

Τεύχος αρ. 25

Ιούνιος 2016



ΑΣΤΡΟΛΑΒΟΣ

Επιστημονικό Περιοδικό Νέων Τεχνολογιών

ASTROLAVOS
Journal of New Technologies

ΕΜΕ 100 Χρόνια
1918 - 2018

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
Αθήνα



ΑΣΤΡΟΛΑΒΟΣ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ
Τεύχος Αρ. 25 - 2016 - Τιμή Τεύχους 10 €

Number 25 - 2016 - Issue price 10 €

Εκδότης: Αλεξανδρής Νικόλαος Διευθυντής: Τυρλής Ιωάννης

www.astrolavosjournal.gr

www.hms.gr/astrolavos/

E-mail: astro@hms.gr

Περιεχόμενα

Γράμμα από τη Συντακτική Επιτροπή 1

Κατερίνα Καλαϊδοπούλου, Αναστασία Γρίβα

Εξαγωγή αγοραστικών συσχετίσεων για μια συγκεκριμένη προϊόντική κατηγορία με τη χρήση δεδομένων πωλήσεων:

Η περίπτωση των προϊόντων περιποίησης προσώπου 3

Μένιππος Βούζας, Δημήτριος Μπεχτσής, Δημήτριος Βλάχος

Βελτιστοποίηση συστημάτων αυτο-οδηγούμενων οχημάτων στη βιομηχανία μέσω προσομοίωσης 19

Anna Gkioni

The Effects of Appraisal Justice, Organizational Politics, Accountability and Resilience on Task and Contextual Performance: An Empirical Study in Greece.

38

Dimitra Armouti, Athanasia Tsagri, Panagiotis Sarantopoulos

Shopping Mission and Assortment Organization: Compatibility and Discrepancy between their Nominal Values 52

Artemis D. Avgerou, Panayotis E. Nastou, Dimitra Nastouli, Panos M. Pardalos and Yannis C. Stamatiou

A Privacy Respecting, Collective Intelligence based eBusiness model for Smart City Environments 62

Αθανάσιος Λαμπράκης

Το Πολυπαραγοντικό Μοντέλο Ηγεσίας του Bass, Ερευνητική Εφαρμογή στο Δημόσιο Τομέα. 70

Γεωργία Βεργή, Κωνσταντίνος Φούσκας

Παράγοντες που επηρεάζουν την επιτυχία χρηματοδότησης μιας νεοφυούς επιχείρησης (Start-up) 86

Φωτεινή Καλαφάτη, Μιχάλης Δούμπος

Αξιολόγηση της Αποτελεσματικότητας των Επενδύσεων Έρευνας και Ανάπτυξης σε Παγκόσμιες Επιχειρήσεις 90

Άγγελος Δήμογλης, Ανδρέας Κουλιεράκης,

Ηλίας Παρασκευόπουλος, Κατερίνα Χατζηαθανασίου
Μέτρηση Ικανοποίησης των Φοιτητών από τις Υπηρεσίες του Πανεπιστημίου
100

Σταματία Κωστάκη

«Διευθυντικά Στελέχη και Επιτυχία στην Καριέρα: Η Επίδραση της Προσωπικότητας, των Στρατηγικών Καριέρας και των Οργανωσιακών Παραγόντων» 111

**Εξαγωγή αγοραστικών συσχετίσεων για μια
συγκεκριμένη προϊόντική κατηγορία με τη χρήση
δεδομένων πωλήσεων:
Η περίπτωση των προϊόντων περιποίησης προσώπου**

Κατερίνα Καλαϊδοπούλου, Αναστασία Γρίβα
ELTRUN: The e-Business Research Center
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας,
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αθήνα Ελλάδα,
akalaidopoulou@aueb.gr, an.griva@aueb.gr

Περίληψη

Η ικανοποίηση του πελάτη είναι το κλειδί της επιτυχίας για κάθε κατάστημα λιανικής πώλησης ή επιχείρηση, και επιδρά σημαντικά στην κερδοφορία τους. Οι εταιρείες έχουν αναγνωρίσει τη σημαντικότητα του να αποκτήσουν γνώση σχετικά με τη συμπεριφορά των πελατών τους, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες τους. Τόσο οι λιανέμποροι, όσο και οι προμηθευτές, έχουν κατανοήσει την ανάγκη να συνεργαστούν προκειμένου να συνδυάσουν τα δεδομένα που έχουν και να βελτιώσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους, με σκοπό να ικανοποιήσουν τον πελάτη. Στις μέρες μας, η έλευση της επιχειρηματικής αναλυτικής (business analytics), βοηθά αυτή τη συνεργασία. Για αυτό το λόγο, οι τεχνικές εξόρυξης γνώσης (data mining techniques) θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για να μας βοηθήσουν να αναλύσουμε τους τεράστιους όγκους δεδομένων που διαθέτουν οι λιανέμποροι και οι προμηθευτές για να εξάγουμε γνώση και να υποστηρίξουμε τη λήψη αποφάσεων (data-driven decision making). Παρά τα πολλά αμοιβαία οφέλη, δεν υπάρχουν πολλές έρευνες που να επεξεργάζονται και να αναλύουν τέτοια δεδομένα, προκειμένου να διερευνηθεί πως η καταναλωτές αγοράζουν στα καταστήματα ενός λιανέμπορου μια συγκεκριμένη προϊόντική κατηγορία ενός προμηθευτή. Αυτή η μελέτη παρουσιάζει μια προσπάθεια να καλύψει το κενό αυτό με την εισαγωγή μιας data mining μεθοδολογίας, η οποία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για να ανακαλύψει συνάφειες πωλήσεων στις επισκέψεις των πελατών σε ένα σουπερμάρκετ που να σχετίζονται με μια συγκεκριμένη προϊόντική κατηγορία, ώστε να εξαχθεί γνώση για τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η χρησιμότητα της μεθοδολογίας αυτής έχει αξιολογηθεί μέσω της εφαρμογή της σε πραγματικά δεδομένα από δύο λιανεμπορικά καταστήματα σουπερμάρκετ. Η προτεινόμενη προσέγγιση είναι χρήσιμη τόσο από ακαδημαϊκής, όσο και από επιχειρηματικής άποψης. Παρέχει στους λιανέμπορους την ευκαιρία να εξάγουν το πώς οι αγοραστές ψωνίζουν συγκεκριμένες κατηγορίες όταν επισκέπτονται τα καταστήματά τους, ενώ εμβαθύνει επίσης τη γνώση των προμηθευτών για τους αγοραστές τους. Η εξαγόμενη γνώση μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την υποστήριξη

*της λήψης αποφάσεων για όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη στον τομέα του λιανεμπορίου,
και τη βελτίωση των σχέσεών τους με τους αγοραστές.*

Βελτιστοποίηση συστημάτων αυτο-οδηγούμενων οχημάτων στη βιομηχανία μέσω προσομοίωσης

Μένιππος Βούζας

Διπλωματούχος Μηχανολόγος Μηχανικός, Α.Π.Θ

e-mail: menvouzas@gmail.com

Δημήτριος Μπεχτσής

Καθηγητής Εφαρμογών, Τμήμα Μηχανικών Αυτοματισμού, Α.Τ.Ε.Ι.Θ.

e-mail: dimbec@autom.teithe.gr

Δημήτριος Βλάχος

Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών, Α.Π.Θ.

e-mail: vlachos1@auth.gr

Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις στρέφονται στην, όσο το δυνατόν, μεγαλύτερη αυτοματοποίηση των διαδικασιών τους στο πλαίσιο της εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι λόγοι για την επιχειρηματική αυτή επιλογή ποικίλουν. Κατ' αρχάς, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να μειώσουν το κόστος λειτουργίας τους, ώστε τα περιθώρια κέρδους τους να αυξηθούν και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Επίσης, η αυτοματοποίηση των διεργασιών μιας επιχείρησης, σε συνδυασμό με την απρόσκοπτη επικοινωνία των τμημάτων και των συστημάτων παραγωγής, μεταξύ τους αλλά και με το διαδίκτυο, διευκολύνει σημαντικά την παρακολούθηση και τη διαχείριση στο πλαίσιο της εφοδιαστικής αλυσίδας. Επιπλέον, η αυτοματοποίηση απομακρύνει την πιθανότητα ανθρώπινου λάθους, προσφέροντας ταυτόχρονα αποτελεσματική διαχείριση πόρων και αποφυγή ατυχημάτων.

Στον τομέα της μεταφοράς υλικών και της παραγωγής σε βιομηχανικά περιβάλλοντα, η αυτοματοποίηση υποστηρίζεται κυρίως από αυτο-οδηγούμενα οχήματα (Automated Guided Vehicles – AGV). Τα AGV είναι μη επανδρωμένα οχήματα που χρησιμοποιούνται για μεταφορές υλικών και για την αυτοματοποίηση της παραγωγής. Ο στόχος της χρησιμοποίησής τους είναι η μείωση του κόστους λειτουργίας και η αύξηση της ασφάλειας μέσω της μείωσης των ατυχημάτων και η μείωση της ενεργειακής κατανάλωσης και των ρύπων. Επίσης, η εφαρμογή AGV συστημάτων συμβάλλει στην αύξηση της ευελιξίας της εφοδιαστικής αλυσίδας. Για τη διασφάλιση της αποτελεσματικής λειτουργίας των AGV συστημάτων απαιτείται να ληφθούν υπόψη πολλοί παράγοντες, τόσο στη σχεδίαση του

συστήματος και του οχήματος όσο και στον έλεγχο της κίνησης.
υποσχόμενος.

Abstract

In the current economic environment, companies aspire to further increase the automation of their processes in the supply chain. The reasons for this strategic decision vary. First of all, companies aim to reduce their operational cost, thus increasing their profit margin. When the reduction of cost is achieved they gain a competitive advantage. Furthermore, another very important competitive advantage for companies is their supply chain's flexibility that is increased by the intelligent integration of automation. Flexibility refers to how fast a supply chain could detect and respond to issues and opportunities in the short term and to the speed at which a company's supply chain adapts and executes new strategies and programs to support changes in overall company strategies or market place changes. Last but not least, safety related issues are a top priority for companies. By further increasing their supply chains' automation, they achieve increased product and worker safety due to the reduction of human error.

As a result, the material handling in facilities takes place through the use of automated guided vehicles (AGV). The AGV are unmanned electric vehicles that are used for transportations of materials, in a predetermined operating space, using the best possible route in order to fulfill their tasks. The goal of their use is the reduction of the operating cost, the increase of safety and the increase of the system's reliability. In order to perform efficiently, many issues regarding the design and control of the AGV system need to be addressed. Therefore, this project is divided in two parts.

The first part consists of the analysis and presentation of all the factors that contribute to the performance of the AGV systems from a strategic, tactical and operational point of view. The facility layout problem is the first one to be addressed. It is the most important factor that determines the system performance. From the vehicle point of view, the AGV types, their steering control system, the type of energy sources (battery, inductive etc.), their management logic and the available guidance/navigation techniques are presented. From the system point of view, constraints on the decisions such as the estimation of the number of working AGV in the system, the traffic control, dispatching, routing and scheduling problems are analyzed. Afterwards, the AGV systems are evaluated in terms of sustainability and through the use of key performance indicators (KPIs). In the end of the first section of this project, the primary application industries and a glimpse of the future of the AGV systems are presented.

In the second part, an application of a warehouse where AGV are implemented for the completion of the needed transportation tasks is simulated with the use of the *Rockwell Arena* simulation program. A what if analysis is performed in order to determine the optimal number of AGV in the system in two cases of supply and demand: high and low intensity. Afterwards, possible changes in the facility layout are considered and a different layout is proposed using a combination of unidirectional and bidirectional paths. In the end, the reached conclusions are presented followed by the researched literature.

‘The Effects of Appraisal Justice, Organizational Politics, Accountability and Resilience on Task and Contextual Performance: An Empirical Study in Greece.’

Anna Gkioni

Athens University of Economics and Business
MSc in Human Resources Management
annag1991@hotmail.com

Abstract

In this study the relationships among employees’ perceptions, individual resilience and various aspects of performance were explored. More precisely, the dependent variables of the study include task performance, citizenship behaviors towards the organization and other individuals in the workplace, as well as deviant behaviors, namely withdrawal, production deviance and abuse, which belong to the broader spectrum of counterproductive work behaviours. Except for resilience, independent variables of the study comprise employees’ perceptions of performance appraisal justice, organizational politics and accountability. All these three aspects are considerably relevant to and largely emanate from organizational policies and practices applied in the domain of performance management.

Eight hypotheses were, thus, elaborated in total concerning the relationships among the aforementioned perceptions, resilience and all aspects of performance. The study was conducted among 104 employees of all levels working in companies from various fields in Greece. Data were collected via an electronic questionnaire. Hierarchical regressions came to fully support five out of eight hypotheses, while two hypotheses were partially supported. More precisely, results validated the positive effect of perceived appraisal justice on task and contextual performance and its negative relationship with deviant behaviours, the positive relationship between felt accountability, task performance and citizenship behaviours, the positive relationship between perceptions of politics and deviant behaviours, as well as the positive effect of resilience on both task and contextual performance. The moderating effect of felt accountability on the relationship between perceived organizational politics and deviant behaviours was also supported. Based upon the aforementioned results, managerial implications, limitations, as well as suggestions for future research are also discussed.

Key Words: performance management, justice, politics, accountability, resilience.

Shopping Mission and Assortment Organization: Compatibility and Discrepancy between their Nominal Values

Dimitra Armouti

Department of Management Science and Technology,
Athens University of Economics and Business
dimirmt@gmail.com

Athanasia Tsagri

Department of Management Science and Technology,
Athens University of Economics and Business
nancytsagri@hotmail.com

Panagiotis Sarantopoulos

Department of Management Science and Technology,
Athens University of Economics and Business
psarantopoul@aueb.gr

Abstract

Electronic commerce platforms allow marketers to easily and inexpensively adapt the store layouts to better present and organize their product and service offerings. Adjusting stores to increase relevance to consumer need states, can be an important step for marketers on their path to the realization of consumer engagement. However, little do we know about the interplay of (electronic) store layouts and customers' shopping mission and how it shapes browsing and purchasing behavior. In this paper we examine instances of compatibility and discrepancy between (the values of) shopping mission and e-shops' assortment organization on behavioral and metacognitive variables such as basket size, basket variety, and process fluency. The results show that when in correspondence (discrepancy) the values of shopping mission and assortment organization leads to increased (decreased) processing fluency and decreased (increased) perception of time spent shopping. Moreover, we report analogous results with respect to basket size, basket variety, and actual shopping duration and shopping path (number of pages viewed).

A Privacy Respecting, Collective Intelligence based eBusiness model for Smart City Environments¹

Artemis D. Avgerou*, Panayotis E. Nastou[†], Dimitra Nastouli[‡],
Panos M. Pardalos[§] and Yannis C. Stamatiou^{¶,‡}

* Imperial College, Business School,
London SW7 2AZ, United Kingdom
Email: a.avgerou@imperial.ac.uk

†§ Center for Applied Optimization and Department of Industrial and Systems Engineering,
University of Florida, Gainesville, USA
Email: pardalos@ise.ufl.edu

† Department of Mathematics
University of Aegean, Samos, Greece
Email: pnastou@aegean.gr

‡ Department of Business Administration
University of Patras, Patras, Greece, and

¶ Computer Technology Institute and Press (“Diophantus”)
Patra, 26504, Greece
Email: stamatiu@ceid.upatras.gr

Abstract

Nowadays we are witnessing an unprecedented revolution in the Information and Communications Technologies. Advances in mobile devices as well as the Internet and its information storage and processing capabilities have brought about a new computational paradigm which is much like the massively parallel computing paradigm developed as early as the 70’s which involves a large number of processing units working at the same time on the same problem. This new paradigm rests on three pillars: i) the processing units, which are the users’ mobile devices acting like the processors in the massively parallel paradigm, ii) the human intelligence behind the devices, and iii) the ultimate knowledge base, the Internet. The novel element in this paradigm is that human intelligence and machines’ computational power merge, by means of the Internet, towards creating “collective intelligence”. This term characterizes applications which rely on large number of users collaborating among them as well as the application towards a common goal. In this preliminary work we employ this paradigm in order to propose a new eBusiness model based on collective intelligence as implemented in a Smart City

¹ Based on the work “Adopting an ABCs Authentication Framework for Collective Intelligent eBusiness Models in Smart Cities”, 8th International Conference on Security Technology, 2015, by the same authors.

environment, providing users with participation motivation, mostly privacy-wise, as well as benefits for them commensurate with their participation intensity.

Το Πολυπαραγοντικό Μοντέλο Ηγεσίας του Bass, Ερευνητική Εφαρμογή στο Δημόσιο Τομέα.

Αθανάσιος Λαμπράκης

Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά Τ.Τ.

lamprakis.than@gmail.com

Περίληψη

Το Πολυπαραγοντικό Μοντέλο Ηγεσίας του Bass (1985) και οι έννοιες της Μετασχηματιστικής, Συναλλακτικής και Αδιάφορης Ηγεσίας που αναφέρονται σε αυτό, έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών τις τρεις τελευταίες δεκαετίες. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναδείξει βιβλιογραφικά τα διακριτά χαρακτηριστικά των τριών αυτών μορφών ηγεσίας, εστιάζοντας στη συγκριτική ανάλυση αυτών και διερευνώντας εμπειρικά την επίδρασή τους στα αντιληπτά αποτελέσματα που επιφέρουν (ήτοι την “Αντιληπτή Αποτελεσματικότητα του Ηγέτη” και την “Ίκανοποίηση των Εργαζομένων”). Βασικό εργαλείο της έρευνας αποτέλεσε το Ερωτηματολόγιο της Πολυπαραγοντικής Ηγεσίας (Multifactor Leadership Questionnaire/MLQ), ενώ πεδίο εφαρμογής υπήρξε ο κλάδος των Δημοσίων Συμβάσεων. Για την ανάλυση της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν μέθοδοι του στατιστικού πακέτου SPSS 17.00 (περιγραφική στατιστική, συντελεστής γραμμικής συσχέτισης r-correlation του Pearson και πολλαπλή παλινδρόμηση -multiple regression analysis- μέσω της τεχνικής enter). Η Μετασχηματιστική και η Συναλλακτική Ηγεσία βρέθηκαν να συσχετίζονται θετικά με την “Αντιληπτή Αποτελεσματικότητα του Ηγέτη” και την “Ίκανοποίηση των Εργαζομένων”, ενώ συγκριτικά ισχυρότερη υπήρξε η επίδραση της Μετασχηματιστικής Ηγεσίας. Αντίθετα, η Αδιάφορη Ηγεσία βρέθηκε να συσχετίζεται και να επιδρά αρνητικά και στις δύο παραπάνω εξαρτημένες μεταβλητές.

Παράγοντες που επηρεάζουν την επιτυχία χρηματοδότησης μιας νεοφυούς επιχείρησης (Start-up)

Γεωργία Βεργή

Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
gvergiofficial@gmail.com

Κωνσταντίνος Φούσκας

Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
kfouskas@gmail.com

Περίληψη

I. Εισαγωγή

Η επιχειρηματικότητα στην σημερινή εποχή αποτελεί μια διέξοδο η οποία μέσα στην οικονομική κρίση και το ασταθές οικονομικό-κοινωνικό περιβάλλον αναδεικνύει ανθρώπους με όρεξη για δουλειά και δημιουργικότητα και τους δίνει την ευκαιρία να υλοποιήσουν τις ιδέες τους. Μέσα σε αυτή την τάση για ανάπτυξη επιχειρηματικότητας συγκαταλέγονται και οι λεγόμενες start-up.(νεοφυείς επιχειρήσεις). Μια νεοφυής επιχείρηση είναι ένα επιχειρηματικό εγχείρημα με τη μορφή μιας εταιρείας, ενός οργανισμού ή μιας προσωρινής σύμπραξης που έχει σχεδιαστεί για να ψάξει για ένα επαναλαμβανόμενο και σημαντικά κλιμακούμενο επιχειρηματικό μοντέλο. [1].

Οι επιχειρήσεις αυτού του είδους πρέπει για να μπορέσουν να εξελιχθούν γρήγορα, να λάβουν σχετική χρηματοδότηση από επενδυτές που αξιολογούν την ιδέα και την επιχειρηματική ομάδα και ανάλογα με την αξιολόγηση αυτή επενδύουν ή όχι. Σημαντικά στοιχεία για την χρηματοδότηση των εταιριών αυτών αποτελεί η ιδρυτική ομάδα, η καινοτομία που εμφανίζεται στα σχέδιά και τις ιδέες τους, η χώρα προέλευσης και προηγούμενη εμπειρία τους. Προηγούμενες εργασίες έχουν εξετάσει σχετικούς παράγοντες [2,3,4]. Στα πλαίσια αυτά θεωρούμε σημαντικό να δούμε μέσα από την εργασία αυτή τους παράγοντες που επηρεάζουν της δυνατότητες χρηματοδότησης μια Start-up. Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στην δομημένη μελέτη ενός ικανού αριθμού νεοφυών επιχειρήσεων ώστε να διερευνηθούν ποιοι παράγοντες επηρεάζουν την χρηματοδότηση τους, που αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα επιτυχίας τους.

Αξιολόγηση της Αποτελεσματικότητας των Επενδύσεων Έρευνας και Ανάπτυξης σε Παγκόσμιες Επιχειρήσεις

Φωτεινή Καλαφάτη

Πολυτεχνείο Κρήτης
Σχολή Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης
Πολυτεχνειούπολη, 73100 Χανιά
email: fot.kalafati@yahoo.com

Μιχάλης Δούμπος

Πολυτεχνείο Κρήτης
Σχολή Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης
Πολυτεχνειούπολη, 73100 Χανιά
email: mdoumpos@dpem.tuc.gr

Περίληψη

Ο στόχος της παρούσας εργασίας είναι η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της παραγωγικότητας των επενδύσεων σε έρευνα και ανάπτυξη των παγκόσμιων επιχειρήσεων με τη βοήθεια μιας μεθόδου πολυδιάστατης ανάλυσης. Η μέθοδος που χρησιμοποιείται είναι η περιβάλλουσα ανάλυση δεδομένων (DEA). Η συγκεκριμένη μέθοδος τις τελευταίες τρεις δεκαετίες έχει διαδοθεί σημαντικά ως εργαλείο εκτίμησης της αποδοτικότητας διαφόρων λειτουργικών ομάδων (Decision Making Units, DMUs). Η DEA είναι ένα μαθηματικό μοντέλο γραμμικού προγραμματισμού, το οποίο όταν εφαρμοστεί σε εμπειρικά δεδομένα παρέχει ένα νέο τρόπο για την αξιολόγηση της λειτουργικότητας, παραγωγικότητας και αποδοτικότητας. Η μέθοδος χρησιμοποιεί κάποιες εισόδους για να παραγάγει κάποια αποτελέσματα, τις εξόδους. Οι μεταβλητές αυτές προέρχονται από τα οικονομικά στοιχεία των εταιριών. Επιπρόσθετα παρουσιάζεται η μέθοδος της DEA και τα συγκεκριμένα μοντέλα της που θα χρησιμοποιηθούν στην αξιολόγηση των επιχειρήσεων. Εν συνεχεία παρουσιάζεται η εφαρμογή των μοντέλων της DEA για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των επιχειρήσεων. Με βάση τον ετήσιο αριθμό εταιριών, συλλέγονται οι επενδύσεις σε E&A, οι κεφαλαιουχικές δαπάνες, τα κέρδη και οι πωλήσεις κατά την περίοδο 2007-2014. Σημειώνεται ότι κεφαλαιουχικές δαπάνες, αποτελούν οι δαπάνες για γη και κτίρια, για εξοπλισμό και για λογισμικό υπολογιστών. Από τα δεδομένα αυτά γίνεται η συγκέντρωση των τιμών των μεταβλητών κάθε επιχείρησης. Υπολογίζεται και με τα δύο μοντέλα της DEA, η αποδοτικότητα κάθε επιχείρησης ανά έτος. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του δείκτη Malmquist, προκύπτουν συμπεράσματα για το αν η παραγωγικότητα των χωρών επηρεάζονται από το εσωτερικό ή το εξωτερικό τους περιβάλλον. Τα

συμπεράσματα που προκύπτουν από τη μελέτη αυτή μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμο εργαλείο για τις επιχειρήσεις.

Μέτρηση Ικανοποίησης των Φοιτητών από τις Υπηρεσίες του Πανεπιστημίου

Άγγελος Δήμογλης
angelosdim1@gmail.com

Ανδρέας Κουλιεράκης
andreas.koulierakhs@gmail.com

Ηλίας Παρασκευόπουλος
liasp.dmst@gmail.com

Κατερίνα Χατζηαθανασίου
katerina.chatziathanasiou@gmail.com

Φοιτητές του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η έρευνα έγινε με σκοπό να εξαχθούν αποτελέσματα σχετικά με το πόσο ικανοποιημένοι είναι οι φοιτητές της σχολής Διοίκησης τους ΟΠΑ από τις υπηρεσίες του Πανεπιστημίου (διδασκτικό προσωπικό, φοιτητικοί σύλλογοι, φοιτητικοί λέσχη), την κατανομή του φοιτητικού τους χρόνου και τις διαφορές μεταξύ των τμημάτων. Για τον σκοπό αυτό, μοιράστηκαν ερωτηματολόγια στους φοιτητές και οι απαντήσεις τους καταχωρήθηκαν στον πρόγραμμα στατιστικών αναλύσεων SPSS. Τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο από διδάσκοντες όσο και από φοιτητές ώστε να σχεδιαστούν δράσεις για τη βελτίωση του Πανεπιστημίου.

ABSTRACT

Purpose of the research is to extract results concerning the satisfaction of AUEB's Business School students on the services (faculty, clubs) of the University, their time allocation and differences between the Departments. Students were handed in our questionnaire and their answers were inserted in SPSS. The results could be used either by the faculty or by the students in order to find ways to improve the experience AUEB offers.

AUEB's Business School consists of:

- Department of Management Science & Technology
- Department of Accounting and Finance
- Department of Business Administration
- Department of Marketing & Communication

Αστρολάβος, τεύχος 25, 2016

«Διευθυντικά Στελέχη και Επιτυχία στην Καριέρα: Η Επίδραση της Προσωπικότητας, των Στρατηγικών Καριέρας και των Οργανωσιακών Παραγόντων»

Σταματία Κωστάκη

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
e-mail: matoula_kos@hotmail.com

Περίληψη

Στην παρούσα έρευνα μελετήθηκαν επτά παράγοντες που συμβάλλουν στην αντικειμενική και υποκειμενική επιτυχία στην καριέρα: η αυτο-παρακολούθηση (self-monitoring), το κίνητρο να ηγείται, ο προσανατολισμός στη μάθηση, η δικτύωση, η εκτενής ενασχόληση με την εργασία (extended work involvement), η αντιλαμβανόμενη οργανωσιακή υποστήριξη (POS) και η στήριξη του οργανισμού ως προς την εκπαίδευση. Ο αριθμός των προαγωγών χρησιμοποιήθηκε σαν μεταβλητή της αντικειμενικής επιτυχίας στην καριέρα, ενώ η εργασιακή ικανοποίηση και η ικανοποίηση από την καριέρα αντιπροσωπεύουν την υποκειμενική επιτυχία στην καριέρα. Από τα αποτελέσματα που προέκυψαν βρέθηκε ότι σχεδόν όλοι οι παράγοντες, εκτός από την εκτενή ενασχόληση με την εργασία, σχετίζονται θετικά με την υποκειμενική επιτυχία στην καριέρα. Ενώ αντίθετα, μόνο το κίνητρο του ατόμου να ηγείται και η στήριξη του οργανισμού ως προς την εκπαίδευση σχετίζονται θετικά με την αντικειμενική επιτυχία στην καριέρα. Ενδιαφέροντα ευρήματα έχουμε και ως προς την επίδραση που έχουν το φύλο και η οικογενειακή κατάσταση στην επιτυχία στην καριέρα των διευθυντικών στελεχών.

Παράγοντες που επηρεάζουν την επιτυχία χρηματοδότησης μιας νεοφυούς επιχείρησης (Start-up)

Γεωργία Βεργή

Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
gvergiofficial@gmail.com

Κωνσταντίνος Φούσκας

Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
kfouskas@gmail.com

Περίληψη

II. Εισαγωγή

Η επιχειρηματικότητα στην σημερινή εποχή αποτελεί μια διέξοδο η οποία μέσα στην οικονομική κρίση και το ασταθές οικονομικό-κοινωνικό περιβάλλον αναδεικνύει ανθρώπους με όρεξη για δουλειά και δημιουργικότητα και τους δίνει την ευκαιρία να υλοποιήσουν τις ιδέες τους. Μέσα σε αυτή την τάση για ανάπτυξη επιχειρηματικότητας συγκαταλέγονται και οι λεγόμενες start-up.(νεοφυείς επιχειρήσεις). Μια νεοφυής επιχείρηση είναι ένα επιχειρηματικό εγχείρημα με τη μορφή μιας εταιρείας, ενός οργανισμού ή μιας προσωρινής σύμπραξης που έχει σχεδιαστεί για να ψάξει για ένα επαναλαμβανόμενο και σημαντικά κλιμακούμενο επιχειρηματικό μοντέλο. [1].

Οι επιχειρήσεις αυτού του είδους πρέπει για να μπορέσουν να εξελιχθούν γρήγορα, να λάβουν σχετική χρηματοδότηση από επενδυτές που αξιολογούν την ιδέα και την επιχειρηματική ομάδα και ανάλογα με την αξιολόγηση αυτή επενδύουν ή όχι. Σημαντικά στοιχεία για την χρηματοδότηση των εταιριών αυτών αποτελεί η ιδρυτική ομάδα, η καινοτομία που εμφανίζεται στα σχέδιά και τις ιδέες τους, η χώρα προέλευσης και προηγούμενη εμπειρία τους. Προηγούμενες εργασίες έχουν εξετάσει σχετικούς παράγοντες [2,3,4]. Στα πλαίσια αυτά θεωρούμε σημαντικό να δούμε μέσα από την εργασία αυτή τους παράγοντες που επηρεάζουν της δυνατότητες χρηματοδότησης μια Start-up. Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στην δομημένη μελέτη ενός ικανού αριθμού νεοφυών επιχειρήσεων ώστε να διερευνηθούν ποιοι παράγοντες επηρεάζουν την χρηματοδότηση τους, που αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα επιτυχίας τους.

