

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	15
— Ποσοτικά κριτήρια.....	16
— Ποιοτικά κριτήρια.....	17
1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	19
2. ΠΟΣΟ ΧΩΡΟ ΚΑΤΑΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	23
3. ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	29
3.1. ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	29
3.1.1. Χαρακτηριστικά γνωρίσματα ΜΜΕ	29
3.1.2. Χαρακτηριστικά Μεγάλων Επιχειρήσεων.....	30
4. ΣΥΝΘΕΣΗ ΜΜΕ – ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΜΜΕ	35
— Καμπύλη ιδεών.....	35
— Κύκλος ζωής της επιχείρησης.....	37
— Συμπεριφορά των καταναλωτών.....	39
5. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	47
5.1. Ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΔΙΚΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΤΕΛΕΧΟΣ	49

5.2.	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ	51
5.3.	ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ – ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ..	55
6.	ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	61
—	<i>Η Εθνική Οικονομία</i>	62
—	<i>Μακρο-οικονομικό περιβάλλον</i>	63
—	<i>Πολιτικό</i>	63
—	<i>Νομικό</i>	65
—	<i>Τεχνολογικό</i>	65
—	<i>Κοινωνικό</i>	65
—	<i>Περιβάλλον Αγοράς</i>	65
6.1.	ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΑΥΤΟΥ ΣΤΗΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	68
6.2.	ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	72
7.	ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	77
7.1.	ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑΣΤΡΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	78
7.1.1.	Διοικητικός σχεδιασμός.....	78
7.2.	Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΑΤΑΣΤΡΩΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	82
—	<i>Τι θέλουμε να επιτύχουμε;</i>	82
—	<i>Τι έχουμε πετύχει στο παρελθόν;</i>	83
—	<i>Τι πρέπει να προσέξουμε ώστε να επιτύχουμε;</i>	85
—	<i>Τι μπορούμε να κάνουμε;</i>	90
—	<i>Τι θα μπορούσαμε να κάνουμε;</i>	93
—	<i>Τι πρέπει να κάνουμε;</i>	97
7.3.	ΧΡΗΜΑΤΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ.....	102
7.3.1.	Επικερδότητα	102
7.3.2.	Ρευστότητα.....	106
7.3.3.	Χρηματοδοτικές μέθοδοι	109
—	<i>N. 1262/82</i>	109

—	Στοιχεία που πρέπει να περιλαμβάνει η οικονομοτεχνική μελέτη	111
7.3.4.	Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα	115
7.3.5.	Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing).....	119
7.3.6.	Κριτήρια αξιολόγησης επενδυτικών προγραμμάτων.....	126
—	Κριτήριο επανακτήσεως Αρχικού Κεφαλαίου (Payback Period).....	128
—	Λόγος οφέλους/κόστους (Cost Benefit Ration).....	128
—	Κριτήριο Καθαρής Παρούσας Αξίας (Net Present Value).....	129
—	Κριτήριο εσωτερικού βαθμού απόδοσης (IRR).....	129
—	Παραδείγματα.....	134
—	Καθεστώς κινδύνου	137
—	Επίδραση πληθωρισμού	139
—	Έλεγχος σχεδιασμού.....	140
—	Έλεγχος ταμειακής ρευστότητας και κερδών	142
—	Μη γραμμικό Νεκρό σημείο	144
7.4.	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ MARKETING ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	148
—	Στρατηγικές τιμολογιακής πολιτικής.....	154
8.	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ.....	157
8.1.	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ	158
—	Ανάλυση	161
—	Επιλογή	161
—	Εφαρμογή.....	162
8.2.	Η ΔΙΑΓΝΩΣΗ	166
—	Ανάλυση κενού (Gap Analysis)	167
8.3.	ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΟΥ ΚΥΚΛΟΥ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	169
8.4.	ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΓΝΩΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ.....	172
—	Επιτυχημένη/αποτυχημένη ανάλυση	172
—	Η βιομηχανική και επιχειρηματική ανάλυση της λογικής.....	174
8.5.	ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ.....	176

— Διοίκηση με χρήση αντικειμενικών κριτηρίων (MBO) ..	176
8.6. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟΣ-ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΟΣ-ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	177
9. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ.....	181
9.1. ΕΝΤΑΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ.....	182
— Πολιτική Πιέσεως (<i>Push Policy</i>)	183
— Πολιτική Έλξης (<i>Pull Policy</i>).....	183
9.2. ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΗΣΗ	185
— Ανάπτυξη σχέσεων αγοραστών-πωλητών	186
9.3. ΔΙΕΙΣΔΥΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ	189
9.4. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	190
— Επιχειρηματικό Χαρτοφυλάκιο Προϊόντων.....	191
9.5. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΓΟΡΩΝ.....	192
9.6. ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ	193
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	195
— Περιοδικά.....	197