

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	11
----------------	----

Κεφάλαιο 1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

1.1 Διάκριση με κριτήριο τον κλάδο δραστηριότητας	16
1.2 Διάκριση με κριτήριο το μέγεθος	16
1.3 Διάκριση με κριτήριο τη νομική μορφή	23
1.4 Συνασπισμοί επιχειρήσεων	35

Κεφάλαιο 2 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

2.1 Ο επιχειρηματίας και το διοικητικό στέλεχος	42
2.2 Χαρακτηριστικά γνωρίσματα του διοικητικού στελέχους	44
2.3 Τρόποι ανάπτυξης συνεργασίας μεταξύ επιχειρηματία και διοικητικού στελέχους	49

Κεφάλαιο 3

ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΜΜΕ

3.1 Κύκλος ζωής της ΜΜΕ	55
3.2 Εξέλιξη της δομής οργάνωσης	61

Κεφάλαιο 4

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΜΜΕ

4.1 Χαρακτηριστικά και περιεχόμενο του περιβάλλοντος	67
4.2 Η επίδραση του εξωτερικού περιβάλλοντος στη λήψη αποφάσεων	77
4.3 Συστηματοποίηση πληροφοριών για τις επιχειρησιακές αποφάσεις	82
4.3.1 Είδη και πηγές άντλησης εξωγενών πληροφοριών	83
4.3.2 Κριτήρια αξιολόγησης εξωγενών πληροφοριών	86
4.3.3 Οργάνωση της "εξόρυξης" πληροφοριών	88

Κεφάλαιο 5

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΗ ΜΜΕ

5.1 Διοικητικός σχεδιασμός	93
5.2 Διαδικασία κατάστρωσης του διοικητικού σχεδίου	98

Κεφάλαιο 6

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

6.1 Χρηματοδότηση της επιχείρησης	123
6.2 Έσοδα ή ζημιές έργου	130
6.3 Η προβολή της ταμειακής ρευστότητας	136

6.4 Τα μελανά σημεία της ταμειακής ρευστότητας	138
6.5 Πώς μια εταιρία θα αποκτήσει την πλήρη εικόνα της	140
6.6 Διαχείριση αποθεμάτων: Οι βασικές αρχές	141
6.7 Χρηματοοικονομικά μέτρα σύγκρισης	143
6.8 Ανάλυση δεικτών	145
6.9 Χρηματο-οικονομικός σχεδιασμός	148
6.9.1 Επικερδότητα	154
6.9.2 Ρευστότητα	156
6.9.3 Κριτήρια αξιολόγησης επενδυτικών προγραμμάτων	157
6.9.4 Έλεγχος σχεδιασμού	174
6.9.5 Έλεγχος ταμειακής ρευστότητας και κερδών	176

Κεφάλαιο 7

ΗΓΕΣΙΑ

7.1 Συμπεριφορά του ηγέτη	185
7.2 Συμπεριφορά των υφισταμένων	189

Κεφάλαιο 8

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

8.1 Χαρακτηριστικά γνωρίσματα στρατηγικών αποφάσεων	200
8.2 Η διάγνωση	209
8.3 Προβλήματα κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής της επιχείρησης	212
8.4 Τρόποι διάγνωσης προβλημάτων	216
8.5 Τρόποι αντιμετώπισης προβλημάτων	221
8.6 Μακροπρόθεσμος, μεσοπρόθεσμος, βραχυπρόθεσμος σχεδιασμός της οικονομικής μονάδας	223

Κεφάλαιο 9

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΜΜΕ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ 3ης ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗΣ

9.1 Επιρροή των σύγχρονων καταναλωτών στις δυνατότητες της επιχείρησης	229
9.2 Οι αλλαγές στη λειτουργία της διοίκησης της ΜΜΕ για καλύτερη εξυπηρέτηση και παροχή υπηρεσιών	231
9.3 Η διοίκηση της γνώσης	237
9.4 Οι αλλαγές στην οργάνωση της επιχείρησης	240
9.5 Η αναγκαιότητα της εμπιστοσύνης σε μια επιχείρηση	245
9.6 Προβλήματα κακής συμπεριφοράς	251

Κεφάλαιο 10

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

10.1 Εντατικοποίηση πωλήσεων	258
10.2 Σταθεροποίηση	262
10.3 Διείσδυση στην αγορά	266
10.4 Ανάπτυξη προϊόντων	268
10.5 Ανάπτυξη αγορών	270
10.6 Διαφοροποίηση	272

Κεφάλαιο 11

Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΑΠΟ ΤΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

11.1 Τεχνικές πωλήσεων στο διαδίκτυο	281
--	-----

11.2 Πωλήσεις μέσω Internet	283
11.3 Διασφάλιση της εύκολης πρόσβασης στο site	285
11.4 Σχεδιασμός του site	288
11.5 Το μέλλον του Internet	292

Κεφάλαιο 12

Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΟΛΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗ ΜΜΕ

12.1 Φιλοσοφία της ΔΟΠ	297
12.2 Προϋποθέσεις υλοποίησης της ΔΟΠ	301
12.3 Μέτρα ευαισθητοποίησης του προσωπικού	303
12.4 Συνήθη λάθη της ηγεσίας	305
12.5 Οργανωτικές παρεμβάσεις	306
12.6 Διασφάλιση ποιότητας	311

Κεφάλαιο 13

ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ (BENCHMARKING)

13.1 Εργαλεία Benchmarking	321
13.2 Τακτικό vs στρατηγικό Benchmarking	328

Κεφάλαιο 14

ΘΕΜΑΤΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

14.1 Ο ρόλος του καταναλωτή για κάθε επιχείρηση	336
14.2 Παρέχοντας εξελεγμένες υπηρεσίες στον πελάτη	345
14.3 Μοντέλο τέταρτο/μισό/τέταρτο	347

Κατάλογος διαγραμμάτων	377
Βιβλιογραφία	379

