

Καθοδήγηση μελέτης ΔΕΟ 11 (5η & 6η εβδομάδα)

Αγαπητοί/ες φοιτητές/τριες της ΔΕΟ 11,

Ελπίζω να είστε καλά!

Διανύουμε την 6η εβδομάδα του τρέχοντος ακαδημαϊκού έτους 2024-25. Στο παρόν μήνυμα μοιράζομαι μαζί σας την **καθοδήγηση μελέτη** της ΔΕΟ 11 για την 5η & 6η εβδομάδα (28/10 - 10/11).

Συνοψίζοντας τα βασικά σημεία του 7ου και 4ου κεφαλαίου του βιβλίου *Εισαγωγή στη Διοίκηση* του Colin Combe (κεφάλαια των οποίων την ύλη πρέπει να ολοκληρώσουμε στο τέλος της τρέχουσας εβδομάδας) θα συμβούλευα να επικεντρωθούμε κυρίως:

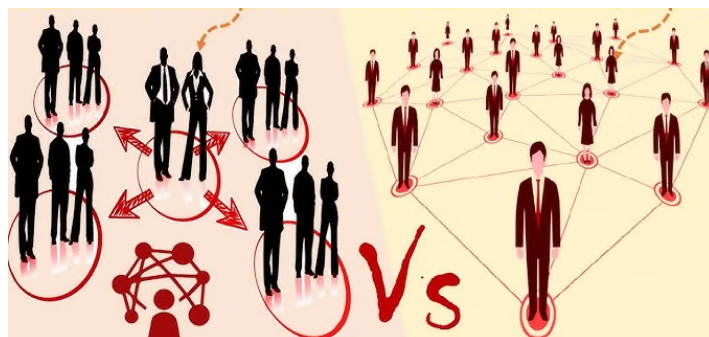
7ο κεφάλαιο



- Στις συνθήκες που επηρεάζουν τη λήψη αποφάσεων,
- Στο περιεχόμενο των προγραμματισμένων και των μη προγραμματισμένων αποφάσεων,
- Στις παραδοχές/υποθέσεις και τα στάδια του ορθολογικού μοντέλου λήψης αποφάσεων,

- Στα βασικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν το διοικητικό μοντέλο λήψης αποφάσεων,
- Στο περιεχόμενο του διαισθητικού μοντέλου λήψης αποφάσεων.

4ο κεφάλαιο



- Στο περιεχόμενο των τριών κυρίων τύπων εξουσίας,
- Στους καθοριστικούς παράγοντες που διαμορφώνουν το επίπεδο συγκέντρωσης/αποκέντρωσης της δύναμης λήψης αποφάσεων,
- Στα πλεονεκτήματα και τους περιορισμούς της συγκέντρωσης και της αποκέντρωσης.
- Στο περιεχόμενο της έννοιας της εξειδίκευσης εργασίας.

Έχοντας κατά νου τις **διαφάνειες μαθημάτων** που θα βρείτε στην υποενότητα με τίτλο @ e-Τάξη (Διαφάνειες Μαθημάτων) (πάνω-πάνω στην ενότητα του υλικού που σχετίζεται με το βιβλίο του Colin Combe) σας "επισυνάπτω" αμέσως παρακάτω τις εκφωνήσεις δύο ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκαν σε εργασία και εξετάσεις προηγούμενων ετών (η πρώτη σχετίζεται με τη φύση ενός επιχειρηματικού προβλήματος και η δεύτερη με το ζήτημα της εκχώρησης αρμοδιοτήτων). Βρείτε τις αναλυτικές απαντήσεις των συγκεκριμένων ερωτήσεων στις διαφάνειες μαθημάτων που εμπεριέχουν το υλικό του 7ου και 4ου κεφαλαίου



Η Skrutz, με έδρα την Αθήνα, είναι μια διακεκριμένη πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου (e-marketplace), φιλοξενώντας πάνω από 6 εκατομμύρια προϊόντα από περισσότερα από 9.000 καταστήματα. Με ένα εκτεταμένο δίκτυο συνεργαζόμενων εμπόρων, επιτρέπει ακόμη και σε εκείνους που δεν έχουν ηλεκτρονικά καταστήματα να πουλήσουν τα προϊόντα τους σε ολόκληρη την Ελλάδα, καθιστώντας την κεντρικό παίκτη στο οικοσύστημα του ελληνικού ηλεκτρονικού εμπορίου. Η πλατφόρμα αναφέρεται συχνά ως το «ελληνικό Amazon», ειδικά με την πρόσφατη επέκτασή της στην Ευρωζώνη, επιτρέποντας την αποστολή των προϊόντων που αγοράζονται από το Skrutz Marketplace σε 18 νέες χώρες, συμπεριλαμβανομένης της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Γαλλίας, της Ισπανίας και άλλων.



Το επιχειρηματικό μοντέλο της Skrutz είναι ιδιαίτερα επιτυχημένο και οι σχετικές αποφάσεις που λαμβάνονται από την εταιρεία στηρίζονται σε μεγάλο βαθμό στη χρήση νέων τεχνολογιών, όπως για παράδειγμα τα Μεγάλα Δεδομένα (Big Data) και η Επιχειρησιακή Αναλυτική (Business Analytics). Η Επιχειρησιακή Αναλυτική είναι η διαδικασία ανάλυσης δεδομένων μιας επιχείρησης για την απόκτηση πληροφοριών, τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων και την αύξηση των εσόδων, της παραγωγικότητας και της λειτουργικής αποτελεσματικότητας. Συγκεκριμένα, η εταιρεία προσφέρει στους συνεργαζόμενους προμηθευτές την υπηρεσία «Skrutz Analytics». Η εν λόγω υπηρεσία βοηθάει τους προμηθευτές να μετρούν τις πωλήσεις τους και την απόδοση του ηλεκτρονικού καταστήματός τους μέσω του Skrutz, εξάγοντας χρήσιμα στατιστικά σε πραγματικό χρόνο. Επίσης, η Skrutz πρόσφατα αποφάσισε να εφαρμόσει το σύστημα εφοδιαστικής αλυσίδας «Fulfilled by Skrutz», προσφέροντας αποθήκευση, διαχείριση αποθεμάτων, προετοιμασία παραγγελιών και συσκευασία προϊόντων με βάση τις προτιμήσεις των πελατών, συμπεριλαμβανομένων και των επιστροφών. Σε μια προσπάθεια να ανταγωνιστεί τα μεγάλα διαδικτυακά καταστήματα λιανικής πώλησης, όπως την Amazon, που προσφέρουν δωρεάν αποστολή, η Skrutz αποφάσισε να εισαγάγει το πρόγραμμα επιβράβευσης «Skrutz Plus». Τα μέλη αυτού του προγράμματος απολαμβάνουν δωρεάν αποστολή, με τα σημερινά μέλη να ανέρχονται σε 110.000. Επιπλέον, η εταιρεία αποφάσισε να αναπτύξει την πρωτοβουλία «Skrutz Points», ένα δίκτυο έξυπνων θυρίδων που τοποθετούνται σε διαφορετικές τοποθεσίες, επιτρέποντας ευέλικτες παραλαβές προϊόντων για τους πελάτες. Στόχος της είναι να διαθέτει 1.000 θυρίδες στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη εντός του επόμενου έτους. Τέλος, η υπηρεσία «Skrutz Last Mile» διευκολύνει τις παραδόσεις από τα ηλεκτρονικά καταστήματα σε αυτές τις θυρίδες στην Αθήνα, προσφέροντας μεγάλη ευκολία στους πελάτες αναφορικά με την παράδοση των αποστολών τους.

Ερωτήσεις:

4.1 (1 μονάδα)

Θεωρείτε ότι η απόφαση της Skrutz να αναπτύξει την πρωτοβουλία «Skrutz Points» είναι ένα δομημένο ή μη δομημένο πρόβλημα; Τεκμηριώστε την απάντησή σας.





Η εταιρεία **ΛΕΑΝ** είναι μια ελληνική επιχείρηση που παρασκευάζει ανθρακούχα αναψυκτικά και τα διανέμει κυρίως σε μεγάλα σουπερμάρκετ της Αττικής. Ιδρύθηκε το 2010 με περιορισμένο εύρος προϊόντων και μικρή παραγωγή. Πολύ γρήγορα πέτυχε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, κυρίως λόγω της ποιότητας των προϊόντων της σε συνδυασμό με την προσιτή τιμή τους και αυτό είχε ως αποτέλεσμα να αυξηθεί σημαντικά ο όγκος παραγωγής της. Ταυτόχρονα, αυξήθηκαν και οι ανάγκες της εταιρείας σε προσωπικό ώστε να στελεχωθούν κατάλληλα τα τμήματα Πωλήσεων, Μάρκετινγκ, Πληροφοριακών Συστημάτων, κ.λπ.. Ιδιαίτερο βάρος δόθηκε στο τμήμα Μάρκετινγκ, με κυριότερες δραστηριότητες το σχεδιασμό των διαφημιστικών και προωθητικών ενεργειών της εταιρείας.

Ο κ. **Νίκος Γεωργίου** είναι ο Διευθυντής Μάρκετινγκ και ιδρυτικό στέλεχος της εταιρείας. Το τμήμα του αποτελείται από 5 υφισταμένους που κυρίως ασχολούνται με διαδικαστικά θέματα και βοηθητικές εργασίες. Ο κ. Γεωργίου, έχοντας μεγάλη εμπειρία στον συγκεκριμένο τομέα, έχει αναλάβει την αποκλειστική ευθύνη του τμήματος και όλες οι σημαντικές αποφάσεις λαμβάνονται από τον ίδιο. Τον τελευταίο χρόνο, με τις ανάγκες της εταιρείας να αυξάνονται συνεχώς, ο κ. Γεωργίου δουλεύει πολλές ώρες κάθε ημέρα ενώ δεν είναι λίγες οι φορές που το αποτέλεσμα της εργασίας του δεν τον ικανοποιεί πλήρως, κυρίως λόγω πίεσης χρόνου.

Με σκοπό λοιπόν να ελαφρύνει το πρόγραμμά του, αποφάσισε να παραχωρήσει κάποιες αρμοδιότητες σε ορισμένους υφισταμένους. Την αρχή έκανε, όταν του ανατέθηκε από το Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρείας να διαπιστώσει τους λόγους που μια πρόσφατη προωθητική ενέργεια σε μεγάλο σουπερμάρκετ της Αθήνας για το νέο προϊόν της εταιρείας (ανθρακούχο ποτό από μήλο), απέτυχε να πετύχει τους στόχους της (είχε μικρή ανταπόκριση από τους πελάτες, παρά τις προσφορές που δίνονταν σε μορφή εκπαιδευτικών κουπονιών από τους πωλητές σε διάφορα σημεία του σουπερμάρκετ). Την επόμενη μέρα κάλεσε μία από τις υφισταμένους του, την **Ελένη**, απόφοιτο οικονομικών με τρία χρόνια προϋπηρεσίας στην εταιρεία και της ανέθεσε τη συγκεκριμένη εργασία. Της εξήγησε ότι είναι μια ευκαιρία για αυτήν να αποδείξει τις ικανότητές της, αλλά επίσης ότι η ευθύνη είναι μεγάλη αφού το θέμα είναι σημαντικό. Όταν η Ελένη τον ρώτησε πώς θα πρέπει να προσεγγίσει την εργασία αυτή, ο κ. Γεωργίου της απάντησε ότι θα πρέπει να είναι δημιουργική αλλά και αποτελεσματική αφού έχει μόνο 3 ημέρες προθεσμία. Στη συνέχεια, η Ελένη τον ρώτησε τι να κάνει σε περίπτωση που το Τμήμα Πωλήσεων που ήταν αρμόδιο για την εκτέλεση της ενέργειας δεν είναι συνεργάσιμο και δεν της δώσει τα στοιχεία που ζητά. Ο κ. Γεωργίου της απάντησε ότι θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τις επικοινωνιακές της ικανότητες με τον καλύτερο δυνατό τρόπο ώστε να πείσει τους υπεύθυνους του Τμήματος να συνεργαστούν. Επίσης, της ανέφερε ότι θα πρέπει να καταγράφει την κάθε της ενέργεια με λεπτομέρεια, ώστε να μπορέσει ο ίδιος αργότερα να ελέγξει τη διαδικασία που ακολούθησε. Τέλος, όταν η Ελένη προσπάθησε να κάνει μια πρόσθετη ερώτηση ο κ. Γεωργίου της απάντησε ότι δεν έχει χρόνο για άλλη συζήτηση, αναφέροντας με αυστηρό ύφος ότι ήδη θα έπρεπε να είναι στο γραφείο της και να δουλεύει.

4.1 (1,5 μονάδες). Ανεξαρτήτως αποτελέσματος, πιστεύετε ότι ο τρόπος με τον οποίο ο κ. Γεωργίου αποφάσισε να εκχωρήσει εξουσία στην Ελένη ήταν ο ενδεδειγμένος; Αν όχι, ποια κατά τη γνώμη σας ήταν τα τρία βασικότερα λάθη που έκανε ο κ. Γεωργίου (Να γίνουν αναφορές στη θεωρία του βιβλίου).

Σημειώστε ότι στο σημείο που βρίσκονται οι ενδεικτικές επιλύσεις της 1ης ΓΕ (στο tab "Εργασίες" της πλατφόρμας της ΔΕΟ 11) μόλις αναρτήθηκε (κάτω-κάτω) και ένα αρχείο (με τίτλο *** παραπομπές διαδικτυακών άρθρων*) με τον τρόπο που κανονικά πρέπει να γράφουμε μέσα στο κείμενο μας (παραπομπές) και στο τέλος μιας εργασίας (βιβλιογραφία - πηγές από διαδίκτυο) τις διαδικτυακές μας πηγές (που ενδεχομένως χρησιμοποιήσουμε στο 4ο ερώτημα της εργασίας μας). Κρατήστε επίσης μέχρι αύριο θα ετοιμαστούν και

θα αναρτηθούν d;γο νέα [videos θεωρίας](#) για το 3ο και 7ο κεφάλαιο του βιβλίου του Colin Combe.



Τα μαθήματα του live Τμήματος της ΔΕΟ 11 συνεχίζουν την Τρίτη 19/11 στις 18.00. Στις συγκεκριμένες συναντήσεις έχουμε την ευκαιρία να παρουσιάζουμε τη θεωρία συνδυαστικά με ερωτήματα εξετάσεων και εργασιών προηγούμενων ακαδημαϊκών ετών. Επικεντρωνόμαστε στα πιο SOS σημεία και προσπαθούμε να κατανοήσουμε... την ουσία των πραγμάτων!

Για οποιαδήποτε απορία και διευκρίνηση μη διστάσετε καθόλου να επικοινωνήσετε μαζί μου στο p.tsoumpris@arnos.gr

Φιλικά,
Πέτρος Τσουμπρής

www.arnos.gr

Σολωμού 29, Αθήνα τηλ:2103822157 info@arnos.gr www.arnos.gr



Click here to [unsubscribe](#) | Sent to: p.tsoumpris@arnos.gr

arnos.gr, Solomou 29, 10682 Athens, Greece