LEADINGΕΑΣΕ

ΤΕΥΧΟΣ 60

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ ΤΗΣ **Ε**ΝΩΣΗΣ **Α**ΝΩΤΑΤΩΝ **Σ**ΤΕΛΕΧΩΝ **Ε**ΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ποιες είναι οι προτεραιότητες ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

ΑΙ: ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ CHATGPT

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΡΙΣΚΑ: ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΗΓΕΣΙΑ

ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΟ 2024

volton
Κάποια φώτα δεν πρέπει να σβήσουν ποτέ.
WUNDERMAN THOMPSON
Αρκεί η εξοικονόμηση ενέργειας να γίνει υπόθεση όλων μας.
volton®
Δίπλα σας, καθαρά και έξυπνα

Ο πλούτος των στιγμών

Θυμάμαι ήταν περίπου πέντε ετών η κόρη μου, η Λώρα, όταν με ρώτησε απρόσμενα: *«Μπαμπά, γιατί το σήμερα, χθες το είπες αύριο;»* Μια αθώα παιδική ερώτηση, η οποία άνοιξε πόρτες σε συλλογισμούς... Το παιδί βλέπει το σήμερα ως μια πηγή αισιοδοξίας και περιπέτειας. Είναι το Τώρα, που γεμίζει με παιχνίδια, αγκαλιές και ανακαλύψεις. Το Χθες, ως μια αφηρημένη έννοια, είναι ήδη παρελθόν, που διαμορφώνει τις αναμνήσεις. Το Αύριο είναι μια πόρτα προς τα άγνωστα που περιμένουν να ανακαλυφθούν. Για εμάς, τους ενήλικες, είναι μια ευκαιρία να μάθουμε από την αθωότητα των παιδικών ερωτήσεων και να ανακαλύψουμε το βαθύτερο νόημα της σχέσης μας με το χρόνο.

Οι ανθρώπινες κοινωνίες διαμορφώνονται από τη σχέση τους με το χρόνο. Οι παραδόσεις, οι γιορτές, οι επέτειοι αντικατοπτρίζουν τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε και αξιοποιούμε το πέρασμα του χρόνου. Η ανάγκη να θυμόμαστε το παρελθόν, να ζούμε το παρόν και να ελπίζουμε για το μέλλον, καθοδηγεί την ανθρώπινη συνείδηση.

Στην καθημερινότητά μας, η ζωή μας οργανώνεται γύρω από το χρόνο. Η αίσθηση του χρόνου, ωστόσο, είναι βαθιά υποκειμενική. Εκεί που για κάποιον περνάει γρήγορα, για άλλον είναι ατέλειωτος, όταν προσμένει κάτι ή βρίσκεται σε δυσκολίες. Δηλαδή, η αντίληψή μας για το χρόνο σχετίζεται στενά με την ψυχική μας κατάσταση. Σε καταστάσεις λύπης, ο χρόνος φαίνεται να επιβαρύνει κάθε στιγμή, ενώ σε στιγμές ευτυχίας περνάει απαρατήρητος. Όπως αναφέρει ο Ουίλλιαμ Σαίξπηρ, *«ο χρόνος είναι πολύ αργός για όσους περιμένουν, πολύ γρήγορος για όσους φοβούνται, πολύ μακρύς για όσους θρηνούν και πολύ σύντομος για όσους γλεντούν. Και για τους ερωτευμένους… για τους ερωτευμένους ο χρόνος είναι αιωνιότητα!»*

Στον κόσμο της επιχειρηματικότητας και της πολιτικής, η αίσθηση του χρόνου είναι εξαιρετικά σημαντική. Ο χρονισμός ή το «τάιμινγκ» καθορίζει επιτυχία ή αποτυχία σε πολλές περιπτώσεις και, όπως λέει ο σοφός λαός, *«υπάρχει καιρός για σπορά και καιρός για θερίσματα…»*

Η ανθρώπινη ζωή είναι φθαρτή και δεν έχει ένα προδιαγεγραμμένο χρονοδιάγραμμα. *«Όσα φέρνει η ώρα, δεν τα φέρνει ο χρόνος»*. Αυτό κάνει ανεκτίμητη την αξία των στιγμών. Αυτό κάνει τη μεγάλη διαφορά τού ζω από το υπάρχω.

Γιάννης Αναστασόπουλος
Σύμβουλος Διοίκησης ΕΑΣΕ

LEADINGΕΑΣΕ
ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ ΤΗΣ **Ε**ΝΩΣΗΣ **Α**ΝΩΤΑΤΩΝ **Σ**ΤΕΛΕΧΩΝ **Ε**ΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΤΕΥΧΟΣ 60

12

AI: ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ CHATGPT

Οι ραγδαίες εξελίξεις στην τεχνητή νοημοσύνη το 2023 με το ChatGPT και άλλα μεγάλα γλωσσικά μοντέλα έχουν δημιουργήσει εντυπωσιακές δυνατότητες αλλά και τεράστιους κινδύνους, καθώς οι επιχειρήσεις συνεχίζουν να ξεπερνούν τα όρια των δυνατοτήτων της τεχνητής νοημοσύνης. Πολλοί οργανισμοί πειραματίστηκαν με την τεχνητή νοημοσύνη και πλέον θα αναγκαστούν να τη χρησιμοποιήσουν και όσοι δεν το είχαν κάνει έως τώρα.

16

ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΡΙΣΚΑ: ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΗΓΕΣΙΑ

Οι leaders είναι η ραχοκοκαλιά κάθε επιτυχημένης εταιρίας και η κινητήρια δύναμη πίσω από την ανάπτυξη και τα επιτεύγματά της. Καθοδηγούν και παρακινούν τις ομάδες, λαμβάνουν κρίσιμες αποφάσεις και κατευθύνουν την εταιρία προς τους στόχους της, μέσα απο την καινοτομία.

20

ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΤΟ 2024

Στο δυναμικό επιχειρηματικό τοπίο του 2024, οι εταιρείες θα πρέπει να τοποθετήσουν τη βιωσιμότητα στον πυρήνα της εταιρικής στρατηγικής. Τα βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα, όπου η κερδοφορία συγκλίνει με τον κοινωνικό αντίκτυπο, θα καθοδηγήσουν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Ταυτόχρονα, οι νομοθετικές αλλαγές αναγκάζουν τις επιχειρήσεις όχι απλώς να συμμορφώνονται, αλλά να πρωτοστατούν στην εποχή της υπεύθυνης εταιρικής συμπεριφοράς.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΑΣΕ
ΕΝΩΣΗ ΑΝΩΤΑΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το βήμα του προέδρου

8 ΕΑΣΕ/ICAP-CEO INDEX

11 ALBA

Ηγεσία

24 INCLUSIVE LEADERSHIP: Η ΤΑΣΗ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΙ ΕΝΑ ΝΕΟ BUSINESS ETHICS ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Διοίκηση

28 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ MANAGEMENT ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Ανθρώπινο Δυναμικό

31 HR: TALENT MANAGEMENT ΜΙΑ ΝΕΑ ΑΝΑΓΚΗ ΣΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΟΥ ΦΕΡΝΕΙ Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Νέα ΕΑΣΕ

36 ESPRESSO FOR THE MIND EVENT SERIES AMBASSADORS' TALK ME TON ΕΛΛΗΝΑ ΠΡΕΣΒΗ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΚΙΑ

37 WINTER DINNER ΕΑΣΕ

Ευ Ζην

38 ΤΟ ΑΡΧΟΝΤΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΟ

Μόνιμες Στήλες

42 ΛΕΞΙΚΟ

Οι απόψεις των συντακτών δεν αποτελούν απαραίτητα απόψεις του ιδιοκτήτη του περιοδικού.

Ιδιοκτήτης
ΕΑΣΕ
Λεωφ. Ηρακλείου 446Α, Νέο Ηράκλειο 14122
τηλ: 210-6894323-4, fax: 210-2851855
email: aceo@ease.gr

ISSN 1792-1554

Η ΕΑΣΕ είναι αναγνωρισμένο μη κερδοσκοπικό Σωματείο (Αποφάσεις Πρωτοδικείου 1569/1986, 3903/1994, 6446/1998, 6/2013)

Διοικητικό Συμβούλιο ΕΑΣΕ

Πρόεδρος: Βασίλης Ραμπάτ, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, XEROX HELLAS S.A.

Αντιπρόεδρος: Μάριος Μίκαϊτς, CEO, VECTOR

Γενικός Γραμματέας: Γιάννης Παπαχρήστου, CEO Greece, ANTENNA GROUP

Ταμίας: Γιάννης Κολοβός, Διευθύνων Σύμβουλος, EDENRED GREECE

Μέλη: Γιώργος Κατινιώτης, CEO, Acromove Inc., Ντορίνα Οικονομοπούλου, CEO, MARSH MCLENNAN GREECE, Βαλέρια Τσάμη, Διευθύνουσα Σύμβουλος, FOCUS BARI AE

Σύμβουλος Διοίκησης ΕΑΣΕ: Γιάννης Αναστασόπουλος

Συντονισμός:
Έφη Πίντζου, Υπεύθυνη Επικοινωνίας & Εκδηλώσεων ΕΑΣΕ

Η τριμηνιαία έκδοση διανέμεται δωρεάν και εκδίδεται στην Ελλάδα

Κωδικός: 8542

ΕΚΔΟΤΗΣ - ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
Βαγγέλης Παπαλιός
ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ
Δημήτρης Τσουκαλάς
ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ
Εύα Πέτροβα, Ελισάβετ Παπούλιου, Νίκος Σκοδριάνος, Αλέξανδρος Χασάνι, Τίνα Αντωνάτου
ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ
Γιώργος Στουραΐτης
BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER
Κωνσταντίνος Παπαλιός
ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
Δημήτρης Βάγιας
MANAGER ADVERTISING BUSINESS UNIT
Αγάθη Ζορμπά
MARKETING EXECUTIVE ADVERTISING BUSINESS UNIT
Βάρια Δρούγα
ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Παναγιώτα Γεωργιάδη
ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ
www.123rf.com
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
Βασίλης Θυμιανός
ART DIRECTOR
Χρήστος Κ. Πουλάκης
ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ
Πηνελόπη Χατζηδημητρίου

DIRECTION BUSINESS NETWORK
PAPALIOS MEDIA GROUP

Μικράς Ασίας 43 | 152 33 | Χαλάνδρι
T: 210.77.12.400 | F: 210.77.85.097
e-mail: info@direction.gr
www.direction.gr

Φιλελεύθερη Κοινωνία με μέλλον

Η συζήτηση για το νομοσχέδιο που αναγνωρίζει τους γάμους μεταξύ ανθρώπων του ιδίου φύλου έχει σημειώσει εξαιρετική πρόοδο τους τελευταίους μήνες. Αυτό είναι εξαιρετικά ενθαρρυντικό, παρ' όλα αυτά είμαστε ακόμη πολύ πίσω σε σχέση με αυτά που πρέπει να γίνουν. Την ίδια στιγμή που η κοινωνία μας προσπαθεί να γίνει περισσότερο φιλελεύθερη όπως αρμόζει σε δυτική χώρα, είναι αυτονόητο ότι θα πληθαίνουν και οι φωνές που πρεσβεύουν την οπισθοχώρηση.

Διοικώντας επιχειρήσεις και οργανισμούς που έχουν αναγάγει τη συμπερίληψη και τη διαφορετικότητα σε στρατηγικό πυλώνα χρόνια τώρα, αναγνωρίζουμε πώς αυτές μπορούν να συμβάλουν στην ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη. Σχετικές μελέτες έχουν καταδείξει ότι εταιρείες με ποικιλομορφία στο προσωπικό τους χαρακτηρίζονται από περισσότερη δημιουργικότητα, πρωτοποριακές ιδέες και καλύτερες οικονομικές επιδόσεις.

Είχα διαβάσει μία έρευνα της BCG που αποκάλυπτε ότι εταιρείες με επίπεδα διαφοροποίησης άνω του μέσου όρου παράγουν το 45% των συνολικών εσόδων τους από την καινοτομία (που ορίζονται ως προϊόντα που κυκλοφόρησαν μέσα στην τριετία που έγινε η έρευνα). Συγκριτικά, εταιρείες με επίπεδα διαφοροποίησης κάτω του μέσου όρου δημιούργησαν μόλις το 26% των συνολικών εσόδων τους από καινοτομίες. Με λίγα λόγια, ποικιλόμορφες ομάδες οδηγούν τις εξελίξεις και στις καινοτόμες τεχνολογίες.

Είδαμε πόσο άλλαξε το τοπίο η ενσωμάτωση περισσότερων γυναικών στη λήψη αποφάσεων μέσα στην δεκαετία που διανύουμε, μετασχηματίζοντας το επιχειρηματικό, επιστημονικό, πολιτικό και εντέλει κοινωνικό σκηνικό. Όσο περισσότερο ένας οργανισμός είναι ανοιχτός σε προοπτικές ανθρώπων διαφορετικού υπόβαθρου, τόσο πιο δημιουργικός και ανθεκτικός γίνεται. Η διαφορετικότητα όχι μόνο βελτιώνει την απόδοση, αλλά δημιουργεί επίσης πρόσφορο έδαφος για προοδευτική σκέψη.

Οι επιχειρήσεις μπορούν με το παράδειγμά τους να δείχνουν το δρόμο που πρέπει να ακολουθήσει και η κοινωνία για να έχει μέλλον. Δεκαετίες πριν υπήρχε δημόσια διαμάχη και μάλιστα έντονη για την αναγνώριση του θεμελιώδους δικαιώματος στον πολιτικό γάμο ή και το διαζύγιο. Έχουμε προχωρήσει πολύ από τότε. Η ποικιλομορφία ευτυχώς είναι η ιστορία της διπλανής πόρτας σήμερα. Καθημερινά συναναστρεφόμαστε στον κοινωνικό μας κύκλο με ανθρώπους που είναι είτε διαζευγμένοι είτε ανήκουν σε μονογονεϊκές οικογένειες ή ζουν μόνοι.

Ο σεβασμός στα ανθρώπινα δικαιώματα είναι αυτονόητος και μη διαπραγματεύσιμος.

Σε επίπεδο δημοκρατίας ο πρωθυπουργός έχει θέσει το θέμα της συμπερίληψης στη σωστή του βάση πολλάκις, λέγοντας «Δεν κάνουμε εκπτώσεις στα ζητήματα που αφορούν συνολικά τις συμπεριληπτικές μας πολιτικές».

Συνοψίζοντας, έχουμε αντιληφθεί όλοι μας ότι μόνο οι φιλελεύθερες κοινωνίες μπορούν να έχουν μέλλον σε έναν κόσμο που διαρκώς αλλάζει. Όπως είχε πει ο George Bernard Shaw, «η πρόοδος είναι αδύνατη χωρίς αλλαγή, και εκείνοι που δεν μπορούν να αλλάξουν τον τρόπο σκέψης τους δεν μπορούν να αλλάξουν τίποτα».

Βασίλης Ραμπάτ
Πρόεδρος ΕΑΣΕ

Διοικώντας επιχειρήσεις και οργανισμούς που έχουν αναγάγει τη συμπερίληψη και τη διαφορετικότητα σε στρατηγικό πυλώνα χρόνια τώρα, αναγνωρίζουμε πώς αυτές μπορούν να συμβάλουν στην ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη

ΕΑΣΕ/ICAP CRIF CEO INDEX

Πτώση του Δείκτη Οικονομικού Κλίματος το τρίτο τρίμηνο του 2023

Ο δείκτης οικονομικού κλίματος μεταξύ των CEOs το τρίτο τρίμηνο του 2023 παρουσίασε πτώση έναντι του προηγούμενου τριμήνου.

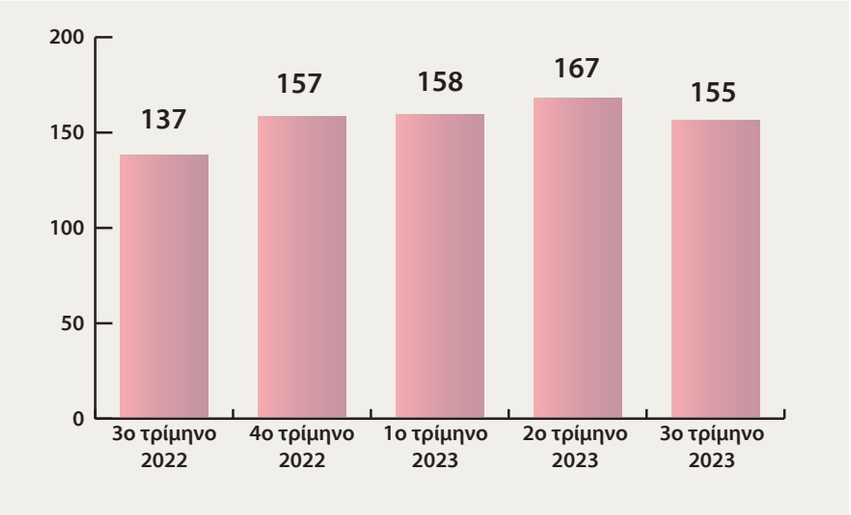
Ένας στους τρεις CEOs δήλωσαν ότι οι πληθωριστικές πιέσεις θα ενταθούν το επόμενο εξάμηνο, ωστόσο αξιόλογο μερίδιο των CEOs (το 45%) εκτιμούν ότι θα παραμείνουν στο ίδιο επίπεδο. Η μεγάλη πλειοψηφία των CEOs (επτά στους δέκα) θεωρούν ότι οι πρόσφατες φυσικές καταστροφές θα έχουν αρκετά ως πολύ αρνητική επίδραση στις επιχειρήσεις.

Στις 155 μονάδες διαμορφώθηκε ο γενικός δείκτης οικονομικού κλίματος (ΕΑΣΕ/ICAP CRIF-CEO General Index) το γ΄ τρίμηνο του 2023, όπως καταγράφηκε από την τριμηνιαία έρευνα που διεξάγεται σε δείγμα 2.570 Διευθυνόντων Συμβούλων/Γενικών Διευθυντών των μεγαλυτέρων ελληνικών επιχειρήσεων από την Ένωση Ανωτάτων Στελεχών Επιχειρήσεων (ΕΑΣΕ) σε συνεργασία με την ICAP CRIF. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε την περίοδο 3/10/2023 - 19/10/2023.

Το τρίτο τρίμηνο του 2023, ο γενικός δείκτης οικονομικού κλίματος (ΕΑΣΕ/ICAP CRIF-CEO General Index) σημείωσε πτώση στις 155 μονάδες έναντι 167 το προηγούμενο τρίμηνο για πρώτη φορά μετά από 4 τρίμηνα ανοδικής πορείας. Η πτώση του δείκτη εκφράζει την ανησυχία των CEOs για τις φυσικές καταστροφές που συνέβησαν πρόσφατα και τις συνέπειές τους στην οικονομία και τις επιχειρήσεις, καθώς, επίσης από την αραβοϊσραηλινή σύγκρουση που βρίσκεται σε εξέλιξη με μη προβλέψιμες επιπτώσεις στην ελληνική και διεθνή οικονομία. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων ανά κατηγορία μεγέθους δείχνει μικρή άνοδο του δείκτη στις μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά πτώση στα υπόλοιπα μεγέθη επιχειρήσεων μικρές, μεσαίες και πολύ μεγάλες. Ο δείκτης τρέχουσας οικονομικής κατάστασης (ΕΑΣΕ-CEO Current status Index) παρουσίασε κάμψη στις 152 μονάδες, ενώ και ο δείκτης προσδοκιών (ΕΑΣΕ-CEO Expectation Index) μειώθηκε στις 159 μονάδες έναντι 175 το προηγούμενο τρίμηνο.

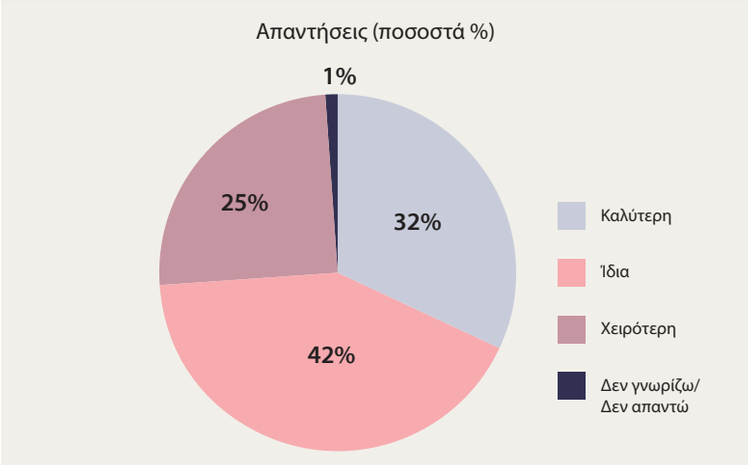
Αναλυτικά, οι επιμέρους δείκτες καταγράφουν τις παρακάτω εξελίξεις για το γ΄ τρίμηνο του 2023:
Ο δείκτης τρέχουσας οικονομικής κατάστασης της χώρας παρουσίασε αξιόλογη πτώση στις 198 μονάδες έναντι 237 το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που δηλώνουν ότι βελτιώθηκε η τρέχουσα οικονομική κατάσταση της χώρας συγκρινόμενη με 1 έτος πριν, μειώθηκε σε 32% έναντι 54% το προηγούμενο τρίμηνο. Παράλληλα, το ποσοστό των CEOs που δηλώνουν ότι επιδεινώθηκε η τρέχουσα οικονομική κατάσταση της χώρας αυξήθηκε σε 25% έναντι 9% το προηγούμενο τρίμηνο. Ο δείκτης πρόβλεψης της οικονομικής κατάστασης της χώρας ένα έτος μετά παρουσίασε μείωση στις 176 μονάδες έναντι 223 μονάδων το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που εκτιμούν ότι η οικονομική κατάσταση της χώρας θα είναι καλύτερη το επόμενο έτος μειώθηκε σε 30% (ποσοστό που αυξάνεται σε 41% για τους CEOs των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών), έναντι 58% το προηγούμενο τρίμηνο.

ΓΡΑΦΗΜΑ 1. **ΕΑΣΕ/ICAP - CEO General Index**

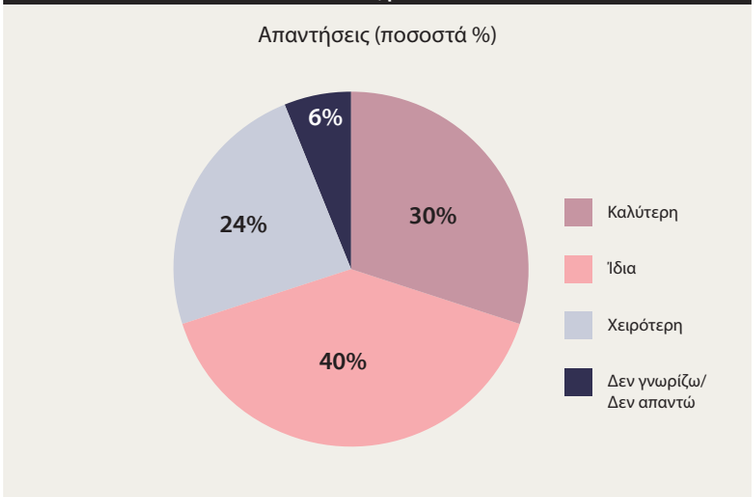


Ο δείκτης της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης του κλάδου, στον οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις σημείωσε πτώση στις 179 μονάδες έναντι 189 το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που δηλώνουν ότι η τρέχουσα κατάσταση του κλάδου τους είναι καλύτερη σε σχέση με 1 έτος πριν διαμορφώθηκε σε 31%, ποσοστό που αυξάνεται σε 43% για τους CEOs των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών. Ο δείκτης προσδοκιών για την οικονομική κατάσταση του κλάδου δραστηριοποίησης παρουσίασε πτώση στις 173 μονάδες έναντι 195 το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που θεωρούν ότι σε ένα χρόνο οι κλάδοι που δραστηριοποιούνται θα είναι σε καλύτερη οικονομική κατάσταση σε σχέση με την τωρινή μειώθηκε σε 35% (έναντι 52% το προηγούμενο τρίμηνο), ενώ το ποσοστό αυτό διαμορφώθηκε σε 43% για τους CEOs των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.

ΓΡΑΦΗΜΑ 2. **Η τρέχουσα οικονομική κατάσταση της χώρας συγκρινόμενη με 1 έτος πριν**



ΓΡΑΦΗΜΑ 3. **Η εκτίμηση για την οικονομική κατάσταση της χώρας 1 έτος μετά**



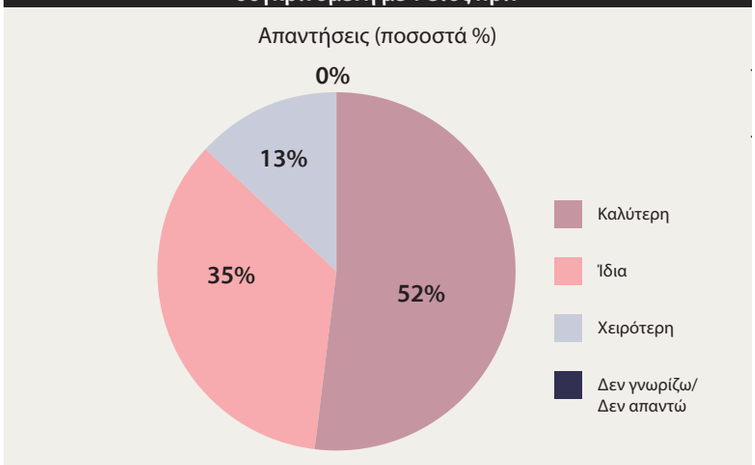
Βασίλης Ραμπάτ, Πρόεδρος Δ.Σ. ΕΑΣΕ:

«Ο δείκτης οικονομικού κλίματος το τρίτο τρίμηνο του 2023 παρουσίασε μείωση μετά από τέσσερα τρίμηνα συνεχούς ανοδικής πορείας. Η πτώση του δείκτη αποτυπώνει την εξασθένηση του θετικού κλίματος που είχε επικρατήσει μεταξύ των CEOs, λόγω γεγονότων που συνέβησαν στο τέλος του τριμήνου, τόσο των πρωτοφανών φυσικών καταστροφών και των αρνητικών επιπτώσεων στην οικονομία και τις επιχειρήσεις, όπως δηλώνουν επτά στους δέκα CEOs, όσο και της πρόσφατης αραβοϊσραηλινής σύγκρουσης με την άγνωστη εξέλιξή της και τις απρόβλεπτες συνέπειες στη διεθνή οικονομία. Σχετικά με τις πληθωριστικές πιέσεις, σχεδόν οι μισοί CEOs θεωρούν ότι θα παραμείνουν στάσιμες, ενώ το 21% των CEOs είναι αρκετά αισιόδοξοι δηλώνοντας ότι θα αποκλιμακωθούν».

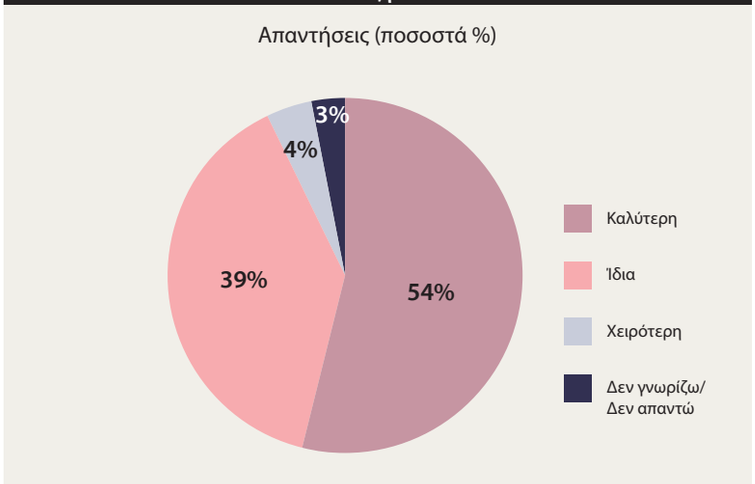
Ο δείκτης τρέχουσας οικονομικής κατάστασης των εταιρειών σημείωσε και αυτός πτώση στις 122 μονάδες έναντι 130 μονάδων το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που δηλώνουν ότι η τρέχουσα οικονομική κατάσταση των εταιρειών τους έχει βελτιωθεί σε σχέση με ένα έτος πριν μειώθηκε σε 52% έναντι 59% το προηγούμενο τρίμηνο, ποσοστό που αυξάνεται σε 62% για τους CEOs των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών. Ο δείκτης προσδοκιών των CEOs για την οικονομική κατάσταση της εταιρείας τους το επόμενο έτος σημείωσε μικρότερη πτώση στις 144 μονάδες έναντι 149 μονάδων το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που αναμένουν βελτίωση το επόμενο έτος ανήλθε σε 54%, ποσοστό που είναι αυξημένο σε 61% για τους CEOs των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.

Ο δείκτης τρεχουσών δαπανών για επενδύσεις παγίου κεφαλαίου, αντίθετα, σημείωσε άνοδο στις 134 μονάδες έναντι 124 το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που δηλώνουν ότι η τρέχουσα επενδυτική δαπάνη των επιχειρήσεων που διοικούν είναι υψηλότερη σε σχέση με το προηγούμενο έτος ανήλθε σε 38%, ενώ για τους CEOs των πολύ μεγάλων επιχειρήσεων είναι αυξημένο σε 46%. Ο δείκτης επενδυτικών προσδοκιών παρουσίασε οριακή μείωση στις 149 μονάδες έναντι 151 μονάδων το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που δηλώνουν ότι η επενδυτική δαπάνη στις επιχειρήσεις τους θα είναι υψηλότερη κατά τον επόμενο χρόνο διαμορφώθηκε σε 39%, μερίδιο που αυξάνεται σε 45% για τους CEOs των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.

ΓΡΑΦΗΜΑ 4. **Η τρέχουσα οικονομική κατάσταση της εταιρείας συγκρινόμενη με 1 έτος πριν**



ΓΡΑΦΗΜΑ 5. **Η εκτίμηση για την οικονομική κατάσταση της εταιρείας 1 έτος μετά**



Ο δείκτης τρέχουσας απασχόλησης παρουσίασε αύξηση στις 125 μονάδες έναντι 119 το προηγούμενο τρίμηνο. Το ποσοστό των CEOs που δηλώνουν ότι ο αριθμός των εργαζομένων στις επιχειρήσεις που διοικούν είναι μεγαλύτερος σε σύγκριση με ένα έτος πριν διαμορφώθηκε σε 54% (έναντι 47% το προηγούμενο τρίμηνο), ποσοστό το οποίο είναι αυξημένο σε 68% για τους CEOs των μεγάλων επιχειρήσεων. Ο δείκτης προσδοκιών απασχόλησης μειώθηκε στις 154 μονάδες έναντι 157 το προηγούμενο τρίμηνο. Το μερίδιο των CEOs που δηλώνουν ότι η απασχόληση στις εταιρείες που διοικούν θα είναι αυξημένη 1 έτος μετά διαμορφώθηκε σε 45%, ποσοστό το οποίο είναι αυξημένο σε 68% για τους CEOs των μεγάλων επιχειρήσεων.

Εκτός των βασικών ερωτήσεων που υποβάλλονται κάθε τρίμηνο στους CEOs, ζητήθηκε επιπλέον η γνώμη τους για την εξέλιξη των πληθωριστικών πιέσεων το επόμενο εξάμηνο. Ένας στους τρεις CEOs δήλωσαν ότι οι πληθωριστικές πιέσεις θα ενταθούν, το 45% των CEOs εκτιμούν ότι θα παραμείνουν στο ίδιο επίπεδο (ποσοστό που αυξάνεται σε 50% για τους CEOs των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων), ενώ ένας στους πέντε CEOs θεωρούν ότι οι τιμές θα αποκλιμακωθούν το επόμενο εξάμηνο. Από τους CEOs ζητήθηκε, επιπλέον, να εκτιμήσουν την επίδραση των φυσικών καταστροφών που συνέβησαν το τελευταίο διάστημα στις επιχειρήσεις. Η μεγάλη πλειοψηφία των CEOs (επτά στους δέκα) θεωρούν ότι η αρνητική επίδραση των καταστροφών θα είναι σημαντική για τις επιχειρήσεις, ενώ το 16% αυτών δηλώνουν ότι η επίδραση θα είναι πολύ αρνητική (με το ποσοστό να είναι αυξημένο σε 24% για τους CEOs των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων). Παράλληλα, ένας στους τρεις CEOs θεωρούν ότι οι φυσικές καταστροφές που συνέβησαν θα έχουν ελάχιστα αρνητική επίδραση στις επιχειρήσεις.

Υποδεικνύοντας την αξία της τεχνολογίας, των θετικών επιστημών και της ηγεσίας στη Νέα Εποχή

ΔΡ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΑΞΑΡΛΟΓΛΟΥ
Καθηγητής Διεθνών Επιχειρηματικών Σχέσεων στο Alba Graduate Business School, The American College of Greece

Η τέταρτη βιομηχανική επανάσταση (Βιομηχανία 4.0) συνδυάζει τεχνολογίες όπως ψηφιοποίηση, ρομποτική, Internet of Things και Τεχνητή Νοημοσύνη, αναδιαμορφώνοντας το επιχειρηματικό περιβάλλον. Οι εταιρείες εξαρτώνται από την αποτελεσματική διαχείριση αυτών των τεχνολογιών και των δεδομένων που συλλέγουν από τη διάδραση με εμπλεκόμενα μέρη. Η διαχείριση αυτών των προκλήσεων ανοίγει νέους ορίζοντες για καινοτομία και επιχειρηματική βελτίωση.

Η τεχνολογική διαχείριση και αξιοποίηση δεδομένων επιτρέπει στις εταιρείες να επιτύχουν αυτοματοποίηση διαδικασιών, βελτίωση εφοδιαστικών αλυσίδων και μείωση κόστους, ενισχύοντας την αποδοτικότητα. Επιπλέον, παρέχει πληροφορίες για τη συμπεριφορά πελατών και τις τάσεις της αγοράς, ενώ επιτρέπει τη δημιουργία νέων προϊόντων, προσωποποιημένων εμπειριών και γενικά βελτιωμένη εξυπηρέτηση πελατών.

Σε έναν κόσμο που διαμορφώνεται από την τεχνολογία, ηγέτες και μάνατζερ πρέπει να κατανοήσουν την πρόοδο της τεχνολογίας και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει. Αντιμετωπίζοντας το STEM (Φυσικές Επιστήμες, Τεχνολογία, Επιστήμη των Μηχανικών, Μαθηματικά) ως βασικό εκπαιδευτικό υπόβαθρο, οι ηγέτες ενδυναμώνονται με ικανότητες επίλυσης προβλημάτων, ανάλυσης δεδομένων και δημιουργικής επίλυσης προβλημάτων.

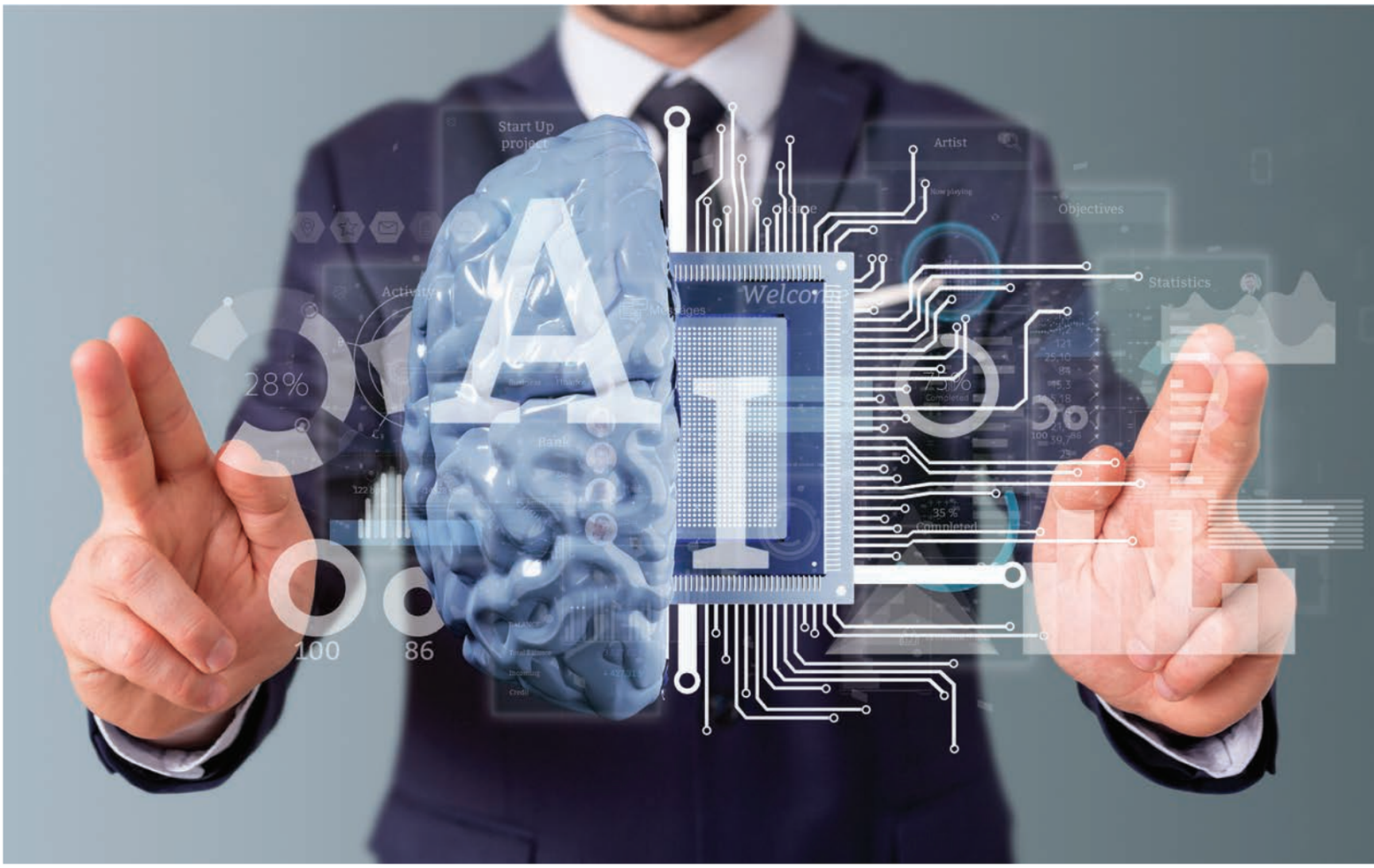
Το STEM τους παρέχει τη δυνατότητα να κατανοήσουν πολύπλοκα δεδομένα, να λαμβάνουν αποφάσεις βασισμένες σε δεδομένα και να αναγνωρίζουν τάσεις και μοτίβα. Επιπλέον, παρέχει γνώση για την ανάπτυξη προϊόντων, υπηρεσιών και τεχνολογιών που προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Με την ικανότητα να κατανοούν τον τρόπο που νέες τεχνολογίες επηρεάζουν τον τομέα τους, μπορούν να λαμβάνουν εμπεριστατωμένες αποφάσεις σχετικά με επενδύσεις σε καινοτόμες τεχνολογίες. Τέλος, η εκπαίδευση STEM ενισχύει την καινοτόμο σκέψη, ενθαρρύνοντας τους ηγέτες να φέρουν την καινοτομία στις επιχειρήσεις τους.

Βεβαίως, στον περίπλοκο και ασαφή κόσμο της Βιομηχανίας 4.0, οι ηγέτες, εκτός από βαθιά κατανόηση της τεχνολογίας και της διοίκησης των δεδομένων, θα πρέπει επίσης να αποδέχονται και να συνδιαλέγονται με την αβεβαιότητα, να παίρνουν υπολογισμένα ρίσκα και να καλλιεργούν μια κουλτούρα ευελιξίας, ανθεκτικότητας και καινοτομίας στους οργανισμούς τους.

Η δυνατότητα εφαρμογής της γνώσης σε διαφορετικές συνθήκες και περιστάσεις, η ικανότητα προσαρμογής σε νέες καταστάσεις και η δυνατότητα γρήγορης εκμάθησης, διατηρώντας παράλληλα την υψηλή εξειδίκευση σε συγκεκριμένους τομείς, αποτελούν σημαντικά χαρακτηριστικά.

Στη Βιομηχανία 4.0. οι ηγέτες που προέρχονται από το χώρο του STEM, μέσα από τη διαδικασία έκθεσής τους στην εκπαίδευση στη διοίκηση επιχειρήσεων, έχουν την προοπτική να εξελιχθούν σε αυτό που στην εκπαίδευση στελεχών περιγράφουμε ως T-shaped leader. Πρόκειται για ηγέτες που συνδυάζουν το εύρος γνώσης (οριζόντια γνώση) με το βάθος γνώσης (κάθετη, εξειδικευμένη γνώση) και με τον τρόπο αυτό μπορούν να ηγηθούν σε εταιρείες και οργανισμούς που δημιουργούν αξία όχι μόνο για τους πελάτες τους αλλά για το σύνολο της κοινότητας.

Τα τελευταία χρόνια, οι εκπαιδευτικοί οργανισμοί, συμπεριλαμβανομένων των σχολών διοίκησης επιχειρήσεων, έχουν εμπλουτίσει τα προγράμματα σπουδών τους, προσθέτοντας την τέχνη και τη μελέτη στη διδακτική ύλη του STEM, μετατρέποντας το ακρωνύμιο STEM στο ακρωνύμιο STREAM (Science, Technology, Reading, Engineering, Arts, Mathematics). Η εκπαίδευση STREAM πυροδοτεί τη δημιουργικότητα, τη φαντασία και την ικανότητα σύνθεσης της σκέψης και του αναστοχασμού, με σκοπό να προσφέρει μια συνολική και ολιστική προσέγγιση στη μάθηση και να προετοιμάσει τους ηγέτες του αύριο για τις προκλήσεις της Νέας Εποχής.



AI: Το μέλλον των επιχειρήσεων στην εποχή του ChatGPT

Οι ραγδαίες εξελίξεις στην τεχνητή νοημοσύνη το 2023, με το ChatGPT και άλλα μεγάλα γλωσσικά μοντέλα, έχουν δημιουργήσει εντυπωσιακές δυνατότητες, αλλά και τεράστιους κινδύνους, καθώς οι επιχειρήσεις συνεχίζουν να ξεπερνούν τα όρια των δυνατοτήτων της τεχνητής νοημοσύνης. Πολλοί οργανισμοί πειραματίστηκαν με την τεχνητή νοημοσύνη και πλέον θα αναγκαστούν να τη χρησιμοποιήσουν και όσοι δεν το είχαν κάνει έως τώρα.

ΓΡΑΦΕΙ Ο ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΧΑΣΑΝΙ

Η τεχνητή νοημοσύνη έχει την ικανότητα να αναδιαμορφώνει τις επιχειρήσεις. Η ραγδαία πρόοδος στην τεχνητή νοημοσύνη το 2023 έχει προσφέρει συναρπαστικές δυνατότητες αλλά και τεράστιους κινδύνους, καθώς οι επιχειρήσεις συνεχίζουν να ξεπερνούν τα όρια των δυνατοτήτων της τεχνητής νοημοσύνης. Μόλις πριν από ένα χρόνο, το OpenAI κυκλοφόρησε το ChatGPT. Ένα χρόνο αργότερα, 67 δισεκατομμύρια δολάρια επιχειρηματικών κεφαλαίων έχουν δοθεί στις νεοφυείς επιχειρήσεις τεχνητής νοημοσύνης. Το τεράστιο ποσό του κεφαλαίου θα επιταχύνει την αλλαγή και οι επιχειρήσεις δεν θα έχουν την πολυτέλεια των λογικών χρονοδιαγραμμάτων για να προσαρμοστούν.

Αν και οι δυνατότητες είναι τεράστιες, οι επιχειρήσεις πρέπει να λάβουν υπόψη τους κινδύνους και τις προκλήσεις που συνεπάγεται η πιο προηγμένη τεχνητή νοημοσύνη. Ειδικοί προειδοποιούν ότι ζητήματα σχετικά με την παραπληροφόρηση, τις ευπάθειες στον κυβερνοχώρο, τη νομική συμμόρφωση, τη διαφάνεια και τον έλεγχο πιθανότατα θα τεθούν σε ολοένα και περισσότερο έλεγχο.

Οι κίνδυνοι που εγκυμονεί η τεχνητή νοημοσύνη είναι παγκόσμιοι. Οι χώρες πρέπει να συνεργαστούν για να αναπτύξουν διεθνείς πολιτικές, βασισμένες στον κίνδυνο, αλλά αυτό μπορεί να πάρει κάποιο χρόνο. Για παράδειγμα, ένας νέος νόμος ρύθμισης της τεχνητής νοημοσύνης βρίσκεται σε προχωρημένο στάδιο στην Ε.Ε. Στο Ηνωμένο Βασίλειο όμως, η κυβέρνηση δεν σχεδιάζει να εισαγάγει συγκεκριμένη νομοθεσία ή μια ενιαία ρυθμιστική αρχή για την τεχνητή νοημοσύνη, προτιμώντας αντ' αυτού να εξουσιοδοτήσει τις υπάρχουσες ρυθμιστικές αρχές να προτείνουν προσαρμοσμένες στο εγχώριο ρυθμιστικό πλαίσιο προσεγγίσεις. Παρά τις ιδιαιτερότητες, η υπεύθυνη ανάπτυξη της τεχνητής νοημοσύνης θα είναι κρίσιμης σημασίας.

Το OpenAI ανακοίνωσε αρκετές βελτιώσεις στα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης του κατά τη διάρκεια του πρώτου συνεδρίου προγραμματιστών του τον Νοέμβριο, συμπεριλαμβανομένης της δυνατότητας για τους προγραμματιστές να προσαρμόσουν το ChatGPT. Μαζί με τη μείωση των τελών βάσης προγραμματιστών και το άνοιγμα ενός ψηφιακού καταστήματος, υπόσχεται επίσης να αποζημιώσει επιλεγμένους προγραμματιστές που ενσωματώνουν προϊόντα OpenAI στις πλατφόρμες τους. Τι σημαίνει αυτό για τις επιχειρήσεις;

Ο **Alessandro Di Stefano**, ανώτερος λέκτορας Επιστήμης Υπολογιστών στο Πανεπιστήμιο Teesside, πιστεύει ότι οι επιχειρήσεις θα χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο την τεχνητή νοημοσύνη για να προσφέρουν εξατομικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες προσαρμοσμένα στις ατομικές προτιμήσεις. *«Αυτό το επίπεδο προσαρμογής θα βελτιώσει την εμπειρία των πελατών και θα ενισχύσει την αφοσίωση»*, προσθέτει.

Αν και υπάρχουν εύλογες ανησυχίες για την αυξανόμενη αυτοματοποίηση και τη διακοπή της εργασίας, η τεχνητή νοημοσύνη είναι ήδη αισθητή σε όλους τους επιχειρηματικούς τομείς και θα δημιουργήσει νέες ευκαιρίες. Ποιες είναι οι σημαντικές τάσεις που πρέπει να προσέχουν οι επιχειρήσεις και να ανταποκρίνονται;

Το «business as usual» θα είναι μια αδύνατη δήλωση, επειδή η ικανότητα της τεχνητής νοημοσύνης να ενισχύσει την παραγωγικότητα είναι ανάλογη με την αυτο-ανάπτυξή της. Η πρόκληση θα είναι οι επιχειρήσεις και οι άνθρωποι να αξιοποιήσουν αυτή την άγρια δύναμη.

Η τεχνητή νοημοσύνη θα συνεχίσει να φέρνει επανάσταση στον εταιρικό τομέα βελτιώνοντας την παραγωγικότητα και τονώνοντας την επέκταση, καθώς προχωράμε προς το 2024, η εστίαση θα μετατοπιστεί «προς την πρακτική υιοθέτηση», όπου οι επιχειρήσεις θα στοχεύουν να επιδείξουν συγκεκριμένη αξία μέσω πραγματικών περιπτώσεων χρήσης. Μέχρι το τέλος του επόμενου έτους, θα έχουμε μια πιο ξεκάθαρη κατανόηση για το εάν η γενετική τεχνητή νοημοσύνη ανταποκρίθηκε στην υπόσχεσή της ή παρέμεινε απλή διαφημιστική εκστρατεία.

Μοντέλα όπως το ChatGPT έχουν παίξει καθοριστικό ρόλο στον εκδημοκρατισμό της τεχνητής νοημοσύνης και της επιστήμης δεδομένων, καθιστώντας το πιο προσιτό στους καταναλωτές καθώς και στις εταιρείες και ενισχύοντας την καινοτομία. Του χρόνου, το ίδιο θα συμβεί στη μηχανική λογισμικού. Το Generative AI θα συνεχίσει να γίνεται εργαλείο για ευρύτερο κοινό.

Οι προκλήσεις της τεχνητής νοημοσύνης στο επιχειρείν

Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να μεταμορφώνει γρήγορα το επιχειρηματικό τοπίο, ωστόσο η εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις ενδέχεται να είναι δύσκολη. Εδώ είναι πέντε από τις μεγαλύτερες προκλήσεις:

1. Ποιότητα και διαθεσιμότητα δεδομένων: Τα συστήματα AI απαιτούν μεγάλες ποσότητες δεδομένων υψηλής ποιότητας για να μάθουν να κάνουν ακριβείς προβλέψεις. Ωστόσο, πολλές επιχειρήσεις αγωνίζονται για την ποιότητα και τη διαθεσιμότητα δεδομένων, γεγονός που

> Λαμβάνοντας υπόψη τις ηθικές και νομικές επιπτώσεις της τεχνητής νοημοσύνης, οι επιχειρήσεις πρέπει να εξετάσουν προσεκτικά το ενδεχόμενο αυτό, προτού εγκαταστήσουν συστήματα τεχνητής νοημοσύνης και καταληφθούν εξαπίνης

μπορεί να εμποδίσει την απόδοση των συστημάτων AI.

2. Περιπλοκότητα: Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να είναι πολύπλοκη και δυσνόητη, γεγονός που καθιστά δύσκολο για τις επιχειρήσεις τον εντοπισμό και τη διόρθωση σφαλμάτων.

3. Κόστος: Η εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να είναι δαπανηρή, ειδικά για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Το κόστος ανάπτυξης, εκπαίδευσης και συντήρησης μπορεί να είναι σημαντικό.

4. Έλλειψη τεχνογνωσίας: Υπάρχει έλλειψη ειδικών τεχνητής νοημοσύνης, γεγονός που καθιστά δύσκολο για τις επιχειρήσεις να βρουν το ταλέντο που χρειάζονται για να εφαρμόσουν λύσεις τεχνητής νοημοσύνης.

5. Ηθικές και νομικές εκτιμήσεις: Η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης εγείρει ηθικούς και νομικούς προβληματισμούς, όπως το απόρρητο, την ασφάλεια και την προκατάληψη. Οι επιχειρήσεις πρέπει να εξετάσουν προσεκτικά αυτά τα ζητήματα πριν εφαρμόσουν λύσεις τεχνητής νοημοσύνης.

Ακολουθούν μερικά παραδείγματα για το πώς έχουν διαδραματιστεί αυτές οι προκλήσεις στις επιχειρήσεις του πραγματικού κόσμου:

Η Walmart αντιμετώπισε δυσκολίες με την ποιότητα των δεδομένων όταν προσπάθησε να εφαρμόσει ένα σύστημα με τεχνητή νοημοσύνη για να προβλέψει τη ζήτηση των πελατών. Το σύστημα δεν ήταν σε θέση να κάνει ακριβείς προβλέψεις, επειδή τα δεδομένα στα οποία εκπαιδεύτηκε ήταν ελλιπή και ανακριβή. Η Google αντιμετώπισε μια δυσκολία αναφορικά με την πολυπλοκότητα της AI όταν προσπάθησε να εφαρμόσει ένα σύστημα με τεχνητή νοημοσύνη για τη μετάφραση γλωσσών. Το σύστημα ήταν τόσο περίπλοκο, που ήταν δύσκολο για τους μηχανικούς της Google να εντοπίσουν και να διορθώσουν τα λάθη. Η Amazon ήρθε αντιμέτωπη με το κόστος όταν προσπάθησε να εφαρμόσει ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης για να προτείνει προϊόντα στους πελάτες. Το κόστος ανάπτυξης, εκπαίδευσης και συντήρησης ήταν τόσο υψηλό, ώστε η Amazon αναγκάστηκε να περιορίσει τα σχέδιά της για το σύστημα.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους οι επιχειρήσεις μπορούν να ξεπεράσουν τις προκλήσεις της εφαρμογής της τεχνητής νοημοσύνης. Συγκεκριμένα, οι λύσεις που προτείνονται είναι οι εξής:

Επένδυση στην ποιότητα και διαχείριση δεδομένων: Οι επιχειρήσεις πρέπει να διασφαλίσουν ότι τα δεδομένα τους είναι ακριβή, πλήρη και σχετικά με το πρόβλημα που προσπαθούν να λύσουν.

Χρήση λύσεων τεχνητής νοημοσύνης που βασίζονται σε cloud: Οι λύσεις τεχνητής νοημοσύνης που βασίζονται στο cloud μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να μειώσουν το κόστος υλικού και λογισμικού.

Συνεργασία με ειδικούς της τεχνητής νοημοσύνης: Οι επιχειρήσεις μπορούν να συνεργαστούν με ειδικούς της τεχνητής νοημοσύνης, για να τους βοηθήσουν να εφαρμόσουν λύσεις τεχνητής νοημοσύνης.

Λαμβάνοντας υπόψη τις ηθικές και νομικές επιπτώσεις της τεχνητής νοημοσύνης, οι επιχειρήσεις πρέπει να εξετάσουν προσεκτικά το ενδεχόμενο αυτό προτού εγκαταστήσουν συστήματα τεχνητής νοημοσύνης και καταληφθούν εξαπίνης.

Η εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις μπορεί να είναι δύσκολη, αλλά τα πιθανά οφέλη είναι σημαντικά. Οι επιχειρήσεις που είναι σε θέση να ξεπεράσουν τις προκλήσεις της εφαρμογής της τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μερικά από τα πιο διαδεδομένα οφέλη που καταγράφονται στις επιχειρήσεις είναι τα εξής:

> Οι κίνδυνοι που εγκυμονεί η τεχνητή νοημοσύνη είναι παγκόσμιοι. Οι χώρες πρέπει να συνεργαστούν, για να αναπτύξουν διεθνείς πολιτικές βασισμένες στον κίνδυνο, αλλά αυτό μπορεί να πάρει κάποιο χρόνο

1. Καλύτερες αποφάσεις

Οι οργανισμοί χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο την τεχνητή νοημοσύνη για να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τα δεδομένα τους ή, στη σημερινή επιχειρηματική γλώσσα, για να λάβουν «αποφάσεις βάσει δεδομένων». Καθώς το κάνουν αυτό, διαπιστώνουν ότι όντως παίρνουν καλύτερες, πιο ακριβείς αποφάσεις αντί για αποφάσεις που βασίζονται σε ατομικά ένστικτα ή στη διαίσθηση, που ενδεχομένως είναι επηρεασμένα από προσωπικές προκαταλήψεις και στερεότυπα.

2. Κέρδη αποδοτικότητας και παραγωγικότητας

Σύμφωνα με τον Adnan Masood, επικεφαλής αρχιτέκτονας τεχνητής νοημοσύνης στο UST, μια εταιρεία λύσεων ψηφιακού μετασχηματισμού, τα κέρδη αποδοτικότητας και παραγωγικότητας είναι δύο άλλα μεγάλα οφέλη που αποκομίζουν οι οργανισμοί από τη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης.

3. Βελτιωμένη ταχύτητα των επιχειρήσεων

Όσο γρήγορα κινούνται οι επιχειρήσεις σε αυτήν την ψηφιακή εποχή, η τεχνητή νοημοσύνη τις βοηθά να κινούνται ακόμα πιο γρήγορα.

4. Νέες δυνατότητες και επέκταση επιχειρηματικού μοντέλου

Τα στελέχη μπορούν να χρησιμοποιήσουν την τεχνητή νοημοσύνη για την επέκταση του επιχειρηματικού μοντέλου τους, καθώς αναπτύσσουν δεδομένα, αναλύσεις και νοημοσύνη στην επιχείρηση.

5. Εξατομικευμένες υπηρεσίες και εμπειρίες πελατών

Η τεχνητή νοημοσύνη αναλύει και μαθαίνει από δεδομένα για να δημιουργήσει εξαιρετικά εξατομικευμένες και προσαρμοσμένες εμπειρίες και υπηρεσίες, βελτιώνοντας την εξυπηρέτηση.

6. Βελτιωμένες υπηρεσίες

Η τεχνητή νοημοσύνη δημιουργεί αλληλεπιδράσεις με την τεχνολογία που είναι πιο εύκολες, πιο διαισθητικές, πιο ακριβείς και, ως εκ τούτου, καλύτερες παντού.

7. Εξάλειψη του χρόνου

Η ικανότητα του AI να λαμβάνει και να επεξεργάζεται τεράστιες ποσότητες δεδομένων σε πραγματικό χρόνο σημαίνει ότι οι οργανισμοί μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις σχεδόν στιγμιαία.

8. Καλύτερη ποιότητα και μείωση του ανθρώπινου λάθους

Οι οργανισμοί μπορούν να αναμένουν μείωση των σφαλμάτων και μεγαλύτερη τήρηση των καθιερωμένων προτύπων όταν προσθέτουν τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης στις διαδικασίες.

9. Καλύτερη διαχείριση ανθρωπίνου δυναμικού

Οι εταιρείες χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη για να βελτιώσουν πολλές πτυχές της διαχείρισης ανθρωπίνου δυναμικού, από τον εξορθολογισμό της διαδικασίας πρόσληψης έως την εξάλειψη της μεροληψίας στις εταιρικές επικοινωνίες.

10. Περισσότερη καινοτομία

Καθώς οι εργαζόμενοι σε όλα τα επίπεδα αποκτούν μεγαλύτερη άνεση και αυτοπεποίθηση όταν εργάζονται με την τεχνητή νοημοσύνη, οι ειδικοί υποστηρίζουν ότι αρχίζουν να χρησιμοποιούν εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης για να τους βοηθήσουν να είναι πιο δημιουργικοί και πιο καινοτόμοι.

11. Αυξημένη κερδοφορία

Καθώς χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη σε περισσότερους τομείς της επιχείρησης -από την εξατομίκευση των υπηρεσιών, τη βοήθεια στη διαχείριση κινδύνου έως την υποστήριξη της καινοτομίας- οι οργανισμοί θα δουν βελτιωμένη παραγωγικότητα, μειωμένο κόστος, υψηλότερη απόδοση και πιθανώς νέες ευκαιρίες ανάπτυξης.

12. Ειδικές βελτιώσεις ανά κλάδο

Εκτός από τα οφέλη που αναφέρονται παραπάνω, η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να βελτιώσει επιμέρους κλάδους ως εξής:

Οι έμποροι λιανικής μπορούν να χρησιμοποιήσουν την τεχνητή νοημοσύνη για να στοχεύσουν καλύτερα τις στρατηγικές μάρκετινγκ, να αναπτύξουν μια πιο αποτελεσματική αλυσίδα εφοδιασμού και να υπολογίσουν καλύτερα την τιμολόγηση για βέλτιστες αποδόσεις. Στις εταιρείες λιανικής, η τεχνητή νοημοσύνη βοηθά στην πρόβλεψη των απαιτήσεων των πελατών και των κατάλληλων επιπέδων στελέχωσης.

Ο φαρμακευτικός κλάδος μπορεί να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία για να πραγματοποιήσει ανάλυση δεδομένων ανακάλυψης φαρμάκων και προβλέψεις που δεν μπορούν να γίνουν με τις συμβατικές τεχνολογίες.

Ο χρηματοπιστωτικός κλάδος μπορεί να χρησιμοποιήσει την τεχνητή νοημοσύνη για να ενισχύσει τις προσπάθειές του για τον εντοπισμό απάτης.

Η τεχνητή νοημοσύνη εγκυμονεί πολλούς κινδύνους και θέτει τεράστιες προκλήσεις, επειδή πολύ απλά είναι καινούργια. Η προσαρμογή σε αυτή τη νέα κανονικότητα χρειάζεται χρόνο, όμως μόλις ξεπεραστούν οι προκλήσεις και τα εμπόδια, τα οφέλη θα είναι πολλαπλάσια.

Καινοτομία και ρίσκα: Απαραίτητα στοιχεία στην ηγεσία

Οι leaders είναι η ραχοκοκαλιά κάθε επιτυχημένης εταιρίας και η κινητήρια δύναμη πίσω από την ανάπτυξη και τα επιτεύγματά της. Καθοδηγούν και παρακινούν τις ομάδες, λαμβάνουν κρίσιμες αποφάσεις και κατευθύνουν την εταιρία προς τους στόχους της, μέσα απο την καινοτομία.

ΓΡΑΦΕΙ Η ΕΛΙΣΑΒΕΤ ΠΑΠΟΥΛΙΟΥ

Η δημιουργία ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος όπου οι ηγέτες ευδοκιμούν, είναι υψίστης σημασίας. Ένα τέτοιο περιβάλλον καλλιεργεί και ενδυναμώνει τους ηγέτες, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητές τους. Όταν οι ηγέτες ανθίζουν, αναδεικνύουν τους καλύτερους στις ομάδες τους, προωθούν την καινοτομία και καλλιεργούν μια ισχυρή οργανωτική κουλτούρα που υποστηρίζει την επιτυχία.

Ενδυνάμωση της ηγεσίας μέσω της εμπιστοσύνης

Η εμπιστοσύνη είναι το θεμέλιο κάθε επιτυχημένης σχέσης, και αυτό ισχύει ιδιαίτερα στο χώρο εργασίας. Όταν οι ηγέτες εμπιστεύονται τα μέλη της ομάδας τους, είναι πιο πιθανό να αναθέσουν ευθύνες, να μοιραστούν πληροφορίες και να δημιουργήσουν ένα περιβάλλον όπου οι εργαζόμενοι αισθάνονται σιγουριά. Οι τρεις τομείς που πρέπει να εστιάσετε για να οικοδομήσετε σχέσεις εμπιστοσύνης, είναι να δημιουργήσετε μια βάση ανοιχτής και ειλικρινούς επικοινωνίας, να αναθέσετε αρμοδιότητες και εξουσία στα άτομα που λαμβάνουν αποφάσεις και να αναγνωρίσετε και να επιβραβεύστε τα άτομα αυτά για τη συνεισφορά τους.

Προώθηση της ανοιχτής επικοινωνίας

Η ανοιχτή επικοινωνία είναι απαραίτητη για τη δημιουργία ενός υποστηρικτικού και ενδυναμωτικού περιβάλλοντος για τους ηγέτες. Οι εργαζόμενοι που νιώθουν άνετα να εκφράσουν τις ιδέες τους είναι πιο πιθανό να είναι αφοσιωμένοι και παραγωγικοί. Οι ηγέτες μπορούν να ενθαρρύνουν την ανοιχτή επικοινωνία ενθαρρύνοντας τους υπαλλήλους να μιλήσουν, να ακούσουν τις ανησυχίες τους και να είναι ανοιχτοί στην ανατροφοδότηση. Η ενεργή ακρόαση των εργαζομένων είναι ζωτικής σημασίας για μια κουλτούρα ειλικρινούς επικοινωνίας. Όταν οι ηγέτες αφιερώνουν χρόνο για να ακούσουν τους υπαλλήλους τους, μπορούν να κατανοήσουν καλύτερα τις ανάγκες και τις ανησυχίες τους. Οι ηγέτες πρέπει να είναι ανοιχτοί σε σχόλια, καθώς η ανατροφοδότηση είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη, ώστε να μπορούν να εντοπίσουν τομείς που πρέπει να βελτιώσουν και να αλλάξουν το στυλ ηγεσίας τους.

Ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής

Η αρμονική ισορροπία μεταξύ της επαγγελματικής και της προσωπικής ζωής είναι ζωτικής σημασίας για να ευδοκιμήσουν οι ηγέτες σε απαιτητικούς ρόλους. Η πίεση και το άγχος των ηγετικών θέσεων μπορεί να εμποδίσουν σοβαρά την ευημερία τους. Οι οργανισμοί διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στην ενθάρρυνση ενός περιβάλλοντος που δίνει προτεραιότητα στην ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής των ηγετών τους. Μια αποτελεσματική στρατηγική είναι η παροχή ευέλικτων ρυθμίσεων εργασίας. Αυτό μπορεί να συνεπάγεται ότι επιτρέπεται στους ηγέτες να εργάζονται εξ αποστάσεως, να ορίζουν τα προγράμματά τους ή να παίρνουν άδεια όταν χρειάζεται. Αυτή η ευελιξία τούς δίνει τη δυνατότητα να διαχειρίζονται τις ευθύνες τους, τηρώντας παράλληλα τις δεσμεύσεις τους. Επιπλέον, η παροχή ολοκληρωμένης υποστήριξης για τη διαχείριση του άγχους είναι απαραίτητη. Η εταιρία μπορεί να προσφέρει προγράμματα βοήθειας εργαζομένων, εργαστήρια διαχείρισης άγχους και συμβουλευτικές υπηρεσίες. Αυτοί οι πόροι εξοπλίζουν τους ηγέτες με τα εργαλεία για να διαχειριστούν το άγχος και να διατηρήσουν αποτελεσματικά την ψυχική τους ευεξία. Σε συνδυασμό με αυτά τα μέτρα, ο καθορισμός ρεαλιστικών προσδοκιών είναι πρωταρχικής σημασίας. Οι οργανισμοί θα πρέπει να αποφεύγουν να περιμένουν από τους ηγέτες να είναι συνεχώς διαθέσιμοι και να αναγνωρίζουν την ανάγκη για διακοπές λειτουργίας. Η επίδειξη υποστήριξης και κατανόησης όταν οι ηγέτες χρειάζονται άδεια για προσωπικούς λόγους είναι ζωτικής σημασίας. Αυτές οι στρατηγικές προάγουν μια κουλτούρα που εκτιμά την ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής και εξουσιοδοτεί τους ηγέτες να επιτύχουν τεράστια επιτυχία, ικανοποίηση και ολοκλήρωση προσωπικά και επαγγελματικά.

Ενθάρρυνση της ανάληψης κινδύνων και της καινοτομίας

Ένα από τα πιο σημαντικά πράγματα που μπορούν να κάνουν οι ηγέτες για να ενθαρρύνουν την ανάληψη κινδύνων και την καινοτομία, είναι να δημιουργήσουν μια κουλτούρα όπου η αποτυχία είναι αποδεκτή. Αυτό σημαίνει ότι οι ηγέτες δεν πρέπει να τιμωρούν τους υπαλλήλους για λάθη, αλλά, αντιθέτως, να τα θεωρούν πολύτιμες ευκαιρίες μάθησης. Οι εργαζόμενοι που αισθάνονται ελεύθεροι να πειραματιστούν και να ρισκάρουν είναι πιο πιθανό να αναπτύξουν νέες και δημιουργικές ιδέες. Οι ηγέτες μπορούν επίσης να ενθαρρύνουν την ανάληψη κινδύνων και την καινοτομία παρέχοντας στους υπαλλήλους τους πόρους που χρειάζονται για να είναι επιτυχημένοι, συμπεριλαμβανομένων των ευκαιριών επαγγελματικής κατάρτισης και ανάπτυξης και των πιο πρόσφατων τεχνολογιών που σχετίζονται με την εργασία. Όταν οι εργαζόμενοι διαθέτουν τους απαραίτητους πόρους, είναι πιο πιθανό να έχουν εμπιστοσύνη στην ανάληψη κινδύνων και στην εξερεύνηση νέων ιδεών.

Παροχή ευκαιριών για ανάπτυξη και εξέλιξη

Η παροχή τακτικών αξιολογήσεων απόδοσης ανατροφοδότησης ώστε να εντο-

> Ένας ηγέτης πρέπει να έχει το θάρρος να παίρνει ρίσκα, για να ανοίγει δρόμους για τους συνεργάτες του. Η λήψη και η διαχείριση ρίσκου θα έπρεπε να είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι κάθε επιχείρησης

πίζονται οι τομείς βελτίωσης και να θέτονται οι στόχοι επαγγελματικής ανάπτυξης, είναι κρίσιμης σημασίας. Η πρόσβαση σε προγράμματα κατάρτισης και καθοδήγησης μπορεί επίσης να είναι επωφελής για να βοηθήσει ηγέτες και υπαλλήλους να αποκτήσουν νέες δεξιότητες και γνώσεις και να αναπτύξουν τις ηγετικές τους ικανότητες. Σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες σχετικά με τη δημιουργία ομάδας, μπορείτε να αναπτύξετε μια πιο ουσιαστική ανταλλαγή ιδεών και να δημιουργήσετε μια πιο ενεργητική κουλτούρα συνεργασίας. Οι ηγέτες που έχουν τις κατάλληλες συνθήκες για να αναπτυχθούν είναι πιο πιθανό να πετύχουν. Είναι επίσης πιο πιθανό να παραμείνουν αφοσιωμένοι στη δουλειά τους και να παραμείνουν στον οργανισμό για μακροπρόθεσμο διάστημα. Όταν οι ηγέτες ανθίζουν, αναδεικνύουν το καλύτερο στις ομάδες τους, προωθούν την καινοτομία και καλλιεργούν μια σταθερή οργανωτική κουλτούρα που υποστηρίζει την επιτυχία.

Η διαχείριση ρίσκων στην ηγεσία

Ένας ηγέτης πρέπει να έχει το θάρρος να παίρνει ρίσκα, για να ανοίγει δρόμους για τους συνεργάτες του. Η λήψη και η διαχείριση ρίσκου θα έπρεπε να είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι κάθε επιχείρησης. Παρ' όλα αυτά, για πολλούς οργανισμούς αυτή η διαδικασία θεωρείται δευτερεύουσα. Η εδραίωση αυτής της νοοτροπίας οφείλεται σε μεγάλο βαθμό και στη μεγάλη αποστροφή προς την ανάληψη οποιουδήποτε ρίσκου από τους ανθρώπους που βρίσκονται σε θέσεις λήψης αποφάσεων. Όμως, αυτή η κουλτούρα δεν είναι βιώσιμη σε βάθος χρόνου. Κάθε υγιής οργανισμός πρέπει να είναι σε θέση να κάνει εκτίμηση και διαχείριση ρίσκου. Υπάρχουν μεθοδολογίες-εργαλεία που μπορούν να σας βοηθήσουν στην ανάλυση του ρίσκου. Προτού τα δούμε, όμως, πρέπει να ορίσουμε με ακρίβεια τι είναι η διαχείριση ρίσκου και γιατί είναι σημαντική. Ως διαχείριση ρίσκου ορίζεται η διαδικασία αναγνώρισης, εκτίμησης και ελέγχου πιθανών απειλών για έναν οργανισμό. Οι απειλές μπορεί να προέρχονται από διάφορες πηγές, τόσο

εσωτερικές, όσο και εξωτερικές και περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, οικονομική αβεβαιότητα, νομικές υποχρεώσεις και τεχνολογικά προβλήματα. Κάθε επιχείρηση μπορεί να έρθει αντιμέτωπη με διάφορα ρίσκα, ακόμα κι αν η ανάληψή τους δεν προέρχεται από τον ίδιο τον οργανισμό. Γι' αυτό και είναι απαραίτητη η δημιουργία ενός πλάνου για την αντιμετώπιση πιθανών απειλών. Η διαχείριση ρίσκου επιτρέπει σε έναν οργανισμό να είναι καλύτερα προετοιμασμένος σε περίπτωση απροσδόκητων γεγονότων και να πάρει πιο ενημερωμένες αποφάσεις που θα οδηγήσουν σε ελαχιστοποίηση του ρίσκου. Για την εκτίμηση του ρίσκου και των απειλών υπάρχουν πολλά χρήσιμα εργαλεία που μπορείτε να αξιοποιήσετε. Παρακάτω θα δούμε τρία από αυτά.

Ανάλυση SWOT: Το εργαλείο αυτό δίνει τη δυνατότητα να αναγνωρίσετε τόσο τα θετικά, όσο και τα αρνητικά στοιχεία στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Για να το χρησιμοποιήσετε, καλείστε να αναγνωρίσετε τα δυνατά και αδύναμα σημεία, καθώς επίσης και τις ευκαιρίες και τις απειλές της επιχείρησης. Το όνομα SWOT προέρχεται από τα αρχικά των τεσσάρων αυτών παραγόντων στα αγγλικά, δηλαδή: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Τα στοιχεία που χρειάζεστε είναι τα δυνατά και αδύναμα σημεία της επιχείρησης και έπειτα τις ευκαιρίες και τις απειλές. Στοιχεία τα οποία θα δείτε σε εσωτερικό και σε εξωτερικό περιβάλλον.

Ανάλυση PESTEL: Ένα ακόμα χρήσιμο εργαλείο ανάλυσης και σχεδιασμού είναι η ανάλυση PESTEL. Μέσω του εργαλείου αυτού αξιολογείται το εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης. Η ανάλυση PESTEL αποτελεί επέκταση της ανάλυσης PEST, προσθέτοντας δύο ακόμα παράγοντες σε αυτή. Οι έξι παράγοντες που πρέπει να χαρτογραφήσετε σε μια ανάλυση PESTEL είναι: πολιτικοί (political), οικονομικοί (economical), κοινωνικοί (social), τεχνολογικοί (technological), περιβαλλοντολογικοί (environmental) και νομικοί (legal).

Economic Moat ανάλυση: Το τελευταίο εργαλείο που θα δούμε είναι η «οικονομική τάφρος». Το μοντέλο Economic Moat χρησιμοποιείται για να αξιολογήσει επιχειρήσεις σε δύο τομείς: 1) βιωσιμότητα ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και 2) πιθανότητα μακροπρόθεσμης παραγωγής κέρδους. Για να εκτιμηθεί το αποτέλεσμα στους δύο αυτούς τομείς, η Economic Moat ανάλυση απαιτεί να σκεφτείτε πέντε παράγοντες που λειτουργούν ως «τάφρος» γύρω από την επιχείρηση και την προστατεύουν από ανταγωνιστές. Οι πέντε αυτοί παράγοντες είναι: επίδραση δικτύου, άυλα περιουσιακά στοιχεία, πλεονέκτημα κόστους, κόστος αλλαγής και αποτελεσματική κλιμάκωση. Η παραπάνω ανάλυση είναι περισσότερο οικονομικού χαρακτήρα, μπορεί όμως να αξιοποιηθεί και για την εκτίμηση του ρίσκου, καθώς θα δώσει μια πιο πλήρη εικόνα των δυνατών χαρακτηριστικών μιας επιχείρησης. Μέσω την ανάλυσης Economic Moat, οι επιχειρήσεις μπορούν να εντοπίσουν τα πλεονεκτήματά τους και να χαράξουν τη στρατηγική τους επάνω σε αυτά, μειώνοντας το πιθανό μελλοντικό ρίσκο.

Οι leaders που θέλουν να είναι επιτυχημένοι στο ρόλο τους πρέπει να εξετάζουν αναλυτικά το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, για να αποκτήσουν πλήρη επίγνωση των συνθηκών. Όσο καλύτερα γνωρίζουν την επιχείρηση και το περιβάλλον της τόσο πιο αποδοτικά θα μπορέσουν να ανταποκριθούν σε απειλές, να εκμεταλλευθούν ευκαιρίες και να βοηθήσουν την επιχείρηση να πετύχει τους στρατηγικούς της στόχους.

Alba
Graduate Business School

THE AMERICAN COLLEGE OF GREECE
Pierce
Deree
Alba
1875

Executive MBA

CHALLENGE YOUR THINKING LEAD GROWTH AND RENEWAL

Convenient schedule, with classes every second weekend for a total of 20 months.

Senior domestic and top international faculty from high-caliber schools, such as Harvard, Wharton, Duke, LBS, Insead, Darden, Michigan & Bocconi.

Tailored learning to suit your needs and profile, through in-class projects, case problem-solving, role playing and individual assignments and without exams.

Focus on leadership, strategy, digital transformation and innovation.

Alba Executive MBA
Because C-level executives needs C-level programs.

18 Average Work Experience

42 Average Age

74% Top & Upper Management

26% Middle Management

Need personalized information?
Contact us at executivemba@alba.acg.edu

ASSOCIATION OF MBAS ACCREDITED

NECHE New England Commission of Higher Education

6-8 Xenias St., 115 28, Athens, Greece
t: +30 210 896 4531-8
www.alba.acg.edu

Ποιες είναι οι προτεραιότητες βιωσιμότητας το 2024

Στο δυναμικό επιχειρηματικό τοπίο του 2024, οι εταιρείες θα πρέπει να τοποθετήσουν τη βιωσιμότητα στον πυρήνα της εταιρικής στρατηγικής. Τα βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα, όπου η κερδοφορία συγκλίνει με τον κοινωνικό αντίκτυπο, θα καθοδηγήσουν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Ταυτόχρονα, οι νομοθετικές αλλαγές αναγκάζουν τις επιχειρήσεις όχι απλώς να συμμορφώνονται, αλλά να πρωτοστατούν στην εποχή της υπεύθυνης εταιρικής συμπεριφοράς.

ΓΡΑΦΕΙ Ο ΝΙΚΟΣ ΣΚΟΔΡΙΑΝΟΣ

Οι προτεραιότητες βιωσιμότητας του 2024 επαναπροσδιορίζουν την παγκόσμια εταιρική προοπτική, αφού οι εταιρείες βρίσκονται στην πρώτη γραμμή ενός άνευ προηγούμενου «πράσινου» μετασχηματισμού, ο οποίος ωθείται από περιβαλλοντικούς και κοινωνικούς παράγοντες. Η δυναμική αυτή αλλαγή παίρνει τους οργανισμούς από το ρόλο του απλού παρατηρητή και τους τοποθετεί σε ρόλο οδηγού, υιοθετώντας ενεργό και ηγετικό ρόλο στην πορεία για ένα διαρκές και βιώσιμο μέλλον, ειδικά με την συνεχόμενη ανάπτυξη της τεχνολογίας, συμπεριλαμβανομένων της τεχνολογίας για το κλίμα και της τεχνητής νοημοσύνης. Σε αυτό προστίθεται η πίεση για πιο αυστηρούς κανονισμούς και η αυξανόμενη ζήτηση για διαφάνεια.

Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι οι εταιρείες σε όλα τα μήκη και πλάτη του πλανήτη να εξετάζουν εκ νέου τις στρατηγικές τους, ώστε να ευθυγραμμιστούν με τις μεταβαλλόμενες προτεραιότητες βιωσιμότητας. Στην πραγματικότητα, η εξέλιξη των επιχειρηματικών πρακτικών τους εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την αυξανόμενη ευσυνειδησία και ζήτηση των καταναλωτών, των επενδυτών και των ρυθμιστικών αρχών για έναν πιο βιώσιμο κόσμο.

Η κατανόηση και η εφαρμογή αυτών των τάσεων δεν είναι απλώς θέμα συμμόρφωσης, είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Είναι το κλειδί για την οικοδόμηση μιας κληρονομιάς με θετικό αντίκτυπο και διαρκή επιτυχία σε μια σύνθετη και διασυνδεδεμένη παγκόσμια αγορά. Με το διπλασιασμό των πολιτικών ESG από 614 το 2020 σε 1.225 το 2023 και ένα εξελισσόμενο ρυθμιστικό τοπίο, οι εταιρείες που υιοθετούν προληπτικά αυτές τις προτεραιότητες μπορούν να ενισχύσουν τη φήμη τους και να αξιοποιήσουν νέες αγορές. Καθώς ο παγκόσμιος αγώνας για την τυποποίηση της βιωσιμότητας εντείνεται, οι επιχειρήσεις που παραμένουν μπροστά σε αυτό το ταξίδι πιθανότατα θα δουν σημαντικά μακροπρόθεσμα οφέλη και ηγετικό ρόλο στη βιωσιμότητα.

Ας δούμε όμως τις κύριες προτεραιότητες βιωσιμότητας που θα πρέπει να ακολουθήσουν οι επιχειρήσεις τη νέα χρονιά.

Υιοθέτηση τεχνολογιών θετικών για το κλίμα

Πρόκειται για μία από τις πιο ελπιδοφόρες πρωτοβουλίες βιωσιμότητας για τη νέα χρονιά. Σε αντίθεση με άλλες λύσεις που απλά στοχεύουν στη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον, η υιοθέτηση τεχνολογιών θετικών για το κλίμα, προχωρά ένα βήμα παραπέρα, επιδιώκοντας να προσφέρει ένα καθαρό και θετικό αντίκτυπο στο κλίμα. Συγκεκριμένα, δεν στοχεύει μόνο στη μείωση των εκπομπών άνθρακα ή στην ελαχιστοποίηση της αλόγιστης κατανάλωσης πόρων, αλλά και στην εφαρμογή λύσεων που αντιστρέφουν αποτελεσματικά την περιβαλλοντική ζημιά. Για παράδειγμα, η εφαρμογή από μία εταιρεία τεχνολογιών που δεσμεύουν και αποθηκεύουν άνθρακα ή που μετατρέπουν το CO2 σε χρήσιμα προϊόντα δεν είναι απλώς επωφελής για τον πλανήτη, αλλά προσφέρει επίσης μια ευκαιρία για διαφοροποίηση από τις όλο και πιο κορεσμένες και ανταγωνιστικές αγορές.

Η έκρηξη στη θέσπιση θέσεων εργασίας που αφορούν τη βιωσιμότητα και την αειφορία

Η αυξανόμενη δέσμευση των εταιρειών στη βιωσιμότητα έχει προκαλέσει επανάσταση στην αγορά εργασίας. Όλο και περισσότερες εταιρείες ψάχνουν εξειδικευμένους επαγγελματίες βιωσιμότητας. Πέρα από τη δημιουργία νέων ρόλων, όπως π.χ. αυτός του CSO (Chief Sustainability Officer - επικεφαλής εταιρικής βιωσιμότητας), ορισμένοι πιο παραδοσιακοί τομείς όπως το μάρκετινγκ, τα χρηματοοικονομικά και το ανθρώπινο δυναμικό, εστιάζουν σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον, το οποίο φέρνει ριζικές αλλαγές στην εταιρική κουλτούρα. Πλέον, οι εταιρείες δεν αναζητούν μόνο εργαζομένους με τεχνικές ικανότητες αλλά και αυτούς που μοιράζονται βιώσιμα οράματα και αξίες.

Προετοιμασία για CSRD

Η Εταιρική Οδηγία Αναφοράς Βιωσιμότητας ((CSRD) διαμορφώνει τον ρυθμιστικό ορίζοντα για τις εταιρείες το 2024. Αυτή η οδηγία, η οποία αυξάνει και ενισχύει τις υποχρεώσεις μιας εταιρείας για τη βιώσιμη ανάπτυξη, αντιπροσωπεύει μια σημαντική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες επικοινωνούν τις πρακτικές και τα αποτελέσματά τους στον τομέα του ESG.
Η προετοιμασία για την CSRD δεν είναι εύκολη υπόθεση. Οι εταιρείες όχι μόνο οφείλουν να συμμορφωθούν με τις απαιτήσεις, αλλά πρέπει και να αναθεωρήσουν -και σε πολλές περιπτώσεις να μεταμορφώσουν- τις εσωτερικές τους διαδικασίες για τη συλλογή, επαλήθευση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων.

Επιπλέον, πρέπει να εξετάσουν πώς οι δραστηριότητές τους επηρεάζουν το περιβάλλον και την κοινωνία και αντίστροφα, όπως επίσης πώς περιβαλλοντικοί και κοινωνικοί παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν τη βιωσιμότητα και την κερδοφορία τους. Αυτή η ολιστική εστίαση απαιτεί μια βαθιά και λεπτή κατανόηση των κινδύνων και των ευκαιριών που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα.

Αύξηση των υποχρεωτικών γνωστοποιήσεων

Το 2024 σηματοδοτεί ένα σημείο καμπής για τον τομέα της εταιρικής βιωσιμότη-

> Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν και μια ακόμα παγκόσμια κοινωνική πρόκληση, που δεν είναι άλλη από την εξάντληση και το άγχος στο χώρο εργασίας που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι

τας, με σημαντική αύξηση στις υποχρεωτικές γνωστοποιήσεις. Οι εταιρείες δεν μπορούν πλέον να περιορίζονται στο να μοιράζονται μεμονωμένα επιτεύγματα και εθελοντικές πρωτοβουλίες, αλλά τώρα βρίσκονται αντιμέτωπες με την πίεση να παρέχουν ένα διαφανές και πλήρες όραμα των μεθόδων και των αποτελεσμάτων τους στον τομέα της βιωσιμότητας.

Το 2024 είναι το «έτος συμμόρφωσης». Η ενεργός προσαρμογή σε αυτές τις νέες απαιτήσεις όχι μόνο θα διασφαλίσει την αποφυγή πιθανών κυρώσεων που θα προσβάλουν την καλή φήμη μιας εταιρείας, αλλά θα την τοποθετήσει μεταξύ των οργανωτικών ηγετών σε μια αγορά ολοένα και πιο συνειδητή και απαιτητική σε θέματα βιωσιμότητας.

Οι αυστηρότεροι έλεγχοι και οι ποινές για το Greenwashing

Το 2024, το λεγόμενο «πράσινο ξέπλυμα» θα αντιμετωπίζεται με αυστηρότερους κανονισμούς. Οι ρυθμιστικές αρχές λαμβάνουν ενεργητικά μέτρα για την καταπολέμησή του. Ήδη η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει νέους κανονισμούς που ορίζουν με σαφήνεια τι συνιστά τεχνική εξαπάτησης των καταναλωτών με παραπλανητικές πληροφορίες για τα προϊόντα εταιρειών ή τραπεζών, προκειμένου αυτά να παρουσιάζονται σαν πιο υγιεινά, βιώσιμα ή φιλικά για το περιβάλλον, με απώτερο στόχο την αύξηση των πωλήσεων. Αυτοί οι κανονισμοί όχι μόνο θεσπίζουν σαφείς κατευθυντήριες γραμμές, αλλά επιβάλλουν και κυρώσεις σε εταιρείες που δεν συμμορφώνονται. Άρα, δεν αρκεί πλέον να «φαίνεσαι» πράσινος, αλλά πρέπει και να είσαι.

Η σύνδεση της βιωσιμότητας με την οικονομική πολιτική

Αν και η βιωσιμότητα εθεωρείτο κάποτε μια ξεχωριστή πρωτοβουλία ή συμπλήρωμα των επιχειρηματικών λειτουργιών, σήμερα, έχει ενσωματωθεί σε μεγαλύτερο βαθμό στον χρηματοοικονομικό πυρήνα των εταιρειών. Είναι πλέον κατανοητό ότι η βιωσιμότητα και η οικονομική υγεία δεν αλληλοαποκλείονται, αλλά αλληλοσυνδέονται.

Με την αυξανόμενη ζήτηση γνωστοποιήσεων που σχετίζονται με το κλίμα και το ESG, η χρηματοδότηση και η βιωσιμότητα δεν μπορούν πλέον να λειτουργούν ανεξάρτητα. Οι CFO και άλλα διευθυντικά χρηματοοικονομικά στελέχη των εταιρειών συνεργάζονται στενά με ομάδες βιωσιμότητας, για να εγγυηθούν ότι οι οικονομικές εκθέσεις αντικατοπτρίζουν επακριβώς τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που σχετίζονται με βιώσιμες πρακτικές.

Επιπλέον, οι μετρήσεις βιωσιμότητας ενσωματώνονται στην ανάλυση κινδύνου, στην αξιολόγηση περιουσιακών στοιχείων και σε άλλες βασικές οικονομικές αποφάσεις.

Το αποτέλεσμα είναι μια πιο ολιστική και ισχυρή οικονομική προοπτική που αντικατοπτρίζει την περίπλοκη και πολύπλευρη πραγματικότητα του σύγχρονου εταιρικού κόσμου. Οι εταιρείες που υιοθετούν

> Η εστίαση στη βιωσιμότητα οδήγησε τις εταιρείες να εξετάσουν πιο προσεκτικά τόσο τις δικές τους λειτουργίες, όσο και εκείνες των προμηθευτών τους και των εμπορικών εταίρων τους

αυτό το βάθος ολοκλήρωσης θα είναι σε καλύτερη θέση να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις, να διαχειρίζονται τους κινδύνους και να αξιοποιούν στο έπακρο τις ευκαιρίες σε ένα συνεχώς εξελισσόμενο τοπίο.

Οι εκπομπές Scope 3 και η διαφάνεια στην εφοδιαστική αλυσίδα

Η εστίαση στη βιωσιμότητα οδήγησε τις εταιρείες να εξετάσουν πιο προσεκτικά τόσο τις δικές τους λειτουργίες, όσο και εκείνες των προμηθευτών τους και των εμπορικών εταίρων τους. Οι εκπομπές του πεδίου 3, εκείνες που υπάρχουν ως αποτέλεσμα έμμεσων δραστηριοτήτων εντός της εφοδιαστικής αλυσίδας, τυγχάνουν μεγάλης προσοχής.

Η αντιμετώπισή τους παρουσιάζει τις δικές της προκλήσεις, απαιτώντας στενή συνεργασία με προμηθευτές, πολλοί από τους οποίους μπορεί να έχουν λιγότερο βιώσιμες πρακτικές ή να μην έχουν την απαιτούμενη υποδομή για την ακριβή μέτρηση και αναφορά εκπομπών.

Για να αντιμετωπίσουν αυτήν την πρόκληση, οι εταιρείες επενδύουν σε τεχνολογία και πλατφόρμες που τους επιτρέπουν να παρακολουθούν και να διαχειρίζονται την αλυσίδα εφοδιασμού. Καθιερώνουν πολιτικές βιώσιμων αγορών, δίνουν κίνητρα στους προμηθευτές να υιοθετήσουν πιο «πράσινες» πρακτικές και συνεργάζονται σε πρωτοβουλίες που επικεντρώνονται στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

Σύμμαχος στην προσπάθεια η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI)

Η τεχνητή νοημοσύνη (AI) φέρνει επανάσταση σε πολλούς τομείς και η βιωσιμότητα δεν αποτελεί εξαίρεση. Γίνεται ένα ισχυρό εργαλείο που επιτρέπει στις εταιρείες να αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις με αποτελεσματικότητα και ακρίβεια, για παράδειγμα, με τη βοήθεια προηγμένων αλγορίθμων, οι εταιρείες μπορούν να εντοπίσουν πρότυπα στην κατανάλωσή τους, να βελτιστοποιήσουν τις διαδικασίες και να προβλέψουν τον αντίκτυπο των διαφορετικών στρατηγικών βιωσιμότητας. Επίσης, τα εργαλεία που βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη μπορούν να προβλέψουν ακραία κλιματικά γεγονότα, να αξιολογήσουν τον πιθανό αντίκτυπο των επιχειρηματικών λειτουργιών και να βοηθήσουν τους οργανισμούς να προετοιμαστούν και να προσαρμοστούν σε αυτά τα ενδεχόμενα. Από εφαρμογές που βοηθούν τους καταναλωτές να κάνουν πιο βιώσιμες επιλογές αγορών έως αυτοματοποιημένα συστήματα που βελτιστοποιούν την ενεργειακή απόδοση ενός κτιρίου ή εργοστασίων, η τεχνητή νοημοσύνη βρίσκεται στο επίκεντρο πολλών από τις πολλά υποσχόμενες λύσεις που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα.

Ωστόσο, είναι σημαντικό, οι εταιρείες που υιοθετούν αυτήν την τεχνολογία, θα πρέπει να εγγυώνται την υπεύθυνη χρήση της, διασφαλίζοντας το απόρρητο και την ασφάλεια των δεδομένων.

Η ανθρώπινη βιωσιμότητα και η ψυχική υγεία

Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν και μια ακόμα παγκόσμια κοινωνική πρόκληση, που δεν είναι άλλη από την εξάντληση και το άγχος στο χώρο εργασίας που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι. Η δημιουργία ενός περιβάλλοντος εργασίας που βοηθά τους εργαζομένους να διατηρήσουν την παραγωγικότητα και την ευημερία τους, είναι κρίσιμης σημασίας. Μάλιστα, το 87% των εταιρειών παγκοσμίως εφαρμόζουν τουλάχιστον μία πρωτοβουλία ανθρώπινης βιωσιμότητας για την υποστήριξη της συλλογικής ευημερίας των εργαζομένων, όπως ευέλικτες ρυθμίσεις εργασίας και προγράμματα υποστήριξης ψυχικής υγείας. Οι πρωτοβουλίες αυτές θα πρέπει να ενσωματώνονται σε μια γενικότερη υποστηρικτική εταιρική κουλτούρα, η οποία έχει στις προτεραιότητές της την ευτυχία και την ευημερία των υπαλλήλων της.

Inclusive Leadership: Η τάση που διαμορφώνει ένα νέο business ethics στις επιχειρήσεις

Όλο και πιο συχνά γίνεται πλέον λόγος για τη συμπερίληψη στις σύγχρονες κοινωνίες και επιχειρήσεις. Τι ακριβώς, όμως, είναι το inclusive leadership και πώς χτίζεται μια νέα εταιρική ηθική στην ηγεσία με γνώμονα τη συμπερίληψη, όταν αυτή αποτελεί τάση;

ΓΡΑΦΕΙ Η ΕΥΑ ΠΕΤΡΟΒΑ

Το Leadership διαχρονικά είχε συνδεθεί με την ικανότητα της σωστής διαχείρισης των πόρων προς όφελος της επιχείρησης με στόχο την κερδοφορία της. Το 2024, το Leadership καλείται να έχει και κοινωνικό προφίλ, να παίρνει θέση στα καίρια κοινωνικά ζητήματα και, πάνω απ' όλα, να τα καθορίζει με τις πρακτικές και τις πολιτικές του μέσα στον οργανισμό. Η επιχειρηματική ηγεσία στις μέρες μας δεν εστιάζει μόνο στη λειτουργία της επιχείρησης, αλλά αναγνωρίζει ότι η επιχείρηση αποτελεί ζωντανό κύτταρο της κοινωνίας που δραστηριοποιείται και καλείται να αφήσει το αποτύπωμά της και συχνά να κριθεί γι' αυτό. Το Leadership σήμερα, αποτυπώνοντας το κοινωνικό γίγνεσθαι, γίνεται συμπεριληπτικό, αγκαλιάζει τη διαφορετικότητα και δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μια κοινωνία ίση και δίκαιη. Πέρα όμως από τη γενικότερη τάση που επικρατεί στις μέρες μας στα κοινωνικά ζητήματα, οι εταιρίες καλούνται να «χτίσουν» μια νέα εταιρική ηθική, η οποία θα αποτελέσει πυλώνα για τις επόμενες γενιές.

Η διαφορετικότητα και η ένταξη δεν είναι απλώς τσιτάτα που κάνουν τους οργανισμούς να φαίνονται προοδευτικοί ή πολιτικά ορθοί. Είναι βασικά στοιχεία που συντελούν ή καταρρίπτουν την επιτυχία ενός οργανισμού και μιας ομάδας. Η αληθινή συμπερίληψη περιλαμβάνει τη δημιουργία μιας αίσθησης του ανήκειν για όλους. Αυτό σημαίνει τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου όλοι νιώθουν ότι εκτιμώνται, ακούγονται και τους σέβονται. Η ηγεσία οφείλει να δημιουργεί τις προϋποθέσεις για ένα τέτοιο εργασιακό περιβάλλον.

Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ΔΟΕ), η αυξημένη ποικιλομορφία και η ένταξη στον εργασιακό χώρο συνδέονται με μεγαλύτερη παραγωγικότητα, καινοτομία και ευημερία του εργατικού δυναμικού. Ωστόσο, πολλοί οργανισμοί, εργαζόμενοι και κοινωνίες χάνουν τα οφέλη.

Η έλλειψη συμμετοχής επηρεάζει τόσο το άτομο, όσο την ομάδα και τον οργανισμό. Μελέτες δείχνουν ότι μπορεί να προκαλέσει μειωμένο ηθικό, αυξημένη απουσία, ομαδικές συγκρούσεις και ένταση, ακόμα και μείωση της παραγωγικότητας.

Για να αντιμετωπιστεί αυτό, όλο το προσωπικό, ειδικά τα διευθυντικά στελέχη, πρέπει να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο. Στην πραγματικότητα, μία από τις βασικές συστάσεις της ΔΟΕ είναι ότι όλο το προσωπικό πρέπει να είναι υπόλογο ως πρότυπο. Από ανώτερα στελέχη, διευθυντικά στελέχη αυτές οι ενέργειες πρέπει να εφαρμόζονται σε όλο το χώρο εργασίας - από την πρόσληψη, τη διατήρηση και την ανάπτυξη των εργαζόμενων.

Ηγέτης χωρίς αποκλεισμούς

Η έκθεση State of the Global Workplace της Gallup αποκαλύπτει ότι το 57% των εργαζομένων στις ΗΠΑ και τον Καναδά έχουν άγχος σε τακτική βάση, ενώ μια άλλη έκθεση από το Αμερικανικό Ινστιτούτο Στρες αποκάλυψε ότι το 83% των Αμερικανών υποφέρουν από εργασιακό άγχος, κοστίζοντας στην οικονομία 77 δισεκατομμύρια δολάρια. Αυτό είναι κάτι στο οποίο οι ηγέτες και οι διευθυντές δεν έχουν την πολυτέλεια να κάνουν τα στραβά μάτια, εάν ενδιαφέρονται για τη μείωση του κόστους, τη βελτίωση της παραγωγικότητας, του επιπέδου απόδοσης και την προσέλκυση εργαζομένων. Η ευημερία, με ό,τι αυτή περιλαμβάνει για τον καθέναν, πρέπει να βρίσκεται ψηλά στην ατζέντα για το 2024, με όλους τους ηγέτες να σκέφτονται και να εργάζονται συλλογικά για να αναπτύξουν στρατηγικές και πολιτικές που θέτουν την ευημερία των εργαζομένων πρώτη. Οι ηγέτες, που θέλουν να δημιουργήσουν μια νέα εταιρική ηθική, πρέπει να λάβουν σοβαρά υπόψη ότι η συμπερίληψη δεν μένει μόνο στη θεωρία και στα πρακτικά των Δ.Σ., αλλά αποτελεί καθημερινή μέριμνα, που δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο αποτύπωμα του οργανισμού. Τα βήματα είναι συγκεκριμένα. Το inclusive leadership που «χτίζει» τα θεμέλια της νέας εταιρικής ηθικής πρέπει πρώτα απ' όλα να συμπεριλάβει το τμήμα HR στις νέες προοπτικές του. Πρέπει οι εργαζόμενοι του τμήματος να εκπαιδευτούν σε νέες πρακτικές πρόσληψης και νέους κανόνες ηθικής. Το τμήμα ανθρώπινου δυναμικού είναι βασικό να κατανοήσει τη φιλοσοφία της νέας κουλτούρας της εταιρίας, για να μπορέσει να την επικοινωνήσει στον υπόλοιπο οργανισμό. Το επόμενο βήμα είναι η στρατηγική που θα επιλέξει η ηγεσία για την υιοθέτηση ενός νέου συστήματος αξιών με τα κατάλληλα προγράμματα και την εκπαίδευση των στελεχών. Το νέο σύστημα αξιών θέλει πρόγραμμα και εκπαίδευση. Η ηγεσία της συμπερίληψης δεν συμβαίνει μέσα σε μία μέρα. Απαιτεί χρόνο για να δημιουργηθεί ουσιαστική αλλαγή και όχι μόνο ένα πυροτέχνημα μιας προσωρινής τάσης.

Οι εργαζόμενοι θέλουν ηγέτες που να έχουν ενσυναίσθηση

Οι εργαζόμενοι θέλουν ηγέτες που να έχουν ενσυναίσθηση, να είναι συμπονετικοί, με αυτογνωσία, άριστοι επικοινωνιακά και να μπορούν να τους καθοδηγήσουν στην επιτυχία αντί να διαχειρίζονται άνευ σημασίας θέματα ή να δυσπιστούν για τη δουλειά τους. Για να δεσμεύσουν πλήρως το εργατικό δυναμικό και να υποστηρίξουν την ευημερία τους, ενώ προσελκύουν ένα ευρύ φάσμα υποψηφίων για να εμπλουτίσουν τη δεξαμενή ταλέντων, οι ηγέτες θα πρέπει να αφαιρέσουν τις ασυνείδητες προκαταλήψεις τους και να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή σε περιθωριοποιημένες και υποεκπροσωπούμενες ομάδες, όπως οι γυναίκες και οι έγχρωμοι, οι οποίοι

> Οι εργαζόμενοι θέλουν ηγέτες που να έχουν ενσυναίσθηση, να είναι συμπονετικοί, με αυτογνωσία, άριστοι επικοινωνιακά και να μπορούν να τους καθοδηγήσουν στην επιτυχία αντί να δυσπιστούν για τη δουλειά τους

παραδοσιακά αποκλείονται από την ανάληψη ρόλων ανώτερου επιπέδου εντός των οργανισμών. Η Gen Z αλλάζει ήδη στάση προς αυτή την κατεύθυνση και οι ηγέτες θα πρέπει να αλλάξουν και να προσφέρουν ένα φιλόξενο περιβάλλον στους οργανισμούς τους για να ευδοκιμήσουν πολλαπλοί πολιτισμοί και γενιές, ειδικά αν το εργατικό τους δυναμικό είναι απομακρυσμένο ή παγκόσμιο.

Οι ανώτεροι ηγέτες αναρωτιούνται γιατί ο «ιδανικός» υποψήφιος Μαύρος ή Λατίνος δεν φαίνεται να κάνει ποτέ αίτηση για μια ανοιχτή θέση. Ή παρατηρούν ότι, παρά την επιβολή εκπαίδευσης για την ποικιλομορφία για τα στελέχη, οι εργαζόμενοι από υποεκπροσωπούμενες ομάδες σπάνια προωθούνται.

Ο Ivuoma Onyeador, επίκουρος καθηγητής διαχείρισης οργανισμών στο Kellogg, αναφέρει ότι πολύ συχνά ο απολογισμός έρχεται μόνο αφού κληθεί η ηγεσία για αδιάκριτα σχόλια ή ξεκάθαρη μεροληπτική συμπεριφορά. «Τα τελευταία χρόνια, αρκετές εταιρίες αντιμετώπισαν ισχυρισμούς για διακρίσεις και έπρεπε να παλέψουν για το πώς να αντιμετωπίσουν αυτά τα περιστατικά».

Ευτυχώς, υπάρχουν απτά πράγματα που μπορούν να κάνουν οι ηγέτες για να προωθήσουν την ουσιαστική αλλαγή στους οργανισμούς τους.

Τι μπορούν λοιπόν να κάνουν οι ηγέτες για να προωθήσουν μια πιο δίκαιη διαδικασία πρόσληψης;

Πρώτον, να επανεξετάσουν δραστικά τον τρόπο με τον οποίο προσλαμβάνουν και εξετάζουν τους υποψηφίους. Υπάρχουν τόσο πολλοί ταλαντούχοι άνθρωποι εκεί έξω. Μπορεί να μην είναι σε πανεπιστήμια, μπορεί να βρίσκονται σε διαφορετική γεωγραφική περιοχή, αλλά υπάρχουν υψηλά προσόντα. Υπάρχουν πολύ ταλαντούχα έγχρωμα άτομα ή γυναίκες σε σχεδόν οποιονδήποτε κλάδο μπορείτε να σκεφτείτε. Απλώς αρνούμαστε συστηματικά να τα εξετάσουμε. Επίσης, μπορεί να γίνει αντικατάσταση τμημάτων της διαδικασίας πρόσληψης με τεστ δεξιοτήτων, τα οποία (σε αντίθεση με τις μη δομημένες συνεντεύξεις) μπορούν στην πραγματικότητα να προβλέψουν την απόδοση της εργασίας.

Inclusive Leadership: Μια νέα «ηθική» με μετρήσιμα αποτελέσματα

Φυσικά, η απομάκρυνση των προκαταλήψεων από τη διαδικασία πρόσληψης είναι μόνο ένα βήμα προς την οικοδόμηση διαφορετικών οργανισμών. Οι ηγεσίες πρέπει τελικά να δημιουργήσουν μια ολόκληρη κουλτούρα που να είναι δίκαιη και χωρίς αποκλεισμούς, για να κερδίσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσα από το κοινωνικό αποτύπωμα τους.

Σύμφωνα με τον John Coleman, μια σπουδαία εταιρική κουλτούρα που προέρχεται από το inclusive leadership επενδύει σε 6 βασικά στοιχεία: 1) στις αξίες της, 2) στο όραμά της, 3) στις πρακτικές της, στους γραπτούς αλλά και τους άγραφους κανόνες, 4) στους ανθρώπους που θα έρθουν να ενσαρκώσουν τα παραπάνω, 5) στον φυσικό χώρο του οργανισμού, που οφείλει να αντικατοπτρίζει τις αξίες και το όραμα και 6) τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό, στο αφήγημα.

Η οργανωσιακή κουλτούρα παίζει μεγαλύτερο ρόλο στην οικονομική απόδοση μιας επιχείρησης από όσο πιστεύεται. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της Tata Strategic Management Group, οι εταιρίες οι οποίες έχουν ευθυγραμμίσει τη στρατηγική τους με την κουλτούρα τους, είναι πιθανόν να αποφέρουν διπλάσια κερδοφορία, σε σχέση με άλλες που δεν το έχουν κάνει.

Η συμπερίληψη, η οποία προέρχεται από την ηγεσία, αναφέρεται στην έννοια ενός συναινετικού, γόνιμου περιβάλλοντος που χωράει τη συμμετοχή όλων όπως είναι, χωρίς φίλτρα και περιορισμούς.

Ο μέσος άνθρωπος στον δυτικό κόσμο περνάει πολύ χρόνο στο εργασιακό του περιβάλλον, συσχετίζεται με άλλους ανθρώπους διευθυντές, προϊσταμένους, συναδέλφους, και είναι σημαντικό να νιώθει ότι στο περιβάλλον αυτό αντιμετωπίζεται με δικαιοσύνη, σεβασμό και αξιοκρατία. Να νιώθει ότι συμπεριλαμβάνεται, ότι ακούγεται και ότι τον/την αποδέχεται το υπόλοιπο σύνολο. Είναι σημαντικό να θυμόμαστε ότι η διαφορετικότητα στο ανθρώπινο δυναμικό δεν αρκεί από μόνη της. Πρέπει να συνοδεύεται από ενέργειες συμπερίληψης όχι θεωρία, που ενισχύουν τις εργασιακές προοπτικές για όλους, την εξέλιξη, την εξάλειψη προκαταλήψεων, την προώθηση δικαιοσύνης, σεβασμού, αξιοκρατίας και πολυφωνίας.

«Το 50% των επιχειρήσεων χαρακτηρίζουν τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη πρόκληση, χωρίς να έχουν κάνει κάτι γι' αυτό, ενώ το 10% δεν πιστεύουν ότι είναι σημαντική»

Έρευνα σε εταιρίες που δραστηριοποιούνται σε χώρες της Ευρώπης με συμμετοχή από επαγγελματίες του χώρου του ανθρώπινου δυναμικού και ηγέτες, κατέδειξε ότι περίπου το 30% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν δεν έχουν συγκεκριμένη εταιρική πολιτική και στρατηγική για θέματα διαφορετικότητας και συμπερίληψης. Επιπλέον, το 50% των επιχειρήσεων χαρακτηρίζουν τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη πρόκληση, χωρίς να έχουν κάνει κάτι γι' αυτό, ενώ το 10% δεν πιστεύουν ότι είναι σημαντική.

Η McKinsey δημιούργησε το 2020 μία παγκόσμια έκθεση που διερευνά τα επίπεδα διαφορετικότητας και συμπερίληψης στις επιχειρήσεις. Σε έρευνα που διεξήγαγε,

> Οι ηγέτες που θέλουν να δημιουργήσουν μια νέα εταιρική ηθική πρέπει να λάβουν σοβαρά υπόψη ότι η συμπερίληψη δεν μένει μόνο στη θεωρία και στα πρακτικά των Δ.Σ., αλλά αποτελεί καθημερινή μέριμνα, που δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο αποτύπωμα του οργανισμού

διαπιστώθηκε ότι σχετικά με τη διαφορετικότητα η γενικότερη αντιμετώπιση είναι κατά 52% θετική, αλλά για τη συμπερίληψη το ποσοστό θετικής προδιάθεσης μειώνεται στο 30%. Η έρευνα διαπίστωσε ότι υπήρχαν ιδιαίτερα αρνητικά συναισθήματα ως προς την ισότητα και τη δικαιοσύνη ίσων ευκαιριών.

Εκπαίδευση της ηγετικής ομάδας

«Δεν αρκεί μόνο η εκπαίδευση στους εργαζομένους. Εάν οι ηγέτες της εταιρίας δεν κατανοήσουν, δεν ενστερνιστούν και δεν αποδεχτούν τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη στις ομάδες και στο σύνολο της εταιρίας, τότε η αλλαγή στην κουλτούρα είναι σχεδόν αδύνατο να επιτευχθεί»

Οι ηγέτες και οι ηγέτιδες λειτουργούν ως μοντέλα ρόλων, δίνουν τον τόνο και το παράδειγμα. Προκειμένου οι συμπεριληπτικές ενέργειες και πρακτικές να διαχυθούν σε όλη την εταιρία, πρέπει να αναγνωρίζονται, να υποστηρίζονται έμπρακτα και να κατανοούνται από την ηγετική ομάδα. Δεν αρκεί μόνο η εκπαίδευση στους εργαζομένους. Εάν οι ηγέτες και ηγέτιδες της εταιρίας δεν κατανοήσουν, δεν ενστερνιστούν και δεν αποδεχτούν τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη στις ομάδες και στο σύνολο της εταιρίας, τότε η αλλαγή στην κουλτούρα είναι σχεδόν αδύνατο να επιτευχθεί.

Δημιουργία ειδικής ομάδας

Δημιουργήστε ανεξάρτητη «task force» ομάδα διαφορετικότητας και συμπερίληψης με τη συμμετοχή πρεσβευτών (ambassadors) από πολλά τμήματα και ιεραρχικές βαθμίδες. Σε συνεργασία με την ηγετική ομάδα και το τμήμα HR, η ομάδα θα μπορεί να προτείνει αλλαγές σε εταιρικές πολιτικές, θα μπορεί να εφαρμόζει νέες ιδέες αλλά και θα αξιολογεί την πορεία των μεταρρυθμίσεων εντοπίζοντας θέματα που προέκυψαν και προτείνοντας λύσεις. Βασικός στόχος της ομάδας είναι οι θετικές αλλαγές να συμβάλλουν στη βέλτιστη εμπειρία εργαζομένου (employee experience) και στη δημιουργία κουλτούρας χωρίς αποκλεισμούς.

Ομαδικές συναντήσεις

Εφόσον το θέμα της συνάντησης το επιτρέπει, διασφαλίστε ότι στις ομαδικές συναντήσεις έχουν προσκληθεί όλοι και τους έχει δοθεί το βήμα για να εκφράσουν την άποψή τους. Στα άτομα που από τη φύση τους είναι πιο εσωστρεφή και διστάζουν να εκφραστούν, δώστε εσείς το λόγο, παρακινήστε τους να σας πουν την άποψή τους. Καθιερώστε κατ' ιδίαν συνάντηση με τα μέλη της ομάδας σας. Ακούστε κατά 80%, μιλήστε κατά 20%. Η θεματολογία να μην περιορίζεται σε θέματα δουλειάς (υπάρχουν άλλες ευκαιρίες για αυτά). Αφήστε να μιλήσουν για τα συναισθήματά τους, ό,τι τους απασχολεί, ό,τι τους ευχαριστεί, ό,τι τους προβληματίζει. Είναι οι καλύτερες συναντήσεις για μια ανθρώπινη επαφή και σύνδεση με τα μέλη της ομάδας σας.

Ενέργειες επικοινωνίας

Καθιερώστε ενέργειες, newsletters, ομιλίες, αποστολή συμβολικών δώρων προς το προσωπικό, CSR πρωτοβουλίες με τη συμμετοχή του προσωπικού με αφορμή την Ημέρα της Γυναίκας, το Μήνα Υπερηφάνειας, την Παγκόσμια Ημέρα ΑμεΑ, ώστε να ενισχύσετε την ευαισθητοποίηση του κόσμου αλλά και την κουλτούρα διαφορετικότητας και συμπερίληψης που υποστηρίζει η εταιρία.

«Δύο στους τρεις υποψηφίους που αναζητούν εργασία, ενδιαφέρονται να εργαστούν μόνο σε οργανισμούς που έχουν αποδεδειγμένα ποικιλόμορφο ανθρώπινο δυναμικό»

Σύμφωνα με έρευνα του Glassdoor, σχεδόν δύο στους τρεις υποψηφίους που αναζητούν εργασία, ενδιαφέρονται να εργαστούν μόνο σε οργανισμούς που έχουν αποδεδειγμένα ποικιλόμορφο ανθρώπινο δυναμικό. Επιπλέον, σύμφωνα με παγκόσμια μελέτη της Deloitte, το 47% των υποψηφίων αναζητούν ενεργά εταιρίες που εκτιμούν την ποικιλομορφία και την ενσωμάτωση κατά την αξιολόγηση των εν δυνάμει εργοδοτών, ενώ το 83% των millennials τείνουν να είναι αφοσιωμένοι σε έναν εργοδότη που του προσφέρει ένα εργασιακό περιβάλλον χωρίς αποκλεισμούς. Αντίστοιχα, όπως έδειξε μελέτη της McKinsey, οι εταιρίες που διαθέτουν ποικιλόμορφο και χωρίς αποκλεισμούς ανθρώπινο δυναμικό έχουν 35% περισσότερες πιθανότητες να ξεπεράσουν τους ανταγωνιστές τους.

Συμπερασματικά, λοιπόν, ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο οι επιχειρήσεις γίνονται όλο και πιο πρόθυμες να εντάξουν στο εργατικό δυναμικό τους άτομα από διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, κουλτούρες, φύλο, σεξουαλικό προσανατολισμό κ.λπ., δεν επικεντρώνονται στο να διασφαλίσουν ότι η εμπειρία εργαζομένου (employee experience) από αυτές τις ομάδες θα είναι θετική. Η εταιρική ηθική δεν είναι μια τάση της εποχής. Απαιτεί εκπαίδευση και προσαρμογή, αλλά πάνω απ' όλα απαιτεί ένα συμπεριληπτικό Leadership, που αποτελεί πρότυπο για την κουλτούρα της επιχείρησης και διοχετεύει με επιτυχία τις αξίες στο σύνολο του προσωπικού. Το inclusive leadership δίνει μετρήσιμα αποτελέσματα και πλέον η κοινωνία αξιολογεί τα αποτελέσματα αυτά δίνοντας το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και προβάδισμα εκεί που η συμπερίληψη είναι πραγματική εταιρική ηθική.

Στρατηγικό management στην εποχή της τεχνολογίας και της καινοτομίας

Όταν το management εστιάζει σε νέα προϊόντα και τεχνολογίες και οι managers καλούνται να επενδύσουν σε αχαρτογράφητα νερά.
Ποιο το ρίσκο και πώς μετριάζεται με την κατάλληλη στρατηγική.

ΓΡΑΦΕΙ Ο ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΧΑΣΑΝΙ

Το στρατηγικό μάνατζμεντ, που συχνά καλείται «πολιτική» ή στις μέρες μας «στρατηγική», είναι σε γενικές γραμμές η κατεύθυνση των οργανισμών και, πιο συχνά, των επιχειρήσεων. Περιλαμβάνει εκείνα τα ζητήματα που πρωταρχικά απασχολούν το ανώτερο μάνατζμεντ ή τον οποιοδήποτε που αναζητά τα αίτια των επιτυχιών και αποτυχιών ανάμεσα στους οργανισμούς. Το μάνατζμεντ ενός οργανισμού σύμφωνα με ένα ξεκάθαρο στρατηγικό πρόγραμμα είναι στρατηγικό μάνατζμεντ. Όλοι οι οργανισμοί έχουν μια στρατηγική, αλλά αυτή η στρατηγική είναι συχνά έμμεση και δεν έχει εξετασθεί με συνέπεια. Σε τέτοιες περιπτώσεις, δεν θα έπρεπε κάποιος να χρησιμοποιεί τον όρο στρατηγικό μάνατζμεντ για να ορίσει τη διαδικασία μάνατζμεντ που χρησιμοποιείται από τον οργανισμό. Το στρατηγικό μάνατζμεντ περικλείει την εκτέλεση ενός ξεκάθαρου στρατηγικού προγράμματος που συνέλαβε τη δέσμευση των ανθρώπων που πρέπει να το εκτελέσουν. Το στρατηγικό μάνατζμεντ συνίσταται στις αξίες, τις πεποιθήσεις και την κουλτούρα εκείνων των ανθρώπων που έχουν την απαιτούμενη ικανότητα να το εκτελέσουν.

Ο ρυθμός των αλλαγών στο επιχειρηματικό περιβάλλον, είναι σήμερα πιο γρήγορος από ποτέ, καθώς οι νέες τεχνολογίες και καινοτομίες που εμφανίζονται στους κλάδους καθιστούν επιτακτική την ανάγκη εύρεσης νέων τρόπων ανταγωνισμού και επιβίωσης. Για να ανταποκριθούν οι επιχειρήσεις, θα πρέπει να βρουν τρόπους διαχείρισης της τεχνολογίας και της καινοτομίας και νέους τρόπους σχεδιασμού και υλοποίησης στρατηγικών στόχων, μέσω νέων τρόπων επικοινωνίας των απαιτούμενων πληροφοριών, οργάνωσης των καθηκόντων και διοίκησης του ανθρωπίνου δυναμικού. Μια δεύτερη πρόκληση είναι ότι πρέπει να δημιουργηθούν γενιές διευθυντικών στελεχών που θα μπορέσουν να παραμερίσουν ή να αντικαταστήσουν εκείνους που αδιαφορούν για τις τεχνολογικές εξελίξεις, με κίνδυνο να χαθεί η ανταγωνιστικότητα της οικονομίας. Βασική πρόκληση για τις επιχειρήσεις/οργανισμούς, συνεπώς, αποτελεί η ενσωμάτωση των εννοιών της τεχνολογίας και της καινοτομίας στις καθημερινές δραστηριότητες και η χρήση σύγχρονων μεθοδολογιών που θα ενισχύσουν την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα.

Η επίδραση της τεχνολογίας στις επιχειρήσεις είναι πολυδιάστατη και προκαλεί κλιμακωτές αντιδράσεις εντός των εταιριών/οργανισμών, καθώς καλύπτει δραστηριότητες που αρχίζουν από την έρευνα για νέα γνώση ως την εξυπηρέτηση του πελάτη. Για παράδειγμα η αύξηση του όγκου των διαθέσιμων πληροφοριών μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης, σε μείωση του κόστους και σε καλύτερη τιμολόγηση. Σημαντικός είναι και ο αντίκτυπος της τεχνολογίας στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, με την έννοια ότι οι νέες τεχνολογικές καινοτομίες οδηγούν σε μη αναμενόμενες κοινωνικές αλλαγές, αλλά και η ίδια η κοινωνία μπορεί να «απαιτήσει» από τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν τεχνολογία. Είναι συνεπώς ξεκάθαρο ότι η επιρροή επιχειρήσεων-κοινωνίας είναι συνεχής, με αποτέλεσμα, λόγω νέων τεχνολογιών, να δημιουργούνται και να εξαφανίζονται ολόκληροι κλάδοι.

Ευκαιρίες και απειλές

Η ψηφιοποίηση συχνά μειώνει τους φραγμούς εισόδου στην αγορά, προκαλώντας την κατάρρευση των διακριτών ορίων μεταξύ των τομέων. Οι νεοεισερχόμενοι στην αγορά συχνά επεκτείνονται γρήγορα με χαμηλότερο κόστος από ό,τι οι καθιερωμένοι παίκτες και οι αποδόσεις μπορεί να αυξάνονται γρήγορα καθώς περισσότεροι πελάτες εντάσσονται στο δίκτυο.
Οι ψηφιακές δυνατότητες όλο και περισσότερο θα καθορίζουν ποιες εταιρίες θα δημιουργούν ή θα χάνουν αξία. Αυτές οι αλλαγές πραγματοποιούνται στο πλαίσιο της εξέλιξης της βιομηχανίας, η οποία δεν είναι μονολιθική, αλλά μπορεί να ακολουθήσει μια πεπατημένη διαδρομή: εμφανίζονται νέες τάσεις και εμφανίζονται δυναμικοί νέοι παίκτες και τα προϊόντα και οι υπηρεσίες τους αγκαλιάζονται από την αρχή. Στη συνέχεια, οι εδραιωμένοι παίκτες προσαρμόζονται σε αυτές τις αλλαγές, επιταχύνοντας το ρυθμό ψηφιοποίησης του κλάδου τους μέχρι να φτάσουν ένα σημείο καμπής. Τελικά, αυτό που κάποτε ήταν ριζοσπαστικό, είναι φυσιολογικό, και οι απροετοίμαστοι παίκτες διατρέχουν τον κίνδυνο να γίνουν το επόμενο Blockbuster. Άλλοι, που έχουν δημιουργήσει με επιτυχία νέες δυνατότητες (όπως έκανε η Burberry στο λιανικό εμπόριο), γίνονται ισχυροί ψηφιακοί παίκτες.
Μερικές από τις ευκαιρίες που μπορούν να αξιοποιήσουν οι καθιερωμένοι παίκτες της αγοράς είναι οι εξής:

- Ενίσχυση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ πελατών, προμηθευτών, ενδιαφερομένων και εργαζομένων. Για πολλές συναλλαγές, οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις προτιμούν όλο και περισσότερο τα ψηφιακά κανάλια. Αυτού του είδους οι συναλλαγές μειώνουν το κόστος των συναλλαγών και τις καταγράφουν με διαφάνεια, κάτι που μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση διαφορών.
- Βελτίωση των διοικητικών αποφάσεων, καθώς οι αλγόριθμοι συγκρατούν μεγάλα δεδομένα από τις κοινωνικές τεχνολογίες ή το Internet of Things. Η καλύτερη λήψη αποφάσεων συμβάλλει στη βελτίωση της απόδοσης σε όλες τις επιχειρηματικές λειτουργίες - για παράδειγμα, παρέχοντας λεπτότερες κατανομές στρατηγικές μάρκετινγκ (μέχρι και σε επίπεδο μεμονωμένων καταναλωτών) ή μετριάζοντας τους λειτουργικούς κινδύνους ανιχνεύοντας τη φθορά του εξοπλισμού.

> Οι ψηφιακές δυνατότητες όλο και περισσότερο θα καθορίζουν ποιες εταιρίες θα δημιουργούν ή θα χάνουν αξία

• Ενεργοποίηση νέων επιχειρηματικών ή λειτουργικών μοντέλων, όπως η καινοτομία προϊόντων peer-to-peer ή η εξυπηρέτηση πελατών. Η κινεζική Xiaomi αξιοποιεί τις δυνατότητες των νέων της κινητών τηλεφώνων αντί να επενδύει σε μεγάλο βαθμό στην Έρευνα και Ανάπτυξη, ενώ η Telstra πραγματοποιεί crowd sourcing στον τομέα της εξυπηρέτησης πελατών, έτσι ώστε οι χρήστες να υποστηρίζουν ο ένας τον άλλον για την επίλυση προβλημάτων χωρίς χρέωση. Τα νέα επιχειρηματικά ή λειτουργικά μοντέλα μπορούν επίσης να διακόψουν τις υπάρχουσες σχέσεις πελάτη-προμηθευτή, για παράδειγμα, όταν προγραμματιστές επιτραπέζιων παιχνιδιών ή καταστήματα ενός ατόμου κατασκευάζουν προϊόντα χρησιμοποιώντας τρισδιάστατους εκτυπωτές και πωλούν απευθείας στην Amazon.

Η επίδραση της τεχνολογίας στις επιχειρήσεις είναι πολυδιάστατη και προκαλεί κλιμακωτές αντιδράσεις εντός των εταιριών

Η εποχή του πειραματισμού με την ψηφιοποίηση έχει τελειώσει. Σε ένα ζοφερό τοπίο αργής οικονομικής ανάκαμψης, η ψηφιακή τεχνολογία συνεχίζει να παρουσιάζει υγιή ανάπτυξη. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύσσεται με διψήφιους ρυθμούς στις Ηνωμένες Πολιτείες και στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες και ανθεί σε ολόκληρη την Ασία. Για να επωφεληθούν από αυτήν τη δυναμική, οι εταιρίες πρέπει να προχωρήσουν πέρα από τα πειράματα με τις ψηφιακές τεχνολογίες και να μεταμορφωθούν σε ψηφιακές επιχειρήσεις. Ωστόσο, πολλές εταιρίες σκοντάφτουν, καθώς προσπαθούν να μετατρέψουν την ψηφιακή τους ατζέντα σε νέα επιχειρηματικά και λειτουργικά μοντέλα. Ο λόγος είναι ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι μοναδικά προκλητικός, αγγίζει κάθε λειτουργία και επιχειρηματική μονάδα, ενώ απαιτεί επίσης την ταχεία ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων και επενδύσεων που διαφέρουν πολύ από το business as usual. Για να επιτύχουν, οι ομάδες διαχείρισης πρέπει να προχωρήσουν πέρα από τις ασαφείς δηλώσεις πρόθεσης στην υλική υλοποίηση της ψηφιοποίησης στις δομές, στις διαδικασίες, στα συστήματα και στα κίνητρα του οργανισμού τους.

Δεν υπάρχει σχέδιο επιτυχίας, αλλά υπάρχουν πολλά επιτυχημένα παραδείγματα εταιρικού ψηφιακού μετασχηματισμού. Γενικότερα, εντοπίζονται 7 στρατηγικές που δείχνουν το δρόμο της επιτυχίας.

1.Υπέρμετρη φιλοδοξία: Οι ηγετικές ομάδες πρέπει να είναι προετοιμασμένες να σκεφτούν πολύ διαφορετικά τον τρόπο λειτουργίας μιας ψηφιακής επιχείρησης. Οι ψηφιακοί ηγέτες θέτουν φιλοδοξίες που, επιφανειακά, φαίνονται παράλογες. Το να είσαι «παράλογος» είναι ένας τρόπος να πιέζεις έναν οργανισμό να δει την ψηφιοποίηση ως ευκαιρία παραγωγής αξίας, όχι απλώς ως ένα εργαλείο.

2. Απόκτηση δεξιοτήτων: Οι δεξιότητες που απαιτούνται για τον ψηφιακό μετασχηματισμό πιθανότατα δεν μπορούν να γίνουν εντελώς εκ των έσω. Οι ηγετικές ομάδες πρέπει να είναι ρεαλιστικές σχετικά με τη συλλογική ικανότητα του υπάρχοντος εργατικού δυναμικού τους. Οι κορυφαίες εταιρίες συχνά προσβλέπουν σε άλλους κλάδους για να προσελκύσουν ψηφιακά ταλέντα, επειδή κατανοούν ότι η έμφαση στις δεξιότητες έναντι της εμπειρίας κατά την πρόσληψη νέων ταλέντων είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία, τουλάχιστον στα πρώτα στάδια του μετασχηματισμού.

3. Όρια και καλλιέργεια ταλέντων: Μια τράπεζα ή ένας έμπορος λιανικής που εξαγοράζει μια εταιρία ανάπτυξης κινητής τηλεφωνίας με πέντε άτομα και την τοποθετεί στη μέση των υφιστάμενων λειτουργιών της στον ιστό της επιχείρησης, είναι πιο πιθανό να χάσει την ομάδα παρά να την αφομοιώσει. Το ψηφιακό ταλέντο πρέπει να γαλουχηθεί διαφορετικά, με τα δικά του πρότυπα εργασίας και τα δικά του εργαλεία.

4. Αμφισβήτηση: Οι επικεφαλής εταιριών πρέπει να αμφισβητήσουν επιθετικά το status quo αντί να αποδεχτούν τους κανόνες.

5. Εγρήγορση και επικέντρωση στα δεδομένα: Η ταχεία λήψη αποφάσεων είναι κρίσιμη σε ένα δυναμικό ψηφιακό περιβάλλον. Οι οργανισμοί πρέπει να περάσουν σε έναν κύκλο συνεχούς βελτίωσης, υιοθετώντας μεθόδους όπως η ευέλικτη ανάπτυξη που υποστηρίζεται από την ανάλυση μεγάλων δεδομένων, για να αυξήσουν το ρυθμό της καινοτομίας. Η συνεχής βελτίωση απαιτεί συνεχή πειραματισμό μαζί με γρήγορα αντανακλαστικά στην προβολή νέων δεδομένων.

6. Follow the money: Πολλοί οργανισμοί εστιάζουν τις ψηφιακές τους επενδύσεις σε λύσεις που απευθύνονται σε πελάτες. Αλλά μπορούν να αντλήσουν εξίσου μεγάλη αξία, αν όχι μεγαλύτερη, από την επένδυση σε λειτουργίες back-office που οδηγούν σε λειτουργική αποτελεσματικότητα. Ένας ψηφιακός μετασχηματισμός είναι κάτι περισσότερο από την εύρεση νέων ροών εσόδων· αφορά επίσης τη δημιουργία αξίας, μειώνοντας το κόστος της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

7. Εμμονή με τον πελάτη: Οι αυξανόμενες προσδοκίες των πελατών συνεχίζουν να ωθούν τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν την εμπειρία των πελατών. Η αριστεία όμως δεν είναι πλέον επαρκής. Οι πελάτες περιμένουν την ίδια εμπειρία χωρίς τριβές σε ένα κατάστημα λιανικής όπως όταν κάνουν αγορές στο διαδίκτυο, και αντίστροφα. Επιπλέον, αποδέχονται λιγότερο κακές εμπειρίες. Μια έρευνα διαπίστωσε ότι το 89% των καταναλωτών άρχισαν να συνεργάζονται με έναν ανταγωνιστή μετά από μια κακή εξυπηρέτηση. Από την άλλη πλευρά, το 86% δήλωσε ότι ήταν πρόθυμο να πληρώσει περισσότερα για μια καλύτερη εξυπηρέτηση. Η υγιής εμμονή με τη βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη είναι το θεμέλιο οποιουδήποτε ψηφιακού μετασχηματισμού.

HR: Talent Management
Μια νέα ανάγκη στο ανθρώπινο δυναμικό που φέρνει η τεχνολογία

Ποια είναι τα σωστά βήματα για την αναζήτηση ταλέντων που πρέπει να κάνει το HR και ποιες οι στρατηγικές για τη σωστή διαχείριση που πρέπει να ακολουθήσει μετά. Είναι το talent management μια νέα πρόκληση για το HR;

ΓΡΑΦΕΙ Η ΤΙΝΑ ΑΝΤΩΝΑΤΟΥ

Το HR (τομέας ανθρωπίνου δυναμικού) παίζει πολλούς ρόλους σε μια εταιρία. Είναι το τμήμα που διαχειρίζεται τις σχέσεις των υπαλλήλων, την απόκτηση ταλέντων, την κατάσταση της μισθοδοσίας και πολλά ακόμη. Ένα ακόμη καθήκον του HR είναι το talent management, μια διαρκής διαδικασία η οποία περιλαμβάνει την προσέγγιση και απόκτηση εργαζομένων υψηλών επιδόσεων, αναπτύσσοντας τις δεξιότητές τους και παρακινώντας τους συνεχώς να βελτιώνουν την απόδοσή τους. Η διαχείριση ταλέντων περικλείει πολλές ευθύνες του HR. Το ότι υπάρχει τμήμα HR δεν σημαίνει ότι κάποιος διαχειρίζεται ταλέντα. Αυτό προϋποθέτει την ύπαρξη στρατηγικής διαχείρισης ταλέντων σχεδιασμένης ειδικά για να αποκτήσει μακροπρόθεσμα η εταιρία τα βέλτιστα αποτελέσματα. Η προσέλκυση και η διατήρηση των εργαζομένων αποτελούν τις μεγαλύτερες προκλήσεις για το τμήμα HR σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, είτε αναφερόμαστε σε μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις είτε σε μικρότερες. Η πανδημία άλλαξε άρδην τόσο τις προσδοκίες των εργαζομένων όσο και τις προτεραιότητες των επιχειρήσεων. Οι αλλεπάλληλες κρίσεις των τελευταίων χρόνων ανά τον κόσμο (οικονομικές, υγειονομικές, κλιματικές, ενεργειακές, κοινωνικές) απέδειξαν όχι μόνο θεωρητικά αλλά και επί της ουσίας ότι το πιο σημαντικό περιουσιακό στοιχείο των εταιριών είναι το ανθρώπινο δυναμικό τους. Είναι ο παράγοντας που κάνει τη διαφορά σε μια εταιρία, στα οικονομικά της αποτελέσματα, στην κουλτούρα της, στην εικόνα της προς τα έξω. Άλλωστε, μια εταιρία ή ένας οργανισμός αποτελείται ουσιαστικά από δύο βασικά συστατικά στοιχεία: την επιχειρηματική δραστηριότητα και τα στελέχη που τη διαχειρίζονται και την αναπτύσσουν. Αν τα στελέχη αυτά δεν είναι σε θέση να διαχειριστούν αποτελεσματικά τη δραστηριότητα αυτή, η εταιρία θα αποτύχει. Στη νέα αυτή πραγματικότητα, το talent management strategy αναδεικνύεται ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία των επιχειρήσεων και των τμημάτων HR, στην προσπάθειά τους όχι απλώς να αποκτήσουν το καταλληλότερο ανθρώπινο δυναμικό, αλλά και να του δώσουν τα απαραίτητα κίνητρα, ώστε αυτό να παραμείνει σε αυτές, να εξελιχθεί και να προσφέρει σταθερά και διαρκώς το μέγιστο των δυνατοτήτων του.

Οι επιχειρήσεις που προετοιμάζονται για το μέλλον της εργασίας μπορούν να χρησιμοποιήσουν μεθόδους για να βοηθήσουν τους εργαζομένους να χτίσουν δεξιότητες, να συνεχίσουν να μαθαίνουν και να εξελίσσονται. Αυτό είναι ζωτικής σημασίας, ειδικά εάν λάβουμε υπόψη ότι η πρόσληψη νέων εργαζομένων μπορεί να είναι δύο φορές πιο ακριβή από την αναβάθμιση ή την επανεκπαίδευση του ήδη υπάρχοντος εργατικού δυναμικού.

Σήμερα, το talent management είναι ένα από τα βασικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται από τους επαγγελματίες του HR ή της Οργανωτικής Ανάπτυξης για να εξασφαλίσουν ότι η εταιρία διαθέτει τα σωστά ταλέντα ούτως ώστε να ανταποκριθεί στις αναδυόμενες απαιτήσεις του οργανισμού. Η αξία του talent management έγκειται στο γεγονός ότι έχει σημαντική επίδραση στην επιτυχία μιας επιχείρησης. Ειδικότερα, η διαχείριση ταλέντων περικλείει όλες τις μεθόδους του HR για να ελκύσει, να καλλιεργήσει, να παρακινήσει και να αποκτήσει εργαζομένους υψηλών επιδόσεων. Ο απώτερος στόχος του είναι να αυξήσει την απόδοση. Αυτό επιτυγχάνεται καλύτερα με τη δημιουργία ενός συστήματος το οποίο παρακινεί και δεσμεύει τους εργαζομένους να αποδίδουν στο maximum των δυνατοτήτων τους. Όταν γίνεται σωστά, οι επιχειρήσεις μπορούν να χτίσουν ένα βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να ξεπεράσουν τον ανταγωνισμό τους, μέσα από ένα εσωτερικό σύστημα από πρακτικές διαχείρισης ταλέντου που είναι δύσκολο να αντιγραφούν ή να τις μιμηθούν.

Δεδομένου ότι οι νέες τεχνολογίες βρίσκονται πάντα στο προσκήνιο στους περισσότερους τομείς, οι ταλαντούχοι εργαζόμενοι είναι σε θέση να βρουν τρόπους να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες των νέων εργαλείων και να λύνουν προβλήματα ή να σκαρφίζονται πρωτότυπες ιδέες. Επιπλέον, η διαχείριση ταλέντων βοηθά στη δημιουργία παραγωγικών ομάδων, ενώ μειώνει την κινητικότητα και αντικατάσταση προσωπικού. Όταν οι εργαζόμενοι αισθάνονται πως είναι πολύτιμοι για την εταιρία και παράλληλα, τους δίνονται ευκαιρίες ούτως ώστε να εξελιχθούν, τότε είναι σαφώς λιγότερο πιθανό να αναζητήσουν εργασία κάπου αλλού. Αδιαμφισβήτητα, η ύπαρξη ταλέντων βοηθά και τους υπόλοιπους εργαζομένους, εμπνέοντάς τους και προσδίδοντάς τους κίνητρο να αναπτυχθούν. Βέβαια, η ύπαρξη του talent management είναι κάτι που διακρίνει την εταιρία σαν εργοδότη δημιουργώντας μια ισχυρή εικόνα, πράγμα που βοηθά στην προσέλκυση των καλύτερων υποψηφίων για μελλοντικές προσλήψεις.

Η στρατηγική του talent management δεν είναι καινούργια. Στο πρόσφατο παρελθόν αποτελούσε αποκλειστική ευθύνη των στελεχών Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού. Ωστόσο, στις μέρες μας η διαχείριση των ταλέντων αποτελεί μια «λειτουργία» που λαμβάνεται πολύ πιο σοβαρά υπόψη και που αφορά το σύνολο της εταιρίας.

Τι ορίζεται όμως ως ταλέντο;

Τι χαρακτηριστικά αποδίδονται, όμως, στον εργαζόμενο-ταλέντο; Σίγουρα, αναφερόμαστε σε στελέχη με σημαντικές δυνατότητες σε επίπεδο κατάρτισης, εξειδίκευσης, γνώσεων, κοινωνικής συμπερι-

Το Talent Management είναι ένα εξαιρετικής σημασίας εργαλείο που βοηθά τις επιχειρήσεις να μένουν ανταγωνιστικές στην αγορά, ενισχύοντας το δυναμικό τους με κορυφαία ταλέντα, που θα φέρουν και τα αντίστοιχα αποτελέσματα

φοράς, χαρακτήρα και ενσυναίσθησης. Χαρακτηριστικά που αν ενσωματωθούν αρμονικά στο επιχειρείν μιας εταιρίας μπορούν να εξελιχθούν περαιτέρω και να αποτελέσουν ισχυρό asset και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την τελευταία, βοηθώντας την να επιτύχει τους στόχους της και τα αποτελέσματα που θέλει. Πιο συγκεκριμένα, το ανθρώπινο δυναμικό που χαρακτηρίζεται ως «ταλέντο» συνήθως έχει μια από τις εξής ιδιότητες: εξειδίκευση και εμπειρογνωμοσύνη σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα που είναι αναγκαίος στην εταιρία, πολύτιμη εμπειρία, υψηλή νοημοσύνη και ενσυναίσθηση ζωτικής σημασίας, ενώ παράλληλα διαθέτει χαρακτηριστικά δημιουργικότητας αλλά και ηγεσίας.

Είναι άνθρωποι που μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην οργανωτική απόδοση και να συμβάλλουν, είτε σύντομα είτε μακροπρόθεσμα, στην επίτευξη των στόχων των εταιριών τους. Από την άλλη πλευρά, η διαχείριση ταλέντων είναι η συστηματική προσέλκυση, αναγνώριση, ανάπτυξη, δέσμευση, διατήρηση και ανάπτυξη των στελεχών που έχουν ιδιαίτερη αξία για μια εταιρία, είτε λόγω του υψηλού δυναμικού τους είτε λόγω της δυνατότητάς τους να φέρνουν εις πέρας σημαντικά έργα και να είναι αποτελεσματικά. Και είναι, βέβαια, ξεκάθαρο ότι ο στόχος των εταιριών δεν πρέπει να είναι μόνο η προσέλκυση ταλέντων, αλλά η διαχείριση, η ανάπτυξη και η διατήρησή τους ως συστατικό της προκαθορισμένης και ξεκάθαρης στρατηγικής ταλέντων που αυτές έχουν. Με άλλα λόγια, το talent management strategy εξελίσσεται και δεν αφορά μόνο στις προσλήψεις, αλλά επεκτείνεται σε θέματα ανάπτυξης, καλλιέργειας και ενίσχυσης οργανωτικών ικανοτήτων, προγραμματισμού διαδοχής (succession planning), ατομικών επιδόσεων, δημιουργίας talent pools, διά βίου μάθησης, ανάπτυξης ηγεσίας, διαχείρισης καριέρας και απόδοσης, engagement και διατήρησης στελεχών.

Η επιχειρηματική αξία του talent management

Η επιχειρηματική αξία για μια στρατηγική διαχείρισης ταλέντων είναι αποδεδειγμένη. Οι CEOs, αλλά και οι HR Directors θέτουν ανάμεσα στις κορυφαίες προτεραιότητές τους το «talent management». Σχετικές έρευνες του CIPD αποδεικνύουν ότι το αυξημένο ενδιαφέρον για τα ταλέντα συμπεριλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα από εξωγενείς παράγοντες αλλά και εσωτερικές απαιτήσεις, όπως η αυξημένη ανταγωνιστικότητα της παγκόσμιας αγοράς, η έλλειψη «ικανών» στελεχών, οι δημογραφικές τάσεις, η εταιρική διακυβέρνηση και η επιχειρηματική στρατηγική.

Viewpoint: Προγράμματα αποτελεσματικής διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού

Στην ιδιαίτερα δύσκολη ελληνική αγορά εργασίας κάθε επιχείρηση πρέπει να επιλέγει προσεκτικά τους νέους συνεργάτες και να τους τοποθετεί σε θέσεις εργασίας οι οποίες σχετίζονται άμεσα με τις γνώσεις, τις εμπειρίες αλλά και τις προσωπικές επιθυμίες του καθενός για περαιτέρω επαγγελματική εξέλιξη.

Η διαχείριση «ταλέντων» (Talent Management) αναφέρεται, κυρίως, στην αποτελεσματική διαχείριση του υφιστάμενου ανθρώπινου δυναμικού μιας επιχείρησης. Η κουλτούρα, το όραμα και οι αξίες κάθε εταιρίας αποτελούν το πλαίσιο μέσα στο οποίο η στρατηγική της διαχείρισης ανθρωπίνου δυναμικού βασίζεται και σχεδιάζεται.

Εν μέσω οικονομικής κρίσης, η ορθή διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού επιτρέπει την υλοποίηση στρατηγικών σχεδιασμών εξόδου από την κρίση. Η κατανόηση και συμμετοχή των ανθρώπων της επιχείρησης είναι πολύ σημαντική παράμετρος για την περαιτέρω επιχειρησιακή ανάπτυξη. Σε σχέση με το παραπάνω πρέπει να αναφερθεί ότι η διαχείριση των ταλέντων διαχωρίζει την ικανοποιητική από την εξαιρετική απόδοση των εργαζομένων.

Επομένως, η κατ' αρχήν σωστή τοποθέτηση νέων συνεργατών, αφού πρώτα έχουν εντοπιστεί από την επιχείρηση οι περιοχές ενδιαφερόντων τους, δημιουργεί κίνητρα για υψηλού επιπέδου ποιοτική απόδοση σε κοντινό χρονικό ορίζοντα.

Το Talent Management είναι ένα εξαιρετικής σημασίας εργαλείο που βοηθά τις επιχειρήσεις να μένουν ανταγωνιστικές στην αγορά, ενισχύοντας το δυναμικό τους με κορυφαία ταλέντα, που θα φέρουν και τα αντίστοιχα αποτελέσματα.

Η αξία του Employer Brand

Ένας βασικός στόχος, η επίτευξη του οποίου βοηθά την αποτελεσματικότητα της στρατηγικής talent management, είναι η δημιουργία και η καλλιέργεια του employer brand, της εταιρικής φήμης με άλλα λόγια. Εδώ, η πρόκληση είναι να βρεθούν οι τρόποι από τους υπευθύνους του ανθρώπινου δυναμικού ώστε το brand του εργοδότη να γίνει ελκυστικό προκειμένου να προσελκύει υψηλής ποιότητας και δεξιοτήτων στελέχη.

Σύμφωνα με έρευνες των τελευταίων χρόνων ανά τον κόσμο, τα στελέχη γίνονται διαρκώς νεότερα και οι millennials αναμένεται έως το 2025 να αποτελούν το 75% του παγκόσμιου ανθρώπινου δυναμικού. Μια καλή στρατηγική, λοιπόν, είναι το employer brand να εστιάσει σε αυτό το κοινό και να το προσεγγίσει με τους τρόπους και τα κανάλια στα οποία αυτό κινείται. Σε πρώτη φάση, η εταιρία θα πρέπει να αυξήσει την παρουσία της στα social media, αλλά με τρόπο ουσιαστικό και ενδιαφέρον και όχι εν είδει «μόδας», διότι αυτό δεν θα φέρει αποτέλεσμα.

Επίσης, θα πρέπει να αξιοποιεί σταθερά τις ειδικές recruitment platforms & events, που είναι εξειδικευμένες σε θέματα ευκαιριών απασχόλησης. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι εξάλλου να αναδεικνύει προσφορές και παροχές που έχουν ως στόχο τη βελτίωση της ποιότητας εργασίας εντός της εταιρίας, αφού, όπως έχει αποδειχθεί, ένα υγιές και ευχάριστο εργασιακό περιβάλλον διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην προσέλκυση και στη διατήρηση ταλέντων.

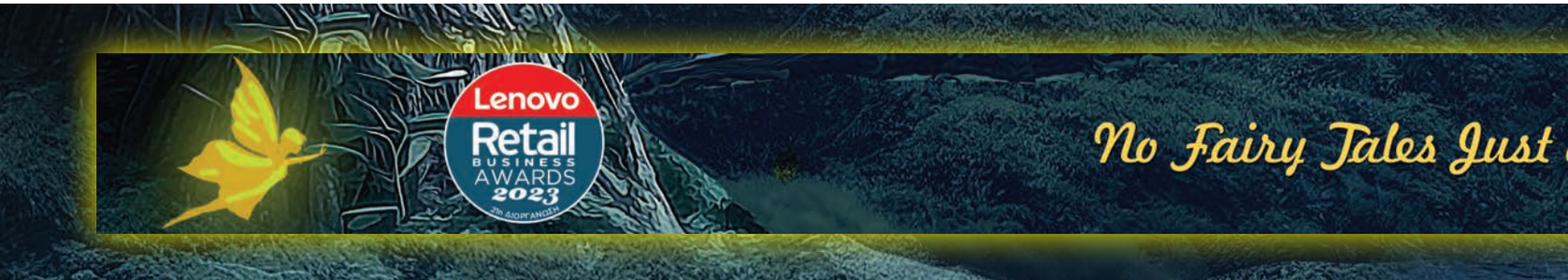
Παράλληλα, η εταιρία θα πρέπει να παρέχει εύκολη πρόσβαση σε εργαλεία και προγράμματα κατάρτισης και εκπαίδευσης και να αποδεικνύει διαρκώς, με πειστικό και έμπρακτο τρόπο, ότι ενθαρρύνει την επαγγελματική ανέλιξη. Πέρα από όλα αυτά ωστόσο, θα πρέπει να έχει και να επικοινωνεί μια ξεκάθαρη στρατηγική ευέλικτου ωραρίου αλλά και ευέλικτων μεθόδων εργασίας, ειδικά σήμερα στην εποχή της πανδημίας. Τέλος, θα πρέπει η εταιρία να δημιουργήσει και να επικοινωνεί ένα ισχυρό σύστημα ενθάρρυνσης, εποικοδομητικής αξιολόγησης και ανταμοιβής.

Lenovo RetailBusiness Awards: Βραβεύθηκαν τα πραγματικά Retail Success Stories του 2023

Με την ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΣΚΛΑΒΕΝΙΤΗΣ ΑΕΕ να αναδεικνύεται Retailer της Χρονιάς και τον Άγγελο Κρητικό, πρόεδρο και διευθύνοντα σύμβουλο της ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός, να αποσπά τη διάκριση του Retail Manager, ολοκληρώθηκε η 21η Τελετή Απονομής των Lenovo RetailBusiness Awards 2023, από την Direction και το περιοδικό RetailBusiness.

Η μεγάλη γιορτή για το **Ελληνικό Λιανικό Εμπόριο και τη Βιομηχανία** πραγματοποιήθηκε φέτος τη Δευτέρα 22 Ιανουαρίου στο **Μέγαρο Μουσικής Αθηνών** (αίθουσα Banquet), με τη συνεργασία του **Συνδέσμου Επιχειρήσεων Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος** (ΣΕΛΠΕ), της **Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας** (ΕΣΕΕ) και της νεοσύστατης **Ένωσης Σούπερ Μάρκετ Ελλάδος** (ΕΣΕ). Όπως κάθε χρόνο, τελούσε υπό την αιγίδα του **Υπουργείου Ανάπτυξης.**

Για ακόμη μια φορά ο πιο σημαντικός, μακροβιότερος και πιο καταξιωμένος θεσμός για το χώρο του Ελληνικού Λιανεμπορίου και της Βιομηχανίας ανέδειξε και τίμησε τα πραγματικά Retail Success Stories, καθώς επιβράβευσε ανθρώπους, επιχειρήσεις και πρακτικές που ξεχωρίζουν και οδηγούν τον κλάδο συνεχώς πιο μπροστά. Το «παρών» στη μεγάλη γιορτή της αγοράς έδωσαν περισσότερα από 450 στελέχη από τους χώρους του Λιανεμπορίου, της Βιομηχανίας και της Επικοινωνίας, καθώς και εκπρόσωποι του δημοσιογραφικού κόσμου.



Σημειώνεται πως οι νικητές, όπως σε κάθε διοργάνωση του θεσμού, αναδείχθηκαν μετά την αξιολόγηση και την ψηφοφορία ευρύτατης επιτροπής αξιολόγησης, στην οποία συμμετείχαν εκπρόσωποι των σημαντικότερων θεσμικών φορέων, ινστιτούτων και επιμελητηρίων της ελληνικής αγοράς, επικεφαλής εταιρειών έρευνας, CEOs καταξιωμένων εταιρειών του κλάδου και ομάδα αναγνωρισμένων ακαδημαϊκών. Η Deloitte Ελλάδος αποτέλεσε τον ελεγκτικό φορέα, διασφαλίζοντας πως η διαδικασία πραγματοποιήθηκε με απόλυτη διαφάνεια, αντικειμενικότητα και αξιοπιστία για ακόμα μία χρονιά.

Προμηθευτές της Χρονιάς, βάσει της έρευνας που πραγματοποιήθηκε για 14η συνεχή χρονιά αποκλειστικά για το περιοδικό **RetailBusiness** και την **Direction Business Network,** σε συνεργασία με την εταιρεία ερευνών **The Hellenic Research House,** αναδείχθηκαν οι **Γρ. Σαράντης** (Non Food), **Βίκος** (Food & Drink), **B/S/H** (Λευκές - Μαύρες Συσκευές) και **Lenovo** (Τεχνολογία).

Στις εταιρείες που απέσπασαν διάκριση στα Lenovo RetailBusiness Awards 2023 συμπεριλαμβάνονται οι: **ΑΒ Βασιλόπουλος, ALFA Αθανάσιος Δ. Κουκουτάρης, ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός, Answear, 2023 21η ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΠΣΙ Πίνδος, Arla Foods Hellas, attp, Avin Oil, Bold Ogilvy, Γαλαξίας (Πέντε Α.Ε.), Γερμανός, Γρηγόρης, Coffee Berry, Coffee Island, Cosmote, Cosmos Sport, ΔΕΗ, Διαμαντής Μασούτης, DEVA, DDB, e-Fresh, ΕΛΑΪΣ-Unilever Hellas, Endless EC, Frank & Fame, Goody'S Burger House, Grey Athens, Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων (Βίκος), IKEA, JD Sports, Kafea Terra, Κωτσόβολος - Dixons South East Europe, ΚΟΡΕ, Kyknos, ΜΕΓΑ Προϊόντα Ατομικής Υγιεινής, Metro-My market, Μέλισσα Κίκιζας, Μουστάκας, Μπάρμπα Στάθης, ΟΚ! Anytime Markets, Pepco, Πλαίσιο Computers, Premier Capital Hellas (McDonald's), Σαράντης, Sephora, Skroutz, Soho Square, Τράπεζα Πειραιώς, Pet City, Pink Woman.** Μπορείτε να δείτε αναλυτικά τους νικητές όλων των βραβείων στο www.retailawards.gr.

Σημειώνεται πως στο πλαίσιο της Τελετής Απονομής απονεμήθηκε και η διάκριση του Logistics Professional, με βάση αξιολόγηση στην οποία προχώρησαν τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου του Ινστιτούτου Logistics Management Ελλάδας. Τη διάκριση έλαβε ο **Θρασύβουλος Μακιός,** CEO της Makios Logistics S.S. και Deputy CEO της Streem Global S.A.

Στον εναρκτήριο χαιρετισμό του, ο εκδότης της Direction και οικοδεσπότης της βραδιάς, **Βαγγέλης Παπαλιός,** συνεχάρη όλους τους νικητές και τους συμμετέχοντες, ενώ αναφέρθηκε στη σημασία των βραβείων, υπογραμμίζοντας, μεταξύ άλλων, πως στα RetailBusiness Awards «τα βραβεία κερδίζονται και δεν χαρίζονται. **«No fairy tales, μόνο retail stories»** ήταν το βασικό μήνυμα των **Lenovo RetailBusiness Awards 2023** και αποτυπώνει απόλυτα και με τον καλύτερο τρόπο τη φιλοσοφία ενός θεσμού που για περισσότερο από 20 χρόνια επιβραβεύει τους πραγματικούς πρωταγωνιστές της αγοράς - τους άριστους σε έναν κλάδο που δεν χωράνε κανενός είδους παραμύθια. Εδώ και 21 χρόνια ο θεσμός βραβεύει και αναδεικνύει τα πραγματικά success stories», ανέφερε ακόμη χαρακτηριστικά.

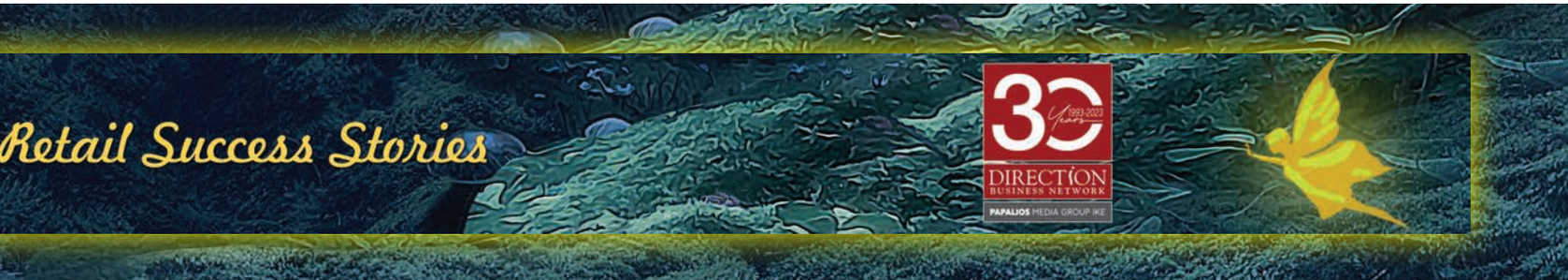
Ο **Άγγελος Κρητικός,** πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της ΑΝΕΔΗΚ Κρητικός, όταν παρέλαβε τη διάκριση του Retail Manager ανέφερε πως *«όλη αυτή η επιτυχία είναι ξεκάθαρο ότι είναι "επιτυχία ανθρώπων". Εμείς οικογένεια ξεκινήσαμε, οικογένεια αισθανόμαστε ότι είμαστε και σήμερα, με τους ανθρώπους μας, με τους συνεργάτες μας, με όλο τον κόσμο που είναι κοντά μας».*

Ο **Στέφανος Ξηράκης,** γενικός εμπορικός διευθυντής του Ομίλου Σκλαβενίτη, παρέλαβε την κορυφαία διάκριση της βραδιάς από τον υφυπουργό Ανάπτυξης, **Μάξιμο Σενετάκη,** και τόνισε πως *«ανήκει στους εργαζομένους μας, στα στελέχη μας και στη σωστή διαχείριση που κάνουν οι μέτοχοι». Λίγο νωρίτερα, ο υφυπουργός, μεταξύ άλλων, είχε σημειώσει πως το λιανεμπόριο αποτελεί σημαντικό κομμάτι του success story της ελληνικής οικονομίας, ενώ τόνισε πως η πολιτεία και η αγορά θα πρέπει να προχωρούν μαζί, «για να μπορέσουμε να αντιμετωπίσουμε το "θηρίο" του πληθωρισμού».*

Παρουσιαστές της βραδιάς ήταν οι δημοσιογράφοι **Δημήτρης Καμπουράκης** και **Δώρα Παντέλη.**

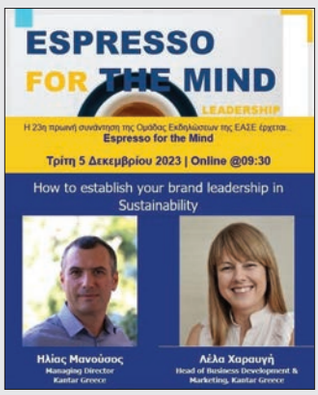
Χορηγός Τίτλου της φετινής διοργάνωσης RetailBusiness Awards 2023 ήταν για τέταρτη συνεχόμενη χρονιά η **Lenovo,** με τον **Παναγιώτη Μακρυνιώτη,** γενικό διευθυντή της εταιρείας για Ελλάδα και Κύπρο, να σημειώνει, μεταξύ άλλων στο χαιρετισμό του πως *«τα RetailBusiness Awards έχουν γίνει θεσμός και για τη Lenovo. Συνεχίζουμε σταθερά και με πολλή χαρά να στηρίζουμε αυτό τον καταξιωμένο θεσμό, γιατί ως παγκόσμιος ηγέτης στο χώρο της τεχνολογίας στη Lenovo θεωρούμε καθήκον μας να στηρίζουμε την επιβράβευση της καινοτομίας και της δημιουργικότητας».*

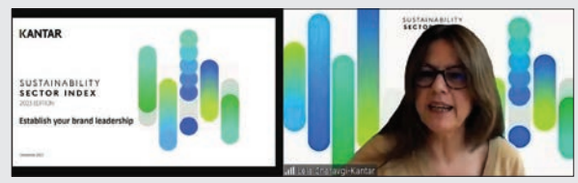
Μέγας Χορηγός ήταν η **ΔΕΗ.** Η **ΑΒ Βασιλόπουλος** υπήρξε χορηγός των κατηγοριών «Προμηθευτής της Χρονιάς Food & Drink - Non Food» και η **Κωτσόβολος Dixons South East Europe** των κατηγοριών «Προμηθευτής της Χρονιάς Λευκές & Μαύρες Συσκευές - Τεχνολογία». Το **SPC** υποστήριξε χορηγικά την κατηγορία Retail Campaign, η **Sarantis Group** την κατηγορία CSR Retail Strategy και η **Διαμαντής Μασούτης** την κατηγορία «Supplier's Brand Campaign». Επίσης, τη διοργάνωση υποστήριξαν οι **Σκλαβενίτης** (Χορηγός), **Choose** (Creative Partner), **Asterias Creative Design, Sound & Visual Κ. Παπαθανασίου, Vision** (Official Partners), **Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων** (Βίκος), **Kafea Terra, Evin Intzoglou, The Writing Fields** (Υποστηρικτές), **Semeli Estate** (Χορηγός Οίνου), **Pressious Arvanitidis** (Εκτυπώσεις), **Polichromo** (Ψηφιακές Εκτυπώσεις), **WPS** (Διανομές) και **Deloitte** (Ελεγκτικός Φορέας).



Espresso for the mind Event Series

Την Τρίτη 5 Δεκεμβρίου 2023 πραγματοποιήθηκε το τελευταίο διαδικτυακό Espresso for the mind της χρονιάς με θέμα "How to establish your brand leadership in Sustainability". Καλεσμένοι ομιλητές ήταν ο **Ηλίας Μανούσος,** Managing Director, Kantar Greece και η **Λέλα Χαραυγή,** Head of Business Development & Marketing, Kantar Greece, οι οποίοι ανέλυσαν τη σημασία της βιωσιμότητας ως απαραίτητο στοιχείο για την επιχειρηματική απόδοση και καθοριστικό παράγοντα ώστε τα brands να χτίσουν και να διατηρήσουν την εμπιστοσύνη των ανθρώπων, διαπιστώνοντας ότι η επίτευξη της παραμένει πρόκληση καθώς απαιτεί μετασχηματισμούς σε γνωστές πρακτικές. Βάσει του Δείκτη Βιωσιμότητας της Kantar για το 2023, 4 στους 10 καταναλωτές στην Ελλάδα έχουν σταματήσει να αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες που έχουν αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον ή την κοινωνία. Στη συνέχεια, οι δύο ομιλητές συζήτησαν με τα μέλη της ΕΑΣΕ για τους τομείς που ηγούνται στον βιώσιμο μετασχηματισμό, τα κύρια περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ανθρώπων για τα brands σε διάφορους τομείς, τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να αναπλαστεί ο ρόλος του marketing, ώστε να γίνει μέρος της λύσης καθώς και για τους τρόπους με τους οποίους τα brands μπορούν να βοηθήσουν τους ανθρώπους να ενεργούν σύμφωνα με τις αξίες τους.





Το συντονισμό της εκδήλωσης είχε η **Ντορίνα Οικονομοπούλου,** CEO, March McLennan Greece, μέλος Δ.Σ. ΕΑΣΕ και Επικεφαλής της Ομάδας Δράσης της ΕΑΣΕ για τις εκδηλώσεις.

Ambassadors' Talk με τον Έλληνα Πρέσβη στην Τουρκία

Έναν γόνιμο διάλογο είχαν τα μέλη της ΕΑΣΕ με τον **Χριστόδουλο Λάζαρη,** Πρέσβη της Ελλάδας στην Τουρκία, σε μια ακόμα συνάντηση του κύκλου εκδηλώσεων, Ambassadors' Talk, η οποία πραγματοποιήθηκε με φυσική παρουσία στο γραφείο της ΕΑΣΕ την Τετάρτη 13 Δεκεμβρίου 2023.

WINTER DINNER ΕΑΣΕ

Οι φίλοι της ΕΑΣΕ, τα μέλη και οι σύντροφοί τους απόλαυσαν ένα εορταστικό δείπνο στον ατμοσφαιρικό χώρο του Gazarte την Πέμπτη 7 Δεκεμβρίου 2023 και αποχαιρέτησαν το έτος που έφυγε, ανταλλάσσοντας ευχές για χαρούμενες γιορτές. Η εκδήλωση ήταν ένα party με άφθονο χορό υπό τους ήχους των 48 Ωρών.

Χορηγοί: Ελληνικές Διανομές Α.Ε., Hellenic Duty Free Shops, Τατάκης Wines

Επιμέλεια: Κωνσταντίνα Μακρυθανάση, ΕΑΣΕ

Το αρχοντικό Μέτσοβο

Το μεγαλύτερο και πολυπληθέστερο κεφαλοχώρι της χώρας, εκτός από ένας ιδιαίτερος ταξιδιωτικός προορισμός, είναι και ένα πολύ ενδιαφέρον μέρος οινογνωσίας, τέχνης και πολιτισμού.

ΓΡΑΦΕΙ Η ΕΛΙΣΑΒΕΤ ΠΑΠΟΥΛΙΟΥ

Χτισμένο αμφιθεατρικά στις κατάφυτες πλαγιές της Πίνδου σε υψόμετρο 1.200 μ., πάνω από τον μετσοβίτικο ποταμό, το μοναδικό αυτό χωριό των Βλάχων είναι από μόνο του σπουδαίος χειμερινός -και όχι μόνο- προορισμός. Το γεγονός ότι το Μέτσοβο είναι πατρίδα εθνικών ευεργετών, όπως ο Γεώργιος Αβέρωφ, ο Μιχαήλ Τοσίτσας και ο Νικόλαος Στουρνάρας, αλλά και του μετέπειτα Ευάγγελου Αβέρωφ Τοσίτσα, έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξή του. Οι φυσιολάτρες το έχουν ψηλά στις προτιμήσεις τους, λόγω των πεζοπορικών διαδρομών και των δύο μικρών χιονοδρομικών κέντρων του. Η ευρύτερη περιοχή άλλωστε είναι μαγική. «Φυτεμένο» το ίδιο μέσα στον Εθνικό Δρυμό της Πίνδου, δίπλα στη συναρπαστική Βάλια Κάλντα, δεν έχει να ζηλέψει τίποτα από διάσημα χειμερινά resorts του εξωτερικού. Η ιστορία του χωριού επαναπροσδιορίζεται το 1959, όταν ο Ευάγγελος Αβέρωφ οραματίζεται την ανασύσταση του Μετσόβου. Στα σχέδιά του είναι ένα οινοποιείο για ένα νέο μοντέρνο και κοσμοπολίτικο κρασί, ένα πρότυπο τυροκομείο και ένα ίδρυμα που θα αναβαθμίζει και θα προχωράει μπροστά τον τόπο του. Και τα πέτυχε όλα. Στα 1.000 μέτρα υψόμετρο, δημιουργείται ο πρώτος αμπελώνας -μελετημένος και σωστά προσανατολισμένος- με ποικιλίες Cabernet Sauvignon, Merlot και Cabernet Franc, που εισάγονται για πρώτη φορά στην Ελλάδα από τη Γαλλία.

Περίπατος στην πόλη με τους μοναδικούς κατοίκους της

Η πόλη του Μετσόβου μοιάζει περισσότερο με ορεινό χωριό της Ηπείρου και είναι το κέντρο του βλάχικου πληθυσμού της Ελλάδας, η γλώσσα του οποίου είναι λατινικής προέλευσης και περιέχει στοιχεία ελληνικών και βαλκανικών διαλέκτων. Κάνοντας μια βόλτα στην πόλη, μπορείτε να δείτε όλες αυτές τις παραδόσεις στην αρχιτεκτονική και στα υφαντά που έφεραν στο Μέτσοβο τόση ευημερία κατά την οθωμανική εποχή. Μπορείτε επίσης να ακούσετε τη βλάχικη διάλεκτο και να μυρίσετε τα ψητά κρέατα που αγαπούν τόσο πολύ οι επισκέπτες. Η πλακόστρωτη κεντρική πλατεία κατακλύζεται κυριολεκτικά από κόσμο, ιδίως τα Σαββατοκύριακα, όταν επισκέπτονται το χωριό και τουρίστες ή εκδρομείς από τα γύρω μέρη (π.χ. Ιωάννινα). Στην πλατεία ξεχωριστή θέση έχει η επιβλητική εκκλησία της Αγίας Παρασκευής, η οποία χρονολογείται πριν από το 1511, αλλά και το άγαλμα με τις αρκούδες της Πίνδου. Τριγύρω υπάρχουν μαγαζάκια με τοπικά προϊόντα και ταβέρνες, ενώ ο ήχος του τρεχούμενου νερού από τις περίπου 20 βρύσες, πολλές από τις οποίες έχουν ονόματα διάσημων Μετσοβιτών (Μαρία Βλάχα, Νίτσα και Φλόκα), θα σας θυμίζουν συνεχώς πως βρίσκεστε σε ορεινό χωριό. Καθώς εξερευνάτε την πόλη, θα συναντήσετε το άγαλμα του Ευάγγελου Αβέρωφ-Τοσίτσα (δισέγγονου του Γεωργίου) και θα δείτε τους Μετσοβίτες στην κα-

θημερινότητά τους. Αξίζει να κατεβείτε στο μετσοβίτικο ποτάμι και να επισκεφθείτε τα κοντινά μοναστήρια, ειδικά αυτό που είναι αφιερωμένο στην Κοίμηση της Θεοτόκου. Κατά μήκος του ποταμού Άραχθου βρίσκεται και ο αναπαλαιωμένος νερόμυλος του βουνού της Τζίνας, που σήμερα αποτελεί μουσείο.

Ο Αβερώφειος Κήπος και η θέα της οροσειράς της Πίνδου

Ο Αβερώφειος Κήπος βρίσκεται σε μικρή απόσταση με τα πόδια, επάνω ακριβώς από την κεντρική πλατεία και είναι γεμάτος με δέντρα και φυτά που αντιπροσωπεύουν τη χλωρίδα της Πίνδου, ενώ στο κέντρο του βρίσκεται η εκκλησία του Αγίου Γεωργίου, όπου ο Γεώργιος Αβέρωφ -ένας από τους μεγαλύτερους ευεργέτες της Ελλάδας και διάσημος Μετσοβίτης- προσευχήθηκε προτού αναχωρήσει για την Αλεξάνδρεια της Αιγύπτου το 1837. Ο Αβέρωφ έκανε την περιουσία του στην Αίγυπτο και χρηματοδότησε την ανοικοδόμηση του Μετσόβου, όταν αυτό καταστράφηκε μετά από μια εξέγερση κατά των Οθωμανών το 1854. Χρηματοδότησε, επίσης, έναν απίστευτο αριθμό σχολείων, την ανακαίνιση του Παναθηναϊκού Σταδίου της Αθήνας, πριν από τους πρώτους σύγχρονους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1896 και το κορυφαίο θωρηκτό της Ελλάδας εκείνη την εποχή. Εδώ λοιπόν, σε αυτό το σημείο, έστειλε έναν κηπουρό από την Αλεξάνδρεια, για να δημιουργήσει αυτό τον κήπο. Αυτή η παρέμβαση έδωσε μια ιδιαίτερη ατμόσφαιρα και στην εκκλησία, η οποία αποτελεί χαρακτηριστικό αρχιτεκτονικό δείγμα βασιλικής και περιέχει εικόνες που χρονολογούνται από τις αρχές του 18ου αιώνα.

Τα περίφημα κρασιά του Μετσόβου στο Οινοποιείο Κατώγι Αβέρωφ

Η ανακάλυψη της τοπικής οινικής παράδοσης είναι από μόνη της ένας λόγος για να επιλέξετε το Μέτσοβο για τις διακοπές σας. Το οινοποιείο Κατώγι Αβέρωφ, λίγο πιο πάνω από τον Αβερώφειο Κήπο, ιδρύθηκε από τον Ευάγγελο Αβέρωφ, έναν επιφανή Έλληνα πολιτικό που πήρε επίσης το όνομα Τοσίτσας -από μια άλλη διάσημη τοπική οικογένεια ευεργετών- και δημιούργησε ένα ίδρυμα, με σκοπό την επιστροφή του Μετσόβου στην παλιά του αίγλη από τη δεκαετία του 1950. Ο Αβέρωφ είχε το όραμα να φυτέψει αμπέλια στις απόκρημνες πλαγιές της Πίνδου και να εισαγάγει το σταφύλι Cabernet Sauvignon στην Ελλάδα. Το οινοποιείο που δημιούργησε διοικείται σήμερα από τον εγγονό του. Παράλληλα, λειτουργεί ως ξενοδοχείο και προσφέρει μοναδικές ξεναγήσεις στο οινοποιείο. Σε υψόμετρο 1.050 μέτρων, οι αμπελώνες είναι οι υψηλότεροι στην Ελλάδα και τα κελάρια είναι γεμάτα με αντικείμενα που παρουσιάζουν τις παραδοσιακές και σύγχρονες διαδικασίες οινοποίησης. Υπάρχουν, επίσης, 1.200 δρύινα βαρέλια και μια αίθουσα γευσιγνωσίας, όπου η ατμόσφαιρα που δημιουργείται από τις φωτισμένες άδειες φιάλες κρασιού αποτελεί σίγουρα μέρος αυτής της ξεχωριστής εμπειρίας.

Ταξίδι στο παρελθόν με μια επίσκεψη στο Λαογραφικό Μουσείο

Το Λαογραφικό Μουσείο του Μετσόβου στεγάζεται στο ανακαινισμένο αρχοντικό της οικογένειας Τοσίτσα, χτισμένο το 1661. Λειτουργεί από το 1988 και στεγάζεται σε ένα υπέροχο τριώροφο κτίσμα, το οποίο επεκτάθηκε και εκσυγχρονίστηκε το 1994. Πρόκειται για ένα συναρπαστικό μουσείο, που σε μεταφέρει στην καθημερινότητα μιας από τις πιο ιστορικές οικογένειες της Ελλάδας, σε ένα απομακρυσμένο ορεινό χωριό κατά τη διάρκεια μιας άλλης εποχής. Είναι κατά γενική ομολογία μια από τις σημαντικότερες πινακοθήκες ολόκληρης της χώρας. Βάση της πινακοθήκης είναι η προσωπική συλλογή του Ευάγγελου Αβέρωφ, με έργα των σημαντικότερων Ελλήνων δημιουργών των δύο τελευταίων αιώνων, όπως αυτά των Γύζη, Λύτρα, Χατζηκυριάκου-Γκίκα, Τσαρούχη, Μόραλη και Φασιανού. Ιδιαίτερης αξίας

είναι, επίσης, και τα χαρακτικά του μουσείου. Αξίζει να ξεναγηθείτε στα δωμάτια, τους στάβλους, τις αποθήκες και τα σαλόνια του αρχοντικού, μαθαίνοντας τα πάντα για τα όπλα που χρησιμοποιήθηκαν στην επανάσταση του 1821 κατά των Οθωμανών, καθώς και για είδη καθημερινής χρήσης, όπως σκεύη κουζίνας και αργαλειούς, ασημικά και άλλα οικογενειακά κειμήλια και μια εντυπωσιακή συλλογή πανέμορφων εικόνων. Ο τρίτος όροφος είναι αφιερωμένος στον Ευάγγελο Αβέρωφ, με προσωπικά αντικείμενα και φωτογραφίες από τη ζωή του. Πρόκειται για ένα από τα ομορφότερα αρχοντικά της Ηπείρου.

Τα απολαυστικά τυριά με γεύση Μετσόβου

Το τυρί και το Μέτσοβο είναι απόλυτα συνδεδεμένα. Στην πραγματικότητα, τα πιο γνωστά τυριά της περιοχής έχουν το Μέτσοβο στο όνομά τους. Το Μετσοβόνε, ένα καπνιστό, σκληρό, κυρίως αγελαδινό τυρί, είναι το blockbuster της περιοχής, με καθεστώς Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης και προετοιμασία που περιλαμβάνει ωρίμαση για τρεις μήνες και κάπνισμα με καμένο χόρτο και βότανα για 12 ημέρες. Μπορείτε να δοκιμάσετε ημίσκληρη μετσοβέλα, γλυκιά γραβιέρα, Grana, ένα είδος παρμεζάνας, μαλακό γαλοτύρι, που μπορεί να αλειφθεί σε πίτες και ένα είδος chevre που ονομάζεται μπατσίσιο, καθώς και άλλα τυριά εμποτισμένα με κόκκινο κρασί και άγρια βότανα. Το βούτυρο του Μετσόβου είναι, επίσης, πολύ ιδιαίτερο. Για άλλη μια φορά, πρέπει να ευχαριστήσουμε την οικογένεια Αβέρωφ για αυτή την κληρονομιά, αφού το Ίδρυμα Τοσίτσα (ιδρύθηκε από τον Ευάγγελο Αβέρωφ) επένδυσε σε τυροκόμους από το Μέτσοβο που τελειοποίησαν τις δεξιότητές τους στην Ιταλία. Σήμερα, το Μέτσοβο παράγει 170 τόνους τυριού από το γάλα των ντόπιων προβάτων, κατσικιών και αγελάδων.

Η επική ομορφιά της λίμνης του ποταμού Αώου

Η λίμνη του Αώου ποταμού βρίσκεται 20 λεπτά βόρεια του Μετσόβου με το αυτοκίνητο και προέκυψε από την κατασκευή υδροηλεκτρικού φράγματος τη δεκαετία του '80. Η λίμνη έχει έκταση περίπου 12 χλμ., με ένα νησάκι να ξεπροβάλλει στην επιφάνειά της, ενώ περιβάλλεται από δέντρα μαύρης πεύκης και ρομπόλας, που δημιουργούν ένα σκηνικό εκπληκτικής ομορφιάς. Δημιουργήθηκε το 1987 σε υψόμετρο 1.340 μέτρων και σκοπός κατά τη δημιουργία της ήταν να χρησιμοποιηθεί για την κίνηση υδροηλεκτρικού εργοστασίου της ΔΕΗ. Μπορείτε να οδηγήσετε πάνω από μικρά φράγματα και να χαρείτε μοναδικές εικόνες, ενώ για τους λάτρεις του ψαρέματος, μπορείτε να δοκιμάσετε τις δυνάμεις σας ψαρεύοντας πέστροφες. Επίσης, μπορείτε να δείτε τα γιγάντια ρόμπολα πάνω στις ορεινές αμμουδιές και κάνοντας το γύρο της λίμνης να απολαύσετε την απίστευτη θέα της Πίνδου.

Χιονοδρομικά κέντρα για όσους αγαπούν το σκι

Το νεότερο χιονοδρομικό κέντρο της Ελλάδας, το Ανήλιο Μετσόβου, βρίσκεται σε υψόμετρο 1.650-1.850 μέτρων στην τοποθεσία Καρακόλι, μόλις 1,5 χιλιόμετρο από το Μέτσοβο. Διαθέτει πίστες για όλα τα επίπεδα των σκιέρ και snowboarders, αλλά και δυνατότητα για καταβάσεις σε απάτητο χιόνι. Ο εξοπλισμός περιλαμβάνει έναν διθέσιο αναβατήρα μήκους 800 μέτρων, δύο ολοκαίνουργια συρόμενα 280 και 300 μέτρων, δύο baby lifts και δύο χιονοστρωτήρες. Το πετρόχτιστο σαλέ του αναπτύσσεται σε δύο επίπεδα, με δύο τζάκια και θέα στις πίστες και στο Μέτσοβο. Ανάμεσα σε άλλα, μπορεί κανείς να δοκιμάσει και τοπικούς μεζέδες. Τέλος, σε απόσταση μόλις τεσσάρων χιλιομέτρων από το Μέτσοβο υπάρχει και το χιονοδρομικό κέντρο «Πολιτσιές» στη θέση Προφήτης Ηλίας. Το υψόμετρό του κυμαίνεται από τα 1.360 μέτρα μέχρι τα 1.620. Έχει δύο συρόμενους αναβατήρες με μήκος 700 και 550 μέτρα αντίστοιχα κι ένα baby lift 150 μέτρων.

LOUD QUITTING

Οι αιτίες και οι επιπτώσεις του νέου work trend, που διαφέρει κατά πολύ από το quiet quitting.

Στον απόηχο της κρίσης της πανδημίας μια νέα τάση έκανε την εμφάνισή της. Ο λόγος για το «loud quitting» ή, αλλιώς, ηχηρή παραίτηση, το οποίο τείνει να κατακτά όλο και περισσότερο έδαφος και δημοτικότητα μεταξύ των εργαζομένων. Συγκεκριμένα, το loud quitting διαδέχθηκε το quiet quitting, το οποίο επικράτησε στη διάρκεια της Covid-19.

Το loud quitting δεν έχει να κάνει με την παραίτηση αυτή καθαυτή, αλλά με την απειλή αυτής. Ξεκινάει με ένα γενικότερο αίσθημα δυσφορίας, η οποία μετεξελίσσεται σε μια ελαφριά διάθεση αποχώρησης από μια θέση εργασίας. Σύμφωνα με έκθεση του Ινστιτούτου Gallup, το 51% των εργαζομένων δήλωσαν ότι παρακολουθούν τις κινήσεις στον τομέα τους ή αναζητούν ενεργά μια νέα θέση εργασίας. Επίσης, η έρευνα έδειξε ότι τα ποσοστά άγχους μεταξύ των εργαζομένων βρίσκονται σε επίπεδα ρεκόρ. Όλοι αυτοί οι παράγοντες συμβάλλουν στην τάση της ηχηρής παραίτησης.

Η ηχηρή παραίτηση, η οποία μπορεί επίσης να είναι γνωστή ως «ενεργή αποδέσμευση», έρχεται σε αντίθεση με την αθόρυβη παραίτηση, κατά την οποία οι άνθρωποι διατηρούν τη δουλειά τους, αλλά απομακρύνονται νοητικά από τα βάρη της εργασίας. Για παράδειγμα, εργάζονται μόνο τον απαιτούμενο αριθμό ωρών και δεν καθιστούν τη δουλειά τους σημαντικό κέντρο της ζωής τους.

Βέβαια, σημαντικό είναι να αναφερθεί πως ούτε το quiet ούτε το loud quitting είναι νέες έννοιες, απλώς έκαναν την επανεμφάνισή τους εν μέρει εξαιτίας των απροσδόκητων αλλαγών στο χώρο εργασίας κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Το loud quitting εκδηλώνεται με διάφορους τρόπους. Κατ' αρχάς οι εργαζόμενοι κάνουν αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αφήνοντας αιχμές για την εταιρεία, στην οποία εργάζονται, καθώς και για την επικείμενη παραίτησή τους. Παράλληλα, ενημερώνουν συναδέλφους ότι επεξεργάζονται το ενδεχόμενο της αποχώρησης. Το τελικό στάδιο είναι η επίσκεψη στο γραφείο του προϊσταμένου, στον οποίο δηλώνουν παραίτηση εξαιτίας των υπερβολικών ωρών εργασίας, στις οποίες δεν δύνανται πλέον να αντεπεξέλθουν.

Τελικά, όμως, συμφέρει το loud quitting; Αξίζει η κατανάλωση σκέψης και ενέργειας σε έναν κόσμο τόσο ρευστό, όπου επικρατεί ένα γενικότερο αίσθημα αβεβαιότητας;

Σαφώς, εκείνη τη στιγμή που πολλοί αποφασίζουν να εξωτερικεύσουν στον επικεφαλής τους τις σκέψεις τους μέσω της ηχηρής παραίτησης, νιώθουν άμεσα μια ευχαρίστηση. Βέβαια, κανείς οφείλει να το σκεφτεί και να το επεξεργαστεί καλά δύο και τρεις φορές προτού λάβει μια τέτοια απόφαση. Παρά το γεγονός ότι το loud quitting αποτελεί σήμερα μια αρκετά δημοφιλή τάση, αυτό δεν σημαίνει πως η υιοθέτηση μιας τέτοιας στάσης, η οποία διακρίνεται περισσότερο από εγωιστικά αισθήματα και δεν αποτελεί απότοκο ωρίμου σκέψεως, δεν θα έχει συνέπειες σε μια νέα εργασία ή στη γενικότερη καριέρα ενός ατόμου. Πιο συγκεκριμένα, εάν κανείς επιλέξει να ενεργήσει βάσει του loud quitting, είναι πολύ πιθανό να φθείρει σημαντικά τη σχέση του με τον μέχρι σήμερα εργοδότη του.

Από την πλευρά των εργοδοτών, η ηχηρή παραίτηση μπορεί να επηρεάσει τη φήμη της εταιρείας με τη διασπορά αρνητικών απόψεων και σχολίων.

Καταληκτικά, το loud quitting φαίνεται να είναι επιλογή μόνο για κάποιον ο οποίος σκέφτεται να αφήσει πίσω του ένα εργασιακό περιβάλλον, το οποίο τον απογοητεύει ή το μισεί. Σε περίπτωση, δηλαδή, που η παραίτηση έχει φτάσει να αποτελεί τη μοναδική επιλογή. Είναι στο χέρι των business leaders να οικοδομήσουν ένα εργασιακό περιβάλλον και μια κουλτούρα τέτοια, όπου ανάλογα φαινόμενα και τάσεις δεν θα έχουν χώρο και αφορμή να εκδηλωθούν.

INTERAMERICAN

Βοηθάμε τους ανθρώπους να ζουν ασφαλέστερα, περισσότερο και καλύτερα

Είμαστε ένας οργανισμός που ζει για να ζεις καλύτερα.

Για περισσότερα από 50 χρόνια είμαστε μέρος της ζωής σου, δίπλα σου σε κάθε μεγάλη ή μικρή στιγμή.

Φροντίζουμε και υποστηρίζουμε με αξιοπιστία περισσότερους από 1.000.000 πελάτες.

Σήμερα προσφέρουμε νέες δυνατότητες, εστιάζουμε στην καινοτομία και αξιοποιούμε κάθε σύγχρονο τεχνολογικό εργαλείο, κάνοντας καλύτερη την καθημερινότητα και προσφέροντας έναν ολοκληρωμένο κόσμο υπηρεσιών.

Μαζί δημιουργούμε ένα αισιόδοξο και βιώσιμο μέλλον για σένα, την οικογένειά σου, την κοινωνία. Για όλους μας.

www.interamerican.gr

Η Interamerican είναι μέλος της **achmea**

NEW ALFA ROMEO TONALE PLUG-IN HYBRID
A NEW CHARGE OF SPORTINESS

Η TONALE PLUG-IN HYBRID 280hp ήρθε να σας προσφέρει
μια νέα εμπειρία σπορ οδήγησης αλλά και εξηλεκτρισμένης κίνησης.

Αποκτήστε την με μηδενικό φόρο εταιρικής χρήσης.

JOIN THE TRIBE