

τεύχος  
Ιουνίου  
2011

65

3ΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ  
ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ.  
ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΔΩΡΕΑΝ ΣΤΑ ΜΕΛΗ  
ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ

# στην βήματα ανάπτυξη

Επιμελητήριο Ηρακλείου

**Πανελλαδική σύγκριση περιφερειών**

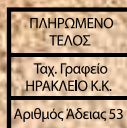
**Γενικό Εμπορικό Μητρώο**

**Μανώλης Φραγκάκης: Δίκτυο Κρητικού Ελαιολάδου**

**Συνεντεύξεις: Αλκιβιάδης Καλαμπόκης  
Μανώλης Κουμαντάκης**

**Branding: αξία και όραμα**

**Τοπική οικονομία και τράπεζες**





## περιεχόμενα

- 4 - Οργάνωση & διάρθρωση υπηρεσιών Επιμελητηρίου
- 6 - Διοικητικό Συμβούλιο Επιμελητηρίου
- 7 - Χαιρετισμός Προέδρου
- 8 - Νέα - Επιστολές Επιμελητηρίου
- 12 - Επιχειρηματικές Ειδίσεις
- 18 - Μανώλης Κουμαντάκης, Πρόεδρος Εμπορικού Συλλόγου Ηρακλείου
- 19 - Καταχώρηση στο Google places - Google maps
- 22 - Μανώλης Φραγκάκης, Πρόεδρος Δικτύου Κρητικού Ελαιολάδου
- 24 - Σεμινάρια ΚΕΚ
- 26 - Αλκιβιάδης Καλαμπόκης, Διευθύνων Σύμβουλος ΟΠΕ - Πρόεδρος ΣΕΚ
- 29 - 2ος Διαγωνισμός Βράβευσης επιχειρήσεων
- 30 - Προγράμματα Στήριξης Επιχειρήσεων
- 33 - e-Επιμελητήριο
- 34 - Η κατάσταση της τοπικής οικονομίας και ο ρόλος των τραπεζών
- 38 - Χωράει το συναίσθημα στις επιχειρήσεις;
- 40 - Η συναισθηματική επικοινωνία μέσα και έξω από το χώρο εργασίας
- 42 - Υπηρεσία μιας Στάσης η Γενικό Εμπορικό Μητρώο
- 44 - Σύμφωνο Συνεργασίας στο Ναυτικό Τουρισμό
- 45 - Πιλοτική δράση στήριξης των ΜΜΕ Λιανεμπορίου
- 46 - Πανελλαδική Σύγκριση Περιφερειών
- 54 - Branding: αξία και όραμα
- 56 - Η Περιφέρεια Κρήτης και η πρόκληση της Κρητικής Διατροφής
- 60 - Το αλκοόλ στο χώρο εργασίας
- 62 - Επιχειρείν με γνώση
- 64 - Εκθέσεις
- 65 - Προσφορές - Ζητήσεις
- 66 - Βιβλία
- 67 - Τιμοκατάλογος

ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ:  
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ  
Κορωναίου 9, 71202 Ηράκλειο  
Τηλ:2810 247000  
Κωδικός:4340  
www.ebeh.gr

### Εκδότης:

Αικατερίνη Τζανάκη  
Κορωναίου 9, 71202 Ηράκλειο  
Υπεύθυνος Τυπογραφείου:  
Ηρακλής Καλσπεράκης  
Κορωναίου 9, 71202 Ηράκλειο  
Υπεύθυνη σύμφωνα με το Νόμο:  
Αικατερίνη Τζανάκη  
Προϊσταμένη Διεύθυνσης Επιμελητηρίου Ηρακλείου  
Διευθυντής Σύνταξης:  
Δρ. Μιχάλης Καθαράκης  
Κορωναίου 14, 71202 Ηράκλειο  
Δημοσιογραφική Επιμέλεια:  
Φωτεινή Ελευθερίου  
Ομάδα Σύνταξης:  
Άννα Ανδριανάκη, Έφη Γοραντωνάκη, Ηρακλής  
Καλσπεράκης, Γιώργος Καραπιδάκης, Γεωργία Παπαδάκη

Τα Διοικητικά Όργανα του Επιμελητηρίου Ηρακλείου

### ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ: Νικόλαος Δολαψάκης  
Α' ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ: Γιάννης Περάκης  
Β' ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ: Γιάννης Βιτσαράς  
ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ: Ευάγγελος Καρκανάκης  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΕΠΟΠΤΗΣ: Εμμανουήλ Φραγκάκης

### ΤΜΗΜΑΤΑ

ΕΜΠΟΡΙΟΥ  
ΠΡΟΕΔΡΟΣ: Μαρία Πιταροκοίλη - Χατζηγεωργίου  
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ - ΕΞΑΓΩΓΩΝ  
ΠΡΟΕΔΡΟΣ: Ιωάννης Ανυφαντάκης  
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ  
ΠΡΟΕΔΡΟΣ: Γιώργος Μπαμιεδάκης  
ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΟ  
ΠΡΟΕΔΡΟΣ: Νικόλαος Σακελλαρίδης

### ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ

Προϊσταμένη Διεύθυνσης: Αικατερίνη Τζανάκη  
Τμήμα Διοικητικού - Οικονομικού  
Προϊσταμένη: Άννα Ανδριανάκη  
Τμήμα Μητρώου - Μηχανογραφικών Εφαρμογών  
Προϊσταμένη: Πόπη Σμαραγδή - Βασιλοκωνσταντάκη  
Γραφείο Εξυπηρέτησης & Στήριξης Επιχειρήσεων  
Υπεύθυνη: Μαρία Πετράκη  
Παράρτημα Μεσσαράς (Μοίρες)  
Μέλπω Θεοδωράκη  
ΚΕΚ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΧΟΛΕΣ  
Διευθυντής: Δρ. Μιχάλης Καθαράκης

### Στοιχεία Περιοδικού

E-mail: periodiko@ebeh.gr  
Επιμέλεια Σελιδοποίησης: MKS Διαφημιστική Μεταεαράκη  
Μπιτζανίου 10, 712 01, Ηράκλειο Κρήτης,  
Τηλ.: 2810 341986, Fax: 2810 289395  
e-mail: mks-metax@her.forthnet.gr  
Layout -μοκέτα: MKS Διαφημιστική Μεταεαράκη  
Φωτογραφία: istockphoto  
Εκτύπωση: Γ. Δετοράκης ΑΕΒΕ  
ΒΙΠΕ Οδός Θ' Ηράκλειο Κρήτης  
Τηλ: 2810 380931, Fax:2810 380930

Οι απόψεις που διατυπώνονται στα φιλοξενούμενα άρθρα  
δεν ταυτίζονται απαραίτητα με τις θέσεις του Επιμελητηρίου  
Ηρακλείου



**CROESUS**

HERAKLIO HERSONISSOS RETHYMNO CHANIA ELOUNDA BEACH  
Οδός 1821 αρ. 65 Ηράκλειο Κρήτης Τηλ: 2810 287924 [www.croesus.gr](http://www.croesus.gr), [info@croesus.gr](mailto:info@croesus.gr)

*Chopard*

## Οργάνωση και διάθρωση υπηρεσιών Επιμελητηρίου Ηρακλείου

**ΠΡΟΕΔΡΟΣ**  
Νικήτας Δολαψάκης  
president@ebeh.gr

**ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ**  
Αικατερίνη Τζανάκη  
τηλ: 2810 247029,  
tzanaki@ebeh.gr

**ΓΡΑΜΜ. ΠΡΟΕΔΡΟΥ &  
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ**  
Γιάννα Βαριτάκη  
τηλ: 2810 2470024,  
varitaki@ebeh.gr

### ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ

**ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ**  
Άννα Ανδριανάκη –  
Παπαγιάννη  
τηλ: 2810 247011,  
andrianaki@ebeh.gr

Άρης Βερόγιαννης  
τηλ: 2810 247013,  
vemogiannis@ebeh.gr

Μιχάλης Λυδάκης  
τηλ: 2810 247012,  
lidakis@ebeh.gr

Μαρία Μεντζάκη  
τηλ: 2810 247014,  
mentzaki@ebeh.gr

**ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟ**  
Σοφία Καπετανάκη  
τηλ: 2810 247028,  
kapetanaki@ebeh.gr

### ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΜΕΣΣΑΡΑΣ (ΜΟΙΡΕΣ)

Μέλω θεοδωράκη  
τηλ: 28920 24994,  
moires@ebeh.gr

### ΤΜΗΜΑ ΜΗΤΡΟΥ – ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

**ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ**  
Πόπη Σμαραγδή –  
Βασιλοκωνσταντάκη  
τηλ: 2810 247018,  
smaragdi@ebeh.gr

**ΜΗΤΡΩΟ**  
Ρένα Βελιβασάκη  
τηλ: 2810 247023,  
velivasaki@ebeh.gr

Τάσος Γρηγοράκης  
τηλ: 2810 247025,  
grigorakis@ebeh.gr

Μανώλης Γρινιεζάκης  
τηλ: 2810 247017,  
griniezakis@ebeh.gr

Κατερίνα Καράμπελα  
τηλ: 2810 247022,  
karabela@ebeh.gr

Βαρδής Νικολιδάκης  
τηλ: 2810 247032,  
vardis@ebeh.gr

Ελευθερία Χαλκιαδάκη  
τηλ: 2810 247016,  
Chalkiadaki@ebeh.gr

**ΕΞΑΓΩΓΕΣ**  
Μαρία Σπαθαράκη  
τηλ: 2810 247030,  
spatharaki@ebeh.gr

**ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ**  
Ηρακλής Καλησπεράκης  
τηλ: 2810 247038,  
Kalisperakis@ebeh.gr

### ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ & ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – ΣΤΗΡΙΞΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

**ΥΠΕΥΘΥΝΗ**  
Μαρία Πετράκη  
τηλ: 2810 247033,  
petraki@ebeh.gr

Λένα Στεφανουδάκη  
τηλ: 2810 247034,  
stefanoudaki@ebeh.gr

**ΠΡΑΓΜΑΤΟΓΝΩΜΟΣΥΝΕΣ**  
Λένα Στεφανουδάκη  
τηλ: 2810 247034, ste-  
fanoudaki@ebeh.gr

### ΕΙΔΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ

Ευάγγελος Δουλουφάκης  
τηλ: 2810 247036,  
douloufakis@ebeh.gr

### ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΥΠΟΥ ΕΚΔΟΣΕΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Αφροδίτη Γοραντωνάκη  
τηλ: 2810 247037,  
gorantonaki@ebeh.gr

### ΚΕΚ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΧΟΛΕΣ

**ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ**  
Μιχάλης Καθαράκης  
τηλ: 2810 344738,  
katharak@katartisi.gr

**ΥΠΟΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ**  
Γιώργος Καραπιδάκης  
τηλ: 2810 282026,  
karapidakis@katartisi.gr

**ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ**  
Μαρία Βενιχάκη  
τηλ: 2810 331590,  
venihaki@katartisi.gr

**ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ**  
Ευαγγελία Αλπάτη  
τηλ: 2810 302734,  
alpati@katartisi.gr

[www.ebeh.gr](http://www.ebeh.gr)

Διεύθυνση: Κορωναίου 9, 71202, Ηράκλειο Κρήτης  
Τηλεφωνικό Κέντρο: 2810 247000, Fax: 2810 222914

# FOROTAXIS

ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ - ΦΟΡΟΤΕΧΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Πληρώνεις το σωστό **FORO**;  
Μη μένεις αδιά**FORO**ς!  
Έλεγξε τα **FORO**λογικά σου  
εντελώς δωρεάν

ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΦΟΡΟΤΕΧΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Πλ: Αναξαγόρα 6 • 71306 • Ηράκλειο • Κρήτη • Τηλ: 2810 212970 • Fax: 2810 320306

[www.forotaxis.gr](http://www.forotaxis.gr) • [info@forotaxis.gr](mailto:info@forotaxis.gr)

## Δ.Σ. Επιμελητηρίου Ηρακλείου

### ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

#### ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ:	ΔΟΛΑΨΑΚΗΣ ΝΙΚΗΤΑΣ	2810 247024
Α' ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ:	ΠΕΡΑΚΗΣ ΓΙΑΝΝΗΣ	2810 330317
Β' ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ	ΒΙΤΣΑΡΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	2810 381766
ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ:	ΚΑΡΚΑΝΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ	2810 380931
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΕΠΟΠΤΗΣ:	ΦΡΑΓΚΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	2810 346001

#### ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ: ΠΙΤΑΡΟΚΟΙΛΗ-ΧΑΤΖΗΓΕΩΡΓΙΟΥ ΜΑΡΙΑ 2810 281253

ΓΑΛΑΝΟΣ ΑΝΤΩΝΗΣ	2810 223664
ΓΕΩΡΓΑΝΤΑΣ ΠΕΤΡΟΣ	2810240261
ΚΟΚΚΙΝΟΥ ΣΤΕΛΛΑ	2810 342641
ΚΟΥΜΑΝΤΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	2810 316118
ΛΕΒΕΝΤΑΚΗ ΕΛΕΝΗ	2810 341054
ΞΥΛΟΥΡΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	28930 31395
ΣΤΕΦΑΝΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ	2810 326903
ΣΦΥΡΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	2810 370873
ΦΡΑΓΚΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	2810 346001

#### ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΤΕΧΝΙΑΣ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ: ΣΑΚΕΛΑΡΙΔΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ 2810 234521

ΑΒΡΑΑΜ ΓΡΗΓΟΡΗΣ	2810 314476
ΑΝΔΡΕΑΔΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	2810 360818
ΑΝΤΩΝΟΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	2810 280100
ΒΙΤΣΑΡΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	2810 381766
ΔΟΛΑΨΑΚΗΣ ΝΙΚΗΤΑΣ	2810 231418
ΚΑΡΟΥΖΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	2810 381097
ΛΕΚΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	2810 255406
ΠΕΡΑΚΗΣ ΓΙΑΝΝΗΣ	2810 330317
ΠΕΡΙΣΥΝΑΚΗ ΤΩΝΙΑ	2810 236616

#### ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ - ΕΞΑΓΩΓΩΝ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ: ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ ΓΙΑΝΝΗΣ 2810 381381

ΑΛΙΦΙΕΡΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	2810 380582
ΓΙΑΝΝΟΥΛΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	2810 542424
ΚΑΡΚΑΝΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ	2810 380931
ΦΑΡΣΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	2810 381020

#### ΤΜΗΜΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ: ΜΠΑΜΙΕΔΑΚΗΣ ΓΙΩΡΓΟΣ 2810 222408

ΑΝΔΡΙΑΝΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ	2810 360501
ΓΙΑΒΡΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	2810 244448
ΚΑΚΟΥΔΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ	2810 320500
ΡΙΤΣΟΠΟΥΛΟΣ ΦΩΤΙΟΣ	2810 211150
ΧΑΙΡΕΤΗ ΜΑΡΙΝΑ	2810 311700

## Αγαπητοί φίλοι

Στο παρόν τεύχος παρουσιάζεται μια ποικιλία ενδιαφέροντος υλικού με τη φιλοδοξία να στρέψουμε το βλέμμα του αναγνώστη σε διάφορες πτυχές της επιχειρηματικότητας, που δίνουν προστιθέμενη αξία στην παραγωγική διαδικασία.

Άρθρα όπως η συναισθηματική επικοινωνία, η νέα οικονομία των ιδεών, η δημιουργία cluster, το συναίσθημα και η επιχειρηματικότητα, η αξία του Branding, αποτελούν μερικές από τις αθέατες όψεις της καθημερινής επιχειρηματικότητας.

Επιπλέον, παρουσιάζεται μια σύγκριση των περιφερειών της χώρας.

Με το βλέμμα στραμμένο στην προσδοκία για ένα καλύτερο μέλλον ευχόμαστε καλή ανάγνωση.



**Νικήτας Δολαψάκης**  
Πρόεδρος  
Επιμελητηρίου Ηρακλείου

ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΕ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

ΚΑΙ ΚΕΡΔΙΣΕ

είναι στο χέρι σου...

enterprise  
europe  
network

- για να μην κυνηγάς την πληροφορία
- για να μαθαίνεις πρώτος τα νέα
- για να ενημερώνεσαι ως προς τις εξελίξεις στον κλάδο σου
- για να γνωρίζεις τα νέα προγράμματα & τις χρηματοδοτήσεις
- για να υποβάλεις τα ερωτήματά σου & ν' απαντώνται άμεσα

***Δώσε μας το e-mail σου\****

\*δεν έχεις e-mail και δεν ξέρεις πως ν' αποκτήσεις;

Με μια επίσκεψη στο Επιμελητήριο, σου φτιάχνουμε το δικό σου e-mail μέσω από το οποίο θα ενημερώνεσαι για όλες τις δραστηριότητες που σε αφορούν.

Επικοινωνήσε μαζί μας:

Γραφείο Εξυπηρέτησης & Στήριξης Επιχειρήσεων

• Μαρία Πετράκη, τηλ: 2810 247033, email:petraki@ebh.gr • Λένα Στεφανουδάκη, τηλ: 2810 247034, email:stefanoudaki@ebh.gr



### ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΤΟΥ ΠΡΕΣΒΗ ΤΗΣ ΕΣΘΟΝΙΑΣ

Σε ιδιαίτερα εποικοδομητική και για τις δύο πλευρές εξελίχθηκε η επίσκεψη του Πρέσβη της Εσθονίας στην Αθήνα, κ. Andres Talvik, στις 18 Μαΐου, στο Επιμελητήριο Ηρακλείου.

Σε συνάντηση, με τον Πρόεδρο του Επιμελητηρίου Ηρακλείου κ. Νικήτα Δολαψάκη, ενημερώθηκε εκτενώς για την οικονομική δραστηριότητα στο Νομό Ηρακλείου και την πορεία των επιμέρους κλάδων της τοπικής επιχειρηματικότητας.

Ο κ. Δολαψάκης πρότεινε στον Εσθονό Πρέσβη τη διοργάνωση εκατέρωθεν επιχειρηματικών αποστολών για να συζητήσουν επ' ευθείας, επιχειρηματίες της Εσθονίας και του Ηρακλείου τις δυνατότητες μεταξύ τους συνεργασίας, καθώς διαπιστώθηκε αμοιβαίο ενδιαφέρον για εμπορικές συναλλαγές σε πολλούς τομείς.

Ο κ. Talvik επισήμανε ότι πολλά από τα αξιόλογα κρητικά προϊόντα είναι άγνωστα στους Εσθονούς καταναλωτές και έκρινε απαραίτητο το marketing για την προβολή τους στη χώρα του.

Στη διάρκεια της συνάντησης έγινε ιδιαίτερη αναφορά από τον κ. Δολαψάκη στις προσπάθειες προώθησης του κρητικού προτύπου διατροφής, τον τουρισμό και τις εναλλακτικές μορφές του, εκφράζοντας την εκτίμησή ότι η αναμενόμενη φετινή αύξηση της τουριστικής κίνησης, μπορεί να δώσει ώθηση και σε άλλους κλάδους της οικονομίας που συνδέονται με τον τουρισμό.

Είχε προηγηθεί εκτενής ενημέρωση για τις επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα καθώς και εκείνες που διαγράφουν σημαντική πορεία παρά τις αντίξοες οικονομικές συνθήκες.

### ΟΜΙΛΙΑ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΚΑΤΑ ΤΗ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΑΝΤΩΝΗ ΣΑΜΑΡΑ - ΦΟΡΕΩΝ ΝΟΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ



Τα καιρία ζητήματα που απασχολούν την επιχειρηματική κοινότητα του Νομού Ηρακλείου έθεσε στον Πρόεδρο της αξιωματικής Αντιπολίτευσης κ. Αντώνη Σαμαρά ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ηρακλείου κ. Νικήτας Δολαψάκης, κατά τη συνάντηση με τους εκπροσώπους των παραγωγικών φορέων, που πραγματοποιήθηκε στις 2 Ιουνίου στο Επιμελητήριο Ηρακλείου.

Ο κ. Δολαψάκης αναφέρθηκε στα τεράστια προβλήματα της αγοράς τονίζοντας ότι «η αδυναμία λήψης μέτρων αναπτυξιακού χαρακτήρα και παράλληλα η έλλειψη ρευστότητας οδηγούν στον αφανισμό των επιχειρήσεων και δημιουργούν συνθήκες αβεβαιότητας. Πρέπει άμεσα να ληφθούν μέτρα για να ομαλοποιηθεί η κατάσταση στην αγορά».

Ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ηρακλείου έκανε ιδιαίτερη αναφορά στην τακτική που ακολουθούν οι τράπεζες τονίζοντας με έμφαση ότι έχει αλλάξει άρδην ο τρόπος που αντιμετωπίζουν πλέον τους επιχειρηματίες.

«Την κύρια ευθύνη για την κατάσταση που βιώνουμε όλοι φέρει η κυβέρνηση» επισήμανε ο κ. Δολαψάκης και πρόσθεσε «υπάρχει όμως αναδρομική ευθύνη των κυβερνήσεων των τελευταίων 30 ετών που ανέθρεψαν αυτό το πολύ δαπανηρό και χωρίς αναπτυξιακού στόχους κράτος».

Ο κ. Δολαψάκης αναφέρθηκε στα έργα που απαιτούνται για να τεθεί η Κρήτη σε αναπτυξιακή τροχιά, όπως η κατασκευή νέου αεροδρομίου, η βελτίωση των οδικών δικτύων, η δημιουργία οργανωμένων βιοτεχνικών πάρκων και η κατασκευή λιμανιού στο νότο, για το οποίο υπογράμμισε: «Ήμασταν ο μόνος φορέας που τόχθηκε εξ' αρχής υπέρ της επένδυσης αυτής γιατί πιστεύουμε ότι η Κρήτη πρέπει να στρέψει τη στρατηγική της στον αραβικό κόσμο».

Αναφερόμενος στις γενικότερες αλλαγές που απαιτούνται στη χώρα, είπε χαρακτηριστικά: «Πρέπει ν' αλλάξουμε όλοι, οι κυβερνώντες αλλά και οι επιχειρηματίες. Να δώσουμε έμφαση στην εξωστρέφεια, στην ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών μας, και εμείς εδώ στην Κρήτη να στηρίξουμε το πρότυπο της κρητικής διατροφής. Πρέπει να απολαγούμε από αυτό το κράτος της ρουσφετολογίας, της μίζας και της γραφειοκρατίας». Τέλος, ο κ. Δολαψάκης παρέδωσε στον Πρόεδρο της Νέας Δημοκρατίας, αναλυτικό υπόμνημα με όλες τις θέσεις του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, σχετικά με τις απαιτούμενες αναπτυξιακές δράσεις, και τις προτάσεις για την επίλυση των προβλημάτων που απασχολούν την επιχειρηματική κοινότητα.

### Ο ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΑΚΟΛΟΥΘΟΣ ΤΗΣ ΟΥΓΓΑΡΙΑΣ ΣΤΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Επίσημη επίσκεψη στο Επιμελητήριο Ηρακλείου πραγματοποίησε στις 23 Μαΐου ο Εμπορικός Ακόλουθος της Πρεσβείας της Ουγγαρίας στην Αθήνα, κ. Akos Nemeth, ο οποίος βρισκόταν από την προηγούμενη ημέρα στην Κρήτη.

Ο Ούγγρος διπλωμάτης συναντήθηκε με τον Πρόεδρο του Επιμελητηρίου Ηρακλείου κ. Νικήτα Δολαψάκη με τον οποίο συζήτησαν τους πιθανούς μελλοντικούς τομείς συνεργασίας ανάμεσα σε κρητικές και ουγγρικές επιχειρήσεις.

Ο κ. Δολαψάκης επισήμανε την έμφαση που δίνει το Επιμελητήριο Ηρακλείου στην εξωστρέφεια των επιχειρήσεων του Νομού, παρά το δυσμενές οικονομικό κλίμα και πρότεινε στον κ. Nemeth την ανταλλαγή επιχειρηματικών συναντήσεων στη χώρα του και στην Κρήτη αντίστοιχα, για ν' αναδειχθεί το πραγματικό ενδιαφέρον ανάμεσα στις επιχειρήσεις των δύο περιοχών.



## ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

### ΤΟΥΡΚΙΚΗ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΙΑ ΣΤΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Εθιμοτυπική επίσκεψη στο Επιμελητήριο Ηρακλείου πραγματοποίησε στις 20 Ιουνίου αντιπροσωπεία επιτετραμμένων από τα Μουδανιά της Τουρκίας.

Πρόκειται για το Δήμαρχο της Πόλης, κ. Hasan Akturk τον Αντιδήμαρχο, Dr Kartal Saldiris καθώς επίσης τον Πρόεδρο κ. Emir Ali Usta και τον Αντιπρόεδρο κ. Esat Demicran του Επιμελητηρίου της περιοχής, οι οποίοι συναντήθηκαν με τον Πρόεδρο του Επιμελητηρίου Ηρακλείου κ. Νικήτα Δολαφάκη.

Η τουρκική αντιπροσωπεία πρότεινε την αδελφοποίηση των δύο Επιμελητηρίων με στόχο τη σύσφιξη των εμπορικών σχέσεων των δύο περιοχών, οι οποίες άλλωστε συνδέονται ιστορικά, λόγω της ανταλλαγής πληθυσμών μετά τη Μικρασιατική καταστροφή.

Την αντιπροσωπεία συνόδευαν ο τουρκοκρητικός από το Ηράκλειο κ. Ali Pekman, η πρώην πρόεδρος του Συλλόγου Αλατσατιανών Ηρακλείου κ. Μαλβίνα Σφίγγα και ο υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων και Τύπου του Συλλόγου κ. Μηνάς Καφούσης.



## ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

### ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ «ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ • ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»

Με τη συμμετοχή εκπροσώπων αρκετών επιχειρηματικών κλάδων πραγματοποιήθηκε η παρουσίαση του προγράμματος «ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ - ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ», στις 6 Απριλίου στην αίθουσα «ΚΑΣΤΕΛΛΑΚΗ» του Επιμελητηρίου Ηρακλείου.

Κατά την έναρξη της εκδήλωσης ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ηρακλείου κ. Νικήτας Δολαφάκης, υπογράμμισε ότι η εξωστρέφεια των τοπικών επιχειρήσεων είναι η διέξοδος που μπορεί να δώσει ώθηση στην ανάπτυξη και κάλεσε τους επιχειρηματίες να συμμετέχουν σε όλες τις δράσεις οι οποίες στοχεύουν στην ενίσχυση της εξαγωγικής τους δραστηριότητας.

Ο Γενικός Γραμματέας του Επιμελητηρίου Ηρακλείου και Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. της Αναπτυξιακής Κρήτης κ. Ευάγγελος Καρκανάκης αναφέρθηκε στο σύνολο των Προγραμμάτων που υλοποιεί ή πρόκειται να υλοποιήσει η Αναπτυξιακή Κρήτης, τονίζοντας τις ευκαιρίες που προσφέρουν

στις τοπικές επιχειρήσεις.

Ο Πρόεδρος του Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης κ. Αλκιβιάδης Καλαμπόκης, μίλησε για τη συμβολή του ΣΕΚ και των άλλων εξαγωγικών φορέων της χώρας στη διαμόρφωση του Προγράμματος αυτού, το οποίο όπως επισήμανε, είναι προσαρμοσμένο στις πραγματικές ανάγκες των επιχειρήσεων.

Η εκτενής και εμπειρισταωμένη παρουσίαση του Προγράμματος «ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ - ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ» έγινε από την κ. Μαρία Γρυπάρη, στέλεχος της Αναπτυξιακής Κρήτης και υπεύθυνη του Προγράμματος.

Η εκδήλωση συνδιοργανώθηκε από το Επιμελητήριο Ηρακλείου, τον Σύνδεσμο Εξαγωγέων Κρήτης και την Αναπτυξιακή Κρήτης - εταίρο του Ενδιάμεσου Φορέα του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα & Επιχειρηματικότητα 2007-2013» ή ΕΠΑΝ ΙΙ (ΕΦΕΠΑΕ) με χωρική αρμοδιότητα την Περιφέρεια Κρήτης.

### «ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΝ ΜΕΣΩ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ» ΕΚΔΗΛΩΣΗ

#### ΑΠΟ ΤΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ



Ανοικτή εκδήλωση με θέμα «Προοπτικές Ανάπτυξης εν μέσω οικονομικής κρίσης» διοργάνωσε στις 6 Ιουνίου το Επιμελητήριο Ηρακλείου.

Στόχος της εκδήλωσης ήταν να διερευνηθούν οι δυνατότητες βελτίωσης του οικονομικού κλίματος στην Ελλάδα και οι δράσεις που μπορούν να αναληφθούν σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο.

Κύριοι ομιλητές της εκδήλωσης ήταν ο δημοσιογράφος κ. Στέλιος Κούλογλου, ο αναπληρωτής Καθηγητής Πολιτικών Εκπαίδευσης και Κατάρτισης & Πρόεδρος του Τμήματος Πολιτικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Κρήτης κ. Νίκος Παπαδάκης και ο ομότιμος καθηγητής του Τμήματος Μηχανικών Ορυκτών Πόρων του Πολυτεχνείου Κρήτης και ομότιμος ερευνητής της Γεωλογικής Υπηρεσίας του Καναδά κ. Αντώνης Φώσκολος.

Τα θέματα που ανέπτυξαν οι ομιλητές ήταν τα εξής:

- **Στέλιος Κούλογλου:** «Οικονομική κρίση: Υπάρχουν περιθώρια ανάκαμψης;»
- **Νίκος Παπαδάκης:** «Ευρωπαϊκή Ένωση: Η κρίση και οι κρίσεις»
- **Αντώνης Φώσκολος:** «Οικονομική & Γεωπολιτική σημασία των κοιτοσμάτων υδρογονοανθράκων της Κρήτης για την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση.»



## ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΞΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΑΚΟΛΟΥΘΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



Τις επενδυτικές ευκαιρίες στην Κρήτη ανέπτυξε ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, κ. Νικήτας Δολαψάκης στους Ξένους οικονομικούς και εμπορικούς ακολούθους που βρέθηκαν στη Κρήτη στις 16 Ιουνίου, προσκεκλημένοι της Περιφέρειας Κρήτης. Ο κ. Δολαψάκης επισήμανε μεταξύ άλλων:

«Τα τελευταία χρόνια η Κρήτη έχει ενταχθεί στο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον και έχει αναδειχθεί σε ένα πραγματικό Οικονομικό, Πολιτιστικό, Ερευνητικό, Εκπαιδευτικό, Κοινωνικό Κέντρο. Στα συγκριτικά επενδυτικά πλεονεκτήματα πρέπει να γίνει ειδική αναφορά στο φυσικό μας περιβάλλον και το κλίμα μας αλλά και σε δυναμικούς τομείς που συνεργούν στις Ξένες επενδύσεις και δρουν πολλαπλασιαστικά, όπως για παράδειγμα οι ανεπτυγμένες υπηρεσίες, τα δίκτυα, το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, κλπ. Ας μη ξεχνάμε και τα πρωτοπόρα ερευνητικά ιδρύματα, με παγκόσμιες επιτυχίες: Το Ινστιτούτο Τεχνολογίας και Έρευνας, το Πολυτεχνείο Κρήτης, το ΤΕΙ και το Πανεπιστήμιο Κρήτης. Είναι πλέον προφανές ότι ανάλογες μονάδες παραγωγής και διακίνησης της γνώσης είναι αυτές που θα αποτελούν στο μέλλον το σημείο αναφοράς της οικονομίας». Στη συνέχεια, ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ηρακλείου αναφέρθηκε αναλυτικά στις προοπτικές συνεργασίας στους επιμέρους τομείς, όπως ο Πρωτογενής Τομέας, η βιομηχανία και η μεταποίηση, ο τουρισμός και οι υπηρεσίες και τόνισε τις πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί για τη διευκόλυνση της επιχειρηματικότητας όπως η δημιουργία επιχειρηματικών πάρκων και συνεργατικών συνεταιρισμών. Τέλος, αναφέρθηκε στις επιχειρήσεις του νομού που έχουν αναπτύξει ήδη εξωστρέφεια και δείχνουν το δρόμο της ανάπτυξης, στο τομέα των τροφίμων, των πλαστικών, των κατασκευών και της ενέργειας.

## ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στο τελευταίο τρίμηνο οι επιχειρήσεις – μέλη του Επιμελητηρίου Ηρακλείου ενημερώθηκαν για τα παρακάτω:

- Για την έναρξη του έργου SY\_CULTour: Συνέργεια πολιτισμού και τουρισμού για την αξιοποίηση πολιτιστικών πόρων σε λιγότερο δημοφιλείς αγροτικές περιοχές, στο πλαίσιο του προγράμματος South East Europe (SEE). Βασικός στόχος του έργου είναι η βελτίωση της διαχείρισης των πολιτιστικών αξιών στις αγροτικές περιοχές, ώστε να μπορούν να συμβάλουν στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των λιγότερο δημοφιλών αγροτικών περιοχών. Στο πλαίσιο του έργου, η βελτίωση της διαχείρισης των πολιτιστικών πόρων θα επιτευχθεί μέσω της ανάπτυξης, εφαρμογής και προώθησης μιας κοινής μεθοδολογίας διαχείρισης στις αγροτικές περιοχές, βασισμένης στη συμμετοχική προσέγγιση των ενδιαφερομένων μερών. Το έργο SY\_CULTour χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα εδαφικής συνεργασίας των χωρών της Νοτιο-ανατολικής

**Επιστολή στην Υπουργό Παιδείας, Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων, κ. Άννα Διαμαντοπούλου**, με αφορμή την πρόσφατη προκήρυξη του πανελληνίου μαθητικού διαγωνισμού με τίτλο: ΣΧΟΛΙΚΑ ΜΑΓΕΙΡΕΜΑΤΑ «Τρέφομαι μεσογειακά, ζω καλύτερα».

Στην επιστολή γίνεται λόγος για την άστοχη χρήση του όρου «μεσογειακή διατροφή». Όπως και παλιότερα είχε επισημάνει σε επιστολή του το Επιμελητήριο στα αρμόδια υπουργεία και τις υπηρεσίες τους: «Στις χώρες αυτές δεν υπάρχει κοινός διατροφικός πολιτισμός παρά μόνο κοινά προϊόντα. Άλλωστε, η διατροφή μιας πληθυσμιακής ομάδας διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό από τις πολιτιστικές, κοινωνικές, οικονομικές και θρησκευτικές ιδιαιτερότητες, όχι μόνο από τα παραγόμενα προϊόντα. Θα σας είναι ήδη γνωστό ότι το ελαιόλαδο, το κρασί ή το χοιρινό κρέας με προέλευση μεσογειακή, καταναλώνεται σε μεγάλες ποσότητες στην Κρήτη και σε άλλες ελληνικές περιοχές, ενώ σε άλλες πάλι ήταν μέχρι και πριν από λίγα χρόνια άγνωστο ή απαγορευμένο.»

Η επιστολή συνεχίζει επισημαίνοντας: «Για ακόμη μια φορά προτείνουμε στους εκπροσώπους της Ελληνικής πολιτείας, όταν δεν αναφέρονται σε τοπικές διατροφικές παραδόσεις περιοχών της Ελλάδας, αντί να χρησιμοποιούν τον οδόκιμο γενικευτικό όρο «Μεσογειακή Διατροφή» να χρησιμοποιούν τον ορθότερο όρο «Ελληνικός Διατροφικός Πολιτισμός».

Γίνεται παράκληση να ανασταλεί ο διαγωνισμός αυτός και να επαναληφθεί επί το ορθό η πρόσκληση κάνοντας αναφορά στον ελληνικό Διατροφικό πολιτισμό εξειδικεύοντας ίσως ανά περιφέρεια τον όρο που αντιστοιχεί στην εκάστοτε περιοχή, προκειμένου να διαφυλαχθεί η εθνική και τοπική μας ταυτότητα, η οποία πρέπει να αποτελεί και άυλο τοπικό πλούτο.

## ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ISO 9001:2008

Το Επιμελητήριο Ηρακλείου πιστοποιήθηκε σύμφωνα με το πρότυπο διαχείρισης ποιότητας ISO 9001:2008 για τις παρεχόμενες υπηρεσίες του. Το Πιστοποιητικό απονεμήθηκε στο Επιμελητήριο Ηρακλείου έπειτα από τη διαδικασία και τον έλεγχο πιστοποίησης που διενεργήθηκε από τον εγκεκριμένο φορέα ελέγχου TUV HELLAS.

Ειδικότερα το Επιμελητήριο Ηρακλείου πιστοποιήθηκε: «Σχετικά με την παροχή υπηρεσιών βάσει της ιδρυτικής πράξης του Επιμελητηρίου, καθώς και με το σχεδιασμό και την παροχή νέων υπηρεσιών / δραστηριοτήτων, έτσι ώστε να ανταποκρίνεται στο ρόλο που απαιτούν οι εκάστοτε επιχειρηματικές και κοινωνικές συνθήκες καθώς και το εκάστοτε νομικό πλαίσιο.»

Ευρώπης της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

- Την συμμετοχή του Επιμελητηρίου Ηρακλείου στο πρόγραμμα Εδαφικής Συνεργασίας Ελλάδα-Κύπρος 2007-2013.
- Την αναβολή της επιχειρηματικής αποστολής που επρόκειτο να πραγματοποιήσει το Επιμελητήριο Ηρακλείου στο Βελιγράδι 26-29 Ιουνίου.
- Την αποστολή Ελλήνων επιχειρηματιών στο Επιχειρηματικό Κέντρο CIS - NOLA, που πραγματοποίησε το Ιταλικό Ινστιτούτο Εξωτερικού Εμπορίου σε συνεργασία με το εν λόγω Κέντρο, ώστε να ενημερωθούν για την αγορά και τις νέες τάσεις στους πολύ ενδιαφέροντες τομείς της «ένδυσης» και των «λευκών ειδών» στην Ιταλία.
- Για τη διοργάνωση της 10ης Πανελληνίας Γενικής Έκθεσης ΚΡΗΤΗ 2011 6-9 Οκτωβρίου στο Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Κρήτης.



LOGISTICS - ΚΕΝΤΡΙΚΕΣ ΑΠΟΘΗΚΕΣ ΣΤΟ ΓΑΖΙ, ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΕΠΙΦΑΝΕΙΑΣ 15.000 m<sup>2</sup>. ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ 10 ΜΗΝΕΣ

## ΔΙΝΟΥΜΕ ΛΥΣΕΙΣ ΣΕ ΚΑΘΕ ΔΥΣΚΟΛΟ ΕΙΔΙΚΟ ΤΕΧΝΙΚΟ ΕΡΓΟ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΜΕ: ΠΟΙΟΤΗΤΑ - ΣΥΝΕΠΕΙΑ - ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ - ΑΣΦΑΛΕΙΑ



ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΟΡΟΠΕΔΙΟΥ ΛΑΣΙΘΙΟΥ ΜΕ ΚΛΕΙΣΤΟ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟ 2.700 m<sup>2</sup>,  
ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΕΠΙΦΑΝΕΙΑΣ 12.000,00 m<sup>2</sup>. ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ 8 ΜΗΝΕΣ

ΚΕΝΤΡΟ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ  
ΣΤΑ ΠΙΕΖΑ, ΣΥΝ. ΕΠΙΦΑΝΕΙΑΣ 3.500 m<sup>2</sup>.  
ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ 4 ΜΗΝΕΣ



ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΕΠΙΠΛΩΝ  
2 ΟΡΟΦΩΝ ΜΕ ΠΑΤΑΡΙ ΣΥΝ. ΕΠΙΦ. 3000m<sup>2</sup>  
ΜΑΛΛΑΔΕΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ - ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΤΑΣΚ. 3 ΜΗΝΕΣ

ΣΥΓΚΡΟΤΗΜΑ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ  
ΣΤΗΝ ΠΑΡΟ

### ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΜΕ:

- ΠΛΗΡΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ
- ΑΡΙΣΤΗ ΑΝΤΙΣΕΙΣΜΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ
- ΠΥΡΑΝΤΟΧΟ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ
- ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ - ΦΟΡΤΙΩΝ
- ΠΛΑΓΙΟΚΑΛΥΨΕΙΣ - ΠΥΡΟΧΩΡΙΣΜΑΤΑ
- ΜΕΓΑΛΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ
- ΜΙΚΡΟ ΧΡΟΝΟ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ



ΓΕΦΥΡΑ ΕΡΓΟΣΕ ΣΤΟΝ ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟ  
ΠΡΟΕΝΤΕΤΑΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ

Η ΚΡΗΤΗ ΚΑΤ ΜΠΕΤΟΝ αποτελεί μέλος του ομίλου εταιρειών ΠΑΓΩΝΑΚΗΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ που ιδρύθηκε το 1980 από τον Κωνσταντίνο Παγωνάκη, Πολιτικό Μηχανικό ΕΜΠ-Μηχ/γο Ηλεκτρολ. ΕΜΠ., με εμπειρία στις προκατασκευές μπετόν από το 1975.



Βασικός σκοπός της εταιρείας είναι να γνωρίσει στον επιχειρηματικό κόσμο και όχι μόνο, της Κρήτης ένα νέο σύστημα κατασκευής που χαρακτηρίζεται από ποιότητα, οικονομία, ασφάλεια, ταχύτητα και εγγύηση. Το σύστημα κατασκευής - στέγασης επαγγελματικών κλπ. χώρων με προεντεταμένα στοιχεία σκυροδέματος, υπερυψηλής αντοχής, για ανοίγματα χώρων έως 35 m.

Αναλαμβάνουμε τη μελέτη, παραγωγή και ανέγερση οποιοδήποτε κτιρίου από οπλισμένο, προεντεταμένο ή μη, σκυρόδεμα. Η ΚΡΗΤΗ ΚΑΤ ΜΠΕΤΟΝ διαθέτει εμπειρία, εξειδικευμένο επιστημονικό - τεχνικό προσωπικό, στελέχωση και μέσα. Από τον Ιούνιο του 2006 έως σήμερα έχουμε κατασκευάσει μόνο στην Κρήτη, κτίρια συνολικής επιφανείας πλέον των 53.000 m<sup>2</sup>.

## Κ. ΠΑΓΩΝΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.

**ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ  
(ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΟ ΠΡΟΕΝΤΕΤΑΜΕΝΟ ΣΚΥΡΟΔΕΜΑ C50/60)**

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΜΕ ISO 9001

ΗΡΑΚΛΕΙΟ: ΣΜΥΡΝΗΣ 29 - Τ.Κ. 712 01, ΤΗΛ.: +30 2810 241192, FAX: +30 2810 286375, ΚΙΝ.: 6944 324309

ΧΑΝΙΑ: ΡΩΜΑΝΟΥ 16 ΤΗΛ.: 6944 822990

e-mail: kipag@otenet.gr, www.ckc.gr

## Αξιοποιήστε την ευκαιρία, προβάλετε την επιχείρησή σας

Σε αυτές τις σελίδες του περιοδικού, όλα τα μέλη του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, μπορείτε να παρουσιάσετε ΝΕΑ της ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ σας.

Καινούργιες δραστηριότητες, αξιόλογες συνεργασίες ή πρωτοβουλίες νέα προϊόντα ή υποκαταστήματα, αλλαγή διεύθυνσης, δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, τιμητικές διακρίσεις και άλλες δράσεις που θέλετε να γνωστοποιήσετε στο ευρύ επιχειρηματικό κοινό, δημοσιεύονται εδώ εντελώς ΔΩΡΕΑΝ.

Επικοινωνήστε μαζί μας: Τηλ: 2810 247035, Fax: 2810 247043, e-mail: [eleftheriou@ebeg.gr](mailto:eleftheriou@ebeg.gr)

## Χρυσό μετάλλιο για το "Λυραράκης Μεγάλος Λόφος 2010"

Η οινοποιία Λυραράκη για ακόμη μια φορά διέπρεψε σε κορυφαίο διεθνή διαγωνισμό. Το κρασί "Λυραράκης Μεγάλος Λόφος 2010" κατέκτησε χρυσό μετάλλιο στο Διεθνή διαγωνισμό Challenge International du Vin Competition στο Μπορντώ της Γαλλίας στις 8 & 9 Απριλίου 2011, διαγωνιζόμενο ανάμεσα σε 4.624 κρασιά από 35 χώρες. Πρόκειται για μια εξαιρετική διάκριση αφού μόνο 12 ελληνικά κρασιά κατάφεραν να πάρουν βαθμολογία που να τους δίνει χρυσό. Στον ίδιο διαγωνισμό δύο ακόμη γνωστά κρασιά του κτήματος κατάφεραν ν' αποσπάσουν σημαντικές διακρίσεις. Πρόκειται για το Lyarakis Cabernet - Merlot 2007 και το Lyarakis Κοτσιφάλι - Syrah 2008 τα οποία κατέκτησαν ασημένιο και χάλκινο μετάλλιο αντίστοιχα.

**Γ.Ε.Α. Α.Ε**

**Γ. Παπανδρέου 92**

**Τηλ: 2810 286414**

**Web: [www.lyrarakis.com](http://www.lyrarakis.com)**




## Σημαντικό έργο από την Infosector

Νέο πρωτοποριακό έργο παρουσιάζει η εταιρεία ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων Infosector. Πρόκειται για το σύστημα διαχείρισης service αεροσκαφών της Aerocandia στους αερολιμένες Ηρακλείου, Χανίων, Ρόδου, Λάρνακας και Πάφου. Είναι μια πρωτότυπη εφαρμογή CRM που παρακολουθεί μεταξύ άλλων: το service level agreements με τις αεροπορικές εταιρείες που υποστηρίζονται, τις αποθήκες ανταλλακτικών, τις διαδικασίες υποστήριξης αεροσκαφών στα πρότυπα της EASA, την αυτοματοποιημένη έκδοση παραστατικών κ.α. Το σύστημα αυτό είναι πολύγλωσσο και η Infosector φιλοδοξεί να επεκτείνει τη διαθεσιμότητα του και σε άλλους αεροσταθμούς εντός και εκτός συνόρων.

**Infosector**

**Ηράκλειο: Φιλελλήνων 8. 71307, Τηλ: 2810 327452**

**Ιεράπετρα; Αλ. Παναγούλη, 72200, Τηλ: 28420 89099**

**Email: [info@infosector.gr](mailto:info@infosector.gr)**

## Νέα προϊόντα από την KLF Systems

Η εταιρεία KLF systems, με πολύτιμη εμπειρία στον καθαρισμό νερού και τα συστήματα αυτόματης πυρόσβεσης Bonpret, διευρύνει τώρα την γκάμα των προϊόντων της με συστήματα υδρονέφωσης και εξοικονόμησης νερού. Η υδρονέφωση είναι ο πιο οικονομικός και αποτελεσματικός τρόπος δροσίσιμου των εξωτερικών και ημιυπαίθριων χώρων και καθαρισμού του αέρα από οσμές, σκόνη, γύρη, έντομα κτλ. Οι εφαρμογές της είναι πολλές: οικιακός τομέας, καφετέριες, ξενοδοχεία, πισίνες, μονάβικα, θερμοκήπια, κελάρια, εργοστάσια κ.α. Τα συστήματα εξοικονόμησης νερού της KLF Systems τοποθετούνται σε βρύσες, ντουζ και καζανάκια εξοικονομώντας νερό έως 70%.

**KLF SYSTEMS**

**Μοναχής Τερέζας 25, Ηράκλειο**

**Τηλ: 2810 256644, Fax: 2810 371946**

**E-mail: [info@klfsystems.gr](mailto:info@klfsystems.gr), web: [www.klfsystems.gr](http://www.klfsystems.gr)**



⇒ Δηλώστε μας κάθε μεταβολή των στοιχείων της επιχείρησής σας για την καλύτερη εξυπηρέτησή σας.  
Επικοινωνήστε με το Τμήμα Μητρώου του Επιμελητηρίου Ηρακλείου.  
Τηλ: 2810 247018 & 2810 247030.

## Επιχειρηματικές ειδήσεις



### Η «ΛΑΜΑΣ ΣΠΥΡΟΣ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ- ΠΕΡΙΕΛΙΞΕΙΣ» σε νέα διεύθυνση

Σε καινούργιες και σύγχρονες εγκαταστάσεις λειτουργεί πλέον η εταιρεία ΛΑΜΑΣ ΣΠΥΡΟΣ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ - ΠΕΡΙΕΛΙΞΕΙΣ, με στόχο την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της. Η επιχείρηση μεταφέρθηκε πρόσφατα από την οδό Μενελάου Παρλαμά, σε νέο οίκημα που βρίσκεται στο 1ο χλμ Ηρακλείου-Μοιρών, απέναντι από το ΙΚΑ Ηρακλείου με άνετο παρκινγκ και μεγαλύτερους χώρους που φιλοξενούν την μεγάλη ποικιλία των μηχανημάτων της. Διαθέτει τεράστια εμπειρία στο αντικείμενό της (αντλίες - μοτέρ - πιεστικά - γεννήτριες - ηλεκτρικά εργαλεία - αγροτικά μηχανήματα) και παρέχει μοναδικές προσφορές και service σε όλα της τα είδη.

**ΛΑΜΑΣ ΣΠΥΡΟΣ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ-ΠΕΡΙΕΛΙΞΕΙΣ**

**1ο χιλιόμετρο Ηρακλείου - Μοιρών**

**Τηλ: 2810 260222, Fax: 2810 319709**

**Email: lamasp@hotmail.gr**

### Νέο Διοικητικό Συμβούλιο στον ΣΕΒΠΗ

Ομόφωνα και παμψηφεί εξελέγη το νέο Διοικητικό Συμβούλιο του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Βιομηχανικής Περιφέρειας μετά την εκλογική διαδικασία της 22ας Ιουνίου 2011, που πραγματοποιήθηκε στα γραφεία του Συνδέσμου. Πρόεδρος αναδείχθηκε ο κ. Μιλτιάδης Καθέρης, Α΄ Αντιπρόεδρος ο κ. Γεώργιος Μανουσάκης, Β΄ Αντιπρόεδρος ο κ. Γεώργιος Σηφάκης, Γραμματέας ο κ. Ιωάννης Δοξαστάκης, και Ταμίας ο κ. Μανόλης Ρουσάκης.

Το νέο Διοικητικό Συμβούλιο θα εκπροσωπήσει το Σύνδεσμο στη διάρκεια της διετούς θητείας του διεκδικώντας λύση στα σοβαρά ζητήματα που απασχολούν τους επιχειρηματίες της Βιομηχανικής περιφέρειας Ηρακλείου.

**ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΒΙΠΕ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ**

**Τηλ: 2810 382860, Fax: 2810 382868,**

**E- mail: info@sevipeh.gr,**



### Η Ν.Α.ΖΑΧΑΡΙΟΥΔΑΚΗ ΕΠΕ ηγέτιδα δύναμη στις επικοινωνίες

Η εταιρία Ν.Α.ΖΑΧΑΡΙΟΥΔΑΚΗ ΕΠΕ (SALORAS SATELLITE CENTER), από τους πλέον έμπειρους προμηθευτές ολοκληρωμένων δορυφορικών και καλωδιακών δικτύων μεγάλης έκτασης, ολοκλήρωσε πρόσφατα την πλήρη ψηφιοποίηση (COF DM/ MPEG4) των τηλεοπτικών κέντρων στις μεγάλες Ξενοδοχειακές μονάδες PORTO ELOUNDA -ELOYNDA MARE -PENINSOULA (κοινό δίκτυο 350δωμάτια / 45 κανάλια) CRETA MARIS -TERA MARIS (κοινό δίκτυο 700 δωμάτια / 45 κανάλια) και ROBINSON /DEDALOS στην Κω (δίκτυο σε 400 δωμάτια / 42 κανάλια). Η εταιρία δραστηριοποιείται από το 1985 στο χώρο των επικοινωνιών, στην προμήθεια και εγκατάσταση τεχνολογικού εξοπλισμού και υπηρεσιών σε μεγάλα Ξενοδοχειακά και αστικά συγκροτήματα και μέχρι στιγμής έχει μελετήσει και κατασκευάσει δίκτυα επικοινωνίας σε: 190 Ξενοδοχειακές μονάδες (άνω των 150 και μέχρι 650 δωμάτια) σε όλη την Ελλάδα, τρεις οικισμούς και μία πόλη 1400 σπιτιών, ένα λιμάνι 72 θέσεων και σε δεκάδες μικρά Ξενοδοχεία και ιδιωτικά έργα.

**Ν. Α. ΖΑΧΑΡΙΟΥΔΑΚΗ Ε.Π.Ε. Στρυμόνος 11 Ηράκλειο**

**Τηλ:2810 372800 - 1, Fax: 2810 263381**

**Email:satzah@otenet.gr**

### Αναπτυξιακός Σύλλογος Γυναικών Επιχειρηματιών Ν. Ηρακλείου

Για τρίτη συνεχή χρονιά, οι γυναίκες επιχειρηματίες του Νομού Ηρακλείου έκαναν αισθητή την παρουσία τους διοργανώνοντας με ιδιαίτερη επιτυχία τη δική τους Γενική Εμπορική Έκθεση, η οποία αποτελεί πλέον θεσμό. Τα εγκαίνια της Έκθεσης έγιναν από τον Περιφερειάρχη Κρήτης κ. Σταύρο Αρναουτάκη και το Δήμαρχο Ηρακλείου κ. Γιάννη Κουράκη στην πύλη Παντοκράτορα, έναν εξαιρετικό χώρο στα ενετικά τείχη που αναδείχθηκε χάρις στις προσπάθειες του Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών Επιχειρηματιών Ν. Ηρακλείου. Κατά τη φετινή εκδήλωση δόθηκε ιδιαίτερη έμφαση στις χειροποίητες δημιουργίες και στην παράδοση της Κρήτης, ενώ παράλληλα με την έκθεση μέλη του Συλλόγου δίδαξαν σε παιδιά και μεγάλους τεχνικές κατασκευής κοσμημάτων και πήλινων αντικειμένων καθώς και παρασκευής ζομπλιαστού κουλουριού.



## "Κοινωνικό Πολυκατάστημα"

Έκκληση στον επιχειρηματικό κόσμο του Ηρακλείου να ενισχύσει με κάθε τρόπο την προσπάθεια συγκέντρωσης ειδών πρώτης ανάγκης και κυρίως τροφίμων για τους άπορους συμπολίτες μας, απευθύνουν οι εκλεγμένοι εκπρόσωποι στην 1η Δημοτική Κοινότητα του Δήμου Ηρακλείου, οι οποίοι εγκαινίασαν πρόσφατα ένα «Κοινωνικό Πολυκατάστημα». Η ιδέα ανήκε στην επιχειρηματία και συμβούλου της 1ης Δημοτικής Κοινότητας κ. Κική Φανιουδάκη, η οποία σε συνεργασία με την πρόεδρο της Κοινότητας κ. Ελένη Κλειδά, το Δήμο Ηρακλείου και την Αρχιεπισκοπή έδωσε σάρκα και οστά σ' ένα όραμα με πολλούς αποδέκτες. Σε μικρό χρονικό διάστημα κατάφεραν να συγκεντρώσουν ρούχα, τρόφιμα, είδη οικιακής χρήσης, παιχνίδια και πολλά άλλα, τα οποία προσέφεραν σε άπορες οικογένειες. Οι ανάγκες όμως είναι συνεχείς και η ευαισθητοποίηση όλων μας αναγκαία.

**Α' Δημοτική Κοινότητα Δήμου Ηρακλείου**  
**Πλαστήρα 27**

**Τηλ: 2801 390108 – 390114**

**Ώρες: 8.00 – 14.00 εκτός Σαββατοκύριακο**



## Συνεργασία EyeWide ΕΠΕ - Ξενοδοχείων Helios Hotels & Resorts.

Με μεγάλη εμπειρία στην ανάπτυξη και δημιουργία δυναμικών ιστοσελίδων αλλά και στην παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για τουριστικές ιστοσελίδες, η EyeWide ΕΠΕ ξεκίνησε πρόσφατα μια σπουδαία συνεργασία με την αλυσίδα Ξενοδοχείων Helios Hotels & Resorts. Η συνεργασία αφορά την ανάπτυξη των ιστοσελίδων των Ξενοδοχείων Elounda Beach Hotel & Villas, Elounda Bay Palace και Grand Resort Lagonissi, καθώς επίσης και τις υπηρεσίες ηλεκτρονικού marketing.

**EyeWide ΕΠΕ**

**Κωνσταντινουπόλεως 12, Ηράκλειο**

**Τηλ: 2810 250180, Fax: 2810 333205**

**Email: info@eyewide.gr,**

**Web: www.eyewide.gr**



**ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ  
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ  
ΤΡΑΠΕΖΑ**

## Ουσιαστική συμβολή στην τοπική ανάπτυξη

Τα οικονομικά αποτελέσματα της Παγκρήτιας Συνεταιριστικής Τράπεζας για το 2010 και τους στρατηγικούς και επιχειρησιακούς στόχους για το άμεσο μέλλον, παρουσίασε η Διοίκησή της στη 17η ετήσια Τακτική Γενική Συνέλευση, που πραγματοποιήθηκε 26 Ιουνίου στο Ηράκλειο. Παρά τις δυσμενείς οικονομικές συγκυρίες, η πορεία της Τράπεζας υπήρξε ικανοποιητική, καθώς ο δείκτης κεφαλαιακής επάρκειας την 31/12/2010, ήταν 12,35%, έναντι 8% που απαιτείται για τις εμπορικές Τράπεζες, ο δε δείκτης ρευστότητας ήταν 20,31%, έναντι 20% που ορίζεται από την Τράπεζα της Ελλάδος. Τα προ προβλέψεων και φόρων κέρδη έφτασαν περίπου τα 52 εκατομμύρια ευρώ, μειωμένα κατά 5,77% σε σχέση με το 2009 και τα προ φόρων κέρδη τα 17 εκ. ευρώ, μειωμένα κατά 37,4%, λόγω των αυξημένων προβλέψεων για κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου. Το δίκτυό της ανήλθε σε 61 καταστήματα, ενώ ο αριθμός των συνεταίρων άγγιξε τα 80.000 μέλη. Η Παγκρήτια Τράπεζα ανακοίνωσε καθαρό μέρισμα 5,37 € ανά μερίδα, από το οποίο - με βάση το νέο Νόμο 3842/1 - θα παρακρατηθεί φόρος 21% ή 1,13 ευρώ ανά μερίδα, φόρος που είναι συμψηφίζομενος. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πρώτου πενταμήνου 2011, οι προβλέψεις για κέρδη περίπου 15,2 εκ. ευρώ στο τέλος του χρόνου και μέρισμα 5,37 ευρώ ανά μερίδα, είναι εφικτές.

## Νέες πτήσεις από την Sky Express

Η κρητική εταιρεία Sky Express, ανακοίνωσε την καθιέρωση νέων δρομολογίων για την καλύτερη



εξυπηρέτηση των πελατών της. Οι νέες πτήσεις έχουν ως εξής:

- Από Ηράκλειο προς Βόλο, αναχώρηση 17:00 κάθε Πέμπτη & 18:00 κάθε Κυριακή
- Από Βόλο προς Ηράκλειο, αναχώρηση 21:45 κάθε Πέμπτη & 22:45 κάθε Κυριακή
- Από Βόλο προς Μύκονο, αναχώρηση 18:45 κάθε Πέμπτη & 19:45 κάθε Κυριακή
- Από Μύκονο προς Βόλο, αναχώρηση 20:15 κάθε Πέμπτη & 21:15 κάθε Κυριακή

Τιμές εισιτηρίων: Ηράκλειο – Βόλος 115€

Et Βόλος – Μύκονος 99€.

Για κρατήσεις και εκδόσεις εισιτηρίων μπορείτε να επισκεφτείτε τον ταξιδιωτικό σας πράκτορα ή την ιστοσελίδα [www.skyexpress.gr](http://www.skyexpress.gr)

Μπορείτε επίσης να τηλεφωνήσετε στο 801 11 282888 ή στο 2810 -223800.

**Sky Express**

**Τηλ :2810-223835**

**email: commercial@skyexpress.gr,**

**Web: www.skyexpress.gr**



## Η εταιρεία οικοδομικών έργων El Kassabi στο διαδίκτυο

Τις υπηρεσίες της τεχνολογίας αξιοποιεί η εταιρεία οικοδομικών έργων El Kassabi με έδρα το Ηράκλειο. Δημιούργησε την ιστοσελίδα <http://www.kassabi.gr> με στόχο να ενημερώνει τους επισκέπτες της σχετικά με την οικοδομή και τις εργολαβίες, καθώς και να παρουσιάζει, μέσω από πλούσιο φωτογραφικό υλικό, τα έργα που έχει αναλάβει, τις τεχνολογίες που χρησιμοποιεί και το τελικό αποτέλεσμα κάθε έργου ξεχωριστά. Η ιστοσελίδα λειτουργεί επίσης στα Αγγλικά, ενώ πρόκειται να μεταφραστεί και σε Γερμανικά, Γαλλικά και Ρωσικά, καθώς παρατηρείται μεγάλη επισκεψιμότητα και από το εξωτερικό.

**EL KASSABI – Οικοδομικές Επιχειρήσεις**  
**Εθνικής Αντιστάσεως 13 Ηράκλειο**  
**Τηλ: 6974 117385 – 6988 918515,**  
**Fax: 2810 239413**  
**Email: [info@kassabi.gr](mailto:info@kassabi.gr),**  
**web: [www.kassabi.gr](http://www.kassabi.gr)**



## Νέο ηλεκτρονικό κατάστημα ιατρικού εξοπλισμού και προϊόντων υγείας από την HaMed

Με τη συμπλήρωση 30 χρόνων λειτουργίας η HaMed Ιατρικά Νοσοκομειακά Είδη ΑΕΒΕ, έθεσε σε λειτουργία εδώ και μερικούς μήνες το νέο ηλεκτρονικό της κατάστημα στη διεύθυνση [www.medi-shop.gr](http://www.medi-shop.gr). Στόχος της, η ακόμα πιο άμεση εξυπηρέτηση των πελατών της με το χαμηλότερο δυνατό κόστος.

Το ηλεκτρονικό κατάστημα περιλαμβάνει τα πιο σύγχρονα ιατρικά μηχανήματα, προϊόντα υγείας και fitness, διαγνωστικές συσκευές, καθώς και ιατρικό εξοπλισμό για όλες τις ειδικότητες ιατρών.

Τα περισσότερα προϊόντα στο [www.medi-shop.gr](http://www.medi-shop.gr) είναι άμεσα παραδοτέα, ενώ για τα υπόλοιπα υπάρχει αντίστοιχη ένδειξη στην καρτέλα προϊόντος, όπου υποδεικνύεται ο χρόνος παράδοσης.

**HaMed**  
**Βιάννου 3 – Ηράκλειο, Τηλ. 801-11-13800**  
**[www.medi-shop.gr](http://www.medi-shop.gr), Email: [shop@hamed.gr](mailto:shop@hamed.gr)**



## ICAP Group – Κατάστημα Κρήτης:

### μία ημέρα αφιερωμένη στο περιβάλλον

Με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος και πιστό στο Πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (κίνηση ICAP Acts Green) το Κατάστημα Κρήτης της ICAP Group πραγματοποίησε περιβαλλοντική εξόρμηση με σκοπό τον καθαρισμό και τη φροντίδα της κεντρικής παραλίας των Ματάλων. Η πρωτοβουλία προηγήθηκε του 3ήμερου festival "Matala 2011" και πραγματοποιήθηκε με την συνεργασία και υποστήριξη του Δήμου Φαιστού. Αντίστοιχες περιβαλλοντικές εξορμήσεις πραγματοποιήθηκαν την ίδια ημέρα από το σύνολο των Καταστημάτων του Ομίλου της ICAP.

**ICAP GROUP – ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**  
**Λεωφ. Δημοκρατίας 81, Ηράκλειο**  
**Τηλ: 2810 324200, Fax: 2810 230102**  
**web: [www.icap.gr](http://www.icap.gr)**

## Νέα διοίκηση στο Σύνδεσμο Πωλητών Πετρελαιοειδών Ν. Ηρακλείου



Αρχαιρεσίες για την ανάδειξη νέου Διοικητικού Συμβουλίου πραγματοποίησαν οι πωλητές Πετρελαιοειδών Ν. Ηρακλείου, την Κυριακή 29 Μαΐου 2011. Το νέο Διοικητικό Συμβούλιο συγκροτήθηκε σε σώμα ως εξής: Πρόεδρος Λυκούργος Σαμόλης, Αντιπρόεδρος Παύλος Γιαουρτάς, Γ. Γραμματέας Εμμανουήλ Δανδάλης, Ταμίας Γεώργιος Σπανάκης, Μέλη Φώτης Δοξαστάκης, Μιχαήλ Καδιανάκης, Κωνσταντίνος Λουπάκης. Τα μέλη του Δ.Σ. κατά την πρώτη συνεδρίασή τους εξέφρασαν τις ευχαριστίες όλων των μελών του σωματείου προς τον απερχόμενο πρόεδρο κ. Χαράλαμμο Μαυράκη, για την πολυετή, ανιδιοτελή και ουσιαστική προσφορά του στον κλάδο των πρατηριούχων, απ' όποια θέση κλήθηκε να τον υπηρετήσει. Του ευχήθηκαν επίσης καλή επιτυχία στο έργο του ως προέδρου της Π.Ο.Π.Ε.Κ.

**Σύνδεσμος Πωλητών Πετρελαιοειδών Ν. Ηρακλείου**  
**Αρχιμήδους 29 Ηράκλειο**  
**Τηλ: 2810 220885, Fax: 2810 220881,**  
**Email: [info@spipi.gr](mailto:info@spipi.gr), Web: [www.spipi.gr](http://www.spipi.gr)**



## Δημιουργική απασχόληση παιδιών από τον Εμπορικό Σύλλογο Χερσονήσου

Κάθε προσδοκία ξεπέρασε η συμμετοχή παιδιών στο πρόγραμμα δημιουργικής απασχόλησης που διοργάνωσε ο Εμπορικός Σύλλογος Χερσονήσου σε συνεργασία με το Σύλλογο Γονέων & Κηδεμόνων του Δημοτικού Σχολείου Άνω Χερσονήσου. Το πρόγραμμα ξεκίνησε στις 20 Ιουνίου 2011 και συνεχίζεται με μεγάλη επιτυχία καθώς ανταποκρίνεται στις ανάγκες των γονέων που εργάζονται κατά τη θερινή περίοδο στα καταστήματα της περιοχής. Με τη βοήθεια δύο εθελοντών εκπαιδευτικών, τα σαράντα τέσσερα (44) παιδιά, ηλικίας 7-11 ετών, απασχολούνται δημιουργικά με Καλλιτεχνικά, Φυσική Αγωγή, Μουσική, Θεατρικό παιχνίδι κ.α. όπως προβλέπει το πρόγραμμα που θα διαρκέσει έως 31 Αυγούστου.

**Εμπορικός Σύλλογος Χερσονήσου**

**Δασκαλογιάννη 8**

**Τηλ./Fax: 28970 25474**

**E-mail: [emporikoshers.gr](mailto:emporikoshers.gr), Web: [www.emporikoshers.gr](http://www.emporikoshers.gr)**



## ΑΤΛΑΝΤΙΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΚΡΗΤΗΣ Νέος δικτυακός

### τόπος

Αναλύσεις και παρουσιάσεις οικονομικών και αναπτυξιακών θεμάτων, με επίκεντρο κυρίως την Περιφέρεια Κρήτης και Νοτίου Αιγαίου καθώς και ειδικές αναφορές στα προγράμματα του ΕΣΠΑ, στο Νέο Επενδυτικό Νόμο, στις επενδύσεις του Ιδιωτικού και Δημόσιου Τομέα παρουσιάζει ο δικτυακός τόπος της ΑΤΛΑΝΤΙΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΚΡΗΤΗΣ, που εγκαινιάστηκε πρόσφατα. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται επίσης σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, πράσινης ανάπτυξης, βιοποικιλότητας, αγροτικής ανάπτυξης, μεταποίησης - βιομηχανίας, προώθησης και προβολής προϊόντων, εμπορίας αγροτικών προϊόντων, ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τουρισμού, υπηρεσιών, εμπορίου, αλιείας κ.ά. Όλες οι παραπάνω πληροφορίες είναι διαθέσιμες στο νέο διαδικτυακό τόπο της ΑΤΛΑΝΤΙΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΚΡΗΤΗΣ και στη διεύθυνση: <http://www.atlantis-crete.gr>

## Η DOT CREATIVE STUDIO σχεδιάζει για την Ιαπωνία

Ο σεισμός της 11ης Μαρτίου, ήταν ένα ισχυρό πλήγμα για τον λαό της Ιαπωνίας. Η ανάγκη για υποστήριξη της μακρινής χώρας κινητοποίησε έναν διεθνή διαδυσκιακό διαγωνισμό αφίσας με τίτλο "Arise; The Quake Recovery Project" που ολοκληρώθηκε με έκθεση στο ατελιέ της Ακαδημίας Τεχνών του Σαν Φρανσίσκο. Συμμετείχαν 25 έργα επιλεγμένα με ψηφοφορία, από περίπου 150 συμμετοχές. Οι πέντε συμμετοχές που βραβεύτηκαν ως οι καλύτερες πωλούνται στο διαδίκτυο στην διεύθυνση <http://aauaiga.com/arise/>.

Ανάμεσά τους βρίσκονται τρεις αφίσες που φιλοτέχνησε αριστοτεχνικά το δημιουργικό γραφείο DOT CREATIVE STUDIO του Ηρακλείου. Τα έσοδα διατίθενται προς βοήθεια μέσω του οργανισμού JAPAN SOCIETY. Στους συνεργάτες του γραφείου αξίζουν πολλά συγχαρητήρια!

**DOT CREATIVE STUDIO**

**Καρτερού 33 & 1821**

**Τηλ/ Fax: 2811 107536**

**Email [info@dotcs.net](mailto:info@dotcs.net),**

**Web: [www.dotcreativestudio.net](http://www.dotcreativestudio.net)**



# EURO



# LIFT

## Ανεγκυστήρες

- Η EUROLIFT ηρωτοπορεί
- Ανεγκυστήρες υδραυλικοί (green edition) με inverter
- Χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας έως και 50%
- Ηλεκτροκινητήρες gearless inverter
- Χαμηλότερη κατανάλωση έως και 55%
- Με 90,00 ευρώ τον μήνα ανά διαμέρισμα, ολική αντικατάσταση του παλαιού ανεγκυστήρα σας

Η Eurolift A.E. έχει πιστοποιηθεί κατά ISO για την ποιότητα και αναλαμβάνει τη μελέτη, την εγκατάσταση καθώς και τη συντήρηση, επισκευή και τον εκσυγχρονισμό ανεγκυστήρων.



**EUROLIFT**

Α. 62 Μαρτύρων 6 Μετ. Μεσαζάνη 4, Ηράκλειο Κρήτης, 71304

τηλ: 2810 370881, 370981, φαξ: 2810 370882, email: eurolift@otenet.gr, www.eurolift.com.gr

# Μανώλης Κουμαντάκης

## Πρόεδρος Εμπορικού Συλλόγου Ηρακλείου



**-Ο Εμπορικός Σύλλογος Ηρακλείου έχει συμπληρώσει αισίως 100 χρόνια λειτουργίας. Ποιά είναι η ιστορική του διαδρομή;**

Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουμε στη διάθεσή μας, ιδρύθηκε στις 9 Μαρτίου του 1908 οπότε και συνήλθε η πρώτη Γενική Συνέλευση και ψηφίστηκε το καταστατικό του. Στις 23 Μαρτίου του ίδιου έτους εξελέγη το πρώτο εννεαμελές Διοικητικό Συμβούλιο με Πρόεδρο τον Γεώργιο Ι. Καρούζο. Το 1910 διεξήχθησαν νέες εκλογές και εξελέγη Πρόεδρος ο Ανδρέας Καλοκαιρινός.

**Η παρουσία του Συλλόγου είναι αδιάλειπτη όλα αυτά τα χρόνια;**

Η πορεία του συνεχίστηκε κανονικά έως και το 1938. Όταν όμως συστάθηκε το Εμπορικό Επιμελητήριο, ο Εμπορικός Σύλλογος αποδυναμώθηκε από τα στελέχη του, τα οποία ουσιαστικά ασχολήθηκαν με την οργάνωση και τη λειτουργία του νέου φορέα. Και αυτό γιατί το Εμπορικό Επιμελητήριο, ως νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου, ενέπνευσε εμπιστοσύνη στους εμπόρους του Ηρακλείου για την γρηγορότερη επίτευξη των στόχων τους.

**Περίεπσε δηλαδή σε αδράνεια;**

Θα έλεγα, ναι. Μετά από κάποια χρόνια όμως, η ανάγκη για ένα συνδικαλιστικό όργανο, οδήγησε κάποιους φωτισμένους εμπόρους στην επαναλειτουργία του. Έτσι στις 30 Ιουνίου 1962 θεωρήθηκε στο Πρωτοδικείο Ηρακλείου το νέο καταστατικό του, το οποίο περιελάμβανε δώδεκα τμήματα. Το 1971, με τροποποίησή του αυξήθηκαν τα τμήματα και τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου σε δεκαεννέα. Το 1988, με νέα τροποποίηση, καταργήθηκαν τα τμήματα και τα δεκαεννέα μέλη του Δ. Σ. εκλέγονται πλέον κάθε τρία χρόνια.

**-Ποια είναι η σημερινή δυναμική του;**

Στις μέρες μας αριθμεί περίπου 1500 μέλη και συγκαταλέγεται μεταξύ των τεσσάρων μεγαλύτερων συλλόγων στην Ελλάδα με ιδιαίτερη δράση και παρουσία.

**-Το εν ενεργεία συμβούλιο του Συλλόγου είναι προσανατολισμένο σε καινοτόμες δράσεις. Είναι πλέον εφικτές υπό τις παρούσες συνθήκες;**

Τα τελευταία χρόνια κάνουμε μια ιδιαίτερη προσπάθεια αυτή τη δυναμική να την αξιοποιήσουμε μέσα από ενέργειες και πράξεις που θα βοηθήσουν το εμπόριο γενικότερα, δημιουργώντας καλύτερες προοπτικές για το μέλλον. Έχουμε θέσει στρατηγικούς στόχους, με σκοπό να βελτιώσουμε τις συνθήκες λειτουργίας του εμπορίου σε αυτές τις δύσκολες για όλους στιγμές.

**-Τα δεδομένα έχουν αλλάξει δραματικά από τότε που ξεκινούσατε. Πιστεύετε ότι υπάρχουν ακόμη τα περιθώρια;**

Κάνουμε μια προσπάθεια, να τονώσουμε την αγορά εντός και εκτός τειχών και ελπίζουμε ν'αποδώσει. Έχουμε επίσης στενή συνεργασία με το δήμο Ηρακλείου και διοργανώνουμε από κοινού εκδηλώσεις για να προσελκύουμε κόσμο στο κέντρο της πόλης, ενώ έχουμε ξεκινήσει συζητήσεις για να εφαρμοστεί η μελέτη της παλιάς πόλης. Όλοι θα ωφεληθούμε αν δημιουργηθεί ένα σύγχρονο και αναβαθμισμένο εμπορικό κέντρο, αντάξιο της ιστορίας του Ηρακλείου.

**-Οι προσπάθειες για προσέλκυση τουριστών στα καταστήματα αποδίδουν;**

Έχουμε κάνει τους τελευταίους μήνες συντονισμένες ενέργειες με τον ΟΛΗ για να αξιολογήσουμε στο μεγαλύτερο βαθμό τον τουρισμό κρουαζιέρας. Τοποθετήσαμε χάρτες σε διάφορα σημεία πόλης και με τη συνδρομή του Επιμελητηρίου μοιράζουμε μικρότερους χάρτες στους τουρίστες για να ξέρουν πώς θα περιηγηθούν στη πόλη και πώς θα φτάσουν στα καταστήματα, με τα οποία έχουμε κάνει συμβάσεις για έκπτωση. Ελπίζουμε ότι όλες αυτές οι ενέργειες θ' αποδώσουν.

**Ποιές άλλες δράσεις είναι σε εξέλιξη;**

Υλοποιούμε σε συνεργασία με τοπικές επιχειρήσεις το πρόγραμμα ΣΥΜΜΕΤΕΧΩ που απευθύνεται σε τριτέκνους, ανέργους, υπαλλήλους του ΟΤΕ και του Δήμου, οι οποίοι κάνουν τις αγορές τους από τα καταστήματα αυτά με σημαντική έκπτωση. Παράλληλα, και με βάση τη μελέτη που εκπονήσαμε με την πρώην Νομαρχία, προσπαθούμε να δείξουμε στις επιχειρήσεις πώς να οργανωθούν καλύτερα και επιπλέον να καταλάβουν ότι μεσούσης της κρίσης θα επιβιώσουν μόνο οι εξειδικευμένες επιχειρήσεις.

**-Γιατί κλείνουν τόσα καταστήματα; Μήπως ήταν πάρα πολλά;**

Υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που είχαν ανοίξει χωρίς σωστή οργάνωση και επιπλέον υπήρχε μια ψεύτικη οικονομία και μια υπερβάλλουσα, πλασματική ζήτηση που τη συντηρούσε. Όταν όμως έσκασε αυτή η φούσκα και μειώθηκε η υπερβάλλουσα ζήτηση, δεν υπάρχει κάποιος που να στηρίξει αυτές τις επιχειρήσεις, γι' αυτό κλείνουν. Δεν μπορούν ν' αντέξουν στα καινούργια δεδομένα.

**Οι αριθμοί τι δείχνουν;**

Ότι έχουν κλείσει περίπου το 12% με 15% των

εμπορικών επιχειρήσεων εντός και εκτός των τειχών Ηρακλείου.

**Τι μπορείτε να κάνει ο Σύλλογός για ν' ανακοπεί αυτή η πορεία;**

Έχουμε θέσει, όπως ξέρετε, έναν στρατηγικό στόχο τον οποίο υλοποιούμε με πολύ κόπο: Να φτιάξουμε μια πολυμετοχική εταιρεία, παγκρήτιου χαρακτήρα στην οποία κάθε πολίτης της Κρήτης, όχι μόνο έμπορος, μπορεί ν' αγοράσει μετοχές για να φτιάξουμε έναν μεγάλο σύγχρονο πολυχώρο. Εκεί, όλες οι εμπορικές επιχειρήσεις θα πουλούν σε χαμηλές τιμές τα προϊόντα τους και οι καταναλωτές θα μπορούν, παράλληλα με τις αγορές τους, να φάνε και να διασκεδάσουν οικογενειακά. Έτσι εκτιμούμε ότι θα επιστρέψει ένα μέρος του καταναλωτικού κοινού στις τοπικές επιχειρήσεις. Ταυτόχρονα, η εταιρεία αυτή θα μπορεί να κάνει κοινές προμήθειες, σε μεγάλες ποσότητες για τις εταιρείες των μετόχων της, επιτυγχάνοντας χαμηλότερες τιμές ώστε να προσφέρει φθηνότερα προϊόντα. Η εταιρεία αυτή προχωράει και τώρα βρισκόμαστε στο τελικό στάδιο επιλογής του χώρου εγκατάστασής της.

**Η έλλειψη ρευστότητας πώς αντιμετωπίζεται;**

Δυστυχώς δεν υπάρχουν αναπτυξιακά μέτρα και κυρίως δεν βοηθάει το τραπεζικό σύστημα. Είναι κάτι το οποίο η κυβέρνηση δεν μπορεί να το ελέγξει. Νομίζω ότι λειτουργούν ως κράτος εν κράτει, έχουν δημιουργήσει μια πάρα πολύ σκληρή περιοριστική πολιτική στις αγορές, συμπιέζουν την πραγματική οικονομία, τις υγιείς επιχειρήσεις και φοβάμαι ότι αν συνεχιστεί αυτή η συμπεριφορά, σύντομα κάποιες επιχειρήσεις δε θ' αντέξουν. Το κράτος θα μπορούσε να ασκήσει πιέσεις στις τράπεζες ώστε να συναινούν σε κάποιες ρυθμίσεις και να μην είναι άτεγκτες και σκληρές σπρώχνοντας την αγορά στο γκρεμό.

**Τι απαιτεί ο εμπορικός κόσμος;**

Απαιτούμε οι τράπεζες ν' αναλάβουν τώρα τις ευθύνες τους και να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις με το σχετικό ρίσκο γιατί διαφορετικά δε θα επιβιώσει καμία επιχείρηση για να πάρουν τα χρήματά τους πίσω. Οδηγούν την αγορά στην κατάρρευση με συνέπεια κάποια στιγμή να καταρρεύσουν και αυτές.

**Η καθιέρωση επιχειρησιακών συμβάσεων και ευέλικτων μορφών εργασίας, θα λύσουν το πρόβλημα;**

Στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της Κρήτης είναι δύσκολο να εφαρμοστούν αυτές οι συμβάσεις. Συνήθως προηγείται συζήτηση και

κοινή συναίνεση όταν υπάρχει πρόβλημα σε μια επιχείρηση και μπορεί τα πράγματα να γίνουν πιο ελαστικά για κάποιο διάστημα, ώστε να κρατηθεί η επιχείρηση και βεβαίως οι θέσεις εργασίας. Αλλά αυτές οι συμβάσεις είναι πολύ δύσκολο να εφαρμοστούν λόγω των έντονων αντιδράσεων. Γιατί ναι μεν ο ιδιωτικός τομέας πρέπει να κάνει κάποιες διορθώσεις αλλά είναι αδικημένος σε σχέση με τον δημόσιο. Δεν μπορεί ο ιδιωτικός υπάλληλος να δεχθεί μεγαλύτερες πιέσεις γιατί θα έχει πρόβλημα επιβίωσης. Αυτό που πρέπει να γίνει άμεσα είναι να δοθούν κάποιες αναπτυξιακές προοπτικές. Συμφωνώ ότι πρέπει να συρρικνωθούν οι δαπάνες του κράτους και να γίνουν ριζικές αλλαγές για να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της χώρας. Όμως πρέπει να δημιουργήσουμε και ανάπτυξη. Διαφορετικά δεν υπάρχει φως στο τούνελ. Χρειάζονται πολιτικές ρευστότητας και ταυτόχρονα πολιτικές μεταρρυθμίσεων που θ' αλλάξουν και το κλίμα.

**Η αρνητική αυτή συγκυρία έχει συσπειρώσει τους εμπόρους γύρω από την επαγγελματική τους οργάνωση;**

Έχει υπάρξει ένα επιπλέον ενδιαφέρον και επιβάλλεται ν' αυξηθεί. Μόνο έτσι θα πιάσουμε αποτελεσματικά για την επίλυση των προβλημάτων μας.

**Κίνημα Πολιτών «καταναλώνω ελληνικά». Μήπως ήρθε κάπως αργά;**

Είναι ένα κίνημα πατριωτικό γιατί σχετίζεται με την επιβίωση της πατρίδας μας. Θα έπρεπε να είχε ξεκινήσει δεκαετίες πριν και να είχε εδραιωθεί μέσα από την παιδεία γιατί μέσα στα σχολεία χτίζονται οι επόμενες γενιές καταναλωτών. Εν πάσει περιπτώσει, πρέπει να καταλάβουμε όλοι ότι όταν στηρίζουμε τα τοπικά προϊόντα, στηρίζουμε την τοπική παραγωγή και τις τοπικές θέσεις εργασίας, δηλαδή την οικονομία μας. Δε θα είχαμε φτάσει ίσως στη σημερινή κατάσταση, αν όλοι είχαμε μάθει να καταναλώνουμε ελληνικά. Και αυτό ισχύει όχι μόνο στο εμπόριο αλλά και στις υπηρεσίες και παντού.

**Υπάρχει μεταστροφή του κλίματος;**

Το βλέπουμε στην αγορά, αρχίζει ν' αποτυπώνεται και δεχόμαστε μηνύματα από καταναλωτές ότι ψάχνουν τώρα πια να βρουν προϊόντα ελληνικής παραγωγής ή παραγόμενα στην Ελλάδα. Θέλει επιμονή αυτή η προσπάθεια και με τη στήριξη όλων μας μπορεί να έχει ουσιαστικά αποτελέσματα.



Μηνός Λιαπίκης  
Sales & Marketing  
Manager EYEWIDE

# E-MARKETING

## Πώς να καταχωρήσετε την επιχείρησή σας στο Google Places ή Google Maps

Η σύγχρονη τεχνολογία προσφέρει πλέον απεριόριστες δυνατότητες σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις ν' αξιοποιήσουν άμεσα, οικονομικά και σύγχρονα εργαλεία προβολής και προώθησης των υπηρεσιών ή των προϊόντων τους.

Μία από τις δυνατότητες αυτές – πολύ καινούργια για τα ελληνικά δεδομένα καθώς είναι διαθέσιμη τους τελευταίους έξι μήνες στη χώρα μας – είναι και η ένταξη της επιχείρησής σας στο Google Maps ή το Google Places.

Η διαδικασία είναι εξαιρετικά εύκολη προσφέροντας πολλαπλά οφέλη στην επιχείρησή σας, καθώς συμβάλει στην αύξηση της αναγνωρισιμότητάς της και στη προσέγγιση νέων πιθανών πελατών.

Το Google Business Listing δεν απευθύνεται μόνο σε ανθρώπους που διαθέτουν ιστοσελίδες και έχουν αναπτύξει την επιχειρηματική δραστηριότητά τους στο Internet. Μπορεί ν' αποδειχθεί ένα χρήσιμο εργαλείο και για μικρές τοπικές επιχειρήσεις που δεν έχουν αναπτυχθεί διαδικτυακά. Σημασία έχει ότι οποιοσδήποτε μπορεί να προσθέσει την επιχείρησή του στο Google Places, μέσα από μια διαδικασία που είναι πραγματικά εύκολη και κυρίως χωρίς κανένα κόστος.

*Ας ξεκινήσουμε λοιπόν. Αν έχετε όλα τα στοιχεία που θα σας ζητήσει το Google, η καταχώρηση δε θα διαρκέσει περισσότερο από 10 λεπτά. Ακολουθήστε τα παρακάτω βήματα και προσθέστε την επιχείρησή σας, σε ένα ή σε περισσότερα σημεία (αν έχετε μια επιχείρηση με υποκαταστήματα).*

### 1. Καταχωρήστε την επιχείρησή σας

Κάντε κλικ στην ακόλουθη διεύθυνση URL: <http://www.google.com/places> και συνδεθείτε με το Gmail σας (είναι απαραίτητο να έχετε account), πληκτρολογώντας το όνομα χρήστη και τον κωδικό πρόσβασής σας. Μόλις συνδεθείτε θα σας ζητήσει να σημειώσετε τη χώρα και το τηλέφωνό σας.

### 2. Επιλέξτε Χώρα

Απλά βάλτε τη χώρα σας και τις λεπτομέρειες για τον αριθμό του τηλεφώνου σας.

### 3. Εισάγετε βασικές πληροφορίες

Στη συνέχεια, εισάγετε τα στοιχεία της εταιρείας σας, όπως επωνυμία, διεύθυνση, αριθμό τηλεφώνου, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ιστοσελίδα και κατηγορία.

Προσθέστε άλλες πληροφορίες, συμπληρώνοντας τον τομέα των υπηρεσιών και των ωρών εργασίας.

Μπορείτε στη συνέχεια να προσθέσετε φωτογραφίες και βίντεο τα οποία είναι προαιρετικά αλλά καλό είναι να τα προσθέσετε καθώς η παρουσία τους θα κάνει πιο «πλούσια» την καταχώρησή σας στο Google.

Προσθέστε επίσης, μερικές επιπλέον λεπτομέρειες που θα βοηθήσουν τους πελάτες σας να μάθουν τις υπηρεσίες και τα προϊόντα σας. Αφού έχετε συμπληρώσει όλες τις λεπτομέρειες κάντε κλικ για να προχωρήσετε στο επόμενο βήμα.

### 4. Επικυρώστε την καταχώρησή σας

Τώρα θα χρειαστεί να επιβεβαιώσετε την καταχώρησή σας χρησιμοποιώντας τον τηλεφωνικό σας αριθμό ή το ταχυδρομείο. Επιλέξτε τη μία μέθοδο (προτείνουμε το τηλέφωνο) και επικυρώστε την καταχώρησή σας. Αν επιλέξετε το τηλέφωνο θα σας καλέσουν αυτόματα από το Google αναφέροντας έναν αριθμό PIN. Χρησιμοποιήστε τον αριθμό PIN στο επόμενο βήμα.

### 5. Πληκτρολογήστε τον αριθμό PIN σας

Τέλος, το μόνο που χρειάζεται να κάνετε ακόμη είναι να εισαγάγετε τον κωδικό PIN σας στο παρακάτω μέρος για να κάνετε καταχώρηση της επιχείρησής σας στο Google Places. Σε περίπτωση που έχετε χάσει το PIN σας, μπορείτε να ζητήσετε ένα άλλο PIN.

Έχετε πλέον ολοκληρώσει τη διαδικασία και η επιχείρησή σας έχει καταχωρηθεί στο Google Places. Μπορείτε να ελέγξετε την καταχώρησή σας με την επίσκεψη στην ακόλουθη διεύθυνση <http://maps.google.com>. Αναζητήστε την επιχείρησή σας εισάγοντας το όνομά της και τη θέση της στο χάρτη. Μπορείτε οποιαδήποτε στιγμή να τροποποιήσετε τα στοιχεία σας, σημειώνοντας τυχόν αλλαγές στη διεύθυνση ή προσθέτοντας νέα προϊόντα ή υπηρεσίες σας. Καλή επιτυχία!

Maris Hotels  
[www.maris.gr](http://www.maris.gr)

Minos Imperial  
[www.minosimperial.com](http://www.minosimperial.com)

Elounda Beach Hotel & Villas  
[www.eloundabeach.gr](http://www.eloundabeach.gr)

Elounda Bay Palace  
[www.eloundabay.gr](http://www.eloundabay.gr)

Sensimar Royal Blue Resort  
[www.royalblueresort.com](http://www.royalblueresort.com)

Semantron Traditional Village  
[www.semantron.gr](http://www.semantron.gr)

Coral Int - Hotel Software  
[www.coralint.gr](http://www.coralint.gr)

Aegeo SPA  
[www.aegeospa.gr](http://www.aegeospa.gr)

Visit Hotels Greece Directory  
[www.visit-hotels.gr](http://www.visit-hotels.gr)

Ikaros Beach  
[www.ikarosvillage.gr](http://www.ikarosvillage.gr)

Enagron Traditional Houses  
[www.enagron.gr](http://www.enagron.gr)

Thalori Traditional Houses  
[www.thalori.com](http://www.thalori.com)

Hydra Hotel  
[www.hydra-hotel.gr](http://www.hydra-hotel.gr)

Paradisso Zakynthos Villas  
[www.paradisso-villas.com](http://www.paradisso-villas.com)

# Εσείς υπάρχουνε... Οι άλλοι το ξέρουν;



## eyewide e services

Ανάπτυξη Δυναμικής Ιστοσελίδας  
Πρώθηση & Ηλεκτρονικό Marketing  
Hotel Internet Marketing

Η EyeWide με έδρα την Κρήτη παρουσιάζει αυτό που θέλετε για τα δικά σας προϊόντα και υπηρεσίες:

**Τη σωστή προβολή, την κατάλληλη στιγμή, στο κατάλληλο κοινό.**

Οι πρωτοποριακές, ολοκληρωμένες λύσεις που προτείνονται και υλοποιούνται, καθιστούν τους πελάτες της EyeWide απόλυτα ευχαριστημένους, είτε πρόκειται για περιπτώσεις επιχειρήσεων που κάνουν για πρώτη φορά την εμφάνιση τους στο διαδίκτυο, είτε για επιχειρήσεις που επιθυμούν να αναβαθμίσουν σε κάθε επίπεδο την άνευρη, αδύναμη και αναποτελεσματική παρουσία τους στο internet.

Η δυνατότητα που προσφέρει η EyeWide για την απόκτηση ολοκληρωμένων πακέτων υπηρεσιών, σε πραγματικά ανταγωνιστικές τιμές, καθιστά την επιλογή σας ιδιαίτερα ελκυστική.



[www.eyewide.gr](http://www.eyewide.gr)

Κωνσταντινουπόλεως 12, Ηράκλειο Κρήτης  
Τ: 2810250180, 2810333175  
[info@eyewide.gr](mailto:info@eyewide.gr)

# Μανώλης Φραγκάκης

## Πρόεδρος Δικτύου Κρητικού Ελαιολάδου



**Η ανεκτίμητη αξία του ελαιολάδου έχει αποδειχθεί περίτρανα από πολυετείς επιστημονικές μελέτες και έρευνες διεθνούς κύρους.**

**Για την ένταξή του στην καθημερινή διατροφή μας ωστόσο, υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης και η προσπάθεια ενημέρωσης, ακόμη και εντός των ελληνικών γεωγραφικών ορίων, χρειάζεται να είναι διαρκής και επίμονη.**

**Την αρχή αυτή, της προώθησης και διάδοσης του ελαιολάδου και δη του κρητικού, έχει θέσει ως άμεση προτεραιότητα το Δίκτυο Κρητικού Ελαιολάδου, δεδομένης της υψηλής ποιότητας και των πολλαπλών ευεργετημάτων του.**

Το Δίκτυο συστάθηκε τον περασμένο χειμώνα με πρωτοβουλία του Επιμελητηρίου Ηρακλείου και τη συμμετοχή άλλων οκτώ φορέων: του ΚΕΚ Τεχνικές Σχολές Επιμελητηρίου Ηρακλείου, του Γεωτεχνικού Επιμελητηρίου / Παράρτημα Κρήτης, του Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης, του Συνδέσμου Τυποποιητών Ελαιολάδου Κρήτης, της Ένωσης Ξενοδόχων Κρήτης, του Παγκρήτιου Συλλόγου Διευθυντών Ξενοδοχείων, της Λέσχης Αρχιμαγείρων Κρήτης και του Σωματείου Επαγγελματιών Ξεναγών Κρήτης & Θήρας.

Όπως αναφέρει ο Πρόεδρος του Δικτύου και Οικονομικός Επόπτης του Επιμελητηρίου Ηρακλείου κ. Μανώλης Φραγκάκης, στη συνέντευξη που ακολουθεί, πρόκειται για έναν φορέα που αντιπροσωπεύει την παραγωγή, τη μεταποίηση και την εμπορία των προϊόντων ελιάς και ελαιολάδου, καθώς και τον τομέα του τουρισμού και της γαστρονομίας της Κρήτης.

### **-Πώς ξεκίνησε η πρωτοβουλία;**

Γνωρίζουμε όλοι ότι το ελαιόλαδο, η ελιά, το κρασί, η τοπική γαστρονομία στο σύνολό της, καθώς και ο τουρισμός, μπορούν και πρέπει να γίνουν οι καλύτεροι πρεσβευτές της Κρήτης στον υπόλοιπο κόσμο. Έχει χαθεί πολύτιμος χρόνος αλλά πάντα υπάρχει η δυνατότητα συντονισμένης δράσης για την αναστροφή του κλίματος. Το εγχείρημά μας στοχεύει στην ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης και των θεσμικών οργάνων ώστε να ενδυναμωθεί η κατανάλωση ελαιολάδου εκτός αλλά και εντός Ελλάδας.

### **-Τι επιδιώκετε;**

Να προβάλλουμε την οικονομική, κοινωνική, περιβαλλοντική και πολιτιστική σπουδαιότητα των προϊόντων της ελιάς και του ελαιολάδου και να τονίσουμε τη συνεισφορά τους στην ανάδειξη της κρητικής διατροφής ως προτύπου σωστής διατροφής. Σκοπός μας είναι επίσης να προωθήσουμε την αποκλειστική χρήση ελαιολάδου στα κρητικά εστιατόρια – ταβέρνες και τους χώρους εστίασης κάθε κατηγορίας τουριστικών καταλυμάτων στην Κρήτη. Για να το επιτύχουμε θα χρειαστεί η αμέριστη υποστήριξη των φορέων που εμπλέκονται με τον τουρισμό.

### - Με ποιές δράσεις θα υλοποιήσετε τους στόχους σας;

Αξιοποιούμε τις δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία και ετοιμάζουμε έναν ιστότοπο, ένα portal στο οποίο θ' αναρτήσουμε ενημερωτικό υλικό, ώστε κάθε ηλεκτρονικός επισκέπτης να ενημερώνεται σωστά και έγκυρα, μεταξύ άλλων, για τις ιδιότητες του κρητικού ελαιολάδου, την ιστορία του, την πολιτιστική του αξία. Παράλληλα, ολοκληρώνουμε τη δημιουργία ενός πολύγλωσσου εντύπου για το κρητικό ελαιόλαδο, το οποίο θα διανέμεται δωρεάν στους επισκέπτες του νησιού. Σε λίγες ημέρες θα είναι έτοιμο και το λογότυπο του Δικτύου το οποίο θα συνοδεύει κάθε δραστηριότητά μας.

### -Ετοιμάζετε παράλληλα και πιο στοχευμένες παρεμβάσεις;

Μόλις ξεκινήσαμε και ξέρουμε ότι έχουμε πολλή δουλειά μπροστά μας. Η προσπάθεια θα είναι συνεχής και όσο το δυνατόν πιο στοχευμένη για να είναι αποτελεσματική. Σχεδιάζουμε ενημερωτικές εκδηλώσεις στη διάρκεια όλου του έτους, με συγκεκριμένο θεματικό περιεχόμενο ανά εποχή, παρεμβάσεις και καταχωρήσεις σε τοπικά ενημερωτικά έντυπα και διανομή ενημερωτικού υλικού στα σχολεία. Παράλληλα, θα οργανώσουμε events σε συγκεκριμένες τουριστικές μονάδες για να προσελκύσουμε το ενδιαφέρον των τουριστών και θα πραγματοποιήσουμε ενημερωτικές συναντήσεις με γεωργούς, ελαιοτριβείς, τυποποιητές και εμπόρους ελαιολάδου για να συζητήσουμε τους τρόπους αποτελεσματικότερης προώθησής του.

### -Υπάρχουν και μακροπρόθεσμοι στόχοι;

Θέλουμε όλοι οι στόχοι μας να υλοποιούνται παράλληλα. Ξέρουμε ωστόσο, ότι υπάρχουν αντικειμενικές δυσκολίες. Όπως για παράδειγμα, η προσπάθειά μας να δημιουργήσουμε τους «Δρόμους της Ελιάς». Το εγχείρημα αυτό θα δώσει τη δυνατότητα σε Έλληνες και Ξένους επισκέπτες να βρεθούν σε παλιά και σύγχρονα

ελαιοτριβεία, τυποποιητήρια και μονάδες επεξεργασίας ελαιολάδου και προϊόντων ελιάς, να δουν από κοντά ιστορικά ελαιόδεντρα και καλλιεργήσιμους ελαιώνες. Προϋποθέτει όμως, την καταγραφή τους σε μια ευρύτερη βάση, η οποία θα ξεκινήσει άμεσα και ελπίζουμε σύντομα να «χαράξουμε» τους δρόμους του κρητικού ελαιολάδου. Παράλληλα, βρισκόμαστε σε αναζήτηση οικήματος εντός ή πλησίον της πόλης του Ηρακλείου, στο οποίο θα μπορεί να εγκατασταθεί το Μουσείο Ελιάς και Ελαιολάδου, καθώς και χώροι γευσιγνωσίας και παρουσίασης δραστηριοτήτων με επίκεντρο το ελαιόλαδο και την ελιά.

### - Υπάρχουν προγραμματισμένες δράσεις και για το εξωτερικό;

Ναι, βεβαίως. Προετοιμάζουμε με εντατικούς ρυθμούς τη συμμετοχή του Δικτύου στη διεθνή έκθεση Τροφίμων & Ποτών Anuga 2011 στη Γερμανία τον προσεχή Οκτώβριο, στη διάρκεια της οποίας θα γίνει εκτενής προβολή του κρητικού ελαιολάδου. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη έκθεση τροφίμων & ποτών στον κόσμο και καταλαβαίνετε τη σημασία της. Θα βρεθούμε εκεί σε έναν χώρο έκτασης 40 τ.μ. για να προωθήσουμε το κρητικό ελαιόλαδο, διοργανώνοντας παράλληλες εκδηλώσεις, όπως παρουσίαση κρητικής κουζίνας από κρητικούς σεφ και άλλα events ώστε να προσελκύσουμε περισσότερους επισκέπτες και να τους προσφέρουμε

εδέσματα φτιαγμένα με κρητικό ελαιόλαδο. Προσπαθούμε ν' αξιοποιήσουμε όσο το δυνατόν περισσότερες ευκαιρίες προβολής και ανάδειξης του κρητικού ελαιολάδου και είμαι σίγουρος ότι με τη στήριξη των εμπλεκόμενων φορέων θα πετύχουμε τους στόχους μας.

### - Το Δίκτυο έχει να επιδείξει κάποιο έργο μέχρι σήμερα;

- Ξεκινήσαμε, όπως σας είπα, πριν από λίγους μήνες, αλλά δεν αφήσαμε το χρόνο να περάσει αναξιοποίητος. Πριν ακόμη αρχίσει η τουριστική περίοδος, στα μέσα Φεβρουαρίου, διοργανώσαμε επιμορφωτικό σεμινάριο για Ξεναγούς και διευθυντές Ξενοδοχείων, σχετικά με το ελαιόλαδο και τα άλλα τοπικά προϊόντα της Κρήτης, τις διαδικασίες παραγωγής, το ρόλο τους στην τοπική γαστρονομία και τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους. Προσπαθήσαμε δηλαδή, να ενημερώσουμε υπεύθυνα και ουσιαστικά τους επαγγελματίες δύο κλάδων που έρχονται σε άμεση επαφή με τους τουρίστες για τον γαστρονομικό μας πλούτο, ώστε να γνωρίζουν και να προβάλλουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα. Και αυτός θέλουμε να είναι ο ρόλος του Δικτύου. Να καταστήσει με ποικίλους τρόπους τον επισκέπτη του νησιού ενήμερο για το τί είναι το κρητικό ελαιόλαδο και εκείνος μόνος του πια να το αναζητήσει για να το γευθεί.

Το ΚΕΚ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΧΟΛΕΣ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ πρόκειται να υλοποιήσει τα παρακάτω προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης:

Το ΚΕΚ Τεχνικές Σχολές υπέβαλε στον ΟΑΕΔ φάκελο με προτάσεις προγραμμάτων Κατάρτισης Εργαζομένων σε Μικρές Επιχειρήσεις Έτους 2010-2011 (ΛΑΕΚ 1-25) και για τους οποίους καταβάλλεται η εργοδοτική εισφορά ΛΑΕΚ (0,45%). Μόλις εγκριθούν τα προγράμματα κατάρτισης, θα ξεκινήσει η υλοποίησή τους στα παρακάτω αντικείμενα:

1. Πληροφορική
2. Αντισεισμική Θωράκιση Κτιρίων
3. Αναπαλαίωση και Συντήρηση Κτιρίων
4. Συνταξιοδοτικά Θέματα
5. Αναπαλαίωση και Συντήρηση Κτιρίων
6. Παρασκευή Κρύων Πιάτων
7. Μεταλλικές Κατασκευές
8. Επιμετάλλωση (Υγρού Λουτρού)
9. Μηχανογραφημένη Λογιστική, Φοροτεχνικών και Κοστολόγησης στις ΜΜΕ
10. Δημόσιες Σχέσεις – Marketing Επιχειρήσεων
11. Τεχνικές Σερβιρίσματος & Εξυπηρέτησης Πελατών
12. Χρηματοοικονομικό Management
13. Μηχανογραφημένη Λογιστική
14. Τεχνικές Σερβιρίσματος & Εξυπηρέτησης Πελατών
15. Σύγχρονες Τεχνικές Πωλήσεων – Marketing
16. Τεχνικές Σερβιρίσματος & Εξυπηρέτησης Πελατών
17. Παρασκευή Κρύων Πιάτων
18. Υγιεινή & Ασφάλεια στο Χώρο Εργασίας

### Πληροφορίες και αιτήσεις

για σεμινάρια που πραγματοποιούνται στο Κ.Ε.Κ. του Επιμελητηρίου Ηρακλείου  
Κορωναίου 14, 4ος όροφος,  
τηλ.: 2810-342136 & 331590  
κα Μαίρη Βενιχάκη venihaki@katartisi.gr  
από τις 08:30 έως 2:30 μ.μ.  
και ιστοσελίδα: [www.katartisi.gr](http://www.katartisi.gr).

Το ΚΕΚ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΧΟΛΕΣ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ οργάνωσε και υλοποίησε τα παρακάτω προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης:

1.

### Απόκτηση και Ανανέωση Διπλώματος ADR: Προγράμματα Εκπαίδευσης Οδηγών Οχημάτων Μεταφοράς Επικίνδυνων Εμπορευμάτων



#### • Βασική εκπαίδευση και υγρά καύσιμα.

Το πρόγραμμα διάρκειας 32 ωρών υλοποιήθηκε τις ημερομηνίες:  
Παρασκευή 08/04 ώρα 15:00-21:30,  
Σάββατο 09/04 ώρα 15:00-21:30 &  
Κυριακή 10/04 ώρα 15:00-21:30,  
Δευτέρα 11/04/11 ώρα 14:00-20:30 με κόστος € 450,00  
(συμπεριλαμβάνεται εκπαίδευση και παράβολο εξέτασης εκτός παράβολου έκδοσης διπλώματος).

#### • Ανανέωση ADR,

Το πρόγραμμα διάρκειας 15 ωρών υλοποιήθηκε τις ημερομηνίες:  
Παρασκευή 08/04 ώρα 15:00-21:30,  
Σάββατο 09/04 ώρα 15:00-21:30 &  
Κυριακή 10/04 ώρα 15:00-18:30, &  
Τρίτη 12/04/11 15:00-21:30 με κόστος €165,00 (συμπεριλαμβάνεται εκπαίδευση και παράβολο εξέτασης εκτός παράβολου έκδοσης διπλώματος).  
Το σεμινάριο πραγματοποιήθηκε στο ΚΕΚ Τεχνικές Σχολές Επιμελητηρίου Ηρακλείου, Λ. Ικάρου & Αρχιμήδους 1, Ν. Αλικαρνασός. Εισηγητές ήταν οι κ.κ. Νικόλαος Βαγιόκας και Εμμανουήλ Αντωνογιαννάκης και παρακολούθησαν συνολικά 8 καταρτιζόμενοι.

2.

### Όλα όσα θα πρέπει να γνωρίζει ένας επιτυχημένος Βοηθός Λογιστή

Σκοπός του σεμιναρίου είναι η παροχή σε βασικές θεωρητικές και πρακτικές γνώσεις για τους βοηθούς λογιστών και απευθύνεται σε βοηθούς λογιστών, μεσαία και ανώτερα στελέχη λογιστηρίου (εργαζόμενοι σε εταιρίες και λογιστικά γραφεία), καθώς και σε όσους επιθυμούν να αποκτήσουν τις βασικές γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται προκειμένου να εξασφαλίσουν και να ελέγξουν την ομαλή και αποδοτική λειτουργία ενός σύγχρονου Λογιστηρίου προσαρμοσμένο στις ανάγκες της οικονομικής κρίσης.  
Οι συμμετέχοντες απέκτησαν ολοκληρωμένη εικόνα των βημάτων



των διαφόρων διεργασιών του λογιστηρίου μέσα από σύγχρονα εργαλεία καθημερινής δράσης, ενώ ταυτόχρονα εξασφάλισαν συνεχή υποστήριξη επί 12 μήνες μετά την παρακολούθηση του σεμιναρίου για οποιοδήποτε θέμα λογιστηρίου.

#### Το πρώτο σεμινάριο διεξήχθη σε 20 ώρες

Τετάρτη 27/04 από 5μ.μ. έως 9 μ.μ.,

Σάββατο 30/04 από 9π.μ. έως 1 μ.μ.,

Δευτέρα 02/05 από 5μ.μ. έως 9 μ.μ.,

Τετάρτη 04/05 από 5μ.μ. έως 9 μ.μ.ε

Σάββατο 07/05/11 από 9 π.μ. έως 1 μ.μ.

στις εγκαταστάσεις στο ΚΕΚ Τεχνικές Σχολές Επιμελητηρίου Ηρακλείου,

Λ. Ικάρου & Αρχιμήδους 1, Ν. Αλικαρνασός.

Εισηγητής ήταν ο κ Κοκολάκης Γρηγόριος και παρακολούθησαν συνολικά 18 καταρτιζόμενοι.

#### Το δεύτερο σεμινάριο διεξήχθη σε 20 ώρες

Τετάρτη 15/06 από 5μ.μ. έως 9 μ.μ.,

Σάββατο 18/06 από 9 π.μ. έως 1 μ.μ.,

Δευτέρα 20/06 από 5μ.μ. έως 9 μ.μ.,

Τετάρτη 22/06 από 5μ.μ. έως 9 μ.μ.ε

Σάββατο 25/06/2011 από 9 π.μ. έως 1 μ.μ στις εγκαταστάσεις στο ΚΕΚ

Τεχνικές Σχολές Επιμελητηρίου Ηρακλείου, Λ. Ικάρου & Αρχιμήδους 1, Ν.

Αλικαρνασός.

Εισηγητής ήταν ο κ Κοκολάκης Γρηγόριος και παρακολούθησαν συνολικά 17 καταρτιζόμενοι.

## 3.

### Όλα όσα πρέπει να γνωρίζετε για τις Φωτοβολταϊκές Επενδύσεις και Τεχνολογίες»

Το σεμινάριο απευθυνόταν σε παραγωγούς ηλεκτρικής ενέργειας από Φ/Β, δυνητικούς επενδυτές, τεχνικούς εγκαταστάτες και είχε ως σκοπό την παρουσίαση της Τεχνολογίας των Φωτοβολταϊκών Συστημάτων, καθώς επίσης και την παρουσίαση τυπικών δειγμάτων σχεδίασης σταθμών, τη χρηματοοικονομική ανάλυση της αποδοτικότητας (με παραδείγματα), και τη σχεδίαση συστημάτων με χρήση κινούμενων ή σταθερών βάσεων.

Εισηγητής ήταν ο κ. Γουγός Ανδρέας, Φυσικός PHD – Ειδικός Σχεδίασης και εγκατάστασης Φ/Κ Συστημάτων και παρακολούθησαν συνολικά 12 καταρτιζόμενοι.

Το σεμινάριο συνολικής διάρκειας 8 ωρών πραγματοποιήθηκε

το Σάββατο 16/04 από 5μ.μ. έως 9 μ.μ.

και την Κυριακή 17/04/11 από 9 π.μ. έως 1 μ.μ..

στις εγκαταστάσεις στο ΚΕΚ Τεχνικές Σχολές Επιμελητηρίου Ηρακλείου, Κορωναίου 14, 3ος όροφος, Ηράκλειο.



## 4.

### Βασικές Δεξιότητες Χρήσης Εφαρμογών Η/Υ

Πραγματοποιήθηκε το Τμήμα Προχωρημένων (Β Κύκλος) διάρκειας 30 ωρών από 30/04 έως 16/05/11, κάθε Δευτέρα και Τετάρτη 17:00 - 21:00 και κάθε Σάββατο 09:00 - 13:00 στις εγκαταστάσεις στο ΚΕΚ Τεχνικές Σχολές Επιμελητηρίου Ηρακλείου, Λ. Ικάρου & Αρχιμήδους 1, Ν. Αλικαρνασός.

Εισηγητές ήταν οι κ.κ. Μιχάλης Καθαράκης, Μιχάλης Χαλκιαδάκης και Παναγιώτης Γαλάτης, οι ενότητες που διδάχθηκαν είναι: windows, word, excel, internet και και παρακολούθησαν συνολικά 15 καταρτιζόμενοι.



### Περισσότερες πληροφορίες

για τα Προγράμματα Κατάρτισης που υλοποιούνται στο ΚΕΚ Τεχνικές Σχολές Επιμελητηρίου Ηρακλείου μπορείτε να βρείτε στο [www.katartisi.gr](http://www.katartisi.gr),

Ταχ. Διεύθυνση: Κορωναίου 14, 4ος όροφος,

τηλ: 2810-342136 & 331590,

Υπεύθυνη κα Μαίρη Βενιχάκη [venihaki@katartisi.gr](mailto:venihaki@katartisi.gr)

**Ενοικιάσεις Γεννητριών - Service - Ηλεκτροφωτισμός Εκδηλώσεων**



**τα πάντα  
για τη  
γεννήτρια!!**

• Ατλαντίδος 37, Ηράκλειο, Τ. 2810 253770, Κιν.: 6944 534784 & 6977 319298 • [www.rentagen.gr](http://www.rentagen.gr) / [info@rentagen.gr](mailto:info@rentagen.gr)

# Αλκιβιάδης Καλαμπόκης

Διευθύνων Σύμβουλος ΟΠΕ  
Πρόεδρος Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης



**Τι σημαίνει για τις κρητικές εξαγωγές η ανάληψη της Διοίκησης του ΟΠΕ από έναν επιχειρηματία της Κρήτης;**

Η νέα μου θέση, ως Διευθύνων Σύμβουλος του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου, αποτελεί μεγάλη τιμή αλλά και τεράστια ευθύνη, δεδομένου των συνθηκών της οικονομίας και της τωρινής κατάστασης του Οργανισμού. Η εξαγωγική δραστηριότητα της χώρας μας δεν σταμάτησε παρά την κρίση. Μάλιστα αυξήθηκε με σταθερούς ρυθμούς καθ' όλη τη διάρκεια του 2010 και τους πρώτους μήνες του 2011. Η Περιφέρεια Κρήτης και τα εξαγωγίμα προϊόντα του νησιού, παρουσίαζαν και συνεχίζουν να παρουσιάζουν έντονη δραστηριότητα, τόσο σε παραδοσιακές όσο και σε νέες αγορές. Η Κρήτη αποτελεί φωτεινό παράδειγμα πρακτικής Περιφερειακού marketing και ξεχωρίζει τόσο για την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων της όσο και για τις δράσεις προβολής και προώθησής των. Η νέα μου θέση θα ενισχύσει περισσότερο θετικά την ήδη υπάρχουσα κατάσταση του κρητικού εξαγωγικού εμπορίου, στο πλαίσιο ενός περιφερειακού σχεδιασμού με βάση την εθνική ομπρέλα που αφορά στο σύνολο της χώρας και στην ανάπτυξη της εξωστρέφειας όλων των εξαγωγικών επιχειρήσεων των Περιφερειών της Ελλάδας.

**Ποιοί παράγοντες ωθούν την άνοδο των ελληνικών εξαγωγών τα τελευταία χρόνια (έγιναν Εαφνικά πιο ποιοτικά και ανταγωνιστικά ή οι νομισματικές συγκυρίες προσφέρουν μια μοναδική ευκαιρία εδραίωσης στη διεθνή αγορά);**

Η αύξηση των ελληνικών εξαγωγών οφείλεται στη φιλότιμη προσπάθεια των Ελλήνων Εξαγωγέων που συνεχώς ανοίγουν δρόμους εξωστρέφειας σε νέες αγορές με καινοτόμα, ποιοτικά προϊόντα και στα εργαλεία που βοηθούν σ' αυτήν την κατεύθυνση, όπως ο συντονισμός ενεργειών προώθησης και το δομημένο επιχειρησιακό πλάνο του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου, καθώς και η συνεργασία με τους εξαγωγικούς φορείς και τα αρμόδια Υπουργεία, όπως το ΥΠΕΞ. Η μείωση της ρευστότητας στην εσωτερική αγορά οδήγησε περισσότερες επιχειρήσεις σε μια νέα εξωστρεφή εμπορική πολιτική, με αποτέλεσμα στην εξαγωγική σκακιέρα να υπάρχουν πλέον περισσότεροι παίχτες.

**Πώς προδιαγράφεται το μέλλον;**

Σημαντικό ρόλο στη συνέχεια και περαιτέρω ενίσχυση και ανάπτυξη των ελληνικών εξαγωγών θα παίξει η συμμετοχή επιχειρήσεων στο πρόγραμμα

**«ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**, ένα χρηματοδοτικό εργαλείο μέσω του οποίου θα υλοποιηθούν κατά βάση άυλες ενέργειες εξωστρέφειας, όπως εκθέσεις, επιχειρηματικές αποστολές και προσκλήσεις αγοραστών. Η αύξηση των ελληνικών εξαγωγών συνδυάζεται επίσης με τη μείωση της εισόδου εισαγόμενων προϊόντων στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα τη σημαντική μείωση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας μας. Η τωρινή αυξητική τάση μπορεί και πρέπει να διατηρηθεί και σ' αυτήν την κατεύθυνση πρέπει να συμβάλλουν όλοι οι εμπλεκόμενοι. Από τις εξαγωγικές επιχειρήσεις, οι οποίες πρέπει να βελτιώνουν την ποιότητα, την εμφάνιση και την εικόνα των προϊόντων και υπηρεσιών τους, μέχρι τους εξαγωγικούς φορείς που πρέπει να συμμετέχουν στις συντονισμένες προωθητικές ενέργειες των ελληνικών εξαγωγίμων προϊόντων.

**Μπορούν όλες οι επιχειρήσεις που πληρούν τις τυπικές προϋποθέσεις ν' αποκτήσουν εξαγωγική δραστηριότητα;**

Κάθε μεταποιητική και εμπορική εταιρεία με πιστοποιημένα, ποιοτικά και καινοτόμα προϊόντα μπορεί να αποκτήσει εξωστρεφή χαρακτήρα. Οι απαιτήσεις είναι πολλές αλλά και τα οφέλη εξίσου πολλά. Τα εξαγώγιμα προϊόντα πρέπει να βελτιώνονται συνεχώς ως προς την ποιότητά τους και να πιστοποιούνται για τη διαδικασία παραγωγής και τυποποίησής τους. Η εικόνα, η συσκευασία και γενικά η εμφάνισή τους να ανανεώνεται συνεχώς ανάλογα με τα πρότυπα, την κουλτούρα και τη θρησκεία της εκάστοτε αγοράς – στόχου. Π.χ. στις αραβικές χώρες

τα εισαγόμενα προϊόντα πρέπει να φέρουν ετικέτα στην αραβική γλώσσα και να μη φέρουν εικόνες γυναικών καθώς και να μην περιέχουν συστατικά χοιρινού. Τα παραπάνω δείχνουν ότι ένας επιτυχημένος εξαγωγέας πρέπει να ενημερώνεται συνεχώς, να θέτει συγκεκριμένους στόχους, να συντάσσει δομημένο business plan και να συμμετέχει σε δράσεις προώθησης των προϊόντων του.

**Υπάρχει μηχανισμός στήριξης των επιχειρήσεων που κάνουν τα πρώτα τους εξαγωγικά βήματα;**

Μέσα από το προτεινόμενο επιχειρησιακό σχέδιο για το 2012 και 2013 που ήδη έχουμε παρουσιάσει και θέσει σε δημόσια διαβούλευση στις Περιφέρειες, τα Επιμελητήρια και τους εξαγωγικούς συνδέσμους της χώρας καθώς και στις ελληνικές επιχειρήσεις αλλά και μέσα από τον σύγχρονο, αναδιαρθρωμένο ΟΠΕ, θα δίδεται η απαραίτητη στήριξη στις επιχειρήσεις για να επενδύσουν στην εξωστρέφεια. Σε συνδυασμό με τα υπάρχοντα χρηματοδοτικά εργαλεία, όπως το πρόγραμμα «**ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**» και νέα που θα ανακοινωθούν άμεσα από το Υπουργείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, αλλά και άλλα εργαλεία εξωστρέφειας, όπως το single window και το trade.gov.gr, οι ενεργοί και οι εν δυνάμει εξαγωγείς θα μπορέσουν ν' αναπτύξουν σε μεγάλο βαθμό τις άυλες ενέργειες που απαιτούνται για την αποτελεσματική εξωστρεφή λειτουργία της επιχειρήσής τους. Οι προϋποθέσεις για την επιτυχία του εξαγωγικού επιχειρείν είναι συγκεκριμένες και όπως ανέφερα παραπάνω, εστιάζουν



στην ανανέωση, βελτίωση και πιστοποίηση των προϊόντων και υπηρεσιών.

**Υπάρχουν ακόμη τα περιθώρια εισόδου σε αγορές που έχουν κατακλυστεί ήδη από παρόμοια προϊόντα άλλων χωρών ή πρέπει να στοχεύσουμε σε νέες αγορές;**

Στις 10 πρώτες χώρες, στις οποίες το 2010 είχαμε ήδη μια ικανοποιητική εξαγωγική παρουσία, προσδοκούμε ν' αυξήσουμε ακόμα περισσότερο τα μερίδιά μας μέσα και από τις στοχευμένες δράσεις του Οργανισμού. Οι χώρες αυτές είναι η Γερμανία, η Ιταλία, η Κύπρος, η Βουλγαρία, η Τουρκία, το Ηνωμένο Βασίλειο, οι ΗΠΑ, η Γαλλία, η Ρουμανία και η Αλβανία, οι λεγόμενες παραδοσιακές. Οι παραδοσιακές αυτές αγορές είναι εξίσου σημαντικές με εκείνες που δεν έχουμε ακόμη προσεγγίσει. Σ' αυτές τις αγορές τα ελληνικά προϊόντα έχουν αποκτήσει αναγνωρισιμότητα και έχουν διακριθεί για την ποιότητά τους. Γι' αυτό το λόγο συνεχίζουμε να στοχεύουμε σ' αυτές τις αγορές και προς αυτήν την κατεύθυνση ισχυροποιούμε τη συνεργασία με το Υπουργείο Εξωτερικών και τα γραφεία Οικονομικών Εμπορικών Υποθέσεων των Πρεσβειών μας στο εξωτερικό.

**Ποιές είναι οι νέες αγορές – στόχοι;**

Είναι οι χώρες του Αραβικού Κόσμου, η Αμερική για τα τρόφιμα και ποτά, η Ρωσία για πολλούς κλάδους (δομικά, γούνα, επιλεγμένες κατηγορίες τροφίμων), οι χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης όπως, Αζερμπαϊτζάν, Καζακστάν κ.λπ. και η Κίνα. Επίσης εκτιμάται ότι οι προσπάθειές μας πρέπει να επικεντρωθούν σε νέες μεγάλες αγορές, που αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς και αξιοποιώντας την άνοδο του παγκόσμιου εμπορίου, να κατευθύνουμε την εξαγωγική μας δράση σε χώρες όπως, ο Καναδάς, η Κορέα, η Βραζιλία, η Ινδία. Σε κάθε περίπτωση η επιτυχία της εξαγωγικής μας προσπάθειας εξαρτάται και από το





συντονισμό των προσπαθειών μας και την αποφυγή των αρνητικών εμπειριών του παρελθόντος, όπου υπήρχε πολυκερματισμός και οικονομικών πόρων, με αποτέλεσμα να μειώνεται η αποδοτικότητα τους.

### **Ποιές είναι οι προτεραιότητες και τα σχέδιά σας;**

Η νέα διοίκηση του ΟΠΕ θα δώσει έμφαση στην ενημέρωση των επιχειρήσεων της Περιφέρειας και στην ενεργό συμμετοχή τους στις προωθητικές δράσεις του ΟΠΕ, στην υλοποίηση ενός ρεαλιστικού επιχειρησιακού πλάνου για την επόμενη διετία 2012 – 2013, εμπλουτισμένο με καινοτόμες δράσεις ενίσχυσης της ελληνικής εξωστρέφειας, αλλά και στη συνένωση δυνάμεων και την ενίσχυση των συνδιοργανώσεων με τους εμπλεκόμενους εξαγωγικούς φορείς (Σύνδεσμοι, Επιμελητήρια κλπ) και με τα αρμόδια Υπουργεία, όπως ΥΠΕΞ και την Προεδρεία της Ελληνικής Δημοκρατίας. Στόχος είναι ο ΟΠΕ να γίνει το «Σπίτι του Εξαγωγέα» με ό,τι αυτό συνεπάγεται. Οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις να βρίσκουν στον Οργανισμό το δομημένο πλάνο για την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους και τους εξειδικευμένους συνεργάτες για την υλοποίηση του. Όλα τα παραπάνω έχουν ως στόχο την αύξηση των ελληνικών εξαγωγών με την δραστηριοποίηση από κοινού της πολιτείας, του ΟΠΕ και των ελληνικών επιχειρήσεων.

### **Ο στρατηγικός σχεδιασμός του Οργανισμού για την επόμενη διετία που βασίζεται;**

- 1.** Στην αύξηση της ποιοτικής εκθεσιακής δράσης με έμφαση στη διείσδυση σε νέες αγορές – στόχους για την ανάδειξη των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- 2.** Στην αλλαγή της εκθεσιακής παρουσίας της χώρας, με νέα, μοντέρνα και λειτουργική εμφάνιση.
- 3.** Στην αξιοποίηση νέων ή δοκιμασμένων ιδεών.
- 4.** Στη συνεργασία με νέους κλάδους, όπως ένδυμα - υπόδημα κλπ.
- 5.** Στην ενίσχυση πρόσκλησης αγοραστών από το εξωτερικό, μια δράση στην οποία θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση.
- 6.** Στη συνδιοργάνωση δράσεων με Επιμελητήρια, ΥΠΕΞ και Προεδρία της Ελληνικής Δημοκρατίας.

### **Ως Πρόεδρος του Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης πρωτοστατήσατε στη προσπάθεια κοινής προβολής των προϊόντων του νησιού, υπό την «ομπρέλα» της Περιφέρειας Κρήτης. Σε πανελλαδικό επίπεδο είναι εφικτός ένας αντίστοιχος στόχος;**

Η εξωστρεφής δραστηριότητα της Περιφέρειας Κρήτης και οι πρωτοβουλίες προβολής των εξαγωγίμων προϊόντων της σε διεθνείς διοργανώσεις, σε συνδυασμό με ένα ενιαίο σήμα όπως αυτό του φορέα CRETACERT για την πιστοποίηση της φήμης τους ως κρητικά παραγόμενα, ποιοτικά προϊόντα, μπορεί να αποτελέσει πρότυπο και για τις άλλες Περιφέρειες της Ελλάδος. Τα best practices του Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης και η διοργάνωση προβολής των προϊόντων του νησιού βασισμένα σε πρακτικές του regional marketing αποτελούν παράδειγμα προς μίμηση. Κατά συνέπεια, σκοπεύουμε στην κατάκτηση ενός αντίστοιχου στόχου σε πανελλαδικό επίπεδο, αρκεί να έχουμε την υποστήριξη και τη διάθεση από κλαδικούς συνδέσμους και φορείς.

### **Τι κάνετε προς αυτή την κατεύθυνση;**

Σ' αυτή τη λογική κάνουμε επισκέψεις και παρουσιάσεις σε όλη την Ελλάδα (Περιφέρειες, επιμελητήρια) για την παρουσίαση των best practices της Κρήτης. Ήδη υπάρχει έντονο ενδιαφέρον από άλλες περιφέρειες, με πρώτη την Πελοπόννησο, αλλά και τη Δυτική Μακεδονία κι άλλες, για την παρουσίαση της Κρήτης ως καλή πρακτική συνεργασίας μεταξύ Περιφέρειας Κρήτης – ΣΕΚ – Επιμελητηρίων και επιχειρήσεων.

### **Πόση αυτονομία διαθέτετε για να διαχειρισθείτε την εξαγωγική δραστηριότητα της χώρας, όπως την οραματίζεσθε, δεδομένης της πολυδιάσπασης αρμοδιοτήτων μεταξύ τριών – τεσσάρων υπουργείων;**

Με βάση τη γνώση του αντικείμενου και το όραμα τραβάς στο άρμα σου και τους άλλους. Μ' αυτή τη λογική, η συνεργασία των αρμόδιων Υπουργείων και των εμπλεκόμενων φορέων γίνεται πράξη καθημερινά. Ο ΟΠΕ συνεργάζεται στενά και επιτυχημένα με το Υπουργείο Εξωτερικών και τη Β8 διεύθυνση, με τους τρεις εξαγωγικούς Σύνδέσμους της χώρας ΠΣΕ – ΣΕΒΕ – ΣΕΚ και γενικά έχει ανοίξει διάυλο επικοινωνίας με όλους τους εμπλεκόμενους στο εξαγωγικό εμπόριο φορείς. Επίσης, υπάρχει συνεργασία και για την προώθηση των εργαλείων εξωστρέφειας, όπως το trade.gov.gr και το Single Window που θα διευκολύνουν τη καθημερινότητα των Ελλήνων εξαγωγέων.

### **Μέχρι πρότινος ήσασταν ένας από αυτούς που ασκούσαν πιέσεις στους διοικούντες του ΟΠΕ και τους συναρμόδιους Υπουργούς για τη λήψη μέτρων διευκόλυνσης των εξαγωγών. Τώρα βρίσκεστε εσείς στο τιμόνι του ΟΠΕ. Μπορείτε να υλοποιήσετε όλα αυτά που διεκδικούσατε;**

Ο τρόπος διεκδίκησης είναι ακριβώς ο ίδιος, μάλιστα πιο δυναμικός αφού υπάρχει ένας «εσωτερικός» πόλεμος για την επίτευξη των στόχων. Θέλω να πιστεύω ότι πέρα από το νοικοκύρεμα του ΟΠΕ, θα υπάρξει και μια νέα επιχειρησιακή λειτουργία σε βάθος δύο ετών με το ίδιο πρόσωπο.

### **Από ποιές αγκυλώσεις επιδιώκετε ν' απαλλάξετε τον ΟΠΕ;**

Ο νέος, αναδιοργανωμένος ΟΠΕ θα λειτουργεί με πρακτικές ιδιωτικού τομέα και όχι δημοσίου με πελατοκεντρική πολιτική. Βασικοί στόχοι είναι η αύξηση της παραγωγικότητας, η εγρήγορση κινήσεων, η αγάπη προς τον εξαγωγέα. Σκοπός η αναδιοργάνωση, η στοχοθέτηση νέων αγορών – στόχων, ο εκμοντερνισμός, η βελτίωση ποιότητας δράσεων, η αποτελεσματικότητα.





# 2ος Διαγωνισμός Βράβευσης επιχειρήσεων - μελών του Επιμελητηρίου Ηρακλείου παράταση έως 29 Ιουλίου 2011

## ΛΑΒΕΤΕ ΜΕΡΟΣ ΚΑΙ ΚΕΡΔΙΣΤΕ ΤΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΠΟΥ ΣΑΣ ΑΞΙΖΕΙ

Το Επιμελητήριο Ηρακλείου προκηρύσσει δημόσια εκδήλωση ενδιαφέροντος για συμμετοχή στον 2ο Διαγωνισμό Βράβευσης επιχειρήσεων μελών του.

Η ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της τοπικής οικονομίας, η δημιουργία θέσεων απασχόλησης, αποτελούν βασικές επιδιώξεις του Επιμελητηρίου Ηρακλείου.

Με μακροχρόνιο προγραμματισμό και συνεχή προσπάθεια, το Επιμελητήριο Ηρακλείου επιδιώκει τη σύμπραξη διαφορετικών παραγόντων όπως: της δημόσιας διοίκησης, του επιχειρηματικού κόσμου, του εκπαιδευτικού συστήματος, των συνδέσμων και των ενώσεων φορέων για την επίτευξη των στόχων του.

Αναγνωρίζοντας την αναγκαιότητα διαμόρφωσης επιχειρηματικής κουλτούρας, υποβοήθησης και ανάδειξης της τοπικής επιχειρηματικότητας, το Επιμελητήριο Ηρακλείου διοργανώνει τον «2ο διαγωνισμό για την ανάδειξη καλών επιχειρηματικών πρακτικών και επιβράβευση της επιχειρηματικής Αριστείας για το Νομό Ηρακλείου».

Στόχος του διαγωνισμού είναι η ενδυνάμωση της τοπικής επιχειρηματικής κουλτούρας, με την απόδοση της δέουσας σπουδαιότητας στο «επιχειρείν» και την ανάπτυξη άμιλλας μεταξύ των επιχειρήσεων σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο για την ανάδειξη, προώθηση και ευρύτερη εφαρμογή επιτυχημένων πρωτοβουλιών και τακτικών.

Στο διαγωνισμό, μπορούν να μετέχουν μόνο τοπικές επιχειρήσεις - μέλη του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, και με δικαίωμα συμμετοχής σε ένα και μόνο βραβείο.

Τα βραβεία που θα απονεμηθούν είναι:

- Βραβείο καλής πρακτικής εξωστρέφειας επιχείρησης
- Βραβείο ανάληψης πρωτοβουλιών και επίδειξης ευαισθησίας σε θέματα περιβάλλοντος και εφαρμογής κοινωνικής εταιρικής ευθύνης
- Βραβείο ανάδειξης επωνυμίας μέσω ποιότητας προϊόντος, υπηρεσίας ή διαδικασίας
- Βραβείο καλύτερης επιχείρησης σχετικής με τις υπηρεσίες του τουρισμού
- Βραβείο ενσωμάτωσης καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία

Οι υποψηφιότητες θα υποβληθούν στην τεχνική Γραμματεία που έχει συσταθεί από το Επιμελητήριο μέχρι και την Παρασκευή 29 Ιουλίου με ώρα 13:00 στα γραφεία του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, οδός Κορωνοαίου 9 στο Ηράκλειο.

### Επιτροπή Αξιολόγησης Διαγωνισμού

Η αξιολόγηση, βαθμολόγηση και κατάταξη των υποψηφιοτήτων θα γίνει από Επιτροπή Αξιολόγησης Διαγωνισμού, που έχει ορισθεί από το Επιμελητήριο Ηρακλείου και αποτελείται από:

- Τον πρόεδρο του Επιμελητηρίου Ηρακλείου
- Τον πρόεδρο της Παγκρήτιας Συνεταιριστικής Τράπεζας
- Τον πρόεδρο του Τεχνικού Επιμελητηρίου / Τμήμα Ανατολικής Κρήτης
- Τον πρόεδρο του Γεωτεχνικού Επιμελητηρίου/ Παράρτημα Κρήτης
- Τον πρόεδρο του Οικονομικού Επιμελητηρίου / τμήμα Ανατολικής Κρήτης
- Τον πρόεδρο του ΤΕΙ Κρήτης
- Εκπρόσωπο της Περιφέρειας Κρήτης αρμόδιο σε θέματα περιβάλλοντος

Οι πρωτοβουλίες που θα συγκεντρώσουν τη μεγαλύτερη βαθμολογία, θα βραβευθούν από το Επιμελητήριο Ηρακλείου, σε ειδική επίσημη τελετή βράβευσης με σχετική τιμητική πλακέτα.



### 1. Προδημοσίευση της Δράσης "Υποστήριξη των επιχειρήσεων για την απασχόληση προσωπικού υψηλής επιστημονικής κατάρτισης"

Η προκήρυξη αφορά την επιχορήγηση επιχειρήσεων για την πρόσληψη / απασχόληση προσωπικού υψηλής επιστημονικής κατάρτισης (ερευνητές-τεχνικοί) προκειμένου να υλοποιήσουν συγκεκριμένες προτάσεις για ερευνητικές δραστηριότητες.

Στο πρόγραμμα μπορούν να υποβληθούν προτάσεις για ερευνητικές δραστηριότητες, από επιχειρήσεις του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, όλων των κλάδων της οικονομίας και όλων των μεγεθών.

#### Επιστημονικές περιοχές έρευνας

Καμία περιοχή της σύγχρονης έρευνας δεν αποκλείεται από την παρούσα πρόσκληση, με την προϋπόθεση ότι εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1998/2006 της Επιτροπής για τις ενισχύσεις ήσσονος σημασίας -De minimis.

Οι προτάσεις θα κατατάσσονται κατ' επιλογή του / της υποβάλλοντος /ουσας την πρόταση στις ακόλουθες ευρείες επιστημονικές περιοχές:

**A. Φυσικές Επιστήμες, Επιστήμες Μηχανικού και Επιστήμες του Διαστήματος**

**B. Επιστήμες της Ζωής**

**Γ. Επιστήμες και Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών**

**Δ. Ανθρωπιστικές και Κοινωνικές Επιστήμες**

**Ε. Ενέργεια – Περιβάλλον – Μεταφορές**

Επιχειρησιακό πρόγραμμα ΕΠ "Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού"

**Είδος ενίσχυσης Οικονομική:** Ενίσχυση – Επιδότηση

**Περιοχή υλοποίησης:** Ολόκληρη η Ελλάδα

**Τομείς ενδιαφέροντος:** Δημόσια Διοίκηση, Έρευνα – Τεχνολογία – Καινοτομία, Απασχόληση – Εργασία

**Σε ποιους απευθύνεται:** Επιχειρήσεις του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα, όλων των κλάδων της οικονομίας και όλων των μεγεθών.

**Για περισσότερες πληροφορίες:**

<http://www.espa.gr/el/Pages/Proclamationsfs.aspx?item=1682>



### 2. Προκήρυξη προγράμματος «Αριστεία» για την ενίσχυση των άριστην επιστημονικών ερευνητικών προσπαθειών

Η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ), ύστερα από εισήγηση και συντονισμό του Εθνικού Συμβουλίου Έρευνας και Τεχνολογίας, σχεδίασε και προκηρύσσει το πρόγραμμα «ΑΡΙΣΤΕΙΑ», προϋπολογισμού 60 εκ. ευρώ.

**Προθεσμία υποβολής:** 1η Σεπτεμβρίου 2011.

Σκοπός του προγράμματος είναι η άμεση ενίσχυση και υποστήριξη των άριστην επιστημονικών προσπαθειών στην Ελλάδα, στο σύνολο των επιστημονικών και ερευνητικών πεδίων, καθώς και η ενίσχυση της έρευνας που αναλαμβάνεται με πρωτοβουλία του ερευνητή (investigator driven research). Επιπλέον, η «ΑΡΙΣΤΕΙΑ» επιδιώκει την επιβράβευση των προτάσεων με καινοτομικό χαρακτήρα δίνοντας έμφαση στην ποιότητα και όχι στην περιοχή της έρευνας στην οποία εμπίπτει η πρόταση.

Το πρόγραμμα «ΑΡΙΣΤΕΙΑ» εντάσσεται στον πρώτο στρατηγικό πυλώνα της νέας πολιτικής της έρευνας: «**Ενίσχυση της έρευνας – ανθρώπινο επιστημονικό δυναμικό**».

Ανταποκρίνεται στις άμεσες και επιτακτικές ανάγκες της ελληνικής επιστημονικής κοινότητας, καθώς απαντά στην ανεπάρκεια χρηματοδότησης αυτού του είδους της ερευνητικής δραστηριότητας την τελευταία δεκαετία. Αποτελεί το πρώτο βήμα για τη δημιουργία ενός οδικού

# ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



χάρτη περιοδικής και τακτικής χρηματοδότησης της επιστημονικής έρευνας, κάτι που έχει θέσει ως στόχο το Υπουργείο Παιδείας.

Η «**ΑΡΙΣΤΕΙΑ**» αποσκοπεί στην καλλιέργεια ενός σταθερού και αξιοκρατικού περιβάλλοντος για την έρευνα στην Ελλάδα με τη θέσπιση διαφανών και αυστηρών διαδικασιών αξιολόγησης και τη δημοσίευση περιοδικών προσκλήσεων υποβολής προτάσεων. Αποβλέπει στην ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας του ερευνητικού συστήματος στην χώρα.

Οι επιλογές θα γίνουν από επιτροπές κριτών της αλλοδαπής με προδιαγραφές παρόμοιες αυτών του **European Research Council (ERC)** και του **National Science Foundation (NSF)** των ΗΠΑ.

Το πρόγραμμα μπορεί ν' αποτελέσει μοχλό για την κατοχύρωση ελληνικών ευρεσιτεχνιών, με κατευθείαν χρηματοδότηση από την ΓΓΕΤ για κατοχύρωση και μελλοντική εκμετάλλευση.

Στη σύγχρονη κοινωνία της πληροφορίας και της γνώσης, η επένδυση στην βασική και εφαρμοσμένη έρευνα, την τεχνολογία και την καινοτομία αποτελεί θεμελιώδη παράγοντα ανάπτυξης, προόδου και διασφάλισης ενός καλύτερου επιπέδου ποιότητας ζωής μέσα σε ένα έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό και οικονομικό περιβάλλον. Η γνώση αποτελεί τόσο ιδιωτικό, όσο και δημόσιο αγαθό. Η επένδυση στη γνώση αποτελεί την ασφαλέστερη – αλλά ίσως και τη μόνη μακροχρόνια δυνατή – αντιμετώπιση του «ελλείμματος ανταγωνιστικότητας».

Η δράση «**Αριστεία**» θα υλοποιηθεί από τη ΓΓΕΤ (**Δικαιούχος του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση**») και θα συγχρηματοδοτηθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση (**Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο – ΕΚΤ**) και από εθνικούς πόρους.

## 3. Επιχειρηματικότητα των Νέων στο νέο Επενδυτικό Νόμο: Από 1η Ιουλίου η υποβολή των επενδυτικών σχεδίων

Τίθεται σε ισχύ το σχετικό Ειδικό Καθεστώς στο πλαίσιο του νέου Επενδυτικού Νόμου για την ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας των Νέων.

Η περίοδος υποβολής επενδυτικών σχεδίων ξεκινά την 1 Ιουλίου και ολοκληρώνεται στις 31 Αυγούστου 2011. Το συγκεκριμένο καθεστώς αφορά νέους επιχειρηματίες έως 40 ετών. Προβλέπει την ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την ίδρυση και λειτουργία πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων, στις οποίες συμμετέχουν οι παραπάνω νέοι, με ποσοστό άνω του 50%. Το ελάχιστο ύψος επένδυσης που απαιτείται είναι τα 100.000 ευρώ, ενώ τα είδη της ενίσχυσης που προβλέπονται είναι η επιχορήγηση και η επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (Leasing).

Οι δαπάνες που ενισχύονται αφορούν την ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία της επιχείρησης. Δηλαδή από τις αμοιβές για νομικές υπηρεσίες και υπηρεσίες διοικητικής υποστήριξης και παροχής συμβουλών που έχουν άμεση σχέση με τη δημιουργία της επιχείρησης, μέχρι τους τόκους εξωτερικής χρηματοδότησης και δαπάνες για ενέργεια, ύδρευση και θέρμανση, καθώς και διοικητικές επιβαρύνσεις και φόρους προς το Δημόσιο και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα, όπως δημοτικά τέλη κ.λπ. Στο ίδιο πλαίσιο, προβλέπεται και η ενίσχυση δαπανών για μισθοδοσία. Παράλληλα, ενισχύονται και δαπάνες χρηματοδοτικής μίσθωσης εγκαταστάσεων και εξοπλισμού παραγωγής.

Η ενίσχυση των παραπάνω δαπανών αφορά στα 5 πρώτα χρόνια μετά την ίδρυση της επιχείρησης και μετά την υποβολή της αίτησης υπαγωγής στην αρμόδια υπηρεσία. Το συνολικό ύψος της επιχορήγησης στην πενταετία δεν υπερβαίνει το 100% του κόστους του επενδυτικού σχεδίου που υποβλήθηκε στο Ειδικό Καθεστώς της Επιχειρηματικότητας των Νέων. Δυστυχώς, το συνολικό ποσό της επιχορήγησης μπορεί να ανέλθει μέχρι το ποσό του 1 εκ. ευρώ στην περίπτωση χρήσης χρηματοδοτικής μίσθωσης, ενώ στην περίπτωση μη χρήσης χρηματοδοτικής μίσθωσης μπορεί να ανέλθει μέχρι τις 500.000 ευρώ.

Το νέο καθεστώς καινοτομεί, αφού παρέχει τη δυνατότητα ένταξης του προτεινόμενου επενδυτικού σχεδίου ή τμήματος αυτού, εφόσον πληροί τους σχετικούς όρους, και σε άλλα καθεστώτα ενισχύσεων του Επενδυτικού Νόμου, με την προϋπόθεση της μη ενίσχυσης των ίδιων επιλέξιμων δαπανών. Επισημαίνεται ότι στο Ειδικό Καθεστώς της Επιχειρηματικότητας των Νέων μπορούν να υπαχθούν όλες οι οικονομικές δραστηριότητες, πλην εκείνων που εξαιρούνται στον Επενδυτικό Νόμο (3908/2011, άρθρο 2).

Οι δαπάνες του επενδυτικού σχεδίου που προτείνεται προς ένταξη και οι οποίες δεν ενισχύονται από το παρόν Ειδικό Καθεστώς μπορούν να καλυφθούν με ίδια κεφάλαια, με συμμετοχή σε άλλο καθεστώς κρατικών ενισχύσεων (είτε στον Επενδυτικό Νόμο είτε σε πρόγραμμα του ΕΣΠΑ), με χαμηλότοκο δάνειο μέσω του Ταμείου Επιχειρηματικότητας του ΕΤΕΑΝ ή με άλλη εξωτερική χρηματοδότηση.

Τα επενδυτικά σχέδια υποβάλλονται πρώτα ηλεκτρονικά μέσα από το Πληροφοριακό Σύστημα Κρατικών Ενισχύσεων – [ependyseis.gr](http://ependyseis.gr), και έπειτα εντύπως στα Γραφεία Εξυπηρέτησης Επενδυτών της Αθήνας και της Κρήτης.

## Παρουσίαση προγράμματος «ΝΕΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ»



Με τη συμμετοχή πολλών εν ενεργεία αλλά και εν δυνάμει επιχειρηματιών πραγματοποιήθηκε στο Επιμελητήριο Ηρακλείου η παρουσίαση του Προγράμματος «ΝΕΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ», το οποίο αφορά στην οικονομική ενίσχυση επιχειρήσεων που στηρίζονται στην καινοτομία.

Την εκδήλωση χαιρέτησαν, ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, κ. Νικήτας Δολαψάκης και ο Γενικός Γραμματέας του Επιμελητηρίου Ηρακλείου και Α΄ Αντιπρόεδρος της Αναπτυξιακής Κρήτης, κ. Βαγγέλης Καρκανάκης. Συμμετείχαν επίσης, ο προϊστάμενος της Διεύθυνσης ΜΜΕ του Υπουργείου Ανάπτυξης Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας κ. Διονύσιος Τσαγκρής και το στέλεχος της ίδιας Διεύθυνσης κ. Ιωάννης Κωπτάκης, οι οποίοι απάντησαν σε εξειδικευμένες ερωτήσεις των παρευρισκομένων.

Η εκτενής παρουσίαση έγινε από τον Υπεύθυνο του Προγράμματος και Διευθυντή Αξιολόγησης & Υλοποίησης Έργων της Αναπτυξιακής Κρήτης, κ. Γεώργιο Τερζάκη.

Κατά την ομιλία του ο κ. Δολαψάκης ανέφερε χαρακτηριστικά: «διανύουμε μία περίοδο, στην διάρκεια της οποίας, όλοι αναζητούμε το καινούργιο, θέλουμε να δούμε πού πάει η επιχειρηματικότητα και ποιά θα είναι η επόμενη ημέρα. Και θα υπάρξει επόμενη ημέρα γι' αυτούς που θα καινοτομήσουν».

Αναφερόμενος στο συγκεκριμένο πρόγραμμα του ΕΣΠΑ τόνισε ότι δίνει διέξοδο κυρίως στους νέους ν' αναπτύξουν τη δική τους επιχείρηση και εξέφρασε την ελπίδα να υπάρξουν και άλλα προγράμματα ώστε να δοθεί επιτέλους ώθηση στην ανάπτυξη.

Στον σημαντικό ρόλο της Αναπτυξιακής Κρήτης αναφέρθηκε ο κ. Βαγγέλης Καρκανάκης αναφερόμενος στα Προγράμματα που έχει υλοποιήσει. Επισήμανε παράλληλα την πολυδιάσπαση αρμοδιοτήτων ανάμεσα σε πολλά υπουργεία, γεγονός που ποδηγετεί την ανάπτυξη και τόνισε «αν δεν αποκτήσουμε σταθερό φορολογικό σύστημα, απρόσκοπτη χρηματοδότηση από τις τράπεζες και κρατική υποστήριξη, η επιχειρηματικότητα δύσκολα θ' ανακάμψει».

Ο κ. Τσαγκρής επισήμανε με έμφαση ότι πρέπει ως χώρα να επενδύσουμε σε καινοτόμες ιδέες και στη συνεργασία των ΜΜΕ για να μπορέσουμε να μπούμε στο διεθνή ανταγωνισμό και τόνισε «θέλουμε να κρατήσουμε στη χώρα μας τους νέους που έχουν επιχειρηματικές ιδέες γι' αυτό και τους βοηθάμε να κάνουν τη δική τους επιχείρηση, χρηματοδοτώντας έως και 60% το εγχείρημά τους».

Όπως διευκρίνισε ο κ. Κωπτάκης οι προτάσεις για το συγκεκριμένο πρόγραμμα υποβάλλονται υποχρεωτικά μόνο ηλεκτρονικά από 15 Ιουλίου έως 30 Σεπτεμβρίου 2011, ενώ

μετά την ολοκλήρωση της πρώτης περιόδου υποβολής, το πρόγραμμα δεν κλείνει αλλά θα δέχεται και πάλι ηλεκτρονικές αιτήσεις από 7 Μαΐου έως 30 Ιουνίου έκαστου έτους.

Στη συνέχεια η συζήτηση στην αίθουσα ΚΑΣΤΕΛΛΑΚΗ του Επιμελητηρίου Ηρακλείου επεκτάθηκε και σε άλλα θέματα που απασχολούν την επιχειρηματικότητα, ενώ έγινε ενημέρωση και για τα προγράμματα που πρόκειται ν' ανακοινωθούν προσεχώς.

Η εκδήλωση συνδιοργανώθηκε από το Επιμελητήριο Ηρακλείου - μέλος του Enterprise Europe Network - και την Αναπτυξιακή Κρήτης - εταίρο του Ενδιάμεσου Φορέα του Επιχειρησιακού Προγράμματος «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ» 2007-2013 (ΕΠΑΝ ΙΙ) ΕΦΕΠΑΕ με χωρική αρμοδιότητα την Περιφέρεια Κρήτης.

Περισσότερες πληροφορίες για το πρόγραμμα ΝΕΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, μπορείτε να ζητήσετε σε όλα τα καταστήματα της Παγκρήτιας Συνεταιριστικής Τράπεζας και της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων, στην Αναπτυξιακή Κρήτης (κ. Γιώργος Τερζάκης τηλ: 2810 302423) και στους διαδικτυακούς τόπους:

[www.ypoian.gr](http://www.ypoian.gr), [www.antagonistikotita.gr](http://www.antagonistikotita.gr),  
[www.espa.gr](http://www.espa.gr).

Αξιοποιήστε τις δυνατότητες που προσφέρει η  
νέα ιστοσελίδα του Επιμελητηρίου Ηρακλείου  
**www.ebeh.gr**



# -ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: Φωτεινή Ελευθερίου

## Τι είναι το e - Επιμελητήριο;

Το e - Επιμελητήριο είναι ένα σύγχρονο διαδικτυακό εργαλείο που προσφέρει στις επιχειρήσεις - μέλη του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, νέους και αποδοτικούς τρόπους επικοινωνίας. Κάθε εξουσιοδοτημένο μέλος μπορεί πλέον να έχει πρόσβαση σε υπηρεσίες του Επιμελητηρίου από το γραφείο του κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο.

## Ποιά είναι τα πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις - μέλη;

Διευκολύνει τους χρήστες στην αναζήτηση επιχειρήσεων - μελών του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, παρέχοντας και σε τρίτους τη δυνατότητα ν' αναζητήσουν συνεργασίες. Η αναζήτηση γίνεται, προς το παρόν, με «λέξεις κλειδιά» που περιγράφουν τη δραστηριότητα των μελών ή με ΚΑΔ2008 (Κωδικός Δραστηριότητας που χρησιμοποιούν οι Δ.Ο.Υ.). Μελλοντικά θα μπορεί να γίνει και με την περιγραφή προϊόντων και γεωγραφικής θέσης.

## Ποιές συναλλαγές μπορούν να διεκπεραιωθούν;

- Έλεγχος των στοιχείων της επιχείρησης, που διατηρεί το Επιμελητήριο στα μητρώα του,
- Έκδοση Πιστοποιητικών και Βεβαιώσεων,
- Πληρωμή συνδρομών με τη χρήση πιστωτικής κάρτας,
- Τροποποίηση στοιχείων επικοινωνίας κ.α. που σχετίζονται με την επιχείρηση.

## Πόσο εύκολη είναι η πρόσβαση και η χρήση του;

Η διαδικασία πρόσβασης είναι απλή. Κάνοντας κλικ στην - «Αίτηση εγγραφής στο e - Επιμελητήριο», προβάλλεται στην οθόνη μια ηλεκτρονική αίτηση. Μετά τη συμπλήρωση και την ηλεκτρονική αποστολή της αίτησης, γίνονται οι σχετικοί έλεγχοι και αποστέλλεται στον αιτούντα, το σχετικό έγγραφο «έγκρισης χρήσης» μαζί με τους κωδικούς πρόσβασης, με ταχυμεταφορά - για λόγους ασφαλείας - ή μέσω email.

## Πώς γίνονται οι Ηλεκτρονικές Πληρωμές;

Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να πληρώσουν ηλεκτρονικά τις οφειλές τους για συνδρομές και έκδοση πιστοποιητικών, με χρήση πιστωτικής κάρτας. Το Επιμελητήριο προσφέρει την υπηρεσία "e - Πληρωμές" μέσω συνεργαζόμενης Τράπεζας. Για την ολοκλήρωση μιας ηλεκτρονικής συναλλαγής, ο χρήστης συμπληρώνει τα στοιχεία της πιστωτικής του κάρτας, σε ασφαλή φόρμα της υπηρεσίας της Τράπεζας. Κανένα στοιχείο της πιστωτικής κάρτας δεν γίνεται γνωστό και δεν αποθηκεύεται σε καμία περίπτωση στο e - Επιμελητήριο ή στο Επιμελητήριο.

## Παρέχεται η δυνατότητα ακύρωσης συναλλαγής;

Τα μέλη του Επιμελητηρίου μπορούν ν' ακυρώσουν τις ηλεκτρονικές τους συναλλαγές, μετά από συνεννόηση με το Επιμελητήριο, όπως και με κάθε άλλη οικονομική συναλλαγή τους με το Επιμελητήριο.

## Πώς διαφυλάσσεται η ασφάλεια των δεδομένων των μελών;

Η πρόσβαση των μελών στο e - Επιμελητήριο προστατεύεται από τεχνολογία SSL, καθιστώντας ουσιαστικά αδύνατη την υποκλοπή των κωδικών των μελών από τρίτους.

## Πώς διασφαλίζεται η αυθεντικότητα Πιστοποιητικών και Βεβαιώσεων;

Τα ηλεκτρονικά πιστοποιητικά που εκδίδονται από το e - Επιμελητήριο συνοδεύονται από μοναδικό αριθμό αυθεντικότητας. Η εφαρμογή προσφέρει δημόσια τη δυνατότητα εξακρίβωσης της αυθεντικότητας ενός πιστοποιητικού, τακτική που ακολουθείται γενικά από δημόσιους φορείς για ευαίσθητα ηλεκτρονικά έγγραφα.

Για περισσότερες πληροφορίες  
επικοινωνήστε με το:

Επιμελητήριο Ηρακλείου, Τηλ: 2810 247038,  
κ. Ηρακλή Καλσπεράκη



Γεώργιος Καραπιδάκης  
Διπλ. Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκησης, Msc  
Υποδιευθυντής ΚΕΚ Τεχνικών Σχολών  
Τεχνικός Σύμβουλος Επιμελητηρίου Ηρακλείου  
email: karapidakis@katartisi.gr

# Η κατάσταση της τοπικής οικονομίας και ο ρόλος των τραπεζών

Το Επιμελητήριο γίνεται συχνά αποδέκτης παραπόνων πάνω σε αυτό ακριβώς το ζήτημα. Επιχειρήσεις μέλη μας, διαμαρτύρονται ότι προκειμένου να εκδώσουν εγγυητικές επιστολές και να εισπράξουν τις προκαταβολές στα προγράμματα του ΕΣΠΑ που είχαν ενταχθεί, οι τράπεζες με τις οποίες συνεργάζονται τους ζητούν να έχουν ίσο ποσό σε κλειστό λογαριασμό στο κατάστημά τους.

Μα (εύλογο) αν είχαν διαθέσιμο ποσό ανάλογο ή ίσο της προκαταβολής του προγράμματος, γιατί να μπουν σε αυτή τη διαδικασία; Ή να προσπειώσουν ακίνητο πολλαπλάσιας αξίας, προκειμένου να εκδώσουν μια εγγυητική επιστολή καλής εκτέλεσης, πολλές φορές σε πελάτες με τους οποίους συνεργάζονται χρόνια; Και ούτω καθεξής.

Το «καλύτερο», πάντως, σημειώνεται το τελευταίο διάστημα (με κορύφωση την τελευταία εβδομάδα του Μάη), όπου υπάρχει μια σημαντική «αιμορραγία» καταθέσεων, δηλαδή μια μεγάλη αύξηση του ποσοστού των καταθέσεων που αποσύρονται από τις τράπεζες (είτε για να «κλείσουν τρύπες», είτε για να κατατεθούν σε λογαριασμούς του εξωτερικού υπό το φόβο μιας ενδεχόμενης κατάρρευσης του τραπεζικού συστήματος).

Ο Μαρκ Τουαϊν (Mark Twain) έλεγε ευφυολογώντας ότι «Τράπεζα είναι το ίδρυμα που σου δανείζει λεφτά, αν μπορείς ν' αποδείξεις ότι δε σου χρειάζονται».

Όπως φαίνεται, στις μέρες μας, αυτό ισχύει περισσότερο απ' ότι πριν.



## Οι φήμες και η κρίση

Έτσι, όπως λένε οι φήμες, οι τράπεζες αποφεύγουν ή δυσκολεύουν τις διαδικασίες ανοίγματος λογαριασμών στο εξωτερικό και με συγκεκριμένες οδηγίες και επιχειρηματολογία, κατευθύνουν και εκπαιδεύουν το προσωπικό τους να χειρίζεται δύσκολες περιπτώσεις πανικόβλητων πελατών που τρέχουν να «σπκώσουν» τα λεφτά τους. Αυτά λένε οι φήμες...

Η αλήθεια πάντως βρίσκεται αλλού και φυσικά αυτή είναι μια ερμηνεύσιμη συμπεριφορά. Όλες αυτές οι στρεβλώσεις της αγοράς, μπορούν να εξηγηθούν λόγω κρίσης. Είναι σχεδόν βέβαιο ότι οι τράπεζες θα προτιμούσαν να δανείζουν «ασύστολα» όπως σε άλλες (περασμένες πλέον) εποχές, μιας και η κρίση συνεχίζει να «φρενάρει» την πιστωτική τους επέκταση. Άλλωστε πάνω από όλα οι τράπεζες είναι επιχειρήσεις με σκοπό το

κέρδος, που κατά βάση (πλην ελαχίστων εξαιρέσεων) ανήκουν στους μετόχους τους – στους οποίους και λογοδοτούν. Οπότε, όπως καταλαβαίνει κανείς, η κατάσταση αυτή δεν εξυπηρετεί ούτε τις ίδιες.

Μάλιστα, υπήρξε πολύς θόρυβος στα τέλη του Μάρτη (καθώς και μια ενδοκυβερνητική διαμάχη) σχετικά με την παροχή νέων κρατικών εγγυήσεων 30 δις. ευρώ στις τράπεζες, και πολλά κυβερνητικά στελέχη επισήμαιναν ότι ενώ οι τράπεζες διαρκώς ενισχύονται από το Δημόσιο, την ίδια ώρα κόβουν τις πιστώσεις σε επιχειρήσεις και νοικοκυριά, οδηγώντας την οικονομία σε όλο και βαθύτερη ύφεση. Η απλή αλήθεια είναι ότι οι τράπεζες δεν διοχετεύουν πλέον ρευστότητα στην αγορά, επειδή με τις σημερινές συνθήκες δεν μπορούν να το κάνουν, όσες εγγυήσεις και αν τους προσφέρει το Δημόσιο.

### «Με την πλάτη στον τοίχο»

Οι τράπεζες είναι σήμερα αυτό που λέμε

να αντλήσουν περί τα 93 δις. ευρώ για να καλύψουν τα κενά ρευστότητας. Είναι η ρευστότητα αυτή που εξασφαλίζει μετρητά στα ATM της χώρας και επιτρέπει στα (περισσότερα) γρανάζια της οικονομικής δραστηριότητας να γυρίζουν ακόμη. Χωρίς αυτές τις εγγυήσεις, οι τράπεζες όχι απλά δεν θα μπορούσαν να δίνουν δάνεια, αλλά θα είχαν δυσκολευτεί ακόμη και να αντιμετωπίσουν τις αναλήψεις από τους καταθέτες.

Άλλωστε και το ίδιο το ΔΝΤ έχει χαρακτηρίσει τη συρρίκνωση των πιστώσεων από τις τράπεζες στην οικονομία ως μια από τις σοβαρότερες απειλές στην νομισματική εφαρμογή του τριτοετούς σταθεροποιητικού προγράμματος. Κατατάσσει μια «εξαιρετικά γρήγορη διαδικασία τραπεζικής απομόχλευσης», δηλαδή μείωσης των πιστώσεων από τις τράπεζες, ανάμεσα στους τρεις σοβαρότερους κινδύνους στην εφαρμογή του προγράμματος.

πλατείες (Τετάρτη 25/5) δηλώνοντας ειρηνικά τη διαμαρτυρία τους για την κατάσταση στη χώρα, η επίσημη εκπρόσωπος της χώρας, η ελληνίδα κοινοτική επίτροπος Μ. Δαμονάκη, βγήκε και μίλησε για σενάρια απομάκρυνσης της Ελλάδας από το ευρώ, τα οποία μάλιστα μεθοδεύονται (από κάποιους) και για διλλήματα του τύπου ή δεχόμαστε τα μέτρα ή επιστρέφουμε πίσω στη δραχμή. Με άλλα λόγια ή δεχόμαστε αδιαμαρτύρητα το φόρο στις γκαζόζες ή βγαίνουμε από το ευρώ.

Εντάξει, αυτονόητη είναι η σημασία της επόμενης δόσης, δεν ξέρω όμως σε τί εξυπηρετούν αυτές οι δηλώσεις (ή μάλλον δε θέλω να ξέρω). Είναι πιο αυτονόητη η σημασία που έχει η εμπιστοσύνη των καταθετών στο τραπεζικό σύστημα για την υπόθεση της χώρας. Κι όλα αυτά πάλι, την ώρα που η ελβετική εφημερίδα Handelsblatt, στις 24 Μαΐου δημοσιεύει ότι οι καταθέσεις των ελλήνων στις ελβετικές τράπεζες φτάνουν τα 280 δις ευρώ, ή που η Εμπορική Bank καταγράφει στο δωδεκάμηνο Μαρτίου 2010 - Μαρτίου 2011 μια τεράστια εκροή καταθέσεων, που πλησιάζει το 18% (καταθέσεις 11,136 δις. € από 13,548 δις. €).

Πάλι οι φήμες λένε, ότι μετά την εν λόγω δήλωση, ακολούθησαν μαζικές αναλήψεις καταθέσεων, οι οποίες σύμφωνα με πληροφορίες άγγιξαν τα 1,2 με 1,3 δις € (πηγή: <http://www.banksnews.gr/>)

Πάντως, πρέπει να αναφερθεί ότι οι καταθέσεις στις ελληνικές τράπεζες είναι (θεωρητικά) εγγυημένες από το Ταμείο Εγγύησης Καταθέσεων και Επενδύσεων (ΤΕΚΕ), που δημιουργήθηκε ακριβώς γι' αυτόν το λόγο και οι πόροι του προέρχονται από την Τράπεζα της Ελλάδας καθώς και τις τράπεζες που μετέχουν στο ΤΕΚΕ (σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ 2(α) του ν. 3746/2009 -ΦΕΚ 27 Α' 16/02/2009).

### Οι ευθύνες των τραπεζών

Από την άλλη, ακούγονται πολλές φωνές για τις ευθύνες των τραπεζών. Δεν είναι λίγοι αυτοί που έχουν κατηγορήσει το τραπεζικό σύστημα ότι φέρει αυξημένες ευθύνες για τη σημερινή κρίση της οικονομίας, βασίζοντας την κατηγορία αυτή στην πιστωτική πολιτική που



«με την πλάτη στον τοίχο», αποκλεισμένες από τις αγορές χρηματοδότησης και πλήρως εξαρτώμενες από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ). Έτσι οι εγγυήσεις απλώς, εξασφαλίζουν ότι οι τράπεζες θα συνεχίσουν να έχουν χρηματοδότηση από την ΕΚΤ (που ούτε κι αυτό είναι τελειώς σίγουρο).

Με άλλα λόγια, οι ελληνικές τράπεζες με ενέχυρο τα ελληνικά ομόλογα κατάφεραν

Οι άλλοι δύο είναι, βέβαια, ο κίνδυνος να μην μπορέσει η κυβέρνηση να εφαρμόσει τις μεταρρυθμίσεις και να μην μπορέσει η χώρα να επιστρέψει στις αγορές, ακόμη και αν έχει εφαρμόσει χωρίς αποκλίσεις το πρόγραμμα.

### Σενάρια και διλλήματα

Και μέσα σε όλα αυτά, την ώρα που οι «αγωνακτισμένοι» πολίτες βγαίνουν στις



ακολούθησαν οι τράπεζες την εποχή της ταχείας ανάπτυξης, συμβάλλοντας ουσιαστικά στη σημερινή υπερχρέωση των νοικοκυριών, και στη στρεβλή ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Τα ελληνικά τραπεζικά ιδρύματα έχουν υποβαθμίσει τη σκοπιμότητα της αύξησης των ιδίων κεφαλαίων τους, και την αναγκαιότητα ενδυνάμωσής τους μέσω συγχωνεύσεων, ενώ τίθεται το θέμα αν οι διοικήσεις των δημόσιων και ιδιωτικών Τραπεζών παίζουν τον ρόλο τους, αν όντως χρηματοδοτούν την οικονομία, αν αναλαμβάνουν ρίσκο ή απλώς "παίζουν" εκ του ασφαλούς άμυνα για τη διάσωσή τους και μόνο γι' αυτήν. Τα στοιχεία που δημοσιεύουν οι ίδιες οι τράπεζες, δείχνουν ότι οι τράπεζες απλώς μειώνουν τα κέρδη τους.

Τελικά, οι τράπεζες δεν χρειάζεται να δώσουν καινούρια δάνεια για να βγάλουν κέρδος, αρκεί να πληρώνονται τα παλιά και να μην μειώνονται οι καταθέσεις (αν και για το τελευταίο δεν έπασαν και πολύ μέσα). Για παράδειγμα, τα καθαρά κέρδη της Εθνικής Τράπεζας το 2010 διαμορφώθηκαν στα 485 εκατ. € (η κερδοφορία μετά την έκτακτη φορολογία ανήλθε στα 406 εκατ. €). Ο όμιλος της Alpha Bank, είχε κέρδη για το 2010, 147,8 εκατ. ευρώ, υποχωρώντας κατά 62,2% σε σχέση με τη χρήση του 2009, ενώ για το α' τρίμηνο του 2011 τα προ φόρων κέρδη του ομίλου της Τράπεζας Πειραιώς διαμορφώθηκαν στα 10 εκατ. Ευρώ (Πηγή: [www.capital.gr](http://www.capital.gr)).

### Χρηματοδότηση ΜΜΕ

Για να μην πολυλογούμε, τα κέρδη των τραπεζών εξακολουθούν να είναι σημαντικά, παρά την πραγματικά σημαντική μείωση που έχουν υποστεί λόγω της κρίσης. Την ίδια στιγμή, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου, τα λουκέτα έχουν αυξηθεί κατά 30% τους τελευταίους μήνες. Ο βαθμός πρόσβασης των ΜΜΕ στην τραπεζική χρηματοδότηση έχει πέσει στο ναδίρ και η βοήθεια που εισπράττουν οι επιχειρηματίες είναι απειροελάχιστη.

Η μικρομεσαία επιχείρηση συναντά απίστευτες δυσκολίες στην σύναψη πελατειακών σχέσεων με τις τράπεζες για την άντληση κεφαλαίων, (ακόμα και παρά τη λειτουργία μηχανισμών εγγυοδοσίας, και παρά την όποια βούληση της κυβέρνησης η οποία αποτυπώνεται με διάφορα μέτρα), ενώ αποτελεί τη «ραχοκοκαλιά» της ελληνικής οικονομίας και η χρηματοδότησή της θα έπρεπε να αναχθεί σε στρατηγικό στόχο του ελληνικού τραπεζικού συστήματος. Η λέξη ρευστό έχει αφαιρεθεί από το λεξιλόγιο των επιχειρήσεων.

Σ' αυτήν την συγκυρία, οι ελληνικές τράπεζες

και οι ελληνικές επιχειρήσεις θα έπρεπε να είναι συνοδοιπόροι και σύμμαχοι. Με την (αναγκαστική) πολιτική των τελευταίων μηνών οι τράπεζες εγκλωβίζονται ολοένα και περισσότερο με πελάτες υψηλού ρίσκου και μεγαλύτερου κόστους παρακολούθησης. Έτσι εξωθούνται να επιβάλλουν ολοένα και υψηλότερα επιτόκια ικανά να απορροφήσουν τον αυξανόμενο κίνδυνο των επισφαλειών, ενώ παράλληλα επιδεικνύουν ολοένα μικρότερη διαθεσιμότητα για δανειοδοτήσεις (Τσαμουργκέλης, 2011).

Τελικά καταλήγουμε σε μια αφαίμαξη της ρευστότητας που απομοχλεύει την οικονομία και επιδεινώνει τον κίνδυνο του χαρτοφυλακίου των δανείων, ενώ αυξάνει τις τραπεζικές επισφάλειες και τις απαιτούμενες προβλέψεις έναντι αυτών. Επίσης, θα πρέπει να αναφερθεί ότι σε πολλές περιπτώσεις στο άμεσο παρελθόν οι τράπεζες μετέτρεψαν κυβερνητικά μέτρα για την αποκατάσταση της δημοσιονομικής σταθερότητας και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, σε απλές δαπάνες χωρίς να επιφέρουν κανένα θετικό πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα στην οικονομία. Κάποιες φορές μάλιστα και προς ίδιον όφελος. Τρανταχτό παράδειγμα αποτελεί το ΤΕΜΠΜΕ Ι, (τουλάχιστον όπως είχαν κατήγγειλαν επιχειρήσεις μέλη του Επιμελητηρίου).

### Ο ρόλος των τραπεζών

Σε κάθε περίπτωση η κατάσταση στην αγορά είναι τραγική και το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, πρέπει να αναλάβει τις ευθύνες που του αναλογούν και να γίνει παράγοντας σταθεροποίησης της οικονομίας, και αρωγός στη συλλογική προσπάθεια εξόδου από την κρίση. Η δέσμευση των τραπεζών να συνδράμουν τις πρωτοβουλίες του κράτους για την αναστροφή της σημερινής οικονομικής κατάστασης πρέπει να επαναπροσδιοριστεί.

Το χρηματοπιστωτικό σύστημα οφείλει να υποστηρίξει τις αναγκαίες επενδύσεις στις οποίες θα πρέπει να προχωρήσουν οι επιχειρήσεις. Προτεραιότητα θα πρέπει να δοθεί σε projects που ενισχύουν τη βιωσιμότητα, την οικονομική ευρωστία και την εύρυθμη λειτουργία των επιχειρήσεων. Ο ρόλος των τραπεζών πρέπει να είναι ενισχυτικός της εξωστρέφειας στην κατεύθυνση ανοίγματος νέων αγορών και τη διασφάλιση από συναλλαγματικούς κινδύνους, στο πλαίσιο διαμόρφωσης ενός νέου μοντέλου ανάπτυξης της οικονομίας της χώρας μας, με συντονισμένη έμφαση στην εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων.

# 10η πανελλήνια γενική έκθεση



# Κρήτη

## 2011

### 6-9 Οκτωβρίου

ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΡΗΤΗΣ  
Γούρνες Ηρακλείου

Πέμπτη-Παρασκευή: 17.00 - 22.00  
Σάββατο: 11.00 - 22.00  
Κυριακή: 11.00 - 20.00

ΟΡΓΑΝΩΣΗ



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΚΘΕΣΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ Α.Ε.

Πληροφορίες: Τ: 2310291164, Φ: 2310291679  
e-mail: krtif@tif.gr, website: www.tif.gr

ΜΕΤΡΗΣ ΒΙΟΕΝΕΡΓΕΙΑΣ



OFFICIAL PARTNER



ΚΟΡΗΘΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ



ΕΠΙΣΤΗΜΟΙ ΔΕΡΣΙΜΤΑΔΟΦΕΛ





Κέλλυ Ψυλλάκη  
BSc (Hons), MSc Ψυχολόγος  
skepsy.her@gmail.com  
Συμβουλευτικό Κέντρο Επαγγελματικού  
Προσανατολισμού & Ψυχικής Υγείας (Σ.Κ.Ε.Π.Ψ.Υ)

# Χωράει το συναίσθημα στις επιχειρήσεις;

## Τι σημαίνει επιτυχημένη επαγγελματική ζωή; Καθορισμένη συμπεριφορά και τυποποίηση κάθε έκφρασης; Κατάρτιση και γνώση;

Στις μέρες μας οι περισσότεροι έχουν κάποια μόρφωση ή έστω ένα ικανοποιητικό επίπεδο εκπαίδευσης, η οποία αναμφισβήτητα δίνει εφόδια για την επαγγελματική σταδιοδρομία.

Τι κάνει, όμως κάποιον επιτυχημένο επαγγελματία;

Συχνά, στις συνεντεύξεις επιλογής προσωπικού, οι υπεύθυνοι αναζητούν κάποια χαρακτηριστικά όπως:

- Αυτοεκτίμηση/ Αυτοπεποίθηση
- Ψυχοσυναισθηματική Επικοινωνία
- Φιλοδοξίες
- Συνεργασία
- Ανάλυση Πρωτοβουλιών
- Αυτογνωσία
- Ευσυνειδησία
- Αυτοέλεγχο
- Προσαρμοστικότητα
- Δεξιότητες Επικοινωνίας
- Ικανότητα Διαχείρισης Δύσκολων Καταστάσεων, κ.α.

Με άλλα λόγια αναζητούν ένα «συναισθηματικά έξυπνο» άτομο, ένα άτομο με υψηλή Συναισθηματική Νοημοσύνη!

## Συναισθηματική Νοημοσύνη

Κατά τον Goleman (1995) «Συναισθηματική Νοημοσύνη (Emotional Quotient, EQ) είναι η ικανότητα να αναγνωρίζει κανείς τα δικά του συναισθήματα και αυτά των άλλων και να μπορεί να χειρίζεται αποτελεσματικά τα συναισθήματά του και τις διαπροσωπικές του σχέσεις».

Το ενδιαφέρον για την Συναισθηματική Νοημοσύνη ξεκίνησε το 1973 με μία εργασία του McClelland, ο οποίος θεώρησε πως μία ομάδα ειδικών ικανοτήτων, όπως η Ενσυναίσθηση, η Αυτοπεποίθηση, η Πρωτοβουλία, έκαναν τους πιο επιτυχημένους να ξεχωρίζουν μέσα στον εργασιακό τους χώρο.

Συνεπώς είναι ξεκάθαρο ότι η Συναισθηματική Νοημοσύνη διαδραματίζει έναν καθοριστικό ρόλο στο χώρο της εργασίας είτε πρόκειται για τους εργαζόμενους μίας επιχείρησης είτε για τους ηγέτες της. Οι τελευταίοι, άλλωστε είναι εκείνοι που ρόλο έχουν να δημιουργήσουν ένα γόνιμο εργασιακό κλίμα δίνοντας κίνητρο στους εργαζομένους ν' αποδώσουν τα μέγιστα των δυνατοτήτων τους, ώστε να επιτευχθούν οι επιχειρησιακοί στόχοι.

Έρευνες δείχνουν ότι η πρόσληψη, η παραμονή και η προαγωγή του ατόμου στον επαγγελματικό χώρο εξαρτώνται κατά 85% από την ικανότητα ανάπτυξης και διατήρησης διαπροσωπικών σχέσεων, χαρακτηριστικών της συναισθηματικής νοημοσύνης, ενώ το υπόλοιπο 15% εξαρτάται από τις τεχνικές γνώσεις και ικανότητες.

Ο κύριος λόγος που συμβαίνει αυτό είναι επειδή τις επιχειρήσεις στελεχώνουν άτομα, έχοντας το καθένα τη δική του προσωπικότητα, τις δικές τους ανάγκες, αξίες, πιστεύω και στόχους. Έτσι ο καλός χειρισμός συναισθημάτων οδηγεί στην αποτελεσματική έκφραση, δίνοντάς τους, συνεπώς, τη δυνατότητα να εργάζονται αρμονικά για την επίτευξη των επιχειρησιακών στόχων.

## Πίνακας: Βασική Κατηγοριοποίηση των Συναισθηματικών Ικανοτήτων

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ
<b>ΑΥΤΟΕΠΙΓΝΩΣΗ – ΑΥΤΟΓΝΩΣΙΑ:</b> Επίγνωση των συναισθημάτων Ακριβής αυτοαξιολόγηση Αυτοπεποίθηση	<b>ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ:</b> Κατανόηση των άλλων Προσανατολισμός στην παροχή υπηρεσιών Ενίσχυση της ανάπτυξης των άλλων Σωστός χειρισμός της διαφορετικότητας Πολιτική αντίληψη
<b>ΑΥΤΟΥΡΘΜΙΣΗ:</b> Αυτοέλεγχος Αξιοπιστία Ευσυνειδησία Προσαρμοστικότητα Καινοτομία	<b>ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ:</b> Επιρροή Επικοινωνία Ηγεσία Καταλυτική δράση Χειρισμός διαφωνιών Καλλιέργεια Δεσμών Σύμπραξη και συνεργασία Ομαδικές ικανότητες
<b>ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ:</b> Τάση προς επίτευξη Δέσμευση Πρωτοβουλία Αισιοδοξία	

Στον πίνακα παρουσιάζεται η βασική κατηγοριοποίηση των συναισθηματικών ικανοτήτων. Δύο πεδία της προσωπικής και της κοινωνικής ικανότητας στα οποία εμπεριέχονται κατ' αντιστοιχία όλες οι κατηγορίες της συναισθηματικής νοημοσύνης και όλες οι συναισθηματικές ικανότητες.



# Η συναισθηματική επικοινωνία μέσα και έξω από το χώρο εργασίας

Τα τελευταία χρόνια μεγάλο ενδιαφέρον μέσα και έξω από το ακαδημαϊκό χώρο έχουν προξενήσει συζητήσεις για τη σημασία των προσωπικών δεξιοτήτων ή ικανοτήτων και συγκεκριμένα, ικανοτήτων συναισθηματικής φύσης συμπεριλαμβανομένου και αυτού που έχει ονομαστεί ως συναισθηματική νοημοσύνη. Ένα μεγάλο σώμα μελετών καταδεικνύει τη σημασία που έχουν τα συναισθήματα τόσο στην προσωπική όσο και στην επαγγελματική ζωή. Σ' αυτή τη σύντομη επικοινωνία θα συζητήσω επιγραμματικά (όσο το επιτρέπει ο χώρος), κάποιες, κατά τη γνώμη μου, σημαντικές ιδέες σχετικά με το ρόλο των συναισθηματικών δεξιοτήτων μέσα και έξω από το χώρο της εργασίας, και ιδιαίτερα τη σημασία σχετικών κοινωνικών αντιλήψεων και προσδοκιών. Η οπτική είναι κοινωνικοψυχολογική, με την έννοια ότι ως κοινωνικός ψυχολόγος κεντρικό μέλημά μου είναι να κατανοήσω τους παράγοντες που καθορίζουν την κοινωνική επιρροή ανάμεσα στα άτομα, στις διάφορες εκφάνσεις της ζωής και βέβαια στην εργασία.

Για παραπάνω από μία δεκαετία ο επιχειρηματικός κόσμος – και όχι μόνο – έχει εστιάσει το ενδιαφέρον του σε δεξιότητες συναισθηματικού χαρακτήρα, αυτό που έχει ονομαστεί 'Συναισθηματική Νοημοσύνη'. Εξ' ορισμού οξύμορη έννοια, παρόλα αυτά έχει προξενήσει μεγάλο ενδιαφέρον και έχει οδηγήσει σε οργανισμό δημοσιεύσεων, σεμιναρίων, και εκπαιδευτικών εφαρμογών. Σε αυτή μου την επικοινωνία δεν θέλω να συζητήσω την εγκυρότητα της έννοιας ή αν όντως οι συναισθηματικές δεξιότητες έχουν αποτελέσματα στο χώρο της εργασίας. Προφανώς, για να συνεχίζεται το έντονο ενδιαφέρον θα πρέπει, ως έννοια, να ενέχει κάποιο βαθμό εφαρμοσιμότητας και χρησιμότητας.

Αντίθετα, θέλω να εστιάσω σε περισσότερο κοινωνικές πλευρές της έκφρασης και επικοινωνίας αυτών των δεξιοτήτων που κατά τη γνώμη μου επηρεάζουν εξίσου σημαντικά την εφαρμογή και αποτελεσματικότητα συναισθηματικών ικανοτήτων στο χώρο της εργασίας και έξω από αυτόν.

Παίρνω ως παράδειγμα το ζήτημα της 'συναισθηματικής επικοινωνίας', της συναισθηματικής επιρροής, του προϊστάμενου στον υφιστάμενο, δηλαδή τη 'συναισθηματική ηγεσία'. Σαφώς ένας ουσιαστικός και αποτελεσματικός 'ηγέτης' (είτε βρίσκεται στο πλαίσιο μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού, μιας οικογένειας, ή μιας ομάδας), μαζί

με τη γνώση του έργου και τη γενική ικανότητα, θα πρέπει να 'κατέχει' τις δεξιότητες εκείνες που θα του επιτρέψουν να επηρεάσει τους άλλους στο συναισθηματικό επίπεδο, ώστε να τον ακολουθήσουν στους στόχους. Θα πρέπει να μπορεί να αναγνωρίζει τί αισθάνονται οι υφιστάμενοι και πώς αντιλαμβάνονται τον ίδιο και τις συμπεριφορές του. Θα πρέπει να είναι σε θέση να ρυθμίζει τα συναισθήματά του ανάλογα με τις περιστάσεις, να είναι σε θέση να εμπυχωθεί και να επιπλήξει.

Όλα τα παραπάνω καθιστούν κάποιον αποτελεσματικό 'συναισθηματικό ηγέτη'. Και όμως, πρόσφατες μελέτες δείχνουν ότι η επίδραση που μπορεί να έχουν τέτοιες ικανότητες του 'συναισθηματικά νοήμονα ηγέτη' επηρεάζονται πολύ από τις προσδοκίες των υφισταμένων για το τί αποτελεί αυθεντικό συναίσθημα.

Πολύ σημαντικό για την άσκηση της 'συναισθηματικής ηγεσίας' είναι η εικόνα που σχηματίζουν οι υφιστάμενοι για τον διευθυντή, οι προσδοκίες δηλαδή που έχουν οι υφιστάμενοι για το τί αποτελεί αυθεντικό συναίσθημα και τί όχι.

Σε δύο πρόσφατες μελέτες μας για την επίδραση που έχουν οι συναισθηματικές δεξιότητες διευθυντών σχολείων της Α΄μιας και Β΄μιας εκπαίδευσης στην ικανοποίηση και το συναίσθημα των υφισταμένων τους, παρατηρήσαμε ότι, ενώ τόσο για τους διευθυντές όσο και για τους υφιστάμενους, οι συναισθηματικές



τους ικανότητες (αυτό-αποτελεσματικότητα στην αντίληψη, ρύθμιση, χρήση του συναισθήματος) συναρτώνταν με υψηλά επίπεδα ικανοποίησης από την εργασία και θετικού συναισθήματος στην εργασία των ίδιων, κάποιες από τις ίδιες δεξιότητες των προϊσταμένων είχαν αρνητική σχέση με την εργασιακή εμπειρία των υφισταμένων (κάποιες άλλες, όπως η έκφραση του συναισθήματος, είχαν θετική επίδραση). Όταν ο προϊστάμενος / διευθυντής διαχειριζόταν καλά τα συναισθήματά του, όταν ρύθμιζε το άγχος του καλά και όταν κατανοούσε καλά τα δικά του συναισθήματα, οι υφιστάμενοι ανέφεραν χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης από την εργασία και θετικού συναισθήματος στην εργασία. Αντίθετα, όταν δεν διαχειριζόταν καλά τα συναισθήματά του, ή τα καταπίεζε, τότε οι υφιστάμενοι ανέφεραν υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης από την εργασία.

#### **Παράδοξα ευρήματα.**

Μετά από προσεκτική επισκόπηση της βιβλιογραφίας καταλήξαμε στο ότι, η συναισθηματική ηγεσία ασκείται μέσα από τουλάχιστον δύο 'δίοδους':

**α)** μία 'σειριακή' δίοδος, όπου ο προϊστάμενος εκφέρει τα συναισθήματα (θετικά και αρνητικά) και μέσα από αυτά επηρεάζει σημαντικά τους υφισταμένους και

**β)** μια "αναλογική" δίοδος, όπου ο προϊστάμενος "επικοινωνεί" με τους υφισταμένους μέσα από τη συναισθηματική εικόνα που έχουν πλέξει οι υφιστάμενοι για τον ίδιο. Έτσι, τα παραπάνω παράδοξα

ευρήματα εξηγούνται από την αναλογική οδό συναισθηματικής επικοινωνίας.

Δηλαδή, προϊστάμενοι που ακολουθούσαν θεωρητικά λειτουργικές, "καλές" στρατηγικές διαχείρισης και κατανόησης των συναισθημάτων τους και είχαν υψηλή συναισθηματική αυτό-αποτελεσματικότητα ως προς αυτές τις πλευρές στο ατομικό επίπεδο, δημιουργούσαν μία εικόνα λιγότερου "αυθεντικού" ατόμου στους υφιστάμενους. Τα παραπάνω συνάδουν με κεντρικά πολιτισμικά μοτίβα της ελληνικής κοινωνίας όπου δίνεται μεγαλύτερη σημασία σε 'αναλογικές' πτυχές της συναισθηματικής επικοινωνίας και λιγότερο σε 'σειριακές' πτυχές.

Και έτσι έρχομαι στο δεύτερο ζήτημα αυτής της συζήτησης, που πιστεύω ότι είναι σημαντικό: Ποιά είναι τα πρότυπα, οι προσδοκίες, οι νόρμες και κανόνες που διέπουν τη συναισθηματική επικοινωνία μέσα και έξω από το χώρο της εργασίας; Πώς αυτές οι προσδοκίες μπορεί να στρεβλώνουν την επικοινωνία και το διαπροσωπικό συντονισμό τόσο σε εργασιακό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο; Όπως έχω αναλύσει και αλλού, αυτό που κεντρικά καθορίζει τη 'συναισθηματική ταυτότητα', τις προσδοκίες μας, είναι η έσω-ομαδικότητα και ένας γενικευμένος ετεροκαθορισμός συναισθηματικών (και άλλων) αναγκών του ατόμου - προσώπου. Φαινόμενα όπως: το να φωνάζει κανείς δυνατά για να 'ακουστεί' - να πείσει δηλαδή και να εξουσιάσει - το να καταπιέζει τα συναισθήματά του για να

μην διαταράξει την 'αρμονία' της ομάδας και σχετικά, η έμφαση στο αναλογικό ή συμβολικό μέρος της συναισθηματικής επικοινωνίας, οι χαμηλότερες ικανότητες έκφρασης και χρήσης του συναισθήματος στις καθημερινές επαφές σε σχέση με άλλες κοινωνίες, είναι φαινόμενα που χαρακτηρίζουν την επικοινωνία στην εποχή μας και εκπορεύονται από κεντρικές προσδοκίες που καλλιεργούνται στη βάση μια κεντρομόλας τάσης: της εσω-ομαδικότητας.

Και όμως, σε μια εποχή που, καλώς ή κακώς έχει κατασκευάσει αυξημένες ανάγκες συναισθηματικού τύπου επικοινωνίας μέσα και έξω από το χώρο της εργασίας είναι πλέον επιτακτική ανάγκη να επανεξετάσουμε τον τρόπο που επικοινωνούμε. Πλέον, δεξιότητες που αρχικά εκλαμβάνονται στο ατομικό επίπεδο, αλλά ουσιαστικά καθορίζονται από το κοινωνικό πλαίσιο και τις προσδοκίες που αυτό το πλαίσιο θέτει, είναι πολύ σημαντικές τόσο για τη βελτίωση των εργασιακών όσο και των κοινωνικών σχέσεων. Μόνο με την κατανόηση των άρρητων κανόνων κοινωνικής συμπεριφοράς, στις οποίες εμείς οι ίδιοι συμμετούμε καθημερινά μπορούμε να οδηγηθούμε σε μια βαθύτερη σχέση με τον "άλλο" και ως εκ τούτου να διεκδικήσουμε μια καλύτερη ποιότητα ζωής μέσα και έξω από το χώρο εργασίας, μια ποιότητα ζωής που θα βασίζεται στην εμπιστοσύνη και όχι στον ιεραρχικά δομημένο ανταγωνισμό.

# Υπηρεσία μιας Στάσης & Γενικό Εμπορικό Μητρώο (ΓΕΜΗ) για τη διευκόλυνση της επιχειρηματικότητας

**Απλούστερες διαδικασίες ίδρυσης νέων και κατηγοριοποίησης υφιστάμενων επιχειρήσεων τέθηκαν σε ισχύ σε όλη τη χώρα από τις 4 Απριλίου 2011 με στόχο τη μείωση της γραφειοκρατίας για τη δημιουργία επιχειρήσεων, αλλά και την καταγραφή όλων των ελληνικών επιχειρήσεων σ' ένα ενιαίο μητρώο, προσβάσιμο σε όποιον αναζητά στοιχεία για την ελληνική επιχειρηματικότητα.**

## Τι είναι το ΓΕΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ (ΓΕΜΗ)

Πρόκειται για μια σύγχρονη και ενημερωμένη κεντρική βάση μητρώου επιχειρήσεων η λειτουργία της οποίας θα διευκολύνει απεριόριστα στη μείωση των γραφειοκρατικών διαδικασιών δημιουργίας ή μεταβολής μιας επιχείρησης, αλλά και έκδοσης και υποβολής πιστοποιητικών «εταιρικής ενημερότητας» για όλες σχεδόν τις συναλλαγές μιας εταιρείας. Παράλληλα, είναι ένα γενικό και ενιαίο μητρώο επιχειρήσεων, που δημιουργεί ευρύτερες προϋποθέσεις πληροφόρησης και εκμετάλλευσης της πληροφορίας για ολόκληρο τον δημόσιο τομέα. Χάρη σ' αυτό, γίνεται εφικτή η αποτελεσματικότερη στατιστική παρακολούθηση των στοιχείων των επιχειρήσεων, η ακριβέστερη άσκηση πολιτικής, νομοθετικής ή και ελεγκτικής εξουσίας προς τις επιχειρήσεις αλλά και σε σχέση με αυτές.

Το έργο του Γ.Ε.Μ.Η. στοχεύει στη ριζική αναμόρφωση της λειτουργίας των επιμέρους (κατακερματισμένων) μητρώων επιχειρήσεων πάσης νομικής μορφής, το πέρασμα δηλαδή από το σημερινό χειρόγραφο - κατά κύριο

λόγο - τρόπο επεξεργασίας πληροφοριών και τη σημερινή διαχείριση εργασίας, σε ένα ενιαίο περιβάλλον αυτοματοποιημένης επεξεργασίας και υψηλής αποδοτικότητας.

Το Γ.Ε.Μ.Η. θα αποτελεί - μεταξύ άλλων - όργανο δημοσιότητας, στατιστικής ανάλυσης σε εθνικό επίπεδο και μέσο προστασίας των τρίτων τόσο για την ΓΓΕ και για το τμήμα του ΓΕΜΗ που την αφορά όσο και για τον ευρύτερο δημόσιο τομέα όταν ολοκληρωθεί το σύνολο του έργου.

## Αναμενόμενα Αποτελέσματα

Η απλοποίηση του τυπικού πλαισίου άσκησης της εμπορικής δραστηριότητας η οποία αναμένεται να επιτευχθεί με τη λειτουργία του Γ.Ε.Μ.Η. στοχεύει εκτός των άλλων στα εξής:

- Την εγκαθίδρυση καθεστώτος διαφά-νειας της άσκησης της εμπορικής δραστηριότητας.
- Την εμπέδωση της ασφάλειας των εν γένει συναλλαγών.
- Την εξυπηρέτηση της δημοσιότητας της εμπορικής δραστηριότητας κατά το πλέον πρόσφορο και επιθυμητό τρόπο.
- Την εξασφάλιση προϋποθέσεων άσκησης και προστασίας της νόμιμης εμπορικής δραστηριότητας.
- Την καταπολέμηση της γραφειοκρατίας με την εισαγωγή σύγχρονων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών.
- Την εξασφάλιση της δυνατότητας ταχείας εξυπηρέτησης επιχειρήσεων και πολιτών με διαδικασίες "μιας στάσης" και την υλοποίηση των επιταγών του άρθρου 6 του Ν3242/2004.
- Την καθιέρωση απλοποιημένου και ελκυστικού πλαισίου υποδοχής οργανωμένων εμπορικών δραστηριοτήτων από κράτη - μέλη της Ε.Ε. και τρίτες χώρες.



Ο Γενικός Γραμματέας του Επιμελητηρίου Ηρακλείου και υπεύθυνος για τη λειτουργία της νέας υπηρεσίας κ. Ευάγγελος Καρκανάκης, αναφέρθηκε στην υπερπροσπάθεια που θα πρέπει να καταβληθεί το επόμενο διάστημα από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς και τόνισε «η ίδρυση νέας επιχείρησης στις μέρες μας αποτελεί πράξη ηρωισμού και αυτός που τολμά θα πρέπει να μας βρει όλους αρωγούς στην προσπάθειά του».

Το Γενικό Εμπορικό Μητρώο, όπως ανέφερε ο κ. Καρκανάκης, αποτελεί το επίτευγμα μιας επίμονης προσπάθειας που ξεκίνησε πριν από περίπου 10 χρόνια από τα Επιμελητήρια - μέλη της Ένωσης Επιμελητηρίων Ελλάδος και τους Συλλόγους Υπαλλήλων τους, για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επιχειρηματιών και συμπλήρωσε «για ν' αντιληφθούμε τη σπουδαιότητά του αρκεί να σταθούμε στα στοιχεία που προέκυψαν αμέσως μετά τη λειτουργία του: Η χώρα μας ανέκτησε σημαντικό έδαφος στην κατάταξη των 180 χωρών σε ό,τι αφορά την επιχειρηματικότητα και την ανταγωνιστικότητα, καθώς ανέβηκε 110 και 25 θέσεις αντίστοιχα».



## Προσδοκώμενα Οφέλη

Η υλοποίηση του Γ.Ε.ΜΗ. θα οδηγήσει σε σημαντικά οικονομικά και κοινωνικά οφέλη όπως περιγράφονται παρακάτω:

- **Ευέλικτη και γρήγορη παρακολούθηση των εμπορικών επιχειρήσεων.**

Η παρακολούθηση αυτή αφορά την καταγραφή και αυτόματη ενημέρωση των μεταβολών όλων των εταιρικών μορφών (σύστασή τους, καταστατικά, Μετοχικό Κεφάλαιο κλπ) όσο και τη λεπτομερή καταγραφή των οικονομικών αποτελεσμάτων και υπο-χρεώσεων των επιχειρήσεων. Τα παραπάνω στοιχεία βοηθούν στην καταγραφή της ιστορικότητας της επιχείρησης με αποτέλεσμα την διαχρονική παρακολούθηση των μεταβολών της.

- **Γρήγορη έκδοση εγγράφων (βεβαιώσεων)** οι οποίες εύκολα μπορούν να τυποποιηθούν και να εξαχθούν από τις πληροφορίες που βρίσκονται στη βάση δεδομένων. Έτσι μπορεί να ξεπεραστεί το σημαντικό πρόβλημα πληροφόρησης των φορέων σε σχέση με τα στοιχεία που ζητούνται από τα Υπουργεία και άλλους φορείς.

- **Παρακολούθηση από πλευράς της αρμόδιας υπηρεσίας της αξιοπιστίας των στοιχείων των Ανώνυμων Εταιρειών σε σχέση με την τήρηση των υποχρεώσεών τους με βάση την ισχύουσα Νομοθεσία.** Το παραπάνω σε σχέση με την ολοκληρωμένη εικόνα των Ανώνυμων Εταιριών αλλά και των υπολοίπων μορφών επιχειρήσεων (ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ατομικές, κα), διευκολύνει σημαντικά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με τις επιχειρήσεις γενικά, αλλά και με συγκεκριμένες επιχειρήσεις ιδιαίτερα.

- **Άσκηση του ελέγχου και των αποφάσεων για κάθε επιχείρηση,** από τους αρμόδιους για κάθε τομέα φορείς του Δημοσίου με την υλοποίηση και χρήση ενιαίας τράπεζας δεδομένων (Data Bank), η οποία θα χρησιμοποιηθεί για την ανταλλαγή συνολικής Πληροφόρησης στους αντίστοιχους φορείς και ενδιαφερόμενους.

- **Έκδοση στατιστικών στοιχείων τα οποία θα δείχνουν επακριβώς τη συνολική πορεία των επιχειρήσεων σε συγκεκριμένους τομείς.** Τα δεδομένα αυτά θα βοηθήσουν σημαντικά στον καθορισμό της πολιτικής από μέρους του κράτους για εντοπισμό κριτηρίων και μεθοδολογιών που θα βοηθήσουν στη σωστή κατανομή των παροχών στον τομέα των Α.Ε.

- **Συνέργεια με άλλα έργα του δημόσιου τομέα για την ουσιαστικότερη**

αξιοποίηση των πληροφοριών μεταξύ των διαφόρων δημόσιων υπηρεσιών καθώς και την ενεργοποίηση και αξιοποίηση των υποδομών του δημοσίου για την επίτευξη οικονομικών κλίμακας αλλά και τελικά καλύτερης εξυπηρέτησης του πολίτη.

## Ενημέρωση φορέων από το Επιμελητήριο Ηρακλείου

Για τον καλύτερο συντονισμό όλων των εμπλεκόμενων φορέων και την αποτελεσματικότερη εφαρμογή της Υπηρεσίας Μιας Στάσης – Γενικό Εμπορικό Μητρώο (ΓΕΜΗ), η Διοίκηση και τα στελέχη του Επιμελητηρίου Ηρακλείου πραγματοποίησαν πολύωρη συνάντηση με τους εκπροσώπους των φορέων αυτών στις αρχές Μαΐου.

Στη συνάντηση συμμετείχαν εκπρόσωποι των ΔΟΥ και του ΟΑΕΕ Ν. Ηρακλείου, καθώς επίσης μέλη του Συλλόγου Συμβολαιογράφων και της Ένωσης Φοροτεχνικών Ν. Ηρακλείου, οι οποίοι ενημερώθηκαν από τα στελέχη του Επιμελητηρίου Ηρακλείου για τη νέα υπηρεσία που στοχεύει στην απλούστευση των διαδικασιών ίδρυσης νέας επιχείρησης, την ταχύτερη εξυπηρέτηση των επιχειρηματιών και τη δυνατότητα πρόσβασης σε μια σύγχρονη και ενημερωμένη κεντρική βάση μητρώου όλων των ελληνικών επιχειρήσεων.

«Πρόκειται για μια πολύ σημαντική πρωτοβουλία που θα βοηθήσει αποφασιστικά τον επιχειρηματικό κόσμο» τόνισε ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, κ. Νικήτας Δολαψάκης, και πρόσθεσε «απαιτείται στενή συνεργασία και, στο πλαίσιο των δυνατοτήτων της, κάθε μια από τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες θα πρέπει να συμβάλλει στο μέγιστο για να διευκολυνθεί η ανάπτυξη της υγιούς επιχειρηματικότητας στη χώρας μας».

Να σημειωθεί ότι με πρωτοβουλία του Επιμελητηρίου Ηρακλείου προσφέρθηκε η υλικοτεχνική υποδομή που χρειάζονταν οι συνεργαζόμενες υπηρεσίες του Νομού, ώστε να διευκολυνθεί η διαδικασία προς όφελος κάθε επιχειρηματία.

**Για περισσότερες πληροφορίες:**  
επικοινωνήστε με το Επιμελητήριο Ηρακλείου  
τηλ.: 2810 247018, κ. Καλλιόπη Σμαραγδί  
e-mail: yms@ebeh.gr και smaragdi@ebeh.gr

# Επιμελητήρια Ηρακλείου & Palma De Mallorca

## Σύμφωνο Συνεργασίας στο Ναυτικό Τουρισμό

Η ανάπτυξη του Ναυτικού Τουρισμού στην Κρήτη αποτελεί έναν ακόμη στόχο του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, τον οποίο υλοποιεί άμεσα σε συνεργασία με το Επιμελητήριο της Palma De Mallorca στην Ισπανία.

Τα δύο Επιμελητήρια συνεργάζονται στενά εδώ και αρκετά χρόνια στο πλαίσιο της λειτουργίας του Δικτύου των Ευρωπαϊκών Νησιωτικών Επιμελητηρίων –Insuleur Network με σημαντικές επιτυχίες σε Ευρωπαϊκό επίπεδο υπέρ των αιτημάτων των νησιών. Επίσης, δραστηριοποιούνται σε διμερές επίπεδο υλοποιώντας δράσεις προώθησης της επιχειρηματικότητας και ειδικότερα προγραμμάτων προώθησης του θεματικού τουρισμού στις δύο περιφέρειες.

Η στενή αυτή συνεργασία των δύο φορέων αναβαθμίζεται και επεκτείνεται το προσεχές διάστημα με την υπογραφή πράξης αδελφοποίησής τους.

### Τουρισμός και Ιστιοπλοΐα

Η νέα μορφή συνεργασίας περιλαμβάνει την κοινή πρωτοβουλία για



προώθηση του ναυτικού τουρισμού στο Ηράκλειο και την Πάλμα. Πρόκειται για μια δράση που συνδυάζει και προωθεί τον τουρισμό με την παροχή υπηρεσιών εκπαίδευσης στην ιστιοπλοΐα. Για την υλοποίηση της πρωτοβουλίας αυτής, σημαντική βοήθεια παρέχει σε τοπικό επίπεδο ο Ιστιοπλοϊκός Όμιλος Ηρακλείου, ο οποίος και θα υλοποιήσει το θεωρητικό και πρακτικό μέρος των μαθημάτων.

Αντιπροσωπεία του ισπανικού Επιμελητηρίου βρέθηκε στα μέσα Ιουνίου στο Ηράκλειο και συναντήθηκε με εκπρόσωπους του Επιμελητηρίου Ηρακλείου.

<http://www.nauticaleurope.com>

Στη διάρκεια της συνάντησης έγινε και η επίσημη παρουσίαση του ιστότοπου <http://www.nauticaleurope.com>, ο οποίος τέθηκε σε λειτουργία, προκειμένου να παρέχει σε κάθε ενδιαφερόμενο πλήρη ενημέρωση για το πρόγραμμα. Στην πλατφόρμα αυτή θα παρέχονται πληροφορίες για τις υπηρεσίες ενοικίασης, αγοράς και πώλησης σκαφών, υπηρεσίες επισκευής σκαφών αναψυχής ή παροχής πληρωμάτων για ταξίδια με σκάφη, υπηρεσίες εκπαίδευσης και εκμάθησης ιστιοπλοΐας, αλλά και πληροφορίες σχετικές με την τουριστική υποδομή και τις προσφερόμενες υπηρεσίες της κάθε περιοχής.

### Προβολή τοπικών επιχειρήσεων

Βασικός στόχος του εγχειρήματος είναι η προβολή των τοπικών επιχειρήσεων που σχετίζονται έμμεσα ή άμεσα με την παροχή υπηρεσιών ναυτικού τουρισμού, με ταυτόχρονη προώθηση της κάθε περιοχής ως τουριστικού προορισμού, αξιοποιώντας τα συγκρητικά της πλεονεκτήματα.

Ο συγκεκριμένος ιστότοπος δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του έργου "Innonautics", το οποίο στοχεύει στην προώθηση του ναυτικού τουρισμού στα Ευρωπαϊκά Νησιά και ειδικότερα σε αυτά της Μεσογείου, μέσα από την ανάπτυξη και υλοποίηση πιλοτικών δράσεων σε τοπικό/ περιφερειακό επίπεδο.

Για περισσότερες πληροφορίες οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να απευθύνονται στο Επιμελητήριο Ηρακλείου.  
Υπεύθυνος έργου, κ. Ευάγγελος Δουλουφάκης,  
τηλ: 2810 247036, email: [douloufakis@ebch.gr](mailto:douloufakis@ebch.gr)



# Πιλοτική δράση στήριξης των ΜΜΕ Λιανεμπορίου στο Ηράκλειο,

από Επιμελητήριο Ηρακλείου, Εμπορικό Σύλλογο Ηρακλείου και ΟΛΗ



Το Επιμελητήριο Ηρακλείου, ο Εμπορικός Σύλλογος Ηρακλείου (ΕΣΗ) και ο Οργανισμός Λιμένος Ηρακλείου Ο.Λ.Η. Α.Ε., υλοποιούν από κοινού μια πιλοτική δράση υποστήριξης και ενίσχυσης των τοπικών εμπορικών επιχειρήσεων της πόλης του Ηρακλείου και ειδικότερα αυτών του ιστορικού κέντρου.

Η δράση που χρηματοδοτείται από το ευρωπαϊκό έργο REINPO\_RETAIL, το οποίο υλοποιεί το Επιμελητήριο Ηρακλείου, στοχεύει στην ενίσχυση της εμπορικής -τουριστικής κίνησης μέσω της προσέλκυσης περισσότερων τουριστών από τα κρουαζιερόπλοια στα εμπορικά καταστήματα της πόλης.

σήμα στις βιτρίνες τους, κάνουν ειδικές τιμές - εκπτώσεις στους επισκέπτες κρουαζιερόπλοιων. Ο χάρτης αυτός μοιράζεται από την υπηρεσία του Λιμένα σε κάθε επιβάτη που επισκέπτεται την πόλη.

**3** Δημιουργία επεξηγηματικού φυλλαδίου που περιγράφει με ακόμα πιο αναλυτικό τρόπο τη λειτουργία του νέου εκπαιωτικού σήματος. Το φυλλάδιο παραδίδεται μαζί με το χάρτη στην έξοδο του λιμένα.

**4** Κατασκευή μιας κίτρινης γραμμής επί του παραλιακού μετώπου που θα κατευθύνει τους πεζούς επισκέπτες από την έξοδο του λιμένα στην πλατεία Δεκαοκτώ Άγγλων και από εκεί, μέσω της 25ης Αυγούστου, στο κέντρο της πόλης.

**5** Προσπάθεια, σε συνεργασία με τον Δήμο Ηρακλείου, καθιέρωσης θέσεων προσωρινής στάθμευσης ταξί που θα εξυπηρετούν τους επιβάτες οι οποίοι επιθυμούν να επισκεφτούν την πόλη.

Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι, σύμφωνα με τα υπάρχοντα στοιχεία, οι προβλέψεις αφίξεων με κρουαζιερόπλοια κάνουν λόγο για περίπου 300.000 επισκέπτες το 2011.

Οι βασικοί άξονες της δράσης περιλαμβάνουν τα κάτωθι:

**1** Δημιουργία εκπαιωτικού σήματος «Discount Point» (σημείο με έκπτωση) το οποίο θα επικολληθεί στις βιτρίνες των εμπορικών καταστημάτων όπου οι επιβάτες των Κρουαζιερόπλοιων θα έχουν ειδικές τιμές υπό μορφή έκπτωσης, ή προσφοράς. Τα σήματα παραδίδονται στις εμπορικές επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην δράση.

**2** Δημιουργία επικαιροποιημένου χάρτη της πόλης του Ηρακλείου με τις εξής επισημάνσεις:

**a.** Εμφανίζει με σαφή τρόπο τη διαδρομή για την είσοδο του επισκέπτη τουρίστα στην πόλη του Ηρακλείου.

**b.** Εμφανίζει με διαφορετικό έντονο χρώμα τους κυριότερους εμπορικούς δρόμους της πόλης.

**c.** Υπάρχει το σήμα «Discount Point» στις πληροφορίες του χάρτη, το οποίο δηλώνει ότι οι εμπορικές επιχειρήσεις, με αυτό το



Το φυλλάδιο που διανέμεται στους επισκέπτες της πόλης

Δρ. Γεώργιος Μπαουράκης  
Συντονιστής Σπουδών του Μεσογειακού  
Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων

Καθηγητής Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης  
Διευθυντής Εργαστηρίου Συστημάτων  
Χρηματοοικονομικής Διοίκησης  
Πολυτεχνείου Κρήτης

Γεώργιος Αγγελάκης  
Ερευνητής του ΜΑΙΧ

Περικλής Δράκος  
Ερευνητής του Οικονομικού Τμήματος  
του Πανεπιστημίου Κρήτης

# ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΗ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ: Παρούσα κατάσταση και προοπτική

Λαμβάνοντας υπόψη ορισμένα κοινωνικοοικονομικά κριτήρια, η συγκεκριμένη έρευνα έχει ως σκοπό να αξιολογήσει την τωρινή κατάσταση των περιφερειών της Ελλάδας. Τα κριτήρια που αξιολογούνται είναι το κατά κεφαλήν Α.Ε.Π., καθώς και η συμμετοχή και εξέλιξη των κλάδων στη διαμόρφωση του Α.Ε.Π., η οικοδομική δραστηριότητα, το ποσοστό ανεργίας, η τουριστική κίνηση και το Ξενοδοχειακό δυναμικό.

Τα δεδομένα είναι τα πιο πρόσφατα στοιχεία που έχουν δημοσιευθεί. Οι πηγές προέλευσής τους είναι η Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ.), το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, ο Οργανισμός Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) και ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ).

Η μελέτη αυτή εκπονήθηκε από το τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης του Μ.Α.Ι.Χ. και από το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης.

## ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΪΟΝ

Εξετάζοντας την πορεία του Ακαθάριστου Εγχωρίου Προϊόν (ΑΕΠ) σε τρέχουσες τιμές από το 1995 ως το 2008, παρατηρούμε μια ανοδική τάση, τόσο στο σύνολο της Ελλάδας, όσο και σε κάθε περιφέρεια. Αυτό όμως που έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και που είναι συγκρίσιμο, είναι το κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Δηλαδή, το ΑΕΠ που αντιστοιχεί, κατά μέσο όρο, σε κάθε άτομο ξεχωριστά.

Συγκεκριμένα, το σύνολο της χώρας, κατά την περίοδο αυτή, παρουσίασε αύξηση κατά 183%, με κατά κεφαλήν ΑΕΠ 21.281 ευρώ για το έτος 2008. Τη μεγαλύτερη αύξηση παρουσιάζει η περιφέρεια Αττικής με 257% και ακολουθούν οι περιφέρειες Ηπείρου και Δυτικής Ελλάδας με 192% και 187% αντίστοιχα. Την τελευταία θέση κατέχει η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας με 72%.

Για το τελευταίο έτος, το μεγαλύτερο κατά κεφαλήν ΑΕΠ το έχει με διαφορά η περιφέρεια Αττικής με 28.907 ευρώ και ακολουθούν οι περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου με 22.036 ευρώ και Στερεάς Ελλάδας με 19.320 ευρώ. Στις τελευταίες θέσεις βρίσκονται οι περιφέρειες Αν. Μακεδονίας & Θράκης με 14.587 ευρώ, Βορείου Αιγαίου με 15.656 ευρώ, Θεσσαλίας με 15.747 ευρώ και Ηπείρου με 15.937 ευρώ.

## ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ ΑΕΠ (σε ευρώ)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	1995	2008*	% ΜΕΤΑΒΟΛΗ
1. ΑΤΤΙΚΗ	8.109	28907	257%
2. ΗΠΕΙΡΟΣ	5.459	15937	192%
3. ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	6.235	17910	187%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>7.516</b>	<b>21281</b>	<b>183%</b>
4. ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	8.121	22036	171%
5. ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	6.368	16904	166%
6. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	6.761	17709	162%
7. ΚΡΗΤΗ	7.395	19132	159%
8. ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	6.249	15656	151%
9. ΑΝΑΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	6.117	14587	139%
10. ΘΕΣΣΑΛΙΑ	6.630	15747	138%
11. ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	7.545	17910	137%
12. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	7.302	17021	133%
13. ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	11.232	19320	72%

\* Προσωρινά στοιχεία

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011

## ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΚΛΑΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΑΕΠ

### Πρωτογενής τομέας:

Αποτελείται από τη γεωργία, την κτηνοτροφία και την αλιεία, παρουσιάζει μια καθοδική πορεία από το 1995 ως το 2008, σε όλες τις περιφέρειες, της Ελλάδας ως σύνολο. Η Ελλάδα, ξεκινώντας το 1995 με 9,9% καταλήγει το 2008 να συμμετέχει μόλις με 3,1% στη διαμόρφωση του ΑΕΠ, σημειώνοντας πτώση 68,7%.

Τη μεγαλύτερη πτώση παρουσίασε η περιφέρεια Ιονίων Νήσων με 81,8% και ακολουθούν οι περιφέρειες Αττικής και Κρήτης με 76,9% και 74,4%, αντίστοιχα. Τη μικρότερη μείωση παρουσίασε η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας με 46,2%, Δυτικής Μακεδονίας με 54% και Δυτικής Ελλάδας με 59,2%, κατέχοντας όμως τη δεύτερη θέση για το έτος 2008 με ποσοστό συμμετοχής 7,1% του πρωτογενή τομέα στη διαμόρφωση του ΑΕΠ. Την πρώτη θέση εδώ κατέχει η περιφέρεια Θεσσαλίας με 7,4%, ενώ τις τελευταίες θέσεις κατέχουν οι περιφέρειες Αττικής με μόλις 0,3%, Νοτίου Αιγαίου με 2,3% και Ιονίων Νήσων με 2,4%.

Επίσης, η Κεντρική Μακεδονία έχει την υψηλότερη συνεισφορά στον πρωτογενή τομέα, ως ποσοστό στο σύνολο της επικράτειας, με 20,8% και ακολουθούν οι περιφέρειες Θεσσαλίας με 12,9%, Δυτικής Ελλάδας με 11,6% και Στερεάς Ελλάδας με 9,7%.

### Δευτερογενής τομέας:

Αποτελείται κυρίως από τη μεταποίηση, την ενέργεια και τις κατασκευές, παρουσιάζει επίσης μείωση από το 1995 ως το 2008 για την Ελλάδα σε ποσοστό 19,2%, με τη μεγαλύτερη πτώση να παρουσιάζεται στην περιφέρεια Βορείου Αιγαίου με 41,5% και Αττικής με 22,2%. Αντίθετα, η περιφέρεια Ιονίων Νήσων σημειώνει τη μεγαλύτερη άνοδο με 34,9%, ακολουθούν οι περιφέρειες Κρήτης με 23,2%, Πελοποννήσου με 22,2% και Νοτίου Αιγαίου με 18,5%.

Για το 2008, η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας καταλαμβάνει την πρώτη θέση με 40% και ακολουθούν οι περιφέρειες Δυτικής Μακεδονίας με 33% και Πελοποννήσου με 27,5%. Ενώ στις τελευταίες θέσεις βρίσκονται οι περιφέρειες Ιονίων Νήσων με 11,6%, Νοτίου Αιγαίου με 12,8% και Βορείου Αιγαίου με 13,4%. Επίσης, την υψηλότερη συνεισφορά στον τομέα αυτό, εκτός από την Αττική και την Κεντρική Μακεδονία, έχουν οι περιφέρειες Στερεάς Ελλάδας και Πελοποννήσου με 11,7% και 7,5%, αντίστοιχα.

## ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΟΓΕΝΗ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΑΕΠ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	2008*	1995	% ΜΕΤΑΒΟΛΗ
1. ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	2,4%	13,2%	-81,8%
2. ΑΤΤΙΚΗ	0,3%	1,3%	-76,9%
3. ΚΡΗΤΗ	5,5%	21,5%	-74,4%
4. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	6,3%	21,9%	-71,2%
5. ΑΝΑΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ Ετ ΘΡΑΚΗ	6,3%	20,8%	-69,7%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>3,1%</b>	<b>9,9%</b>	<b>-68,7%</b>
6. ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	2,3%	7,3%	-68,5%
7. ΗΠΕΙΡΟΣ	5,3%	16,6%	-68,1%
8. ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	4,0%	12,4%	-67,7%
9. ΘΕΣΣΑΛΙΑ	7,4%	21,3%	-65,3%
10. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	4,4%	10,9%	-59,6%
11. ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	7,1%	17,4%	-59,2%
12. ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	5,2%	11,3%	-54,0%
13. ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	5,7%	10,6%	-46,2%

\*Προσωρινά στοιχεία

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011

## ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΑΕΠ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	2008*	1995	% ΜΕΤΑΒΟΛΗ
1.ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	11,6%	8,6%	34,9%
2. ΚΡΗΤΗ	13,8%	11,2%	23,2%
3. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	27,5%	22,5%	22,2%
4. ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	12,8%	10,8%	18,5%
5. ΗΠΕΙΡΟΣ	16,4%	14,7%	11,6%
6. ΘΕΣΣΑΛΙΑ	22,3%	24,0%	-7,1%
7. ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	33,0%	37,3%	-11,5%
8. ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	40,0%	48,2%	-17,0%
9. ΑΝΑΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ Ετ ΘΡΑΚΗ	22,0%	27,2%	-19,1%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>18,1%</b>	<b>22,4%</b>	<b>-19,2%</b>
10. ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	17,5%	21,7%	-19,4%
11. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	19,9%	24,8%	-19,8%
12. ΑΤΤΙΚΗ	13,7%	17,6%	-22,2%
13. ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	13,4%	22,9%	-41,5%

\*Προσωρινά στοιχεία

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011

**Τριτογενής τομέας:**

Αποτελείται κυρίως από υπηρεσίες, είναι ο πιο ανεπτυγμένος κλάδος για όλες τις περιφέρειες της Ελλάδας, παρουσιάζοντας ανοδική τάση από το 1995 ως το 2008. Για την Ελλάδα, βλέπουμε το 1995 να έχει ποσοστό συμμετοχής 67,7% και να φτάνει το 2008 στο 78,7%, σημειώνοντας αύξηση 16,3%. Τη μεγαλύτερη άνοδο παρουσίασε η περιφέρεια Αν. Μακεδονίας & Θράκης με 38,1% και ακολουθούν οι περιφέρειες Στερεάς Ελλάδας με 31,6% και Θεσσαλίας με 28,5%.

Αντίθετα, τη μικρότερη αύξηση παρουσίασε η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου με 3,7%, Αττικής με 5,9% και Ιονίων Νήσων με 10%, καταλαμβάνοντας όμως την πρώτη θέση για το τελευταίο έτος, στη συμμετοχή του τριτογενή τομέα στο ΑΕΠ με 86%. Ακολουθούν οι περιφέρειες Αττικής, Νοτίου και Βορείου Αιγαίου με 85,9%, 84,9% και 82,6%, αντίστοιχα.

Στις τελευταίες θέσεις βρίσκονται οι περιφέρειες Στερεάς Ελλάδας με 54,2% και Δυτικής Μακεδονίας με 61,8%. Επίσης, η περιφέρεια Κρήτης συμμετέχει κατά 5,6% στον τριτογενή τομέα, ως ποσοστό στο σύνολο της επικράτειας, έχοντας την υψηλότερη συνεισφορά στον τομέα, μετά από τις περιφέρειες Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας.

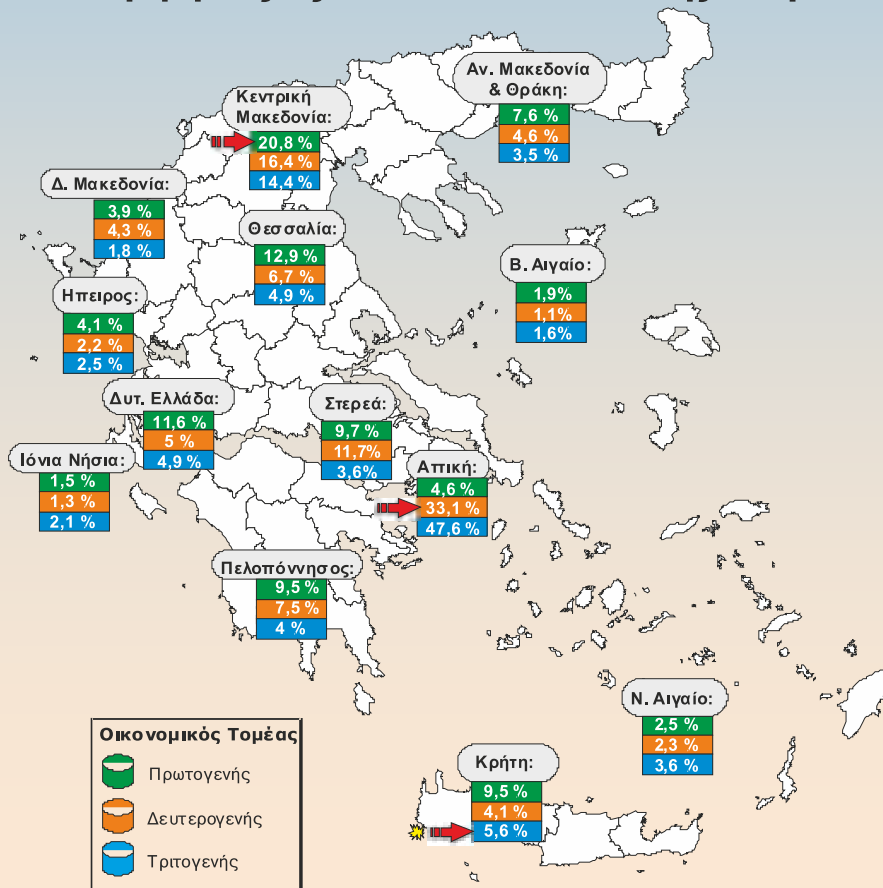
**ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΤΡΙΤΟΓΕΝΗ ΤΟΜΕΑ ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΑΕΠ**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	2008*	1995	% ΜΕΤΑΒΟΛΗ
1. ΑΝΑΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	71,8%	52,0%	38,1%
2. ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	54,2%	41,2%	31,6%
3. ΘΕΣΣΑΛΙΑ	70,3%	54,7%	28,5%
4. ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	82,6%	64,7%	27,7%
5. ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	75,4%	60,9%	23,8%
6. ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	61,8%	51,4%	20,2%
7. ΚΡΗΤΗ	80,7%	67,3%	19,9%
8. ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	66,2%	55,6%	19,1%
9. ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	75,8%	64,3%	17,9%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>78,7%</b>	<b>67,7%</b>	<b>16,3%</b>
10. ΗΠΕΙΡΟΣ	78,4%	68,7%	14,1%
11. ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	86,0%	78,2%	10,0%
12. ΑΤΤΙΚΗ	85,9%	81,1%	5,9%
13. ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	84,9%	81,9%	3,7%

\* Προσωρινά στοιχεία

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011

**ΧΑΡΤΗΣ Συμμετοχής των Οικονομικών τομέων κάθε περιφέρειας ως ποσοστό στο σύνολο της Επικράτειας**





#### ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ:

Βλέποντας την ιδιωτική οικοδομική δραστηριότητα (σε όγκο, σε χιλ. m<sup>2</sup>), για την περίοδο Ιανουαρίου - Νοεμβρίου 2010 παρατηρούμε μια μείωση, σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο το 2009, σε όλες τις περιφέρειες της Ελλάδας.

Τη μεγαλύτερη πτώση στην Ελλάδα σημείωσε η περιφέρεια Αττικής με 32,8% και ακολουθούν οι περιφέρειες Ηπείρου με 32,2%, Στερεάς Ελλάδας με 29,9% και Δυτικής Ελλάδας με 26,8%. Αντίθετα, η μικρότερη μείωση εμφανίζεται στα νησιά του Νοτίου Αιγαίου και του Ιονίου με 8,2% και 10,3%, αντίστοιχα. Η μεγαλύτερη οικοδομική δραστηριότητα για το 2010, παρουσιάζεται στην περιφέρεια Αττικής με 7270 χιλ. m<sup>2</sup>, ακολουθεί η Κεντρική Μακεδονία με 5584 χιλ. m<sup>2</sup>, η Πελοπόννησος με 2715 χιλ. m<sup>2</sup> και η περιφέρεια Κρήτης με 2641 χιλ. m<sup>2</sup>.

Από την άλλη, τη μικρότερη οικοδομική δραστηριότητα εμφανίζουν οι περιφέρειες Βορείου Αιγαίου και Δυτικής Μακεδονίας με 472 χιλ. m<sup>2</sup> και 691 χιλ. m<sup>2</sup>, αντίστοιχα.

#### ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΟΓΚΟΣ (σε χιλ. m<sup>2</sup>) ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ-ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ 2009-10

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	2010	2009	% (2010-2009)
1.ΑΤΤΙΚΗ	7270	10810	-32,8%
2.ΗΠΕΙΡΟΣ	1404	2072	-32,2%
3.ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	2584	3688	-29,9%
4.ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	2271	3102	-26,8%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>15648</b>	<b>21763</b>	<b>-25,3%</b>
5.ΚΡΗΤΗ	2641	3516	-24,9%
6.ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	5564	7297	-23,7%
7.ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ Ετ ΘΡΑΚΗ	1584	2043	-22,5%
8.ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	691	889	-22,3%
9.ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	472	591	-20,1%
10.ΘΕΣΣΑΛΙΑ	2162	2692	-19,7%
11.ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	2715	3216	-15,6%
12.ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	1024	1141	-10,3%
13.ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	1656	1804	-8,2%

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011

### ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΕΡΓΙΑΣ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής για το έτος 2010, η ανεργία στην Ελλάδα έφτασε στο 12,5%, σημειώνοντας μια αύξηση κατά 50,3% από την αντίστοιχη περίοδο του 2007. Κατά την ίδια περίοδο, όλες οι περιφέρειες της Ελλάδας σημείωσαν αύξηση της ανεργίας με την υψηλότερη να εμφανίζεται στην περιφέρεια Κρήτης με 121% και ακολουθούν οι περιφέρειες Αττικής, Ιονίων Νήσων και Θεσσαλίας με 62%, 58% και 55%, αντίστοιχα. Αντίθετα, τη μικρότερη αύξηση της ανεργίας παρουσίασε η περιφέρεια Βορείου Αιγαίου με 5%.

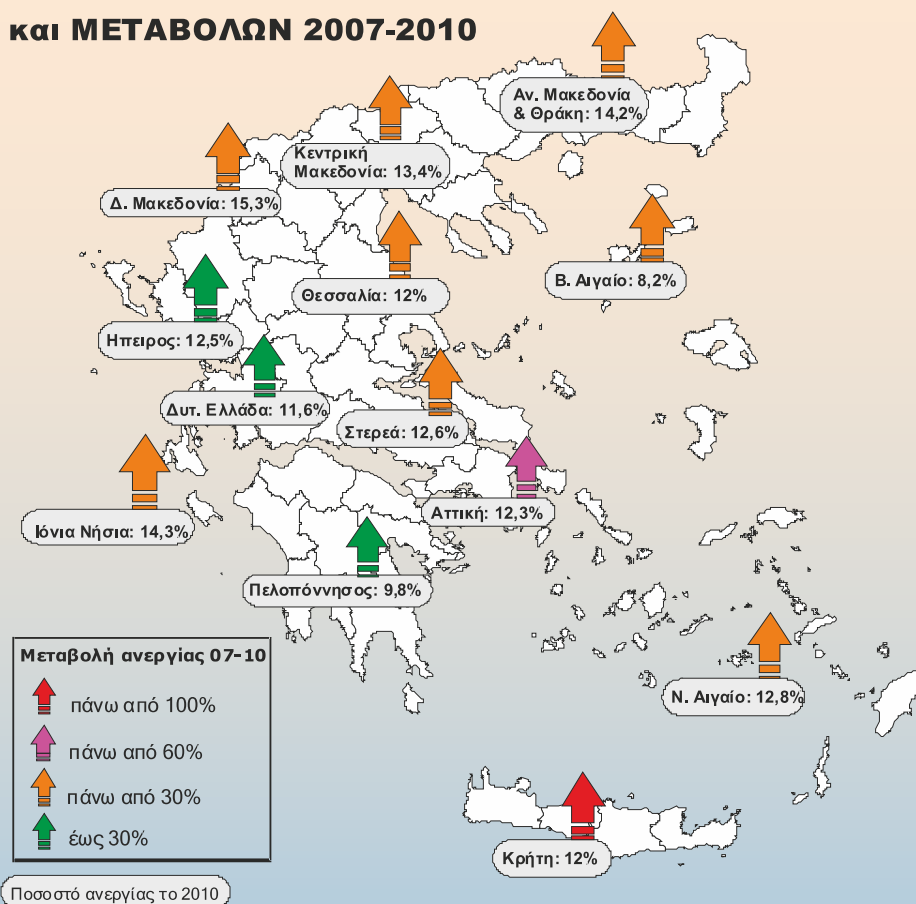
Κατά το έτος 2010, το μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας παρουσιάστηκε στις περιφέρειες Μακεδονίας και πιο συγκεκριμένα στη Δυτική Μακεδονία με 15,1%. Κατά το έτος 2010, το μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας παρουσιάστηκε στην περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με 15,3% και ακολουθούν των Ιονίων Νήσων και της Ανατολ. Μακεδονίας & Θράκης με 14,3% και 14,2%, αντίστοιχα. Ενώ οι περιφέρειες που παρουσίασαν τη χαμηλότερη ανεργία, σημειώνοντας μονοψήφια νούμερα είναι του Βορείου Αιγαίου με 8,2% και της Πελοποννήσου με 9,8%.

### ΑΝΕΡΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2007-2010

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	2010	2007	%(2010-2007)
1.ΚΡΗΤΗ	11,7%	5,3%	121,3%
2.ΑΤΤΙΚΗ	12,3%	7,6%	62,4%
3.ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	14,3%	9,0%	57,9%
4.ΘΕΣΣΑΛΙΑ	12,0%	7,8%	54,7%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>12,5%</b>	<b>8,3%</b>	<b>50,3%</b>
5.ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	13,4%	9,0%	49,4%
6.ΑΝΑΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	14,2%	9,7%	46,6%
7.ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	12,8%	9,1%	41,4%
8.ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	12,6%	9,4%	34,3%
9.ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	15,3%	11,9%	28,9%
10.ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	9,8%	7,7%	27,6%
11.ΗΠΕΙΡΟΣ	12,5%	10,0%	24,3%
12.ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	11,6%	9,7%	19,3%
13.ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	8,2%	7,8%	5,3%

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2011

### ΧΑΡΤΗΣ ΑΝΕΡΓΙΑΣ 2010 και ΜΕΤΑΒΟΛΩΝ 2007-2010



## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), οι διεθνείς αφίξεις στα κυριότερα αεροδρόμια της Ελλάδας για το έτος 2010 έφτασαν τα 10.633.559, παραμένοντας περίπου στα ίδια επίπεδα (-0,51%) με το 2009.

Για το έτος 2010, η περιφέρεια Αττικής καταλαμβάνει την πρώτη θέση με το αεροδρόμιο της Αθήνας να υποδέχεται 2.996.573 αλλοδαπούς τουρίστες.

Η περιφέρεια Κρήτης κατέχει τη δεύτερη θέση στην προσέλκυση αλλοδαπών τουριστών με 2.527.897 διεθνείς αφίξεις, σημειώνοντας μείωση κατά 1,28% σε σχέση με την περυσινή περίοδο, με το αεροδρόμιο Χανίων να καταγράφει πτώση κατά 2,5% και του Ηρακλείου κατά 0,9%, ενώ τη μεγαλύτερη μείωση παρουσίασε η περιφέρεια Βορείου Αιγαίου με το αεροδρόμιο της Σάμου να παρουσιάζει πτώση κατά 5,8%. Αντίθετα, η περιφέρεια που σημείωσε αύξηση ήταν μόνο του Νοτίου Αιγαίου με 9,08%, με το αεροδρόμιο της Κω να παρουσιάζει τη μεγαλύτερη άνοδο με 11,19% και να ακολουθούν τα αεροδρόμια της Ρόδου και της Σαντορίνης με 8,32% και 7,14%, αντίστοιχα.

Για το έτος 2010, οι περισσότερες αφίξεις αλλοδαπών επισκεπτών σημειώθηκαν στην περιφέρεια Αττικής με το αεροδρόμιο της Αθήνας να καταγράφει 2.996.573 διεθνείς αφίξεις και ακολουθεί η περιφέρεια Κρήτης.

Να σημειωθεί ότι οι αφίξεις στα αεροδρόμια της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης, της Ρόδου, της Κω, της Κέρκυρας, του Ηρακλείου, των Χανίων, της Ζακύνθου, της Κεφαλονιάς, της Σάμου, του Ακτίου, της Μυτιλήνης, της Χίου και της Σαντορίνης αντιπροσωπεύουν το 95% των συνολικών αεροπορικών αφίξεων αλλοδαπών στη χώρα μας.

### ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ 2010-2009

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	2010	2009	%(2010-2009)
1.ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	2304479	2112689	9,08%
2.ΚΡΗΤΗ	2527897	2560767	-1,28%
3.ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ	1442615	1461716	-1,31%
4.ΘΕΣΣΑΛΙΑ	106833	108855	-1,86%
5.ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1146229	1187233	-3,45%
6.ΑΤΤΙΚΗ	2996573	3140811	-4,59%
7.ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	108933	115639	-5,80%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>10633559</b>	<b>10687710</b>	<b>-0,51%</b>

Πηγή: Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, ΣΕΤΕ, 2011

## ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

### ΑΡΙΘΜΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ:

Για το έτος 2010, λειτούργησαν στην Ελλάδα 9.732 Ξενοδοχειακά καταλύματα με τα περισσότερα να εμφανίζονται στη Μακεδονία με 1.612 Ξενοδοχεία και ακολουθεί η Κρήτη με 1.549 και η Κεντρική Ελλάδα με 1.331 Ξενοδοχειακά καταλύματα, ενώ τα λιγότερα λειτούργησαν στη Θράκη και την Ήπειρο με 109 και 361 Ξενοδοχειακά καταλύματα, αντίστοιχα.

### ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΤΟ 2010

ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ
1.ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1612
2.ΚΡΗΤΗ	1549
3.ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	1331
4.ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	1033
5.ΚΥΚΛΑΔΕΣ	996
6.ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	922
7.ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	815
8.ΘΕΣΣΑΛΙΑ	597
9.ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	407
10.ΗΠΕΙΡΟΣ	361
11.ΘΡΑΚΗ	109
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>9732</b>

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2011

### ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 5 & 4 ΑΣΤΕΡΩΝ:

Στην Ελλάδα λειτούργησαν 1.546 πολυτελή Ξενοδοχεία, από τα οποία τα περισσότερα εντοπίζονται στην Κρήτη, με 308 Ξενοδοχεία και ακολουθούν Δωδεκάνησα και Κυκλάδες με 215 και 193 Ξενοδοχειακά καταλύματα, αντίστοιχα. Τα λιγότερα Ξενοδοχεία 5 & 4 αστέρων λειτούργησαν στη Θράκη, στα Νησιά του Αιγαίου και την Ήπειρο με 14, 38 και 62 Ξενοδοχειακά καταλύματα, αντίστοιχα.

### ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ 3, 2 & 1 ΑΣΤΕΡΩΝ:

Στην Ελλάδα λειτούργησαν 8.186 Ξενοδοχεία λίγων αστέρων, από τα οποία τα περισσότερα στη Μακεδονία με 1.459, την Κρήτη 1.241 και την Κεντρική Ελλάδα με 1.153 Ξενοδοχειακά καταλύματα, ενώ τα λιγότερα λειτούργησαν και πάλι στη Θράκη, την Ήπειρο και τα Νησιά του Αιγαίου με 95, 299 και 369 Ξενοδοχειακά καταλύματα, αντίστοιχα.

### ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ:

Για το έτος 2010, η δυναμικότητα της χώρας σε κλίνες έφτασε τις 763.407 με την Κρήτη να κατέχει την πρώτη θέση με 161.578 και ακολουθούν τα Δωδεκάνησα και η Μακεδονία με 137.158 και 107.413 κλίνες, αντίστοιχα, ενώ οι λιγότερες κλίνες υπήρχαν στη Θράκη με 6.890 και στην Ήπειρο με 14.594 κλίνες.

## ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΤΟ 2010

ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	ΚΛΙΝΕΣ
1.ΚΡΗΤΗ	161578
2.ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ	137158
3.ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	107413
4.ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	96773
5.ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ	88477
6.ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	53048
7.ΚΥΚΛΑΔΕΣ	46185
8.ΘΕΣΣΑΛΙΑ	29149
9.ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ	22142
10.ΗΠΕΙΡΟΣ	14594
11.ΘΡΑΚΗ	6890
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ</b>	<b>763407</b>

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2011

### ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ 5 & 4 ΑΣΤΕΡΩΝ:

Στην Ελλάδα λειτούργησαν 299.291, από τις οποίες οι περισσότερες κλίνες πολυτελών Ξενοδοχείων εμφανίζονται στα Δωδεκάνησα και την Κρήτη με 78.725 και 78.031 κλίνες, αντίστοιχα. Αντίθετα, οι λιγότερες λειτούργησαν στη Θράκη με 1.842 και στην Ήπειρο με 3.275 κλίνες αντίστοιχα.

### ΚΛΙΝΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ 3, 2 & 1 ΑΣΤΕΡΩΝ:

Στην Ελλάδα λειτούργησαν 464.116, από τις οποίες οι περισσότερες υπάρχουν στην Κρήτη και την Μακεδονία με 83.547 και 75.379 κλίνες, αντίστοιχα. Ενώ οι λιγότερες κλίνες εμφανίζονται και πάλι στη Θράκη και στην Ήπειρο με 5.048 και 11.319 κλίνες, αντίστοιχα.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Αρχίζοντας από το κατά κεφαλήν ΑΕΠ και εξετάζοντας την πορεία της Ελλάδας και των περιφερειών της, από το 1995 έως το 2008, βλέπουμε ότι η Ελλάδα σημείωσε μια αύξηση κατά 183%, με τη μεγαλύτερη άνοδο να παρουσιάζεται στην περιφέρεια Αττικής.

### Πρωτογενής τομέας

Σημαντική μείωση παρουσιάζει ο πρωτογενής τομέας με 69%, καταλαμβάνοντας μόνο το 3% στη διαμόρφωση του ΑΕΠ κατά το έτος 2008. Η μεγαλύτερη πτώση εμφανίζεται στα Ιόνια Νησιά και την Κρήτη.

Ειδικά για τη γεωργία θα πρέπει να γίνουν ενέργειες αναδιάρθρωσης καλλιεργειών, διαχείρισης σύγχρονων αγροτικών εκμεταλλεύσεων και ενίσχυσης δυναμικών καλλιεργειών. Παραγωγή προϊόντων εγγραμμένης ποιότητας με πιστοποίηση και ονομασία προέλευσης, με μεθόδους παραγωγής φιλικές προς το περιβάλλον, με σημαντική βελτίωση στην τυποποίηση, προβολή, διακίνηση και εμπορία των αγροτικών ποιοτικών προϊόντων, οφείλουν να αποτελούν προτεραιότητες ενός σχεδίου ανάπτυξης.

### Δευτερογενής τομέας

Ο δευτερογενής τομέας σημείωσε αύξηση 19% κατά τη περίοδο 1995-2008, έχοντας 22% συμμετοχή στη διαμόρφωση του ΑΕΠ το 2008, με τα Ιόνια Νησιά και την Κρήτη να παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση. Περνώντας στην ιδιωτική οικοδομική δραστηριότητα, βλέπουμε ότι υπάρχει μια μείωση κατά 25%, μέσα σε ένα χρόνο από το 2009 έως το 2010, με τη μεγαλύτερη καθίζηση να παρουσιάζεται στις περιφέρειες Αττικής και Ηπείρου. Δεν έχουν αξιοποιηθεί πλήρως οι ευκαιρίες που παρουσιάζονται στο δευτερογενή τομέα και αυτό γιατί οι μικρού μεγέθους επιχειρήσεις δεν επιτρέπουν τη μαζική παραγωγή και την εκμετάλλευση των οικονομικών κλίμακας. Έλλειψη σημαντικών πόρων, απουσία ικανών και έμπειρων

διοικητικών στελεχών, υποαπασχόληση των παραγωγικών συντελεστών, μη παροχή εξειδικευμένων γνώσεων και δυσκολίες εξεύρεσης επενδυτικών κεφαλαίων είναι μερικά από τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τομέας αυτός.

Πρέπει λοιπόν, να γίνει αλλαγή των κανόνων του επιχειρηματικού πλαισίου και της γενικότερης επιχειρηματικής νοοτροπίας, με πλήρη αξιοποίηση της τεχνολογίας, αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού, υιοθέτηση καινοτομιών και επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη, βελτίωση στην ποιότητα προϊόντων και παροχής υπηρεσιών, μείωση του κόστους παραγωγής, προώθηση επιχειρηματικών συνεργασιών, υιοθέτηση διεθνών επιχειρησιακών προτύπων, και διεύρυνση των επιχειρήσεων με στροφή προς την διεθνή αγορά. Επίσης, η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας κρίνεται αναγκαία, με στροφή προς την έρευνα και ανάπτυξη και τη στελέχωση των επιχειρήσεων με εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, που θα οδηγήσει σε νέα καινοτόμα προϊόντα και την επιβίωση και ανάπτυξη του δευτερογενή τομέα.

### Τριτογενής τομέας

Αντίθετα, ο τριτογενής τομέας, ο οποίος βρίσκεται σε πολύ υψηλά επίπεδα κατά τη διάρκεια της περιόδου αυτής, καταλαμβάνοντας το 79% στη διαμόρφωση του ΑΕΠ κατά το έτος 2008, εντούτοις σημείωσε μια αύξηση 20% από το 1995 σε επίπεδο χώρας. Ο τριτογενής τομέας, βασίζεται κυρίως σε υπηρεσίες και τουρισμό, δημιουργώντας έτσι και πολλές θέσεις απασχόλησης και έξτρα εισόδημα στις τοπικές κοινωνίες.

Η περαιτέρω ανάπτυξη λοιπόν μορφών εναλλακτικού τουρισμού, με την παράλληλη προστασία του περιβάλλοντος, θεωρείται επιβεβλημένη από τους υπεύθυνους των περιφερειών για την προσεκτική χάραξη πολιτικής προς αυτή την κατεύθυνση.

### Τουρισμός

Σχετικά με τον τουρισμό, παρατηρούμε ότι περίπου στα ίδια επίπεδα κινήθηκαν οι διεθνείς αφίξεις αλλοδαπών στα αεροδρόμια της Ελλάδας. Η μόνη περιφέρεια που σημείωσε αύξηση των αφίξεων τους κατά το έτος 2010, σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο ήταν τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου με 9%. Αντίθετα, τη μεγαλύτερη μείωση παρουσίασε η περιφέρεια Βορείου Αιγαίου με 6%. Όσον αφορά το Ξενοδοχειακό δυναμικό, στην Ελλάδα λειτούργησαν 9.732 Ξενοδοχειακά καταλύματα με 763.407 κλίνες για το έτος 2010, με το διαμέρισμα της Μακεδονίας να καταλαμβάνει την πρώτη θέση στα Ξενοδοχειακά καταλύματα με 17%, ενώ όσον αφορά τις κλίνες η Κρήτη κατέχει τις περισσότερες με 21% επί του συνόλου στην Ελλάδα. Όσον αφορά τα Ξενοδοχεία 5 Et 4 αστέρων, η Κρήτη κατέχει τα περισσότερα, ενώ περισσότερες κλίνες πολυτελών Ξενοδοχείων εμφανίζει το διαμέρισμα των Δωδεκανήσων.

### Ανεργία

Το ποσοστό ανεργίας στην Ελλάδα, αυξήθηκε κατά το ήμισυ την τελευταία τριετία, με εκρηκτική αύξηση στην περιφέρεια Κρήτης όπου το ποσοστό της ανεργίας υπερδιπλασιάστηκε. Απογοητευτικά είναι τα στοιχεία του Οργανισμού Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) για την ανεργία, καθώς οι εγγεγραμμένοι άνεργοι για τον Ιανουάριο του 2011, έφτασαν τους 689.558, σημειώνοντας αύξηση 5,5% σε σχέση με τον προηγούμενο μήνα. Το 26% είναι άνεργοι για χρονικό διάστημα από 12 μήνες και πάνω, το 57% των ανέργων είναι γυναίκες, ενώ το 62% των ανέργων είναι ηλικίας 30 – 54 ετών και το 28% έως 30 ετών.

Οι απολύσεις έφτασαν τις 30.481, ενώ οι λήξεις συμβάσεων ορισμένου χρόνου ανέρχονται στις 25.530. Μέσα σε όλο αυτό το κλίμα, έντονη είναι και η φηρολογία για πιθανή περικοπή των επιδομάτων ανεργίας, σύμφωνα με τις διατάξεις του μνημονίου.

Στην προσπάθεια καταπολέμησης της ανεργίας ανακοινώθηκαν νέα προγράμματα ενίσχυσης της απασχόλησης από τον ΟΑΕΔ που στοχεύει περίπου στις 100.000 νέες θέσεις εργασίας, όπως είναι η μετατροπή του επιδόματος ανεργίας σε επίδομα απασχόλησης, απασχόληση ανέργων ηλικίας 55-64 ετών στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, διατήρηση θέσεων εργασίας σε τουριστικές επιχειρήσεις, μέσω επικορήγησης ασφαλιστικών και μέρους των εργοδοτικών εισφορών, με σκοπό τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, πρόσληψη αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης από επιχειρήσεις που θα επικορηγούνται από το κράτος και απασχόληση τελειόφοιτων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης μέσω πρακτικής άσκησης σε επιχειρήσεις.



# Branding: Αξία και όραμα

Παρακολουθώ τον εμπορικό κόσμο, στις τελευταίες διεθνείς εκθέσεις τροφίμων και ποτών, να αναφέρεται περισσότερο σε "brands" παρά σε προϊόντα. Πολιτικοί και ηγέτες μιλούν για εθνική εικόνα και ταυτότητα.

Νέοι επιχειρηματίες από το γκαράζ του σπιτιού τους ετοιμάζουν τεχνολογικά super-brands που σε λίγο μόνο χρόνο, αποκτούν αστρονομική αξία. Γεννιούνται πολλά ερωτήματα. Υπάρχει διαφορά μεταξύ του μπραντ από το προϊόν ή την υπηρεσία;

Μήπως είναι θέμα χρημάτων; Μήπως αφορά μόνο τις πολυεθνικές ή είναι κάτι ξένο που δεν αφορά καθόλου το μικρό νησί μας;

Αυτή η τακτική στήλη θα επιχειρήσει να δώσει μια σύγχρονη ματιά, στο φαινόμενο που απασχολεί κάθε επιχείρηση (πλέον και κυβέρνηση) όμως τόσο λίγοι καταφέρνουν να πετύχουν σωστά.

Η αλλαγή νοοτροπίας και κουλτούρας στην οποία αναφερόμαστε συχνότατα πλέον, συνδέεται άμεσα με το θέμα αυτής της στήλης. Το μπράντινγκ δεν είναι πια απλώς επικοινωνιακή πρακτική αλλά η πλατφόρμα για να δημιουργήσουμε κάτι δικό μας, να αυξήσουμε την αξία των υπηρεσιών μας και να γίνουμε ανταγωνιστικότεροι. Και επίσης δεν είναι αποκλειστική ορολογία των συμβούλων μάρκετινγκ των πολυεθνικών κολοσσών.

Το μπραντ, από έννοια αποκλειστικά συνδεδεμένη με επιχειρήσεις μεγάλης ισχύος (βλέπε coca cola, BP) αποκτάει νέους οπαδούς. Κοινωνικές ομάδες και φιλανθρωπικά ιδρύματα, επιχειρηματίες, πολιτικοί, μάγειρες, καλλιτέχνες μέχρι και χώρες γίνονται ευαγγελιστές του μοντέλου. Μάλιστα πολλοί από αυτούς, μικρότεροι και ευέλικτοι, έχουν μοναδικά πλεονεκτήματα έναντι των πολυεθνικών. Είναι πολύ δημιουργικότεροι και συνεπείς. Θα μπορούσε μια πολυεθνική να ακολουθήσει τη δημιουργική κουζίνα του Ferran Adrià; Η μικρή του επιχείρηση, το εστιατόριο elBullí που βρίσκεται σε ένα χωριό της Καταλονίας, κρατά ψηλά τη σημαία της νέας Ισπανίας παρά τις αντιξοότητες της οικονομίας.



Ένα από τα πολύ λίγα σύμβολα του τουρισμού που εξυπηρετούν το σκοπό τους.

Διαφορετικό όσο και η έκφραση του μεγάλου ισπανού Μιρό, που το δημιούργησε, κόντρα σε κάθε μόδα. Ο ήλιος και η θάλασσα δεν είναι αρκετός.

Να προσθέσω ότι η σεισμική αλλαγή στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τη διαφήμιση, το μάρκετινγκ και στον εκδοτικό χώρο έρχεται να δημιουργήσει νέες προοπτικές, που πριν ήταν προσβάσιμες από οργανισμούς με πολύ βαθιές τσέπες. Το μπράντινγκ είναι κλειδί για την εκμετάλλευση του νέου, πιο πολύπλοκου αλλά και αμεσότερου περιβάλλοντος.

## Ερμηνεία

Μια και το μπραντ καλύπτεται από ένα πέπλο μυστηρίου και πολλοί, ακόμα και επαγγελματίες, το μπερδεύουμε με άλλες δραστηριότητες, ίσως είναι χρήσιμο να ξεκινήσουμε ανάποδα. Τι ΔΕΝ είναι μπραντ;

- Δεν είναι διαφήμιση
- Δεν είναι λογότυπο
- Δεν είναι μάρκετινγκ

Η πιο απλή ερμηνεία είναι ίσως αυτή του Marti Neumeier. Brand είναι το συναίσθημα που έχει κάποιος όταν έρχεται σε επαφή με ένα προϊόν, υπηρεσία ή επιχείρηση. Ως συναίσθημα, ορίζεται από κάθε έναν από μας, και όχι από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, τις αγορές ή τον γενικό πληθυσμό. Οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να ελέγξουν αυτή τη διαδικασία, όμως σίγουρα να την επηρεάσουν, με σωστό ντιζάιν, δημιουργώντας κατάλληλους συσχετισμούς και προβάλλοντας την ποιότητα που διαφοροποιεί το ένα προϊόν από ένα άλλο.

Αυτό που τώρα εννοούμε με τον όρο μπράντινγκ (branding) είναι η έκφραση του χαρακτήρα και της ταυτότητας της επιχείρησης. Πέρα από σοβαρό εργαλείο επικοινωνίας το branding γίνεται δυναμικό εργαλείο διαχείρισης.

Σύμφωνα με τον Wally Olins:

- Είναι εργαλείο διαχείρισης του ντιζάιν, του μάρκετινγκ και του ανθρώπινου δυναμικού.
- Επηρεάζει κάθε τομέα και κάθε ακροατήριο της επιχείρησης, κάθε στιγμή.
- Είναι εργαλείο συντονισμού, γιατί δίνει συνοχή σε κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα
- Κάνει τη στρατηγική φανερά και κατανοητή σε όλους τους ενδιαφερόμενους

Μια ουσιαστική διαφορά με το παρελθόν. Για δεκαετίες η διαφήμιση εστίαζε αποκλειστικά σε ένα ακροατήριο. Τον καταναλωτή. Τα πράγματα γίνονται πιο περίπλοκα στις μέρες μας. Το branding απευθύνεται σε όλους όσους αφορά ένα προϊόν ή υπηρεσία (stakeholders). Πέρα από τον τελικό πελάτη, αφορά τους εργαζόμενους, τις κυβερνήσεις, τους επενδυτές, τα μέσα ενημέρωσης, τους προμηθευτές, τους ανταγωνιστές κ.α Για να προκύψει αυτό που λέμε μπραντ, όλοι αυτοί οι ενδιαφερόμενοι πρέπει να συμφωνούν στις ίδιες αξίες. Αυτές που υπόσχεται το προϊόν, εμπειρία (πχ BMW), για στάτους (πχ Mercedes), για απόλαυση (πχ Ferrari) που υπόσχεται το μπραντ. Δεδομένου ότι όλοι αυτοί έχουν άλλη σχέση με το προϊόν/υπηρεσία αυτό μπορεί να είναι αρκετά δύσκολη προσπάθεια που, συνήθως, χρειάζεται εξωτερική ματιά.

### Νέοι προσανατολισμοί

Ζούμε σε εποχή αλλαγής, ευαισθητοποίησης, καινοτομίας. Οι ορίζοντες είναι πολύ ανοικτότεροι από στείρες και κοντόφθαλμες πρακτικές με μόνο στόχο το κέρδος. Κάθε οργανισμός χρειάζεται ξεκάθαρες αξίες και όραμα, για να μιλήσει σε ένα κοινό πολύ πιο εκπαιδευμένο και επιφυλακτικό στα "παιχνίδια" του μάρκετινγκ. Βλέπουμε ισχυρά κοινωνικά brands Διεθνής Αμνηστία και Ερυθρός Σταυρός. Αντιπροσωπεύουν συγκεκριμένες ανθρωπιστικές αξίες. Όμως και στον εμπορικό κόσμο, τίθενται νέοι προσανατολισμοί, όπως η διαφάνεια και η κοινωνική ευαισθησία (CSR). Απλούστατα είναι πολύ δυσκολότερο να κρύψουμε τη βρωμιά κάτω από το χαλί. Μια διαρροή στον κόλπο του Μεξικού και ο πράσινος ήλιος της BP, αμαυρώθηκε, η αξία της πέφτει. Το ανθρώπινο αίσθημα τάσσεται με αυτούς που προσπαθούν για έναν

καλύτερο κόσμο και όχι με αυτούς που τον καταστρέφουν προς όφελός τους.

### Αλλαγή

Ο κόσμος αλλάζει ταχύτατα και σε αυτόν, οι επιχειρήσεις και οι προσανατολισμοί τους αλλάζουν. Έτσι και η εικόνα τους οφείλει να αναπροσαρμόζεται ανά διαστήματα (Re-brand). Νέες εμπειρίες και αισθήσεις είναι πάντα χρήσιμες σε αυτήν την αναγέννηση, όμως η συμπεριφορά και νοοτροπία παίζουν τον πιο μεγάλο ρόλο για κάθε οργανισμό. Αυτές αλλάζουν δυσκολότερα.

Η Ελλάδα, γνωστή πλέον για το χρέος και τις πρόχειρες υπηρεσίες της, είναι σε φάση απότομης αλλαγής. Πολλές από τις υπηρεσίες της θα χρειαστεί να βρουν νέα αποστολή και όραμα. Η παλιά μπλε στολή της Ελληνικής Αστυνομίας έχει φθαρεί και αποκαλύπτει τις παθογένειες ενός συστήματος μιας άλλης εποχής. Όμως, κάθε επιχείρηση στη χώρα είναι υπεύθυνη για την εικόνα και ταυτότητα της Ελλάδας.

Στόχος αυτής της στήλης είναι να κάνει περισσότερο κατανοητό το μπράντινγκ, και να δώσει πρακτικές οδηγίες στην μικρή μεσαία επιχείρηση, η οποία είναι ο πυρήνας της οικονομίας μας στη Μεσόγειο.

Στα επόμενα τεύχη, θα αναφερθούμε αναλυτικότερα στο ρόλο της διαφοροποίησης, την κεντρική ιδέα, την αρχιτεκτονική του Μπραντ, τις διαφορές προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και στο επίκαιρο θέμα των εθνικής εικόνας και ταυτότητας (national brand).

Ίσως εδώ, είναι χρήσιμο το ρητό του μάρκετινγκ, "μόνο ένας μπορεί να πουλάει φτηνότερα, όλοι οι άλλοι χρειάζονται τη σωστή εικόνα."

### Το παράδοξο της ονομασίας προέλευσης

Το πολύ ενδιαφέρον άρθρο του Harvard Business Review (12/2010) σχετικά με το παράδοξο φαινόμενο της ονομασίας προέλευσης, φέρνει στο προσκήνιο πολλά από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε στο νησί. Το άρθρο αναφέρεται σε προϊόντα υψηλής ποιότητας που παράγονται σε αναπτυσσόμενες χώρες, π.χ. κακάο από την Κολομβία. Το περιεργό είναι ότι ο Κολομβιανός παραγωγός αδυνατεί να πουλήσει το άριστο προϊόν του στον καταναλωτή σε αξιοπρεπή τιμή. Αυτό γιατί στο μυαλό των καταναλωτών η καλύτερη σοκολάτα δεν είναι από την Κολομβία αλλά από την Ελβετία ή το Βέλγιο. Από εκεί όμως είναι οι καλύτερες ετικέτες σοκολάτας (μπράντ) όχι η πρώτη ύλη αυτής, το κακάο. Ο καταναλωτής προτιμάει να πληρώσει ακριβότερα την σοκολάτα που θεωρεί καλύτερης ποιότητας αλλά στο μυαλό του βρίσκονται μάρκες όπως Lindt. Παρομοίως το Χιλιανό κρασί, αν και έχει ετικέτες πολύ ανώτερες σε ποιότητα αντίστοιχων γαλλικών, ο αγοραστής δεν προτιμάει να πληρώσει περισσότερο από πχ 50\$ για ένα μπουκαλί. Η Γαλλία έχει διατηρήσει την κυριαρχία στο όνομα του ανώτερου κρασιού στην οποία οφείλεται η έξτρα τιμή που μπορεί να ανέβει δραματικά πάνω από το 50\$.

Η διαδικασία της αλλαγής της γνώμης του κόσμου για ένα προϊόν είναι μια μακριά και ακριβή προσπάθεια. Όμως είναι εφικτή, αν σκεφτεί κάποιος στρατηγικά και όχι κοντόφθαλμα. Το Μπράντινγκ είναι βασικό εργαλείο σε τέτοια εγχειρήματα. Για παράδειγμα η μπύρα Κορόνα αγνόησε την προέλευση και έθεσε νέους όρους στο παιχνίδι. Πόνταρε στη διαφορετικότητα της συσκευασίας και την κεντρική ιδέα της μπύρας της παραλίας, της διασκέδασης του ήλιου, πέρα από στενά γεωγραφικά όρια. Η Κορόνα κατάφερε σε 10 χρόνια να γίνει η πρώτη εισαγόμενη μπύρα στις ΗΠΑ ξεπερνώντας τη Heineken που ήταν πρώτη για δεκαετίες!



*Η BP μετονομάστηκε σε Beyond Petroleum στο πιο ριζοσπαστικό ίσως πρόγραμμα rebranding μεγάλου ομίλου. Στην πραγματικότητα η BP επενδύει ποσά ύψους προϋπολογισμού μικρών κρατών στην έρευνα και την περιβαλλοντολογική ευαισθησία. Δεν άλλαξε απλώς το λογότυπό της, άλλαξε όλη τη φιλοσοφία και το όνομά της. Παρ'όλα αυτά το δυστύχημα στο Μεξικό έκανε το πρόγραμμα της BP να εκληφθεί ως υποκριτικό. Ο ψεύτικος λογαριασμός @BPGlobalPR στο twitter έχει 170.000 σπαδούς ενώ η επίσημη εταιρεία BP μόνο το ένα έκτο από αυτό.*



Γιάννης Μουζάς  
Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Κρήτης  
Ιατρείο Αλκοολογίας,  
Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο Ηρακλείου

# Το αλκοόλ στο χώρο εργασίας

Η κατανάλωση αλκοόλ στο χώρο εργασίας μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα όπως, μειωμένη ή ελαττωματική απόδοση, προβλήματα ασφάλειας για πελάτες και εργαζόμενους, λιγότερο ή περισσότερο δαπανηρά και επώδυνα ιατρικά και κοινωνικά προβλήματα, που επηρεάζουν εργαζόμενους και εργοδότες, οικονομικές απώλειες από μειωμένη παραγωγικότητα. Από τη στοιχειώδη αυτή απαρίθμηση φαίνεται ήδη ότι τα προβλήματα από την κατανάλωση αλκοόλ στον χώρο εργασίας είναι σύνθετα, πολλαπλά και σχετίζονται τόσο με το περιβάλλον όσο και με όλους όσοι συμμετέχουν στην αλυσίδα της εργασίας.

*Στην παρουσίαση αυτή θα διερευνήσουμε το γιατί και το πώς του αλκοόλ στη δουλειά (παράγοντες που ευνοούν την κατανάλωσή του), τις συνέπειές του στη δουλειά, την πρόληψη και τέλος θ' αναφερθούμε στην αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών. Πρόκειται για ένα πεδίο που δεν έχει μελετηθεί επαρκώς στην Ελλάδα και όπου σαφώς υστερούμε στην πρόληψη και στην αντιμετώπιση.*

## Παράγοντες που ευνοούν την κατανάλωση αλκοόλ στο χώρο εργασίας

Τα προβλήματα που σχετίζονται με το αλκοόλ δεν χαρακτηρίζουν μόνο κάποιον τομέα εργασίας, κοινωνική τάξη ή είδος απασχόλησης. Βεβαίως, είναι δυνατόν η ποσότητα αλκοόλ που καταναλώνεται κατά περίπτωση να είναι διαφορετική σε διαφορετικά είδη εργασίας. Υπάρχουν όμως συγκεκριμένοι παράγοντες που αυξάνουν ή μειώνουν την ένταση του φαινομένου. Ας τους δούμε έναν -έναν:

**1** **Οι συνήθειες στο χώρο εργασίας.** Σε κάθε χώρο εργασίας, οι εργαζόμενοι, η περιβάλλουσα κοινωνία, η τοπική και γενικότερη παράδοση έχουν δημιουργήσει καθιερωμένες συνήθειες, μια "φιλοσοφία" ή μια κουλτούρα του χώρου εργασίας σχετικά με το ποτό. Οι συνήθειες αυτές μπορεί να ευνοούν, να ανέχονται, ν' αποθαρρύνουν ή ν' απαγορεύουν την κατανάλωση αλκοόλ στην εργασία. Υπάρχει, δηλαδή, ένα ευρύ φάσμα διαφορετικής επίδρασης των συνθηκών στο χώρο εργασίας ως προς το αλκοόλ που καταναλώνεται και επομένως, ως προς τα προβλήματα που προκαλούνται απ' αυτό. Σημαντική για το πόσο ανεκτή ή αποθαρρυντική είναι η χρήση αλκοόλ στη δουλειά, είναι η αναλογία γυναικών στους εργαζόμενους. Έχει κατ' επανάληψη παρατηρηθεί ότι σε απασχόληση όπου οι εργαζόμενοι είναι αποκλειστικά ή σχεδόν αποκλειστικά άνδρες ευνοείται η βαριά χρήση και κατάχρηση αλκοόλ. Οι εργαζόμενοι πίνουν για να αναδείξουν τους δεσμούς αλληλεγγύης και ν' αποδείξουν

ότι ανήκουν ισότιμα στην ομάδα των συναδέλφων τους. Σε τέτοιες απασχολήσεις και περιβάλλοντα εργασίας, η προβληματική χρήση αλκοόλ και γενικότερα, τα προβλήματα από το αλκοόλ είναι συννηθέστερα, τόσο στους άνδρες όσο και στις γυναίκες εργαζόμενους. Αντίθετα, σε εργασίες όπου κυριαρχούν οι γυναίκες, οι εργαζόμενοι - άνδρες και γυναίκες - παρουσιάζουν μικρότερη συχνότητα κατάχρησης αλκοόλ και προβλημάτων που σχετίζονται μ' αυτό.

**2 Πρόσβαση στο αλκοόλ.** Είναι γνωστό ότι η κατανάλωση αλκοόλ από τον εργαζόμενο επηρεάζεται σημαντικά από το αν το αλκοόλ είναι διαθέσιμο και εύκολα προσβάσιμο. Σε πολλούς χώρους εργασίας είναι εύκολο ή πολύ εύκολο να βρεθεί αλκοόλ, να φέρει κάποιος ή να πιεί στο διάλειμμα ή κατά την ώρα εργασίας, στο κυλικείο, στο γραφείο, στην οικοδομή, στο κατάστημα, στο θερμοκήπιο, στο εργοστάσιο, στο νοσοκομείο, στο σχολείο, στο στρατόπεδο, σε λιμάνια και αεροδρόμια, στο επαγγελματικό μέσο μεταφοράς. Είναι διαπιστωμένο ότι η περιορισμένη διαθεσιμότητα και πρόσβαση στο αλκοόλ στους χώρους εργασίας μειώνει την κατανάλωση.

**3 Επιτήρηση εργασίας.** Η μειωμένη επιτήρηση, συχνότερη στις νυκτερινές βάρδιες, συνεπάγεται συχνότερη κατανάλωση και παράλληλα περισσότερα προβλήματα από το αλκοόλ στους εργαζόμενους.

**4 Κανονισμοί στο χώρο εργασίας.** Μπορεί να υπάρχει σχετικός κανονισμός ή όχι, όμως το σημαντικό είναι η εφαρμογή του. Σε μεγάλα εργοστάσια, σε πλοία, σε μεγάλες εργασιακές μονάδες, τα στελέχη μπορεί να αγνοούν ή να εφαρμόζουν επιλεκτικά τους κανονισμούς για τη χρήση αλκοόλ, κυρίως όταν απειλούν άμεσα την ασφάλεια ή την παραγωγή, όχι όμως αν απλώς δημιουργούν πρόβλημα σε αυτόν που πίνει. Επιπλέον, όταν ο εργαζόμενος γνωρίζει ότι ο κανονισμός δεν εφαρμόζεται συστηματικά, ενθαρρύνεται στο να πίνει.

## Οι συνέπειες της χρήσης αλκοόλ στην εργασία

Μειωμένη απόδοση στην εργασία δεν προκαλείται μόνο από την κατανάλωση αλκοόλ στο χώρο εργασίας αλλά και από κατάχρηση εκτός εργασίας. Απουσία από την εργασία, καθυστερημένη άφιξη στη δουλειά, κεφαλόπονος, αδιαθεσία και δυσφορία την επομένη μιας εξόδου, είναι

συνήθεις καταστάσεις όπου η κατανάλωση αλκοόλ έγινε εκτός εργασίας αλλά οι συνέπειες εκδηλώνονται στη δουλειά. Η κατανάλωση αλκοόλ στη δουλειά, μπορεί να σχετίζεται και με λιγότερη και ποιοτικά χαμηλότερη εργασία, συχνές προστριβές με συναδέλφους, εργατικά ατυχήματα.

## Πρόληψη των προβλημάτων στο χώρο εργασίας

Η πρόληψη μπορεί να ενισχυθεί με προγράμματα παρέμβασης για την υγεία στο χώρο εργασίας. Βασίζονται στην ενημέρωση των εργαζομένων σχετικά με τους κινδύνους από την κατανάλωση αλκοόλ. Για να είναι αποτελεσματικό ένα πρόγραμμα πρόληψης πρέπει να προσφέρεται σε τρεις ή περισσότερες διώρες ή τρίωρες συνεδρίες, να είναι ελκυστικό για τον εργαζόμενο και να αποδεικνύεται χρήσιμο στη μείωση του άγχους από την εργασία, τη βελτίωση της ατμόσφαιρας εργασίας, την έγκαιρη αναγνώριση από τον εργαζόμενο των προβλημάτων από το αλκοόλ στο περιβάλλον του και τελικά, την προσωπική μείωση της κατανάλωσης αλκοόλ. Συνήθως μειώνουν τη συνολική κατανάλωση αλκοόλ τόσο αυτοί που κάνουν προβληματική χρήση όσο και αυτοί που κάνουν μέτρια χρήση.

## Αντιμετώπιση των προβλημάτων στο χώρο εργασίας

Η αναγνώριση των προβλημάτων από το αλκοόλ είναι προϋπόθεση για την απόφαση για παρέμβαση. Όπως είπαμε παραπάνω, μέσω των παρεμβάσεων πρόληψης μπορεί ο εργαζόμενος να ευαισθητοποιηθεί και να αναγνωρίσει έγκαιρα το πρόβλημα. Εργαζόμενοι με προβλήματα από το αλκοόλ έχουν δικαίωμα για πρόσβαση σε εξειδικευμένη ιατρική και ψυχολογική βοήθεια, στήριξη τόσο δική τους όσο και της οικογένειάς τους, ώστε να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τα προβλήματα.

Ένας αποτελεσματικός τρόπος για παρέμβαση σε χώρους με πολλούς εργαζόμενους, είναι η εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση των στελεχών και εποπτών εργασίας στα σύνθετα προβλήματα από το αλκοόλ. Έτσι, οι επόπτες και τα στελέχη μπορούν ν' αναγνωρίζουν έγκαιρα το πρόβλημα όπου παρουσιάζεται, να ξέρουν πώς να πλησιάσουν τον εργαζόμενο ώστε να τον βοηθήσουν και να τον παραπέμψουν - με αμοιβαίο όφελος για τον εργαζόμενο

και την επιχείρηση - σε κάποιο κόμβο του τοπικού δικτύου αλκοολογίας, πχ το Ιατρείο Αλκοολογίας, οι ομάδες αλληλοβοήθειας, όπως κλαμπ οικογενειών με προβλήματα από το αλκοόλ (ΚΟΠΑ), γιατρό εργασίας, κέντρο ψυχικής υγείας κλπ.

Από τις οργανωμένες παρεμβάσεις για την αντιμετώπιση προβλημάτων από το αλκοόλ στο χώρο εργασίας τ' αποτελέσματα είναι ενθαρρυντικά. Για παράδειγμα, από 200 πιλότους επιβατικών αερογραμμών με πρόβλημα εξάρτησης από το αλκοόλ στους οποίους συνεστήθη εξειδικευμένη θεραπεία, κατά τη διάρκεια μιας δεκαπενταετίας, μόνον οι 26 υποτροπίασαν μετά την θεραπεία, ενώ οι λοιποί 174 επέστρεψαν χωρίς προβλήματα στις ευθύνες των πτήσεων. Υπάρχουν σοβαρές ενδείξεις ότι ορισμένοι τρόποι παρέμβασης έχουν καλύτερα και διαρκέστερα αποτελέσματα. Τέτοιοι τρόποι είναι η μέθοδος της βραχείας παρέμβασης, εργαλείο που έχει προωθηθεί κυρίως από την Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας, παρεμβάσεις επικεντρωμένες στην προώθηση υγιών τρόπων ζωής, εκπαίδευση σε ψυχοκοινωνικές δεξιότητες και στην παραπομπή του ατόμου με προβλήματα από το αλκοόλ με την μεσολάβηση συναδέλφου του από το χώρο εργασίας.

Κατά την παρέμβαση για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών, πολύ σημαντικός παράγοντας είναι η παρακολούθηση τουλάχιστον για ένα έτος του ατόμου, μαζί με την οικογένειά του. Οι σημαντικές αλλαγές που εγκαινιάζονται τόσο στον/στην ίδιο/α, όσο και στις σχέσεις του/της με τα μέλη της οικογένειάς του, καθώς και με τους συναδέλφους στο χώρο εργασίας, έχουν πολύ περισσότερες πιθανότητες να γίνουν μονιμότερες, εφόσον συνεχιστεί η παρακολούθηση από ένα Ιατρείο Αλκοολογίας σε συνδυασμό με οικογενειακή συμμετοχή σε ομάδες αλληλοβοήθειας.

### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- *Alcohol Alert, No 44, National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism, Bethesda, 1999*
- *Flynn, C.F., Sturges M.S., Swarsen R.J. and Kohn G.M. Alcoholism and treatment in airline aviators: One company's results. Aviation, Space, and Environmental Medicine 64(4):314-318, 1993*
- *Webb G, Shakeshaft A, Sanson-Fisher R, Havard A. A systematic review of work-place interventions for alcohol-related problems. Addiction 104(3), 365-377, 2009*



Αντώνης Παναγιωτόπουλος  
Πρόεδρος Ελληνικής Ακαδημίας Γεύσης



# Η Περιφέρεια Κρήτης και η πρόκληση της Κρητικής Διατροφής

## Το χρονικό της Κρητικής Διατροφής

Η Κρήτη διαθέτει ένα σημαντικό και μη αξιοποιημένο πλουτοπαραγωγικό πόρο, που λέγεται «Κρητική Διατροφή». Η Κρητική Διατροφή, είναι ένα σύστημα διατροφής, που λειτουργούσε στην Κρήτη μέχρι τον δεκαετία του '60, άντε '70 και αποδείχθηκε επιστημονικά το καλύτερο σύστημα διατροφής για τη μακροζωία και την υγεία, σε σχέση με τις διατροφικές συνήθειες όλων των άλλων περιοχών που ερευνήθηκαν ταυτόχρονα, ανάμεσα στις οποίες ήταν και περιοχές της Ελλάδας και της Μεσογείου.

Η Κρητική Διατροφή, χαρακτηριζόταν από τη διατροφική λιτότητα, την επίπονη εργασία, την κατανάλωση ελάχιστης ποσότητας κρέατος, μεγάλης ποσότητας ελαιολάδου (όχι τόσο καλής ποιότητας) και προϊόντων της κρητικής γης (χόρτων, λαχανικών, δημητριακών, οσπρίων, κοχλιών) όπως και μικρής ποσότητας κρασιού. Τα φαγητά παρασκευάζονταν με ειδικό τρόπο που κατέληγε σε ένα εξαιρετικό γευστικό αποτέλεσμα, το οποίο χαρακτήριζαν οι λεπτές, διακριτικές γεύσεις και οι αραιές σάλτσες.

Η Κρητική Διατροφή, ορίστηκε για πρώτη φορά πριν από 18 περίπου χρόνια με την έρευνα του Νίκου και της Μαρίας Ψιλάκη που, με επιστημονική ακρίβεια, τεκμηρίωσαν για πρώτη φορά τον ιδιαίτερο χαρακτήρα των διατροφικών συνθηκών της Κρήτης, όπως λειτουργούσε τότε και όπως εξελίχθηκε ως τώρα σε αυτό που ονομάζουμε «κρητική κουζίνα». Η κουζίνα αυτή διαθέτει, παρά το ότι είναι «φτωχή», τεράστιο γαστρονομικό πλούτο, εξαιρετικά προϊόντα, ένα μοναδικό μύθο και ζει στις καρδιές των κρητικών. Είναι έτοιμη να αξιοποιηθεί και να φέρει στους κρητικούς όλου του κόσμου σημαντικούς πόρους, όπως φέρει η Ιταλική, η Ισπανική, η Ταϊλανδέζικη, ακόμα και η Τούρκικη και ένα σωρό άλλες κουζίνες, από τις οποίες η κρητική θα μπορούσε να υπερτερεί.

Οι παρεμβάσεις της Ελληνικής Ακαδημίας Γεύσης (ΕΛΑΓ) από το 1997 μέχρι σήμερα, συνετέλεσαν στην αναβίωση της κρητικής κουζίνας στην εκτός Ξενοδοχείων επαγγελματική εστίαση, σε σημείο που η Κρήτη να θεωρείται γαστρονομικά προηγμένη περιοχή της χώρας, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι η εξέλιξη ήταν η επιθυμητή.

## Σήμερα

Σήμερα, όποιος επαγγελματίας θέλει να χρησιμοποιήσει τον όρο «Κρητική Διατροφή» είναι ελεύθερος να το κάνει, ακόμα και αν δεν χρησιμοποιεί ελαιόλαδο, ακόμα και αν προσφέρει μόνο κρέατα.

Σήμερα οι κρητικοί, καταναλώνουν τεράστιες ποσότητες κρεάτων και είναι πρωταθλητές της παχυσαρκίας και της παιδικής παχυσαρκίας στην Ευρώπη.

Σήμερα, ο όρος «Κρητική Διατροφή» που πριν από 10 χρόνια προκαλούσε θαυμασμό και δέος σε όλον τον κόσμο, έχει χάσει σχεδόν κάθε νόημα σε Αγγλία, Γερμανία και στις περισσότερες άλλες χώρες. Ευτυχώς κάτι σώζεται ακόμη στην Γαλλία, στις σκανδιναβικές χώρες και τη Ρωσία. Για πόσο ακόμα άραγε;

Σήμερα, 3.000.000 τουρίστες της Κρήτης έρχονται και φεύγουν κάθε χρόνο και δεν έχουν ιδέα τί σημαίνει κρητική κουζίνα (Έρευνα Πολυτεχνείου Κρήτης 2009). Λογικό, αφού τα κρητικά προϊόντα δεν έχουν εισχωρήσει στη βαριά τουριστική βιομηχανία του νησιού και παραέξω. Ό,τι θέλει ο καθένας το βαφτίζει κρητική κουζίνα, κρητικό μουςακά, κρητικό τζατζίκι, κρητικό σουβλάκι και δε συμμαζεύεται.

Σήμερα, το επίσημο κράτος και πολλοί φορείς στους οποίους συμμετέχουν και Κρήτες επιστήμονες, υμνούν τη «Μεσογειακή Διατροφή», έναν όρο που δημιούργησαν οι γιατροί του Harnard, πριν καταφέρουν να ερμηνεύσουν την εξαιρετική αποτελεσματικότητα της κρητικής διατροφής, πράγμα που πέτυχε το 1994 ο Serge Renaud. Ο όρος Μεσογειακή Διατροφή διεθνοποιήθηκε και εμπορευματοποιήθηκε ταχύτατα από τους Γάλλους, Ιταλούς, Ισπανούς, που τον χρησιμοποίησαν σαν απόδειξη της ποιότητας της δικής τους διατροφής, που όμως ποτέ δεν αποδείχθηκε επιστημονικά σαν ισότιμη της κρητικής. Αντίθετα, υπήρχε σαφής απόσταση στα αποτελέσματα της έρευνας των 7 χωρών.

Με όλα αυτά, ο απολογισμός δεν μας κάνει ιδιαίτερα περήφανους. Είναι προφανές ότι η Κρητική Διατροφή, χρειάζεται προστασία και συστηματική διαχείριση και ο φυσικός διαχειριστής της είναι η Περιφέρεια Κρήτης. Στο τελευταίο Παγκόσμιο Συνέδριο των Κρητών όπου γης, συγκροτήθηκε εργαστήριο για την Κρητική Διατροφή που κατέληξε σε μια σειρά συμπερασμάτων για τη δράση που πρέπει να αναληφθεί, τα οποία παρατίθενται σε παράρτημα.

## Η Περιφέρεια Κρήτης

Οι συνεργάτες μου και εγώ επικοινωνήσαμε ήδη πριν τις τελευταίες εκλογές με τους υποψήφιους Περιφερειάρχες μεταφέροντας τις απόψεις μας επί του πρακτέου, τις οποίες εξειδικεύσαμε μετά την εκλογή του κ. Σταύρου Αρναούτακη, (μέλους της Ελληνικής Ακαδημίας Γεύσης).

Σύμφωνα με τις απόψεις του γράφοντος, η πρώτη σε

προτεραιότητα δράση είναι η δημιουργία ενιαίου σήματος για την κρητική κουζίνα, με κατάργηση των σημάτων που αυτή τη στιγμή κυκλοφορούν και προκαλούν σύγχυση.

Το σήμα αυτό θα είναι ενιαίο, με την έννοια ότι θα εκπορεύεται από την ίδια αρχή που θα προσδιορίζει τις εκάστοτε προδιαγραφές, είτε πρόκειται για εστιατόρια στην Κρήτη, είτε για προϊόντα, είτε για Ξενοδοχεία, είτε για εστιατόρια εκτός Κρήτης. Η αρχή αυτή, στην πρόταση του παραρτήματος είναι η γραμματεία κρητικής διατροφής, πλαισιωμένη από επιστημονικούς φορείς που να καλύπτουν όλα τα ΑΕΙ του νησιού. Το ρόλο αυτό παίζει τώρα το προσωπικό του «Κρητικού Συμφώνου Ποιότητας», πλαισιωμένο από στελέχη της Περιφέρειας.

Η Περιφέρεια ανταποκρίθηκε θετικά στην πρόταση αυτή και ξεκίνησε τις διαδικασίες δημιουργίας του ενιαίου σήματος, με πρώτη εφαρμογή τα εστιατόρια εκτός Ξενοδοχείων. Ομολογώ ότι θα περίμενα ταχύτερη εξέλιξη των διαδικασιών, αλλά, πάντα, σε τέτοια προγράμματα υπάρχουν διαφορετικές απόψεις και το σημαντικό είναι να θεσμοθετηθούν σωστές διαδικασίες, γιατί κάθε λάθος στην αρχή, θα είναι πολύ ζημιολόγο. Η αντιπεριφερειάρχης κα Θεανώ Βρέντζου και ο κ. Χάρης Ροδιτάκης, που εποπτεύουν τις διαδικασίες, έχουν μέχρι στιγμής επιδείξει βούληση να προχωρήσει το ενιαίο σήμα σωστά.

Η εφαρμογή ενός τέτοιου προγράμματος έχει ιδιαίτερες απαιτήσεις, καθώς θ' αποτελέσει βασικό εργαλείο διαχείρισης της κρητικής διατροφής και θα προετοιμάσει τις δύο επόμενες εφαρμογές: την προώθηση στα Ξενοδοχεία και την πιστοποίηση των εκτός Κρήτης εστιατορίων, αμφότερα προγράμματα με μεγάλα προσδοκώμενα οφέλη, για την οικονομία του νησιού.

Ας σημειωθεί, ότι για πρώτη φορά, η Κρήτη (η Περιφέρεια Κρήτης), αναλαμβάνει τη διαχείριση ενός τέτοιου προγράμματος υποστήριξης της κρητικής κουζίνας, ενός προγράμματος που έχει στόχο να συσπειρώσει και να δικτυώσει εκατοντάδες εστιατόρια στην εφαρμογή ενός προτύπου υψηλών γαστρονομικών απαιτήσεων και ταυτόχρονα να στηρίξει και να προβάλλει τα εστιατόρια αυτά ώστε να έχουν μεγάλο όφελος από τη συμμετοχή τους.

## Τα επόμενα βήματα

Το επόμενο βήμα που έχει συζητηθεί είναι η μερική εφαρμογή της κρητικής κουζίνας στα μεγάλα Ξενοδοχεία. Η πρόταση της ΕΛΑΓ που έγινε δεκτή από τους εκπροσώπους των Ξενοδόχων και την Περιφέρεια είναι να δημιουργηθεί μια ομάδα εθελοντών Ξενοδόχων και μια ομάδα εργασίας που θα μελετήσει πώς θα αντικατασταθούν τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται στα Ξενοδοχεία των εθελοντών με κρητικά χωρίς να αυξηθεί σοβαρά το κόστος και να εκτιμηθεί η αύξηση της ποιότητας των προσφερομένων εδεσμάτων. Βάσει των πειραματικών παρεμβάσεων θα δημιουργηθεί ένα πρότυπο, που θα προβλέπει και θα πιστοποιεί τη μερική εφαρμογή της κρητικής κουζίνας

στα Ξενοδοχεία της Κρήτης. Αν βιαστούμε, θα μπορούσε να γίνει φέτος η μελέτη και να έχουμε το πρόγραμμα το 2012.

Σε θεωρητικό σημείο βρίσκονται οι συζητήσεις για την εφαρμογή ενός προγράμματος πιστοποίησης εστιατορίων εκτός Κρήτης. Υπάρχει ωστόσο ενδιαφέρον από τις οργανώσεις των Κρητών της διασποράς και υπάρχουν σοβαρές ενδείξεις ότι θα εξευρεθούν πόροι για την υλοποίηση ενός τέτοιου προγράμματος. Η δημιουργία και μόνο αυτού του προγράμματος θα προκαλέσει μια σοβαρή αύξηση της ζήτησης κρητικών προϊόντων εκτός Κρήτης, κάτι για το οποίο πολλοί παραγωγοί μας είναι ήδη έτοιμοι. Το πρόγραμμα, θα μπορούσε να είναι έτοιμο για εφαρμογή το 2013.

### Προστασία της Κρητικής Διατροφής

Η Κρητική Διατροφή πρέπει να προστατευτεί από κακόβουλη ή εσφαλμένη χρήση. Αυτό λέγεται εύκολα αλλά έχει δυσκολίες εφαρμογής. Οι περιπτώσεις που πρέπει να ανακληθούν στην τάξη είναι γνωστές, αλλά αυτή τη στιγμή κανείς δεν είναι αρμόδιος να το κάνει, πολύ δε περισσότερο να επιβάλει αποκατάσταση. Ωστόσο, πιστεύουμε ότι, αν η γραμματεία της Κρητικής Διατροφής πλαισιωθεί με μια επιστημονική επιτροπή με βαριά ονόματα που να εκπροσωπούν την πνευματική ηγεσία του νησιού και εφόσον δηλωθεί η πρόθεση της Περιφέρειας να προστατέψει την περιουσία της και ζητηθεί και η συμβολή του λαού σε αυτό, θα μπορεί η γραμματεία, σε επιστολόχαρτο της Περιφέρειας και με τα ονόματα της επιτροπής να προβαίνει σε συστάσεις, σε επιπλήξεις, σε διαπόμπευση, σε κοινοποιήσεις σε αρμόδιες υπηρεσίες για περαιτέρω ελέγχους και άλλα που δεν θα μπορούσαν εύκολα να αγνοθούν.

### Εφαρμογές της κρητικής κουζίνας – Κρητικής Διατροφής

Πολλοί φορείς και ιδιώτες επικαλούνται και επιδεικνύουν την κρητική κουζίνα εκτός Κρήτης. Οι παρουσιάσεις αυτές, πρέπει να οργανωθούν με ένα επαγγελματικό όσο και πολύπλευρο τρόπο. Δηλαδή, πέρα από τις γεύσεις που θα πρέπει να είναι αυθεντικές και να δίνουν μια θετική εικόνα της κρητικής κουζίνας αλλά και της κρητικής διατροφής, οι εφαρμογές αυτές θα πρέπει να δίνουν υποστηρικτικό υλικό (ιστορικό, λαογραφικό) καθώς και πληροφορίες για την Κρητική Διατροφή. Θα πρέπει

τέλος να προωθούν επιλεγμένα κρητικά προϊόντα. Αυτό απαιτεί εκπαίδευση των ανθρώπων που θα συμμετέχουν σε αυτές τις εκδηλώσεις και υποστήριξη από ειδικούς. Η διαδικασία αυτή μπορεί να οργανωθεί παράλληλα με την προστασία της Κρητικής Διατροφής.

### Υποβολή αίτησης για αναγνώριση της Κρητικής Διατροφής ως άυλου πολιτιστικού πόρου της ανθρωπότητας

Για το θέμα αυτό έχει γίνει ήδη μια εμπειρισταωμένη εργασία τεκμηρίωσης από τον κ. Νίκο Ψιλάκη. Η εργασία της Επιτροπής που έχει ήδη συσταθεί ή είναι υπό σύσταση είναι κυρίως πολιτική, μια και επίσημα η Ελλάδα υποστήριξε την αναγνώριση της Μεσογειακής Διατροφής, μια πράξη επίσης πολιτική, τραβηγμένη από τα μαλλιά και επιζήμια για την Ελλάδα κατά την κρίση του γράφοντος και των ομοϊδεατών του.

Αυτά φαντάζομαι πρέπει να έχει η Περιφέρεια στην ατζέντα της για αρχή. Δεν είναι λίγα και δεν καλύπτονται με όρεξη για δουλειά, καθώς απαιτούνται εξειδικευμένες γνώσεις που δεν διαθέτει αυτή τη στιγμή η ομάδα των ανθρώπων που ασχολείται. Και όπως είπαμε, τα λάθη με το καλημέρα, είναι πολύ επικίνδυνα. Όμως γι' αυτό είμαστε εμείς εδώ κι όλοι όσους γνωρίζω που έχουν αυτές τις γνώσεις, για να βοηθήσουμε και να στηρίξουμε ένα μεγάλο έργο που θα γίνει πρότυπο για όλη την Ελλάδα.

Όσο για τη συνέχεια... ρίξτε μια ματιά στο υπόμνημα που θα βρείτε στην ιστοσελίδα <http://medcultureanddiet.blogspot.com/2010/08/blog-post.html> για να πάρετε μια ιδέα.



**ΚΙΝΗΜΑ ΠΟΛΙΤΩΝ**

**καταναλώνουμε ό,τι παράγουμε**



## **Υποστηρίζω**

- ✓ τα προϊόντα μας
- ✓ τις δουλειές μας
- ✓ τη χώρα μας

**ντύνομαι...  
τρώω...  
κάνω τουρισμό...  
ελληνικά!**

χορηγός επικοινωνίας

**ΚΑΜΠΥΛΗ** Advertising



Γεωργία Παπαδάκη  
Οικονομολόγος, MSc  
Στέλεχος ΚΕΚ Τεχνικές Σχολές  
Επιμελητηρίου Ηρακλείου



Σκοπός της στήλης αυτής είναι να παρέχει με απλό και ουσιαστικό τρόπο επιχειρηματικές έννοιες και πρακτικές που θα βοηθήσουν επιχειρηματίες, υποψήφιους επιχειρηματίες και εργαζόμενους να αυξήσουν τις γνώσεις τους σε διάφορους τομείς του σύγχρονου επιχειρείν.

Απώτερος στόχος είναι η βελτίωση της απόδοσης του ανθρώπινου δυναμικού και κατ' επέκταση των επιχειρηματικών οργανισμών.

Την εποπτεία και επιμέλεια της στήλης έχει το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ) Τεχνικές Σχολές του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, το οποίο αποτελεί το βραχίονα εκπαίδευσης του Επιμελητηρίου Ηρακλείου.

# ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ΜΕ ΓΝΩΣΗ

## Τα «Κοινωνικά Δίκτυα» αλλάζουν την πληροφορική στις επιχειρήσεις

ΠΗΓΗ: ΣΕΠΕ

“Το μοντέλο του καταναλωτή που είναι συνδεδεμένος (Connected Consumer)” αποτελεί μία στροφή για την επιχείρηση, δημιουργώντας “μία επιχείρηση που θα αντλεί δύναμη από το προσωπικό της”, όπου τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης και οι συνεργαζόμενες τεχνολογίες είναι η κινητήριος δύναμη της επόμενης γενιάς παραγωγικότητας και δημιουργεί ένα εντελώς διαφορετικό μοντέλο ηγεσίας.

Η Cisco ανακοίνωσε τα αποτελέσματα μίας παγκόσμιας μελέτης, που διεξήχθη από ανεξάρτητη εταιρεία, η οποία βασίζεται σε μία σειρά συνεντεύξεων με 105 συμμετέχοντες που αντιπροσωπεύουν 97 οργανισμούς από 20 χώρες σε όλο τον κόσμο.

Οι εταιρείες που θα καταφέρουν να αξιοποιήσουν την απίστευτη δύναμη της κοινωνικής δικτύωσης, είναι εκείνες που θα σχεδιάσουν μία αρχιτεκτονική πληροφορικής ικανή να υποστηρίξει τη χρήση αυτών των τεχνολογιών και να μετριάσει τους κινδύνους που αυτές εγκυμονούν”, επισημαίνει ο κ.Nick Earle, Senior Vice President, της Cisco Services.

### Ο ρόλος της κοινωνικής δικτύωσης στην επιχειρηματικότητα

Η χρήση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το Twitter, ως πλατφόρμων συνεργασίας συνδέει τις επιχειρήσεις με τον υπόλοιπο κόσμο με δεκάδες διαφορετικούς τρόπους.

Τα εν λόγω εργαλεία φέρνουν την τεχνολογία σε επαφή με τις επιχειρήσεις, συνδέουν τους ανθρώπους με τις πληροφορίες, καθιερώνουν πιθανούς νέους δρόμους προς την αγορά και βελτιώνουν την επικοινωνία με τους πελάτες και τη διάδοση του εμπορικού σήματος.

Τα παραπάνω ευρήματα καταδεικνύουν ότι ο κόσμος των επιχειρήσεων βρίσκεται στα πρόωρα στάδια της υιοθέτησης αυτών των εργαλείων καθώς και στη διαδικασία υιοθέτησης σημαντικών προκλήσεων - όπως είναι η ανάγκη για διαχείριση των εργαλείων αυτών και η συμμετοχή του ΙΤ, που μπορεί να επηρεάσουν την ολοκλήρωση και υιοθέτηση των νέων πλατφορμών και τεχνολογιών.





## Σημαντικά δεδομένα:

### 1 Η αυξημένη χρήση εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης για καταναλωτές στην επιχείρηση

- Από το σύνολο των επιχειρήσεων οι οποίες συμμετείχαν στην έρευνα, το 75% θεωρεί τα κοινωνικά δίκτυα ως εργαλεία κοινωνικών μέσων που οι χρήστες χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό, ενώ σχεδόν το 50% της ομάδας δήλωσε εκτεταμένη χρήση του microblogging.

- Τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης εκτείνονται σε τομείς της αλυσίδας αξίας, στους οποίους περιλαμβάνονται το μάρκετινγκ και οι επικοινωνίες, οι ανθρώπινοι πόροι και η πελατειακή εξυπηρέτηση. Στα τμήματα μάρκετινγκ και επικοινωνίας, τα εργαλεία αυτά αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα των πρωτοβουλιών των επιχειρήσεων, καθώς το προσωπικό των τμημάτων μάρκετινγκ και επικοινωνίας έχει κατανοήσει και συμβάλει στη μετάβαση από την "εκπομπή" στη "αυτίλωση" που βασίζεται σε πλούσια αλληλεπίδραση. Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν κανάλια κοινωνικής δικτύωσης δίνοντας το παράδειγμα, όμως αυτή εξακολουθεί να είναι μία ευκαιρία για μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

### 2 Ανάγκη για μεγαλύτερη διαχείριση και εμπλοκή της πληροφορικής στα κοινωνικά μέσα

- Μόνο μία στις επτά εταιρείες που συμμετείχαν στην έρευνα παρουσίασε μία τυπική διαδικασία που σχετίζεται με την υιοθέτηση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης για τους σκοπούς μίας επιχείρησης, δείχνοντας ότι οι πιθανοί κίνδυνοι που σχετίζονται με αυτά τα εργαλεία σε μία επιχείρηση είτε παραμελούνται είτε δεν είναι αρκετά κατανοητοί.

- Μόνο ένας στους πέντε συμμετέχοντες προσδιόρισε ποιές τακτικές χρησιμοποιούνται στη χρήση των τεχνολογιών κοινωνικής δικτύωσης στην επιχείρηση. Στη βάση των ερωτηθέντων, η διαχείριση των εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης αφορά περισσότερους ενδιαφερόμενους σε σχέση με τις τυπικές εταιρικές πρωτοβουλίες, καθώς αυτές οι επιχειρήσεις πρέπει να καθορίσουν σε ποιόν ανήκουν οι στρατηγικές

των εξωτερικών κοινωνικών μέσων. Ο έλεγχος και η διαχείριση αυτών των πρωτοβουλιών είναι εξαιρετικά δύσκολα, χωρίς να έχει οριστεί συγκεκριμένο υπεύθυνο άτομο μέσα στις επιχειρήσεις.

- Λόγω της μη δομημένης φύσης της κοινωνικής δικτύωσης, οι εταιρείες εξακολουθούν να αγωνίζονται για τη δημιουργία και υιοθέτηση τακτικών, καθώς η υιοθέτηση μίας καθιερωμένης διαδικασίας διακυβέρνησης από άλλους πιο δομημένους τομείς (για παράδειγμα την πληροφορική) συχνά δεν λειτουργεί στην κοινωνική δικτύωση. Οι επιχειρήσεις θεωρούν επίσης δύσκολο να βρουν την κατάλληλη ισορροπία ανάμεσα στην κοινωνική και προσωπική φύση αυτών των εργαλείων, ενώ διατηρούν σε κάποιο βαθμό την εταιρική εποπτεία.

- Μόνο ένας στους 10 συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσε άμεση ανάμειξη της πληροφορικής στις πρωτοβουλίες κοινωνικής δικτύωσης. Αν και το τμήμα της πληροφορικής τυπικά δεν αναμειγνύεται στη λήψη αποφάσεων, οι ερωτηθέντες παραδέχτηκαν την ανάγκη αυτά τα εργαλεία να αναβαθμιστούν και να ενσωματωθούν κατάλληλα με τις υπάρχουσες επιχειρησιακές διαδικασίες, ώστε να αποφέρουν τα καλύτερα αποτελέσματα.

### 3 Το μέλλον της κοινωνικής δικτύωσης και των εργαλείων συνεργασίας στην επιχείρηση

- Γενικά, οι ερωτηθέντες παραδέχτηκαν ότι η κοινωνική δικτύωση και τα εργαλεία συνεργασίας θα συνεχίσουν να εξελίσσονται, ενώ θα γίνονται όλο και πιο πολύπλοκα, και ότι αυτά τα εργαλεία θα συνεχίσουν να επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις. Το κλειδί για τις επιχειρήσεις είναι να υιοθετήσουν και να ενσωματώσουν τα εργαλεία αυτά στο περιβάλλον πληροφορικής μίας επιχείρησης.

- Τα παρακάτω ζητήματα πρέπει να αντιμετωπιστούν όσον αφορά στην υιοθέτηση, ανάπτυξη και διακυβέρνηση της κοινωνικής δικτύωσης στην επιχείρηση: Πότε, πώς και ποιές πρωτοβουλίες πρέπει να ληφθούν (ή να μη ληφθούν). Πώς θα πρέπει κανείς να διαχειρίζεται τις τεχνολογίες και τη χρήση των τεχνολογιών αυτών από τους εργαζομένους.

## Η Μελέτη

Η Μελέτη σχεδιάστηκε ειδικά για να εκτιμήσει με ποιόν τρόπο οι οργανισμοί χρησιμοποιούν τα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης για να συνεργάζονται εκτός της εταιρείας, κάνοντας έτσι φανερό την ανάγκη για καλύτερη διαχείριση των εργαλείων με μεγαλύτερη εμπλοκή των συστημάτων πληροφορικής. Η συγκεκριμένη δημοσίευση αποτελεί το πρώτο από δύο μέρη μίας έρευνας που έχει αναθέσει η Cisco, με στόχο να εξετάσει τον αντίκτυπο της κοινωνικής δικτύωσης και των εφαρμογών συνεργασίας στην επιχείρηση.

Η έρευνα διεξήχθη από κορυφαίες σχολές διοίκησης στις Ηνωμένες Πολιτείες και στην Ευρώπη:

- Το IESE Business School στην Ισπανία,
- το E. Philip Saunders College of Business στο Rochester Institute of Technology των ΗΠΑ και
- το Henley Business School στη Βρετανία.

# ΕΚΘΕΣΕΙΣ

από 27-7-2011 έως 30-11-2011



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ  
Γραφείο Εξυπηρέτησης  
και Στήριξης Επιχειρήσεων



Οι ενδιαφερόμενοι για περισσότερες εκθέσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό, μπορούν να απευθύνονται στο Γραφείο Εξυπηρέτησης και Στήριξης Επιχειρήσεων του Επιμελητηρίου Ηρακλείου  
Κορωνοίου 9, 712 02 Ηράκλειο,  
κα. Λένα Στεφανουδάκη, τηλ.: 2810 - 247034, e-mail: [Stefanoudaki@ebch.gr](mailto:Stefanoudaki@ebch.gr)

\*Το Επιμελητήριο Ηρακλείου δεν φέρει καμία ευθύνη για τυχόν αλλαγές στο πρόγραμμα των εκθέσεων

## ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΑΡΚΑΛΟΧΩΡΙΟΥ

27 - 31/07/2009

### ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΡΚΑΛΟΧΩΡΙΟΥ,

Αρκαλοχώρι Ηρακλείου

ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: ΑΛΦΑ ΕΚΘΕΣΙΑΚΗ

Γραφεία Αθήνας: Λασκαράτου 5,

Άνω Πατίσια

Τηλ: 210 2232441, 44, 34,

Fax: 210 2232444

e-mail: [aekthes@otenet.gr](mailto:aekthes@otenet.gr)

### ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ:

Εθν. Αντιστάσεως 96, Ηράκλειο

Τηλ: 2810 331101, 2810 344020,

Fax: 2810 331101

## 76η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

10 - 18/09/2011

Μεικτή Έκθεση

(εμπορική - καταναλωτική)

Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης

Εγνατία Οδός 154, Θεσσαλονίκη

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: HELEXPO

Τηλ: 2310 291548, Fax: 2310 291553

E-mail: [tif@helexpo.gr](mailto:tif@helexpo.gr),

URL: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

## AGROTECH

29/09 - 02/10/2011

Γεωργικά και κτηνοτροφικά μηχανήματα,

εξοπλισμός, εφόδια

Εκθεσιακό Κέντρο Λαμίας, Λαμία

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: HELEXPO

Τηλ: 2310 291101, Fax: 2310 291551

E-mail: [agrotica@helexpo.gr](mailto:agrotica@helexpo.gr),

URL: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

## KOSMIMA

15 - 17/10/2011

Κόσμημα, ωρολόγια, πολύτιμοι λίθοι,

μηχανήματα, εξοπλισμός

Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης

Εγνατία Οδός 154, Θεσσαλονίκη

## ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: HELEXPO

Τηλ: 2310 291167, 291177,

Fax: 2310 291658

E-mail: [agrotica@helexpo.gr](mailto:agrotica@helexpo.gr),

URL: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

## INFOSYSTEM THESSALONIKI

21 - 23/10/2011

Πληροφορική, Τηλεπικοινωνίες, Ψηφιακές  
τεχνολογίες

Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης

Εγνατία Οδός 154, Θεσσαλονίκη

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: HELEXPO

Τηλ: 2310 291157,

Fax: 2310 291692

E-mail: [infosystem@helexpo.gr](mailto:infosystem@helexpo.gr),

URL: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

## PRIVATE LABEL

21-22/10/2011

Προϊόντα Ιδιωτικής Ετικέτας

HELEXPO PALACE - Εκθεσιακό &

Συνεδριακό Κέντρο Αττικής,

Λεωφ. Κηφισίας 39, 15123, Μαρούσι

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: HELEXPO

Τηλ: 2310 291142,

Fax: 2310 291692

E-mail: [privatelabel@helexpo.gr](mailto:privatelabel@helexpo.gr),

URL: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

## POLIS

03 - 06/11/2011

Φορείς Τοπικής Αυτοδιοίκησης,

Δημόσιου - Κοινωνικού Τομέα &

Ιδιωτικών Επιχειρήσεων

Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης

Εγνατία Οδός 154, Θεσσαλονίκη

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: HELEXPO

Τηλ: 2310 291154,

Fax: 2310 291658

E-mail: [polis@helexpo.gr](mailto:polis@helexpo.gr),

URL: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

## PHILOXENIA Τουρισμός

18 - 20/11/2011

Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης

Εγνατία Οδός 154, Θεσσαλονίκη, 546 36

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: HELEXPO

Τηλ: 2310 291293,

Fax: 2310 291656

E-mail: [philoxenia@helexpo.gr](mailto:philoxenia@helexpo.gr),

URL: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

## HOTELIA

### Ξενοδοχειακός Εξοπλισμός

18 - 20/11/2011

Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης

Εγνατία Οδός 154, Θεσσαλονίκη

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: HELEXPO

Τηλ: 2310 291293,

Fax: 2310 291656

E-mail: [philoxenia@helexpo.gr](mailto:philoxenia@helexpo.gr),

URL: [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)

## LOGISTICS Αποθήκη-Μεταφορές

Φθινόπωρο 2011

Metropolitan Expo, Διεθνής Αερολιμένας

Αθηνών "Ελ.Βενιζέλος", Σπάτα

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: T EXPO S.A.

Τηλ.: 210 6800470,

Fax: 210 6800476

E-mail: [public\\_relations@technoekdotiki.gr](mailto:public_relations@technoekdotiki.gr)

URL: [www.apothiki-metafores.gr](http://www.apothiki-metafores.gr)

## FETEC Βιομηχανικός εξοπλισμός

Φθινόπωρο 2011

Metropolitan Expo, Διεθνής Αερολιμένας

Αθηνών "Ελ.Βενιζέλος", Σπάτα

### ΟΡΓΑΝΩΤΗΣ: T EXPO S.A.

Τηλ.: 210 6800470

Fax: 210 6800476

E-mail: [public\\_relations@technoekdotiki.gr](mailto:public_relations@technoekdotiki.gr)

URL: [www.fetec.gr](http://www.fetec.gr)

# ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ & ΖΗΤΗΣΕΙΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ & ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΜΗΝΕΣ ΑΠΡΙΛΙΟ - ΜΑΪΟ - ΙΟΥΝΙΟ 2011



## ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2011

### ΑΡΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ

#### ΕΛΛΗΝΟ-ΑΡΑΒΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ

Οικονομικά και επιχειρηματικά νέα από τις Αραβικές χώρες (κωδ.: 1104041).

### ΑΡΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ

#### ΕΛΛΗΝΟ-ΑΡΑΒΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ

Ενημερωτικές αναφορές σχετικά με τις Αραβικές χώρες (κωδ.: 1104042).

### ΕΛΛΑΔΑ

#### CSR in Greece

Η ιστοσελίδα CSR in Greece έχει σκοπό να αποτελέσει πηγή πληροφοριών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) και τη γέφυρα επιχειρηματικού κόσμου και κοινωνίας. Η συμμετοχή των επιχειρήσεων σε αυτήν είναι δωρεάν (κωδ.: 112041)

### ΕCOHEALTH

Διακινούν κρέμα προσώπου η οποία μιμείται τα αποτελέσματα του botox (κωδ.: 1114041)

### MAREX SOLUTIONS S.A.

Προμηθευτές ολοκληρωμένων λύσεων συστημάτων επεξεργασίας νερού στην Ελλάδα (κωδ.: 1115041)

### BUSINESS ADVISORS – ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Αντιπροσώπευση ανεμογεννητριών (κωδ.: 1118041, 1128042).

### ΕΜΠΟΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Δελτίο ζήτησεων προϊόντων και επιχειρηματικών συνεργασιών (κωδ.: 1115042)

### ΙΣΡΑΗΛ

#### ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΟ ΤΕΛ-ΑΒΙΒ

Εταιρίες από το Ισραήλ έχουν εκφράσει ενδιαφέρον για συνεργασία με Ελληνικές εταιρίες (κωδ.: 1108042)

### ΚΙΝΑ

#### RUIJIAN HEHUA AUTOMOTIVE ELEC- TRONICS Co. Ltd

Παρασκευάζουν και εξάγουν διάφορους τύπους αισθητήρων για οχήματα π.χ. ABS, ροής αέρος κ.α. (κωδ.: 1128041).

### ΤΟΥΡΚΙΑ

#### ΤΟΥΡΚΙΚΗ ΠΡΕΣΒΕΙΑ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥ

Τουρκικές εταιρίες αναζητούν συνεργασία με Ελληνικές σε διάφορους τομείς και κλάδους (κωδ.: 1108041).

### GUZELLA FASHION CREATOR

Εξάγουν γυναικεία ενδύματα (κωδ.: 1116041).

## ΜΑΪΟΣ 2011

### ΕΛΛΑΔΑ

#### ΠΟΛΥΜΟΝΩΤΙΚΗ

Εφαρμογές μονώσεων (κωδ.: 106051)

### STELLA JOB AGENCY – ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΥΡΕΣΕΩΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Εξασφαλίζουν προσωπικό σε όλη την Ελλάδα (για φροντίδα ηλικιωμένων, οικιακές βοηθούς, καθαρίστριες, αποκλειστικές νοσοκόμες, σερβιτόρες, καμαριέρες, μαγειρίσες, λαντζίδες, για φύλαξη παιδιών) (κωδ.: 1106052)

### BUSINESS ADVISORS – ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Φωτοβολταϊκά συστήματα και συσκευές εξοικονόμησης ηλεκτρικού ρεύματος (κωδ.: 1107052, 1118052).

### ΕCOHEALTH

Βιολογικό απορρυπαντικό πλυντηρίου (κωδ.: 1114041, 1130051)

### ΑΡΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ

#### ΑΡΑΒΟ-ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ

Οικονομικά νέα από διάφορες αραβικές χώρες (κωδ.: 1116052)

### ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

#### ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΤΗ ΣΟΦΙΑ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Λίστα με επιχειρήσεις της Βουλγαρίας που αναζητούν συνεργασία με Έλληνικές (κωδ.: 1116051)

### ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

#### ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑΣ

Διοιθεται λίστα με εργοστάσια της Πορτογαλίας τα οποία αναζητούν εμπορική συνεργασία με Έλληνες εισαγωγείς ή / και αντιπροσώπους (κωδ.: 1104051)

### ΤΥΝΗΣΙΑ

#### CRYSTAL INTERNATIONAL TRADING

Ενδιαφέρεται για εισαγωγή από την Ελλάδα καλαμποκελαίου, ηλιελαίου, σογιελαίου και γάλακτος για μωρά (κωδ.:113051)

### ΤΟΥΡΚΙΑ

#### SK – Fashiondesign

Εξαγωγή καλοκαιρινών ενδυμάτων (κωδ.1107051)

## ΙΟΥΝΙΟΣ 2011

### ΑΡΑΒΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ

#### ΑΡΑΒΟ-ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ

Οικονομικά νέα από διάφορες αραβικές χώρες (κωδ.: 1130061)

### ΒΙΕΤΝΑΜ

#### DOANH NGIEP TU NHAN HANG XANH

Εξαγωγή ψαριών και θαλασσινών (κωδ.: 1108061)

### ΕΛΛΑΔΑ

#### HERMES MARKET

Διαδικτυακή υπηρεσία για πώληση προϊόντων στο εξωτερικό (κωδ.: 1120061)

### ΑΝΑΚΥΚΛΩΤΙΚΗ

Ενοικιάσεις κώδων, κοντέϊνερ, χροσών (κωδ.: 1120062)

### ΙΤΑΛΙΑ

#### ΕΛΛΗΝΟ-ΙΤΑΛΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Προφίλ ιταλικής εταιρείας κατασκευής οδοντικών βουρτσικών (κωδ.: 1128061)

### ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

#### ICELAND SEAFOOD LTD

Εισαγωγή έστρα παρθένου ελαιολάδου (κωδ.: 1120061)

### ΤΟΥΡΚΙΑ

#### IDOL ENERGY

Εξαγωγή γεννητριών αέρος, δεξαμενών ηλεκτρικού ρεύματος κλπ. (κωδ.: 1123061)



# Βιβλία

Τα βιβλία επιλέγει  
το βιβλιοπωλείο:

*Lexis*  
βιβλιοπωλείο

Έβανος 56 - 58, Ηράκλειο Κρήτης,

Τηλ: 2810 - 244457, 283833

E-mail: [lexis@her.forthnet.gr](mailto:lexis@her.forthnet.gr)

[www.lexisbooks.gr](http://www.lexisbooks.gr)



## Η ΓΛΩΣΣΑ ΤΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ, ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΟΛ ΒΑΤΖΛΑΒΙΚ

Εκδόσεις: ΚΕΔΡΟΣ

Στην εποχή μας, όπου η ανθρωπότητα αγωνιά προσπαθώντας να στήσει γέφυρες επικοινωνίας, για να επιβιώσει μέσα στη δημιουργημένη από την εξέλιξη των συγχρόνων κοινωνιών πολυπλοκότητα, οι θεωρίες του Βατζλάβικ σε τούτο το βιβλίο γεννούν δικαιολογημένη αισιοδοξία πως οι λύσεις των προβλημάτων, που δημιούργησε ο άνθρωπος, βρίσκονται μέσα σ' αυτόν. Με τις τεκμηριωμένες απόψεις και μεθόδους που εισηγείται, διαλύει πολλούς μύθους γύρω από την ουσία και τον κεντρικό ρόλο της επικοινωνίας και εξηγεί πώς οδηγεί σε αδιέξοδα. Βαθμιαία και με τρόπο γοητευτικό που προδίδει τη μεγάλη ελληνομάθεια και το βαθύ του σεβασμό για την αρχαία ελληνική σοφία, βοηθάει τον αναγνώστη να συνειδητοποιήσει την ασυναίσθητη πολλαπλότητα, μα και τη δύναμη των μηνυμάτων που ανταλλάσσονται, με συνέπεια άλλοτε να δημιουργούν ανυπολόγιστες επιπτώσεις στην ψυχική και σωματική υγεία και άλλοτε να γλυτώνουν άτομα, οικογένειες ή και μεγαλύτερες κοινωνικές ομάδες από αποτελατωμένες, δυσλειτουργικές καταστάσεις.



## ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ

ΦΩΤΗΣ Ε. ΚΙΛΙΠΙΡΗΣ

Εκδόσεις: ΔΙΣΙΓΜΑ

Οι σύγχρονες τουριστικές επιχειρήσεις - μικρομεσαίες στην πλειονότητά τους - καλούνται να λειτουργήσουν λαμβάνοντας υπόψη τις αρχές της Αειφόρου Ανάπτυξης, που απαιτούν μεταξύ άλλων ισορροπία ανάμεσα στην οικονομική αποτελεσματικότητα και την περιβαλλοντική προστασία. Το βιβλίο αυτό επιχειρεί να προσεγγίσει και να εξηγήσει το βαθμό ευαισθητοποίησης αλλά και δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων αυτού του τύπου στους δύο παραπάνω τομείς και να εντοπίζει τις αιτίες και τις πιθανές επιπτώσεις που μπορεί να έχει αυτή η ανάπτυξη στις ίδιες τις επιχειρήσεις. Η εμπειρική προσέγγιση του θέματος που βασίστηκε τόσο σε πρωτογενή όσο και σε δευτερογενή έρευνα, οδηγούν σε συμπεράσματα που αποτυπώνουν τη σύγχρονη πραγματικότητα γύρω από το θέμα της Αειφόρου Τουριστικής Ανάπτυξης.



## Η ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ

Εκδόσεις: ΔΙΣΙΓΜΑ

Η μηχανογράφηση προσφέρει πληροφορίες που για ν' ανακτηθούν με χειρόγραφο τρόπο είναι πολλές φορές έως και αδύνατο, διότι απαιτεί πολύ χρόνο και κόπο, γι' αυτό και οι μηχανογράφοι είναι αυτοί που με την καθημερινή ενασχόλησή τους προσφέρουν στη διοίκηση κάθε οικονομικής μονάδας πολύτιμες πληροφορίες. Το βιβλίο αυτό αναφέρεται στη μηχανογράφηση με παραδείγματα, αναλύει όλο το φάσμα των εφαρμογών της σε κάθε επιχείρηση και δίδει βασικές γνώσεις για τους Η/Υ και τα περιφερειακά τους - που εκμεταλλεύονται τις δυνατότητες αυτών των εφαρμογών - αλλά και το Ηλεκτρονικό Εμπόριο με τη ραγδαία εξάπλωση του Internet...



## ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΛΙΑΝΙΚΟΥ & ΧΟΝΔΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Ν. ΠΑΠΑΒΑΣΙΛΕΙΟΥ - Γ. ΜΠΑΛΤΑΣ

Εκδόσεις: Rosili

Το Μάρκετινγκ εμπορικών επιχειρήσεων αποτελεί σήμερα ένα ραγδαία αναπτυσσόμενο επιστημονικό κλάδο, ο οποίος ασχολείται με τα ιδιαίτερα φαινόμενα και ζητήματα του εμπορικού χώρου. Το βιβλίο αυτό, αποτελεί την πρώτη Ελληνική συγγραφική προσπάθεια για τη συστηματική και αναλυτική προσέγγιση των ζητημάτων αυτών και εξετάζει, μεταξύ άλλων, θέματα όπως η επικοινωνιακή πολιτική της εμπορικής επιχείρησης, η προώθηση πωλήσεων, η διαχείριση του χώρου του καταστήματος, η εξυπηρέτηση των πελατών, οι λειτουργίες του χονδρικού εμπορίου, η οργάνωση των εμπορευμάτων, η πολιτική τιμών.



## ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ:

ΤΙ ΜΑΣ ΕΠΙΦΥΛΑΣΣΕΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ;

Επιμέλεια: Νικόλαος Β. Καραμούζης -  
Γκίκας Α. Χαρδούβελης

Εκδόσεις: Α.Α. ΛΙΒΑΝΗ

Η διεθνής χρηματοοικονομική κρίση, που ξεκίνησε το 2007 στις ΗΠΑ και τη Δυτική Ευρώπη, σύντομα μετατράπηκε σε παγκόσμια κρίση και στη συνέχεια εξελίχθηκε σε δημοσιονομική κρίση των χωρών της περιφέρειας της Ευρωζώνης. Διακυβεύεται πλέον η ίδια η ύπαρξη του κοινού ευρωπαϊκού νομίσματος. Το βιβλίο αυτό αποτελεί μια συλ-λογή άρθρων από διακεκριμένους οικονομολόγους και πανεπιστημιακούς, οι οποίοι συνδυάζουν βαθιά γνώση της οικονομικής θεωρίας με μεγάλη πρακτική εμπειρία στον οικονομικό και χρηματοοικονομικό χώρο.

# ΒΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

ΤΩΡΑ έκπτωση 30% σε ΟΛΕΣ τις καταχωρήσεις.

Διαφημιστείτε στο περιοδικό του Επιμελητήριου Ηρακλείου και κερδίστε...

## ΝΕΟΣ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΩΝ\*

ΕΙΔΟΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗΣ	ΤΙΜΗ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΚΠΤΩΣΗ
Ολοσέλιδη	370 €
Ημισέλιδη	190 €
Τέταρτο σελίδας	100 €
Σαλόني και οπισθόφυλλο	620 €
2η και 3η εσωτερική ολοσέλιδη	520 €
66η και 67η εσωτερική ολοσέλιδη	460 €
Ένθετο 4-σέλιδο	1.100 €

### ΠΡΟΣΦΟΡΑ

4 ολοσέλιδες / έτος	1.200 €
4 ημισέλιδες / έτος	600 €

\*Στις παραπάνω τιμές δεν περιλαμβάνεται ΦΠΑ 23%

### ΤΑ «ΒΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

- διανέμονται ΔΩΡΕΑΝ σε 20.00 επιχειρήσεις του Νομού Ηρακλείου
- παρέχουν έγκυρη ενημέρωση για χρηματοδοτικά προγράμματα, επιμορφωτικά σεμινάρια, επιχειρηματικές αποστολές, νομοθετικές παρεμβάσεις, εμπορικές εκθέσεις, διεθνείς συνεργασίες
- αποτελούν τον κόμβο επικοινωνίας των επιχειρήσεων του Νομού Ηρακλείου
- αποστέλλονται σε Επιμελητήρια, ελληνικές και ξένες Πρεσβείες, Πανεπιστημιακά και Τεχνολογικά Ιδρύματα
- παρακολουθούν τις εξελίξεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση
- συνεργάζονται με διακεκριμένους επιστήμονες και αξιόπιστους φορείς

θα μας βρείτε και στο

[www.ebeh.gr/web/guest/magazine](http://www.ebeh.gr/web/guest/magazine)


### ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΑ ΤΕΥΧΗ



ΤΕΥΧΟΣ 63



ΤΕΥΧΟΣ 64



Είμαστε πάντα δίπλα σου

- Ενημέρωση • Προσανατολισμός
- Συμβουλευτική • Διαχείριση Αιτημάτων / Παραπόνων
  - Χρηματοδοτήσεις / Προγράμματα • Εκθέσεις
    - Λίστες Επιχειρήσεων / Προϊόντων
      - Εμπορικές Συνεργασίες
    - Κατοχύρωση Εμπορικών Σημάτων
  - Πιστοποίηση • Κοινοτική Νομοθεσία
- Εκδηλώσεις • Στήριξη Ηλεκτρονικού Κέντρου Εμπορίου



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ  
**ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ  
& ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ: ΠΕΤΡΑΚΗ ΜΑΡΙΑ τηλ. 2810-247033 e-mail petraki@ebch.gr  
ΣΥΜΒ. ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ: ΣΤΕΦΑΝΟΥΔΑΚΗ ΛΕΝΑ τηλ. 2810-247034 e-mail : stefanoudaki@ebch.gr

[www.ebeh.gr](http://www.ebeh.gr)