



ΑΦΙΕΡΩΜΑ

Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ακτινογραφία
στη ραχοκοκαλιά
της οικονομίας

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΑΦΙΕΡΩΜΑΤΟΣ:

ΕΛΕΑΝΝΑ ΓΑΛΑΝΑΚΗ

Αντιπρύτανης Οικονομικού
Προγραμματισμού και
Υποδομών, Αναπληρώτρια
Καθηγήτρια Τμήματος
Μάρκετινγκ και
Επικοινωνίας του ΟΠΑ

ΓΡΑΦΟΥΝ ΑΚΟΜΗ ΟΙ:

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ

Επίκουρος Καθηγητής
Τμήματος Οργάνωσης
και Διοίκησης Επιχειρήσεων
του ΟΠΑ

ΕΙΡΗΝΗ ΒΟΥΔΟΥΡΗ

Καθηγήτρια, Πρόεδρος
Τμήματος Διοικητικής
Επιστήμης και Τεχνολογίας
του ΟΠΑ

ΙΩΑΝΝΑ ΔΕΛΗΓΙΑΝΝΗ

Επίκουρη Καθηγήτρια
Τμήματος Διοικητικής
Επιστήμης και Τεχνολογίας
του ΟΠΑ

ΕΙΡΗΝΗ ΖΩΓΡΑΦΟΥ

Λέκτορας στο Cranfield
University, School of
Management, Αγγλία

ΧΡΙΣΤΙΑΝΑ ΙΕΡΟΔΙΑΚΟΝΟΥ

Επίκουρη Καθηγήτρια
Πανεπιστημίου Κύπρου

ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΚΑΜΠΟΥΡΗ

Επίκουρη Καθηγήτρια
Διεθνούς Μάνατζμεντ
του Τμήματος Οικονομικών
Επιστημών του Αριστοτελείου
Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης

ΝΙΚΟΣ ΠΑΧΟΣ

Επίκουρος Καθηγητής στην
Καινοτομία και Διαχείριση
Ανθρώπων στο Delft University
of Technology, Ολλανδία

ΕΜΜΑΝΟΥΕΛΛΑ

ΠΛΑΚΟΓΙΑΝΝΑΚΗ

Καθηγήτρια της Έδρας Διεθνών
Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο
της Βιέννης, Αυστρία

ΤΙΜΟΘΕΟΣ ΡΕΚΚΑΣ

Αναπληρωτής Προϊσταμένου
της Διεύθυνσης
Επιχειρηματικότητας
και Μικρών - Μεσaiών
Επιχειρήσεων
του Υπουργείου Ανάπτυξης

editorial

10 χρόνια «ΟΠΑ News»



Του **ΒΑΣΙΛΗ ΒΑΣΔΕΚΗ**,
Πρύτανη του ΟΠΑ

Στο τεύχος αυτό γιορτάζουμε την επέτειο των 10 χρόνων της «ΟΠΑ News», της εφημερίδας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Μέσα από την πορεία αυτή μπορούν οι ερευνητές του παρόντος και του μέλλοντος να παρατηρήσουν τόσο την πορεία της εξέλιξης του ΟΠΑ όσο και τα θέματα που απασχόλησαν και απασχολούν την ελληνική οικονομία και κοινωνία. Η εξέλιξη της σε ένα σύγχρονο κανάλι μεταφοράς και διάχυσης της γνώσης που παράγουν λαμπροί επιστήμονες και μάλιστα σε απλή και κατανοητή από όλους γλώσσα και μορφή, πιστεύουμε ότι της προσδίδει ιδιαίτερο νόημα και αξία.

Η έρευνα που πραγματοποιήσαμε πρόσφατα για τα 10 χρόνια λειτουργίας της επιβεβαιώνει τα παραπάνω γραφόμενα και μας γεμίζει με ευθύνη για τη συνέχεια και την περαιτέρω βελτίωσή της, ανταποκρινόμενοι στο κάλεσμα αυτό που μας ωθεί και μας συνδράμει το επιστημονικό και διδακτικό προσωπικό, οι φοιτήτριες και οι φοιτητές, οι απόφοιτοί μας, αλλά και το ευρύ κοινό. Η μεγάλη παρακαταθήκη που άφησαν για την «ΟΠΑ News» τα 10 αυτά χρόνια οι πρώην Πρυτάνεις του ΟΠΑ, κ.κ. **Κ. Γάτσιος**, **Εμ. Γιακουμάκης** και **Δ. Μπουραντώνης**, αποτελεί και μεγάλη ευθύνη για την τωρινή διοίκηση να συνεχίσει και να ενδυναμώσει την αξία που προσφέρει. Επίσης, η συνεργασία με το ιστορικό ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ αποτέλεσε σταθμό στην εξέλιξη και τη διάδοσή της στο ευρύ κοινό, προσελκύοντας και νεανικά κοινά, που αποτελεί ένα ακόμα όφελος για την κοινωνία.

Στο επετειακό αυτό τεύχος πραγματευόμαστε τα εξαιρετικά σημαντικά ζητήματα των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων (ΜμΕ) της χώρας που αποτελούν όχι μόνο τη ραχοκοκαλιά της οικονομίας, αλλά και σε μεγάλο βαθμό το μέλλον της. Εξειδικευμένοι επιστήμονες σε αυτό το είδος των επιχειρήσεων καταθέτουν τις απόψεις και τις προτάσεις τους σε θέματα, όπως της χρηματοδότησής τους, της καινοτομίας που χρειάζεται να αναπτύξουν, της διεθνοποίησής τους, του ανθρώπινου δυναμικού και της ανάπτυξης των ταλέντων τους, των οικογενειακών επιχειρήσεων και της διαδοχής τους.

Θεωρούμε χρέος μας να στηρίζουμε την ανάπτυξη όλων των επιχειρήσεων του οικοσυστήματος της οικονομίας και ειδικά των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων, παράγοντας και διαχέοντας γνώση που θα τις βοηθήσουν στη μακρόχρονη βιωσιμότητά τους, δημιουργώντας τους ανθρώπους που θα ξεδιπλώσουν το ταλέντο τους σε αυτές, σχεδιάζοντας προγράμματα που προσαρμόζονται στις ανάγκες τους και επιμορφώνοντας επιχειρηματίες και στελέχη με τις σύγχρονες δεξιότητες και ικανότητες που απαιτεί το διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Καλή σας ανάγνωση!

Στο παγκόσμιο top 300 η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Ανάμεσα στα 300 κορυφαία Business Schools του κόσμου κατατάσσεται για το 2024 η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, σύμφωνα με τον έγκριτο διεθνή φορέα αξιολόγησης Eduniversal.

Πιο αναλυτικά, η εν λόγω κατάταξη αξιολογεί τα «Business Schools» λαμβάνοντας υπόψη: α) τη διεθνή επιρροή και τη φήμη των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, β) τις ακαδημαϊκές τους πιστοποιήσεις, γ) τις θέσεις που αυτά καταλαμβάνουν σε πληθώρα άλλων διεθνών κατατάξεων, δ) τη συμμετοχή τους σε διεθνείς και εθνικούς εκπαιδευτικούς οργανισμούς και ε) τις ψήφους των Πρυτάνεων των 1.000 συμμετεχόντων «Business Schools».

Με βάση τα παραπάνω κριτήρια επιτυγχάνεται η κατάταξη των «Business Schools» των Πανεπιστημίων σε πέντε κατηγορίες διάκρισης. Η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

έλαβε τέσσερα αστέρια διάκρισης που την κατατάσσουν στη δεύτερη υψηλότερη κατηγορία («4 Palmes League - Top Business Schools with significant international



influence»), καθώς και στα 300 καλύτερα «Business Schools» παγκοσμίως.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών είναι το μοναδικό «Business School» ελληνικού Πανεπιστημίου που κατατάχθηκε στην κατηγορία «4 Palmes». Σχετικά με την ανακοίνωση της κατάταξης για το ΟΠΑ, ο Αντιπρύτανης Καθηγητής **Λεωνίδας Δουκάκης** δήλωσε: «Η πρόσφατη κατάταξη που δημοσιεύτηκε από την Eduniversal και τοποθετεί τη Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΟΠΑ – την πιο παλιά και φημισμένη Σχολή Διοίκησης στην Ελλάδα – στα 300 κορυφαία «Business Schools» του κόσμου, αναδεικνύει και επιβραβεύει το Πανεπιστήμιο για το υψηλό εκπαιδευτικό και ερευνητικό έργο που εκπονεί».

Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την κατάταξη του ΟΠΑ στην ιστοσελίδα της Eduniversal.

Νέο ξενόγλωσσο προπτυχιακό από το ΟΠΑ



<https://qrfy.io/r/Yhq5HzYLwd>

Η εξωστρέφεια και η διεθνοποίηση αποτελούν κεντρικό άξονα της στρατηγικής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Η στρατηγική αυτή στηρίζεται σε μια κουλτούρα ανοιχτού και συνεχούς διάλογου και συνεργασιών με τη διεθνή πανεπιστημιακή κοινότητα, η οποία αναπτύσσεται εδώ και πολλές δεκαετίες και καλλιεργείται συνεχώς. Πράγματι, το ΟΠΑ ήταν μεταξύ των πρώτων ελληνικών πανεπιστημίων που συμμετείχαν σε **προγράμματα κινητικότητας Erasmus**, δίνοντας τη δυνατότητα σε πολλές χιλιάδες φοιτητών και φοιτητριών του να πραγματοποιήσουν μέρος των σπουδών τους σε άλλα ιδρύματα εντός Ευρώπης και φιλοξενώντας αντίστοιχα μεγάλους αριθμούς επισκεπτών από τα ιδρύματα αυτά. Στο πλαίσιο του προγράμματος, το ΟΠΑ έχει σήμερα συνεργασίες με περισσότερα από 250 πανεπιστήμια. Προσφέρει 70 προπτυχιακά μαθήματα στα αγγλικά, τα οποία παρακολουθούν οι – σχεδόν 500 ετησίως – εισερχόμενοι φοιτητές και φοιτήτριες. Αυτό το επίπεδο φοιτητικής κινητικότητας κατατάσσει το ΟΠΑ πρώτο στην Ελλάδα κατ' αναλογία με τον φοιτητικό πληθυσμό του. Στο πρόγραμμα κινητικότητας συμμετέχουν επίσης το διδακτικό και διοικητικό προσωπικό. Επιπροσθέτως, το ΟΠΑ ήταν μεταξύ των πρώτων ελληνικών πανεπιστημίων που ίδρυσαν **αγγλόφωνα μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών**, προσελκύνοντας φοιτητές και φοιτήτριες και από το εξωτερικό. Σήμερα, 9 από τα 30 μεταπτυχιακά του προγράμματα διδάσκονται εξ ολοκλήρου στα αγγλικά και τυγχάνουν διεθνούς αναγνώρισης όπως προκύπτει από την υψηλή τους κατάταξη από διεθνείς οίκους αξιολόγησης. Το ΟΠΑ υποδέχεται επίσης ξένους φοιτητές και φοιτήτριες σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο για **σύντομα προγράμματα σπουδών (AUEB Study Abroad πρόγραμμα), θερινά σχολεία, και εκπαιδευτικές επισκέψεις**. Επιπλέον, το ΟΠΑ προσφέρει μεταπτυχιακούς τίτλους σπουδών σε συνεργασία με διακεκριμένα πανεπιστήμια του εξωτερικού (**Dual Master's**), ενώ σχεδιάζει



Το πρόγραμμα BSc in International Business and Technology του ΟΠΑ εντάσσεται στο πλαίσιο της στρατηγικής διεθνοποίησης του Πανεπιστημίου



Της Καθηγήτριας **ΝΑΝΣΥΣ ΠΟΥΛΟΥΔΗ**, Αντιπρυτάνεως Διεθνούς Συνεργασίας και Ανάπτυξης του ΟΠΑ

νέα μεταπτυχιακά προγράμματα που θα χορηγούνται από κοινού με επιλεγμένους πανεπιστημιακούς εταίρους (**Joint Master's**) σε πρωτοποριακούς διεπιστημονικούς τομείς, συνδυάζοντας την τεχνογνωσία του ΟΠΑ με άλλους επιστημονικούς χώρους. Χτίζοντας στο ευρύ δίκτυο ερευνητικών δραστηριοτήτων και συνεργασιών του διδακτικού και ερευνητικού προσωπικού, το ΟΠΑ επιτρέπει τη συνεπίβλεψη διδακτορικών διατριβών και τη χορήγηση **διπλών (dual) διδακτορικών τίτλων** σε συνεργασία με κορυφαία ξένα ιδρύματα. Συμμετέχει επίσης σε **διεθνή δίκτυα πανεπιστημίων**, φιλοξενεί το **Ινστιτούτο Κομφούκιος** και διοργανώνει **διεθνή συνέδρια και εκδηλώσεις**. Η φετινή χρονιά σηματοδοτεί ένα νέο ορόσημο στη διεθνοποίηση του ΟΠΑ, με την ίδρυση του πρώτου προπτυχιακού προγράμματος σπουδών που θα προσφέρεται εξ ολοκλήρου στα αγγλικά. Το **Bachelor in International Business and Technology (IBT)** αποτελεί την

ολοκλήρωση μιας προσπάθειας σχεδιασμού των τελευταίων τριών ετών, σε συνέχεια της νομοθετικής ρύθμισης που επιτρέπει την ίδρυση ξενόγλωσσων προπτυχιακών προγραμμάτων σπουδών που απευθύνονται αποκλειστικά σε ξένους υπηκόους. Το νέο αυτό τετραετές πρόγραμμα σπουδών θα προσφέρεται από τον Σεπτέμβριο του 2025 και έχει διαμορφωθεί με τη συνδρομή και των οκτώ Τμημάτων του Πανεπιστημίου. Κατά συνέπεια, είναι διεπιστημονικό και συνδυάζει γνώσεις και δεξιότητες από τον χώρο της διοίκησης, των οικονομικών επιστημών και των επιστημών και της τεχνολογίας της πληροφορίας. Διευθυντής του προγράμματος έχει οριστεί ο Αναπληρωτής Καθηγητής του ΟΠΑ, κ. Δημήτρης Μανωλόπουλος, ο οποίος έχει ηγηθεί του σχεδιασμού του.

Τι περιλαμβάνει

Το τετραετές πρόγραμμα σπουδών περιλαμβάνει υποχρεωτικά

μαθήματα που καλύπτουν θεμελιώδεις έννοιες και θεωρίες στα δύο πρώτα έτη σπουδών και στη συνέχεια προσφέρει εξειδικευμένα μαθήματα επιλογής σε δύο σύγχρονες κατευθύνσεις: (α) Διοίκηση, Ηγεσία και Στρατηγική (Management, Leadership and Strategy) και (β) Τεχνολογία και Αναλυτική (Technology and Analytics). Στο πρόγραμμα θα διδάσκουν καταξιωμένοι καθηγητές και καθηγήτριες από όλα τα Τμήματα του Πανεπιστημίου, καλύπτοντας θέματα όπως: η διεθνής επιχειρηματική στρατηγική, η διαχείριση της τεχνολογίας, η ανάλυση δεδομένων και επιχειρηματική αναλυτική, η οικονομική και χρηματοοικονομική ανάλυση, ο προγραμματισμός και η τεχνητή νοημοσύνη, ο ψηφιακός μετασχηματισμός, η επιχειρηματική ηθική, η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα. Πέρα από τις επιστημονικές γνώσεις, όπως σε όλες τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες του ΟΠΑ, το πρόγραμμα δίνει έμφαση σε δεξιότητες όπως επικοινωνία, αναλυτική σκέψη, συνεργασία και ομαδικότητα. Στο τελευταίο εξάμηνο σπουδών, οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα συμμετέχουν σε υποχρεωτική πρακτική άσκηση σε εταιρείες και οργανισμούς ώστε να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν στην πράξη και να αποκτήσουν πολύτιμη εμπειρία στο ξεκίνημα της καριέρας τους. Οι ισχυροί δεσμοί του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών με τον επιχειρηματικό κόσμο διασφαλίζουν εξαιρετική πρόσβαση στην αγορά εργασίας και θα προσφέρουν στους αποφοίτους ευκαιρίες για καριέρα σε τομείς που συνδυάζουν τις τεχνολογικές εξελίξεις με την οικονομική και διοικητική διαχείριση. Περισσότερες πληροφορίες για το πρόγραμμα είναι διαθέσιμες στον ιστότοπο ibt.aueb.gr. Είναι σαφές ότι το πρόγραμμα αποτελεί μια σημαντική επένδυση του ΟΠΑ στο μέλλον και εμπλουτίζει ουσιαστικά τις δράσεις διεθνοποίησης του ιδρύματος, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην καλύτερη και αποτελεσματικότερη εκπροσώπηση της Ελλάδας στον παγκόσμιο εκπαιδευτικό χώρο.

Του ΔΗΜΗΤΡΗ ΛΥΜΠΕΡΟΠΟΥΛΟΥ

10 χρόνια εμπιστοσύνης

Λίγο προτού συμπληρώσει 10 χρόνια κυκλοφορίας, η έρευνα αξιολόγησης της «ΟΠΑ News» έρχεται να επιβεβαιώσει την ισχυρή αποδοχή του έργου της από το αναγνωστικό της κοινό. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε ηλεκτρονικά από τη Μονάδα Διασφάλισης Ποιότητας (ΜΟ.ΔΙ.Π.) του Πανεπιστημίου, από τις 20 έως τις 30 Νοεμβρίου 2024 και απάντησαν 375 αναγνώστες.

Αξιολόγηση εφημερίδας

Η «ΟΠΑ News» απολαμβάνει υψηλή εκτίμηση και οι αναγνώστες τη χαρακτήρισαν αξιόπιστη (85%), επίκαιρη (82,6%), με χρήσιμες πληροφορίες (75,9%), αντικειμενική (75,2%), και ενδιαφέρουσα (74,6%). Η συγκριτικά χαμηλότερη εκτίμηση των αναγνωστών στην «ευχάριστη εμπειρία» (63,4%) και την πολυδιάστατη ύλη (60%) επιζητεί μια επαναπροσέγγιση με πλουσιότερη θεματολογία.

Θεματολογία

Οι δημοφιλέστερες στήλες της εφημερίδας είναι αυτές που αφορούν θέματα έρευνας (89,1%), επικαιρότητας (87,1%), ειδικά αφιερώματα (86,5%), τη στήλη «Καλά Νέα» (84,3%), θέματα της κοινότητας του ΟΠΑ (82%) και τα άρθρα των Χορηγών της εφημερίδας (61%).

Ικανοποίηση - Δυνατά χαρακτηριστικά έκδοσης

Συνολικά η ύλη της εφημερίδας ικανοποιεί το μεγαλύτερο μέρος των αναγνωστών της. Η πλειονότητα των συμμετεχόντων (76,6%) δηλώνει «Υψηλή» ή «Πολύ Υψηλή» ικανοποίηση, ενώ με «Μέτρια» ικανοποίηση εμφανίζεται το 19,9%, γεγονός που δείχνει ότι υπάρχουν περιθώρια για βελτίωση.

Τα χαρακτηριστικά της έκδοσης με τα υψηλότερα ποσοστά αποδοχής αναδείχθηκαν η γλώσσα (90,4%) και το ύφος των κειμένων (88,2%), η ποιότητα της έκδοσης (86,3%), η σχεδίαση των σελίδων του εντύπου (84,1%), οι φωτογραφίες και τα γραφικά των άρθρων

Τα συμπεράσματα από την έρευνα αναγνωσιμότητας της «ΟΠΑ News» - Οι αναγνώστες πιστεύουν ότι εκφράζει την Αριστεία (94,6%), την Εξωστρέφεια (93,1%), την Καινοτομία (92,8%) και την Κοινωνική Προσφορά (87,4%)

(83,9%), η σχεδίαση των ιστοσελίδων (82,6%), αλλά και η ποικιλία των θεμάτων (82,1%). Εν τούτοις η ύπαρξη των ουδέτερων απαντήσεων επιζητεί τον εμπλουτισμό και την εξέλιξη αυτών των χαρακτηριστικών.

Ιδρυματικές Αξίες

Δυναμικό εκφραστή των Ιδρυματικών Αξιών του Πανεπιστημίου θεωρούν την «ΟΠΑ News» οι αναγνώστες της. Συγκεκριμένα, πιστεύουν ότι εκφράζει την Αριστεία (94,6%), την Εξωστρέφεια (93,1%), την Καινοτομία (92,8%) και την Κοινωνική Προσφορά (87,4%).

Κυκλοφορία με «ΤΟ ΒΗΜΑ»

Η συνεργασία της «ΟΠΑ News» με «ΤΟ ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ» αξιολογείται θετικά από τους αναγνώστες, τόσο ως προς την αύξηση της αναγνωσιμότητας (82,6%) όσο και ως προς

την ενδυνάμωση της εικόνας (79,1%) της εφημερίδας. Τα ευρήματα αυτά υπογραμμίζουν τη στρατηγική αξία αυτής της συνεργασίας. Τέλος, οι περισσότεροι αναγνώστες (52,27%) αξιολογούν επαρκή τη συχνότητα έκδοσης της εφημερίδας.

Προφίλ συμμετεχόντων

Η πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν οι απόφοιτοι (40,1%) και οι φοιτητές (37,9%) – προπτυχιακοί (17,7%), μεταπτυχιακοί και υποψήφιοι διδάκτορες (20,2%) – ενώ συμμετείχαν και μέλη του διδακτικού και διοικητικού προσωπικού (10,9%) αλλά και αναγνώστες εκτός της πανεπιστημιακής κοινότητας (11,2%). Οι άνδρες (58%) συμμετείχαν στην έρευνα σε μεγαλύτερο βαθμό από τις γυναίκες (42%). Η ηλικιακή κατηγορία 41-50 ετών ήταν η πολυπληθέστερη (21,9%), ακολουθούμενη από την κατη-

γορία 51-60 ετών (18,9%), ενώ υψηλή ήταν η παρουσία της κατηγορίας 18-25 ετών (16,5%). Το 67% διαβάζει την «ΟΠΑ News» για περισσότερο από ένα έτος, ενώ το 17% την παρακολουθεί από το πρώτο τεύχος του 2015.

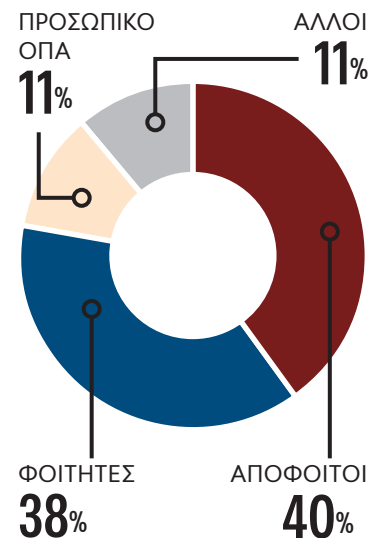
Οι περισσότεροι διαβάζουν την ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας (61,5%), αρκετοί διαβάζουν την έντυπη έκδοση (20,3%), ενώ κάποιοι διαβάζουν και τις δύο μορφές (18,2%).

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ (%)

Αξιόπιστη	85
Επίκαιρη	82,6
Χρήσιμες πληροφορίες	75,9
Αντικειμενική	75,2
Ενδιαφέρουσα	74,6

ΕΡΕΥΝΑ ΑΝΑΓΝΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ «ΟΠΑ News»

ΠΡΟΦΙΛ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ



67%
διαβάζουν την «ΟΠΑ News» περισσότερο από ένα έτος



17%
διαβάζουν την «ΟΠΑ News» από το 2015



Ιανουάριος 2015, το πρώτο φύλλο της «ΟΠΑ News»

10 ΧΡΟΝΙΑ «ΟΠΑ NEWS»

Φάρος παιδείας και πολιτισμού

Δέκα χρόνια αδιάλειπτης και δυναμικής παρουσίας συμπληρώνει η «ΟΠΑ News», η εφημερίδα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Από την πρώτη της έκδοση, το 2015, κατάφερε να εδραιωθεί ως ένας σημαντικός δίαυλος ενημέρωσης, διάλογου και διάχυσης γνώσης.

Σε μια περίοδο προκλήσεων, η «ΟΠΑ News» λειτούργησε ως φάρος εξωστρέφειας, αναδεικνύοντας το έργο του Πανεπιστημίου πέρα από τα ακαδημαϊκά του όρια.

Από την αρχή της πορείας της, η εφημερίδα ξεχώρισε για τον τρόπο με τον οποίο

προσέγγισε την επιστημονική γνώση, καθιστώντας την προσιτή στο ευρύτερο κοινό. Η συνεργασία της με «Το Βήμα της Κυριακής» από το 2022 ενίσχυσε ακόμα περισσότερο την επιρροή της, φέρνοντας την πανεπιστημιακή σκέψη στο επίκεντρο της δημόσιας συζήτησης. Με σταθερούς πυλώνες την καινοτομία, την παιδεία και την κοινωνική προσφορά, η «ΟΠΑ News» συνεχίζει να αποτελεί ένα ζωντανό παράδειγμα του ρόλου που μπορεί να διαδραματίσει η πανεπιστημιακή κοινότητα στη διαμόρφωση ενός γόνιμου διαλόγου για το μέλλον της χώρας.

ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

Οι αναγνώστες βρήκαν ενδιαφέροντα με ποσοστό

80%+

τα θέματα:



ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΓΝΩΣΤΩΝ



«Πολύ» και «Πάρα πολύ» ικανοποιημένοι αναγνώστες

«Δεν το βάζουμε κάτω»

Η «ΟΠΑ News» «γεννήθηκε» μέσα από τις διαδικασίες Στρατηγικής Επανατοποθέτησης (Rebranding – Repositioning) του εκπαιδευτικού, ερευνητικού και κοινωνικού ρόλου του Πανεπιστημίου μας, οι οποίες ενεργοποιήθηκαν το 2013 και κορυφώθηκαν σε πανηγυρική εκδήλωση που διοργανώθηκε στο Μουσείο της Ακρόπολης, στις 17 Ιουνίου 2014. Εκεί, παρουσιάστηκαν στην Πανεπιστημιακή Κοινότητα, στους Στρατηγικούς Υποστηρικτές και Κοινωνικούς Συνομιλητές του ΟΠΑ, καθώς και στους Εκπροσώπους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης οι *Ιδρυματικές Αξίες* του ΟΠΑ – *Αριστεία, Καινοτομία, Εξωστρέφεια* και *Κοινωνική Προσφορά* – και δημοσιοποιήθηκε η νέα *Οπτική Ταυτότητά* του, βασισμένη στον Ερμή του Πραξιτέλη. Στην ομιλία μου, ως Πρύτανης του ΟΠΑ, υπογράμμισα ότι «η στρατηγική επανατοποθέτηση του Πανεπιστημίου δεν είναι ένα αποκλειστικά “εσωτερικό” μας ζήτημα. Αντίθετα, πρέπει να τροποδοτηθεί από μια ζωντανή συνομιλία με τους *Στρατηγικούς Κοινωνικούς Συνομιλητές* μας, συμμάχους και συνεργάτες». Η «ΟΠΑ News» δημιουργήθηκε ακριβώς για να διευκολύνει αυτή τη συνομιλία. Και στα δέκα χρόνια έκδοσής της έχει ανταποκριθεί με επάρκεια στον ρόλο της, χάρη στη συνεισφορά όλων των συντελεστών της. Ως ιδρυτής της, είμαι πολύ περήφανος γι’ αυτό! Αλλά υπάρχει και κάτι άλλο. Σε μία περίοδο βαθιάς κρίσης της χώρας, η έκδοση της «ΟΠΑ News» απέπεμψε ένα μήνυμα αισιοδοξίας και προοπτικής. Αποτέλεσε μια δημόσια δήλωση της πανεπιστημιακής μας κοινότητας ότι «δεν το βάζουμε κάτω». Αυτός ήταν και ο τίτλος του πρωτοσέλιδου του πρώτου τεύχους της, τον Ιανουάριο του 2015. Χρόνια πολλά, «ΟΠΑ News»! Μην το βάλεις ποτέ κάτω!

Κωνσταντίνος Γάτσιος
Τέως Πρύτανης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (2011-2015)

ΔΥΝΑΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΚΔΟΣΗΣ

Οι αναγνώστες έκριναν συνολικά την εφημερίδα και ξεχώρισαν με ποσοστό



Παράδειγμα προς μίμηση

Η «ΟΠΑ News» ξεκίνησε το 2015 ως ένα πετυχημένο έργο του τότε Πρύτανη Καθηγητή **Κωνσταντίνου Γάτσιου**. Σε μια εποχή κρίσης για τη χώρα, το ΟΠΑ βρέθηκε ανυπεράσπιστο στη δίνη της υποβάθμισης της γειτονιάς που στεγάζεται. Η «ΟΠΑ News» διατύπωσε λόγο πάνω και πέρα από αυτήν την υποβάθμιση. Συντέλεσε το ΟΠΑ να γίνεται γνωστό στην κοινωνία ως φάρος παιδείας και πολιτισμού και όχι ως σημείο αναφοράς μιας υποβαθμισμένης περιοχής. Αξίζει να αναφερθεί ότι η όλη προσπάθεια πλαισιώθηκε από μια εκδοτική ομάδα που είχε γνώση, μεράκι και γενναιοδωρία προσφοράς. Όπως επίσης ότι η έκδοση αυτή αποτέλεσε ένα αυτοχρηματοδοτούμενο έργο χωρίς να βαρύνει οικονομικά δημόσιους πόρους. Τα δέκα χρόνια ζωής αποτελούν έμπρακτη επιβεβαίωση μιας γόνιμης πορείας και καλού παραδείγματος δημόσιας παρουσίας, που μάλιστα και άλλα Πανεπιστήμια μιμήθηκαν. Βέβαια, κάθε φορέας δημόσιου λόγου για να συνεχίσει την πορεία του θα πρέπει διαρκώς να αντιλαμβάνεται τις εξελίξεις και να ανταποκρίνεται έγκαιρα. Αυτή την πρόκληση είμαι βέβαιος ότι θα αντιμετωπίσει επιτυχώς η «ΟΠΑ News», προς όφελος του Πανεπιστημίου και της κοινότητάς του.

Εμμανουήλ Γιακουμάκης
Τέως Πρύτανης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (2015-2020)

Προσφορά στην κοινωνία και την οικονομία

Η έκδοση της εφημερίδας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών («ΟΠΑ News») αποτέλεσε και αποτελεί μια συντονισμένη ενέργεια εξωστρέφειας με διάχυση της γνώσης στο ευρύ κοινό. Δεν αποτελεί ένα επιπλέον newsletter με νέα του Πανεπιστημίου. Είναι ένα κανάλι μέσω του οποίου η επιστημονική γνώση εκλαϊκεύεται και μεταφέρεται σε όλα τα μέλη της κοινωνίας που ενδιαφέρονται γι’ αυτήν τη γνώση. Με αυτό το σκεπτικό δημιουργήθηκε και εξελίχθηκε, οπότε μπορούμε να πούμε ότι αποτελεί και ένα είδος προσφοράς προς την κοινωνία και την οικονομία. Η δε συνεργασία με το ιστορικό «Βήμα της Κυριακής» εκτόξευσε την αναγνωσιμότητά της τόσο στη φυσική όσο και στην ηλεκτρονική της μορφή. Ένα ακόμα όφελος, όπως αποδεικνύουν και τα στοιχεία της έρευνας, είναι ότι διαβάζεται και από σημαντικό μέρος των νέων ηλικιών, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό. Τα ειδικά αφιερώματα σε σημαντικά και σύγχρονα θέματα που απασχολούν την ελληνική οικονομία και κοινωνία, πιστεύω ότι θα αποτελέσουν ιστορικά στοιχεία άξια προς μελέτη και για τους σκαπανείς της έρευνας των επόμενων γενεών. Αυτή την παρακαταθήκη αφήνει η «ΟΠΑ News» και ευελπιστώ να εξελίσσεται συνεχώς και να καταθέτει απόψεις που θα επηρεάζουν θετικά την ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας.

Δημήτρης Μπουραντώνης
Πρώην Πρύτανης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (2020-2024)

ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ALTER EGO MEDIA - ΟΠΑ
Γέφυρα επικοινωνίας Πανεπιστημίου και κοινωνίας

Τον Φεβρουάριο του 2022, η Alter Ego Media και το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΟΠΑ) εγκαινίασαν τη συνεργασία τους για την τακτική κυκλοφορία της πανεπιστημιακής εφημερίδας «ΟΠΑ News» ως ενθέτου στο «Βήμα της Κυριακής». Η πρωτοβουλία, που ξεκίνησε έπειτα από πρόταση του τότε Πρύτανη, Καθηγητή **Δημήτρη Μπουραντώνη**, και την καθοριστική συμβολή της τότε Πρόεδρου της Alter Ego Media, **Φωτεινής Υψηλάντη**, στοχεύει στη δημιουργία μιας ουσιαστικής γέφυρας επικοινωνίας μεταξύ της ακαδημαϊκής κοινότητας και του ευρύτερου κοινού. Η προσπάθεια αυτή έτυχε θερμής υποδοχής, καθώς συνέβαλε στην υπεύθυνη ενημέρωση, τον κοινωνικό διάλογο και τον προβληματισμό γύρω από κρίσιμα ζητήματα, τη διατύπωση λύσεων και προτάσεων, καθώς και στην εξοικείωση του αναγνωστικού κοινού με την οικονομική επιστήμη. Η πρωτοβουλία απέκτησε υψηλή αναγνωρισιμότητα και έφερε νέα κοινά στην εφημερίδα ΒΗΜΑ. Μέσα από εύληπτα και τεκμηριωμένα κείμενα, η πανεπιστημιακή εφημερίδα αναδεικνύει θέματα που αφορούν την Οικονομία, την Ανάπτυξη, την Καινοτομία, την Επιχειρηματικότητα, τις Τεχνολογικές εξελίξεις και τις Διεθνείς προκλήσεις. Οι αναλύσεις πραγματοποιούνται από κορυφαίους Καθηγητές του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, προσφέροντας στο κοινό μια επιστημονικά τεκμηριωμένη οπτική για καίρια ζητήματα. Η επιτυχία της συνεργασίας οδήγησε στην ανανέωσή της από τον νυν Πρύτανη, Καθηγητή **Βασίλη Βασδέκη**. Κεντρικοί άξονες της κοινής αυτής προσπάθειας παραμένουν η παιδεία, η καινοτομία και η εξωστρέφεια, αξίες που χαρακτηρίζουν τόσο την πορεία του «Βήματος» όσο και το ακαδημαϊκό έργο του ΟΠΑ. Με τη συνένωση των δυνάμεών τους, Alter Ego Media και Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών συμβάλλουν στη διάχυση γνώσης και στην ενίσχυση του δημόσιου διαλόγου για την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Η Alter Ego Media, ο μεγάλος Όμιλος media της χώρας, παραμένει σταθερά προσηλωμένος στην αποστολή και στις αρχές μας για: ανεξαρτησία, πλουραλισμό, υψηλής ποιότητας περιεχόμενο και ελευθερίας έκφρασης.

Γιάννης Βρέντζος
Διευθύνων Σύμβουλος Alter Ego Media

Advertorial



Πέντε αναδυόμενες τάσεις καταναλωτικής συμπεριφοράς

Η ανταπόκριση των ανθρώπων στις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις είναι ανάμεικτη. Δεδομένης της αυξημένης χρήσης της (παραγωγικής) τεχνητής νοημοσύνης (AI), οι πρόσφατες καινοτομίες επηρεάζουν αναπόφευκτα τις ψηφιακές εμπειρίες όλων. Αν και οι άνθρωποι απολαμβάνουν την ευκολία που προσφέρει η ψηφιακή τεχνολογία, αισθάνονται όλο και μεγαλύτερη ανάγκη να αξιολογούν προσεκτικά τι βλέπουν και τι πιστεύουν, καθώς προσπαθούν να εξισορροπήσουν τον ρόλο και τη σημασία της τεχνολογίας στη ζωή τους.

Η μελέτη **Accenture Life Trends** εντοπίζει πέντε παγκόσμιες μακροοικονομικές τάσεις που προβλέπουν τη μεταβαλλόμενη δυναμική μεταξύ της τεχνολογίας και των χρηστών, αναδεικνύοντας τόσο τις προκλήσεις όσο και τις ευκαιρίες για τα brands καθώς προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους για να ανταποκριθούν στις διαρκώς εξελισσόμενες ανάγκες των καταναλωτών.

Cost of Hesitations (Το Κόστος του Δισταγμού): Η αξιοπιστία της ψηφιακής τεχνολογίας απειλείται καθώς η αύξηση της ηλεκτρονικής απάτης θολώνει τα όρια μεταξύ πραγματικού και παραπλανητικού περιεχομένου. Η gen AI ενισχύει αυτό το φαινόμενο, φθείροντας την εμπιστοσύνη των

ανθρώπων στις ψηφιακές πλατφόρμες. Η μελέτη της Accenture δείχνει ότι περισσότεροι από τους μισούς ανθρώπους αμφισβητούν πλέον την αυθεντικότητα του διαδικτυακού περιεχομένου. Η διάβρωση της εμπιστοσύνης επηρεάζει τις ηλεκτρονικές αγορές και τις αλληλεπιδράσεις με τα brands, με 33% των ανθρώπων να αναφέρει περιστατικά deep-fake ή απάτης τον περασμένο χρόνο. Τα brands οφείλουν συνεπώς να καθησυχάζουν τους καταναλωτές, δημιουργώντας σχέσεις εμπιστοσύνης σε όλα τα σημεία διεπαφής.

The Parent Trap (Η Παγίδα των Γονέων): Οι γονείς αντιμετωπίζουν την πρόκληση να βοηθήσουν την επόμενη γενιά να οικοδομήσει μια υγιή σχέση με την ψηφιακή τεχνολογία. Η απεριόριστη πρόσβαση στο Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενθαρρύνουν ακραίες συμπεριφορές και εκθέτουν

τη νέα γενιά σε πολλαπλούς κινδύνους. Οι γονείς παρατηρούν την κατάσταση και αισθάνονται την επιτακτική ανάγκη να δράσουν, δημιουργώντας προστατευτικές δικλίδες ασφαλείας τη στιγμή που οι κυβερνήσεις προχωρούν σε κεντρικές πολιτικές αποφάσεις. Σύμφωνα με τα ευρήματα της Accenture, άτομα ηλικίας 18-24 ετών έχουν διπλάσιες πιθανότητες σε σχέση με άτομα άνω των 55 ετών να δηλώσουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την ταυτότητά τους. Παράλληλα, περίπου τα δύο τρίτα της Gen Z και των Millennials συμφωνούν ότι περνούν περισσότερο χρόνο στο Διαδίκτυο από όσο θα ήθελαν (67% και 64% αντίστοιχα). Καθώς η νέα γενιά είναι αντιμέτωπη με τις αρνητικές συνέπειες της τεχνολογίας, απαιτείται συζήτηση και δράση για να βρεθεί η σωστή ισορροπία και τα απαραίτητα μέτρα προστασίας.

Impatience Economy (Η Οικονομία της Ανευπομονής): Σήμερα, τρεις στους τέσσερις καταναλωτές δηλώνουν ότι επιθυμούν οι εταιρείες να ανταποκρίνονται ταχύτερα στις μεταβαλλόμενες ανάγκες τους. Πάνω από τους μισούς προτιμούν πλέον γρήγορες απαντήσεις και καθοδήγηση, συχνά επιλέγοντας πληροφορίες μέσω άλλων ή ακόμα και αναλαμβάνοντας ρίσκο σε θέματα που αφορούν την υγεία ή τα οικονομικά τους. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι influencers, που κάποτε επικεντρώνονταν κυρίως σε θεματολογία σχετική με το lifestyle, τα ταξίδια και τη μουσική, ασχολούνται πλέον και με βασικά ζητήματα όπως η υγεία, ο πλούτος και η ευτυχία. Όταν οι εταιρείες αδυνατούν να ανταποκριθούν, οι καταναλωτές στρέφονται στο ψηφιακό πλήθος, πιέζοντας τα brands να συμβαδίσουν προκειμένου να διατηρήσουν την αφοσίωσή τους σε αυτά.

The Dignity of Work (Η Αξιοπρέπεια της Εργασίας): Η αξιοπρέπεια της εργασίας δοκιμάζεται από τις επιχειρηματικές πιέσεις, τις τεχνολογικές εξελίξεις και τη μεταβαλλόμενη δυναμική. Καθώς η gen AI εισέρχεται στον χώρο εργασίας, η αξιοπρέπεια πρέπει να συνηγορηθεί στις νέες προσδοκίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι θα (συν)εργαστούν με την τεχνολογία. Τρεις στους τέσσερις εργαζομένους θεωρούν χρήσιμα τα εργαλεία παραγωγικής τεχνητής νοημοσύνης στην εργασία, δηλώνοντας ότι την κάνουν πιο αποτελεσματική (44%) και βελτιώνουν την ποιότητά της (38%), ενώ ορισμένοι ανησυχούν ότι περιορίζουν τη δημιουργικότητα (14%), καθιστούν την εργασία περισσότερο μηχανιστική (15%) και δημιουργούν άγχος για τη διατήρηση των θέσεων εργασίας (11%). Οι διοικητικές ομάδες οφείλουν συνεπώς να ενισχύσουν πρωτοβουλίες και κίνητρα για ποιοτική εργασία.

Social Rewilding (Κοινωνικός Επαναπροσδιορισμός): Οι άνθρωποι αναζητούν όλο και περισσότερο βάθος και αυθεντικότητα στις εμπειρίες τους, προκειμένου να συνδεθούν ουσιαστικά με τον κόσμο. Αντικατοπτρίζοντας μια αυξανόμενη επιθυμία να επανασυνδεθούν με τη φύση και ο ένας με τον άλλον, οι άνθρωποι αναζητούν ισορροπία μεταξύ της τεχνολογίας και των στιγμών χαράς και ευεξίας. Διαπιστώσαμε ότι 42% των ανθρώπων απέδωσε την πιο ευχάριστη εμπειρία τους σε κάτι που έκαναν στην πραγματική ζωή, ενώ μόνο 15% ανέφερε μια ψηφιακή εμπειρία. Αυτή η αλλαγή δίνει στους οργανισμούς την ευκαιρία να επανεξετάσουν τον ρόλο τους και να ανταποκριθούν στην επιθυμία των ανθρώπων για αυθεντικές στιγμές και εμπειρίες.

Συμπερασματικά, καθώς οι νέες τεχνολογίες αναδιαμορφώνουν τις καθημερινές εμπειρίες, οι άνθρωποι προσαρμόζουν τον τρόπο που αλληλεπιδρούν για να διατηρήσουν τον έλεγχο. Πλέον, η εμπιστοσύνη στο Διαδίκτυο είναι κρίσιμη, με τους ανθρώπους να γίνονται ολοένα και πιο επιφυλακτικοί. Αυτή η αλλαγή επηρεάζει φυσικά τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές αλληλεπιδρούν με τις επιχειρήσεις που διεκδικούν την προσοχή και την αφοσίωσή τους.

ΑΦΙΕΡΩΜΑ

Η δυναμική των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Οι Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜμΕ) αποτελούν το **99,8%** του συνόλου των επιχειρήσεων, απασχολούν το **65%** των εργαζομένων και παράγουν το **55%** του συνόλου της παραγωγής στην Ευρωζώνη. Διακρίνονται για την ευελιξία και την ευκολία προσαρμογής σε αντίξοες καταστάσεις, χαρακτηριστικά σπάνια για μια μεγάλη επιχείρηση. Ταυτόχρονα όμως, στις ΜμΕ ενυπάρχουν ορισμένα δομικά ζητήματα: του περιορισμένου κεφαλαίου, της περιορισμένης ρευστότητας, των χαμηλών οικονομικών κλίμακας, και της ελλιπούς εξειδίκευσης, που τις εμποδίζουν να επιτύχουν την παραγωγικότητα των μεγαλύτερων επιχειρήσεων και να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά.

Αυτό το τεύχος της «ΟΠΑ News» είναι αφιερωμένο στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και τη δυναμική που παρουσιάζουν σήμερα στην ελληνική και την παγκόσμια οικονομία. Συνεισφέρουν με τα κείμενά τους Καθηγητές και ειδικοί που έχουν εμβαθύνει σε θέματα που αφορούν τις ΜμΕ.

Στο πρώτο άρθρο, ο κ. **Τιμόθεος Ρέκκας**, Αναπληρωτής Προϊστάμενος της Διεύθυνσης Επιχειρηματικότητας και Μικρών - Μεσαίων Επι-

χειρήσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης, γράφει για τις πολιτικές ενίσχυσης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, εισάγοντας την προοπτική της δημόσιας μέριμνας για το θέμα.

Στο δεύτερο άρθρο, ο κ. **Δημήτρης Αναστασίου**, Επίκουρος Καθηγητής Χρηματοδοτικής Διοίκησης στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΟΠΑ, παρουσιάζει τα ζητήματα χρηματοδότησης των ΜμΕ.

Ακολουθώντας, η κυρία **Ειρήνη Βουδούρη**, Καθηγήτρια Στρατηγικής και Επιχειρηματικότητας και Πρόεδρος του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΟΠΑ, και η κυρία **Ιωάννα Δελγιάννη**, Επίκουρη Καθηγήτρια Διοίκησης Επιχειρήσεων στο ίδιο Τμήμα, εισάγουν τη διάσταση της καινοτομίας.

Στη συνέχεια, η γράφουσα σε συνεργασία με την κυρία **Ειρήνη Ζωγράφου**, Λέκτορα στο Cranfield University, School of Management στην Αγγλία, παρουσιάζουν, αξιοποιώντας πρόσφατα ερευνητικά ευρήματα, την προοπτική του ανθρώπινου δυναμικού ως μοχλού ανάπτυξης για τις ΜμΕ.

Στο πέμπτο άρθρο, ο κ. **Νίκος Πάχος**, Επίκουρος Καθηγητής στην Καινοτομία και Διαχείριση Ανθρώπων στο Delft University of Technology στην Ολλανδία, συνθέτει τις προοπτικές της

καινοτομίας και του ανθρώπινου δυναμικού. Η κυρία **Κατερίνα Καμπούρη**, Επίκουρη Καθηγήτρια Διεθνούς Μάνατζμεντ στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και η κυρία **Εμμανουέλλα Πλακογιαννάκη**, Καθηγήτρια Διεθνών Επιχειρήσεων και Επικεφαλής του Τμήματος Μάρκετινγκ και Διεθνών Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο της Βιέννης στην Αυστρία, πραγματεύονται την πρόκληση της διεθνοποίησης για τις ΜμΕ στο έκτο άρθρο του αφιερώματος.

Τέλος, η κυρία **Χριστιάνα Ιεροδιακόπου**, Επίκουρη Καθηγήτρια Διοίκησης στο Πανεπιστήμιο Κύπρου, συζητεί τις ιδιαίτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις, που στη συντριπτική τους πλειοψηφία είναι και ΜμΕ (για την ακρίβεια, στα συστήματα καταγραφής πολλών χωρών, οι οικογενειακές και οι ΜμΕ ανήκουν στην ίδια κατηγορία και λαμβάνουν την ίδια θεσμική αντιμετώπιση).

Όλοι οι συντελεστές του αφιερώματος ελπίζουμε να αποτελέσει αφορμή για ουσιαστικό και παραγωγικό προβληματισμό και ευαισθητοποίηση σχετικά με το μοντέλο ανάπτυξης των ΜμΕ και κατ' επέκταση της ελληνικής οικονομίας. Καλή ανάγνωση!



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΑΦΙΕΡΩΜΑΤΟΣ:

ΕΛΕΑΝΝΑ ΓΑΛΑΝΑΚΗ

Αντιπρόεδρος Οικονομικού Προγραμματισμού και Υποδομών, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του ΟΠΑ

Πολιτικές ενίσχυσης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Οι μορφές χρηματοδότησης, η απλοποίηση της φορολογίας, η αντιμετώπιση της γραφειοκρατίας, η απλούστευση των διαδικασιών αδειοδότησης, η βελτίωση της πρόσβασης σε δημόσιες συμβάσεις και οι προϋποθέσεις για σωστή εφαρμογή τους

Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜμΕ) αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων. Διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στη δημιουργία εθνικού εισοδήματος και στην επίτευξη κοινωνικής συνοχής, καθώς συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία θέσεων εργασίας και προστιθέμενης αξίας στην οικονομία. Υπολογίζεται ότι περίπου 100 εκατομμύρια άνθρωποι απασχολούνται σε 24 εκατ. ευρωπαϊκές ΜμΕ, οι οποίες παράγουν περισσότερο από το ήμισυ του ευρωπαϊκού παραγόμενου προϊόντος. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης και σύμφωνα με τον ορισμό της Ευρωπαϊ-



Του **ΤΙΜΟΘΕΟΥ ΠΕΚΚΑ**, Αναπληρωτή Προϊσταμένου της Διεύθυνσης Επιχειρηματικότητας και Μικρών - Μεσαίων Επιχειρήσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης

κής Επιτροπής (Σύσταση 361/2003), οι ΜμΕ αποτελούν το 99,8% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων, δημιουργούν το 64,4% της απασχόλησης και το 51,8% της προστιθέμενης αξίας στην ευρωπαϊκή οικονομία. Αναγνωρίζοντας τον θεμελιώδη ρόλο των ΜμΕ για την κοινωνική συνοχή και την οικονομική και περιφερειακή ανάπτυξη και λαμβάνοντας υπόψη την Ευρωπαϊκή Πράξη για τις ΜμΕ που δημοσιεύθηκε το 2008, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε το 2020 την *Ευρωπαϊκή Στρατηγική για τις ΜμΕ*, δίνοντας έμφαση στον ψηφιακό μετασχηματισμό, την πράσινη μετάβαση και την καινοτομία.

Το 2023 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε την Ανακοίνωση *SME Relief Package* [COM(2023) 535 final/12.9.2023], στην οποία συμπεριλαμβάνεται δέσμη προτάσεων για την εφαρμογή δημοσίων πολιτικών για την αντιμετώπιση των καθυστερήσεων πληρωμών από ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς προς ΜμΕ, την απλοποίηση της φορολογίας, την καλύτερη νομοθέτηση που θα λαμβάνει υπόψη τις ιδιαιτερότητες των ΜμΕ, την απλοποίηση των διαδικασιών και απαιτήσεων υποβολής εκθέσεων που απορρέουν από την ευρωπαϊκή νομοθεσία, και του ελλείμματος δεξιοτήτων στο πλαίσιο μίας παγκόσμιας ψηφιοποιημένης οικονομίας.

Στην Ελλάδα η επίδραση της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας στην οικονομία είναι μεγαλύτερη σε σχέση με τον μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς οι ΜμΕ αποτελούν το 99,9% των επιχειρήσεων της χώρας. Περίπου 9 στους 10 εργαζομένους στην Ελλάδα εργάζονται σε ΜμΕ, οι οποίες συνεισφέρουν κατά 67% στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας στην ελληνική οικονομία. Το 94,7%



SHOOT / NIKOZ ANTHEPIS

των ελληνικών επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές, απασχολούν δηλαδή λιγότερους από 9 εργαζομένους και έχουν κύκλο εργασιών μικρότερο των 2 εκατ. ευρώ, ενώ στην κατηγορία των μικρών επιχειρήσεων, αυτών δηλαδή που απασχολούν από 10 έως 49 εργαζομένους και έχουν κύκλο εργασιών από 2 έως 10 εκατ. ευρώ, ανήκει το 4,8% των ελληνικών επιχειρήσεων. Συνολικά, το 99,5% των ελληνικών επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές και μικρές, οι οποίες δημιουργούν το ήμισυ της προστιθέμενης αξίας στην εθνική οικονομία και σε αυτές εργάζε-



Στην Ελλάδα η επίδραση της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας στην οικονομία είναι μεγαλύτερη σε σχέση με τον μέσο όρο της ΕΕ-27 καθώς οι ΜμΕ αποτελούν το 99,9% των επιχειρήσεων και περίπου 9 στους 10 εργαζομένους απασχολούνται σε ΜμΕ

ΑΦΙΕΡΩΜΑ **Η δυναμική των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων**



Η υλοποίηση δημόσιων πολιτικών για την ενίσχυση των ΜμΕ είναι κρίσιμο να βασίζεται σε αξιόπιστα δεδομένα θεσμοθετημένων μηχανισμών της δημόσιας διοίκησης

Το Κοινωνικό Κράτος στην Ελλάδα, εκδόσεις Τζιόλα). Η περίπτωση της Ελλάδας την τελευταία δεκαετία είναι χαρακτηριστική, καθώς λόγω της οικονομικής κρίσης της προηγούμενης δεκαετίας και των αρνητικών ρυθμών ανάπτυξης το διάστημα 2008-2013, το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν μειώθηκε συνολικά κατά 24,9%, ενώ το χρονικό διάστημα της κρίσης είναι το μεγαλύτερο σε διάρκεια που έχει εμφανισθεί στα παγκόσμια χρονικά (Λιαργκόβας, 2020, *Δέκα χρόνια κρίση, τρία μνημόνια και μία πανδημία*, σελ. 33-34, εκδόσεις Πατάκη). Η μείωση του εθνικού εισοδήματος και η μεγάλη χρονική διάρκεια της κρίσης σε συνδυασμό με τις αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας και της αύξησης του ενεργειακού κόστους λόγω του ρωσοουκρανικού πολέμου, επηρέασαν σημαντικά την ελληνική οικονομία και κατ'επέκταση την ελληνική μικρομεσαία επιχειρηματικότητα.

Η ενίσχυση της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας επιχειρείται μέσω δημοσίων πολιτικών που προσπαθούν να επιλύσουν ένα δημόσιο πρόβλημα, όπως η πρόσβαση των ΜμΕ σε χρηματοδότηση που προκύπτει λόγω της αποτυχίας της αγοράς να καλύψει τη ζήτηση κεφαλαίων και έχει ως συνέπεια τη δημιουργία χρηματοδοτικού κενού στην οικονομία. Η πρόσβαση σε χρηματοδότηση είναι μείζον πρόβλημα για τις ελληνικές ΜμΕ από την περίοδο της οικονομικής κρίσης και εντεύθεν (Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, *Survey on Access to Finance*). Σε αυτή την περίπτωση, οι δημόσιες πολιτικές επικεντρώνονται στην κάλυψη του χρηματοδοτικού κενού μέσω προγραμμάτων κρατικών ενισχύσεων με τη μορφή επιχορηγήσεων και χρηματοδοτικών εργαλείων δανειακού ή κεφαλαιακού τύπου, όπως τα προγράμματα επιδότησης επιτοκίου ή παροχής εγγυήσεων που παρέχονται μέσω της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας ή της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων σε συνεργασία με χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Οι επιχορηγήσεις αποτελούν μη επιστρεπτές μορφές ενίσχυσης, ενώ τα χρηματοδοτικά εργαλεία δανειακού ή κεφαλαιακού τύπου χαρακτηρίζονται

από τη δυνατότητα μόχλευσης δημόσιων και ιδιωτικών πόρων και την υποχρέωση μελλοντικής επανεπένδυσής τους. Η επικέντρωση στην κάλυψη του χρηματοδοτικού κενού κινητοποιεί σημαντικούς – κατά κύριο λόγο – δημόσιους πόρους, καθώς και πόρους από ιδιωτικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, χωρίς όμως να ικανοποιεί τη ζήτηση κεφαλαίων (Mazzucato 2024, «Reimagining financing for the SDGs: from filling gaps to shaping finance», *UN DESA Policy Brief*, No. 170). Λαμβάνοντας υπόψη τις απαιτήσεις του κανονιστικού πλαισίου οικονομικής διακυβέρνησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είναι εξαιρετικά κρίσιμο οι σχεδιαζόμενες δημόσιες πολιτικές για την ενίσχυση των ΜμΕ να είναι εστιασμένες στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας στην οικονομία.

Οι δημόσιες πολιτικές για την ενίσχυση των ΜμΕ δεν περιορίζονται αποκλειστικά στο ζήτημα της χρηματοδότησης. Περιλαμβάνουν επίσης την υιοθέτηση μέτρων, όπως η απλοποίηση της φορολογίας, η αντιμετώπιση της γραφειοκρατίας, η καλύτερη νομοθέτηση, η απλούστευση των διαδικασιών αδειοδότησης των επιχειρήσεων, η βελτίωση της πρόσβασης σε δημόσιες συμβάσεις, η παροχή κινήτρων για την υιοθέτηση καινοτόμων μεθόδων κ.λπ., καθώς και πρωτοβουλίες που σχετίζονται με την αναβάθμιση επαγγελματικών δεξιοτήτων για την προσαρμογή των ΜμΕ στις σύγχρονες απαιτήσεις της ψηφιακής και πράσινης οικονομίας.

Ο σχεδιασμός και η υλοποίηση δημοσίων πολιτικών για την ενίσχυση των ΜμΕ απαιτεί πολυσύνθετη ανάλυση και για τον λόγο αυτόν είναι κρίσιμο να βασίζεται σε αξιόπιστα δεδομένα θεσμοθετημένων μηχανισμών της δημόσιας διοίκησης όπως το Εθνικό Παρατηρητήριο ΜμΕ και λιγότερο σε εκ των προτέρων αξιολογήσεις που διενεργούνται στη βάση αμφιλεγόμενων υποθέσεων. Η ενίσχυση της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας είναι απαραίτητο να αποτελεί σημαντικό συστατικό των δημοσίων πολιτικών για την οικονομική ανάπτυξη με στόχευση στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας στην οικονομία, την ισόρροπη περιφερειακή ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή.

ται το 75% του εργατικού δυναμικού της χώρας. Από την ανάλυση της κατανομής των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων προκύπτει ότι περίπου οι μισές ΜμΕ δραστηριοποιούνται στις υπηρεσίες και ακολουθεί το εμπόριο, η μεταποίηση και οι κατασκευές (Eurostat, *Structural Business Statistics*).

Ο ρόλος τους στην κοινωνική συνοχή

Η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την κοινωνική συνοχή και την οικονομική ανάπτυ-

ξη, όπως προκύπτει από μελέτες και έρευνες που δημοσιεύονται, τόσο σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης και Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, όσο και σε εθνικό επίπεδο (Υπουργείο Ανάπτυξης / Εθνικό Παρατηρητήριο ΜΜΕ, ΙΜΕ / ΓΣΕΒΕΕ, ΙΝΕΜΥ / ΕΣΣΕ). Η ενίσχυση των ΜμΕ αποτελεί προτεραιότητα ιδίως σε χώρες που έχουν περάσει διαδοχικές κρίσεις, ένα φαινόμενο με στοιχεία μονιμότητας που έχει έντονες κοινωνικές διαστάσεις και διάφοροι ερευνητές αποκαλούν «permacrisis» (Τζαγκαράκης Σ., 2023,

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Η χρηματοδότηση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα



Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας. Προσφέρουν μεγάλο αριθμό θέσεων εργασίας και συμβάλλουν σημαντικά στο ΑΕΠ. Η στήριξή τους είναι κρίσιμη για τη συνολική οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική σταθερότητα, διότι τους επιτρέπει να επενδύσουν, να καινοτομήσουν και να ανταγωνιστούν διεθνώς. Χωρίς κατάλληλη χρηματοδότηση, πολλές από αυτές κινδυνεύουν να περιοριστούν πιστωτικά ή ακόμα και να κλείσουν, κάτι που θα είχε σοβαρές επιπτώσεις στην απασχόληση και την οικονομική ευημερία.

Σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2023), οι ΜμΕ αντιπροσωπεύουν πάνω από το 99% των επιχειρήσεων στον μη χρηματοπιστωτικό τομέα στην Ελλάδα, συμβάλλοντας στο περίπου 62% της συνολικής απασχόλησης και στο 54% της προστιθέμενης αξίας της οικονομίας. Παρότι οι αριθμοί αυτοί υπογραμμίζουν τη σημασία τους, η πρόσβαση σε χρηματοδότηση για τις ΜμΕ παραμένει μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν, οδηγώντας τις πολλές φορές σε πιστωτικό περιορισμό. Ο πιστωτικός περιορισμός σημαίνει ότι οι ΜμΕ δεν μπορούν να λάβουν το δάνειο που χρειάζονται, ακόμα και όταν απαιτούν να πληρώσουν μεγαλύτερο επιτόκιο, είτε επειδή οι ίδιες οι τράπεζες τις απορρίπτουν είτε επειδή οι ίδιες οι επιχειρήσεις είναι αποθαρρημένες επειδή οι δανειακοί όροι είναι μη βιώσιμοι. Οι κυριότερες δυσκολίες περιλαμβάνουν την έλλειψη εγγυήσεων, την αυστηρή αξιολόγηση κινδύνου από τις τράπεζες και τη χαμηλή πιστοληπτική ικανότητα λόγω της οικονομικής αστάθειας.



Του **ΔΗΜΗΤΡΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ**,
Επικουρού
Καθηγητή Τμήματος
Οργάνωσης
και Διοίκησης
Επιχειρήσεων
του ΟΠΑ

Αυτά τα εμπόδια δυσχεραίνουν την πρόσβαση των μικρών ιδιαίτερα επιχειρήσεων στο απαραίτητο κεφάλαιο για να αναπτυχθούν και να διατηρηθούν.

Οι βασικές προκλήσεις

1. Αποθάρρυνση. Η ελληνική οικονομία επηρεάστηκε σημαντικά από τη χρηματοπιστωτική κρίση της προηγούμενης δεκαετίας. Οι τράπεζες διατήρησαν επί μακρόθεν αυστηρά κριτήρια χορήγησης δανείων, οδηγώντας πολλές ΜμΕ στο να χαρακτηριστούν ως «αποθαρρημένοι δανειολήπτες» (discouraged borrowers). Οι αποθαρρημένες επιχειρήσεις είναι αυτές που, παρά την ανάγκη για χρηματοδότηση, δεν κάνουν αίτηση για δάνειο επειδή φοβούνται την απόρριψη ή θεωρούν ότι οι τραπεζικοί όροι θα είναι αρνητικοί. Αυτή η αποθάρρυνση και απογοήτευση προέρχεται από την προηγούμενη εμπειρία που είχαν ή τους αυστηρούς τραπεζικούς όρους, όπως απαιτήσεις για υψηλές εγγυήσεις. Οι επιχειρηματίες συχνά θεωρούν ότι η διαδικασία είναι χρονοβόρα και με αβέβαιο αποτέλεσμα, κάτι που τους αποτρέπει από το να προσπαθήσουν. Σύμφωνα με την έρευνα για την πρόσβαση των επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας το 2023, περίπου 20% των ελληνικών ΜμΕ δηλώνουν ότι δεν επιχειρούν να αιτηθούν χρηματοδότηση επειδή φοβούνται ότι θα απορριφθούν,

με το ποσοστό αυτό να είναι το υψηλότερο μεταξύ των χωρών της ευρωζώνης.

2. Υψηλό κόστος χρηματοδότησης. Τα επιτόκια δανεισμού για τις ΜμΕ στην Ελλάδα παραμένουν από τα υψηλότερα στην ευρωζώνη, αν και τα τελευταία έτη παρουσιάζεται σημαντική σύγκλιση προς τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

3. Γραφειοκρατία. Η γραφειοκρατία, η υψηλή φορολόγηση και γενικότερα οι αυστηροί ρυθμιστικοί περιορισμοί είναι σημαντικό εμπόδιο για την πλειονότητα των επιχειρήσεων στη χώρα μας.

4. Περιορισμένη χρήση εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης. Παρά την ανάπτυξη των εταιρειών Factoring, Leasing ή την ύπαρξη «επιχειρηματικών αγγέλων», οι ελληνικές ΜμΕ συνεχίζουν να βασίζονται υπέρμετρα στον τραπεζικό δανεισμό, με μόνο ένα μικρό ποσοστό να αξιοποιεί τις παραπάνω εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης.

Ευκαιρίες και προοπτικές

Παρά τις δυσκολίες, υπάρχουν αρκετές θετικές εξελίξεις που μπορούν να διευκολύνουν τη χρηματοδότηση των ΜμΕ:

1. Προγράμματα ΕΣΠΑ. Το Ταμείο Εγγυοδοσίας ΤΕΠΙΧ III εντάσσεται στο πλαίσιο υλοποίησης του Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» του ΕΣΠΑ 2021-2027 και αναμένε-

ται να χορηγήσει δάνεια ύψους 2,1 δισ. ευρώ μέσω μόχλευσης με το τραπεζικό σύστημα προς τις ΜμΕ.

2. Ευρωπαϊκά Ταμεία. Η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα επίσης να αξιοποιήσει τα ευρωπαϊκά ταμεία, όπως το Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας (RRF) ενισχύοντας έτσι την ανάπτυξη και την ανθεκτικότητα των ΜμΕ.

3. Ψηφιοποίηση και καινοτομία. Σύμφωνα με πολλές ακαδημαϊκές μελέτες, οι ΜμΕ που επενδύουν στην ψηφιακή αναβάθμιση και στην καινοτομία φαίνεται να έχουν αυξημένες πιθανότητες πρόσβασης σε χρηματοδότηση. Εταιρείες που έχουν ενσωματώσει ψηφιακά εργαλεία και καινοτόμες λύσεις παρουσίασαν αυξημένη πιθανότητα να λάβουν δάνειο.

Συνολικά, οι ΜμΕ για να αρχίζουν να λαμβάνουν ευκολότερη πρόσβαση στη χρηματοδότηση πρέπει να επικεντρωθούν στη δημιουργία ενός ισχυρού επιχειρηματικού πλάνου, να διατηρούν καθαρό οικονομικό ιστορικό, να μπου στην ψηφιακή εποχή και να αναζητούν ευέλικτες και εναλλακτικές λύσεις. Θα ήταν χρήσιμο να αναζητούν εναλλακτικές λύσεις και να είναι καλά προετοιμασμένες για τις απαιτήσεις των χρηματοδοτών. Η διαφάνεια και η καλή διαχείριση των οικονομικών τους στοιχείων ενισχύουν τη θέση τους σε διαπραγματεύσεις και βοηθούν στη λήψη καλύτερων όρων.

Πώς καινοτομούν οι Ελληνικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις;

Δραστηριοποιούμενες σε ένα κατακερματισμένο οικοσύστημα, αξιοποιούν ό,τι πόρους έχουν διαθέσιμους, επενδύοντας μόνο «όσα αντέχουν να χάσουν»

Σύμφωνα με τον ευρωπαϊκό πίνακα επιδόσεων καινοτομίας / European Innovation Scoreboard 2024, οι επιδόσεις της ελληνικής οικονομίας στην καινοτομία είναι μέτριες, στο 77,5% του μέσου όρου της ΕΕ, όμως οι μικρομεσαίες ελληνικές επιχειρήσεις φαίνεται να εισάγουν καινοτομίες σε προϊόντα και διαδικασίες με αυξανόμενο ρυθμό. Πώς καινοτομούν όμως οι ελληνικές επιχειρήσεις; Ας ξεκαθαρίσουμε κατ' αρχάς τι είναι καινοτομία. Πρόκειται ουσιαστικά για τη δημιουργία και χρήση νέας γνώσης προκειμένου να σχεδιαστεί, αναπτυχθεί και εμπορευματοποιηθεί ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία που βρίσκει θετική ανταπόκριση στην αγορά. Εκτός από προϊόντα και υπηρεσίες, η καινοτομία μπορεί να αφορά διαδικασίες, για παράδειγμα την παραγωγή, το μάρκετινγκ, την εφοδιαστική αλυσίδα, ή επιχειρηματικά μοντέλα, δηλαδή την αλλαγή της προσφοράς αξίας στον πελάτη, μέσω αλλαγών στην πώληση και στη διανομή μεταξύ άλλων. Ανεξαρτήτως τύπου, η καινοτομία μπορεί να είναι ριζική ή σταδιακή, ανάλογα με το πόσο αλλάζει και απαξιώνει υπάρχουσες ικανότητες της επιχείρησης.

Η καινοτομία στις επιχειρήσεις είναι μια πολύπλοκη διαδικασία που προϋποθέτει σύνθετες γνώσεις και ικανότητες, τεχνολογικές, παραγωγικές και μάρκετινγκ, οι οποίες πρέπει να εννοχηστρώνονται αρμονικά σε ένα σύστημα παραγωγής καινοτομίας. Ενώ οι επιμέρους διαστάσεις αυτού του συστήματος είναι δυνατό να αποκτηθούν σε



Των **ΕΙΡΗΝΗΣ ΒΟΥΓΟΥΡΗ**, Καθηγήτριας, Προέδρου Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΟΠΑ, και της **ΙΩΑΝΝΑΣ ΔΕΛΗΓΙΑΝΝΗ**, Επίκουρης Καθηγήτριας Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΟΠΑ



μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, η απαραίτητη για την καινοτομία «μετα-ικανότητα» εννοχηστρώνεται σταδιακά, είτε μέσα στην επιχείρηση είτε μέσα από δικτύώσεις και συνεργασίες με άλλους φορείς, και δεν ανιγράφεται εύκολα.

Η καινοτομία λοιπόν απαιτεί κατ' αρχάς μακροχρόνια προσπάθεια από τις επιχειρήσεις. Όμως, η δραστηριότητα των επιχειρήσεων επηρεάζεται από τις δημόσιες πολιτικές και κανονισμούς, την έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη, τους χρηματοδοτικούς μηχανισμούς, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και το ικανό ανθρώπινο δυναμικό, τις υποδομές και τους υποστηρικτικούς μηχανισμούς, την εθνική κουλτούρα καινοτομίας και επιχειρηματικότητας. Ολα μαζί διαμορφώνουν ένα οικοσύστημα που προωθεί και υποστηρίζει την άσκηση καινοτομικής δραστηριότητας. Σε αυτό το οικοσύστημα καθοριστικής σημασίας είναι η ύπαρξη μηχανισμών διασύνδεσης μεταξύ φορέων και θεσμών

που διασφαλίζουν την κυκλοφορία της γνώσης, την οικοδόμηση ικανοτήτων και τελικά την ανάπτυξη της καινοτομίας από τις επιχειρήσεις. Στη χώρα μας, αυτό το οικοσύστημα είναι κατακερματισμένο, με τους επιμέρους φορείς που το συγκροτούν να κινούνται με διαφορετική ταχύτητα και συχνά προσανατολισμό. Ενώ οι δημόσιες δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη, που διαχρονικά ήταν χαμηλές, ανέρχονται πλέον στο 103,3% του μέσου της ΕΕ, οι επιχειρήσεις υστερούν, με τις δαπάνες από τον ιδιωτικό τομέα να ανέρχονται μόλις στο 51,9% του μέσου της ΕΕ. Πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα υλοποιούν βασική και εφαρμοσμένη έρευνα, όμως δημιουργούν ελάχιστες επιχειρήσεις ως spin-offs. Επιπλέον, παρότι γίνονται σημαντικά βήματα προς την ενίσχυση της διάχυσης της γνώσης, τα αποτελέσματα της ερευνητικής τους δραστηριότητας δεν αξιοποιούνται συστηματικά με την εφαρμογή τους από τις επιχειρήσεις. Οι έλληνες ερευνητές παράγουν πολλές και συ-

χνά υψηλού επιπέδου επιστημονικές δημοσιεύσεις, όμως η έρευνά τους δεν οδηγεί σε πατέντες. Παρά την ανάπτυξη του χρηματοδοτικού κεφαλαίου υψηλού κινδύνου την τελευταία δεκαετία, οι σχετικές επενδύσεις ανέρχονται μόλις στο 57% του μέσου της ΕΕ. Το ανθρώπινο κεφάλαιο, ο σημαντικότερος ίσως πόρος για την καινοτομία, συχνά σταδιοδρομεί στο εξωτερικό με τις ελληνικές επιχειρήσεις να αντιμετωπίζουν περιορισμούς στην κάλυψη των αναγκών τους.

Και όμως, παρά τους περιορισμούς και τις προκλήσεις, οι μικρομεσαίες ελληνικές επιχειρήσεις εισάγουν νέα προϊόντα και διαδικασίες σε ποσοστά που αγγίζουν το διπλάσιο του μέσου της ΕΕ. Στην πλειονότητά τους προβαίνουν σε σταδιακές καινοτομίες ακολουθώντας ένα μοντέλο βασισμένο στην υιοθέτηση και απορρόφηση τεχνολογίας που παράγεται από άλλους, με μικρή πρωτογενή E&A, στηριζόμενοι σε συνεργατικούς σχηματισμούς και κοινή δράση για π.χ. προώθηση πωλήσεων, αγορές υλικών, παραγγελίες. Φαίνεται λοιπόν ότι ακολουθούν μια «αποτελεσματική προσέγγιση» της καινοτομίας αξιοποιώντας ό,τι πόρους έχουν διαθέσιμους, επενδύοντας μόνο «όσα αντέχουν να χάσουν» προκειμένου να μειώσουν το κόστος πιθανής αποτυχίας, «πειραματιζόμενοι» με βελτιώσεις στα προσφερόμενα προϊόντα και τις διαδικασίες τους, διατηρώντας «ευελιξία» προκειμένου να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις του περιβάλλοντος και δημιουργώντας σχέσεις και συνεργασίες που τους βοηθούν να συν-διαμορφώσουν ικανότητες για καινοτομία.

Η τυπική μικρομεσαία ελληνική επιχείρηση θα αντέξει στον χρόνο αν καταφέρει να ενσωματώσει στη μακροχρόνια λειτουργία της την ικανότητα να χιτίζει σχέσεις και να συν-δημιουργεί. Αυτή η προσπάθεια ωστόσο θα πρέπει να υποστηριχθεί και από ένα ενιαίο πλαίσιο δημόσιων πολιτικών, το οποίο θα στοχεύει στη διαρκή βελτίωση της ποιότητας των μηχανισμών δημιουργίας, διασύνδεσης και διάχυσης γνώσης τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.



Πώς διαχειρίζονται οι ΜμΕ το ανθρώπινο δυναμικό τους;

Μόνο μία στις πέντε έχει πρόσβαση στην εξειδίκευση της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού



Της **ΕΛΕΑΝΝΑΣ ΓΑΛΑΝΑΚΗ**, Αντιπρυτάνεως Οικονομικού Προγραμματισμού και Υποδομών, Αναπληρώτριας Καθηγήτριας Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του ΟΠΑ και Διευθύντριας του Εργαστηρίου Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού

Η έρευνα «Απόδοση και Καινοτομία στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Πώς Ενισχύονται μέσα από το Ανθρώπινο Δυναμικό», που ολοκληρώθηκε το 2024 στο Εργαστήριο Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΔΑΔ) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, κατέδειξε τη σημασία των πλούσιων εργασιακών αμοιβών και την ανάγκη διαφοροποίησης από τις διοικητικές πρακτικές που εφαρμόζουν οι μεγάλες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, έδειξε ότι:

- Όσο μεγαλύτερη η επιχείρηση τόσο υψηλότερη η απόδοσή της σε όλους τους δείκτες απόδοσης (κερδοφορία, κύκλο εργασιών, μέγεθος αγοράς, εξωστρέφεια και καινοτομία). Σε όλους τους δείκτες απόδοσης, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις είχαν αναλογικά χαμηλότερους δείκτες κατά 10%-30% από αυτούς των μεγάλων επιχειρήσεων.

- Η ΔΑΔ στις ΜμΕ είναι συνήθως ευθύνη των ιδιοκτητών και των Γενικών Διευθυντών. Μόνο το 1/5 (20%) των ΜμΕ απασχολεί κάποιον εξειδικευμένο επαγγελματία ΔΑΔ.

- Κυριότερες προκλήσεις για τις ΜμΕ στον χώρο της ΔΑΔ είναι οι υψηλές αμοιβές (για το 36% των ΜμΕ) και η εκπαίδευση των εργαζομένων (για το 35,5%), πιθανότατα γιατί είναι οι λειτουργίες που απαιτούν την υψηλότερη επένδυση. Αντίθετα, οι προσλήψεις απασχολούν μόλις το 15% και η αξιολόγηση των εργαζομένων το 8%.



- Οι ΜμΕ αύξησαν το προσωπικό τους κατά 11,5% ενώ το ίδιο διάστημα οι μεγάλες επιχειρήσεις είδαν 18% αντίστοιχη αύξηση. Οι ΜμΕ μπόρεσαν δηλαδή σε μικρότερο βαθμό από όσο οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις να ωφεληθούν από την ανάπτυξη της οικονομίας, επεκτείνοντας τη δραστηριότητά τους και την απασχόληση εργαζομένων.

- Το αν μία επιχείρηση είναι οικογενειακή επηρεάζει την εφαρμογή και την αποτελεσματικότητα των πρακτικών ΔΑΔ. Για παράδειγμα, στις οικογενειακές είναι πολύ πιο σπάνια η εφαρμογή αξιολόγησης των εργαζομένων.

- Η κατηγορία μεγέθους, δηλαδή το αν η επιχείρηση είναι πολύ μικρή, μικρή ή μεσαία, επηρεάζει την αποτελεσματικότητα των πρακτικών ΔΑΔ.

- Ειδικά στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, δεν συστήνεται η εφαρμογή προχωρημένων πρακτικών ΔΑΔ σε όλο το εύρος των λειτουργιών ΔΑΔ.

- Οι πλούσιες αμοιβές των εργαζομένων είναι το μόνο στοιχείο του μείγματος πρακτικών ΔΑΔ που φαίνεται να ενισχύει την απόδοση, ανεξάρτητα από τα άλλα χαρακτηριστικά της επιχείρησης.

- Η τυπική αξιολόγηση των εργαζομένων, με φόρμες και πρότυπα, συνδέεται με χαμηλή απόδοση στις μικρές επιχειρήσεις. Συστήνονται πιο χαλαροί και άτυποι τρόποι ανατροφοδότησης (feedback) στους εργαζομένους, καθώς βρέθηκε ότι ενισχύει την αποδοτικότητα.

- Όσο μικρότερη η επιχείρηση τόσο μικρότερη η ποικιλία των εργαλείων ΔΑΔ που αξιοποιεί, π.χ. σε μια πολύ μικρή επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιείται μόνο η συνέντευξη για την επιλογή εργαζομένων ή μόνο ο βασικός μισθός για την αμοιβή. Αυτό παρατηρείται σε όλες τις λειτουργίες ΔΑΔ – προσέλκυση, επιλογή, αξιολόγηση, εκπαίδευση και αμοιβές εργαζομένων.

- Οι μικρές επιχειρήσεις υστερούν στην ποικιλομορφία και την ενσωμάτωση (diversity & inclusion) του προσωπικού σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

- Η χρήση των ευέλικτων μορφών απασχόλησης είναι πιο συνηθισμένη στις μεγάλες επιχειρήσεις από όσο στις ΜμΕ. Ωστόσο, είναι σημαντική η αύξηση της τηλεργασίας σε επιχειρήσεις όλων των μεγεθών. Παρά τις προκλήσεις, ένας μεγάλος αριθμός ΜμΕ κατάφερε

να προσαρμοστεί γρήγορα και αποδοτικά στη νέα πραγματικότητα του συγκεκριμένου μοντέλου εργασίας.

- Υπάρχει πολύ ισχυρή σύνδεση μεταξύ καινοτομίας και επιχειρησιακής απόδοσης στις ΜμΕ. Επίσης, τόσο η καινοτομία όσο και η επιχειρηματική απόδοση συνδέονται θετικά με την εφαρμογή ενός επαρκούς μείγματος πρακτικών ΔΑΔ και με την ύπαρξη υπευθύνου ή τμήματος ΔΑΔ.

- Η εφαρμογή της ΔΑΔ είναι αρκετά παρόμοια στις ΜμΕ της Ελλάδας και της Κύπρου που εξετάστηκαν, γεγονός που πιθανώς δείχνει ότι τα θέματα της ΔΑΔ στις ΜμΕ είναι κοινά διεθνώς.

- 75%-98% των ΜμΕ επενδύουν στο employer branding (θετική εικόνα τους ως εργοδότες) και ένα ισχυρό employer brand, όταν στηρίζεται από τη διοίκηση συνειδητά και συστηματικά, είναι κρίσιμος παράγοντας που υποστηρίζει την αποτελεσματικότητα των πρακτικών ΔΑΔ στις ΜμΕ. Το συγκεκριμένο εύρημα ήταν έκπληξη για την ερευνητική ομάδα, που δεν περίμενε ότι οι ΜμΕ συνειδητά αναπτύσσουν τη φήμη τους ως εργοδότες. Το άρθρο της Ειρήνης Ζωγράφου που ακολουθεί εστιάζει σε αυτό το εύρημα ειδικά.



Οι πλούσιες αμοιβές των εργαζομένων είναι το μόνο στοιχείο του μείγματος πρακτικών ΔΑΔ που φαίνεται να ενισχύει την απόδοση, ανεξάρτητα από τα άλλα χαρακτηριστικά της επιχείρησης

ΑΦΙΕΡΩΜΑ Η δυναμική των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Η σημασία του employer branding

Η προσέλκυση και η διατήρηση ταλαντούχων επαγγελματιών αποτελεί βασική προϋπόθεση για τις ελληνικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που θέλουν να παραμείνουν ανταγωνιστικές



Της **ΕΙΡΗΝΗΣ ΖΩΓΡΑΦΟΥ**,
Λέκτορας στο Cranfield University, School of Management στην Αγγλία και μεταδιδάκτορας του ΟΠΑ

μπορούν να χρησιμοποιήσουν στρατηγικές employer branding που εστιάζουν στις ακόλουθες περιοχές:

● **Πρωτόθση εταιρικής κουλτούρας.** Όπως μια επιτυχημένη διαφήμιση αναδεικνύει τα μοναδικά χαρακτηριστικά ενός προϊόντος, έτσι και οι ΜμΕ πρέπει να προβάλλουν την κουλτούρα τους, αναδεικνύοντας τις αξίες και το όραμά τους.

● **Αυθεντικότητα και ειλικρίνεια.** Το employer branding πρέπει να αντικατοπτρίζει την πραγματική εργασιακή εμπειρία, αποφεύγοντας υποσχέσεις που δεν μπορούν να τηρηθούν. Οι μη αληθινές υποσχέσεις οδηγούν σε δυσαρέσκεια και κακή φήμη.

● **Χρήση ψηφιακών εργαλείων.** Σήμερα, οι ΜμΕ μπορούν να αξιοποιήσουν διάφορα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης χωρίς να απαιτούνται υψηλά χρηματικά ποσά. Απλές, αυθεντικές δημοσιεύσεις που παρουσιάζουν την καθημερινότητα, τις επιτυχίες ή ακόμα και τις μικρές στιγμές χαράς μέσα στον εργασιακό χώρο μπορούν να δημιουργήσουν μια ισχυρή διαδικτυακή παρουσία.

● **Επένδυση στην ευημερία των εργαζομένων.** Ένας ικανοποιημένος εργαζόμενος είναι ο καλύτερος πρεσβευτής της επιχείρησης, ενισχύοντας τη φήμη της στην αγορά. Παροχές όπως ευέλικτο ωράριο, δυνατότητες τηλεργασίας και προγράμματα επιμόρφωσης

συμβάλλουν στην αφοσίωση των εργαζομένων και στη βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης.

Τα ευρήματα της έρευνας

Για τις ΜμΕ, οι οποίες αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας, το employer branding προσφέρει πλήθος πλεονεκτημάτων, όπως επιβεβαιώνουν και τα ευρήματα του ερευνητικού έργου «Απόδοση και Καινοτομία στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Πώς Ενισχύονται μέσα από το Ανθρώπινο Δυναμικό», που πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Σύμφωνα με την έρευνα, το employer branding αναδεικνύεται ως κρίσιμο εργαλείο για την ενίσχυση της οργανωσιακής απόδοσης και την προώθηση της καινοτομίας στις ΜμΕ, προσφέροντας έναν σημαντικό μοχλό ανάπτυξης σε ένα όλο και πιο ανταγωνιστικό εργασιακό περιβάλλον. Συγκεκριμένα, σε δείγμα 341 ΜμΕ στην Ελλάδα, η πλειοψηφία των διευθυντών θεωρεί την καλλιέργεια θετικής εργοδοτικής φήμης απαραίτητη για την επιτυχία τους. Επιπρόσθετα, οι αξίες της ομαδικότητας και της οικογενειακής κουλτούρας αναδεικνύονται ως οι πιο σημαντικές για τη δημιουργία ενός θετικού εργασιακού περιβάλλοντος. Ψηφιακά εργαλεία, όπως η εταιρική ιστοσελίδα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram) καθώς και τα επαγγελματικά δίκτυα (LinkedIn), αποτελούν τα πιο σημαντικά εργαλεία για την προώθηση ενός εργοδοτικού brand (διάγραμμα 1). Μέσα από αυτές τις πλατφόρμες, οι ΜμΕ επικοινωνούν αποτελεσματικά τις αξίες τους, προσελκύουν υποψηφίους και ενδυναμώνουν τη σχέση τους με το κοινό, προβάλλοντας την εργασιακή τους κουλτούρα και τα πλεονεκτήματα της εργασίας χωρίς την απαίτηση υψηλών δαπανών.

Σύμπερασμα

Το employer branding είναι το «κλειδί» για τις ΜμΕ που επιθυμούν να ξεχωρίσουν, να προσελκύσουν και να διατηρήσουν talenta. Με τη δύναμη της ψηφιοποίησης και την αυθεντικότητα στο επίκεντρο, οι ΜμΕ μπορούν να δημιουργήσουν ισχυρές εργασιακές κοινότητες, ενισχύοντας τη φήμη τους ως εργοδότες και διασφαλίζοντας τη μακροχρόνια επιτυχία τους. Σε ένα συνεχώς αυξανόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον ταλέντων, το employer branding δεν είναι πολυτέλεια, είναι ανάγκη.

Οι εποχές αλλάζουν και μαζί τους αλλάζουν και οι απαιτήσεις της αγοράς εργασίας. Η ταχεία αλλαγή των συνθηκών στο εργασιακό περιβάλλον έχει φέρει μια νέα πρόκληση για τις ελληνικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜμΕ). Στην Ελλάδα του 2025, η προσέλκυση και η διατήρηση ταλαντούχων επαγγελματιών δεν είναι πλέον απλώς μια στρατηγική ανάγκη – είναι ζήτημα επιβίωσης και ανάπτυξης για τις ΜμΕ που επιθυμούν να παραμείνουν ανταγωνιστικές. Παρ' όλο που η προσέλκυση πελατών παραμένει κρίσιμη, ο «πόλεμος ταλέντων» έχει πλέον καθοριστική σημασία για τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Employer branding: Το μάρκετινγκ της εργασιακής εμπειρίας

Το employer branding δεν είναι απλώς μια στρατηγική προσέλκυσης ταλέντων – είναι το μάρκετινγκ της εργασιακής κουλτούρας και των αξιών μιας επιχείρησης. Στόχος του είναι να δημιουργήσει μια ελκυστική εικόνα και μια θετική φήμη εργοδότη, που να αντικατοπτρίζει την προσωπικότητα της επιχείρησης, τις ευκαιρίες ανάπτυξης και την ποιότητα ζωής που προσφέρει στους εργαζομένους της. Όπως κάθε επιχείρηση επιθυμεί να είναι η πρώτη επιλογή για τους πελάτες της, το ίδιο πρέπει να επιδιώκει να είναι και για τους εργαζομένους της.

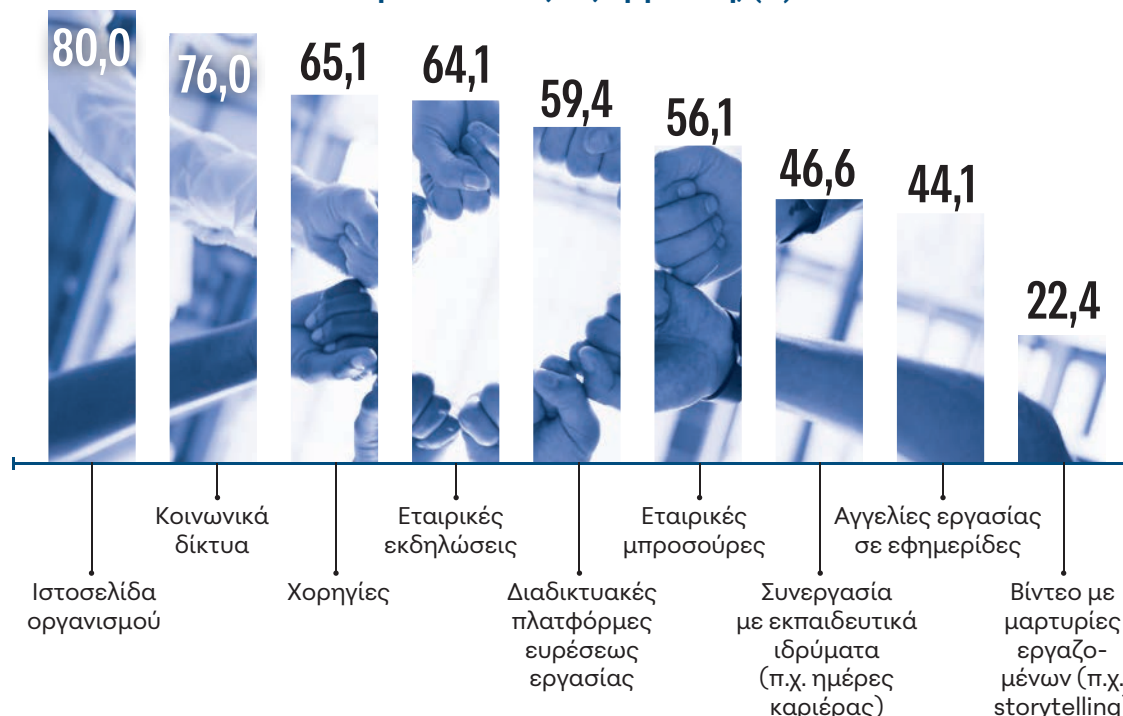
Οι νέες απαιτήσεις της εποχής

Στη σημερινή εποχή, οι εργαζόμενοι δεν αναζητούν μόνο την οικονομική αποκατάσταση. Οι προσδοκίες τους είναι πλέον πολυδιάστατες, περιλαμβάνοντας την ανάγκη για νόημα στην εργασία, συνεχή προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη και ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής. Παράλληλα, η ζήτηση για ευέλικτες μορφές εργασίας και υποστηρικτικά περιβάλλοντα αυξάνεται συνεχώς. Όλοι αυτοί οι παράγοντες αποτελούν καθοριστικά κριτήρια για την αποδοχή μιας προσφοράς εργασίας.

Πώς να χτίσουν οι ΜμΕ το δικό τους employer brand

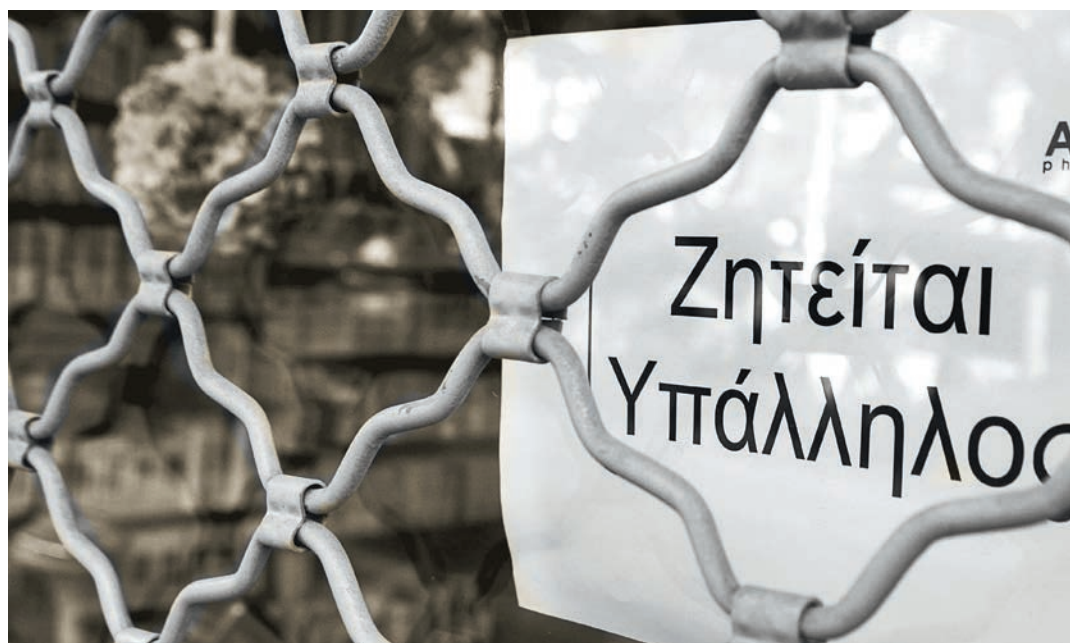
Για να ανταποκριθούν στις μεταβαλλόμενες προσδοκίες και να ανταγωνιστούν στο σύγχρονο εργασιακό περιβάλλον, οι ΜμΕ

Χρησιμοποιείτε τα παρακάτω μέσα για να προωθήσετε/βελτιώσετε την εικόνα σας ως εργοδότη; (%)



Γνωρίζετε ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) απασχολούν πάνω από 2 εκατομμύρια εργαζόμενους στην Ελλάδα; Τι θα γινόταν αν μπορούσαν να αξιοποιήσουν στο έπακρο το ταλέντο αυτό για να καινοτομήσουν, ξεπερνώντας τις προκλήσεις που συχνά αντιμετωπίζουν;

Η καινοτομία είναι ζωτικής σημασίας για τις ΜμΕ, καθώς τους επιτρέπει να προσαρμόζονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς και να παραμένουν ανταγωνιστικές. Ωστόσο, οι περιορισμένοι πόροι, η μη συμμόρφωση με την ταχεία τεχνολογική εξέλιξη και οι δυσκολίες στην εύρεση και διατήρηση εργατικού δυναμικού αποτελούν εμπόδια που συχνά περιορίζουν την ικανότητά τους να καινοτομήσουν και να ανταγωνίζονται μεγαλύτερους οργανισμούς. Δεδομένων των προκλήσεων που σχετίζονται με την ποσότητα και την ποιότητα του εργατικού δυναμικού, η αναγνώριση του σημαντικού ρόλου των εργαζομένων στην προώθηση της καινοτομίας είναι ουσιώδης. Συνεπώς, οι ΜμΕ θα πρέπει να επενδύσουν στο ανθρώπινο κεφάλαιό τους ώστε να ενισχύσουν αυτό που ορίζουμε από τη βιβλιογραφία ως «καινοτόμο εργασιακή συμπεριφορά». Πώς όμως μπορούν να το καταφέρουν αυτό; Η απάντηση βρίσκεται σε μια δίκαιη και αποτελεσματική διαχείριση των ανθρώπων. Σύμφωνα με την ερευνητική βιβλιογραφία και με παραδείγματα από τον επιχειρηματικό κόσμο, οι πρακτικές Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού (ΔΑΔ) συνδέονται με τη βελτίωση ατομικών, ομαδικών και οργανωσιακών αποτελεσμάτων, ιδιαίτερα σε μεγαλύτερους οργανισμούς. Στο πλαίσιο αυτό, η καινοτομία επηρεάζεται σημαντικά από την ικανότητα των οργανισμών να διαχειρίζονται αποτελεσματικά το εργατικό τους δυναμικό, μέσω της εφαρμογής των πρακτικών ΔΑΔ. Παρ' όλα αυτά, οι ΜμΕ απαιτούν μια διαφοροποιημένη προσέγγιση λόγω των μοναδικών επιχειρησιακών και δομικών περιορισμών τους. Η εφαρμογή πρακτικών όπως η επιλεκτική πρόσληψη εργατικού δυναμικού, η ανάπτυξη εξειδικευμένων δεξιοτήτων και ικανοτήτων, καθώς και οι στοχευμένες πο-



EUROIMISSI / ΒΑΙΩΣ ΧΑΛΙΑΝΗΣ

Η συμβολή της διοίκησης ανθρώπινου δυναμικού στην καινοτομία

Τέσσερις απλές πρακτικές με τις οποίες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα μπορούσαν να ξεπεράσουν τους περιορισμούς πόρων και να προσελκύσουν (και διατηρήσουν) ικανούς εργαζομένους



Του **ΝΙΚΟΥ ΠΑΧΟΥ**, Επίκουρου Καθηγητή στην Καινοτομία και Διαχείριση Ανθρώπων, στο Delft University of Technology, Ολλανδία

λιτικές αμοιβών, μπορούν να συμβάλλουν στην καλλιέργεια μιας κουλτούρας δημιουργικότητας και συνεργασίας – βασικά στοιχεία για την προώθηση της καινοτομίας.

Πώς θα μπορούσαν όμως οι ελληνικές ΜμΕ να διαμορφώσουν τις πρακτικές ΔΑΔ ώστε να εξασφαλίσουν την καινοτομία στην πράξη; Τα ευρήματα των **Ζωγράφου και συν. (2023)** δείχνουν ότι οι ελληνικές ΜμΕ, ιδιαίτερα στον κλάδο της εστίασης και της φιλοξενίας, επωφελοούνται από την υιοθέτηση μιας στρατηγικής «pick-and-mix», όσον αφορά στις πρακτικές ΔΑΔ. Ειδικότερα, η εφαρμογή των συγκεκριμένων πρακτικών θα πρέπει να ευθυγραμμίζεται με το μέγεθος της επιχείρησης, το ιδιοκτησιακό

καθεστώς, αλλά και την οργανωσιακή δομή. Αυτή η προσαρμογή βοηθάει τις ΜμΕ να αξιοποιούν αποτελεσματικά το ανθρώπινο κεφάλαιο, ακόμα και με περιορισμένους πόρους. Όσον αφορά στο κομμάτι της προώθησης της καινοτόμου εργασιακής συμπεριφοράς, οι ΜμΕ μπορούν να υιοθετήσουν τις παρακάτω πρακτικές:

● **Προσέλκυση και Επιλογή:** Οι ΜμΕ συνήθως βασίζονται σε άτυπα και ανεπίσημα δίκτυα (π.χ. μέθοδος στόμα με στόμα) για την πρόσληψη, χωρίς όμως αυτό να εξασφαλίζει απαραίτητα καινοτόμο εργατικό δυναμικό. Η ενσωμάτωση συγκεκριμένων πρακτικών, όπως στοχευμένες περιγραφές θέσεων εργασίας και συνεντεύ-

ξεις βάσει ικανοτήτων, μπορεί να προσελκύσει δημιουργικά και καινοτόμα talenta. Με το να στοχεύουν σε talenta που φέρνουν φρέσκες ιδέες και δεξιότητες, οι ΜμΕ μπορούν να ενισχύσουν την ικανότητά τους για καινοτομία.

● **Εκπαίδευση και Ανάπτυξη:**

Η επένδυση στην εκπαίδευση αποτελεί βασική προϋπόθεση για την καινοτομία. Οι ΜμΕ θα πρέπει να δώσουν έμφαση στην ανάπτυξη δεξιοτήτων που σχετίζονται με την επίλυση προβλημάτων, τη δημιουργική σκέψη, αλλά και την ευθυγράμμιση με τις νέες τεχνολογίες, ώστε να εξασφαλίσουν ένα εργατικό δυναμικό ικανό να αντιμετωπίζει τις σύγχρονες προκλήσεις.

● **Αξιολόγηση Απόδοσης:**

Οι ΜμΕ βασίζονται σε ανεπίσημες αξιολογήσεις απόδοσης, λόγω έλλειψης πόρων. Ωστόσο, δομημένοι μηχανισμοί ανατροφοδότησης στοχευμένοι στην καινοτομία, μπορούν να αποτελέσουν καινοτόμες εναλλακτικές λύσεις. Για παράδειγμα, οι ΜμΕ θα μπορούσαν να εντάξουν στις αξιολογήσεις τους δείκτες όπως η παραγωγή νέων ιδεών ή οι βελτιώσεις διαδικασιών, που θα αξιολογούνται συστηματικά από τη διοίκηση.

● **Κίνητρα και Αμοιβές:** Τα ανταγωνιστικά συστήματα αμοιβών είναι καθοριστικής σημασίας για τη διατήρηση κορυφαίων ταλέντων. Στο κομμάτι της καινοτομίας, οι ΜμΕ μπορούν να εφαρμόσουν κίνητρα για την ανταμοιβή καινοτόμων συμπεριφορών. Για παράδειγμα, μόνους για καινοτόμες ιδέες ή πρωτοβουλίες μπορούν να δημιουργήσουν μια κουλτούρα καινοτομίας και συνεχούς βελτίωσης, αυξάνοντας παράλληλα το κίνητρο του εργατικού δυναμικού.

Συνοψίζοντας, η αποτελεσματική διαχείριση των ανθρώπων αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της καινοτομίας στις ΜμΕ. Με την υιοθέτηση πολιτικών που ευθυγραμμίζονται με τα μοναδικά χαρακτηριστικά τους, οι ΜμΕ μπορούν να ξεπεράσουν τους περιορισμούς πόρων. Ο δρόμος προς τη βιώσιμη επιτυχία και τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, έγκειται στην αναγνώριση της αξίας των ανθρώπων τους για την προώθηση της αλλαγής και της ανάπτυξης.

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Η διεθνοποίηση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Οι λόγοι οι οποίοι μπορεί να οδηγήσουν μια μικρομεσαία επιχείρηση να ανοιχτεί και εκτός συνόρων, οι κίνδυνοι και οι τρόποι περιορισμού τους



Των **ΚΑΤΕΡΙΝΑΣ ΚΑΜΠΟΥΡΗ**, Επίκουρης Καθηγήτριας Διεθνούς Μάνατζμεντ Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, και **ΕΜΜΑΝΟΥΕΛΛΑΣ ΠΛΑΚΟΓΙΑΝΝΑΚΗ**, Καθηγήτριας της Έδρας των Διεθνών Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο της Βιέννης, Αυστρίας



Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) ορίζονται οι πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ. Η διεθνοποίηση των ΜμΕ, δηλαδή η επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους σε ξένες αγορές, είτε μέσω εξαγωγών είτε μέσω ίδρυσης ιδιόκτητων θυγατρικών, έχει επίδραση στην επίδοσή τους σε τοπικό και διεθνές επίπεδο. Λόγοι που οδηγούν μια ΜμΕ να επιλέξει τη διεθνοποίηση είναι:

1. Ευκαιρίες για ανάπτυξη: Η διεθνοποίηση μπορεί να επιφέρει ευκαιρίες για ανάπτυξη και ενίσχυση της οικονομικής θέσης των ΜμΕ. Οι επαφές με διαφορετικούς πολιτισμούς ενθαρρύνουν την ανάπτυξη νέων προϊόντων / υπηρεσιών που ανταποκρίνονται σε ποικίλες καταναλωτικές τάσεις. Επιπρόσθετα, οι ΜμΕ μπορούν

να εκμεταλλευτούν οικονομικές κλίμακας και να μειώσουν το κόστος παραγωγής μέσω της διεύρυνσης των δραστηριοτήτων τους σε διεθνείς αγορές. Χρησιμοποιώντας οικονομικότερους παραγωγικούς πόρους σε χώρες με χαμηλότερο κόστος εργασίας, οι ΜμΕ μπορούν να αυξήσουν την κερδοφορία τους.

2. Αύξηση της αναγνωρισιμότητας: Η παρουσία σε διεθνείς αγορές αυξάνει την αναγνωρισιμότητα της μάρκας, προσφέροντας στις ΜμΕ τη δυνατότητα να γίνουν γνωστές και να αναπτύξουν ένα ισχυρότερο brand name σε παγκόσμιο επίπεδο.

3. Αυξημένη πρόσβαση σε χρηματοδότηση και επενδύσεις: Η παρουσία σε διεθνείς αγορές μπορεί να ενισχύσει την αξιοπιστία των ΜμΕ, κάνοντάς τις πιο ελκυστικές για ξένους επενδυτές. Αυτό μπορεί να διευκολύνει την πρόσβαση σε χρηματοδότηση και κεφάλαια, ενισχύοντας τις επενδύσεις των ΜμΕ σε νέες δραστηριότητες.

4. Ενίσχυση της ανθεκτικότητας: Οι διαφορετικές πηγές εσόδων των ΜμΕ, που προέρχονται από

την παρουσία τους στη διεθνή σκηνή, μπορούν να μειώσουν τον κίνδυνο εξάρτησής τους από τις εγχώριες αγορές με οικονομική αβεβαιότητα, βοηθώντας παράλληλα στην επιβίωση των ΜμΕ σε περιόδους κρίσης.

Παρά τα πλεονεκτήματα που περιέχει, η διεθνοποίηση ενέχει υψηλό ρίσκο και προκλήσεις. Οι βασικότερες προκλήσεις που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι ΜμΕ είναι:

1. Έλλειψη πόρων: Η διεθνοποίηση απαιτεί πόρους που οι ΜμΕ έχουν συχνά σε έλλειψη, όπως έλλειψη εμπειρικής και θεωρητικής γνώσης (γνώση ξένων γλωσσών, κουλτούρας, νομοθετικών πλαισίων) και περιορισμένα χρηματικά κεφαλαία.

2. Οικονομικές πιέσεις: Δεδομένων των μεγάλων απαιτούμενων επενδύσεων σε νέες αγορές, ΜμΕ που επιλέγουν τη διεθνοποίηση χρειάζονται, πολλές φορές, να αποσπάσουν πόρους (όπως χρηματικά κεφάλαια) από τις εγχώριες δραστηριότητές τους, με πιθανές αρνητικές συνέπειες στην κερδοφορία σε εγχώριο επίπεδο.

3. Πιθανότητα απώλειας εγχώριου προσανατολισμού: Λόγω του έντονου ανταγωνισμού που δέχονται οι ΜμΕ από μεγάλες, καθιερωμένες διεθνείς εταιρείες, με περισσότερους πόρους και αναγνωρίσιμες μάρκες, οι ΜμΕ που στοχεύουν σε διεθνοποίηση επικεντρώνονται συχνά στην κάλυψη αναγκών των ξένων καταναλωτών και ενδέχεται να παραμελήσουν τις ανάγκες των εγχώριων καταναλωτών.

Οι παραπάνω προκλήσεις θα μπορούσαν να αντιμετωπιστούν μέσω της χρήσης δικτύων γνώσεων. Τα δίκτυα γνώ-

σεων περιλαμβάνουν φορείς, οργανισμούς, επιχειρηματικές κοινότητες και ψηφιακές πλατφόρμες που συγκεντρώνουν και διαμοιράζονται σημαντικές πληροφορίες για τις αγορές, τις τάσεις και τις στρατηγικές επιτυχίας σε διεθνές επίπεδο.

• Δίκτυα γνώσεων, όπως εμπορικά επιμελητήρια ή/και διεθνείς εκθέσεις, παρέχουν στις ΜμΕ τη δυνατότητα επίτευξης συνεργασίας με πιθανούς πελάτες και προμηθευτές στο εξωτερικό. Οι συνεργασίες αυτές μπορεί να οδηγήσουν σε νέες ιδέες ή/και τροποποιήσεις προϊόντων/διαδικασιών μέσω της ανταλλαγής τεχνογνωσίας, βελτιώνοντας τις επιχειρηματικές στρατηγικές των ΜμΕ. Οι συνεργασίες αυτές μπορούν επίσης να οδηγήσουν σε στρατηγικές συμμαχίες διευκολύνοντας την είσοδο σε ξένες αγορές.

• Πανεπιστήμια μπορούν να βοηθήσουν τις ΜμΕ να εντοπίσουν χρηματοδοτικές ευκαιρίες για διεθνοποίηση, όπως επιδοτήσεις ή άλλα προγράμματα που προσφέρονται από εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς, όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση. Επίσης, οι ΜμΕ μπορούν να συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά προγράμματα που προσφέρουν κρίσιμες δεξιότητες για τη διεθνή τους δραστηριότητα, όπως η διεθνής διαχείριση ή/και οι στρατηγικές μάρκετινγκ.

• Επιχειρηματικές κοινότητες μπορούν να βοηθήσουν τις ΜμΕ στην ένταξη νέων τεχνολογικών τάσεων, όπως για παράδειγμα η χρήση τεχνητής νοημοσύνης, στις διεθνείς τους πρακτικές. Έτσι, οι ΜμΕ μπορούν αμεσότερα και με χρήση λιγότερων πόρων να αξιολογούν κινδύνους που ενέχει η διεθνοποίηση, να βελτιστοποιήσουν την παραγωγή και τη διανομή, να αναλύουν μεγάλες ποσότητες δεδομένων από διεθνείς αγορές.

Η διεθνοποίηση των ΜμΕ μπορεί να προαγάγει την οικονομική σταθερότητα και ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας καθώς ανοίγει τον δρόμο και σε άλλες ΜμΕ που επιδιώκουν να διεθνοποιηθούν, προσφέροντας παράλληλα νέες ευκαιρίες για απασχόληση. Επίσης, η αύξηση της αναγνωρισιμότητας των ελληνικών προϊόντων/υπηρεσιών στο εξωτερικό βελτιώνει την εικόνα της χώρας.



ΠΑΡΑΔΙΔΟΝΤΑΣ ΤΑ ΗΝΙΑ

Διαδοχή στις οικογενειακές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν ακρογωνιαίο λίθο των εθνικών οικονομιών.

Στην Ευρώπη, αποτελούν το 70%-80% των επιχειρήσεων συμβάλλοντας στο 40%-50% της απασχόλησης. Η πλειοψηφία των οικογενειακών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες (ΜμΕ) και ξεχωρίζουν για τον μακροπρόθεσμο προσανατολισμό τους. Εφόσον επιδιώκουν τη διαγενεακή μεταβίβαση και όχι την πώλησή τους, είναι γενικά μακροβιότερες από τις μη οικογενειακές επιχειρήσεις. Ταυτόχρονα, η οικογενειακή μορφή ιδιοκτησίας καθιστά τη διαδοχή στην επόμενη γενιά ως κομβικό σημείο στην πορεία των επιχειρήσεων αυτών. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Οικογενειακών Επιχειρήσεων, μόνο το 30% επιβιώνει στη δεύτερη γενιά, 12% στην τρίτη και 3% στην τέταρτη. Επιπλέον, φαίνεται ότι η διαδικασία της διαδοχής έχει γίνει ακόμα πιο δύσκολη, εφόσον το ποσοστό διαδοχής στη δεύτερη γενιά μειώθηκε στο 19% τα τελευταία χρόνια.

Η μεταβίβαση της επιχείρησης στην επόμενη γενιά αποτελεί πρόκληση λόγω πολλών παραγόντων, όπως τα συγκρουόμενα οράματα των γενιών, τη διστακτικότητα των παλαιότερων να παραδώσουν τον έλεγχο, την απροθυμία ή ανετοιμότητα των νεότερων να αναλάβουν, αλλά και τον ανεπαρκή προγραμματισμό. Εφόσον σε όλα αυτά εμπλέκονται ισχυρά συναισθήματα και οικογενειακές δυναμικές, είναι κατανοητό γιατί η διαγενεακή μεταβίβαση συχνά αποτυγχάνει.

Μακρόχρονη διαδικασία

Το European Family Businesses διαπιστώνει ότι συχνά οι επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται τη διαδοχή ως μεμονωμένο γεγονός και όχι ως μακρόχρονη διαδικασία, οπότε δεν είναι κατάλληλα προετοιμασμένες. Ενδεικτικά,



Της **ΧΡΙΣΤΙΑΝΑΣ ΙΕΡΟΔΙΑΚΟΝΟΥ**,
Επίκουρης Καθηγήτριας
Πανεπιστημίου Κύπρου

μόνο το 16% έχει σχέδιο διαδοχής, ποσοστό που μειώνεται σε χώρες όπου πολλές επιχειρήσεις είναι στην πρώτη γενιά. Χωρίς σχέδιο διαδοχής, η παλαιότερη γενιά συνεχίζει να ηγείται ευχόμενη ότι κάποιο μέλος της οικογένειας θα αναλάβει όταν χρειαστεί. Εν τούτοις, ακόμα και όταν υπάρχει θέληση από κάποιον/α διάδοχο, η ελλιπής προετοιμασία τους καταδικάζει σε συγκρούσεις και αποτυχίες. Η προετοιμασία διαδοχής της επιχείρησης είναι όντως μακρόχρονη διαδικασία, με τους ειδικούς να εισηγούνται την έναρξή της περίπου δέκα χρόνια πριν από την επιδιωκόμενη μετάβαση. Σε αυτή την περίοδο γίνεται σταδιακή αλλαγή στους ρόλους των εμπλεκόμενων μερών. Ο/η προκάτοχος μετατρέπεται από μονάρχη σε εξουσιοδοτητή και τελικά σε σύμβουλο, ενώ ο/η

διάδοχος εξελίσσεται από βοηθό σε διευθύνοντα και τελικά σε ηγέτη. Ο βαθμιαίος ρυθμός μετάβασης δεν προσφέρει μόνο λειτουργικά πλεονεκτήματα, αλλά συμβάλλει στη σταδιακή «μεταβίβαση» άυλων πόρων που είναι κρίσιμης σημασίας για τις οικογενειακές επιχειρήσεις: αξίες, σχέσεις και φήμη.

Με δεδομένη τη βαρύτητα της κατάλληλης προετοιμασίας, τα ιθύνοντα πρόσωπα συστήνεται να εμπλακούν από νωρίς σε μια συνεχή προσπάθεια παρακίνησης, ανάπτυξης και αξιολόγησης των νεότερων μελών της οικογένειας. Οι καλές πρακτικές που μπορεί να χρησιμοποιήσουν ποικίλλουν από ανεπίσημες ενέργειες εξοικείωσης με την επιχείρηση, σε επίσημη μόρφωση, καθοδήγηση, πρακτική εμπειρία, δικτύωση, αλλά και ανοικτή επικοινωνία σχετικά με τις προσδοκίες και ρόλους εκάστου μέλους. Η διαδικασία διαδοχής διευκολύνεται σημαντικά μέσα σε εγκαθιδρυμένες δομές οργανωσιακής διακυβέρνησης, όπως τα οικογενειακά ή/και διευθυντικά συμβούλια, που παρέχουν ένα πλαίσιο λήψης αποφάσεων όπου εξισορροπούνται τα οικογενειακά και επιχειρηματικά συμφέροντα. Πολύ σημαντικό επίσης είναι να εξασφαλίζονται εξειδικευμένες εξωτερικές συμβουλές και στήριξη σε όλη τη διαδικασία ανάπτυξης και υλοποίησης του σχεδίου διαδοχής.

Ο ρόλος του θεσμικού πλαισίου

Το γεγονός ότι η συζήτηση γύρω από τη διαδοχή συνήθως περιορίζεται στον ρόλο της

επιχείρησης έχει δύο προεκτάσεις. Πρώτον, ενισχύει την κοινή αντίληψη που καθιστά τις οικογενειακές ΜμΕ ως υποδεέστερες των μη οικογενειακών, σε σχέση με την κατάρτιση και τον επαγγελματισμό τους, ενισχύοντας έτσι τη διστακτικότητα των νεότερων να αναλάβουν. Δεύτερον, αγνοεί τον ρόλο και τις ευθύνες που έχουν άλλοι δρώντες στο θεσμικό πλαίσιο. Οι διαδικασίες και το κόστος που επιβάλλει το νομοθετικό και ρυθμιστικό πλαίσιο μπορεί να αποτελέσουν τροχοπέδη στη διαδοχή. Συνεπώς, πολλοί εμπλεκόμενοι φορείς οφείλουν να στηρίξουν τις οικογενειακές ΜμΕ.

Οι εθνικές κυβερνήσεις, διαμορφώνοντας ένα φιλικό νομοθετικό πλαίσιο και προωθώντας εκπαιδευτικά προγράμματα για τη διακυβέρνηση οικογενειακών επιχειρήσεων. Τα εμπορικά επιμελητήρια, στηρίζοντας αντιπροσωπευτικές οργανώσεις και εξειδικευμένα συμβουλευτικά κέντρα που να διευκολύνουν και να προωθούν καλές πρακτικές διαδοχής. Οι ερευνητικοί οργανισμοί, με την προώθηση σχετικής έρευνας και με την ανάπτυξη καινοτόμων μοντέλων διαδοχής. Τέλος, ηγετικό ρόλο στην όλη προσπάθεια μπορεί και οφείλει να έχει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, με μέτρα που να ενθαρρύνουν, υποστηρίζουν, ακόμα και να αναγκάζουν τους εθνικούς φορείς προς την έμπρακτη στήριξη των οικογενειακών ΜμΕ.

Η διαδοχή στις οικογενειακές ΜμΕ αποτελεί συνάμα πρόκληση και ευκαιρία. Με κατάλληλη προετοιμασία, επικοινωνία και διακυβέρνηση, τα ηνία θα δοθούν επιτυχώς στη νέα γενιά. Εκεί όπου οι φορείς χάραξης πολιτικής θα δημιουργήσουν ευοίωνες συνθήκες, το όραμα και οι αξίες των οικογενειακών ΜμΕ θα συνεχίζουν να στηρίζουν την οικονομία.

«

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Οικογενειακών Επιχειρήσεων, μόνο το 30% επιβιώνει στη δεύτερη γενιά, 12% στην τρίτη και 3% στην τέταρτη



ΟΜΙΛΟΣ ΔΕΗ



Νέο κέντρο ελέγχου για ΑΠΕ στη Ρουμανία

Διαχείριση ενέργειας σε πραγματικό χρόνο για καλύτερη και αποδοτικότερη αξιοποίηση της παραγωγής – Ο μεγαλύτερος παραγωγός ενέργειας από ΑΠΕ στη Ρουμανία – 1,3 GW εγκατεστημένη ισχύς

Ενα νέο, υπερσύγχρονο κέντρο ελέγχου για τη διαχείριση της παραγωγής ενέργειας από το συνεχώς αυξανόμενο χαρτοφυλάκιο αιολικών, φωτοβολταϊκών και υδροηλεκτρικών έργων του Ομίλου ΔΕΗ στη Ρουμανία εγκαινιάστηκε στο Βουκουρέστι παρουσία εκπροσώπων του Υπουργείου Ενέργειας, τοπικών αξιωματούχων, καθώς και στελεχών της εταιρείας από τη Ρουμανία και την Ελλάδα.

Η εγκατεστημένη ισχύς των μονάδων παραγωγής πράσινης ενέργειας που διαχειρίζεται η ΔΕΗ Ανανεώσιμες στη Ρουμανία αυξάνεται συνεχώς καθώς η ανάπτυξη ΑΠΕ στη χώρα, τόσο οργανικά όσο και μέσω συνεργασιών, προχωρά δυναμικά, και ήδη η εγκατεστημένη ισχύς ΑΠΕ του Ομίλου ΔΕΗ στη χώρα έχει διπλασιαστεί.

Σήμερα, ο Όμιλος ΔΕΗ έχει σε λειτουργία στη Ρουμανία 23 αιολικά, φωτοβολταϊκά και υδροηλεκτρικά έργα καθώς και μονάδες αποθήκευσης με μπαταρίες, συνολικής εγκατεστημένης ισχύος **1,3 GW** και είναι πλέον ο μεγαλύτερος παραγωγός ενέργειας από ΑΠΕ στη Ρουμανία.

Το νέο κέντρο ελέγχου της ΔΕΗ Ανανεώσιμες μπορεί να εκτελεί σε πραγματικό χρόνο τις εντολές που λαμβάνει από τον διαχειριστή του συστήματος ηλεκτρικής ενέργειας και να διαχειρίζεται αποτελεσματικά και άμεσα μεγάλο όγκο εγκαταστάσεων παρά τη στοχαστικότητα που χαρακτηρίζει την παραγωγή ενέργειας από ΑΠΕ. Ως εκ τούτου, οι μονάδες παραγωγής ενέργειας της εταιρείας μπορούν να ανταποκρίνονται γρήγορα στις εντολές που λαμβάνουν από τους τοπικούς ή κεντρικούς dispatchers του δικτύου μεταφοράς ενέργειας. Οι δυνατότητες του κέντρου υποβλήθηκαν σε σχετικό έλεγχο και οι dispatchers της ΔΕΗ Ανανεώσιμες στη Ρουμανία έλαβαν τη σχετική άδεια από τον εθνικό διαχειριστή του συστήματος ηλεκτρικής ενέργειας.

Ο Γενικός Διευθυντής της ΔΕΗ Ανανεώσιμες στη Ρουμανία, κ. Adrian Dugulan, δήλωσε: «*Η εγκατεστημένη ισχύς των αιολικών και φωτοβολταϊκών πάρκων της ΔΕΗ Ανανεώσι-*

μες Ρουμανίας αυξάνεται και γι' αυτό εγκαινιάσαμε ένα νέο κέντρο ελέγχου, με αυξημένη χωρητικότητα δεδομένων, το οποίο μπορεί να διασφαλίσει την αποτελεσματική διαχείριση της παραγωγής ηλεκτρικού ρεύματος, λαμβάνοντας υπόψη τις σχετικά μεγάλες γεωγραφικές αποστάσεις, στις οποίες βρίσκονται τα πάρκα.

*Με τον τρόπο αυτόν, συμβάλουμε στην ανάπτυξη ενός βιώσιμου ενεργειακού κλάδου στη Ρουμανία, στηρίζοντας την οικονομική ανταγωνιστικότητα». Από την πλευρά του, ο Γενικός Διευθυντής Λειτουργίας Έργων ΑΠΕ της ΔΕΗ Ανανεώσιμες, Άγγελος Κασίμης, τόνισε: «*Σήμερα είναι μια ξεχωριστή ημέρα για τον Όμιλο ΔΕΗ. Το νέο, υπερ-**

σύγχρονο κέντρο ελέγχου που εγκαινιάζουμε στη Ρουμανία αποτελεί κρίσιμο σταυροδρόμι για τη διαχείριση του μεγαλύτερου χαρτοφυλακίου ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Αντικατοπτρίζει τη δέσμευσή μας στις σύγχρονες τεχνολογικές υποδομές, και αποτελεί βασικό βραχίονα ενός μεγάλου προ-

γράμματος μετασχηματισμού της παραγωγής ΑΠΕ, στηρίζομενο στους τρεις βασικούς πυλώνες της ψηφιοποίησης, της αποαθρακοποίησης και της αποκεντρωμένης παραγωγής».

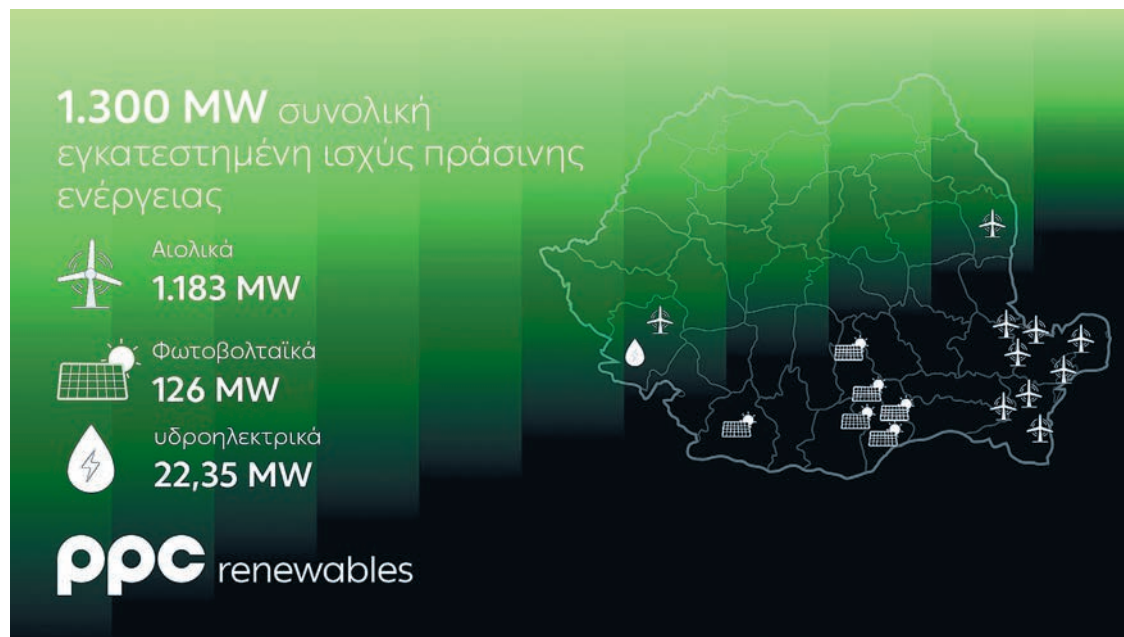
Ο Όμιλος ΔΕΗ επεκτείνει την παρουσία του στη Νοτιοανατολική Ευρώπη

Ο Όμιλος ΔΕΗ προχωρά δυναμικά με την ανάπτυξη νέων έργων ΑΠΕ, καθώς νέα αιολικά και φωτοβολταϊκά προστίθενται συνεχώς στα υφιστάμενα έργα της εταιρείας, τα οποία έχουν ήδη φτάσει να έχουν εγκατεστημένη ισχύ περίπου 5,5 GW. Από αυτά, 1,3 GW βρίσκονται στη Ρουμανία.

Σύμφωνα με το τριετές στρατηγικό σχέδιο, μέχρι και το 2027 ο Όμιλος ΔΕΗ θα αναπτύξει επιπλέον **6,3 GW ΑΠΕ στην Ελλάδα και στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης**, με στόχο η εγκατεστημένη ισχύς από ΑΠΕ να ανέλθει σε 11,8 GW το 2027. Ήδη, σήμερα, πάνω από το 60% των ΑΠΕ που θα προστεθούν είναι σε φάση κατασκευής ή έτοιμα προς κατασκευή.

Στο στρατηγικό σχέδιο του Ομίλου ΔΕΗ περιλαμβάνεται η είσοδος σε νέες αγορές όπως η **Ιταλία, η Βουλγαρία και η Κροατία**, δηλαδή γειτονικές χώρες με υπάρχουσες διασυνδέσεις. Η Ιταλία και η Κροατία ειδικότερα είναι ιδιαίτερα σημαντικές αγορές λόγω των δυνατοτήτων διασύνδεσης και του σημαντικού δυναμικού τους στον τομέα των ΑΠΕ. Τα δύο νέα φωτοβολταϊκά πάρκα που προστέθηκαν πρόσφατα στην Ιταλία εντάσσονται σε αυτό το πλαίσιο.

Βασικός βραχίονας ανάπτυξης του χαρτοφυλακίου ΑΠΕ του Ομίλου ΔΕΗ είναι η 100% θυγατρική ΔΕΗ Ανανεώσιμες. Η ΔΕΗ Ανανεώσιμες επενδύει στη δύναμη της φύσης, μέσα από την παραγωγή ενέργειας από ΑΠΕ και την αποθήκευση ενέργειας. Πλέον των μεγάλων φωτοβολταϊκών και αιολικών έργων που κατασκευάζει, η εταιρεία καινοτομεί στην αγορά της Νοτιοανατολικής Ευρώπης μέσα από έργα που καλύπτουν όλο το εύρος των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (άνεμο, ήλιο, νερό, γεωθερμία και βιομάζα).



Η κοινότητά μας

Η ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΟΥ 14ου ΕΘΝΙΚΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ ΕΕΧΜΤ

Με απόλυτη επιτυχία ολοκληρώθηκε το 14ο Εθνικό Συνέδριο της Επιστημονικής Εταιρείας Χρηματοοικονομικής Μηχανικής και Τραπεζικής (ΕΕΧΜΤ), που διεξήχθη στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και οργανώθηκε από το Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Το συνέδριο, το οποίο αποτελεί θεσμό στον τομέα της χρηματοοικονομικής και τραπεζικής, συγκέντρωσε ακαδημαϊκούς, ερευνητές και επαγγελματίες από την Ελλάδα και το εξωτερικό, εδραιώνοντας τη φήμη του ως κορυφαίου επιστημονικού γεγονότος στη χώρα.

Το φετινό συνέδριο περιλάμβανε την παρουσίαση 68 ερευνητικών εργασιών, οι οποίες κάλυψαν ένα εντυπωσιακά ευρύ φάσμα θεμάτων. Η θεματολογία αντικατόπτριζε τις σύγχρονες προκλήσεις και ευκαιρίες που διαμορφώνονται στον χρηματοοικονομικό κλάδο. Από τα ESG (Environmental, Social, Governance) κριτήρια και τη σημασία τους για την επιχειρηματική στρατηγική, μέχρι τις εξελίξεις στο fintech και την εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στις επενδύσεις, οι εισηγήσεις έθεσαν το πλαίσιο για ουσιαστικό διάλογο και ανταλλαγή απόψεων.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε σε κρίσιμα ζητήματα, όπως:

- Οι κοινωνικά υπεύθυνες επενδύσεις και η συμβολή τους στη βιωσιμότητα.
- Η ανάλυση γεωπολιτικών κινδύνων και οι επιπτώσεις τους στις χρηματοοικονομικές αγορές.
- Νέες τεχνικές και μοντέλα για την ανάλυση και τη διαχείριση κινδύνων.
- Προηγμένες μεθοδολογίες για την τιμολόγηση και τη διαχείριση παραγώγων προϊόντων.
- Η ενίσχυση της σταθερότητας και της ανθεκτικότητας των τραπεζικών ιδρυμάτων.
- Η καινοτομία στη χρηματοοικονομική διακυβέρνηση και οι προκλήσεις της πράσινης μετάβασης.
- Η χρήση προηγμένων μοντέλων μηχανικής μάθησης για τη διαχείριση χρηματοοικονομικών δεδομένων.

Δύο στρογγυλά τραπέζια ξεχώρισαν στο πρόγραμμα, προσελκύνοντας έντονο ενδιαφέρον από τους συμμετέχοντες:

1. «Χτίζοντας βιώσιμη αξία: Το ESG στην καρδιά των επιχειρήσεων»

Υπό την αιγίδα της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς, αυτό το πάνελ συ-



Των **ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΛΕΛΕΔΑΚΗ**, Αναπληρωτή Καθηγητή,



ΣΠΥΡΟΥ ΣΠΥΡΟΥ, Καθηγητή, και



ΑΝΔΡΙΑΝΟΥ ΤΣΑΚΡΕΚΟΥ, Καθηγητή Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του ΟΠΑ

ντόνισε η Πρόεδρος της Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς κυρία **Βασιλική Λαζαράκου**. Οι ομιλητές, κ.κ. **Τάσος Αναστασάτος**, Group Chief Economist στη Eurobank, **Χρήστος Γκόρτσος**, Καθηγητής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, και η κυρία **Φοίβη Κουντούρη**, Καθηγήτρια του ΟΠΑ, τόνισαν τη στρατηγική σημασία της ενσωμάτωσης των ESG κριτηρίων στη λειτουργία των επιχειρήσεων, εστιάζοντας στη δημιουργία βιώσιμης αξίας που ενισχύει την εμπιστοσύνη της αγοράς και των επενδυτών. Συζητήθηκαν παραδείγματα καλών πρακτικών και προτάσεις για τη διευκόλυνση της υιοθέτησης αυτών των αρχών στις ελληνικές επιχειρήσεις.

2. «Fintech, startups και ο ρόλος των τραπεζών στο ελληνικό οικοσύστημα»

Το πάνελ συντόνισε ο **Φώτιος Παισιούρας**, Καθηγητής στο MBS School of Business, ενώ συμμετείχαν ο κ. **Σπύρος Αρσένης** επικεφαλής Ανάπτυξης Καινοτόμου Επιχειρηματικότητας στην Εθνική Τράπεζα, η κυρία **Μαρία Λεοντίου**, Διευθύντρια του Κέντρου Καινοτομίας της Τράπεζας **Eurobank**, και ο κ. **Βασίλης Ζούπας**, Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας **Woli**. Οι ομιλητές ανέλυσαν τη συμβολή των fintech στον μετασχηματισμό του τραπεζικού τομέα, τη δυναμική των startups στην ενίσχυση της

καινοτομίας και τη σημασία της συνεργασίας για την ανάπτυξη ενός βιώσιμου οικοσυστήματος χρηματοοικονομικών τεχνολογιών. Κορυφαία στιγμή του συνεδρίου αποτέλεσε η βράβευση του Ομότιμου Καθηγητή του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών **Νικόλαου Μυλωνά** για τη σημαντική συνεισφορά του στη χρηματοοικονομική έρευνα. Στην ομιλία του με θέμα «Δικαιώματα προαίρεσης ενσωματωμένα στα εμπορεύματα», παρουσίασε καινοτόμες προσεγγίσεις στη διαχείριση και αξιολόγηση χρηματοοικονομικών παραγώγων, εμπνέοντας τους παρευρισκόμενους να διερευνήσουν νέες κατευθύνσεις. Το συνέδριο υπογράμμισε τη σημα-

σία της διασύνδεσης μεταξύ ακαδημαϊκής έρευνας και επιχειρηματικών πρακτικών, καθώς και την ανάγκη για διαρκή καινοτομία. Οι συμμετέχοντες αποχώρησαν με πολύτιμες ιδέες και εργαλεία για την περαιτέρω ανάπτυξη της επιστήμης τους, ενώ οι συζητήσεις άνοιξαν νέους δρόμους για την αντιμετώπιση κοινωνικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων μέσω υπεύθυνων επενδύσεων και βιώσιμων χρηματοοικονομικών πολιτικών. Το 14ο Συνέδριο ΕΕΧΜΤ συνέβαλε στη διαμόρφωση ενός δυναμικού και παραγωγικού διαλόγου αναδεικνύοντας το υψηλό επίπεδο της ελληνικής επιστημονικής κοινότητας και θέτοντας τις βάσεις για τη συνεχή πρόοδο της.



HR Tech: Η τεχνολογία κάνει το «κλικ» στη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού



Της **ΕΙΡΗΝΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΟΠΟΥΛΟΥ**, Chief Human Resources Officer της Deloitte Ελλάδος

Η ψηφιακή μετεξέλιξη αναδιαμορφώνει ριζικά το επιχειρηματικό τοπίο, με τον τομέα του Ανθρώπινου Δυναμικού να βρίσκεται στην «πρώτη γραμμή» των εξελίξεων. Το 2025 αναδεικνύεται κομβικό, καθώς καινοτόμες τεχνολογίες HR (HR Tech) ωριμάζουν και υιοθετούνται ευρέως, επηρεάζοντας σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί προσελκύουν, διαχειρίζονται και αναπτύσσουν το ανθρώπινο κεφάλαιό τους. Σε αυτό το πλαίσιο, ξεχωρίζουν πέντε κυρίαρχες τάσεις που αναμένεται να διαμορφώσουν το μέλλον του HR Tech, «ξεκλειδώνοντας» νέες δυνατότητες και προοπτικές.

1. Ηγεμονία της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI): Ο νέος στρατηγικός συνεργάτης του HR

Η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) έχει πάψει πλέον να αποτελεί φουτουριστική έννοια και ενσωματώνεται ταχύτατα στις λειτουργίες του HR. Το 2025, η υιοθέτηση της AI θα επεκταθεί περαιτέρω. Πιο συγκεκριμένα, εφαρμογές όπως chatbots βασισμένα σε AI θα απαντούν σε ερωτήματα εργαζομένων, ενώ αλγόριθμοι θα αναλαμβάνουν την αξιολόγηση βιογραφικών και την πρόταση υποψηφίων. Η πραγματική δύναμη, όμως, βρίσκεται στην πρόβλεψη: «Τα AI μοντέλα εντοπίζουν τάσεις στην αγορά εργασίας και προτείνουν στρατηγικές προσέλκυσης και διατήρησης ταλέντων». Δεν είναι τυχαίο ότι, σύμφωνα με έρευνα της IBM, το 66% των CEOs θεωρούν την AI game-changer για το HR.

2. Εικονική/Επαυξημένη Πραγματικότητα (VR/AR) στην Εκπαίδευση: Το μέλλον είναι διαδραστικό

Η εκπαίδευση και η ανάπτυξη δεξιοτήτων αναβαθμίζονται. Η Εικονική (VR) και η Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR) προσφέρουν διαδραστικές εμπειρίες μάθησης. Εικονικές προσομοιώσεις χρησιμοποιούνται ήδη για εκπαίδευση σε πολύπλοκες διαδικασίες, όπως ιατρικές επεμβάσεις ή επισκευές μηχανημάτων. Εφαρμογές AR προβάλλουν πληροφορίες σε πραγματικά αντικείμενα, ενισχύοντας την πρακτική εκμάθηση. Η υιοθέτησή τους από το HR των εταιρειών αναδεικνύεται σε σημαντικό καινοτόμο εργαλείο για την ενίσχυση των δεξιοτήτων των εργαζομένων. Αξίζει να σημειωθεί ότι η εκπαίδευση με VR μπορεί να είναι έως και 4 φορές πιο αποτελεσματική από τις παραδοσιακές μεθόδους, αναφέρει νέα μελέτη του Harvard Business Review.

3. People Analytics: Από τα data στη στρατηγική

Το HR μεταμορφώνεται από λειτουργικό τμήμα σε data-driven στρατηγικό εταίρο. Οι εταιρείες αξιοποιούν προηγμένες αναλύσεις για να κατανοήσουν την παραγωγικότητα, την

ικανοποίηση και την εργασιακή κινητικότητα των εργαζομένων. Το 2025, η «δύναμη» των People Analytics δεν επικεντρώνεται μόνο στη συλλογή δεδομένων, αλλά και στην έξυπνη αξιοποίησή τους: Ποιος είναι ο πιθανότερος ένας εργαζόμενος να αποχωρήσει; Τι κάνει έναν υποψήφιο πιο πιθανό να επιλέξει την εταιρεία σου; Σύμφωνα με έρευνα της Deloitte, οργανισμοί που επενδύουν σε People Analytics πετυχαίνουν 82% υψηλότερο μέσο κέρδος σε τριετή ορίζοντα.

4. Ευεξία και Ψυχική Υγεία: Η τεχνολογία στην υπηρεσία του εργαζομένου

Το HR δεν αφορά μόνο στην απόδοση, αλλά και στην ευημερία των ανθρώπων. Πιο συγκεκριμένα, η πανδημία ανέδειξε σε μεγάλο βαθμό τη σημασία της ψυχικής υγείας στο εργασιακό περιβάλλον. Μάλιστα, το έτος που διανύουμε, η χρήση τεχνολογικών εργαλείων για την προαγωγή της ευεξίας και ευζωίας των εργαζομένων θα γίνει ακόμα πιο συστηματική. Εφαρμογές mindfulness και διαλογισμού, καθώς και πλατφόρμες online ψυχολογικής υποστήριξης ενσωματώνονται στις παροχές των ορ-

γανισμών. Έρευνα της Gartner αποκαλύπτει ότι το 87% των εταιρειών ήδη επενδύει περαιτέρω σε προγράμματα wellness, αναδεικνύοντας την ευημερία ως βασικό πυλώνα του μέλλοντος της εργασίας.

5. Αυτοματοποίηση Διαδικασιών HR: Πιο γρήγορα, πιο έξυπνα, πιο ανθρώπινα

Η αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων διοικητικών εργασιών HR – ενισχυμένη με την Τεχνητή Νοημοσύνη – κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος. Η καταχώριση δεδομένων, η επεξεργασία μισθοδοσίας, η διαχείριση αδειών και η αξιολόγηση απόδοσης αυτοματοποιούνται, εξαλείφοντας την πιθανότητα σφάλματος και απελευθερώνοντας πολύτιμο χρόνο για τους επαγγελματίες του ανθρώπινου δυναμικού. Αυτό τους επιτρέπει να επικεντρωθούν σε στρατηγικές πρωτοβουλίες, όπως η ανάπτυξη ταλέντων και η ενίσχυση της εταιρικής κουλτούρας.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις μεταμορφώνουν το HR σε κύριο παράγοντα στρατηγικής ανάπτυξης. Από την Τεχνητή Νοημοσύνη μέχρι τη VR/AR, οι καινοτομίες αυτές δεν αποτελούν απλώς εργαλεία, αλλά τους στυλοβάτες ενός νέου, πιο αποτελεσματικού και στρατηγικού ανθρώπινου δυναμικού. Η υιοθέτηση και η ενσωμάτωση αυτών των τεχνολογιών δεν είναι πλέον επιλογή, αλλά μονόδρομος για τις εταιρείες που στοχεύουν όχι μόνο να αναπτυχθούν, αλλά και να ηγηθούν στο συνεχώς μεταβαλλόμενο τοπίο του αύριο. Το μέλλον του HR είναι ήδη εδώ και είναι πιο συναρπαστικό από ποτέ.



Chatbots βασισμένα σε AI θα απαντούν σε ερωτήματα εργαζομένων, ενώ αλγόριθμοι θα αναλαμβάνουν την αξιολόγηση βιογραφικών και την πρόταση υποψηφίων



Οι αγορές χρήματος και κεφαλαίου διαχρονικά χαρακτηρίζονται από μια τάση υιοθέτησης καινοτόμων τεχνολογιών. Επίσης, στις αγορές αυτές έχουν εισαχθεί κατά καιρούς νέα περιουσιακά στοιχεία, τα οποία χαρακτηρίζονται από συνθετότητα και πολυπλοκότητα.

Η πλέον πρόσφατη και χαρακτηριστική τέτοια περίπτωση είναι η γνωστή σε όλους αγορά των κρυπτονομισμάτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο όρος κρυπτονομίσματα, τουλάχιστον όσον αφορά τις περιπτώσεις με τις οποίες το ευρύ κοινό είναι περισσότερο εξοικειωμένο, είναι ανακριβής, αν όχι παραπλανητικός.

Ο όρος κρυπτονομίσματα καθιερώθηκε κυρίως ως αποτέλεσμα του αρχικού στόχου, ίσως και οράματος, του εμπνευστή και σχεδιαστή του πρώτου κρυπτονομίσματος, του γνωστού σε όλους **bitcoin**. Το αρχικό λοιπόν όραμα ήταν η χρήση του ως μέσου συναλλαγών έτσι ώστε να παρακαμφθεί το παραδοσιακό τραπεζικό σύστημα, επιτρέποντας αδιαμεσολάβητες (peer-to-peer) συναλλαγές μεταξύ οικονομικά δρώντων.

Όπως έχει δείξει η Ιστορία τα τελευταία τουλάχιστον 15 έτη, αυτός ο στόχος δεν επετεύχθη διότι τα κρυπτονομίσματα αυτού του τύπου δεν είναι σε θέση να επιτελέσουν και τις τρεις λειτουργίες του Χρήματος, όπως αυτές ορίζονται από την Μακροοικονομική Θεωρία. Ίσως το βασικότερο πρόβλημα για την ανεπιτυχή λειτουργία τους ως Χρήματος να αποτελεί η πολύ μεγάλη μεταβλητότητα της ονομαστικής αξίας των κρυπτονομισμάτων τέτοιου τύπου.

Επομένως, αντί του όρου κρυπτονομίσματα, ο όρος **κρυπτοπεριουσιακά στοιχεία** είναι πιο δόκιμος και ακριβής. Το συνθετικό «κρύπτο» προφανώς είναι ακριβές διότι αυτού του τύπου τα περιουσιακά στοιχεία βασίζονται στην κρυπτογράφηση και κατά κανόνα στο blockchain. Το συνθετικό «περιουσιακά» είναι πιο ακριβές διότι στην πράξη χρησιμοποιούνται ως περιουσιακά στοιχεία από επενδυτές με σκοπό την επίτευξη απόδοσης και κέρδους, και πολύ λιγότερο για τη διενέργεια και την υποστήριξη συναλλαγών ή τη διαχρονική μεταφορά πόρων.

Μέσα σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα η κρυπτοαγορά κατέγραψε ραγδαία αύξηση, τόσο σε όρους κεφαλαιοποίησης όσο και πλήθους διακριτών κρυπτοπεριουσιακών στοιχείων. Το πλήθος αυτών, ξεκινώντας από το πρώτο της κατηγορίας του (**bitcoin**), αριθμεί σήμερα δεκάδες χιλιάδες διακριτά κρυπτοπεριου-

Από το Bitcoin στα Stablecoins και στα CBDCs

Μπορούν να επιφέρουν ευθεία αμφισβήτηση της χρήσης των παραδοσιακών νομισμάτων τα οποία εκδίδονται από τις κεντρικές τράπεζες;



Του **ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΔΡΑΚΟΥ**, Καθηγητή Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του ΟΠΑ

σιακά στοιχεία καθώς επίσης και πολυάριθμες κατηγορίες τέτοιων κρυπτοστοιχείων.

Ανάμεσα σε αυτές τις πολλές κατηγορίες συγκαταλέγονται και τα επονομαζόμενα **stablecoins**. Αυτά θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς πως έρχονται να θεραπεύσουν το βασικό πρόβλημα που αναφέρθηκε νωρίτερα (τη μεγάλη μεταβλητότητα της ονομαστικής αξίας), με σκοπό να λειτουργήσουν ως Χρήμα υποστηρίζοντας οικονομικές συναλλαγές. Η βασική αρχιτεκτονική των **stablecoins** είναι η σταθερότητα της τιμής τους, εξ ου και το όνομά τους, υπό την έννοια ότι υπόσχονται μια σταθερή σχέση ανταλλαγής έναντι κάποιου σημείου αναφοράς, για πα-

ράδειγμα το αμερικανικό δολάριο. Τα **stablecoins** φιλοδοξούν να συνδυάσουν αφενός τα θετικά χαρακτηριστικά των κρυπτοπεριουσιακών στοιχείων, όπως την κρυπτογράφηση, την ταχύτητα συναλλαγών, το χαμηλό συναλλακτικό κόστος και την απουσία ανάγκης διαμεσολάβησης, και αφετέρου τη χαμηλή μεταβλητότητα της ονομαστικής αξίας επιτρέποντας την εκτεταμένη χρήση τους στις καθημερινές συναλλαγές.

Υπάρχουν διάφοροι μηχανισμοί διατήρησης της σταθερότητας της τιμής, οι οποίοι όμως είναι πέρα και έξω από το πλαίσιο του παρόντος άρθρου. Επίσης η αποτελεσματικότητα όσον αφορά τη διατήρηση της σταθερότητας της τιμής είναι μείζον ζήτημα τόσο για τους εμπλεκόμενους χρήστες στην αγορά όσο και για την ακαδημαϊκή κοινότητα και αποτελεί αντικείμενο της τρέχουσας ερευνητικής δραστηριότητας.

Σημαντική εξέλιξη επίσης αποτελεί το γεγονός ότι πολλές κεντρικές τράπεζες ανά τον κόσμο βρίσκονται στη φάση σχεδιασμού ή ακόμα και υλοποίησης ψηφιακών εκδοχών των παραδοσιακών νομισμάτων τους (**Central bank Digital Currencies, CBDCs**), όπως για παράδειγμα το **digital euro**.

Θα μπορούσε να υποστηρίξει κανείς ότι αυτή η εξέλιξη μπορεί να αποδοθεί σε τουλάχιστον τρεις βασικές αιτίες: Πρώτον, πως ήρθε ως αντίδραση στον σχεδιασμό κρυπτονομισμάτων από τεχνολογικούς κολοσσούς, δεύτερον από τη ραγδαία αύξηση των **stablecoins**, και τρίτον, σε μεγάλο βαθμό αποτέλεσμα τυχαιότητας, στην κατακόρυφη αύξηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών κατά την περίοδο της πανδημίας.

Οι δύο πρώτες αιτίες θα μπορούσαν να επιφέρουν ευθεία αμφισβήτηση της χρήσης των παραδοσιακών νομισμάτων τα οποία εκδίδονται από τις κεντρικές τράπεζες, με τις συνεπακόλουθες δυσμενείς επιπτώσεις στην άσκηση της νομισματικής πολιτικής.

Στο μέλλον δεν είναι απίθανο να ατονήσει το ενδιαφέρον από το ευρύ κοινό ως προς τα κρυπτοπεριουσιακά στοιχεία. Ωστόσο, αυτό που φαίνεται πλέον ως δεδομένο είναι η διεύρυνση και η εμβάθυνση της χρήσης της τεχνολογίας blockchain σε όλους τους τομείς και κλάδους της οικονομικής, και όχι μόνο, ζωής. Επίσης η χρήση και υιοθέτηση των ψηφιακών εκδοχών, τουλάχιστον των πολύ ισχυρών νομισμάτων τα οποία χρησιμοποιούνται και στις διεθνείς συναλλαγές ως **reserve currencies**, πρέπει να θεωρείται μονόδρομος.



Εχοντας την ευθύνη διακυβέρνησης μιας ελληνικής ασφαλιστικής επιχείρησης που σύντομα εξελίχθηκε σε έναν πολυεθνικό Ασφαλιστικό Οργανισμό, πολλές φορές βρέθηκα σε θέση να δέχομαι ερωτήσεις για τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν μέσω ενός ασφαλιστηρίου συμβολαίου. Αρκετοί ενδέχεται να αναρωτιούνται γιατί να εμπιστευτούν μια ασφαλιστική εταιρία, ενώ θα μπορούσαν να στηριχθούν σε άλλες λύσεις, όπως π.χ. στην αποταμίευση. Η απάντηση για κάθε επαγγελματία του Κλάδου μας είναι αρκετά εύκολη και την καταθέτω με πλήρη συναίσθηση της σοβαρότητας του θέματος, έχοντας στη διάθεσή μου πάμπολλα παραδείγματα όπου ένα ασφαλιστήριο συμβόλαιο στην κυριολεξία έσωσε ζωές.

Δεν είναι τυχαίο ότι, από τα πρώτα στάδια οργάνωσης των ανθρώπων σε κοινωνίες, η προστασία από διάφορους κινδύνους, που ενδεχομένως έπλητταν το βιοτικό τους επίπεδο, απέκτησε τεράστια σημασία. Πολλές μελέτες έχουν καταδείξει τη σπουδαιότητα της Ασφάλισης (γνωστότατη η πυραμίδα του Maslow, όπου η Ασφάλιση κατατάσσεται στις βασικότερες ανθρώπινες ανάγκες, αμέσως μετά από τις απλές βιολογικές όπως είναι η τροφή, το νερό κ.ά.). Η Ασφαλιστική Αγορά εξ ορισμού αποτελεί τη βάση κάθε οικονομικής ανάπτυξης, καθότι έχει τη δυνατότητα να εξισορροπεί τα αρνητικά αποτελέσματα ενδεχόμενων κινδύνων. Χωρίς αυτή δύσκολα κάποιος θα έπαιρνε το «ρίσκο» να δημιουργήσει οικογένεια, να βελτιώσει τις συνθήκες ζωής του ή να αναπτύξει επιχειρηματική δραστηριότητα.

Η Ελλάδα στη σύγχρονη ιστορία της, από πολύ νωρίς δημιούργησε το κατάλληλο περιβάλλον για την Ιδιωτική Ασφάλιση. Σταδιακά, το περιβάλλον αυτό οργανώθηκε σε διεθνή πρότυπα και επέτρεψε σε τοπικές ασφαλιστικές επιχειρήσεις καθώς και σε άλλες με έδρα στο Εξωτερικό, να βάλουν τις βάσεις αυτής που επάξια πλέον αναφέρεται ως «Ασφαλιστική Βιομηχανία». Το παράδοξο είναι ότι για χρόνια η Ασφαλιστική Αγορά αντιμετώπισε προβλήματα δυσπιστίας. Πολλοί πίστευαν ότι στη δύσκολη στιγμή δεν θα μπο-

Η φερεγγυότητα - αξιοπιστία της Ελληνικής Ασφαλιστικής «Βιομηχανίας»

Σύγχρονο Νομικό Πλαίσιο Εποπτείας (Ευρωπαϊκοί Κανόνες και Οδηγίες, Ελληνική Νομοθεσία, Εποπτεία Τράπεζας της Ελλάδος)



Του **ΙΩΑΝΝΗ ΛΑΠΑΤΑ**,
Προέδρου και
Διευθύνοντος Συμβούλου
της Ατλαντικής Ένωσης

ρούσε να ανταποκριθεί και τα χρήματα που θα πλήρωναν οι Ασφαλισμένοι για την κάλυψή τους θα ήταν εν τέλει «πεταμένα λεφτά». Όμως στο διάστημα που ακολούθησε, άλλαξαν πολλά προς το καλύτερο. Οι Ασφαλιστικές Εταιρίες συσπειρώθηκαν στην Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος, το θεσμικό όργανο μέσω του οποίου εκπροσωπείται η συντριπτική πλειονότητα των ασφαλιστικών Επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα (αντιπροσωπεύει >95% των ασφαλιστών, εξαιρουμένων κάποιων Εταιριών, κυρίως Ελεύθερης Παροχής Υπηρεσιών – Ε.Π.Υ.). Η Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών, σε αγαστή συνεργασία με την Εποπτική Αρχή (Διεύθυνση Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης της Τράπεζας της Ελλάδος), έχει βάλει τις βάσεις τόσο για τη θωράκιση των ασφαλιστικών εταιριών σε όλα τα επίπεδα (οικονομικό, οργανωτικό, νομικό κ.ά.), όσο και για τον υψηλότερο δυνατό επαγγελματισμό της

Ασφαλιστικής Διαμεσολάβησης (Πρακτόρων, Μεσιτών και Συντονιστών Πρακτόρων).

Στήριξη στην προσπάθεια αυτή παρέχει διαχρονικά και η Ευρωπαϊκή Ένωση με μια σειρά Κανόνων και Οδηγιών, οι περισσότερες από τις οποίες έχουν ενσωματωθεί στην Ελληνική Νομοθεσία. Σημαντικότεροι σταθμοί σ' αυτό θεωρούνται ο **N. 4364/2016** που φροντίζει για την υψηλή αποθεματοποίηση των ασφαλιστικών εταιριών και τη φερεγγυότητά τους, αλλά και ο **N. 4583/2018** που αναφέρεται στη διανομή ασφαλιστικών προϊόντων και τη μέγιστη προστασία των Ασφαλισμένων. Παράλληλα, σημαντικό ρόλο παίζει και ο **Γενικός Κανονισμός για την προστασία Προσωπικών Δεδομένων (GDPR)**.

Οι Ασφαλιστικές Επιχειρήσεις εντάσσονται στο ευρύτερο χρηματοπιστωτικό σύστημα, πράγμα που σημαίνει ότι εποπτεύονται αυστηρά, με αποτέλεσμα, ενώ το ελληνικό αλλά και διεθνές οικονομικό περιβάλλον να ταλανί-

ζονται τα τελευταία χρόνια από ισχυρούς κλυδωνισμούς (ύφεση, μνημόνια, lockdown – Covid-19, συγκρούσεις, εμπάργκο κ.ά.), η Ελληνική Ασφαλιστική Βιομηχανία να στέκεται επάξια στο ύψος των περιστάσεων και σταδιακά να εξελίσσεται **στον μεγαλύτερο θεσμικό επενδυτή της Ελληνικής Οικονομίας**.

Έτσι λοιπόν σήμερα, Πολιτεία και Ιδιώτες εμπιστεύονται πλέον σε πολύ μεγάλο βαθμό τις Ασφαλιστικές Επιχειρήσεις. Το Κράτος συζητά τη συνεργασία Δημόσιων και Ιδιωτικών Φορέων Ασφάλισης (ΣΔΙΤ) ενώ παράλληλα, με ένα πολύ πρόσφατο πλέγμα νόμων (N. 5045/2023 & N. 5162/2024), παρέχει για πρώτη φορά κίνητρα και δημιουργεί υποχρεώσεις για την ασφάλιση Κατοικιών και Επιχειρήσεων. Σχέσεις εμπιστοσύνης τεκμηριώνονται και από το γεγονός πως νέα και ικανά στελέχη επιδιώκουν να ενταχθούν στο δυναμικό Ασφαλιστικών Επιχειρήσεων, μέσω και της συνεργασίας με Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.

Ολοκληρώνοντας, θα ήθελα να τονίσω πως, ακόμα και σήμερα εάν μου ζητούσαν να ξαναγυρίσω τη ζωή μου πίσω και να αποφασίσω το μέλλον μου, από καρδιάς θα έλεγα πως αυτή τη δουλειά θα επέλεγα και πάλι. Μια δουλειά η οποία είναι η μοναδική που μπορεί να προσφέρει στους ανθρώπους τη στήριξη που έχουν ανάγκη σε δύσκολες στιγμές μετά από κάποια ζημιά ή καταστροφή, δομημένη μέσα από μια ισότιμη επαγγελματική σχέση.

Λίγα λόγια για την Ατλαντική Ένωση

ΠΡΩΤΗ για 8η συνεχή χρονιά μεταξύ των Ασφαλιστικών Εταιριών Γενικών Ασφαλίσεων & Ζωής, με Δείκτη Φερεγγυότητας **288%** (31/12/2023). Ο νέος Δείκτης Φερεγγυότητας (31/12/2024) **αναμένεται να αγγίξει το 300%**. Παράλληλα, τα **Ίδια Κεφάλαια** αυξήθηκαν από **85 εκατ. ευρώ σε 93 εκατ. ευρώ** διατηρώντας την **Ατλαντική Ένωση** στην **πρώτη 10δα** των Ασφαλιστικών Εταιριών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, με βάση τα Ίδια Κεφάλαιά τους. Διαθέτει ισχυρή μετοχική σχέση, από τη δεκαετία του '70, με τον κορυφαίο ελβετικό **Τραπεζο-Ασφαλιστικό Όμιλο BALOISE** και **Σταθερή Ελληνική Διοίκηση** με αποφάσεις που λαμβάνονται από ανθρώπους που είναι οι ίδιοι «ασφαλιστές» με πολύχρονη εμπειρία στον χώρο!

Κάνοντας... simpler τις online αγορές

Ένα επιχειρηματικό success story που γεννήθηκε στα χρόνια της πανδημίας

Της ΛΙΖΕΤΑΣ ΣΠΑΝΟΥ

Τη συνταγή επιτυχίας της Simpler, τους επόμενους στόχους αλλά και τα εμπόδια που αντιμετώπισε περιγράφει στην «ΟΠΑ News» η κυρία Ράνια Λάμπρου, συνιδρύτρια και CEO της καινοτόμου πλατφόρμας και απόφοιτος του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Πώς και πότε γεννήθηκε η ιδέα για τη δημιουργία της πλατφόρμας Simpler;

«Η ιδέα για τη Simpler γεννήθηκε κατά τη διάρκεια της πανδημίας, όταν παρατήρησα πόσο δύσκολη και κατακερματισμένη ήταν η εμπειρία του checkout στις περισσότερες e-commerce πλατφόρμες. Ως καταναλώτρια, έβρισκα κουραστικό να επαναλαμβάνω συνεχώς τα ίδια βήματα σε κάθε ηλεκτρονικό κατάστημα, ενώ ως επιχειρηματίας έβλεπα τις δυσκολίες που αντιμετώπιζαν οι έμποροι στην απόκτηση και διατήρηση πελατών. Έτσι, το 2020 ξεκίνησα να δουλεύω πάνω στη Simpler, με στόχο να δημιουργήσω μια λύση που αφαιρεί τις τριβές και προσφέρει μια πραγματικά απρόσκοπτη εμπειρία αγοράς».

Ποια είναι η σημαντική καινοτομία που τη διαφοροποιεί σε σχέση με τον ανταγωνισμό;

«Η βασική καινοτομία της Simpler είναι ότι προσφέρει ταχύτητα και απλότητα στο checkout, αντιμετωπίζοντας το πρόβλημα της χαμηλής μετατροπής (conversion) στα e-commerce καταστήματα. Αντί να ζητάει από τους χρήστες να δημιουργήσουν λογαριασμό και να εισάγουν κάθε φορά τα στοιχεία τους, η Simpler δημιουργεί ένα μοναδικό shopping identity για τον κάθε καταναλωτή, επιτρέποντάς του να ολο-



Οι ιδρυτές της πλατφόρμας Simpler Σπύρος Μανδέκης, Ράνια Λάμπρου και Αλέξανδρος Κυριακόπουλος

κληρώνει αγορές με ένα κλικ σε όλα τα καταστήματα που συνεργάζονται με εμάς. Επιπλέον, η Simpler δεν είναι απλώς ένα payment method, όπως πολλές άλλες λύσεις checkout, αλλά μια πλήρης πλατφόρμα που συνδέει τον χρήστη με τον έμπορο, επιτρέποντας στους εμπόρους να αποκτήσουν πολύτιμα first-party data και να μετατρέψουν τους αγοραστές σε επαναλαμβανόμενους πελάτες».

Ποιοι είναι οι στόχοι σας και τα επόμενα βήματα;

«Η Simpler αναπτύσσεται ταχύτατα και αυτή τη στιγμή εστιάζουμε στην επέκταση της πλατφόρμας στην Ευρώπη. Στόχος μας είναι να εδραιωθούμε ως η κορυφαία λύση checkout για e-commerce merchants, αυξάνοντας την υιοθέτηση της πλατφόρμας από μεγάλες και μεσαίες επιχειρήσεις. Παράλληλα, δουλεύουμε πάνω σε νέες λειτουργίες, όπως loyalty schemes και omnichannel λύσεις, που θα

επιτρέψουν ακόμα καλύτερη σύνδεση του φυσικού και του ψηφιακού εμπορίου».

Τι θα συμβουλευάτε έναν νέο που φιλοδοξεί να διακριθεί στον χώρο του επιχειρείν; Ποια τα εφόδια που πρέπει να έχει και ποια τα σημαντικότερα εμπόδια που θα συναντήσει;

«Θα τον συμβούλευα να είναι επίμονος, προσαρμοστικός και

έτοιμος να μαθαίνει συνεχώς. Η επιχειρηματικότητα δεν είναι μια ευθεία γραμμή αλλά μια διαδρομή γεμάτη προκλήσεις. Χρειάζεται να έχει ισχυρή ανθεκτικότητα (resilience), καθώς θα αντιμετωπίσει πολλές απορρίψεις και αποτυχίες, αλλά και την ικανότητα να ακούει την αγορά και να προσαρμόζει τη στρατηγική του. Τα σημαντικότερα εμπόδια που θα συναντήσει είναι η πρόσβαση

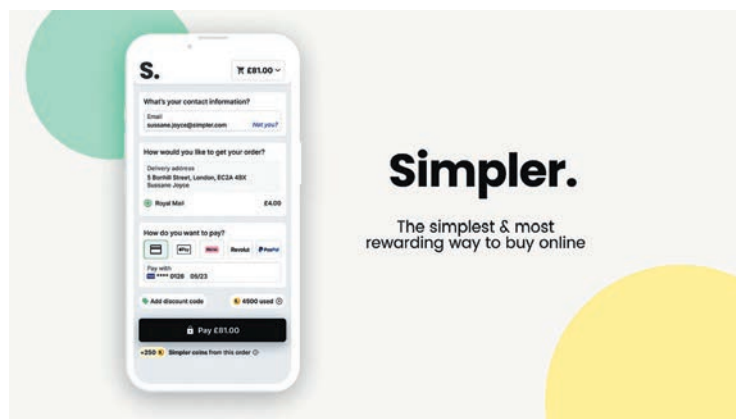
σε χρηματοδότηση (ειδικά αν δραστηριοποιείται εκτός μεγάλων αγορών όπως οι ΗΠΑ), η εύρεση των σωστών συνεργατών και η ικανότητα να ξεχωρίσει σε ένα γεμάτο ανταγωνισμό περιβάλλον. Το πιο σημαντικό εφόδιο είναι η διάθεση για συνεχή εξέλιξη και η ικανότητα να εκτελεί γρήγορα».

Πώς κρίνετε το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα;

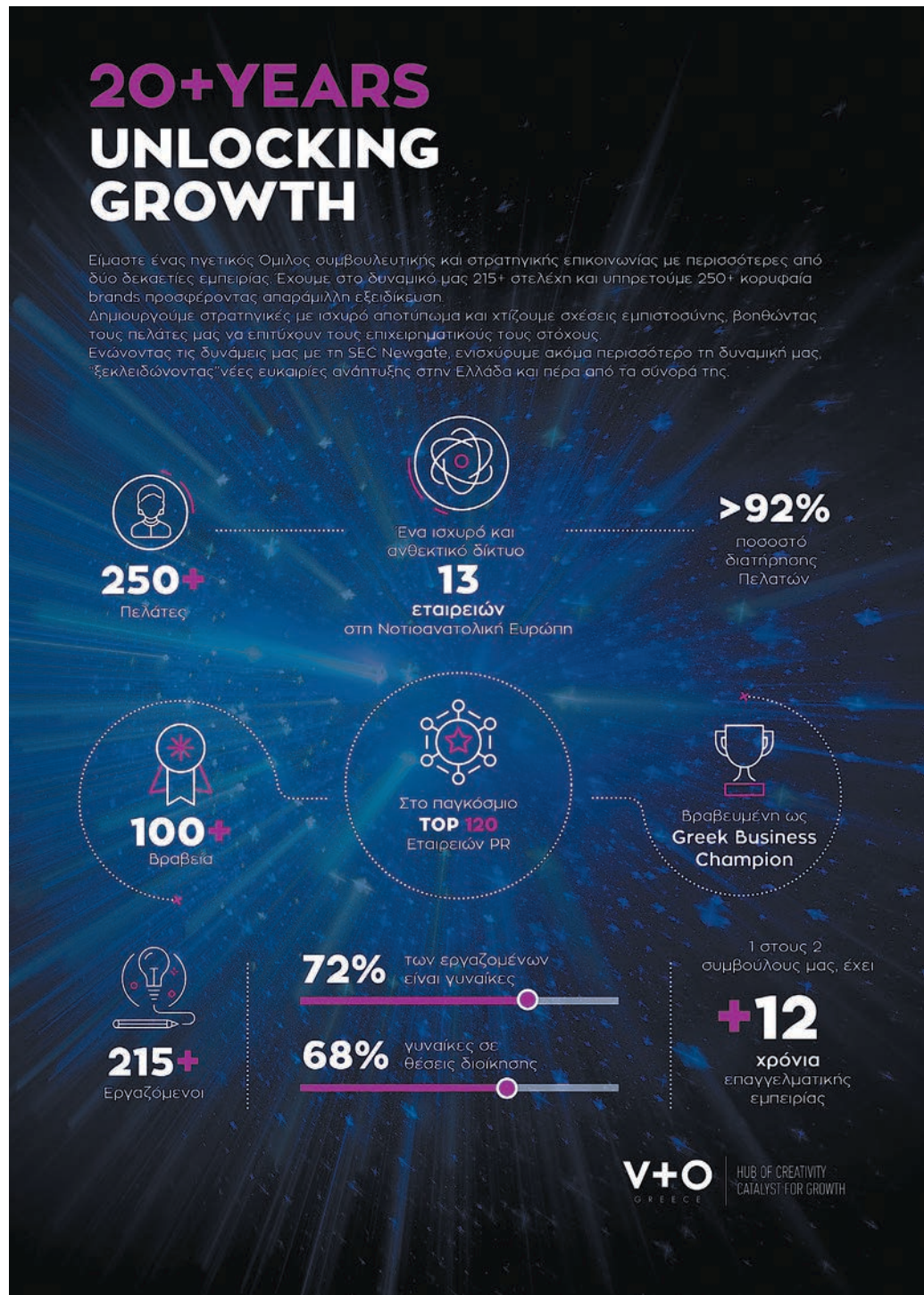
«Η Ελλάδα έχει κάνει σημαντικά βήματα προόδου τα τελευταία χρόνια, με περισσότερες χρηματοδοτήσεις για startups, προγράμματα υποστήριξης επιχειρηματικότητας και ένα πιο εξωστρεφές οικοσύστημα. Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν προκλήσεις, όπως η γραφειοκρατία και η περιορισμένη πρόσβαση σε μεγάλες αγορές. Παρ' όλα αυτά, βλέπουμε όλο και περισσότερες ελληνικές startups να διαπρέπουν διεθνώς, κάτι που δείχνει ότι το ταλέντο και η καινοτομία υπάρχουν – χρειάζεται απλώς η κατάλληλη στήριξη και στρατηγική».

Τέλος, οι σπουδές σας στο ΟΠΑ τι εικόνες και τι συναισθήματα σας άφησαν;

«Το ΟΠΑ ήταν το πρώτο βήμα που μου έδωσε τη βάση για να εξελιχθώ επαγγελματικά. Από τις σπουδές μου πήρα ισχυρές γνώσεις επιχειρηματικότητας και στρατηγικής σκέψης, αλλά το πιο σημαντικό ήταν το δίκτυο ανθρώπων που γνώρισα εκεί – καθηγητές, συμφοιτητές, μελλοντικούς συνεργάτες. Μάλιστα, στο ΟΠΑ γνώρισα και τους co-founders μου στη Simpler, κάτι που δείχνει πόσο σημαντικό είναι το περιβάλλον στο οποίο σπουδάζεις, όχι μόνο για την εκπαίδευση, αλλά και για τις ευκαιρίες που μπορεί να σου προσφέρει στο μέλλον. Αυτές οι εμπειρίες με βοήθησαν να χτίσω τη νοοτροπία που έχω σήμερα ως επιχειρηματίας».



Ο Όμιλος V+O αποτελεί τον μεγαλύτερο integrated όμιλο στρατηγικής επικοινωνίας, marketing και δημοσίων σχέσεων στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Έχει παρουσία σε 7 χώρες (Ελλάδα, Κύπρος, Βουλγαρία, Ρουμανία, Σερβία, Αλβανία, Βόρεια Μακεδονία), απασχολεί περισσότερους από 215 εργαζόμενους και απευθύνεται συνολικά σε 62 εκατομμύρια καταναλωτές στο σύνολο των αγορών που δραστηριοποιείται. Για περισσότερα από 20 χρόνια, ο Όμιλος V+O λειτουργεί ως καταλύτης ανάπτυξης και αξιόπιστος στρατηγικός συνεργάτης για εταιρείες, brands και οργανισμούς, βοηθώντας τους να επιτύχουν τους στόχους τους και να δημιουργήσουν θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία και τη χώρα. Η βαθιά γνώση του σύγχρονου οικονομικού, κοινωνικού και πολιτικού περιβάλλοντος και η σταθερή προσήλωση στην επίτευξη μετρήσιμων αποτελεσμάτων, έχουν συμβάλει ώστε η V+O να συνιστά Όμιλο επιλογής αλλά και τον πλέον αξιόπιστο στρατηγικό συνεργάτη για θέματα στρατηγικής επικοινωνίας για περισσότερες από 250 εταιρείες, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται οι μεγαλύτερες της Ελλάδας και της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Από το 2024, η V+O αποτελεί μέλος του Ομίλου SEC Newgate, ενός από τους κορυφαίους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους ομίλους επικοινωνίας διεθνώς με παρουσία σε 5 ηπείρους και 22 χώρες, με δίκτυο 53 γραφείων και 1.200 εργαζομένων σε όλο τον κόσμο. Μέσω αυτής της στρατηγικής συνεργασίας η V+O επεκτείνεται γεωγραφικά, ενισχύοντας περαιτέρω την υφιστάμενη αναπτυξιακή της πορεία της στην περιοχή EMEA. Η εξωστρέφεια, η εστίαση στην αριστεία, η πελατοκεντρική κουλτούρα, αλλά και η πεποίθηση ότι η επικοινωνία είναι καταλυτική στο να φέρνει την αλλαγή που θέτει τις βάσεις για έναν καλύτερο κόσμο συνιστούν μερικούς από τους κύριους λόγους αυτής της επιτυχημένης πορείας των δύο τελευταίων δεκαετιών. Το πιο σημαντικό όμως κομμάτι της V+O είναι οι άνθρωποί της. Μια ομάδα ανήσυχων ανθρώπων, που αναζητά συνεχώς πρωτοποριακές ιδέες που δημιουργούν νέες προοπτικές και αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο βλέπουμε τα δεδομένα. Ένα δυναμικό, πολυδιάστατο και συμπεριληπτικό σύνολο ανθρώπων, το οποίο εξελίσσεται αδιάλειπτα. Οι εταιρείες που απαρτίζουν τον Όμιλο V+O, στην Ελλάδα, είναι:



V+O Greece: 20+ χρόνια καταλύτης ανάπτυξης

Ο μεγαλύτερος integrated όμιλος στρατηγικής επικοινωνίας, marketing και δημοσίων σχέσεων στη Νοτιοανατολική Ευρώπη

η V+O COMMUNICATION, Στρατηγικοί Σύμβουλοι Επικοινωνίας, η UNLIMITED CREATIVITY, creative hot-shop με εξειδίκευση στην παροχή ολοκληρωμένων δημιουργικών υπηρεσιών, η Curious Ahead, το digital agency του Ομίλου για υπηρεσίες Digital Στρατηγικής, καθώς και η Mindhaus Tourism Strategy, εταιρεία στρατηγικής marketing για επιχειρήσεις και φορείς του ευρύτερου τουριστικού τομέα. Η V+O αριθμεί περισσότερες από 100 διεθνείς και τοπικές διακρίσεις σε βραβεία του κλάδου επικοινωνίας, στο σύνολο των χωρών όπου δραστηριοποιείται. Ενώ αποτελεί και τη μοναδική ελληνική εταιρεία επικοινωνίας που έχει αποσπάσει ως σήμερα συνολικά δεκατέσσερα (14) Διεθνή Βραβεία Αριστείας IPRA Golden World Awards, μιας από τις πλέον σημαντικές διοργανώσεις βραβείων για τον κλάδο του PR διεθνώς. Φέτος, επιβεβαιώνοντας την ακλόνητη προσήλωσή της στο ανθρώπινο δυναμικό της, η V+O έλαβε την πιστοποίηση Great Place to Work. Ενώ επιπρόσθετα αναδείχθηκε για 5η συνεχή χρονιά ως μια από τις TOP 120 εταιρείες συμβούλων στρατηγικής επικοινωνίας στον κόσμο στο Global Top PR Agency Ranking της Pronoke Media με βάση τα οικονομικά μεγέθη των εταιρειών, καθώς και σε «GREEK BUSINESS CHAMPION» & ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΗ του Κλάδου «ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ» στο πλαίσιο του θεσμού ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ 2024, ενός θεσμού που αναδεικνύει και επιβραβεύει τις επιχειρήσεις που αναπτύσσονται δυναμικά και πρωταγωνιστούν στους κλάδους τους, σηρίζοντας έμπρακτα την ελληνική οικονομία. Συνοψίζοντας όλα όσα είναι και πρεσβεύει η V+O, η κυρία Τέτη Κανελλοπούλου (CEO της V+O Greece) αναφέρει χαρακτηριστικά: «Συνεχίζουμε – κάθε ημέρα – να λειτουργούμε σαν μία εταιρεία start up, που δεν σταματά να εξελίσσεται και να κοιτά μπροστά από την εποχή της. Μία εταιρεία, που όσα πετυχαίνει και όσα κερδίζει είναι αποτέλεσμα της δουλειάς, της αφοσίωσης και του αληθινού πάθους των ανθρώπων της. Του σημαντικότερου asset μας. Ανθρωποι από διαφορετικά background, διαφορετικές γνώσεις και σπουδές που συνθέτουν ένα ανθρώπινο μωσαϊκό. Εκείνοι είναι που δίνουν ψυχή στην εταιρεία μας, εξελίσσονται μέσα σε αυτήν και δημιουργούν αξία για τους πελάτες και την κοινωνία».

Τα καλά νέα

Το πρώτο «βιομηχανικό διδακτορικό» του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Της **ΑΓΓΕΛΙΚΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΟΥ**

Αντώντας χρηματοδότηση μέσω του Προγράμματος «Βιομηχανικά Διδακτορικά» και υπό την επίβλεψη του Καθηγητή **Γεωργίου Λεκάκου**, ο υποψήφιος διδάκτορας **Λάζαρος Εφραίμογλου** θα εκπονήσει τη διατριβή του στο Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας με θέμα: «Εφαρμογή Τεχνολογιών Blockchain σε Επενδύσεις Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας». Σημειώνεται ότι ο κ. Εφραίμογλου είναι κάτοχος BSc in Management with Finance (2017) του University of Warwick, UK και μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών MS Energy, Trade and Finance (2022) από το City University of London – Bayes Business School.

Η διατριβή θα εκπονηθεί σε συνεργασία με την Prometheus Technologies, μια καινοτόμο εταιρεία που παρέχει εξατομικευμένες επενδυτικές λύσεις, αξιοποιώντας την τεχνητή νοημοσύνη και τις τεχνολογίες αιχμής. Η εταιρεία, με διεθνή



Πήρε το «πράσινο φως» από το Υπουργείο Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού

παρουσία και σημαντική χρηματοδότηση, προσφέρει προηγμένες στρατηγικές επενδύσεις ESG και αντικτύπου. «Η διδακτορική έρευνα που συνδυάζει την επιστημονική γνώση

με πρακτικές εφαρμογές στην οικονομία, αναδεικνύει τη σημαντική συμβολή της ακαδημαϊκής κοινότητας στη στήριξη της επιχειρηματικότητας. Μέσα από τη συνεργασία με επιχειρήσεις που

αξιοποιούν την έρευνα και την καινοτομία, δημιουργείται αμοιβαία αξία, ενισχύοντας τόσο την ερευνητική αριστεία όσο και την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων» τόνισε ο Επιβλέπων

Καθηγητής, **Γεώργιος Λεκάκος**. «Ως ο πρώτος υποψήφιος διδάκτορας βιομηχανικού διδακτορικού στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, είμαι βαθύτατα ευγνώμων για την ευκαιρία να ερευνήσω τις δυνατότητες εφαρμογής της τεχνολογίας του blockchain στις επενδύσεις ανανεώσιμων πηγών ενέργειας» δήλωσε από την πλευρά του ο κ. Λάζαρος Εφραίμογλου και πρόσθεσε: «Αυτό το ταξίδι δεν θα ήταν εφικτό χωρίς την αμέριστη υποστήριξη των επιβλεπόντων Καθηγητών και των συναδέλφων μου στην εταιρεία Prometheus Technologies. Η καθοδήγηση και η ενθάρρυνσή τους είναι καθοριστικής σημασίας για τη διαμόρφωση της διατριβής μου. Ανυπομονώ να εφεύρω καινοτόμες λύσεις που θα επεκτείνουν τις δυνατότητες χρηματοδότησης του ενεργειακού τομέα και που θα προωθήσουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της χώρας. Ελπίζω να συνεισφέρω έμπρακτα στην αποστολή του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών για την προώθηση της γνώσης».

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

Πλατινένιος Χορηγός

accenture

Piraeus

Χρυσός Χορηγός



Αργυρός Χορηγός

