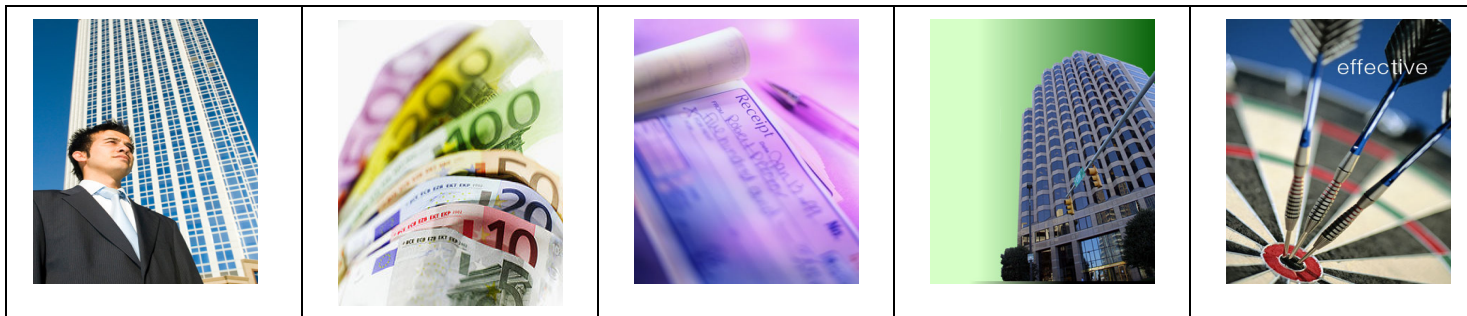


Επιχειρείν



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΓΝΩΣΗ – ΙΔΕΑ – ΔΡΑΣΗ
ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ ΠΡΑΞΕΩΝ 3.1.2.β ΤΟΥ Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ. ΙΙ**

«ΕΝΘΑΡΡΥΝΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΚΑΙ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ»



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Έργο συγχρηματοδοτούμενο από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και από το Ελληνικό Δημόσιο



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ:

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΜΑΚΡΟΠΟΥΛΟΣ, ΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ.Ε. Α.Σ.ΠΑΙ.Τ.Ε. , ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΕΝΤΥΠΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ:

ΙΩΑΝΝΗΣ. Κ. ΨΥΧΟΓΥΙΟΣ, ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΟΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ Δ.Ε.

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΕΝΤΥΠΟΥ:

- ΛΕΛΕΔΑΚΗΣ ΓΙΩΡΓΟΣ , ΛΕΚΤΟΡΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
- ΜΠΟΥΡΛΕΤΙΔΗΣ ΚΩΣΤΑΝΤΙΝΟΣ , ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ ΕΚΠΑ
- ΤΡΑΧΑΝΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ , ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ Α.Σ.ΠΑΙ.Τ.Ε.
- ΜΠΟΥΡΛΕΤΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ , ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΣ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ ΕΚΠΑ.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΚΕΙΜΕΝΟΥ

ΛΑΜΠΟΣ Δ. ΧΡΗΣΤΟΣ

ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΕΞΩΦΥΛΛΟΥ

ΛΑΜΠΟΣ Δ. ΧΡΗΣΤΟΣ

Ο ΟΔΗΓΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Ορισμός

Τι είναι ένας **επιχειρηματίας (entrepreneur)**;

Επιχειρηματίας είναι το άτομο που δημιουργεί μια επιχείρηση με σκοπό την επίτευξη κέρδους και την επαγγελματική εξέλιξή του, κατανοώντας ότι έχει να αντιμετωπίσει κινδύνους και αβεβαιότητα, αλλά και ευκαιρίες που αν εξασφαλίσει τους απαραίτητους πόρους για να τις αξιοποιήσει θα επωφεληθεί από αυτές. Αρκετοί άνθρωποι έχουν πραγματοποιήσει το όνειρο της λειτουργίας μιας ανεξάρτητης επιχείρησης. Αυτοί οι άνθρωποι ξεκινούν μία από τις πιο συγκλονιστικές περιπέτειες που έχουν γνωρίσει ποτέ: την έναρξη μιας επιχείρησης. Αυτό δεν είναι ποτέ εύκολο, αλλά μπορεί να είναι εξαιρετικά ανταποδοτικό, οικονομικά και ψυχικά.

❖ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ:

1. Ατομική επιχείρηση
2. Ομόρρυθμη επιχείρηση Ο.Ε.
3. Ετερόρρυθμη επιχείρηση Ε.Ε
4. Εταιρεία περιορισμένης ευθύνης Ε.Π.Ε.
5. Ανώνυμη επιχείρηση Α.Ε.



ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

1. Γνώση και ικανότητες

Για να είσαι πετυχημένος δεν απαιτούνται μόνο τεχνικές γνώσεις αλλά και ηγετικές ικανότητες. Θα πρέπει να αποκτήσεις γνώσεις οικονομικού περιεχομένου, μάρκετινγκ, ανθρωπίνου δυναμικού και γενικές διευθυντικές γνώσεις. Η ικανότητα να συνεργάζεσαι με ανθρώπους (προσωπικό και πελάτες) είναι μεγάλης σημασίας. Είναι απαραίτητο κάθε μελλοντικός επιχειρηματίας να καταγράφει τα δυνατά και αδύναμα σημεία του σχετικά με τις γνώσεις και τις ικανότητές του που αφορούν την επιχείρησή του.

2. Επαφές

Πετυχημένοι επιχειρηματίες διαβεβαιώνουν ότι κρατούν τους εαυτούς τους ανοιχτούς σε συναντήσεις με νέα άτομα, που μπορούν να εξελιχθούν σε πολύτιμες επαφές και μπορούν να επηρεάσουν την επιχείρησή τους. Αυτό είναι που ονομάζουμε «Σύναψη εμπορικών συμφωνιών κατά τη διάρκεια κοινωνικών συναντήσεων (Networking)» και σημαίνει πως στο μέλλον θα πρέπει να είσαι πρόθυμος να βοηθήσεις νέους επιχειρηματίες με επαφές.

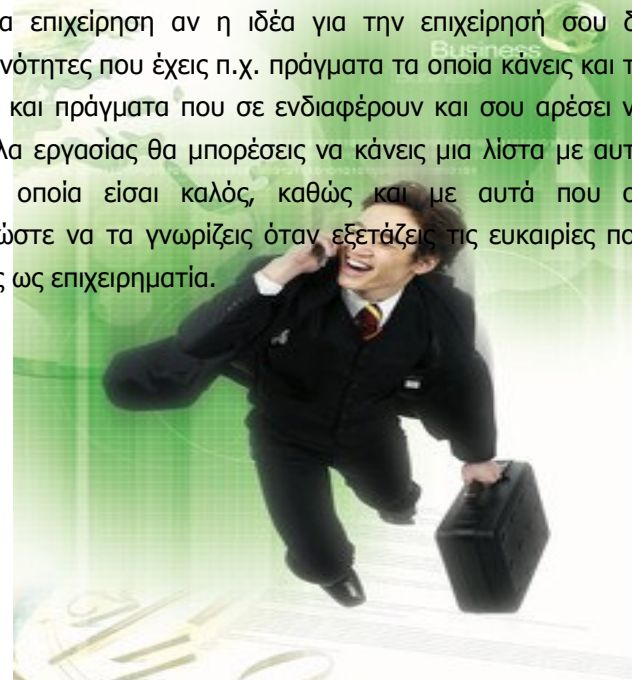
3. Κεφάλαια

Χωρίς αρκετά κεφάλαια ο μελλοντικός επιχειρηματίας δεν μπορεί να ανοίξει τις πόρτες του. Αυτό δε σημαίνει πως ο επιχειρηματίας πρέπει να εξοικονομήσει προσωπικά όλα τα κεφάλαια. Τα κεφάλαια μπορούν να αποκτηθούν από ποικίλους οικονομικούς οργανισμούς. Ο επιχειρηματίας πάντως πρέπει να κατέχει μέρος των κεφαλαίων ή των στοιχείων ενεργητικού, πριν του δανείσουν χρήματα οι οικονομικοί οργανισμοί. Ένας

από τους σκοπούς αυτού του σεμιναρίου είναι να βοηθήσει στο στήσιμο ενός υγιούς επιχειρηματικού σχεδίου που μπορεί να παρουσιαστεί σε οργανισμούς με σκοπό την ανεύρεση κεφαλαίων για την επιχείρησή σου. Οι οργανισμοί θα δώσουν χρήματα μόνο αν ξέρουν ότι ο απαραίτητος σχεδιασμός έχει γίνει και έχει υποβληθεί ένα κατανοητό επιχειρηματικό σχέδιο.

4. Προσωπικές ικανότητες και ενδιαφέροντα

Είναι σημαντικό να καταλάβεις ότι οι δικές σου προσωπικές ικανότητες και ενδιαφέροντα πρέπει να συνδέονται με τις ευκαιρίες εκεί έξω. Δε θα είσαι πετυχημένος σε μια επιχείρηση αν η ιδέα για την επιχείρησή σου δε συνδέεται με τις ικανότητες που έχεις π.χ. πράγματα τα οποία κάνεις και τα κάνεις καλά, καθώς και πράγματα που σε ενδιαφέρουν και σου αρέσει να τα κάνεις. Στα φύλλα εργασίας θα μπορέσεις να κάνεις μια λίστα με αυτά τα πράγματα στα οποία είσαι καλός, καθώς και με αυτά που σε ενδιαφέρουν, έτσι ώστε να τα γνωρίζεις όταν εξετάζεις τις ευκαιρίες που σου είναι διαθέσιμες ως επιχειρηματία.



€ **FRANCHISING** (Δικαιοχρησία)

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ? – ΤΙ ΠΑΓΙΔΕΣ ΚΡΥΒΕΙ ?

Τι είναι το Franchise

Πληροφορίες σχετικά με το Franchising

FRANCHISING

Είναι η εμπορική μέθοδος με την οποία μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος (franchiser), παραχωρεί σε μια άλλη, τον δικαιούχο (franchisee), έναντι αμέσου ή εμμέσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise, με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/ και υπηρεσιών.

Πλεονεκτήματα

Η επιχειρηματική συνεργασία με τη μορφή του franchise έχει μια σειρά από πλεονεκτήματα για όλα τα μέρη που μετέχουν σ' αυτή.

Για το Δικαιούχο:

Απαλλάσσεται σε σημαντικό βαθμό από την ενασχόληση με οργανωτικά προβλήματα, έτσι ώστε να μπορεί να αφοσιωθεί στην αύξηση και την προώθηση των πωλήσεων.

Εξοικονομεί τις δαπάνες που θα απαιτούνταν για την απόκτηση αυτοδύναμης οργανωτικής υποδομής και τεχνογνωσίας.

Βελτιώνεται η εικόνα φερεγγυότητάς του στην αγορά, με θετικές επιπτώσεις τόσο στον χρηματοπιστωτικό όσο και στον εμπορικό τομέα.

Έχει πρόσβαση σε εξελιγμένα συστήματα προβολής και προώθησης των προϊόντων του, όπως προγράμματα Marketing και πωλήσεων.

Εξακολουθεί να εμπορεύεται σαν ανεξάρτητη επιχείρηση.

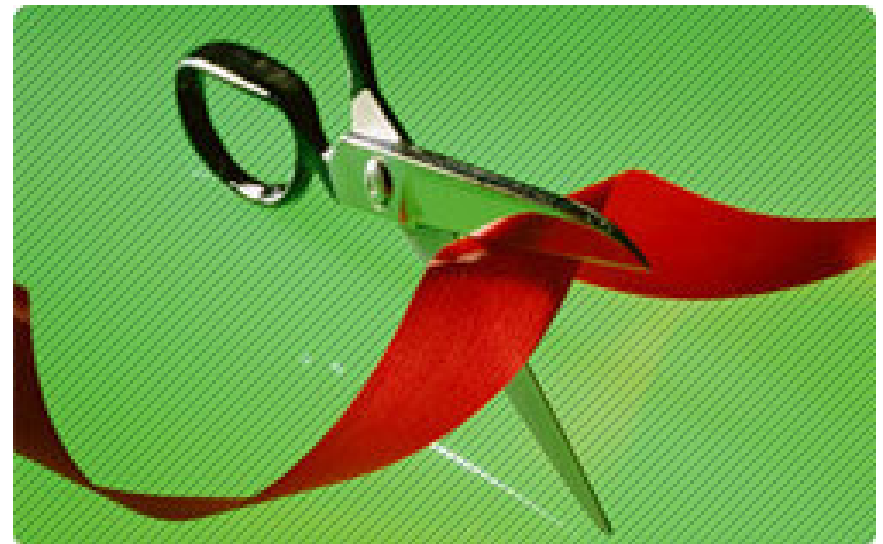
Ο Δικαιούχος υποχρεούται:

Στην καταβολή ενός εφάπαξ ποσού για την παραχώρηση από μέρους του Δικαιοπάροχου της χρήσης και εκμετάλλευσης τεχνογνωσίας και δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας.

Στην περιοδική καταβολή στο Δικαιοπάροχο ενός ορισμένου ποσοστού από τις εισπράξεις των πωλήσεων μετά την αφαίρεση του Φ.Π.Α.

Στην ενεργό προώθηση των πωλήσεων με την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προσωπικής εργασίας και των άλλων μέσων που έχει στη διάθεσή του.

Στη συμμόρφωση στις οργανωτικές αρχές του συστήματος και ιδίως στο σεβασμό της αρχής της ομοιομορφίας σύμφωνα με την οποία τα χαρακτηριστικά γνώρισμα και γενικά η εικόνα του συστήματος είναι ενιαία και ανεξάρτητα από τον τόπο ή την αγορά στην οποία γίνεται η διάθεσή τους.



ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΤΟ **LEASING** ?

Αν τα χρήματα που έχεις δε φθάνουν για την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού, μία από τις λύσεις είναι να τον νοικιάσεις μέχρι να γίνει δικό σου! Το leasing (ή αλλιώς χρηματοδοτική μίσθωση) αποτελεί ένα σύγχρονο οικονομικό θεσμό που μπορείς να επιλέξεις.

Νοίκιασέ το μέχρι να γίνει **δικό σου!**

Η σύμβαση leasing συνάπτεται μεταξύ μιας μεσιτικής εταιρείας leasing (εκμισθωτής) και μιας επιχείρησης. Ή μεταξύ ενός επαγγελματία (μισθωτή) που χρειάζεται εξοπλισμό. Η εταιρεία leasing παραχωρεί σε σένα για ορισμένο χρόνο έναντι ενός ενοικίου τη χρήση του εξοπλισμού που χρειάζεσαι (π.χ. βιομηχανικά μηχανήματα, υπολογιστές, ιατρικά μηχανήματα κ.τ.λ.). Συγχρόνως σου παρέχει τη δυνατότητα είτε να αγοράσεις το προϊόν έπειτα από ορισμένο χρόνο που έχετε συμφωνήσει, είτε να ανανεώσεις τη μίσθωση εκ νέου για ορισμένο χρόνο.

Το βασικό πλεονέκτημα του leasing είναι ότι σου επιτρέπει την ανανέωση, τον εκσυγχρονισμό και την επέκταση των παραγωγικών σου εγκαταστάσεων, χωρίς να απαιτείται η διάθεση δικών σου κεφαλαίων ή να καταφύγεις σε δανεισμό . Έτσι δε θίγονται τα ρευστά διαθέσιμα και παράλληλα σποφύγεις τον κίνδυνο να φανείς ασυνεπής στις υποχρεώσεις σου σε ενδεχόμενη ώρα οικονομικών δυσκολιών. Το leasing παρέχεται σχεδόν από όλες τις τράπεζες οι οποίες έχουν συστήσει ειδικές εταιρείες για τη συγκεκριμένη διαδικασία.

Στην αγορά υπάρχουν τέσσερα είδη leasing που μπορείς να επιλέξεις, ανάλογα με τη σύμβαση που σε συμφέρει:

1. Η απλή χρηματοδοτική μίσθωση (financial leasing).

Ανάλογα με το αγαθό που χρειάζεσαι, απευθύνεσαι πρώτα στο βιομήχανο ή τον επιχειρηματία από όπου εμπορεύεσαι το προϊόν και διαπραγματεύεσαι μαζί του την τιμή, τις τεχνικές προδιαγραφές κ.λ.π. Στη συνέχεια, πηγαίνεις σε μια εταιρεία leasing η οποία με τη σειρά της αγοράζει τον εξοπλισμό που θέλεις, καταβάλλοντας το τίμημα που σας τον «νοικιάζει». Προσοχή, η εταιρεία leasing δε συμμετέχει στην επιλογή του μισθωμένου <<εργαλείου>> και δεν έχει καμία ευθύνη για πιθανή ελαττωματικότητα. Την ευθύνη φέρει ο επιχειρηματίας, ο οποίος αναλαμβάνει το ρίσκο των ζημιών και ως εκ τούτου το κόστος της συντήρησης.

2. Η μεικτή χρηματοδοτική μίσθωση (lease back).

Στην περίπτωση αυτή, η εταιρεία leasing αναλαμβάνει την υποχρέωση της τεχνικής συντήρησης και ασφάλισης του μηχανήματος, ώστε να εξασφαλίζεται η εύρυθμη λειτουργία του, αντίθετα από ό,τι ισχύει στο financial leasing. Αυτός ο τύπος leasing παρουσιάζει πλεονεκτήματα για το νέο επιχειρηματία, αφού αυτός μπορεί να καταγγείλει τη σύμβαση και να απαλλαγεί έτσι από ένα μηχανήμα τεχνολογικά απαρχαιωμένο, ανανεώνοντας τον τεχνολογικό του εξοπλισμό.



3. Η αντίστροφη χρηματοδοτική μίσθωση (lease back).

Η χρήση αυτού του τύπου leasing μπορεί να αποτελέσει μια πλάγια μορφή αύξησης της χρηματική σου ρευστότητας και απευθύνεται κυρίως σε παλαιότερες επιχειρήσεις. Έτσι, αν δεν έχεις στην κυριότητά σου παραγωγικό εξοπλισμό, αντί να καταφεύγεις σε τραπεζικό δανεισμό (όταν δεν υπάρχουν περιθώρια προσφυγής εκ νέου σε δάνειο), έχεις τη δυνατότητα να πουλήσεις τον εξοπλισμό αυτό σε εταιρεία leasing η οποία στη συνέχεια σου παραχωρεί τη χρήση του έναντι μισθώματος.

4. Πρόγραμμα μίσθωσης-πώλησης (vendor-lease).

Πρόκειται για σχήμα που συνδέει τον κατασκευαστή ή εμπόρο βιομηχανικών υλικών με τους πελάτες του, μέσω της εταιρείας leasing.



Τι είναι το **venture capital** (καινοτομικό επενδυτικό κεφάλαιο);

Ένας από τους τρόπους χρηματοδότησης που θα γνωρίσει ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια είναι το venture capital. Πρόκειται για την εισοδο επενδυτικών εταιρειών στο μετοχικό κεφάλαιο αναπτυσσόμενων εταιρειών με προοπτική μεγέθυνσης, μεγαλύτερη του μέσου όρου. Οι επενδυτές συνήθως αναλαμβάνουν ενεργό ρόλο ή ρόλο συμβούλου στην εταιρεία, με πρώτιστο στόχο τα κεφαλαιακά κέρδη.

Τα venture capital κατά κανόνα δε συμμετέχουν σε νεοϊδρυθείσες εταιρείες για δυο κυρίως λόγους, σύμφωνα με τον κ. Παπαιωάνου της Global Finance.

Ο πρώτος λόγος είναι το υψηλό κόστος, καθώς πρέπει να δαπανηθούν χρήματα για τη δημιουργία και καθιέρωση της επιχείρησης. Ο δεύτερος και σημαντικότερος λόγος είναι το υψηλό ρίσκο, καθώς δεν μπορεί να είναι γνωστή η πορεία της εταιρείας.

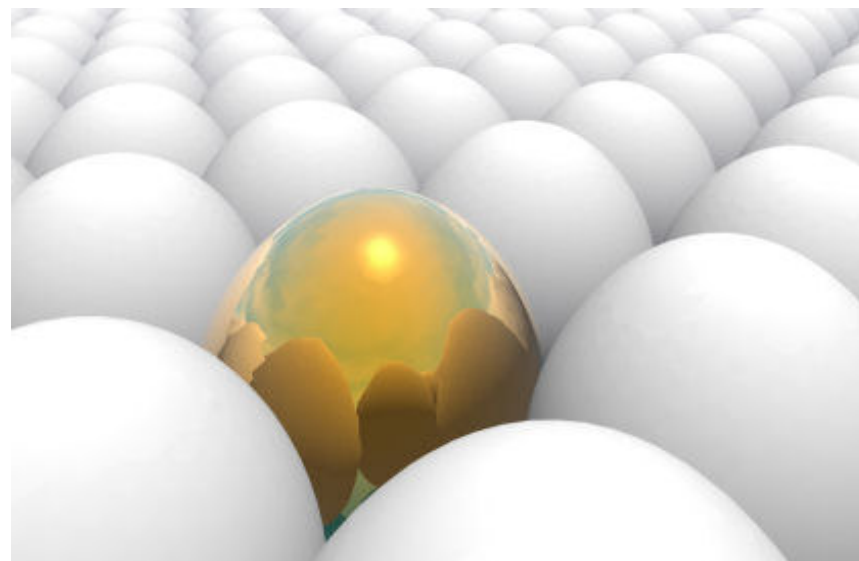
Η διεθνής εμπειρία έχει δείξει ότι από το σύνολο των προτάσεων μόνο ένα 60-70% καταλήγει σε μια τουλάχιστον επαφή των ενδιαφερομένων μερών.

Συνήθως, μόλις το 50% των επενδυτικών προτάσεων έχει ενδιαφέρον για περαιτέρω διερεύνηση, ενώ τελικά τα επενδυτικά σχήματα που προκύπτουν αντιστοιχούν σε ποσοστό 3-6% επί των αρχικών προτάσεων.

Από τις επενδύσεις που πραγματοποιούνται, περίπου 20-25% αποτυγχάνουν, 40-55% επιβιώνουν και ένα 10-20% παρουσιάζουν εξαιρετική ανάπτυξη και αποδόσεις.

Τόσο την Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, η 'χρηματοδότηση σποράς' (seed capital), δηλαδή η διαδικασία στήριξης στην αρχική φάση δημιουργίας μιας επιχείρησης, καταλαμβάνει το ελάχιστο των χρημάτων που διαθέτουν τα venture capitals.

Έχει υπολογιστεί ότι περίπου 70% των προγραμμάτων εγκαταλείπεται στο τέλος αυτού του σταδίου.



Marketing: Πώς θα ξεκινήσεις!



Θα ακούς συχνά από πολλούς ότι το marketing σε μια επιχείρηση έχει εξαιρετικά μεγάλη σημασία και καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την πετυχημένη πορεία της επιχείρησης. Όμως πώς θα ξεκινήσεις;

Παρακάτω θα δούμε 5 απλά βήματα που θεωρώ ότι είναι μια πολύ καλή αρχή για μια μικρή επιχείρηση, ώστε να ξεκινήσει και να εφαρμόσει τακτικές marketing.

Βήμα 1ο

Καθορίστε με ακρίβεια την αγορά σας, και τους πελάτες που θέλετε να έχετε. Εδώ αναφερόμαστε στην Έρευνα Αγοράς. Τοποθετούμε τη διαδικασία αυτή ως ένα βήμα μιας ευρύτερης στρατηγικής. Προσδιορίζοντας τους ανθρώπους που θέλετε να έχετε ως πελάτες, σας βοηθάει να κατανοήσετε καλλίτερα τις ανάγκες και επιθυμίες τους. Αυτό σημαίνει ότι έχετε τη δυνατότητα, να στρέψετε πάνω τους, όλες τις ενέργειες μάρκετινγκ και προώθησης, στοχευμένα. Θα πρέπει να συνειδητοποιήσετε ότι δεν μπορεί ολόκληρη η αγορά να είναι πελάτες σας. Βήμα πρώτο λοιπόν, ο ακριβής προσδιορισμός των πελατών που απευθύνεται το προϊόν σας.

Βήμα 2ο

Πουλήστε οφέλη, λύσεις, και πλεονεκτήματα στους πελάτες σας. Πρέπει να κατανοήσετε ότι δεν πουλάτε το προϊόν αυτό καθ' αυτό. Πουλάτε τα οφέλη που προσφέρει, και τις λύσεις που δίνει. Φτιάξτε λοιπόν μια λίστα με τα οφέλη, λύσεις

και πλεονεκτήματα που παρέχουν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες σας προς τους πελάτες σας. Προβάλετέ τα σε κάθε ευκαιρία. Χρησιμοποιήστε τα για την επικοινωνιακή σας πολιτική, και πάντα κατευθυνόμενοι προς την αγορά στόχο σας.

Βήμα 3ο

Προσδιορίστε το ανταγωνιστικό σας πλεονέκτημα και διαφοροποιηθείτε. Δώστε μια απάντηση στην ερώτηση: Γιατί κάποιος πελάτης να προτιμήσει την επιχείρησή μου και όχι κάποια άλλη; Σκεφθείτε το εξής: εάν δεν υπάρχει κάτι που να σας διαφοροποιεί από τους υπόλοιπους του κλάδου σας, τότε γιατί κάποιος να αγοράσει από εσάς και όχι από κάποιον άλλο με τα ίδια προϊόντα και υπηρεσίες; Δώστε λοιπόν έναν καλό λόγο στους πελάτες που απευθύνεται το προϊόν σας, για να σας προτιμήσουν.

Βήμα 4ο

Σκεφθείτε τρόπους για να έχετε τακτική επαφή με τους πελάτες που ανήκουν στην αγορά - στόχο σας. Ακόμα και αν κάνετε όλα τα προηγούμενα, το μάρκετινγκ δεν μπορεί να είναι αποτελεσματικό εάν γίνεται αποσπασματικά, και με μικρή συχνότητα. Δημιουργήστε ένα διαφημιστικό μήνυμα, που να επικοινωνεί όλα τα προηγούμενα που αναφέραμε. Εφαρμόστε το σε εφημερίδες και περιοδικά που είναι πιθανότερο να διαβάσουν οι πελάτες σας. Χρησιμοποιήστε το ραδιόφωνο. Συμμετάσχετε σε μια έκθεση, ή οργανώστε μια εκδήλωση. Υπάρχουν πολλοί τρόποι ακόμα που μπορείτε να σκεφθείτε για να έρθετε πιο κοντά στον "πελάτη" που σας ενδιαφέρει. Απλά χρειάζεται να εφαρμόσετε ένα ακόμα βήμα. Το πέμπτο.

Βήμα 5ο

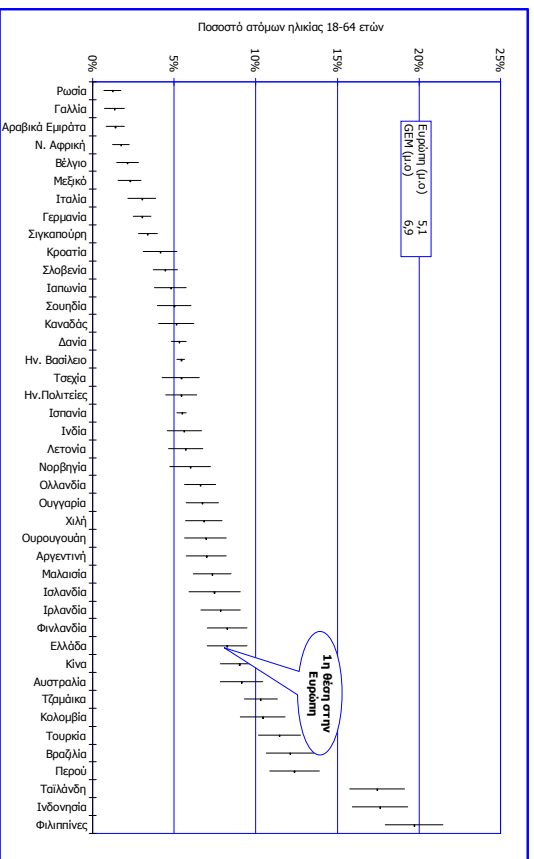
Είναι απαραίτητο να αφιερώνετε καθημερινά, λίγο από το χρόνο σας στο μάρκετινγκ. Μπορεί να σας φαίνεται δύσκολο, και ότι δεν έχετε αρκετό χρόνο, αλλά εάν θέλετε να ξεχωρίσετε από τους υπόλοιπους θα πρέπει να το κάνετε!

Νομίζω 30 λεπτά την ημέρα δεν είναι κάτι τρομερό, εξάλλου μπορεί να αποτελέσει μια αρκετά διασκεδαστική διαδικασία, που μπορεί να σας χαλαρώσει από το στρες της δουλειάς! Θα πρέπει να δείξετε συνέπεια στο Βήμα αυτό. Το μάρκετινγκ για να σας αποδώσει θα πρέπει να ασχοληθείτε μαζί του.



Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΣΤΟ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

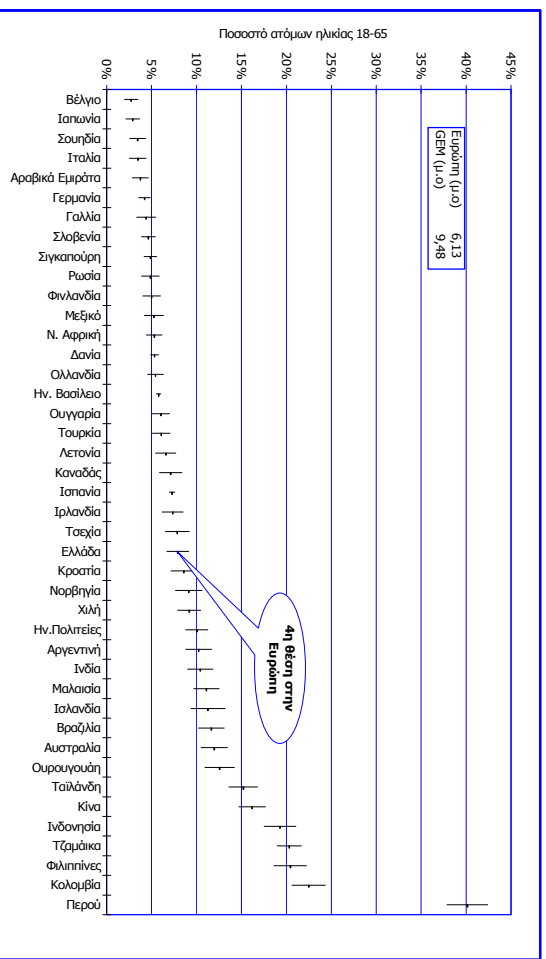
Διάγραμμα 1.1



Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα
αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2006
(95% διάστημα εμπιστοσύνης)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 1.2



Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που είναι ιδιοκτήτες / διαχειρίζονται μια
κάθιερωμένη επιχείρηση (τουλάχιστον 3,5 χρόνια λειτουργίας) ανά χώρα το 2006
(95% διάστημα εμπιστοσύνης)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από τα υπόλοιπα στοιχεία της έρευνας μπορούν να σημειωθούν:

- ❖ Ένα 14,2% του πληθυσμού 18-64 ετών δηλώνει ότι έχει σκοπό να ξεκινήσει μια επιχείρηση (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) τα επόμενα τρία χρόνια (15,4% το 2005).
- ❖ Ένα 2,7% του πληθυσμού 18-64 ετών δηλώνει ότι έκλεισε μια επιχείρηση κατά τη διάρκεια της προηγούμενης χρονιάς (2,9% το 2005).
- ❖ Ένα 22% πιστεύει ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στην αγορά, οι οποίες θα μπορούσαν να τύχουν επιχειρηματικής αξιοποίησης (16% το 2005). Όμως οι Έλληνες εξακολουθούν να δηλώνουν - σε ποσοστό σχεδόν 60%, το υψηλότερο στις χώρες του GEM - ότι ο φόβος της θα τους απέτρεπε από το να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ακόμα, το 35% των επιχειρηματιών που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της δραστηριότητάς τους κατά το 2006, δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν τεχνολογίες / διαδικασίες που δεν ήταν διαθέσιμες για διάστημα μεγαλύτερο τους έτους, από τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας. Η επίδοση αυτή εξακολουθεί να υπερτερεί σημαντικά των μέσων όρων τόσο στην Ευρώπη, όσο και στο σύνολο των χωρών του GEM (12 με 13%), κάτι που υποδηλώνει ότι η τεχνολογική αναβάθμιση αποτελεί βασικό συστατικό των νέων εγχειρημάτων που ξεκινούν στην Ελλάδα, τα οποία έτσι συμβάλλουν αποφασιστικά στην τεχνολογική αναβάθμιση της ελληνικής οικονομίας συνολικά.

Ωστόσο, αρνητικό εύρημα είναι ότι το 64% των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων εκδηλώνονται σε δραστηριότητες όπου τελικός πελάτης των οποίων είναι ο καταναλωτής ως φυσικό πρόσωπο (38% ο μέσος ευρωπαϊκός όρος). Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν για άλλη μια φορά την «ρηχότητα» της νέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, το γεγονός δηλαδή ότι δεν εκδηλώνεται σε ολόκληρη την «αλυσίδα αξίας» μέχρι το τελικό καταναλωτικό προϊόν, αλλά μόνο στον έσχατο κρίκο αυτής της αλυσίδας. Μάλιστα, το ποσοστό αυτό παραμένει σταθερά στα ίδια επίπεδα

στη χώρα μας για όλη την προηγούμενη τετραετία κατά την οποία το IOBE έχει πάρει μέρος στην ετήσια έρευνα του GEM.

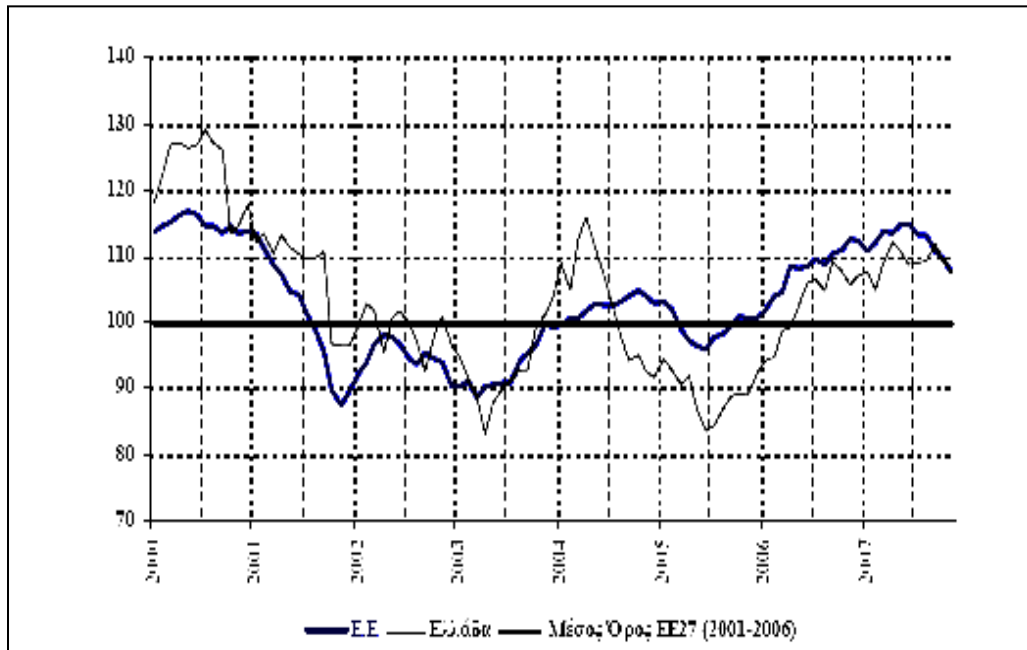
Πηγή: Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005-2006 (28-2-2007)

Οικονομικό κλίμα

Μέχρι και τον Νοέμβριο του 2007 ο δείκτης οικονομικού κλίματος στην Ελλάδα, διατηρείται σε σχετικά υψηλά επίπεδα και διαμορφώνεται κατά μέσο όρο στις 109,1 μονάδες (1990-2006=100), δηλαδή 6,4 μονάδες υψηλότερα από την επίδοση του δείκτη την αντίστοιχη περίοδο το 2006. Η βελτίωση του οικονομικού κλίματος είναι εμφανής σε όλους τους τομείς της οικονομίας, με τους σχετικούς δείκτες να κινούνται σε υψηλότερα επίπεδα απ' ό,τι πέρυσι. Στο Λιανικό Εμπόριο παρατηρείται η μεγαλύτερη βελτίωση και ο δείκτης επιχειρηματικών προσδοκιών «κερδίζει» περίπου 10 μονάδες από πέρυσι και διαμορφώνεται στο υψηλότερο επίπεδο των τελευταίων ετών και στις 121,2 μονάδες κατά μέσο όρο (1996 2006=100). Το 2007 φαίνεται να τονώνεται σημαντικά και η καταναλωτική εμπιστοσύνη: ο σχετικός δείκτης, αν και παραμένει σε αρνητικά επίπεδα, βελτιώνεται την περίοδο Ιανουαρίου – Νοεμβρίου 2007 κατά 5,5 μονάδες κατά μέσο όρο. Σε επίπεδα ανώτερα του μακροχρόνιου μέσου και υψηλότερα από τα περσινά κινείται το 2007 και ο δείκτης επιχειρηματικών προσδοκιών στις υπηρεσίες. Αντίθετα, παρά τη μικρή βελτίωση στα μέσα του έτους, ο δείκτης των Κατασκευών κινείται και το 2007 σε επίπεδα χαμηλότερα του μακροχρόνιου μέσου, ενώ στη Βιομηχανία το μέσο επίπεδο του δείκτη μέχρι και τον Νοέμβριο ήταν στις 103,3 μονάδες, ελαφρά υψηλότερο σε σχέση με το 2006.

Διάγραμμα 1.3

Δείκτες Οικονομικού Κλίματος Ε.Ε-27 και Ελλάδα
(1990-2006=100,εποχικά εξομαλυμένα στοιχεία)



Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, DG Ecfm

Η βελτίωση του κλίματος ήταν εντονότερη το πρώτο μισό του έτους, με το δείκτη να φτάνει τον Σεπτέμβριο τη μέγιστη τιμή του (112 μονάδες, όσο ήταν η επίδοση και τον Απρίλιο). Από τον Σεπτέμβριο και μετά ο δυναμισμός δείχνει να εξαντλείται και ο δείκτης υποχωρεί σταδιακά στις 107,6 μονάδες, καθώς αποδυναμώνονται οι επιχειρηματικές προσδοκίες στις Κατασκευές, τη Βιομηχανία και το Λιανικό Εμπόριο.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



- Θέλω να ιδρύσω ατομική επιχείρηση ή να ξεκινήσω ελεύθερο επάγγελμα. Πού πρέπει να πάω?
 1. Στο ταμείο ασφάλισης για εγγραφή
 2. Στο επιμελητήριο για εγγραφή
 3. Στην εφορία για έναρξη επαγγέλματος και θεώρηση βιβλίων
- Θέλω να ιδρύσω προσωπική εταιρεία (Ο.Ε ή Ε.Ε). Πού πρέπει να απευθυνθώ?
 1. Στο ταμείο ασφάλισης για εγγραφή
 2. Στο επιμελητήριο για εγγραφή
 3. στο πρωτοδικείο για να πάρω το δημοσιευμένο καταστατικό μου
 4. στην εφορία για έναρξη επαγγέλματος και θεώρηση βιβλίων.
- Θέλω να ιδρύσω ανώνυμη εταιρεία ή Ε.Π.Ε. Που πρέπει να αποταθώ?
 1. Τα μέλη των Ε.Π.Ε. και του Δ.Σ. των Α.Ε. (εφόσον έχουν μερίδιο πάνω από 5% στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας) χρειάζονται βεβαίωση εγγραφής σε ασφαλιστικό φορέα.

2. Στο επιμελητήριο για εγγραφή.
3. Στη νομαρχία για έγκριση του καταστατικού (χορηγείται ο ΑΡΜΑΕ: Αριθμός Μητρώου Ανωνύμων Εταιρειών).
4. Στο εθνικό τυπογραφείο για δημοσίευση περίληψης του καταστατικού στο ΦΕΚ.
5. Στην εφορία για ίδρυση της εταιρείας και θεώρηση βιβλίων.





ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
Έργο συγχρηματοδοτούμενο από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και από το Ελληνικό Δημόσιο



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης