

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΤΕΥΧΟΥΣ:

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	1-2
ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ, ΜΙΑ ΠΡΟΚΛΗΣΗ	2-3
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	4-5
ΦΟΡΕΑΣ ΠΡΩΘΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ - ΚΕΤΑ	6
ALDA (Association of the Local Democracy Agencies)	7
LEONARDO da VINCI - European Marketing Professional Certification	7
Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΜΗΝΑ - ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ	8

ΕΔΙΤΟΡΙΑ

Η κοινωνική οικονομία αποτελεί τον τρίτο τομέα που βρίσκεται ανάμεσα στον ιδιωτικό και στον δημόσιο τομέα της οικονομίας και στον οποίο διεξάγονται οικονομικές δραστηριότητες με κοινωνικούς σκοπούς και στόχους.

Η κοινωνική οικονομία προωθεί την ενεργοποίηση των τοπικών κοινωνιών και την κοινωνική ισότητα, εισάγει νέες διαδικασίες όπως οι νέες μορφές απασχόλησης, προωθεί την απασχόληση ευπαθών κοινωνικών ομάδων και την εθελοντική συνεργασία.

Οι οργανισμοί Κοινωνικής Οικονομίας δομούνται με επιχειρηματικό πνεύμα και λειτουργούν με άξονα την κοινωνική αλληλεγγύη, την δημοκρατική διαδικασία λήψης αποφάσεων και τη μη επιδίωξη του κέρδους, βρίσκουν κατευθυνόμενες δυναμικές λύσεις στα προβλήματα της ανεργίας και του κοινωνικού αποκλεισμού και

συμβάλλουν σε μια οικονομική ανάπτυξη που ενισχύει την κοινωνική συνοχή.

Η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα βρίσκεται σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης εν αντίθεση με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες, ωστόσο η ανάγκη για πρωτοβουλίες στον τομέα αυτό είναι επιτακτική τόσο για την προσφορά κοινωνικών υπηρεσιών, όσο και για την αξιοποίηση νέων πηγών απασχόλησης και την ένταξη μειονεκτούντων τμημάτων του πληθυσμού.

Με τις παραπάνω σκέψεις να μας οδηγούν, αποφασίσαμε να αφιερώσουμε το παρόν τεύχος σε αυτόν τον ανερχόμενο τομέα της οικονομίας.

Γεωργία Χριστοδουλοπούλου
Υπεύθυνη ενημερωτικού δελτίου

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η προσέγγιση και ο ορισμός της κοινωνικής οικονομίας προϋποθέτουν κατ' αρχήν την εξέταση της «παραδοσιακής» αντίληψης των οικονομικών φαινομένων. Ως «παραδοσιακή αντίληψη» αναφερόμαστε στην διχοτόμηση των οικονομικών δραστηριοτήτων σε δράσεις των ιδιωτικών κερδοσκοπικών επιχειρήσεων από τη μια και του Κράτους από την άλλη. Οι δύο αυτοί τομείς διαφοροποιούνται ως προς:

- ♦ Τους στόχους που επιδιώκουν (κέρδος των επενδυτών/ συλλογικό συμφέρον)
- ♦ Τη φύση των αγαθών και υπηρεσιών που παράγουν/ παρέχουν (ατομικά/ συλλογικά αγαθά και υπηρεσίες)
- ♦ Τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων τους (δημόσια/ ιδιωτική χρηματοδότηση)

Παρατηρώντας ωστόσο την πραγματικότητα, ξεχωρίζει κανείς οικονομικές δραστηριότητες που δεν συγκαταλέγονται στις προαναφερθέντες δύο κατηγορίες. Συγκεκριμένα, εκτός από τον κρατικό και τον ιδιωτικό τομέα, στις σύγχρονες οικονομίες παρατηρείται ένας «τρίτος τομέας» που – αν και δεν ξεχωρίζει πλήρως και ξεκάθαρα από τους άλλους δύο τομείς – διαθέτει τις δικές του αρχές, αξίες και φιλοδοξίες. Σε γενικές γραμμές ο «τρίτος τομέας» αποτελεί ένα άκρως ελπιδοφόρο πεδίο για την αντιμετώπιση προβλημάτων που απορρέουν από την πρόσφατη εξέλιξη των κοινωνικών και οικονομικών συστημάτων. Μια τέτοια θέση επιβεβαιώνεται από το αυξανόμενο ενδιαφέρον των πολιτικών υπευθύνων και των ερευνητών για το συγκεκριμένο ζήτημα σε διεθνές επίπεδο. Οι οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας δεν εξυπηρετούν πρωτίστως το κέρδος, αλλά την ανάπτυξη των ατόμων και της κοινότητας.

συνέχεια από τη σελ.1

Η **Κοινωνική Οικονομία** αποτελείται από οικονομικές δραστηριότητες επιχειρήσεων, φορέων και οργανισμών των οποίων η ηθική, ο τρόπος λειτουργίας και οι στόχοι συνοψίζονται στα παρακάτω σημεία:

- ♦ δραστηριοποίηση με στόχο την εξυπηρέτηση των μελών τους ή το συλλογικό όφελος
- ♦ διαχειριστική αυτονομία
- ♦ δημοκρατικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων
- ♦ ανάπτυξη με προτεραιότητα τις ανάγκες των ανθρώπων και της απασχόλησης

Με βάση τα παραπάνω η κοινωνική οικονομία αναπτύσσει μια ιδιαίτερη σχέση αλληλεγγύης με το περιβάλλον της και προωθεί την κοινωνική συνοχή. Οι οργανισμοί της κοινωνικής οικονομίας δημιουργούν θέσεις απασχόλησης σύμφωνα με τις αρχές της κοινωνικής αλληλεγγύης. Σε γενικές γραμμές, η κοινωνική οικονομία συνδέεται ή δραστηριοποιείται στα παρακάτω πεδία:

- ♦ κοινωνική ενσωμάτωση
- ♦ τοπική ανάπτυξη

- ♦ βιώσιμη ανάπτυξη
- ♦ πρόληψη κοινωνικών ανισοτήτων
- ♦ ενίσχυση του κοινωνικού ιστού και ενδυνάμωση του κοινωνικού κεφαλαίου
- ♦ ανάπτυξη δημοκρατικών και συμμετοχικών δομών

Δεδομένης της αδυναμίας της υπάρχουσας οικονομίας (δημόσιος και ιδιωτικός τομέας) να προσφέρει απασχόληση σε όλο το εργατικό δυναμικό, γίνονται προσπάθειες να αναπτυχθεί ένας άλλος τομέας της οικονομίας (ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας) ο οποίος προβλέπεται ότι θα προσφέρει νέες ευκαιρίες απασχόλησης, ιδιαίτερες για άτομα τα οποία σήμερα αντιμετωπίζουν τις μεγαλύτερες δυσκολίες εισόδου στην αγορά εργασίας. **Συνεταιρισμοί και Αστικές μη Κερδοσκοπικές Εταιρείες** αποτελούν επιχειρήσεις της κοινωνικής οικονομίας. Ταμεία αλληλοβοήθειας, ενώσεις, σωματεία και ιδρύματα συγκαταλέγονται στους οργανισμούς της κοινωνικής οικονομίας.

Πηγή: www.socialeconomy.gr

Περισσότερες πληροφορίες και παραδείγματα για την κοινωνική οικονομία μπορείτε να βρείτε στο site μας: www.entre.gr

Γυναικείοι Συνεταιρισμοί, ΜΙΑ ΠΡΟΚΛΗΣΗ

Επίσκεψη στον Βελβενδό Κοζάνης

Ο Βελβενδός είναι μια πανέμορφη μικρή πόλη του νομού Κοζάνης που βρίσκεται πάνω από το φράγμα του Αλιάκμονα, στις βόρειες πλευρές των Πιερίων. Αποτελεί μια ιδιαίτερα ευχάριστη και εύκολη πρόταση για μια απόδραση κοντά στη φύση, αλλά και στους ανθρώπους. Η φύση τον προίκισε γενναιοδωρά και οι άνθρωποί του δημιουργούν και εργάζονται άοκνα, σεβόμενοι το περιβάλλον. Υπάρχουν όμορφα τοπία, διαδρομές για περίπατο, καλλιέργειες οπωροφόρων, αμπελώνες και καταπληκτικά αγροτικά προϊόντα. Πολύ καλά κρασιά και ακόμη καλύτερα προϊόντα μεταποίησης με βάση τα φρούτα: κομπόστες, γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες.



Με θετική βάση αυτή την παράδοση και τη μεγάλη διαθέσιμη ποσότητα άριστης ποιότητας φρούτων στην περιοχή, αλλά και με το αρνητικό της έλλειψης θέσεων εργασίας για τις γυναίκες της περιοχής, 140 από αυτές αποφάσισαν το 1985 να πάρουν τις τύχες τους στα χέρια τους και να δημιουργήσουν έναν γυναικείο συνεταιρισμό, τον μεγαλύτερο σε μέλη γυναικείο συνεταιρισμό της Ελλάδας.

Η αρχική προσπάθεια στέφθηκε με επιτυχία και συνεχίζεται αναπτυσσόμενη μέχρι σήμερα, αν και μέσα από πολλές δυσκολίες και προβλήματα. Η επιτυχία ήρθε σαν επιστέγασμα πολλών κόπων και προσπαθειών.

συνέχεια στη σελ.3

συνέχεια από τη σελ.2



Σταθμοί στην ιστορία του συνεταιρισμού απετέλεσαν:

- ♦ το 1993 η μετεγκατάσταση σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις που χρηματοδοτήθηκε από ευρωπαϊκά προγράμματα
- ♦ 2004 η στρατηγική συνεργασία με τον ΑΣΕΠΟΠ (Αγροτικός Συνεταιρισμός Εμπορίας Οπωροκηπευτικών Προϊόντων), που ήδη φαίνεται να βοηθάει ιδιαίτερα και τους δύο οργανισμούς
- ♦ 2005 στρατηγική συμφωνία διακίνησης και διανομής, κάτι που έφερε τα προϊόντα του συνεταιρισμού στα ράφια των σούπερ μάρκετ όλης της χώρας

Σήμερα ο γυναικείος Συνεταιρισμός του Βελβενδού έχει 45 ενεργά μέλη και παράγει:

- ♦ Γλυκά του κουταλιού: Κολοκύθι, σύκο, πορτοκάλι και δαμάσκηνο
- ♦ Μαρμελάδες: Φράουλα, Κεράσι, Βατόμουρο, Δαμάσκηνο, Βερίκοκο, Μήλο, Αχλάδι, Σύκο, Ροδάκινο, Μανταρίνι, Πορτοκάλι, Κυδώνι με μέλι & Καρότο με μέλι.
- ♦ Βιολογικές Μαρμελάδες: Βερίκοκο, Κυδώνι, Ροδάκινο, Κεράσι & Μήλο
- ♦ Παραδοσιακή Κομπόστα Ροδάκινο

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

Το πολύ καλό τελικό προϊόν. Η παραγωγή των προϊόντων γίνεται αποκλειστικά από νωπά φρούτα, και μάλιστα στην συντριπτική πλειοψηφία, φρούτα της γύρω περιοχής. Η

συγκεκριμένη περιοχή φημίζεται για τα πολύ γευστικά της φρούτα. Επίσης, παρά την προσπάθεια για αρκετά μεγάλη παραγωγή, ο συνεταιρισμός προσπαθεί να κρατήσει ατόφια την παράδοση τόσο στην παρασκευή όσο και στα υλικά που χρησιμοποιούνται. Η παραγωγή γίνεται χωρίς καθόλου συντηρητικά.

ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- ♦ Η έλλειψη κεφαλαίων, που για πολλά χρόνια στέρησε από τον συνεταιρισμό τη δυνατότητα πραγματικής ανάπτυξης της παραγωγής του.
- ♦ Η διαχείριση και η σωστή προώθηση.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Οι ευκαιρίες, τις οποίες αναφέραμε και προηγουμένως, δημιουργήθηκαν μέσα από τις αδυναμίες και τα προβλήματα τα οποία εντοπίστηκαν και τις λύσεις που δόθηκαν:

- ♦ η συνεργασία με τον ΑΣΕΠΟΠ, που εμπλουτίζει πια σημαντικά με κεφάλαια και πρώτη ύλη την παραγωγή
- ♦ η συνεργασία, που αφορά στη διακίνηση και στην τοποθέτηση των προϊόντων στα σούπερ μάρκετ όλης της χώρας

ΦΟΒΟΙ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ:

Η ανάγκη για άμεση μετεγκατάσταση σε πιο σύγχρονες εγκαταστάσεις. Η συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση και συγχρόνως η ανάγκη για τήρηση κανόνων ασφαλείας, ποιότητας παραγωγής και τελικής ποιότητας των προϊόντων. Οι φόβοι έχουν να κάνουν με τους ρυθμούς ανάπτυξης που πρέπει να είναι έντονοι, αλλά που είναι δύσκολο σε έναν συνεταιρισμό να τους ακολουθήσει πιστά.

Για όποιον/α θέλει να επικοινωνήσει με τον
Αγροτικό Βιοτεχνικό Συνεταιρισμό Βελβενδού
Βελβενδός, Κοζάνη
Τ. & Φ. 24640 31993

Πρόσωπο για επικοινωνία: Ιωάννα Παπαγερμανού

Για την στήλη αυτή υπεύθυνη είναι η κα Πόπη Σουρμαΐδου, αντιπρόεδρος και διευθύνουσα σύμβουλος του Κέντρου Εργάνη.

Πόπη Σουρμαΐδου (Κέντρο Εργάνη, Καραβαγγέλη 1, 56625 Συκιές)

Τηλ. 2310 630323, Fax: 2310 621 648 e-mail: popi@ergani.gr

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ Και Μικρές Επιχειρήσεις

Γνωρίζοντας τις επιδράσεις της παγκοσμιοποίησης στην απασχόληση και τη συμβολή της κινητικότητας του εργατικού δυναμικού στην οικονομία θα πρέπει να υπολογίσουμε μία ακόμη διάσταση η οποία είναι η επίδραση αυτού του φαινομένου στις Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) καθώς αποτελούν την κινητήρια δύναμη της Ευρωπαϊκής οικονομίας και συμβάλλουν καταλυτικά στην απασχολησιμότητα του εργατικού δυναμικού. Σύμφωνα με τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Official Journal of European Union, 2003) ως ΜΜΕ ορίζονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν έως 250 άτομα προσωπικό και έχουν έως 50 εκ. ευρώ ετήσιο κύκλο εργασιών. Αυτού του επιπέδου οι επιχειρήσεις στην ευρωπαϊκή ένωση αντιμετωπίζουν έμμεσα ή άμεσα τις επιπτώσεις της διεθνοποίησης των αγορών και για το λόγο αυτό η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθετεί σημαντικές πρωτοβουλίες για την ενίσχυση αυτών των επιχειρήσεων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2005) θεωρώντας αυτές ως τη ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής οικονομίας και απασχόλησης. Στο πλαίσιο του σκληρού ανταγωνισμού, της προσπάθειας μείωσης του κόστους παραγωγής και της διεθνοποίησης των αγορών οι μικρές επιχειρήσεις βρίσκονται σε μειονεκτική θέση. Προκειμένου να ανταπεξέλθουν και να επιβιώσουν στην αγορά αναγκάζονται να υιοθετήσουν διαφορετικά μοντέλα εργασίας, όπως οι ευέλικτες μορφές εργασίας και κυρίως τη μερική απασχόληση, η ευέλικτη απασχόληση ως προς το χρόνο εργασίας, η μερική συνταξιοδότηση κ.α.

Πέρα όμως από τα μοντέλα εργασίας πολλές επιχειρήσεις ακολουθούν διαφορετικές στρατηγικές ανάπτυξης – επιβίωσης. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν την επέκταση σε άλλες χώρες στις οποίες υπάρχει ζήτηση οδηγούμενοι ουσιαστικά από την αγορά. Έτσι παράγονται προϊόντα στη μητρική χώρα και εξάγονται προκειμένου να καλύψουν νέες αγορές. Αυτή η στρατηγική είναι θετική όσον αφορά την επίδραση στην απασχόληση αφού υφίσταται ανάγκη για μεγαλύτερη παραγωγή. Μία δεύτερη στρατηγική αφορά τη δημιουργία υποκαταστημάτων σε χώρες χαμηλού κόστους και με τη στρατηγική αυτή δεν δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας στη μητρική χώρα. Τρίτη περίπτωση είναι η «μετακόμιση» ολόκληρης της επιχείρησης σε χώρα χαμηλού κόστους. Αυτή η περίπτωση έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική απασχόληση και μάλιστα σε σύντομο χρονικό διάστημα. Μία πιο εξωστρεφής στρατηγική είναι η καινοτομία κατά την οποία η επιχείρηση προκειμένου να ανταπεξέλθει στον ανταγωνισμό οδηγείται με βάση την τεχνολογία και αναζητά υψηλών δεξιοτήτων ερ-

γατικό δυναμικό. Τέλος μία επιχείρηση προκειμένου να επιβιώσει μπορεί να διαφοροποιήσει τα προϊόντα που παράγει ή τις υπηρεσίες που παρέχει προκειμένου να εντοπίσει και να εκμεταλλευτεί το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα (Βλ. Παράρτημα Πίνακας 2). Όλες οι παραπάνω στρατηγικές έχουν επίδραση στις τοπικές οικονομίες. Κυρίως όμως οι μικρές επιχειρήσεις βιώνουν τον ανταγωνισμό από τις πολύ μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες οι οποίες προσπαθώντας να κατακτήσουν μεγαλύτερο μερίδιο οδηγούνται σε τμήματα της αγοράς που έως σήμερα δεν εκμεταλλεύονταν. Αποτέλεσμα αυτού του φαινομένου είναι η δυσκολία επιβίωσης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων και κατά συνέπεια η διατήρηση της απασχολησιμότητας.

Συμπεράσματα

Η παγκοσμιοποίηση έχει επιφέρει πιέσεις για τη δημιουργία νέων εργασιών αλλά και ταυτόχρονα κοινωνικό αποκλεισμό. Αυτό συμβαίνει επειδή η οικονομική ανάπτυξη και ο διεθνής ανταγωνισμός με τις τεχνολογικές αλλαγές υπήρξε το εργαλείο στην αύξηση της ανεργίας ιδιαίτερα τους εργαζόμενους χαμηλών προσόντων, τους νέους και τους εργαζόμενους σε τοπικές παλιές βιομηχανίες. (OECD, 2000). Η παγκοσμιοποίηση πιθανά θα εξακολουθήσει να επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την απασχόληση ιδιαίτερα σε σχέση με τις νέες τεχνολογίες και τους σχετικούς κλάδους, αλλά και άλλα ζητήματα όπως η ανάθεση τμημάτων εργασίας σε άλλες επιχειρήσεις (outsourcing), η ανάπτυξη των εμπορικών συναλλαγών με χώρες όπως η Κίνα, η Ινδία και η Βραζιλία. Επίσης προβλέπεται ότι θα ενισχύσει την κινητικότητα του εργατικού δυναμικού είτε από ανάγκη (μετανάστευση) είτε λόγω αναζήτησης εξειδικευμένων δεξιοτήτων. Όπως και να έχει πάντως η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων μπορεί και συνήθως έχει σημαντική επίδραση στην τοπική και περιφερειακή απασχόληση. Μετά από ανάλυση της δυναμικής των εργασιών που δημιουργήθηκαν στην Ε.Ε. τα τελευταία χρόνια (1998 -2003) φαίνεται ότι οι δικτυακές εργασίες δημιουργούνται σε πολλούς τομείς της οικονομίας και αυτό απαιτεί υψηλά προσόντα. Αυτή η διασπορά θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως πιθανή ευκαιρία η οποία οδηγεί στην κινητικότητα του εργατικού δυναμικού. Η εκμετάλλευση αυτής της ευκαιρίας είναι ευθύνη και της Πολιτείας στο βαθμό που θα πρέπει να καθορίσει τις γενικές στρατηγικές και κατευθύνσεις που θα ακολουθηθούν προκειμένου να δώσει διέξοδο στους άνεργους πολίτες της.

Αναστάσιος Βασιλειάδης

Πανεπιστήμιο Αιγαίου

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πίνακας 2. Τυπολογίες των εταιρικών στρατηγικών και η επίδρασή τους στην αγορά εργασίας

Στρατηγική	Επίδραση	Μακροπρόθεσμα αποτελέσματα
Επέκταση σε άλλες χώρες σε παραδοσιακούς τομείς και σε αγορές που υπάρχει ζήτηση (οριζόντια στρατηγική)	Αμελητέα επίδραση στο εργατικό δυναμικό	Θετική Μέσα από την αύξηση της ζήτησης και των υπηρεσιών που παρέχονται από έναν επενδυτή.
Επανεξαγόμενα αγαθά (π.χ. αυτοκίνητα, χημικά κ.α.) (Οριζόντια στρατηγική)	Έμμεση επίδραση (μη δημιουργία θέσεων εργασίας) διότι οι δραστηριότητες δεν δημιουργούνται στην μητρική χώρα	Πιθανά θετικά εξαρτώμενα στον τρόπο με τον οποίο τα κεφάλαια επαναεπενδύονται στη μητρική χώρα. Πιθανή δημιουργία θέσεων εργασίας στη χώρα υποδοχής με θετικά αποτελέσματα στη ζήτηση.
Επανατοποθέτηση της επιχείρησης με στόχο τη μείωση του εργατικού κόστους. (π.χ. κλωστοϋφαντουργία, ηλεκτρονικές συσκευές κ.α.) (καθετοποιημένη στρατηγική)	Ουσιαστική επίδραση στην τοπική αγορά εργασίας σε σύντομο χρονικό διάστημα. Πλήρη αντικατάσταση του εργατικού δυναμικού στη χώρα υποδοχής.	Αρνητικά αποτελέσματα στο χαμηλών δεξιοτήτων εργατικό δυναμικό. Πάντοτε όμως ελλοχεύει ο κίνδυνος της επανατοποθέτησης όπου το εργατικό δυναμικό είναι φθηνότερο.
Επανατοποθέτηση προκειμένου να ωφεληθεί από υψηλών προσόντων εργατικό δυναμικό ή εξειδικευμένων κατηγοριών εργατικού δυναμικού. (Labor pooling argument) καθετοποιημένη στρατηγική	«Σιωπηλή» και σταθερή επίδραση στο τοπικό εργατικό δυναμικό και σε συγκεκριμένες κατηγορίες προσόντων.	Αναβάθμιση του εργατικού δυναμικού όπως και στην ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών και οδηγούν στην αυξημένη παραγωγικότητα και ανάπτυξη
Οι στρατηγικές επανατοποθέτησης χρησιμοποιούνται από ορισμένες επιχειρήσεις ενώ άλλες επιλέγουν να «καινοτομούν» έναντι των ανταγωνιστών τους. Αυτές οι στρατηγικές μπορεί να οδηγούν στα παρακάτω αποτελέσματα:		
Καινοτομία: άνοιγμα στις δυνάμεις του ανταγωνισμού που οδηγούν την καινοτομία και οδηγούν σε τεχνολογική αλλαγή βασισμένη στις δεξιότητες	Κεφάλαιο/ εργατικά υποκατάστατο για τη μείωση του κόστους (μείωση του αριθμού των εργαζομένων με χαμηλά προσόντα). Αύξηση της ζήτησης για εργατικό δυναμικό υψηλά με προσόντα.	Συνολικά θετικά: Δυσκολία στον προσδιορισμό της καθαρής «εξωγενούς» καινοτομίας από την καινοτομία που ωθείται από τον ανταγωνισμό.
Διαφοροποίηση προϊόντων: Αποφυγή του ανταγωνισμού δημιουργώντας μονοπωλιακή δύναμη σε κάποιο συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς	Υψηλών προδιαγραφών εργατικό δυναμικό σε ζήτηση με συγκεκριμένες τεχνικές δεξιότητες ή δεξιότητες σχεδιασμού Το εργατικό δυναμικό με λίγες δεξιότητες συνήθως χάνει από αυτή τη διαδικασία	Θετικά: Η παραγωγή μη τυποποιημένων προϊόντων σε οικιακές επιχειρήσεις μπορεί να διασφαλίσει ορισμένες θέσεις εργασίας.
Πηγή: Η ευρωπαϊκή απασχόληση, 2004		

Βιβλιογραφία

- European Commission [SEC(2005) 981] Common Actions for Growth and Employment: The Community Lisbon Programme Διαθέσιμο στο διαδίκτυο στη διεύθυνση http://europa.eu.int/growthandjobs/pdf/COM2005_330_en.pdf Προσπελάστηκε 10/4/2006
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2000) Policy Brief Local Development and Job Creation Άρθρο διαθέσιμο στο διαδίκτυο στη διεύθυνση <http://www.oecd.org/dataoecd/3/34/1918339.pdf> Προσπελάστηκε 10/4/2006
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2002) Trends in international migration, ,
- McKinsey (χχ) Offshoring a win-win game, Διαθέσιμο στο www.mckinsey.com. Προσπελάστηκε 12/4/2006
- European Commission (2004). Employment in Europe 2004 Recent Trends and Prospects Office for Official Publications of the European Communities
- Official Journal of the European Union, (2003) Commission recommendation concerning the definition of micro, small and medium – sized enterprises, 124/36, 20.5.2003, Brussels

ΦΟΡΕΙΣ Προώθησης της Επιχειρηματικότητας



Κέντρο Επιχειρηματικής Τεχνολογικής Ανάπτυξης

Το Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Θεσσαλίας, είναι μια εξειδικευμένη Μονάδα υποστήριξης και προώθησης της επιχειρηματικότητας στην Περιφέρεια της Θεσσαλίας. Οργανώθηκε στα πλαίσια του Επιχειρησιακού προγράμματος Ανταγωνιστικότητα (Μέτρο 1.4.1) και η λειτουργία της χρηματοδοτείται από πόρους της Ε. Ένωσης και του Ελληνικού κράτους. Παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες πληροφόρησης, στήριξης και συμβουλευτικού

προσανατολισμού προς τις πολύ μικρές, μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις αλλά και προς φυσικά ή νομικά πρόσωπα της Περιφέρειας Θεσσαλίας που επιθυμούν να αναπτύξουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο ρόλος του ΚΕΤΑ Θεσσαλίας είναι σημαντικός στην κινητοποίηση των απαραίτητων πόρων και τη δημιουργία των προϋποθέσεων για την ανταγωνιστική δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων της Θεσσαλίας.

ΣΤΟΧΟΙ του ΚΕΤΑ Θεσσαλίας

- ♦ Στον συντονισμό και την αξιοποίηση της εμπειρίας και των ικανοτήτων των εταίρων του για την ενίσχυση της επιχειρηματικής και τεχνολογικής ικανότητας των επιχειρήσεων.
- ♦ Στην ανάληψη δράσεως για ανάπτυξη των στοιχείων εκείνων που καθορίζουν την επιχειρηματική και καινοτομική δραστηριότητα
- ♦ Στην αποδοχή και καθιέρωση μιας ενιαίας και συνολικής πολιτικής για την επιχειρηματικότητα στην Θεσσαλία.
- ♦ Στην ενδυνάμωση της περιφερειακής συνεργασίας στους τομείς προώθησης της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.
- ♦ Στην επίδειξη και διάδοση μοντέλων και πρακτικών άσκησης της επιχειρηματικότητας με στόχο την ενίσχυση της περιφερειακής συνείδησης, όσον αφορά την ανάπτυξη νέων προϊόντων, την υιοθέτηση της καινοτομίας, την ενίσχυση της εξωστρέφειας και την διάχυση των αποτελεσμάτων που έχουν αποκτηθεί από ερευνητικά κέντρα σε μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων επιχειρήσεων της περιφέρειάς μας.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ του ΚΕΤΑ Θεσσαλίας

ΑΞΟΝΑΣ 1: Ενημέρωση, πληροφόρηση και καλλιέργεια του επιχειρηματικού πνεύματος στις επιχειρήσεις και στον πληθυσμό της Περιφέρειας Θεσσαλίας

ΑΞΟΝΑΣ 2: Παρακολούθηση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ της Θεσσαλίας

ΑΞΟΝΑΣ 3: Εξατομικευμένη υποστήριξη επιχειρήσεων

ΑΞΟΝΑΣ 4: Οργάνωση της παροχής επιχειρηματικών υπηρεσιών

ΑΞΟΝΑΣ 5: Υπηρεσίες διαμεσολάβησης και αξιοποίησης χρηματοδοτικών εργαλείων

ΑΞΟΝΑΣ 6: Υποστήριξη στην διεθνοποίηση και τον εξαγωγικό προσανατολισμό.

Πηγή: ΚΕΤΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Κύπρου 24 - 28, Λάρισα
Fax: 2410 - 538863
Τηλέφωνο: 2410-538 860

web site: www.keta.gr
e-mail: info@keta.gr,
keta@keta.gr



Το ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΕΝΤΑΧΘΗΚΕ ΩΣ ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ALDA (ASSOCIATION OF THE LOCAL DEMOCRACY AGENCIES). ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΓΙΑ ΕΝΩΣΗ ΦΟΡΕΩΝ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΣΤΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ ΤΟΠΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΑΡΧΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΣΤΙΚΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ, ΟΣΟ ΤΟ ΔΥΝΑΤΟΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΕΡΑ, ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΑ ΒΑΛΚΑΝΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ.

Το δίκτυο ALDA στοχεύει στο να:

- ♦ προωθήσει πρωτοβουλίες ώστε να παγιωθεί η δημοκρατία σε τοπικό επίπεδο
- ♦ ενθαρρύνει την τοπική ανάπτυξη μέσω της ανταλλαγής της τεχνογνωσίας και της κατάρτισης
- ♦ αναπτύξει ένα πανευρωπαϊκό δίκτυο πολιτών δεσμευμένων στο σεβασμό των ανθρώπινων δικαιωμάτων και των μειονοτήτων
- ♦ ενθαρρύνει την ανάπτυξη μιας κοινωνίας πολιτών στην οποία θα συμμετέχουν όλοι οι πολίτες
- ♦ προωθήσει τον διαπολιτισμικό διάλογο
- ♦ προωθήσει το σεβασμό των ανθρώπινων δικαιωμάτων

*Η ALDA υποστηρίζει την
συνεργασία των τοπικών
και περιφερειακών
αρχών και των μη
κυβερνητικών
οργανώσεων
στοχεύοντας στην
ανάπτυξη μίας ενεργής
κοινωνίας των πολιτών
και στην παγίωση της
τοπικής δημοκρατίας*

Leonardo Da Vinci

EUROPEAN MARKETING PROFESSIONAL CERTIFICATION

Tο πρόγραμμα Leonardo da Vinci αποσκοπεί στην υλοποίηση της πολιτικής της Ευρωπαϊκής Κοινότητας για την επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση και από το έτος 2000 το Πρόγραμμα Leonardo da Vinci έχει εισέλθει στη δεύτερη φάση του, με στόχο την προώθηση νέων πρακτικών προσεγγίσεων στις πολιτικές για την επαγγελματική κατάρτιση. Το πρόγραμμα έχει τρεις γενικούς στόχους:

- ♦ να βελτιώσει τις δεξιότητες και τις ικανότητες των ανθρώπων, ειδικά των νέων, στην αρχική επαγγελματική κατάρτιση
- ♦ να βελτιώσει την πρόσβαση και την ποιότητα της συνεχούς επαγγελματικής κατάρτισης και της δια βίου μάθησης.
- ♦ να προωθηθεί και να ενισχυθεί η συμβολή της επαγγελματικής κατάρτισης στη διαδικασία της καινοτομίας με σκοπό τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

Το Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας συμμετέχει στο πρόγραμμα Leonardo Da Vinci “European Marketing Professional Certification” το οποίο προσπαθεί να διερευνήσει και να εγχαθ-

δρύσει τις διαδικασίες επικύρωσης των άτυπων γνώσεων και δεξιοτήτων σε Θέματα Marketing των στελεχών επιχειρήσεων. Στο πρόγραμμα συμμετέχουν φορείς από πολλές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η διαδικασία που θα ακολουθείται για κάθε ενδιαφερόμενο θα είναι η εξής:

- ♦ Αξιολόγηση της προϋπάρχουσας εμπειρίας μέσω του βιογραφικού σημειώματος
- ♦ Online εξέταση σε εξειδικευμένα θέματα του μάρκετινγκ
- ♦ Εκπόνηση μιας μελέτης περίπτωσης

Με την επιτυχημένη ολοκλήρωση της διαδικασίας ο/η ενδιαφερόμενος/η θα αποκτά το Ευρωπαϊκό Πιστοποιητικό ως επαγγελματίας του Μάρκετινγκ. Το πρόγραμμα έχει διάρκεια δύο (2) ετών και θα ολοκληρωθεί το Σεπτέμβριο του 2008

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πρόγραμμα μπορείτε να απευθυνθείτε στην

Αλεξάνδρα Χαριτωνίδου, alexandra@entre.gr



ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

- www.socialeconomy.gr

Σ' αυτό τον ιστοχώρο θα βρείτε χρήσιμες πληροφορίες όσον αφορά την κοινωνική επιχειρηματικότητα και την κοινωνική οικονομία

- www.ege.gr

Είναι ο ιστοχώρος Ένωσης Γυναικών Ελλάδας ο οποίος κάνει αναφορά σε θέματα επιχειρηματικότητας γυναικών.

Η έννοια του μήνα

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ: εκφράζει την ενίσχυση του παραγωγικού ρόλου των φορέων της κοινωνικής οικονομίας με αντικείμενο την ικανοποίηση αναγκών που δεν καλύπτονται από τις δημόσιες αρχές ή την αγορά.

OUTSOURCING: Διαδικασία κατά την οποία μία επιχείρηση αναθέτει μία εργασία σε κάποιον άλλον ώστε να την διευθετήσει καλύτερα. Αυτή η επιχειρηματική τακτική επιτρέπει στην επιχείρηση να βελτιώσει τη στρατηγική της όσον αφορά το μάρκετινγκ και να είναι αρκετά ευέλικτη σε ξαφνικές αλλαγές της αγοράς.

Το ενημερωτικό δελτίο ΕΠΙΧΕΙΡΩ δημοσιεύεται από το ΙΝ.ΑΝ.ΕΠ και αποτελεί εθελοντική προσπάθεια των μελών του, οι απόψεις και τα σχόλια των οποίων δεν εκφράζουν απαραίτητα το ΙΝ.ΑΝ.ΕΠ.

Βασικός στόχος αυτού του ενημερωτικού δελτίου αποτελεί η αμφίδρομη **επικοινωνία**, ο διάυλος αυτός θα μας βοηθήσει να πλησιάσουμε περισσότερο το στόχο μας αφού θα κατανοήσουμε καλύτερα τις ανάγκες σας για ενημέρωση.

Ζητάμε τις προτάσεις σας για τα επόμενα τεύχη. Στο e-mail newsletter@entre.gr μπορείτε να στέλνεται πληροφορίες, απορίες, προτάσεις, γενικότερα σχόλια ή οτιδήποτε θα μπορούσε να δημοσιευτεί.

Έκδοση: ΙΝ.ΑΝ.ΕΠ

Υπεύθυνη Ενημερωτικού Δελτίου:
Γεωργία Χριστοδουλοπούλου

Συντελεστές παρόντος δελτίου:

Αναστάσιος Βασιλειάδης

Πόπη Σουρμαΐδου

Αλεξάνδρα Χαριτωνίδου

Τριανταφυλλιά Κοροβέση

Το ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο αποστέλλεται δωρεάν

Συνεργαζόμενοι Φορείς - ΜΚΟ



Τηλέφωνο: 2310 621 166
& 2310 630323
e-mail: ergani@ergani.gr
web site: www.ergani.gr



Τηλέφωνο: 2410-
287061/62
e-mail: tedc@otenet.gr
web site: www.thessis.gr



Τηλέφωνο: 2410-
538860-2
e-mail: info@keta.gr
web site: www.keta.gr

Αν θέλετε και εσείς να προβάλετε το έργο του φορέα σας στείλτε μας το προφίλ, τις δραστηριότητες και το λογότυπο και εμείς θα αναλάβουμε για τη δημοσίευσή του χωρίς κόστος.