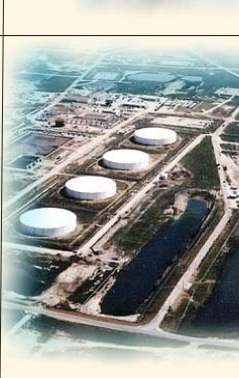
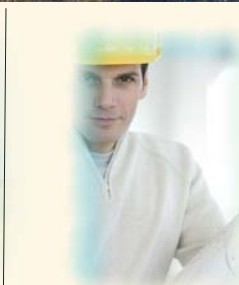
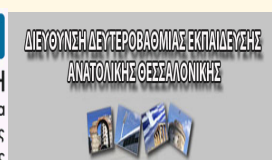
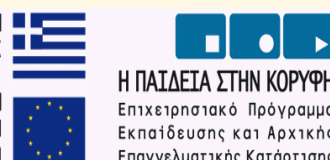
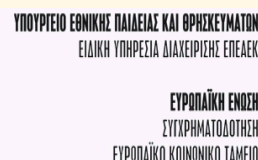


ΕΠΕΑΕΚ II - Γ' ΚΠΣ

ΜΕΤΡΟ 2.4: "ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ & ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ"
ΕΝΕΡΓΕΙΑ 2.4.1: "ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ & ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ"
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΑΞΕΩΝ 2.4.1.α: "ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΔΟΜΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ
& ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΥ"
ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΑΞΗΣ: "ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΚΕΣΥΠ - ΓΡΑΣΕΠ & ΙΔΡΥΣΗ ΝΕΩΝ"
ΔΡΑΣΗ 3: "ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ (ΚΕΣΥΠ & ΓΡΑΣΕΠ)"
ΔΡΑΣΗ 3.1: "ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ"



ΟΔΗΓΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Για πολλούς νέους και νέες η ίδρυση της δικής τους επιχείρησης αποτελεί όνειρο ή είναι το κυνήγι της ευκαιρίας. Για άλλους είναι η αναγκαστική λύση που έρχεται ως απάντηση στην πίεση της ανεργίας.

Όμως, ούτως ή άλλως, είναι γεγονός ότι ένας σημαντικός αριθμός νέων επιλέγει την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας για την επαγγελματική του αποκατάσταση.

Αν κουράστηκες από τις αλλεπάλληλες προσπάθειες εξεύρεσης μόνιμης απασχόλησης ή από τις προσπάθειές σου να εισαχθείς στο Δημόσιο τομέα, ίσως να βρίσκεσαι πολύ κοντά σε μία λύση εναλλακτική και σίγουρη, αυτή της αυτοαπασχόλησης.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας στο σύγχρονο κόσμο εκτός από το ότι είναι συνυφασμένη με την ατομική πρωτοβουλία, έχει σχέση με την ανάληψη και ανάπτυξη καινοτόμων δράσεων, από ανθρώπους που τολμούν και είναι διατεθειμένοι να ρισκάρουν για την προσωπική τους επιτυχία, μέσα από τη δημιουργία της δικής τους επιχείρησης.

Όντως, το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία δηλαδή της δικής σου επιχείρησης έχει συνδεθεί με μία σειρά από κινδύνους, ενδογενείς και εξωγενείς, σημαντικότερος των οποίων φαίνεται να είναι η βιωσιμότητα της επιχείρησης. Θεωρητικά το να ξεκινήσεις τη δική σου επιχείρηση δε σε προστατεύει από τέτοιου είδους κινδύνους.

Όμως, από την άλλη πλευρά, αυτοί που αποφασίζουν να κάνουν τη δική τους επιχείρηση, παρουσιάζουν, σε σχέση με τους άλλους εργαζόμενους, μεγαλύτερα ποσοστά προσωπικής ικανοποίησης γιατί θεωρούν ότι η δουλειά τους είναι δημιουργική, αποδοτική, έχει πρόκληση και νόημα. Η επιχειρηματική δραστηριότητα βοηθάει τους νέους / νέες να δώσουν διέξοδο στην ενεργητικότητά τους, στις δυνατότητές τους, να αναπτύξουν νέες δεξιότητες και να αποκτήσουν αξίες και πολύτιμες εμπειρίες, ώστε να αισθάνονται μεγαλύτερη υπερηφάνεια και αγάπη για αυτό που κάνουν.

Μέχρι πριν από λίγα χρόνια το επιχειρηματικό «δαιμόνιο» του Έλληνα και οι ευνοϊκές συγκυρίες μαζί με την επιχειρηματική ευκαιρία, μπορούσαν να εξασφαλίσουν και την επιχειρηματική επιτυχία. Σήμερα, στην εποχή της τεχνολογίας και της ανταγωνιστικότητας, αυτό το χαρακτηριστικό της φυλής μας και η διορατικότητα, δεν αρκούν.

Για τη δημιουργία και λειτουργία μιας σύγχρονης επιχείρησης, ειδικότερα στα πρώτα βήματα που είναι και τα δυσκολότερα, χρειάζονται γνώσεις και δεξιότητες, ώστε οι όποιες επιλογές και δράσεις να συνάδουν με τις κυρίαρχες τάσεις και τους «νόμους» της αγοράς.

Σήμερα ο νέος που είναι αποφασισμένος να επενδύσει τις προσπάθειές του στην ανάπτυξη της δικής του επιχειρηματικής ιδέας μπορεί να σχεδιάσει με προσοχή τα βήματά του, με τη βοήθεια ειδικών συμβούλων και φορέων και να αποφύγει έτσι σε μεγάλο βαθμό λανθασμένες κινήσεις.

Ταυτόχρονα, υπάρχουν ευκαιρίες για τη δημιουργία ή επέκταση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από νέους με επιδοτήσεις, «δωρεάν» χρηματοδότηση από κοινοτικούς πόρους.

Το παρόν έντυπο είναι ένας μικρός οδηγός που ελπίζουμε ότι θα αποτελέσει ένα χρήσιμο παιδαγωγικό εργαλείο στα χέρια των μαθητών της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, συμπληρωματικά με τον Επαγγελματικό Προσανατολισμό τους, ώστε να συμπεριλάβουν την επιχειρηματικότητα στα μελλοντικά επαγγελματικά τους σχέδια, να μνηθούν στα μυστικά της και να βοηθηθούν στα πρώτα επιχειρηματικά τους όνειρα.

Η ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος των νέων μπορεί να λειτουργήσει ως φυτώριο για την ανάπτυξη νέων πρωτοπόρων επιχειρηματιών, προτεραιότητα στη διαδικασία τόνωσης της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας.

ΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ ΤΟΥ ΚΕΣΥΠ Α. ΠΥΡΓΟΥ

Χαραλαμπίδου Μαρία, Σύμβουλος Επαγγελματικού Προσανατολισμού

Βαλταδώρος Παρμενίων, Σύμβουλος Επαγγελματικού Προσανατολισμού

Νάννου Χρυσούλα, Σύμβουλος Επαγγελματικού Προσανατολισμού

Παπαδόπουλος Ιωάννης, Σύμβουλος Επαγγελματικού Προσανατολισμού

Γιαννιτσάδης Δημήτριος, Ειδικός Πληροφόρησης και Τεκμηρίωσης

Παπαδοπούλου Έφη, Γραμματειακή στήριξη

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Με τον όρο επιχειρηματικότητα εννοούμε :

«Τη δεξιότητα της οργάνωσης, του σχεδιασμού και της υλοποίησης μιας ιδέας, προκειμένου να προσφερθεί στην αγορά ένα προϊόν, ή μια υπηρεσία με τρόπο έξυπνο, πρωτότυπο ανταγωνιστικό και αποτελεσματικό» (Βιβλίο ΣΕΠ για το μαθητή της Γ΄ Γυμνασίου, «Ετοιμάζομαι για τη ζωή», ΟΕΔΒ, 2001,σ. 151)

Ή πολύ απλά:

«Ο όρος επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην ανάπτυξη μιας ιδέας που αφορά στο ξεκίνημα και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης».

Ή αλλιώς :

«Το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη δημιουργία νέων προϊόντων και τεχνολογιών και την αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών».

Κάθε προσπάθεια για δημιουργία νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας, όπως το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή η επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, από ιδιώτη ή από ομάδα ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν, ορίζουν την έννοια της επιχειρηματικότητας.

Μπορεί να έχεις σκεφτεί στο παρελθόν ότι δεν αξίζει τον κόπο να ψάχνεις για δουλειά, μια που οι δείκτες της ανεργίας είναι αποκαρδιωτικοί και η εμπιστοσύνη στις δυνάμεις σου, όχι και τόσο μεγάλη. Έχεις, ωστόσο, πάντα τη δυνατότητα να κάνεις τη δική σου δουλειά, να ξεκινήσεις τη δική σου επιχείρηση, χωρίς την εξάρτηση από προϊσταμένους και τον έλεγχο από τρίτους.

Μέσα από τη δική σου επιχείρηση μπορείς :

- Να κάνεις πράξη τις δικές σου ιδέες
- Να αναπτύξεις τη δημιουργικότητα σου
- Να αποκομίσεις τις δικές σου απολαβές κάνοντας τη δουλειά που σε εκφράζει και σε ικανοποιεί
- Να είσαι αφεντικό του εαυτού σου

Παράλληλα συμβάλλεις στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη του τόπου σου γιατί προσφέρεις ενεργά στην τοπική κοινωνία δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και παρέχοντας προϊόντα και υπηρεσίες χρήσιμα στους συνανθρώπους σου.

ΕΥΚΟΛΟ Ή ΔΥΣΚΟΛΟ;

ΜΗ ΔΙΣΤΑΣΕΙΣ ΝΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΤΟ ΟΝΕΙΡΟ ΣΟΥ !

Είναι μία ωραία ιδέα.

Αλλά για να πάρεις την απόφαση να την υλοποιήσεις, πρέπει να εντοπίσεις τους φόβους σου.

Πρέπει να ρωτήσεις τον εαυτό σου:

- Θέλεις πράγματι να ξεκινήσεις μια δική σου επιχείρηση;
- Είσαι κατάλληλος για επιχειρηματίας;
- Τι κεφάλαιο θα χρειαστείς;
- Από πού μπορείς να βοηθηθείς οικονομικά;
- Πόσο καλή είναι η επιχειρηματική σου ιδέα;
- Τι καινοτόμο παρουσιάζει;
- Πού θα εγκαταστήσεις την επιχείρησή σου;
- Ποια είναι η αγορά στην οποία θα απευθυνθείς;
- Γιατί χρειάζεται η παραγωγή του προϊόντος /υπηρεσίας ;
- Πώς θα επιλέξεις το προσωπικό της επιχείρησής σου;
- Πώς θα τιμολογήσεις το προϊόν ή τις υπηρεσίες που θα προσφέρεις στην αγορά ώστε με ανταγωνιστική τιμή να έχεις ικανοποιητικό κέρδος;
- Πώς θα γίνει η προώθηση των πωλήσεων;
- Πώς θα αναλάβεις πρωτοβουλία για την υλοποίηση του σχεδίου σου;

Η επαγγελματική επιτυχία μέσα απ'τη δική σου επιχείρηση είναι ένα συναίσθημα που απολαμβάνουν εκατομμύρια άνθρωποι γιατί όχι κι εσύ;

ΠΟΙΟΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΣΕ ΒΟΗΘΗΣΕΙ;

Ότι και αν είναι αυτό που φοβάσαι είναι φυσικό. Τα κλίμα στην αγορά είναι βαρύ, τα νοικοκυριά δυσκολεύονται να τα βγάλουν πέρα και η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας συνδέεται με την έννοια του ρίσκου και τον κίνδυνο της οικονομικής αποτυχίας.

Δεν είναι λίγοι οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας. Μπορούν να διακριθούν ανάλογα με την προέλευσή τους σε :

ενδογενείς κινδύνους, που απορρέουν από τις αποφάσεις του επιχειρηματία και σχετίζονται άμεσα με τη λειτουργία της επιχείρησης, τον τρόπο χρηματοδότησης της επένδυσης, τον τρόπο προώθησης του προϊόντος κ.λ.π.

και εξωγενείς κινδύνους, όπως το «δυσμενές οικονομικό περιβάλλον» κ.ά.

Επίσης, υπάρχουν κίνδυνοι που μπορεί κάποιος να προβλέψει και να προλάβει (π.χ. να κάνει μία ασφάλεια) και άλλοι αστάθμητοι, που αποτελούν το επιχειρηματικό ρίσκο.

Αν όμως υπήρχε κάποιος να σε βοηθήσει σε κάθε βήμα της προετοιμασίας της δικής σου δουλειάς και να περιορίσει στο ελάχιστο το φόβο σου, θα το σκεφτόσουν ;

Στην προσπάθειά σου για τη δημιουργία της δικής σου δουλειάς δεν είσαι μόνος!

Στην απόφασή σου να ξεκινήσεις μια επιχείρηση έχεις την ανταπόκριση και τη βοήθεια από αρμόδιους φορείς.

Υπάρχουν πολλοί φορείς που μπορούν να σε βοηθήσουν στα βήματα για την υλοποίηση της επιχειρηματικής σου ιδέας και άλλοι που επιδοτούν τη νεανική επιχειρηματικότητα.

Εάν επισκεφθείς το Κέντρο Συμβουλευτικής και Προσανατολισμού Λ. Πύργου, μπορείς να προμηθευτείς ένα κατάλογο από φορείς που θα σε βοηθήσουν.

Επίσης, στο τέλος αυτού του μικρού οδηγού θα βρεις πολλούς χρήσιμους φορείς που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα και είναι στη διάθεσή σου για να σε βοηθήσουν.

Ο μελλοντικός επιχειρηματίας καλό είναι να ξεκινήσει την προσπάθεια του ξεφεύγοντας από μύθους και φοβίες και προχωρώντας με αυτοπεποίθηση να υλοποιήσει την επιχειρηματική του ιδέα. Είναι σημαντικό να ανιχνεύσει την ύπαρξη ισχυρού κινήτρου, που θα χαλυβδώσει τη θέλησή του για να στεφθεί η νέα επιχείρηση με επιτυχία.

Βέβαια, εκτός από την επιθυμία και ίσως κάποια χρήματα, πρέπει να διαθέτει την απαραίτητη γνώση και τον προσανατολισμό για μια, όσο το δυνατόν, πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση του σχεδιασμού της μελλοντικής επιχείρησης.

Ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ – ΑΥΤΟΓΝΩΣΙΑ

Ο όρος επιχειρηματίας συνήθως χρησιμοποιείται για να αναφερθούμε σε ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων, από το μικρό επιχειρηματία της γειτονιάς μέχρι τον ιδιοκτήτη μιας πολύ μεγάλης επιχείρησης.

Επιχειρηματίας είναι το άτομο που καινοτομεί ή μιμείται δημιουργικά, συντονίζει τους παραγωγικούς συντελεστές και τις εργασίες που γίνονται στην επιχείρησή του, παίρνει τις κρίσιμες αποφάσεις και αξιοποιεί και δημιουργεί με τις ειδικές γνώσεις που διαθέτει, κάθε ευκαιρία κέρδους στην αγορά.

Ο μελλοντικός επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει ότι η απόφασή του για δημιουργία δικής του επιχείρησης αποτελεί μία συνειδητή απόφαση και δεν έχει επιβληθεί από άλλους παράγοντες, π.χ. ανεργία, εργοδοσία, οικογενειακό ή φιλικό περιβάλλον κ.α.

Μέλημά του θα πρέπει να αποτελέσει η κατά το δυνατόν πιο εμπειριστατωμένη εικόνα του εαυτού, που μπορεί να παραχθεί μέσα από μία διαδικασία αυτογνωσίας, όπου θα παρέχονται στοιχεία για τις ικανότητές του, όπως επίσης και για τις δυνατότητες βελτίωσής τους.

Η ανάπτυξη μιας επιχείρησης απαιτεί πρώτα από όλα προσωπική ανάπτυξη και αυτό-ολοκλήρωση του επιχειρηματία.

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΚΑΛΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Το κλειδί της επιτυχίας μιας επιχείρησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το προφίλ του επιχειρηματία: «Θέλει αρετή και τόλμη το επιχειρείν».

Παρακάτω δίνονται μερικά από τα χαρακτηριστικά του πετυχημένου επιχειρηματία:

❖ **Εργατικότητα:**

- Ενεργητικότητα, Δράση, Σκληρή δουλειά.
- Ανυπαρξία ελεύθερου χρόνου και καθορισμένου ωραρίου εργασίας.
- Θυσίες υπέρ της δουλειάς και εις βάρος της οικογένειας και των φίλων.

❖ **Πρωτοβουλία:**

- Αποφασιστικότητα, τόλμη.
- Ανάλυση ρίσκου (ανάληψη μέτριου κινδύνου).
- Ανεξαρτησία.
- Σχεδιασμός –Δημιουργικότητα –Καινοτομία.

❖ **Οργανωτικότητα στη:**

- Δομή της Επιχείρησης
- Σχεδιασμό της εργασίας
- Τμηματοποίηση
- Αντιμετώπιση μπερδεμένων καταστάσεων
- Άψογη τήρηση αρχείων, φακέλων, Οικονομικών κ.α.
- Διεκπεραίωση (εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία)
- Προγραμματισμό και Υπευθυνότητα.

❖ **Διορατικότητα, Ικανότητα Ρεαλιστικού Προγραμματισμού, Καλής Κρίσης:**

- Ευελιξία, κλιμάκωση εναλλακτικών λύσεων και διαφοροποίηση εφαρμογών.
- Εντοπισμός ευκαιριών κέρδους
- Διορατικότητα για το πώς και πότε θα δράσει.

❖ **Προσαρμοστικότητα (Αυτοπεριορισμός, συσπείρωση, υπομονή, ανοχή στις μεταβολές και αντοχή στις δυσκολίες)**

- Αντιμετώπιση της αβεβαιότητας και του στρες.
- Βήματα δράσης μικρά, σταθερά αλλά και αποτελεσματικά.
- Υπομονή για την αποδοτικότητα, την ενδεχόμενη απειρία των εργαζομένων μέχρι να αποκτήσουν την απαιτούμενη εμπειρία.
- Μάθηση και μέσα από την αποτυχία.

- ❖ **Διοικητικές ικανότητες:**
 - Δεξιότητα στο στήσιμο και βιωσιμότητα μιας επιχείρησης, με περιορισμένους πόρους
 - Δεξιότητα στο σχεδιασμό των αρμοδιοτήτων και υποχρεώσεων των εργαζομένων και γενικότερα ορθολογική και αποτελεσματική διαχείριση των ανθρώπινων πόρων
 - Δεξιότητα επίβλεψης και διαχείρισης όλων των λειτουργιών και των τμημάτων της επιχείρησης με αμεσότητα.
- ❖ **Ανταγωνιστικότητα (ή ανταγωνιστική ικανότητα):**
 - Χρήση Υψηλής Τεχνολογίας
 - Το know how του προϊόντος /προσφερόμενων υπηρεσιών
 - Γενική γνώση της επιχείρησης και του τι γίνεται σε κάθε τμήμα
 - Γνώση της αγοράς και των ανταγωνιστών
 - Τεχνικές ανταγωνιστικότητας ώστε να αυξηθεί ο κύκλος εργασιών (να αποκτηθεί το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά)
 - Τιμολογιακή πολιτική, επάρκεια, ποικιλίας προϊόντων, πολιτική ποιότητας και, προώθησης προϊόντων
- ❖ **Ντύσιμο, Εμφάνιση, Τρόποι, Συμπεριφορά (το « image» του επιχειρηματία):**
 - Καλοβαλμένος / η
 - Ολοκληρωμένη προσωπικότητα
 - Υπεύθυνος /η
 - Ειλικρινής
 - Έντιμος /η
 - Με Αυτοπεποίθηση
 - Πειστικός
- ❖ **Ικανότητα καλής επικοινωνίας για την αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης(να χειρίζεται επαρκώς πολυποικίλες διαπροσωπικές σχέσεις)**
 - Να κάνει καλές δημόσιες σχέσεις
 - Να τα πάει καλά με όλους
 - Να εκφράζει ξεκάθαρα αυτό που θέλει
 - Να είναι πειστικός
 - Να κατανέμει τη σκέψη, το χρόνο και την ενέργειά του, στους
 - Εργαζόμενους
 - Καταναλωτές
 - Προμηθευτές
 - Συνεταίρους, μετόχους
 - Ποιότητα προϊόντος / υπηρεσιών
 - Αποθήκη και καταγραφή εμπορευμάτων
 - Λογιστήριο, αρχεία κ.λ.π.
 - Προϊόντα, σωστή προώθησή τους (marketing)
- ❖ **Ηγετικές προδιαγραφές:**
 - Τόλμη και αποφασιστικότητα
 - Επιμονή
 - Αυτοπεποίθηση
 - Αυτοσεβασμός
 - Αποτελεσματικότητα

Ωστε να υπάρξει:

- Συγκεκριμένο πλαίσιο κανονισμού λειτουργίας της επιχείρησης
- Αυτοέλεγχος στο Πότε οι κανόνες θα εφαρμόζονται με αυστηρότητα και πότε με ευελιξία.
- Σεβασμός στις Σημαντικές αξίες όπως αξιοπιστία, εμπιστοσύνη, ειλικρίνεια, αξιοκρατία σε όλα τα επίπεδα και κυρίως στις συναλλαγές με τους εσωτερικούς και εξωτερικούς συνεργάτες /πελάτες
- Αυτοέλεγχος στο Πότε θα μιλάει και Πότε θα ακούει
- Αυτοέλεγχος για το Πότε και Πώς να δράσει για να είναι αποτελεσματικός

- ❖ **Η προηγούμενη εμπειρία σε παρεμφερή επιχείρηση δίνει τη δυνατότητα:**
 - Καλών σχέσεων και δΟΣΟΛΗΨΙΑΣ τόσο με τους εργαζόμενους, όσο και με τους προμηθευτές, καταναλωτές (γενικότερα με το ανθρωπογενές περιβάλλον)

- ❖ **Ως επιχειρηματίας/ Manager απαιτείται:**
 - Να τηρείς έναν Κώδικα Επιχειρησιακής Ηθικής
 - Να διαθέτεις Καταναλωτική πίστη
 - Να είσαι πολύ κοντά στον πελάτη /ισα και
 - Να σκέπτεσαι για τον πελάτη
 - Τι παραπάνω μπορείς να κάνεις
 - Τις πιθανές Καινοτομίες για αυτόν
 - Τις κοινωνικές και ψυχολογικές ανάγκες του πελάτη (επάρκεια, ποικιλία, επώνυμα προϊόντα, περιβάλλον)
 - Τις οικονομικές απαιτήσεις του (ο πελάτης/ισα απαιτεί να ανταλλάσσει τα χρήματά του με προϊόντα / υπηρεσίες που αξίζουν ποιοτικά τόσο, όσο πληρώνει για αυτά/αυτές)
 - Την Πολιτική Ανταγωνιστικών Τιμών
 - Τη Διαφήμιση και Προβολή της επιχείρησης και των προϊόντων για ενημέρωση του πελάτη
 - Την παροχή Εμπιστοσύνης και Ασφάλειας προς τους καταναλωτές τόσο για αυτό που αγοράζουν, όσο και κατά την πρόσβαση και κίνηση μέσα στους χώρους της επιχείρησης. Δημιουργία, δηλαδή, κατάλληλων υποδομών στο χώρο που κινείται το καταναλωτικό κοινό (μικρά παιδιά, παιδιά με αναπηρίες, γενικά ανάπηροι και ηλικιωμένοι)
 - Τον Σεβασμό του Νομοθετικού Πλαισίου (άδειες, καταβολή φόρων κλπ) και των Κανονισμών.

- ❖ **Η Κοινωνική Ευθύνη τα τελευταία χρόνια ανέρχεται:**

Ο συνδυασμός μεταξύ της επιχειρηματικής και περιβαλλοντικής πολιτικής από τη μία πλευρά και της υποστήριξης της τοπικής κοινωνίας μέσα από το θεσμό της κοινωνικής προσφοράς (σε κοινωφελή ιδρύματα π.χ.) από την άλλη, αποτελεί ένα δείγμα.

Quiz: Κρύβετε έναν επιχειρηματία μέσα σας;

Τώρα που είστε στο σημείο της ζωής σας που περνούν σκέψεις από το μυαλό σας και αναρωτιέστε ποιο θα είναι το επαγγελματικό σας μέλλον, κάποιιο από εσάς έχετε καταλήξει και κάποιιο απλά ψάχνετε πιθανές προοπτικές.

Πολλές φορές αναρωτιόσαστε αν θα ήσασταν κατάλληλοι για να δημιουργήσετε τη δική μας επιχείρηση ή όχι. Βέβαια κανένας δεν γεννήθηκε επιχειρηματίας, αλλά σίγουρα η αντίληψη και η ιδιοσυγκρασία κάποιων ανθρώπων είναι πιο κοντά στην ιδέα της επιχειρηματικότητας από ότι άλλων.

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί, θα σας βοηθήσει να ανακαλύψετε την επιχειρηματική σας φύση.

Σε κάθε ερώτηση σημειώστε με σταυρό αυτό που σας εκφράζει περισσότερο

1. Αν στα γενέθλιά σας ξαφνικά λαμβάνετε ως δώρο χρήματα από όλους τους συγγενείς σας, και αυτά αποτελούσαν ένα μεγάλο ποσό, τι θα κάνατε με αυτό το ποσό;
(α) θα κατέθετα τα χρήματα στην τράπεζα ή θα τα έβαζα στον κουμπαρά μου για άλλες δύσκολες ώρες
(β) θα έκανα ένα πλάνο προκειμένου να δω πώς θα μπορούσα να μαζέψω χρήματα για να αγοράσω έναν καινούριο H/Y
ή να παρακολουθήσω σεμινάρια γλώσσας σε summer camp
ή άλλες παρεμφερείς δραστηριότητες
(γ) θα προέβαινα στην αγορά χρήσιμων για την εξέλιξη μου πραγμάτων
2. Αν επιθυμούσατε να παρακολουθήσετε ένα summer camp και οι γονείς σας δεν είχαν τη δυνατότητα να το χρηματοδοτήσουν, πώς θα βρίσκατε κεφάλαια γιαυτό.
(α) Από κεφάλαιο που συγκέντρωσα από το χαρτζιλίκι μου ή θα προσπαθούσα να βρω δουλειά, και συμπληρωματικά δάνειο από παππούδες και γιαγιάδες
(β) Θα ζητούσα από τους υπόλοιπους συγγενείς (παππούδες και γιαγιάδες), πλην των γονέων που αδυνατούν να μου δώσουν λεφτά
(γ) Δεν θα το έκανα, θα ξεχνούσα την ιδέα
3. Αν είχατε μια επιχειρηματική ιδέα θα σας επηρέαζε η γνώμη των οικείων σας για να την υλοποιήσετε;
(α) Ναι, θα ακολουθούσα την άποψή τους
(β) Ναι, θα λάβαινα υπόψη μου την άποψή τους, αλλά θα αποφάσιζα ζυγίζοντας ξανά τα δεδομένα
(γ) Όχι, δεν θα υπολόγιζα τη γνώμη τους και θα έκανα αυτό που αποφάσιζα εξαρχής
4. Πώς θα προχωρούσατε στην υλοποίηση της ιδέας σας;
(α) Θα έκανα ότι έχω σκεφτεί
(β) Θα πήγαινα σε κάποιο επαγγελματία για να συντάξω ένα Επιχειρηματικό Σχέδιο Δράσης ή θα συνέτασσα ένα μόνος
(γ) Θα ρωτούσα έναν επαγγελματία που υλοποίησε παρόμοια ιδέα
5. Όταν κάνετε κάποιο λάθος στο σχολείο ή πηγαίνετε αδιάβαστοι, τότε....
(α) Προσπαθείτε να αποποιηθείτε την ευθύνη
(β) Αναλαμβάνετε την ευθύνη, βρίσκοντας δικαιολογίες για τις πράξεις σας
(γ) Αναλαμβάνετε την πλήρη ευθύνη για την υπάρχουσα κατάσταση
6. Σας αρέσουν οι εξωσχολικές δραστηριότητες;
(α) Η πολύ δουλειά τρώει τον αφέντη
(β) Τρέχω από δραστηριότητα σε δραστηριότητα, χωρίς να αφήνω ανεκμετάλλευτο χρόνο
(γ) Αν είναι απαραίτητες δραστηριότητες για το μέλλον μου ξοδεύω χρόνο

7. Όταν απαιτούνται σκληρές και δύσκολες αποφάσεις σε ότι αφορά τις σχέσεις με τους φίλους σου....
- (α) Τις παίρνω άμεσα
(β) Τις παίρνω αφού τα σκεφτώ όλα δυο φορές
(γ) Μετακυλύω την ευθύνη αλλού
8. Επικοινωνείτε εύκολα με τους ανθρώπους, έχετε πολλές παρέες;
- (α) Είμαι επικοινωνιακός /ή
(β) Είμαι υπερκοινωνικός και κάνω με όλους παρέα
(γ) Με ενοχλούν οι πολλοί άνθρωποι
9. Στις κοινωνικές σχέσεις σας....
- (α) Ξεχωρίζετε, όλοι σας θυμούνται
(β) Είστε διαφορετικός για να κεντρίσετε το ενδιαφέρον των γύρω σας
(γ) Δεν σας θυμάται μετά τη γνωριμία κανείς
10. Όταν έχετε απέναντι σας ένα συνομιλητή
- (α) Προσπαθείτε να μάθετε όσα περισσότερα γίνεται γιαυτόν
(β) Μόλις τελειώσετε τη συνάντηση σπεύδετε να μάθετε από άλλους πληροφορίες για τη νέα σας παρέα
(γ) Αρκείστε σε ότι σας λέει ο νέος φίλος σας.

Συγκεντρώστε τη βαθμολογία σας

1. $\alpha=0, \beta=10, \gamma=20$	6. $\alpha=0, \beta=15, \gamma=10$
2. $\alpha=10, \beta=0, \gamma=20$	7. $\alpha=20, \beta=10, \gamma=0$
3. $\alpha=0, \beta=10, \gamma=20$	8. $\alpha=10, \beta=20, \gamma=0$
4. $\alpha=20, \beta=10, \gamma=5$	9. $\alpha=10, \beta=20, \gamma=0$
5. $\alpha=0, \beta=20, \gamma=10$	10. $\alpha=10, \beta=20, \gamma=0$

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

171-200: Έχετε επιχειρηματικές τάσεις, είστε όμως τόσο παρορμητικοί που καταντά επικίνδυνο να προβείτε σε τέτοια ενέργεια, δουλένπτε πάνω σε αυτό το κομμάτι και ξανακάνετε το τεστ.

121-170: Κινείστε μεταξύ επιχειρηματικού δαιμονίου και ριψοκίνδунου τρελού, μια τρέλα που μπορεί να γίνει δημιουργική απόλαυση.

Τολμήστε να δημιουργήσετε την επιχείρησή σας με σκέψη και προσοχή, χωρίς να χάσετε τη φρεσκάδα της σκέψης σας.

81-120: Ο τέλειος επιχειρηματίας, τολμήστε το αν και φαντάζομαι ότι αν δεν το έχετε κάνει ήδη το σκέφτεστε σοβαρά. Η επιτυχία δεν μπορεί να θεωρηθεί δεδομένη, αλλά έχετε θέσει σοβαρή υποψηφιότητα για το club των επιτυχημένων.

41-80: Παραπαίετε στη μετριότητα. Η επιχειρηματικότητα δεν είναι το δυνατό σας σημείο. Έχετε περιθώρια βελτίωσης, αλλά από την άλλη πλευρά δεν είναι υποχρεωτικό να γίνουν όλοι επιχειρηματίες.

0-40: Αφήστε τις επιχειρήσεις και αρκεστείτε σε ότι έχετε.

Δημόσιος υπάλληλος είναι η ιδανική εργασία για εσάς, και μάλιστα σε πόστο άνευ ευθυνών.

Μην ξεχνάτε όμως ότι το σωστό υπόβαθρο και οι σπουδές είναι απαραίτητες για τη νέα γενιά επιχειρηματιών στην οποία θέλετε να ανήκετε.

Δουλειά σας τώρα είναι και το διάβασμα.

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

Η όλη προσπάθεια για το ξεκίνημα και στήσιμο μιας επιχείρησης αρχίζει από τη λεγόμενη επιχειρηματική ιδέα, την ιδέα δηλαδή στην οποία θα στηριχθεί όλος ο σχεδιασμός και η μορφή της νέας επιχείρησης. Είναι λογικό η αρχική, ακατέργαστη επιχειρηματική ιδέα ως κινητήρια δύναμη και ως άξονας έμπνευσης του νέου επιχειρηματία να είναι κατεξοχήν προϊόν της δικής του φαντασίας, φιλοδοξίας και προσωπικότητας. Όμως, αυτή η ιδέα πρέπει να γίνει συγκεκριμένη και να είναι υλοποιήσιμη. Άλλωστε, οι μεγάλες ιδέες χρειάζονται εκτός από φτερά και μηχανισμό προσεδάφησης.

Η επιχειρηματική ιδέα μπορεί να είναι

- ένα καινούργιο προϊόν
- νέες διαδικασίες
- ένας καλύτερος τρόπος παραγωγής ή πώλησης ενός προϊόντος.

Η περιγραφή της επιχειρηματικής ιδέας ακολουθεί εκ παραλλήλου και υποβοηθά τη διαδικασία αυτογνωσίας.

Περιέγραψε όσο πιο συνοπτικά μπορείς την επιχειρηματική σου ιδέα (αγαθό ή υπηρεσία) και τι είναι αυτό που την κάνει ξεχωριστή. Το Ιστορικό της ιδέας, πότε και πως, κάτω από ποιες συνθήκες έγινε η σύλληψη της ιδέας, και

Ειδικότερα :

- σε ποιον κλάδο σκοπεύεις να δραστηριοποιηθείς,
- ποια είναι η καινοτομία (αν υπάρχει) της δραστηριότητας σε σχέση με άλλες που ήδη υπάρχουν και γιατί τα δικά σου προϊόντα ή υπηρεσίες θα είναι διαφορετικά ή καλύτερα των άλλων.
- ποιοι θα είναι οι καταναλωτές / τρεις – πελάτες/ισές σου και γιατί να προτιμήσουν εσένα και όχι άλλους που ήδη αναπτύσσουν την ίδια δραστηριότητα. Είναι καλό να προσδιορίσεις τουλάχιστον τρία είδη πελατών της επιχείρησής σου.
- Τις ικανότητες και δεξιότητες και τους προσωπικούς σου στόχους.

Για την επιτυχία, η επιχειρηματική δραστηριότητα πρέπει να ταιριάζει με τις ικανότητες και δεξιότητες και τους προσωπικούς σου στόχους.

Στην περίπτωση που είσαι σε ομάδα επιχειρηματιών, περιέγραψε πώς ο ένας θα βοηθάει και θα συμπληρώνει τον άλλον, πως θα ξεπεραστούν οι επιμέρους ελλείψεις που πιθανόν υπάρχουν ανάμεσα στις απαιτήσεις της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας και στις δικές σου δυνατότητες ή της ομάδας π.χ. με ένα πρόγραμμα κατάρτισης, επιμόρφωσης ή με την πρόσληψη εξωτερικών συνεργατών κ.α.

Οι ενέργειες που κάνεις για να στήσεις μια επιχείρηση είναι παρόμοιες με την προετοιμασία σου για ένα μακρινό ταξίδι. Και τα δύο απαιτούν χρόνο, προσπάθεια, γνώση και μια δόση περιπέτειας. Και τα δύο είναι πιο διασκεδαστικά και αποφέρουν καρπούς όταν ξέρεις: πώς θα πάς, τι θα πάρεις μαζί σου, πόσο θα διαρκέσει και τι θα συναντήσεις στη διαδρομή. Βεβαίως, πάντοτε υπάρχει η πιθανότητα να βρεθείς προ εκπλήξεως αλλά, αν έχεις προετοιμαστεί, τότε μάλλον θα μπορέσεις να αντεπεξέλθεις ικανοποιητικά.

«Το κλειδί της προετοιμασίας είναι ο σωστός σχεδιασμός που αφορά στη δημιουργία ενός περιγράμματος που θα σας επιτρέψει να επιτύχετε τους στόχους σας. Το καλά μελετημένο περίγραμμα είναι κάτι σαν οδικός χάρτης που οδηγεί τον ταξιδιώτη με ακρίβεια στον προορισμό του», αναφέρουν οι ειδικοί.

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα χρήσιμο εργαλείο, ένα εγχειρίδιο το οποίο βοηθάει τους επιχειρηματίες στα στάδια σχηματισμού και έναρξης λειτουργίας της επιχείρησής τους. Επίσης σε αυτό καταγράφονται οι προσδοκίες των επιχειρηματιών, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν περιοδικά ως κριτήρια αξιολόγησης της επιχείρησης. Ακόμη βοηθά στην καταγραφή, ανάλυση και κατανόηση της αγοράς, των καταναλωτών/τριών και του ανταγωνισμού και καταδεικνύει την επίτευξη ή όχι των στόχων δημιουργίας της επιχείρησης.

Οδηγίες σύνταξης ενός επιτυχημένου Επιχειρηματικού Σχεδίου.

Σε αυτό το σημείο αναφέρονται επιγραμματικά μερικές συμβουλές που είναι χρήσιμες κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου:

- Οι περιγραφές και οι προβλέψεις που θα περιληφθούν στο σχέδιο πρέπει να είναι σαφείς, κατανοητές και ρεαλιστικές.
- Το κείμενο του σχεδίου πρέπει να αναφέρεται σε ουσιαστικά θέματα, να μην πλατειάζει.
- Το κείμενο που θα συνταχθεί πρέπει να έχει λογική δομή, να είναι ευπαρουσίαστο και να μην έχει λάθη.
- Τα σχεδιαγράμματα και τα γραφικά είναι χρήσιμα, πρέπει να είναι ευανάγνωστα και προτιμώνται ως εργαλεία, κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου.
- Ο συντάκτης του σχεδίου πρέπει να γνωρίζει τι είναι απαραίτητο για το συγκεκριμένο σχέδιο (π.χ. οι τράπεζες, για μια επέκταση επιχείρησης, απαιτούν ισολογισμούς, νομιμοποίηση κ.λ.π.)
- Πρέπει να προβλέπονται εναλλακτικά σενάρια.
- Η μορφή ενός επιχειρηματικού σχεδίου δεν είναι τυποποιημένη. Απλώς παρακάτω δίνονται χρήσιμες συμβουλές, παρμένες από τη διεθνή επιχειρηματική πρακτική, για τη δομή και το περιεχόμενο ενός επιτυχημένου Επιχειρηματικού Σχεδίου. Μπορούν να προστεθούν ή να αφαιρεθούν κάποιες υποκατηγορίες, αν κριθεί απαραίτητο.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ (BUSINESS PLAN).

- **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**
 1. Γενική Εισαγωγή
 2. Εξώφυλλο
 3. Εισαγωγική σελίδα
 4. Περιεχόμενα
 5. Περίληψη

- **ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ**
 1. Περιγραφή επιχείρησης
 2. Προϊόντα / Υπηρεσίες
 3. Τοποθεσία

- **ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ**
 - A) Ανάλυση καταναλωτή και ανταγωνισμού**
 1. Ανάλυση καταναλωτή
 2. Ανάλυση ανταγωνισμού
 3. Ανάλυση αγοράς
 4. Ανάλυση περιβάλλοντος
 - B) Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής**
 1. Στρατηγική προϊόντων
 2. Πλάνο μάρκετινγκ (Marketing Plan)
 3. Πωλήσεις
 4. Διοικητικό πλάνο (Management Plan)

- **ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΝΟ**
 1. Ισολογισμός
 2. Ανάλυση χρηματαγορών
 3. Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης
 4. Ανάλυση νεκρού σημείου

Αναλυτικότερα, η **Εισαγωγή** που είναι το προκαταρκτικό μέρος ενός επιχειρηματικού σχεδίου περιλαμβάνει :

- **Γενική εισαγωγή:** Ιστορικό της ιδέας (πότε, πως και κάτω από ποιες συνθήκες, αναπτύχθηκε)
Ποια προσόντα και εμπειρία διαθέτει ο νέος επιχειρηματίας.
Οι εμπειρίες μπορεί να προέρχονται από οπουδήποτε: Εθελοντική εργασία, χόμπι, προηγούμενο επάγγελμα κλπ αρκεί να αποτελούν στοιχεία ικανά να στηρίξουν τον επίδοξο επιχειρηματία.
- **Εξώφυλλο :** Πρέπει να είναι καλαίσθητο, να αναγράφει ότι πρόκειται για επιχειρηματικό σχέδιο, να υπάρχει ο λογότυπος της εταιρείας και η πλήρης επωνυμία της.
- **Εισαγωγική σελίδα :** περιλαμβάνει, αρχικά, λίγα λόγια για την επιχείρηση, διεύθυνση ιστοσελίδας (εάν υπάρχει) και λογότυπο. Μπορεί επίσης, να περιλαμβάνει περιγραφή και περίληψη των προϊόντων (εάν και όποιων είναι απαραίτητο), φωτογραφίες και το σκοπό του επιχειρηματικού πλάνου.

Ο σκοπός και οι στόχοι είναι σημαντικοί παράγοντες γιατί βοηθούν να διατηρήσετε σωστή κατεύθυνση και να επικεντρώσετε τις προσπάθειές σας. Πώς είναι δυνατόν να ξέρεις που βρίσκεσαι αν δεν ξέρεις που θέλεις να πάς ; Οι επιχειρηματίες πρέπει να θέτουν βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους στόχους τόσο για τα προσωπικά τους όσο και για τα οικονομικά τους ενδιαφέροντα, αλλά πάντοτε πρέπει να είναι επικεντρωμένοι στον σκοπό της επιχείρησης. Η επιτυχία της επιχείρησης μετριέται από το πόσο πλησιάζουν οι επιχειρηματίες

στην επίτευξη των σκοπών και των στόχων τους. Αν μετά το πέρας συγκεκριμένου χρονικού δεν έχουν πετύχει οι στόχοι θα πρέπει να εξετασθεί μήπως δεν ήταν πραγματοποιήσιμοι εξ αρχής.

Το σημαντικό γεγονός που πρέπει να θυμάσαι είναι ότι πρέπει να εξετάζεις, να αξιολογείς και να θέτεις στόχους και σκοπούς τουλάχιστον μια φορά κάθε χρόνο ώστε να είσαι βέβαιος ότι η επιχείρηση βαδίζει στην οδό της επιτυχίας.

- **Περιεχόμενα:** Πρέπει να είναι καλά δομημένα, ώστε να περιλαμβάνουν όλες τις κύριες κατηγορίες και τις υποκατηγορίες τους, χωρίς να δημιουργούν σύγχυση.
- **Περίληψη:** Περιλαμβάνεται σχεδόν όλο το περιεχόμενο του επιχειρηματικού σχεδίου, συμπιεσμένο σε μερικά συμπεράσματα (2-3 σελίδες). Πρέπει να είναι ουσιαστική και καλογραμμένη, ώστε να παρουσιάζει ενδιαφέρον κατά την ανάγνωσή της. Τέλος, πρέπει να αναφέρονται μέσα σε αυτήν κυρίως τα στοιχεία και τα νούμερα που δίνουν τη γενική εικόνα της επιχείρησης και τους στόχους της. Π.χ. Είδος επιχείρησης, κλάδος στον οποίο ανήκει δυνατά (ανταγωνιστικά) σημεία
Η περίληψη δεν είναι εισαγωγή! Είναι μία σύνοψη όλων όσων αναφέρονται στο σχέδιο και επομένως δεν πρέπει να είναι μία περιγραφή του τρόπου με τον οποίο συντάχθηκε το σχέδιο.

- **ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ**

Σε αυτή την ενότητα πρέπει να γίνεται μια λεπτομερής περιγραφή της επιχείρησης.

Η ενότητα χωρίζεται, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, σε τρία κύρια μέρη:

1. Περιγραφή της επιχείρησης

2. Προϊόντα ή/ και υπηρεσίες που θα προσφέρονται

3. Επιλογή τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης και παράγοντες επιλογής τοποθεσίας

1. Περιγραφή της επιχείρησης

Εδώ σε γενικές γραμμές περιγράφονται:

- Νομιμοποίηση-τύπος επιχείρησης: ιδιοκτησιακό καθεστώς, τύπος επιχείρησης, άδειες και εξουσιοδοτήσεις
- Είδος επιχείρησης: εμπορία, κατασκευή, υπηρεσίες
Αν είναι νέα, ανεξάρτητη επιχείρηση, υποκατάστημα, επέκταση, franchise κ.λ.π.
- Ό,τι άλλο γνωστό για τους εξωτερικούς πόρους της επιχείρησης (outside sources), όπως προμηθευτές, χονδρέμποροι, τράπεζες, στρατηγικοί συνεργάτες, κ.λ.π.

2. Προϊόντα / Υπηρεσίες

Η περιγραφή των προϊόντων / υπηρεσιών, με έμφαση στα οφέλη που θα αποκομίσουν οι καταναλωτές από αυτά / αυτές. Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες γνωρίζουν καλά τι περιμένουν οι πελάτες τους. Συνοπτικά, θα πρέπει να περιέχονται τα εξής:

- Τι πουλάει η επιχείρηση
- Πώς αυτό ωφελεί τον καταναλωτή
- Τι διαφορετικό ή καλύτερο παρουσιάζουν τα προϊόντα / υπηρεσίες της συγκεκριμένης επιχείρησης (καινοτομία, τεχνικά ή λειτουργικά χαρακτηριστικά, ανάγκες που ικανοποιούν, ο κύκλος ζωής, κ.λπ)
- Τι έχει μεγάλη ζήτηση και πόσο μπορεί η επιχείρηση να ανταποκριθεί στη ζήτηση, και τους χρονικούς περιορισμούς.
- Η πολιτική του προϊόντος με ακρίβεια γιατί θα αποτελέσει τη βάση για την ανάπτυξη του μάρκετινγκ.

3. Τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης

Η τοποθεσία της επιχείρησης είναι ένα κρίσιμο στοιχείο για την επιτυχία ή την αποτυχία της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η επιχείρηση πρέπει να βρίσκεται «γύρω από τους πελάτες». Η επιλογή του σωστού τόπου εγκατάστασης απαιτεί χρόνο και προσπάθεια. Με βάση όλα τα

στοιχεία του μάρκετινγκ που έχει συλλέξει ο μελλοντικός επιχειρηματίας και λαμβάνοντας υπόψη τους δυνητικούς καταναλωτές του πρέπει να αποφασίσει τον τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης. Ο νέος επιχειρηματίας, πρέπει να αποφασίσει για τα χαρακτηριστικά του τόπου εγκατάστασης ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και στην εικόνα που θα ήθελε να έχουν οι καταναλωτές για την επιχείρησή του. Ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης είναι σημαντικός, αλλά είναι εφικτό να ξεπεράσει κάποιος τυχόν προβλήματα ακαταλληλότητας αυτού και του χώρου, αν αναπτύξει εναλλακτικά σχέδια με βάση τα άλλα στοιχεία του μάρκετινγκ. Το σημαντικό είναι να μπορεί ο καταναλωτής να βρίσκει εύκολα τα προϊόντα της νέας επιχείρησης, όταν αυτός τα έχει ανάγκη.

Προκειμένου να αποφευχθούν οι πιθανές συνέπειες μιας λανθασμένης επιλογής πρέπει ως μελλοντικός επιχειρηματίας να μελετήσεις τα παρακάτω:

- Ποιες είναι οι ανάγκες όσον αφορά την τοποθεσία.
(Αν θα δουλέψεις στο σπίτι, στο μαγαζί, στο γραφείο, στο εργαστήριο ή στο εργοστάσιο.)
- Τι είδους χώρος χρειάζεται;
(Τη διαθεσιμότητα ηλεκτρισμού, νερού, αποχέτευσης, τις απαιτούμενες ειδικές άδειες εγκατάστασης και λειτουργίας.)
- Πόσος χώρος χρειάζεται;
Τη συνολική επιφάνεια του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης και αν αυτός επαρκεί για μελλοντική επέκταση.
Υπάρχει χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων για φόρτωμα, ξεφόρτωμα κ.λ.π.;
- Ποια είναι η επιθυμητή περιοχή / και το επιθυμητό κτίριο;
- Είναι εύκολα προσβάσιμο το κτίριο στέγασης της επιχείρησης;
- Αν θα κτίσεις ή θα νοικιάσεις τους χώρους που χρειάζεσαι. (Πρέπει να συγκρίνεις τι θα κόστιζε το ένα και τι το άλλο.)
- Υπάρχει δημόσια συγκοινωνία;
- Γίνονται δημογραφικές αλλαγές ή αλλαγές στην αγορά;

Η τελική επιλογή θα εξαρτηθεί σε μεγάλο βαθμό από τα χρήματα που μπορείς να διαθέσεις.

• ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

A. Ανάλυση καταναλωτή και ανταγωνισμού

Η εξωτερική ανάλυση περιλαμβάνει την εξέταση όλων των παραγόντων εκτός επιχείρησης. Σε αυτή την ενότητα η υπερβολική ανάλυση δεν είναι το ζητούμενο. Αντίθετα, μια απλή και περιεκτική περιγραφή αρκεί.

Η εξωτερική ανάλυση αποτελείται από τέσσερις υποομάδες:

1. Ανάλυση καταναλωτή

Δεν είναι αρκετό να υιοθετήσεις ότι πολλοί άνθρωποι θα αγοράσουν το προϊόν ή την υπηρεσία που σκοπεύεις να προσφέρεις. Η απόφαση πρέπει να αφορά τόσο στην επιλογή της αγοράς, τις πληθυσμιακές ομάδες οι οποίες εκτιμούμε ότι θα αποτελέσουν την πελατειακή μας βάση, όσο και στα χαρακτηριστικά του προϊόντος που θα καθορίσουν την ομάδα των καταναλωτών στους οποίους θα απευθυνθείς. Το μάρκετινγκ ποσοτικοποιεί όχι μόνο τους πελάτες αλλά και τη ζήτηση (πόσο συχνά ο μελλοντικός αυτός πελάτης θα αγοράζει το προϊόν). Επίσης εξετάζει σε ποια τιμή θα διατίθεται αυτό το προϊόν.

Για να δώσεις την εικόνα του πιθανού, τυπικού πελάτη με βάση την ηλικία, το φύλο, το επάγγελμα (εισοδηματικό προφίλ), την οικογενειακή κατάσταση ή τα μοντέλα αγοραστικής συμπεριφοράς κ.λπ, εδώ περιλαμβάνεται και η τμηματοποίηση της αγοράς, τα κίνητρα και οι ανεκπλήρωτες ανάγκες ή επιθυμίες του καταναλωτή σε κάθε τμήμα της αγοράς, όπου γενικά δραστηριοποιείται η επιχείρηση.

- **Παράδειγμα:** ένας τρόπος για να τμηματοποιηθεί η αγορά των κατεψυγμένων προϊόντων (φαγητά, επιδόρπια, γλυκά, γρανίτες, παγωτά κ.λ.π.) είναι να διατεθούν σε λιανική πώληση και τροφοδοσία (σχολεία, νοσοκομεία χώροι ψυχαγωγίας). Ένας άλλος τρόπος τμηματοποίησης είναι σε ομάδες με βάση τις θερμίδες, τη γεύση, την τιμή, τη δροσιά, την ευκολία κ.λπ. Μια ανεκπλήρωτη επιθυμία θα μπορούσε να είναι ένα γευστικό θρεπτικό γεύμα με λίγες θερμίδες.

Συνοπτικά, κάποιες ερωτήσεις που θα πρέπει να απαντηθούν είναι οι εξής:

- Ποιο είναι το τμήμα των καταναλωτών που επιλέγεις ως πλέον συμφέρον για τη δική σου δραστηριότητα;
- Γιατί επέλεξες αυτό και όχι κάποιο άλλο καταναλωτικό κοινό;
- Ποιο είναι το μέγεθος (πόσοι) κάθε τμήματος αγοράς που μπορείς να προσεγγίσεις;
- Ποια είναι εκείνα τα χαρακτηριστικά αυτών των καταναλωτών, στα οποία έχεις esú συγκριτικό πλεονέκτημα; (Ισχυρά και αδύναμα σημεία σου ως προς τους ανταγωνιστές, όπως, η τοποθεσία εγκατάστασης, η φήμη, τα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρεις, η τιμή του προϊόντος κ.λ.π.)
- Ποιο είναι το μέγεθος κάθε τμήματος αγοράς που μπορείς να προσεγγίσεις;

2. Ανάλυση ανταγωνισμού

Η ανάλυση του ανταγωνισμού αρχίζει με την αναγνώριση των υαρχόντων, αλλά και των πιθανών ανταγωνιστών. Για να μπορέσεις να κάνεις τη δικό σου επιχείρηση ανταγωνιστική και διαφορετική από τους άλλους, θα πρέπει να ξέρεις πως είναι και πως λειτουργούν οι επιχειρήσεις των ανταγωνιστών σου. Η αναγνώριση των ανταγωνιστών είναι σημαντική διαδικασία και πρέπει να γίνει πριν ακόμα ξεκινήσει οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα. Μια καθιερωμένη μέθοδος σχηματισμού εντυπώσεων σε σχέση με το περιβάλλον που διαμορφώνεται στην αγορά είναι να προσπαθήσει ο νέος επιχειρηματίας να επισκεφθεί τους ανταγωνιστές του, ενδεχομένως παρουσιαζόμενος ως πελάτης. Δεν θα πρέπει όμως κανείς να αγνοήσει και την ύπαρξη εμμέσων ανταγωνιστών που δεν ασκούν το ίδιο επάγγελμα αλλά απευθύνονται στους πιθανούς πελάτες μιας νέας επιχείρησης.

Στη συνέχεια, εξετάζονται οι στρατηγικές που χρησιμοποιούνται. Εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία των ανταγωνιστών, τα οποία θα πρέπει να εξεταστούν διεξοδικά. Για να αναπτυχθεί μια σωστή στρατηγική πρέπει να έχουν κατανοηθεί και ειδικότερα εξετασθεί τα ακόλουθα στοιχεία:

- Απόδοση: Τι μερίδιο της αγοράς διαθέτουν οι ανταγωνιστές και πόσο υγιείς είναι. Οι πωλήσεις, ο τζίρος, τα κέρδη και η μεταβολή αυτών των στοιχείων είναι ενδεικτικά.
- Εικόνα και προσωπικότητα: πώς τους αντιλαμβάνονται οι πελάτες και πως αξιολογούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους
- Στόχοι: είναι πάντα ενδεικτικοί των προθέσεων τους
- Υπάρχουσα και προηγούμενες στρατηγικές
- Διάρθρωση κόστους (cost structure)
- Ισχυρά και αδύνατα σημεία ως προς τους ανταγωνιστές : ως τέτοια μπορείς να θεωρήσεις την τοποθεσία εγκατάστασης (γεωγραφικά όρια), τη φήμη τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρεις, την τιμή του προϊόντος κ.λ.π.
- Πώς τα προϊόντα τους διαφέρουν από τα προϊόντα των υπολοίπων
- Οικονομική ικανότητα διαφήμισης και προβολής
- Παραγωγή νέων ιδεών, προϊόντων και υπηρεσιών

Ο μόνος τρόπος για να φέρεις πελάτες στην επιχείρησή σου είναι να τους δελεάσεις ώστε να εγκαταλείψουν τους ανταγωνιστές σου. Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να το πετύχεις: μπορείς να κάνεις την επιχείρηση / κατάστημά σου διαφορετικό όσον αφορά την περιοχή, την γκάμα, την ποιότητα, την τιμή ή ακόμη τον τρόπο εξυπηρέτησης. Η μοναδικότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προγραμματίζεις να αναπτύξεις, αποτελεί ισχυρό πλεονέκτημα.

3. Η Αγορά

3.1 Έρευνα αγοράς

Αν έχεις καταλήξει στο είδος της επιχείρησης που θέλεις να ξεκινήσεις, προσπάθησε να βάλεις την ιδέα σου σε εφαρμογή, αφού, ήδη, έχεις απαντήσει στις εξής βασικές ερωτήσεις :

- Ποιοι είναι οι υποψήφιοι πελάτες σου;
- Πόσοι περίπου είναι αυτοί;
- Αγοράζουν ήδη το προϊόν ή την υπηρεσία που σκοπεύεις να πουλήσεις;
- Πώς μπορείς να τους προσεγγίσεις;
- Έχεις παρατηρήσει πως ενεργούν οι ανταγωνιστές σου για να έρθουν σε επαφή με τους πελάτες;

➤ Ποια είναι η τιμή που μπορείς να πουλήσεις το προϊόν σου;
Στη συνέχεια ακολουθεί η τοποθέτηση (στρατηγική προώθησης) του προϊόντος που σκοπεύεις να πουλήσεις ως νέος επιχειρηματίας σε σχέση με αυτά των ανταγωνιστών με βάση συγκεκριμένα κριτήρια :

Ο βαθμός ανανέωσης, η ηλικία, το επίπεδο των τιμών, η ποιότητα κ.α. Αν μια ιδέα για ένα προϊόν είναι καινούργια, ίσως χρειάζεται να δοκιμαστεί στην αγορά. Μπορεί οι ανταγωνιστές να θελήσουν να αντιγράψουν το νέο επιχειρηματία σύντομα, γιατί χρειάζεται να προβλεφθεί η αντίδρασή τους και να αντιμετωπισθεί.

Αν αυτό που θέλεις να κάνεις είναι αρκετά μικρό, τότε ίσως μπορείς να βρεις τις απαντήσεις στις παραπάνω ερωτήσεις μόνος σου. Αν όχι, τότε η έρευνα αγοράς από επαγγελματίες θα μπορέσει να σε βοηθήσει. Είναι πάντοτε χρήσιμο κάποιο άλλο πρόσωπο να δει αντικειμενικά την ιδέα σου και να εντοπίσει τα αδύνατα σημεία ή τι πρέπει να βελτιωθεί. Σε κάθε περίπτωση, μπορείς να συγκεντρώσεις πληροφορίες από ειδικευμένους φορείς, βιβλιοθήκες, τη στατιστική υπηρεσία, επιμελητήρια κλαδικά ινστιτούτα, κλαδικά έντυπα, εκθέσεις, το χρυσό οδηγό και τις εφημερίδες. Αυτό που ενδιαφέρει ιδιαίτερα σε αυτή τη φάση, είναι να κατανοήσει ο νέος επιχειρηματίας ότι όσο καλή και αν είναι μία επιχειρηματική ιδέα, θα πρέπει να υπάρχει μία αγορά που θα απορροφήσει το προϊόν ή την προσφερόμενη υπηρεσία και ότι κάθε αγορά ή κλάδος δραστηριότητας έχουν τους δικούς τους κανόνες, τους οποίους θα πρέπει να γνωρίζει. Τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς θα είναι μία σοβαρή ένδειξη κατά πόσον πρέπει να προχωρήσει ή όχι ο μελλοντικός επιχειρηματίας με την επιχειρηματική ιδέα.

3.2 Η δομή της αγοράς μέσα στην οποία θα δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση.

Μέσω της αναζήτησης της δομής της αγοράς προσπαθούμε να βρούμε το ειδικό βάρος και το ρόλο των επιμέρους επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτήν. Τα στοιχεία αυτής της δομής που είναι χρήσιμα στην ανάλυσή μας είναι:

- Ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς : αναφέρεται στον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά και στο μερίδιο που καταλαμβάνει κάθε μία από αυτές. Ο βαθμός συγκέντρωσης του κύκλου εργασιών καταγράφεται από το μερίδιο αγοράς που κατέχουν οι 3 ή 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου (όσο πιο μεγάλα είναι αυτά τα ποσοστά, τόσο περισσότερο η συγκεκριμένη αγορά εμφανίζει ολιγοπωλειακές καταστάσεις)
- Η διαφοροποίηση του προϊόντος : Αναφέρεται στον αριθμό και στην ποικιλία των προϊόντων που διακινούνται σε μία αγορά ή κλάδο. Όσο πιο πολλά προϊόντα υπάρχουν, τόσο ευκολότερα ένα καινούριο προϊόν θα γίνει αποδεκτό από τους καταναλωτές.
- Η ευκολία πρόσβασης : μπορεί να οριστεί από τον αριθμό εμποδίων που συναντά μία καινούρια επιχείρηση, προκειμένου να δραστηριοποιηθεί σε μία αγορά. Αυτά παίρνουν συνήθως τις εξής μορφές:
 - Νομικά εμπόδια (π. χ. κατοχύρωση πατέντας ή άλλα νομικά εμπόδια)
 - Συγκριτικά πλεονεκτήματα (κόστος λειτουργίας μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης είναι μικρότερο από αυτό μιας νέας)
 - Η αφοσίωση των καταναλωτών (buyer loyalty) προϊόντα μιας επιχείρησης ή σε ένα συγκεκριμένο προϊόν.

3.3 Ανάλυση Αγοράς

Η ανάλυση αγοράς έχει δύο σκοπούς. Ο πρώτος είναι να προσδιορίσει πόσο ελκυστική είναι η αγορά και οι υποαγορές της. Ο δεύτερος σκοπός είναι να κατανοηθεί η δυναμική της αγοράς ώστε να εντοπιστούν οι ευκαιρίες, αλλά και οι παγίδες.

Έτσι, μπορούν να ληφθούν προληπτικά μέσα και να συνταχθούν ανάλογες στρατηγικές.

Η ανάλυση αγοράς θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Μέγεθος αγοράς

Η αγορά του νέου προϊόντος μας είναι ένα μέγεθος συγκεκριμένο και μετρήσιμο και αυτό που μας ενδιαφέρει σε αυτή την περίπτωση είναι να δούμε:

- Το συνολικό μέγεθος της αγοράς, το οποίο συνήθως ονομάζουμε «δυνατή αγορά».
- Το μέγεθος της αγοράς που ενδιαφέρεται για τα προϊόντα μας.
- Το μέγεθος της αγοράς που ήδη καταναλώνει προϊόντα παρόμοια με τα δικά μας
- Το μέγεθος της αγοράς που μπορεί η επιχείρησή μας να εξυπηρετήσει.

- Το μέγεθος της αγοράς που η επιχείρησή μας μπορεί να προσεγγίσει με τη διαφήμιση ή με τα δίκτυα διανομής της.

Το μέγεθος της πραγματικής αγοράς του προϊόντος μας ισούται με το αποτέλεσμα του παρακάτω τύπου:

Πραγματική αγορά = Εισαγωγές + Εσωτερική παραγωγή - Εξαγωγές

- Ορίζοντες ανάπτυξης (growth prospects)
- Κερδοφορία αγοράς
- Άρθρωση κόστους (cost structure)
- Κανάλια διανομής (distribution channels)
- Τάσεις που προσδιορίζουν τον κλάδο, την επιχείρηση ή την αγορά (υπάρχουν πολλές επιμέρους αγορές)
- Παράγοντες επιτυχίας (key success factors)

4. Ανάλυση περιβάλλοντος

Με τον όρο «περιβάλλον» εννοούνται όλοι οι παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά και τη βιομηχανία ενός προϊόντος. Σε αυτόν τον τομέα ελλοχεύει μεγάλος κίνδυνος πλατειασμού, γι αυτά πρέπει να απομονώσουμε μόνο τους παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά ή την υποαγορά μας (τον κλάδο π.χ.) για να εντοπισθούν και τα ρίσκα που θα αναλάβει η νέα επιχείρηση. Η ανάλυση περιβάλλοντος περιλαμβάνει τους εξής πέντε παράγοντες:

- Τεχνολογία
- Κράτος
- Οικονομία
- Κουλτούρα - Πολιτισμός
- Δημογραφικά στοιχεία

B. ΕΠΙΛΟΓΗ, ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Σε αυτή την ενότητα θα αναλυθεί το πώς πρέπει να αναπτύσσονται σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο οι μελλοντικές στρατηγικές και πλάνα. Οι κύριες κατηγορίες της ενότητας είναι:

1. Στρατηγική Προϊόντων (Product strategy)
2. Πλάνο Marketing (Marketing Plan)
3. Πωλήσεις
4. Διοικητικό πλάνο (Management Plan)

1. Στρατηγική Προϊόντων

Σε αυτό το μέρος περιγράφεται η στρατηγική που θα ακολουθηθεί για τα προϊόντα, όσον αφορά τα παρακάτω στοιχεία:

- Υπόσχεση του προϊόντος (π.χ. ακριβό και ποιοτικό, φθηνό, εύχρηστο κ.λ.π.)
- Χαρακτηριστικά (π.χ. απορρυπαντικό σε μικρό μέγεθος, με βαλβίδα ασφαλείας, για χρωματιστά ρούχα κ.λ.π.)
- Διαφοροποίηση από τα άλλα προϊόντα της αγοράς
- Μοναδικότητα (τι μοναδικό έχει να προσφέρει το προϊόν)

Ο όρος « καινοτομία» είναι διφορούμενος: σημαίνει μια διαδικασία κατά την οποία γνωστά ήδη στοιχεία, υλικά, μέθοδοι, υπηρεσίες, κ.λ.π. χρησιμοποιούνται και συνδυάζονται με νέο τρόπο, ώστε να δημιουργηθεί ένα νέο προϊόν, υπηρεσία, μέθοδος. Σημαίνει επίσης, ένα εντελώς νέο προϊόν, μέθοδο ή υπηρεσία.

Η καινοτομία δεν είναι κατ' ανάγκη συνώνυμη με την υψηλή τεχνολογία. Σημαντικό μέρος της καινοτομίας προκύπτει από νέους συνδυασμούς γνωστών στοιχείων ή από νέες χρήσεις ή, από τη δημιουργικότητα στον σχεδιασμό των προϊόντων. Τα παραδείγματα στην καθημερινή μας ζωή είναι χιλιάδες. Και θα ήταν ακόμη περισσότερα αν όλοι όσοι έχουν μια καλή ιδέα έβρισκαν την απαραίτητη υποστήριξη για να την υλοποιήσουν, καθώς εκτός από τις αντικειμενικές δυσκολίες (χρηματοδότηση, παραγωγή, διάθεση στην αγορά, κλπ), θα συναντήσουν και μικρό ή μεγάλο βαθμό αντίστασης (είναι πιο εύκολο να μην καινοτομούμε, να μην ταρασσουμε τα ύδατα..)

Πόσο σημαντική είναι, όμως, η καινοτομία και τι μπορούμε να κάνουμε για να την ενισχύσουμε;

Η καινοτομία οδηγεί στην ανανέωση και εμφάνιση νέων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας,

δημιουργώντας έτσι νέα προϊόντα και υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, νέες θέσεις εργασίας, πιο ανταγωνιστικές επιχειρήσεις και συνεπώς πιο ανταγωνιστική οικονομία.

Για τη χώρα μας η καινοτομία αποτελεί κύρια και καίρια οριζόντια αναπτυξιακή κατεύθυνση.

Να και ένα αίνιγμα !

Τι κοινό έχουν τα τετράγωνα χαρτάκια σημειώσεων γραφείου, η λαπαροσκοπική χειρουργική, το ρουλεμάν, το αλεύρι που φουσκώνει μόνο του και η κατ' οίκον παράδοση φαγητού;

Κατά την εμφάνισή τους στην αγορά αποτέλεσαν όλα καινοτομικά προϊόντα, μεθόδους ή υπηρεσίες.

2. Πλάνο Marketing (Marketing Plan)

Με τον όρο Marketing εννοούμε ό,τι μεσολαβεί μεταξύ της παραγωγής και της κατανάλωσης (αγοράς).

Οι βασικές λειτουργίες του μάρκετινγκ, είναι οι εξής:

Αποθήκευση, πώληση, μεταφορά, προώθηση και διαφήμιση .

Το Marketing μπορεί να απαιτεί χρόνο και οικονομικούς πόρους, είναι, όμως, ένα ζωτικό κομμάτι της επιχείρησης γιατί ασκεί σημαντική επίδραση στην επιτυχία της. Το πόσο καλά έχει τοποθετηθεί μια επιχείρηση στην αγορά είναι αυτό, που σε συνδυασμό με κάποια άλλα στοιχεία, θα κρίνει τελικά την επιτυχία ή όχι της επιχείρησης.

Το πλάνο marketing πρέπει να αρχίζει με μια σύντομη περίληψη των στόχων της επιχείρησης, της θέσης που επιθυμεί να κατέχει ανάμεσα στις άλλες του χώρου (positioning) και της ομάδας-στόχου της (πελατειακό κοινό, ηλικία, φύλο, το είδος της κοινωνίας ή η περιοχή ενδιαφέροντος). Επίσης εδώ πρέπει να περιγραφούν:

- **Συμπεριφορά καταναλωτή:** διαδικασία αγοράς, ευαίσθητα σημεία κατά την επιλογή προϊόντων, από πού κάνει τις αγορές του, συνήθειες, κίνητρα, ευθυμία και ανάγκες που τον οδηγούν σε αγορές, συχνότητα κατανάλωσης, κ.λ.π.
- **Προϊόν:** χαρακτηριστικά που διαθέτει και σε ποια από αυτά θα δοθεί έμφαση. Χρήσιμο είναι να αναφέρεται ο κύκλος ζωής του προϊόντος και σε ποιο στάδιο της ζωής του βρίσκεται (Product Life Cycle / PLC)

Τιμή: καθορισμός τιμολογιακής πολιτικής, εναλλακτικές λύσεις και εκπτώσεις.

Οι τιμές που θα επιλέξεις παίζουν σημαντικό ρόλο τόσο για τον αριθμό των πελατών που θα προσελκύσεις όσο και για τα επίπεδα κέρδους.

Βασικό μέλημα στην κοστολόγηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών που θα παράγει ο νέος επιχειρηματίας είναι ο σωστός προσδιορισμός της τιμής τους, ούτως ώστε αυτή να καλύπτει το κόστος του, αλλά και να παράγει κέρδος. Κάθε απόφαση που έχει σχέση με τις τιμές πωλήσεων βασίζεται σε δύο άξονες:

- Στο κόστος για να παραχθεί το προϊόν.
- Στην ποσότητα που πρόκειται να απορροφήσει η αγορά, ανάλογα με τις τιμές που χρεώνει η επιχείρηση κατά συνέπεια στο σύνολο των πωλήσεων που θα μπορέσει να πραγματοποιήσει η επιχείρηση.

Η κρίσιμη ερώτηση στην ουσία είναι η εξής:

Ποια τιμή συμφέρει περισσότερο την επιχείρηση να χρεώνει τα νέα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της;

Η απάντηση σε αυτήν την ερώτηση μπορεί να βρεθεί, αν λάβει κανείς υπόψη του ότι όταν τιμολογεί πρέπει να έχει στο μυαλό του το μείγμα μάρκετινγκ και όχι μόνον το προϊόν. Η ισορροπία βρίσκεται στο ζύγισμα του ΚΟΣΤΟΥΣ και της ΖΗΤΗΣΗΣ. Έτσι, θα πρέπει να αναλυθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των προϊόντων της επιχείρησης και να αναρωτηθεί ποιο ρόλο παίζει η τιμή στην ανάπτυξη των πωλήσεων. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η τιμολογιακή πολιτική είναι πάντα συνάρτηση της πολιτικής του προϊόντος και των στόχων που θα θέσει ο επιχειρηματίας.

Πρέπει να μάθεις ό,τι είναι χρήσιμο, πριν αποφασίσεις για την τελική τιμή ενός προϊόντος της επιχείρησης, να την ελέγχεις, ρωτώντας τη γνώμη πελατών που ανήκουν στο τμήμα καταναλωτών στο οποίο απευθύνεται. Έτσι μπορεί να δημιουργήσεις μόνος του μια σειρά από προβλέψεις για τις πωλήσεις. Εφοδιασμένος με όσο μπορείς καλύτερες πληροφορίες, μπορείς να προβλέψεις πόσες θα μπορούσαν να είναι οι πωλήσεις σου, αν θα τις χρεώσεις με διαφορετικές τιμές για αγορά ποσοτήτων ή για κάποιες ομάδες πελατών. Μπορεί μετά να συσχετίσεις τις

προβλέψεις σου αυτές με το κόστος που απαιτείται για να παραχθούν διαφορετικές ποσότητες προϊόντος.

Μερικές φορές μια επιχείρηση μπορεί να δικαιολογήσει μια μεγαλύτερη τιμή στη βάση της ποιότητας του προϊόντος ή της υπηρεσίας, της γρηγορότερης παράδοσης και του καλύτερου service μετά την πώληση.

Μια σωστή μελετημένη πολιτική τιμολόγησης θα σε βοηθήσει να πετύχεις τους στόχους σου όσον αφορά τις πωλήσεις και τα κέρδη.

- **Διανομή:** περιλαμβάνει τα κανάλια και τις μεθόδους διανομής, τους στόχους διανομής, το κόστος, τα κίνητρα για χονδρέμπορους και λιανέμπορους, εναλλακτικά κανάλια (π.χ. μέσω internet) κ.ά
- **Προβολή / Προώθηση:** περιλαμβάνει στόχους, **διαφήμιση**, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα, προώθηση πωλήσεων, προσωπικές πωλήσεις, άμεσο marketing και χρήση διαδικτύου.

Σχεδιάζοντας μία διαφήμιση, χρησιμοποίησε τη φαντασία σου !

Μπορείς να σκεφθείς διαφορετικούς τρόπους και είδη:

- τηλεοπτική διαφήμιση
- ραδιοφωνική διαφήμιση
- στο διαδίκτυο,
- στα περιοδικά
- διαφημιστικά φυλλάδια,
- δείγματα (ειδική προσφορά)
- κουπόνια ή μπόνους (ειδική προσφορά)
- εποχιακά δώρα (ειδική προσφορά)
- μια ελκυστική βιτρίνα, για να τραβήξει την προσοχή του πελάτη
- ένα καλό ράφι για το προϊόν μας!

Ορισμένες διαφημίσεις παρέχουν βασικές πληροφορίες για ένα νέο προϊόν (πρωτόπορα διαφήμιση), άλλες που προωθούν διάφορα στοιχεία συγκεκριμένου προϊόντος

(ανταγωνιστική διαφήμιση) και άλλες που μας βοηθούν να θυμόμαστε το όνομα του προϊόντος ή μιας εταιρείας (θεσμική διαφήμιση). Υπάρχουν και οι επαναλαμβανόμενες, σε τακτά χρονικά διαστήματα διαφημίσεις υπενθύμισης για την ποιότητα ή αποτελεσματικότη-
τα του είδους.

3. Πωλήσεις

Θα πρέπει να περιλαμβάνει την πορεία των πωλήσεων των τελευταίων ετών (τα σχεδιαγράμματα βοηθούν πολύ), θα πρέπει να υπάρχει πρόβλεψη της συνολικής αγοράς (και της υποαγοράς, αν κριθεί χρήσιμο).

Για τις προβλέψεις, χρειάζεται πάντα να γίνονται κάποιες υποθέσεις. Αυτές πρέπει να διατυπώνονται με σαφήνεια και να είναι ρεαλιστικές.

4. Διοικητικό πλάνο (Management)

Η διοίκηση μιας επιχείρησης συνεπάγεται πολλές ευθύνες. Η πεποίθηση « είμαι αφεντικό του εαυτού μου» είναι απλουστευτική και σε καμία περίπτωση δεν ισχύει. Η διοίκηση θέτει τις βάσεις για την επιτυχία της επιχείρησης.

Οι άνθρωποι, τα μηχανήματα, και οι διάφορες λεπτομέρειες της επιχείρησης χρειάζονται συντονισμό, εκπαίδευση και οργάνωση στο χώρο και το χρόνο (time and space management).

Η προνοητικότητα είναι το μεγαλύτερο πλεονέκτημα ενός σωστά δομημένου διοικητικού πλάνου. Επίσης, πρέπει να απαντηθούν τα παρακάτω ερωτήματα:

- Ποιες αδυναμίες υπάρχουν σε διοικητικό επίπεδο;
- Ποιος ή ποιοι αναλαμβάνουν τη διοίκηση;
- Ποια είναι τα καθήκοντά τους;
- Είναι ξεκάθαρες και κατανοητές οι ευθύνες;
- Ποιες είναι οι ανάγκες σε προσωπικό;
- Ποιο είναι το μισθολογικό καθεστώς;
- Τι προνόμια, πριμ παραγωγικότητας, διακοπές και αργίες θα προσφέρονται;
- Πώς και πότε θα γίνεται η εκπαίδευση και από ποιους;

Το αναγκαίο ανθρώπινο δυναμικό

Όπως για τον εξοπλισμό που είναι αναγκαίος για τη λειτουργία της επιχείρησης, ίσως θα είναι αναγκαία η ύπαρξη συνεργατών, για τους οποίους ο επιχειρηματίας θα επιβαρυνθεί οικονομικά.

Στην περίπτωση που ο επιχειρηματίας χρειάζεται προσωπικό, θα πρέπει να ασχοληθεί για να αποκτήσει γνώσεις πάνω στην ορθολογική και αποτελεσματική διοίκηση των ανθρώπινων πόρων. Το κεφάλαιο του ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί ίσως ένα από τα πιο σημαντικά για το σχεδιασμό μιας εύρωστης επιχείρησης, αφού συνδέεται άμεσα με την παραγωγικότητά της.

Το πρώτο στάδιο στην επιλογή συνεργασιών είναι, να συνειδητοποιήσει ο επιχειρηματίας με βάση το πρόγραμμα μάρκετινγκ αν έχει ανάγκη από άμεσους συνεργάτες ή αν είναι σε θέση να συνάψει εναλλακτικές σχέσεις συνεργασίας που θα καλύψουν τις ανάγκες του. Επίσης, να αναρωτηθεί με προσοχή αν:

- Γνωρίζει τις ειδικότητες που απαιτούνται (αναγκαίο ανθρώπινο δυναμικό στα παραγωγικά τμήματα, στη διοίκηση των διαφορετικών τμημάτων κ.λπ) για τη λειτουργία της επιχείρησής του. Ποια θα είναι η οργανωτική δομή της.
- Έχει προσδιορίσει το προφίλ (προσόντα, τεχνογνωσία, εμπειρία) των ατόμων που θέλει να προσλάβει.
- Μπορεί να βρει άτομα για πρόσληψη, τα οποία θα καλύψουν όλες τις λειτουργίες της επιχείρησής του, καθώς επίσης και τα δικά του αδύνατα σημεία.
- Γνωρίζει τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθήσει για την πρόσληψη προσωπικού;

Σε αυτή και στις επόμενες ενότητες πρέπει να σχεδιάσεις τη λειτουργία της μελλοντικής επιχείρησης, κατά τέτοιο τρόπο ώστε από τη μια πλευρά να καλύπτει τις ανάγκες της αγοράς στην οποία απευθύνεσαι, ενώ από την άλλη, τα έσοδα που θα προκύψουν να καλύπτουν τις υποχρεώσεις της επιχείρησης. Μη ξεχνάς πως όσο μικρή ή μεγάλη κι' αν είναι η επιχείρηση το κλειδί της επιτυχίας της είναι η σωστή οργάνωση και οι σωστοί άνθρωποι.

• ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΝΟ

Το οικονομικό μέρος ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι εξίσου κομβικό σημείο της γενικότερης σχεδιαστικής διαδικασίας.

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Τα στοιχεία προς παρουσίαση είναι των προηγούμενων ετών, αλλά περιλαμβάνονται και προβλέψεις (π.χ. επιτόκια, αλλαγές στην αγορά, φορολογία, έξοδα κ.λ.π.) για τα επόμενα χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να γίνουν πάλι κάποιες υποθέσεις με ρεαλιστικό χαρακτήρα.

Ένα οικονομικό πλάνο πρέπει να περιλαμβάνει τα εξής:

Ισολογισμός:

Καταδεικνύει το πόσο υγιής είναι η επιχείρηση περιγράφοντας το ενεργητικό, το παθητικό και τα ίδια τα κεφάλαια. Το σχέδιο πρέπει να περιέχει έναν ισολογισμό του τρέχοντος έτους, και έναν ισολογισμό για τα επόμενα έτη.

Ανάλυση χρηματοροών:

Αναλύει τη ρευστότητα μιας επιχείρησης. Μέσω αυτής, ο επιχειρηματίας μπορεί να αποκτήσει πλήρη εικόνα των χρημάτων που μπαίνουν και βγαίνουν από το ταμείο. Αυτό το εργαλείο είναι πολύ χρήσιμο για την επιχείρηση, γιατί βοηθά στη σωστή ρύθμιση των υποχρεώσεων και των απαιτήσεών της.

Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης:

Παρουσιάζει τα έσοδα, τα έξοδα, τα κέρδη και τις ζημίες της επιχείρησης. Καλό είναι να περιλαμβάνονται στο σχέδιο τωρινές, παλιές, αλλά και μελλοντικές καταστάσεις.

Ανάλυση νεκρού σημείου

Καταδεικνύει τις πωλήσεις που πρέπει να γίνουν (σε ευρώ ή σε τεμάχια), ώστε να καλυφθεί το συνολικό κόστος της επιχείρησης.

ΑΣΚΗΣΗ: ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Σκεφθήκατε ποτέ να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση; Μπορεί βέβαια να είσατε αρκετά νέοι για να εργαστείτε σε μια μεγάλη εταιρεία, ωστόσο δεν είστε ποτέ πολύ νέοι για να ξεκινήσετε μια επιχείρηση. Σκεφτείτε ένα αγαθό ή μία υπηρεσία που θα μπορούσατε να παρέχετε και απαντήστε στις ακόλουθες ερωτήσεις. Πρόκειται να συντάξετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο!

- Περιγράψτε την ιδέα σας για ένα αγαθό ή μια υπηρεσία. Τι είναι αυτό που την κάνει ξεχωριστή;

.....
.....
.....

- Ποιος θα ενδιαφερθεί να αγοράσει το αγαθό ή την υπηρεσία σας; Για ποιο λόγο; (Αυτό είναι το αγοραστικό σας κοινό.....)

.....
.....
.....

- Με ποιόν τρόπο θα βρείτε τα χρήματα που θα χρειαστείτε προκειμένου να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας;.....

.....
.....
.....

- Ποιους πόρους θα χρειαστείτε;.....

.....
.....
.....
.....
.....

- Με ποιόν τρόπο θα πληροφορήσετε τους πελάτες σας ότι το αγαθό ή η υπηρεσία σας είναι διαθέσιμα; Θα χρειαστείτε ένα σχέδιο για την προώθηση του προϊόντος σας; Αυτό είναι το σχέδιο προώθησης του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας.....

.....
.....
.....

- Εάν πάνε όλα καλά, θα έχετε κέρδη!

Ατομικές, Ομόρρυθμες, Ανώνυμες: όλες « Επιχειρούν»

Κάθε τύπος επιχείρησης έχει ειδικά χαρακτηριστικά και η επιλογή του εξυπηρετεί ορισμένη οικονομική σκοπιμότητα. Ένας νέος επιχειρηματίας βρίσκεται μπροστά στη σημαντική απόφαση για την μορφή της εταιρίας που θα επιλέξει. Η απόφαση αυτή είναι συχνά καθοριστική για την επιτυχή εξέλιξή της και είναι απαραίτητο ο μελλοντικός επιχειρηματίας να γνωρίζει καλά τις ιδιαιτερότητές της. Παρακάτω θα αναπτυχθούν συνοπτικά οι διαφορετικοί τύποι επιχειρήσεων, καθώς και οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί ο ενδιαφερόμενος για να ιδρύσει την καθεμιά από αυτές.

➤ **Ατομική ή εταιρική επιχείρηση;**

- **Η ατομική εταιρία** είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη, καθώς κύριο πλεονέκτημά της είναι η μεγάλη ευελιξία ως προς τις επιχειρηματικές αποφάσεις που αφορούν στο είδος της δραστηριότητας, στην επιλογή των τεχνικών μεθόδων και ως ένα βαθμό στο μέγεθος της παραγωγής. Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι ουσιώδη, κυρίως για τις μικρές και μέσου μεγέθους αγροτικές, βιοτεχνικές και εμπορικές επιχειρήσεις, στις οποίες η προσωπική επίβλεψη και πρωτοβουλία είναι μεγάλης σημασίας. Όταν, όμως, το είδος της δραστηριότητας επιβάλλει την ανάπτυξη μεγάλου μεγέθους επιχείρησης, τότε η εταιρική μορφή της επιχείρησης είναι συχνά η πιο κατάλληλη.
- **Η εταιρική επιχείρηση** ανήκει σε δύο ή περισσότερα άτομα, τους εταίρους, που συνδέονται με ειδική σχέση μεταξύ τους την εταιρική, που καθορίζεται ανάλογα με το είδος της εταιρείας. Βασικές μορφές της εταιρικής επιχείρησης είναι **οι προσωπικές εταιρείες:**
Ομόρρυθμη
Ετερόρρυθμη,
και οι ονομαζόμενες κεφαλαιουχικές εταιρείες:
Ανώνυμη Εταιρεία
Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης.
- ◆ **Στις Ομόρρυθμες (Ο.Ε)** όλοι οι εταίροι είναι αλληλέγγυα και απεριόριστα υπεύθυνοι με όλη τους την περιουσία για τη δραστηριότητα και τα χρέη της εταιρείας και με τη λύση της δεν παύει η ευθύνη τους γι αυτά. Επιπλέον υπόκεινται σε προσωπική κράτηση όταν βρίσκονται σε αδυναμία να εξοφλήσουν τους πιστωτές τους. Τα ιδρυτικά μέλη της ομόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά (άνω των 18) ή νομικά πρόσωπα.
- ◆ **Στις Ετερόρρυθμες (Ε.Ε)** ένας τουλάχιστον εταίρος, ο ομόρρυθμος είναι υπεύθυνος με όλη του την περιουσία για τα χρέη της εταιρείας και υπόκεινται σε προσωπική κράτηση για τη μη εξόφλησή τους, αλλά η ευθύνη της εταιρείας είναι περιορισμένη και δεν μπορεί να υπερβεί το ποσό της εισφοράς του σε αυτήν. Για την ίδρυσή της πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη ή κατά την έκφραση του νόμου υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού. Τα ιδρυτικά μέλη της ετερόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα, που έχουν συμπληρώσει το 18^ο έτος της ηλικίας τους. Οι Ο.Ε. και οι Ε.Ε. δεν χρειάζονται συμβολαιογραφικό έγγραφο για την κατάρτισή τους, αντιθέτως αρκεί ένα ιδιωτικό συμφωνητικό.
- ◆ **Στις Ανώνυμες Εταιρείες (Α.Ε)** που είναι μετοχικές, κάθε εταίρος (μέτοχος) είναι υπεύθυνος μόνο για το ποσοστό συμμετοχής του, δηλαδή για τον αριθμό των μετοχών τις οποίες διαθέτει. Ο μέτοχος συμμετέχει στην εκλογή της διοίκησης της εταιρείας, στη διαμόρφωση των γενικών αρχών της πολιτικής και στα κέρδη ,ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών που διαθέτει. Στη γενική συνέλευση των μετόχων καθένας διαθέτει τόσους ψήφους, όσες οι μετοχές που κατέχει. Σε περίπτωση ζημιών ή πτώχευσης είναι

υπεύθυνος μέχρι του ποσού που καταβάλλει για τις μετοχές του, δηλαδή, στη χειρότερη περίπτωση, οι μετοχές του χάνουν τελείως την αξία τους. Μια Α.Ε. χαρακτηρίζεται από το μεγάλο- σχετικά- κεφάλαιο που απαιτείται για την ίδρυσή της, τη διαίρεση του κεφαλαίου σε ίσα μερίδια, που ενσωματώνονται σε έγγραφα, τις μετοχές, τους αυστηρούς όρους δημοσιότητας κατά την ίδρυσή της αλλά και καθ'όλη τη διάρκεια της ζωής της, τη μακρά διάρκεια (συνήθως 50 ετών), την περιορισμένη ευθύνη των μετόχων, τη λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία και την ύπαρξη δύο οργάνων, της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων και του Διοικητικού Συμβουλίου.

Για την ίδρυση μιας Α.Ε. πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη ή κατά την έκφραση του νόμου το κεφάλαιο αυτής πρέπει να αναληφθεί από δύο τουλάχιστον ιδρυτές. Η αναλογία συμμετοχής των ιδρυτών δεν ορίζεται. Τα ιδρυτικά μέλη της ανώνυμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά (άνω των 18) ή νομικά πρόσωπα. Από το 2002 το ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο για την ίδρυση Α.Ε. ορίζεται 60000 ευρώ.

- ♦ **Οι Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε)** είναι ένας ενδιάμεσος τύπος μεταξύ των προσωπικών εταιρειών (Ο.Ε. και Ε.Ε.) και της ανώνυμης εταιρείας. Το κύριο γνώρισμα των εταιρειών αυτών είναι το μικρό κεφάλαιο που χρειάζεται για τη σύστασή τους και η περιορισμένη ευθύνη των εταιρειών τους μέχρι το ύψος του κατατεθειμένου εταιρικού κεφαλαίου, όπως ακριβώς συμβαίνει και με τις ανώνυμες εταιρείες, σε αντίθεση με τις προσωπικές εταιρείες.

Η Ε.Π.Ε είναι εμπορική, έστω και αν ο σκοπός αυτής δεν είναι εμπορική επιχείρηση, ωστόσο απαγορεύεται η άσκηση ορισμένων δραστηριοτήτων, όπως τραπεζικές, ασφαλιστικές, χρηματιστηριακές, διαχείριση χαρτοφυλακίου αξιόγραφων, διαχείριση αμοιβαίων κεφαλαίων, χρηματοδοτική μίσθωση, πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων, προώθηση και υλοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και αθλητικές δραστηριότητες.

Χαρακτηριστικά των Ε.Π.Ε. είναι η διαίρεση του κεφαλαίου σε μερίδες συμμετοχής κάθε μία εκ των οποίων αποτελείται από εταιρικά μερίδια, οι συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας κατά την ίδρυσή της αλλά και καθόλη τη διάρκεια της ζωής της, η ορισμένη διάρκειά της, η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων, η λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία πάνω από 50% του συνόλου του εταιρικού κεφαλαίου, η ύπαρξη δύο οργάνων, της Γενικής Συνέλευσης των εταίρων και του διαχειριστή ή διαχειριστών

Για την ίδρυση της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης απαιτείται εταιρικό κεφάλαιο το οποίο δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 18.000 ευρώ και το μισό τουλάχιστον του ποσού αυτού πρέπει να είναι καταβεβλημένο σε μετρητά. Περιορισμός ως προς το ύψος του κεφαλαίου δεν υπάρχει.

Το παρακάτω κείμενο αποτελεί ένα συνοπτικό οδηγό για όσους ενδιαφέρονται να ιδρύσουν μια μικρομεσαία επιχείρηση και παρουσιάζει τις στοιχειώδεις προϋποθέσεις και τις απαραίτητες κινήσεις που πρέπει να γίνουν προκειμένου να αρχίσει να λειτουργεί οποιαδήποτε επιχείρηση αυτής της μορφής.

1) ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Ο χώρος εγκατάστασης της επιχείρησης είναι απαραίτητο να είναι γνωστός εκ των προτέρων. Κι αυτό είναι αναγκαίο αφού θα προσδιορίσει –εκτός των άλλων – και την αρμόδια Εφορία (Δ.Ο.Υ.) στην οποία θα υπάγεται ο επιχειρηματίας. Ο χώρος εγκατάστασης μπορεί να είναι είτε ιδιόκτητος είτε ενοικιαζόμενος. Και στις δύο περιπτώσεις, πρέπει να προσκομίζεται ο σχετικός τίτλος (μισθωτήριο συμβόλαιο-συμβόλαιο αγοράς) στην Εφορία.

2) ΝΟΜΙΜΗ ΜΟΡΦΗ

Η νομική μορφή της επιχείρησης, όπως ήδη αναφέρθηκε, μπορεί να είναι είτε ατομική (φυσικό πρόσωπο) είτε εταιρική (νομικό πρόσωπο). Εάν είναι νομικό πρόσωπο, πρέπει να ακολουθηθούν συγκεκριμένες διαδικασίες όπως:

- Σύνταξη καταστατικού
- Κατάθεση του καταστατικού στο αρμόδιο Πρωτοδικείο
- Δημοσίευση του καταστατικού της εταιρείας στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (ισχύει για Α.Ε και Ε.Π.Ε.)
- Υποβολή του καταστατικού στην αρμόδια διεύθυνση εμπορίου της Νομαρχίας
- Εγγραφή της εταιρείας στα σχετικά μητρώα.

3) ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΤΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Η εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο είναι υποχρεωτική ανάλογα με την δραστηριότητα της επιχείρησης (Βιοτεχνικό, Εμπορικό- Βιομηχανικό και Επαγγελματικό Επιμελητήριο) με τις ακόλουθες διαδικασίες:

- Αναγγελία έναρξης, προεγγραφή και χορήγηση βεβαίωσης δικαιώματος χρήσης επωνυμίας και κατοχύρωσης διακριτικού τίτλου (η κατοχύρωση του εμπορικού σήματος γίνεται στο υπουργείο Εμπορίου και Ανάπτυξης Ν. 2239/1994)
- Οριστική εγγραφή α) για ατομικές επιχειρήσεις εντός 2 μηνών από την έναρξη εργασιών (βάσει της έναρξης στην Εφορία) και β) για νομικά πρόσωπα εντός 2 μηνών από τη σύσταση (βάσει της δημοσίευσης του καταστατικού στο ΦΕΚ). Απαραίτητη, επίσης, είναι η ασφάλιση των φυσικών προσώπων και όλων των εταίρων (Ν. 2084/ 1992). Η ασφάλιση γίνεται, συνήθως, στο ΤΕΒΕ ή στο ΤΑΕ. Σε κάποιες περιπτώσεις γίνεται σε άλλα ταμεία όπως ΤΣΜΕΔΕ, ΤΣΑΥ, ΙΚΑ, κ.λ.π.

4) ΑΔΕΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

Η άδεια εγκατάστασης εκδίδεται από τη Διεύθυνση Βιομηχανίας των κατά τόπους Νομαρχιών για το χρονικό διάστημα που διαρκούν οι εργασίες εγκατάστασης της επιχείρησης (2-6 μήνες ή δύο χρόνια αν υπάρχουν κτιριακά).

Η άδεια λειτουργίας εκδίδεται από τον ίδιο φορέα, μετά την ολοκλήρωση των εργασιών εγκατάστασης και είναι αορίστου χρόνου.

5) ΑΔΕΙΑ ΑΣΚΗΣΕΩΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ

Ορισμένες κατηγορίες επαγγελματιών υποχρεούνται εκ του νόμου να έχουν άδεια ασκήσεως επαγγέλματος. Για παράδειγμα :

- Επαγγέλματα σχετικά με ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις, αυτοκίνητα, κ.λπ.

- Υδραυλικά
- Κομμωτήρια, οπτικά, οδοντοτεχνικά
- Τηλεπικοινωνιακά κέντρα
- Τουριστικά επαγγέλματα, υπηρεσίες μεταφορών κ.λπ.
- Οικονομολόγοι, λογιστές κ.λπ.
- Άλλες κατηγορίες ελεύθερων επαγγελματιών.

6) ΕΝΑΡΞΗ ΣΤΗΝ ΕΦΟΡΙΑ

- Απόδοση Α.Φ.Μ. (εάν δεν υπάρχει ήδη επί ατομικής επιχείρησης). Ο Α.Φ.Μ. δεν αλλάζει παρά μόνο εάν η ατομική επιχείρηση μετατραπεί σε εταιρική ή το αντίστροφο.
- Υποβολή εντύπου Μ5 «Δήλωση υπό ίδρυση επιχείρησης». Όταν ολοκληρωθούν οι διαδικασίες ίδρυσης υποβάλλεται δήλωση διακοπής εργασιών ίδρυσης.
- Υποβολή εντύπου Μ2 « Δήλωση έναρξης / μεταβολής εργασιών φυσικού προσώπου» ή Μ3 για νομικά πρόσωπα
- Θεώρηση βιβλίων και στοιχείων. Η θεώρηση γίνεται από τη Δ.Ο.Υ. της έδρας της επιχείρησης εκτός από τις Α.Ε. που υπάγονται στις Δ.Ο.Υ. ΦΑΒΕ και ΦΑΕ.

7) ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

- Κατάθεση δήλωσης και κάρτα πρόσληψης για κάθε εργαζόμενο στο αρμόδιο υποκατάστημα του Ο.Α.Ε.Δ.
- Υποβολή κατάστασης προσωπικού και ωρών εργασίας στα γραφεία της Επιθεώρησης Εργασίας.
- Υποχρέωση ασφάλισης των εργαζομένων (συνήθως στο Ι.Κ.Α)

Ποια είναι η ταυτότητα της επιχείρησης

Επωνυμία

Διεύθυνση

Τηλέφωνο και Fax

Ιστοσελίδα

e-mail

Νομική μορφή

Έτος ίδρυσης

Αριθμός εργαζομένων

Κύκλος εργασιών

Ποια είναι η κύρια και ποιες οι δευτερεύουσες δραστηριότητες της επιχείρησης;

Με ποιο κριτήριο επιλέχθηκε η έδρα και η θέση της επιχείρησης;

Ποια είναι τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες της επιχείρησης;

Ποιο είναι το αγοραστικό κοινό στο οποίο απευθύνεται η επιχείρηση;

Με ποιους τρόπους προσελκύεται το αγοραστικό κοινό;

Υπάρχουν περιθώρια προσέλκυσης νέων πελατών;

Υπάρχει ανταγωνισμός στον κλάδο σας; Και αν ναι, με ποιόν τρόπο τον αντιμετωπίζετε;

Ποιοι είναι οι προμηθευτές σας;

Αριθμός προμηθευτών

Διαφοροποίηση προϊόντων/υπηρεσιών προμηθευτών;

Μήπως στη δουλειά σας παρεμβαίνουν οι χονδρέμποροι;

Ποιοι είναι οι κύριοι εταιρικοί σας στόχοι;

Ποιες είναι οι στρατηγικές ανταγωνισμού;

Ποια είναι η θέση της επιχείρησης στην αγορά και τι μερίδιο αγοράς κατέχει;

Ποια είναι τα μέσα προβολής της επιχείρησής σας;

Ποια είναι η οργανωτική δομή της επιχείρησης;

Τμήματα της επιχείρησης

Θέσεις εργασίας της επιχείρησης

Θέσεις εργασίας ανά τμήμα της επιχείρησης

Αριθμός ανδρών και γυναικών

Επίπεδο κατάρτισης του προσωπικού

Πόσοι εργαζόμενοι ασχολούνται με Η/Υ και διαδίκτυο(internet);

Μήπως στο μέλλον ασχοληθείτε με το ηλεκτρονικό εμπόριο;

Ποιες είναι οι βασικές εκπαιδευτικές σας γνώσεις;

Έχετε κατάρτιση σχετική με το αντικείμενο της επιχείρησής σας;

Πώς σας γεννήθηκε η επιχειρηματική ιδέα και ποιο ήταν το αρχικό σας κεφάλαιο;

Από ποιους φορείς αντλήσατε τα πρώτα επενδυτικά κεφάλαια και ποιος ήταν ο αρχικός τζίρος της επιχείρησης;

Υπήρχε ο απαραίτητος επιχειρηματικός σχεδιασμός;

Ζητήσατε τη γνώμη κάποιων ειδικών συμβούλων;

Είστε ικανοποιημένος από το αντικείμενο της εργασίας σας;

Ποια είναι η προσωπική σας άποψη για το μέλλον της επιχείρησής σας και ποιους μελλοντικούς στόχους έχετε θέσει;

ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ζολί, Μ. 2001, *The Success Manager*, Εκδόσεις Περίπλους, ΑΘΗΝΑ.
- ΗΡΑΚΛΕΙΤΟΣ 2001, *Οδηγός Απασχόλησης, Τα βήματα στη δημιουργία μιας επιχείρησης*. Εκδ. Κοινοπραξία Τ.Α.Β.Α. Θεσσαλονίκης « Ηράκλειτος», Θεσσαλονίκη
- Ιωαννίδης Σ., *Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα*, Εκδόσεις Παπαζήσης.
- Ιωάννου Ζ. Κων. 2001, *Ο Οδηγός του Νέου Επιχειρηματία*, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, ΑΘΗΝΑ.
- ΚΕΘΙ 2003, *Επιχειρηματικό Σχέδιο για την Ίδρυση και ανάπτυξη Επιχείρησης*, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, ΑΘΗΝΑ.
- Κόκορης θ. 2001, *Το Επιχειρηματικό Σχέδιο*, Έκδοση Kokkoris International, ΑΘΗΝΑ.
- Λαμπρόπουλος, *Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας*, Εκδόσεις Προπομπός.
- Μουρδουκούτας, *Η Επιχειρηματικότητα στη νέα Οικονομία*, Εκδόσεις Σιδέρης Ι.
- Τσιμπόγλου Χ. 1992, *Πώς να Δημιουργήσετε Μια Δυναμική Επιχείρηση*, Εκδόσεις Ελευθερουδάκης, ΑΘΗΝΑ.
- Bruce A. Langdon K. 2000. *Η Διαχείριση Των Προγραμμάτων*, Εκδόσεις «Ελληνικά Γράμματα», ΑΘΗΝΑ.
- Bruce A. Langdon k. 2000, *Ο Στρατηγικός Σχεδιασμός*, Εκδόσεις « Ελληνικά Γράμματα.», ΑΘΗΝΑ.
- Cartwright. 2001, *The Entrepreneurial Individual*.
- Irwin D. 1998, *Building Your Business*.
- Finch B. 2002, *Σε 30' Δημιούργησε Το Business Plan*, Εκδόσεις Δίαυλος, ΑΘΗΝΑ.
- Heller R. 1999, *Η Αποτελεσματική Ηγεσία*, Εκδόσεις « Ελληνικά Γράμματα», ΑΘΗΝΑ.
- Heller r. 1998, *Πώς να ελέγχετε τις αλλαγές*, Εκδόσεις « Ελληνικά Γράμματα». ΑΘΗΝΑ
- Kotter J. 2001, *Ηγέτης στις αλλαγές* , Εκδόσεις Κριτική ΑΕ, ΑΘΗΝΑ.
- Maitland I. 2001, *Επιτυχημένα Business Plans σε μια βδομάδα*. Εκδόσεις Anubis, ΑΘΗΝΑ.
- Tyssen T. 1995, *Manager Για πρώτη φορά. Οδηγός Επιβίωσης*, Εκδόσεις Anubis , ΑΘΗΝΑ.
- Webster B. 1996, *Η Τέχνη του Ανταγωνισμού*, Εκδόσεις Anubis, ΑΘΗΝΑ.

- **Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης**
Αριστοτέλους 27, 54624, Θεσσαλονίκη
Τηλ.2310257284, Fax: 2310257284
[http:// www.veth.gov.gr](http://www.veth.gov.gr)
- **Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας**
Μεσογείων 117-119
[http:// www.ggb.gr](http://www.ggb.gr)
- **Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς.**
Τηλέφωνο: 2102532312
Fax: 2102531420
Δικτυακός Τόπος: www.neagenia.gr
Δ/ση: Αχαρνών 417, ΤΚ 11143, Αθήνα
- **Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας**
[http:// www.gsrt.gr](http://www.gsrt.gr)
Μεσογείων 14-18
- **Γραφείο Διασύνδεσης του ΑΤΕΙ Θεσ/νίκης**
Τ.Θ 14561, Τ.Κ.54101 ΘΕΣΣΑΛΟΝΝΙΚΗ
E- mail: [career @ admin. Teithe.gr](mailto:career@admin.teithe.gr)
[http: // www. Career. teithe.gr](http://www.Career.teithe.gr)
- **Διαβαλκανικό & Παρευξέινο Επιχειρηματικό Κέντρο**
Τηλέφωνο: 2310480000
Fax: 2310480003
Δ/ση: Ανδριανουπόλεως 24, ΤΚ 55131, Θεσ/νίκης
- **Διαχειριστική Αρχή ΚΠΣ, Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών**
Νίκης 5-7 10563 Αθήνα
e- mail: [ypetho@ mnec.gr](mailto:ypetho@mnec.gr)
[http// www.ypetho.gr](http://www.ypetho.gr) - τηλ.2103332402- 6
- **Διαχειριστική Αρχή**
Ε-Π Υγεία- Πρόνοια
[http: // www.ygeia- pronoia.gr](http://www.ygeia-pronoia.gr)
- **ΕΒΕΘ (Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσ/νίκης)**
Δ/ση: Τσιμισκή 29, ΤΚ 54624, Θεσ/νίκη
Τηλέφωνο: 2310370100, 2310370132
Fax: 2310370166
E-mail: root@ebeth.gr
Δικτυακός Τόπος: www.ebeth.gr
- **E- BUSINESS FORUM**
[http:// www.ebusinessforum.gr](http://www.ebusinessforum.gr)
- **Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου**

Τηλέφωνο: 2103236731, 2103238862
Fax: 2103238842
Δικτυακός Τόπος: www.esee.gr
Δ/ση: Μητροπόλεως 42, ΤΚ 10563, Αθήνα

- **Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας**
[http:// www. Eie.org.gr](http://www.Eie.org.gr)
- **ΕΚΤΕΠΝ**
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ
[http:// www. ygeia- pronoia.gr](http://www.ygeia-pronoia.gr)
- **Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων**
Τηλέφωνο: 2107491363
Fax: 2107491307
E-mail: newent@eommex.gr
Δικτυακός Τόπος: [www.eommex..gr](http://www.eommex.gr)
Δ/ση: Ξενίας 16, ΤΚ 11528, Αθήνα
- **Ελληνικό Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης**
Τηλέφωνο: 2107482770
Fax: 2105242305
E-mail: x2uo28@minagric.gr
Δικτυακός Τόπος: www.minagric.gr
Δ/ση: Αχαρνών 2, ΤΚ 10176, Αθήνα
- **Ελληνικό Υπουργείο Ανάπτυξης**
Τηλέφωνο: 2107482770
E-mail: grammatia@ypan.gr
Δικτυακός Τόπος: www.ypan.gr
Δ/ση: Μιχαλακοπούλου 80, ΤΚ 10192, Αθήνα
- **Ελληνικό Υπουργείο Απασχόλησης & Κοινωνικής Αλληλεγγύης**
Τηλέφωνο: 2105295454
Δικτυακός Τόπος: www.labor-ministry.gr
Δ/ση: Πειραιώς 40, ΤΚ 10182, Αθήνα
- **Ελληνικό Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας**
Τηλέφωνο: 2103332000
Fax: 2103332130
E-mail: yfypkps@ypetho.gr
Δικτυακός Τόπος: www.ypetho.gr
Δ/ση: Νίκης 5-7, ΤΚ 10180, Αθήνα
- **Επαγγελματικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης**
Αριστοτέλους 27- ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
<http://www.eeth.gr>
- **Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας (ΕΠΑΝ)**
Μεσογείων 56-τ.κ 11527, ΑΘΗΝΑ
[http:// www. antonistikotita. gr](http://www.antonistikotita.gr)

- **Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Εκπαίδευσης και αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης**
Πιττακού 2-4 & Περιάνδρου-ΑΘΗΝΑ
[http:// www.epeaek.gr](http://www.epeaek.gr)

- **ΕΡΓΑΝΗ Ανατολική Α.Ε.**
Τηλέφωνο: 2310463930-1
Fax: 2310257283
E-mail: ergani@ergani.gr
Δικτυακός Τόπος: www.ergani.gr
Δ/ση: Γοργοποτάμου 3, ΤΚ 57001, Θέρμη Θεσ/νίκη

- **ΕΡΓΑΝΗ Αντένα Επιμελητηρίου**
Γραφείο Υποστήριξης Επιχειρηματικότητας του Ε.Ε.Θ.
Τηλέφωνο: 2310271340, 2310257284
Fax: 2310257283
E-mail: ergani@ergani.gr
Δικτυακός Τόπος: www.ergani.gr
Δ/ση: Αριστοτέλους 27, ΤΚ 54624, Θεσ/νίκη

- **ΕΣΥΝΕ**
(Ομοσπονδία Ελληνικών Συνδέσμων Νέων Επιχειρηματιών)
Ασκληπιού 140
11471- Αθήνα – e-mail: [info@ esynne. gr](mailto:info@esynne.gr)
τηλ. 2106401690

- **Εταιρεία Ανάπτυξης**
Ιδιωτικών Υποδομών Βορείου Ελλάδος
Τηλέφωνο: 2310531525, 2310539817
Fax: 2310541933
Δ/ση: Πλατεία Μοριχόβου 1, ΤΚ 54625, Θεσ/νίκη

- **Ευρωπαϊκή Επιτροπή Αντιπροσωπεία στην Ελλάδα**
Τηλέφωνο: 2107272100
Fax: 2107244620
E-mail: burath@cec.eu.int
Δικτυακός Τόπος: <http://europa.eu.int/hellas>
Δ/ση: Βασιλίσσης Σοφίας 2, ΤΚ 10674, Αθήνα

- **Ευρωπαϊκό Κέντρο για την Ανάπτυξη της Επαγγελματικής Κατάρτισης**
Τηλέφωνο: 2310490111
Fax: 2310490102
E-mail: info@cedefop.eu.int
Δικτυακός Τόπος: www.cedefop.gr
Δ/ση: Ταχ. Θυρ. 22427 - Θεσσαλονίκη, ΤΚ 55102, Θεσσαλονίκη

- **Ευρωπαϊκό Κέντρο Πληροφόρησης Επιχειρήσεων**
Τηλέφωνο: 2310539817
Fax: 2310541491
E-mail: eic153@the.forthnet.gr
Δικτυακός Τόπος: www.eic.gr – www.sdbe.gr
Δ/ση: Πλατεία Μοριχόβου 1, ΤΚ 54625, Θεσ/νίκη

- **Ευρωπαϊκό Κέντρο Πληροφοριών για Επιχειρήσεις**
e- mail: [eic@ the. forthnet.gr](mailto:eic@the.forthnet.gr)

http:// www. euroinfo. gr
tel : +302310539817
fax : +302310541491

• **Ευρωπαϊκό κέντρο για την ανάπτυξη της Επαγγελματικής Κατάρτισης**

e-mail: info@ cedefop. Eu. int
http:// www. Cedefop. eu. int
tel:2310490111
fax:2310490102

• **Ευρωπαϊκά Κέντρα Πληροφοριών στην Ελλάδα**

http:// www. eic. gr
τηλ. 2107491100
tel: 2109273061-4
fax: 2109273060

• **THERMI, Θερμοκοιτίδα Επιχειρήσεων**

Τηλ.: 2310489489, Fax: 2310478718
http://www.thermokoitida.gr

• **Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας**

Τηλέφωνο: 2310523511, 2310517919
Fax: 2310524071
E-mail: thkethi@kethi.gr
Δικτυακός Τόπος: www.kethi.gr
Δ/ση: Συγγρού 30, ΤΚ 54630, Θεσ/νίκη

• **Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Κεντρικής Μακεδονίας (Κ.Ε.Τ.Α.-ΚΕ.ΜΑΚ.)**

Τηλέφωνο: 2310264571
Fax: 2310264501
E-mail: ketakm@otenet.gr
Δικτυακός Τόπος: www.keta-kemak.gr

• **Κοινωνία της Πληροφορίας**

http:// www. infosoc. gr
Λέκκα 23-25
ΑΘΗΝΑ.

• **Μακεδονικό Ινστιτούτο Εργασίας**

e-mail: mpa@ mpa. gr
tel:2310244101

• **Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ)**

Τηλέφωνο: 2109989000
Fax: 2109989000
E-mail: oaed8@ath.forthnet.gr
Δικτυακός Τόπος: www.oaed.gr
Δ/ση: Εθνικής Αντιστάσεως 8, ΤΚ 16610, Γλυφάδα Αθήνα

• **Οικονομικό και κοινωνικό Ταμείο, Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων**

Τηλ 2105249863.
Fax: 2105241977

• **Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας- Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς**

[http:// www.raratiritirio.gr](http://www.raratiritirio.gr)
Μητροπόλεως 46-48 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

- **ΠΕΠ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ**

[http:// www.repkm.gr](http://www.repkm.gr)
Λεωφόρος Γεωργικής Σχολής 65, κτίριο zeda
Τ. κ 57001 Πυλαία-ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

- **Προγράμματα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας ATTICA VENTURES**

Επιχειρησιακά Προγράμματα
1. Πρόγραμμα ADAPT
2. Πρόγραμμα BENCHMARKING
3. Πρόγραμμα. Δανειοδότησης με την εγγύηση του Δημοσίου
e-mail: contact @ attika- ventures.gr
tel : 2103637663

- **Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (ΣΒΒΕ)**

Τηλέφωνο: 2310539817
Fax: 2310541933
E-mail: secretariat@sdbe.gr
Δικτυακός Τόπος: www.sdbe.gr
Δ/ση: Πλατεία Μοριχόβου 1, ΤΚ 54625, Θεσ/νίκη

- **THE EUROPEAN E- BUSINESS MARKET WATCH**

<http://www.ebusiness-watch.org>

- **Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών**

<http://www.ypethi.gr>
Νίκης 5-7 Πλατεία Συντάγματος –τ.κ 10180 ΑΘΗΝΑ

- **Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠ Αγροτικής Ανάπτυξης – Ανασυγκρότησης της Υπαίθρου**

e- mail: vskandalis @ mne.gr
tel: 2105275100
fax: 2105201131