοιπο ποσό επανεπενδύεται αφορολόγητο.

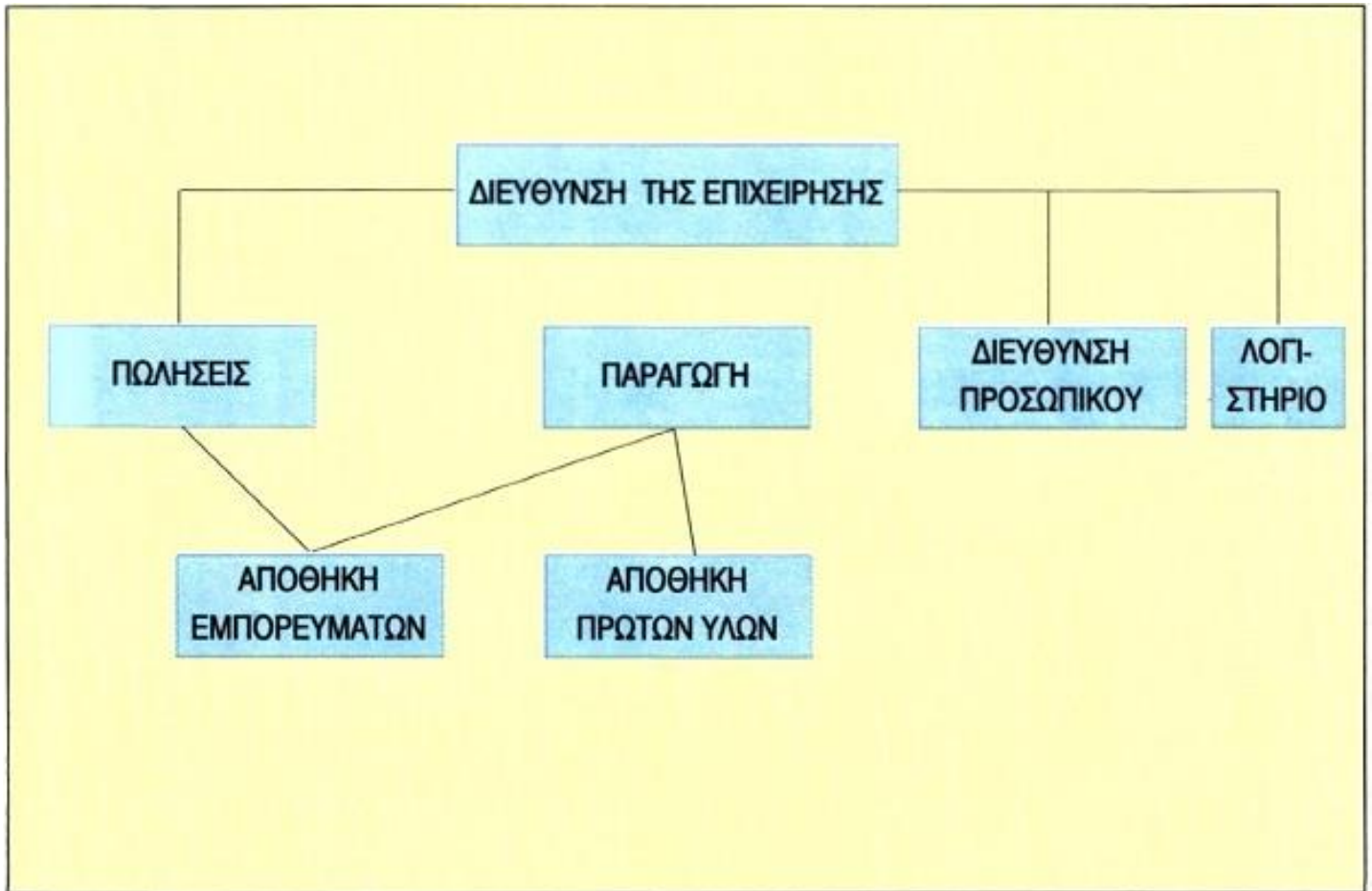
Υπάρχουν τρεις τύποι κοινωνικών επιχειρήσεων:

- α) ένταξης, που αφορούν στην ένταξη στην οικονομική και κοινωνική ζωή των ατόμων που ανήκουν στις ευάλωτες ομάδες πληθυσμού
- β) κοινωνικής φροντίδας, που αφορούν στην παραγωγή και παροχή προϊόντων και υπηρεσιών σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, και
- γ) συλλογικού σκοπού, που αφορούν σε διάφορες δράσεις που προάγουν το τοπικό και συλλογικό συμφέρον

Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.)

Η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.) είναι μια νέα μορφή επιχείρησης, η οποία έγινε με το νόμο 4072/2012 και μπορεί να συσταθεί με ελάχιστο κεφάλαιο ενός (1) ευρώ!!! Οι εταίροι συμμετέχουν με κεφαλαιακές, εξωκεφαλαιακές ή εγγυητικές εισφορές, ενώ η νέα αυτή εταιρική μορφή ανταποκρίνεται στον διαχωρισμό των λειτουργιών των εταίρων μέσα στην επιχείρηση. Η σύστασή της είναι πιο ευέλικτη από αυτήν της Α.Ε. και της Ε.Π.Ε. και μπορεί να λειτουργήσει και ως μονοπρόσωπη. Σκοπός της μεταξύ άλλων είναι και η αντικατάσταση μακροπρόθεσμα της ΕΠΕ και παράλληλα η διευκόλυνση της συνεργασίας και της συνύπαρξης μεταξύ των εταίρων, καθιστώντας την κατάλληλη για οικογενειακές επιχειρήσεις, καθώς και για επιχειρήσεις και συνεργασίες νέων επιχειρηματιών.

Η βασική καινοτομία της ΙΚΕ είναι η αποσύνδεση της εταιρικής συμμετοχής και των μεριδίων από το κεφάλαιο. Ενώ δηλαδή στις κλασικές περιπτώσεις της Α.Ε. και της ΕΠΕ οι μετοχές και τα εταιρικά μερίδια αποτελούν τμήμα του κεφαλαίου και προσδιορίζουν το μέγεθος της συμμετοχής καθενός, ανάλογα με τον αριθμό μεριδίων που κατέχει, στην ΙΚΕ τα πράγματα είναι διαφορετικά. Τα εταιρικά μερίδια ανάγονται όχι αποκλειστικά στο κεφάλαιο, ως μοναδικό παρονομαστή, αλλά σε έναν ευρύτερο παρονομαστή, που αποτελείται από την αξία του συνόλου των εισφορών. Αυτό είναι ίσως το βασικότερο χαρακτηριστικό της νέας εταιρικής μορφής.



«Το Management είναι να κάνεις σωστά τα πράγματα. Το Leadership είναι να κάνεις τα σωστά πράγματα»

(Peter Drucker – Warren Bennis)

Πόσο ξεκάθαρη είναι η διαφορά μεταξύ του Management (Διοίκηση) και του Leadership (Ηγεσία);

Όλοι έχουμε τη δυνατότητα να γίνουμε leaders αλλά δεν υπάρχει αμφιβολία ότι κάποιοι γεννιούνται με το χάρισμα. Είναι αυτοί που έχουν τη δυνατότητα να εμπνεύσουν το κοινό, όσοι έχουν τόσο πάθος και πίστη στο σκοπό τους που δεν μπορείς παρά να τους ακολουθήσεις. Αυτό δε σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και πολλοί managers που εμπνέουν την ομάδα τους.

Γενικά πάντως η διαφορά των Managers από τους Leaders έχει να κάνει με τον τρόπο που επιλέγουν να κάνουν κάτι: Οι managers διοικούν ενώ οι leaders πρωτοπορούν. Οι managers επιμερίζουν τις δουλειές ενώ οι leaders εμπνέουν, οι managers εφαρμόζουν ενώ οι leaders καθοδηγούν.

Ο καλός manager χρειάζεται να παρακινεί τους ανθρώπους του, να κερδίζει το σεβασμό τους αλλά πάνω απ' όλα πρέπει να μπορεί να εξασφαλίζει το καλύτερο δυνατό από την ομάδα που διοικεί, διασφαλίζοντας ότι κάνει τη δουλειά της με βέλτιστο τρόπο.

Οι managers έχουν διδαχθεί μέσα από την εμπειρία και τις πολλές ώρες στο γραφείο και έχουν όλες τις απαντήσεις για να γίνει η δουλειά σωστά. Θέτουν στόχους και ξέρουν το πως και το πότε θα τους επιτύχουν. Είναι η ατμομηχανή του business: την κρατούν σε λειτουργία, αυξάνοντας παράλληλα την κερδοφορία της.

Οι leaders από την άλλη, χαρακτηρίζονται από χάρισμα και όραμα. Ξέρουν τον τρόπο να εμπνέουν τον κόσμο και να τον κάνουν να τους ακολουθεί, να πιστέψει στη διαφορά που μπορεί να επιτευχθεί. Θυμηθείτε μόνο τον Martin Luther King ή τον Winston Churchill –είναι η επιτομή των μεγάλων ηγετών. Η υστεροφημία και η επιρροή τους συνεχίζεται μέχρι σήμερα.

Οι Leaders βλέπουν τη Μεγάλη Εικόνα (Big Picture). Είναι εστιασμένοι στη μεγάλη ιδέα και όχι στο «αν γυρίζουν τα γρανάζια της μηχανής». Έχουν την ικανότητα να σε κάνουν να αισθάνεσαι ότι με πυξίδα το όραμα μπορείς να κατακτήσεις τον κόσμο. Τίποτα να μη σε σταματήσει.

Στην επαγγελματική καθημερινότητα οι ομοιότητες μεταξύ του manager και του leader δεν είναι τόσο ευδιάκριτες. Για να μπορέσουμε να ορίσουμε κάποια διαφορετικά χαρακτηριστικά μεταξύ των δύο επαγγελματικών τύπων, προσπαθήσαμε να προσεγγίσουμε τη διαφορετικότητά τους από τη στάση που συνήθως έχουν, τα κίνητρα της σκέψης τους, τον τρόπο επικοινωνίας και συναναστροφής τους.

Τι κάνει ένας manager :

- Προετοιμάζει πλάνα δράσεις, προϋπ/σμούς, βάζει στόχους για το μέλλον
- Διασφαλίζει ότι ο οργανισμός θα επιτύχει τους στόχους του με την κατάλληλη οργάνωση και στελέχωση
- Επιβεβαιώνει ότι τα πλάνα ολοκληρώθηκαν με επιτυχία ελέγχοντας τις εκτελεσθείσες εργασίες και επιλύοντας προβλήματα

Τι κάνει ένας ηγέτης :

- Βάζει την κατεύθυνση, αναπτύσσει το όραμα και διαμορφώνει τη στρατηγική αλλαγής για την όδευση προς το όραμα
- Ευθυγραμμίζει τους ανθρώπους προς την κατεύθυνση που έχει οριστεί και στέκει δίπλα τους για να καλλιεργήσει τη δέσμευσή τους
- Παρακινεί και εμπνέει τους ανθρώπους βασιζόμενος στις δικές τους ανάγκες, αξίες και συναισθήματα

Σχήμα 2: Διαφορές Μάνατζερ - Ηγέτη

ΜΑΝΑΤΖΕΡ-ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ

- ▶ Διορίζει
- ▶ Χρησιμοποιεί νόμιμη-«δοτή» δύναμη (εξουσία)
- ▶ Δίνει οδηγίες-εντολές, ανταμοιβές-τιμωρίες, παρακινεί μέσω «κατώτερων» αναγκών
- ▶ Ελέγχει
- ▶ Δίνει έμφαση στις διαδικασίες, στα συστήματα και στη λογική-μυαλό
- ▶ Κινείται σε προκαθορισμένα-τυπικά πλαίσια
- ▶ Ενδιαφέρεται κυρίως για το «πώς»
- ▶ Δέχεται και διαχειρίζεται την κατεστημένη κατάσταση (status quo), προτιμά τη σταθερότητα
- ▶ Αποδέχεται την πραγματικότητα
- ▶ Έμφαση στο παρόν, βραχυπρόθεσμη προοπτική
- ▶ Κάνει τα πράγματα σωστά

ΗΓΕΤΗΣ

- ▶ Αναδεικνύεται
- ▶ Χρησιμοποιεί προσωπική δύναμη
- ▶ Περνάει όραμα, εμπνέει, πείθει, κινητοποιεί μέσω ιδανικών, αξιών, «ανώτερων» αναγκών
- ▶ Κερδίζει εμπιστοσύνη, ενδυναμώνει
- ▶ Δίνει έμφαση στους ανθρώπους, στα συναισθήματα, στην καρδιά, στη διαίσθηση
- ▶ Ανοίγει ορίζοντες, διευρύνει τα πλαίσια
- ▶ Ενδιαφέρεται κυρίως για το «γιατί»
- ▶ Προκαλεί το κατεστημένο, κάνει αλλαγές, καινοτομεί
- ▶ Ερευνά την πραγματικότητα
- ▶ Έμφαση στο μέλλον, μακροπρόθεσμη προοπτική
- ▶ Κάνει τα σωστά πράγματα

(Πηγή: «Ηγεσία: ο δρόμος της διαρκούς επιτυχίας», Δ. Μπουραντά)

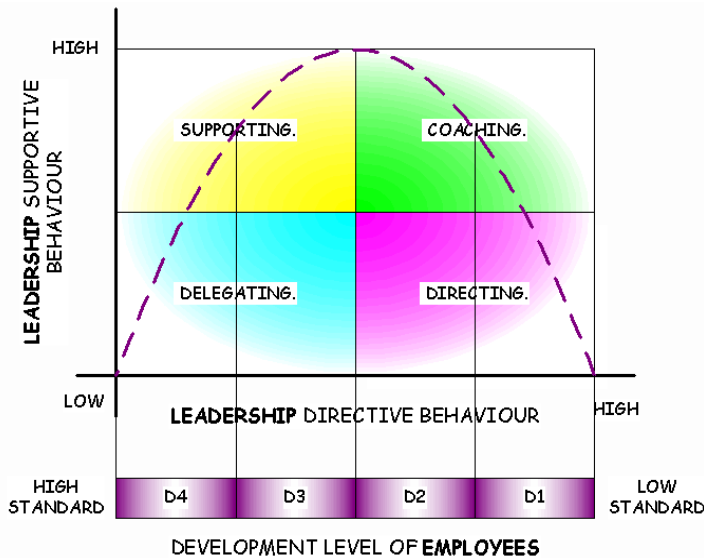
Manager

- The manager administrates, (διοικεί)
- The manager is a copy (αντιγράφει)
- The manager maintains (διατηρεί)
- The manager focuses on systems and structures (συστήματα & διαδικασίες)
- The manager relies on control (ελέγχει)
- The manager has a short-range view (βραχυχρόνια προοπτική)
- The manager asks how and when (πώς & πότε)
- The manager has an eye on the bottom line (βλέπει χαμηλά)
- The manager imitates (μιμείται)
- The manager accepts the status quo
- Managers do things right (πράγματα σωστά)

Leader

- the leader innovates (καινοτομεί)
- the leader is an original
- the leader develops (αναπτύσσει)
- the leader focuses on people (σε ανθρώπους)
- the leader inspires trust (εμπιστεύεται)
- the leader has a long -range perspective (μακροχρόνια)
- the leader asks what and why (τι & γιατί)
- the leader has his eye on the horizon (κοίτα τον ορίζοντα)
- the leader originates (καινοτομεί)
- the leader challenges it..
- leaders do the right things (τα σωστά πράγματα)

Prof. Dimitrios Kamsaris



ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΙΚΑΝΟΥ ΗΓΕΤΗ:

- Τηρεί τις υποσχέσεις του
- Σκέφτεται τους άλλους
- Παραδέχεται τα λάθη του
- Αντιμετωπίζει τις καταστάσεις
- Αναγνωρίζει τη δουλειά των άλλων
- Προτιμά τις συζητήσεις πρόσωπο με πρόσωπο
- Αυθεντικός
- Οραματιστής
- Εμπυχωτής
- Ενεργητικός
- Έμπειρος
- Εξυπνάδα
- Πρωτοβουλία
- Αυτοπεποίθηση
- Καλός ακροατής
- Διαθέσιμος
- Δίκαιος
- Ανοιχτόμυαλος
- Σταθερός
- Υπεύθυνος
- Ανεκτικός
- Εμπνέει εμπιστοσύνη
- Κοινωνικός
- Αποφασιστικός
- Καθοδηγητικός

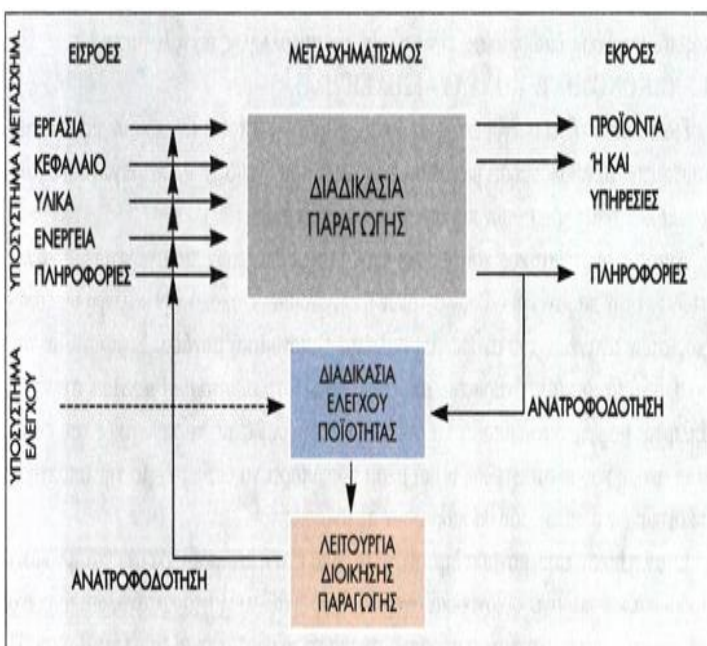
Μοντέλα Ηγεσίας

• Στυλ Ηγεσίας βάσει Ωριμότητας

- Ακολουθείται αυτό που ταιριάζει στην ωριμότητα στον υφισταμένον

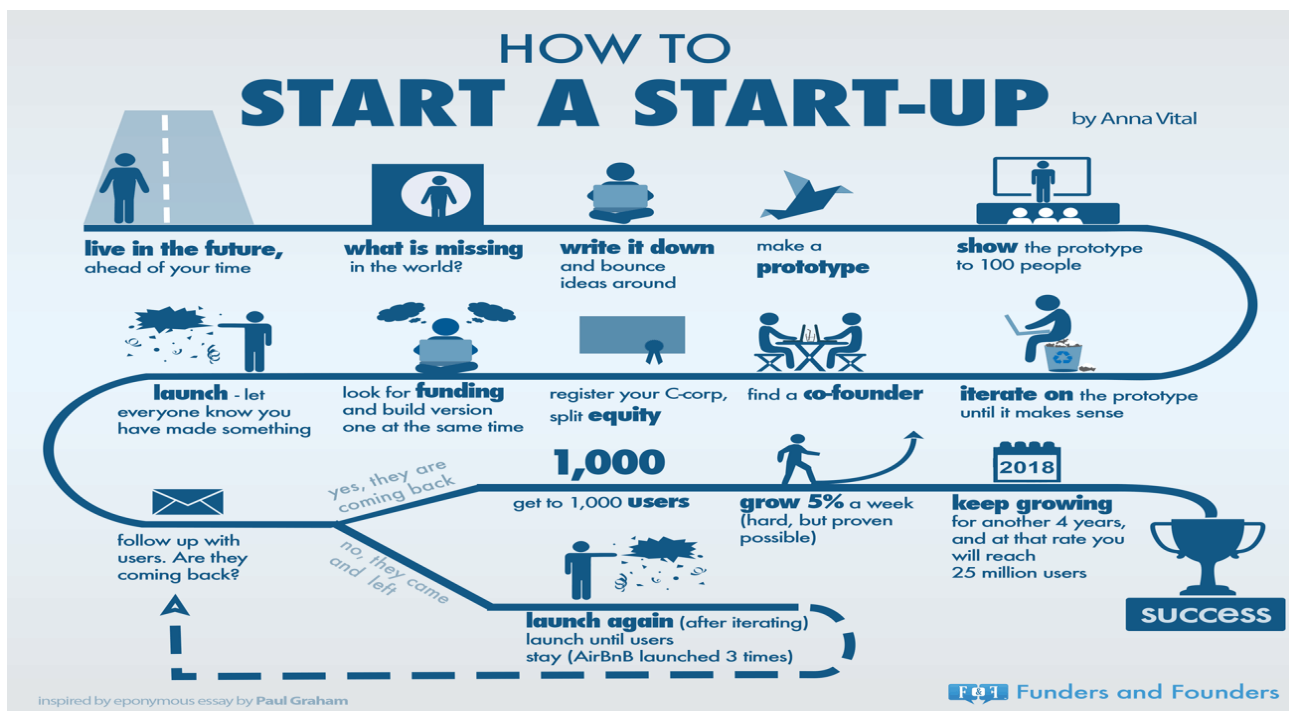
Συμμετοχική Διοίκηση (μπορούν αλλά δε θέλουν)	Υποστηρικτική Διοίκηση (θέλουν αλλά δεν μπορούν)
Εκχωρητική Διοίκηση (μπορούν και θέλουν)	Καθοδηγητική Διοίκηση (δε θέλουν να πάρουν ευθύνες)

Καμπύλη ανάπτυξης υφισταμένων



Πρωτογενής τομέας	Δευτερογενής τομέας	Τριτογενής τομέας
ιχθυοτροφείο	γαλακτοβιομηχανία	ταξί
θερμοκήπιο	ζυθοποιία	ξενοδοχείο
αγρός	υφαντουργία	ασφαλιστική εταιρεία
ορυχείο	ναυπηγείο	αεροδρόμιο
αλυκή	οινοποιείο	διαφημιστική εταιρεία
ελαιώνας	χαρτοποιία	σχολείο
βουστάσιο	ελαιουργία	νοσοκομείο
ανθρακωρυχείο	αυτοκινητοβιομηχανία	σούπερ – μάρκετ
χοιροτροφείο	αλευροβιομηχανία	τράπεζα
	τσιμεντοβιομηχανία	κινηματογράφος
	αλλαντοποιείο	παιδικός σταθμός
	υδροηλεκτρικό εργοστάσιο	γραφείο ταξιδιών
		δημόσιες υπηρεσίες
		ψυχαγωγικό πάρκο

17χρονος κερδίζει 30.000 δολάρια τον μήνα -Οι 5 συμβουλές του για να πετύχεις



Οι περισσότεροι έφηβοι έχουν στο μυαλό τους τα video games ή την έξοδο του Σαββάτου για βόλτα με την παρέα τους. Όχι όμως και ο Τέμπερ Τόμπσον, ο οποίος σε ηλικία 17 ετών κερδίζει το μήνα 30.000 δολάρια και οι συμβουλές του ακόμη και προς τους μεγαλύτερους, ίσως αποδειχθούν σημαντικές.

Ο Τόμπσον φάνηκε από την ηλικία των 13 ετών πως θα ήταν διαφορετικό παιδί από τα υπόλοιπα της γενιάς του. Όπως τόνισε ο ίδιος σε συνέντευξη που παραχώρησε στο Business Insider, σταμάτησε να ζητάει χαρτζηλίκι από τους γονείς του, θέλοντας να κερδίζει το μήνα 100 δολάρια. Αρχισε λοιπόν το Online Marketing αφήνοντας στην άκρη τα video games και πλέον κερδίζει μέσω μιας μίνι επιχείρησης που έχει στήσει, 30,000 δολάρια το μήνα. Ποιες είναι όμως οι συμβουλές του 17χρονου για όλους τους νέους...

1.Αναλάβετε δράση

Το πρώτο μάθημα είναι πως πρέπει πραγματικά να κάνετε κάτι. «Πολλοί άνθρωποι όλο συζητούν και λένε πως κάτι πρέπει να κάνουν αλλά λόγω της αναβλητικότητάς τους δεν το κάνουν ποτέ. Αν δεν επιχειρήσεις κάτι, δεν θα έχεις ποτέ επιτυχία», σημειώνει ο Τόμπσον.

2.Μη φοβάστε την αποτυχία

Το δεύτερο μάθημα έχει να κάνει με την επιμονή. Τα λάθη πάντα γίνονται. Ο Τόμπσον παραδέχεται πως έκανε αρκετά λόγω απειρίας και αναφέρει «Η αποτυχία είναι πλεονέκτημα. Μαθαίνεις από τα λάθη σου και γίνεσαι καλύτερος».

3.Μείνετε συγκεντρωμένοι

Δεν πρέπει ποτέ να ξεφεύγετε από τον στόχο σας.«Το πιο ισχυρό σας όπλο είναι να μείνετε συγκεντρωμένοι. Μόνο έτσι μπορείτε να εκτοξευτείτε» αναφέρει ο 17χρονος.

4. Να έχετε δίπλα σας θετικούς ανθρώπους

Το δίκτυο των ανθρώπων που σας περιβάλλουν οφείλει να σας προσφέρει μια θετική αύρα, να ανυψώνει το ηθικό σας και να σας εμπνέει. «Οι γονείς μου είναι ικανοποιημένοι με όσα έχουν. Εγώ πάλι, θέλω να επεκταθώ. Δεν είχαν χρήματα για να με βοηθήσουν αλλά ηθικά με στήριξαν πολύ. Νομίζω πως αν είχα δίπλα μου αρνητικούς ανθρώπους που δεν είχαν διάθεση να πετύχουν κάτι στη ζωή τους, θα με είχαν παρασύρει προς τα κάτω» τόνισε ο Τόμπσον.

5.Μην επαναπαύεστε

Ο 17χρονος Τόμπσον είδε την εταιρεία του να γιγαντώνεται σιγά-σιγά. Από τα 100 δολάρια το μήνα, κατάφερε με μερικές αλλαγές να φτάσει στα 1.000 δολάρια και από εκεί στις 10.000 δολάρια. «Οι περισσότεροι άνθρωποι θα ήταν ευτυχισμένοι με τον πρώτο στόχο τους και δεν θα κοιτούσαν πως να αυξήσουν το κέρδος τους. Το μεγαλύτερο λάθος είναι να επαναπαυτείς σε ό,τι έχεις πετύχει».

Πηγή: 17χρονος κερδίζει 30.000 δολάρια τον μήνα -Οι 5 συμβουλές του για να πετύχεις | [iefimerida.grhttp://www.iefimerida.gr/news/250125/17hronos-kerdizei-30000-dolaria-ton-mina-oi-5-symvoyles-toy-gia-na-petyheis#ixzz4HE00ZkhX](http://www.iefimerida.grhttp://www.iefimerida.gr/news/250125/17hronos-kerdizei-30000-dolaria-ton-mina-oi-5-symvoyles-toy-gia-na-petyheis#ixzz4HE00ZkhX)

Εσωτερικό Περιβάλλον



Δρόσου Χριστίνα ΠΕ09

Εξωτερικό Περιβάλλον



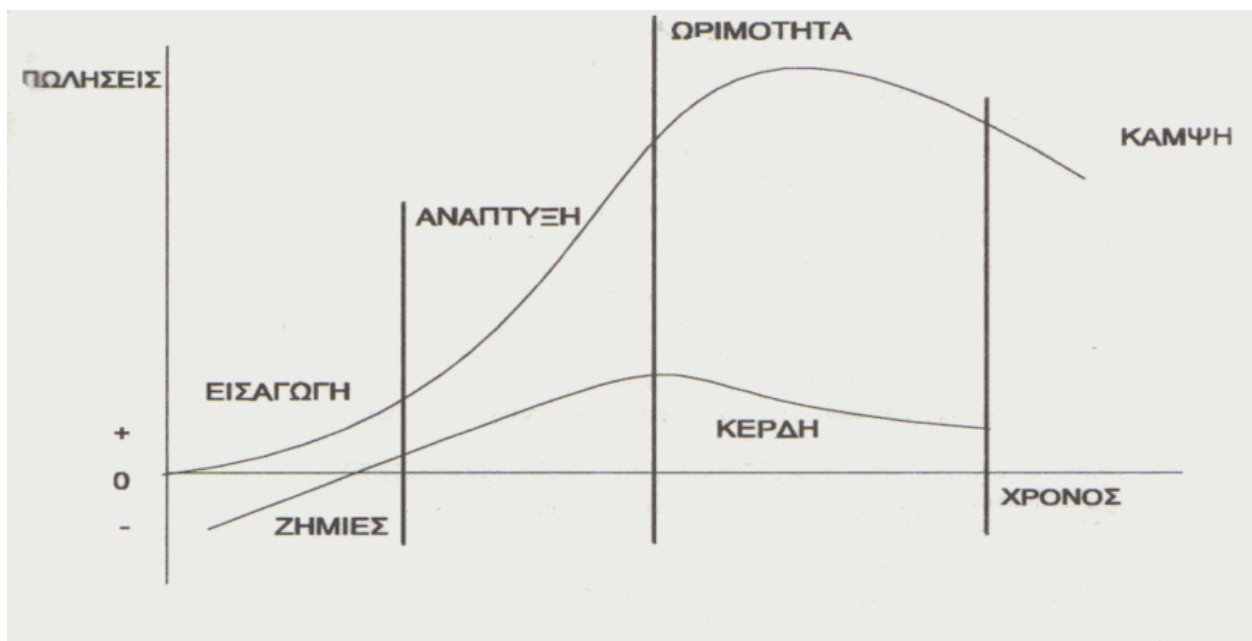
Δρόσου Χριστίνα ΠΕ09

Διαχείριση Κύκλου Ζωής Προϊόντων

Όλες τα προϊόντα και οι υπηρεσίες έχουν συγκεκριμένους κύκλους ζωής. Ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος ορίζεται ως η περίοδος από την εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά μέχρι την τελική απόσυρσή του και είναι χωρισμένη σε φάσεις.

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου πραγματοποιούνται σημαντικές αλλαγές που αφορούν τον τρόπο με τον οποίο το προϊόν συμπεριφέρεται στην αγορά όπως π.χ. οι πωλήσεις του και τα έσοδα της επιχείρησης που το εισήγαγε στην αγορά. Δεδομένου ότι η αύξηση των κερδών είναι ο κυριότερος στόχος μιας επιχείρησης που εισάγει ένα προϊόν σε μια αγορά, η διαχείριση του κύκλου ζωής ενός προϊόντος είναι πολύ σημαντική.

Ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος αποτελείται συνήθως από πέντε σημαντικά στάδια ή φάσεις: Την φάση ανάπτυξη του προϊόντος (development phase), την φάση εισαγωγής του στην αγορά (introduction phase), την φάση ανόδου του προϊόντος (growth phase), την φάση ωρίμανσης του προϊόντος (maturity phase) και τελικά την φάση της καθόδου του προϊόντος (decline phase). Αυτές οι φάσεις υπάρχουν και ισχύουν σε όλα τα προϊόντα ή υπηρεσίες, από ένα συγκεκριμένο μοντέλο αυτοκινήτου έως ένα πανάκριβο εργαλείο λιθογραφίας και έναν πυκνωτή ενός λεπτού του ευρώ. Αυτές οι φάσεις μπορούν να χωριστούν σε μικρότερες ανάλογα με το προϊόν και πρέπει να αξιολογηθούν και να εξετασθούν όταν ένα νέο προϊόν πρόκειται να εισαχθεί σε μια αγορά δεδομένου ότι υπαγορεύουν την απόδοση πωλήσεων του προϊόντος.



SWOT ANALYSIS (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)



Internet-Marketing-Management.com

S Δυνάμεις – Strengths • Τι καλύτερο κάνει η εταιρεία σου έναντι των ανταγωνιστών; • Ποιες είναι οι δυνάμεις σου λειτουργίες/δραστηριότητες; • Για ποια χαρακτηριστικά της εξυπηρέτησης ή των προϊόντων σου σε προτιμούν οι πελάτες σου; • Ποιοι από τους πόρους σου αποτελούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;	W Αδυναμίες – Weaknesses • Τι καλύτερο κάνουν οι ανταγωνιστές σου από εσένα; • Ποιες οι αδύνατες λειτουργίες/δραστηριότητες; • Ποια χαρακτηριστικά της εξυπηρέτησης ή των προϊόντων δυσχεραίνουν τους πελάτες σου; • Ποιοι πόροι σου βρίσκονται σε ανεπάρκεια ή σε κακή κατάσταση ή απόδοση;
O Opportunities - Ευκαιρίες • Τι πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές ή τεχνολογικές αλλαγές (PEST) δημιουργούν ευκαιρίες στην εταιρεία σου; • Που υπάρχουν κενά στην αγορά στα οποία η εταιρεία μπορεί να κάνει διείσδυση και να κερδίσει; • Τι νέα καινοτομία θα μπορούσε να εισάξει η εταιρεία σου στην αγορά;	T Κίνδυνοι - Threats • Τι πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές ή τεχνολογικές αλλαγές (PEST) δημιουργούν κινδύνους στην εταιρεία σου; • Ποιες κινήσεις του ανταγωνιστή μπορούν να πλήξουν την θέση της εταιρείας σου στην αγορά; • Τι περιορίζει τις δυνατότητες και ευκαιρίες που έχεις;

Ανάλυση SWOT χωρίζεται σε δύο βασικά μέρη. Στην ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που είναι τα Δυνατά (Strengths) και Αδύναμα (Weaknesses) σημεία, και στην ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που είναι οι Ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats).

Παρακάτω θα σας βοηθήσουμε να εφαρμόσετε μια ανάλυση SWOT για την επιχείρησή σας.

Οι **Δυνατότητες** και οι **Αδυναμίες** της επιχείρησης είναι εσωτερικοί παράγοντες που εντοπίζονται από την ανάλυση και των λειτουργιών και συστημάτων της επιχείρησης.

Τα **ΔΥΝΑΤΑ** σημεία σε μια επιχείρηση μπορούν να περιλαμβάνουν:

- Κάποια “ειδικά” προϊόντα και υπηρεσίες που δεν υπάρχουν στην αγορά.
- Υγιής οικονομική κατάσταση (ταμειακές ροές, αυξανόμενος κύκλος εργασιών και κερδοφορία, κλπ.).
- Σωστή οικονομική διαχείριση.
- Ισχυρή πιστοληπτική ικανότητα και καλή σχέση με την τράπεζα.
- Καλή φήμη και brand name.
- Ηγέτης σε ένα επιλεγμένο τμήμα της αγοράς (niche market).
- Ύπαρξη πατέντας ή πνευματικών δικαιωμάτων.
- Εκπαιδευμένους και έμπιστους υπαλλήλους.
- Η γνώση και εμπειρία του αντικειμένου.
- Η καλή τοποθεσία της επιχείρησης.

Τα **ΑΔΥΝΑΤΑ** σημεία ή τα σημεία που μειονεκτεί η επιχείρησή μπορούν να είναι:

- Η κακή οικονομική διαχείριση.
- Οι μικρές ικανότητες διοίκησης και οργάνωσης της επιχείρησης.
- Το ανεπαρκές κεφάλαιο κίνησης.
- Αδυναμία είσπραξης οφειλών από πελάτες.
- Μη υιοθέτηση πρακτικών μάρκετινγκ.
- Το μη εξειδικευμένο και ανεκπαιδευτο προσωπικό της επιχείρησης.
- Προβλήματα στις λειτουργίες της (π.χ. στην παραγωγή, διανομή, προώθηση, τιμολόγηση, κτλ.)

Οι **Ευκαιρίες** και **Απειλές** της επιχείρησης εντοπίζονται από την μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος στο οποίο και δραστηριοποιείτε η επιχείρηση.

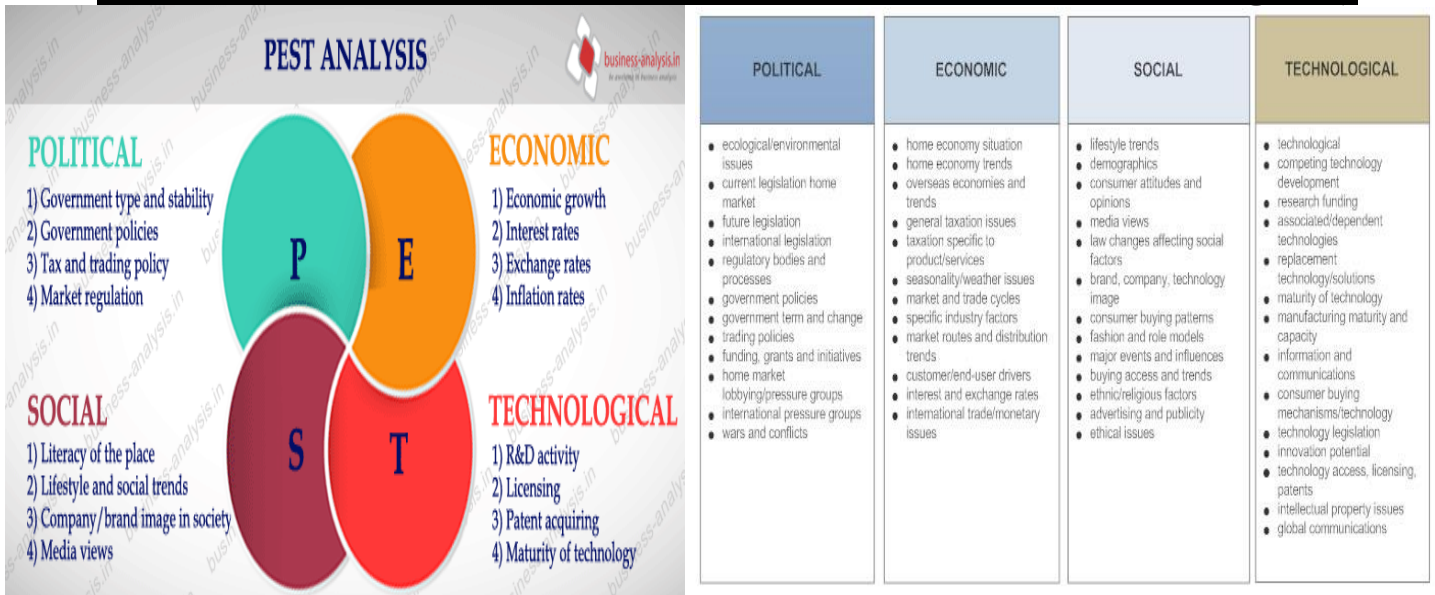
Οι **ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ** σε μια επιχείρηση μπορούν να περιλαμβάνουν:

- Νέες υποδομές που δημιουργούνται (πχ. Εγνατία Οδός, Βιοτεχνικές Περιοχές, κλπ.).
- Οι επιδοτήσεις από αναπτυξιακά Εθνικά και Ευρωπαϊκά προγράμματα (πχ. ΕΣΠΑ).
- Τα “κενά” στην αγορά τα οποία να μπορεί να τα καλύψει η επιχείρησή σας.
- Η “ανάγκη” για νέα προϊόντα και υπηρεσίες από τους καταναλωτές.
- Οι αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών.
- Η ανάπτυξη νέων καναλιών διανομής (π.χ. μέσω του Διαδικτύου).
- Η τεχνολογική πρόοδος (νέα υλικά, νέες μέθοδοι παραγωγής, έξυπνα συστήματα, κλπ.).
- Οι νέοι τρόπου εύρεσης και αγοράς προϊόντων από τους καταναλωτές (πχ. amazon, e-shop, eBay, κλπ.).
- Οι νέοι τρόπου δικτύωσης των νέων (πχ. blogs, facebook, κλπ.)

Οι **ΚΙΝΔΥΝΟΙ** (ή απειλές) που μπορούν να εμφανιστούν περιλαμβάνουν:

- Μια Παγκόσμια Οικονομική Κρίση.
- Η αύξηση του ανταγωνισμού.
- Η είσοδος πολλών νέων επιχειρήσεων στην αγορά.
- Μια ενδεχόμενη μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών.
- Η υπερβολική εξάρτηση από έναν Προμηθευτή.
- Η αύξηση των τιμών από τους Προμηθευτές
- Αλλαγές στη νομοθεσία (πχ. αύξηση φορολογίας, επιπλέον άδειες ή εγκρίσεις για άδεια λειτουργίας, κλπ.)
- Οι Διεθνές πολιτικό-οικονομικές συγκυρίες (π.χ τρομοκρατία, αύξηση πετρελαίου, κλπ.)

Ανάλυση P.E.S.T. (Political, Economic, Social, Technological)



Το εξωτερικό περιβάλλον που θα ιδρυθεί αλλά και θα λειτουργήσει η επιχείρηση είναι καθοριστικό για την πορεία αλλά και την ίδια την βιωσιμότητα της και θα πρέπει να εξεταστεί με προσοχή και διορατικότητα από τον μελλοντικό ή και τον νέο επιχειρηματία.

Εφόσον το αντικείμενο της **startcompany** είναι ο νέος επιχειρηματίας η ανάλυση P.E.S.T. έχει προσαρμοστεί από την μακροοικονομική της μορφή σε μια πιο συγκεκριμένη και εφαρμοσμένη ώστε να καλύψει τις πραγματικές ανάγκες της νέας επιχείρησης.

Πως επηρεάζουν την επιχείρηση οι τομείς του περιβάλλοντος της:

Πολιτικό περιβάλλον - Political

- Οι εκάστοτε πολικές αποφάσεις και η νομοθεσία για την λειτουργία και στήριξη του εμπορίου γενικά αλλά και ειδικά συγκεκριμένων κλάδων
- Πολιτική σταθερότητα ή αστάθεια
- Η πολιτική για την φορολογία των επιχειρήσεων
- Προγράμματα επιδότησης και χρηματοδότησης που ισχύουν ή αναμένονται

Οικονομικό περιβάλλον - Economic

- Οικονομική κρίση ή ευημερία που επικρατεί σε εθνικό αλλά τοπικό επίπεδο
- Τραπεζικά επιτόκια δανεισμού της επιχείρησης
- Το ύψος της ανεργίας και το κόστος της μισθωτής εργασίας

Κοινωνικό περιβάλλον - Social

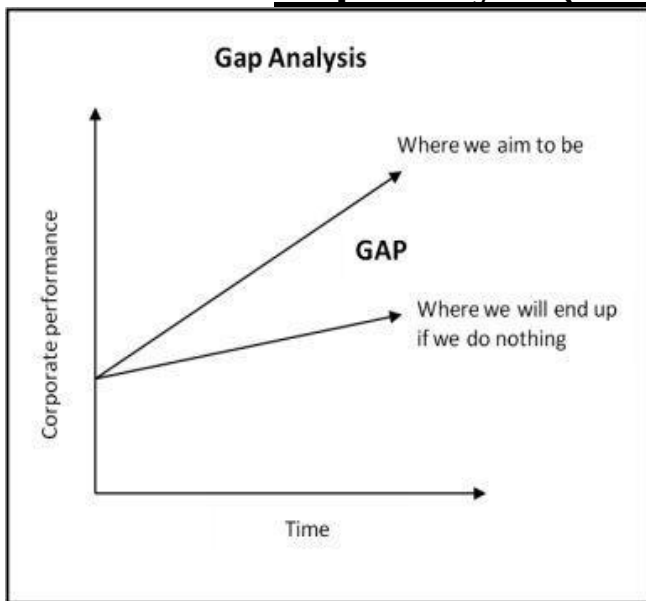
- Γλώσσα ομιλίας και θρησκεία
- Ιδιαιτερότητες τοπικής κοινωνίας σε ήθη και έθιμα, τοπικές αποφάσεις σωματείων και συλλόγων, αγοραστικές και εμπορικές συνήθειες
- Ηλικιακή μορφολογία του πληθυσμού

Τεχνολογικό περιβάλλον - Technological

- Υποδομές του περιβάλλοντος σχετικά με το τεχνολογικό υπόβαθρο λειτουργίας της επιχείρησης
- Τεχνολογία που εφαρμόζεται για την προώθηση και την διαφήμιση της επιχείρησης
- Τεχνολογία για τα δίκτυα και τους τρόπους πώλησης

Η μεγάλη σημασία της ανάλυσης του εξωτερικού περιβάλλοντος για την ίδρυση και λειτουργία της νέας επιχείρησης γίνεται ευκολότερα κατανοητή αν αναλογιστή κανείς κάποια παραδείγματα μη σωστής ερμηνείας των παραγόντων που προαναφέρθηκαν. Ακόμα και μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες που σε κάποια στιγμή δεν ερεύνησαν σωστά το περιβάλλον που θα δραστηριοποιούνταν υπέστησαν και οικονομική και εμπορική ζημία.

Gap Analysis (Ανάλυση χρονικού χάσματος)



Η **ανάλυση των διαφορών** προσδιορίζει τα κενά μεταξύ μιας βελτιστοποιημένης κατανομής και της ολοκλήρωσης των εισροών (πόρων), καθώς και την τρέχουσα κατανομή επιπέδου. Αυτό μπορεί να αποκαλύψει τους τομείς που μπορούν να βελτιωθούν. Η ανάλυση των ελλείψεων περιλαμβάνει τον προσδιορισμό, την τεκμηρίωση και την έγκριση της διαφοράς μεταξύ των απαιτήσεων των επιχειρήσεων και τις τρέχουσες δυνατότητες. ανάλυση των διαφορών των ροών φυσικά από τη συγκριτική αξιολόγηση και από άλλες εκτιμήσεις. Μόλις η γενική προσδοκία της απόδοσης σε μια βιομηχανία είναι μετρήσιμη τότε είναι δυνατόν να συγκρίνουμε αυτή την προσδοκία με το τρέχον επίπεδο της εταιρείας επιδόσεις. Αυτή η σύγκριση γίνεται η ανάλυση των ελλείψεων. Η ανάλυση αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί σε στρατηγικό ή σε επιχειρησιακό επίπεδο ενός οργανισμού.

Η ανάλυση των διαφορών είναι μια επίσημη μελέτη του τι μια επιχείρηση κάνει σήμερα και πού θέλει να πάει στο μέλλον. Μπορεί να διεξαχθεί, διαφορετικές προοπτικές, ως εξής:

Organization (e.g., Human Resources)

Business direction

Business processes

Information technology

Η ανάλυση των ελλείψεων παρέχει τη βάση για τη μέτρηση επένδυση χρόνου, χρημάτων και ανθρώπινων πόρων που απαιτούνται για να επιτευχθεί ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα (π.χ. να μετατρέψει τη διαδικασία πληρωμής μισθών από το χαρτί που βασίζεται στην χωρίς χαρτί με τη χρήση ενός συστήματος). Σημειώστε ότι έχει χρησιμοποιηθεί επίσης "ανάλυση GAP" ως μέσο για την ταξινόμηση πόσο καλά ένα προϊόν ή μια λύση ικανοποιεί μια στοχευμένη ανάγκη ή το σύνολο των απαιτήσεων. Σε αυτή την περίπτωση, "GAP" μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μια κατάταξη των "Good", "Μέση" ή "κακή".

**Όταν το κατώτερο όριο διακύμανσης μιας ημέρας είναι υψηλότερα από το υψηλό της προηγούμενης τότε έχουμε ανοδικό gap.
Το αντίστροφο είναι το καθοδικό gap.**

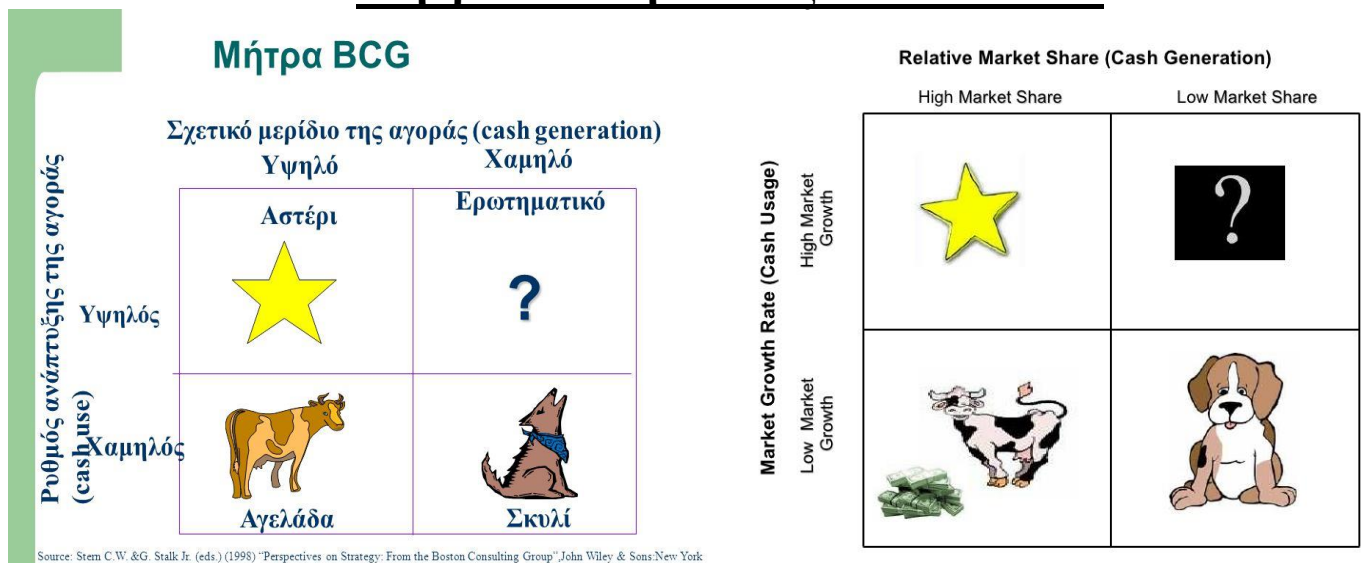


Έρευνα αγοράς (Market research) θεωρείται κάθε οργανωμένη προσπάθεια συλλογής πληροφοριών σχετικά με την αγορά και τους καταναλωτές. Η έρευνα αγοράς μελετά τις καταναλωτικές συνήθειες σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, αναγνωρίζει τυχόν ανεκπλήρωτες ανάγκες επίσης δημιουργεί και νέες ανάγκες και σκοπό έχει τη συλλογή και επεξεργασία πληροφοριών που σχετίζονται με τις ανάγκες μιας συγκεκριμένης αγοράς-στόχου, το μέγεθος της, αλλά και τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν σε μια αγορά.

Η έρευνα αγοράς είναι αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής στρατηγικής, καθώς με τη βοήθεια της έρευνας τα στελέχη μιας επιχείρησης μπορούν να βασιστούν σε αυτήν και να επιλύσουν σημαντικά στρατηγικά προβλήματα.

Η έννοια της έρευνας αγοράς συχνά συγχέεται με αυτή της έρευνας μάρκετινγκ, όμως οι ειδήμονες προσπαθούν να ξεχωρίσουν τους δύο όρους. Η έρευνα μάρκετινγκ αφορά κυρίως τις διαδικασίες μάρκετινγκ, ενώ η έρευνα αγοράς είναι η μελέτη των αγορών.

Μήτρα BCG ή αλλιώς Share Matrix



Η ανάλυση BCG (growth / share matrix)

Η εταιρία συμβούλων Boston Consulting Group στα μέσα της δεκαετίας του 1960 ανέπτυξε την μέθοδο BCG, η οποία είναι γνωστή και ως μήτρα ανάπτυξης / μεριδίου (growth / share matrix).

Η μήτρα ή διάγραμμα αποτελείται από δύο άξονες :

Τον άξονα Υ, που αντιπροσωπεύει την ανάπτυξη της αγοράς (market growth). Προκειται για το ρυθμό ανάπτυξης από ένα έτος στο επόμενο εκφρασμένο ως ποσοστό(%).

Τον άξονα Χ που αντιπροσωπεύει το σχετικό μερίδιο αγοράς (relative market share), δηλαδή τον λόγο του μεριδίου αγοράς του υπό εξέταση προϊόντος προς το μερίδιο της αγοράς του ισχυρότερου ανταγωνιστικού. (Το μερίδιο αγοράς μετρείται σε ποσότητα και όχι σε αξία).

Ανάλογα λοιπόν με το σε ποιο σημείου της μήτρας BCG τοποθετηθούν τα προϊόντα χαρακτηρίζονται ως:

Αστέρια (υψηλός ρυθμός ανάπτυξης αγοράς - υψηλό μερίδιο αγοράς). Τα αστέρια ορίζονται από την κατοχή υψηλού μεριδίου αγοράς σε μια αναπτυσσόμενη αγορά. Είναι οι ηγέτες στην επιχείρηση, αλλά εξακολουθούν να χρειάζονται πολλή υποστήριξη για την προώθησή τους. Σε περίπτωση που το μερίδιο αγοράς διατηρηθεί, τα αστέρια είναι πιθανό να μετασχηματιστούν σε αγελάδες μετρητών.

Αγελάδες (χαμηλός ρυθμός ανάπτυξης αγοράς - υψηλό μερίδιο αγοράς). Στην περίπτωση αυτή το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έχει επιτευχθεί. Οι αγελάδες μετρητών προσφέρουν υψηλά περιθώρια κέρδους και

δημιουργούν ισχυρές ταμειακές ροές. Λόγω της χαμηλής ανάπτυξης της αγοράς, τα έξοδα προώθησης και τοποθέτησης κρατούνται χαμηλά. Οι επενδύσεις σε υποδομή υποστήριξης είναι δυνατόν να βελτιώσουν την αποδοτικότητα και την αύξηση των ταμειακών ροών ακόμη περισσότερο. Οι Αγελάδες μετρητών είναι τα προϊόντα που οι επιχειρήσεις προσπαθούν να δημιουργήσουν.

Ερωτηματικά (υψηλός ρυθμός ανάπτυξης αγοράς - χαμηλό μερίδιο αγοράς). Τα προϊόντα αυτά είναι σε αναπτυσσόμενες αγορές, αλλά έχουν μικρό μερίδιο αγοράς.

Τα Ερωτηματικά είναι ουσιαστικά νέα προϊόντα, όπου οι αγοραστές δεν έχουν ακόμη ανακαλύψει σε ικανοποιητικό βαθμό. Τα Ερωτηματικά έχουν υψηλές απαιτήσεις σε κόστη και χαμηλή απόδοση λόγω του χαμηλού μεριδίου αγοράς. Τα προϊόντα αυτά θα πρέπει να αυξήσουν το μερίδιο τους στην αγορά ή γρήγορα θα γίνουν τα σκυλιά. Ο καλύτερος τρόπος για να χειριστεί κανείς ερωτηματικά είναι είτε να επενδύσει σε μεγάλο βαθμό σε αυτά για να κερδίσει μερίδιο αγοράς ή να τα πουλήσει.

Σκυλιά (χαμηλός ρυθμός ανάπτυξης αγοράς - χαμηλό μερίδιο αγοράς). Τα σκυλιά είναι σε χαμηλά αναπτυσσόμενες αγορές και έχουν μικρό μερίδιο αγοράς. Τα σκυλιά θα πρέπει να αποφεύγονται ή να ελαχιστοποιούνται.



Πέντε Τύποι Αναγκών στην Ιεραρχική Πυραμίδα του Maslow



1. **Φυσιολογικές/Βιολογικές Ανάγκες** - Σε αυτές τις ανάγκες συγκαταλέγονται οι πλέον βασικές που είναι απαραίτητες για την επιβίωση, όπως η ανάγκη για νερό, αέρα, τροφή και ύπνο. Ο Maslow θεωρούσε ότι οι συγκεκριμένες ανάγκες αποτελούν τις πιο βασικές στην ιεραρχία καθώς όλες οι ανάγκες καθίστανται δευτερευούσης σημασίας αν δεν ικανοποιηθούν πρωτίστως οι συγκεκριμένες φυσιολογικές/βιολογικές ανάγκες.

2. **Ανάγκες Ασφάλειας** — Σε αυτές τις ανάγκες συμπεριλαμβάνονται η ανάγκη για ασφάλεια και προστασία. Οι ανάγκες ασφάλειας είναι σημαντικές για την επιβίωση, αν και δεν είναι τόσο «απαιτητικές» όσο οι φυσιολογικές/βιολογικές ανάγκες. Παραδείγματα των αναγκών ασφάλειας συμπεριλαμβάνουν την επιθυμία για σταθερή απασχόληση, φροντίδα υγείας, ασφαλέστερες κοινότητες/γειτονιές και ικανοποιητικό επίπεδο στέγης.

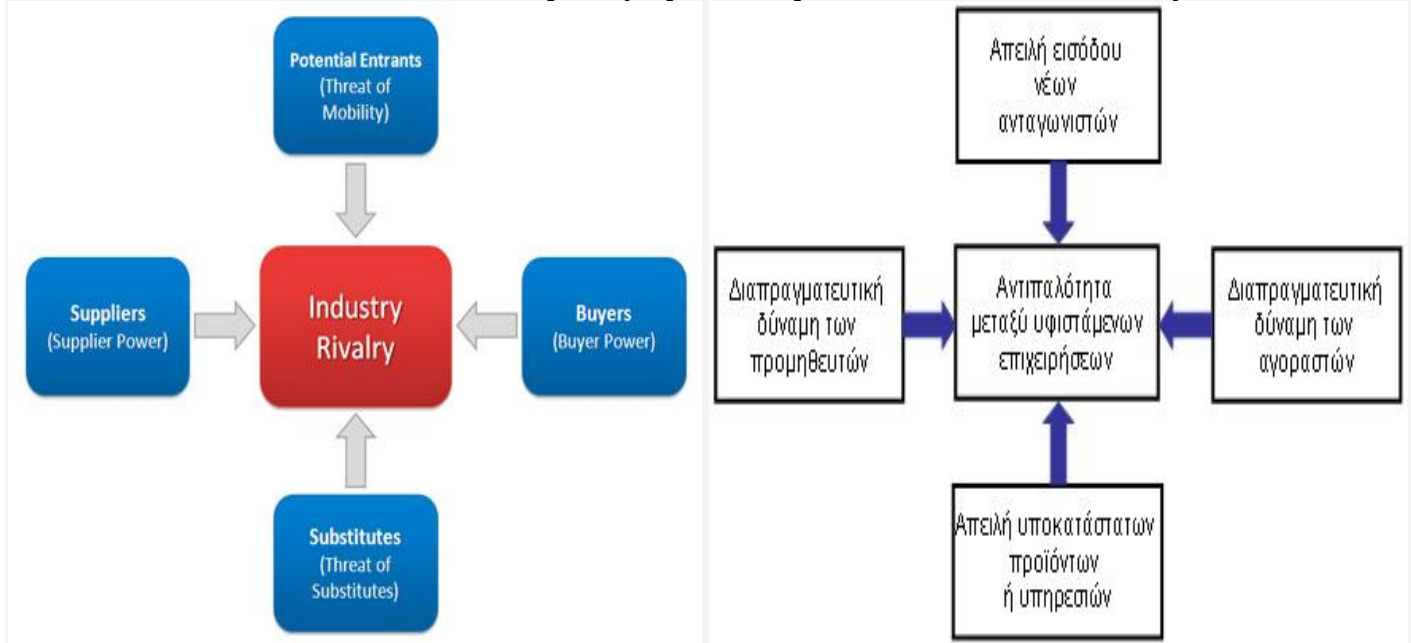
3. **Κοινωνικές Ανάγκες/Ανάγκες Κοινωνικής Αποδοχής** – Περιλαμβάνουν τις ανάγκες για την ικανοποίηση του αισθήματος του ανήκειν, της αγάπης και της οικειότητας/στοργής. Ο Maslow περιέγραψε αυτές τις ανάγκες ως λιγότερο βασικές από τις φυσιολογικές/βιολογικές και τις ανάγκες ασφάλειας. Σχέσεις όπως οι φιλίες, οι ρομαντικές σχέσεις, και οι οικογενειακές σχέσεις υποβοηθούν στην εκπλήρωση της ανάγκης για συντροφικότητα και αποδοχή, όπως και η συμμετοχή σε κοινωνικές, κοινοτικές ή/και θρησκευτικές ομάδες.

4. **Ανάγκες Αυτοεκτίμησης** - Έπειτα από την ικανοποίηση των τριών πρώτων επιπέδων αναγκών, οι ανάγκες αυτοεκτίμησης καθίστανται ολοένα και πιο σημαντικές. Αυτές περιλαμβάνουν όλα τα στοιχεία που έχουν αντίκτυπο στην αυτοεκτίμηση, την προσωπική αξία, την κοινωνική αναγνώριση και το αίσθημα επιτυχίας.

5. **Ανάγκες Αυτοπραγμάτωσης** – Αυτό είναι το υψηλότερο επίπεδο στην ιεράρχηση των αναγκών κατά τον Abraham Maslow. Η αυτοπραγμάτωση οδηγεί στην αυτοαντίληψη σχετικά με τις προσωπικές δυνατότητες, στην υψηλή προτεραιότητα που τίθεται στην προσωπική ανάπτυξη και στο έντονο ενδιαφέρον για την εκπλήρωση των δυνατοτήτων και ικανοτήτων του ατόμου.

ΟΙ ΠΕΝΤΕ ΔΥΝΑΜΕΙΣ ΤΟΥ ΠΟΡΤΕΡ

Αναλύστε σωστά την αγορά στην οποία θέλετε να μπείτε.



Το 1970 ο οικονομολόγος του Χάρβαρντ Μάικλ Πόρτερ δημιούργησε το στάνταρτ για τον τρόπο με τον οποίο η στρατηγική αναπτύσσεται και αναλύεται σήμερα. Αυτή η μέθοδος, που πήρε την ονομασία Οι Πέντε Δυνάμεις του Πόρτερ, αναλύει την βιομηχανία και το περιβάλλον μέσα στο οποίο δρα μια εταιρία. Εάν αναπτυχθεί σωστά, η μέθοδος δείχνει το τοπίο μέσα στο οποίο η εταιρία αγωνίζεται να επιβιώσει και να επιβληθεί, επιτρέποντας στην ίδια την εταιρία να δει τα πράγματα σφαιρικά και να αναπτύξει την στρατηγική της για το μέλλον της και τις αποφάσεις της.

Ο Πόρτερ πιστεύει ότι η πιθανή κερδοφορία μιας εταιρίας μπορεί να εκφραστεί σαν το αποτέλεσμα των πέντε αυτών δυνάμεων και να προσδιορίσει την πιθανή επιτυχία της εταιρίας σε αυτό το τοπίο. Η μέθοδος του Πόρτερ δημιουργεί ένα μοντέλο για το εξωτερικό περιβάλλον με βάση το οποίο χαράζεται η στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσει η εταιρία την δεδομένη στιγμή. Αυτή η μέθοδος μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε εταιρία, οποιουδήποτε μεγέθους, σε οποιοδήποτε μέρος και σε οποιοδήποτε τομέα υπηρεσιών και μπορεί αυτό να γίνεται συχνά έτσι ώστε να υπάρχει πάντα μια εικόνα για την κατεύθυνση της αγοράς, και τις κινήσεις των ανταγωνιστών μέσα σε αυτήν.

Τα βασικά κομμάτια της μεθόδου ανάλυσης Πόρτερ είναι:

1. **Εμπόδια εισόδου.** Είναι οι δυνάμεις που εμποδίζουν κάποιες εταιρίες να μπουν σε μια συγκεκριμένη αγορά . Αγορές που είναι πολύ κερδοφόρες σύντομα αποκτούν πολλές εταιρίες ανταγωνιστικές με αποτέλεσμα το κέρδος να μειώνεται σημαντικά. Είναι λοιπόν το ιδεατό για μια εταιρία να καταφέρει να μπει σε μια αγορά με μεγάλα εμπόδια εισόδου και μικρά εμπόδια εξόδου έτσι ώστε να μην υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός.
2. **Κίνδυνος προϊόντων ή υπηρεσιών που μπορούν να μας αντικαταστήσουν.** Πολλές εταιρίες κάνουν το λάθος να υποτιμούν τον ανταγωνισμό και να μην βλέπουν ότι το προϊόν του μπορεί να αντικαταστήσει επάξια το δικό τους. Νομίζουν ότι ‘δεν έχουν ανταγωνισμό’, όταν η πραγματικότητα είναι ότι ανταγωνισμός μπορεί να υπάρχει πάντα όσο υπάρχουν διαφορετικοί προϋπολογισμοί σε κάθε πελάτη. Και αυτό επειδή, μπορεί το προϊόν, ή η υπηρεσία, να μην είναι ακριβώς το ίδιο, να μην κάνει ακριβώς την ίδια δουλειά αλλά να καλύπτει τις ανάγκες του πελάτη και να έχει διαφορά στην τιμή.
3. **Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών.** Ένας προμηθευτής, καθορίζοντας τις τιμές και την ποιότητα του αρχικού προϊόντος μπορεί να έχει ιδιαίτερα μεγάλη δύναμη πάνω σε μια εταιρία. Σύμφωνα με τον Πόρτερ ένας προμηθευτής μπορεί να έχει μεγάλη δύναμη σε μια εταιρία όταν: Α). Υπάρχουν λίγοι προμηθευτές. Β) το προϊόν είναι μοναδικό ή εξειδικευμένο. Γ) Το αγοραστικό κοινό είναι σχετικά μικρό. Δ) Είναι πολύ μεγάλο το κόστος αντικατάστασης του προμηθευτή Ε) Μπορεί ο προμηθευτής να κάνει και ο ίδιος τις πωλήσεις του προϊόντος (όπως π.χ. στον χώρο των ελαστικών).
4. **Η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών/καταναλωτών.** Όπως έχουν δύναμη οι προμηθευτές, έτσι έχουν και οι πελάτες, οι οποίοι μπορούν να ρίψουν τις τιμές, να απαιτήσουν καλύτερο προϊόν, να δημιουργήσουν ανταγωνισμό κτλ. Όλα αυτά συμβαίνουν όταν οι πελάτες/καταναλωτές δημιουργούν γκρουπ. Τότε έχουν την δύναμη να κάνουν διάφορα πράγματα εάν:
Α) Αγοράσουν μεγάλο όγκο (χονδρικής)
Β) Αγοράσουν ανταγωνιστικό προϊόν.
Γ) Το κόστος αλλαγής προμηθευτή είναι χαμηλό.
5. **Εχθρότητα μεταξύ ανταγωνιστών.** Όλα τα παραπάνω μπορούν να δημιουργήσουν εχθρότητα μεταξύ των ανταγωνισμών. Αναλύοντας όλα τα παραπάνω δημιουργούμε μια εικόνα της αγοράς και του τρόπου που πρέπει να κινηθούμε μέσα σε αυτήν.

Μείγμα μάρκετινγκ (4ps→7ps)

Κατανοώντας τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών, που απαρτίζουν μια συγκεκριμένη αγορά, αποτελεί μόνο το πρώτο βήμα μιας εταιρείας ή ενός οργανισμού στην προσπάθεια τους να προσεγγίσουν την αγορά – στόχο. Φυσικά, αυτό προϋποθέτει προγενέστερη έρευνα από την μεριά της εταιρείας, όσον αφορά τις συνήθειες και τα χαρακτηριστικά των καταναλωτών καθώς και προσεκτική μελέτη της αγοραστικής τους συμπεριφοράς. Στην συνέχεια, η εταιρεία στηριγμένη στα ευρήματα και τις πληροφορίες που προέρχονται από την έρευνα, πρέπει να αναπτύξει και να υλοποιήσει ένα σωστό μείγμα επικοινωνίας, μέσω διάφορων δραστηριοτήτων του μάρκετινγκ, ώστε να καταφέρει να προσεγγίσει τους καταναλωτές. Με άλλα λόγια, χρησιμοποιώντας τα γνωστά σε όλους μας 4π, θα επιχειρήσει να ενημερώσει, να πληροφορήσει και τελικά να πείσει τον καταναλωτή ώστε να προχωρήσει στην αγορά του συγκεκριμένου προϊόντος.

4ps:

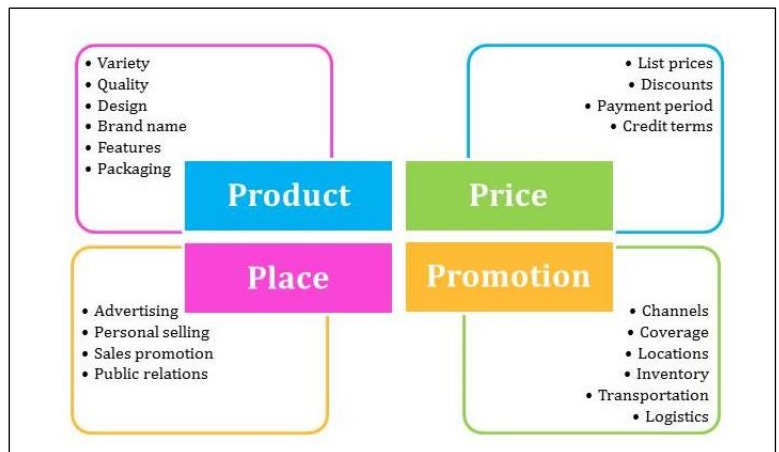
ΠΡΟΙΟΝ

ΤΙΜΗ

ΜΕΡΟΣ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

(product, price, place, promotion)



Προϊόν

Τιμή

Προώθηση

Τόπος

Υλικά

Προδιαγραφές

Ποιότητα

Συσκευασία

Εξυπηρέτηση μετά την πώληση

Λεπτομερείς τιμές για κάθε προϊόν

Οροι πληρωμής/ μέθοδοι

Δομή εκπτώσεων

Τιμές υπηρεσιών και ανταλλακτικών

Διαφήμιση

Φυλλάδια/ προσπέκτους

Δώρα/ βοηθήματα πωλήσεων

Προσωπική πώληση

Δημόσιες σχέσεις

Εκθέσεις

Επιλογή πώλησης/ κατάστημα/ χονδρέμπορος

Ταχυδρομική παραγγελία/ τηλεφωνική παραγγελία

Μέθοδοι διανομής

Συχνότητα παράδοσης

Το «**επτά Ps**» είναι ένα μοντέλο μάρκετινγκ που προσθέτεται στα προαναφερόμενα τέσσερα Ps, συμπεριλαμβανομένων των "φυσικών αποδείξεων", "ανθρώπων", και "διαδικασιών". Χρησιμοποιείται όταν το σχετικό προϊόν είναι μια υπηρεσία και όχι όταν είναι απλώς ένα φυσικό αγαθό.

Φυσικά αποδεικτικά στοιχεία: Είναι η απόδειξη που δείχνει ότι μια υπηρεσία εκτελέστηκε, όπως και η συσκευασία παράδοσης για το στοιχείο το οποίο παραδίδεται από μια υπηρεσία, ή μια ουλή που άφησε ένας χειρουργός. Αυτό θυμίζει ή καθησυχάζει τον καταναλωτή ότι η υπηρεσία ενέργησε θετικά ή αρνητικά.

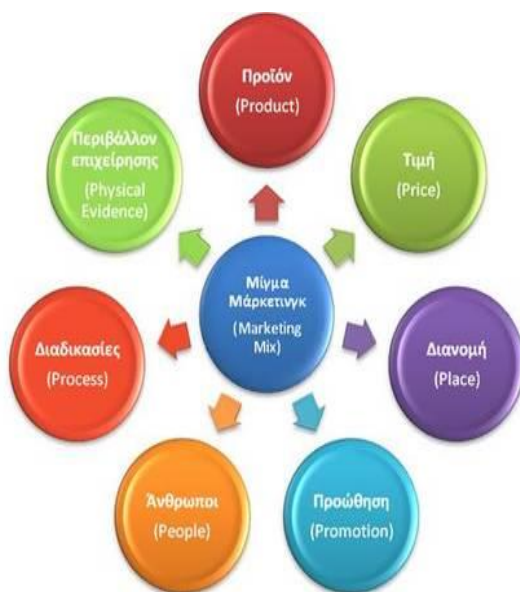
Οι άνθρωποι: είναι οι εργαζόμενοι που εκτελούν την υπηρεσία και πρωτίστως φροντίζουν τον τρόπο και τις δεξιότητες με τις οποίες την εκτελούν.

Διαδικασία: οι διαδικασίες και τα συστήματα του οργανισμού που επηρεάζουν την εκτέλεση της υπηρεσίας του, όπως την αναμονή για δουλειά ή τον χειρισμό των ερωτημάτων.

Τα τέσσερα στοιχεία του 7Cs μοντέλου Compass είναι:

Μια τυπική προσέγγιση σε μία μίξη μάρκετινγκ με ενδιαφέρον τον πελάτη, είναι γνωστή ως «Τέσσερα Cs» (εμπόρευμα, κόστος, επικοινωνία, κανάλι) των επτά Cs μοντέλων Compass. Τα τέσσερα Cs μοντέλα παρέχουν ένα αίτημα/πελάτη κεντρικής έκδοσης εναλλακτικής λύση για το γνωστό μοντέλο 4Ps (προϊόν, τιμή, προώθηση, τόπος) της διαχείρισης της κυκλοφορίας.

- Προϊόν → Εμπόρευμα
- Τιμή → Κόστος
- Προώθηση → Ανακοίνωση
- Τόπος → Κανάλι



ΕΙΔΗ FRANCHISE ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΑ ΕΙΔΗ FRANCHISE ΕΙΝΑΙ:



1. Προϊόντικό franchise:

Ο franchisor παράγει (ή εισάγει) το προϊόν που εμπορεύεται ο franchisee.

Τα προϊόντα συνήθως υποστηρίζονται από συγκεκριμένες υπηρεσίες, τόσο πριν όσο και μετά την πώληση.

Χρησιμοποιείται συνήθως όταν υπάρχει υψηλή αναγνωρισιμότητα της μάρκας.

2. Business format franchise

Αποτελεί την πιο κλασική και πλέον διαδεδομένη μορφή σύγχρονου franchise.

Περιλαμβάνει όχι μόνο το προϊόν, την υπηρεσία και το σήμα, αλλά ολόκληρο το επιχειρηματικό σύστημα- μια στρατηγική και ένα σχέδιο marketing, εγχειρίδια λειτουργίας και οργάνωσης, μέθοδοι και εργαλεία πωλήσεων και κανόνες, έλεγχο ποιότητας και διαρκή αμφίδρομη επικοινωνία.

Δίνει ιδιαίτερο βάρος στην υποστήριξη και την εκπαίδευση.

Παρέχει αναλυτικές διαδικασίες λειτουργίας.

3. Single unit franchisee (franchise ενός σημείου)

Ένα σημείο το οποίο ανήκει σε ένα franchisee βάσει σύμβασης.

Ο έλεγχος ποιότητας πραγματοποιείται κατευθείαν από τον franchisor.

Ο franchisee δεν αποτελεί σημαντική οικονομική δύναμη, η οποία πιθανόν να μπορούσε να επηρεάσει το δίκτυο και τις σχέσεις που έχουν αναπτυχθεί σε αυτό.

Ιστορικά το πιο συνηθισμένο είδος σχέσης.

4. Multi- unit franchisee

Ένα σύμπλεγμα μεμονομένων σημείων, τα οποία ανήκουν σε ένα franchisee. Ο franchisee έχει το δικαίωμα να ανοίξει πολλαπλά σημεία.

Συνήθως αφορά μια περιοχή ή ειδικού τύπου σημεία.

Παρέχει σημαντικά πλεονεκτήματα και στις δύο εμπλεκόμενες πλευρές- εάν γίνει προγραμματισμένα και σωστά.

5. Master franchisee- sub- franchisee

Ο master franchisee έχει το δικαίωμα να βρει sub-franchisee στους οποίους πουλά το σύστημα και τους οποίους υποστηρίζει σαν "τοπικούς" franchisor.

Μπορεί να συλλέξει royalties και entry fees.

Συνήθως "περιορίζεται" σε συγκεκριμένη (ευρύτερη) γεωγραφική περιοχή.

Συνήθως, εκτός από την εύρεση και επιλογή franchisees παρέχει υπηρεσίες υποστήριξης στους δικούς τους sub- franchisees.

6. Area developer

Είναι υπεύθυνος για την ανάπτυξη του concept σε μια συγκεκριμένη περιοχή.

Είναι συχνά ο ίδιος franchisee.

Μπορεί υπό όρους να πουλήσει franchises.

Μπορεί να έχει διοικητικά, εκπαιδευτικά ή άλλα καθήκοντα.

7. Franchise μετατροπής

Ανεξάρτητες επιχειρήσεις του κλάδου που μετατρέπονται σε franchisees.

Συχνά υπάρχουν δυσκολίες και για τις δύο εμπλεκόμενες πλευρές.

Προσφέρει καλύτερη αναγνωρισιμότητα σήματος, προστασίας και οικονομίες κλίμακος-μαζικές αγορές.

Χρήσιμο για κλάδους με περιορισμούς σε θέματα real- estate ή όπου υπάρχει έντονη συγκέντρωση της αγοράς.

Leasing - Factoring - Venture Capital

Σύγχρονοι Τρόποι Χρηματοδότησης των Επιχειρήσεων

Στις επιχειρήσεις που πραγματοποιούν επενδύσεις για την απόκτηση ή ανανέωση των παγίων στοιχείων τους, το τραπεζικό σύστημα παρέχει μεσομακροπρόθεσμο δανεισμό, προσαρμοσμένο ως προς το ύψος, τη διάρκεια και τους λοιπούς όρους στις ανάγκες και προοπτικές τους.

Ο δανεισμός αυτός μπορεί να συνδυαστεί με τα οφέλη που προκύπτουν από την υπαγωγή της επένδυσης στον αναπτυξιακό νόμο, εφόσον συντρέχουν οι προϋποθέσεις που ορίζονται από αυτόν.

Για την κάλυψη των αναγκών που ανακύπτουν κατά την παραγωγική δραστηριότητα των επιχειρήσεων, το τραπεζικό σύστημα παρέχει το αναγκαίο κεφάλαιο κίνησης, με όρους προσαρμοσμένους στις πραγματικές ανάγκες τους.

Η προβλεπόμενη εξάλλου μείωση των επιτοκίων στα επίπεδα των ευρωπαϊκών χωρών θα κάνει προσιτό και ελκυστικό τον τραπεζικό δανεισμό.

Πέρα από αυτά όμως το τραπεζικό σύστημα φρόντισε τα τελευταία χρόνια για την εισαγωγή σύγχρονων θεσμών στη χώρα μας, οι οποίοι καλύπτουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων με περισσότερο εξειδικευμένους και αποτελεσματικούς τρόπους. Οι θεσμοί αυτοί είναι:

- Η χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing).
- Η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (Factoring).
- Το κεφάλαιο επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital).

LEASING (ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ)

Τι είναι το leasing?

Η χρηματοδοτική μίσθωση (leasing) είναι μια σύγχρονη μέθοδος μεσομακροπρόθεσμης χρηματοδότησης επιχειρήσεων και επαγγελματιών για την απόκτηση παγίων στοιχείων, δηλαδή εξοπλισμού και ακινήτων για επαγγελματική χρήση.

Κάθε επιχείρηση βιομηχανική, βιοτεχνική, εμπορική, κατασκευαστική, τουριστική, γεωργική, μεταφορών, υπηρεσιών κ.λπ., ανεξάρτητα από νομική μορφή και μέγεθος, καθώς και κάθε επαγγελματίας μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτή τη μορφή χρηματοδότησης.

Η επιχείρηση ή ο επαγγελματίας επιλέγει τον εξοπλισμό ή το ακίνητο που θεωρεί κατάλληλο για τις ανάγκες του, η εταιρία leasing αγοράζει τον εξοπλισμό αυτό από τον προμηθευτή ή το ακίνητο από τον ιδιοκτήτη του και στη συνέχεια ενοικιάζει τον μεν εξοπλισμό για περίοδο τουλάχιστον τριών χρόνων, το δε ακίνητο τουλάχιστον για δέκα χρόνια. Στο τέλος της μισθωτικής περιόδου, ο μισθωτής μπορεί είτε να εξαγοράσει το πάγιο (εξοπλισμός - ακίνητο), συνήθως έναντι συμβολικού τιμήματος, είτε να ανανεώσει τη σύμβαση για ορισμένο χρόνο.

6. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ

- Το φαινομενικό κόστος του leasing είναι υψηλότερο από το επιτόκιο τραπεζικού δανείου.
- Ο χρήστης ασφαρίζει τον εξοπλισμό για κινδύνους που υποδεικνύει η εταιρία χρηματοδοτικής μίσθωσης.
- Διαφέρει η ωφέλεια από την φοροαπαλλαγή των αποσβέσεων που ισχύει στην περίπτωση ιδιόκτητου εξοπλισμού.
- Παρά τη θετική σχέση ιδίων προς ξένα κεφάλαια μπορεί να εκδηλωθεί δισταγμός των τραπεζών για χρηματοδότηση της επιχείρησης.
- Ο μισθωτής αναλαμβάνει όλους τους επιχειρηματικούς κινδύνους

FACTORING - ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

Τι είναι το factoring?

Το factoring αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν ανάγκες επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά.

Πρόκειται για τριμερή συνεργασία μεταξύ ενός προμηθευτή, των πελατών του και μιας εταιρίας factoring, η οποία αναλαμβάνει τη διαχείριση, λογιστική παρακολούθηση και είσπραξη των εκδιδόμενων από τον προμηθευτή τιμολογίων πώλησης, με παράλληλη χορήγηση προκαταβολών επί της αξίας τους.

Επίσης, η εταιρία factoring αναλαμβάνει υπό προϋποθέσεις την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή.

Υπηρεσίες factoring παρέχουν εξειδικευμένες εταιρίες ή τμήματα τραπεζών.

Τα είδη του factoring είναι τα παρακάτω:

1. Εγγώριο factoring

a) Χρηματοδότηση της επιχείρησης

Αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών
Διαχείριση, Λογιστική Παρακολούθηση και Είσπραξη των τιμολογίων

Ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου

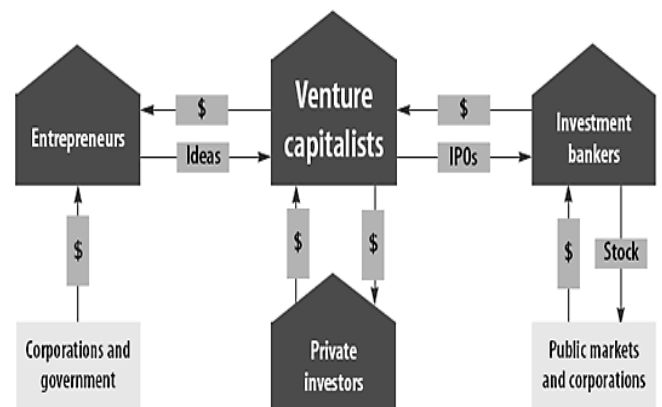
a) Εξαγωγικό factoring

b) Εισαγωγικό factoring

Η εταιρία Factoring καλύπτει μέχρι ενός πιστωτικού ορίου τον εισαγωγέα – οφειλέτη έναντι του προμηθευτή του στο εξωτερικό, παρακάμπτοντας έτσι τις διαδικασίες έκδοσης εγγυητικών επιστολών, ενέγγυων πιστώσεων

HOW THE VENTURE CAPITAL INDUSTRY WORKS

The venture capital industry has four main players: entrepreneurs who need funding; investors who want high returns; investment bankers who need companies to sell; and the venture capitalists who make money for themselves by making a market for the other three.



VENTURE CAPITAL - ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ

Η απευθείας επένδυση κεφαλαίων με τη συμμετοχή στο κεφάλαιο εταιριών που δεν έχουν εισαχθεί στο Χρηματιστήριο αποτελεί ένα νέο θεσμό, ο οποίος υλοποιείται μέσω των εταιριών παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου (venture capital). Οι εταιρίες αυτές στη χώρα μας μπορούν να έχουν τη μορφή είτε Εταιριών Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (ΕΚΕΣ), όπως αυτές προβλέπονται από το Ν. 2367/95, είτε απλών ανωνύμων εταιριών.

Ο θεσμός του επιχειρηματικού κεφαλαίου (venture capital) είναι μια μορφή χρηματοδότησης που πρωτοεμφανίστηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Στην Ελλάδα συναντάται για πρώτη φορά στις αρχές της δεκαετίας του 1990.

5 παγκόσμιες επιχειρήσεις που ξεκίνησαν απο ένα γκαράζ



1. Amazon

Το 1994, ενώ αναζητούσε νέες επενδυτικές ευκαιρίες, ο Jeff Bezos παρατήρησε ένα ενδιαφέρον στατιστικό στοιχείο. Η χρήση του διαδικτύου αναπτυσσόταν με ρυθμό 2,300 % το μήνα. Προκειμένου να κεφαλαιοποιήσει αυτήν την τεράστια δυναμική, ξόδεψε έναν χρόνο στο γκαράζ του σπιτιού του.

Με μια ομάδα μόλις 5 εργαζομένων οι οποίοι εργάζονταν έξω από το γκαράζ του στο Σιάτλ, ο Jeff πέρασε μήνες εντοπίζοντας βιβλία κι αναπτύσσοντας ένα φιλικό στον χρήστη διαδικτυακό βιβλιοπωλείο που τώρα πια είναι το μεγαλύτερο πολυκατάστημα στον κόσμο.



2. Hewlett-Packard

Το 1939, ο Bill Hewlett και ο Dave Packard ξεκίνησαν μόνοι τους την επιχείρησή τους απο ένα νοικιασμένο γκαράζ στο Addison Avenue στην Καλιφόρνια. Μέσω μιας σειράς ιδιαίτερων κατασκευών πρωτοτύπων –ιατρικών μηχανημάτων, συσκευών αστρονομίας και ενός ηλεκτρικού ματιού για αυτόματο καθαρισμό λεκάνης – έκαναν τη σημαντική ανακάλυψη για ηχητικό ταλαντωτή για ηχολήπτες το οποίο πούλησαν στο Disney για την κλασσική του ταινία, Fantasia. Ένα χρόνο μετά μαζί με δύο επιπλέον εργαζομένους, έφυγαν απο το γκαράζ τους και μετακόμισαν στα νέα τους γραφεία. Σήμερα, το αυθεντικό γκαράζ της HP είναι τουριστικό αξιοθέατο.



3. Walt Disney

Το 1923, ο Walt Disney άφησε την καριέρα του ως σκιτσογράφος καρτούν στο Kansas City και μετακόμισε στο Hollywood, όπου σύμφωνα με πληροφορίες, είχε πάνω του 40 δολάρια και τα υλικά ζωγραφικής του. Μαζί με τον αδελφό του, Roy, δανείστηκαν 500 δολάρια και κατασκεύασαν μια κάμερα στο γκαράζ του θείου τους για να δουλέψουν πάνω στα κινούμενα σχέδια. Γύρισαν τις Κωμωδίες της Αλίκης, που αποτέλεσαν την βάση για το έργο «Η Αλίκη στην χώρα των θαυμάτων».



4. Harley-Davidson

Το 1901, ο Willam S. Harley δημιούργησε τα προσχέδια για τον κινητήρα μηχανής σχεδιασμένο ώστε να χωράει σε ποδήλατο. Το 1903, ο Harley και ο Arthur Davidson κυκλοφόρησαν την πρώτη μοτοσυκλέτα στο κοινό – απο ένα «εργοστάσιο» το οποίο ήταν στην ουσία ένα ξύλινο υπόστεγο. Μετά από 3 χρόνια, και αφού είχαν ανοίξει την πρώτη τους αντιπροσωπεία, μετακόμισαν σε νέο, μεγαλύτερο χώρο και άρχισαν να προσλαμβάνουν κι άλλους υπαλλήλους. Σήμερα, η Harley Davidson είναι παγκοσμίως συνώνυμη με τις

μοτοσυκλέτες και έχει αναπτυχθεί σε μια παγκόσμια επιχείρηση πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων.



5. Google

Το 1998 ο Larry Page και ο Sergey Brin, αφού ξόδεψαν δύο χρόνια συνεργασίας σε μια καινούρια μηχανή αναζήτησης, τελικά δημιούργησαν την εταιρεία. Και για να σηματοδοτήσουν την ιστορική τους είσοδο στον επίσημο κόσμο των μεγάλων επιχειρήσεων, ξεκίνησαν την εργασία τους στο γκαράζ κάποιου άλλου. Προσέλαβαν τον πρώτο τους υπάλληλο ενώ βρίσκονταν ακόμα στο νοικιασμένο χώρο του γκαράζ. Γρήγορα άρχισαν να φέρνουν την επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο ολόκληρος ο κόσμος έβρισκε πληροφορίες. Το 2006, αποφάσισαν να αγοράσουν το χώρο που τους είχε φιλοξενήσει τις πρώτες τους μέρες σαν Google, από τον ιδιοκτήτη που στο μεταξύ είχε γίνει ο Αντιπρόεδρος διαχείρισης προϊόντων. Σύμφωνα με την Google, το πρώτο τους μέρος εργασίας «προσέφερε σημαντικά μεγάλα πλεονεκτήματα, συμπεριλαμβανομένων του πλυντηρίου, του στεγνωτηρίου και της μπανιέρας», και παρείχε επίσης «χώρο στάθμευσης» στον πρώτο υπάλληλο της εταιρείας.

BRANDS ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΥΠΑ (Από πού πήραν τα ονόματα τους)

Ολοι έχουν παίξει με τα πιο διάσημα τουβλάκια στον κόσμο ως παιδιά, ή και μεγαλύτεροι. Τι σημαίνει όμως **Lego**;

_ Προέρχεται από τις λέξεις που σημαίνουν «παίξε καλά» στα δανέζικα. Και αυτή είναι μόνο μία από τις εμπνεύσεις που έμειναν στην ιστορία των επιχειρήσεων.

IKEA

Ο ιδρυτής, Ινγκβαρ Κάμπραντ συνδύασε τα αρχικά του, με εκείνα των Ελμταριντ και Αγκουναρίντ, τη φάρμα και το χωριό στα οποία μεγάλωσε.

CANON

Αρχικά ονομάστηκε Kwanon, από μία θεότητα του βουδισμού, αλλά η εταιρεία άλλαξε το όνομά της σε Canon το 1935, ώστε να είναι πιο ελκυστικό στο παγκόσμιο κοινό.

LEGO

Συνδυάζει τις λέξεις «leg got» που στα δανέζικα σημαίνει «παίξε καλά».

SONY

Προέρχεται από το sonus, τη λατινική λέξη για τον ήχο και την έκφραση της αργκό «sonny boy» που το '50 στην Ιαπωνία περιέγραφε ένα έξυπνο, ευπαρουσίαστο νεαρό.

HAAGEN-DAZS

Επιλέχθηκε από τους δημιουργούς του για να ακούγεται ως δανέζικο όνομα και να δίνει μία «αύρα της παλιάς παγκόσμιας παράδοσης και χειροτεχνίας», αλλά δεν σημαίνει τίποτα στη συγκεκριμένη γλώσσα.

YAHOO

Είναι ακρώνυμο του «Yet Another Hierarchical Officious Oracle» (Άλλο ένα ιεραρχικό αυταρχικό μαντείο), αλλά και ένα φανταστικό είδος αγενές, θορυβώδες και βίαιο, το οποίο αναφέρεται στα «Ταξίδια του Γκιούλιβερ».

PEPSI

Αρχικά ονομαζόταν «Brad's Drink», από το δημιουργό της, Κάλεμπ Μπράντχαμ, αλλά πήρε το σημερινό όνομά της το 1898 από τη λέξη δυσπεψία, για να αντιπροσωπεύει την πεποίθηση του Μπράντχαμ ότι επρόκειτο για κάτι υγιεινό που βοηθούσε την πέψη.

GOOGLE

Πήρε το όνομά της από το «googol», το μαθηματικό όρο για το 1 που ακολουθείται από 100 μηδενικά.

VIRGIN

Ενας από τους συνεργάτες του Ρίτσαρντ Μπράνσον το πρότεινε σημειώνοντας «Είμαστε εντελώς παρθένοι (virgins) στις επιχειρήσεις».

BLACKBERRY

Επειδή τα πλήκτρα του θύμιζαν το φρούτο στους δημιουργούς του.

SPOTIFY

Οι Ντάνιελ Εκ και Μάρτιν Λόρεντζον που το δημιούργησαν προσπαθούσαν να βρουν όνομα, όταν ο Εκ παράκουσε την ιδέα που του προτάθηκε, ως Spotify. Τώρα λένε πως προέρχεται από τις λέξεις spot (εντοπίζω) και identify (αναγνωρίζω).

STARBUCKS

Από το όνομα του υποπλοίαρχο στο «Μόμπι Ντικ».

REEBOK

Είναι η λέξη που με διαφορετική ορθογραφία- rhebok- χρησιμοποιείται στα αφρικάανς για έναν τύπο αντιλόπης. Οι δημιουργοί του ήθελαν να αντικατοπτρίζει την ταχύτητα και τη χάρη.

AMAZON

Ο Τζεφ Μπέζος ήθελε ένα όνομα που ξεκινά από «Α» για να είναι στην κορυφή της αλφαβητικής λίστας. Σκέφτηκε ότι το μεγαλύτερο ποτάμι του κόσμου ήταν η καταλληλότερη για αυτό που ήλπιζε να γίνει η μεγαλύτερη επιχείρησή του.

Πηγή: Πώς πήρε το όνομά της η Google, η Lego, η Sony και άλλες 11 κορυφαίες εταιρείες -Οι περίεργες εμπνεύσεις | iefimerida.gr <http://www.iefimerida.gr/news/221057/pos-pire-onoma-tis-i-google-i-lego-i-sony-kai-alles-11-koryfaies-etaireies-oi-perierges#ixzz4HFojFfIE>

Το Great Place to Work Hellas δημοσίευσε σήμερα τα αποτελέσματα της έρευνας **Best Workplaces 2016**, της μεγαλύτερης έρευνας αξιολόγησης του εργασιακού περιβάλλοντος στην Ελλάδα, με τα ονόματα των καλύτερων εταιρειών που διακρίνονται για εφέτος.

Στην έρευνα, η οποία διεξήχθη για 14η συνεχή χρονιά στην Ελλάδα με την ακαδημαϊκή υποστήριξη του ALBA Graduate Business School at The American College of Greece, διακρίνονται 24 επιχειρήσεις, οι οποίες χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με τον αριθμό των εργαζομένων τους: **10 «μεγάλες» επιχειρήσεις** που απασχολούν πάνω από 251 εργαζόμενους, **10 «μεσαίες» επιχειρήσεις** που απασχολούν από 50 έως 250 εργαζόμενους, **4 «μικρές» επιχειρήσεις** που απασχολούν από 20 έως 49 εργαζόμενους.

Όπως αναφέρεται σε σχετική ανακοίνωση, οι εταιρείες που διακρίνονται για το 2016, είναι οι εξής:

Κατηγορία πάνω από 251 εργαζόμενοι

1. AXA Ασφαλιστική
2. DHL Express Ελλάς
3. Epsilon Net
4. Διαμαντής Μασούτης Α.Ε.
5. MSD
6. Κωτσόβολος
7. Accenture
8. Novartis Hellas
9. Pharmathen
10. B. Καυκάς ΑΕ

Κατηγορία 50-250 εργαζόμενοι

1. MARS Group (Hellas)
2. AbbVie Φαρμακευτική
3. Microsoft Hellas
4. Beiersdorf Hellas
5. Enel Green Power Hellas
6. Data Communication
7. British American Tobacco Ελλάς
8. GlaxoSmithKline ΑΕΒΕ
9. 3M Hellas
10. 1Μέλισσα Κίκιζας ΑΒΕΕ Τροφίμων

Κατηγορία 20-49 εργαζόμενοι

1. PCS
2. Enartia
3. Edenred
4. SAS Institute

Η αξιολόγηση των εταιρειών ολοκληρώθηκε τον Φεβρουάριο του 2016. Συνολικά, δήλωσαν συμμετοχή 49 εταιρείες από διάφορους κλάδους της αγοράς, οι οποίες στο σύνολό τους απασχολούν 27.600 εργαζόμενους.



ΕΙΔΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Κάθε διαφήμιση έχει διαφορετικό σκοπό ως προς τα αποτελέσματα που επιθυμεί να επιτύχει. Έτσι ένα διαφημιστικό μήνυμα μπορεί να έχει σκοπό:

- Να γνωστοποιήσει την ύπαρξη ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας
- Να υπενθυμίσει την ύπαρξη του προϊόντος ή της υπηρεσίας
- Να διαφημίσει την εταιρία που το κατασκευάζει
- Να επηρεάσει το καταναλωτικό κοινό υπέρ του προϊόντος ή της υπηρεσίας

Ταξινόμηση Διαφημίσεων

Με βάση το στοχούμενο ακροατήριο

- Καταναλωτή
- Επιχειρήσεις
 - Εμπορική
 - Επαγγελματική
 - Αγροτική

Με βάση τη γεωγραφική περιοχή

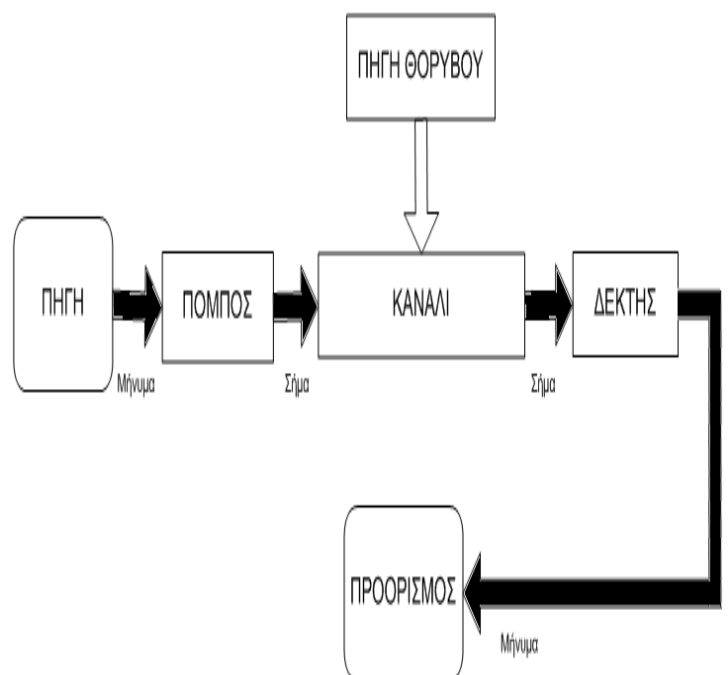
- Τοπική
- Περιφερειακή
- Εθνική
- Διεθνής

Με βάση το επικοινωνιακό μέσο

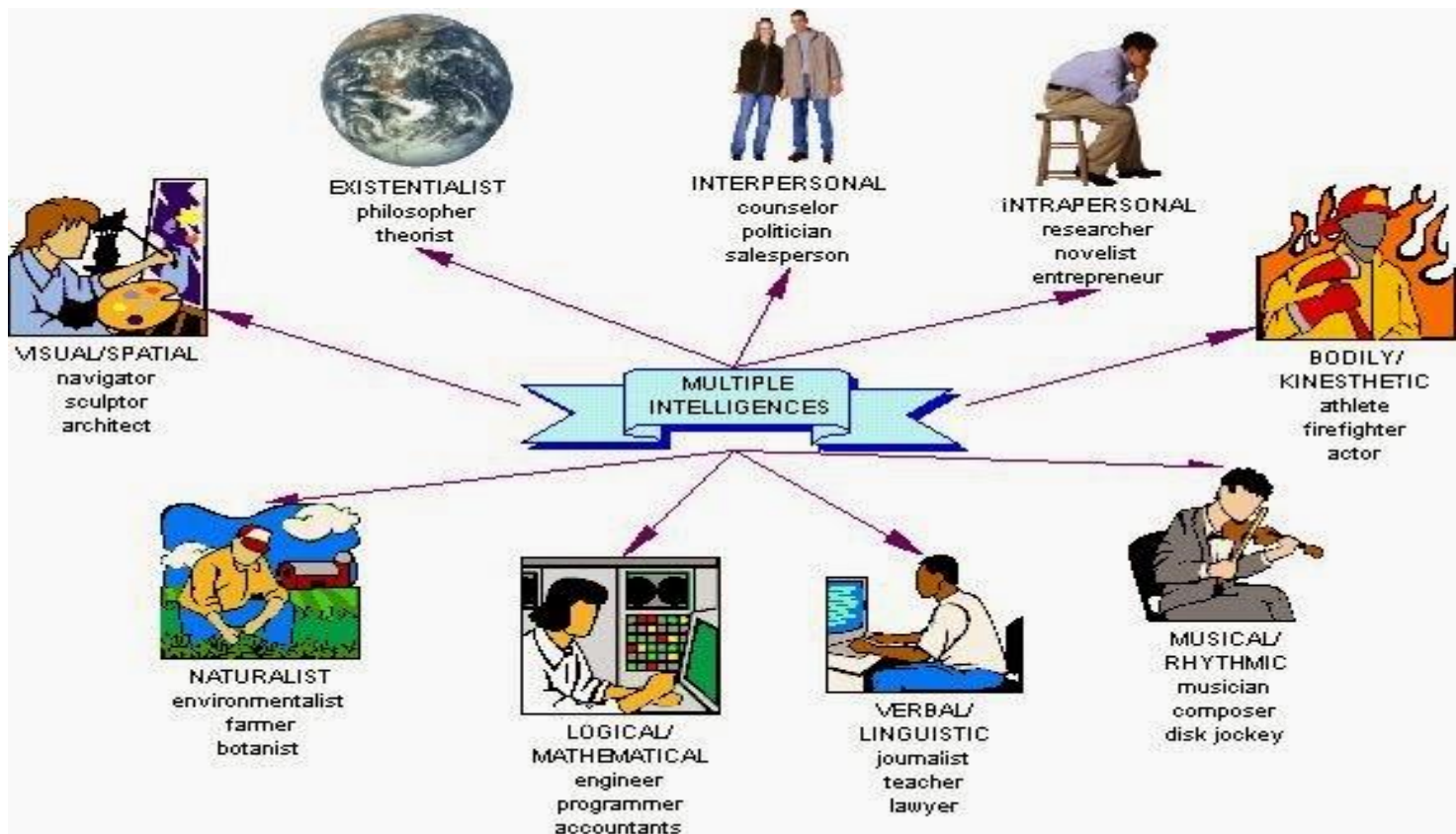
- Έντυπη, Τηλεόραση, ραδιόφωνο, Υπαίθρια, Διαφημιστικά φυλλάδια, Διαδίκτυο

Με βάση τον επιδιωκόμενο σκοπό

- Προϊόντος
- Εμπορική
- Μη εμπορική
- Ενέργειας-Δράσης
- Ενημέρωσης



ΤΑ 9 ΕΙΔΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟΝ Gardner»



(1) Λεκτική / γλωσσική νοημοσύνη (Verbal Linguistic Intelligence)

Αυτή έχει να κάνει με την ικανότητα στο γραπτό και το προφορικό λόγο (και ίσως μετά από λίγο καιρό να προκύψουν δύο είδη νοημοσύνης από αυτήν), στην εκμάθηση γλωσσών, στην απομνημόνευση λέξεων και εννοιών, καθώς και στην κατανόηση των λεπτών διαφορών ανάμεσα στις έννοιες και την αφήγηση ιστοριών.

Ρήτορες και πολιτικοί, δικηγόροι και φιλόσοφοι, ποιητές, συγγραφείς και φιλόλογοι, την κατέχουν στον ύψιστο βαθμό. Οι εξαιρέσεις, όπως ο Γεώργιος Α. Παπανδρέου, επιβεβαιώνουν τον κανόνα.

Παραδείγματα ανθρώπων με υψηλό δείκτη γλωσσικής νοημοσύνης: Δημοσθένης, Λυσίας,

Σαίξπηρ, Ρίτσος, Ελύτης (Βραβείο Λογοτεχνίας 1978)



(2) Λογικό-μαθηματική νοημοσύνη (Logical- Mathematical Intelligence)

Αυτοί οι άνθρωποι κατανοούν καλύτερα όχι μόνο τους αριθμούς, αλλά και τις σχέσεις ανάμεσα στα φαινόμενα, φυσικά, κοινωνικά, οικονομικά. Έχουν ιδιαίτερες ικανότητες συλλογισμού πάνω στο ειδικό και την αναγωγή του στο γενικό, και μπορούν να πειραματίζονται με απόλυτα ελεγχόμενο τρόπο.

Στη σημερινή εποχή θα μπορούσαμε να τους χαρακτηρίσουμε και τεχνοκράτες, αφού νοιάζονται μόνο για τους αριθμούς και το χειρισμό αντικειμένων και συμβόλων, και δε δίνουν δεκάρα τσακιστή για τα συναισθήματα και τα πάθη –των ανθρώπων και των εθνών.

Παραδείγματα ανθρώπων με υψηλό λογικομαθηματική νοημοσύνη:



Αρχιμήδης , Νεύτωνας .

(3) Σωματική-κιναισθητική νοημοσύνη (Bodily-Kinesthetic Intelligence)



Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της νοημοσύνης είναι ο Μπρους Λη. Ξέρουν να χειρίζονται πολύ καλά το σώμα τους και να δέρνουν όποιον βρεθεί μπροστά τους. Αν όμως ξεφύγουμε από την πολιτική, θα δούμε ότι οι αθλητές, οι χορευτές και... οι ηθοποιοί (όσο παράδοξο και να φαίνεται αυτό) είναι οι πρωταθλητές της κιναισθητικής νοημοσύνης.

Οι «κιναισθητικοί» άνθρωποι είναι, πιθανότατα, οι πιο παρεξηγημένοι. Ειδικά ως παιδιά, που δεν αντέχουν δευτερόλεπτο να κάθονται στην καρέκλα και απεχθάνονται το διάβασμα. Οι δάσκαλοι τους αντιμετωπίζουν ως τα στουρνάρια της τάξης και οι γονείς τους απογοητεύονται που το παιδί τους «δεν τα παίρνει τα γράμματα». Αλλά αν αφεθούν σε ανοιχτό χώρο κανείς δεν μπορεί να τους σταματήσει.

Δεν είναι παράξενο που κάποιοι από τους πιο γνωστούς Αμερικανούς ηθοποιούς, όπως ο Μάρλον Μπράντο, ο Αλ Πατσίνο και ο Τζόνι Ντεπ, ποτέ δεν τέλειωσαν το σχολείο.

(4) Μουσική νοημοσύνη (musical intelligence)

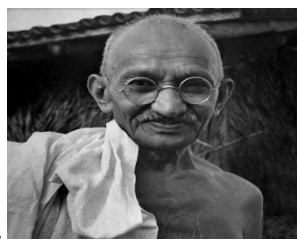
Γι' αυτή δε χρειάζεται να πούμε πολλά. Οι άνθρωποι που την έχουν σε υψηλό βαθμό ξεχωρίζουν από την παιδική τους ηλικία και συνήθως γίνονται μονομανείς –όχι άδικα, αφού η μουσική είναι η ύψιστη μορφή ανθρώπινης τέχνης, όπως λένε κάποιοι.



Ο Μότσαρτ είναι το απόλυτο παράδειγμα μουσικής μεγαλοφυΐας, αλλά αν παρατηρήσεις τα χέρια του Στίβι Γουόντερ ή του Glenn Gould καθώς παίζουν, μπορείς να συμπεράνεις ότι κατέχουν και υψηλή κιναισθητική νοημοσύνη.

(5) Διαπροσωπική νοημοσύνη (interpersonal intelligence)

Αυτή δε χρειάζεται ορισμούς. Αρκεί να αναφέρουμε δύο άτομα που την είχαν στον ύψιστο



βαθμό: Μαχάτμα Γκάντι

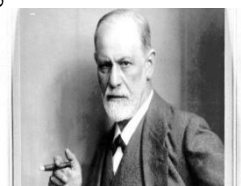


, Αδόλφος Χίτλερ.

Είναι η νοημοσύνη της ηγεσίας. Να καταλαβαίνεις τους άλλους και να τους ωθείς για να εκφράσουν το χειρότερο ή τον καλύτερο τους εαυτό. Υψηλή διαπροσωπική νοημοσύνη έχει και ο πωλητής που σε κάνει να αγοράσεις ό,τι εκείνος θέλει, καθώς και ο δάσκαλος που καταφέρνει να διαμορφώσει προσωπικότητες.

(6) Ενδοπροσωπική νοημοσύνη (Intrapersonal intelligence)

Αυτή είναι η ικανότητα της προσωπικής γνώσης, της αυτογνωσίας, του «γνώθι σαυτόν». Συνήθως πρόκειται για άτομα εσωστρεφή που προτιμούν να εργάζονται ατομικά. Είναι σχολαστικά και εμβαθύνουν στα πάντα με ενοχλητική αυταρέσκεια. Μαθαίνουν καλύτερα όταν επικεντρώνονται σε ένα συγκεκριμένο θέμα μόνοι τους και είναι τελειομανείς.



Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του ανθρώπου είναι ο Σίγκμουντ Φρόιντ .

(7) Χωρική νοημοσύνη (spatial intelligence)

Τα άτομα με χωρική νοημοσύνη μπορούν να παρατηρούν και να χειρίζονται τάσεις, ισορροπίες και συνθέσεις. Έχουν πολύ καλό προσανατολισμό στο χώρο και προσαρμόζονται άμεσα στις αλλαγές του περιβάλλοντος χώρου.

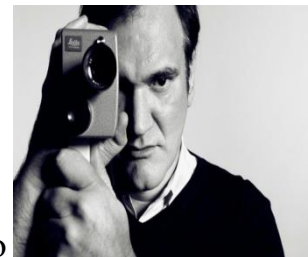
Και ενώ οι άντρες θεωρούνται καλύτεροι οδηγοί και πιλότοι, η πραγματικότητα δείχνει το αντίθετο, αφού δεν υπάρχει άντρας που να θυμάται που άφησε τις παντόφλες του.

Οι «χωρικοί» λειτουργούν οπτικά και παραστατικά, με καλλιτεχνικές τάσεις και πολύ συχνά μπορούν να θεωρούν τα πράγματα από διαφορετική οπτική γωνιά.

Παραδείγματα ανθρώπων με αυξημένη αυτού του είδους την νοημοσύνη είναι:



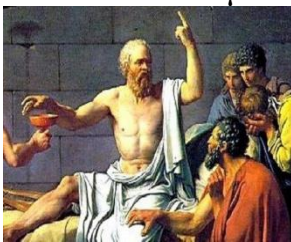
ο Πικάσο, ο Ροντέν, ο Αϊζενστάιν και ο Ταραντίνο.



(8) Υπαρξιακή νοημοσύνη (existential Intelligence)

Αυτή την νοημοσύνη κατέχουν οι άνθρωποι που προβληματίζονται με τα θέματα ύπαρξης και ανυπαρξίας, καλού και κακού, σωστού και λάθους, με μια σταθερή τάση να διευρύνουν τα πλαίσια της ανθρώπινης σκέψης.

Χαρακτηριστικοί τύποι ατόμων με υψηλή υπαρξιακή νοημοσύνη είναι:



ο Σωκράτης και ο Κομφούκιος.



(9) Φυσιοκρατική νοημοσύνη (Naturalistic intelligence)

Είναι η νεότερη νοημοσύνη, η οποία προστέθηκε στη θεωρία το 1993. Αλλά θεωρείται ως η πιο αρχαία, αφού συνδέεται με την ικανότητα των προϊστορικών προγόνων μας, να διαχωρίζουν τα βρώσιμα από τα δηλητηριώδη φυτά και να μαθαίνουν για τη φύση που τους περιβάλλει.

Οι «φυσιοκράτες» είναι πρακτικοί άνθρωποι που αρέσκονται στις συλλογές και στην άμεση επαφή με το φυσικό κόσμο. Πολύ καλοί ως μάγειρες και ως χημικοί, αφού «διαισθάνονται» και γνωρίζουν τη φύση κάθε υλικού. Πάντα φιλόζωοι –εκτός κι αν είναι κυνηγοί- μπορούν να καταλάβουν πιο γρήγορα τις αλλαγές στον καιρό ή στο φυσικό μας περιβάλλον.

Γλωσσική Ευφυΐα. Καλός με τις λέξεις. Μπορεί να διαβάζει, να γράφει και να μιλά με άνεση

Μαθηματική/Λογική Ευφυΐα. Καλός με του αριθμούς, σκέφτεται λογικά και είναι καλός στο να ψάχνει και να βρίσκει στοιχεία

Οπτικο/χωρική Ευφυΐα. Καλός στο να βλέπει εικόνες μέσα από στο μυαλό του, στη τέχνη, στο να υπολογίζει αποστάσεις και το διάστημα, ανάμεσα σε αντικείμενα.

Μουσική Ευφυΐα. Καλός στο αναγνωρίζει και να απολαμβάνει ρυθμούς, να κινείται μέσα στο ρυθμό, και γενικά να απολαμβάνει τη μουσική

Φυσιολατρική Ευφυΐα. Ενδιαφέρεται και γνωρίζει πολλά για τη φύση, το περιβάλλον και τα ζώα

Διαπροσωπική Ευφυΐα. Καλός με τους ανθρώπους, καλός στο να τους κάνει να καταλαβαίνουν τι εννοεί και να κάνουν αυτό που τους ζητά

Ενδοπροσωπική Ευφυΐα. Καλός στο να καταλαβαίνει τον εαυτό του, στο να κάνει σχέδια και να σκέφτεται τι έχει συμβεί ώστε να μαθαίνει τα λάθη του

Κινησθητική Ευφυΐα. Καλός στα αθλήματα ή το χορό, ή καλός με τα χέρια του, δηλαδή να φτιάχνει πράγματα

B.O.

19 χρώματα και ο συμβολισμός τους.

Κόκκινο:  Συμβολίζει την αγάπη, την ενότητα, το θυμό, την ωριμότητα και την ορμή. Είναι χρώμα ζεστό, πλημμυρισμένο από ένταση, επανάσταση και συγκίνηση. Το κόκκινο είναι το κατ' εξοχήν χρώμα του ερωτικού πάθους, το χρώμα της φωτιάς, της δύναμης, της θερμότητας, του αίματος, της καύσης.

Στη χρωματοθεραπεία θεωρείται ότι ανεβάζει τη θερμοκρασία του σώματος, δίνει ενέργεια, δρα κατά της αναιμίας και της αδράνειας. Ακόμα τονώνει το κυκλοφορικό σύστημα και προστατεύει από τα κρυολογήματα.

Στο ανθρώπινο σώμα το κόκκινο αντιστοιχεί στα γεννητικά όργανα και στο αίμα. Στην διατροφή μας οι κόκκινες τροφές (ντομάτες, πιπεριές, φράουλες, μήλα) χαρίζουν ενέργεια, κέφι και δραστηριότητα.

Πορτοκαλί:  Συμβολίζει τη χαρά, τον πλούτο, την ευτυχία, την αισιοδοξία, την επιμονή, τη ζεστασιά, τη φιλία. Είναι χρώμα που εκφράζει αισιοδοξία και ωριμότητα. Θερμό χρώμα, χρώμα ζωής που μετουσιώνει το κατώτερο σε ανώτερο.

Στην χρωματοθεραπεία θεωρείται ότι χαρίζει φυσική ευεξία και πνευματική τόνωση, λειτουργεί ως αντικαταθλιπτικό. Ανακουφίζει το άσθμα, τα βρογχικά, τους ρευματισμούς και τις κράμπες.

Στο ανθρώπινο σώμα το πορτοκαλί αντιστοιχεί στα έντερα, στην περιοχή της κοιλιάς και στα νεφρά.

Οι πορτοκαλί τροφές (καρότα, πορτοκάλια, βερίκοκα, ροδάκινα) βοηθούν τον οργανισμό να αφομοιώσει τις θρεπτικές ουσίες των άλλων τροφών.

Κίτρινο:  Συμβολίζει το μίσος, τη δειλία, τον πλούτο, τη δημιουργία, τη χαρά και τη δόξα. Θεωρείται το χρώμα της επικοινωνίας και της επιστημονικής σκέψης. Συμβολίζει τη διαύγεια σκέψης, τη φιλοδοξία και την ενοποίηση. Είναι το χρώμα του Ήλιου και του χρυσού. Στην χρωματοθεραπεία, λέγεται ότι τονώνει το νευρικό σύστημα, καθαρίζει το συκώτι από τις τοξίνες, βοηθά το μυοσκελετικό σύστημα. Τονώνει την αυτοεκτίμηση και διώχνει τις φοβίες. Στο ανθρώπινο σώμα το κίτρινο αντιστοιχεί στο πάγκρεας, το ηλιακό πλέγμα, το συκώτι, τη χολή, την επιδερμίδα και το νευρικό σύστημα.

Οι κίτρινες τροφές (λεμόνια, μπανάνες, καλαμπόκι, πιπεριές) φτιάχνουν τη διάθεση και χαρίζουν κέφι.

Μπλε:  Συμβολίζει την ηρεμία και τη γλυκύτητα, την καθαρή σκέψη, τη λογική συμπεριφορά, το κρύο και την καθαρότητα της ψυχής. Δροσίζει και ηρεμεί, είναι το χρώμα του διαλογισμού και της περισυλλογής. Θεωρείται ψυχρό χρώμα και είναι το χρώμα του ουρανού και του αέρα, της σοφίας και της εσωτερικής αρμονίας.

Στην χρωματοθεραπεία θεωρείται ηρεμιστικό, ιδιαίτερα σε περιόδους υπερέντασης, νευρικότητας ακόμη και υστερίας. Χρησιμοποιείται κατά της ιλαράς, του πυρετού, σπασμών και πονοκεφάλων. Οι θεραπευτικές του ιδιότητες ανακουφίζουν τις ασθένειες στην περιοχή του λαιμού, τη δυσκαμψία του αυχένα, τον βήχα και επίσης τον πυρετό.

Στο ανθρώπινο σώμα το μπλε αντιστοιχεί στο λαιμό, στα μπράτσα, τη βάση του κρανίου και το θυρεοειδή αδένα.

Οι μπλε τροφές (μαύρα σταφύλια και σύκα, δαμάσκηνα) χαρίζουν ηρεμία και ξεκούραση.

Πράσινο:  Συμβολίζει την ελπίδα για ζωή, την αναγέννηση και την ανάσταση. Θεωρείται το χρώμα της αρμονίας, της κοινωνικής προσφοράς, του αλτρουισμού. Είναι το χρώμα της φύσης και της ισορροπίας.

Στην χρωματοθεραπεία λέγεται ότι ελέγχει την καρδιά και την πίεση του αίματος, εξισορροπεί το νευρικό σύστημα και απαλύνει το έλκος. Επίσης το πράσινο χρώμα θεραπεύει τα τραύματα του παρελθόντος, ανακουφίζει τον πονοκέφαλο και τη ναυτία, μειώνει την κλειστοφοβία και επαναφέρει την ισορροπία.

Στο ανθρώπινο σώμα το πράσινο αντιστοιχεί στην καρδιά, στους ώμους, στο θώρακα και στους πνεύμονες.

Οι πράσινες τροφές (σπανάκι, αγγούρι, ακτινίδια, αβοκάντο, πιπεριές) βοηθούν στην αποτοξίνωση του οργανισμού και χαρίζουν περισσότερη αντοχή.

Μοβ:  Το μοβ είναι το χρώμα της ανώτερης πνευματικής εξέλιξης, της τελειότητας, του οραματισμού. Το μοβ συμβολίζει το τίμημα της γνώσης, είναι το χρώμα των εκλεκτών, της ταπεινότητας, της αυτοθυσίας. Πνευματικό χρώμα με αποχρώσεις θλίψης και μελαγχολίας. Στην χρωματοθεραπεία βοηθά στην όραση και στην ακοή, αυξάνει την διαισθητική ικανότητα, προλαμβάνει και εξισορροπεί τα ψυχολογικά προβλήματα. Ανακουφίζουν την ταχυπαλμία και τις φλεγμονές, καθώς και οποιοδήποτε πρόβλημα υγείας που σχετίζεται με το κεφάλι και την κούραση στα μάτια.

Στο ανθρώπινο σώμα το μοβ αντιστοιχεί στην κορυφή του κεφαλιού, τον εγκέφαλο και το κρανίο. Οι τροφές με μοβ χρώμα (μελιτζάνες, κρεμμύδια, κόκκινο λάχανο) βοηθούν στην αντιμετώπιση των συγκρούσεων.

Μαύρο: Συμβολίζει το σκοτάδι, το φόβο και το θάνατο. Είναι τραγικό και αυστηρό και εμπνέει σταθερότητα και σοβαρότητα. Επίσης εκφράζει την πειθαρχία και την εσωστρέφεια, τις ανέκφραστες ικανότητες, αλλά και το φόβο για το μέλλον. Το μαύρο αυξάνει την αυτοσυγκράτηση και την αυτάρκεια.

Οι τροφές με μαύρο χρώμα (ελιές, χαβιάρι, γλυκόριζα, σταφίδες) βοηθούν στην ανακάλυψη του εσωτερικού μας κόσμου.

Άσπρο: Συμβολίζει την καθαρότητα της ψυχής, την υπέρτατη πίστη, την ελπίδα, τη διαφάνεια. Εκφράζει ειλικρίνεια, αθωότητα και λάμψη. Το λευκό φως χαρίζει διαύγεια και μας βοηθάει να απαλλαγούμε από τις αρνητικές σκέψεις και τους παράλογους φόβους.

Οι λευκές τροφές (σκόρδο, ρύζι, κουνουπίδι, σελινόριζα) αποτοξινώνουν το λεμφικό σύστημα.

Ροζ: Συμβολίζει την θηλυκότητα, την τρυφερότητα, την παιδικότητα και την αθωότητα.

Γαλάζιο: Χρώμα της ουράνιας συνείδησης, της αρμονίας και της ηρεμίας. Συμβολίζει την αθανασία, το νου, την αποκάλυψη, την σοφία, την ευσέβεια και την ψυχρότητα. Επίσης, αντιπροσωπεύει την μάθηση και τα υγιή συναισθήματα, ενώ ευνοεί την γνώση. Ενισχύει την αφοσίωση, τη σταθερότητα, την μεγαλοψυχία, την πιστή φιλία και την μετρημένη ζωή. Έχει ηρεμιστικές ιδιότητες και κατευνάζει τα πάθη.

Βιολετί: Συμβολίζει την ηρεμία και την συμφιλίωση με τον εαυτό μας. Συντείνει στην πνευματική ισορροπία και είναι το ισχυρότερο αναλγητικό χρώμα.

Τιρκουάζ: Συμβολίζει την εσωστρέφεια, αναγέννηση, πρόοδο, ανθρωπιά και την απέχθεια στους περιορισμούς ή την καταπίεση. Χρώμα που εκφράζει την αγνή καρδιά, την φρεσκάδα ενώ ενθαρρύνει την καθαρή και ειλικρινή επικοινωνία. Γενικότερα, είναι ο καλύτερος σύμμαχος της γνώσης και της πληροφόρησης, καθώς ενισχύει την διερεύνηση του νου.

Φούξια (ματζέντα): Συμβολίζει την τόλμη, την φιλοδοξία, την αυτογνωσία, τα ελεγχόμενα πάθη και συναισθήματα.

Πράσινο Σκούρο: Συμβολίζει το κύρος και τη δύναμη σε πρόσωπα και πράγματα. Σε υλικά θέματα και αντικείμενα προσδίδει ποιότητα. Ενθαρρύνει τον εγωισμό, την ζήλια, την ζηλοφθονία και την τεμπελιά.

Μπλε Σκούρο: Ενισχύει την συναισθηματική ηρεμία, τη γαλήνη, την ευχαρίστηση και την ανάκτηση δυνάμεων. Συμβολίζει την ηθική και την τίμια αντιμετώπιση των προβλημάτων επιβίωσης, την σοβαρότητα, την ευθύνη, την γνώση, την εμπιστοσύνη και την εξουσία.

Πορφυρό: Χρώμα πνευματικό, ιερατικό αλλά και βασιλικό – αυτοκρατορικό. Εμπνέει σεβασμό, εξουσία αλλά κρύβει και κάποιο μυστήριο. Δηλώνει την υπερηφάνεια, την αλήθεια, τη δικαιοσύνη, ενώ φανερώνει τις καλλιτεχνικές τάσεις.

Καφέ: Χρώμα που ενθαρρύνει την ευσυνειδησία και την εξυπνάδα όσο αφορά τα χρήματα. Δηλώνει σταθερότητα στις συνήθειες και στις πεποιθήσεις, ενώ παράλληλα εκφράζει

αξιοπιστία και ικανότητα στις πωλήσεις. Επίσης, εκφράζει άρνηση για ότι είναι αυθόρμητο ή παρορμητικό.

Γκρι: Χρώμα που βοηθά στην εύρεση συμβατικών λύσεων, ενισχύει την εξωτερική ψυχρότητα, σκληρότητα αλλά και την απομόνωση. Χαρακτηρίζεται από έλλειψη φαντασίας από περιορισμένη αντίληψη και δημιουργικότητα.

Χρυσό: Συμβολίζει τον Ήλιο και θεωρείται χρώμα ηλιακό με ιδιαίτερη δημιουργική και θετική ακτινοβολία στο περιβάλλον. Οι θεραπευτικές του ιδιότητες καταπολεμούν την άρνηση και τη δυσαρμονία και προστατεύουν από τις αρνητικές επιδράσεις.

Ασημί: Είναι χρώμα αντανάκλαστικό, κάτι σαν καθρέφτης στο περιβάλλον και έχει τις ίδιες ιδιότητες με το χρυσό. Οι θεραπευτικές του ιδιότητες βοηθούν να εξελιχθούν τα πράγματα, ενώ αποδεσμεύουν από κάθε τι που δηλητηριάζει την ζωή



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Υπάρχει μια συγκεκριμένη τακτική που μπορεί να οδηγήσει μια επιχείρηση να βγει νικήτρια από μια δύσκολη οικονομική περίοδο όπως η σημερινή. Αυτή είναι η επίθεση. Αυτό που δεν κάνουν οι πολλοί και εφαρμόζουν οι λίγοι, με πολύ καλά αποτελέσματα. Όταν οι περισσότερες επιχειρήσεις κρατούν μια αμυντική στάση, τότε εκείνες που λειτουργούν επιθετικά κερδίζουν. Κερδίζουν μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά, κερδίζουν περισσότερους πελάτες, “πλασάρονται” καλύτερα και πετυχαίνουν τους στόχους τους. Για τις υπόλοιπες, η μοίρα επιφυλάσσει μία αργή και βασανιστική πορεία προς το κλείσιμο. Αυτή είναι η αλήθεια. Σε κάθε περίοδο κρίσης που έχουμε βιώσει, όσοι τόλμησαν και έπαιξαν επιθετικά, όχι μόνο άντεξαν τα χτυπήματα της κρίσης, αλλά σημείωσαν καλύτερα αποτελέσματα από όλους τους άλλους που ήταν απλοί παρατηρητές της κατάστασης.

Σας παραθέτουμε λοιπόν 40+1 τρόπους για να λειτουργήσετε πιο επιθετικά στη σημερινή κρίση:

Αυξήστε τις ενέργειες του marketing. Διαφημίστε το προϊόν και την υπηρεσία σας σε υπερβολικό βαθμό. Μπορεί το χρήμα που κυκλοφορεί να είναι λιγότερο, όμως ο κόσμος εξακολουθεί να έχει ανάγκες.

Φροντίστε τους καλύτερους πελάτες σας. Αφιερώστε τους ακόμα περισσότερο χρόνο και δείτε πώς μπορείτε να τους βοηθήσετε στα προβλήματα που βιώνουν την περίοδο αυτή.

Απαλλαχθείτε άμεσα από τα άτομα που δεν δουλεύουν για σας, αλλά εργάζονται εναντίον σας. Μην περιμένετε άλλο.

Μειώστε τα περιττά έξοδα στα απολύτως απαραίτητα, αφήνοντας ανέγγιχτες τις δαπάνες διαφήμισης και μάρκετινγκ. Αυτές ενισχύστε τις ακόμη περισσότερο! Μειώστε τα έξοδα αυτά που δεν θα επηρεάσουν την ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας.

Δώστε περισσότερη αξία στο προϊόν και την υπηρεσία σας. Μην μειώνετε τις τιμές τους. Επωφεληθείτε από τα επιδοτούμενα προγράμματα που είναι σε ισχύ αυτήν την περίοδο. Ξεκινήστε συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις. Φροντίστε να προσφέρετε περισσότερες και πιο ολοκληρωμένες λύσεις στους πελάτες σας.

Απομακρύνετε από το περιβάλλον σας τα άτομα που σας “προσγειώνουν”, είτε αυτά βρίσκονται εντός ή εκτός της επιχείρησής σας. Τα άτομα, που όταν τους επικοινωνείτε μια καινούργια ιδέα σας ή ένα νέο πλάνο που θα ακολουθήσετε, σας λένε ότι δεν θα λειτουργήσει και ότι τα πράγματα είναι δύσκολα.

Επενδύστε στο προσωπικό σας. Εκπαιδεύστε τους να κάνουν τη δουλειά τους καλύτερα, πιο αποτελεσματικά και πιο γρήγορα.

Προσλάβετε ικανό προσωπικό που θα σας βοηθήσει στις πωλήσεις και στο marketing.

Υπάρχουν πολλά ικανά άτομα στην αγορά που θα εργαστούν στην επιχείρησή σας. Δείτε πώς μπορούν να ξεκινήσουν να εργάζονται με ποσοστά, δίχως να επιβαρύνουν την επιχείρησή σας με έξτρα κόστη.

Βάλτε το προσωπικό σας να δουλέψει ακόμα περισσότερο και πιο στοχευμένα.

Αναθέστε στο προσωπικό σας περισσότερα δικά σας καθήκοντα και επενδύστε το χρόνο σας σε πιο επιθετικές ενέργειες ανάπτυξης της επιχείρησής σας.

Κυνηγήστε τα ανεξόφλητα υπόλοιπα πιο ενεργά. Ειδικά, κάποιους άλλους που τα κυνηγούν καλύτερα από σας, θα πληρωθούν πρώτοι.

Δημιουργήστε νέες πηγές εισοδήματος. Βρείτε ποιο νέο προϊόν ή υπηρεσία μπορείτε να πουλήσετε στους πελάτες σας.

Χρησιμοποιήστε την τεχνολογία. Είναι καιρός να ασχοληθείτε ουσιαστικά με το internet και τις πολυάριθμες εφαρμογές του όπως το facebook, twitter, το LinkedIn κ.λπ.

Μη συμβιβάζεστε. Αυτό είναι πολύ σημαντικό. Αυξήστε το ρυθμό παραγωγής. Αυξήστε τους στόχους παραγωγής. Θα πρέπει να διαφωνήσετε και όχι να συμφωνήσετε με την κατάσταση που επικρατεί.

Δώστε κίνητρα στους πελάτες σας να σας συστήσουν νέους πελάτες. Βρείτε τι είναι αυτό που θα ήθελαν και προσφέρετέ το.

Επικοινωνήστε με τις τράπεζες σήμερα και κάντε διακανονισμό. Μην αφήνετε το χρόνο να περνάει. Δεν θα καταφέρετε μόνο να διαπραγματευτείτε καλύτερα, αλλά θα απεγκλωβίσετε την προσοχή σας από τις συνεχείς τηλεφωνικές οχλήσεις για ανεξόφλητες δόσεις.

Φροντίστε ο πελάτης να φεύγει ευτυχισμένος από σας. Όχι απλά ικανοποιημένος. Θέλετε να μιλάει για σας και να είναι ο καλύτερός σας πρεσβευτής.

Μην περιμένετε να σας δώσουν παραγγελία. Ζητήστε την! Μην περιμένετε να αποφασίσει ο πελάτης. Δώστε του περισσότερα δεδομένα και πουλήστε του. Συμβουλευτείτε τον όσο χρειάζεται για να αποφασίσει και να καταλήξει να αγοράσει από σας.

Διαπραγματευτείτε με όλες τις δημόσιες υπηρεσίες. Κάντε ό,τι χρειάζεται για να αποκτήσετε το διακανονισμό ή τη ρύθμιση που ταιριάζει με τις ανάγκες σας.

Μην ανέχεστε τη στάση κάποιων που εκμεταλλεύονται την κρίση για να βγάλουν κέρδος εις βάρος σας.

Ερευνήστε περισσότερο για το προϊόν ή την υπηρεσία που θα καλύπτει καλύτερα τις ανάγκες σας. Μην ψάχνετε μόνο το φθηνό. Πολύ συχνά η χαμηλή τιμή κρύβει κόστη, τα οποία δεν είστε σε θέση να αντιληφθείτε με την πρώτη ματιά. Καλύτερα να πληρώσετε κάτι πιο ακριβά σήμερα, παρά να πληρώνετε πιο ακριβά το φθηνό αύριο.

Κάντε καλύτερες συμφωνίες με τους πελάτες σας. Δείτε πώς μπορείτε να τους βοηθήσετε στην τιμή αλλάζοντας τους όρους πληρωμής ή τις υπηρεσίες που τους παρέχετε.

Μην ξεχνάτε τους πελάτες που σας στηρίζουν. Ευχαριστήστε τους εμπράκτως. Μην τους θεωρείτε δεδομένους, ιδιαίτερα αυτήν την περίοδο.

Αναγνωρίστε τη δουλειά του προσωπικού σας. Μπορεί να μην είστε σε θέση να δώσετε αύξηση, όμως μπορείτε να αναγνωρίσετε την εργασία και την αφοσίωσή τους με άλλους τρόπους.

Καταστρώστε μια αποτελεσματική εισοδηματική πολιτική. Δημιουργήστε πρώτα εισόδημα και μετά ξοδέψτε το.

Να είστε συνεπείς στις υποσχέσεις σας.

Αν σκέφτεστε να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση κρατήστε τα κόστη σας χαμηλά. Δεν χρειάζεται να νοικιάσετε ακριβά γραφεία και εξοπλισμό. Επενδύστε σε αυτό που θα σας φέρει πραγματικά χρήματα δλδ. τον εαυτό σας και το προσωπικό σας.

Ενημερωθείτε σωστά. Συμβουλευθείτε κάποιον που να γνωρίζει το αντικείμενο της δραστηριότητάς σας, το λογιστή σας ή ένα σύμβουλο επιχειρήσεων.

Κάντε παρέα με θετικά άτομα στον ελεύθερό σας χρόνο. Μπορεί να είναι ελάχιστος, δεν χρειάζεται να τον απορροφούν αρνητικά άτομα.

Δημιουργήστε νέους τρόπους προσέλκυσης πελατών. Δικτυωθείτε!

Διαβάστε κάποιο σχετικό βιβλίο με αυτό που σας προβληματίζει. Δεν θα ενημερωθείτε από την κινδυνολογία των ΜΜΕ και από τα πολιτικά πάνελ.

Διώξτε τον πονοκέφαλο που σας προκαλούν οι κακοί πελάτες.

Φροντίστε να κάνετε εντύπωση στους πελάτες σας όταν σας βλέπουν, όταν μιλάτε μαζί τους στο τηλέφωνο, όταν παρουσιάζετε την επιχείρησή σας μέσω της ιστοσελίδας σας ή μέσω της στρατηγικής email marketing.

Εξυπηρετήστε πιο γρήγορα τους πελάτες σας.

Συνεννοηθείτε με το λογιστή σας για το πώς μπορείτε να πληρώσετε λιγότερα στην εφορία. Ποιες κινήσεις πρέπει να κάνετε για να μειώσετε τους φόρους σας.

Αλλάξτε τους συνεργάτες που δεν συμβαδίζουν με τους ρυθμούς σας. Έξω από την επιχείρησή σας γίνεται μάχη. Θα πρέπει όχι μόνο το προσωπικό, αλλά και οι συνεργάτες σας να σας στηρίζουν. Κυνηγήστε πελάτες και όχι συνεργάτες να κάνουν τη δουλειά τους.

Αλλάξτε τον τρόπο σκέψης σας σχετικά με την εύρεση πελατών. Οι εποχές που σας έβρισκαν οι πελάτες έχουν παρέλθει. Όσο παλιά εταιρεία κι αν έχετε, η σημερινή εποχή απαιτεί τη δική σας ενεργή συμμετοχή για να προσεγγίζετε όλο και μεγαλύτερο δυνητικό πελατολόγιο, απ' όπουδήποτε αυτό είναι εφικτό! Πρέπει να κάνετε ό,τι χρειάζεται για να σας βρίσκουν πιο εύκολα.

Μεγιστοποιήστε την προβολή της επιχείρησής σας στο διαδίκτυο. Αυτήν την περίοδο θα πρέπει όχι μόνο εσείς να έχετε μια ικανοποιητική παρουσία στο διαδίκτυο αλλά και η επιχείρησή σας. Αν η ιστοσελίδα σας δεν σας φέρνει πελάτες, δημιουργήστε μια νέα. Μην συμβιβάζεστε σε ό,τι έχει να κάνει με την εικόνα της. Σας περιμένει αρκετή δουλειά για να αυξήσετε την επισκεψιμότητά σας καθώς και το ποσοστό μετατροπής των επισκεπτών σας σε υποψήφιους πελάτες.

Ζητήστε από τους πελάτες σας να σας πουν τα παράπονά τους. Καλύτερα να τα λένε σε σας παρά να τα λένε σε τρίτους. Έτσι έχετε τη δυνατότητα να κάνετε κάτι και να τα διορθώσετε. Διαφορετικά δεν θα μάθετε ποτέ γιατί σταμάτησαν να συνεργάζονται μαζί σας και θα προσπαθείτε να βρείτε εσείς πιθανούς λόγους που απομακρύνθηκαν.

Αντικειμενικοί Σκοποί και Στρατηγικές Νέων Προϊόντων

Βασικός αντικειμενικός σκοπός:

- Διασφάλιση μελλοντικού όγκου πωλήσεων και ανάπτυξη κέρδους.
- Εξυπηρέτηση αναγκών των πελατών.

Δευτερεύοντες αντικειμενικοί σκοποί:

- Διατήρηση της θέσης της εταιρίας
- Υπεράσπιση του μεριδίου στην αγορά, κλπ.

Γενικά, οι αντικειμενικοί σκοποί ποικίλουν ανάλογα με:

- Τον τύπο του περιβάλλοντος στον οποίο λειτουργεί η επιχειρησιακή μονάδα.
- Την επιχειρησιακή στρατηγική της.

7 ΛΑΘΗ ΠΟΥ ΚΑΝΟΥΝ ΟΙ ΠΩΛΗΤΕΣ

1. Δεν έχεις ξεκάθαρο οικονομικό στόχο

Κάτι το οποίο πολύ συχνά παρατηρώ και διακρίνω στον κόσμο των επιχειρήσεων και ειδικά στις μικρές επιχειρήσεις είναι η απουσία ενός υποτυπώδους οικονομικού προγραμματισμού ή στόχου. Πως μπορείς να πορεύεσαι επιχειρηματικά αν δεν έχεις εκπονήσει έναν προϋπολογισμό τόσο για τα έσοδα όσο και για τα έξοδα της επιχείρησής σου; Ο σχεδιασμός και η στοχοθέτηση για τους οικονομικούς σου στόχους κάθε έτος ή σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους, βραχυπρόθεσμες ή μακροπρόθεσμες, είναι ουσιαστικά ένα πολύτιμο εργαλείο και για την επιβίωση της επιχείρησής σου αλλά και για την σωστή οργάνωσή της. Για να έχεις μια υγιή, βιώσιμη και αναπτυσσόμενη επιχείρηση, και για να πετύχεις τους οικονομικούς σου στόχους, δεν χρειάζονται ανώτερα μαθηματικά. Μπορεί να είναι αρκετά απλό.

2. Δεν γνωρίζεις ποιος είναι ο ιδανικός σου πελάτης: αυτός δηλ. που εκτιμά την δουλειά σου και την λύση που του προσφέρεις

Μπορεί να φαίνεται ή να ακούγεται απλό το να γνωρίζεις επακριβώς ποιο είναι το ιδανικό σου κοινό και το προφίλ του ιδανικού σου πελάτη. Σε διαβεβαιώνω ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες δυσκολεύονται πολύ να προσδιορίσουν ποιο κομμάτι της αγοράς τους ενδιαφέρει – ειδικά σε εποχές όπως οι δικές μας -, ποιο κομμάτι της αγοράς εξυπηρετείται από το προϊόν που προσφέρουν και για ποιο συγκεκριμένο αγοραστικό κοινό επακριβώς προσφέρουν λύση. Λόγω αυτής της αδυναμίας αλλά και της αστοχίας (δηλαδή της ανυπαρξίας συγκεκριμένου στόχου για το target group τους), συχνά πυκνά, έλκουν ακατάλληλους πελάτες, πελάτες που δεν αξιολογούν την πρόταση αξίας των προϊόντων τους αλλά και έλκουν, τους λεγόμενους freebie-seekers.

3. Δεν γνωρίζεις με ποιον τρόπο να επικοινωνείς την αξία που προσφέρεις

Αυτό το πρόβλημα και το λάθος το αντιμετωπίζουν κυρίως οι επιχειρήσεις που προσφέρουν άυλα προϊόντα ή υπηρεσίες, χωρίς φυσικά να λέμε ότι δεν είναι παράλειψη και των επιχειρήσεων που προσφέρουν «χειροπιαστά» προϊόντα. Η αλήθεια είναι ότι οι περισσότεροι coaches, ειδικοί επιστήμονες, ελεύθεροι επαγγελματίες και επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, υποτιμούν ή δεν παρουσιάζουν με τον κατάλληλο τρόπο την «μεταμόρφωση» (transformation), την αλλαγή που προσφέρουν μέσα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Αυτό είναι ο λόγος που αισθάνονται παγιδευμένοι γιατί εργάζονται πάρα πολύ ενώ δεν ανταμείβονται όπως θα ήθελαν ή όσο αξίζουν.

Από τον τρόπο που παρουσιάζουμε αυτό που προσφέρουμε, εξαρτάται, κατά πολύ, το αν θα κάνουμε ή όχι, την πώληση. Μπορεί να έχουμε ένα τέλειο προϊόν ή υπηρεσία, αν όμως δεν γνωρίζουμε πώς να το δείχνουμε, πώς να το παρουσιάζουμε, πώς να επικοινωνούμε τις ωφέλειες που αποκομίζει αυτός που θα το αγοράσει, τότε δυστυχώς δεν προάγεται το επιδιωκόμενο δηλ. η πώληση του προϊόντος μας.

4. Δεν παρουσιάζεις την υπηρεσία σου ως λύση με πραγματικό αποτέλεσμα στο πρόβλημα τους

Η διαδικασία προσδιορισμού της τιμής ενός προϊόντος καθώς και ο τρόπος που «πακετάρεται» είναι ιδιαίτερης σημασία για να προσεγγίσεις και να έλξεις τον ιδανικό σου πελάτη. Όμως όχι για τους λόγους που νομίζεις. Οι ιδανικοί σου πελάτες ΘΕΛΟΥΝ να πληρώσουν περισσότερο για αυτό που τους προσφέρει, αν τους προσφέρει μια μοναδική λύση στο πρόβλημα που τους απασχολεί. Γιατί το να πληρώσει κάποιος τα παραπάνω χρήματα, για ένα προϊόν αν αυτό είναι premium και λύνει τα χέρια αυτών που το αγοράζουν και είναι μοναδικό, δεν είναι κάτι απαγορευτικό. Μπορεί κιόλας να τους βοηθά να δουν την αξία σε αυτό που κάνουν. Θα δώσω το παράδειγμα των τηλεφώνων iPhone ή των προϊόντων της Apple, που πάντα βγαίνουν πιο ακριβά στην αγορά από παρόμοια προϊόντα της αγοράς όμως οι καταναλωτές γνωρίζουν ότι πρόκειται για προϊόντα και υπηρεσίες με προστιθέμενη αξία.

5. Δεν παρουσιάζεις τον εαυτό σου ως τον ειδικό που «κυνηγάν» οι πελάτες του για να βρουν λύση στο πρόβλημα τους

Σου συμβαίνει συχνά να αισθάνεσαι ότι κυνηγάς πελάτες; Αυτό είναι κάτι που ακούω πολύ συχνά στις συνεδρίες με πελάτες αλλά και κάτι που παρατηρώ στην αγορά. Από την άλλη υπάρχουν κάποιοι επαγγελματίες που δεν χρειάζεται να κάνουν και πολλά πράγματα για να έχουν πελατεία.

Πιστεύεις ότι αυτοί έχουν το κοκκαλάκι της νυχτερίδας; Σε διαβεβαιώνω όχι. Αυτοί έχουν φροντίσει να έχουν κάνει καλό positioning, να έχουν διατυπώσει ξεκάθαρα τι είναι αυτό που κάνουν στην αγορά και τι λύση προσφέρουν. Τίποτα δεν γίνεται τυχαία.

6. Δεν έχεις δημιουργήσει ένα κανάλι επικοινωνίας που θα έρχεται σε επαφή αλλά και θα έλκει δυνητικούς πελάτες

Ο λόγος που πάρα πολλοί επιχειρηματίες συχνά νιώθουν στρεσαρισμένοι και εξαντλημένοι στην ανεύρεση νέων πελατών είναι ότι δεν έχουν βρει τρόπους για να έλκουν νέους πελάτες. Το θέμα είναι ότι όταν δεν έχεις δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για να έχεις νέους πελάτες, τότε ξεμένεις από δουλειά άρα και χρήματα. Υπάρχει ένας εύκολος τρόπος να το αλλάξεις αυτό.

7. Δεν γνωρίζεις πώς να προωθεις τα προϊόντα σου ώστε να μην αισθάνονται οι πελάτες σου ότι τους πιέζεις να αγοράσουν

Συνήθως δεν μου αρέσει καθόλου να προωθώ τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μου με πιεστικό και βίαιο τρόπο, προσπαθώντας να πείσω ότι το προϊόν μου είναι κατάλληλο για τις ανάγκες τους πελάτη και ότι είναι το σούπερ ντούπερ προϊόν κτλ κτλ. Αυτός ο τρόπος είναι ιδιαίτερα απεχθής, αποκρουστικός και αναποτελεσματικός. Η πώληση αν είναι προϊόν μη συνειδητής πράξης ή προϊόν παραπλάνησης τότε συνήθως γυρνά μπουμέρανγκ.

7 συμβουλές για επαγγελματικό βιογραφικό χωρίς προϋπηρεσία



1. Μέγεθος γραμματοσειράς. Αυτό είναι το πρώτο πράγμα που παρατηρεί ένας εργοδότης. Φρόντισε να χρησιμοποιείς γραμματοσειρές που ταιριάζουν στο ύφος της βιομηχανίας που κάνεις αίτηση. Arial, Times New Roman και Calibri είναι κάποιες από τις πιο σίγουρες επιλογές. Κι άλλες γραμματοσειρές είναι δημοφιλείς, αλλά πρέπει να προσέξεις το βιογραφικό σου να μην φανεί πολύ trendy ή πολύ casual. Όσο αναφορά το μέγεθος της γραμματοσειράς, το πιο ακριβές μέγεθος είναι το 10. Να θυμάσαι πως το μέγεθος 9 μπορεί να κάνει το βιογραφικό σου δυσανάγνωστο, αλλά και το 12 είναι αποτρεπτικό, καθώς στέλνει το μήνυμα πως θέλεις να αντισταθμίσεις την έλλειψη του περιεχομένου με το μεγάλο μέγεθος της γραμματοσειράς.

2. Στοιχεία Επικοινωνίας. Δώσε έμφαση στο όνομα σου κάνοντας το μεγαλύτερο σε μέγεθος από τα άλλα στοιχεία και **bold**. Συμπεριέλαβε τον αριθμό τηλεφώνου, τη διεύθυνση email, τη διεύθυνση κατοικίας, και το δημόσιο προφίλ σου στο LinkedIn. Αν είσαι ακόμη φοιτητής και μένεις σε εστία ή στο πατρικό σου σπίτι, καλό θα ήταν να βάλεις τη διεύθυνση κατοικίας που βρίσκεται πιο κοντά στη διεύθυνση εργασίας σου. Επίσης, χρησιμοποίησε μια διεύθυνση email που αποπνέει μια επαγγελματική εικόνα για σένα. Για παράδειγμα, μια διεύθυνση όπως giorgospapadopoulos@gmail.com αντί για georgebest84@gmail.com είναι πιο πιθανό να σου εξασφαλίσει μια απάντηση από τον μελλοντικό εργοδότη σου.

3. Στόχος. Γράψε το σκοπό της αίτησης σου αν είναι σχετικός με τη θέση εργασίας στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Για παράδειγμα, «Αναζήτηση πρακτικής εργασίας στον τομέα του social media marketing για το φθινόπωρο του 2014» είναι στοχευμένο και ακριβές. Το να γράψεις «Ενδιαφέρομαι για θέση σε μεγάλη εταιρία, όπου μπορώ να εφαρμόσω τις γνώσεις μου σε ένα δυναμικό περιβάλλον» είναι μια γενική φράση που δεν δηλώνει ακριβώς το τι ξέρεις και ποια είναι η συγκεκριμένη θέση που αναζητάς στην εταιρία. Αυτά τα 3 στοιχεία που αναφέραμε μέχρι τώρα είναι αυτά που θα δει πρώτα ο εργοδότης, ιδιαίτερα αν δει την αίτηση από το κινητό του. Γι' αυτό το λόγο, αν ο κύριος στόχος σου δεν είναι αρκετά σαφής, μπορείς να τον παραλήψεις και να βάλεις άλλα σημαντικά στοιχεία στο βιογραφικό σου.

4. Σύνοψη. Μια σύνοψη είναι απαραίτητη, καθώς δίνει σε 2-3 προτάσεις ένα δείγμα από το επαγγελματικό background, τα projects και τις ικανότητες σου. Η σύνοψη χρησιμοποιείται περισσότερο από εμπειρότερους υποψηφίους που έχουν περισσότερη προϋπηρεσία και θα πρέπει το συγκεκριμένο κομμάτι να εξειδικεύεται κάθε φορά με βάση την αντίστοιχη θέση εργασίας. Οι περισσότεροι νέοι υποψήφιοι στην αγορά εργασίας δεν έχουν επαρκές υλικό για να γράψουν μια σύνοψη. Όπως και με τον σκοπό της αίτησης παραπάνω, οι «έτοιμες» συνόψεις θα πρέπει να αποφευχθούν – καθώς δεν θα σε ξεχωρίσουν από τους χιλιάδες άλλους υποψηφίους και θα σπαταλήσεις άδικα το χρόνο σου, αλλά και το χρόνο του εργοδότη σου.

5. Εκπαίδευση. Γενικά, το πιο αξιοσημείωτο επίτευγμα στο βιογραφικό ενός entry-level υποψηφίου, είναι το πτυχίο του. Τοποθέτησε την ακαδημαϊκή σου εκπαίδευση όσο ψηλότερα γίνεται στο βιογραφικό σου και σημείωσε το βαθμό σου αν είναι από 7,5 και πάνω. Μπορείς επίσης να προσθέσεις και σχετικά μαθήματα που θα δείχνουν στον υποψήφιο εργοδότη τους τομείς που έχεις αναπτύξει, έστω και σε θεωρητικό επίπεδο. Επίσης, μπορείς να προσθέσεις την σχετική ακαδημαϊκή σου εμπειρία πριν από τη σχολή, εφόσον υπάρχει, καθώς και τις οργανώσεις ή εθελοντικές εργασίες που είχες ως μέλος της σχολής.

6. Επαγγελματική εμπειρία. Στον τομέα αυτό μπορείς να γράψεις τις πρακτικές, τις εθελοντικές εργασίες, τις εξωσχολικές δραστηριότητες ή ότι άλλο σχετικό έχεις πραγματοποιήσει στο παρελθόν. Για να δεις αν οι δεξιότητες σου συμπίπτουν με τις δραστηριότητες που περιγράφεις, δες τις πρώτες 5 δεξιότητες που ζητούνται στην αγγελία εργασίας που κάνεις αίτηση και βρες ποιες από τις δραστηριότητες που περιγράφεις δείχνουν αυτό ακριβώς που ψάχνει ο εργοδότης σου. Συμπλήρωσε τις εμπειρίες εκείνες που αναδεικνύουν περισσότερο τις δεξιότητες αυτές. Επίσης, οι περισσότεροι εργοδότες ψάχνουν να βρουν υποψηφίους που έχουν μια ή περισσότερες δεξιότητες από τις παρακάτω: επίλυση προβλημάτων, επικοινωνιακές δεξιότητες, άρση πρωτοβουλιών, ηγετικές ικανότητες και ορισμένες τεχνικές δεξιότητες που καλύπτουν τις ανάγκες τους. Σιγουρέψου πως οι προηγούμενες επαγγελματικές σου εμπειρίες δείχνουν ακριβώς με ποιο τρόπο έχεις αποκτήσει ή αναπτύξει τις συγκεκριμένες δεξιότητες που ζητούνται στην αγγελία.

7. Δεξιότητες. Η ικανότητα σου να διαχειριστείς συγκεκριμένου τύπου λογισμικά ή οι τεχνικές δεξιότητες σου μπορεί να είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες στην τελική επιλογή για μια θέση εργασίας. Πρόσθεσε ένα τμήμα με τις δεξιότητες σου όσο αναφορά τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, καθώς και τις τεχνικές γνώσεις που έχεις αποκτήσει μέχρι τώρα.

Γενικά, να έχεις στο μυαλό σου γράφοντας το βιογραφικό σου πως «ο εργοδότης έχει περιορισμένο χρόνο και η προσοχή στο γραπτό σου θα είναι πολύ περιορισμένη». Είναι πολύ πιθανό ο εργοδότης να δει το βιογραφικό σου, καθώς μιλά στο τηλέφωνο, βρισκόμενος σε συζήτηση με τους φίλους του, γράφοντας την λίστα υποχρεώσεων του, δίχως να εξετάσει λεπτομερώς και με αμέριστη προσοχή το βιογραφικό σου. Αυτό είναι σημαντικό γιατί έτσι θα καταλάβεις ποια είναι τα πιο σημαντικά γεγονότα που πρέπει να γράψεις στο βιογραφικό σου για να τραβήξεις την προσοχή.

Λεξιλόγιο Συστατικής επιστολής

Συνέντευξη για πρόσληψη

Για να αξιολογήσει ο πιθανός εργοδότης κάποιον υποψήφιο για εργασία, τον καλεί συνήθως σε συνέντευξη με σκοπό να γνωρίσει τα προσόντα, τις ικανότητες, το χαρακτήρα του.

Συνηθισμένες ερωτήσεις σε μια συνέντευξη

- "Μιλήστε μου για τον εαυτό σας"
- "Ποια είναι τα προτερήματα και ποια τα ελαττώματα σας;"
- "Τι γνωρίζετε για την εταιρεία μας;"
- "Ποια είναι για σας η μεγαλύτερη επαγγελματική πρόκληση;"
- "Ποιο είναι το ιδανικό επαγγελματικό περιβάλλον για σας;"
- "Γιατί αφήσατε την προηγούμενη εργασία σας;"
- "Τι σας παρακίνησε για να ζητήσετε αυτή τη θέση;"
- "Ποιοι είναι οι βραχυπρόθεσμοι και ποιοι οι μακροπρόθεσμοι στόχοι σας;"
- "Με ποιους τρόπους νομίζετε ότι μπορείτε να συνεισφέρετε στην επιχείρηση από τη θέση αυτή;"
- "Ποιες είναι οι εξωκαδημαϊκές σας δραστηριότητες και τι έχετε μάθει από αυτές;"
- "Γιατί να επιλέξουμε εσάς για τη θέση αυτή και όχι κάποιον άλλο;"
- "Τι σας ενδιαφέρει περισσότερο και τι λιγότερο στη θέση που σας προσφέρουμε;"

http://ebooks.edu.gr/modules/ebookshow.php?DSB105/439/2912,11427/index_09.htm

5/

Λεξιλόγιο Συστατικής επιστολής

3/1/2016

"Με τι μισθό θα ήσασταν ευχαριστημένος;"

"Αν σας προσφέρουν μια καλύτερη θέση, ενόσω εργάζεστε στην εταιρεία μας, τι θα κάνετε;"

"Ποια είναι τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίσατε στις προηγούμενες / δουλειές σας; Πώς τα λύσατε;"

"Αν ξεκινούσατε τη σταδιοδρομία σας, τις σπουδές σας από την αρχή τι αλλαγές θα κάνατε;"

"Τι γνωρίζετε για τη θέση αυτή;"

"Τι σας άρεσε περισσότερο και τι λιγότερο από τις προηγούμενες ενασχολήσεις/ δουλειές σας;"

"Είσατε διατεθειμένος να κάνετε επαγγελματικά ταξίδια; Πώς αυτό θα επηρεάσει τη δουλειά σας;"

"Κατά πόσο πιστεύετε ότι οι σπουδές σας σας έχουν προετοιμάσει για μια σταδιοδρομία;"

Ικανότητες που συνήθως εκτιμώνται σε μια συνέντευξη επιλογής

- Καθαρή έκφραση, πειστικότητα.
- Επιμονή, κίνητρα, ενεργητικότητα.
- Λήψη πρωτοβουλιών, δημιουργικότητα.
- Οργανωτικές ικανότητες.
- Ικανότητες για εργασία σε ομάδα.
- Χειρισμός δύσκολων ή/και απρόσμενων καταστάσεων.

http://ebooks.edu.gr/modules/ebookshow.php?DSB105/439/2912,11427/index_09.htm

9 διευθυντές αποκαλύπτουν ποια είναι η πιο «σκληρή» ερώτηση που κάνουν στις συνεντεύξεις για δουλειά

Όλοι γνωρίζουμε ότι στις συνεντεύξεις υπάρχουν οι κλασικές ερωτήσεις, όπως είναι «ποιο είναι το μεγαλύτερό σου ελάττωμα;», «που πιστεύεις ότι είσαι πολύ καλός;» ή «τα πηγαίνεις καλά στη συνεργασία με άλλους;», αλλά ποια είναι η πιο σκληρή ερώτηση που συνηθίζουν να κάνουν στους υποψήφιους εργαζόμενους οι διευθυντές;

Η ιστοσελίδα Quartz ζήτησε από 9 Γενικούς Διευθυντές και στελέχη να πουν ποια είναι η πιο σκληρή ερώτηση που κάνουν κατά τη διάρκεια μίας συνέντευξης για δουλειά και αυτές είναι οι απαντήσεις τους.

Μην πείτε ότι δεν σας προειδοποιήσαμε!

1. «Προτιμάς να σε σέβονται ή να σε φοβούνται;» - Michael Gregoire, CEO της εταιρείας CA Technologies
2. «Γιατί βρίσκεσαι εδώ σήμερα;» - Gordon Wilson, CEO της εταιρείας Travelport
3. «Ποια είναι το μεγαλύτερό σου όνειρο;» - Zhang Xin, συνιδρυτής και CEO της εταιρείας SOHO China
4. Ρωτάω πως τους συμπεριφέρθηκαν (όχι τους υποψήφιους, αλλά όσους συναναστράφηκαν με τους υποψήφιους μέχρι να μπουν στο γραφείο για τη συνέντευξη. - Rick Goings, CEO της εταιρείας Tupperware
5. «Ποια είναι η αγαπημένη σου περιοχή στην Monopoly και γιατί;» - Ken Moelis, ιδρυτής και CEO της εταιρείας Moelis & Co
6. «Πες για την φορά που απέτυχες» - Roger Crandall, CEO της εταιρείας MassMutual
7. «Μίλησέ μου για όταν ήσουν 7-8 χρονών. Τι ήθελες να γίνεις τότε;» - Barbara Byrne, Αντιπρόεδρος της Barclays
8. Το τεστ του κρασιού. Αντί για μία τυπική συνέντευξη, ο Charles Phillips, CEO της εταιρείας Infor, προτιμά να βγάζει τους υποψήφιους έξω για φαγητό, ώστε να δει την συμπεριφορά τους σε ένα όχι και τόσο δομημένο περιβάλλον. Το απόλυτο τεστ είναι όταν έρχεται η λίστα με τα κρασιά, την οποία τους δίνει και περιμένει να επιλέξουν. Επίσης, παρατηρεί πως συμπεριφέρονται στους σερβιτόρους.
9. Όπως πάει η κουβέντα. Ο πρόεδρος και CEO της εταιρείας Tech Mahindra, Atul Kunwar, δεν έχει κάποια συγκεκριμένη τακτική, αλλά αφήνει τα ενδιαφέροντα και τα χόμπι του κάθε υποψήφιου να οδηγήσει την κουβέντα.

9 λάθη που κάνουμε τα πρώτα 10 λεπτά που είμαστε στη δουλειά

HuffPost Greece | Newsroom

1.Πηγαίνουμε στη δουλειά αργοπορημένοι

Πρόσφατη έρευνα έδειξε πως οι εργοδότες ή προϊστάμενοι, «βάζουν» στο μάτι όσους καθυστερούν ακόμη και εάν τα ίδια πρόσωπα έχουν την τάση να είναι αυτοί που πάντα θα καθίσουν παραπάνω. Γενικά οι εργοδότες συνδέουν την καθυστερημένη προσέλευση, με τη χαμηλή αποδοτικότητα και φέρονται στους εργαζόμενους...με τον ανάλογο τρόπο

2.Δεν χαιρετάμε τους συναδέλφους μας

Μια «καλημέρα» ή μια ερώτηση στους συναδέλφους πχ για το πως πέρασαν το Σαββατοκύριακο, ή γενικά η ψιλοκουβεντούλα, δίνει έναν ευχάριστο τόνο στον εργασιακό χώρο και δείχνει πως δεν είστε απρόσιτος, ενώ σίγουρα εξασφαλίζει καλύτερες εργασιακές σχέσεις. Στην περίπτωση δε που είστε προϊστάμενος τότε σίγουρα θα πρέπει να χαιρετάτε τους συναδέλφους σας εάν θέλετε να έχετε μια καλή συνεργασία και να περιβάλλεστε από πρόθυμους συναδέλφους

3.Πίνουμε καφέ αμέσως μετά την άφιξή μας

Οι περισσότεροι σίγουρα βάζετε μια κούπα καφέ μόλις φτάσετε στη δουλειά. Είτε έχετε πιει στο σπίτι είτε όχι. Έρευνες όμως υποστηρίζουν πως η καλύτερη ώρα για κατανάλωση καφέ είναι μετά τις 9:30πμ και αυτό γιατί η κορτιζόλη που είναι και η «ορμόνη του άγχους» φθάνει στα ανώτατα επίπεδα μεταξύ 8 με 9 το πρωί. Η κατανάλωση καφέ λοιπόν εκείνη την ώρα μειώνει τα φυσιολογικά ποσοστά κορτιζόλης και σας κάνει να εξαρτάστε από την καφεΐνη την οποία δεν χρειάζεστε μέχρι τις 9:30πμ

4.Απαντάμε σε όλα τα email που βρίσκουμε στα εισερχόμενα

Μέγα λάθος. Όταν ανοίγετε το mail σας χρειάζεται να «σκανάρετε» και εν συνεχεία να απαντήσετε μόνο όσα αφορούν πραγματικά επείγοντα ζητήματα και θα σας βοηθήσουν να φτιάξετε μια λίστα με τις προτεραιότητες της ημέρας. Διαφορετικά όχι μόνο θα στρεσάρετε τον εαυτό σας χωρίς λόγο και θα χάσετε και πολύτιμο χρόνο αλλά πιθανότατα αφού δεν θα βάλετε εσείς τις προτεραιότητες της ημέρα να το κάνει κάποιος άλλος για σας

5.Κάνουμε πρώτα τις... εύκολες δουλειές

Όσο περνούν οι ώρες στη δουλειά και ξοδεύουμε δυνάμεις, η απόδοσή μας μειώνεται. Κατά συνέπεια είναι λάθος να ξεκινάμε με όλε τις εύκολες δουλειές με το που θα πάμε στο χώρο εργασίας μας. Αντιθέτως πρέπει να ξεκινάμε με τις πιο απαιτητικές και για τις ώρες που έχουμε λιγότερες αντοχές αφήνουμε τις λιγότερο δύσκολες

6.Πολλές δουλειές ταυτόχρονα

Σίγουρα το πρωί είστε γεμάτοι ενέργεια και αισθάνεστε πως μπορείτε να κάνετε όχι μόνο ένα αλλά πολλά πράγματα μαζί, όσο απαιτητικά και εάν είναι. Αυτό είναι ένα ακόμη λάθος καθώς έρευνες έχουν αποδείξει πως αυτή η τακτική συνήθως «βλάπτει» εσάς ενώ δεν σας βοηθά να αποδώσετε τα μέγιστα στην εργασία που πρέπει να φέρεται σε πέρας και είναι η πιο

απαιτητική. Γι αυτό για τα πρώτα τουλάχιστον 10 λεπτά στη δουλειά, εστιάστε σε μια μόνο εργασία και μετά βλέπουμε...

7.Κολλάμε στα «άσχημα» της προηγούμενης μέρας

Μπορεί πριν μπειτε στον χώρο εργασίας να έχετε τσακωθεί με κάποιον στο δρόμο, ή το προηγούμενο βράδυ να είχατε έναν καβγά με τον σύντροφό σας. Μην το κουβαλάτε στη δουλειά. Εάν τα πρώτα λεπτά που θα καθίσετε πχ στο γραφείο για να ξεκινήσετε να δουλεύετε, δεν ενδώσετε σε αυτές τις σκέψεις τότε θα έχετε ένα ωραίο ξεκίνημα και ίσως να καταφέρετε και να τις βάλετε αργότερα σε τάξη

8.Πρωινά ραντεβού

Τα meetings νωρίς το πρωί, όπως εκτιμούν ερευνητές, αποτελούν σημαντική σπατάλη ενέργειας και φαιάς ουσίας. Οι πρώτες ώρες στη δουλειά θα πρέπει να ξοδεύονται σε εργασίες που απαιτούν υψηλή συγκέντρωση πχ γράψιμο. Αντιθέτως οι συναντήσεις εργασίας μεταξύ θα πρέπει να γίνονται προς το τέλος του ωραρίου και γενικά σε ώρες που η ενέργεια των εργαζομένων είναι πιο χαμηλή

9.Δεν αρέσκεστε στη ρουτίνα

Μπορεί η λέξη ρουτίνα να μη ηχεί ως κάτι θετικό αλλά μερικές φορές είναι σωτήρια. Το να έχετε μια ρουτίνα τα πρώτα λεπτά που φτάνετε στο γραφείο σας βοηθάει να μην αγχώνεστε προσπαθώντας κάθε πρωί να αποφασίσετε τι θα πρέπει να κάνετε πρώτο. Να δείτε τα mail, να πιείτε καφέ ή να ασχοληθείτε με αυτό την εργασία που σας έχουν αναθέσει. Απλά ξοδεύετε ενέργεια χωρίς να υπάρχει λόγος και εν τέλει χωρίς να κάνετε και κάτι παραγωγικό.

Ο μέσος εργαζόμενος λαμβάνει 120 email την ημέρα, με αποτέλεσμα να είναι πολύ δύσκολο να τα διαβάσει όλα και πόσο μάλλον να τα απαντήσει. Αν είσαι από αυτούς που στέλνουν συχνά email και θέλεις να αυξήσεις τις πιθανότητες να παίρνεις απαντήσεις, διάβασε τα παρακάτω 9 τρικς:

1. ΖΗΤΑ ΝΑ ΕΧΕΙΣ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΓΡΑΜΜΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ ΤΟΥ EMAIL

Ακούγεται απλό, αλλά μερικές φορές είναι το μόνο που έχεις να κάνεις. Αν ένα email χρειάζεται απάντηση ειδοποίησε τον παραλήπτη στην γραμμή του θέματος και θα είναι πολύ πιθανό να την έχεις. Η Janine Adams, επαγγελματίας οργανώτρια, προτείνει: Ένα πράγμα που με κάνει να απαντάω πάντα σε ένα email είναι όταν ο άνθρωπος που μου το στέλνει γράφει: «ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΑΠΑΝΤΗΣΗ». Είναι πολύ αποτελεσματικό».

2. ΑΛΛΑΞΕ ΤΟ ΘΕΜΑ ΤΟΥ EMAIL ΑΝ ΑΛΛΑΞΕΙ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ

Το θέμα της συζήτησης μπορεί να αλλάξει, ειδικά όταν τα email δίνουν και παίρνουν. Υπάρχει μεγάλος κίνδυνος το θέμα της αρχικού email να γίνει άσχετο με το πως έχει διαμορφωθεί το περιεχόμενο της κουβέντας. «Οι άνθρωποι αποσυντονίζονται και σταματούν να διαβάζουν όταν νιώθουν ότι έχουν πάρει τις πληροφορίες που χρειάζονταν στο προηγούμενο θέμα και οι απαντήσεις δεν απαντάνε στις αρχικές απορίες τους», λέει η Dianna Booher συγγραφέας του βιβλίου «What More Can I Say? Why Communication Fails and What to Do About It». «Επειδή μπορεί να χαθούν σημαντικές πτυχές της συζήτησης θα πρέπει ο αρχικός αποστολέας να ανανεώσει τον τίτλο του θέματος».

3. ΜΗΝ ΞΕΧΑΣΕΙΣ ΤΟΝ ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟ

Όταν ένα email ξεκινάει χωρίς συγκεκριμένη απεύθυνση, ο παραλήπτης μπορεί πολύ εύκολα να υποθέσει ότι το μήνυμα έχει σταλεί μαζικά και να μην απαντήσει. «Επίσης το email σου μπορεί να παρεξηγηθεί ως απαίτηση και όχι ως παράκληση. Ένας απλός χαιρετισμός μπορεί να κάνει το email σου πιο ευγενικό», λέει η Peggy Duncan, συγγραφέας του βιβλίου «The Time Management Memory Jogger: Create Time for the Life You Want».

4. ΞΕΚΙΝΑ ΤΟ EMAIL ΜΕ ΕΝΑ ΞΕΚΑΘΑΡΟ ΑΙΤΗΜΑ

Μην κρύβεις τον σκοπό του μηνύματός σου. Ξεκίνα περιγράφοντας την απάντηση που περιμένεις να λάβεις και γράψε οπωσδήποτε το deadline σου, προτείνει η Lisa Zaslow, επαγγελματίας οργανώτρια. Για παράδειγμα μπορείς να γράψεις: «Σας παρακαλώ ενημερώστε με μέχρι το τέλος της ημέρας εάν θα μπορέσετε να κανονίσουμε συνάντηση στις 21 Απριλίου».

5. ΠΡΟΣΠΑΘΗΣΕ ΝΑ ΓΡΑΦΕΙΣ ΣΥΝΤΟΜΑ EMAIL

Για να αυξήσεις πολύ τις πιθανότητες απάντησης, προσπάθησε το email σου να είναι 50-125 λέξεων. Σύμφωνα με μελέτες, τα ποσοστά απάντησης σε ένα email μειώνονται κατά 50% σε μηνύματα με παραπάνω από 125 λέξεις και κατά ακόμη 44% σε μηνύματα 500 λέξεων. Μετά από τα παραπάνω, το ποσοστό παραμένει σταθερό και στις 2000 λέξεις πέφτει πάλι κατακόρυφα.

6. ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕ ΓΛΩΣΣΑ ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ

Το επίπεδο της γλώσσας των email επηρεάζει δραματικά τα ποσοστά απάντησης. Τα email που γράφονται σε γλώσσα επιπέδου δημοτικού, με πιο απλό λεξιλόγιο και πιο μικρές προτάσεις θεωρούνται πολύ καλύτερα, και δίνουν ένα 36% περισσότερων πιθανοτήτων για απάντηση συγκριτικά με τα email που γράφονται σε γλώσσα επιπέδου κολεγίου. Στο site ReadabilityScore.com, μπορείς να τσεκάρεις το πόσο εύκολα μπορεί να διαβαστεί το email σου.

7. ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ

Άλλες μελέτες έχουν αποδείξει ότι κάνοντας προσεκτική χρήση λέξεων με αρνητική ή θετική συναισθηματική φόρτιση, όπως υπέροχο, φανταστικό, ευχαριστημένος, κακό, τραγικό, απαράδεκτο, αύξησαν τις πιθανότητες απάντησης κατά 10-15% σε σχέση με ένα ουδέτερο email.

8. ΕΜΠΛΟΥΤΙΣΕ ΤΟ ΚΕΙΜΕΝΟ ΣΟΥ

Κάνε έντονη την γραμματοσειρά σου και χρησιμοποίησε χρώμα όταν χρειάζεται να τονίσεις κάτι συγκεκριμένο, προτείνει η Zaslow. Μπορεί να μην φανεί σε όλους τους παραλήπτες γιατί εξαρτάται από τις ρυθμίσεις του εκάστοτε email, αξίζει όμως να προσπαθήσεις.

9. ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΙΝ ΣΤΕΙΛΕΙΣ ΤΟ EMAIL ΣΟΥ

Στείλε το μήνυμά σου το πρωί. Σύμφωνα με έρευνες τα email που αποστέλλονται μεταξύ 6.00-7.00 το πρωί έχουν μεγαλύτερα ποσοστά απάντησης, κατά 45%. Αυτό συμβαίνει επειδή εκείνη την ώρα στέλνονται λιγότερα email και μειώνεται έτσι ο ανταγωνισμός.

Πηγή: www.lifo.gr

9 λόγοι που οι πιο παραγωγικοί και ταλαντούχοι εργαζόμενοι παραιτούνται

Συχνά ακούμε κάποιους προϊστάμενους ή εργοδότες να παραπονιούνται πως οι καλύτεροι υπάλληλοί τους παραιτούνται. Φυσικά προσπαθούν να με κάθε τρόπο να δικαιολογήσουν αυτή την επιλογή, αλλά στην πραγματικότητα δεν αγγίζουν καν την ουσία του προβλήματος. Και το σημαντικότερο: δεν παραδέχονται πως οι πιο ταλαντούχοι εργαζόμενοι δεν εγκαταλείπουν τη δουλειά τους αλλά τους ίδιους τους εργοδότες και τους προϊστάμενούς τους!

Ποια είναι λοιπόν τα εννέα λάθη που κάνουν και οδηγούν τους καλύτερους υπαλλήλους τους στην παραίτηση; Εδώ θα διαβάσετε μερικά από αυτά, όπως τα καταγράφει σε άρθρο του για την αμερικανική έκδοση της Huffington Post ο Dr. Travis Bradberry (συγγραφέας του best seller Emotional Intelligence 2.0) και σίγουρα με κάποια- ελπίζουμε όχι με όλα- θα ταυτιστείτε.

Τους εξαντλούν στην δουλειά

Τίποτα δεν «καίει» έναν καλό εργαζόμενο, περισσότερο από τον υπερβολικό εργασιακό φόρτο. Αλλά δυστυχώς τα διευθυντικά στελέχη πέφτουν συχνά στην παγίδα να φορτώνουν δουλειά στους καλύτερους. Αυτό βέβαια που δεν συνειδητοποιούν είναι πως με τον τρόπο αυτό, τους κάνουν να αισθάνονται πως τιμωρούνται για την καλή τους απόδοση. Σύμφωνα δε με σχετικές μελέτες αυτή η τακτική τελικά δεν οδηγεί και σε αύξηση της παραγωγικότητας. Αν δε ένας

εργοδότης θέλει να αυξήσει την απόδοση των ταλαντούχων εργαζομένων θα πρέπει να τους ανταμείψει, με αυξήσεις, προαγωγές κλπ

Δεν αναγνωρίζουν και δεν ανταμείβουν την προσφορά τους

Ένα συχνό λάθος είναι πως υποτιμάται η «δύναμη» που έχει ένα φιλικό χτύπημα στην πλάτη, ως επιβράβευση προς αυτούς που αποδίδουν τα μέγιστα. Οι διευθυντές θα πρέπει να επικοινωνούν με τους εργαζόμενους και να γνωρίζουν τι είναι αυτό που θα τους ικανοποιούσε ως ένδειξη αναγνώρισης της σκληρής δουλειάς που κάνουν. Για άλλους μπορεί να είναι μια αύξηση, για άλλους η δημόσια αναγνώριση κα

Κακή σχέση προϊστάμενου - εργαζόμενου

Περισσότεροι από το 50% των εργαζόμενων που παραιτούνται το κάνουν εξαιτίας της σχέσης τους με τον προϊστάμενό τους. Δεν είναι τυχαίο ότι πολλές μεγάλες αλλά και «έξυπνες» εταιρείες φροντίζουν ώστε οι μάνατζερ να είναι άτομα που γνωρίζουν πως να είναι καλοί επαγγελματίες αλλά και να είναι ανθρώπινοι με το εργατικό δυναμικό. Ο εργαζόμενος αδυνατεί από ένα σημείο και μετά να εργάζεται για κάποιον- και μάλιστα πάνω από τις προβλεπόμενες ώρες- όταν αυτός δεν ενδιαφέρεται για τίποτε πέρα του πόσο αποδίδει.

Δεν τηρούν δεσμεύσεις και συμφωνίες

Το να αναλαμβάνει ένας προϊστάμενος ή εργοδότης μια δέσμευση μπορεί να κάνει έναν εργαζόμενο ιδιαίτερα ευτυχή αλλά η μη τήρηση αυτής της δέσμευσης μπορεί και να τον κάνει να τρέξει προς την έξοδο. Οριστικά. Όταν η συμφωνία τηρείται ο προϊστάμενος έχει τον σεβασμό του εργαζόμενου αλλά όταν αθετείται γίνεται έως και σφόδρα αντιπαθής. Εξάλλου εάν ο ανώτερος στην ιεραρχία δεν κρατά το λόγο του, γιατί να του κάνουν όλοι οι άλλοι;

Προσλαμβάνουν και δίνουν προαγωγή σε λάθος άτομα

Οι καλοί και δουλευταράδες εργαζόμενοι θέλουν να συνεργάζονται με άτομα που τους ταιριάζουν. Η πρόσληψη μη ικανών ατόμων, αποτελεί σοβαρό αντικίνητρο ενώ η προαγωγή αυτών των «λάθος» ατόμων είναι κάτι ακόμη χειρότερο καθώς εκλαμβάνεται ως προσβολή.

Δεν αφήνουν του ικανούς να «ακολουθήσουν» το πάθος τους

Οι ταλαντούχοι εργαζόμενοι είναι άτομα παθιασμένα. Όταν τους δίνεται η δυνατότητα να ακολουθήσουν αυτό που επιθυμούν, η παραγωγικότητά τους αυξάνει. Πολλοί προϊστάμενοι όμως θέλουν να εγκλωβίζουν τους υφιστάμενούς τους σε «κουτάκια», κάτι που ξεκινά από τη δική τους φοβία πως εάν τους αφήσουν ελεύθερους να κυνηγήσουν αυτό τους του ικανοποιεί, θα είναι και λιγότερο αποδοτικοί.

Δεν τους βοηθούν να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους

Ένας ικανός μάνατζερ φροντίζει να «ανακαλύπτει» για τους ταλαντούχους εργαζόμενους, νέα πεδία στα οποία θα μπορούσαν να απορροφηθούν και μέσα από την ενασχόλησή τους να βελτιώσουν υπάρχουσες δεξιότητες ή να αναπτύξουν νέες. Διαφορετικά, οι εργαζόμενοι βαριούνται...

«Στραγγαλίζουν» τη δημιουργικότητά τους

Οι πιο ταλαντούχοι υπάλληλοι έχουν ανάγκη να βελτιώνουν ό,τι και εάν είναι αυτό με το οποίο καταπιάνονται. Εάν κάποιος τους στερήσει την δυνατότητα να το πράξουν, επειδή ο προϊστάμενος δεν θέλει να αλλάξει τίποτα, τότε απλά καταλήγουν να μισούν τη δουλειά τους αφού αισθάνονται περιορισμένοι έως και καταπιεσμένοι.

Δεν προσφέρουν πνευματική «πρόκληση»

Οι εργοδότες ή οι προϊστάμενοι που πραγματικά ξεχωρίζουν, είναι αυτοί που προκαλούν τους εργαζόμενους να φέρουν σε πέρας κάτι που μοιάζει αδιανόητο και αφού αυτοί αποδεχθούν την πρόκληση, κάνουν ό,τι μπορούν για να τους βοηθήσουν να επιτύχουν. Όταν ταλαντούχοι και έξυπνοι άνθρωποι «συναντιούνται», το να κάνουν βαρετά και «εύκολα» πράγματα απλά θα τους οδηγήσει σε αναζήτηση μιας πιο απαιτητικής εργασίας.

Λογιστική **Διακρίσεις του Ενεργητικού**

Εξετάζοντας τα περιουσιακά στοιχεία του Ενεργητικού διαπιστώνουμε ότι: Μερικά από αυτά, όπως είναι οικόπεδα, κτίρια, μηχανήματα, μεταφορικά μέσα, έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός, διπλώματα ευρεσιτεχνίας κτλ., αποτελούν μόνιμο εξοπλισμό της επιχείρησης και προορίζονται να την εξυπηρετούν για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του έτους. Αυτά λέγονται **Πάγια**.

Άλλα περιουσιακά στοιχεία του Ενεργητικού, όπως είναι πελάτες, πρώτες και βοηθητικές ύλες, έτοιμα, προϊόντα, χρεόγραφα, γραμμάτια εισπρακτέα, ταμείο κτλ., προορίζονται να υφίστανται συνεχείς μεταβολές στη διάρκεια της χρονιάς, π.χ. η πρώτη ύλη γίνεται έτοιμο προϊόν, το έτοιμο προϊόν μετρητά, τα μετρητά πρώτη ύλη κτλ. Αυτά λέγονται **Κυκλοφορούντα ή Κυκλοφοριακά**.

Πάγια Περιουσιακά στοιχεία ή Πάγιο Ενεργητικό είναι τα αγαθά και τα δικαιώματα που προορίζονται να παραμείνουν μακροχρόνια, με την ίδια περίπου μορφή στην επιχείρηση, καθώς και τα έξοδα πολυετούς απόσβεσης, οι συμμετοχές σε άλλες επιχειρήσεις και οι μακροπρόθεσμες απαιτήσεις.

Τα πάγια περιουσιακά στοιχεία διακρίνονται σε:

α) **ενσώματα πάγια ή ενσώματες ακινητοποιήσεις**. Πρόκειται για υλικά αγαθά, όπως κτίρια, μηχανήματα, έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός κτλ.

β) **άυλα πάγια ή ασώματες ακινητοποιήσεις**. Είναι οικονομικά αγαθά τα οποία δεν έχουν υλική υπόσταση, όπως διπλώματα ευρεσιτεχνίας, σήματα, φήμη και πελατεία, πνευματική ιδιοκτησία, επωνυμία κτλ. τα οποία έχει αποκτήσει η επιχείρηση έναντι συγκεκριμένου τιμήματος.

γ) **έξοδα πολυετούς απόσβεσης**. Είναι οι δαπάνες που πραγματοποιούνται για την ίδρυση και οργάνωση της επιχείρησης καθώς και για την επέκταση και αναδιοργάνωσή της, όπως έξοδα ίδρυσης και οργάνωσης. Επειδή την εξυπηρετούν για μεγάλο διάστημα, δεν κρίνεται σκόπιμο να αποσβεστούν στη χρονιά που πραγματοποιούνται.

Τα στοιχεία που αποτελούν την περιουσία της επιχείρησης μπορούμε να τα

διακρίνουμε σε δύο κατηγορίες.



**Χαρακτηριστικό διάγραμμα μεταβολών
Κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων**

δ) **συμμετοχές και λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις.** Είναι:

- Οι συμμετοχές σε άλλες επιχειρήσεις και
- Οι απαιτήσεις που η προθεσμία εξόφλησής τους λήγει μετά από το τέλος της επόμενης χρήσης, όπως χορηγήσεις στεγαστικών δανείων στο προσωπικό, εγγυήσεις στη ΔΕΗ, γραμμάτια εισπρακτέα μακροπρόθεσμης λήξης κτλ.

Κυκλοφορούντα Περιουσιακά στοιχεία ή Κυκλοφορούν Ενεργητικό αποτελούν τα περιουσιακά στοιχεία του Ενεργητικού που προορίζονται να αλλάζουν θέση και μορφή μία ή περισσότερες φορές μέσα σε μια διαχειριστική χρήση (ένα έτος). Τα κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία διακρίνονται σε:

α) **Αποθέματα υλικών αξιών**, όπως εμπορεύματα, έτοιμα προϊόντα, ημιτελή προϊόντα, πρώτες και βοηθητικές ύλες, ανταλλακτικά πάγιων στοιχείων, είδη συσκευασίας κτλ.

β) **Βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις.** Είναι οι απαιτήσεις που πρόκειται να εισπραχθούν το αργότερο μέχρι το τέλος της επόμενης χρήσης, όπως πελάτες, γραμμάτια εισπρακτέα, χρεώστες διάφοροι κτλ.

γ) **Χρεόγραφα.** Είναι οι μετοχές Α.Ε. (εφόσον δεν πρόκειται για συμμετοχές), ομολογίες, ομόλογα, έντοκα γραμμάτια του Ελληνικού Δημοσίου, κτλ.

δ) **Διαθέσιμα.** Είναι τα περιουσιακά στοιχεία που μετατρέπονται σε χρήματα αμέσως και ασφαλώς, δηλαδή μπορούν να χρησιμοποιηθούν για πληρωμές σε οποιαδήποτε στιγμή, όπως μετρητά (ταμείο), καταθέσεις όψεως, ληγμένα τοκομερίδια ομολογιών εισπρακτέα.

Διευκρινίζεται ότι ένα περιουσιακό στοιχείο θεωρείται Πάγιο ή Κυκλοφορούν ανάλογα με τον προορισμό του π.χ. ένα αυτοκίνητο που προορίζεται να πωληθεί (προϊόν ή εμπόρευμα) είναι κυκλοφορούν, ενώ, αν το χρησιμοποιεί η επιχείρηση για τις δουλειές της, είναι πάγιο.

Διακρίσεις του Παθητικού

Όπως έχει αναφερθεί το Παθητικό διακρίνεται σε **Ίδιο Κεφάλαιο** ή Καθαρή Περιουσία και σε **ξένο κεφάλαιο** ή Πραγματικό Παθητικό ή **υποχρεώσεις σε τρίτους**.

Το ίδιο κεφάλαιο διακρίνεται σε:

α) **Κεφάλαιο**, το οποίο στις ατομικές επιχειρήσεις ταυτίζεται με την Καθαρή περιουσία, ενώ στις εταιρικές αντιπροσωπεύει την ονομαστική αξία των μετοχών ή των εταιρικών μεριδίων ή μερίδων.

β) **Αποθεματικά Κεφάλαια**, που σχηματίζονται από κέρδη που δε διανεμήθηκαν ούτε έχουν προσαυξήσει το Εταιρικό ή Μετοχικό Κεφάλαιο, αλλά παραμένουν στην επιχείρηση.

γ) **Διαφορές αναπροσαρμογής** (οικοπέδων, κτιρίων, κτλ., κυρίως των παγίων). Πρόκειται για τις υπεραξίες που προκύπτουν σύμφωνα με τη νομοθεσία από την αναπροσαρμογή της αξίας των περιουσιακών στοιχείων.

Οι υποχρεώσεις σε τρίτους (ή Πραγματικό Παθητικό) διακρίνονται σε:

α) **Μακροπρόθεσμες** υποχρεώσεις. Πρόκειται για τις υποχρεώσεις που λήγουν μετά το τέλος της επόμενης χρήσης, όπως ομολογιακά δάνεια, μακροπρόθεσμα δάνεια τραπεζών κτλ.

β) **Βραχυπρόθεσμες** υποχρεώσεις. Πρόκειται για τις υποχρεώσεις που λήγουν το αργότερο μέχρι το τέλος της επόμενης χρήσης, όπως προμηθευτές, γραμμάτια πληρωτέα (βραχυπρόθεσμης λήξης), τράπεζες λογαριασμοί βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων, πιστωτές διάφοροι, υποχρεώσεις από φόρους και τέλη, ασφαλιστικοί οργανισμοί κτλ.

Στο παθητικό έχουμε και τις **προβλέψεις** για κινδύνους και έξοδα που είναι κράτηση κάποιου ποσού για κάλυψη ζημίας ή εξόδου που πιθανολογείται, χωρίς να ξέρουμε τον ακριβή χρόνο πραγματοποίησής του ούτε και το ακριβές ύψος του, όπως προβλέψεις για αποζημίωση προσωπικού λόγω εξόδου από την υπηρεσία.

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	ΠΑΘΗΤΙΚΟ
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ • κτήρια • μηχανήματα • οικόπεδα • έπιπλα ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ • επενδύσεις • χρεόγραφα • πρώτες ύλες • εμπορεύματα • πελάτες ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ • ταμείο • καταθέσεις όψεως	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ • αρχικό • κτηθέν • αποθεματικά • κέρδη ή ζημιές χρήσης ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ • μακροπρόθεσμα δάνεια • μεσοπρόθεσμα δάνεια ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ • προμηθευτές • φόροι - τέλη • ασφαλιστικοί οργανισμοί

Η Λογιστική Εξίσωση

Ε

(Ενεργητικό)

↑

Περιουσιακά
Στοιχεία

=

Π

(Παθητικό)

↑

Πηγές Χρηματοδότησης Περιουσιακών
Στοιχείων
Παθητικό: από Πιστωτές (Δανειστές)
Καθαρή Θέση: Από εταίρους, μετόχους

ΚΘ

(Καθαρή Θέση)

Διεθνές Εμπόριο & Χρηματοοικονομικά
Σοφομένης Π. Μιχαήλ

<http://mylearningspot.weebly.com/>

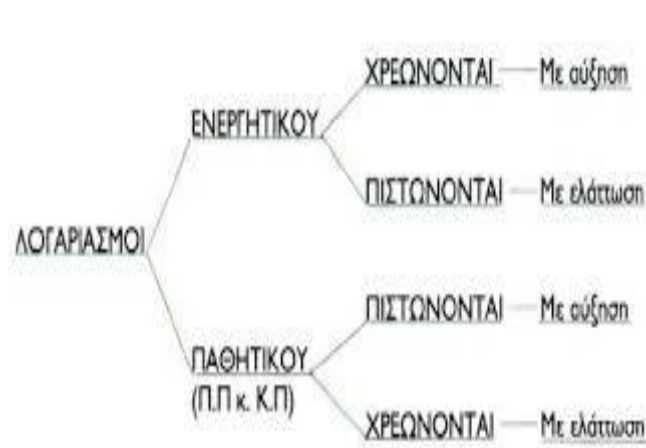
Κατηγορίες Υποχρεώσεων

- Προμηθευτές
- Τράπεζες
- Πιστωτές Διάφοροι
- Εφορία
- Ασφαλιστικά Ταμεία

Το παθητικό διακρίνεται σε:

- Παθητικό (Παθητικό)
- Μακροπρόθεσμο (Μακροπρόθεσμο)
- Τρέχον (Τρέχον)

Σ. Καραγιάννης



Έπιπλα και λοιπός	Χ(+) Εμπορεύματα Π(-)	Χ(+) Πελάτες Π(-)
4.000	20.000	5.000
Χ(+) Γραμ. εισ/τέα Π (-)	Χ(+) Ταμείο Π(-)	Χ(-) Προμηθευτές Π(+)
3.000	8.000	15.000
Χ(-) Γραμ. πληρωτέα Π (+)	Χ(-) Κεφάλαιο Π(+)	
5.000	20.000	

ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ

Ημερομηνία 2010	Σ/Κ	Λογαριασμοί - Αιτιολογία	Αναλυτικά	Ποσά Χρέωση - Πίστωση
1				
15	72	30 Πελάτες		12.000
	14	30.88 Πελάτες ΚΚ	12.000	
	34	70 Πωλήσεις		10.000
	21	70.00 Εμπορεύματα ΧΚ	10.000	
	42	76 Πιστωτικοί Τόκοι		
		πύληση εμπορευμάτων πωλήσεις α/α	2.000	2.000
		150/28-4-13		
2				
16	85	60 Μισθοί		1.000
		60.00 Μισθοί ΖΖ	1.000	
	53	38 Ταμείο		900
	18	38.00 Ταμείο σε ευρώ	900	
	77	54 Εισφορές πληρωτέες		100
		κλήρος κερδών του 22. Εισφορά πληρωτέα α/α		
		204/30-4-13		
		αποσβέστης/επίδοση α/α α/α		

Μέθοδος της Μείωσης της Αναπόσβεστης Λογιστικής Αξίας

- Κατά την μέθοδο της μείωσης της αναπόσβεστης λογιστικής αξίας, η ετήσια απόσβεση υπολογίζεται στο αρχικό κόστος του στοιχείου του ενεργητικού. Η αξία μεταπώλησης δεν λαμβάνεται υπόψη παρά μόνο έμμεσα αφού η λογιστική αξία δεν μπορεί να γίνει μικρότερη αυτής. Ως λογιστική αξία ορίζουμε το αρχικό κόστος του στοιχείου του ενεργητικού μειωμένο κατά την μέχρι στιγμής συσσωρευμένη απόσβεση. Η ετήσια απόσβεση είναι ένα σταθερό ποσοστό της λογιστικής αξίας του προηγούμενου χρόνου. Το ποσό αυτό ελαττώνεται με το χρόνο και από αυτό το γεγονός προήλθε το όνομα της μεθόδου. Τα ποσοστά που χρησιμοποιούνται συνήθως κατά την συγκεκριμένη μέθοδο είναι τρία: 200, 150 και 125%. Το ποιο ποσοστό πρέπει να χρησιμοποιηθεί για το εκάστοτε στοιχείο ενεργητικού, είναι αντικείμενο κρίσης του λογιστή ή οικονομικού συμβούλου του αναγνώστη.
- Για την μέθοδο της διπλής μείωσης της αναπόσβεστης λογιστικής αξίας πρέπει να διαιρεθεί το 200% δια της εκτιμηθείσας ζωής. Για παράδειγμα, αν πρόκειται για πέντε χρόνια είναι: $(200\%)/5 = 40\%$.

«ΤΑ 12 ΕΙΔΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ»

1) ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

1 Δείκτης γενικής ρευστότητας: σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού / σύνολο βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει το μέτρο ρευστότητας μιας επιχείρησης και το περιθώριο ασφαλείας, ώστε αυτή να είναι σε θέση να ανταποκριθεί στην πληρωμή των καθημερινών απαιτητών υποχρεώσεων. Όσο πιο προβλέψιμες είναι οι εισροές χρημάτων μιας επιχείρησης τόσο είναι γενικότερα αποδεκτός ένας πιο χαμηλός δείκτης, αν και αυτό είναι συνάρτηση κυρίως του κλάδου στον οποίο ανήκει η επιχείρηση.

2 Δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού: κύκλος εργασιών / γενικό σύνολο ενεργητικού

Ο εν λόγω αριθμοδείκτης παρέχει ενδείξεις για το πόσο η επιχείρηση χρησιμοποιεί εντατικά τα περιουσιακά της στοιχεία προκειμένου να πραγματοποιεί τις πωλήσεις της. Από αυτό φαίνεται αν υπάρχει υπερεπένδυση κεφαλαίων στην επιχείρηση σε σχέση με το ύψος των πωλήσεών της. Βέβαια, τα στοιχεία αυτού του δείκτη επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τη μέθοδο των αποσβέσεων που ακολουθεί η διοίκηση της εταιρείας, δηλαδή από το αν ακολουθείται πολιτική αυξανόμενης ή σταθερής απόσβεσης. Γενικότερα, όσο υψηλότερος είναι ο δείκτης αυτός τόσο πιο αποτελεσματικά έχουν χρησιμοποιηθεί τα περιουσιακά της στοιχεία. Επίσης, είναι χρήσιμο να γίνεται σύγκριση αυτού του δείκτη με τις ισορροπίες του κλάδου.

3 Δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων: κόστος πωλήσεων / αποθέματα

Ο αριθμοδείκτης αυτός επιτρέπει να δούμε πόσες φορές ανανεώθηκαν τα αποθέματα της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της μέσα στη χρήση. Χρησιμοποιείται δηλαδή για να διαπιστωθεί η ταχύτητα με την οποία τα αποθέματα διατέθηκαν και αντικαταστάθηκαν κατά τη διάρκεια της χρήσης. Αν διαιρέσουμε το 365 (συνολικές ημέρες του έτους) με τον αριθμό αυτόν διαπιστώνουμε τον αριθμό των ημερών που παρέμειναν τα αποθέματα στην επιχείρηση ώσπου να πωληθούν.

4 Δείκτης ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων: κύκλος εργασιών / απαιτήσεις

Ο συγκεκριμένος δείκτης καταδεικνύει αν οι απαιτήσεις μιας επιχείρησης είναι πολύ μεγάλες σε σύγκριση με τις πωλήσεις της. Ανάλογος με την ταχύτητα είσπραξης των απαιτήσεων είναι ο χρόνος δέσμευσης των απαιτήσεων. Μεγάλη ταχύτητα στην είσπραξη των απαιτήσεων σημαίνει μικρότερη πιθανότητα ζημιών από επισφαλείς πελάτες. Η παρακολούθηση της τάσης είναι διαχρονικά χρήσιμη για την αξιολόγηση της ποιότητας και της ρευστότητας των απαιτήσεων.

5 Δείκτης κάλυψης τόκων: κέρδη προ τόκων και φόρων / σύνολο χρεωστικών τόκων

Ο αριθμοδείκτης αυτός φανερώνει τη σχέση μεταξύ των καθαρών κερδών μιας επιχείρησης και των τόκων με τους οποίους αυτή επιβαρύνεται μέσα στη χρήση για τα ξένα κεφάλαια. Αποτελεί δηλαδή ένα μέτρο της δανειακής κατάστασής της σε σχέση με τη δυναμικότητά της να επιτυγχάνει κέρδη, καθώς εμφανίζει την ικανότητά της να εξοφλεί τους τόκους των ξένων κεφαλαίων από τα κέρδη της.

6 Δείκτης οικονομικής μοχλεύσεως: γενικό σύνολο ενεργητικού / σύνολο ιδίων κεφαλαίων

Με τον εν λόγω δείκτη παρατηρούμε την επίδραση που ασκεί η χρησιμοποίηση των δανειακών κεφαλαίων στην αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων της εταιρείας. Ανάλογα με το επίπεδο του δείκτη μεγαλύτερος, ίσος ή μικρότερος της μονάδας η επίδραση από τη χρήση ξένων κεφαλαίων στα κέρδη της επιχείρησης είναι αντίστοιχα θετική και επωφελής, μηδενική ή αρνητική.

7 Δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων: καθαρά κέρδη χρήσης / σύνολο ιδίων κεφαλαίων

Ο αριθμοδείκτης αυτός απεικονίζει την κερδοφόρα δυναμικότητα μιας επιχείρησης και παρέχει ένδειξη του κατά πόσο επιτεύχθηκε ο στόχος πραγματοποίησης ενός ικανοποιητικού αποτελέσματος από τη χρήση των κεφαλαίων του μετόχου. Με άλλα λόγια, μετρά την αποτελεσματικότητα με την οποία τα κεφάλαια των φορέων της επιχείρησης απασχολούνται σε αυτήν. Αποτελεί τον βασικό δείκτη τον οποίο η διοίκηση μιας εταιρείας σε περίπτωση θετικού αποτελέσματος τείνει να προβάλλει με τον πιο επιφανή τρόπο στον ετήσιο απολογισμό χρήσης.

8 Δείκτης αποδοτικότητας ενεργητικού: καθαρά κέρδη χρήσης / σύνολο ενεργητικού X 100

Ο συγκεκριμένος αριθμοδείκτης μετράει την απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων μιας επιχείρησης και επιτρέπει την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της λειτουργίας της. Ο δείκτης φανερώνει την ικανότητά της να μπορεί να επιζήσει οικονομικά και να προσελκύσει κεφάλαια που προσφέρονται για επένδυση, «ανταμείβοντάς» τα ανάλογα.

9 Δείκτης μεικτού κέρδους: μεικτά κέρδη εκμετάλλευσης / κύκλος εργασιών

Ο αριθμοδείκτης αυτός, γνωστός και ως μεικτό περιθώριο κέρδους, είναι πολύ σημαντικός διότι παρέχει ένα μέτρο αξιολόγησης της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων. Δείχνει δηλαδή τη λειτουργική αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης και την πολιτική τιμών αυτής. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης μεικτού κέρδους τόσο καλύτερη από απόψεως κερδών είναι η θέση της επιχείρησης διότι μπορεί να αντιμετωπίσει, χωρίς δυσκολία, μια ενδεχόμενη αύξηση

του κόστους των πωλούμενων προϊόντων της. Ένας υψηλός δείκτης μεικτού κέρδους δείχνει την ικανότητα της διοίκησης μιας επιχείρησης να επιτυγχάνει φθηνές αγορές και να πωλεί σε υψηλές τιμές.

10 Δείκτης καθαρού κέρδους: καθαρά κέρδη χρήσης / κύκλος εργασιών

Ο αριθμοδείκτης αυτός, γνωστός και ως καθαρό περιθώριο κέρδους, προσδιορίζει το κέρδος από τις λειτουργικές δραστηριότητες, δηλαδή το ποσοστό κέρδους που μένει στην επιχείρηση μετά την αφαίρεση από τις καθαρές πωλήσεις του κόστους πωληθέντων και των λοιπών εξόδων. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης τόσο πιο επικερδής είναι η επιχείρηση.

Ο δείκτης «κεφαλαιοποίηση / πωλήσεις»

Η σχέση μεταξύ της χρηματιστηριακής αξίας (κεφαλαιοποίησης) και του κύκλου εργασιών (πωλήσεων) μιας εισηγμένης στο Χρηματιστήριο εταιρείας

Ο λόγος «κεφαλαιοποίηση / πωλήσεις» - price / sales ratio (PSR) δείχνει πόσο δημοφιλής είναι μια εταιρεία στους επενδυτικούς κύκλους με βάση την ικανότητά της να «παράγει» πωλήσεις σε μια συγκεκριμένη χρονιά.

Όταν η χρηματιστηριακή αγορά ακολουθεί έντονες ανοδικές τάσεις, οι επενδυτές συνήθως λησμονούν το γεγονός ότι η εικόνα της αγοράς δύναται να έχει διπλή όψη. Μέσω αυτής της εικόνας τείνουν να αυξάνονται οι πιθανότητες κάποιας βίαιης διόρθωσης ή οι καθοδικές τάσεις να παρουσιάζονται με την ίδια συχνότητα με τις ανοδικές. Αυτό το γεγονός έχει ως αποτέλεσμα τα λογιστικά κέρδη ενός επενδυτή να μετατρέπονται συχνά σε ζημίες, προτού καν προλάβει να συνειδητοποιήσει ότι είναι σημαντικό να μην καθυστερεί στην «υλική» επίτευξη των όποιων σεβαστών αποδόσεών του. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι τα **βήματά** μας στο περιβάλλον του Χρηματιστηρίου πρέπει να είναι πάντα **μεθοδικά και προσεκτικά**, ώστε να διασφαλίζουμε όσο γίνεται περισσότερο τη **μακροχρόνια αποδοτικότητα** των επενδυμένων κεφαλαίων μας. Για τον λόγο αυτόν πρέπει να εμπλουτίζουμε την γκάμα των «εργαλείων» επιλογής των μετοχών του χαρτοφυλακίου μας με διάφορους **δείκτες αποτίμησης και αξιολόγησης**, οι οποίοι είναι ιδιαίτερα **χρήσιμοι σε περιόδους μεικτών τάσεων**, με σημαντικές προς τα άνω ή προς τα κάτω διακυμάνσεις. Εξάλλου σε περιόδους σταθερής ή έντονης ανόδου των τιμών των μετοχών ενός Χρηματιστηρίου οι όποιοι δείκτες αποτίμησης τείνουν να προσφέρουν ολοένα και μικρότερη χρησιμότητα, καθώς το κύμα και ο ενθουσιασμός της ανόδου περιορίζουν διαρκώς το συστατικό της ορθολογικής σκέψης στο μείγμα των αποφάσεων του κάθε επενδυτή.

Π.Α.Ε. ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΣ						
ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 30ης Ιουνίου 2012 - 32η Εταιρική Χρήση (1 Ιουλίου 2011 έως 30 Ιουνίου 2012)						
ΑΜΑΞ 9912406/Β/06/48 (ΠΟΙΑ ΣΕ ΕΥΡΩ)						
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλειόμενης χρήσης 2011/2012			Ποσά προηγούμενης χρήσης 2010/2011		
Α/Α	Α/Α	Α/Α	Α/Α	Α/Α	Α/Α	Α/Α
Ε. ΕΣΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΓΕΣΕΩΣ	Α/Α	Α/Α	Α/Α	Α/Α	Α/Α	Α/Α
1. Λοιπά έσοδα εγκαταστάσεων	183.291,58	86.582,47	22.899,11	93.298,58	99.630,96	23.002,60
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
1. Ασύμμετρες ακινήσεις	32.281,73	32.281,72	0,01	32.281,73	32.281,72	0,01
2. Αποτέλεσμα κλειόμενης χρήσης 2011/12	390.000,00	0,00	390.000,00	12.278.342,91	0,00	12.278.342,91
3. Προσπελάσιμες επενδύσεις ακινήτων	75.801.803,86	41.132.786,24	34.750.987,51	122.278.622,82	58.003.694,35	37.175.658,27
4. Αξίες μεταβλητών υποκαταστάσεων	76.235.115,58	41.132.014,08	35.100.997,53	134.689.448,48	58.238.448,27	79.483.988,19
5. Επενδύσεις ακινήτων	1.815.894,54	1.088.884,46	726.910,08	1.515.894,54	1.000.530,53	613.361,01
6. Χρέη και λοιπά άρτια	233.781,48	233.781,47	0,01	233.781,48	233.781,47	0,01
7. Αποτέλεσμα κλειόμενης χρήσης 2011/12	488.121,27	371.680,31	94.476,96	488.121,27	368.312,01	137.810,26
8. Μεταφορικά μέσα	0.187.807,25	0.360.180,87	227.744,26	3.124.158,13	2.791.790,09	322.368,04
9. Έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός	5.703.710,44	4.843.479,19	1.848.231,40	8.619.982,82	4.398.417,09	1.783.543,31
Σύνολο ακινήτων (Γ+Π)	61.830.826,14	41.780.467,21	36.148.328,82	148.308.427,88	98.691.963,28	85.717.944,82
Η. Συμμετοχές και άλλες μακροπρόθεσμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις			7.044.980,04		7.047.588,04	
7. Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις			7.044.980,04		7.047.588,04	
Σύνολο παγίου ενεργητικού (Γ+Π+Η)			43.193.318,87		105.739.551,32	
Α. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
1. Απαιτήσεις						
2. Παράβολα	10.531.100,10			9.780.995,94		
3. Προμήθειες	189.836,46	10.235.302,64		250.154,27	9.440.527,27	
4. Προμήθειες σε κλιμακωτά	0,00			23.294,31		
5. Προμήθειες	0,00	9,00		23.294,31	0,00	
6. Επενδύσεις ακινήτων	19.800,00			182.791,68		
7. Έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός	19.567,13	19.800,00		182.791,68		
8. Μεταφορικά μέσα	19.567,13	0,00		182.791,68	0,00	
9. Αποτέλεσμα κλειόμενης χρήσης 2011/12	4.834.595,41	101.694,08		506.830,36		
10. Επενδύσεις ακινήτων κλειόμενης χρήσης 2011/12	4.834.595,41	0,00		5.703.245,28		
11. Χρεώσιμα διάφορα				3.491.886,42		
12. Λογαριασμοί διαχείρισης προκαταβολών και πιστώσεων				13.452.899,44		
Σύνολο κυκλοφορούν ενεργητικού (Γ+Π+Η)				25.893.835,91		
Β. ΔΑΨΕΙΣ						
1. Ταμείο		4.034,72			11.834,09	
2. Καταθέσεις τραπεζών και λοιπών		2.678.352,38			2.859.151,74	
3. Καταθέσεις τραπεζών και λοιπών		2.620.357,38			2.859.151,74	
Σύνολο κυκλοφορούν ενεργητικού (Α+Β)			9.323.684,50		14.701.120,83	

ΠΑΝΑΘΗΝΑΪΚΟΣ
ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΟΜΙΛΟΣ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
με διακριτικό τίτλο "ΠΑΟ Κ.Α.Ε."
ΑΡ.Μ. Α.Ε. 39818/06/Β/98/04

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 30ης ΙΟΥΝΙΟΥ 2011 - 13η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1 ΙΟΥΛΙΟΥ 2010 - 30 ΙΟΥΝΙΟΥ 2011) (Ποσά σε €)

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			Ποσά κλειόμενης χρήσης 30.06.2011			Ποσά προηγούμενης χρήσης 30.06.2010			ΠΑΘΗΤΙΚΟ		
			Αξία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναπόσβ.αξία	Αξία κτήσεως	Αποσβέσεις	Αναπόσβ.αξία			
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ											
I. Ασύμμετρες Ακινήτοποιήσεις									A. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
6. Έξοδα μεταγρ. και ανανεώσεων συμβολαίων καλαθοσφαριστών			39.693.845,75	26.029.970,04	13.663.875,71	38.517.428,66	27.096.958,00	11.420.470,66	I. Μετοχικό Κεφάλαιο		
									(249.100 μετοχές των 1,25 €)		
									1. Καταβλημένο		
II. Ενσώματες Ακινήτοποιήσεις									V. Αποτελέσματα εις νέο		
5. Μεταφορικά μέσα			223.620,87	223.620,66	0,21	223.620,87	223.620,66	0,21	Υπόλοιπο ζημιών χρήσεως εις νέο		
6. Έπιπλα και λοιπός εξοπλισμός			502.364,83	478.066,30	24.298,53	492.883,12	434.329,82	58.553,30			
			725.985,70	701.686,96	24.298,74	716.503,99	657.950,48	58.553,51			
Σύνολο Ακινήτοποιήσεων (Γ+II)			40.419.831,45	26.731.657,00	13.688.174,45	39.233.932,65	27.754.908,48	11.479.024,17			
III. Συμμετοχές και άλλες μακροπρ. χρηματοοικ. απαιτήσεις									VI. Ποσά προοριζόμενα για αύξηση κεφαλαίου		
2. Συμμετοχές σε λοιπές επιχειρήσεις					120.000,00			120.000,00	1. Καταθέσεις μετόχων		
7. Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις					95.127,95			85.127,95	Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων		
					215.127,95			205.127,95	(ΑΙ+ΑV+ΑVI)		
Σύνολο Παγίου Ενεργητικού (Γ+II+III)					13.903.302,40			11.684.152,12			
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ									Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
II. Απαιτήσεις									II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
3α. Επιταγές εισπρακτέες					98.400,00			0,00	1. Προμηθευτές		
11. Χρεώστες διάφοροι					2.552.383,44			1.494.894,72	5. Υποχρεώσεις από φόρους-τέλη		
12. Λογαριασμοί διαχ/σεως προκαταβολών & πιστώσεων					236.166,98			33.457,63	6. Ασφαλιστικοί οργανισμοί		
					2.886.950,42			1.528.352,35	11. Πιστωτές διάφοροι		
IV. Διαθέσιμα									Σύνολο Υποχρεώσεων (ΓII)		
3. Καταθέσεις όψεως & προθεσμίας					213.073,00			105.812,08			
Σύνολο Κυκλοφορούντος Ενεργητικού (ΔII+ΔIV)					3.100.023,42			1.634.164,43			
Ε. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ									Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
2. Έσοδα χρήσεως εισπρακτέα					72.615,39			983.516,48	II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Γ+Δ+Ε)					17.075.941,21			14.301.833,03	1. Προμηθευτές		
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ									5. Υποχρεώσεις από φόρους-τέλη		
2. Χρεωστικοί Λογαριασμοί εγγυήσεων και εμπροσμάτων ασφαλειών					1.946.000,00			1.871.000,00	6. Ασφαλιστικοί οργανισμοί		
					1.946.000,00			1.871.000,00	11. Πιστωτές διάφοροι		
									Σύνολο Υποχρεώσεων (ΓII)		

2) ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΕΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Κάθετη Ανάλυση → Πρόκειται για μια μέθοδο ανάλυσης, κατά την οποία ένα σημαντικό μέγεθος ή στοιχείο μιας συγκεκριμένης οικονομικής κατάστασης (π.χ. για τον ισολογισμό το άθροισμά του, για τα αποτελέσματα χρήσης οι πωλήσεις), χρησιμοποιείται ως βάση υπολογισμού και όλα τα άλλα στοιχεία της οικονομικής κατάστασης συγκρίνονται προς αυτό. Αποτέλεσμα της σύγκρισης αυτής, είναι ότι όλα τα στοιχεία της χρηματοοικονομικής κατάστασης εκφράζονται πλέον ως ποσοστά του ποσού του μεγέθους που λήφθηκε ως βάση υπολογισμού και το οποίο παριστάνεται με το 100 %

Οριζόντια Ανάλυση → Πρόκειται για μια μέθοδο ανάλυσης, κατά την οποία συγκρίνονται και αξιολογούνται οι μεταβολές των διαφόρων ομάδων - στοιχείων των λογιστικών καταστάσεων και των μεταβολών της χρηματοοικονομικής θέσης μιας επιχείρησης, δύο ή περισσότερων ετών. Σ' αυτήν, αντιπαρατίθενται τα κονδύλια διαδοχικών ισολογισμών ή αποτελεσμάτων χρήσης, δύο ή περισσότερων χρήσεων και παρακολουθείται και μελετάται η διαχρονική εξέλιξή τους, διότι έτσι οι πληροφορίες που προκύπτουν απ' αυτές είναι πιο αποκαλυπτικές για τον αναλυτή.

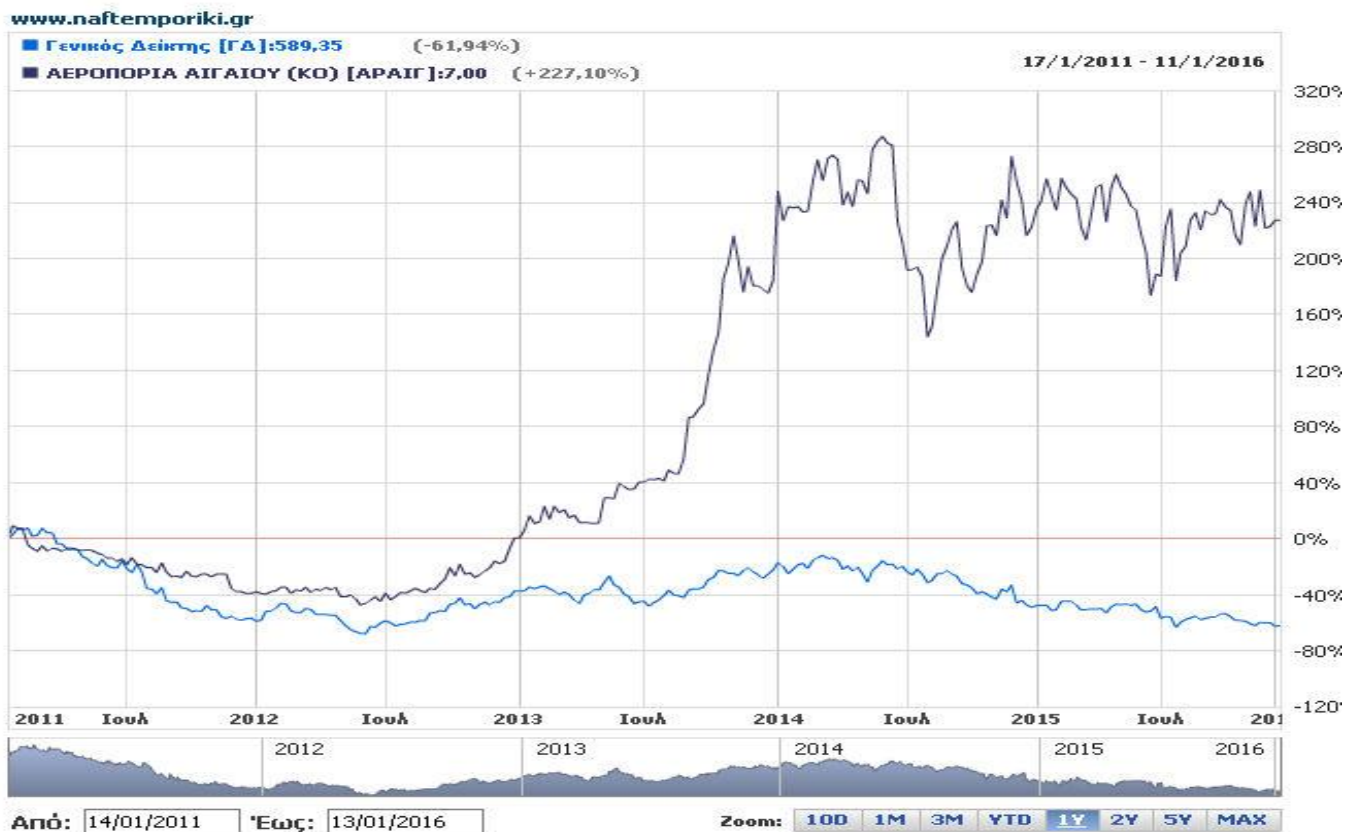
Οριζόντια Ανάλυση				
Παρατηρούνται αυξήσεις στο Κόστος Πωληθέντων (14.3%) και στα Λειτουργικά Έξοδα (2.1%). Αυτό αύξησε τα κόστη περισσότερο από την αύξηση των πωλήσεων και μειώνει τα κέρδη.				
	2007	2006	Ποσό	%
Κύκλος Εργασιών(Πωλήσ)	\$ 520.000	\$ 480.000	\$ 40.000	8,3
Κόστος Πωληθέντων	360.000	315.000	45.000	14,3
Μικτά Αποτελέσματα	160.000	165.000	(5.000)	(3,0)
Λειτουργικά Έξοδα	128.600	126.000	2.600	2,1
Λειτουργικό Κέρδος	31.400	39.000	(7.600)	(19,5)
Χρεωστικοί Τόκοι	6.400	7.000	(600)	(8,6)
Καθαρά Κέρδη προ φόρων	25.000	32.000	(7.000)	(21,9)
(Μείον) Φόρος Εσοδήματος	7.500	9.600	(2.100)	(21,9)
Καθαρά Κέρδη	\$ 17.500	\$ 22.400	\$ (4.900)	(21,9)

Α.Ε. ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ ΑΓΕΤ-ΗΡΑΚΛΗΣ					
Συγκριτικοί ισολογισμοί 1994-1998 (ποσά σε χιλιάδες ευρώ)					
	1994	1995	1996	1997	1998
Ενεργητικό					
Πάγια	69,2%	65,7%	59,6%	64,3%	77,3%
Άλλες επενδύσεις (συμμετοχές)	3,4%	4,1%	7,4%	8,6%	4,2%
Αποθέματα	14,9%	15,0%	17,3%	10,6%	8,3%
Απαιτήσεις	9,8%	10,6%	13,4%	14,1%	8,3%
Άλλα κυκλοφορικά στοιχεία	0,6%	1,0%	0,5%	0,2%	1,1%
Ταμείο και καταθέσεις	2,1%	3,6%	1,8%	2,1%	0,7%
Σύνολο ενεργητικού	100%	100%	100%	100%	100%
Παθητικό & καθαρή θέση					
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	36,2%	33,6%	46,5%	30,6%	39,5%
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	35,0%	37,6%	29,0%	53,3%	42,4%
Σύνολο υποχρεώσεων	71,2%	71,2%	75,5%	83,9%	81,9%
Ίδια κεφάλαια	28,8%	28,8%	24,5%	16,1%	18,1%
Σύνολο παθητικού & ΚΘ	100%	100%	100%	100%	100%

Ανάλυση με δείκτες Τάσεως → Χρησιμοποιούνται στις περιπτώσεις που έχουν να κάνουν με στοιχεία μακράς περιόδου και δείχνουν ανάγλυφα τις μεταβολές των στοιχείων σε διαχρονική

βάση και έτσι ο εκάστοτε αναλυτής κοιτάει και συγκρίνει τα στοιχεία που τον ενδιαφέρουν. $\Delta T = 100 \times \text{τιμή μεγέθους στο υπό κρίση έτος δια τιμή μεγέθους στο έτος βάσης}$

3) ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕΤΟΧΗΣ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΑ



4) ΑΝΑΛΥΣΗ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ (ΚΟΣΤΟΣ)

Νεκρό σημείο (break even point) ονομάζεται το ποσό ακριβώς των πωλήσεων (κύκλου εργασιών), που μια επιχείρηση καλύπτει το σύνολο των εξόδων της, σταθερά και μεταβλητά, μη πραγματοποιώντας ούτε κέρδος ούτε ζημιά. Η συγκεκριμένη έννοια αποτελεί σημαντικό αντικείμενο μελέτης και ανάγεται στη σφαίρα ανάλυσης των πωλήσεων μιας επιχείρησης. Εκφράζεται ως αξία επί των πωλήσεων (μας δείχνει πόση είναι η χρηματική αξία των πωλήσεων που πρέπει να κάνει επιχείρηση ώστε να μην έχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά), ως ποσοστό επί των πωλήσεων (μας δείχνει σε ποιο ποσοστό επί των πωλήσεων που έκανε ή αναμένεται να κάνει η επιχείρηση, δεν έχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά), ως ποσότητα πωλήσεων (μας δείχνει πόσα τεμάχια από το παραγόμενο προϊόν πρέπει να πουλήσει η επιχείρηση ώστε να

μην έχει ούτε κέρδος αλλά ούτε και ζημία) και ως χρόνος (πόσο χρόνο αναμένεται ότι θα χρειαστεί η επιχείρηση ώστε να πουλήσει τον απαραίτητο αριθμό μονάδων προϊόντος, τέτοιον ώστε να μην έχει ούτε κέρδος ούτε ζημία)



5) ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ

Οι προβλέψεις είναι ένα μέσο που χρησιμοποιείται από τους χρηματοοικονομικούς αναλυτές, για την εξαγωγή υποψήφιων (πιθανών) σεναρίων μελλοντικών εξελίξεων των χρηματοοικονομικών μεγεθών που υπόκεινται στην διαδικασία αυτή. Επομένως οι προβλέψεις μπορούν να θεωρηθούν ως μια καλή προσέγγιση των μελλοντικών τάσεων της αγοράς, ώστε μια επιχείρηση να διαμορφώσει τους ανάλογους στόχους και να επιτύχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για αυτήν. Ωστόσο, όλες οι απόψεις οι οποίες βασίζονται σε προβλέψεις μεγεθών χρηματοοικονομικής φύσεως υπόκεινται σε σημαντικούς κινδύνους καθώς εμπεριέχουν αβεβαιότητα. Το γεγονός αυτό επιβάλλει εξαιρετική προσοχή τόσο στην ανάπτυξη, όσο και στην χρήση των προβλέψεων ως κριτήρια επενδυτικής συμπεριφοράς

Προσομοίωση Monte Carlo

Διαδικασία Μοντελοποίησης

- Βήμα 1: Μοντελοποίηση του Επενδυτικού Σχεδίου
- Βήμα 2: Προσδιορισμός Πιθανοτήτων για τα Λάθη των Προβλέψεων
- Βήμα 3: Υπολογισμός της κατανομής των Ταμειακών Ροών και της ΚΠΑ



6) ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΑΡΧΙΚΟΥ ΠΟΣΟΥ

Ανάμεσα στις μη ορθολογικές μεθόδους αξιολόγησης συγκαταλέγεται η Περίοδος Επανείσπραξης του Κεφαλαίου (ΠΕΚ), που μετρά τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να ανακτήσουμε τα κεφάλαια που καταβάλαμε για την πραγματοποίηση μιας επένδυσης.

Ταμειακές Ροές	Επανείσπραξης Κεφαλαίου
	1+1+X)

7) ΚΑΘΑΡΗ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ

Η Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) μιας επένδυσης είναι η διαφορά μεταξύ της παρούσας αξίας των n καθαρών ταμειακών ροών ΚΤΡ της επένδυσης, προεξοφλημένων στο παρόν με επιτόκιο i και του αρχικού κεφαλαίου K_0 που απαιτείται για να πραγματοποιηθεί η επένδυση σήμερα.

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^n \frac{ΚΤΡ_t}{(1+i)^t} - K_0$$

Σε περίπτωση που η παρούσα αξία των αναμενόμενων ταμειακών ροών από την επένδυση σήμερα είναι πιο υψηλή από το απαιτούμενο κόστος της επένδυσης, δηλαδή η $KPA > 0$, η επένδυση γίνεται αποδεκτή.

Σε περίπτωση που η $KPA = 0$, ο επενδυτής πρέπει να είναι αδιάφορος με βάση αυτό το κριτήριο επιλογής.

Σε περίπτωση που η $KPA < 0$, η επένδυση δεν πρέπει να γίνει αποδεκτή.

8) ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η Μέση Ετήσια Απόδοση Επένδυσης (ΜΕΑ) ορίζεται ως το Μέσο Καθαρό Κέρδος (ΜΚΚ) προς την Αρχική Επένδυση (ΑΕ) ή προς το μισό της αρχικής επένδυσης

$$ME A = \frac{MKK}{AE} \quad \text{ή} \quad ME A = \frac{MKK}{AE/2}$$

9) ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ

Με τον εσωτερικό βαθμό απόδοσης (ΕΒΑ) υπολογίζεται το εσωτερικό επιτόκιο μιας επένδυσης, το επιτόκιο εκείνο το οποίο υπονοείται από μια σειρά ΚΤΡ η οποία έχει ορισθεί ως επένδυση. Σκοπός αυτού του κριτηρίου είναι ο υπολογισμός του βαθμού απόδοσης που θα επιτευχθεί από αυτές τις επενδύσεις. Το μέγεθος αυτό ισούται με το επιτόκιο r το οποίο πρέπει να ισχύει, έτσι ώστε εάν επενδύσουμε σήμερα ένα ποσό X να έχουμε μετά από π.χ. 1 έτος ένα ποσό XX .

$$X + Xr = XX \Leftrightarrow X(1+r) = XX \Leftrightarrow X = \frac{XX}{1+r} \Leftrightarrow \frac{XX}{1+r} - X = 0$$

Έπειτα, κάνουμε δοκιμές επιτοκίων r , έτσι ώστε να ισχύει η ισότητα.

10) ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ALTMAN & ZETA

Το 1977, οι Altman, Haldeman και Narayanan δημοσίευσαν ένα αναθεωρημένο μοντέλο για την πολυμεταβλητή ανάλυση διαχωρισμού, το μοντέλο Zeta. Οι λόγοι που τους προέτρεψαν να ασχοληθούν με την αναθεωρημένη μορφή της MDA ήταν κυρίως οι αλλαγές στο οικονομικό προφίλ των πτωχευμένων επιχειρήσεων, καθώς όλο και περισσότερες επιχειρήσεις με υψηλότερο ενεργητικό οδηγούνταν στην αποτυχία. Επιπλέον, θεώρησαν σημαντικό να χρησιμοποιήσουν όσο το δυνατόν πιο πρόσφατα δεδομένα, αλλά και να προσπαθήσουν να εφαρμόσουν το μοντέλο και σε άλλους κλάδους πέρα από το βιομηχανικό. Τέλος, απαραίτητο

ήταν να συμπεριλάβουν στην έρευνά τους και τα αποτελέσματα άλλων μελετητών, καθώς και να την προσαρμόσουν με τα νέα οικονομικά πρότυπα και τις λογιστικές μεθόδους.

$$Z=0,104X1+1,010X2+0,106X3+0,003X4+0,169X5 \text{ (Berley)}$$

$$\underline{Z} = 6.56X1 + 3.26X2 + 6.72X3 + 1.05X4 \quad (\text{τροποποιημένο})$$

$X1$ = Κέρδη προ Τόκων και Φόρων/ Σύνολο Ενεργητικού , $X2$ = Σταθερότητα Κερδών

$X3$ = Κέρδη προ Τόκων και Φόρων/ Χρηματοοικονομικά Έξ

> 2,67 που σημαίνει πως η εταιρεία θεωρείται ασφαλής – Υγιής – Μη πτωχευμένη

$X4$ = Παρακρατηθέντα Κέρδη/ Σύνολο Ενεργητικού

Η ζώνη άγνοιας μεταβάλλεται από το επίπεδο 1,81 – 2,675

$X5$ = Κυκλοφορούν Ενεργητικό/ Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

$X6$ = Τρέχουσα Αξία Ιδίων Κεφαλαίων/ Συνολικά Κεφάλαια , $X7$ = Μεταβολή Ενεργητικού

11) ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΥΣΤΗΜΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ Β

Ο πιο απλός τρόπος προσέγγισης του κινδύνου της αγοράς (market risk) μέσα σε μια εγχώρια χρηματιστηριακή αγορά, είναι με την χρήση του **συντελεστή βήτα**. Ο συντελεστής αυτός, είναι ένα μέτρο της ευαισθησίας των μεταβολών της απόδοσης της μετοχής, ως προς τις μεταβολές του Γενικού Δείκτη του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών. Μια μετοχή με συντελεστή βήτα 0,5 τείνει να μεταβάλλεται κατά μέσο όρο κατά 5% σε μια αντίστοιχη μεταβολή του δείκτη του χρηματιστηρίου κατά 10%. Για τιμές $B < 1$ οι μετοχές θεωρούνται αμυντικές ενώ για τιμές $B > 1$ οι μετοχές θεωρούνται επιθετικές. Με τον ίδιο τρόπο ο συντελεστής B μπορεί να μετρήσει το πόσο επιθετική ή το πόσο αμυντική είναι μια οποιαδήποτε άλλη χρηματιστηριακή αξία.

12) ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

Η ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΤΩΝ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

Αποθέματα είναι τα υλικά αγαθά που ανήκουν στην οικονομική μονάδα, τα οποία:

- Προορίζονται να **πωληθούν** (Εμπορεύματα)
- Προορίζονται να **αναλωθούν** για την παραγωγή έτοιμων αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών (Πρώτες & βοηθητικές ύλες)
- Προορίζονται να **αναλωθούν** για την καλή λειτουργία, τη συντήρηση ή επισκευή παγίων (Ανταλλακτικά παγίων)
- Βρίσκονται στη διαδικασία της παραγωγής και προορίζονται να **πωληθούν** όταν πάρουν τη μορφή των έτοιμων προϊόντων
- Προορίζονται να **χρησιμοποιηθούν** για τη συσκευασία των εμπορευμάτων ή των προϊόντων που παράγονται (Υλικά & είδη συσκευασίας)

Αποτίμηση αποθεμάτων

- Η αποτίμηση των αποθεμάτων γίνεται στην χαμηλότερη αξία μεταξύ κόστους και καθαρής ρευστοποιήσιμης αξίας.
- Η αποτίμηση γίνεται κατ' είδος αποθέματος.

Καθαρή ρευστοποιήσιμη αξία

Πρόκειται για την υπολογιζόμενη τιμή πώλησής των αποθεμάτων, κατά τη συνήθη πορεία της επιχείρησης σε μία δεδομένη στιγμή, μειωμένη με το υπολογιζόμενο κόστος παραγωγικής ολοκλήρωσης και το υπολογιζόμενο κόστος που είναι αναγκαίο για να πραγματοποιηθεί η πώληση.

• Παράδειγμα

Αρχ. απόθ.	1.1	$3000 \times 100 = 300.000$
Αγορά	30.1	$4.000 \times 110 = 440.000$
Πώληση	20.3	$5.000 \times 125 = 625.000$
Αγορά	30.6	$2.000 \times 120 = 240.000$
Πώληση	10.9	$1.000 \times 140 = 140.000$
Αγορά	13.11	$3.000 \times 130 = 390.000$
Πώληση	20.12	$4.000 \times 160 = 640.000$
Τελικό απόθεμα 2.000 μονάδες		
Τρέχουσα τιμή	31.12	135 ευρώ

15

WHAT IS LOGISTICS MANAGEMENT?





ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΓΧΟΣ (επιστημονικά)

- «Άγχος» βρίσκεται στο αρχαιοελληνικό ρήμα άγχω, το οποίο μπορεί να αποδοθεί ως πιέζω, πνίγω ή στραγγαλίζω, πράγμα που από μόνο του μας προϊδεάζει για το ότι δεν πρόκειται για κάποιο ευχάριστο συναίσθημα, αντιθέτως μάλιστα. Στην ουσία το άγχος είναι ένα δυσάρεστο συναίσθημα που αποτελείται από αόριστη ανησυχία ή ακόμα και φόβο, ο οποίος συνήθως δεν μπορεί να καθοριστεί πλήρως, διότι απουσιάζει κάποιο ερέθισμα που να τον προκαλεί άμεσα. Παρόλο που ο λόγος του άγχους δεν είναι πάντα φανερός, υπάρχουν κάποια κοινά συμπτώματα στους ανθρώπους που διακατέχονται από αυτό, τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων υπερένταση, δύσπνοια, ταχυκαρδία, εφίδρωση, διάρροια και τάση για εμετό. Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να επισημάνουμε πως ενώ το άγχος φαίνεται άχρηστο με μια πρώτη ματιά, δεν είναι.



ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΤΡΕΣ;

Η λέξη «στρες» αποτελεί τον αγγλικό όρο (stress) αυτού που θα ονομάζαμε στα ελληνικά «ψυχοκοινωνική πίεση». Αφορά ακριβώς στο αίσθημα που έχουμε όταν δεχόμαστε πιέσεις είτε από το εξωτερικό περιβάλλον (π.χ., οικογένεια, σχέσεις, Πανεπιστήμιο, δουλειά) είτε από τον εαυτό μας (προσδοκίες, απαιτήσεις κτλ.) και στον τρόπο με τον οποίο αντιδρούμε όταν δεχόμαστε αυτές τις πιέσεις.

Το στρες δεν είναι απαραίτητα κάτι το αρνητικό. Σε μικρή ένταση μάλιστα, μπορεί να είναι και η κινητήριός μας δύναμη. Κανείς μας δεν θα έφερνε σε πέρας για παράδειγμα μία εργασία, αν δεν τον ενεργοποιούσε λίγο στρες. Πρόκειται λοιπόν, για μία φυσιολογική αντίδραση του οργανισμού σε εξωτερικές ή εσωτερικές απαιτήσεις ή ακόμη και σε κινδύνους, οπότε και στόχος του στρες είναι να μας βοηθήσει να αντιδράσουμε.

Δεν χειρίζονται όμως, όλα τα άτομα όλες τις καταστάσεις με τον ίδιο τρόπο. Έτσι, σε πολλούς ανθρώπους, η αντίδραση στο στρες ξεπερνά τα φυσιολογικά επίπεδα και αρχίζει να προκαλεί έντονη δυσφορία και δυσκολίες στην καθημερινή ζωή. Το στρες εμφανίζεται με τρεις μορφές:

ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΣΤΡΕΣ

Οξύ στρες: προκαλείται από μία κατάσταση έντονη που μόλις προηγήθηκε (π.χ., συνέντευξη για δουλειά) ή που άμεσα επίκειται (π.χ., ραντεβού με κάποιον που μας ενδιαφέρει). Θέτει το άτομο σε ετοιμότητα και μπορεί να προκαλεί μέχρι και ευχάριστη ένταση, επαναλαμβανόμενο όμως εξαντλεί το άτομο.

Επεισοδιακό οξύ στρες: οξύ στρες σε καθημερινή σχεδόν βάση. Τα άτομα αυτά είναι σαν να βρίσκονται διαρκώς «στην πρίζα». Προκαλεί έντονα σωματικά συμπτώματα (π.χ., καρδιακές παθήσεις, έλκος) και προβλήματα στην συμπεριφορά (π.χ., επιθετικότητα, ξεσπάσματα).

Χρόνιο στρες: το άτομο βρίσκεται μόνιμα σε μία κατάσταση στρες, την οποία μέσα από τον χρόνο συνηθίζει ως αναπόσπαστο μέρος της ζωής του. Η ζωή τού φαίνεται «μίζερη» και στάσιμη. Το άτομο φθείρεται σωματικά και ψυχικά και νοιώθει δυστυχημένο και

ανικανοποίητο. Τα αποτελέσματα αυτού του τύπου στρες είναι αρκετά σοβαρά, καθώς μπορούν να καταλήξουν σε σημαντικά σωματικά ή ψυχικά προβλήματα.

ΤΑ ΣΥΜΠΤΩΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΝΤΟΝΟΥ ΣΤΡΕΣ

Τα συμπτώματα του έντονου στρες εκδηλώνονται σε τέσσερα επίπεδα: στο συναίσθημα, στη σκέψη, στη συμπεριφορά και στο σώμα. Ποικίλουν ανάλογα με την σοβαρότητά τους. Έτσι, αποτέλεσμα του στρες μπορεί να είναι ορισμένες δυσκολίες ή δυσχέρειες, όπως:

Συναισθήματα	Σκέψη	Συμπεριφορές	Σώμα
Στενοχώρια	Σκέψη του είδους: «δεν θα τα καταφέρω»	Παρορμητικότητα	Εφίδρωση
Ανησυχία	Σκέψη του είδους: «θα αποτύχω»	Τρίξιμο δοντιών και δάγκωμα νυχιών	Σφιγμένοι μύες
Ενοχές όταν κάποιος ξεκουράζεται, επειδή θα έπρεπε να κάνει κάποια δουλειά	Σκέψη του είδους: «δεν μου φτάνει ο χρόνος»	Έλλειψη οργανωτικότητας	Συχνουρία / διάρροια
Εκνευρισμός	Θεωρούμε τους άλλους υπεύθυνους για ό,τι άσχημο του συμβαίνει	Αναποφασιστικότητα	Χέρια που τρέμουν
		Υπερβολικές απαιτήσεις από τους άλλους	Ξηροστομία
		Απώλεια χιούμορ	

Μερικές φορές τα συμπτώματα του στρες γίνονται έντονα και παίρνουν τη μορφή προβλημάτων στη λειτουργικότητα και υγεία. Στήνεται ένας φαύλος κύκλος άγχους και συμπτωμάτων, όπου το ένα επιτείνει το άλλο. Έτσι, η παραγόμενη ανησυχία και οι άλλες αρνητικές συνέπειες ξεφεύγουν από τον έλεγχό μας. Η πίεση που νιώθουμε γίνεται μεγαλύτερη και τα συμπτώματα στη σκέψη, το συναίσθημα, τη συμπεριφορά και στο σώμα μας ακόμα πιο έντονα:

Συναισθήματα	Σκέψη	Συμπεριφορές	Σώμα
Θλίψη	Η σκέψη 'κολλάει' σε κάτι	Δεν απολαμβάνουμε τα πράγματα που απολάμβάναμε παλιότερα	Δυσκολίες στον ύπνο
άγχος	Σκέψη του είδους: «πρέπει να κάνω αυτό, πρέπει να κάνω και το άλλο, πρέπει»	Αποφυγή καθηκόντων που προκαλούν άγχος	Κεφαλαλγίες και άλλοι πόνοι σε διάφορα σημεία του σώματος
Σύγχυση	Σκέψη του είδους: «χάλια τα πήγα»	Υπερβολικές αντιδράσεις σε μικρές αντικειμενικά ενοχλήσεις	Διαρκές αίσθημα κόπωσης ή εξάντλησης
Γρήγορη εναλλαγή συναισθημάτων (π.χ. ευφορία - άγχος)	Φοβόμαστε για το χειρότερο	Απρόβλεπτες αντιδράσεις	Αίσθημα πνιγμού και δυσκολία στην αναπνοή / λιποθυμικές τάσεις
Θυμός		Επιθετικότητα	Ταχυπαλμίες
Έντονη ανησυχία για το μέλλον		Απώλεια της όρεξης ή υπερβολική όρεξη	Απώλεια ή αύξηση του σωματικού βάρους
		Δυσκολία στην εκφορά του λόγου	

Οι συνέπειες του ισχυρού στρες δε σταματούν, δυστυχώς, εδώ. Η ένταση της πίεσης, σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες, μπορεί να προκαλέσει σοβαρότατα προβλήματα και κινδύνους, όπως:

Συναισθήματα	Σκέψη	Συμπεριφορές	Σώμα
Αίσθημα ακινητοποιήτου	Αδυναμία στη συγκέντρωση	Κοινωνική απόσυρση / απομόνωση	Συχνές αρρώστιες
Απαισιοδοξία	Προβλήματα μνήμης	Κατάχρηση ηρεμιστικών, αλκοόλ ή άλλων ουσιών	Χρόνιοι πόνοι σε διάφορα σημεία
Χαμηλό αυτοσυναίσθημα	Σκέψη του είδους: «η ζωή μου είναι χάλια»	Αυτοκτονία	Καρκίνος
Διαρκής ανησυχία / φοβίες		Αύξηση ατυχημάτων	Εγκεφαλικό
Κατάθλιψη			Καρδιοπάθειες

Προσοχή! Ακόμη και τα μικρής έντασης συμπτώματα θα πρέπει να σημειώνονται και να αντιμετωπίζονται. Συνήθως δεν δίνουμε σημασία, για παράδειγμα, σε πονοκεφάλους ή στομαχόπονους και αυτό κυρίως, επειδή τους αποδίδουμε αλλού (το καυσαέριο, το κρύο κτλ.) ή γιατί τους έχουμε πλέον συνηθίσει. Η αλήθεια είναι ότι τέτοια «μικρά» συμπτώματα αποτελούν ενδείξεις ότι κάτι δεν πάει καλά στον τρόπο ζωής που ακολουθούμε και ότι θα πρέπει να βρούμε τρόπους να χειριστούμε τις καθημερινές καταστάσεις κάπως διαφορετικά.

ΤΙ ΠΡΟΚΑΛΕΙ ΣΤΡΕΣ;

Το στρες προειδοποιεί!

Είναι πολλά τα γεγονότα εκείνα ή οι καταστάσεις που μπορούν να δημιουργήσουν στρες σε ένα άτομο. Πηγές στρες μπορεί να εντοπίσει κανείς μέσα στον ίδιο τον εαυτό του, στην οικογένειά του, στο χώρο σπουδών ή εργασίας, στο κοινωνικό και φυσικό περιβάλλον.

Για παράδειγμα, στρες μπορεί να δημιουργήσουν:

προβλήματα σχέσεων		προβλήματα στις σπουδές	
	οικονομικές δυσκολίες		προβλήματα στην εργασία
το μέλλον, οι προοπτικές		οι 'απαιτήσεις' του εαυτού	
	οι απαιτήσεις των άλλων		θέματα υγείας και ασφάλειας
η μοναξιά		περιβαλλοντικά προβλήματα (π.χ. ο θόρυβος)	
	η βία		κοινωνικές ανησυχίες και προβλήματα
χρονικοί περιορισμοί		απανωτές δυσκολίες	
	ο ανταγωνισμός		ξαφνικά γεγονότα ή δυσκολίες

Πέραν όμως από τα παραπάνω, υπάρχουν και άλλες συνθήκες που προκαλούν στρες:

οι καταστάσεις που θεωρούμε ότι δεν ελέγχουμε			οι σημαντικές αλλαγές στις συνθήκες ζωής
	η ασάφεια		
		η ματαίωση των προσδοκιών	

		μας	
οι καινούργιες, οι νέες καταστάσεις			η αντίληψη ότι δεν θα τα καταφέρουμε σε κάτι

Κάποια από τα γεγονότα ή τις καταστάσεις που αντιμετωπίζουμε μπορούν να θεωρηθούν στρεσογόνες για όλους σχεδόν τους ανθρώπους (π.χ., η απώλεια προσφιλών προσώπων, η μοναξιά, μια καταστροφή). Κάποια άλλα όμως γίνονται στρεσογόνα μόνο όταν το άτομο θεωρεί ότι δεν μπορεί να τα αντιμετωπίσει. Παράγοντες όπως,

Οι προσδοκίες,
Οι επιθυμίες,
Οι συνθήκες του περιβάλλοντος, όπως αυτές γίνονται αντιληπτές,
Η ελλιπής κοινωνική υποστήριξη,
Ο αρνητικός τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζουμε τα πράγματα,
Ορισμένες αρνητικές συνήθειες (π.χ., η τελειομανία),
Στοιχεία της προσωπικότητας και της ιδιοσυγκρασίας,

διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στο εάν θα αξιολογήσουμε ένα γεγονός ή μια κατάσταση ως στρεσογόνο, καθώς και το πόσο στρες μας δημιουργεί.

ΠΩΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΤΑΙ ΤΟ ΣΤΡΕΣ;

Για να αντιμετωπίσουμε τις δυσκολίες που συναντούμε στη ζωή μας καταφεύγουμε σε διάφορες μεθόδους ή στρατηγικές.

Κάποιες από τις στρατηγικές που χρησιμοποιούμε μας ωφελούν για λίγο μόνο καιρό. Συνήθως αυτές αφορούν τον ίδιο μας τον εαυτό: προσπαθούμε να αλλάξουμε τα συναισθήματά μας ή προσπαθούμε να ξεχάσουμε ό,τι μας απασχολεί. Έτσι όμως το πρόβλημα παραμένει και εξακολουθεί να δημιουργεί δυσάρεστα συναισθήματα και άλλες αρνητικές συνέπειες. Τέτοιες στρατηγικές είναι η λήψη φαρμάκων, η κατάχρηση αλκοόλ ή καπνού, υπερβολική λήψη τροφής, η αποφυγή των γεγονότων ή των καταστάσεων που μας προκαλούν άγχος.

Υπάρχουν όμως και στρατηγικές που βοηθούν και ωφελούν τόσο άμεσα όσο και μακροπρόθεσμα. Οι στρατηγικές αυτές στρέφονται προς το ίδιο το πρόβλημα με στόχο την αντιμετώπισή του και την απαλλαγή μας από αυτό και τις συνέπειές του.

Τέτοιες στρατηγικές αντιμετώπισης του στρες είναι και αυτές που παρουσιάζονται παρακάτω.

Τρεις συμβουλές για την αντιμετώπιση του στρες

1. Χαλαρώστε από την ένταση	2. Αντιμετωπίστε κατευθείαν το αγχογόνο ερέθισμα	3. Ελέγξτε τις δυσάρεστες σκέψεις
------------------------------------	---	--

1. Μαθαίνοντας να χαλαρώνουμε από την ένταση

Χαλαρώνουμε από την ένταση με δύο τρόπους: τη σωστή αναπνοή (διαφραγματική) και τη χαλάρωση των μυών του σώματος.

A) Διαφραγματική αναπνοή

Η σωστή (διαφραγματική) αναπνοή μας βοηθά σημαντικά να χαλαρώνουμε. Είναι μια ανάγκη και πρέπει συχνά να ασκούμε σ' αυτήν.

Ξεκινείτε να ασκείστε ξαπλωμένοι όταν μαθαίνετε την άσκηση. Στην καρέκλα ή όρθιοι αργότερα.

Τοποθετείστε το ένα χέρι στο στήθος και το άλλο στο στομάχι.

Εισπνεύστε από τη μύτη σας και αφήστε το στομάχι σας να φουσκώσει. Έτσι χρησιμοποιείτε πλήρως τους πνεύμονές σας. Προσπαθήστε να διατηρείτε την κίνηση του στήθους σας σε ένα μίνιμουμ, χωρίς να σφίγγετε.

Απαλά και ήρεμα, εκπνεύστε από τη μύτη σας.

Επαναλάβετε, κρατώντας ένα ρυθμό. Στόχος είναι να παίρνετε 8-12 αναπνοές (εισπνοές και εκπνοές) το λεπτό.

Στην αρχή μπορεί να νιώσετε ότι δεν λαμβάνετε αρκετό αέρα, αλλά καθώς θα εξασκείστε θα βρείτε ότι αυτός ο νέος τρόπος αναπνοής είναι ιδανικότερος και ανετότερος.

B) Χαλάρωση των μυών

Η παρακάτω τεχνική είναι πολύ απλή αλλά αποτελεσματική. Χρειάζονται μόνο 5-10 λεπτά για να ολοκληρωθεί. Δοκιμάστε την τήν επόμενη φορά που θα νιώσετε ότι βρίσκεστε κάτω από πίεση.

Καθήστε σε μια αναπαυτική καρέκλα, σε ένα καναπέ ή στο δάπεδο και «τεντωθείτε» λίγο.

Αφήστε τους ώμους και τα χέρια σας να χαλαρώσουν σε μια άνετη θέση. Κουνώντας ελαφρά, 'στρίβοντας' και τεντώνοντας ελαφρά τους μύες σταματά η ένταση.

Αφήστε την ένταση να φύγει από τα πόδια, το στήθος, το λαιμό με τον ίδιο τρόπο, όπως παραπάνω.

Νιώστε ότι η καρέκλα ή ο καναπές ή το δάπεδο στηρίζουν όλο το βάρος του σώματός σας.

Νιώστε ότι τα χέρια σας και τα πόδια σας είναι βαριά και ότι 'βυθίζονται' στο κάθισμα.

Προσπαθήστε να είστε ήρεμοι. Χαλαρώστε το σαγόني σας και το πρόσωπό σας.

Αν κάτι ενοχλητικό συμβεί ή σας περάσει από το μυαλό, απλά αγνοήστε το. Μην του δώσετε σημασία.

Κλείστε τα μάτια σας και φανταστείτε μια σκηνή σε ένα ήρεμο μέρος όπου απολαμβάνετε τηλιακάδα, τη θάλασσα ή ό,τι άλλο σας ικανοποιεί. Φανταστείτε ότι είστε πραγματικά στο μέρος αυτό.

Για λίγα λεπτά κρατείστε αυτή τη χαλαρή θέση.

2. Μαθαίνοντας να αντιμετωπίζουμε κατευθείαν ό,τι μας απασχολεί

Αρκετές φορές καλούμαστε να δώσουμε λύσεις σε διάφορες δύσκολες περιστάσεις ή προβλήματα. Οι **"τεχνικές επίλυσης προβλημάτων"** που παρουσιάζονται παρακάτω μπορούν να φανούν εξαιρετικά χρήσιμες για την αντιμετώπιση τέτοιων δυσκολιών.

Η εφαρμογή της τεχνικής αυτής είναι απλή και απαιτεί λίγη μόνο προσπάθεια. Χωρίζεται σε 6 βήματα:

Καθορισμός του προβλήματος: Προσπαθήστε να ορίσετε επακριβώς τι σας ενοχλεί ή απασχολεί. Ορίστε ένα εντελώς συγκεκριμένο πρόβλημα χωρίς να απεραντολογείτε. Δουλέψτε με ένα μόνο θέμα τη φορά.

Απαρίθμηση πιθανών λύσεων: Προσπαθήστε να βρείτε και καταγράψτε όσο το δυνατό περισσότερες λύσεις, για κάθε πλευρά του προβλήματος που σας απασχολεί. Προσπαθήστε να δείτε πώς θα αντιδρούσε κάποιος άλλος στη θέση σας. Μην διστάσετε να ζητήσετε τη συμβουλή τρίτων.

Αξιολόγηση των "υπέρ" και των "κατά" κάθε πιθανής λύσης: Για κάθε πιθανή λύση που πριν βρήκατε, καταγράψτε τα υπέρ και τα κατά, που θα προέκυπταν από την πιθανή εφαρμογή αυτής της λύσης. Στόχος είναι η ανεύρεση εκείνης της λύσης με τα περισσότερα ή σημαντικότερα υπέρ και τα λιγότερα ή πιο ανώδυνα κατά.

Σχεδιασμός: Με πολύ συγκεκριμένους όρους, αποφασίστε πως θα εφαρμόσετε την επιλεγμένη λύση. "Τι ακριβώς θα γίνει, πότε θα γίνει, ποιος θα αναμειχθεί, που θα γίνει, ποια βήματα ακριβώς θα ακολουθήσετε", είναι ερωτήματα που θα πρέπει να απαντηθούν.

Δράση: Εφαρμόστε τη λύση που δώσατε.

Αξιολόγηση αποτελεσμάτων: Αν η λύση πέτυχε, μπράβο σας! Εφαρμόστε τη μέθοδο και σε άλλα προβλήματά σας. Αν η λύση σας δεν επέτυχε τα αναμενόμενα, προσπαθήστε να ελέγξετε και να κατανοήσετε "τι πήγε στραβά". Ίσως φανήκατε υπεραισιόδοξος/-η, ίσως κρίνατε λάθος τις συνθήκες, ίσως ευθύνεται κάποιος τρίτος παράγοντας που δεν υπολογίσατε. Όποιο και να είναι το συμπέρασμά σας, θυμηθείτε ότι **δεν αποτύχατε**. Πρέπει όλοι μας να αναμένουμε κάποιες ατυχίες στη ζωή μας. Μάθετε από την εμπειρία σας και ξαναπροσπαθήστε, είτε ξεκινώντας και πάλι από το 1ο βήμα, είτε δοκιμάζοντας τη λύση που στο 3ο βήμα προέβαλε ως η αμέσως πιο ικανοποιητική. Σ' αυτή την περίπτωση, ξεκινήστε από το 4ο βήμα.

Ασχοληθείτε με τα προβλήματα σας έγκαιρα, ώστε να έχετε στη διάθεσή σας όλο τον απαραίτητο χρόνο.

Μην αναβάλετε την λήψη αποφάσεων, παρά μόνο όταν κρίνετε ότι πρέπει να γίνει κάτι τέτοιο, προκειμένου να εξασφαλιστούν καλύτερες συνθήκες

3. Μαθαίνοντας να ελέγχουμε τις δυσάρεστες σκέψεις

Η κάθε κατάσταση και το κάθε γεγονός αποκτούν την αξία που εμείς τους δίνουμε και, συνεπώς, προκαλούν τόσο άγχος, όσο εμείς τους επιτρέπουμε. Κάθε άτομο κρίνει τα γεγονότα με διαφορετικό τρόπο από όλα τα άλλα άτομα. Επίσης, το ίδιο αυτό άτομο κρίνει τα ίδια γεγονότα διαφορετικά σε διαφορετικές χρονικές στιγμές, ανάλογα με τις συνθήκες.

Εκείνο που μας αναστατώνει δεν είναι τα ίδια τα γεγονότα, αλλά η αντίληψη που έχουμε για αυτά. Αν η αντίληψη αυτή μεταβληθεί, τότε είναι δυνατό να αλλάξει (να μειωθεί) και ο βαθμός του άγχους που νιώθουμε.

Ένας πολύ καλός τρόπος για να μειώσει ένα άτομο το άγχος του, είναι να εξετάσει κατά πόσο η κατάσταση ή το γεγονός που το απασχολούν, είναι όντως τόσο αρνητικά όσο νομίζει, ή αν γι' αυτό ευθύνονται ορισμένες σκέψεις του.

Η σχετική προσπάθεια αποτελείται από 3 στάδια:

Ακριβής εντοπισμός της πηγής του άγχους. Εντοπίστε τι ακριβώς είναι εκείνο που σας ενοχλεί. Το άγχος μπροστά σε κάτι συγκεκριμένο είναι λιγότερο, σε σύγκριση με κάτι αφηρημένο. Επίσης, μπορούμε να βρούμε πιο εύκολα συγκεκριμένους τρόπους αντιμετώπισης ενός ορισμένου προβλήματος.

Έλεγχος και επαναξιολόγηση των σκέψεών σας. Αφού εντοπίσετε τι ακριβώς σας προκαλεί άγχος, καλό είναι να εξετάσετε τις σκέψεις σας για την πηγή του άγχους, για τη σχέση τη δική σας με την πηγή του άγχους κλπ. Η επαναξιολόγηση της κατάστασης μπορεί να σας οδηγήσει στην ακριβέστερη εκτίμηση των δεδομένων και να σας βοηθήσει να εντοπίσετε σκέψεις που «παραμορφώνουν» την πραγματικότητα. Η αντικατάσταση των σκέψεων αυτών με άλλες περισσότερο προσαρμοσμένες στην πραγματικότητα ή και πιο αισιόδοξες ή θετικές, θα μειώσει το βαθμό του άγχους που βιώνετε.

Εφαρμογή συγκεκριμένων στρατηγικών για την επίλυση του προβλήματος. Έχοντας απομονώσει το συγκεκριμένο πρόβλημα, θα πρέπει να το αντιμετωπίσετε «κατά μέτωπο» και να το επιλύσετε ώστε να μην καταστεί μόνιμη ή επαναλαμβανόμενη πηγή άγχους.

Διαφορετικά πράγματα βοηθούν τον κάθε άνθρωπο στην αντιμετώπιση του στρες. Πέρα από όσα περιγράψαμε παραπάνω, υπάρχουν και μερικές άλλες ιδέες που μπορεί να φανούν χρήσιμες σε μια πιεστική κατάσταση.

Χρήσιμες, λοιπόν, θα σας φανούν οι παρακάτω μικρές συμβουλές:

1. Προγραμματίστε το χρόνο σας. Είναι σημαντικό να προγραμματίζετε τις υποχρεώσεις σας και τις ενέργειές σας τόσο μακροπρόθεσμα (για τις επόμενες εβδομάδες ή και μήνες) όσο και βραχυπρόθεσμα (για την επόμενη ημέρα ή ημέρες). Μπορείτε να λειτουργήσετε ως εξής:

Κάντε μια λίστα υποχρεώσεων και δραστηριοτήτων.

Αξιολογήστε τη σπουδαιότητά τους και το βαθμό επείγοντος.

Φτιάξτε ένα κατάλογο υποχρεώσεων-δραστηριοτήτων που πρέπει να ολοκληρωθούν, για την επόμενη ημέρα, τις επόμενες ημέρες, τους επόμενους μήνες.

Ασχοληθείτε πρώτα ή αφιερώστε περισσότερο χρόνο στα πιο σημαντικά ή τα πιο επείγοντα. Μην θέτετε όμως υπερβολικούς στόχους.

Μη βάζετε νέα πράγματα στον κατάλογο εκτός και αν αυτό είναι αναγκαίο ή υπάρχει επάρκεια χρόνου.

Σημειώστε κάθε υποχρέωση ή δραστηριότητα που ολοκληρώνετε.

Στο τέλος κάθε ημέρας ελέγξτε τι καταφέρατε και κάντε τις απαραίτητες διορθώσεις στο πρόγραμμα της επόμενης ημέρας.

ΜΗΝ ξεχάσετε να προβλέψετε επαρκή χρόνο για διασκέδαση ή χαλάρωση.

Προσπαθήστε να είστε ευέλικτοι στους σχεδιασμούς και το πρόγραμμά σας. Κάντε τις αλλαγές που χρειάζονται, όταν αυτό είναι απαραίτητο.

2. Η φυσική άσκηση, η ενασχόληση με μια ευχάριστη δραστηριότητα, ο ελεύθερος χρόνος βοηθούν σημαντικά στην αντιμετώπιση του στρες. Η γυμναστική, το περπάτημα, ο χορός, το κολύμπι, τα χόμπι ανακουφίζουν από την ένταση και προλαμβάνουν τις αρνητικές συνέπειες, όπως είναι τα προβλήματα υγείας. Καλό είναι όμως να μην ασχοληθείτε με κάποιο ανταγωνιστικό άθλημα ή χόμπι, ή μην ασχοληθείτε κατά τρόπο ανταγωνιστικό. Ωφέλεια μπορεί να έχουμε με το να είμαστε πιο 'δραστήριοι' στην καθημερινή ζωή μας: για παράδειγμα, περπατήστε και μην οδηγείτε. Χρησιμοποιείτε τις σκάλες και όχι τον ανελκυστήρα. Κάντε περιπάτους. Ασκηθείτε ελαφρά στο σπίτι σας.

3. Μεριμνήστε ώστε να υπάρχει ελεύθερος χρόνος στο καθημερινό πρόγραμμά σας. Πραγματικά ελεύθερος χρόνος είναι εκείνος, στον οποίο δεν έχετε να κάνετε τίποτα. Καθίστε κάπου άνετα και ακούστε μουσική ή ονειροπολήστε.

4. Προσπαθήστε να κοιμάστε όση ώρα χρειάζεστε. Η εφαρμογή των μεθόδων χαλάρωσης που παρουσιάζονται παραπάνω, όπως και η ελαφρά γυμναστική ή ένας περίπατος αμέσως πριν την ώρα του ύπνου, μπορούν να βοηθήσουν. Επίσης, προσπαθήστε να κρατήσετε ένα σταθερό πρόγραμμα. Κοιμηθείτε, δηλαδή, και σηκωθείτε τις ίδιες περίπου ώρες κάθε ημέρα.

5. Οι διατροφικές συνήθειες παίζουν σημαντικό ρόλο για την υγεία μας και τη διαχείριση του στρες. Το φαγητό μας θα πρέπει να είναι ισορροπημένο: Ούτε λίγο, ούτε πολύ, αλλά όσο χρειάζεται ο οργανισμός μας. Ισορροπημένο σε βιταμίνες, πρωτεΐνες, υδατάνθρακες και άλλα θρεπτικά στοιχεία. Μη στηρίζετε για τη διατροφή σας σε πρόχειρο φαγητό ή γλυκά. Δοκιμάστε την ποικιλία, τη θρεπτικότητα και τις γεύσεις της γνήσιας μεσογειακής διατροφής.

6. Μια αλλαγή σκηνικού μπορεί να αποδειχθεί επωφελής. Προσπαθήστε να κάνετε κάποιο ταξίδι για το Σαββατοκύριακο ή μια ημερήσια εκδρομή κάθε τόσο. Απλά φύγετε για λίγο από το γραφείο, το χώρο δουλειάς σας, τη βιβλιοθήκη, την κουζίνα, το σπίτι. Ξεχάστε για λίγο τις υποχρεώσεις και τα προβλήματα.

7. Μιλήστε σε κάποιο άτομο που εμπιστεύεστε, αγαπάτε, ή νιώθετε άνετα μαζί του. Βγείτε μαζί του για καφέ και μιλήστε για ό,τι σας απασχολεί. Μπορεί να δυσκολευτείτε, αλλά θα εκπλαγείτε από την ανακούφιση που θα νιώσετε. Θα φύγει ένα βάρος από πάνω σας.

Επιπρόσθετα, μπορεί να ακούσετε κάποια πρόταση ή λύση που θα έχει να σας προσφέρει ο άλλος και να σας φανεί χρήσιμη. Μην διστάζετε να ζητήσετε βοήθεια, όταν τη χρειάζεστε. Ρωτήστε τι θα έκαναν οι άλλοι αν αντιμετώπιζαν το ζήτημα που εσείς χειρίζεστε. Είναι πιθανό να σας δώσουν καλές ιδέες.

8. Σίγουρα έχετε αντιμετωπίσει προβλήματα, δυσκολίες και στρες στο παρελθόν. Ανατρέξτε στα 'αρχεία' σας και θυμηθείτε τι σας βοήθησε τότε να ξεπεράσετε τις δύσκολες στιγμές. Είναι πιθανό να σας φανεί χρήσιμο και τώρα.

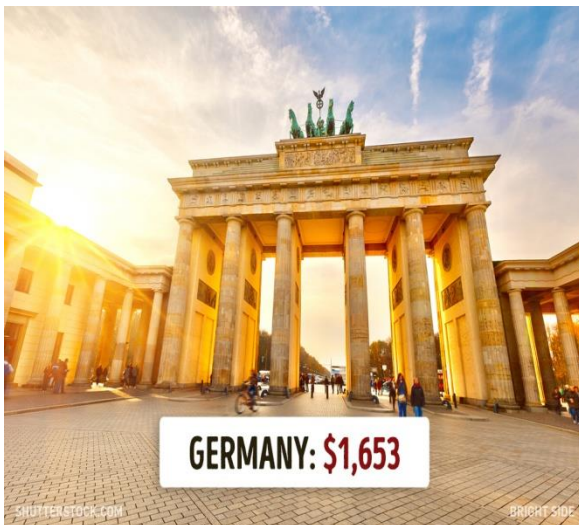
9. Το αλκοόλ, τα φάρμακα και ο καπνός όταν χρησιμοποιούνται για πολύ καιρό δεν αποτελούν καλή λύση για την αντιμετώπιση του στρες. Τα προβλήματα δεν επιλύονται προσπαθώντας να τα λησμονήσουμε. Επιμένουν και προκαλούν πρόσθετο άγχος και επιπλέον δυσκολίες. Το αλκοόλ, τα φάρμακα ή ο καπνός όχι μόνο δεν βοηθούν πραγματικά, αλλά προκαλούν σοβαρά προβλήματα. Μη στηρίζετε σε αυτά για να καταπολεμήσετε το άγχος.

Αν έχετε δοκιμάσει όλα όσα σας περιγράψαμε ή άλλες τεχνικές χωρίς να νιώσετε ότι σας βοήθησαν ουσιαστικά, ή αν νιώθετε ότι αντιμετωπίζετε πολύ στρες και δεν έχετε τη δύναμη να τα βγάλετε πέρα, αν νιώθετε κουρασμένοι, υπερβολικά αγχωμένοι, λυπημένοι ή καταβεβλημένοι



Ποιος είναι ο κατώτατος μισθός σε διάφορες χώρες του κόσμου;











ΕΛΛΑΔΑ

<http://www.money-money.gr/news/dite-poso-prepi-na-ine-o-misthos-sas-ke-pos-allazi-me-vasi-ta-epidomata/321>

Φαίνεται απίστευτο αλλά είναι αληθινό. Η χώρα στην οποία μπορεί κανείς να βρει δουλειά ευκολότερα στην Ευρώπη είναι η Εσθονία. Ακολουθούν η Νορβηγία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Οι χώρες αυτές φαίνεται πως έχουν μερικά σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως είναι η ποιότητα του εργατικού δυναμικού, οι πολιτικές για την αγορά εργασίας και ένα περιβάλλον στο οποίο η οικονομία στηρίζει την ταχεία αύξηση των θέσεων εργασίας.

Αυτά προκύπτουν από μια νέα έκθεση που έδωσε στη δημοσιότητα η Glassdoor Economic Research και η οποία διενεργήθηκε σε συνεργασία με την Llewellyn Consulting. Στόχος ήταν να προσδιοριστούν οι χώρες που προσφέρουν τις καλύτερες προοπτικές εργασίας και οι σχετικοί λόγοι. Στην έρευνα, που συμπεριέλαβε 16 ευρωπαϊκές χώρες, παρουσιάζεται ανάλυση των οκτώ βασικών δεικτών της απασχόλησης, μεταξύ των οποίων είναι τα ποσοστά της ανεργίας, η προσωρινή απασχόληση, η ακούσια μερική απασχόληση και το «χάσμα της απασχόλησης» (προκύπτει συγκρίνοντας τα σημερινά ποσοστά απασχόλησης με εκείνα προ της κρίσης).

Η κατάταξη των χωρών από πλευράς αγοράς εργασίας, με τη χώρα μας να βρίσκεται στην προτελευταία θέση, έχει ως εξής:

1. Η Εσθονία
2. Η Νορβηγία
3. Ηνωμένο Βασίλειο
4. Αυστρία
5. Δανία
6. Γερμανία
7. Ελβετία
8. Βέλγιο

9. Φινλανδία

10. Κάτω Χώρες

11. Γαλλία

12. Ιρλανδία

13. Ιταλία

14. Πορτογαλία

15. Ελλάδα

16. Ισπανία

ΒΑΣΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΟΝ **ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ**

. ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕ ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΗ ΣΧΕΣΗ:

Εργασίες με εξαρτημένη σχέση θεωρούνται, αυτές που παρέχονται σε συγκεκριμένο τόπο και χρόνο και τελούν υπό την εποπτεία και τον έλεγχο του εργοδότη.

Για την εξαρτημένη εργασία, από την **έναρξη έως και τη λήξη της σύμβασης**, οι εργοδότες εκτός από τις υποχρεώσεις έναντι των εργαζομένων έχουν επίσης και πολλές άλλες υποχρεώσεις έναντι των αρμοδίων αρχών.

2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΛΗΨΗ:

Οι εργοδότες υποχρεούνται να συνάπτουν με κάθε εργαζόμενο **ατομική σύμβαση εργασίας** όπου θα αναφέρεται το είδος της σύμβασης (ορισμένου χρόνου, μερικής απασχόλησης ή αορίστου χρόνου) η ειδικότητα του απασχολούμενου, ο τόπος εργασίας, το ωράριο εργασίας καθώς και η αμοιβή του.

Να παραδίδει στον εργαζόμενο αντίγραφο της σύμβασης αυτής, να τον καταχωρίσει στις καταστάσεις του ΙΚΑ πριν από την έναρξη της απασχόλησής του και σε 8 ημέρες να αναγγείλει την πρόσληψη στην Επιθεώρηση Εργασίας και τον ΟΑΕΔ.

Ο εργαζόμενος θα πρέπει να δηλώσει τα οικογενειακά του βάρη, πτυχία, καθώς και τυχών προϋπηρεσία σε άλλο εργοδότη, να μην αδιαφορεί σε όσα περιγράφονται στη σύμβαση και να φροντίζει να λαμβάνει αντίγραφο της.

Ωστόσο, η ατομική σύμβαση αυτή δεν μπορεί να υπολείπεται από αυτά που ρυθμίζουν οι Συλλογικές Συμβάσεις και η εργατική νομοθεσία.

3. ΕΙΔΗ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

Αορίστου χρόνου. Είναι αυτές που δεν καθορίζεται η διάρκειά τους και για να λυθούν απαιτούνται ορισμένες προϋποθέσεις.

Ορισμένου χρόνου. Είναι αυτές που έχουν ημερομηνία λήξης και λύνονται χωρίς προϋποθέσεις και αποζημίωση. Όταν όμως η διάρκειά της είναι μεγαλύτερη των 2 ετών ή στο διάστημα αυτό ανανεώθηκε πάνω από 3 φορές, είναι άκυρη και θεωρείται αορίστου χρόνου.

Εποχική απασχόληση. Εμπίπτουν στις διατάξεις ορισμένου χρόνου, με τη διαφορά είναι χαμηλής διάρκειας και ορισμένες κατηγορίες εξ αυτών δικαιούνται ειδικό βοήθημα από τον ΟΑΕΔ.

Μερική απασχόληση. Είναι η απασχόληση μικρότερης διάρκειας από την πλήρη, με μικρότερη αντίστοιχα αμοιβή. Η μικρότερη διάρκεια μπορεί να είναι σε ώρες ή σε ημέρες. Όταν το ωράριο εργασίας είναι μικρότερο 4 ωρών ημερησίως, οι αποδοχές προσαυξάνονται κατά 7.5%.

Για να είναι νόμιμη η μερική απασχόληση απαιτείται έγγραφη συμφωνία που εκτός των άλλων θα περιέχει το χρόνο απασχόλησης, τον τρόπο κατανομής και τις περιόδους εργασίας και σε 15 ημέρες να έχει κατατεθεί στην Επιθεώρηση Εργασίας. Διαφορετικά θεωρείται σύμβαση αορίστου χρόνου πλήρους απασχόλησης.

Δανεισμός- Ενοικίαση («λίζινγκ ανθρώπων»). Σύμφωνα με το Ν. 2956/2001, οι αποδοχές των εργαζομένων αυτών δεν μπορεί να είναι κατώτερες αυτών που ισχύουν για το προσωπικό του έμμεσου εργοδότη.

4. ΑΚΥΡΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

Συμβάσεις έργου που υπογράφονται, οι οποίες θέτουν εργαζόμενους σε “ελεύθερους επαγγελματίες” ενώ παρέχουν εξαρτημένη εργασία, είναι άκυρες ή κοινώς παράνομες. Οι εργαζόμενοι αυτοί, να απαιτούν την εγγραφή τους στα σωματεία και να διεκδικούν όλα τα δικαιώματά τους.

5. ΝΟΜΙΜΑ & ΣΥΛΛΟΓΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ:

Νόμιμα δικαιώματα θεωρούνται αυτά που με νόμο θεσπίζονται από την πολιτεία και **συλλογικά** αυτά που με συλλογικές συμβάσεις ρυθμίζονται από τα συνδικάτα.

6. ΣΥΛΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

Αυτές διακρίνονται σε **επιχειρησιακές** που αφορούν συγκεκριμένη επιχείρηση και υπογράφονται από το αντίστοιχο επιχειρησιακό σωματείο.

Σε **ομοιοεπαγγελματικές**, αφορούν συγκεκριμένη ειδικότητα και υπογράφονται από το αντίστοιχο επαγγελματικό σωματείο ή ομοσπονδία.

Σε **κλαδικές**, που αφορούν συγκεκριμένο κλάδο και υπογράφονται από τις αντίστοιχες κλαδικές ομοσπονδίες.

Σε **τοπικές**, που αφορούν εργαζόμενους συγκεκριμένης εδαφικής περιοχής και υπογράφονται από αντίστοιχο τοπικό σωματείο.

Η **Εθνική Γενική Συλλογική Σύμβαση**, που υπογράφεται από την ΓΣΕΕ και ρυθμίζει τα κατώτατα όρια αμοιβών όλων των εργαζομένων αλλά και όσων εργαζομένων δεν καλύπτονται από τις κλαδικές συμβάσεις.

Η σύμβαση αυτή έχει και το μεγαλύτερο βάρος, αφού με αυτή σχετίζονται όλες οι συμβάσεις καθώς και πολλά άλλα δικαιώματα όπως, συντάξεις επιδόματα ανεργίας κ.λ.π..

Οι συλλογικές συμβάσεις ρυθμίζουν, τους μισθούς, οικογενειακά επιδόματα, χρονοεπιδόματα (τριετίες), επιδόματα πρόσθετων εργασιών, αργίες, χρόνο εργασίας, άδειες κ.λ.π.

Κάθε εργαζόμενος οφείλει να συμμετέχει στο σωματείο που υπογράφει την σύμβασή του, να συμμετέχει στις δραστηριότητες του και να απαιτεί μέσα από αυτό την καλύτερευση των όρων αμοιβής του. **Τα συνδικάτα είναι μόνο δική μας υπόθεση.**

7. ΩΡΑΡΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

Από την 1/1/84 με την Ε.Γ.Σ.Σ.Ε. καθιερώνεται το ωράριο των **40 ωρών** εβδομαδιαίας εργασίας.

Υπερεργασία. Η απασχόληση πέραν των 40 ωρών την εβδομάδα, έως τις 45 ώρες για επιχειρήσεις που εφαρμόζουν πενθήμερο εργασία και έως τις 48 ώρες για επιχειρήσεις με εξάήμερο, θεωρείται υπερεργασία και αμείβεται με προσαύξηση 25%.

Νόμιμη υπερωρία. Η απασχόληση πέραν των 45 ωρών την εβδομάδα για επιχειρήσεις με πενθήμερο και 48 ωρών με εξάήμερο θεωρείται υπερωρία. Απ' αυτές, οι πρώτες 120 ώρες το χρόνο προσαυξάνονται κατά 50% ενώ οι υπόλοιπες κατά 75%.

Για να είναι νόμιμες, θα πρέπει υπάρχουν έκτακτες ανάγκες της επιχείρησης, να τηρείται βιβλίο υπερωριών και πριν από την πραγματοποίησή τους να υπάρχει έγκριση από την επιθεώρηση εργασίας,

Μη νόμιμη υπερωρία. Όταν δεν τηρούνται οι προβλεπόμενες από το νόμο διαδικασίες, κάθε ώρα υπερωρίας αμείβεται με προσαύξηση 100%.

Νυχτερινή εργασία. Θεωρείται η εργασία που πραγματοποιείται στο διάστημα από της 10 το βράδυ μέχρι της 6 το πρωί και αυτή αμείβεται με προσαύξηση 25%

Εκτός έδρας εργασία: Για κάθε διανυχτέρευση εκτός έδρας, εκτός των οδοιπορικών εξόδων καταβάλλεται επιπλέον 1 ημερομίσθιο ή 1/25 του μισθού.

8. ΑΡΓΙΕΣ:

Οι εργάσιμες ημέρες την εβδομάδα όπου δεν έχει εφαρμοστεί το πενθήμερο είναι 6. Η 7^η, κατά κανόνα η Κυριακή, είναι αργία η οποία σε περίπτωση νόμιμης απασχόλησης αμείβεται με το 1/25 του μισθού προσαυξημένο κατά 75%.

Υποχρεωτικές. 25^η Μαρτίου, Δευτέρα του Πάσχα, 15 Αυγούστου, 25 Δεκεμβρίου.

Προαιρετικές. 28 Οκτωβρίου. 1^η Μαΐου.

Κατ' έθιμον αργίες. Πρωτοχρονιά. Θεοφάνια. Καθαρά Δευτέρα. Μεγάλη Παρασκευή. Αγίου Πνεύματος. Δεύτερη μέρα των Χριστουγέννων. Μεγάλες τοπικές εορτές. (μη αμειβόμενες εκτός εάν ρυθμίζονται από Σ.Σ.Ε.)

9. ΑΔΕΙΕΣ:

Όλοι οι εργαζόμενοι από τον πρώτο χρόνο δικαιούνται αναλογία άδειας & αναλογία επιδόματος άδειας.

Τον πρώτο χρόνο έως 20 ημέρες (σε πενθήμερο εργασία) και 24 ημέρες (σε εξαήμερη εργασία) ή 2 ημέρες για κάθε μήνα απασχόλησης.

Τον δεύτερο χρόνο 21 ημέρες (σε πενθήμερο εργασία) και 25 ημέρες (σε εξαήμερη εργασία) ή 2 ημέρες για κάθε μήνα απασχόλησης.

Τον τρίτο χρόνο και μετά την συμπλήρωση δύο έτη εργασίας, 22 ημέρες (σε πενθήμερο εργασία) και 26 ημέρες (σε εξαήμερη εργασία)

Μετά τη συμπλήρωση 10 έτη στον ίδιο εργοδότη ή 12 χρόνια σε οποιονδήποτε εργοδότη 25 ημέρες (σε πενθήμερο εργασία) και 30 ημέρες

(σε εξαήμερη εργασία).

Μετά τη συμπλήρωση 25 έτη, 1 ημέρα επιπλέον

Επίδομα άδεις. Για κάθε μήνα απασχόλησης, 2 ημερομίσθια ή 2/25 του μηνιαίου μισθού, με πλαφόν τα 13 ημερομίσθια ή το ½ του μηνιαίου μισθού.

Αποδοχές. Κατά τη διάρκεια της άδειας ο μισθωτός δικαιούται όλες τις τακτικές αποδοχές που θα λάμβανε αν πραγματικά απασχολούνταν. Τόσο οι αποδοχές αδειάς όσο και το επίδομα άδειας προκαταβάλλονται.

Διπλασιασμός άδειας. Εάν από υπαιτιότητα του εργοδότη, μέχρι το τέλος του χρόνου δεν χορηγηθεί η άδεια, ο εργαζόμενος δικαιούται τις αποδοχές αυξημένες στο 100%.

Χορηγήση άδειας. Η άδεια χορηγείται κατόπιν συμφωνίας μεταξύ μισθωτών και εργοδότη. Οι μισοί τουλάχιστο πρέπει να λάβουν την άδειά τους από 1^η Μαΐου έως 30 Σεπτεμβρίου. Η άδεια χορηγείται ολόκληρη και η κατάτμησή της απαγορεύεται. Κατ'εξάιρεση όμως, όταν υπάρχει επείγουσα ανάγκη της επιχείρησης ή αίτηση του μισθωτού για δικαιολογημένη αιτία και πάντα μετά από έγκριση της επιθεώρησης εργασίας, επιτρέπεται να δοθεί σε δύο περιόδους αλλά όχι λιγότερες από 6 ημέρες.

Βιβλίο αδειών. Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να τηρεί βιβλίο αδειών θεωρημένο από την επιθεώρηση εργασίας.

Λοιπές άδειες:

Άδεια γάμου 5 εργάσιμες ημέρες για πενθήμερο ή 6 ημέρες σε εξαήμερο.

Άδεια γέννησης παιδιού 2 ημέρες στον πατέρα για κάθε παιδί.

Άδεια μητρότητας συνολικής διάρκειας 17 εβδομάδες.

Άδεια φροντίδας παιδιού, μειωμένο ωράριο εργασίας κατά 2 ώρες για ένα χρόνο και κατά 1 ώρα για 6 μήνες, μετά τη λήξη της άδειας τοκετού. Την άδεια αυτή εναλλακτικά δικαιούται και ο πατέρας εφόσον δεν κάνει χρήση η εργαζόμενη μητέρα.

Άδειες στις Μονογονεϊκές οικογένειες έως 6 εργάσιμες ημέρες το χρόνο και 8 ημέρες με τρία παιδιά και άνω και μέχρι να συμπληρώσουν την ηλικία των 12 ετών.

Άδεια σχολικής παρακολούθησης έως 4 ημέρες το χρόνο για κάθε παιδί, όταν τα παιδιά παρακολουθούν μαθήματα και μέχρι την ηλικία 16 ετών.

Άδεια για μεταγίσεις αίματος έως 22 εργάσιμες ημέρες τον χρόνο.

Άδεια για μεταγίσεις αίματος παιδιού 10 εργάσιμες ημέρες το χρόνο.

Άδεια λόγο θανάτου συγγενούς 2 εργάσιμες ημέρες.

Εκλογική άδεια, (με πενήνήμερη εργασία) 1 ημέρα από 200 – 400χλμ, 2 ημέρες από 401χλμ και άνω, 3 ημέρες για τα νησιά . (Με εξαήμερη εργασία) 1 ημέρα από 100- 200χλμ. 2 ημέρες από 201 – 400χλμ. 3 από 401χλμ και άνω και για τα νησιά.

Άδεια εκπαίδευσης συνδικαλιστών: Έως 2 εβδομάδες το χρόνο, σε εργαζόμενους που επιλέγονται από την ΓΣΕΕ με σκοπό την επιμόρφωση και ανάδειξη νέων συνδικαλιστικών στελεχών.

Άνευ αποδοχών γονική άδεια, έως 3,5 μήνες για κάθε γονέα, υπό την προϋπόθεση να έχει συμπληρώσει 1 έτος εργασία στον ίδιο εργοδότη.

Άνευ αποδοχών για ασθένεια μελών οικογένειας έως 6 εργάσιμες ημέρες το χρόνο ή 8 ημέρες όσοι έχουν δύο παιδιά και 12 ημέρες από τρία παιδιά και άνω.

Μειωμένο ωράριο άνευ αποδοχών στους γονείς που έχουν παιδιά με πνευματική, σωματική, ή ψυχική αναπηρία, κατά μία ώρα την ημέρα.

Άδεια σπουδών άνευ αποδοχών στους μαθητές σπουδαστές ή φοιτητές 30 ημέρες.

Άδεια μεταπτυχιακών έως 10 εργάσιμων ημερών και είναι άνευ αποδοχών.

10. ΔΩΡΑ ΕΟΡΤΩΝ:

Χριστουγέννων, για εργασία από 1^η Μαΐου – 31 Δεκεμβρίου, ένα μηνιαίο μισθό ή 25 ημερομίσθια. Κατ'αναλογία, 2/25 του μισθού ή 2 ημερομίσθια για κάθε 19 ημερολογιακές ημέρες.

Πάσχα, για εργασία από 1 Ιανουαρίου έως 30 Απριλίου, μισό μισθό ή 15 ημερομίσθια για τους αμειβόμενους με ημερομίσθιο. Κατ'αναλογία, 1/15 του μισού μηνιαίου μισθού ή 1 ημερομίσθιο για κάθε 8 ημερολογιακές ημέρες.

Για χρονικό διάστημα μικρότερο του 19ήμερου ή του 8ήμερου καταβάλλεται ανάλογο κλάσμα. Εννοείται πως αναλογία δώρων δικαιούνται και όσοι αποχωρίσουν ή απολυθούν πριν από τις παραπάνω γιορτές.

11. ΑΣΦΑΛΙΣΗ:

Οι εργοδότες υποχρεώνονται να ασφαλίζουν τους εργαζόμενους και επιβαρύνονται, κατά (28 – 31,2%) οι ίδιοι και (16 – 19,45%) οι εργαζόμενοι, επί του συνόλου των μηνιαίων αποδοχών.

Οι κρατήσεις γίνονται για λογαριασμό του ΙΚΑ & επικουρικού, του ΟΑΕΔ, την Εργατική Εστία & Κατοικία και για το λόγο αυτό οι μισθωτοί δικαιούνται:

Από το **ΙΚΑ**, κύρια και **επικουρική** σύνταξη ανάλογα με το μισθό και το χρόνο ασφάλισης, καθώς και παροχές σε **είδος** και σε **χρήμα** σε περίπτωση ασθένειας.

Από τον **ΟΑΕΔ** επίδομα ανεργίας και λοιπά βοηθήματα.

Από την **Εργατική Εστία** κοινωνικό τουρισμό, θέατρα, βιβλία κ.λ.

Από την **Εργατική Κατοικία** επιδότηση για αγορά κατοικίας και ενοικίου, κ.λ.

Οι κρατήσεις αυτές είναι για τη δική μας ασφάλιση, φροντίζουμε να είναι στο σύνολο των αποδοχών και για όλες τις ημέρες,

12. ΑΣΘΕΝΕΙΑ:

Οι ασφαλισμένοι καθώς και η οικογένειά τους, δικαιούνται ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, εφόσον έχουν 50 ημέρες ασφάλιση (**από το 2009 σταδιακά αυξάνονται σε 100 ημέρες**) ενώ για παροχή σε χρήμα απαιτούνται 100 ημέρες και (**από το 2009 σταδιακά αυξάνονται στις 120 ημέρες**).

Σε περίπτωση ασθένειας έως 3 ημέρες, ο μισθωτός αμείβεται κατά το ήμισυ μόνο από τον εργοδότη, ενώ όταν η ασθένεια είναι άνω των 4 ημερών, το ΙΚΑ καταβάλλει επίδομα ασθένειας και ο εργοδότης, έως και ένα μήνα τη διαφορά του μισθού.

Προσοχή, η “ βραχεία διάρκεια ” ασθένεια, δηλαδή μετά τον ένα μήνα για όσους υπηρετούν 4 χρόνια ή 6 μήνες για όσους υπηρετούν πάνω από 15 χρόνια, μπορεί να εκληφθεί ως οικειοθελής αποχώρηση!!!

13. ΑΠΟΔΕΙΞΗ ΠΛΗΡΩΜΗΣ:

Η εξόφληση του μισθού θα πρέπει να συνοδεύεται με εκκαθαριστικό σημείωμα μισθοδοσίας, όπου θα αναλύονται οι κάθε είδος αποδοχές (βασικός μισθός, τριετίες, υπερωρίες, νυχτερινή εργασία, οικογενειακά επιδόματα, επιδόματα πρόσθετων εργασιών, κ.λπ.) καθώς και κάθε είδος κρατήσεις (ασφάλιση, εφορεία, προκαταβολή, κ.λ.).

Στις αποδείξεις αυτές αποφεύγουμε να υπογράφουμε όταν υπάρχουν “πονηρές φράσεις” που υποδηλώνουν την πλήρη αποδοχή και πως καμία άλλη απαίτηση δεν έχουμε. Σε κάθε περίπτωση διατηρούμε τις αποδείξεις αυτές για τυχόν διεκδικήσεις.

14. ΒΛΑΠΤΙΚΗ ΜΕΤΑΒΟΛΗ:

Κάθε μεταβολή των όρων εργασίας της σύμβασης, η οποία γίνεται μονομερώς και χωρίς τη συναίνεση του μισθωτού και οποία επιφέρει ζημία υλική ή ηθική στον εργαζόμενο, συνιστά βλαπτική μεταβολή.

15. ΕΡΓΟΔΟΤΙΚΗ ΑΥΘΑΙΡΕΣΙΑ:

Είναι σύνηθες φαινόμενο για τους εργοδότες, ιδιαίτερα σε επιχειρήσεις που δεν υπάρχει συνδικαλιστική οργάνωση, να μην χορηγούν στους εργαζόμενους όλα τα ποσά που ρυθμίζουν οι συλλογικές συμβάσεις, καθώς και χρηματικά ποσά για, υπερεργασία, υπερωρίες, νυχτερινά, αργίες, κ.λ.π.,

Στις περιπτώσεις, αυτές ενημερώνουμε το αντίστοιχο συνδικάτο ή το Εργατικό Κέντρο της περιοχής και απευθυνόμαστε στην Επιθεώρηση Εργασίας για επίλυση της εργατικής διαφοράς. Σε κάθε περίπτωση έχουμε δικαίωμα να προσφύγουμε και στα Ελληνικά δικαστήρια για διεκδικήσεις έως και 5 χρόνια πριν.

16. ΣΥΝΔΙΚΑΛΙΣΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ:

Οι εργαζόμενοι έχουν δικαίωμα και θα πρέπει να απαιτούν την πλήρη εφαρμογή της εργατικής νομοθεσίας και των συλλογικών συμβάσεων εργασίας. Να εγγράφονται στο επιχειρησιακό τους σωματείο καθώς και στο κλαδικό ή το όμοιο – επαγγελματικό και μέσα από αυτά να διεκδικούν την καλύτερευση των συνθηκών εργασίας. Να συμμετέχουν στις αρχαιρεσίες καθώς και να εκλέγονται στις διοικήσεις.

Εάν στην επιχείρηση που εργάζονται δεν υπάρχει επιχειρησιακό σωματείο, μπορούν και πρέπει να δημιουργήσουν. Εάν αυτό δεν είναι εφικτό, μπορούν να ενεργοποιήσουν Συμβούλιο Εργαζομένων, όμως σε κάθε περίπτωση, πρώτα να επικοινωνούν με την αντίστοιχη Ομοσπονδία ή το Εργατικά Κέντρο της περιοχής.

Οι εκλεγμένοι συνδικαλιστές προστατεύονται από το νόμο για απολύσεις, καθώς και για ένα χρόνο τα ιδρυτικά μέλη του σωματείου.

17. ΑΠΟΛΥΣΗ:

Οι συμβάσεις αορίστου χρόνου λύνονται οποτεδήποτε και ελεύθερα από τον εργοδότη, αφού τηρηθούν οι νόμιμες διαδικασίες.

Απαγορεύονται: Οι απολύσεις σε εγκύους εργαζόμενες, κατά τη διάρκεια εγκυμοσύνης και ένα χρόνο μετά τον τοκετό, της ετήσιας άδειας, σε συνδικαλιστές που εμπίπτουν στο Ν.1264, οι ομαδικές απολύσεις, σε όσους στρατεύονται και για ένα χρόνο μετά, για όσους έχουν προσληφθεί αναγκαστικά με νόμους ειδικής προστασίας ατόμου με ειδικές ανάγκες, πολυτέκνων κ.λ..

Άκυρες: Θεωρούνται όταν δεν έχει καταβληθεί η αποζημίωση μαζί με το έγγραφο απόλυσης ή όταν το δικαίωμα απόλυσης ασκείται καταχρηστικά και για λόγους εκδικητικούς, ή για λόγους συνδικαλιστικής δράσης και διεκδικήσεις του εργαζόμενου κ.λ.

Οι εργαζόμενοι: Όταν θεωρούν την απόλυσή τους καταχρηστική, δεν υπογράφουν το έγγραφο απόλυσης και σε διάστημα 3 μηνών από την κοινοποίηση της καταγγελίας, μπορούν να προσφύγουν στα δικαστήρια ζητώντας την ακυρότητα της καταγγελίας και μισθούς υπερημερίας.

18. ΑΠΟΖΗΜΙΩΣΗ:

Οι αορίστου χρόνου εργαζόμενοι, όταν απολύονται δικαιούνται αποζημίωση ανάλογα με τα χρόνια εργασίας και την ειδικότητα.

Για τους Υπαλλήλους αντιστοιχεί 1 μήνας για 1 χρόνο εργασία και φτάνει στους 24 μήνες για 28 χρόνια εργασία.

Για τους εργατοτεχνίτες, αντιστοιχεί 5 ημερομίσθια για 1 χρόνο εργασία και φτάνει στα 165 ημερομίσθια με 30 χρόνια εργασία.

Για τον υπολογισμό της αποζημίωσης, λαμβάνεται υπόψη οι συνολικές τακτικές αποδοχές προσαυξημένες κατά 1/6.

19. ΤΑΜΕΙΟ ΑΝΕΡΓΙΑΣ:

Εάν επιδοτούνται για πρώτη φορά. Απαιτούνται 80 ημέρες εργασίας κατ' έτος στα δύο προηγούμενα χρόνια. Το τελευταίο 14ηνο (χωρίς να υπολογίζονται οι ημέρες του τελευταίου διμήνου) να έχουν συμπληρώσει 125 ημέρες.

Αν επιδοτούνται για δεύτερη φορά. 125 ημέρες το τελευταίο 14μηνο πριν από την απόλυση.

20. ΠΩΣ ΘΑ ΕΝΗΜΕΡΩΘΟΥΜΕ ΓΙΑ ΟΛΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΜΑΣ:

Εκτός από τα Εργατικά Κέντρα της περιοχής, τις Ομοσπονδίες, τα σωματεία και τις Επιθεωρήσεις Εργασίας, οι εργαζόμενοι έχουν τη δυνατότητα να πληροφορηθούν για όλα τα δικαιώματά τους στο Κέντρο Πληροφόρησης Εργαζομένων & Ανέργων ΚΕΠΕΑ/ΓΣΕΕ, που στεγάζεται στην οδό ΒΟΥΛΓΑΡΗ 1 & ΠΕΙΡΑΙΩΣ ή στα τηλέφωνα 210-5288000 ή στο 1966, από τις 09.00 μέχρι τις 19.30.

Καταγγελία στην Επιθεώρηση Εργασίας

Στη σημερινή εποχή όπου οι εργασιακές σχέσεις δυσκολεύουν και τα υψηλά ποσοστά ανεργίας πιέζουν τους μισθούς και τα εργασιακά δικαιώματα, οι περιπτώσεις μη εκπλήρωσης των συμβατικών υποχρεώσεων από τους εργοδότες προς τους εργαζόμενους είναι συχνό φαινόμενο.

Τι επιλογές έχει όμως ένας μισθωτός για να προστατέψει τα δικαιώματά του;

Καθημερινά στα γραφεία της Επιθεώρησης Εργασίας εκφράζονται παράπονα, το κυριότερο όμως είναι ότι υπάρχει σύγχυση, για τις διαδικασίες που μπορεί να ακολουθήσει ο κάθε εργαζόμενος προκειμένου να επιτύχει την ικανοποίησή των απαιτήσεών του.

Οι τρεις βασικές διαδικασίες είναι:

Η αίτηση για Διενέργεια Εργατικής Διαφοράς στην Επιθεώρηση Εργασίας.

Η μήνυση προς τον Εισαγγελέα Πλημ/κων.

Η αγωγή στα δικαστήρια.

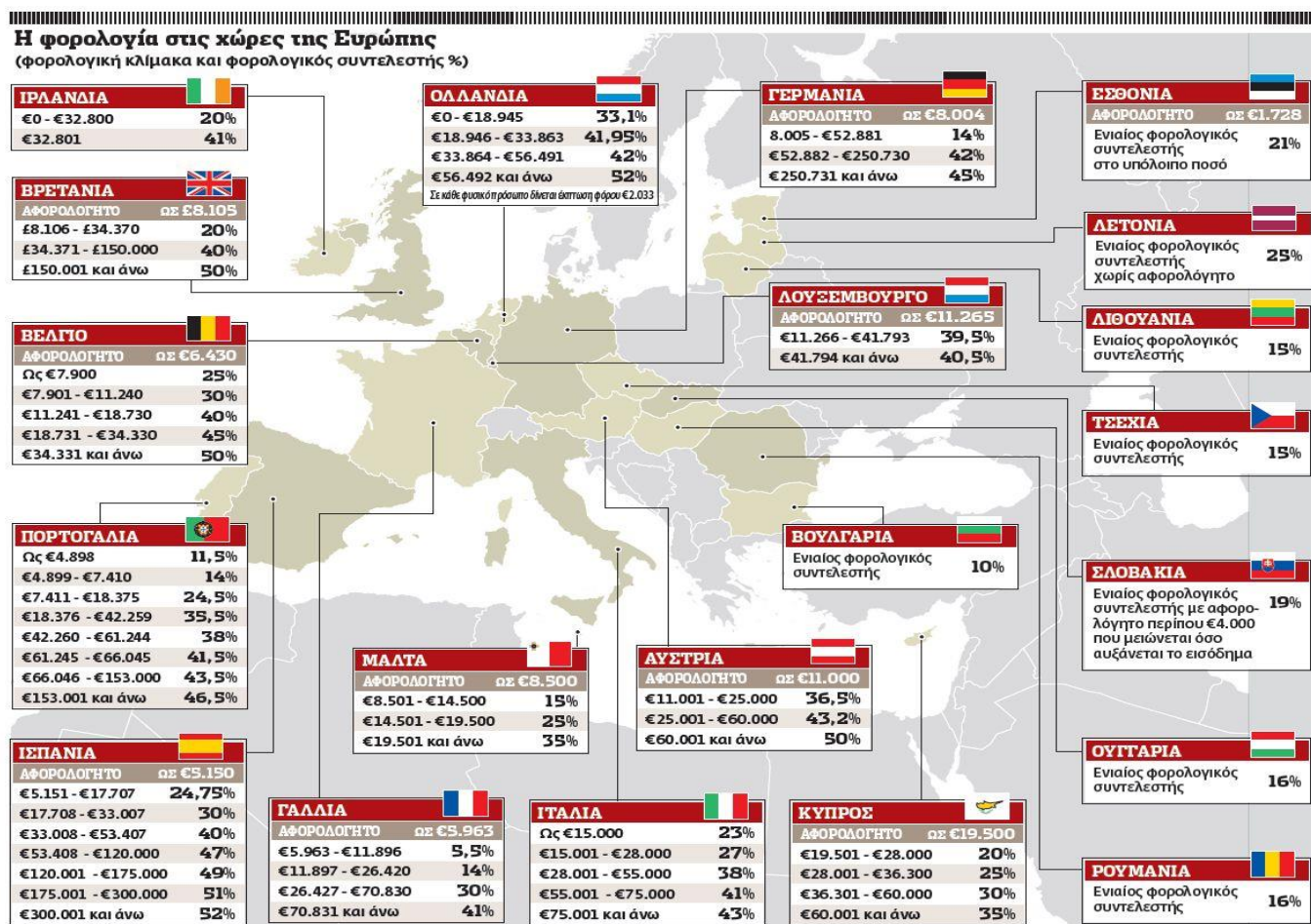
Η Διαδικασία της εργατικής διαφοράς αφορά περισσότερο μία συμφιλιοτική διαδικασία, μέσω της οποίας έρχεται σε επαφή ο εργαζόμενος με τον εργοδότη, άμεσα ή μέσω των εκπροσώπων τους, και υπό τη διαιτησία ενός Επιθεωρητή Εργασίας επιχειρείται η εξεύρεση λύσης, μερικές φορές ακόμα και συμβιβαστικής. Το θετικό της διαδικασίας είναι ότι είναι εντελώς ανέξοδη για τα δύο μέρη. Στη χειρότερη περίπτωση, ακόμα και εάν ο εργαζόμενος δεν ικανοποιηθεί, θα λάβει τουλάχιστον αντίγραφο των πρακτικών της υπόθεσης, πρακτικά που θα τον βοηθήσουν στην συνέχεια εάν ακολουθηθεί η δικαστική οδός. Η διαδικασία αυτή είχε πολύ υψηλά ποσοστά επίτευξης θετικού αποτελέσματος μέχρι πριν από μερικά χρόνια. Την σημερινή εποχή εν μέσω κρίσης η αποτελεσματικότητα της Εργατικής Διαφοράς έχει μειωθεί. Ο χρόνος διενέργειας αυτής είναι περίπου ένα μήνα μετά από την κατάθεση της καταγγελίας στα κατά τόπους γραφεία της Επιθεώρησης Εργασίας.

Η διαδικασία της μήνυσης είναι μία διαδικασία η οποία εάν είναι συνέχεια της εργατικής διαφοράς και μέσω της Υπηρεσίας είναι ανέξοδη, άλλως έχει παράβολο. Η διαδικασία αυτή αφορά την τιμωρία του εργοδότη για τις παραβιάσεις της εργατικής νομοθεσίας(δεν θα διατάξει το δικαστήριο την πληρωμή των οφειλομένων). Είναι όμως πολύ ισχυρή, καθώς ο εργοδότης για να μην τιμωρηθεί προτιμάει να ικανοποιήσει τον εργαζόμενο και να απαλλαγεί. Ο χρόνος που εκδικάζεται η υπόθεση είναι περίπου 10 μήνες μετά την κατάθεση της μήνυσης.

Η αγωγή μέσω δικηγόρου είναι η αποτελεσματικότερη διαδικασία. Καθώς το δικαστήριο εκδίδει σε περίπτωση θετικού αποτελέσματος διαταγή πληρωμής, ο δικηγόρος μπορεί να ακολουθήσει διαδικασίες είσπραξης των οφειλομένων κτλ. Το αρνητικό είναι ότι η διαδικασία έχει αρκετά έξοδα, και ο χρόνος της αρχικής εκδίκασης είναι περίπου 10 μήνες.

Η μία διαδικασία δεν αναιρεί την άλλη και μπορούν να ενεργοποιηθούν και οι τρεις ταυτόχρονα.

Η ακολουθία όμως που μπορεί να επιφέρει τα αποτελέσματα με το χαμηλότερο κόστος είναι να γίνει πρώτα η εργατική διαφορά, εάν δεν φέρει θετικό αποτέλεσμα να γίνει μήνυση, και τέλος εάν τίποτα από τα παραπάνω δεν επιφέρει επίλυση της διαφοράς, να προσφύγει ο εργαζόμενος στα δικαστήρια με αγωγή. Ο συνολικός χρόνος όμως για την ενεργοποίηση των διαδικασιών σε σειρά ακολουθίας είναι αρκετά μεγάλος.



Ποιους φορείς ελέγχει ο Συνήγορος του Πολίτη;

Υπηρεσίες του Δημοσίου, όπως Υπουργεία, Εφορίες, Τελωνεία, Πολεοδομίες, Αστυνομικά Τμήματα, Φυλακές, Σχολεία, Πρεσβείες της Ελλάδας, κ.λπ.

Ο.Τ.Α. (Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης) δηλ. Δήμοι και Περιφέρειες, καθώς και τα νομικά πρόσωπα και οι επιχειρήσεις αυτών

Ν.Π.Δ.Δ. (Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου), όπως Ασφαλιστικά Ταμεία, Νοσοκομεία, Πανεπιστήμια, ΟΑΕΔ, ΟΕΚ, κ.λπ.

Κρατικά Ν.Π.Ι.Δ. (Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου), όπως Ο.ΚΑ.ΝΑ., Ε.ΚΕ.ΠΙΣ., ΕΛ.Ο.Τ., Ι.Γ.Μ.Ε., Ερευνητικά Πανεπιστημιακά Ινστιτούτα, κ.λπ.

Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμούς Κοινής Ωφέλειας (ΔΕΚΟ), όπως Ε.ΥΔ.Α.Π., ΔΕΗ, ΕΛΤΑ, ΕΥΑΘ, κ.λπ.)

http://www.synigoros.gr/?i=stp.el.faq_parembasi



1520

Γραμμή Καταναλωτή
Παράπονα - Καταγγελίες - Ερωτήσεις

Οι αρμοδιότητες της Γενικής Διεύθυνσης Προστασίας Καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς

Τι κάνει η Γενική Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς:

(α) Η διερεύνηση των καταγγελιών, αναφορών και παραπόνων των καταναλωτών για παραβίαση των κανόνων που αποβλέπουν στην προστασία του καταναλωτή από καταναλωτικά αγαθά και υπηρεσίες.

(β) Η μέριμνα για τη διασφάλιση της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών.

(γ) Η μέριμνα για τον έλεγχο της εφαρμογής της [ειδικής νομοθεσίας](#) που αφορά την προστασία του καταναλωτή που εμπίπτει στην αρμοδιότητά της (ιδίως του Ν.2251/1994). Στο πλαίσιο αυτό παραλαμβάνει τις καταγγελίες/ αναφορές των καταναλωτών, τις οποίες τις ταξινομεί ανάλογα με τη βαρύτητα των καταγγελλόμενων παραβάσεων. Εν συνεχεία, προβαίνει σε περαιτέρω έλεγχο και επεξεργασία των καταγγελιών μόνον εφόσον αυτό κριθεί αναγκαίο, αξιολογώντας μια σειρά από κριτήρια και μεταξύ άλλων την ανάγκη προστασίας του δημοσίου συμφέροντος, τις πιθανές επιπτώσεις στο καταναλωτικό κοινό από την καταγγελλόμενη συμπεριφορά καθώς και το αποτέλεσμα που προσδοκάται από την παρέμβαση της Γενικής Διεύθυνσης Προστασίας Καταναλωτή και Εποπτείας της Αγοράς σε συγκεκριμένη υπόθεση.

(δ) Η επιβολή διοικητικών κυρώσεων στους προμηθευτές, σε περίπτωση που διαπιστώσει παράβαση της ειδικής νομοθεσίας που επιβλέπει.

Σχεδόν μισό εκατ. Έλληνες έφυγαν από τη χώρα λόγω κρίσης!

Την τρίτη μαζική μετανάστευση στην σύγχρονη ιστορία της βιώνει η χώρα, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΤτΕ. Σχεδόν μισό εκατομμύριο Έλληνες στο εξωτερικό, με τη διαδικασία να είναι ακόμα σε εξέλιξη!

Ένα εκατομμύριο επτακόσιες εξήντα τέσσερις χιλιάδες άτομα είναι ο απολογισμός της μετανάστευσης των Ελλήνων στον 20ό και 21ο αιώνα. Ιστορικά και παραδοσιακά, η Ελλάδα συγκαταλέγεται στις χώρες με πλούσια εμπειρία αποδημίας.

Η έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος με θέμα «Φυγή ανθρωπίνου κεφαλαίου: σύγχρονη τάση μετανάστευσης των Ελλήνων στα χρόνια της κρίσης», που δημοσίευσε η Καθημερινή, αποκαλύπτει για πρώτη φορά τον αριθμό των Ελλήνων που εγκατέλειψαν τη χώρα εξαιτίας της κρίσης. Παράλληλα, γίνεται σύγκριση με τις προηγούμενες φάσεις μετανάστευσης, αναλύονται οι μακροοικονομικές συνέπειες και προτείνονται λύσεις για την αντιμετώπιση του φαινομένου.

«Η μετανάστευση και η φτώχεια είναι αδιαμφισβήτητα οι **δύο πιο επώδυνες συνέπειες** που βιώνει μια κοινωνία σε συνθήκες παρατεταμένης κρίσης», σχολιάζει η κ. Σοφία Λαζαρέτου, οικονομολόγος της ΤτΕ **ΕΛΛ +1,49%** και συγγραφέας της σχετικής έρευνας.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία που έχει στη διάθεσή της η ΤτΕ **ΕΛΛ +1,49%**, ο αριθμός των μονίμως εξερχόμενων Ελλήνων ηλικίας 15-64 ετών, από το 2008 μέχρι σήμερα, ξεπερνά τις 427.000. «Το 2013, παρατηρούμε τριπλασιασμό του μέσου όρου από το 2008 και οι μετανάστες ξεπερνούν τις **100.000 άτομα**, ενώ σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις το φαινόμενο συνεχίζεται με αδιάπτωτη ένταση το 2014 και οξύνεται περαιτέρω το πρώτο εξάμηνο του 2015». Όπως επισημαίνει, η διαδικασία εξόδου Ελλήνων για αναζήτηση εργασίας στο εξωτερικό είναι ακόμη σε εξέλιξη και δεν φαίνεται το πότε θα τερματιστεί. Το βέβαιο είναι ότι πρόκειται για την τρίτη μαζική μετανάστευση που γνωρίζει η χώρα.

Στο διάστημα των τελευταίων 100 ετών, η χώρα έχει γνωρίσει άλλες δύο ίδιες φάσεις και από τη συγκριτική μελέτη τους προκύπτουν τρία βασικά χαρακτηριστικά. Και οι τρεις α) έχουν μεγάλη χρονική διάρκεια, περίπου δέκα χρόνια, β) αυξημένη ένταση ως προς την ένταση της ροής και γ) καθυστέρηση έναρξης του φαινομένου σε σχέση με τον χρόνο καταγραφής του υψηλού ποσοστού ανεργίας.

Οι περίοδοι μαζικής μετανάστευσης Ελλήνων είναι **από το 1903 έως το 1917, 1960-1972** και 2010-σήμερα και σχετίζονται και στις τρεις φάσεις με οικονομικά κίνητρα με εξαίρεση μέρος του δεύτερου κύματος, τα έτη 1969-1971, που οφείλεται σε πολιτικούς λόγους (δικτατορία). «Δεν είναι τυχαίο ότι και οι τρεις φάσεις έλαβαν χώρα μετά μια έντονη υφεσιακή διαταραχή που διεύρυνε το χάσμα μεταξύ της χώρας μας και των ανεπτυγμένων κρατών και τροφοδότησε τη μαζική φυγή ανθρώπων, νέων στην πλειονότητά τους, που αναζητούσαν νέες ευκαιρίες και δυνατότητες προόδου», σχολιάζει η κ. Λαζαρέτου.

Ενδιαφέρουσα, σύμφωνα με την έκθεση, είναι η σύγκριση των δύο προγενέστερων επεισοδίων με το σημερινό επεισόδιο φυγής, όσον αφορά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους. Κατά το πρώτο επεισόδιο

φυγής, κύριος προορισμός ήταν οι «υπερωκεάνιες χώρες» (ΗΠΑ, Αυστραλία, Καναδάς, Βραζιλία και ΝΑ Αφρική). Επτά στους δέκα ήταν ηλικίας 15-44 χρόνων, λιγότεροι από 2 στους 10 ήταν γυναίκες και στη συντριπτική τους πλειονότητα ήταν ανειδίκευτοι εργάτες και αγρότες, χαμηλού μορφωτικού επιπέδου, που απασχολήθηκαν στις χώρες υποδοχής συνήθως ως υπηρέτες και εργάτες. Το δεύτερο επεισόδιο μετανάστευσης αφορούσε κυρίως νέους ηλικίας 20-34 χρόνων (7 στους 10), 5 στους 10 δήλωναν χειρώνακτες, ενώ 4 στους 10 ήταν ανεπάγγελτοι. Εξι στους 10 κατευθύνθηκαν στη Γερμανία και στο Βέλγιο και απασχολήθηκαν ως βιομηχανικοί εργάτες. Αντίθετα, η τωρινή φυγή αφορά **νέους μορφωμένους με επαγγελματική εμπειρία**, που κατευθύνονται κυρίως στη Γερμανία, στο Ηνωμένο Βασίλειο και στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα.

Η Ελλάδα κατέχει την τέταρτη θέση στην Ε.Ε. στη μαζικότητα της μεταναστευτικής εκροής και στην αναλογία της στο εργατικό δυναμικό της χώρας, μετά την Κύπρο, την Ιρλανδία και τη Λιθουανία, και την τρίτη θέση μετά την Κύπρο και την Ισπανία όσον αφορά το ποσοστό των νέων σε ηλικία εξερχόμενων μεταναστών. Συγκεκριμένα, οι εξερχόμενοι Έλληνες, μόνο κατά το 2013, αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το 2% του συνολικού εργατικού δυναμικού της χώρας, ενώ η αναλογία των νέων τής πλέον παραγωγικής ηλικίας 25-39 ετών ξεπερνά το 50% στο σύνολο των εξερχομένων.

Λίστα 54 True Leaders 2014 με μικτή αλφαβητική σειρά (ΔΕΝ πρόκειται για κατάταξη)

- ΑΕΡΟΠΟΡΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ Α.Ε.
- ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ Δ. ΚΟΥΚΟΥΤΑΡΗΣ Α.Ε.Β.Ε. “ALFA”
- ALLIANZ ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
- ΑΛΦΑ – ΒΗΤΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.
- ΑΤΤΙΚΑ Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- ΑΤΤΙΚΑ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Α.Ε.
- BAYER ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.
- BIC ΒΙΟΛΕΞ Α.Ε.
- ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. ΕΜΠΟΡΙΚΗ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
- COSMOTE ΚΙΝΗΤΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ Α.Ε.
- ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΕΡΙΟΥ (ΔΕΠΑ)Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

- ΕΛΒΑΛ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ Α.Ε.
- ΕΛΙΝΟΪΛ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- ERGO Α.Α.Ε. ΖΗΜΙΩΝ
- ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΙΣΤΗ Α.Ε.Γ.Α.
- ΖΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Α.Ε.
- FLEXOPACK Α.Ε.Β.Ε. ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ
- FOLLI – FOLLIE Α.Ε.
- FOURLIS Α.Ε. ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- GENERALI HELLAS ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ
- HENKEL ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.
- ΗΛΕΚΤΩΡ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΕΩΝ “ΒΙΚΟΣ” Α.Ε.
- ICAP GROUP Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- INTERNATIONAL LIFE Α.Ε.Γ.Α.
- INTERSPORT ATHLETICS Α.Ε.Ε.
- INTRALOT Α.Ε.
- ISOMAT Α.Β.Ε.Ε.
- JUMBO Α.Ε.
- ΚΑΥΚΑΣ, Β., Α.Ε.
- ΚΛΕΜΑΝ ΕΛΛΑΣ Α.Β.Ε.Ε.
- ΜΑΣΟΥΤΗΣ, Δ., ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ Α.Ε.

- ΜΕΓΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ Α.Ε.
- ΜΕΛΙΣΣΑ ΚΙΚΙΖΑΣ Α.Β.&Ε.Ε. ΤΡΟΦΙΜΩΝ
- ΜΕΤΡΟ Α.Ε.&Β.Ε.
- ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ (ΕΛΛΑΣ) ΔΙΥΛΙΣΤΗΡΙΑ ΚΟΡΙΝΘΟΥ Α.Ε.
- ΜΥΛΟΙ ΛΟΥΛΗ Α.Ε.
- ΜΥΤΙΛΗΝΑΙΟΣ ΟΜΙΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Α.Ε.
- Ο.Π.Α.Π. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΓΝΩΣΤΙΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ Α.Ε.
- ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε.
- ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ, Ε. Ι., Α.Ε.
- ΠΑΥΛΙΔΗΣ Α.Ε. ΜΑΡΜΑΡΑ – GRANITEΣ
- ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε.
- ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.
- ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ, Ι. & Σ., Α.Ε.Ε.
- SP – CARTONPACK HELLAS Α.Ε.Β.Ε.
- ΣΥΜΕΤΑΛ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΑΛΟΥΜΙΝΟΧΑΡΤΟΥ Α.Ε.
- ΣΩΛΗΝΟΥΡΓΕΙΑ ΚΟΡΙΝΘΟΥ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- TITAN Α.Ε. ΤΣΙΜΕΝΤΩΝ
- ΤΥΡΑΣ Α.Ε. ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- TELEPERFORMANCE HELLAS Α.Ε.
- ΦΑΡΜΑΤΕΝ Α.Β.Ε.Ε.
- ΧΗΤΟΣ Α.Β.Ε.Ε.

• VIVECHROM A.E.

<http://dir.icap.gr/mailimages/e-books/Leading%20Sectors/index.html>

Αφεντικά για φίλημα: Εργοδότες που ξεχωρίζουν στην Ελλάδα

ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ: Στο επίκεντρο ο άνθρωπος

Η Ι&Σ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ δεν χρειάζεται ιδιαίτερες συστάσεις. Χρόνια τώρα, ο άνθρωπος είναι η βασική αξία της εταιρίας, ξεκινώντας από τους εργαζόμενους, τους πελάτες, τους προμηθευτές της αλυσίδας σούπερ μάρκετ. Αυτό είναι άλλωστε το τρίπτυχο της επιτυχίας για τη Διοίκηση της εταιρίας, την οικογένεια Σκλαβενίτη: ικανοποιημένοι εργαζόμενοι, ικανοποιημένοι πελάτες, ικανοποιημένοι προμηθευτές.

ΚΑΜΙΑ ΠΕΡΙΚΟΠΗ. Από την αρχή της οικονομικής κρίσης το 2010 μέχρι και σήμερα, μισθολογικά η εταιρία δεν έχει μειώσει σε τίποτα ούτε τις αμοιβές ούτε τις παροχές της. Αντιθέτως έχει εντείνει την προσπάθειά της να είναι δίπλα στους ανθρώπους της αυτή τη δύσκολη περίοδο. Οι ίδιοι οι εργαζόμενοι της Ι&Σ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ επισημαίνουν την λογική της «ανοιχτής πόρτας» που διέπει τη Διοίκηση. Ο καθένας έχει πρόσβαση ανά πάσα στιγμή, όχι μόνο στο γραφείο προσωπικού, αλλά και στους ίδιους τους «Σκλαβενιτηδες», για να συζητήσει το πρόβλημά του.

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ. Η εταιρία είναι κατά των απολύσεων, εκτός από περιπτώσεις που παραβιάζουν βασικές της αρχές, όπως η κλοπή. Πάνω σε θέματα εργασίας, όλοι έχουν δεύτερες και τρίτες ευκαιρίες. Όπως επισημαίνουν στελέχη της επιχείρησης, «όλοι οι άνθρωποι μπορούν να είναι αποδοτικοί αρκεί να τους βοηθήσουμε και να τους ακούσουμε». Δεν είναι τυχαίο ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι ταυτίζουν τον εργασιακό τους βίο με την οικογένεια της Ι&Σ. Ο μέσος εργαζόμενος ξεκίνησε να απασχολείται πολύ νέος στην εταιρία, από φοιτητής ακόμα, διέκοψε για να κάνει το στρατιωτικό του και επέστρεψε για να μείνει. Δεν είναι τυχαίο ότι τα περισσότερα στελέχη αναδείχθηκαν μέσα από την εταιρία και ανέλαβαν θέσεις ευθύνης, έχοντας περάσει τις διάφορες βαθμίδες και τα στάδια εξέλιξης.

ΕΞΑΓΟΡΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΠΟΛΥΣΕΙΣ. Από το 2010 η Ι&Σ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ επεκτείνεται ενσωματώνοντας καταστημάτων άλλων αλυσίδων, όπως τα σούπερ μάρκετ ΑΤΛΑΝΤΙΚ, ενώ εσχάτως, εξαγόρασε την ΜΑΚΡΟ Cash & Carry, μια αλυσίδα 12 καταστημάτων και 1000 εργαζομένων, διευρύνοντας την παρουσία της για πρώτη φορά και εκτός Αττικής. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε όλες τις εξαγορές η Ι&Σ Σκλαβενίτης προσέλαβε όλους ανεξαιρέτως τους εργαζόμενους που απασχολούσαν οι άλλες αλυσίδες, διασφαλίζοντας την προϋπηρεσία τους, τα δικαιώματά τους και τις αμοιβές τους. Μάλιστα, αν σε κάποιες περιπτώσεις οι αμοιβές τους ήταν πιο κάτω από αυτές που υπαγορεύει η μισθολογική πολιτική της Ι&Σ Σκλαβενίτης, αυξήθηκαν για να ενταχθούν στο πλαίσιο της εταιρίας.

ΚΑΡΕΛΙΑΣ: Η ελληνική βιομηχανία που μοίρασε 10 εκατ. ευρώ μπόνους μέσα στην κρίση

ΑΥΞΗΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΕΝ ΜΕΣΩ ΚΡΙΣΗΣ.

Η καπνοβιομηχανία ΚΑΡΕΛΙΑΣ είναι ίσως το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα ελληνικής επιχείρησης που μέσα στην κρίση κατάφερε να αυξάνει διαρκώς την κερδοφορία της και να μοιράζεται ταυτόχρονα μέρος αυτών των κερδών με τους εργαζόμενους και τα στελέχη της. Τα τελευταία πέντε χρόνια έχει μοιράσει περισσότερα από 10,5 εκατ. ευρώ στους ανθρώπους της με τη μορφή παροχών και bonus, ενώ για το 2015 η διοίκηση προχώρησε και σε αυξήσεις μισθών, καθώς το 2014 ήταν η πιο κερδοφόρα χρονιά στην ιστορία της ΚΑΡΕΛΙΑΣ, μια ιστορία 100 και πλέον ετών.

ΑΥΤΟ ΕΠΕΤΕΥΧΘΗ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗ ΔΟΥΛΕΙΑ ΟΛΩΝ ΜΑΣ, είπε ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας κ. Ανδρέας Καρέλιας, κατά την καθιερωμένη ομιλία του προς τους εργαζομένους την τελευταία ημέρα κάθε έτους, οπότε και ανακοινώνει τα bonus και τις παροχές. Μεταξύ άλλων, ο κ. Καρέλιας απέδωσε την αύξηση του μεριδίου της εταιρείας, παρά την πτώση των πωλήσεων (η οποία ήταν σαφώς μικρότερη από αυτή των ανταγωνιστών), στην πολιτική τιμών που ακολούθησε μέσα στο 2014, αντιλαμβανόμενη πλήρως τις οικονομικές συνθήκες της αγοράς, καθώς και στη «βελτίωση ακόμα περισσότερο των ποιοτικών χαρακτηριστικών των προϊόντων μας με την προστιθέμενη αξία τους να ανεβαίνει ακόμα περισσότερο στα μάτια των καταναλωτών».

ΔΙΚΑΙΗ ΜΟΙΡΑΣΙΑ. Η επιστροφή μέρους των εσόδων της εταιρείας με τη μορφή κοινωνικού μερίσματος στο προσωπικό και στην τοπική κοινωνία της Καλαμάτας αποτελεί δέσμευση της οικογένειας Καρέλια. Από τα 1,1 εκατ. ευρώ που διέθεσε η εταιρεία το 2010, έφτασε το 2014 να μοιράζει έκτακτες παροχές ύψους 2,85 εκατ. ευρώ στους εργαζομένους, συμπεριλαμβανομένων αυξήσεων στη μισθοδοσία, το μεγαλύτερο ποσό που έχει δοθεί στην ιστορία της. Αναλυτικά ο κ. Καρέλιας ανακοίνωσε 15 «οικειοθελείς παροχές», οι οποίες δίνονται καθαρές, καθώς η εταιρεία καλύπτει όλους τους φόρους και τις κρατήσεις:

1. Επίδομα «γαλοπούλας» € 200,00 για κάθε εργαζόμενο στην Εταιρεία.
2. Επίδομα παρουσίας € 800,00 για όσους δεν έλειψαν ούτε μία μέρα από την εργασία τους.
3. Ο κάθε εργαζόμενος, που έχει παιδιά που σπουδάζουν σε κρατικό πανεπιστήμιο ή ΤΕΙ λαμβάνει έκτακτη οικονομική ενίσχυση € 1.300,00.
4. Οι εργαζόμενοι, των οποίων τα παιδιά τους πέτυχαν στις παραπάνω σχολές μέσα στο 2014, λαμβάνουν επιπλέον ενίσχυση € 500,00.
5. Παράλληλα, η Εταιρεία κάνει δώρο έναν υπερσύγχρονο φορητό υπολογιστή Apple σε κάθε παιδί που πέτυχε την εισαγωγή του σε μία από τις παραπάνω σχολές μέσα στο 2014.
6. Εργαζόμενοι με μηνιαίες αποδοχές πάνω από 2.001 ευρώ, λαμβάνουν έκτακτη οικονομική ενίσχυση € 700,00.
7. Εργαζόμενοι με μηνιαίες αποδοχές 1.701 έως 2.000 ευρώ, λαμβάνουν έκτακτη οικονομική ενίσχυση € 750,00.

8. Εργαζόμενοι με μηνιαίες αποδοχές 1.401 έως 1.700 ευρώ, λαμβάνουν έκτακτη οικονομική ενίσχυση € 1.400,00.
9. Εργαζόμενοι με μηνιαίες αποδοχές 1.201 έως 1.400 ευρώ, λαμβάνουν έκτακτη οικονομική ενίσχυση € 1.450,00.
10. Εργαζόμενοι με μηνιαίες αποδοχές 1.001 έως 1.200 ευρώ, λαμβάνουν έκτακτη οικονομική ενίσχυση € 2.200,00.
11. Εργαζόμενοι με μηνιαίες αποδοχές κάτω από 1.000 ευρώ, λαμβάνουν έκτακτη οικονομική ενίσχυση €2.400,00.
12. Εργαζόμενοι με μηνιαίες αποδοχές 1.201 έως 1.700 ευρώ, και έχουν από 3 ανήλικα παιδιά και πάνω, λαμβάνουν επιπλέον € 750,00.
13. Εργαζόμενοι με μηνιαίες αποδοχές έως 1.200 ευρώ, και οι οποίοι έχουν από 2 ανήλικα παιδιά και πάνω, λαμβάνουν επιπλέον 450,00 για κάθε ανήλικο παιδί.
14. 800,00 ευρώ ο κάθε λαχνός της πρωτοχρονιάτικης γιορτής .
15. Τέλος, αύξηση 100,00 ευρώ μiktά από 1ης Ιανουαρίου 2015 για όλους τους εργαζόμενους που έχουν μiktό μηνιαίο μισθό μέχρι 2.800 ευρώ.

GENESIS PHARMA: Μοιραζόμαστε τις επιτυχίες, καταφέραμε να μην μοιραστούμε τα δύσκολα

Η GENESIS Pharma είναι μια πρωτοπόρος ελληνική εμπορική φαρμακευτική εταιρεία που δραστηριοποιείται σε πέντε χώρες. Ιδρύθηκε το 1997 με στόχο να διασφαλίσει στους Έλληνες ασθενείς που πάσχουν από σπάνια, χρόνια και βαριάς μορφής νοσήματα, άμεση πρόσβαση σε καινοτόμες, πρωτότυπες θεραπείες. Το 2009 συμπλήρωσε 12 χρόνια διαρκούς διψήφιας ανάπτυξης. Από το 2010 όμως και για ένα διάστημα περίπου δύο χρόνων πάλεψε να κρατηθεί ζωντανή και να προστατέψει τις θέσεις εργασίας.

«Μπορεί να είμαστε μια εταιρεία που διαχρονικά μοιράζεται τις επιτυχίες της, όμως στην κρίση στοχεύσαμε και πετύχαμε να μην μοιραστούμε τα δύσκολα. Δεν κάναμε καμία απόλυση εξαιτίας των προβλημάτων και δεν κάναμε καμία περικοπή παροχών. Είπαμε πως αυτός θα ήταν για εμάς ο τελευταίος δρόμος και καταφέραμε να μην τον ακολουθήσουμε» εξηγεί ο Διευθύνων Σύμβουλος της GENESIS Pharma, Κωνσταντίνος Ευριπίδης (σ.σ. τον οποίο γνωρίσαμε πέρυσι τον Ιούλιο στο WE ωστον πρώτο αιχμάλωτο που απελευθερώθηκε από την τουρκική εισβολή στην Κύπρο το 1974) και κάνει λόγο για ένα εγχείρημα εξαιρετικά δύσκολο: «Να σας θυμίσω, μιας και γίναμε πολύ γνωστοί από αυτό, πως μόνο από το κούρεμα των φαρμακευτικών ομολόγων χάσαμε σε ένα βράδυ 170 εκατομμύρια, τα κέρδη μιας δεκαετίας. Αποτρέψαμε τον κίνδυνο στα τέλη του 2012, σταθεροποιηθήκαμε εντός του 2013 και σήμερα η εταιρεία μας παρουσιάζει ανάπτυξη της τάξης του 6%».

ΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΧΑΡΑ. Η GENESIS Pharma διαθέτει τις περισσότερες διακρίσεις στην Ελλάδα ως προς το εργασιακό της περιβάλλον. Το 2014 έλαβε τη 12η συνεχή διάκριση στα βραβεία Best Workplaces 2014, ενώ έχει λάβει συνολικά 18 διακρίσεις από το Great Place to Work Institute. Επιπλέον, έχει τιμηθεί με τέσσερα ευρωπαϊκά βραβεία, αλλά και με δύο ειδικά βραβεία για την πενταετή και δεκαετή συνεχή παρουσία της στην πρώτη δεκάδα της ελληνικής κατάταξης. «Αυτό που επιδιώκουμε είναι οι εργαζόμενοί μας μέσα από τη δουλειά τους να νιώθουν πως εξελίσσονται σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο, πως έχουν ουσιαστικό ρόλο στην πορεία της εταιρείας μας και η προσπάθειά τους αναγνωρίζεται, πως μπορούν να πετύχουν ισορροπία μεταξύ της εργασίας και της οικογένειας και πως τελικά μπορούν να νιώθουν και να είναι ασφαλείς» μας λέει ο κ. Κωνσταντίνος Ευριπίδης και προσθέτει: «Έχοντας πάντα αυτούς τους στόχους στο μυαλό μας, το πρόγραμμά μας περιλαμβάνει πολλές δράσεις που μας βοηθούν να διασφαλίσουμε ανοιχτή, αμφίδρομη επικοινωνία και καλή συνεργασία, να δουλεύουμε με αξιοκρατία, να επιβραβεύουμε την προσπάθεια, να κτίζουμε σχέσεις εμπιστοσύνης. Ως εταιρεία που επενδύει στην αιχμή της φαρμακευτικής επιστήμης, δίνουμε ιδιαίτερη έμφαση σε θέματα εκπαίδευσης που βοηθούν τους ανθρώπους μας να είναι ενημερωμένοι και απολύτως καταρτισμένοι, να εξελίσσονται ως στελέχη και να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Επιπλέον, κάνουμε μια σημαντική επένδυση σε θέματα υγείας και ασφάλειας και υποστηρίζουμε τις εργαζόμενες μητέρες και τις οικογένειες των ανθρώπων μας, με μια σειρά από παροχές και ενισχύσεις. Με μια φράση θα σας έλεγα πως θέλουμε η εταιρεία μας να αποτελεί ένα εργασιακό περιβάλλον που θα χαίρεται κανείς να δουλεύει».

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ. «Η δύναμη της εταιρείας μας είναι το άθροισμα του ταλέντου, των ικανοτήτων, της καθημερινής προσπάθειας, της καλής διάθεσης των ανθρώπων μας και αυτό για εμάς αποτελεί μια από τις βασικότερες προϋποθέσεις ανάπτυξης της GENESIS Pharma. Επενδύοντας στην επαγγελματική εξέλιξη και επιμόρφωση των εργαζομένων μας, προσφέροντας αναγνώριση και κίνητρα, λειτουργώντας με σεβασμό, δημιουργώντας ένα ευχάριστο κλίμα εργασίας, έχουμε την πιο σημαντική ανταμοιβή που μπορεί να έχει μια εταιρεία: την πηγαία και ουσιαστική στήριξη των ανθρώπων μας στα εύκολα και στα δύσκολα. Ο καθένας δίνει τον καλύτερό του εαυτό καθημερινά, συμβάλλοντας στην πρόοδό μας. Επίσης, ένα τέτοιο εργασιακό περιβάλλον μας βοηθά να προσελκύουμε νέους ταλαντούχους ανθρώπους» επισημαίνει ο κ. Ευριπίδης.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΣΜΟΣ, ΠΟΙΟΤΗΤΑ, ΤΙΜΙΟΤΗΤΑ. Η GENESIS Pharma, με έδρα την Αθήνα, θυγατρική εταιρεία στην Κύπρο και δραστηριότητα στη Βουλγαρία, τη Ρουμανία και την Κροατία, τα τελευταία δέκα χρόνια κατατάσσεται μεταξύ των μεγαλύτερων φαρμακευτικών εταιρειών που δραστηριοποιούνται στη ελληνική αγορά βάσει κύκλου εργασιών, ενώ είναι σταθερά στις πρώτες θέσεις σε νοσοκομειακές πωλήσεις στη χώρα. Ζητήσαμε τον κ. Ευριπίδη να συνοψίσει τα μυστικά της επιτυχίας της GENESIS Pharma, παρά το δύσκολο οικονομικό περιβάλλον των τελευταίων ετών: «Τα βασικά στοιχεία που μας βοήθησαν μέσα στην κρίση είναι τα ίδια χαρακτηριστικά που μας βοήθησαν εξ αρχής να κερδίσουμε μια ισχυρή θέση στην αγορά μας: Η έμφαση σε καινοτόμες θεραπείες που καλύπτουν πραγματικά θεραπευτικά κενά και η κουλτούρα που έχουμε διαμορφώσει ως εταιρεία, η οποία βασίζεται στο τρίπτυχο επαγγελματισμός, ποιότητα και τιμιότητα, αξίες που για εμένα θα όφειλαν να είναι αυτονόητες. Χάρη σε αυτά τα χαρακτηριστικά έχουμε κερδίσει την εμπιστοσύνη των ανθρώπων μας και της αγοράς μας, εμπιστοσύνη που μετατράπηκε σε ουσιαστική στήριξη στα δύσκολα. Στην κρίσιμη στιγμή βέβαια μέτρησε και η απόφαση να μην εγκαταλείψουμε, αλλά να δουλέψουμε πολύ και σκληρά, ώστε να στηρίξουμε την εταιρεία μας».

Τα 31 που πρέπει να αφαιρέσετε τώρα από το βιογραφικό σας (αν δεν θέλετε να πάει... αδιάβαστο)

HuffPost Greece | Newsroom

Δημοσιεύθηκε: 01/09/2016 8:31 πμ EEST Ενημερώθηκε: 01/09/2016 8:33 πμ EEST

Σύμφωνα με έρευνα από το CareerBuilder.com, ο μέσος μάνατζερ βλέπει κατά μέσο όρο 75 βιογραφικά σημειώματα για κάθε θέση. Πόσο πιθανό θεωρείτε ότι θα κάτσει να το διαβάσει ολόκληρο; Επειδή η απάντηση είναι προφανής, καλό είναι λοιπόν να αφαιρέσετε κάποια πράγματα από το βιογραφικό σας, εάν θέλετε να μην πάει... αδιάβαστο. Το Business Insider προτείνει τα 31 πράγματα που δεν πρέπει να αναφέρετε ποτέ στο CV σας.

1. Στόχο

Αφού κάνετε αίτηση, είναι προφανές ότι θέλετε τη θέση. Εάν ανήκετε στην περίπτωση που αλλάζεται τελείως αντικείμενο εργασίας, καλό είναι να συμπεριλάβετε μια μικρή επεξηγηματική παράγραφο.

2. Άσχετη με τη θέση επαγγελματική εμπειρία

Να συμπεριλάβετε μόνο εμπειρία που μπορεί να προσφέρει κάτι στη θέση.

3. Προσωπικά δεδομένα

Μην αναφέρετε για παράδειγμα εάν είστε παντρεμένοι, εάν πιστεύετε στον Θεό ή τον αριθμό του ΑΜΚΑ σας. Μπορεί παλιά να συνηθιζόταν αλλά πλέον είναι παράνομο να σας ρωτήσει ο υποψήφιος εργοδότης σας.

4. Τα χόμπι σας

Αλήθεια, κανείς δεν ενδιαφέρετε!

5. Κραυγαλέα ψέμματα

Συνήθως έχουν την εμπειρία να τα καταλάβουν.

6. Την ηλικία σας

Αν δεν θέλετε να γίνουν διακρίσεις βάσει της ηλικίας σας, ξανασκεφτείτε το εάν θα τη συμπεριλάβετε.

7. Μεγάλα κείμενα

Μικρύνεται τα κείμενα και μην χρησιμοποιείτε πολύ μικρές γραμματοσειρές, λένε οι ειδικοί. Είναι κουραστικό στην ανάγνωση.

8. Άδειες

Εάν πήρατε κάποια στιγμή άδεια για να κάνετε οικογένεια, ή για κάποιο μεγάλο ταξίδι, καλό είναι να μην το συμπεριλάβετε.

9. Συστάσεις

Εάν θέλει να ρωτήσει για συστάσεις, θα το κάνει. Είναι υπερβολή να το αναφέρετε και στο βιογραφικό σας.

10. Μορφοποίηση

Φροντίστε να έχει την ίδια μορφοποίηση όλο το κείμενο.

11. Το πρώτο και τρίτο πρόσωπο

Δεν είναι πολύ ωραίο να έχετε μέσα στο κείμενο σας το «εγώ» ή να μιλάτε στο τρίτο πρόσωπο για τον εαυτό σας. Είναι προφανές ότι υπάρχει στο cv αφορά εσάς.

12. Ενεστώτας σε δουλειά από την οποία έχετε φύγει

Ενεστώτα χρησιμοποιούμε μόνο στην παρούσα σας δουλειά.

13. CuteChick4life@yahoo.com

Φροντίστε να έχετε ένα κάπως επαγγελματικό email και όχι BeerLover123@gmail.com ή CuteChick4life@yahoo.com

14. Κάποιες λέξεις δεν είναι απαραίτητες

Όπως για παράδειγμα η λέξη «τηλέφωνο» πριν από το τηλέφωνό σας. «Είναι λίγο χαζό. Ξέρουν ότι είναι το τηλέφωνό σας», λένε οι ειδικοί. Το ίδιο ισχύει και για το email.

15. Πίνακες, γραφήματα, υποσημειώσεις κτλ

Εντάξει, είναι υπερβολή και μπερδεύει τον αναγνώστη.

16. Στοιχεία επικοινωνίας στην τρέχουσα εργασία

Εκτός από επικίνδυνο, είναι και χαζό. Θέλετε να σας τηλεφωνούν πιθανοί νέοι εργοδότες στον χώρο εργασίας σας από τον οποίο θέλετε να φύγετε;

17. Το όνομα του αφεντικού σας

Επίσης, μην συμπεριλάβετε το αφεντικό σας στα στοιχεία επικοινωνίας, εκτός εάν δεν έχετε πρόβλημα να επικοινωνήσουν για συστάσεις.

18. Ορολογία που χρησιμοποιείτε στην τρέχουσα εργασία σας

Μόνο κοινά αποδεκτούς όρους, όχι εκείνους που έχουμε εφεύρει για να επικοινωνούμε πιο γρήγορα με τον συνάδελφο.

19. URL από social media που δεν έχουν σχέση με τη δουλειά

Too much information!

20. Πάνω από 15 χρόνια εμπειρίας

Εάν βάλετε δουλειές που είχατε κάνει πριν το 2000, ο αναγνώστης θα βαρεθεί. Προσθέστε μόνο ότι είναι σχετικό με τη δουλειά. Το ίδιο ισχύει για παλιές πιστοποιήσεις που έχουν να κάνουν με την εκπαίδευση.

21. Μισθός

Κάποιοι βάζουν τι μισθό έπαιρναν. Αυτή η συζήτηση πρέπει να γίνεται στη συνέντευξη.

22. Παλιομοδίτικες γραμματοσειρές

Φτάνει πια με το Times New Roman και τα serif fonts.

23. Πολύ φανταχτερές γραμματοσειρές

Γενικά το Arial είναι προτιμότερο.

24. Ενοχλητικά τσιτάτα

Κρατήστε το απλό και αφήστε τα περίεργα τσιτάτα για να περιγράψετε τον εαυτό σας.

25. Τον λόγο που αφήσατε την προηγούμενη δουλειά σας

Καλύτερα να ειπωθούν στη συνέντευξη αυτές οι πληροφορίες.

26. Οι βαθμοί στο σχολείο

Δεν έχουν καμία σημασία πλέον.

27. Εξήγηση γιατί θέλετε αυτή τη δουλειά

Μα γι' αυτό είναι το cover letter και η συνέντευξη.

28. Φωτογραφία

Μπορεί να είναι σύνηθες αλλά είναι λίγο ευτελές, σύμφωνα με τους ειδικούς.

29. Γνώμη και όχι δεδομένα

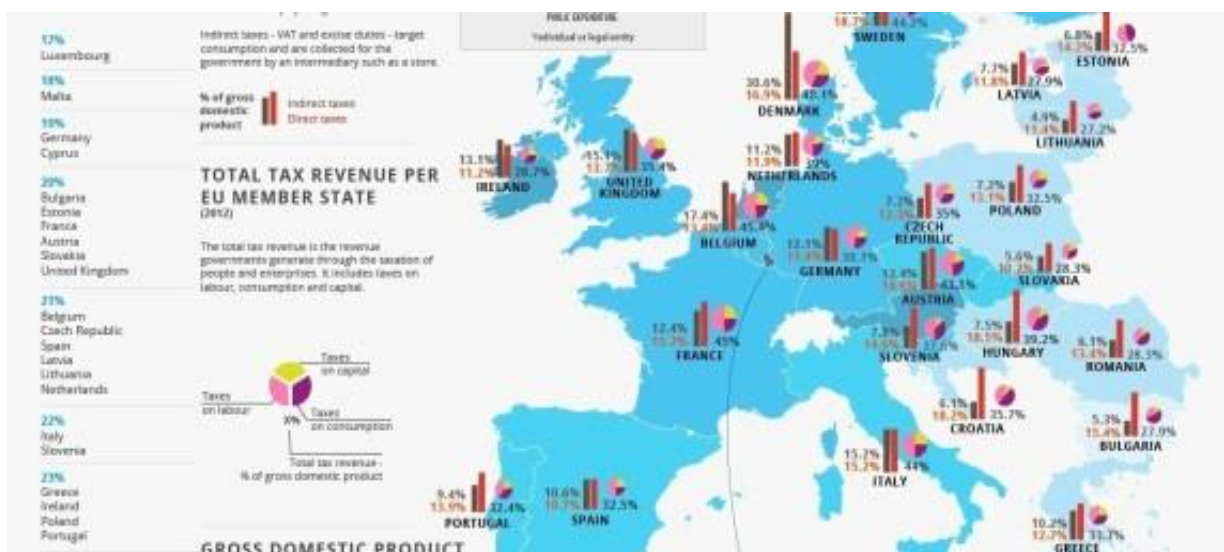
Να περιγράφετε τον εαυτό σας με δεδομένα και όχι βάσει της άποψης που έχετε για τον εαυτό σας. Σίγουρα θα τα καταλάβει όλα στη συνέντευξη.

30. Εργασίες που δεν κράτησαν πολύ

Καλό είναι να μην συμπεριλάβετε δουλειές στις οποίες μείνατε για ένα μήνα ή (ακόμη χειρότερα) σας έδιωξαν σε ένα μήνα.

31. Σωστή εξήγηση των επιτευγμάτων

Μην γράφετε μόνο ότι καταφέρατε το Χ ή το Ψ. Δείξτε το με στοιχεία. Για παράδειγμα, το Χ project είχε αυτό το αποτέλεσμα, όχι απλά «αυξήσαμε τα έσοδα».



10 τοξικοί τύποι ανθρώπου που θα πρέπει να κόψεις δια παντός

1. Ο αλαζόνας Η αλαζονεία είναι η αρνητική πλευρά της αυτοπεποίθησης. Ένας τέτοιος άνθρωπος πιστεύει ότι κάνει τα πάντα τέλεια, χωρίς λάθη και φέρεται ως ανώτερος όλων. Όσο μεγάλη και αν είναι μια δική σου επιτυχία, δεν πρόκειται να χαρεί για σένα αλλά θα σου τονίσει ό,τι έκανες λάθος.
2. Το αιώνιο θύμα Είναι ο άνθρωπος που για τις δικές του αποτυχίες κατηγορεί πάντα κάποιον άλλο. Από το υπερβολικά πιεστικό αφεντικό του μέχρι τα παιδιά στο δημοτικό που δεν τον παίζανε. Δεν θα διστάσει να δημιουργήσει μια αλυσίδα ανθρώπων που θα κατηγορεί για ό,τι έχει πάει στραβά στη ζωή του, ωστόσο δεν θα προσάψει ποτέ τίποτα στον ίδιο του τον εαυτό.
3. Το control freak Ξέρει τα πάντα και είτε θα είναι συνεχώς πάνω από το κεφάλι σου υποστηρίζοντας ότι «εγώ θα το είχα κάνει καλύτερα γιατί...» είτε δεν θα σε αφήσει εξ' αρχής να κάνεις αυτό που έχεις αναλάβει με την ησυχία σου. Πρόκειται για αρκετά ανασφαλή άτομα που δύσκολα δείχνουν εμπιστοσύνη στους άλλους και είναι μεγάλοι φαν της φράσης «αν θες να γίνει κάτι καλά, κάν' το μόνος σου».
4. Ο ζηλιάρης Δεν είναι ποτέ ικανοποιημένος και ευχαριστημένος. Μιλάμε για τον άνθρωπο που όχι μόνο δεν μπορεί να νιώσει χαρά για τις επιτυχίες των άλλων, αλλά δεν θέλει καν να έχει γύρω του επιτυχημένους ανθρώπους, ακόμα και αν πρόκειται για άτομα που βρίσκονται σε τελείως διαφορετικό, από το δικό του πεδίο.
5. Ο ψεύτης Εντάξει, ψέματα έχουμε πει όλοι. Κάποιοι, όμως άνθρωποι είναι απλά ανίκανοι να παρουσιάσουν μια ιστορία ακριβώς με τον τρόπο που έχει συμβεί, χωρίς να αλλάξουν τα γεγονότα ή να τα διαστρέψουν με τον τρόπο που τους συμφέρει. Και σαν να μην έφτανε το γεγονός ότι δεν μπορείς να εμπιστευτείς ούτε μια λέξη τους, είναι δεδομένο ότι θα έχουν πει ψέματα για εσένα σε άλλους και για άλλους σε εσένα.
6. Ο μόνιμα αρνητικός Είναι αυτός που συνέχεια γκρινιάζει. Δεν του αρέσει τίποτα. Οι προβλέψεις που κάνει για το μέλλον είναι όλες αρνητικές. Δεν πρόκειται να σου ευχηθεί ποτέ «καλή επιτυχία» γιατί απλά δεν πιστεύει σε αυτόν τον όρο. Αν έχεις γύρω σου έναν τέτοιο άνθρωπο, φρόντισε να απομακρυνθείς το συντομότερο, γιατί το μόνο που έχει να σου προσφέρει είναι αρνητική ενέργεια και απαισιοδοξία.
7. Ο άπληστος Η φιλοδοξία είναι κάτι πολύ θετικό και αισιόδοξο, όχι όμως σε υπέρμετρο βαθμό. Ο άπληστος άνθρωπος θέλει να έχει τα πάντα, χωρίς υπερβολή και έχει αφιερώσει τη ζωή του σε αυτόν ακριβώς το σκοπό. Θα πατήσει επί πτωμάτων προκειμένου να τον ολοκληρώσει, χωρίς καμία δεύτερη σκέψη.
8. Ο επικριτικός Η κριτική ικανότητα είναι από τις πιο χρήσιμες που μπορεί να έχει κανείς. Ορισμένοι άνθρωποι όμως, φτάνουν στο άλλο άκρο και κρίνουν, ή καλύτερα, κατακρίνουν τα πάντα. Έχουν άποψη για όλα, ακόμα και αν είναι εντελώς άσχετοι με το αντικείμενο στο οποίο αναφέρονται, άποψη η οποία είναι μόνιμα αρνητική.

9. Ο κουτσομπόλης Θέλει να μαθαίνει τα πάντα, το γνωστό και ως «σύνδρομο της κλειδαρότρυπας» και δεν υπάρχει περίπτωση, ποτέ και για κανένα λόγο, να κρατήσει μυστικό. Είναι αυτός που, όταν σε δει, θα σε χαιρετήσει με την ατάκα «άκου να δεις τι έμαθα!» και θα κάνει ό,τι μπορεί για να μάθει τις πιο πρόσφατες εξελίξεις της δικής σου ζωής (όσο πιο προσωπικές, τόσο το καλύτερο), τις οποίες θα μεταφέρει πάραυτα στον επόμενο άνθρωπο που θα συναντήσει.

10. Ο «όλα τα παραπάνω» Εκείνος που η απάτη, το ψέμα, η απληστία, η αρνητικότητα και όλα όσα περιγράψαμε παραπάνω δεν αποτελούν απλά ένα κομμάτι του, αλλά χτίζουν όλη του την προσωπικότητα συνδυαστικά. Λόγω έλλειψης κάθε ηθικού ενδιασμού, βρίσκεται συνήθως σε θέσεις εξουσίας, είναι ο εφιάλτης οποιουδήποτε βρίσκεται πιο κάτω στην ιεραρχική κλίμακα και το επίπεδο της συναισθηματικής του νοημοσύνης είναι υπό του μηδενός.

Πηγή: www.lifo.gr

