



EYE in Rural

The Ενίσχυση της Νεανικής Επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο

eye-project.eu

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΡΓΟΥ 2018-2-TR01-KA205-060888

Σειρά Μαθημάτων Νεανικής Επιχειρηματικότητας



institute of
Entrepreneurship
Development



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Erasmus+

Δήλωση αποποίησης ευθύνης

Η Σειρά Μαθημάτων Νεανικής Επιχειρηματικότητας αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού έργου “EYE in Rural – Ενίσχυση της Νεανικής Επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο” το οποίο χρηματοδοτήθηκε από το πρόγραμμα Erasmus+ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Τα μαθήματα απευθύνονται σε εκπαιδευτικούς, δασκάλους, νέους, μαθητές και σε όσους ενδιαφέρονται να μάθουν και να ασχοληθούν με την Νεανική Επιχειρηματικότητα, και διατίθενται δωρεάν στην ιστοσελίδα του έργου (<https://eye-project.eu/outputs/>).

Τα περιεχόμενα αυτής της δημοσίευσης απηχούν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών της και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να θεωρηθεί ότι απηχούν τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η Επιτροπή δεν φέρει καμία ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχει αυτή η δημοσίευση.

Επιμέλεια

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

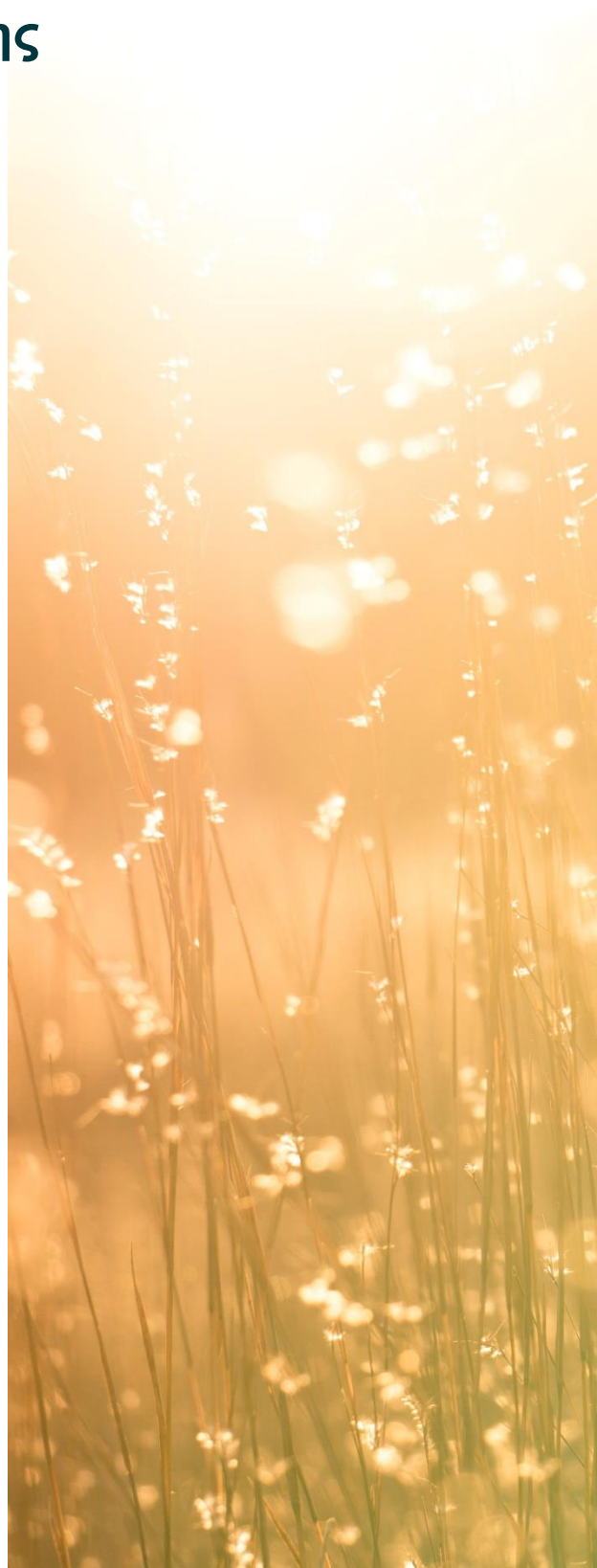
Τηλέφωνο: +30 2410 626943

Email: info@ied.eu

Ιστοσελίδα: www.ied.eu

cover image from lauren-richmond / unsplash.com

image from Kent Pilcher / unsplash.com



Εταίροι



Adana Governorship

Adana, Τουρκία



institute of
Entrepreneurship
Development

Institute of Entrepreneurship Development (iED)

Λάρισα, Ελλάδα | Email: info@ied.eu



Cukurova Development Agency (ÇKA)

Adana, Τουρκία | Email: info@cka.org.tr



Karaisalı Municipality

Karaisalı, Τουρκία



Autokreacja Foundation

Warszawa, Πολωνία | Email:
autokreacja@autokreacja.org



ACD La Hoya

La Hoya, Ισπανία | Email: acdlahoya@gmail.com

Πίνακας Περιεχομένων

Δήλωση αποποίησης ευθύνης	2
Εταίροι	3
ΕΝΟΤΗΤΑ 1 Η νεανική επιχειρηματικότητα στις Ευρωπαϊκές χώρες	11
Σκοπός	12
Learning Outcomes.....	12
1.1. Τι είναι η νεανική επιχειρηματικότητα;	13
1.2. Νεανική επιχειρηματικότητα στις χώρες εταίρους.....	13
1.2.1 Ελλάδα	13
1.2.2 Ισπανία	14
1.2.3 Πολωνία.....	16
1.2.4 Τουρκία.....	18
1.3. Αγροτικές περιοχές και ευκαιρίες νέων	22
1.4. Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	25
1.4.1 Τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα;	25
1.4.2 Τύποι κοινωνικών επιχειρήσεων.....	26
1.4.3 Γιατί χρειάζονται οι κοινωνικές επιχειρήσεις;	27
1.4.4 Ποιες είναι οι διαφορές μεταξύ κοινωνικών και παραδοσιακών επιχειρήσεων;	28
1.4.5 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ως ευκαιρία για την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών.....	30
1.5. Τάσεις της Νεανικής επιχειρηματικότητας ανά τον κόσμο	33
1.6. Μελέτες περίπτωσης για Νέους Επιχειρηματίες	35
Σύντομο Τεστ Γνώσεων 1	36
Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες.....	37
Δραστηριότητα 1	38
Δραστηριότητα 2	40
Βιβλιογραφικές αναφορές	42

Ενότητα 2 Νομικό Πλαίσιο	43
Σκοπός	44
Μαθησιακά αποτελέσματα.....	44
2.1. Νομικές μορφές επιχειρήσεων	45
2.1.1 Ελλάδα.....	45
2.1.2 Ισπανία	58
2.1.3 Πολωνία.....	60
2.1.4 Τουρκία.....	68
2.2 Διαδικασία σύστασης επιχείρησης	74
2.2.1 Ελλάδα.....	75
2.2.2 Ισπανία	83
2.2.3 Πολωνία.....	89
2.2.4 Τουρκία.....	93
2.3 Ευρωπαϊκή Νομοθεσία	97
Σύντομο Τεστ Γνώσεων 2	100
Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες.....	101
Δραστηριότητα 1	102
Δραστηριότητα 2	104
Συνομογραφίες	105
Βιβλιογραφία και Παραπομπές	105
Ενότητα 3 Επιχειρηματικές δεξιότητες	107
Purpose.....	108
Learning Outcomes.....	108
3.1. Κίνητρα και θετικός τρόπος σκέψης	109
3.2. Στρατηγικός τρόπος σκέψης	110
3.3. Ανάλυση ρίσκου και πιθανότητα αποτυχίας.....	111
3.4. Λήψη Αποφάσεων.....	113

3.5. Επικοινωνιακές δεξιότητες.....	116
3.6. Δεξιότητες Δικτύωσης	117
3.7. Διαχείριση χρόνου.....	119
3.8. Δημιουργικές δεξιότητες.....	120
3.9. Δεξιότητες πειθούς και επιρροής.....	122
Βασικές τεχνικές πειθούς	122
3.10. Επίλυση προβλήματος	127
3.11. Ευελιξία	129
Τύποι ευέλικτης εργασίας.....	130
3.12. Ψηφιακές δεξιότητες.....	134
1. Επεξεργασία δεδομένων	134
2. Δημιουργία περιεχομένου	134
3. Επικοινωνία	135
4. Επίλυση Προβλημάτων	136
5. Ασφάλεια.....	137
Σύντομα Τεστ Γνώσεων	138
Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες.....	139
Δραστηριότητα 1	140
Δραστηριότητα 2	144
Βιβλιογραφία & Παραπομπές.....	148
Κεφάλαιο 4 Χαρτογράφηση μιας επιχείρησης	150
Σκοπός	151
Μαθησιακά αποτελέσματα.....	151
4.1. Χαρτογράφηση μιας επιχείρησης	152
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ;	153
Μια επιτυχημένη επιχειρηματική ιδέα πρέπει να πληροί τις τρεις παρακάτω προϋποθέσεις:	154
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ;.....	154

Έρευνα αγοράς και ανάλυση ανταγωνισμού	155
Επιχειρηματικό πλάνο	156
4.2. Προγράμματα κατάρτισης.....	163
4.2.1 Δωρεάν κατάρτιση	163
4.2.2 Κατάρτιση επί πληρωμή.....	170
4.2.3 Λίστα μαθημάτων κατάρτισης που παρέχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση	173
4.3. Δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς που βοηθούν τους νέους να ξεκινήσουν τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα	175
4.3.1 Ελλάδα.....	175
4.3.2 Ισπανία	175
4.3.3 Πολωνία.....	176
4.3.4 Τουρκία.....	177
4.4. Ευκαιρίες χρηματοδότησης.....	179
4.3.1 Ελλάδα.....	179
4.3.2 Ισπανία	180
4.3.3 Πολωνία.....	181
4.3.4 Τουρκία.....	181
4.3.4 Σε όλο τον κόσμο	185
Σύντομο Τεστ Γνώσεων 4	194
Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες.....	195
Δραστηριότητα 1	196
Δραστηριότητα 2	198
Βιβλιογραφία και Παραπομπές	200
Ενότητα 5.1 Διαδικασία δημιουργίας επιχείρησης στην ύπαιθρο	202
Σκοπός	203
Μαθησιακά αποτελέσματα.....	203

5.1. Πού μπορείτε να βρείτε επαγγελματικές συμβουλές και βοήθεια πριν ξεκινήσετε την επιχείρησή σας	205
5.2. Στρατηγικός Σχεδιασμός και Διαχείριση	208
Σχεδιασμός	208
Οργάνωση.....	211
Εφαρμογή	211
Διαχείριση	213
Έλεγχος	213
5.3. Τεχνικές Στρατηγικού Σχεδιασμού και Διαχείρισης.....	216
5.4. Λειτουργικά Εργαλεία	218
Εξεύρεση εργαλείων	218
5.5. Μάρκετινγκ.....	219
Έρευνα αγοράς	220
Δημιουργία Πλάνου Μάρκετινγκ	221
Εκτίμηση πωλήσεων.....	225
Οι τάσεις των social media στη νεανική επιχειρηματικότητα	225
Σύντομο Τεστ Γνώσεων 4	228
Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες.....	229
Δραστηριότητα 1	230
Δραστηριότητα 2	233
Βιβλιογραφία & Παραπομπές.....	236
Answers for the Quick Knowledge Test 5.1.....	238
Ενότητα 5.2 Διαδικασία δημιουργίας επιχείρησης στην ύπαιθρο	239
Σκοπός	240
Μαθησιακά αποτελέσματα.....	240
5.6. Προσλήψεις και Διαχείριση Προσωπικού.....	242
5.6.1 Μέθοδοι Επιλογής Προσωπικού	242

5.6.2 Μέθοδοι Δημιουργίας Κινήτρων για το προσωπικό	244
5.6.3 Μέθοδοι εξασφάλισης της ευεξίας του προσωπικού	246
5.6.4 Μέθοδοι Ελέγχου Προσωπικού	248
5.7. Αξιολόγηση	251
5.7.1 Μέτρηση της οικονομικής απόδοσης	251
5.7.2 Μέτρηση πελατών	252
5.7.3 Μέτρηση των Εργαζομένων	252
5.7.4 Συγκριτική αξιολόγηση με άλλες επιχειρήσεις - benchmarking	253
5.8. Κώδικας δεοντολογίας	255
5.8.1 Ορισμός του κώδικα δεοντολογίας	255
5.8.2 Πυλώνες του κώδικα δεοντολογίας	255
5.8.3 Στρατηγικές για την ενδυνάμωση του κώδικα δεοντολογίας στο χώρο εργασίας	256
5.8.4 Παραδείγματα χώρων εργασίας με κώδικα δεοντολογίας	258
5.8.5 Δημιουργώντας ένα δεοντολογικό χώρο εργασίας	259
5.8.6 Θεμελιώστε μία ισχυρή βάση	259
5.9. Βιωσιμότητα	262
5.9.1 Οφέλη ενός βιώσιμου χώρου εργασίας	263
Σύντομο Τεστ Γνώσεων 5	264
Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες	266
Δραστηριότητα 1	267
Δραστηριότητα 2	270
Βιβλιογραφία και Παραπομπές	273
Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 1	275
Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 2	276
Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 3	277
Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 4	279
Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 5.1	281

Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 5.2	282
---	-----



image from cookie_studio / freepik.com

Εκτιμώμενος
χρόνος
ανάγνωσης
50-60 λεπτά

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

Η νεανική επιχειρηματικότητα στις Ευρωπαϊκές χώρες

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: Cukurova Development Agency

ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΡΓΟΥ 2018-2-TR01-KA205-060888
YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM

Σκοπός

Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να παρουσιάσει την έννοια της «Κοινωνικής

Επιχειρηματικότητας», ενός φαινομένου που αυξάνεται με εκθετικούς ρυθμούς. Ως Κοινωνική Επιχειρηματικότητα νοείται η ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών και εταιρειών οι οποίες στοχεύουν στην κοινωνική αλλαγή μέσω καινοτόμων λύσεων.

Οι επιμέρους στόχοι του κεφαλαίου είναι να παρουσιάσει, από την μία πλευρά, τον τρόπο με τον οποίο η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να συνδεθεί με την νεανική επιχειρηματικότητα σε υπαίθριες περιοχές, και από την άλλη πλευρά, το πώς μπορεί να συνδυαστεί με τεχνικές και εργαλεία της κλασικής επιχειρηματικότητας και καινοτομίας για την αντιμετώπιση θεμελιωδών κοινωνικών προκλήσεων.

Learning Outcomes

Στο πλαίσιο **γνώσεων**, ο καταρτιζόμενος θα γνωρίσει:

- ✓ ποια είναι τα χαρακτηριστικά μίας κοινωνικής επιχείρησης και ποιες οι διαφορές της με τις κλασικές επιχειρήσεις.
- ✓ τον τρόπο σύνδεσης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας με τους νέους.
- ✓ τον τρόπο με τον οποίο οι νέοι μπορούν να αξιοποιήσουν τις δεξιότητες τους, τις γνώσεις, το πάθος, και τα ταλέντα τους μέσα από μια κοινωνική ή τυπική επιχείρηση.

Στο πλαίσιο **δεξιοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα κατανοήσει:

- ✓ το ρόλο και το μέλλον των κοινωνικών επιχειρήσεων σε παγκόσμια εμβέλεια.
- ✓ καλύτερα τις έννοιες νεανική και την κοινωνική επιχειρηματικότητα.
- ✓ τις δραστηριότητες που περιλαμβάνει μία κοινωνική επιχείρηση.

Στο πλαίσιο **ικανοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα είναι σε θέση να:

- ✓ να διακρίνει εάν μια επιχείρηση είναι κοινωνική ή όχι.
- ✓ αναπτύξει δεξιότητες όπως η διορατικότητα, η κριτική σκέψη και η αυτοβελτίωση.
- ✓ διευκολύνει την μαθησιακή διαδικασία σε ατομικό και ομαδικό επίπεδο.

1.1. Τι είναι η νεανική επιχειρηματικότητα;

Οι νέοι επιχειρηματίες είναι άτομα, ηλικίας 18-29 ετών, που έχουν μια ατομική επιχείρηση ή κατέχουν μερίδιο σε μία επιχείρηση (τουλάχιστον 30%) ή είναι δυνητικοί επιχειρηματίες. Οι νέοι επιχειρηματίες παρέχουν αξίες και όραμα στους υπόλοιπους νέους προκειμένου να τους βοηθήσουν να ακολουθήσουν τα όνειρά τους. Η ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας και η ίδρυση επιχειρήσεων από νέους οδηγεί σε οικονομική ενδυνάμωση των διάφορων περιοχών δημιουργώντας ένα καλύτερο μέλλον για τους ίδιους και τις κοινότητές τους.

1.2. Νεανική επιχειρηματικότητα στις χώρες εταίρους

1.2.1 Ελλάδα

Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση της νεανικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα;

Τα τελευταία χρόνια, λόγω της οικονομικής κρίσης, η ανεργία των νέων στην Ελλάδα έφτασε το ποσοστό 31,1%, ένα από τα υψηλότερα σε σύγκριση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Το γεγονός αυτό αναδεικνύει τη σημασία της δημιουργίας νέων επιχειρηματικών ευκαιριών που μπορούν να λειτουργήσουν ως βασικοί πυλώνες για τη μείωση της ανεργίας. Η νεανική επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται ως ο στόχος των νέων να δημιουργήσουν ή να αναπτύξουν την επιχειρηματική τους ιδέα. Συνήθως, έχουν τις πιο καινοτόμες ιδέες οι οποίες μπορούν να αποτελέσουν την αφετηρία για κοινωνικές αλλαγές. Όμως, η πλειονότητα των ατόμων αυτών εργάζονται σε θέσεις (π.χ. σερβιτόρος / σερβιτόρα, μπάρμαν, πωλητής αρτοποιίας κ.λπ.) οι οποίες δεν είναι σχετικές με το αντικείμενο σπουδών τους.



Ευκαιρίες ή Προκλήσεις;

Από τη μια πλευρά, οι σημαντικότερες ευκαιρίες που διαθέτουν οι νέοι επιχειρηματίες στην Ελλάδα είναι:

- Ο ελεύθερος χρόνος,
- Η ικανότητα γρήγορης μάθησης,
- Το χαμηλό επιχειρηματικό ρίσκο,
- Ο ενθουσιασμός,
- Η υποστήριξη από την οικογένεια και τους φίλους τους.

Από την άλλη πλευρά, οι βασικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν είναι:

- Η έλλειψη χρηματοδοτικών ευκαιριών και προγραμμάτων,
- Η έλλειψη εργασιακής εμπειρίας,
- Η έλλειψη επιχειρηματικών δεξιοτήτων,
- Η έλλειψη δικτύου επαφών,
- Προκλήσεις στην διαχείριση ανθρώπινων πόρων
- Η έλλειψη εμπιστοσύνης από τους πελάτες

1.2.2 Ισπανία

Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση της νεανικής επιχειρηματικότητας στην Ισπανία;

Στην Ισπανία, το ποσοστό ανεργίας των νέων ανέρχεται στο 38,6%. Σύμφωνα με αυτό το κριτήριο, κρίνεται απαραίτητη η ανάπτυξη και προώθηση της νεανικής επιχειρηματικότητας, η οποία μπορεί να επιτευχθεί με την ενίσχυση της εκπαίδευσης των νέων, την δημιουργία υποστηρικτικών προγραμμάτων και την επίσπευση των διαδικασιών των διαχειριστικών αρχών. Η ηλικία δεν πρέπει να θεωρείται αρνητικός παράγοντας όταν ένας νέος επιθυμεί να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό εγχείρημα,

αντιθέτως προσδίδει μια πιο επαγγελματική χροιά στο επιχειρηματικό τους προφίλ λόγω των αναπτυγμένων ψηφιακών δεξιοτήτων που διαθέτουν. Μελέτες δείχνουν ότι οι νέοι στην Ισπανία ξεκινούν την δική τους επιχείρηση σε μικρή ηλικία, νωρίτερα από τι τα προηγούμενα χρόνια, καθώς ένας στους πέντε πιστεύει ότι η δημιουργία μιας δικής τους επιχείρησης είναι μια καλή εναλλακτική επιλογή, η οποία καθίσταται πιο ελκυστική λόγω της διαθεσιμότητας των νέων τεχνολογιών.

Όταν οι νέοι Ισπανοί ερωτήθηκαν για το τι πιστεύουν όσον αφορά τις θετικές πτυχές της επιχειρηματικότητας, το 61,8% θεωρεί ότι η δημιουργία μίας δικής τους επιχείρησης είναι καλή επιλογή, το 64,2% πιστεύει ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες χαίρουν εκτίμησης και το 44,8% ότι αποτελεί θέμα ενδιαφέροντος για τα μέσα



μαζικής ενημέρωσης στη χώρα, ποσοστά που είναι λίγο χαμηλά σε σύγκριση με τις απαντήσεις από άτομα μεγαλύτερα σε ηλικία και τις απαντήσεις των μέσων ευρωπαϊών πολιτών.

Οι πιο δημοφιλείς τομείς ενδιαφέροντος για τους νέους επιχειρηματίες της Ισπανίας είναι η Ψηφιακή Υγεία και η Ψηφιακή Εκπαίδευση, οι Ψηφιακές Μεταφορές, το Περιβάλλον και η Αεροδιαστημική μηχανική.

Ευκαιρίες ή Προκλήσεις

Δεδομένου ότι η Ισπανία είναι μια τουριστική χώρα, οι νέοι εντοπίζουν ένα ευρύ φάσμα ευκαιριών στον συγκεκριμένο τομέα. Για παράδειγμα:

1. Ο τουρισμός που σχετίζεται με περιπετειώδεις δράσεις (Adventure Tourism).
2. Τα ιστολόγια (blogs) που έχουν ως περιεχόμενο τους το lifestyle.
3. Θεματικές τουριστικές διαδρομές.
4. Τα hostels ή οι αγροτικές κατοικίες που διαθέτουν αθλητικές υπηρεσίες και παροχές ευεξίας.
5. Οι υπηρεσίες διασκέδασης και ψυχαγωγίας.
6. Το εξειδικευμένο εμπόριο σε τομείς όπως τα καλλυντικά, η μόδα, η τεχνολογία.
7. Οι ενοικιάσεις κατοικιών και μέσων μετακίνησης για μικρές αποδράσεις.
8. Το franchise εταιριών φιλοξενίας και σίτισης.

Οι κύριες προκλήσεις αφορούν:

- Την πολυπλοκότητα στις διαδικασίες έναρξης μίας διεθνούς εμπορικής δραστηριότητας,
- Τη δυσκολία της δημοσιοποίησης των επιχειρήσεων και προϊόντων,
- Την πολυπλοκότητα στις διαδικασίες λήψης χρηματοδότησης,
- Τον πολύ υψηλό ανταγωνισμό,
- Την έλλειψη πληροφόρησης,
- Την υψηλή φορολογία,
- Την έλλειψη υποστήριξη από την δημόσια διοίκηση.

1.2.3 Πολωνία

Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση της νεανικής επιχειρηματικότητας στην Πολωνία;

Η επιχειρηματικότητα και το εμπόριο είναι οι δύο βασικοί παράγοντες που συγκροτούν την οικονομία στην Πολωνία. Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας δεδομένου ότι επιτρέπει την επαγγελματική ανάπτυξη των εμπόρων αυξάνει την ευημερία τόσο των ίδιων και των πολιτών όσο και της χώρας ολόκληρης. Η πολωνική κοινωνία υποστηρίζει ότι η νεανική επιχειρηματικότητα αποτελεί το μέλλον της χώρας, θεωρεί υποχρέωση της να διασφαλίσει και να παρέχει τα απαραίτητα εφόδια (εργαλεία και μεθόδους) που θα τους βοηθήσουν να αναπτυχθούν, για να δράσουν με όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικό και τρόπο στο μέλλον.



Με βάση τα στατιστικά στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Πολωνία καταλαμβάνει την όγδοη καλύτερη θέση σε θέματα οικονομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Υπάρχουν περίπου 1,8 εκατομμύρια εταιρείες, εκ των οποίων το 99,8% είναι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Η Πολωνία είναι μια από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με αυξανόμενο αριθμό εταιρειών, λόγω της ανάγκης για καινοτομία και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Σύμφωνα με έρευνα των Generalny Urząd Statystyczny, μόλις το 14% των Πολωνών ηλικίας 30 ετών έχουν δική τους επιχείρηση (το 8% των οποίων σχετίζονται άμεσα με την εκμετάλλευση γης). Αυτό σημαίνει ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα των νέων Πολωνών είναι αρκετά χαμηλή σε σύγκριση με άλλες χώρες. Ο βασικός παράγοντας που επηρεάζει και εξηγεί αυτά τα ποσοστά είναι ο ρόλος της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, δεδομένου ότι πάνω από το 70% των νέων ξεκινούν τις Πανεπιστημιακές τους σπουδές με στόχο την ακαδημαϊκή καριέρα, εκ των και το 65% επικεντρώνονται πλήρως στις σπουδές τους. Ένας ακόμη λόγος είναι ότι η επιχειρηματικότητα γίνεται αντιληπτή από τους νέους ως μια περίπλοκη διαδικασία που ενέχει υψηλό ρίσκο και θεωρείται συνυφασμένη με την επαγγελματική αστάθεια, την αβεβαιότητα και, ως εκ τούτου, δεν δημιουργεί αίσθημα επαγγελματικής ασφάλειας, ώστε να είναι ελκυστική η επιλογή μιας επιχειρηματικής σταδιοδρομίας. Το γεγονός ότι οι Πολωνοί νέοι εμφορούνται από τέτοιες ιδέες εξηγεί το γεγονός ότι υπάρχει πολύ χαμηλό ενδιαφέρον για τη συνέχιση των οικογενειακών επιχειρήσεων και ως εκ τούτου καθιστά αβέβαιη την συνέχιση περισσότερες από το 70% των πολωνικών, οικογενειακών επιχειρήσεων, ειδικά σε γεωργικές και αγροτικές περιοχές.

Ακόμη, είναι σημαντικό να αναφερθεί η δυσαναλογία που υφίσταται μεταξύ των φύλων στον γενικό πληθυσμό των νέων της Πολωνίας. Τα στοιχεία δείχνουν ότι το 4% των επιχειρήσεων στην Πολωνία διευθύνεται από

άνδρες κάτω των 30 ετών και μόνο το 2% από γυναίκες κάτω των 30 ετών. Ο ισχυρός συσχετισμός μεταξύ των χαμηλών ποσοστών επιχειρηματικής δράσης και των υψηλών ποσοστών πανεπιστημιακής φοίτησης θα μπορούσε να αιτιολογηθεί από το εκπαιδευτικό υπόβαθρο και την καριέρα που ακολουθούν οι νεαροί επιχειρηματίες, οι οποίοι μπορούν να ταξινομηθούν σε 4 τομείς, ανάλογα με το πεδίο ακαδημαϊκής εξειδίκευσής τους:

1. Εκπαίδευση και ανθρωπιστικές επιστήμες,
2. Κοινωνιολογικές, οικονομικές, νομικές, τεχνικές σπουδές, βιομηχανικές και κατασκευαστικές σπουδές
3. Σπουδές που σχετίζονται με την παροχή φροντίδας στην κοινωνία και σε κλάδους υγείας και περίθαλψης,
4. Γεωπονικές σπουδές.

Το υψηλότερο ποσοστό επιχειρηματιών, με ακαδημαϊκές σπουδές, εντοπίζεται σε εκείνους που έχουν εξειδικευτεί στους τομείς της πληροφορικής και των μέσων επικοινωνίας (σε κλάδους όπως οι τηλεπικοινωνίες, η πληροφορική, η παραγωγή ταινιών, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι δημόσιες σχέσεις), σε όσους είναι επιχειρηματίες με εξειδίκευση σε ένα αντικείμενο, σε καθηγητές πανεπιστημίου (σε τομείς όπως νομικές υπηρεσίες, λογιστική, τραπεζική, αρχιτεκτονική, διδασκαλία και συμβουλευτική) καθώς και σε όσους ασχολούνται με υπηρεσίες εμπορίου και επισκευών.

Ευκαιρίες ή Προκλήσεις

Τα βασικά εμπόδια ή/και προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι νέοι επιχειρηματίες της Πολωνίας είναι:

- Οι υψηλοί φορολογικοί συντελεστές των επιχειρήσεων (φορολογική κλίμακα της τάξης του 18% και 32% επί του πλεονάσματος, ετήσιο εισόδημα 85,528 Ζλότι (τοπικό νόμισμα), και 19% φορολόγηση κατοικίας),
- Η γραφειοκρατία,
- Ο υψηλός ανταγωνισμός,
- Η έλλειψη ασφάλειας και νομικής υποστήριξης,
- Η υφιστάμενη κατάσταση που επικρατεί στην αγορά,
- Η έλλειψη πολιτικής για την στήριξη της επιχειρηματικότητας από την Κυβέρνηση,
- Οι δυσκολίες σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο,
- Η έλλειψη κοινωνικής υποστήριξης (για παράδειγμα από την οικογένεια ή από τις δημόσιες αρχές),
- Η έλλειψη ύπαρξης δημόσιου χώρου/πλατφόρμας που να προάγει και να ενθαρρύνει την ανταλλαγή απόψεων και πρακτικών μεταξύ των νέων,
- Η έλλειψη γνώσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις Δημόσιες Σχέσεις.

Οι ευκαιρίες που έχουν νέοι της Πολωνίας είναι:

- Ο ολοένα αυξανόμενος αριθμός των νέων που επιλέγουν την ακαδημαϊκή εκπαίδευση,
- Ο ολοένα αυξανόμενος αριθμός εξειδικευμένων και έμπειρων νέων,

- Η εμπειρίες των νέων με το πέρας των σπουδών τους,
- Η υποστήριξη που μπορούν να λάβουν από την Ένωση Νομικής Παρέμβασης (Association for Legal Intervention - SIP) και το δίκτυο επιχειρηματικών αγγέλων (Business Angels),
- Ο αυξανόμενος αριθμός χρηματοδοτικών προγραμμάτων στήριξης,
- Η αυξανόμενη επιθυμία που παρατηρείται ανάμεσα στους νέους για τη δημιουργία δικής τους επιχείρησης,
- Η ηλεκτρονική διαχείριση και το ηλεκτρονικό επιχειρείν,
- Η τροποποίηση και ο εκσυγχρονισμός των υφιστάμενων μεθόδων και τεχνικών στην επιχειρηματικότητα,
- Η αυξανόμενη κοινωνική ευαισθητοποίηση που παρατηρείται για τις επιχειρήσεις και την αγορά,
- Ο αυξανόμενος αριθμός ευκαιριών για ανταλλαγή εμπειριών μεταξύ των νέων σε διεθνές επίπεδο
- Το άνοιγμα της αγοράς στους νέους επιχειρηματίες
- Ο αυξανόμενος αριθμός προσφοράς εργασίας και εκπαίδευσης (job shadowing) και πρακτικής άσκησης για τους νέους τόσο στην Πολωνία όσο και στο εξωτερικό,
- Το αυξημένο ενδιαφέρον των νέων για επιχειρηματική δραστηριοποίηση,
- Η ποικιλία που παρουσιάζουν οι διαδικτυακές επιχειρήσεις.

1.2.4 Τουρκία

Ποια είναι η υφιστάμενη κατάσταση της νεανικής επιχειρηματικότητας στην Τουρκία;

Τα τελευταία χρόνια, σε πολλές χώρες η επιχειρηματικότητα αποτελεί προτεραιότητα για την διασφάλιση της ανάπτυξης αυτών. Ως εκ τούτου θεωρείται πολύ σημαντική η υποστήριξη επιχειρήσεων και επιχειρηματιών με εξειδίκευση. Στην Τουρκία, αποτελεί επίσης σημαντικό παράγοντα και έχει συμπεριληφθεί στους στόχους ανάπτυξης έως το 2023.

Όπως ισχύει σε κάθε χώρα, έτσι και στην Τουρκία η επιχειρηματικότητα διαδραματίζει έναν πολύ σημαντικό ρόλο στην κοινωνική και οικονομική της ανάπτυξη. Τα τελευταία χρόνια, προκειμένου να προωθηθεί η επιχειρηματικότητα, υπήρξε ανακατανομή των δημόσιων πόρων, παρόλα αυτά, υπό το πρίσμα της οικοσυστημικής προσέγγισης, εμφανίζονται ακόμη ελλείψεις στην ανάπτυξη της. Εθνικές και διεθνείς μελέτες που ασχολούνται με τα ποσοστά επιχειρηματικής απόδοσης της Τουρκίας δείχνουν πως χρειάζεται να συνεχιστούν οι προσπάθειες σε αυτόν τον τομέα ούτως ώστε να βελτιωθεί το επιχειρηματικό της οικοσύστημα. Το Παγκόσμιο Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας (GEDI) εκπόνησε μια μελέτη σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Δείκτη Επιχειρηματικότητας (GEI), στον οποίο η Τουρκία κατατάσσεται



στην 36^η θέση μεταξύ 137 χωρών, ενώ σύμφωνα με την ευρωπαϊκή περιφερειακή κατάταξη 41 χωρών, κατατάσσεται 22^η. Ακόμη, η έκθεση της GEA, παραθέτει ότι τα πλεονεκτήματα που διαθέτει η Τουρκία σε επιχειρηματικό επίπεδο βρίσκονται πάνω από τον παγκόσμιο και περιφερειακό μέσο όρο και σχετίζονται με τα επιχειρηματικά κεφάλαια, την ταχεία ανάπτυξη της, την καινοτομία των προϊόντων της, τις νεοσύστατες επιχειρήσεις και τις τεχνολογικές δεξιότητες που διαθέτει. Ωστόσο, οι τομείς που χρήζουν βελτίωσης σχετίζονται με την εκμάθηση της λήψης ρίσκου, τον ανταγωνισμό, την έλλειψη πολιτιστικής στήριξης, τη δυσκολία εύρεσης ευκαιριών και την αξιοποίηση αυτών από τους επιχειρηματίες.

Το Παγκόσμιο Οικονομικού Φόρουμ κατατάσσει τις χώρες σύμφωνα με το επίπεδο της οικονομικής τους ανάπτυξης στην παραγωγή, στην απόδοση και στην καινοτομία. Σύμφωνα με αυτό το κριτήριο, η Τουρκία κατατάσσεται στις οικονομίες που βασίζονται στην απόδοση. Η Παγκόσμια Αξιολόγηση Επιχειρηματικότητας 2016/17 (GEM), σύγκρινε τις οικονομίες που βασίζονται στην απόδοση και υπέδειξε πως η Τουρκία υστερεί στον αριθμό των νεοσύστατων επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, το ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριότητας που βασίζεται σε ευκαιρίες είναι χαμηλότερο από το ποσοστό υποχρεωτικής επιχειρηματικής δράσης.

Σύμφωνα με την Παγκόσμια Αναφορά του Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016/17:

Ενώ το ποσοστό των επιχειρήσεων πρώιμου σταδίου (που αφορά νεοσύστατες επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις που βρίσκονται στο ξεκίνημα τους) στην Τουρκία το 2015 ήταν 17,4% , μειώθηκε σε 16,1% το 2016. Ωστόσο, το ποσοστό αυτό (16,1%) εξακολουθεί να είναι το υψηλότερο σε σχέση με το μέσο όρο των ποσοστών που αφορούν οικονομίες που κατατάσσονται με βάση την απόδοσης τους (14%) όπως αναφέρεται παραπάνω.

Στη σχετική μελέτη αναφέρεται επίσης ότι η μείωση παρατηρείται κυρίως σε άνδρες επιχειρηματίες. Ενώ το 2016 υπήρχε μείωση στο ποσοστό των ανδρών με νεοσύστατες επιχειρήσεις, παρατηρείται αύξηση στα αντίστοιχα ποσοστά των γυναικών επιχειρηματιών.

Οι οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία εξαρτώνται από τους ρυθμούς ανάπτυξης. Σε περιφερειακό επίπεδο, η Βόρεια Αμερική παρουσιάζει υψηλότερα ποσοστά καινοτομίας (39%) σε σχέση με την Αφρική (20%). Ωστόσο, στην Τουρκία το ποσοστό των επιχειρηματιών που εισάγουν καινοτόμα προϊόντα ή υπηρεσίες είναι 30,1%.

Η ίδια μελέτη αναφέρει ότι υπάρχει μεγάλη συσχέτιση μεταξύ των ποσοστών επιχειρηματικότητας και του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται την επιχειρηματικότητα. Το γεγονός ότι οι επιχειρηματίες προσελκύουν την προσοχή στα μέσα ενημέρωσης με θετικό τρόπο (όπως πιστεύει το 60% των ερωτηθέντων της έρευνας), συνάδει με στην άποψη ότι η επιχειρηματικότητα είναι μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας και συχνά αποτελεί το λόγο για τον οποίο οι νέοι στρέφονται προς αυτή την κατεύθυνση.

Οι χώρες που αναφέρθηκαν στην μελέτη ως οι χώρες με τα υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικότητας είναι η Κίνα, η Ταϊλάνδη και η Ινδονησία, στις οποίες πάνω από τα τρία τέταρτα των ενηλίκων συμμετεχόντων αναγνωρίζουν πως τα μέσα ενημέρωσης ασχολούνται με θετικό τρόπο με τους επιχειρηματίες ενώ στην Ελλάδα,

την Ινδία και το Μεξικό οι συμμετέχοντες που ασπάζονται αυτή την άποψη αποτελούν μόνο το 30%. Παρόλο που το 45% των ενηλίκων της έρευνας βλέπουν την επιχειρηματικότητα ως μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας, το αντίστοιχο ποσοστό στην Τουρκία είναι 81% και βρίσκεται στην 65^η θέση μεταξύ των χωρών που συμμετείχαν στη μελέτη GEM. Επιπλέον, στο Μεξικό και στην Ινδία το 47% των ενηλίκων πιστεύουν ότι οι επιχειρηματίες χαίρουν αναγνώρισης, ενώ το ποσοστό αυτό είναι 72% στην Τουρκία.

Εξετάζοντας την τεχνολογική υπόσταση των επιχειρήσεων ανά τον κόσμο, εντοπίζεται πως οι επιχειρήσεις με αντικείμενο τον τομέα της πληροφορίας και τεχνολογίας είναι οι πιο διαδεδομένες. Μελέτες που διεξήχθησαν από την Turkstat έδειξαν πως το 2014 το 99,8% των επιχειρήσεων της Τουρκίας είναι μικρομεσαίες (Turkstat,2016). Αναφορικά με τις βιομηχανίες, το 59,7% χρησιμοποιεί τεχνολογία χαμηλού επιπέδου, το 31% χαμηλού-μεσαίου επιπέδου, το 9.1% μεσαίου-υψηλού επιπέδου και μόνο το 0,3% τεχνολογία υψηλού επιπέδου. Στην περίπτωση των βιομηχανιών της Τουρκία παρατηρείται ότι τα εξαγόμενα προϊόντα είναι χαμηλού ή μεσαίου τεχνολογικού επιπέδου, σε σύγκριση με τα εισαγόμενα που είναι υψηλού επιπέδου.

Για να αλλάξει αυτό είναι σημαντικό να υπάρχει μια αποτελεσματική συνεργασία πανεπιστημίου-βιομηχανίας και να ενθαρρύνεται η λήψη πρωτοβουλιών επιχειρηματικότητας από το προσωπικό που εξειδικεύεται σε τεχνολογικούς τομείς. Σύμφωνα με το Δείκτη Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας Πανεπιστημίων του 2018, το Πανεπιστήμιο της Σικκίμα κατέλαβε την 27^η θέση και το Πανεπιστήμιο Mersin την 40^η. Δεδομένου ότι το Πανεπιστήμιο διαθέτει ένα εκτεταμένο ακαδημαϊκό δίκτυο, το οποίο αποτελείται από 6 πανεπιστήμια και μια βιομηχανία, η περιφέρεια της Σικκίμα μπορεί να τονώσει το δυναμικό της νεανικής επιχειρηματικότητας το οποίο επικεντρώνεται σε τομείς υψηλής τεχνολογίας που δεν έχουν ακόμη ανακαλυφθεί μέσω της συνεργασίας πανεπιστημίου-βιομηχανίας.

Ευκαιρίες ή Προκλήσεις;

Μπορεί η Τουρκία να αντιμετωπίζει μεγάλα εμπόδια στην ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας και των ευκαιριών της, ωστόσο υπάρχει εύφορο έδαφος για την δημιουργία πιο ποιοτικών περιβαλλόντων ανάπτυξης. Για παράδειγμα, η τουρκικές επενδύσεις στους τομείς της έρευνας και της ανάπτυξης κατατάσσονται στις πρώτες 30, παγκοσμίως. Επιπλέον, ένα «κύμα» νέων, ηλικίας 15 έως 24 ετών, είναι έτοιμο να εισέλθει στην αγορά εργασίας, έχοντας προηγηθεί ένα διάστημα απολύσεων. Σύμφωνα με το Τουρκικό Στατιστικό Ινστιτούτο, το 18,6% των ανέργων της Τουρκίας ανήκουν σε αυτήν την ηλικιακή ομάδα. Επιπλέον, η Τουρκία προσφέρει άμεση πρόσβαση στην τεχνολογία επικοινωνιών, καθιστώντας την 16^η στον κόσμο σε επίπεδο ευρυζωνικής πρόσβασης και 41^η σε επίπεδο ποσότητας διακομιστών ασφαλούς Διαδικτύου κατά κεφαλήν. Το δεδομένο αυτό μπορεί να προκαλέσει ενδιαφέρον προκειμένου να αξιοποιηθούν μη παραδοσιακές επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Εξετάζοντας τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν γενικότερα οι νέοι επιχειρηματίες, μπορεί να ειπωθεί ότι υπάρχουν πολλά εμπόδια, όπως το υψηλό κόστος λόγω γραφειοκρατίας, η δυσκολία προστασίας δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, η έλλειψη εκπαίδευσης και πληροφόρησης, η αυξημένη δυναμική της μονοπωλιακής

αγοράς και η περιορισμένη πρόσβαση σε κεφάλαιο. Παρακάτω, απαριθμούνται συνοπτικά τα εμπόδια που συναντούν οι νέοι της Τουρκίας στην ενασχόληση τους με την επιχειρηματικότητα :

- Εκπαίδευση, Κατάρτιση και Γνώση
- Πρόσβαση στη χρηματοδότηση
- Φορολογία και Κανονισμοί
- Δικαιώματα Πνευματικής Ιδιοκτησίας
- Πολιτισμός
- Επιχειρηματικές Δεξιότητες
- Έλλειψη ικανών μεντόρων
- Συνθήκες της αγοράς

Η εγχώρια αγορά παρουσιάζει μια πολύ αδύναμη δομή σε επίπεδο πολυπλοκότητας. Ένα επίσης πρόβλημα, είναι η χαμηλή ζήτηση σε καινοτόμα προϊόντα.

Λαμβάνοντας υπόψιν τη γεωπολιτική θέση της χώρας, λόγω της εγγύτητάς της με τις χώρες της Μέσης Ανατολής, είναι συνυφασμένη με τον κίνδυνο και την αβεβαιότητα, γεγονός που αποτελεί έναν παράγοντα που αποθαρρύνει τους νέους από την έναρξη μίας επιχείρησης. Η έλλειψη επαρκούς κεφαλαίου και η αδυναμία παροχής επιχορηγήσεων σε όλους τους νέους μπορεί να θεωρηθεί ως απειλή για την επιχειρηματικότητα. Από την άλλη πλευρά, θεωρείται σημαντική ευκαιρία το ότι ιδρύματα όπως το KOSGEB παρέχουν πληροφορίες και οικονομική υποστήριξη σε νέους επιχειρηματίες. Η δωρεάν παροχή επιχειρηματικής εκπαίδευσης για την αύξηση της συνειδητότητας γύρω από την επιχειρηματικότητα στην κοινωνία επέτρεψε την ίδρυση περισσότερων επιχειρήσεων αλλά και την βιωσιμότητα τους σε μεγαλύτερο βαθμό. Τέτοιου είδους υποστηρικτικές ενέργειες δημιουργούν αξιοσημείωτες ευκαιρίες για τους νέους επιχειρηματίες.



image from cookie_studio / freepik.com

1.3. Αγροτικές περιοχές και ευκαιρίες νέων

Η οικονομία έχει αλλάξει δραματικά την τελευταία δεκαετία και το Διαδίκτυο παρέχει την ευκαιρία προβολής, ανταγωνιστικότητας και κερδοφορίας στις μικρές επιχειρήσεις. Η νεολαία των αγροτικών περιοχών αναγνωρίζει ότι οι αγορές που δεν ήταν προσβάσιμες πριν την έλευση του Διαδικτύου, μπορούν πλέον να είναι ακόμη και αν βρίσκονται στην πιο απομακρυσμένη περιοχή με αποτέλεσμα οι ίδιοι να αναζητούν μαθήματα επιχειρηματικότητας στα σχολεία τους ώστε να κάνουν το πρώτο τους επιχειρηματικό εγχείρημα από πολύ μικρή ηλικία.

Ποιοι είναι λοιπόν αυτοί οι νέοι επιχειρηματίες; Μπορεί να είναι ένας μαθητής δημοτικού, ο οποίος φτιάχνει λεμονάδες τις οποίες μπορεί να πουλά ένα απόγευμα καλοκαιριού ή ένας απόφοιτος που μόλις ξεκινά μια νέα επιχείρηση ή επιθυμεί να επεκτείνει την ήδη υπάρχουσα. Οι νέοι επιχειρηματίες επιδεικνύουν πάθος για δημιουργία. Όταν αυτό διοχετεύεται και συνδυάζεται με την επιχειρηματική εκπαίδευση και την εμπειρία, μπορούν να βρεθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες οι οποίες προσφέρουν σημαντικό κέρδος και δίνουν τη δυνατότητα για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Προκειμένου να εξασφαλιστεί η μακροβιότητα και η

βιωσιμότητα των αγροτικών κοινοτήτων χρειάζεται δέσμευση, παροχή εξοπλισμού και υποστήριξης στους νέους επιχειρηματίες.

Το τελευταίο διάστημα παρατηρείται η τάση των μαθητών λυκείου και κολεγίου να επιστρέφουν στον τόπο καταγωγής όταν βρίσκουν καλές ευκαιρίες καριέρας. Το αυξανόμενο ενδιαφέρον για επιχειρηματική σταδιοδρομία, σε συνδυασμό με την επιθυμία τους να «επιστρέψουν στο σπίτι», δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες προκειμένου οι ιθύνοντες της υπαίθρου να αρχίσουν να αντιστρέφουν τα μεγάλα ποσοστά αστικοποίησης και να αρχίσουν να «αναζωογονούν» τις κοινότητές τους.

Ορισμοί όπως «αγροτική» και της «απομακρυσμένη» επιχειρηματικότητα ποικίλλουν και μερικές φορές καθορίζονται από τον αριθμό των ανθρώπων που ζουν σε μια τοποθεσία ή από το πόσο μακριά ζει ένας επιχειρηματίας από την παροχή βασικών υπηρεσιών. Στις μέρες μας, η αγροτική ανάπτυξη συνδέεται, περισσότερο από ποτέ, με την επιχειρηματικότητα. Τα ιδρύματα αλλά και οι ιδιώτες που προωθούν την αγροτική ανάπτυξη αντιλαμβάνονται πλέον πως η επιχειρηματικότητα μπορεί να λειτουργήσει ως στρατηγική παρέμβαση η οποία θα μπορούσε να επιταχύνει τη διαδικασία ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών. Επιπλέον, φαίνεται ότι υπάρχει επείγουσα ανάγκη προώθησης των αγροτικών επιχειρήσεων για τους εξής λόγους: οι αναπτυξιακοί οργανισμοί βλέπουν την αγροτική επιχειρηματικότητα ως έναν τομέα που μπορεί να απασχολήσει μεγάλο μέρος ανθρώπινου δυναμικού, ενώ οι πολιτικοί θεωρούν πως αποτελεί τη βασική στρατηγική για την πρόληψη των αγροτικών αναταραχών. Οι αγρότες, από την πλευρά τους, βλέπουν την προώθηση των αγροτικών επιχειρήσεων ως μέσο για τη βελτίωση των εσόδων του, ενώ ο γυναικείος πληθυσμός το βλέπει ως μια ευκαιρία απασχόλησης που βρίσκεται κοντά στα σπίτια τους γεγονός που θα τους προσφέρει αυτονομία, ανεξαρτησία και θα μειώσει την ανάγκη τους για υποστήριξη από την κοινωνία. Ωστόσο, για όλες αυτές τις ομάδες, η επιχειρηματικότητα αποτελεί “όχημα” για τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής τους, των οικογενειών και των κοινοτήτων στις οποίες διαμένουν καθώς και μπορεί να συμβάλλει στη διατήρηση μιας υγιούς οικονομίας και ενός υγιούς περιβάλλοντος.

Αν και η γεωργία εξακολουθεί να αποτελεί το βασικό εισόδημα των κατοίκων στις αγροτικές κοινότητες, η αγροτική ανάπτυξη συνδέεται ολοένα και περισσότερο με την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Δεδομένου ότι οι εθνικές οικονομίες είναι όλο και πιο παγκοσμιοποιημένες και ο ανταγωνισμός εντείνεται με πρωτοφανή ρυθμό, επηρεάζοντας όχι μόνο τη βιομηχανία αλλά και οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα, συμπεριλαμβανομένης της γεωργίας, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι η αγροτική επιχειρηματικότητα αποκτά μεγάλη σημασία ως η κινητήριος δύναμη που θα επιφέρει οικονομική αλλαγή προκειμένου να επιβιώσουν πολλές αγροτικές κοινότητες. Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα απαιτεί ένα ευνοϊκό περιβάλλον για να ανθίσει.

Η ανάγκη δημιουργίας βιώσιμων οικονομικών ευκαιριών για την προσέλκυση νέων αγροτών είναι επείγουσα. Ταυτόχρονα, η αύξηση του αριθμού των νέων που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με τον αγροτικό τομέα, προσφέρει μια άνευ προηγουμένου ευκαιρία στους επαγγελματίες και στις κυβερνήσεις για να αξιοποιήσουν

την ενέργεια, τα κίνητρα και τον καινοτόμο τρόπο σκέψης αυτών των νέων ώστε να ενισχυθεί η ανάπτυξη της οικονομίας και η κοινωνική αλλαγή, ενώ παράλληλα αντιμετωπίζονται οι επιτακτικές ανάγκες επισιτιστικής εξασφάλισης. Ειδικότερα, για τους νέους της υπαίθρου, η δημιουργία νέων επιχειρήσεων στον γεωργικό τομέα μπορεί να τους προσφέρει μια σημαντική και βιώσιμη ευκαιρία να αποκτήσουν μια αξιοπρεπή διαβίωση. Η αύξηση ύπαρξης ουσιαστικών ευκαιριών απασχόλησης στο γεωργικό τομέα μπορεί να δώσει στους νέους της υπαίθρου την ευκαιρία να συμμετάσχουν σε μια παραγωγική εργασία, ξεπερνώντας παράλληλα τις υφιστάμενες προκλήσεις βιοπορισμού και επαγγελματικής αποκατάστασης. Ένας τομέας ευκαιριών που συχνά παραβλέπεται είναι η πράσινη οικονομία (π.χ. ηλιακή ενέργεια, βιολογική καλλιέργεια κπλ), η οποία έχει τη δυνατότητα να γίνει ένας τομέας ο οποίος μπορεί να αναπτυχθεί από τους νέους της υπαίθρου.

1.4. Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

1.4.1 Τι είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα;

Είναι η επιχειρηματικότητα που έχει ως κύριο στόχο την αντιμετώπιση έντονων κοινωνικών προκλήσεων και την κάλυψη κοινωνικών αναγκών με καινοτόμο τρόπο, ενώ παράλληλα εξυπηρετεί το γενικό συμφέρον και το κοινό καλό προς όφελος της κοινότητας. Με λίγα λόγια, η κοινωνική επιχειρηματικότητα στοχεύει κυρίως στο να δημιουργήσει κοινωνικό αντίκτυπο παρά στη μεγιστοποίηση του κέρδους, μέσα από την προσπάθεια προσέγγισης των πιο ευάλωτων ομάδων. Ακόμη συμβάλλει σε μια βιώσιμη ανάπτυξη, από την οποία κανείς δεν θα βιώνει αποκλεισμό.

Ένας κοινωνικός επιχειρηματίας είναι κάποιος που αναγνωρίζει ένα κοινωνικό πρόβλημα και χρησιμοποιεί τις επιχειρηματικές αρχές για να οργανώσει, να δημιουργήσει και να διαχειριστεί μια επιχείρηση προκειμένου να πραγματοποιήσει μια κοινωνική αλλαγή. Ένας κλασικός επιχειρηματίας, από την άλλη πλευρά, μετρά συνήθως την απόδοση της επιχείρησής του από το μέγεθος των κερδών του, σε σύγκριση με τον κοινωνικό επιχειρηματία που επικεντρώνεται στη δημιουργία κοινωνικού αντίκτυπου. Γίνεται λοιπόν κατανοητό ότι κύριος στόχος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι η προώθηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών στόχων και η πραγματοποίησή τους.

Επομένως, ο κοινωνικός επιχειρηματίας δεν επικεντρώνεται στο κέρδος από κάποια λύση που υιοθετήθηκε, αλλά στη δημιουργία κοινωνικού αντίκτυπου. Οι λύσεις που υιοθετούνται μπορούν να αποτελέσουν κίνητρο για άλλους ανθρώπους να ασχοληθούν κι εκείνοι με την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Ο απλούστερος ορισμός για την κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι με λίγα λόγια είναι: μια εμπορική επιχείρηση που έχει ένα κοινωνικό σκοπό. Ακολουθούν κάποιοι επιπλέον ορισμοί της κοινωνικής επιχειρηματικότητας:

- Ένας κερδοσκοπικός οργανισμός με κοινωνική αποστολή.
- Ένας οργανισμός που λειτουργεί σαν μια επιχείρηση αλλά επιδιώκει να επιτύχει κοινωνικούς αλλά και οικονομικούς στόχους. Χαρακτηρίζεται από βιωσιμότητα και ικανότητα αυτόνομης κάλυψης των αναγκών του.
- Ένας οργανισμός που επιλύει κοινωνικά προβλήματα χρησιμοποιώντας επιχειρηματικές μεθόδους.

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι άτομα που ασχολούνται με την εύρεση καινοτόμων λύσεων για να λύσουν τις πιο επιτακτικές κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις της κοινωνίας. Είναι φιλόδοξοι και επίμονοι και μπορούν να αντιμετωπίσουν σοβαρά ζητήματα που προκύπτουν ενώ παράλληλα μπορούν να προσφέρουν και να συμβάλλουν στην αλλαγή (σε επίπεδο συστημάτων) μέσα από νέες ιδέες που προκύπτουν από την ενασχόλησή τους με τα κοινωνικά ζητήματα.

1.4.2 Τύποι κοινωνικών επιχειρήσεων

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι άνθρωποι καινοτόμοι που δεσμεύονται προκειμένου να δημιουργούν προϊόντα και υπηρεσίες που επιλύουν κοινωνικά προβλήματα. Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές νεοσύστατες και κλασικές επιχειρήσεις, στόχος τους είναι να κάνουν τον κόσμο ένα καλύτερο μέρος και όχι να επιδιώξουν την κερδοφορία. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν γενικά ως:

- Μη κερδοσκοπικοί
- Κερδοσκοπικοί, ή
- Υβριδικοί

Καθώς η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν έχει συγκεκριμένο ορισμό, οι ομάδες που επικεντρώνονται στην κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορούν επίσης να κατηγοριοποιηθούν σε ομάδες:

ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

Υπάρχει μια ποικιλία κοινωνικών επιχειρήσεων που επιδιώκουν να ευαισθητοποιήσουν την κοινωνία για ένα συγκεκριμένο πρόβλημα, ή σε ένα δεύτερο επίπεδο να επιλύσουν ένα κοινωνικό ζήτημα. Προκειμένου να λάβουν οι επιχειρήσεις αυτές βοήθεια για να αντιμετωπίσουν ένα κοινωνικό ζήτημα, προσελκύουν την προσοχή μιας κοινότητας η οποία μπορεί να υπερβαίνει την τοπική κοινότητα. Συμπερασματικά λοιπόν, η ευαισθητοποίηση αποτελεί ένα πρωταρχικό βήμα προκειμένου να επιλυθεί ένα κοινωνικό ζήτημα.

ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΕΣ

Ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός, δεν κατατάσσεται στα κατεχοχήν «επιχειρηματικά» μοντέλα, σύμφωνα με τον κοινό νο. Ωστόσο, ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός μπορεί να είναι βιώσιμος χωρίς να αποκομίζει κέρδη. Δεν χρειάζεται να οφείλει αποκλειστικά την ύπαρξη του σε δωρεές και χορηγούς. Ενώ πολλοί καταφεύγουν σε αυτή τη λύση, το εισόδημα που προέρχεται από την επιχειρηματική δράση μπορεί να οδηγήσει στη βιωσιμότητα του, στην πληρωμή μισθών και στην εξασφάλιση της συνέχειας της κοινωνικής του δράσης. Στις περισσότερες χώρες, οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί επωφελούνται από φοροαπαλλαγές και από μια πιο ελεύθερη επιχειρηματική νομοθεσία, συνθήκες που επιτρέπουν τον χαρακτηρισμό τους ως μια πιο ευέλικτη μορφή κοινωνικής επιχείρησης.

ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΕΣ

Υπάρχουν επιχειρήσεις που στοχεύουν ξεκάθαρα στην αύξηση των κερδών τους, αλλά εξακολουθούν να διατηρούν και έναν κοινωνικό στόχο. Οι εταιρείες ένδυσης που λειτουργούν με διαφανείς τρόπους στην κλωστοϋφαντουργία είναι παραδείγματα αυτού του τύπου επιχείρησης. Ένα συγκεκριμένο παράδειγμα είναι η εταιρεία Everlane. Υπάρχει διαφάνεια ως προς τις πρακτικές και την τιμή για να εξασφαλιστεί δίκαιη τιμολόγηση και δίκαιη μισθοδοσία. Επιχειρήσεις όπως η Everlane διαθέτουν ένα διακριτικό Σήμα Ευαισθητοποίησης και το

κέρδος που αποκομίζουν επανεπενδύεται στον κοινωνικό σκοπό που έχουν υιοθετήσει. Η συγκεκριμένη επιχείρηση δεν είναι μόνο βιώσιμη, αλλά και ακμάζουσα.

“ΕΝΑΣ ΠΡΟΣ ΕΝΑΝ”

Το μοντέλο "One for One" έχει γίνει διάσημο από μάρκες όπως οι TOMS και Warby Parker. Ο Blake Mycoskie ταξίδεψε στην Αργεντινή το 2006 και παρατήρησε πως τα παιδιά δεν φορούσαν παπούτσια. Η επιθυμία του να δώσει λύση σε αυτό το πρόβλημα, τον οδήγησε στην παρουσίαση ενός μοντέλου παπουτσιών το οποίο ήταν αποτελεσματικό, ανθεκτικό και προσιτό. Για κάθε ζευγάρι παπουτσιών που πωλούνται, δίνεται ένα ζευγάρι παπούτσια σε ένα παιδί που το έχει ανάγκη. Ο TOMS λειτουργεί ως κερδοσκοπικός οργανισμός και έχει επεκταθεί για την αντιμετώπιση κι άλλων άλλων κοινωνικών ζητημάτων όπως η οφθαλμολογική φροντίδα που θα είναι πιο προσιτή οικονομικά.

Παρόλα αυτά, υπάρχουν οργανώσεις που επικεντρώνονται στην ενδυνάμωση των κοινωνικών επιχειρηματιών. Οι οργανώσεις αυτές δημιουργούν μια πλατφόρμα για την δικτύωση τους με ομοϊδεάτες, μέντορες και χρηματοδοτικούς οργανισμούς και συμβάλλουν στην περαιτέρω ενίσχυση των διαφόρων μοντέλων κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

1.4.3 Γιατί χρειάζονται οι κοινωνικές επιχειρήσεις;

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι επιχειρήσεις που αλλάζουν τον κόσμο προς το καλύτερο. Οι κλασικές επιχειρήσεις στοχεύουν στην αποκόμιση κέρδους. Αυτό που ξεχωρίζει τις κοινωνικές από τις κλασικές επιχειρήσεις είναι το πώς επιλέγουν να αξιοποιήσουν το κέρδος που αποκομίζουν, στην προκειμένη περίπτωση η επανεπένδυση ή η δωρεά των κερδών τους για τη δημιουργία θετικών κοινωνικών αλλαγών. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις αποτελούν πλέον μέρος των σημερινών κοινοτήτων είτε πρόκειται για καφετέριες και κινηματογράφους, παμπ και κέντρα αναψυχής, είτε τράπεζες και εταιρείες λεωφορείων.

Με την πώληση αγαθών και υπηρεσιών στην ελεύθερη αγορά, οι κοινωνικές επιχειρήσεις δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης και επανεπενδύουν τα κέρδη τους είτε στον κοινωνικό σκοπό που έχει τεθεί είτε στην τοπική κοινότητα. Κατά αυτόν τον τρόπο αντιμετωπίζουν τα κοινωνικά προβλήματα, βελτιώνουν τις συνθήκες ζωής των ανθρώπων, παρέχουν ευκαιρίες κατάρτισης και απασχόλησης για εκείνους που δεν έχουν άμεση πρόσβαση στην αγορά, υποστηρίζουν τις κοινότητες τους και βοηθούν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Επιπλέον δημιουργούν θέσεις εργασίας και ευκαιρίες για όσους είναι αποκλεισμένοι εργασιακά, μετασχηματίζουν τις κοινότητες στις οποίες εργάζονται και κάνουν πραγματικότητα τους Στόχους της Βιώσιμης Ανάπτυξης. Γίνεται λοιπόν αντιληπτό πως μια επιχείρηση χαρακτηρίζεται επιτυχημένη όταν κερδίζει τόσο η ίδια όσο και η κοινωνία.

1.4.4 Ποιες είναι οι διαφορές μεταξύ κοινωνικών και παραδοσιακών επιχειρήσεων;

Οι επιχειρηματίες είτε κοινωνικοί, κλασικοί είτε άλλου είδους, εστιάζουν κυρίως στη δημιουργία κέρδους είτε για τον οργανισμό τους είτε για την κοινωνική ευημερία. Η πρωταρχική ευθύνη που έχουν είναι να παράγουν έργο το οποίο θα ωφελήσει τους ανθρώπους εντός και εκτός του οργανισμού τους. Οι επιχειρηματίες ξεκινούν μια κλασική επιχείρηση προκειμένου να φέρουν αλλαγές στον τρόπο ζωής και τη ρουτίνα τους. Μέσα από αυτή τη δράση τείνουν να ενισχύουν την κοινωνική και οικονομική τους ανάπτυξη. Η επιχειρηματική δράση περιλαμβάνει την δημιουργία μιας επιχείρησης, την διοίκηση της και την προσπάθεια για την μακρόχρονη διαχείριση της. Οι επιχειρηματίες αναλαμβάνουν ρίσκα, είναι συγκεντρωμένοι, αποφασιστικοί, καινοτόμοι και δημιουργικοί, έχουν αυτοπεποίθηση και είναι τολμηροί. Έχουν το ταλέντο της αυτό-παρακίνησης και έχουν ισχυρή εργασιακή ηθική και διαπροσωπικές δεξιότητες. Το καλύτερο κομμάτι της επιχειρηματικότητας είναι η πολυμορφικότητα η οποία την χαρακτηρίζει, δηλαδή η πληθώρα χαρακτηριστικών που μπορεί να παρουσιάζει όπως το ότι μπορεί να είναι μικρή ή μεγάλη σε μέγεθος, να βρίσκεται είτε σε αστική είτε σε αγροτική περιοχή, να έχει δημιουργηθεί με οποιοδήποτε ποσό κεφαλαίου, από ή άυλο, ενώ μπορεί να δίνει ευκαιρίες ανάπτυξης και να δημιουργεί κοινωνικές αλλαγές, είτε ατομικά είτε συλλογικά. Αυτές οι αλλαγές μπορεί να κυμαίνονται από τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης έως τον θετικό αντίκτυπο της επιχείρησης στην κοινωνία.

Η ενθάρρυνση μιας επιχειρηματικής ιδέας αλλά και της έννοιας της επιχειρηματικότητας οδηγεί πάντα σε μια πιο βελτιωμένη οικονομία, καθώς δίνει την ελευθερία στους ανθρώπους να μετατρέψουν το όνειρο ή την ιδέα τους σε ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο, δημιουργώντας επιπλέον θέσεις απασχόλησης, οι οποίες οδηγούν σε βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης και της ευημερίας των ανθρώπων, με αποτέλεσμα μια πιο ανεπτυγμένη οικονομία. Οι επιχειρηματίες θεωρούνται ως τα εθνικά περιουσιακά στοιχεία ενός τόπου και χρειάζεται να ενθαρρύνονται και να αμείβονται στον μέγιστο βαθμό.

Οι επιχειρηματίες έχουν την ικανότητα να αλλάξουν τον τρόπο διαβίωσης και λειτουργίας μιας κοινωνίας. Εάν επιτύχουν, οι καινοτομίες τους μπορεί να βελτιώσουν το βιοτικό επίπεδο. Εν ολίγοις, ένας επιχειρηματίας όχι μόνο δημιουργεί πλούτο και κέρδη από την επιχειρηματική του δράση, αλλά δημιουργεί θέσεις εργασίας καθώς και τις κατάλληλες συνθήκες για την ανάπτυξη μιας κοινωνίας.

ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, ως παραδοσιακή επιχειρηματικότητα έχει αναγνωριστεί ως ένα βιώσιμο μέσο για την προώθηση και τη διατήρηση της απόδοσης, της ανανέωσης και της εταιρικής ανταγωνιστικότητας ενός οργανισμού. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες βοηθούν τους οργανισμούς να χαράξουν νέες επιχειρηματικές γραμμές που προωθούν την δημιουργία περαιτέρω εσόδων. Οι δραστηριότητες κλασικής επιχειρηματικότητας βελτιώνουν επίσης την εργασιακή κουλτούρα μιας εταιρείας προωθώντας καινοτόμα προϊόντα και διαδικασίες, οδηγώντας την έτσι σε μια επιτυχημένη πορεία. Ενσωματώνει ριψοκίνδυνες, δυναμικές και προοδευτικές

καινοτομίες στα παραγόμενα προϊόντα. Αυτού του είδους οι δραστηριότητες μπορούν να βελτιώσουν την ανάπτυξη του οργανισμού και την κερδοφορία του καθώς ο αντίκτυπός του μπορεί να αυξηθεί με την πάροδο του χρόνου ανάλογα με την ανταγωνιστικότητα του περιβάλλοντος του οργανισμού. Οι έμπρακτες αποδείξεις δεικνύουν ότι συμβάλλει στην καλύτερη απόδοση της εταιρείας, ενισχύοντας την ενεργητικότητα και την προθυμία της να αναλάβει ρίσκα και υποκινώντας την ανάπτυξη νέων προϊόντων, διαδικασιών και υπηρεσιών αναβαθμίζοντας έτσι την ανταγωνιστικότητά της.

Η συγκρότηση μίας τέτοιου είδους επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι εύκολη υπόθεση, καθώς συνεπάγεται την αλλαγή των εσωτερικών συμπεριφορών ενός οργανισμού. Το εσωτερικό περιβάλλον του οργανισμού διαδραματίζει σημαντικό ρόλο και επηρεάζει σε καθοριστικό βαθμό την εξέλιξη της ενώ το εξωτερικό περιβάλλον διαδραματίζει σημαντικό ρόλο ώστε να οδηγηθεί ο οργανισμός στην Εταιρική Επιχειρηματικότητα.

Είναι γνωστή για την ανανέωση των σημερινών εταιρειών. Χρησιμεύει ως εργαλείο για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, την αύξηση των εσόδων, την βελτίωση της κερδοφορίας και την παρακίνηση για την ανάπτυξης και καινοτομία των παραγόμενων προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

Ένας ταχέως αναπτυσσόμενος και δυναμικός τομέας της βιομηχανίας σήμερα είναι εκείνος των κοινωνικών επιχειρηματιών οι οποίοι διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην παροχή προϊόντων και υπηρεσιών με πρωταρχικό κίνητρο τους, την επίτευξη κοινωνικής ευημερίας. Λειτουργούν μέσω μιας προοπτικής 3 βαθμίδων που στοχεύουν στο να ωφελήσουν τους ανθρώπους, τον πλανήτη και να δημιουργήσουν κέρδος. Το κέρδος στις κοινωνικές επιχειρήσεις επανεπενδύεται στην επιχείρηση αντί να διανέμεται μεταξύ των ενδιαφερομένων και των ιδρυτών. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν σύμφωνα με διαφορετικά μοντέλα. Τέτοιες επιχειρήσεις έχουν δημιουργήσει μια εντελώς διαφορετική νομική δομή, που τις διακρίνει από τις φιланθρωπικές οργανώσεις, ως αυτοσυντηρούμενες μέσω του εισοδήματος που οι ίδιες παράγουν. Για το λόγο αυτό, οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν επιβιώσει σε οποιαδήποτε είδους οικονομία αφού συμβάλλουν σημαντικά στην δημιουργία εσόδων σε αυτή.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα δίνει προτεραιότητα στη μεγιστοποίηση της απόδοσής της με βάση τον αντίκτυπο που δημιουργεί η επιχείρηση στην κοινωνία και στην οικονομία, από το να προσπαθεί απλά να δημιουργήσει κέρδος. Η κοινωνική επιχείρηση διαφοροποιείται από τις συμβατικές και ξεπερασμένες προσεγγίσεις της «εταιρικής κοινωνικής ευθύνης» που τείνουν να εμφανίζονται μόνο όταν έχουν δημιουργήσει υγιή κέρδη από την δράση τους, καθώς εστιάζει στη δημιουργία και τη μεγιστοποίηση των θετικών κοινωνικών επιρροών.

Οι άνθρωποι που βρίσκουν νόημα στη δουλειά τους προσχωρούν στην κοινωνική επιχειρηματικότητα αφού μπορούν πετύχουν την συνεισφορά στην κοινωνία ενώ παράλληλα επιτυγχάνουν τις φιλοδοξίες τους με μια

εντελώς διαφορετική προσέγγιση σε σχέση με την κλασική. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες εξαπλώνονται δημογραφικά σε ολόκληρο τον κόσμο και αποτελούνται από νέους αλλά και ηλικιωμένους καθώς και από άτομα με διαφορετικά υπόβαθρα, κοινωνική θέση και εκπαίδευση.

ΒΑΣΗ	ΚΛΑΣΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΥΡΙΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ	Δημιουργία επιχείρησης και μεγιστοποίηση των κερδών της	Δημιουργία κοινωνικής αλλαγής
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΛΟΥΤΟΥ	Ο πλούτος είναι ίδιος με τα κέρδη	Ο πλούτος εδώ νοείται ως η δημιουργία και η διατήρηση του κοινωνικού και περιβαλλοντικού κεφαλαίου.
ΜΕΤΡΟ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑΣ	Όφελος των μετόχων και των επενδυτών	Συμμετοχή σε κερδοσκοπικές δραστηριότητες.
ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ	Κεφαλαιούχοι Επιχειρηματίες	Φιλάνθρωποι
ΈΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΚΑΙ ΣΤΟ ΑΤΟΜΟ	Οι Κεφαλαιούχοι Επιχειρηματίες επενδύουν στις επιχειρήσεις βάσει της ηγετικής ομάδας της εταιρείας και του οργανισμού που την υποστηρίζει	Τα άτομα συγκεντρώνουν και δωρίζουν χρήματα για φιλανθρωπικούς σκοπούς βάσει της βιωσιμότητας του έργου (όπως αυτό έχει υπολογιστεί από τον υπεύθυνο).
ΑΠΟΔΟΣΗ ΜΕΤΡΗΣΗ	Οι κλασικοί επιχειρηματίες μπορούν να βασίζονται σε σχετικά απτά και ποσοτικοποιήσιμα μέτρα απόδοσης, όπως χρηματοοικονομικούς δείκτες, μερίδιο αγοράς, ικανοποίηση πελατών και ποιότητα.	Η μέτρηση της κοινωνικής αλλαγής είναι δύσκολη λόγω των μη ποσοτικοποιήσιμων και πολλαπλών αιτιάσεων που την χαρακτηρίζουν καθώς και τις διαφορές που μπορεί να προκύψουν στις απόψεις σχετικά με τον κοινωνικό αντίκτυπο που δημιουργήθηκε.

1.4.5 Η κοινωνική επιχειρηματικότητα ως ευκαιρία για την ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών

Η αγροτική ανάπτυξη εξαρτάται από πολλούς παράγοντες που σχετίζονται με τομείς της οικονομίας, της πολιτικής, της νομικής και της κοινωνικής δράσης. Οι αγροτικές περιοχές χαρακτηρίζονται από μια συγκεκριμένη οικονομική και κοινωνική κατάσταση και βασίζονται κυρίως στη γεωργία. Η μεταβαλλόμενη δημογραφική κατάσταση των πολιτών οι οποίοι μεταναστεύουν, ιδίως από αγροτικές περιοχές, οδηγεί στην

ερήμωση ορισμένων περιοχών και κτιρίων. Το φαινόμενο αυτό αποτελεί μια ένδειξη του ότι απαιτούνται να γίνουν ορισμένες ενέργειες καθώς και ότι χρειάζεται να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις αγροτικές περιοχές μέσα από τη λήψη καινοτόμων αποφάσεων προκειμένου να επιλυθούν αυτά τα προβλήματα. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν λειτουργήσει καθοριστικά για την κοινωνική οικονομία, στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για περισσότερα από 10 χρόνια. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα τράβηξε την προσοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης, επειδή παρατηρήθηκε ότι η οικονομία γίνεται πιο κοινωνικά προσανατολισμένη και υπάρχει όφελος σε όλους τους τομείς της ζωής. Το γεγονός αυτό δεν μετρά μόνο ως κοινωνικές υπηρεσίες τη νοσηλευτική, την υγειονομική περίθαλψη και άλλα σχετικά επαγγέλματα, καθώς οι κοινωνικές επιχειρήσεις προσανατολίστηκαν στο να δράσουν ποικιλοτρόπως, εμπλέκοντας όλων των ειδών τις επιχειρήσεις και όλα τα είδη επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, η γεωργία και άλλες αγροτικές δραστηριότητες παραμένουν πλέον ως οι κύριοι τομείς της δραστηριοποίησης της.

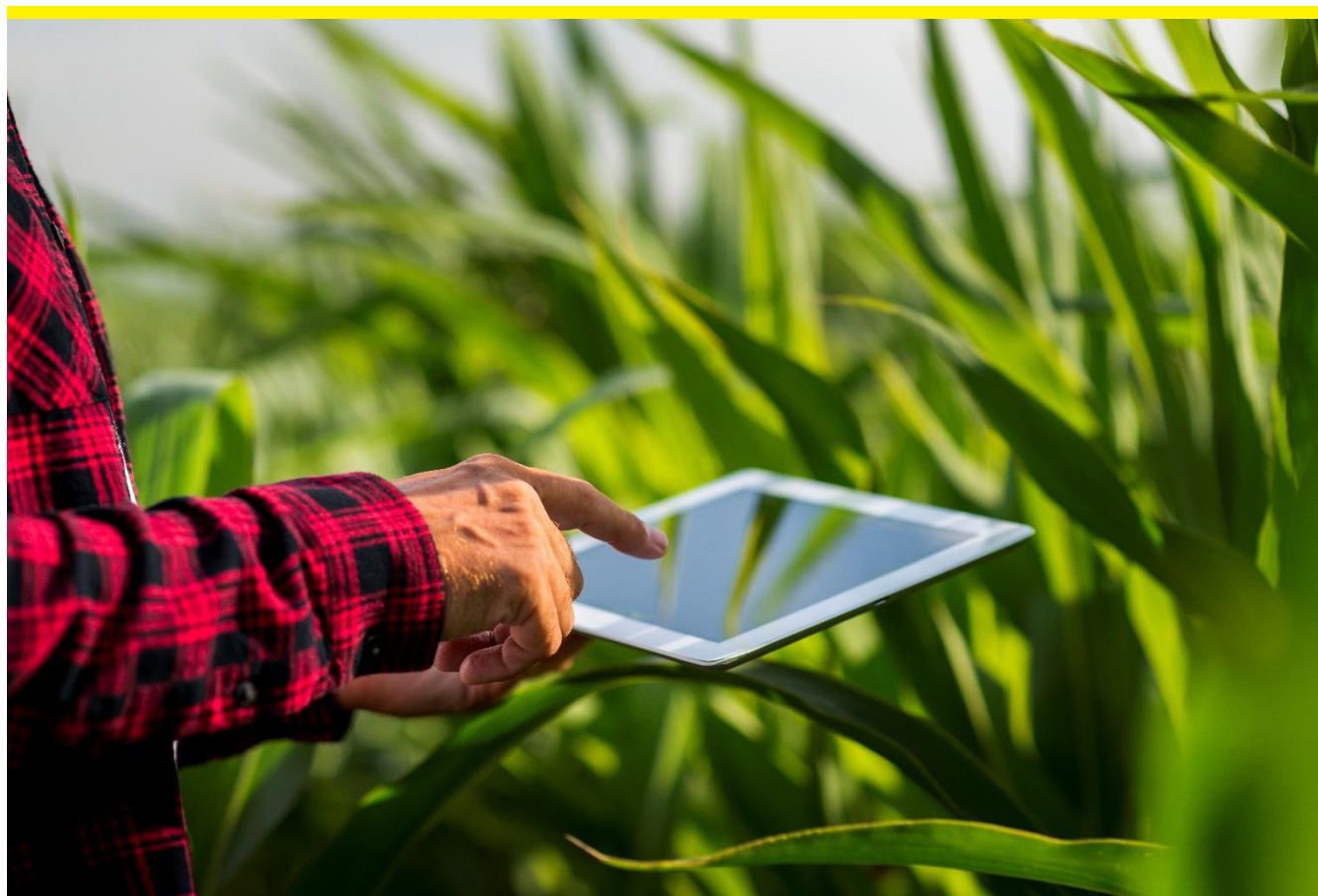


image from freepik / freepik.com

Πολλές αγροτικές περιοχές αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της συνεχούς μεταναστευτικής ροής από τις αγροτικές στις αστικές περιοχές, η οποία όχι μόνο τονίζει την αδυναμία, αλλά επίσης στρεβλώνει την δημογραφική και

την κοινωνικοοικονομική ισορροπία, μειώνοντας τον πληθυσμό των νέων, οι οποίοι διαθέτουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο και αποτελούν μέρος του οικονομικά ενεργού πληθυσμού. Ταυτόχρονα, υπάρχει μια αυξανόμενη ώθηση προς το να αποδώσουν τα μέγιστα οι δημόσιοι πόροι, οι οποίοι όμως συνεχώς συρρικνώνονται.

Λαμβάνοντας όλα τα παραπάνω υπόψη, φαίνεται πως οι τάσεις αυτές αποτελούν κάτι σαν «τέλεια καταιγίδα» - οι δημογραφικές μετατοπίσεις αυξάνουν την ανάγκη για υπηρεσίες ενώ ταυτόχρονα μειώνονται οι διαθέσιμοι πόροι για την παροχή υπηρεσιών. Αυτό καθιστά εξαιρετικά δύσκολη τη διατήρηση της ευημερίας και της οικονομικής ζωτικότητας στις αγροτικές κοινότητες και η κοινωνική καινοτομία έχει προταθεί ως ένας πιθανός τρόπος αντιμετώπισης αυτών των προκλήσεων.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένας από τους πιο καινοτόμους τρόπους για την επίτευξη καλύτερης ποιότητας ζωής, ανεξαρτησίας και ένταξης στην κοινωνία των ατόμων που ανήκουν σε ευάλωτες ομάδες. Ακόμη, είναι ένα εργαλείο για την επίτευξη βιώσιμης αγροτικής ανάπτυξης. Η επένδυση στην κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να καταστεί βασική πηγή απασχόλησης και ανάπτυξης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών που οδηγούν σε βιώσιμη αγροτική ανάπτυξη. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένα παράδειγμα το οποίο μπορεί να θεωρηθεί ως μία από τις λύσεις για τη μείωση της φτώχειας, της μετανάστευσης του πληθυσμού και της διατήρησης του ενεργού εργασιακά πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα διαδραματίζει βασικό ρόλο στην οικοδόμηση μιας ακμάζουσας αγροτικής κοινότητας. Οι αγροτικές κοινωνικές επιχειρήσεις βοηθούν στην συγκρότηση μιας βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, στην δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης, στην επίτευξη κοινοτικής συνοχής και σε πολλά άλλα. Ωστόσο, οι αγροτικοί κοινωνικοί επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν αυξημένες προκλήσεις, που είτε αφορούν δυσκολίες στην εύρεση χρηματοδότησης, τη δικτύωση και τη συνεργασία με άλλους κοινωνικούς επιχειρηματίες, είτε λόγω του περιορισμένου μεγέθους της αγοράς ή λόγω έλλειψης σχετικών υποδομών και υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει ότι η εφαρμογή μιας ισοπεδωτικής προσέγγισης για την ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων δεν μπορεί να εφαρμοστεί στις αγροτικές κοινωνικές επιχειρήσεις.

Η αγροτική επιχειρηματικότητα μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών μέσω της καλής διαχείρισης των τοπικών πόρων. Η αγροτική επιχειρηματικότητα, εννοιολογικά, δεν διαφέρει πολύ από την κλασική επιχειρηματικότητα και θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν οι διαδικασίες και οι μέθοδοι της επιχειρηματικότητας προκειμένου να αξιοποιηθεί το ανεκμετάλλευτο δυναμικό των αγροτικών περιοχών, ώστε να επέλθει ανάπτυξη.

1.5. Τάσεις της Νεανικής επιχειρηματικότητας ανά τον κόσμο

Η νεανική επιχειρηματικότητα είναι ελκυστική για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής λόγω των υψηλών ποσοστών λανθάνουσας επιχειρηματικότητας μεταξύ των νέων. Η έρευνα της UNCTAD δείχνει ότι οι νέοι επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται ιδιαίτερα σε τομείς υψηλής ανάπτυξης και ανταποκρίνονται στις νέες οικονομικές τάσεις. Οι νέοι επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας μεγάλης κλίμακας σε εταιρείες με υψηλή ανάπτυξη. Ως εκ τούτου θα μπορούσαν ενδεχομένως να συνεισφέρουν σημαντικά στην παγκόσμια ευημερία.

Όπως όλοι οι σπουδαίοι επιχειρηματίες, έτσι και οι νέοι βλέπουν τα μεγάλα προβλήματα ως τεράστιες ευκαιρίες και επιχειρούν να πείσουν τους υπαλλήλους, τους πελάτες και τους επενδυτές ότι το να τους ακολουθήσουν την επιχειρηματική τους πορεία που θα μπορούσε να τους αλλάξει τη ζωή με θετικό τρόπο.

Όσον αφορά τα παραδείγματα επιχειρήσεων που ξεκινούν νέοι επιχειρηματίες κάτω των 30 ετών, υπάρχουν 4 κοινά θέματα:

1. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΕ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΙΝΑΙ ΕΛΚΥΣΤΙΚΗ

Η καινοτομία υπήρξε κοινό θέμα μεταξύ των εταιρειών των νέων επιχειρηματιών. Η Sols για παράδειγμα μπορεί να δημιουργήσει 3-D προσαρμοσμένα ορθοπεδικά υποδήματα, έχοντας μόνο τις φωτογραφίες των πελμάτων του πελάτη, οι οποίες έχουν ληφθεί από συσκευή iPad. Η εταιρεία Athos δημιουργεί ρούχα γυμναστικής που πραγματοποιούν μετρήσεις σχετικά με την κίνηση του σώματος και καταγράφει το πόσο εντατικά λειτουργούν οι μύες του ατόμου που τα φοράει. Το Soylent, ως υποκατάστατο γεύματος σε σκόνη περιέχει όλα τα θρεπτικά συστατικά που χρειάζεται ένας άνθρωπος για να ζήσει, καταφέροντας με αυτό τον τρόπο να αντικαταστήσει ένα κυρίως γεύμα. Η Casper καινοτομεί στη βιομηχανία στρωμάτων με ένα προσιτό, άμεσο προς χρήση προϊόν, το οποίο είναι πολύ άνετο. Πρόκειται για καινοτομία όχι για χάρη της καινοτομίας, αλλά με σκοπό να βελτιωθούν οι συνθήκες διαβίωσης των ανθρώπων. Φαίνεται λοιπόν πως οι εταιρείες αυτές λειτουργούν με γνώμονα το να επιτύχουν το καλύτερο δυνατό για την εξασφάλιση μιας ποιοτικότερης διαβίωσης, ανεξάρτητα από το πόσο δύσκολο μπορεί να είναι.

2. “DISRUPTION PAYS OFF”

Οι καινοτόμες βιομηχανίες είναι “ακαταμάχητες” για τους επιχειρηματίες, καθώς διαθέτουν μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και δίνουν την υπόσχεση για την πραγματοποίηση τεχνολογικών βελτιώσεων. Ο Dinesh Wadhvani της ThinkLite εφήυρε εκ νέου τους λαμπτήρες LED για να ταιριάζουν σε υπάρχοντα φωτιστικά, έτσι ώστε οι μεγάλες εταιρείες να έχουν έναν πολύ πιο οικονομικό τρόπο για να μετατρέψουν το υπάρχον σύστημα φωτισμού με ένα άλλο πιο αποδοτικό ενεργειακά, όπως για παράδειγμα εκείνο της General Electric. Η Avant

ανακινεί τον παραδοσιακό τραπεζικό τομέα με μια πλατφόρμα καταναλωτικού δανεισμού που στοχεύει σε άτομα με ατελή αξιολόγηση πιστοληπτικής ικανότητας. Το ZappRx της Zoe Barry αφαιρεί τις γραφειοκρατικές διαδικασίες από την βιομηχανία που εξειδικεύεται στην συνταγογράφηση φαρμάκων ενώ η Stripe κατακτά αθόρυβα το μεγαλύτερο μέρος των πάγιων ανταγωνιστών της στην παγκόσμια βιομηχανία πληρωμών ηλεκτρονικού εμπορίου ύψους 1,5 τρισεκατομμυρίων δολαρίων. Αυτές οι εταιρείες εστιάζουν στο υπάρχον status quo, προσδιορίζουν τα ευάλωτα σημεία και χτίζουν τις εταιρείες τους γύρω από δημιουργικές λύσεις.

3. Η ΕΠΙΚΡΑΤΗΣΗ ΤΩΝ BIG DATA

Τα big data αποτελούν μια τεράστια επιχείρηση αυτό το διάστημα. Η τεχνολογία παρέχει πληροφορίες για όλα, από δημοσιεύσεις στο Twitter έως μοτίβα κυκλοφοριακής κίνησης. Είναι πολύτιμες πληροφορίες, αρκεί να είναι γνωστό στον καθένα το πώς θα τις συλλέξει και πώς θα τις αναλύσει. Το Next Big Sound χρησιμοποιεί δεδομένα για να βοηθήσει στην πρόβλεψη των επιτυχιών της μουσικής βιομηχανίας, αναλύοντας τις αναπαραγωγές Pandora, τις προβολές του YouTube και την επισκεψιμότητα στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης. Η Poshly παρέχει στους καταναλωτές καλλυντικών χρήσιμες πληροφορίες για την κατανόηση της σύστασης των προϊόντων που προσφέρει μέσω δωρεάν δειγμάτων προϊόντων και συνεργασιών μέσω των κοινωνικών δικτύων. Επίσης, η Knotch χρησιμοποιεί οπτικές διεπαφές όπως το φάσμα χρωμάτων για να συγκεντρώσει πληροφορίες σχετικά με τις απόψεις που έχουν οι καταναλωτές για τα συναισθήματα - πληροφορίες που είναι πολύτιμες τόσο για τους εμπόρους όσο και για τις εταιρείες.

4. ΟΙ ONLINE ΑΓΟΡΕΣ ΕΞΕΛΙΣΣΟΝΤΑΙ

Ο καθένας έχει μια διαδικτυακή παρουσία αυτές τις μέρες. Και αυτή είναι μια τεράστια ευκαιρία, όπως έχουν ανακαλύψει αρκετοί νέοι επιχειρηματίες. Το Shoptiques της Olga Vidisheva προβάλλει μικρές μπουτίκ στο διαδίκτυο, προσφέροντας προβολή στις τοπικές επιχειρήσεις. Το CoachUp είναι μια πλατφόρμα που επιτρέπει στους αθλητές να συνδεθούν με ιδιωτικούς προπονητές για να βελτιώσουν την απόδοση τους στο παιχνίδι. Το Wanderu συγκεντρώνει σε μία πλατφόρμα δρομολόγια λεωφορείων, ώστε οι ταξιδιώτες να μπορούν να κάνουν κράτηση για υπεραστικές διαδρομές. Το Zebra έχει δημιουργήσει ένα διαδικτυακό εργαλείο για να βοηθήσει τους καταναλωτές να αγοράσουν τις καλύτερες προσφορές για την ασφάλιση των αυτοκινήτων τους. Επιπλέον, υπάρχει το Twice, η διαδικτυακή έκδοση του αγαπημένου τοπικού καταστήματος αποστολών. Αυτές οι εταιρείες έχουν δημιουργήσει όλες τις πολύ εξελιγμένες τεχνολογίες back-end για να φέρουν κοντά τους αγοραστές και τους πωλητές με έναν τρόπο που δεν ήταν εφικτός μέχρι πριν από λίγα χρόνια.

1.6. Μελέτες περίπτωσης για Νέους Επιχειρηματίες

Παρακάτω παρατίθεται ένας κατάλογος καλών πρακτικών από νέους επιχειρηματίες στις χώρες των εταίρων από όπου μπορεί κανείς να μάθει, να εμπνευστεί και να έχει ένα πρότυπο για να ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση.

Ο κατάλογος είναι διαθέσιμος εδώ:

<https://eye-project.eu/outputs>.

Σύντομο Τεστ Γνώσεων 1

Τα τεστ γνώσεων, θα βοηθήσουν τους μαθητές να φρεσκάρουν γρήγορα την ύλη που διδάχθηκαν σε αυτήν την ενότητα.

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Μια κερδοσκοπική επιχείρηση που έχει διπλό στόχο: την επίτευξη κερδοφορίας και την επίτευξη κοινωνικών αποδόσεων είναι:

- a) Κλασική επιχείρηση
- b) Πράσινη Επιχείρηση
- c) Κοινωνική Επιχείρηση

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα προϋποθέτει πάντοτε την συμμετοχή φιλανθρωπικών οργανισμών .

- a) Σωστό
- b) Λάθος

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες δρουν περισσότερο ατομικά και λιγότερο ομαδικά σε σχέση με τους κλασικούς επιχειρηματίες.

- a) Σωστό
- b) Λάθος

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Ποια είναι τα πλεονεκτήματα των Κοινωνικών Επιχειρήσεων;

Να γράψετε 5 από αυτά.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Ποια είναι η βασική διαφορά μεταξύ κλασικών και κοινωνικών επιχειρηματιών;

- a) Η δημιουργία ενός βιώσιμου επιχειρηματικού μοντέλου
- b) Η μελέτη της κατάσταση της αγοράς και η μελέτη των τάσεων για καλύτερη απόδοση
- c) Το ότι λαμβάνουν σοβαρά υπόψιν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το διαδικτυακό marketing και το σήμα μίας επιχείρησης
- d) Η δημιουργία αξίας για την ανθρωπότητα χωρίς την επιμονή για δημιουργία (προσωπικού) κέρδους

Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες που παρουσιάζονται παρακάτω έχουν σχεδιαστεί ειδικά για εκπαιδευτικούς και δασκάλους, ως εργαλεία, μέσω των οποίων θα μπορούν να διδάξουν συγκεκριμένες δεξιότητες στους καταρτιζόμενους/συμμετέχοντες.

Δραστηριότητα 1

ΕΧΕΙ ΠΑΡΕΞΗΓΗΘΕΙ Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ?

Εισαγωγή

Σε έναν συνεχώς μεταβαλλόμενο κόσμο, οι οργανισμοί που εστιάζουν στον κοινωνικό αντίκτυπο δεν έχουν άλλη επιλογή από το να επανεμφανιστούν έχοντας αλλάξει τη δομή τους. Στην πραγματικότητα, καθώς αυξάνεται η ανάγκη για λύσεις για τη μείωση των ανισοτήτων, της φτώχειας και την ενίσχυση του ομαδικού πνεύματος στην κοινωνία, τα μέσα που έχουμε στη διάθεσή μας για την αντιμετώπιση τέτοιων ζητημάτων μειώνονται. Επομένως, χρειάζεται να σκεφτούμε νέα και καινοτόμα οικονομικά μοντέλα. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα προσφέρει μια εξαιρετική ευκαιρία για να υπάρξει ανάπτυξη στην αποτελεσματική διαχείριση του κόστους σε συνδυασμό με την επίτευξη υψηλού αντίκτυπου στην κοινωνία, δεδομένου ότι αποτελούν πυλώνες για την βιώσιμη ανάπτυξη. Τέτοια υβριδικά μοντέλα συνδυάζουν φιλανθρωπία, επιδοτήσεις και δραστηριότητες δημιουργίας εισοδήματος για τη δημιουργία διαφορετικού βαθμού εισοδήματος (ανάλογα με τη διάρκεια του έργου, τον τομέα δραστηριότητάς του κ.λπ.). Οι νέοι μοχλοί ανάπτυξης βρίσκονται σε νέες μορφές συνεργασίας στην οποία βγαίνουν όλοι κερδισμένοι («win-win») συνεργαζόμενοι με άλλους φορείς, όπως ο ιδιωτικός τομέας ή η κυβέρνηση. Ως αποτέλεσμα, υπάρχουν τεράστιες ευκαιρίες για οργανισμούς που ενδιαφέρονται για νέες μορφές επιχειρηματικότητας οι οποίες επανεμφανίζονται με σκοπό να αλλάξουν τον κόσμο. Ωστόσο οι σωστές ερωτήσεις χρειάζεται να τεθούν τη σωστή στιγμή.

Επεξήγηση

Έχετε αποφασίσει να δεσμευτείτε σε ένα κοινωνικό επιχειρηματικό σχέδιο και να διοχετεύσετε το ταλέντο και την ενέργειά σας. Αφού προχωράτε για λίγο στο έργο σας, η δραστηριότητά σας λειτουργεί αλλά αναρωτιέστε: Πώς μπορώ να αναπτυχθώ επιχειρηματικά χωρίς να παραβλέψω την κοινωνική μου αποστολή; Πώς να βρω μια λύση που να ανταποκρίνεται σε μια υφιστάμενη κοινωνική πρόκληση; Πώς να διασφαλίσω και να αυξήσω τον κοινωνικό μου αντίκτυπο; Πώς να εμπλέξω κι άλλους φορείς στην κοινωνική μου δράση;

Αφιερώστε λίγο χρόνο τώρα για να εξοικονομήσετε χρόνο αργότερα. Όλοι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες πρέπει να αναρωτηθούν για όλα τα παραπάνω προκειμένου να έχουν μια σαφή ιδέα μέσα από την οποία θα αναπτύξουν το έργο τους και θα μεγιστοποιήσουν τον αντίκτυπό τους:

1. Ποιο είναι το κοινωνικό πρόβλημα που έχετε εντοπίσει και πώς ανταποκρίνεστε σε αυτό;

2. Ποια είναι η προστιθέμενη αξία που προσφέρετε;
3. Ποιο είναι το σχέδιο για την στρατηγική σας ανάπτυξη;
4. Ποιο οικονομικό μοντέλο ακολουθείτε;
5. Πώς επιταχύνετε την ανάπτυξη σας μέσω της συνεργασίας με άλλους ενδιαφερόμενους;
6. Πώς μετράτε τον κοινωνικό σας αντίκτυπο;
7. Ποιο είναι το καλύτερο οργανωτικό μοντέλο για να χρησιμοποιήσετε στο έργο σας;

Διάρκεια:
45 λεπτά

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

Ένας καμβάς επιχειρηματικού μοντέλου, ένα αυτοκόλλητο, ένα μολύβι ή στυλό ή ένας υπολογιστής.

Στόχος

Ο στόχος αυτής της δραστηριότητας είναι να σας δώσει μερικά σημεία-κλειδιά που θα σας βοηθήσουν να σκεφτείτε εναλλακτικά και με σαφήνεια το πρόγραμμα της κοινωνικής σας επιχείρησης καθώς και να δείτε πιο καθαρά και να διασφαλίσετε τη συνάφεια του κοινωνικού αντικτύπου του έργου σας. Μερικές από τις ερωτήσεις που περιλαμβάνονται εδώ μπορεί να φαίνονται περίπλοκες και άσχετες με την καθημερινή σας ζωή. Ωστόσο, είναι απαραίτητες για την προετοιμασία σας ως κοινωνικού επιχειρηματία.

Διδακτικό πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
10 ΛΕΠΤΑ	Σκεφτείτε τον τύπο της επιχείρησης σας
10 ΛΕΠΤΑ	Ανατρέξτε στις πληροφορίες που έχετε μάθει από το online book σχετικά με το μοντέλο του επιχειρηματικού καμβά.
25 ΛΕΠΤΑ	Απαντήστε τις παραπάνω ερωτήσεις

Δραστηριότητα 2

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ;

Εισαγωγή

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι σημαντική, διότι παρέχει ένα πλαίσιο στις επιχειρήσεις για να βρουν τη δική τους επιτυχημένη πορεία παρέχοντας παράλληλα βοήθεια σε ανθρώπους που το έχουν ανάγκη. Είναι μια συνεχής πηγή κινήτρων για τους εργαζομένους, ειδικά για τη Γενιά Υ, η οποία είναι όλο και πιο σκεπτική σχετικά με το παραδοσιακό εταιρικό περιβάλλον εργασίας.

Επεξήγηση

Κάντε μια βόλτα στο κέντρο της πόλης. Καταγράψτε διάφορες επιχειρήσεις από τις οποίες περνάτε. Μπορείτε επίσης να καταγράψετε σχόλια σας και να τραβήξετε φωτογραφίες.

Επιστρέφοντας στον χώρο της κατάρτισης, σκεφτείτε ποιες επιχειρήσεις είναι κοινωνικές και ποιες όχι. Αναρωτηθείτε "Γιατί χρειαζόμαστε κοινωνικές επιχειρήσεις;" και επιλέξτε τις παρακάτω προτάσεις με τις οποίες συμφωνείτε.

1. Για να καλυφθούν οι ανάγκες (είτε πρόκειται για αγαθά είτε για υπηρεσίες) οι οποίες δεν καλύπτονται από την κυβέρνηση, τον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα.
2. Για να βελτιωθεί ή να αποκατασταθεί το πρόβλημα της περιθωριοποίησης των ατόμων που ανήκουν σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες από την αγορά και την κοινωνία .
3. Για να προωθηθούν απλές και καινοτόμες λύσεις/νέοι τρόποι για την κάλυψη των αναγκών της κοινωνίας .
4. Για να υποστηριχθούν τα άτομα τα οποία αντιμετωπίζουν καθεστώς φτώχειας, ανεργίας, και περιθωριοποίησης.
5. Για να εξασφαλιστεί βιώσιμη ανάπτυξη και εξέλιξη.
6. Για να καλυφθεί η ανάγκη για καινοτόμες, απλές και αποτελεσματικές λύσεις σε κοινωνικές προκλήσεις.
7. Για την κάλυψη του προβλήματος που εκπορεύεται από την ιεραρχική προσέγγιση της Κυβέρνησης και της "ανικανότητας" της να καλύψει τις ανάγκες των πολιτών (υπηρεσίες που σχετίζονται με την προσφορά).
8. Για την κάλυψη του κενού που προκύπτει από την επιδίωξη του ιδιωτικού τομέα να μεγιστοποιήσει τα κέρδη του χωρίς να ενδιαφέρεται για την επίλυση κοινωνικών ζητημάτων
9. Η εστίαση των κοινωνικών επιχειρήσεων σε κοινωνικά ζητήματα και λύσεις σε μια πολύ διαδραστική διαδικασία (προϊόντα και υπηρεσίες βάσει ζήτησης)

10. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις δημιουργούν νέες ευκαιρίες απασχόλησης.

Διάρκεια:
1-2 ώρες

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

-

Στόχος

Ο στόχος αυτής της δραστηριότητας είναι να ανακαλύψετε τα πλεονεκτήματα της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και πώς η κοινωνική επιχειρηματικότητα ωφελεί την κοινωνία

Διδακτικό πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
60 ΛΕΠΤΑ	Ανάλυση της κατάστασης των επιχειρήσεων στο κέντρο της πόλης
60 ΛΕΠΤΑ	Επιλογή των παραπάνω προτάσεων

Βιβλιογραφικές αναφορές

1. James Zhan, 2014, Latest Developments in FDI and Entrepreneurship Trends and Policies, UNCTAD
2. Francis Green, 2013, Youth Entrepreneurship, OECD
3. British Council, 2019, Situation of Social Entrepreneurs in Turkey
4. Ashoka, 2018, Leading-Social-Entrepreneurs-Booklet
5. The Hollings Center for International Dialogue, 2019, Social Integration through Entrepreneurship
6. Marta Maretich and Margaret Bolton, 2010, Social Enterprise: From Definitions to Developments in Practice
7. INC, Donne Fenn, 2016, 4 Emerging Trends That Young Entrepreneurs Are Getting Right, <https://www.inc.com/donna-fenn/2015-30-under-30-a-community-of-young-innovators.html>
8. www.ashoka.org
9. www.socialenterprise.org.uk
10. www.evpa.eu.com



image from pressfoto / freepik.com

Εκτιμώμενος
χρόνος
ανάγνωσης
110-120 λεπτά

Ενότητα 2

Νομικό Πλαίσιο

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας & Εταίροι του έργου

Σκοπός

Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι η εκμάθηση βασικών γνώσεων και δεξιοτήτων όσον αφορά το νομικό πλαίσιο στην Ελλάδα, την Ισπανία, την Πολωνία, την Τουρκία και στην Ευρώπη γενικότερα. Το κεφάλαιο χωρίζεται σε δύο ενότητες, α) χαρτογράφηση των νομικών μορφών που υφίστανται σε κάθε χώρα ξεχωριστά και β) η διαδικασία, βήμα-προς-βήμα, ίδρυσης μίας επιχείρησης ανάλογα με την μορφή της. Με τα το πέρας αυτού του κεφαλαίου, οι αναγνώστες θα γνωρίσουν ποιες νομικές μορφές επιχειρήσεων υπάρχουν, ποια είναι τα πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και ο φορολογικός συντελεστής για την κάθε περίπτωση ξεχωριστά, ώστε στη συνέχεια να μπορέσουν να επιλέξουν τη μορφή που τους ταιριάζει καλύτερα, εφόσον επιθυμούν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Στο πλαίσιο **γνώσεων**, ο καταρτιζόμενος θα γνωρίσει:

- ✓ το νομικό πλαίσιο για την νεανική επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη
- ✓ τις νομικές μορφές και τα διάφορα είδη επιχειρηματικότητας σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο της κάθε χώρας
- ✓ τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που υπάρχουν μεταξύ τους

Στο πλαίσιο **δεξιοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα κατανοήσει:

- ✓ πως λειτουργεί το νομικό πλαίσιο στην κάθε χώρα
- ✓ πως η επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει στη μείωση της ανεργίας και την αύξηση της απασχόλησης των νέων

Στο πλαίσιο **ικανοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα είναι σε θέση να:

- ✓ μπορεί να ιδρύσει την δική του επιχείρηση
- ✓ μπορεί να επιλέξει την σωστή μορφή επιχείρησης
- ✓ αντιμετωπίσει τις διάφορες προκλήσεις που μπορεί να υπάρχουν στη διαδικασία έναρξης της επιχείρησης

2.1. Νομικές μορφές επιχειρήσεων

Η διαδικασία σύστασης μίας επιχείρησης στην Ευρώπη, αλλά και στον υπόλοιπο κόσμο, γίνεται σύμφωνα με συγκεκριμένους θεσμοθετημένους γραπτούς κανόνες που στηρίζονται στο σύνταγμα της κάθε χώρας. Σε αυτό το κεφάλαιο, θα επικεντρωθούμε κυρίως στις χώρες Ελλάδα, Ισπανία, Πολωνία και Τουρκία. Εάν ενδιαφέρεστε να μάθετε και για τις άλλες χώρες της Ευρώπης, όπως η Νορβηγία για παράδειγμα, ή για οποιαδήποτε άλλη χώρα στον κόσμο, μπορείτε να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα Bridge West, ένα δίκτυο διεθνών νομικών εταιριών, συμβούλων και λογιστών που δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από 65 χώρες ανά τον κόσμο: <http://www.bridgewest.eu>.

2.1.1 Ελλάδα

Στην Ελλάδα, όλες οι νομικές μορφές επιχειρήσεων απαιτούν ένα σύνολο διατάξεων εσωτερικού και διεθνούς δικαίου για να ξεκινήσει κάποιος μία επιχειρηματική δραστηριότητα. Κάθε μορφή επιχείρησης μπορεί να κατηγοριοποιηθεί με βάση:

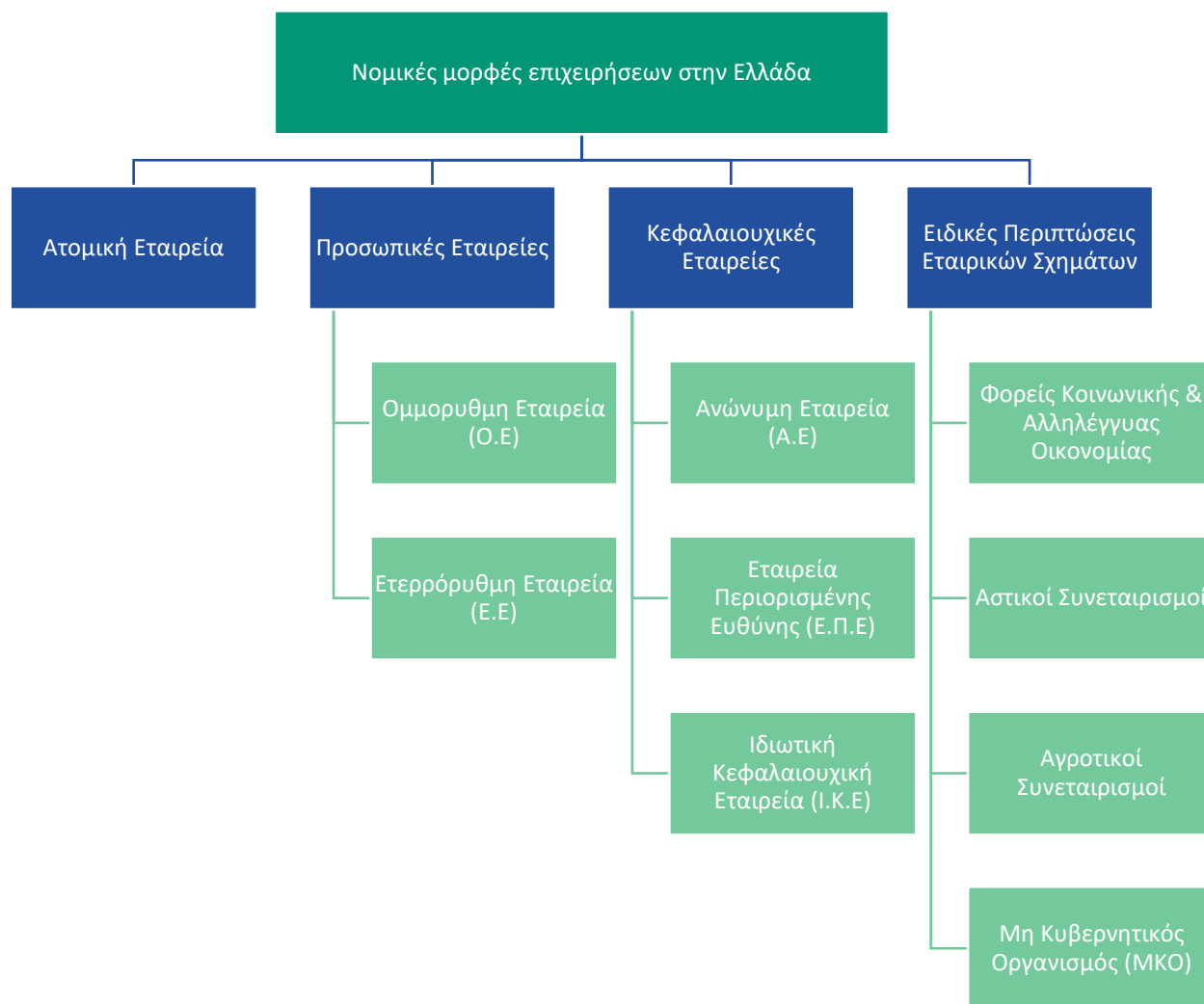
- το νομικό καθεστώς που αναγνωρίζεται από τον Ελληνικό Δίκαιο (Ατομική εταιρεία, Ο.Ε, Ε.Ε, Α.Ε, Ε.Π.Ε και ούτω καθεξής)
- την επιχειρηματική δραστηριότητα
- το μέγεθος της επιχείρησης (μικρή, μεσαία, μεγάλη)

Η ανάγνωση και η εκμάθηση του νομικού

πλαίσιου θα σας βοηθήσει να μάθετε ποια είναι τα χαρακτηριστικά της κάθε μορφής, αλλά και να επισημάνετε τις διαφορές-ομοιότητες που υπάρχουν μεταξύ τους.

Νέοι (ηλικιακά) αλλά και νέοι στον κλάδο της επιχειρηματικότητας, προτού επιλέξουν τον τύπο της επιχείρησης που θέλουν να ιδρύσουν, χρειάζεται πρώτα να αποφασίσουν εάν θα ξεκινήσουν μία επιχείρηση μόνοι τους (ατομική εταιρεία) ή με άλλα άτομα (προσωπικές, κεφαλαιουχικές εταιρείες ή ειδικές περιπτώσεις εταιρικών σχημάτων).





1. Ατομική Εταιρεία

Οι ατομικές εταιρείες είναι ιδιαίτερα διαδεδομένες στο ελληνικό κοινό. Είναι η παλαιότερη και απλούστερη μορφή επιχείρησης στην Ελλάδα. Μπορεί να ιδρυθεί μόνο από ένα άτομο το οποίο είτε εργάζεται μόνο του ή απασχολεί άλλα άτομα. Τα πλεονεκτήματά αυτής της μορφής είναι σημαντικά, ειδικά για επιχειρήσεις μικρού μεγέθους στον αγροτικό, βιοτεχνικό και στον τομέα του εμπορίου. Για επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους συνίστανται οι κεφαλαιουχικές εταιρείες.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Οι προσωπικές και κεφαλαιουχικές εταιρείες μπορούν να ιδρυθούν από τουλάχιστον δύο πρόσωπα ή συνεργάτες που η μεταξύ τους συνεργασία καθορίζεται από το είδος της επιχείρησης. Στις δύο αυτές

κατηγορίες ανήκουν οι: ομόρρυθμη, ετερόρρυθμη, ανώνυμη εταιρεία, εταιρεία περιορισμένης ευθύνης και η ιδιωτική κεφαλαιουχική εταιρεία. Παρακάτω παρουσιάζονται η κάθε μία ξεχωριστά.

2. Προσωπικές Εταιρείες

Οι Προσωπικές Εταιρείες (εν συντομία Ο.Ε και Ε.Ε) αποτελούν την απλούστερη μορφή συνεργασίας μεταξύ δύο ή περισσότερων προσώπων που έχουν ως απώτερο σκοπό το κέρδος. Οι Ο.Ε και Ε.Ε είναι ιδανικές για επιχειρηματίες που επιθυμούν να ξεκινήσουν μία οικογενειακή επιχείρηση ή μία επιχείρηση με ένα φιλικό πρόσωπο ή κάποιον συνεργάτη. Οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων, οι αρμοδιότητες, τα καθήκοντα, τα έσοδα και τα κέρδη μοιράζονται δια τους συνεργάτες. Η βασική διαφορά μεταξύ Ο.Ε και Ε.Ε είναι η ευθύνη των συνεργατών στις επιχειρηματικές υποχρεώσεις. Στην Ο.Ε οι συνεργάτες έχουν πλήρη και απεριόριστη ευθύνη με τη δική τους προσωπική περιουσία, ενώ στην Ε.Ε οι συνεργάτες ευθύνονται αποκλειστικά με βάση το ποσό της συνεισφοράς τους στην εταιρεία.

I. ΟΜΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ - Ο.Ε

Η Ο.Ε μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον δύο πρόσωπα. Οι συνεργάτες μίας ομόρρυθμης εταιρείας έχουν πλήρη ευθύνη με την προσωπική τους περιουσία έναντι των εταιρικών υποχρεώσεων. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι, ακόμη και μετά την λύση της εταιρείας οι συνεργάτες εξακολουθούν να έχουν υποχρέωση σε τυχόν χρέη της.

II. ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ - Ε.Ε

Η Ε.Ε μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον δύο πρόσωπα. Στην ετερόρρυθμη εταιρεία οι συνεργάτες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει τους ομόρρυθμους ή γενικούς εταίρους και η δεύτερη τους ετερόρρυθμους ή εταίρους με περιορισμένη ευθύνη. Αυτό σημαίνει ότι για να ιδρυθεί μία Ε.Ε χρειάζεται να έχει τουλάχιστον έναν ομόρρυθμο και έναν ετερόρρυθμο εταίρο. Η βασική διαφορά μεταξύ τους αφορά τις ευθύνες διαχείρισης και τα επιχειρηματικά καθήκοντα. Πιο συγκεκριμένα, ο ομόρρυθμος εταίρος αναλαμβάνει συνήθως τον συνολικό έλεγχο της εταιρείας, ενώ ο ετερόρρυθμος αναλαμβάνει ευθύνες και καθήκοντα με βάση το ποσοστό συμμετοχής του. Η συμμετοχή αυτή μπορεί να είναι είτε κάποιο χρηματικό ποσό είτε μία προσφορά όπως εργασία κλπ. Σε περίπτωση που ο ετερόρρυθμος εταίρος συμμετέχει σε διαδικασίες διαχείρισης της εταιρείας, χάνει την ιδιότητά του.

3. Κεφαλαιουχικές Εταιρείες

Βασικό προαπαιτούμενο στις κεφαλαιουχικές εταιρείες είναι το κεφάλαιο. Οι εταίροι ευθύνονται μόνο μέχρι το ποσό της συμμετοχής τους, που σημαίνει ότι σε περίπτωση που η εταιρεία έχει χρέη, δεν κινδυνεύει η προσωπική τους περιουσία.

I. ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ - Α.Ε

Η Α.Ε μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον δύο πρόσωπα. Στην Ανώνυμη Εταιρεία το κεφάλαιο χωρίζεται σε μετοχές και οι εταίροι δεν έχουν ευθύνη με την προσωπική τους περιουσία για τις υποχρεώσεις της εταιρείας. Η ίδρυση της απαιτεί ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο που ανέρχεται στο ποσό των 25.000€.

II. ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ - Ε.Π.Ε

Η Ε.Π.Ε αν και είναι εμπορική εταιρεία, ο σκοπός της δεν είναι εμπορικός. Αποτελείται από διοικητικό συμβούλιο το οποίο διοργανώνει μία Γενική Συνέλευση μία φορά το χρόνο στο οποίο εκλέγονται οι διαχειριστές του. Το επιχειρηματικό κεφάλαιο χωρίζεται σε μετοχές και η διαδικασία λήψης αποφάσεων γίνεται με την πλειοψηφία των εταίρων.

III. ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ - Ι.Κ.Ε

Η Ι.Κ.Ε μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον δύο πρόσωπα, και συνίστανται για επιχειρήσεις μεσαίου και μεγάλου μεγέθους. Η εταιρεία έχει εμπορική ιδιότητα, όπως και στην περίπτωση της Ι.Κ.Ε. Η διαδικασία ίδρυσής της είναι απλή και γρήγορη, χωρίς να απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο, για αυτό τον λόγο το κόστος ίδρυσης και λειτουργίας είναι χαμηλό. Υπάρχει ευελιξία στην διαδικασία λήψης αποφάσεων, όμως η διάρκεια λειτουργίας της εταιρείας περιορίζεται έως τα 12 χρόνια. Αυτή η μορφή εταιρείας συνίστανται για επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους.

4. Ειδικές Περιπτώσεις Εταιρικών Σχημάτων

I. ΦΟΡΕΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ & ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Οι φορείς Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες.

- Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης, οι οποίες στοχεύουν στην οικονομική και κοινωνική ένταξη των ευάλωτων πληθυσμιακών ομάδων.
- Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Κοινωνικής Φροντίδας, οι οποίες στοχεύουν στην παροχή ή παραγωγή προϊόντων/υπηρεσιών κοινωνικού χαρακτήρα σε συγκεκριμένες ομάδες όπως οι ηλικιωμένοι, τα άτομα με ιδιαιτερότητες, τα παιδιά και τα άτομα με χρόνιες παθήσεις.
- Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού, οι οποίες στοχεύουν στην παροχή ή παραγωγή προϊόντων/υπηρεσιών για την ικανοποίηση των συλλογικών αναγκών (περιβάλλον, πολιτισμός κλπ.) προάγοντας το συλλογικό συμφέρον, την απασχόληση κλπ.

Η διαδικασία σύστασης της κάθε κατηγορίας απαιτεί τουλάχιστον 5 άτομα εάν ο σκοπός της είναι συλλογικός ή παραγωγικός και τουλάχιστον 7 άτομα εάν ο σκοπός της είναι η ένταξη των ευάλωτων ομάδων.

II. ΑΣΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

Οι Αστικοί Συνεταιρισμοί απαιτούν για την σύστασή τους τουλάχιστον 15 άτομα. Ο σκοπός τους είναι η οικονομική, κοινωνική και πολιτισμική ανάπτυξη των μελών τους και η γενική βελτίωση της ποιότητας ζωής τους μέσω μία κοινής εταιρείας. Αυτού του είδους οι συνεταιρισμοί δραστηριοποιούνται κυρίως σε τομείς όπως η παραγωγή, κατανάλωση, προμήθειες, μεταφορά, και τουρισμός.

III. ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

Ως αγροτικός συνεταιρισμός νοείται οποιοσδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα ή τομέας που επικεντρώνεται στην αγροτική οικονομία όπως η μελισσοκομία, ο αγροτουρισμός, η κτηνοτροφία κλπ. Ο σκοπός αυτής της μορφής επιχείρησης είναι εμπορικός και η σύστασή της απαιτεί τουλάχιστον 20 άτομα.

IV. ΜΗ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ - ΜΚΟ

Οι Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις μπορούν να ιδρυθούν από ιδιώτες ή από ομάδα ατόμων. Υπάρχουν τρεις κατηγορίες ΜΚΟ,

α) Αστική μη Κερδοσκοπική Εταιρεία,

β) Σωματείο

γ) Κοινωφελές Ίδρυμα

Απαραίτητο χαρακτηριστικό μίας ΜΚΟ είναι η μη κερδοσκοπική της φύση, αλλά η διανομή των κερδών της για την επίτευξη των στόχων της.

Table 1 Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα των νομικών μορφών επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

	Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (συνίσταται για μικρού μεγέθους επιχειρήσεις)	- Ο ιδρυτής έχει τον πλήρη έλεγχο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων - Απλή και εύκολη διαδικασία σύστασης - Ευελιξία και αμεσότητα στη λήψη και εκτέλεση αποφάσεων - Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης - Δεν απαιτείται η εμπλοκή	- Ο ιδρυτής αναλαμβάνει εξολοκλήρου το επιχειρηματικό ρίσκο - Δυσκολία επέκτασης - Περιορισμένη πρόσβαση σε κεφαλαιαγορές

		Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	Ο.Ε	- συμβολαιογράφου στη διαδικασία ίδρυσης - Χαμηλό λειτουργικό κόστος - Χαμηλή φορολογία - Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης - Δεν απαιτείται η εμπλοκή συμβολαιογράφου στη διαδικασία ίδρυσης - Χαμηλό λειτουργικό κόστος - Οι εταίροι συμμετέχουν στην διαδικασία διαχείρισης της εταιρίας	- Οι εταίροι έχουν απεριόριστη ευθύνη με την προσωπική τους περιουσία έναντι υποχρεώσεων της επιχείρησης ακόμη και μετά την λύση της - Δυσκολία άντλησης κεφαλαίου από μακροπρόθεσμες χρηματοδοτικές πηγές
	Ε.Ε	- Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης - Δεν απαιτείται η εμπλοκή συμβολαιογράφου στη διαδικασία ίδρυσης - Οι ετερόρρυθμοι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη στις επιχειρηματικές υποχρεώσεις έως του ποσού συνεισφοράς τους	Απεριόριστη και αποκλειστική ευθύνη των ομόρρυθμων εταίρων στις επιχειρηματικές υποχρεώσεις

	Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΕΣ Α.Ε ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	- Οι εταίροι δεν φέρουν ευθύνη έναντι των επιχειρηματικών υποχρεώσεων της εταιρείας - Σύσταση της εταιρείας από Έλληνες και κατοίκους του εξωτερικού	- Απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης το οποίο ανέρχεται στο ποσό των 25.000 € - Μεσαίο και υψηλό λειτουργικό κόστος - Μη ευέλικτη διαδικασία λήψης αποφάσεων, εξαρτάται από την Γενική Συνέλευση του Διοικητικού Συμβουλίου
Ε.Π.Ε.	- Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης - Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη στις επιχειρηματικές υποχρεώσεις της εταιρείας έως του ποσού συνεισφοράς τους - Εύκολη και γρήγορη διαδικασία σύστασης μέσω της Υπηρεσίας Μίας Στάσης (One Stop Shop) - Δυνατότητα άντλησης υψηλών κεφαλαίων	- Μη ευέλικτη διαδικασία λήψης αποφάσεων - Αδυναμία άντλησης κεφαλαίων από την Κεφαλαιαγορά - Τήρηση αυστηρών-ελεγκτικών κανόνων - Μεσαίο και υψηλό λειτουργικό κόστος
Ι.Κ.Ε	- Χαμηλό λειτουργικό κόστος και κόστος σύστασης - Ευελιξία στη λήψη αποφάσεων - Εύκολη και γρήγορη διαδικασία σύστασης	- Αδυναμία άντλησης κεφαλαίων από την Κεφαλαιαγορά - Τήρηση αυστηρών-ελεγκτικών κανόνων - Περιορισμένη διάρκεια λειτουργίας

		Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
		μέσω της Υπηρεσίας Μίας Στάσης (One Stop Shop)	της εταιρείας έως 12 έτη
ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΣΧΗΜΑΤΩΝ	Κοιν.Σ.Επ	- Χαμηλό κόστος σύστασης - Απλή και εύκολη διαδικασία σύστασης - Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη στις επιχειρηματικές υποχρεώσεις της εταιρείας έως του ποσού συνεισφοράς τους	- Απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης - Μη ευέλικτη διαδικασία λήψης αποφάσεων - Περιορισμένη διάρκεια λειτουργίας (ορίζεται στο καταστατικό)
	Αστικοί Συνεταιρισμοί	- Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης - Χαμηλό κόστος σύστασης - Απλή και εύκολη διαδικασία σύστασης - Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη στις επιχειρηματικές υποχρεώσεις της εταιρείας έως του ποσού συνεισφοράς τους	- Μη ευέλικτη διαδικασία λήψης αποφάσεων - Περιορισμένη διάρκεια λειτουργίας (ορίζεται στο καταστατικό)
	Αγροτικοί Συνεταιρισμοί	- Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης - Χαμηλό κόστος σύστασης - Απλή και εύκολη διαδικασία σύστασης - Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη στις επιχειρηματικές υποχρεώσεις της	- Μη ευέλικτη διαδικασία λήψης αποφάσεων - Περιορισμένη διάρκεια λειτουργίας (ορίζεται στο καταστατικό)

	Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
	εταιρείας έως του ποσού συνεισφοράς τους	
ΜΚΟ	• Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης • Χαμηλό λειτουργικό κόστος και κόστος σύστασης • Απλή και εύκολη διαδικασία σύστασης	• Μη ευέλικτη διαδικασία λήψης αποφάσεων • Περιορισμένη διάρκεια λειτουργίας • Αδυναμία άντλησης κεφαλαίων από την Κεφαλαιαγορά

Table 2: Comparative Table

	ΑΤΟΜΙΚΗ	ΜΚΟ	Ο.Ε	Ε.Ε	Α.Ε	Ε.Π.Ε	Ι.Κ.Ε
ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΔΡΥΣΗΣ	0€	0€	0€	0€	25.000€	0€	1€
ΕΙΣΦΟΡΕΣ ΣΕ ΕΙΔΟΣ	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι
ΕΞΩΚΕΦΑΛΑΙΑΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι
ΕΛΑΧΙΣΤΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΕΤΟΧΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	1	>2	>2	>2	>2	>2	>2
ΕΥΘΥΝΗ ΜΕΤΟΧΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	Απεριόριστη	-	Απεριόριστη	i. Οι Ομόρρυθμοι εταίροι ευθύνονται με την προσωπική τους περιουσία ii. Οι Ετερόρρυθμοι εταίροι ευθύνονται έως του ποσού της συνεισφοράς τους	Όχι	Πειορισμένη ευθύνη εταίρων έως του ποσού της συνεισφοράς τους	Πειορισμένη ευθύνη εταίρων έως του ποσού της συνεισφοράς τους
ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	-	-	Οι εταίροι της	Οι ομόρρυθμοι εταίροι της	a. η Γενική Συνέλευση b. το Δ.Σ	a. η Συνέλευση εταίρων b. οι Διαχειριστές της	a. η Συνέλευση εταίρων b. οι Διαχειριστές της

	ΑΤΟΜΙΚΗ	ΜΚΟ	Ο.Ε	Ε.Ε	Α.Ε	Ε.Π.Ε	Ι.Κ.Ε
ΔΙΑΡΚΕΙΑ	Αορίστου	Ορισμένου χρόνου	Αορίστου	Αορίστου	Αορίστου ή ορισμένου χρόνου	Ορισμένου χρόνου	μέχρι 12 έτη
ΣΗΜΕΙΑ ΈΝΑΡΞΗΣ – ΣΥΣΤΑΣΗΣ	Δ.Ο.Υ	1.ΓΕΜΗ 2.Συμβ/γράφο 3. e-ΥΜΣ	1.ΓΕΜΗ 2.Συμβ/γράφο 3. e-ΥΜΣ	1.ΓΕΜΗ 2.Συμβ/γράφο 3. e-ΥΜΣ	1.ΓΕΜΗ 2.Συμβ/γράφο 3. e-ΥΜΣ	1.Συμβ/γράφο 1. e-ΥΜΣ	1.ΓΕΜΗ 2.Συμβ/γράφο 3. e-ΥΜΣ
ΑΠΛΗ ΚΑΙ ΕΥΚΟΛΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΣΤΑΣΗΣ	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι
ΕΥΕΛΙΞΙΑ ΣΤΗ ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι
ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ	Χαμηλό	Χαμηλό	Χαμηλό	Χαμηλό	Μεσαίο	Μεσαίο	Χαμηλό
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	Χαμηλό	Χαμηλό	Χαμηλό	Χαμηλό	Υψηλό	Υψηλό	Χαμηλό
ΆΝΤΛΗΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Yes	Όχι	Όχι
ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΜΕΤΟΧΩΝ	-	-	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι
ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΕΤΑΙΡΩΝ ΣΤΟΝ ΕΦΚΑ	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Τα μέλη του Δ.Σ. που είναι ταυτόχρονα και μέτοχοι με ποσοστό άνω του 3%	Ναι	Μόνο οι διαχειριστές

Source: asnetwork.gr

Table 3: Συγκριτικός Πίνακας (μέρος 2ο)

	ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ	ΑΣΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ	
ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΔΡΥΣΗΣ	500€ Οι Κοι.Σ.Επ. που έχουν συλλογικό και κοινωνικό σκοπό 700€ Οι Κοιν. Σ.Επ. που έχουν στοχεύουν στην ένταξη των ευάλωτων ομάδων	0€	N/A	
ΕΛΑΧΙΣΤΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΕΤΟΧΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	>5 or >7	>15	>20	
ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	Διοικητικό Συμβούλιο	Διοικητικό Συμβούλιο	Διοικητικό Συμβούλιο	
ΔΙΑΡΚΕΙΑ	Ορισμένου χρόνου (ορίζεται στο καταστατικό)	Ορισμένου χρόνου (ορίζεται στο καταστατικό)	Ορισμένου χρόνου (ορίζεται στο καταστατικό)	Ορισμένου χρόνου (ορίζεται στο καταστατικό)
ΕΥΘΥΝΗ ΜΕΤΟΧΩΝ/ΕΤΑΙΡΩΝ	Περιορισμένη ευθύνη εταίρων έως του ποσού συνεισφοράς τους	Περιορισμένη ευθύνη εταίρων έως του ποσού συνεισφοράς τους	Περιορισμένη ευθύνη εταίρων έως του ποσού συνεισφοράς τους	Περιορισμένη ευθύνη εταίρων έως του ποσού συνεισφοράς τους
ΣΗΜΕΙΑ ΈΝΑΡΞΗΣ – ΣΥΣΤΑΣΗΣ	Διαδικτυακά μέσω του Μητρώου Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας	ΓΕΜΗ	Εθνικό Μητρώο Αγροτικών Συνεταιρισμών	
ΑΠΛΗ ΚΑΙ ΕΥΚΟΛΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΣΤΑΣΗΣ	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι

	ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ	ΑΣΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ
ΕΥΕΛΙΞΙΑ ΣΤΗ ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ	Όχι	Όχι	Όχι
ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ	χαμηλό	χαμηλό	χαμηλό

2.1.2 Ισπανία

Μία από τις πιο σημαντικές αποφάσεις του επιχειρηματία στη διαδικασία ίδρυσης μίας νέας εταιρείας είναι η επιλογή της κατάλληλης νομικής υπόστασης της. Η Ισπανική νομοθεσία αναγνωρίζει διάφορα είδη εταιριών, καθεμία από τις οποίες απαιτεί διαφορετικές διαδικασίες τόσο στην ίδρυση της όσο και στη διαχείρισή της (δραστηριότητες, οικονομικά και γενικά κόστη κλπ.). Τα βασικά είδη εταιριών που εντοπίζονται στην Ισπανία διαχωρίζονται κατά κύριο λόγο σύμφωνα με την ιδιότητα τους ως Ατομική Επιχείρηση, Συνεταιρισμός ή Επιχείρηση. Η κάθε περίπτωση αναλύεται παρακάτω.



ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Οι ατομικές εταιρίες (empresario individual / autónomo) μπορούν να ιδρυθούν από ένα άτομο. Ο ιδρυτής έχει ευθύνη με την προσωπική του περιουσία έναντι των επιχειρηματικών υποχρεώσεων. Η διαδικασία ίδρυσης είναι πολύ απλή και διαρκεί περίπου μία ημέρα. Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Οι προσωπικές εταιρείες (Sociedad Civil) μπορούν να ιδρυθούν από τουλάχιστον δύο πρόσωπα, κατόπιν συμφωνίας. Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης, ούτε εγγραφή στο μητρώο, καθιστώντας την διαδικασία ίδρυσης εύκολη και γρήγορη.

Οι εταίροι μπορούν να αποδώσουν ξεχωριστή νομική ιδιότητα στην εταιρεία μέσω συμφωνίας που επικυρώνεται, πιστοποιείται και εγγράφεται στο αντίστοιχο Ισπανικό Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ).

ΟΜΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ (SOCIEDAD COLECTIVA)

Μία ομόρρυθμη εταιρεία (Sociedad colectiva) μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον δύο πρόσωπα. Οι εταίροι έχουν απεριόριστη ευθύνη με την προσωπική τους περιουσία έναντι των υποχρεώσεων της εταιρείας. Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης, όμως είναι αναγκαία η εμπλοκή συμβολαιογράφου και η εγγραφή της επιχείρησης στο Ισπανικό Γενικό Εμπορικό Μητρώο.

ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ (SOCIEDAD COMANDITARIA SIMPLE)

Μια ετερόρρυθμη εταιρεία (Sociedad comanditaria simple) μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον δύο πρόσωπα, ένα ομόρρυθμο ή αλλιώς γενικό εταίρο (socio colectivo) που έχει απεριόριστη ευθύνη έναντι των επιχειρηματικών υποχρεώσεων και έναν ετερόρρυθμο ή αλλιώς εταίρο περιορισμένης ευθύνης (socio comanditario). Στη διαδικασία ίδρυσης απαιτείται η εμπλοκή συμβολαιογράφου καθώς και η εγγραφή της εταιρείας στο μητρώο.

ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (S.L.)

Η Ε.Π.Ε (Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L)) είναι πιο διαδεδομένη μορφή επιχείρησης στην Ισπανία, και μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον ένα άτομο. Όταν στην εταιρεία υπάρχει μόνο ένα άτομο, η επωνυμία της επιχείρησης αναγνωρίζεται ως Μονοπρόσωπη Εταιρεία (Sociedad Unipersonal). Η ευθύνη των εταίρων εξαρτάται από το ποσό συνεισφοράς τους στην εταιρεία. Στη διαδικασία ίδρυσης απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο που ανέρχεται στο ποσό των €3,000.00 ευρώ, και εξοφλείται κατά την ίδρυση της εταιρείας. Είναι υποχρεωτική η επικύρωση και εγγραφή της επιχείρησης στο Ισπανικό Εμπορικό Μητρώο.

ΝΕΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (S.L.N.E)

Για μία Νέα Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (Sociedad Limitada Nueva Empresa (S.L.N.E.)) χρειάζονται το πολύ πέντε μέτοχοι. Η ευθύνη των μετόχων εξαρτάται από το ποσό συνεισφοράς τους. Στη διαδικασία ίδρυσης απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο που ανέρχεται μεταξύ €3,012.00 (ελάχιστο) και €120,202,00 (μέγιστο). Σε περίπτωση που το κεφάλαιο υπερβεί το μέγιστο ποσό, η εταιρία μετατρέπεται σε Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης.

ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ (SOCIEDAD ANÓNIMA, S.A)

Για την ίδρυση μίας Ανώνυμης Εταιρείας απαιτείται τουλάχιστον ένας εταίρος. Το μεγαλύτερο ποσοστό των μεγάλων εταιριών στην Ισπανία ανήκει σε αυτή την κατηγορία. Η ευθύνη των μετόχων εξαρτάται από το ποσό συνεισφοράς τους και απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης που ανέρχεται στο ποσό των €60,000.00, 25% του οποίου καταβάλλεται κατά την ίδρυση. Η ίδρυση χρειάζεται συμβολαιογραφική επικύρωση και εγγραφή της εταιρείας.

2.1.3 Πολωνία

Οι γενικοί κανόνες που ακολουθούνται για τη σύσταση μίας επιχείρησης στην Πολωνία ρυθμίζονται από τη Συνταγματική Κατοχύρωση της Οικονομικής Ελευθερίας, 2 Ιουλίου 2004.

Η κατοχύρωση αυτή είναι επίσης γνωστή ως “Επιχειρηματικό Σύνταγμα”, διότι διέπει την δέσμευση, την ρύθμιση και τους νομικούς περιορισμούς της δραστηριότητας των επιχειρήσεων.

Οι κανόνες εφαρμόζονται σε φυσικά και νομικά πρόσωπα, ωστόσο υπάρχουν ορισμένες διαφορές μεταξύ των αυτών που ανήκουν στην ΕΕ/ ΕΖΕΣ και αυτών των τρίτων χωρών.

Στην πρώτη περίπτωση, τα φυσικά/νομικά πρόσωπα της ΕΕ/ΕΖΕΣ υπόκεινται στους ίδιους νόμους και όρους με τους Πολωνούς πολίτες ή επιχειρήσεις. Μπορούν δηλαδή να επιλέξουν ελεύθερα το είδος της επιχείρησης που θέλουν να ιδρύσουν στην Πολωνία, με τους ίδιους περιορισμούς που επιβάλλονται σε έναν Πολωνό πολίτη.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφτείτε τον σύνδεσμο: <https://www.trade.gov.pl/>

Οι πιο σύνηθες μορφές επιχείρησης στην Πολωνία είναι οι Εμπορικές Εταιρείες, και πιο συγκεκριμένα, οι εταιρίες περιορισμένης ευθύνης και οι ομόρρυθμες εταιρίες. Σύμφωνα με την Πολωνική Στατιστική Αρχή, στα τέλη του 2016, οι εταιρίες περιορισμένης ευθύνης καταλάμβαναν το 82% όλων των εμπορικών εταιριών, με τις ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες εταιρίες να αντιστοιχούν στο 7% η κάθε μία. Πιο κάτω στην λίστα βρίσκονται οι ΑΕ και οι Επαγγελματικές εταιρείες, με τις δεύτερες να αντιστοιχούν στο 0.5%. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυτή η αύξηση στις ΕΠΕ λόγω της βελτιστοποίησης των διαδικασιών φορολόγησης, καθώς τα έσοδα φορολογούνται σε επίπεδο εταίρων και όχι σε επίπεδο εταιρείας. Πολλά φυσικά πρόσωπα του ιδιωτικού τομέα, 70%, επιλέγουν να ξεκινήσουν ατομική επιχειρηματική δραστηριότητα. Η ατομική αυτή δραστηριότητα μπορεί να διεξαχθεί με την μορφή αστικής εταιρείας, δηλαδή μίας ένωσης τουλάχιστον 2 οντοτήτων με σκοπό την απόκτηση κέρδους.

Σύμφωνα με την Πολωνική Νομοθεσία, αναγνωρίζονται οι εξής μορφές επιχείρησης:

Ατομική Εταιρία (Ελεύθερος Επαγγελματίας) *Własna działalność gospodarcza*

Είναι η πιο απλή μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας για μικρές εταιρίες. Μπορεί να ιδρυθεί από ένα πρόσωπο, του οποίου το όνομα μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως όνομα της επιχείρησης.

- Είναι η πιο απλή μορφή επιχείρησης



- Μπορεί να ιδρυθεί από φυσικά πρόσωπα
- Η σύστασή της μπορεί να γίνει διαδικτυακά μέσω του Κεντρικού Μητρώου Οικονομικής Δραστηριότητας (CEIDG)
- Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης
- Η οικονομική δραστηριότητα είναι αλληλένδετα συνδεδεμένη και εξαρτάται από τον φορολογικό συντελεστή
 - Η τήρηση λογιστικών βιβλίων γίνεται απλούστερη κατά την φορολόγηση σε γενική βάση (φορολογική κλίματα και φορολογικός συντελεστής), και εφόσον οι εισροές το προηγούμενο έτος δεν ξεπερνούν το ποσό των 2.000.000 ευρώ.
 - Για κατ' αποκοπή ποσά, απαιτούνται καταγραφές ποσών .
 - Δεν υπάρχει υποχρέωση διατήρησης των λογιστικών βιβλίων για την φορολογική κάρτα.
- Ο επιχειρηματίας έχει απεριόριστη ευθύνη, με την προσωπική του περιουσία, έναντι των εταιρικών υποχρεώσεων.
- Ο όνομα της επιχείρησης πρέπει να συμπεριλαμβάνει το όνομα του αιτούντα, π.χ. Κωνσταντίνος Παπακωνσταντίνου. Απαιτείται η εκχώρηση και άλλων στοιχείων/χαρακτηριστικών της επιχείρησης όπως η περιγραφή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, κλπ.
- Ο επιχειρηματίας είναι ο μοναδικός εταίρος της επιχείρησης και της δραστηριότητας της
- Ο επιχειρηματίας μπορεί να φορολογηθεί (φόρος εισοδήματος φυσικών προσώπων)
- Ο επιχειρηματίας υπόκειται σε συντελεστή ΦΠΑ

Το βασικό μειονέκτημα της είναι ότι ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει όλο το επιχειρηματικό ρίσκο. Επίσης, υπάρχει δυσκολία στην ανάπτυξη της επιχείρησης λόγω έλλειψης κεφαλαίου και περιορισμένης πρόσβασης σε αγορές κεφαλαίου. Συνίστανται για επιχειρήσεις μικρού μεγέθους.

Αστική Εταιρεία (Civil Partnership)

Η διαδικασία σύστασης μίας Αστικής Εταιρείας διέπεται βάση του Άρθρου 860 του Αστικού Κώδικα, 23/4/1964. Οι εταίροι φέρουν ευθύνη επίτευξης ενός κοινού οικονομικού σκοπού έως του ποσοστού συνεισφοράς τους.

Ομόρρυθμη Εταιρεία (Registered Partnership)

Σύμφωνα με τον νόμο, η Ομόρρυθμη Εταιρεία είναι μία προσωπική εταιρεία η οποία ιδρύεται για δικό της λογαριασμό της και όχι για λογαριασμό μίας άλλης εμπορικής εταιρείας. Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη με την προσωπική τους περιουσία έναντι των υποχρεώσεων της εταιρείας.

Επαγγελματική Εταιρεία (Professional Partnership)

Η επιχειρηματική δραστηριότητα της εταιρείας διεξάγεται αποκλειστικά από άτομα που έχουν δικαίωμα άσκησης ανεξάρτητου επαγγέλματος (π.χ. γιατροί, αρχιτέκτονες).

Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Limited Partnership)

Η σύσταση μίας Ετερόρρυθμης Εταιρείας απαιτεί τουλάχιστον ένα ομόρρυθμο και έναν ετερόρρυθμο εταίρο. Ο ομόρρυθμος εταίρος έχει απεριόριστη ευθύνη με την προσωπική του περιουσία έναντι των υποχρεώσεων της εταιρίας, ενώ ο ετερόρρυθμος εταίρος έχει περιορισμένη ευθύνη έως του ποσού συνεισφοράς του. Απαιτείται η εγγραφή της εταιρείας στο KRS – Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων .

Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Limited Liability Company)

Η εταιρία περιορισμένης ευθύνης είναι μία εταιρία με νομική ιδιότητα. Μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον ένα πρόσωπο. Οι ιδρυτές της μπορεί να είναι είτε νομικά ή φυσικά πρόσωπα, ανεξαρτήτου προέλευσης ή εθνικότητα. Απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης το οποίο ανέρχεται στο ποσό των PLN 5000,00. Οι εταίροι που είναι μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου έχουν απεριόριστη ευθύνη έναντι των εταιρικών υποχρεώσεων, ενώ οι υπόλοιποι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη έως του ποσού συνεισφοράς τους

Ανώνυμη Εταιρεία (Joint Stock Company)

Η ΑΕ μπορεί αν ιδρυθεί από τουλάχιστον ένα πρόσωπο, το οποίο έχει απεριόριστη ευθύνη έναντι των υποχρεώσεων της επιχείρησης. Απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης το οποίο ανέρχεται στο ποσό των PLN 50.000. Μπορεί να καθοριστεί Εποπτικό Συμβούλιο για την επίβλεψη της εταιρίας. Το Εποπτικό Συμβούλιο έχει την μόνιμη επίβλεψη της δραστηριότητας της εταιρίας, σε όλους τους πιθανούς τομείς δραστηριότητας.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφτείτε τον σύνδεσμο:

<https://www.bpg.pl/>

Είδος Εταιρίας	Αστική Εταιρεία	ΟΕ	Επαγγελματική Εταιρία	ΕΕ	Συνεταιρισμός Περιορισμένης Ευθύνης	ΕΠΕ	ΑΕ
Ελάχιστος αριθμός μετόχων/εταίρων	Τουλάχιστον 2 μέτοχοι (φυσικά πρόσωπα, νομικά πρόσωπα, ή μέλη οργανισμών με νομική ιδιότητα)	Τουλάχιστον 2 μέτοχοι (φυσικά πρόσωπα, νομικά πρόσωπα, ή μέλη οργανισμών με νομική ιδιότητα)	Τουλάχιστον 2 φυσικά πρόσωπα με άδεια άσκησης επαγγέλματος	Τουλάχιστον 2 μέτοχοι (φυσικά πρόσωπα, νομικά πρόσωπα, ή μέλη οργανισμών με νομική ιδιότητα), συμπεριλαμβανομένου ενός ομόρρυθμου και ενός ετερόρρυθμου εταίρου	Τουλάχιστον 2 μέτοχοι (φυσικά πρόσωπα, νομικά πρόσωπα, ή μέλη οργανισμών με νομική ιδιότητα), συμπεριλαμβανομένου ενός ομόρρυθμου ετέρου και ένας μετόχου.	Τουλάχιστον 2 μέτοχοι (φυσικά πρόσωπα, νομικά πρόσωπα, ή μέλη οργανισμών με νομική ιδιότητα)	Τουλάχιστον 1 πρόσωπο (φυσικά πρόσωπα, νομικά πρόσωπα, ή μέλη οργανισμών με νομική ιδιότητα).
Σύναψη καταστατικού	Συμβ/γράφο	Συμβ/γράφο	Συμβ/γράφο	Συμβ/γράφο	Συμβ/γράφο	Συμβ/γράφο	Συμβ/γράφο
Προϋποθέσεις Επωνυμίας	Όταν οι εταίροι είναι φυσικά πρόσωπα, στη επωνυμία χρειάζεται να περιλαμβάνεται τουλάχιστον το όνομα και το επώνυμο όλων των εταίρων μαζί με την	Στην επωνυμία χρειάζεται να περιλαμβάνεται το όνομα ενός τουλάχιστον εταίρου, μαζί με την ένδειξη "spółka z ograniczoną odpowiedzialnością" στο τέλος ή "sp. j."	Στην επωνυμία χρειάζεται να περιλαμβάνεται το όνομα ενός τουλάχιστον εταίρου, μαζί με την ένδειξη "& sygn." ή, το είδος του επαγγέλματος (π.χ.	Στην επωνυμία χρειάζεται να περιλαμβάνεται το όνομα ενός τουλάχιστον ομόρρυθμου εταίρου μαζί με την ένδειξη "spółka komandytowa" (Ετερόρρυθμη Εταιρία) ή "sp. k." στο τέλος.	Στην επωνυμία χρειάζεται να περιλαμβάνεται το όνομα ενός τουλάχιστον εταίρου μαζί με την ένδειξη «komandytowo-akcyjna»	Στην επωνυμία μπορεί να οποιοδήποτε όνομα μαζί με την ένδειξη "spółka z ograniczoną odpowiedzialnością" (εταιρεία περιορισμένης	Στην επωνυμία μπορεί να οποιοδήποτε όνομα μαζί με την ένδειξη "spółka akcyjna" (ανώνυμη εταιρεία) ή "S.A." στο τέλος.

Είδος Εταιρίας	Αστική Εταιρεία	ΟΕ	Επαγγελματική Εταιρεία	ΕΕ	Συνεταιρισμός Περιορισμένης Ευθύνης	ΕΠΕ	ΑΕ
Σημεία Έναρξης – Σύστασης	ένδειξη "spółka z ograniczoną odpowiedzialnością" (αστική εταιρεία) στο τέλος ή την συντομογραφία S.C.		αρχιτέκτονες) και την ένδειξη "sp. z o.o." στο τέλος	Δεν μπορεί αν περιλαμβάνεται το όνομα ενός ετερόρρυθμου εταίρου.	(Συνεταιρισμός Περιορισμένης Ευθύνης) ή το "S.K.A.", στο τέλος.	ευθύνης) ή "sp. z o.o." στο τέλος.	
	Ο κάθε εταίρος εγγράφεται στο Κεντρικό Μητρώο Οικονομικής Δραστηριότητας	Πολωνικό Μητρώο Επιχειρήσεων(KRS – Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων). Δύναται διαδικτυακή εγγραφή μέσω S24	Πολωνικό Μητρώο Επιχειρήσεων(KRS – Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων).	Πολωνικό Μητρώο Επιχειρήσεων(KRS – Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων). Δύναται διαδικτυακή εγγραφή μέσω S24	Πολωνικό Μητρώο Επιχειρήσεων(KRS – Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων).	Πολωνικό Μητρώο Επιχειρήσεων(KRS – Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων). Δύναται διαδικτυακή εγγραφή μέσω S24	Πολωνικό Μητρώο Επιχειρήσεων(KRS – Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων).
	0	0	0	0	50,000 PLN. Η αξία κάθε μετοχής είναι τουλάχιστον 0.01 PLN	5,000 PLN. Η αξία κάθε μετοχής είναι τουλάχιστον 50 PLN	100,000 PLN. Η αξία κάθε μετοχής είναι τουλάχιστον 0.01 PLN
Λογιστική	Απλή/μερική διαδικασία εφόσον οι εταίροι είναι φυσικά πρόσωπα και τα έσοδα τους το προηγούμενο έτος δεν ξεπερνούν	Απλή διαδικασία εφόσον οι εταίροι είναι φυσικά πρόσωπα και τα έσοδα τους το προηγούμενο έτος δεν ξεπερνούν το	Απλή διαδικασία εφόσον οι εταίροι είναι φυσικά πρόσωπα και τα έσοδα τους το προηγούμενο έτος δεν ξεπερνούν το	Πλήρης τήρηση λογιστικών βιβλίων	Πλήρης τήρηση λογιστικών βιβλίων	Πλήρης τήρηση λογιστικών βιβλίων	Πλήρης τήρηση λογιστικών βιβλίων

Είδος Εταιρίας	Αστική Εταιρεία	ΟΕ	Επαγγελματική Εταιρεία	ΕΕ	Συνεταιρισμός Περιορισμένης Ευθύνης	ΕΠΕ	ΑΕ
	το ποσό των 2.000.000 ευρώ..	ποσό των 2.000.000 ευρώ.	ποσό των 2.000.000 ευρώ.				
Αποπληρωμή ή φόρου εισοδήματος	Η εταιρία δεν έχει νομική ιδιότητα. Οι εταίροι κάνουν αποπληρωμή του φόρου εισοδήματος	Η εταιρία δεν έχει νομική ιδιότητα. Οι εταίροι κάνουν αποπληρωμή του φόρου εισοδήματος	Η εταιρία δεν έχει νομική ιδιότητα. Οι εταίροι κάνουν αποπληρωμή του φόρου εισοδήματος	Η εταιρία δεν έχει νομική ιδιότητα. Οι εταίροι κάνουν αποπληρωμή του φόρου εισοδήματος	Φόρος εισοδήματος εταιρείας 19% ή 9%	Φόρος εισοδήματος εταίρων 19% ή 9%	Φόρος εισοδήματος εταίρων 19% ή 9%
Διαχείριση	-	-	Διοικητικό Συμβούλιο		1) Γενική συνέλευση 2) Εποπτικό Συμβούλιο (αν υπάρχουν πάνω από 25 μέτοχοι)	1) Γενική Συνέλευση 2) Διοικητικό Συμβούλιο 3) Εποπτικό Συμβούλιο και/η Επιτροπή Ελέγχου ή και τα δύο αν το εταιρικό κεφάλαιο ξεπερνά το ποσό των 500,000 PLN και ο αριθμός των	1) Γενική Συνέλευση 2) Διοικητικό Συμβούλιο 3) Εποπτικό Συμβούλιο

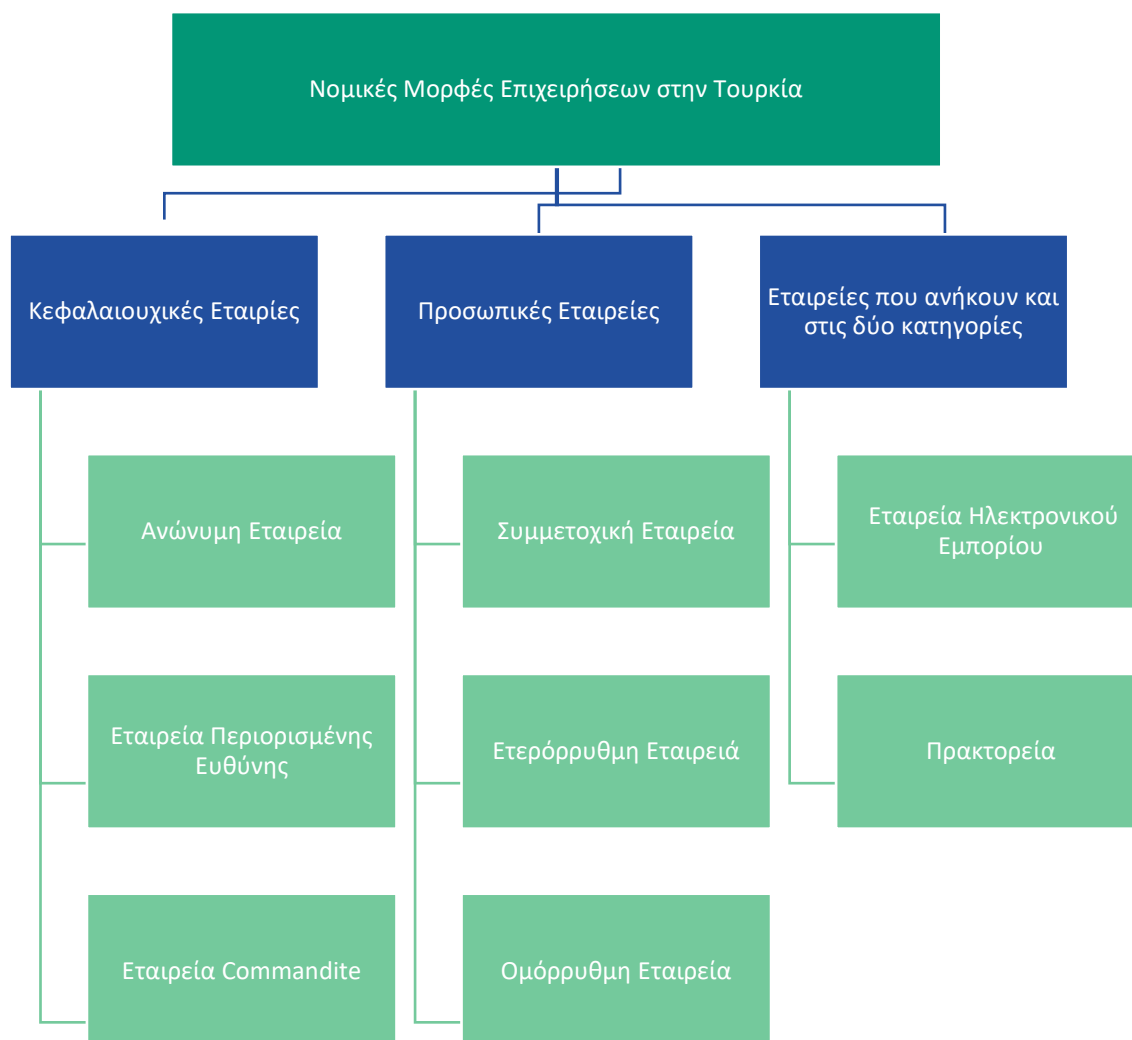
Είδος Εταιρίας	Αστική Εταιρεία	ΟΕ	Επαγγελματική Εταιρεία	ΕΕ	Συνεταιρισμός Περιορισμένης Ευθύνης	ΕΠΕ	ΑΕ
						μετόχων ξεπερνά τους 25.	
Εκπροσώπηση	Ο κάθε εταίρος, εκτός και εάν στο καταστατικό προβλέπεται κάτι διαφορετικό	Ο κάθε εταίρος, εκτός και εάν στο καταστατικό προβλέπεται κάτι διαφορετικό	Ο κάθε εταίρος	Ο ομόρρυθμος εταίρος μπορεί να εκπροσωπήσει την επιχείρηση την εταιρεία ανεξάρτητα. Σε αντίθεση με τον ετερόρρυθμο εταίρο που χρειάζεται εξουσιοδότηση	Ο ομόρρυθμος εταίρος μπορεί να εκπροσωπήσει την επιχείρηση την εταιρεία ανεξάρτητα. Σε αντίθεση με τον ετερόρρυθμο εταίρο που χρειάζεται εξουσιοδότηση	Διοικητικό Συμβούλιο	Διοικητικό Συμβούλιο
Ευθύνη μετόχων/εταίρων	Περιορισμένη ευθύνη εταίρων με την προσωπική τους περιουσία	Περιορισμένη ευθύνη εταίρων με την προσωπική τους περιουσία	Περιορισμένη ευθύνη εταίρων έως του ποσού συνεισφοράς τους. Στο καταστατικό αναγράφεται ποιοι εταίροι έχουν απεριόριστη ευθύνη έναντι των εταιρικών υποχρεώσεων	Απεριόριστη ευθύνη του ομόρρυθμου εταίρου με την προσωπική του περιουσία και περιορισμένη ευθύνη του ετερόρρυθμου εταίρου έως του ποσού συνεισφοράς του	Απεριόριστη ευθύνη του ομόρρυθμου εταίρου με την προσωπική του περιορισμένη ευθύνη του ετερόρρυθμου εταίρου έως του	Απεριόριστη ευθύνη των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου με την προσωπική τους περιουσία	Περιορισμένη ευθύνη εταίρων έως του ποσού συνεισφοράς τους

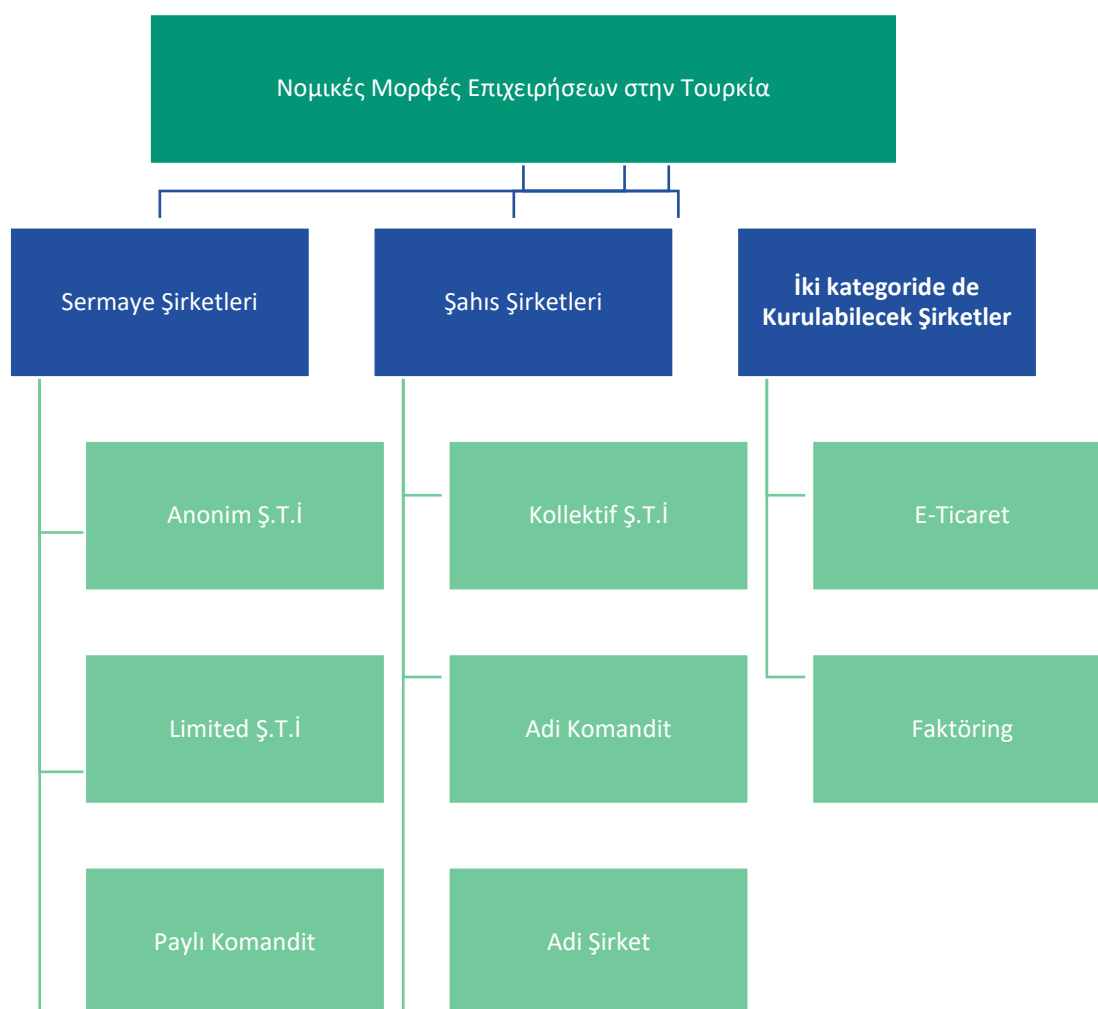
Είδος Εταιρίας	Αστική Εταιρεία	ΟΕ	Επαγγελματική Εταιρεία	ΕΕ	Συνεταιρισμός Περιορισμένης Ευθύνης	ΕΠΕ	ΑΕ
Διανομή κερδών					ποσού συνεισφοράς του		
	Ίση διανομή κερδών σε όλους τους εταίρους	Ίση διανομή κερδών σε όλους τους εταίρους, μαζί με το δικαίωμα να ζητήσουν 5% τόκο ετησίως στο μερίδιο κεφαλαίου τους.	Διανομή κερδών στους εταίρους έως του μεριδίου του συνεισφοράς τους. Οι εταίροι έχουν δικαίωμα να ζητήσουν 5% τόκο ετησίως στην καταβολή κεφαλαίου τους.	Ίση διανομή κερδών μεταξύ ομόρρυθμων εταίρων και διαμονή κερδών σε ετερόρρυθμους εταίρους έως του μεριδίου συνεισφοράς τους	Ίση διανομή κερδών μεταξύ ομόρρυθμων εταίρων και διαμονή κερδών σε ετερόρρυθμους εταίρους έως του μεριδίου συνεισφοράς τους	Διανομή κερδών σε εταίρους σύμφωνα με την απόφαση της γενικής συνέλευσης και τον ετήσιο ισολογισμό. Το κέρδος διαμοιράζεται ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών	Διανομή κερδών σε εταίρους σύμφωνα με την απόφαση της γενικής συνέλευσης και τον ετήσιο ισολογισμό. Το κέρδος διαμοιράζεται ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών

2.1.4 Τουρκία

Στην Τουρκία, με τον όρο εταιρεία νοείται μια νομική μορφή η οποία μπορεί να ιδρυθεί από ένα ή περισσότερα άτομα με σκοπό την παραγωγή προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών για την απόκτηση κέρδος και την συνεισφορά στην κοινωνία. Όλες οι εταιρείες ιδρύονται σύμφωνα με τη Τουρκική Εμπορική Νομοθεσία (ΤΤΚ. Υπάρχει μεγάλη ποικιλία όσον αφορά τα είδη επιχειρήσεων, οι οποίες ξεχωρίζουν μεταξύ του βάσης του σκοπού τους. Στο όνομα κάθε επιχείρησης, συνήθως, υπάρχει μία συντομογραφία η οποία υποδηλώνει τη νομικής της μορφή.







Τύποι Επιχειρήσεων και Χαρακτηριστικά

Α) ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

1. Ανώνυμη Εταιρεία
2. Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης
3. Εταιρεία Comandite

Β) ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

1. Συμμετοχική Εταιρεία
2. Ετερόρρυθμη Εταιρεία
3. Ομόρρυθμη Εταιρεία

Γ) ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΟΥ ΑΝΗΚΟΥΝ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΔΥΟ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

1. Εταιρεία Ηλεκτρονικού Εμπορίου
2. Πρακτορεία

A. Κεφαλαιουχικές εταιρείες

Πρόκειται για εταιρείες που έχουν σαν βασικό σκοπό το κεφάλαιο δημιουργούν αξία από τον τρόπο διαχείρισής τους. Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη έως το ποσού συνεισφοράς του έναντι των επιχειρηματικών υποχρεώσεων. Εάν ένας εταίρος αποφασίσει να αποχωρήσει οι μετοχές του μπορούν να μεταφερθούν ή να πουληθούν σε κάποιον άλλο εταίρο. Βασικό χαρακτηριστικό αυτών των εταιριών είναι η ανεξαρτησία μεταξύ του δικαιώματος διαχείρισης και του μεριδίου κεφαλαίου.. Στις κεφαλαιουχικές εταιρείες ανήκουν οι: ΑΕ, ΕΠΕ, Εταιρεία Comandite.

A1. ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (ΑΣ)

Πρόκειται για μία από τις καταλληλότερες μορφές επιχείρησης, η οποία μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον 5 φυσικά ή νομικά πρόσωπα, που στοχεύουν στην πραγματοποίηση οικονομικών δραστηριοτήτων για τη διασφάλιση συγκέντρωσης υψηλού κεφαλαίου. Απαιτείται ελάχιστον κεφάλαιο ίδρυσης που ανέρχεται στο ποσό των 50.000 TL. Στο όνομα της εταιρείας πρέπει να συμπεριλαμβάνεται η ένδειξη Α.Ε στο τέλος. Την εταιρεία διαχειρίζεται το Διοικητικό Συμβούλιο, η Γενική Συνέλευση και η ομάδα Ελέγχου.

A2. ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (LTD.ŞTİ.)

Η ΕΠΕ μπορεί να ιδρυθεί από 2 τουλάχιστον νομικά ή φυσικά πρόσωπα με σκοπό η συγκέντρωση κεφαλαίου. Σύμφωνα με τον νόμο ο αριθμός των συνολικών εταίρων δεν μπορεί να ξεπεράσει τους 50 και το κεφάλαιο του καθενός δεν μπορεί να είναι κάτω των 10,000 TL. Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη έναντι των υποχρεώσεων της επιχείρησης όπως αυτή ορίζεται στη σύμβασή τους. Την εταιρεία διαχειρίζεται η Διαχειριστική Ομάδα, η οποία αποτελείται από Διευθυντές, και σε περίπτωση που αυτοί υπερβούν τους 20, σχηματίζεται ένα Εποπτικό Συμβούλιο και μία Γενική Συνέλευση.

A3. ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ COMMANDITE

Η Εταιρεία Commandite είναι ένα είδος εταιρείας στην οποία το κεφάλαιο χωρίζεται σε μετοχές. Μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον 5 πρόσωπα. Ένας ή παραπάνω εταίροι έχουν απεριόριστη ευθύνη στις υποχρεώσεις της εταιρείας, ενώ για τους υπόλοιπους η ευθύνη είναι περιορισμένη. Το δικαίωμα διαχείρισης και εκπροσώπησης της εταιρείας έχουν οι εταίροι της.

B. Προσωπικές Εταιρείες

Οι προσωπικές εταιρείες είναι οι εταιρείες που έχουν νομική προσωπικότητα και οι εταίροι της έχουν απεριόριστη ευθύνη στην επίτευξη των κοινών οικονομικών συμφερόντων. Μπορούν να ιδρυθούν από τουλάχιστον ένα πρόσωπο, όμως μεταβίβαση εταιρικών σχέσεων είναι αρκετά δύσκολη διαδικασία, λόγω του ότι συνήθως ο αριθμός εταίρων είναι μικρός. Για να μπορέσει με μεταφερθεί το μερίδιο ενός εταίρου σε έναν άλλο πρέπει να συμφωνήσουν όλοι οι εταίροι αλλιώς δεν μπορεί να γίνει η μεταβίβαση. Όλοι οι εταίροι έχουν ευθύνη για τις υποχρεώσεις της επιχείρησης.

B1. ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η Συμμετοχική Εταιρεία μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον 2 πρόσωπα. Οι εταίροι έχουν απεριόριστη ευθύνη έναντι των υποχρεώσεων της εταιρείας.

B2. ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Αν και σπάνιο είδος εταιρείας, οι ετερόρρυθμες εταιρίες είναι εταιρίες μεταξύ νόμιμων και φυσικών προσώπων. Στις ετερόρρυθμες εταιρίες, ένας ή παραπάνω εταίροι έχουν απεριόριστη ευθύνη έναντι των υποχρεώσεων της επιχείρησης, ενώ οι υπόλοιποι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη. Οι εταίροι με απεριόριστη ευθύνη μπορεί αν είναι φυσικά πρόσωπα και αποκαλούνται “commandite” ενώ οι εταίροι με περιορισμένη ευθύνη είναι νομικά πρόσωπα και αποκαλούνται “commanditer”. Σε περιπτώσεις που τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης είναι ανεπαρκή στις απαιτήσεις της εταιρείας, τα προσωπικά περιουσιακά στοιχεία των διαχειριστών της μπορούν να κατασχεθούν.

B3. ΟΜΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η ΟΕ μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον δύο πρόσωπα τα οποία συνδυάζουν την εργασία και περιουσία τους για την επίτευξη ενός συγκεκριμένου εμπορικού σκοπού. Η εταιρεία δεν διαθέτει δικά της περιουσιακά στοιχεία και δεν έχει νομική προσωπικότητα. Για αυτό το λόγο, η εταιρεία έχει μερίδιο στα περιουσιακά στοιχεία των εταίρων της οι οποίοι πρέπει να ενεργούν από κοινού όσον αφορά τις υποχρεώσεις της εταιρείας.

Γ. Εταιρείες που ανήκουν και στις δύο κατηγορίες

C1. ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Οι Εταιρείες Ηλεκτρονικού Εμπορίου στοχεύουν στο να προσφέρουν πιο ελκυστικές υπηρεσίες και προϊόντα και να πραγματοποιούν πωλήσεις ηλεκτρονικά, όπου οι πελάτες μπορούν να αγοράσουν οποιαδήποτε στιγμή και πληρώσουν σε ένα ψηφιακό περιβάλλον σε αντίθεση με ένα φυσικό κατάστημα. Οι διαδικασίες ίδρυσης και λειτουργίας ποικίλουν ανάλογα με την εταιρεία.

C2. ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ

Τα πρακτορεία είναι εταιρείες που χρησιμοποιούνται για εγχώριο και εξωτερικό εμπόριο, κυρίως για βραχυπρόθεσμες πωλήσεις προϊόντων. Ως πρακτόρευση που ορίζεται και η συνολική υπηρεσία που παρέχεται για τις απαιτήσεις των πιστωτών στις εμπορικές συναλλαγές. Οι εταιρείες που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία απευθύνονται σε τρεις τομείς: τη χρηματοδότηση, είσπραξη και εγγύηση. Η ίδρυση και η λειτουργία των εταιρειών factoring υπόκεινται στους κανονισμούς που καθορίζονται από το BDDK.



image from Tyler Franta / unsplash.com

2.2 Διαδικασία σύστασης επιχείρησης

Φορολογικός Συντελεστής (2020)

24% Ελλάδα

19% Πολωνία

25% Ισπανία

22% Τουρκία

Μπορείτε να βρείτε τον φορολογικό συντελεστή της κάθε χώρας στον παρακάτω σύνδεσμο:

<https://tradingeconomics.com/countries>

2.2.1 Ελλάδα

ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η διαδικασία σύστασης μιας ατομικής εταιρείας περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

1. Ιδιωτικό συμφωνητικό μίσθωσης θεωρημένο από την Δ.Ο.Υ του εκμισθωτή ή συμβόλαιο αγοράς ακινήτου
2. Εγγραφή του επιχειρηματία στον Οργανισμό Ασφάλισης Ελεύθερων Επαγγελματιών (Ο.Α.Ε.Ε).
3. Προέγκριση Επωνυμίας – Βεβαίωση Επωνυμίας και Διακριτικού Τίτλου από το τοπικό Επιμελητήριο
4. Εγγραφή της εταιρείας στη Δ.Ο.Υ
Δικαιολογητικά
 - Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας
 - Το συμβόλαιο αγοράς ακινήτου ή μισθωτήριο συμβόλαιο
 - Την βεβαίωση εγγραφής ή απαλλαγής από αρμόδιο Ασφαλιστικό Φορέα
 - Προέγκριση της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου
5. Εγγραφή της εταιρείας στο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο για τη λήψη του Πιστοποιητικού Εγγραφής και Καταβολής των ετήσιων εισφορών, το οποίο εξαρτάται από την επιχειρηματική δραστηριότητα.
6. Για τις εταιρείες που εκτελούν συγκεκριμένες δραστηριότητες απαιτείται επίσης η έκδοση Άδειας Λειτουργίας.

[Νόμος ν.4172/2013](#)

Ο.Ε και Ε.Ε

Η διαδικασία σύστασης μίας Ο.Ε ή Ε.Ε πραγματοποιείται μέσω της Υπηρεσίας Μίας Στάσης (e-ΥΣΜ), και χωρίζεται σε δύο φάσεις.

Η πρώτη φάση περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες που χρειάζεται να γίνουν προτού προχωρήσετε στην Υπηρεσία Μίας Στάσης.



- 1.1 Σύνταξη καταστατικού εταιρείας. Πρόκειται για ένα ιδιωτικό συμφωνητικό που υπογράφεται από όλους τους εταίρου. Σύμφωνα με τον νόμο, περιλαμβάνει τα εξής:
 - Επωνυμία εταιρείας
 - Σκοπός εταιρείας
 - Προσωπικά στοιχεία των εταίρων
 - Τα ονόματα των εταίρων διαχείρισης και εκπροσώπησης
 - Διάρκεια εταιρείας
 - Συμμετοχή των εταίρων στα κέρδη και τις ζημιές της εταιρείας
- 1.2 Έδρα εταιρείας. Εάν ο χώρος μισθώνεται απαιτείται μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή, ενώ εάν ο χώρος είναι ιδιόκτητος απαιτείται αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς του ακινήτου.
- 1.3 Φορολογικά και ασφαλιστικά έγγραφα όλων των ιδρυτών/εταίρων.
- 1.4 Ορισμός του νόμιμου εκπροσώπου της εταιρείας

Η δεύτερη φάση περιλαμβάνει την εγγραφή της εταιρείας στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.ΜΗ) μαζί με την υποβολή των ακόλουθων εγγράφων στην Υπηρεσία Μίας Στάσης:

- 2.1 Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας για τους Έλληνες υπηκόους, Δελτίο Αστυνομική Ταυτότητας ή Διαβατήριο για τους υπηκόους της ΕΕ, και Διαβατήριο για τους υπηκόους τρίτων χωρών και Άδεια Διαμονής εάν διαμένουν στη χώρα.
- 2.2 Καταστατικό της εταιρείας (υπογεγραμμένο από τον νόμιμο εκπρόσωπο και όλους τους εταίρους) σε ηλεκτρονική και έντυπη μορφή.
- 2.3 Αποδεικτικό της Τραπεζικής Κατάθεσης που έγινε στο Γ.Ε.ΜΗ στη διαδικασία εγγραφής
- 2.4 Αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς ακινήτου ή το μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή
- 2.5 Συμφωνητικά που συμπληρώνονται και υπογράφονται μόνο από τον νόμιμο εκπρόσωπο της εταιρείας
- 2.6 Πληρωμή του κόστους εγκατάστασης
- 2.7 Όλα τα απαραίτητα έγγραφα για την εγγραφή στο Μητρώο ΦΠΑ

Για την Ο.Ε νόμος [ν.4072/2012 \[Άρθρο 249 έως 270\]](#) & νόμος [ν.4072/2013](#)

Για την Ε.Ε νόμος [ν.4072/2012 \[Άρθρο 271 έως 292\]](#) & νόμος [ν.4072/2013](#)

I.K.E

Η διαδικασία σύστασης μίας Ι.Κ.Ε πραγματοποιείται μέσω του Γ.Ε.ΜΗ (παρόμοια διαδικασία με αυτή των Ο.Ε και Ε.Ε.).

1. Σύνταξη καταστατικού εταιρείας. Πρόκειται για ένα ιδιωτικό συμφωνητικό που υπογράφεται από όλους τους εταίρου. Σύμφωνα με τον νόμο, περιλαμβάνει τα εξής:
 - Επωνυμία εταιρείας
 - Σκοπός εταιρείας
 - Προσωπικά στοιχεία των εταίρων
 - Τα ονόματα των εταίρων διαχείρισης και εκπροσώπησης
 - Διάρκεια εταιρείας
 - Συμμετοχή των εταίρων στα κέρδη και τις ζημιές της εταιρείας
2. Έδρα εταιρείας. Εάν ο χώρος μισθώνεται απαιτείται μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή, ενώ εάν ο χώρος είναι ιδιόκτητος απαιτείται αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς του ακινήτου.
3. Φορολογικά και ασφαλιστικά έγγραφα όλων των ιδρυτών/εταίρων
4. Ορισμός του νόμιμου εκπροσώπου της εταιρείας.
5. Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας για τους Έλληνες υπηκόους, Δελτίο Αστυνομική Ταυτότητας ή Διαβατήριο για τους υπηκόους της ΕΕ, και Διαβατήριο για τους υπηκόους τρίτων χωρών και Άδεια Διαμονής εάν διαμένουν στη χώρα.
6. Καταστατικό της εταιρείας (υπογεγραμμένο από τον νόμιμο εκπρόσωπο και όλους τους εταίρους) σε ηλεκτρονική και έντυπη
7. Αποδεικτικό της Τραπεζικής Κατάθεσης που έγινε στο Γ.Ε.ΜΗ στη διαδικασία εγγραφής
8. Αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς ακινήτου ή το μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή
9. Συμφωνητικά που συμπληρώνονται και υπογράφονται μόνο από τον νόμιμο εκπρόσωπο της εταιρείας
10. Πληρωμή του κόστους εγκατάστασης
11. Όλα τα απαραίτητα έγγραφα για την εγγραφή στο Μητρώο ΦΠΑ

[Νόμος ν.4072/2012 \[Άρθρο 43 έως 120\] & νόμος ν.4072/2013](#)

Ε.Π.Ε

Η διαδικασία σύστασης της Ε.Π.Ε πραγματοποιείται μέσω του Γ.Ε.ΜΗ και της Υπηρεσίας Μίας Στάσης (e-ΥΣΜ). Όπως και στην προηγούμενη περίπτωση, υπάρχουν πολλές ομοιότητες με τα στάδια ίδρυσης των Ο.Ε και Ε.Ε.

Η πρώτη φάση περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες που χρειάζεται να γίνουν προτού προχωρήσετε στην Υπηρεσία Μίας Στάσης .

1.1 Σύνταξη καταστατικού εταιρείας με συμβολαιογράφο ή δικηγόρο. Σύμφωνα με το νόμο, το καταστατικό χρειάζεται να περιλαμβάνει:

- Επωνυμία εταιρείας
- Σκοπός εταιρείας
- Προσωπικά στοιχεία των εταίρων
- Τα ονόματα των εταίρων διαχείρισης και εκπροσώπησης
- Διάρκεια εταιρείας
- Συμμετοχή των εταίρων στα κέρδη και τις ζημιές της εταιρείας
- Εταιρικό κεφάλαιο και τα εταιρικά μερίδια συμπεριλαμβανομένου των χρηματικών καταβολών και τις εισφορές σε είδος
- Πιθανές συμφωνίες μεταξύ εταίρων για πρόσθετες εισφορές, μεταβίβαση μετοχών, απόσυρση εταίρου για λόγους οι οποίοι δεν προβλέπονται βάση νόμου ή εσωτερικού κανονισμού

1.2 Έδρα εταιρείας. Εάν ο χώρος μισθώνεται απαιτείται μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή, ενώ εάν ο χώρος είναι ιδιόκτητος απαιτείται αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς του ακινήτου.

1.3 Φορολογικά και ασφαλιστικά έγγραφα όλων των ιδρυτών/εταίρων.

1.4 Ορισμός του νόμιμου εκπροσώπου της εταιρείας

Η δεύτερη φάση περιλαμβάνει την υποβολή των εγγράφων στο συμβολαιογράφο/δικηγόρο, καθώς και την υποβολή τους στην Υπηρεσία Μίας Στάσης:

2.1 Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας για τους Έλληνες υπηκόους, Δελτίο Αστυνομική Ταυτότητας ή Διαβατήριο για τους υπηκόους της ΕΕ, και Διαβατήριο για τους υπηκόους τρίτων χωρών και Άδεια Διαμονής εάν διαμένουν στη χώρα.

2.2 Καταστατικό της εταιρείας (υπογεγραμμένο από τον νόμιμο εκπρόσωπο και όλους τους εταίρους) σε ηλεκτρονική και έντυπη μορφή.

2.3 Αποδεικτικό της Τραπεζικής Κατάθεσης που έγινε στη διαδικασία εγγραφής

2.4 Αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς ακινήτου ή το μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή

2.5 Όλα τα απαραίτητα έγγραφα για την εγγραφή στο Μητρώο ΦΠΑ

Νόμος [ν.3190/1955](#) & νόμος [ν.4541/2018](#) & νόμος [ν.4072/2013](#)

A.E

Η διαδικασία σύστασης της Α.Ε πραγματοποιείται μέσω του Γ.Ε.ΜΗ και της Υπηρεσίας Μίας Στάσης (e-ΥΣΜ) και περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

1. Σύνταξη καταστατικού εταιρείας με συμβολαιογράφο. Το καταστατικό περιλαμβάνει:
 - Επωνυμία εταιρείας
 - Σκοπός εταιρείας
 - Προσωπικά στοιχεία των εταίρων
 - Τα ονόματα των εταίρων διαχείρισης και εκπροσώπησης
 - Διάρκεια εταιρείας
 - Συμμετοχή των εταίρων στα κέρδη και τις ζημιές της εταιρείας
 - Εταιρικό κεφάλαιο και τα εταιρικά μερίδια συμπεριλαμβανομένου των χρηματικών καταβολών και τις εισφορές σε είδος
 - Πιθανές συμφωνίες μεταξύ εταίρων για πρόσθετες εισφορές, μεταβίβαση μετοχών, απόσυρση εταίρου για λόγους οι οποίοι δεν προβλέπονται βάση νόμου ή εσωτερικού κανονισμού
2. Έδρα εταιρείας. Εάν ο χώρος μισθώνεται απαιτείται μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή, ενώ εάν ο χώρος είναι ιδιόκτητος απαιτείται αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς του ακινήτου.
3. Φορολογικά και ασφαλιστικά έγγραφα όλων των ιδρυτών/εταίρων.
4. Αποδεικτικό της Τραπεζικής Κατάθεσης που έγινε στη διαδικασία εγγραφής
5. Αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς ακινήτου ή το μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή
6. Όλα τα απαραίτητα έγγραφα για την εγγραφή στο Μητρώο ΦΠΑ

Νόμος [ν.4548/2018](#) & [ν.2190/1920](#) & [ν.4072/2013](#)

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η διαδικασία σύστασης μίας Κοιν.Σ.Επ πραγματοποιείται μέσω του Μητρώου Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας και περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

1. Σύνταξη καταστατικού εταιρείας από τουλάχιστον 5 ιδρυτές/εταίρους/μέλη για εταιρεία κοινωνικού και συλλογικού σκοπού, και από τουλάχιστον 7 ιδρυτές/εταίρους/μέλη για εταιρεία ένταξης ευάλωτων πληθυσμιακών ομάδων. Σύμφωνα με το νόμο, το καταστατικό περιλαμβάνει:
 - Επωνυμίας εταιρείας. Το όνομα καθορίζεται από το είδος και τον σκοπό της επιχείρησης. Δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως όνομα εταιρείας το όνομα κάποιου ιδρυτή, εταίρου ή μέλους.
 - Σκοπός εταιρείας
 - Πιθανές συμφωνίες μεταξύ εταίρων για πρόσθετες εισφορές, μεταβίβαση μετοχών, απόσυρση εταίρου για λόγους οι οποίοι δεν προβλέπονται βάση νόμου ή εσωτερικού κανονισμού
 - Φορολογικά και ασφαλιστικά έγγραφα όλων των ιδρυτών/εταίρων
2. Έδρα εταιρείας. Ως έδρα καθορίζεται ο δήμος στον οποίο βρίσκεται η εταιρεία.
3. Εγγραφή της εταιρείας στην ΔΟΥ που ανήκει η έδρα της για την έναρξη
4. Βεβαίωση εγγραφής από το Μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας
5. Ηλεκτρονική υποβολή της Δήλωσης Έναρξης εργασιών στην ΔΟΥ
6. Όλα τα απαραίτητα έγγραφα για την εγγραφή στο Μητρώο ΦΠΑ

Νόμος ν.4430/2016

ΑΣΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

Η διαδικασία σύστασης ενός Αστικού Συνεταιρισμού πραγματοποιείται μέσω του Γ.Ε.ΜΗ, και περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

1. Σύνταξη καταστατικού εταιρείας από τουλάχιστον 15 εταίρους/μέλη. Σύμφωνα με το νόμο, το καταστατικό περιλαμβάνει:
 - Επωνυμίας εταιρείας. Το όνομα καθορίζεται από το είδος και τον σκοπό της επιχείρησης. Δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως όνομα εταιρείας το όνομα κάποιου ιδρυτή, εταίρου ή μέλους.
 - Σκοπός εταιρείας
 - Πιθανές συμφωνίες μεταξύ εταίρων για πρόσθετες εισφορές, μεταβίβαση μετοχών, απόσυρση εταίρου για λόγους οι οποίοι δεν προβλέπονται βάση νόμου ή εσωτερικού κανονισμού
 - Φορολογικά και ασφαλιστικά έγγραφα όλων των ιδρυτών/εταίρων
2. Έδρα εταιρείας. Ως έδρα καθορίζεται ο δήμος στον οποίο βρίσκεται η εταιρεία.
3. Σχηματισμός Διοικητικής Επιτροπής η οποία εξασφαλίζει ότι απαιτείται για την σύσταση της εταιρείας και η οποία θα διοργανώσει την πρώτη Γενική Συνέλευση στην οποία θα εκλεγεί το Διοικητικό Συμβούλιο.

Νόμος ν.1667/1896 & ν.4601/2019

ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

Η διαδικασία σύστασης ενός Αγροτικού Συνεταιρισμού πραγματοποιείται μέσω του Εθνικού Μητρώου Αγροτικών Συνεταιρισμών, και περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

1. Σύνταξη καταστατικού εταιρείας από τουλάχιστον 20 εταίρους/μέλη. Σύμφωνα με το νόμο, το καταστατικό περιλαμβάνει:
 - Επωνυμίας εταιρείας. Το όνομα καθορίζεται από το είδος και τον σκοπό της επιχείρησης. Δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως όνομα εταιρείας το όνομα κάποιου ιδρυτή, εταίρου ή μέλους.
 - Σκοπός εταιρείας
 - Πιθανές συμφωνίες μεταξύ εταίρων για πρόσθετες εισφορές, μεταβίβαση μετοχών, απόσυρση εταίρου για λόγους οι οποίοι δεν προβλέπονται βάση νόμου ή εσωτερικού κανονισμού
 - Φορολογικά και ασφαλιστικά έγγραφα όλων των ιδρυτών/εταίρων
2. Έδρα εταιρείας. Ως έδρα καθορίζεται ο δήμος στον οποίο βρίσκεται η εταιρεία.
3. Σχηματισμός Διοικητικού Συμβουλίου το οποίο θα διασφαλίσει ότι απαιτείται για την σύσταση της εταιρείας, καθώς και τις υποχρεώσεις της.

Νόμος ν.4384/2016 & ν.4673/2020

ΜΚΟ

Η διαδικασία σύστασης μίας ΜΚΟ πραγματοποιείται μέσω του Γ.Ε.ΜΗ και της Υπηρεσίας Μίας Στάσης (e-ΥΣΜ), και περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

1. Σύνταξη καταστατικού εταιρείας, όπου σύμφωνα με τον νόμο περιλαμβάνει:
 - Επωνυμία εταιρείας
 - Σκοπός εταιρείας
 - Προσωπικά στοιχεία των εταίρων
 - Τα ονόματα των εταίρων διαχείρισης και εκπροσώπησης
 - Διάρκεια εταιρείας
2. Έδρα εταιρείας. Εάν ο χώρος μισθώνεται απαιτείται μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή, ενώ εάν ο χώρος είναι ιδιόκτητος απαιτείται αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς του ακινήτου.
3. Φορολογικά και ασφαλιστικά έγγραφα όλων των ιδρυτών/εταίρων
4. Δελτίο Αστυνομικής Ταυτότητας για τους Έλληνες υπηκόους, Δελτίο Αστυνομική Ταυτότητας ή Διαβατήριο για τους υπηκόους της ΕΕ, και Διαβατήριο για τους υπηκόους τρίτων χωρών και Άδεια Διαμονής εάν διαμένουν στη χώρα.
5. Αποδεικτικό της Τραπεζικής Κατάθεσης που έγινε στη διαδικασία εγγραφής

6. Αντίγραφο του συμβολαίου αγοράς ακινήτου ή το μισθωτήριο συμβόλαιο επικυρωμένο από την αρμόδια φορολογική αρχή
7. Όλα τα απαραίτητα έγγραφα για την εγγραφή στο Μητρώο ΦΠΑ

Φορολογικοί Συντελεστές

	ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΜΚΟ	ΟΕ & ΕΕ	ΙΚΕ	ΕΠΕ	ΑΕ	ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ	ΑΣΤΙΚΟΙ ΣΥΝ.	ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΣΥΝ.
ΦΟΡΟΣ	μεταξύ 9%- 44% (εξαρτάται από το ύψος των κερδών)	N/A	29%	39.65%	39.65%	39.65%	29%	10%	13%
ΕΤΗΣΙΑ ΚΟΣΤΗ Γ.Ε.ΜΗ	30€	100 €	80 €	100 €	150 €	320 €	-	100€	-

2.2.2 Ισπανία

Συνήθως, η **διαδικασία ίδρυσης μίας εταιρείας στην Ισπανία** διαρκεί 6 με 8 εβδομάδες. Τα απαραίτητα έγγραφα/δικαιολογητικά σε κάθε περίπτωση είναι:

1. Ένα ελεύθερο προς χρήση όνομα, που θα χρησιμοποιηθεί ως επωνυμία της επιχείρησης
2. Αίτηση απόδοσης Α.Φ.Μ
3. [Έναρξη τραπεζικού λογαριασμού](#)
4. Σύνταξη καταστατικού
5. Εκτέλεση πράξης ενώπιον συμβολαιογράφου
6. Αίτηση εγγραφής της έδρας στο Εμπορικό Επιμελητήριο
7. Περίοδος εγγραφής και αξιολόγησης της αίτησης από το Εμπορικό Επιμελητήριο (15 ημέρες)
8. Απόκτηση οριστικού Α.Φ.Μ
9. Απόδοση φορολογικών υποχρεώσεων και έναρξη εργασιών

ΤΡΟΠΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ

Δημιουργία εταιρείας από νομικά πρόσωπα	Η ισπανική νομοθεσία προβλέπει διάφορες νομικές μορφές τις οποίες μπορούν να αξιοποιήσουν ξένες εταιρείες ή ιδιώτες για επενδύσεις στην Ισπανία. Οι πιο σύνηθες είναι η Α.Ε και η Ε.Π.Ε
Ατομική εταιρεία	Επιχειρηματικές δραστηριότητες που εκτελούνται από φυσικά πρόσωπα.
Υποκαταστήματα ή Μόνιμες εγκαταστάσεις Επιχείρησης	Και στις δύο περιπτώσεις η επιχειρηματική δραστηριότητα και υποχρεώσεις της επιχείρησης συνδέονται ανά πάσα στιγμή με την ξένη θυγατρική εταιρεία.
Κοινοπραξία	Επιτρέπει στα μέλη να μοιράζονται το επιχειρηματικό ρίσκο και να συνδυάζουν πόρους και εμπειρία. Μία κοινοπραξία μπορεί να συσταθεί με διάφορους τρόπους: - Μέσω ενός προσωρινού Συλλόγου (("Unión Temporal de Empresas" ή UTE).

ΤΡΟΠΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ

	- Μέσω ενός Ομίλου Οικονομικών Συμφερόντων (Economic Interest Grouping ή EIG) ή ενός Ευρωπαϊκού Ομίλου Οικονομικών Συμφερόντων (European EIG ή EEIG) - Μέσω ενός είδους “μυστικής” εταιρικής συμφωνίας (“cuenta en participación”) στην οποία απαιτείται τουλάχιστον ένας Ισπανός Επιχειρηματίας. - Μέσω υβριδικών/συμμετοχικών δανείων - Μέσω κεφαλαιουχικών εταιρειών, πχ ΕΠΕ
Χωρίς να απαιτείται απαραίτητα η ίδρυση επιχείρησης στην Ισπανία, ή η συμμετοχή σε μία ήδη υπάρχουσα επιχείρηση	Αυτό γίνεται μέσω: - Franchising. - Της υπογραφής συμφωνίας διανομής μετοχών - Της ιδιότητας αντιπροσώπου - Της ιδιότητας πράκτορα προμηθειών
Εξαγορές	Η απόκτηση μετοχών, ακινήτων ή επιχειρήσεων που βρίσκονται στην Ισπανία.
Επιχειρηματικό κεφάλαιο	Επένδυση σε επιχειρηματικά κεφάλαια

Πηγή: *Ways of doing business in Spain, ICEX*

Γενικά έγγραφα/δικαιολογητικά για χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης

Προκειμένου να αποκτήσει κάποιος Επιχειρηματική Βίζα στην Ισπανία (μάθετε περισσότερα [εδώ](#)), είναι απαραίτητο **να είναι πολίτης μία χώρας εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης**, εφόσον πληροί και τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

Χρειάζεται να είναι **άνω των 18 ετών**.

Να έχει καθαρό ποινικό μητρώο, στην Ισπανία και στην χώρα προέλευσης του επιχειρηματία, τουλάχιστον τα τελευταία 5 χρόνια πριν την αίτηση για την σύσταση της εταιρείας.

Να κατέχει όλα τα απαραίτητα έγγραφα που να αποδεικνύουν την νομιμότητα του στην Ισπανία.

Να έχει ασφάλεια υγείας (ιδιωτική ή δημόσια) με πλήρη κάλυψη στην ισπανική επικράτεια.

Να έχει επαρκή οικονομικά μέσα/οικονομικούς πόρους/εισόδημα για τον/την ίδια και την οικογένειά του. Το απαιτούμενο ποσό είναι 2,130 € για τον κύριο αιτούντα και 532 € για κάθε μέλος της οικογένειας για το οποίο είναι υπεύθυνος.

Έγγραφα/δικαιολογητικά για να αποκτήσετε την Επιχειρηματική Βίζα

Τα βασικά έγγραφα που χρειάζεστε για να αποκτήσετε την Επιχειρηματική Βίζα είναι:

Αίτηση. Πρόκειται για ένα έγγραφο στο οποίο αναφέρεται ότι επιθυμείτε να υποβάλετε αίτηση για την απόκτηση της επιχειρηματικής βίζας ή της άδειας παραμονής. Στην κάθε περίπτωση το έγγραφο διαφέρει.

Διαβατήριο.

Απόδειξη πληρωμής παράβολου.

Βεβαίωση ότι πληροίτε όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις: ότι έχετε δηλαδή επαρκή **οικονομικά μέσα, κοινωνική ασφάλιση** κ.λπ.

Επιχειρηματικό σχέδιο. Χρειάζεται να υποβάλετε το επιχειρηματικό σας σχέδιο, στο οποίο αναλύεται προσεκτικά ποια θα είναι η επιχειρηματική σας δραστηριότητα και πως αυτή θα ωφελήσει την ισπανική οικονομία. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην καινοτομία, και το θετικό αντίκτυπο στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξης της χώρας. Υποβάλετε στο Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών υποθέσεων.

Έγκριση Επιχειρηματικού Σχεδίου. Εάν το Επιχειρηματικό Σχέδιο εγκριθεί από το γραφείο οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων, η επιχειρηματική σας ιδέα θεωρείται ιδέα οικονομικού ενδιαφέροντος για την Ισπανία. Στη συνέχεια, θα είστε σε θέση να αποστείλετε αυτό το έγγραφο στο αντίστοιχο Γραφείο Μετανάστευσης προκειμένου να παραλάβετε την Επιχειρηματική Βίζα.

Επιχειρηματικότητα

Υπάρχει ένας Ισπανικό νόμος ο οποίος δίνει τη δυνατότητα [ηλεκτρονικής σύστασης](#) **Εταιρειών Περιορισμένης Ευθύνης**, προκειμένου το κράτος να υποστηρίξει τους επιχειρηματίες και να τους δώσει την δυνατότητα να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους σε ξένες αγορές. Μέσω αυτού του νόμου δημιουργήθηκε η έννοια του «**Επιχειρηματία Περιορισμένης Ευθύνης**», βασικά χαρακτηριστικά του οποίου είναι η ανεξάρτητη επιχειρηματική του δραστηριότητα και η ιδιότητά του ως ενός μεμονωμένου επιχειρηματία.

Σύμφωνα με το Ισπανικό Ινστιτούτο Εξωτερικού Εμπορίου ([ICEX](#)), τα απαραίτητα έγγραφα/δικαιολογητικά που απαιτούνται είναι:

- 1) *Εγγραφή του Επιχειρηματία Περιορισμένης Ευθύνης* στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο με βεβαίωση που πρέπει να υποβληθεί από τον συμβολαιογράφο την ίδια ημέρα ή μία μέρα μετά.
- 2) Δήλωση της κύριας κατοικίας για τις επιχειρηματικές υποχρεώσεις ή χρέη της εταιρείας
- 3) Γνωστοποίηση της κατάστασης *Επιχειρηματία Περιορισμένης Ευθύνης*

4) Εγγραφή στο Μητρώο Ακινήτων

ΠΟΙΟΝ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΩ ΓΙΑ ΤΟ ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΩ ΤΗΝ ΔΙΚΗ ΜΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ;

Εάν χρειάζεστε κάποιον να σας κατευθύνει για το πως να δημιουργήσετε τη δική σας επιχείρηση, οι “επιταχυντές” (**accelerators**) και οι “θερμοκοιτίδες” (**Incubators**) παρέχουν κάθε είδους πληροφορία για τα διάφορα στάδια υλοποίησης και ανάπτυξης της ιδέας σας, καθώς επίσης και τρόπους πρόσβασης σε χρηματοδοτικά προγράμματα.

Οι **Επιχειρηματικές Θερμοκοιτίδες (incubadoras)** συνήθως χρηματοδοτούνται, υποστηρίζονται και λειτουργούν με την βοήθεια κυβερνητικών φορέων, πανεπιστημίων ή ιδιωτικών επιχειρήσεων. Βασικός στόχος τους είναι να βοηθήσουν στη δημιουργία και ανάπτυξη μίας εταιρείας παρέχοντας υποστήριξη στην πρώτη φάση ίδρυσης. Χρησιμοποιούνται για την παροχή χώρου εργασίας, καθοδήγησης, εκπαίδευσης, υπηρεσιών υποστήριξης, τεχνικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Παρέχουν, επίσης, το κεφάλαιο εκκίνησης που επιτρέπει στις νεοσύστατες επιχειρήσεις (startups) να ελέγχουν την βιωσιμότητας της ιδέας τους.

Ενδεικτικά, κάποιες επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες που μπορεί να βρει κάποιος στην Ισπανία είναι: [Tetuan valley](#), [Euronova](#), [Demium startup](#), [Cloud incubator](#), [Kbi Digital](#), [Blast of Partners](#).

Οι **Επιχειρηματικοί Επιταχυντές (aceleradoras)**, προσφέρουν πόρους, υποστήριξη σε επιχειρηματίες, και επενδύουν μόνο σε νεοσύστατες επιχειρήσεις που έχουν αναπτυχθεί πλήρως, δηλαδή σε επιχειρήσεις των οποίων η ομάδα έχει ήδη προηγούμενη εμπειρία. Βασικός στόχος τους είναι η ανάπτυξη και η προσπάθεια διασφάλισης της επιτυχίας των επιχειρηματικών ιδεών παρέχοντας τους χώρους εργασίας προς ενοικίαση, καθοδήγηση, εκπαίδευση, κεφάλαιο, την δυνατότητα δικτύωσης, και άλλες υπηρεσίες όπως τηλεπικοινωνίες, χώρο στάθμευσης ή υπηρεσία καθαρισμού και υγιεινής των επαγγελματικών χώρων.

Ενδεικτικά, κάποιοι επιχειρηματικοί επιταχυντές που μπορεί να βρει κάποιος στην Ισπανία είναι: [Seedrocket](#), [Wayra](#), [lanzadera](#), [Antai Venture builder](#), [Connector accelerator](#), [Plug and play](#), [Impulsame](#), [Sprita](#).

ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΜΙΑΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;

Η δημόσια εθνική χρηματοδότηση καλύπτει ένα ευρύ φάσμα μέσων που παρέχουν υποστήριξη και κίνητρα για επενδύσεις όπως η τραπεζική χρηματοδότηση μέσω δανείων. Ωστόσο, υφίστανται και άλλα χρηματοοικονομικά μέσα όπως χρηματοδοτική μίσθωση (leasing), η ενοικίαση, η πρακτόρευση απαιτήσεων (factoring), οι διευκολύνσεις πληρωμής από προμηθευτές ή πιστωτές κ.λπ. Εναλλακτικές λύσεις για την τραπεζική χρηματοδότηση είναι τα συστήματα εγγύησης καταθέσεων και οι εταιρείες επενδυτικών κεφαλαίων ή η έκδοση μετοχών ή χρεών στις κεφαλαιαγορές.

Ορισμένες από τις βασικές πηγές χρηματοδότησης είναι:

Οικογένεια και φίλοι:

Συνήθως, το ποσό που συνεισφέρουν τα μέλη της οικογένειας ή οι φίλοι (ή αλλιώς «επενδυτές») κυμαίνεται μεταξύ 1.000 και 10.000 ευρώ, το οποίο συμβάλει σημαντικά στο κόστος εκκίνησης μίας εταιρείας.

Επιχειρηματικοί Άγγελοι (business angels)

Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι αναζητούν συνήθως νεοσύστατες επιχειρήσεις (startups) με υψηλό δυναμικό σύστασης και επενδύουν ένα ποσό που ανέρχεται μεταξύ 10.000 έως 50.000 ευρώ. Υπάρχουν βέβαια και περιπτώσεις που το ποσό αυτό αγγίζει τις 300.000 ευρώ.

EBAN (Ευρωπαϊκό Δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων). Πρόκειται για ένα πανευρωπαϊκό δίκτυο επενδυτών με πάνω από 150 οργανισμούς μέλη σε περισσότερες από 50 χώρες. Στην Ισπανία υπάρχουν δύο βασικά δίκτυα «ομπρέλες» επιχειρηματικών αγγέλων το [ESBAN](#) και το [AEBAN](#). Ωστόσο, υπάρχουν μεταξύ άλλων και οι: [BAN Madrid](#), [Bagi](#), [Biocrew](#), [Esade](#), [IESE](#), και [Keiretsuforum](#).

Εγγυημένα δάνεια

Αυτή η πηγή χρηματοδότησης προσφέρει δάνεια με πιο ευνοϊκούς όρους. Κάποια από τα προγράμματα δανεισμού στην Ισπανία είναι τα: [Enisa](#), [CDTI](#).

Επιχειρηματικά κεφάλαια (Venture Capitals)

Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων επενδύουν στο αρχικό στάδιο εκκίνησης μίας επιχείρησης. Στην πραγματικότητα, οι εταιρείες αυτές επενδύσουν σε επιχειρηματικά σχέδια με συνιστώσα υψηλής τεχνολογικής καινοτομίας όπως η βιοτεχνολογία, οι ΤΠΕ και το λογισμικό. Το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων (ASCRI) είναι η αρμόδια αρχή που αντιπροσωπεύει τον κλάδο των ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων (Venture Capital & Private Equity) στην Ισπανία. Οι μεγαλύτερες εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων είναι οι: [Active Venture Partners](#), [Axon Partners Group](#) και [Kibo Ventures](#).

Crowdfunding

Πρόκειται για ένα σύστημα συλλογικής χρηματοδότησης, όπου ο επιχειρηματίας λαμβάνει μικρά ποσά κεφαλαίων από πολλούς και διαφορετικούς επενδυτές. Αυτή η πηγή χρηματοδότησης είναι λιγότερο απαιτητική σε σύγκριση με άλλες πηγές. Στην Ισπανία υπάρχουν τα εξής: [Capital Cell](#), [Crowdcube](#), [Startupexplore](#), [Bolsa Social](#)

Μικροπίστωση και τραπεζικά δάνεια

ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

1. ICEX – Ισπανικό Ινστιτούτο Εξωτερικού Εμπορίου +34 91 503 58 00 <http://www.investinspain.org>
2. Ισπανικό Εμπορικό Επιμελητήριο +34 91.590.69.00 <https://www.camara.es/en>
3. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων)
4. www.ipyme.org
5. Agencias de desarrollo locales y regionales (Υπηρεσίες Τοπικής Οικονομικής Ανάπτυξης) www.foroadr.es
6. Asociaciones de jóvenes empresarios (Ενώσεις Νέων Επιχειρηματιών) www.ajeimpulsa.es
7. Portal de Emprendedores de la Agencia Tributaria (Φορολογική Πύλη) www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Emprendedores.shtml
8. Sepe www.sepe.es/contenidos/autonomos/index.html
9. Centros Europeos de Empresas Innovadoras (Ευρωπαϊκά Κέντρα Καινοτομίας) www.ances.com
10. Επιχειρήσεις Νέων Επιχειρηματιών Tel: +34 91 790 63 58 <https://www.youthbusiness.org/member/youth-business-spain-spain>
11. ENISA www.enisa.es
12. ICO www.ico.es

2.2.3 Πολωνία

Όλοι οι επιχειρηματίες στην Πολωνία εγγράφονται στο Κεντρικό Μητρώο και Πληροφορία της Οικονομικής Δραστηριότητας (CEIDG) είτε στο Μητρώο Επιχειρηματιών (Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων (KRS)), προκειμένου να είναι σε θέση να μπορούν να εκτελέσουν συγκεκριμένους τύπους οικονομικών δραστηριοτήτων. Η διαδικασία εγγραφής διαφέρει ανάλογα με τη μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η εγγραφή της εταιρείας απαιτεί από τον επιχειρηματία να λάβει σημαντικές αποφάσεις, οι οποίες θα καθορίσουν, μεταξύ άλλων, το ύψος των φόρων που θα καταβάλει καθώς επίσης και τις υποχρεώσεις που θα έχει ως επιχειρηματίας.



Ατομική Εταιρεία (Ελεύθερος Επαγγελματίας ή Αυτοαπασχολούμενος) (*Własna działalność gospodarcza*)

Ο επιχειρηματίας μπορεί να ξεκινήσει την επιχειρηματική του δραστηριότητα την ίδια ημέρα με την υποβολή αίτησης έναρξης επιχείρησης. Η αίτηση γίνεται δωρεάν με την συμπλήρωση του εντύπου CEIDG-1, το οποίο στη συνέχεια πρέπει να υποβληθεί σε:

- Μία επιλεγμένη δημοτική αρχή: ο επιχειρηματίας μπορεί να υποβάλει την αίτηση σε οποιαδήποτε δημοτική αρχή δίχως να υπάρχει γεωγραφικός περιορισμός (δεν ισχύει η υποβολή αίτησης απαραίτητα στον τόπο κατοικίας). Η υποβολή μπορεί να γίνει αυτοπροσώπως ή ταχυδρομικώς (με συστημένη επιστολή). Για τη γνωστοποίηση της αίτησης απαιτείται υπογραφή από συμβολαιογράφο (το κόστος της οποίας ανέρχεται στα 20 PLN (ζλότι)) ή
- Μέσω της ιστοσελίδας www.ceidg.gov.pl (για να αποκτήσετε πρόσβαση στην ιστοσελίδα χρειάζεται να συνδεθείτε με την ηλεκτρονική σας υπογραφή ή να δημιουργήσετε ένα νέο λογαριασμό στην πλατφόρμα www.epuap.gov.pl)

Στο έντυπο “CEIDG-1”, χρειάζεται να δηλώσετε τα:

- Προσωπικά σας στοιχεία (όνομα, επίθετο, ΑΜΦ κ.πλ.)
- Διεύθυνση κατοικίας σας και τη διεύθυνση της εταιρείας σας
- Επωνυμία εταιρείας
- Κωδικό Αριθμό Δραστηριότητας (ΚΑΔ)
- Αριθμό των εργαζομένων
- Στοιχεία Κοινωνικής Ασφάλισης & Υγείας

- Συντελεστή φορολογίας εισοδήματος
- Στοιχεία τραπεζικού λογαριασμού

ΣΥΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΕΓΓΡΑΦΗ ΟΝΤΟΤΗΤΑΣ

Το πρώτο βήμα για τη σύσταση μίας επιχείρησης είναι η επιλογή της κατάλληλης νομικής μορφής. Η επιλογή αυτή έχει σημαντική επίδραση στις περαιτέρω διαδικασίες. Η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης και η Ανώνυμη Εταιρεία είναι οι πιο προσιτές μορφές εταιρείες για επενδυτές στην Πολωνία. Επομένως, θα επικεντρωθούμε περισσότερο σε αυτές τις δύο κατηγορίες. Η σύσταση των προαναφερθέντων εταιρειών γίνεται σε συμβολαιογράφο με την σύνταξη καταστατικού. Με την κατοχύρωση της επωνυμίας, μία εταιρεία, μπορεί να αποκτήσει ορισμένα νομικά δικαιώματα πριν την υποβολή των δικαιολογητικών στην αρμόδια υπηρεσία. Μπορεί, επίσης, να επιλέξει την διεύθυνση της έδρας της. Κατά τη διάρκεια της σύστασής της η διεύθυνση αυτή καταχωρείται μέσω του μισθωτηρίου συμβολαίου ή του συμβολαίου αγοράς ακινήτου. Στην περίπτωση της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης το κεφάλαιο εκκίνησης πρέπει να καταβληθεί εξ ολοκλήρου πριν την υποβολή των δικαιολογιών, ενώ στην περίπτωση της Ανώνυμης Εταιρείας πρέπει να καταβληθεί τουλάχιστον το 25%. Όλες οι εταιρείες στην Πολωνία υποχρεούνται να ανοίξουν βασικό τραπεζικό λογαριασμό.

Ομόρρυθμη Εταιρεία

Η Ομόρρυθμη Εταιρεία μπορεί να ιδρυθεί από τουλάχιστον 2 άτομα και χρειάζεται να εγγραφεί στο Εθνικό Μητρώο Δικαστηρίων (KRS). Η γενική εταιρική σχέση διέπεται από το **Εμπορικό Δίκαιο**, που σημαίνει ότι τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις του κάθε εταίρου ορίζονται στη συγκεκριμένη συμφωνία. Κάθε εταίρος έχει απεριόριστη ευθύνη με την προσωπική του περιουσία στις υποχρεώσεις της εταιρείας. Δεν απαιτείται ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης. Σύμφωνα με τον νόμο, οι ευθύνη των εταίρων είναι:

- απεριόριστη – για όλες τις υποχρεώσεις της εταιρείας
- προσωπική – με την προσωπική του περιουσία
από κοινού ή μεμονωμένα – μία υποχρέωση μπορεί να διευθετηθεί από όλους τους εταίρους, από κάποιους ή μόνο από έναν
- επικουρική – ένας εταίρος μπορεί να διαχειριστεί τα οικονομικά στοιχεία ενός συνεργάτη του σε περίπτωση που διαχείριση των οικονομικών στοιχείων της εταιρείας κλήθηκε αναποτελεσματική.

Με την εγγραφή στο KRS, δημιουργείται μία ξεχωριστή νομική οντότητα, δηλαδή μία οργανωτική μονάδα χωρίς νομική προσωπικότητα στην οποία το KRS παραχωρεί νομική ικανότητα.

Με την καταχώρηση της επωνυμίας η εταιρεία μπορεί να αποκτήσει ορισμένα νομικά δικαιώματα. Όσον αφορά την φορολογία η ίδια η εταιρεία δεν φορολογείται αλλά μόνο οι εταίροι της βάση του εισοδήματός τους. Ανάλογα με το αν ο εταίρος είναι φυσικό ή νομικό πρόσωπο υπόκειται σε φορολογία εισοδήματος φυσικού προσώπου (PIT) ή σε φορολογία εισοδήματος εταιρείας (CIT)

Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης

Η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης είναι μία εταιρική σχέση, συνήθως, μεταξύ επαγγελματιών (όπως δικηγόροι, γιατροί, σύμβουλοι κ.λπ.) με σκοπό την παροχή επαγγελματικών υπηρεσιών. Εταίρος μίας τέτοιας μορφής επιχείρησης μπορεί να είναι μόνο άτομα με άδεια άσκησης επαγγέλματος. Το κύριο χαρακτηριστικό της εταιρείας είναι ότι οι εταίροι φέρουν ευθύνη για τυχόν υποχρεώσεις της εταιρείας με την προσωπική τους περιουσία.

ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ

Τα απαραίτητα δικαιολογητικά σύστασης μίας εταιρείας περιορισμένης ευθύνης είναι η υποβολή της φόρμας KRS-W3.

Η φόρμα χρειάζεται να συμπληρωθεί ηλεκτρονικά ή χειρόγραφα με κεφαλαία γράμματα. Μαζί με την φόρμα συμπληρώνονται τα ακόλουθα υποστηρικτικά αρχεία:

1. Έντυπο KRS-WA – υποκαταστήματα, τοπικές οργανωτικές μονάδες της εταιρείας
2. Έντυπο KRS-WE – οι εταίροι της εταιρείας
3. Έντυπο KRS-WH – διαδικασία σύστασης της εταιρείας
4. Έντυπο KRS-WK – νόμιμοι εκπρόσωποι της εταιρείας
5. Έντυπο KRS-WL - πληρεξούσιοι
6. Έντυπο KRS-WM – αντικείμενο δραστηριότητας
7. Καταστατικό
8. Δήλωση μετοχικού κεφαλαίου του Διοικητικού Συμβουλίου
9. Έγγραφο με τα εκλεγμένα διοικητικά μέλη
10. Λίστα εταίρων
11. Προσωπικά στοιχεία των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου
12. Προσωπικά στοιχεία αν υπάρχει μόνο ένα μέλος
13. Αποδεικτικό πληρωμής παράβολων
14. Λίστα με τα στοιχεία των προσώπων που είναι εξουσιοδοτημένοι να εκλέγουν το διοικητικό συμβούλιο

Ανώνυμη Εταιρεία

Η Ανώνυμη Εταιρεία έχει πολλά κοινά με την Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης, όσον αφορά την ευθύνη των εταίρων και τις φορολογίες. Ωστόσο, οι διατάξεις του Κώδικα Εμπορικών Εταιρειών φέρουν πρόσθετες υποχρεώσεις στους εταίρους της Ανώνυμης Εταιρείας. Αυτό έχει άμεσο αντίκτυπο στο κόστος σύστασης και λειτουργίας της εταιρείας. Στην πραγματικότητα, αυτή η νομική μορφή χρησιμοποιείται για τον επιχειρηματικό σχεδιασμό μίας IPO (Αρχική Δημόσια Προσφορά), την αναζήτηση 7 PE/VC επενδυτών ή όταν ζητείται από την πολωνική νομοθεσία (π.χ. τράπεζες, συνταξιοδοτικά ταμεία και άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα). Όπως και στην περίπτωση της ΕΠΕ, η ΑΕ αντιμετωπίζεται ως ξεχωριστή νομική οντότητα από τους εταίρους της, είτε είναι πολλοί είτε μόνο ένας. Το καταστατικό της ΑΕ πρέπει να υπογραφεί ενώπιον

συμβολαιογράφου. Παρ' όλα αυτά, μπορεί επίσης να υπογραφεί ενώπιον δικηγόρου εφόσον του έχει παραχωθεί πληρεξούσιο.

ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΑΝΑΓΡΑΦΟΝΤΑΙ:

- επωνυμία εταιρείας, συμπεριλαμβανομένης της ένδειξης 'spółka akcyjna' ή της συντομογραφίας 'Α.Ε' στο τέλος του ονόματος,
- έδρα εταιρείας
- σκοπός εταιρείας
- διάρκεια εταιρείας
- το ύψος του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας, και το ποσό που καταβλήθηκε πριν την εγγραφή της,
- την αξία των μετοχών της, είτε αυτές είναι ονομαστικές είτε ανώνυμες
- τον αριθμό σε μετοχές διαφορετικού τύπου και τα σχετικά δικαιώματα, εάν αυτές παρέχονται
- ονόματα ιδρυτών
- τον αριθμό των μελών του Διοικητικού και Εποπτικού Συμβουλίου
- η εφημερίδα στην οποία έγινε αναγγελία της σύστασης της εταιρείας (Monitor Sądowy i Gospodarczy).

Σύμφωνα με την νομοθετικό πλαίσιο, η σύστασης της ΑΕ απαιτεί ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο 100,000.00 PLN και η ελάχιστη ονομαστική αξία της κάθε μετοχής πρέπει να είναι 0.01 PLN. Οι εισφορές στο Δηκτικό Συμβούλιο μπορούν να γίνουν σε μετρητά ή σε είδος.

Πηγή: <https://www.biznes.gov.pl/>

Φορολογικοί συντελεστές

Ο βασικός φορολογικός συντελεστής ΦΠΑ στην Πολωνία είναι 23%,. Για ορισμένα προϊόντα ισχύουν οι μειωμένοι συντελεστές των 8% και 5%.

Ο συντελεστή φορολογίας για τις εταιρείες είναι 19%.

2.2.4 Τουρκία

ΣΥΜΒΑΣΗ ΜΕ ΕΙΔΙΚΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΟ

Η σύναψη συμφωνίας με έναν χρηματοοικονομικό σύμβουλο θα σας βοηθήσει να διαχειριστείτε τη διαδικασία ίδρυσης της επιχείρησής σας. Όταν πρόκειται να συλλεγούν και να συμπληρωθούν τα απαραίτητα έγγραφα, να εκδοθούν οι άδειες, να εμπλακεί ο συμβολαιογράφος, να συλλεγούν οι βεβαιώσεις, να συμπεριληφθούν οι αλλαγές/τροποποιήσεις που έχουν γίνει στους νόμους, ο σύμβουλος θα είναι σε θέση να σας καθοδηγήσει με τον πιο σωστό τρόπο. Επιπλέον, επωφελείστε μιας και μπορεί να σας βοηθήσει σε ζητήματα, όπως τα φορολογικά πλεονεκτήματα και υποστήριξη από τα προγράμματα KOSGEB. Μπορείτε επίσης, να τον συμβουλευτείτε αμέσως μόλις ξεκινήσουν οι εργασίες της επιχείρησής σας, καθώς αυτό θα σας απαλλάξει από διαδικασίες γραφειοκρατίας.



ΣΥΝΤΑΞΗ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟΥ

Το καταστατικό είναι το επίσημο έγγραφο το οποίο αποδεικνύει την σύσταση της επιχείρησης. Περιλαμβάνει την επωνυμία της επιχείρησης, την έδρα, το αντικείμενο δραστηριότητας, το ποσό του κεφαλαίου και τις μετοχές, πληροφορίες για τα ιδρυτικά μέλη, τη διαδικασία κατανομής κερδών κλπ. Το καταστατικό καταχωρείται διαδικτυακά στο σύστημα MERSİS. Συνάπτεται το καταστατικό στο σύστημα και λαμβάνεται έναν κωδικό παρακολούθησης της διαδικασίας. Σε επόμενο στάδιο, εγγράφεστε στο Γ.Ε.ΜΗ, έχοντας μαζί σας το κωδικό MERSİS.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Είναι απαραίτητο να υποβάλετε αίτηση απόδοσης φορολογικής ικανότητας από την φορολογική αρχή που βρίσκεται κοντά στη έδρα της επιχείρησής σας. Μόλις αποκτήσετε φορολογική ικανότητα μπορείτε να ανοίξετε εταιρικό τραπεζικό λογαριασμό.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΤΕΛΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΑΡΧΗ

Τα τέλη της Ανεξάρτητης Διοικητής Αρχής καταβάλλονται σε οποιοδήποτε υποκατάστημα της Halkbank πριν την 01.01.2018. Η αναλογία των τελών είναι 4 στις 10.000 κεφαλαίου. Σε κάθε περίπτωση, χρειάζεται να κρατάτε αντίγραφο αυτής της κατάθεσης, το οποίο πρέπει να φυλάσσεται μαζί με τα άλλα έγγραφα της επιχείρησης.

ΑΔΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΤΕΛΩΝΕΙΩΝ

Πρόκειται για την άδεια που αποδίδει στην επιχείρηση την ικανότητα χρηματοδοτικής μίσθωσης και πρόσβασης στην κεφαλαιαγορά και τις τράπεζες.

Εγγραφή στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο

Η διαδικασία ίδρυσης εταιρείας ξεκινά με σύστημα MERSIS και συνεχίζεται με τη αποστολή και κατάθεση όλων των εγγράφων στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο. Οποιοδήποτε παράβολο πρέπει να καταβληθεί άμεσα. Τα έγγραφα αυτά είναι:

- Απόδειξη MERSIS
- 3 αντίγραφα του συμβολαίου επικυρωμένα από συμβολαιογράφο
- Σε περίπτωση που οι εταίροι της επιχείρησης δεν μπορούν να παραβρεθούν στο Μητρώο, απαιτείται να παραβρεθεί τουλάχιστον νόμιμος εκπρόσωπος
- Μισθωτήριο συμβόλαιο / Συμβόλαιο αγοράς ακινήτου μαζί με φωτογραφίες
- 3 αντίγραφα του εγγράφου σύστασης της επιχείρησης
- Πληροφορίες και στοιχεία εταίρων
- Αποδεικτικό καταβολής παράβολου στην τράπεζα
- Αποδεικτικό καταβολής των τελών στην Ανεξάρτητη Διοικητική Αρχή
- 2 υπεύθυνες δηλώσεις

Μόλις εγκριθεί η αίτηση εγγραφής, χρειάζεται να ληφθεί το πιστοποιητικό εγγραφής και το έγγραφο επιχειρηματικής δραστηριότητας.

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΤΟΥ ΓΝΗΣΙΟΥ ΤΗΣ ΥΠΟΓΡΑΦΗΣ “ΕΓΚΥΚΛΙΟΣ ΥΠΟΓΡΑΦΩΝ”

Στην εγκύκλιο υπογραφών καταγράφονται τα δείγματα υπογραφής που θέτονται από τον υπεύθυνο της εταιρίας, που έλαβε νομική προσωπικότητα μετά την εγγραφή του στο εμπορικό μητρώο, υπό την επωνυμία της επιχείρησης. Η διαδικασία αυτή γίνεται ενώπιον συμβολαιογράφου. Η εγκύκλιος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για οποιαδήποτε δραστηριότητα ή συναλλαγή της επιχείρησης.

ΤΗΡΗΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΒΙΒΛΙΩΝ

Οι εταιρίες υποχρεούνται να τηρούν λογιστικά βιβλία στα οποία αναγράφονται η χρηματοοικονομική τους κατάσταση, οι εισροές και εκροές της κάθε περιόδου. Ανάλογα το είδος της εταιρίας, τα βιβλία αυτά πρέπει επικυρωθούν από το Γενικό Εμπορικό Μητρώο στο στάδιο ίδρυσης της επιχείρησης. Είναι υποχρεωτικό να

διαβιβάζονται ηλεκτρονικά στο Υπουργείο Οικονομικών οι ακόλουθες πληροφορίες σχετικά με τις διαδικασίες επικύρωσης λογιστικών βιβλίων:

- Επωνυμία, ΑΦΜ
- Είδος βιβλίου, λογιστική περίοδος κατά την οποία ήταν σε χρήση
- Αριθμός επικύρωσης, ημερομηνία επικύρωσης, πληροφορίες επικύρωσης
- Όνομα, επώνυμο, τίτλος και πληροφορίες του υπαλλήλου που κάνει την διαδικασία

ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΗΛΩΣΗ ΈΝΑΡΞΗΣ

Σε αυτό το στάδιο καταθέτονται έγγραφα για την απόδοση ΑΦΜ στην εταιρείας. Αν η επιχείρηση έχει τον δικό της οικονομικό σύμβουλο, ο σύμβουλος μπορεί να χρησιμοποιήσει την ιδιότητα του για να επισπεύσει την διαδικασία.

Τα αναγκαία έγγραφα που ζητούνται από την εφορία είναι τα ακόλουθα:

- Δήλωσης έναρξης
- Εγκύκλιος Υπογραφών
- Βεβαίωση εγγραφής στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο
- Αντίγραφο του δελτίου ταυτότητας των εταίρων και βεβαίωση του γνήσιου της υπογραφής
- Αντίγραφο του τόπου κατοικίας των εταίρων
- Μισθωτήριο συμβόλαιο ή συμβόλαιο αγοράς ακινήτου
- Σύμβαση με το Γενικό Εμπορικό Μητρώο

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΠΟΔΕΣΜΕΥΣΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Το ποσό του κεφαλαίου που δεσμεύτηκε ως προκαταβολή στην τράπεζα κατά την διαδικασία ίδρυσης αποδεσμεύεται με την αποπληρωμή μου. Για την αποπληρωμή, γίνεται μία συνέντευξη με τον εκπρόσωπο μικρομεσαίων επιχειρήσεων της τράπεζας και του αποκομίζεται η βεβαίωση εγγραφής στο γενικό εμπορικό μητρώο. Μετά την υποβολή της εγκυκλίου υπογραφών, την αίτηση υποβολής έκδοσης νομικής προσωπικότητας από το εμπορικό μητρώο και δημοσίευση της πράξης στην επίσημη εφημερίδα της κυβερνήσεως πραγματοποιείται η αποδέσμευση και πλέον μπορεί να χρησιμοποιηθεί το ποσό.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ

Με την ολοκλήρωση της διαδικασίας ίδρυσης, αν επιχείρησης επιθυμεί να προβεί σε πρόσληψη προσωπικού, πρέπει να στείλει αίτηση στο Ινστιτούτο Δημόσιας Ασφάλισης (SGK) για την εγγραφή του υπαλλήλου.

Τα έγγραφα που απαιτούνται για την αίτηση είναι:

- Δήλωση που πιστοποιεί τον χώρο εργασίας
- Βεβαίωση εγγραφής στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο
- Εγκύκλιος Υπογραφών
- ΑΦΜ
- Σύμβαση εργασίας, αν υπάρχει

Το επόμενο βήμα είναι η παράθεση στο SGK οποιανδήποτε άλλων δηλώσεων αφορούν τους υπαλλήλους. Για την παρακολούθηση της διαδικασίας δίνεται ένας κωδικός πρόσβασης χρήστη στον συμβαλλόμενο οικονομικό σύμβουλο.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΓΓΡΑΦΗΣ ΣΤΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ/ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

Αν η εταιρία είναι βιομηχανία, τότε είναι αναγκαία η εγγραφή της στο Βιομηχανικό Επιμελητήριο. Για την εγγραφή απαιτείται :

- Έντυπο Αίτησης
- Βεβαίωση εγγραφής στο Γενικό Εμπορικό Μητρώο
- Εγκύκλιος Υπογραφών
- Καταστατικό εταιρείας επικυρωμένο από συμβολαιογράφο
- Αντίγραφο ταυτότητας των εταίρων και βεβαίωση
- Αντίγραφο του τόπου κατοικίας των εταίρων

ΆΔΕΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

Η αίτηση χρειάζεται να υποβληθεί στο δήμο που ανήκει η εταιρεία προκειμένου να ζητηθεί άδεια λειτουργίας. Οι διαδικασίες πρέπει να ολοκληρωθούν το συντομότερο δυνατόν. Η άδεια λειτουργίας εκδίδεται μαζί με την πράξη μίσθωσης, την βεβαίωση στο γενικό εμπορικό μητρώο και το ΑΦΜ. Καταβάλλονται και τέλη καθαριότητας περιβαλλοντικών φόρων.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Μετά την ολοκλήρωση όλων των παραπάνω διαδικασιών ολοκληρώνεται η διαδικασία ίδρυσης της εταιρείας και η εταιρεία μπορεί να ξεκινήσει την εμπορικής της δραστηριότητα. Οι διαδικασίες που απαιτούνται για την έναρξη της εμπορικής της δραστηριότητας είναι η προετοιμασία τιμολογίων, αποδείξεων πληρωμής πριν την επίσημη ημέρα λειτουργίας της επιχείρησης.

2.3 Ευρωπαϊκή Νομοθεσία

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει δημοσιεύσει στην επίσημη ιστοσελίδα της έναν βήμα-προς-βήμα οδηγό για το «Πως να ιδρύσετε μία εταιρεία στην Ευρωπαϊκή Ένωση». Παρακάτω παρουσιάζονται αυτά τα βήματα και οι κανόνες που απαιτούνται να ακολουθήσετε προκειμένου να προχωρήσετε στην ίδρυση. Για περισσότερες και λεπτομερές πληροφορίες επισκεφθείτε την [πλατφόρμα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής](#).

Ίδρυση εταιρείας στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Εάν είστε πολίτης της ΕΕ, μπορείτε:

- Να δημιουργήσετε εταιρεία σε οποιαδήποτε χώρα της ΕΕ
- Να δημιουργήσετε υποκατάστημα της θυγατρικής εταιρείας σε μία χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Απαιτήσεις

Οι απαιτήσεις ποικίλλουν ανάλογα με τη χώρα. Ωστόσο, η ΕΕ παροτρύνει όλες τις χώρες να επιτύχουν ορισμένους στόχους για να διευκολύνουν τη σύσταση νέων επιχειρήσεων, όπως:

- σύσταση επιχείρησης σε 3 εργάσιμες ημέρες το πολύ
- κόστος μικρότερο των 100 ευρώ
- ολοκλήρωση όλων των διαδικασιών μέσω ενιαίου διοικητικού φορέα
- ολοκλήρωση όλων των διατυπώσεων καταχώρισης μέσω διαδικτύου καταχώριση μιας εταιρείας σε άλλη χώρα της ΕΕ μέσω διαδικτύου (με τη βοήθεια των [εθνικών σημείων επικοινωνίας](#))

Χρηματοδότηση και στήριξη

Υπάρχουν διάφορα διαθέσιμα κονδύλια της ΕΕ για νεοφυείς επιχειρήσεις.

ΈΝΑΡΞΗ

Το [Startup Europe Club](#) είναι μία λίστα που περιλαμβάνει χρηματοδοτικά προγράμματα, πληροφορίες και εκπαιδευτικά υλικά για την εύρεση των χρηματικών πόρων που ταιριάζουν στις ανάγκες σας.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Το [Startup Europe Partnership](#) είναι μία πλατφόρμα που μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη, ακόμα και την επέκταση της επιχείρησής σας μέσω συνεργασίας με άλλες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις και οργανισμούς.

ΑΝΑΓΝΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Η Ευρωπαϊκή Πύλη Επενδυτικών Έργων ([European Investment Project Portal](#)) σας δίνει την ευκαιρία να έρθετε σε επαφή και να προσεγγίσετε δυνητικούς επενδυτές σε όλο τον κόσμο και να αυξήσετε την αναγνωσιμότητα της επιχείρησής σας. Απαιτείται εγγραφή.

ΆΛΛΕΣ ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ, ΟΜΑΔΕΣ ΚΑΙ ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

[Παραδείγματα εταιριών που χρηματοδοτήθηκαν από την ευρωπαϊκή ένωση](#), ένας διαδραστικός χάρτης ανά τον κόσμο.

Ευρωπαϊκή Πύλη Ηλεκτρονικού Δικαίου ([European e-Justice Portal](#)) σας επιτρέπει να ψάξετε και να έχετε πρόσβαση σε πληροφορίες εταιριών σε εθνικά μητρώα επιχειρήσεων.

Γυναικεία Επιχειρηματικότητα ([Women Entrepreneurship](#)). Μία πλατφόρμα που δίνει στις γυναίκες τους πόρους για την έναρξη των δικών τους επιχειρήσεων.

Κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι κανόνες του εταιρικού δικαίου της ΕΕ καλύπτουν θέματα όπως η σύσταση, οι απαιτήσεις για το κεφάλαιο και την κοινοποίηση πληροφοριών, καθώς και εταιρικές πράξεις (συγχωνεύσεις, διασπάσεις):

- **Οδηγία 2017/1132**
- **Οδηγία 2019/1151** της 20ής Ιουνίου 2019 καλύπτει διατάξεις σχετικά με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων και διαδικασιών στον τομέα του εταιρικού δικαίου.
- **Οδηγία (ΕΥ) 2019/2121** της 27ης Νοεμβρίου 2019 θεσπίζει νέους κανόνες για τις διασυνοριακές μετατροπές και διασπάσεις και τροποποιεί τους κανόνες για τις διασυνοριακές συγχωνεύσεις. Τα κράτη μέλη ήταν υποχρεωμένα να μεταφέρουν αυτήν την οδηγία μέχρι τον Ιανουάριο του 2023. Αυτό το νέο σύνολο κανόνων δίνει στις εταιρείες τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν ψηφιακά εργαλεία στις διαδικασίες εταιρικού δικαίου, να αναδιαρθρώνονται και να μεταφέρουν δραστηριότητες εκτός συνόρων και, παράλληλα, παρέχει ισχυρές διασφαλίσεις κατά της απάτης προστατεύοντας τα ενδιαφερόμενα μέρη. Οι νέες οδηγίες αναθεωρούν και συμπληρώνουν την οδηγία 2017/1132.
- **Οδηγία 2012/17/ΕΕ** και ο εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) 2015/884 της Επιτροπής θεσπίζουν κανόνες για το σύστημα διασύνδεσης των μητρώων (BRIS). Το BRIS λειτουργεί από τις 8 Ιουνίου 2017. Επιτρέπει την ηλεκτρονική πρόσβαση σε επίπεδο ΕΕ στις πληροφορίες και τα έγγραφα που αποθηκεύονται στα

μητρώα επιχειρήσεων των κρατών μελών μέσω της διαδικτυακής πύλης της ευρωπαϊκής ηλεκτρονικής δικαιοσύνης.

- **Οδηγία 2009/102/EC** παρέχει ένα πλαίσιο για τη σύσταση εταιρειών με ένα και μόνο εταίρο.
- **Κανονισμός 2157/2001** θεσπίζει το καταστατικό της ευρωπαϊκής εταιρείας (Societas Europea ή SE), δηλαδή, το ενωσιακό νομικό πλαίσιο για ανώνυμες εταιρείες, και παρέχει σε εταιρείες που έχουν συσταθεί σε διαφορετικά κράτη μέλη τη δυνατότητα να ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα εντός της ΕΕ υπό ενιαίο ευρωπαϊκό εμπορικό σήμα.
- **Κανονισμός 2137/85** θεσπίζει τους όρους σύστασης Ευρωπαϊκού Ομίλου Οικονομικού Σκοπού (ΕΟΟΣ), δηλαδή, το ενωσιακό νομικό πλαίσιο για τη σύσταση ομίλου από εταιρείες ή νομικά πρόσωπα ή/και φυσικά πρόσωπα από διαφορετικά κράτη μέλη, που ασκούν οικονομική δραστηριότητα. Σκοπός της σύστασης τέτοιων ομίλων είναι η διευκόλυνση ή η ανάπτυξη των διασυνοριακών οικονομικών δραστηριοτήτων των μελών τους.
- Η εταιρική νομοθεσία της ΕΕ ρυθμίζει επίσης ζητήματα εταιρικής διακυβέρνησης, εστιάζοντας στις σχέσεις μεταξύ των μελών της διοίκησης της εταιρείας, του διοικητικού συμβουλίου, των μετόχων και άλλων ενδιαφερόμενων μερών.
- **Οδηγία 2007/36/EC** για τα δικαιώματα των μετόχων θεσπίζει ορισμένα δικαιώματα για τους μετόχους εισηγμένων εταιρειών
- **Οδηγία (ΕΥ) 2017/828**, έχει σκοπό να ενθαρρύνει την μακροπρόθεσμη ενεργό συμμετοχή των μετόχων.
- **2018 Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΥ) 2018/1212** θεσπίζει ελάχιστες απαιτήσεις σχετικά με την ταυτοποίηση των μετόχων, τη διαβίβαση πληροφοριών και τη διευκόλυνση της άσκησης των δικαιωμάτων των μετόχων.
- **Οδηγία 2004/25/EC** σχετικά με τις δημόσιες προσφορές εξαγοράς καθορίζει ελάχιστα πρότυπα για τις δημόσιες προσφορές εξαγοράς (ή για τις αλλαγές του ελέγχου) που αφορούν τίτλους εταιρειών της ΕΕ.

Διαβάστε περισσότερα στην [Πλατφόρμα της Ευρωπαϊκής Κομισιόν](#).

Σύντομο Τεστ Γνώσεων 2

Το Τεστ Γνώσεων θα βοηθήσει τον καταρτιζόμενο να “φρεσκάρει” εν τάχει τις γνώσεις που αποκόμισε σε αυτό το κεφάλαιο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Όλα τα κράτη-μέλη της ΕΕ ακολουθούν την ίδια διαδικασία σύστασης μίας εταιρείας;

- a. Ναι
- b. Όχι

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Πόσο χρόνο απαιτεί η διαδικασία ίδρυσης μίας εταιρείας σε χώρα της ΕΕ;

- a. 3 ημέρες
- b. 1 εβδομάδα
- c. 1 μήνα

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Ποια από τις παρακάτω χώρες έχει τον υψηλότερο φορολογικό συντελεστή;

- a. Τουρκία
- b. Πολωνία
- c. Ισπανία
- d. Ελλάδα

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Το κόστος εγκατάστασης μίας εταιρείας στην ΕΕ είναι:

- a. χαμηλό
- b. μεσαίο
- c. υψηλό
- d. εξαρτάται από την μορφή της εταιρείας

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Μπορεί μία εταιρεία να ιδρυθεί ηλεκτρονικά;

- a. Ναι
- b. Όχι

Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες που παρουσιάζονται παρακάτω έχουν σχεδιαστεί ειδικά για εκπαιδευτικούς και δασκάλους, ως εργαλεία, μέσω των οποίων θα μπορούν να διδάξουν συγκεκριμένες δεξιότητες στους καταρτιζόμενους/συμμετέχοντες.

Δραστηριότητα 1

ΤΑΙΡΙΑΞΤΕ ΤΙΣ ΚΑΡΤΕΣ

Εισαγωγή

Πρόκειται για μία εισαγωγική δραστηριότητα που στοχεύει στην ενίσχυση των γνώσεων που αποκόμισαν οι εκπαιδευόμενοι κατά τη διάρκεια αυτής της ενότητας.

Επεξήγηση

Διάρκεια:
1 διδακτική
ώρα (45')

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

- Εκτυπωμένες κάρτες (ή φύλλα από χαρτί) στις οποίες αναγράφονται οι βασικές μορφές επιχείρησης και τα χαρακτηριστικά της κάθε μίας.
- Σε κάθε κάρτα ή το κάθε φύλλο χαρτιού πρέπει αναγράφεται μόνο μία μορφή επιχείρησης (για παράδειγμα, στην περίπτωση της Ελλάδας, χρειάζεται να έχετε τις εξής κάρτες: Ατομική Εταιρεία, ΜΚΟ, ΟΕ, ΕΕ, ΑΕ, ΙΚΕ, ΕΠΕ, ΚοινΣεπ, Αστικοί Συνεταιρισμοί, Αγροτικοί Συνεταιρισμοί) και σε άλλη κάρτα ή φύλλο κάποια χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης μορφής.

Σκοπός

Σκοπός αυτής της δραστηριότητας είναι να μάθουν οι εκπαιδευόμενοι ποιες μορφές επιχείρησης υφίστανται στην χώρα τους, ποια είναι τα χαρακτηριστικά τους και οι διαφορές που εντοπίζονται μεταξύ τους.

Didactic plan

ΧΡΟΝΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ
2 ΛΕΠΤΑ	1. Ο εκπαιδευτής αφήνει σε διάφορα σημεία της τάξης κάρτες στις οποίες αναγράφονται οι μορφές επιχείρησης και κάρτες στις οποίες αναγράφονται τα χαρακτηριστικά τους.
20 ΛΕΠΤΑ	2. Οι εκπαιδευόμενοι χρειάζεται να συνεργαστούν και να ξεκινήσουν να ταιριάζουν τις κάρτες, μία μορφή με τα χαρακτηριστικά της.
10 ΛΕΠΤΑ	3. Αφού οι εκπαιδευόμενοι ταιριάζουν όλες τις κάρτες καλούνται να παρουσιάσουν τα αποτελέσματα στον εκπαιδευτή.
13 ΛΕΠΤΑ	4. Συζήτηση.

Δραστηριότητα 2

ΚΟΥΙΖ “ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ Η ΕΕ ΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΜΗ ΣΑΣ ΖΩΗ;

Εισαγωγή

Μία ευχάριστη και διασκεδαστική ομαδική δραστηριότητα η οποία θα βοηθήσει τους εκπαιδευόμενους να κατανοήσουν πως η ΕΕ επηρεάζει θετικά την καθημερινή ζωή των πολιτών της.

Επεξήγηση

Διάρκεια:
**1 διδακτική
ώρα (45')**

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

- Σύνδεσμος (https://europa.eu/learning-corner/quiz/life_en)
- Laptop ή PC with με πρόσβαση στο Διαδίκτυο
- Προτζέκτορα

Διδακτικό Πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
2 ΛΕΠΤΑ	1. Ο εκπαιδευτής θα παρουσιάζει στους εκπαιδευόμενους το κουίζ της ΕΕ με τίτλο “Πως επηρεάζει η ΕΕ την καθημερινή σας ζωή;”
35 ΛΕΠΤΑ	2. Οι εκπαιδευόμενοι θα αποφασίζουν από κοινού ποια είναι η σωστή απάντηση. Μετά από κάθε ερώτηση, ο εκπαιδευτής θα συζητά με τους εκπαιδευόμενους το θέμα της κάθε ερώτησης, δίνοντας τους επιπλέον πληροφορίες και παραδείγματα, όπου κρίνεται απαραίτητο. Το κουίζ αποτελείται από 12 ερωτήσεις.
8 ΛΕΠΤΑ	3. Ομαδική συζήτηση.

Συντομογραφίες

Ελλάδα

ΔΟΥ – Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία

ΓΕΜΗ – Γενικό Εμπορικό Μητρώο

Βιβλιογραφία και Παραπομπές

Ελλάδα

1. Bozos D. “IKE requirements”. Visited at: 13 March 2020. Published in Startyourup:
<https://www.startyourup.gr/el/a/115-systash-ike-ola-osa-prepei-na-gnwrizete>
2. KEMEL. “What type of business is more appropriate for a new business”. Visited at 13 March 2020.
Available at: <https://www.kemel.gr/articles/poios-typos-epiheirisis-einai-katalliloteris-gia-ton-neo-epiheirimatia>
3. KEMEL. “Basix taxation for new entrepreneurs”
4. Scientific team of Taxheaven. January 2020. “How employees, freelancers and businesses will be taxed for 2019 – Tax scales and rates”. Available at: <https://www.taxheaven.gr/news/46149/pws-oa-forologhooun-oi-misowtoi-oi-eleyeroi-epaggelmaties-kai-oi-epixeirhseis-gia-to-2019-klimakes-kai-syntelestes-forologias>
5. Farsarotas D. I. & Spatoulas Th. E. March 2015. “Starting your own business – All legal forms of Business in Greece”. Available at: <https://www.supportbusiness.gr/financial/companies-legalforms/118-ksekinwntas-th-dikh-sou-epixeirhsh-oles-oi-nomikes-morfes-epixeirhsewn>
6. Lizardos T. December 2011. “Legal framework and Taxation for O.E, E.E and E.P.E”. Kemel
7. Ontax.gr. “Business Establishment”. Visited at: 26 March 2020, Available on:
<https://www.ontax.gr/main/el/ergaleia/financial-resources/idrysh-epixeirhshs>
8. Tax Heaven. 10 October 2019. “Choosing the legal form of business”. Available at:
<https://www.taxheaven.gr/circulars/29581>
9. Log con. 16 April 2018. “Which business form should I choose?”. Available at: shorturl.at/ciruR

10. Thanokosta V, et al. "Choosing a business type" Visited at: 26 March 2020. Available at: shorturl.at/ens13
11. Tercih Kitapevi Yayıncılık , Prof. Dr. Rıza AYHAN – Prof. Dr. Hayrettin ÇAĞLAR, Prof. Dr. Mehmet ÖZDAMAR , 2020/02,Şirketler Hukuku Genel Esaslar , <https://www.tercihkitapevi.com/sirketler-hukuku-genel-esaslar-ayhan-caglar-ozdamar-hayrettin-caglar-pmu24170>, Türkiye
12. Sektorum / Akıllı İşler Dergisi, Şavaş KONCA,08/09/2018, Şirket Türleri ve Sorumlulukları Nelerdir,<https://www.sektorumdergisi.com/sirket-turleri-sorumluluklari/> Türkiye
13. T.C. Cumhurbaşkanlığı Hukuk ve Mevzuat Genel Müdürlüğü ,04/02/2011, Türk Borçlar Kanunu ,<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6098.pdf> ,Ankara ,Türkiye
14. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2019, Türk Ticaret Kanunu, https://ticaret.gov.tr/data/5d3e935313b87607d8feeffc/rehber_Tr.pdf, Ankara, Türkiye



image from monsterstudio / freepik.com

Εκτιμώμενος
Χρόνος
Ανάγνωσης
50-60 λεπτά

Ενότητα 3

Επιχειρηματικές δεξιότητες

PARTNER: Karaisali Municipality

PROJECT 2018-2-TR01-KA205-060888

YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM

Purpose

Ο σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι η ανάλυση των εννοιών της υπαίθρου και των γενικών προβλημάτων, εννοιών που σχετίζονται με τη σημασία του κινήτρου, τη σημασία της στρατηγικής σκέψης, τους κινδύνους σε όλους τους τομείς της ζωής, τα στάδια λήψης αποφάσεων και τα χαρακτηριστικά μιας ποιοτικής απόφασης. Επίσης, θα αναλυθούν και πληροφορίες σχετικά με τις δεξιότητες επικοινωνίας και δικτύωσης, τις τεχνικές πειθούς, την εργασιακή ευελιξία και τα επίπεδα ψηφιακών ικανοτήτων.

Learning Outcomes

Στο πλαίσιο **γνώσεων**, ο καταρτιζόμενος θα γνωρίσει:

- ✓ Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι αγροτικές περιοχές
- ✓ Τα βήματα που χρειάζεται να γίνουν προκειμένου να επιλυθούν αυτά τα προβλήματα
- ✓ Τις τεχνικές πειθούς που χρειάζεται να υιοθετηθούν

Στο πλαίσιο **δεξιοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα κατανοήσει:

- ✓ Δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων
- ✓ Κριτική σκέψη
- ✓ Δεξιότητες δικτύωσης

Στο πλαίσιο **ικανοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα είναι σε θέση να:

- ✓ Εντοπίζει ευκαιρίες και εμπόδια σε τοπικό επίπεδο που θα ανακύψουν κατά τη φάση προετοιμασίας
- ✓ Διαμορφώσει την επιχειρηματική του ιδέα σύμφωνα με τις ανάγκες και τα χαρακτηριστικά της περιοχής
- ✓ Σκεφτεί στρατηγικά και να χρησιμοποιήσει αποτελεσματικά τον διαθέσιμο χρόνο

3.1. Κίνητρα και θετικός τρόπος σκέψης

Το κίνητρο αποτελεί τη βάση για ένα επιχειρηματικό τρόπο δράσης που ωθεί τους ανθρώπους να δραστηριοποιηθούν, να εναποθέσουν την ενέργεια τους και να ενισχύουν τη δυναμική τους με τον ενθουσιασμό τους. Το μέγεθος του κινήτρου που διαθέτουν οι άνθρωποι κατά την υλοποίηση αυτών των διαδικασιών είναι σημαντικό στην αξιοποίηση του ως ένα αποτελεσματικό εργαλείο επιτυχίας. Όσο μεγαλύτερο είναι το κίνητρο, τόσο μεγαλύτερη και η επιτυχία. Σύμφωνα με τα παραπάνω, γίνεται κατανοητό ότι οι έννοιες της επιτυχίας και του κινήτρου λειτουργούν αναλογικά. Το κριτήριο που καθορίζει το μέγεθος του κινήτρου για τους ανθρώπους εξαρτάται από το πόσο σημαντικό θεωρούν το περιεχόμενο του.

Τα κίνητρα χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: σε εσωτερικά και εξωτερικά. Το εσωτερικό κίνητρο από μόνο του θεωρείται το κύριο κίνητρο επειδή η προσωπική κινητοποίηση του ατόμου συνδέεται με τη διάσταση παρακίνησης του κινήτρου. Ωστόσο, η εσωτερική διάσταση του κινήτρου αποφεύγεται καθώς εξωτερικοί παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν τα εξωτερικά κίνητρα. Καθώς οι προσωπικές επιθυμίες ενός ατόμου θα συμβάλλουν στην επίτευξη ενός σκοπού ή στόχου, ο τρόπος δράσης που εκφράζεται από τα εσωτερικά κίνητρα θα προβληθεί ως αποτέλεσμα της διαδικασίας αυτής. Όπως είπε ο Αρχιμήδης: "Δώσε μου αρκετή και σταθερή υποστήριξη και μπορώ να κατακτήσω τον κόσμο" (Στο πρωτότυπο η φράση είναι: Δῶς μοι πᾶ στῶ καὶ τὰν γᾶν κινάσω). Λαμβάνοντας υπόψιν αυτή τη φράση, γίνεται κατανοητό πως τα άτομα που επιτυγχάνουν είναι εκείνα που έχουν έντονα εσωτερικά κίνητρα. Τα άτομα που επιθυμούν να βελτιωθούν και να εξελιχθούν στην καριέρα τους θα μπορέσουν να κατακτήσουν τους στόχους τους εφόσον διαθέτουν ισχυρά κίνητρα. Ωστόσο, αφού τα κίνητρα μπορεί να επηρεαστούν με αρνητικό τρόπο λόγω εσωτερικών ή εξωτερικών παραγόντων, η διαδικασία εκπαίδευσης για την ενίσχυση των κινήτρων κατά καιρούς θα ωφελήσει τόσο σε ατομικό όσο και σε οργανωτικό επίπεδο.



Image from Amanda Jones / unsplash.com

3.2. Στρατηγικός τρόπος σκέψης

Η έννοια της στρατηγικής είναι εύκολη στην κατανόηση αλλά δύσκολη στον ορισμό. Στρατηγική κυριολεκτικά σημαίνει αναφορά, διαταγή, αποστολή, λήψη και καθοδήγηση. Χρησιμοποιήθηκε ευρέως πρώτη φορά στο στρατό και τη διοίκηση. Υπό αυτήν την έννοια, η στρατηγική ορίζεται ως ένα γενικό σχέδιο πολέμου και αναφέρεται στον στοχευμένο σχεδιασμό και στην πολεμική διαχείριση. Στη βιβλιογραφία, αναφέρεται ότι η λέξη στρατηγική προήλθε από την έννοια του "Stratum", που σημαίνει δρόμος, γραμμή ή κρεβάτι στα λατινικά, και "Strategos", που σημαίνει επικεφαλής στρατιωτικής και πολιτικής διοίκησης στην γλώσσα των Πτολεμαίων, στην αρχαία Αίγυπτο και τη Ρώμη. Η στρατηγική μπορεί να οριστεί ως η μεθοδολογία που πρέπει να ακολουθηθεί με τη χρήση όλων των ανθρώπινων και μη εργαλείων για την επίτευξη ενός συγκεκριμένου σκοπού ή στόχου.

Μια άλλη άποψη για την έννοια της στρατηγικής είναι η εξής: Η στρατηγική είναι να κάνεις τη διαφορά, για παράδειγμα να προσφέρεις διαφορετικά οφέλη στον ίδιο πελάτη σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές. Για το λόγο αυτό, κάθε οργανισμός χρειάζεται να επανεξετάζει τα «σχέδια εργασίας» του. Η συνολική ποιότητα είναι ήδη απαραίτητη στις μέρες μας, ωστόσο δεν είναι αυτό που θα δώσει το προβάδισμα στο παιχνίδι του ανταγωνισμού. Πλέον, το ελάχιστο που χρειάζεται για την είσοδο στην αγορά ή την παραμονή στον εκάστοτε κλάδο είναι η συνολική ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Η συνολική ποιότητα είτε η αναδιάρθρωση είναι στοιχεία που μπορούν να συμβάλλουν στη λειτουργική αποτελεσματικότητα στο εσωτερικό ενός οργανισμού. Η στρατηγική είναι θέμα πρωτίστως εξωτερικό και δευτερευόντως εσωτερικό. Η στρατηγική αφορά τη διερεύνηση των προτιμήσεων των πελατών, την παρατήρηση των αλλαγών στις εργασιακές συνήθειες και την δυνατότητα να προσφέρεις στον πελάτη πολύ διαφορετικά οφέλη τα οποία οι ανταγωνιστές δεν μπορούν να προσφέρουν.

Ως αποτέλεσμα, στις μέρες μας όπου παρατηρείται ραγδαία αλλαγή σε όλους τους τομείς, η στρατηγική είναι κυρίως ένα εργαλείο διαχείρισης που διασφαλίζει την καινοτομία, την πρόοδο και την προσαρμογή του οργανισμού στο περιβάλλον διαρκώς ή την αρμονική συνύπαρξη με το περιβάλλον και τον έλεγχο των αλλαγών που προκύπτουν.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΣΚΕΨΗΣ

- ✓ Η σφαιρική οπτική.
- ✓ Η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και προστιθέμενης αξίας.
- ✓ Η μακροπρόθεσμη οπτική.
- ✓ Η υλοποίηση προσυμφωνημένων αποφάσεων.
- ✓ Ο προσχεδιασμός άγνωστων καταστάσεων.
- ✓ Το όραμα.
- ✓ Το να γίνονται λάθη.
- ✓ Η διαρκής μάθηση.
- ✓ Το να θεωρείσαι ξεχωριστός.

- ✓ Το ρίσκο.
- ✓ Η αξιοποίηση των αναλογιών.
- ✓ Ο συστημικός τρόπος σκέψης.
- ✓ Η δημιουργία και η ανάπτυξη αρνητικής εντροπίας.

3.3. Ανάλυση ρίσκου και πιθανότητα αποτυχίας

Το ρίσκο είναι κάτι που ο καθένας καλείται να αντιμετωπίσει, ωστόσο το να αντιληφθεί κανείς τη σημασία της ανάλυσης ρίσκου και τη σημασία που έχει για τη ζωή του καθενός, δεν είναι εύκολη υπόθεση.

Αν ρωτήσετε τους φίλους σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αν είναι καλή η ανάλυση ρίσκου, θα λάβετε εκατοντάδες θετικές απαντήσεις. Εντούτοις, θα δείτε ότι αυτό το ποσοστό δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα καθώς δεν παίρνουν περισσότερα ρίσκα από όσα μπορούν.

Για παράδειγμα, ένας πελάτης χρειάζεται συμβουλευτική για τη δημιουργία δικής του επιχείρησης. Οι σύμβουλοι καριέρας γνωρίζουν πως είναι εύκολο να πάρουν ρίσκο τα άτομα που έχουν επιτυχημένη επαγγελματική πορεία για πάνω από 20 χρόνια. Παρόλα αυτά, ζητούν συμβουλευτική υποστήριξη προκειμένου να απαλλαγούν από το φορτίο των σκέψεων τους και να ακούσουν από κάποιον άλλον την προτροπή «Ας το κάνουμε!»

Η ανάλυση ρίσκων μοιάζει τρομακτική. Ακόμη κι αν συνεργάζεστε στενά με τον εργοδότη σας για 10 χρόνια, όταν έρθει η στιγμή να πέσουν ιδέες στο τραπέζι και η δική σας ιδέα είναι αντίθετη από του εργοδότη, πιθανόν θα βρεθείτε σε τρομερά δύσκολη και αμήχανη θέση. Είναι σημαντικό να θυμάστε ότι εσείς ελέγχετε τα ρίσκα που αναλαμβάνετε και ότι οι παρακάτω συμβουλές θα σας καθοδηγήσουν:

ΝΑ ΘΥΜΑΣΤΕ ΤΙΣ ΕΠΙΤΥΧΙΕΣ ΣΑΣ

Πολλοί άνθρωποι ισχυρίζονται ότι ο φόβος της αποτυχίας μπορεί να θολώσει την κρίση τους για το τι μπορούν να καταφέρουν. Δεν είναι εύκολο να σκέφτεσαι κάτι διαφορετικό σε τέτοιες περιστάσεις και να περιμένεις να πραγματοποιηθεί ως δια μαγείας.

Προσπαθήστε να βασίζεστε σε πραγματικά γεγονότα και δεδομένα. Ακόμη κι αν έχετε κατακλυστεί από αρνητικά συναισθήματα, το να μη λαμβάνετε υπόψη τα μέχρι τώρα επιτεύγματα σας δεν είναι θετικό και δεν μπορείτε να το αγνοήσετε.

ΝΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΙΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΣΑΣ

Κατά την ανάλυση ενός ρίσκου, όπως στο παράδειγμα με το αφεντικό παραπάνω, είναι σημαντικό να γνωρίζετε τι χρειάζεστε, δηλαδή ποιες δεξιότητές σας είναι απαραίτητες για το επιθυμητό αποτέλεσμα.

ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΚΑΛΟ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΛΑΘΗ

Οι εξαιρετικά δύσκολες καταστάσεις δεν μπορούν να σας εμποδίσουν να επιτύχετε. Είναι γνωστό πως καμία από τις μεγάλες εφευρέσεις δεν ήταν άψογη, εξετάζοντας την διαχρονικά, ωστόσο αποτέλεσε την ευκαιρία για να επέλθει γνώση από τα λάθη αυτά. Τα λάθη στην επίτευξη καλών ή κακών αποτελεσμάτων μπορούν να αποτελέσουν εξαιρετικές ευκαιρίες για να διδαχθείτε από αυτά.

Ακόμη κι όταν όλα είναι έτοιμα, υπάρχουν ορισμένα σημεία για επανεξέταση. Ακόμη κι όταν έχετε ολοκληρώσει την έρευνα σας, είστε προετοιμασμένοι και έτοιμοι για δράση, μερικές φορές θα ήταν χρήσιμο να συνομιλήσετε με τον κατάλληλο άνθρωπο.

Μπορεί να χρειαστείτε συμβουλές από ανθρώπους με τους οποίους συζητάτε. Είναι ανεκτίμητη η βοήθεια από τους σωστούς ανθρώπους που θα σας υποστηρίξουν και θα σας προετοιμάσουν για όλα τα ενδεχόμενα, αντί να σας αφήσουν να πιστεύετε πως είστε αλάνθαστοι.

Θυμηθείτε, πριν βγει στη σκηνή ένας ομιλητής ή πριν κάποιος κάνει ένα μεγάλο βήμα στην καριέρα του, συχνά υπάρχουν άτομα που λειτουργούν υποστηρικτικά για εκείνον που το επιχειρεί.

Στο τέλος όμως ίσως να δημιουργηθούν αρνητικά συναισθήματα παρόλο που έχεις ακούσει τα σωστά λόγια από τους σωστούς ανθρώπους. Η γνώμη κάποιου άλλου μπορεί να κάνει το άτομο να αισθανθεί άσχημα ακόμη και αν οι συμβουλές που του δίνονται είναι κατάλληλες και βοηθητικές.

Μερικές φορές οι πολιτισμικές πεποιθήσεις ή τα συναισθήματα μπορεί να σας κατακλύσουν και να σας επηρεάσουν αρνητικά. Μπορεί να ακούσετε τη φράση «Αυτό δεν έχει ξαναγίνει» από ανθρώπους του κλάδου και αυτό να σας απομακρύνει από το στόχο σας.

Επομένως πώς πρέπει να νιώθει κανείς για να επιτύχει τα επιθυμητά αποτελέσματα; Αν πριν από 200 χρόνια ένα άτομο ισχυριζόταν πώς θα μπορούσε να πετάξει, η πιθανότερη αντίδραση της κοινωνίας θα ήταν να προβεί στην φυλάκιση αυτού του ατόμου. Οι πεποιθήσεις για μια ιδέα αλλάζουν με την πάροδο των χρόνων και την εμπειρία. Μπορεί να είστε εσείς αυτοί που θα δημιουργήσετε τις ιδέες και τις πεποιθήσεις του μέλλοντος.

Αντιμετωπίστε τους φόβους σας και αναλάβετε ρίσκα. Πλέον έχετε μια ιδέα για το πώς να πάρετε υπολογισμένα ρίσκα. Τώρα θα σας είναι πιο εύκολο να αξιοποιήσετε περισσότερες ευκαιρίες αν αποδεχτείτε τον εαυτό σας. Μπορείτε να τα καταφέρετε!

3.4. Λήψη Αποφάσεων

Τα χαρακτηριστικά της Λήψης Αποφάσεων

1. Η ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΕΝΗ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΚΑΙ ΕΧΕΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ.

Η απόφαση αποτελεί μια δήλωση για κινήσεις και συμπεριφορές με μελλοντικό προσανατολισμό.

2. Η ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΕΝΕΧΕΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ.

Η διαδικασία λήψης αποφάσεων ενέχει έντονη νοητική προσπάθεια.

3. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΒΑΣΙΖΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΟΡΘΟΛΟΓΙΚΟ ΤΡΟΠΟ ΣΚΕΨΗΣ.

Το γεγονός ότι η απόφαση βασίζεται σε ορθολογικό τρόπο σκέψης σημαίνει ότι τα κόστη που μπορεί να προκύψουν στην φάση της λήψης απόφασης και της υλοποίησης της, διατηρούνται σε προκαθορισμένο και ελεγχόμενο επίπεδο. Κάθε απόφαση κοστίζει. Αυτό το κόστος μπορεί να είναι υλικό ή ψυχολογικό. Αυτός που λαμβάνει την απόφαση θα πρέπει να είναι σε θέση να προβλέψει το κόστος. Ο λογικός τρόπος σκέψης και δράσης είναι αναγκαίος για την αποδοχή και την πρόβλεψη ότι κάθε απόφαση επιφέρει κάποιο κόστος.

4. Η ΑΠΟΦΑΣΗ ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΕΙΔΟΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΒΑΣΙΖΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ.

Υπάρχει μεγάλη ομοιότητα μεταξύ της απόφασης και του σχεδίου καθώς και μεταξύ της διαδικασίας λήψης αποφάσεων και της διαδικασίας σχεδιασμού. Ο σχεδιασμός είναι μια διαδικασία λήψης αποφάσεων που αφορά τους στόχους που θα οριστούν για το μέλλον και τι χρειάζεται να γίνει για την επίτευξη αυτών των στόχων. Η κύρια διαφορά μεταξύ του σχεδίου και της απόφασης είναι ότι το σχέδιο είναι πιο λεπτομερές σε σχέση με την απόφαση. Στην πραγματικότητα το σχέδιο είναι ένα σύνολο αποφάσεων. Φυσικά, κάθε σχέδιο έχει τη φύση μιας απόφασης αλλά κάθε απόφαση δεν έχει απαραίτητα τα χαρακτηριστικά ενός σχεδίου.

5. Η ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΠΑΙΤΕΙ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΞΟΥΣΙΑΣ

Η λήψη αποφάσεων είναι η διαδικασία επιλογής της διαδρομής που πρέπει να ακολουθηθεί ανάμεσα στις διαθέσιμες επιλογές. Επομένως, πρέπει τουλάχιστον να υπάρχει ελευθερία στη συμπεριφορά ώστε να είναι δόκιμος ο όρος «απόφαση».

6. Η ΑΠΟΦΑΣΗ ΣΥΝΕΠΑΓΕΤΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.

Η καλύτερη εναλλακτική είναι η επιλογή που συνδέει όλους τους στόχους και τις αξίες του οργανισμού με το αναμενόμενο αποτέλεσμα, χρησιμοποιώντας όσο το δυνατόν λιγότερους πόρους.

7. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΜΙΑΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ.

Το πρόβλημα είναι η απόκλιση από το συγκεκριμένο πρότυπο ή το αναμενόμενο επίπεδο απόδοσης. Η αντιμετώπιση προβλημάτων είναι η διαδικασία προσδιορισμού των κατάλληλων απαντήσεων και δράσεων για την επίλυση ενός προβλήματος.

8. Η ΛΗΨΗ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΝ ΧΡΟΝΟ.

Από την αρχή της διαδικασίας για τη λήψη απόφασης έως το τέλος της φάσης εφαρμογής της, είναι επιτακτικό να μην μεταβάλλονται πολύ τα υποκειμενικά στοιχεία των κινήτρων και στα αντικειμενικά στοιχεία χρειάζεται να μην μεταβάλλεται η καταλληλότητα και η αποτελεσματικότητα της απόφασης.

9. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΑΚΡΙΒΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ.

Οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων χρειάζονται πληροφορίες για να υλοποιήσουν μια απόφαση αποτελεσματικά. Ωστόσο, η διαδικασία συλλογής πληροφοριών είναι πολύ δαπανηρή και αβέβαιη, λόγω του ότι δεν είναι σαφές πότε είναι η καταλληλότερη στιγμή για τη λήξη της διαδικασίας συλλογής πληροφοριών.

Δεδομένου ότι η απόφαση είναι πολύ σημαντική στη ζωή του ατόμου και της κοινότητας, είναι απαραίτητο να αξιολογηθεί η ίδια η απόφαση, ώστε να αποφασιστεί εάν είναι καλή ή όχι. Η απόφαση μπορεί να ληφθεί για τη διεκπεραίωση μιας υποχρέωσης, μιας εργασίας ή την υλοποίηση ενός στόχου. Δεδομένου ότι η απόφαση λαμβάνεται βάσει αυτού του λόγου, το εάν είναι καλή ή όχι θα εξαρτηθεί από το βαθμό στον οποίο μπορεί να επιλύει προβλήματα. Τα πραγματικά αποτελέσματα όμως θα εμφανιστούν μετά την εφαρμογή της. Επίσης, το ποιος θα ωφεληθεί από την απόφαση είναι ένας σημαντικός παράγοντας.

Συνοπτικά, μια καλή απόφαση είναι εκείνη που οδηγεί στον στόχο. Μια αποτελεσματική απόφαση είναι μια απόφαση που παράγει μια νέα κατάσταση, ένα επιθυμητό αποτέλεσμα, ως απόρροια της επιρροής της. Ωστόσο, ορισμένα ανεπιθύμητα αποτελέσματα μπορεί να γίνουν εμφανή μετά την ολοκλήρωση της απόφασης και θεωρούνται ως το κόστος που επιφέρει η εφαρμογή της απόφασης. Δηλαδή, είναι απαραίτητο να μετρηθεί η ποιότητα της απόφασης όχι μόνο σύμφωνα με το βαθμό ακρίβειας, αλλά και με το βαθμό του συνολικού κόστους που επιβάλλεται, δηλαδή από το βαθμό ορθότητας.

Η ποιότητα της απόφασης μπορεί να εκφραστεί ως συνάρτηση του f (Αποτελεσματικότητα, Αποδοτικότητα, Εφαρμογή, Χρόνος). Αυτές οι τέσσερις ανεξάρτητες μεταβλητές μπορούν να αυξήσουν ή να μειώσουν την ποιότητα της απόφασης, η οποία είναι η εξαρτημένη μεταβλητή.

Η απόφαση πρέπει να είναι αποτελεσματική

Η απόφαση που λαμβάνεται πρέπει να έχει δεσμευτικό χαρακτήρα (επίλυση) για το εν λόγω συμβάν (πρόβλημα). Το πρόβλημα δεν πρέπει να επανεμφανιστεί. Για να είναι μια απόφαση καλή, πρέπει πρώτα να είναι αποτελεσματική. Έτσι λοιπόν, η απόφαση θα είναι αποτελεσματική ανάλογα με το βαθμό εξάλειψης του

προβλήματος. Για το λόγο αυτό, τα προβλήματα που πρέπει να επιλυθούν ως αποτέλεσμα της εφαρμογής της απόφασης πρέπει να έχουν προσδιοριστεί σωστά.

Η απόφαση πρέπει να είναι παραγωγική

Αυτό σημαίνει ότι το κόστος που μπορεί να προκύψει κατά τις φάσεις λήψης και εφαρμογής αποφάσεων χρειάζεται να «διατηρηθεί εντός των προβλεπόμενων ορίων»

Η απόφαση πρέπει να είναι εφαρμόσιμη

Η δυνατότητα εφαρμογής των αποφάσεων που λαμβάνονται επίσης αυξάνει ή μειώνει την ποιότητα (αξία) της απόφασης. Επομένως, ο ρεαλισμός και η καταλληλότητα των αποφάσεων που λαμβάνονται θα αυξήσουν την αποδοχή, και συνεπώς, την εφαρμογή της.

Η απόφαση θα πρέπει να είναι χρονικά προσδιορισμένη

Το σημαντικό είναι ότι η απόφαση πρέπει να ληφθεί εντός του απαιτούμενου χρόνου και δεν πρέπει να καθυστερεί η εφαρμογή της παρά μόνο για λόγους ανωτέρας βίας.



Image from viewapart / freepik.com

3.5. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Τα άτομα επικοινωνούν μεταξύ τους μεταφέροντας συναισθήματα, σκέψεις και πληροφορίες με διάφορους τρόπους. Σε αυτήν τη διαδικασία, όπου η επικοινωνία πραγματοποιείται χρησιμοποιώντας αισθητήρια όργανα, καθένα από αυτά λειτουργεί ως κανάλι επικοινωνίας.

Επιπλέον, αυτή η διαδικασία χρήσης οπτικών, ακουστικών, απτικών, οσφρητικών ή γευστικών καναλιών αποτελεί μια ευέλικτη διαδικασία. Η επικοινωνία είναι ένα είδος ανταλλαγής μηνυμάτων. Εκτός από την προσπάθεια μετάδοσης του τι κατανοούμε και τι θέλουμε να πούμε στο άτομο που βρίσκεται μπροστά μας με σαφήνεια, αποτελεί ακόμη την τέχνη της ακρόασης, της αντίληψης και της κατανόησης του τι θέλει να πει το άλλο άτομο. Έτσι, μέσα από την επικοινωνία, δημιουργείται ένας μυστηριώδης δεσμός μεταξύ των ατόμων αλλά και εκφράζονται συναισθήματα και σκέψεις.

Προκειμένου αυτές οι διαδικασίες να επιφέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα, η διαδικασία επικοινωνίας πρέπει να πραγματοποιείται επιτυχώς και αποτελεσματικά. Για το λόγο αυτό, η εικόνα, η ομιλία, η γλώσσα του σώματος, η ενσυναίσθηση και ο όγκος των πληροφοριών που διαχέονται είναι σημαντικά. Ως αποτελεσματική, ορίζεται η επικοινωνία μέσα από την οποία επιτυγχάνεται η αναμενόμενη αλληλεπίδραση μεταξύ των

συμμετεχόντων στη διαδικασία. Έτσι, το άτομο που λειτουργεί ως πομπός του μηνύματος, οφείλει να μεταδώσει με ακρίβεια το μήνυμα στον παραλήπτη. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της αμοιβαίας μεταφοράς πληροφοριών και της ακρόασης του άλλου ατόμου προκειμένου να γίνει αντιληπτό τι επιθυμεί ο καθένας να μεταδώσει. Η διαδικασία επικοινωνίας που προκύπτει από το συνδυασμό μετάδοσης και αποστολής χρειάζεται να είναι αμφίδρομη, διαφορετικά, δεν είναι εφικτή.

Επίσης, επειδή από τη φύση τους οι άνθρωποι τείνουν να εξηγούν παρά να ακούν, η μια πλευρά διατηρεί παθητική στάση, κι έτσι δεν επιτυγχάνεται η αποτελεσματικότητα. Από αυτό γίνεται εμφανές πόσο σημαντικό είναι να είναι κάποιος καλός ακροατής για μια αποτελεσματική επικοινωνία.

Προκειμένου να επιτευχθεί μια αποτελεσματική επικοινωνία, τα άτομα χρειάζεται να προσέξουν τα εξής σημεία:

- Να υπάρχει ειλικρίνεια.
- Να αποφεύγεται η χρήση αρνητικών εκφράσεων στις προτάσεις όσο το δυνατόν περισσότερο.
- Να γίνεται αισθητή η ειλικρινής στάση των συνομιλητών.
- Να μπαίνετε στη θέση του συνομιλητή σας (ενσυναίσθηση) και όταν είναι απαραίτητο να χρησιμοποιούνται εκφράσεις όπως «συγγνώμη» και «ευχαριστώ».
- Πρέπει να δίνεται ο απαραίτητος χρόνος στην επικοινωνιακή διαδικασία.
- Να απευθύνεστε ονομαστικά ο ένας στον άλλο δείχνοντας έτσι την εκτίμηση που τρέφετε για το συνομιλητή σας.
- Πολλά πράγματα μπορούν να επιτευχθούν με αγάπη και επικοινωνία.

Η επικοινωνία είναι σημαντική σε όλους τους τομείς της ζωής και ιδιαίτερα για την αρμονική συνύπαρξη των ανθρώπων μέσα σε μια κοινωνία. Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο περισσότερος χρόνος του καθενός αφιερώνεται στο χώρο εργασίας, φαίνεται πως η ποιότητα της επικοινωνίας στο επιχειρηματικό περιβάλλον αντανάκλα την πορεία της καριέρας των ατόμων. Όταν ένα άτομο αδυνατεί να επικοινωνήσει αποτελεσματικά, δεν μπορεί να λάβει την υποστήριξη που χρειάζεται από πλευράς οργανισμού, γεγονός που υποδεικνύει ότι χρήζει προσοχής και βελτίωσης σε αυτόν τον τομέα.

3.6. Δεξιότητες Δικτύωσης

Δικτύωση

Δράσεις όπως η συζήτηση επιχειρηματικών θεμάτων, η ανταλλαγή πληροφοριών, η συμμετοχή σε επαγγελματικούς συλλόγους, ο εθελοντισμός για οργανωτικά καθήκοντα και η συμμετοχή σε συλλογικές εκδηλώσεις είναι παραδείγματα συμπεριφορών δικτύωσης. Ο κύριος σκοπός της δικτύωσης είναι η ανάπτυξη σχέσεων, η διατήρηση των υφιστάμενων σχέσεων και η παροχή υποστήριξης σε θέματα επιχειρήσεων και σταδιοδρομίας. Η πρόσβαση που έχουν τα μέλη σε πληροφορίες και πόρους μέσω ενός δικτύου μπορεί να

λειτουργήσει ευεργετικά. Έρευνες δείχνουν πως η υποστήριξη σε θέματα επιχειρήσεων και σταδιοδρομίας μπορεί να παρασχεθεί από πολλούς ανθρώπους εντός μιας κοινότητας, καλύπτοντας σχέσεις εντός και εκτός του οργανισμού. Η δικτύωση είναι η προσπάθεια δημιουργίας και διατήρησης σχέσεων για την επίτευξη επιχειρηματικών ή επαγγελματικών στόχων μέσω της πρόσβασης σε πόρους που διατίθενται εντός του δικτύου. Η δικτύωση οφείλεται στην παρουσία ενός πιο δυναμικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος όπου οι άνθρωποι μπορεί να χρειαστεί να αλλάξουν θέσεις, ταλέντα, οργανισμούς, βιομηχανίες ή χώρες προκειμένου να βελτιώσουν και να εξελίσουν τη σταδιοδρομία τους, δυνατότητα που θεωρείται πολύ σημαντική.

Η δικτύωση αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα που μπορεί να βοηθήσει τους διευθύνοντες να κατανοήσουν καλύτερα τις στρατηγικές τους. Περιλαμβάνει ατομικές δράσεις που αφορούν τις σχέσεις που έχουν αναπτυχθεί και διατηρηθεί για την πρόσβαση σε πληροφορίες και πόρους προκειμένου να επιτευχθεί εξέλιξη σταδιοδρομίας ή να πραγματοποιηθούν στόχοι που σχετίζονται με την εργασία. Για παράδειγμα, ως δράσεις δικτύωσης μπορούν να θεωρηθούν δραστηριότητες όπως η κοινωνικοποίηση με τους συναδέλφους και η ένταξη σε επαγγελματικές οργανώσεις και κοινότητες. Χάρη σε αυτές τις δραστηριότητες δικτύωσης, οι άνθρωποι μπορούν να δρομολογήσουν τις διαδικασίες σταδιοδρομίας τους ευκολότερα. Ακόμη, η δικτύωση έχει συσχετιστεί με μια σειρά θετικών αποτελεσμάτων σε ατομικό επίπεδο. Οι ερευνητές δήλωσαν ότι τα άτομα που ασχολούνται με τη δικτύωση είναι πιο πιθανό να έχουν υψηλότερο μισθό, καλύτερους όρους σύμβασης, να λαμβάνουν μεγαλύτερη ικανοποίηση από την εργασία τους και περισσότερες ευκαιρίες προαγωγής σε σχέση με εκείνους που δεν ασχολούνται με τέτοιου είδους δράσεις. Εκτός από τη διευκόλυνση στην επαγγελματική ανέλιξη, η δικτύωση παρέχει επίσης άυλα υποκειμενικά οφέλη σταδιοδρομίας. Τα άτομα που καταλαμβάνουν διοικητικές θέσεις περιλαμβάνονται στους επιχειρηματικούς οργανισμούς, σωματεία και κοινότητες και έχουν περισσότερες διασυνδέσεις. Για παράδειγμα, ένας προϊστάμενος σχετίζεται θετικά με τη δικτύωση. Οι επαφές από το εξωτερικό δίκτυο των ανώτερων στελεχών είναι ανώτερες από αυτές των υπευθύνων σε μεσαίες και κατώτερες βαθμίδες. Για τον λόγο αυτό, τα άτομα που βρίσκονται σε καίριες θέσεις για την λήψη αποφάσεων που ενδέχεται να επηρεάσουν τον οργανισμό στον οποίο ανήκουν, αναλαμβάνουν περισσότερες ευθύνες σε σχέση με εκείνους που ανήκουν σε θέσεις μεσαίας και κατώτερης βαθμίδας και ασχολούνται με την οργάνωση των επαφών του οργανισμού.

Η θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου αναφέρει ότι η σταδιοδρομία των ατόμων προκύπτει από τις διαφορές που υπάρχουν στις σχέσεις που αναπτύσσονται εντός των δικτύων τους. Άτομα που ανήκουν σε δίκτυα που πλεονεκτούν έναντι των άλλων στο κομμάτι των διασυνδέσεων, μπορούν να καταφέρουν να κατακτήσουν πιο υψηλόβαθμες θέσεις στην καριέρα τους σε σχέση με εκείνους που εντάσσονται σε δίκτυα που δεν πλεονεκτούν. Η ένταξη ατόμων σε δίκτυα παρέχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι όσων δε δραστηριοποιούνται σε κάποιο δίκτυο καθώς παρέχει ευκαιρίες να συνδεθούν με άτομα από διαφορετικές ομάδες με σκοπό την ανταλλαγή πόρων και γνώσεων. Οι διαφορές στα δίκτυα προκύπτουν από τους τύπους σχέσεων που αναπτύσσονται και διατηρούνται στο πλαίσιο τους. Αυτές οι σχέσεις αποτελούν το θεμέλιο λίθο των δικτύων. Τα άτομα που αναπτύσσουν τέτοιες σχέσεις έχουν πρόσβαση σε ανταγωνιστικές πληροφορίες και πόρους. Οι διαφορές στις

επαγγελματικές πορείες ατόμων με παρόμοιο προφίλ μπορεί να προκύψουν από το είδος των σχέσεων που έχουν αναπτύξει εντός των δικτύων.

Καθώς αναπτύσσονται οι σχέσεις των ατόμων εντός των δικτύων, κάθε σύνδεσμος λειτουργεί ως ανοιχτή πηγή για κάθε άτομο. Η βάση του σχεσιακού κεφαλαίου σχηματίζεται από την αμοιβαία εμπιστοσύνη, η οποία δημιουργείται μεταξύ των μελών του δικτύου και διευκολύνει την επίτευξη των δραστηριοτήτων. Επιπλέον, μπορεί να προκύψουν παράπλευρα οφέλη από την ανάπτυξη των σχέσεων μεταξύ των μελών όπως η πρόσβαση σε πληροφορίες και πόρους καθώς και η επαγγελματική υποστήριξη. Μόλις σχηματιστούν σχέσεις εντός του δικτύου, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να επηρεάσουν ή / και να κατευθύνουν άτομα στην κοινότητα προκειμένου να επιτύχουν τους επιδιωκόμενους στόχους τους. Για το λόγο αυτόν, καθώς η κοινότητα μεγαλώνει, παρέχεται ολοένα και μεγαλύτερη πρόσβαση στους απαιτούμενους πόρους.

3.7. Διαχείριση χρόνου

Ο χρόνος μπορεί να οριστεί ως ένα μετρήσιμο στοιχείο στην ανθρώπινη ζωή. Μπορεί να είναι μακροπρόθεσμος ή βραχυπρόθεσμος, δεν μπορεί να επαναληφθεί, με συγκεκριμένη αρχή και καθορισμένο τέλος, και εκφράζει μια αφηρημένη έννοια. Το γεγονός ότι είναι ένα μη επαναλαμβανόμενο στοιχείο δείχνει τον βαθμό σπουδαιότητάς του. Επομένως, η έννοια της διαχείρισης του χρόνου αποτελεί μία από τις έννοιες που αφορούν τον καθένα ξεχωριστά.

Στη σύγχρονη εποχή, οι περισσότεροι άνθρωποι δυσκολεύονται να βρουν αρκετό χρόνο. Στην πραγματικότητα, ο χρόνος είναι ένα σταθερό στοιχείο και ο διαθέσιμος χρόνος που έχουν όλα τα άτομα είναι ο ίδιος. Σε αυτό το σημείο, οι έννοιες της ορθής χρήσης του χρόνου και της διαχείρισης του εμφανίζονται στο προσκήνιο. Άτομα που μπορούν να χρησιμοποιήσουν τον χρόνο τους με σύνεση και είναι σε θέση να τον διαχειρίζονται ανάλογα με τις ανάγκες τους θα είναι σε θέση να επιτύχουν τους στόχους και τους σκοπούς τους, δεδομένου ότι ενεργούν με πειθαρχία.

Σε αυτή τη διαδικασία, η οποία μπορεί να επιτευχθεί με σωστό σχεδιασμό, είναι προφανές ότι η έννοια του σχεδιασμού είναι κυρίαρχο συστατικό της διαχείρισης χρόνου και μια σημαντική λειτουργία διαχείρισης. Οι σκοποί και οι επιμέρους στόχοι αποτελούν σημεία μείζονος σημασίας στη διαδικασία διαχείρισης χρόνου. Η επίτευξη ενός στόχου είναι εφικτή, εάν έχει



image from NeONBRAND / unsplash.com

προηγηθεί ορθή χρονική εκτίμηση και σχεδιασμός. Η επίτευξη ή ολοκλήρωση ενός στόχου γίνεται επίσης εφικτή οργανώνοντας το χρόνο σωστά. Αν δε δημιουργηθεί και δεν εφαρμοστεί ένα πλάνο, δεν είναι πιθανό να αξιοποιηθεί ο χρόνος αποτελεσματικά.

Τα ακόλουθα βήματα μπορούν να προγραμματιστούν και να εφαρμοστούν για τη δημιουργία ενός αποτελεσματικού και αποδοτικού χρονοδιαγράμματος:

- Χρειάζεται να δημιουργηθεί μια λίστα υποχρεώσεων (to-do list) στην οποία θα λαμβάνεται υπόψη και θα περιλαμβάνεται ο χρόνος που απαιτείται για καθεμία.
- Όταν τα επίπεδα ενέργειας του ατόμου είναι υψηλά, χρειάζεται να δοθεί προτεραιότητα στις υποχρεώσεις υψηλής σπουδαιότητας.
- Κατά τη διάρκεια του σχεδιασμού, χρειάζεται να συμπεριληφθεί χρόνος για έκτακτες περιστάσεις.
- Κατά την εφαρμογή του χρονοδιαγράμματος, η εξοικονόμηση χρόνου χρειάζεται να γίνεται σύμφωνα με το περιεχόμενο των εργασιών.
- Τα σχέδια κατά τη διάρκεια της διαδικασίας θα πρέπει να καταγράφονται ώστε να αναλύεται η πρόοδος με πιο ξεκάθαρο τρόπο.
- Όσον αφορά τα κίνητρα, τα άτομα δεν πρέπει να παραβλέπουν να επιβραβεύσουν τον εαυτό τους για την πρόοδο που σημειώνουν.

Τα άτομα που μπορούν να ελέγχουν αποτελεσματικά τον χρόνο τους έχουν το πλεονέκτημα να είναι μπροστά στις εξελίξεις. Τα άτομα που αξιοποιούν το χρόνο τους προκειμένου να βελτιωθούν κατά τη διάρκεια των σπουδών τους, προετοιμάζουν τα βήματα για μια επιτυχημένη καριέρα. Τα άτομα που έχουν συνηθίσει να αξιοποιούν τον χρόνο τους θα μπορούν να κάνουν σίγουρα βήματα για να είναι επιτυχημένοι καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής τους.

3.8. Δημιουργικές δεξιότητες

Η δημιουργικότητα ορίζεται ως η ανάδειξη εννοιολογικά διαφορετικών, ασυνήθιστων, προσωπικών και ριζοσπαστικών ιδεών. Η δημιουργικότητα διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο δίνοντας στα άτομα την ικανότητα να κατανοούν και να ερμηνεύουν καλύτερα τη ζωή μετατρέποντας αυτές τις ιδέες σε πράξη. Η σύνδεση μεταξύ αυτών των σκέψεων για πρώτη φορά, συντελεί στην απαρχή της δημιουργικής σκέψης. Ωστόσο, κάποιο είδος ανακάλυψης μπορεί να προκύψει ως αποτέλεσμα της χρήσης της φαντασίας δημιουργώντας μια σύνδεση μεταξύ ατόμων και δεδομένων. Σε αυτή τη διαδικασία, η οποία πραγματοποιείται διαφορετικά από τον κλασικό τρόπο σκέψης, διακρίνεται ένα ανοιχτό στυλ σκέψης. Έτσι, μπορεί να βγουν στην επιφάνεια νέες ιδέες, ποικίλες επιλογές και διαφορετικά αποτελέσματα. Ο ρυθμός με τον οποίο αποκτήθηκαν οι νέες ιδέες και επιλογές, αλλά αποδίδοντας διαφορετικά αποτελέσματα, δείχνει σε ποιο βαθμό έχει πραγματοποιηθεί η διαδικασία της δημιουργικής σκέψης.

Η δημιουργική σκέψη είναι μια ικανότητα που ενυπάρχει σε κάθε άτομο. Παρόλα αυτά, ο καθένας χρησιμοποιεί διαφορετικές τεχνικές για να χρησιμοποιήσει αυτή την ικανότητα και να αναδείξει τη δεξιότητα. Για παράδειγμα, όταν ξεπεραστούν εμπόδια όπως:

- να υιοθετείται ένα στυλ και να μην υπάρχει πειραματισμός,
- η πεποίθηση πως υπάρχει μόνο μια σωστή απάντηση και καμία εναλλακτική επιλογή για μια κατάσταση,
- να αποφεύγεται η αναζήτηση άλλων διαθέσιμων επιλογών,
- ο φόβος της απλοϊκής εικόνας στα μάτια των άλλων,

η δημιουργική σκέψη μπορεί να αναπτυχθεί. Είναι μια διαδικασία που χρειάζεται να εξατομικευτεί. Εξετάζοντας αν μια ιδέα είναι δημιουργική ή όχι, το σημείο που χρειάζεται να ελεγχθεί είναι κατά πόσο υπάρχει κάτι καινούριο σε αυτή για το άτομο που την έχει σκεφτεί. Η πρωτοτυπία αυτή καθαυτή δεν έχει τόση σημασία. Αν και υπάρχουν αρκετές τεχνικές που χρησιμοποιούνται σε αυτήν τη διαδικασία, εκείνη που είναι προτιμότερη και περισσότερο προσανατολισμένη στο αποτέλεσμα είναι η μέθοδος καταιγισμού ιδεών (brainstorming). Άλλες μέθοδοι που μπορούν να υιοθετηθούν είναι η μέθοδος αλληλουχίας των συνεκτικών ιδεών (Synectics), τα χαρακτηριστικά στοιχεία, η τεχνική σύνδεσης, η μορφολογική ανάλυση, ο οριζόντιος τρόπος σκέψης και η γραμμική σκέψη, η μέθοδος ελέγχου. Με την υποστήριξη αυτών των μεθόδων τα άτομα μπορεί να έχουν την ευκαιρία να εκθέσουν όλες τις ιδέες τους, ανεξάρτητα από το πόσο ανέφικτες ή παράλογες φαίνονται στη διαδικασία της δημιουργικής σκέψης.

3.9. Δεξιότητες πειθούς και επιρροής



image from pressfoto / freepik.com

Βασικές τεχνικές πειθούς

1. ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΡΩΤΑ ΜΙΚΡΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΜΕΓΑΛΟΥ ΑΙΤΗΜΑΤΟΣ

Η τεχνική αυτή εμφανίστηκε στη βιβλιογραφία από τους Freedman και Fraser. Είναι μια τεχνική που αποτελεί αντικείμενο πολλών έρευνών. Η τεχνική ονομάζεται "foot in the door" στα Αγγλικά και "βαθμιαία τεχνική επιρροής" στα Τουρκικά. Το κοινό-πηγή έχει πολλές πιθανότητες αποδοχής ενός μικρού αιτήματος στην αρχή από το κοινό-στόχο. Στη συνέχεια, αναπτύσσει αιτήματα μεγαλύτερου βεληνεκούς και τα υλοποιεί βήμα προς βήμα, ανάλογα με την πρόοδο που γίνεται. Η τεχνική αναφέρεται επίσης ως "τεχνική από πόρτα σε πόρτα". Το σημαντικό στην τεχνική αυτή, είναι να διασφαλιστεί ότι το ενδιαφερόμενο άτομο θα είναι συνεπές. Η τεχνική αναφέρεται επίσης ως "τεχνική από πόρτα σε πόρτα". Σημαντικά στοιχεία της τεχνικής αυτής είναι η δέσμευση,

η προσδοκία συνέπειας και η αυτοαντίληψη. Σύμφωνα με την τεχνική, το πρώτο βήμα για την αποδοχή του αιτήματος είναι να δημιουργηθεί το αίσθημα δέσμευσης από πλευράς του ενδιαφερομένου, ώστε να ενεργήσει με αίσθημα ευθύνης και να αποδεχτεί τα αιτήματα που θα ακολουθήσουν.

2. ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΡΩΤΑ ΜΕΓΑΛΟΥ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΜΙΚΡΟΥ ΑΙΤΗΜΑΤΟΣ

Η τεχνική αναφέρεται ως "door in the face" στα Αγγλικά. Σύμφωνα με την τεχνική, ζητείται αρχικά από τον ενδιαφερόμενο ένα μεγάλο αίτημα. Όταν το αίτημα δε γίνεται αποδεκτό, του ζητείται κάτι μικρότερο για να αυξηθεί η πιθανότητα αποδοχής του. Στο πρώτο στάδιο, το αίτημα είναι επιθετικό, καταπιεστικό και επιβλητικό. Ένα παράδειγμα αυτής της τεχνικής λειτουργεί είναι οι διάλογοι μεταξύ πωλητή και αγοραστή στην πώληση μεταχειρισμένων αυτοκινήτων. Η βασική ιδέα της μεθόδου είναι ότι με το να μειώσει τις απαιτήσεις του ο πωλητής, δείχνει την προθυμία του να συμβιβαστεί. Είναι σημαντικό να μεσολαβήσει μόνο σύντομο χρονικό διάστημα ή και καθόλου καθυστέρηση μεταξύ των δύο αιτημάτων προκειμένου να διασφαλιστεί η επιτυχία της τεχνικής.

3. ΤΕΧΝΙΚΗ ΑΥΞΗΜΕΝΩΝ ΑΙΤΗΜΑΤΩΝ

Στα Αγγλικά, η τεχνική αναφέρεται ως "low-ball technique". Αρχικά, γίνονται προτάσεις από τον πωλητή στο κοινό-στόχο οι οποίες έχουν υψηλές πιθανότητες να γίνουν αποδεκτές. Στη συνέχεια, οι προτάσεις επεκτείνονται έως ότου γίνουν αποδεκτές από τον πελάτη. Φαίνεται ότι αυτή η τεχνική φέρει παρόμοια χαρακτηριστικά με την τεχνική του μικρού και μετά μεγάλου αιτήματος. Το σημείο της τεχνικής, στο οποίο διαφέρει, είναι ότι προβλέπεται το δεύτερο αίτημα να είναι μεγάλο και δεν ζητείται.

4. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥ «ΟΧΙ ΜΟΝΟ ΑΥΤΟ»

Εκφράζεται ως "that's not all" στα Αγγλικά και «τεχνική πώλησης καλοπιάσματος» στα Τουρκικά. Η ζήτηση είτε αυξάνεται είτε μειώνεται σε επίπεδο πριν δηλωθεί εάν το κοινό-στόχος αποδέχεται το αίτημα. Η έκπτωση 10% του πωλητή επί της αξίας του προϊόντος στο στάδιο της αγοράς του και το να δοθεί ως δώρο ένα άλλο προϊόν, αποτελούν μια ευρέως χρησιμοποιούμενη τεχνική στον τομέα του μάρκετινγκ. Έχει παρατηρηθεί ότι η αρχή της «αμοιβαιότητας» έχει παρόμοια χαρακτηριστικά με την τεχνική μικρού και μεγάλου αιτήματος. Η διαφορά μεταξύ των δύο μεθόδων είναι ότι το δεύτερο αίτημα απευθύνεται στον πελάτη αμέσως, χωρίς να περιμένει απάντηση ο πωλητής. Το σημαντικό σημείο για την τεχνική είναι ότι το πρώτο αίτημα πρέπει να γίνει αποδεκτό από τον πελάτη. Διαφορετικά, η ελκυστική παροχή του συμπληρωματικού προϊόντος-δώρου δεν έχει σημασία.

5. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΦΑΣΕΩΝ

Η τεχνική περιλαμβάνεται στα Αγγλικά με την έκφραση «yes-yes technique». Η ουσία αυτής της μεθόδου είναι η προσπάθεια για διαρκώς καταφατικές απαντήσεις από το κοινό-στόχο. Είναι επιθυμητή η δημιουργία μιας επαναλαμβανόμενης κατάστασης στην οποία ο πωλητής θα λαμβάνει πάντα καταφατικές απαντήσεις στις ερωτήσεις του. Η πιο σημαντική ερώτηση τίθεται στο τέλος, και έτσι αυξάνεται η πιθανότητα να δοθεί και πάλι

καταφατική απάντηση. Έχει βρεθεί πως η κατάσταση της συνεχούς έγκρισης στην οποία βρίσκεται ο πελάτης είναι μια κατάσταση που τον αναγκάζει να πείσει τον εαυτό του να δεχθεί και το τελικό αίτημα του πωλητή. Είναι μια ευρέως χρησιμοποιούμενη τεχνική στο μάρκετινγκ. Οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται από τον αντιπρόσωπο πωλήσεων όταν επιχειρεί να πουλήσει πιστωτικές κάρτες σε ιδιώτες είναι παράδειγμα εφαρμογής αυτών των τεχνικών. Έτσι, χάρη σε αυτή την κατάσταση, είναι επιθυμητό να δημιουργηθεί η απαραίτητη υποδομή ώστε ο αντιπρόσωπος πωλήσεων να λάβει θετική απάντηση.

6. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥ «ΔΕΝ ΑΝΑΡΩΤΙΕΜΑΙ»

Αυτή η τεχνική είναι γνωστή στα Αγγλικά με το όνομα "μην ρωτήσετε αν, ρωτήστε ποια τεχνική". Σύμφωνα με την τεχνική αυτή, ο πελάτης δεν ερωτάται αν υπάρχει ανάγκη για κάποιο προϊόν στο πρώτο στάδιο, αντιθέτως οι επιλογές προσφέρονται από τον πωλητή με προτροπή για δράση και ο πελάτης στόχος αναμένεται να επιλέξει μια εναλλακτική από τις προσφερόμενες επιλογές. Για παράδειγμα, ο πελάτης μπορεί να επισκεφθεί το κατάστημα με την προοπτική να αγοράσει ένα πουλόβερ και να αγοράσει και παντελόνι μαζί με το πουλόβερ. Αντί να προσφέρονται πάρα πολλές επιλογές στον πελάτη, ο πωλητής θέλει να μειώσει τα περιθώρια, προσφέροντας δύο ή λιγότερες επιλογές.

7. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΑΠΑΝΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΡΩΤΗΣΗ ΜΕ ΕΡΩΤΗΣΗ

Στα Αγγλικά, η τεχνική ονομάζεται «ερώτηση με ερώτηση». Η μέθοδος αναγκάζει τον πωλητή να ανταποκριθεί στον πελάτη και η τεχνική αυτή στοχεύει στην εξοικονόμηση χρόνου σε ερωτήσεις όπως «Τι πιστεύετε για αυτό;», «Δεν καταλαβαίνω, θα επαναλάβετε;». Η ιδέα του να απευθυνθεί ο πωλητής στην άλλη πλευρά, θέτοντας ερωτήσεις, είναι ο κυρίαρχος τρόπος σκέψης που χρησιμοποιείται σε αυτή την τεχνική. Ο πωλητής δεν μπορεί πάντα να λειτουργήσει με πειθώ κατά τη διάρκεια της προσωπικής διαδικασίας πωλήσεων. Όταν αυτό δεν πραγματοποιείται επιτυχώς, η διαδικασία διακόπτεται μετά από ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Η τεχνική της απάντησης στην ερώτηση με ερώτηση είναι μια αποτελεσματική μέθοδος στο στάδιο όπου η διαδικασία πειθούς διακόπτεται. Αυτή η τεχνική απευθύνεται στα ερωτήματα της πελατειακής βάσης στόχου με σκοπό να τα αναδείξει.

8. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ

Στα Αγγλικά, αυτή η τεχνική αναφέρεται επίσης ως "τεχνική φύτευσης". Η τεχνική αυτή είναι μία από τις ευρέως προτιμώμενες τεχνικές στις διαφημίσεις. Η τεχνική θέλει να αναβιώνει το προϊόν στο μυαλό του κοινού-στόχου, συγκεκριμένα των πελατών, έχοντας ως στόχο τα αισθητήρια όργανα τους. Εκφράσεις όπως «η κατακόκκινη ντομάτα», η «ζεστή σούπα», οι οποίες συγκαταλέγονται μεταξύ των εκφράσεων στις διαφημίσεις τροφίμων, εξυπηρετούν το σκοπό αυτό. Το προϊόν υπενθυμίζεται στον πελάτη μέσω συνειρμών με γνώμονα τα δυνατά του σημεία από την περιγραφή του.

9. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΗΣ

Η τεχνική της Υποχρέωσης στοχεύει στο να διασφαλίσει ότι ο πελάτης θα παραμείνει πελάτης άνευ όρων, θέλοντας να εξασφαλίσει την εύνοια του πωλητή. Αυτή η τεχνική υπαγορεύει και τη συμπεριφορά του πωλητή στο παράδειγμα με το πουλόβερ που θα προσπαθήσει να δείξει ποιο ταιριάζει περισσότερο στον πελάτη, αποκλείοντας όλες τις διαφορετικές μάρκες μια προς μια. Είναι γνωστό ότι η αρχή της «αμοιβαιότητας» είναι ένα κύριο στοιχείο αυτής της τεχνικής. Στον πυρήνα της αρχής της αμοιβαιότητας υπάρχει η ιδέα ο πελάτης να μην αισθάνεται υποχρεωμένος στον πωλητή, ακόμη κι αν ο πωλητής του έχει παρουσιάσει πολλά προϊόντα και έχει καταβάλλει μεγάλες προσπάθειες γι' αυτό.

10. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ

Στα Αγγλικά λέγεται και "throw a ball technique". Σύμφωνα με την τεχνική αυτή, πρώτα προσφέρονται ελκυστικές συνθήκες στους πελάτες. Χάρη σε αυτές τις ευνοϊκές συνθήκες, είναι επιθυμητό να δημιουργηθεί μια θετική στάση για το προϊόν εκ μέρους των πελατών. Το παράδειγμα που δίνεται για τη μέθοδο αυτή είναι οι καμπάνιες που χρησιμοποιούνται συχνά στο μάρκετινγκ όπου στα τρία προϊόντα που αγοράζεις, το ένα είναι δώρο.

11. ΕΠΑΝΑΛΗΨΗ ΤΟΥ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ

Η επιτυχία αυτής της τεχνικής βασίζεται στην επανάληψη του μηνύματος μέχρι να ολοκληρώσει το σκοπό του. Υπάρχουν δύο σημαντικά πλεονεκτήματα σε αυτή την τεχνική. Το πρώτο πλεονέκτημα είναι ότι χάρη στην επανάληψη του ερεθίσματος, είναι εύκολο να εστιάσει το άτομο στο επιθυμητό σημείο καθώς η προσοχή του δεν αποσπάται προς άλλη κατεύθυνση. Το δεύτερο πλεονέκτημα είναι ότι από τη στιγμή που το ερέθισμα βρίσκεται στο πεδίο προσοχής του ατόμου, το άτομο είναι πιο ευαίσθητο να ανταποκριθεί στην επανεμφάνιση του.

12. Η ΓΟΗΤΕΙΑ ΤΟΥ ΦΟΒΟΥ

Με την τεχνική αυτή, οι πωλητές επιθυμούν να αλλάξουν τις στάσεις και τις συμπεριφορές των ατόμων προς την επιθυμητή για εκείνους κατεύθυνση. Ενώ προσπαθεί να πείσει ένα πελάτη πάνω σε κάποιο θέμα, τα αρνητικά αποτελέσματα που ίσως προκύψουν ως αποτέλεσμα της εφαρμογής αυτής της συμπεριφοράς εκφράζονται μέσω αυτής της μεθόδου. Η έκθεση των κινδύνων που μπορεί να προκύψουν επαναλαμβανόμενα παρουσιάζεται ως ένα παράδειγμα των στοιχείων της τεχνικής.

13. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΗΣ ΕΛΛΕΙΨΗΣ

Στα Αγγλικά, ονομάζεται "scarcity technique". Σύμφωνα με την τεχνική έλλειψης, η ενημέρωση των πελατών για την παρουσία ελάχιστων διαθέσιμων προϊόντων δημιουργεί μια ανταγωνιστική αντίληψη στον πελάτη για την απόκτηση αυτού του προϊόντος. Παράδειγμα του πεδίου εφαρμογής αυτής της τεχνικής είναι ο περιορισμένος αριθμός προϊόντων που πωλούνται σε καταστήματα. Έχει παρατηρηθεί η τάση των πελατών να

αγοράζουν μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντων σε σχέση με το διάστημα που δεν εφαρμόζεται αυτή η τεχνική στα καταστήματα. Η φράση «περιορισμένος αριθμός αποθέματος» οδηγεί τον πελάτη στο να αγοράσει προϊόντα.

14. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΟΥ ΑΣΥΝΗΘΙΣΤΟΥ ΑΙΤΗΜΑΤΟΣ

Η αγγλική φράση για αυτή την τεχνική είναι "rîque technique". Τα άτομα τείνουν να απορρίπτουν αιτήματα χωρίς σκέψη. Ένα παράδειγμα εφαρμογής της μεθόδου αυτής φαίνεται στην επαιτεία. Οι επαίτες σε αρκετές πόλεις ζητούν χρήματα από τους πεζούς. Οι περισσότεροι πεζοί τους αγνοούν και συνεχίζουν προς άλλη κατεύθυνση. Προκειμένου ο επαίτης να λάβει τα χρήματα που ζητάει, πρέπει να στοχεύσει στο να προσελκύσει την προσοχή του πεζού. Υπάρχουν κι άλλες μελέτες που σχετίζονται με αυτή τη μέθοδο. Παρόμοιες μελέτες έχουν γίνει με φοιτήτριες. Σε αυτές τις μελέτες, οι φοιτήτριες προσεγγίζουν τους πεζούς ως επαίτες με το κλασικό αίτημα «Έχετε χρήματα;» Ωστόσο, οι φοιτήτριες δεν μπορούν να προσελκύσουν την προσοχή των πεζών και σε αυτήν την περίπτωση, αποτυγχάνουν. Στη συνέχεια, η απρόβλεπτη ερώτηση "Μπορείτε να μου δώσετε 20 λεπτά;" απευθύνεται σε πεζούς από φοιτήτριες και φαίνεται ότι το ποσοστό εκείνων που δίνουν τελικά τα χρήματα στα κορίτσια είναι υψηλότερο από εκείνους που δίνουν χρήματα με την κλασική ερώτηση. Ως αποτέλεσμα της έρευνας, διαπιστώθηκε ότι το απρόβλεπτο αίτημα εμπόδισε την αυτόματη απόρριψη του.

15. Η ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΗΣ «ΕΠΕΙΔΗ»

Η κύρια ιδέα της μεθόδου είναι ότι εάν οι πωλητές εκτελέσουν τη διαδικασία πωλήσεων και οι πελάτες έχουν έναν λόγο να συναινέσουν στην αγορά του προϊόντος, η εν λόγω ενέργεια αυξάνει την πιθανότητα ολοκλήρωσης της. Η λέξη «επειδή» είναι η λέξη που αποτελεί την ουσία αυτής της τεχνικής.

16. ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ-ΤΙΜΗΣ

Οι πελάτες αποφασίζουν να αγοράσουν προϊόντα με τον συσχετισμό υψηλής τιμής και ποιότητας. Παρατηρείται ότι η μέθοδος συσχετισμού ποιότητας-τιμής χρησιμοποιείται από τους πωλητές σε περιπτώσεις όπου είναι δύσκολο για τους πελάτες να αποφασίσουν εάν θα αγοράσουν το προϊόν ή όχι κατά τη διαδικασία της πώλησης.

17. Η ΤΕΧΝΙΚΗ «ΟΛΑ ΕΝΑ ΕΥΡΩ»

Η τεχνική αυτή συναντάται συνήθως σε οργανισμούς τηλεμάρκετινγκ. Παράδειγμα της επιτυχίας αυτής της τεχνικής είναι το ότι υπάρχουν ένα εκατομμύριο καταστήματα ανά τον κόσμο που πωλούν με αυτόν τον τρόπο προϊόντα κινεζικής προέλευσης.

18. Η ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΕΞΟΥΣΙΑΣ

Οι τίτλοι (γιατροί, επιχειρηματίες, τραπεζικοί υπάλληλοι, καθηγητές πανεπιστημίου) που αποπνέουν υψηλό κοινωνικό στάτους καθώς και τα ακριβά αντικείμενα (διαμάντια Zen) εμφανίζονται ως παράγοντες που επηρεάζουν τους ανθρώπους στο να αγοράσουν κάτι, προκειμένου να αποκτήσουν την εικόνα υψηλού στάτους.

3.10. Επίλυση προβλήματος

Οι άνθρωποι σε όλο τον κόσμο αντιμετωπίζουν διάφορα προβλήματα και αναζητούν τρόπους για να τα επιλύσουν. Στην προσπάθεια αυτή υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν τον άνθρωπο. Για αρχή, ο χρόνος, οι περιβαλλοντικοί παράγοντες και η παρουσία ανθρώπων διαφορετικών ηλικιών οδήγησαν την ανθρωπότητα στην αναζήτηση λύσεων σε πολλά θέματα όπως το φύλο τους, το επάγγελμά τους, οι διαφορετικές απόψεις και πεποιθήσεις. Οι κοινωνικοί επιστήμονες θεωρούν την επίλυση προβλημάτων ως κομμάτι του πολιτισμού και θεωρούν πως μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων. Οι ψυχολόγοι, από την άλλη πλευρά, έκαναν στοχευμένες έρευνες και εξήγησαν με αυτές τις διάφορες μεθόδους επίλυσης προβλημάτων.

Τεχνικές Επίλυσης Προβλημάτων

Παρακάτω γίνεται μόνο η ταξινόμηση των τεχνικών επίλυσης προβλημάτων, χωρίς να γίνεται η ανάλυση τους.

Τεχνικές Παραγωγής Ιδεών

1. Τεχνική Καταιγισμού Ιδεών (Brainstorming)
2. Τα Έξι Σκεπτόμενα Καπέλα (Six Thinking Hats)
3. Δυναμική Ανάλυση πεδίου
4. Ομάδες Εστίασης
5. Συνέντευξη

Τεχνικές διαρκούς εξέλιξης

1. Κύκλος PYSU (PDCA) (Plan-Do-Check-Act)
2. Τεχνική 5N και 1K

Τεχνικές Ανάλυσης Προβλήματος

1. Διάγραμμα Ροής
2. Διάγραμμα Fishbone
3. Ανάλυση Pareto
4. Ανάλυση Αποφάσεων
5. Διάγραμμα Ενδιαφέροντος

- 6. Ψηφοφορία
- 7. Δυναμική Ανάλυση Πεδίου

Προτάσεις / Τεχνικές προτεραιοποίησης αιτιών

- 1. Διάγραμμα σχέσεων
- 2. Ανάλυση προτεραιοτήτων/αποτελεσματικότητας (Διάγραμμα Matrix)

Τεχνικές λήψεις αποφάσεων

- 1. Ομαδική λήψη αποφάσεων ονομαστικά
- 2. Πολλαπλές ψηφοφορίες
- 3. Συγκριτική αξιολόγηση

Συλλογή δεδομένων, Ανάλυση δεδομένων και Τεχνικές Αξιολόγησης

- 1. Διαγράμματα Pareto
- 2. Έρευνα
- 3. Ομαδική εργασία
- 4. Ανάλυση SWOT
- 5. Διάγραμμα Ομοιότητας
- 6. Διάγραμμα Ενδιαφέροντος
- 7. Πίνακας ελέγχου
- 8. Ιστόγραμμα
- 9. Διάγραμμα ψεκασμού
- 10. Πρόγραμμα Κίνησης
- 11. Διαγράμματα Ελέγχου



image from Andrew Neel / unsplash.com

3.11. Ευελιξία

Με την επίδραση της πετρελαϊκής κρίσης το 1973, η οικονομία αντιμετώπισε αρνητικές αλλαγές τα επόμενα χρόνια. Ως αποτέλεσμα, ο διεθνής ανταγωνισμός αυξήθηκε και οι ευέλικτοι τύποι εργασίας έχουν εισέλθει έκτοτε στην επαγγελματική ζωή. Στην πραγματικότητα όμως, η ευελιξία στο εργατικό δίκαιο εμφανίστηκε πρώτη φορά στα επαγγελματικά δεδομένα από τις «βάρδιες εργασίας». Ωστόσο, ο όρος ευελιξία χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά στη Γερμανία το 1967. Λόγω της κυκλοφοριακής συμφόρησης εκείνη την εποχή, εφαρμόστηκαν δύο βασικές ευέλικτες πρακτικές εργασίας προκειμένου να δοθεί λύση στο πρόβλημα της καθυστερημένης άφιξης των εργαζομένων που οφειλόταν σε αυτήν. Οι αλλαγές στην οικονομία που χαρακτηρίστηκαν ως αρνητικές, η αύξηση του διεθνούς ανταγωνισμού, η χρήση της μεταβαλλόμενης και αναπτυσσόμενης τεχνολογίας, η συρρίκνωση της ζήτησης στο εργατικό δυναμικό, η αύξηση της ευελιξίας σε μια διαρκώς μεταβαλλόμενη

αγορά εργασίας και οι πολιτικές του εργατικού δυναμικού αποδείχθηκαν ως οι παράγοντες που ανέδειξαν την θέσπιση ευέλικτων τύπων εργασίας.

Η ευελιξία έχει καταστεί αναπόφευκτη, καθώς η αναδυόμενη τεχνολογία αναδεικνύει διαρκώς νέους τρόπους εργασίας. Στον εργασιακό χώρο, υιοθετούνται ευέλικτοι τρόποι εργασίας, που αποφεύγονται από τα συνδικάτα εργαζομένων, και αναμένουν από τους υπαλλήλους τους να αναπτύξουν μια στάση φιλική προς αυτήν την αλλαγή η οποία απέχει από την επίσημη εργασιακή δομή.

Η ευελιξία αποτελεί έναν μετασχηματισμό στις σχέσεις εργαζομένων-εργοδοτών καθώς και με την ίδια την αγορά εργασίας, που επήλθε από τις επαγγελματικές συνθήκες του 20^{ου} αιώνα και έκτοτε διακλαδίζεται όλο

και περισσότερο. Σήμερα, η ποικιλία στις μορφές εργασιακών συνθηκών λαμβάνουν επίσης την υποστήριξη των εργαζομένων και των εργοδοτών. Επομένως, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε την έννοια της ευελιξίας για να κατανοήσουμε τις σημερινές αγορές εργασίας καθώς και τις εργασιακές σχέσεις.

Η έννοια της ευελιξίας έχει επίσης αμφιλεγόμενες πτυχές. Ενώ ορισμένοι ερευνητές μιλούν για πρακτικές ευελιξίας που αυξάνουν την απασχόληση, ορισμένοι υποστηρίζουν ότι αυτό είναι ένα μέσο του καπιταλισμού με στόχο να βλάψει τα δικαιώματα των εργαζομένων και τείνει να γίνει παράτυπο.

Τύποι ευέλικτης εργασίας

Η ευέλικτη εργασία είναι μια πολυδιάστατη έννοια που αποκαλύπτει την περίπλοκη δομή της σημερινής επαγγελματικής ζωής. Όταν εξετάζουμε τα μοντέλα, υπάρχουν πολλές διαφορές στην εφαρμογή τους. Ενώ στον επιχειρηματικό κόσμο, έως τα μέσα της δεκαετίας του 1970 κυριαρχούσε το μοντέλο της πλήρους απασχόλησης, με ασφάλεια του εργαζομένου και συμβάσεις αορίστου χρόνου, σήμερα τα πρότυπα εργασίας έχουν γίνει πιο περίπλοκα. Αυτό αποτέλεσε την αιτία και το αποτέλεσμα των τύπων ευελιξίας.

Ψηφιακή Ευελιξία

Η αριθμητική ευελιξία είναι μια μορφή ευελιξίας που αποδεσμεύει τις επιχειρήσεις από το μέγεθος του εργατικού δυναμικού. Παρέχει στον εργοδότη την ελευθερία να προσαρμοστεί στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες. Ωστόσο, αυτή είναι μια ελευθερία που έχει όρια. Όσον αφορά τους εργαζομένους, εάν οι νόμοι ρυθμίζονται για να διασφαλίζουν την προστασία τους, οι περιορισμοί αυτοί συνεπάγονται εργασιακή ασφάλεια και είναι πιο συνηθισμένες σε χώρες όπως οι ΗΠΑ και η Ιαπωνία. Υπάρχουν μέτρα για την αποτροπή της άδικης απόλυσης των εργαζομένων: αποζημίωση, κ.λπ. Στην αριθμητική ευελιξία, χρησιμοποιούνται ευρέως οι έννοιες του «πυρήνα» και της «εκ περιτροπής» εργασίας. Εδώ, το βασικό εργατικό δυναμικό αντιπροσωπεύει υπαλλήλους πλήρους απασχόλησης και ασφαλισμένους, ενώ το εκ περιτροπής εργατικό δυναμικό αντιπροσωπεύει χαμηλόμισθους εργαζόμενους χωρίς ασφάλιση, οι οποίοι προσλαμβάνονται όταν προκύπτει ανάγκη. Η αριθμητική ευελιξία χρησιμοποιείται στο κομμάτι της εκ περιτροπής εργασίας που αντικατοπτρίζει μια άτυπη μορφή απασχόλησης.

Το άτυπο εργασιακό στυλ που προωθεί τη χρήση της προσωρινής εργασίας είναι ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά της αριθμητικής ευελιξίας στην εργασία. Δίνοντας εργασία σε άτομα που προσλαμβάνονται προσωρινά, εξασφαλίζεται η μέγιστη αξιοποίηση της εργασίας τους, ενώ ένας μισθωτός που εκτιμάται πιο πολύ από την εργοδοσία αποτελεί την κύρια απασχόληση. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η ευκολότερη προσαρμογή των δομών απασχόλησης και της ίδιας της εργασίας στις διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες. Το πλεονέκτημα στο κόστος και οι χαμηλοί μισθοί που εξασφαλίζονται, αποτελούν πόλο έλξης για τις εταιρείες. Επιπλέον, ο έλεγχος των προσωρινών εργαζομένων γίνεται ευκολότερος για τους εργοδότες. Η αριθμητική

ευελιξία σχετίζεται επίσης με τη μετατόπιση της παραγωγής. Η απασχόληση εκτός συνόρων έχει γίνει παγκόσμια τάση. Η υπεργολαβική παραγωγή στο εξωτερικό με θαλάσσια μεταφορά έχει διαδοθεί παγκοσμίως, και έτσι η ανασφάλεια στην απασχόληση έχει μπει στο στόχαστρο των εταιρειών.

Μηδενικά συμβόλαια καθώς και οι άδειες άνευ αποδοχών, είναι μερικές εφαρμογές που επιτυγχάνουν την αριθμητική ευελιξία. Η αυξανόμενη χρήση των φοιτητών σε πρακτική, ιδίως από την περίοδο της οικονομικής κρίσης και μετά εμφανίζεται επίσης ως μια εφαρμογή που εντείνει την επισφαλή επαγγελματική ζωή υπό το πρίσμα της ψηφιακής ευελιξίας.

Λειτουργική Ευελιξία

Η λειτουργική ευελιξία αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι εργαζόμενοι λειτουργούν στον χώρο εργασίας τους. Το μοντέλο της Atkinson είναι ο πιο λειτουργικός τύπος ευελιξίας στο βασικό εργατικό δυναμικό. Η λειτουργική ευελιξία, η οποία παρέχει και ένα πλεονέκτημα αριθμητικής ευελιξίας, αναγκάζει τους εργαζόμενους να είναι πιο εξοπλισμένοι και προετοιμασμένοι για να ανταποκριθούν σε όλο και πιο ανταγωνιστικές συνθήκες εργασίας. Η έκθεση των εργαζομένων σε αυξημένο φόρτο εργασίας συμβαίνει λόγω του γεγονότος ότι οι εργοδότες δεν δίνουν αρκετό διαθέσιμο χρόνο στους εργαζόμενους. Ο στόχος είναι να μεγιστοποιηθεί η αποτελεσματική χρήση του εργατικού δυναμικού. Έτσι, η τρέχουσα εργασία διατηρείται χωρίς την ανάγκη νέων εργαζομένων. Αντικατοπτρίζει τη δύναμη του πυρήνα του εργατικού δυναμικού. Σε αυτές τις ομάδες που διαθέτουν εργαζόμενους με υψηλή εξειδίκευση και συνεργασία αλλάζουν και μετακινούνται αντικαθιστώντας ο ένας τον άλλον, η πολλαπλή λειτουργικότητα είναι απαραίτητη και εφαρμόζεται πρακτικά εδώ και καιρό στην Ιαπωνία. Εφαρμόζεται και σε χώρες της ΕΕ με μεθόδους όπως η ομαδική εργασία και οι κύκλοι ποιότητας μέσω των μεθόδων διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού. Η λειτουργική μέθοδος που χρησιμοποιούν οι εταιρείες για να αντικαταστήσουν γρήγορα τον καταμερισμό της εργασίας και για την εναλλαγή εργαζομένων σε κατάλληλες θέσεις ονομάζεται λειτουργική ευελιξία. Οι εταιρείες υποχρεώνονται να υιοθετήσουν τέτοιες μεθόδους λόγω του υφιστάμενου ανταγωνισμού και των εξελίξεων της τεχνολογίας. Όσον αφορά τους εργαζόμενους, οι κίνδυνοι που ξεκινούν με την εφαρμογή της αριθμητικής ευελιξίας και αγγίζουν διαστάσεις με διαφορετικούς κινδύνους με την εφαρμογή της λειτουργικής ευελιξίας.

Μισθολογική Ελαστικότητα

Η ευελιξία στη μισθοδοσία σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα προσαρμογής της μισθολογικής τους δομής ενόψει των μεταβαλλόμενων συνθηκών της αγοράς. Οι επιχειρήσεις ακολουθούν αυτή την τακτική για να αυξήσουν την παραγωγικότητα του υπαλλήλου ώστε να αυξήσουν και τη δική τους παραγωγικότητα, χρησιμοποιώντας συστήματα επιβράβευσης που αμείβουν τους υπαλλήλους τους για τις δεξιότητες και την επιτυχία τους ακόμη κι αν δεν αποφέρουν κάποια αισθητή αύξηση του μισθού τους. Συνοπτικά, λοιπόν η μισθολογική ελαστικότητα συνοψίζεται στην εξατομικευμένη εφαρμογή μισθών αντί της τυπικής αμοιβής. Η

μισθολογική ευελιξία είναι η αναδιάρθρωση του κοινωνικού εισοδήματος που αναπτύσσεται έναντι του εργαζομένου υπέρ του εργοδότη.

Ευελιξία στο ωράριο εργασίας

Η ευελιξία στο ωράριο εργασίας και η ικανότητα υπέρβασης των κανονικών ωρών εργασίας είναι συχνά εφικτή ανάλογα με την επιλογή τόσο του εργαζομένου όσο και του εργοδότη. Όταν εναπόκειται στην προτίμηση των εργαζομένων, εφαρμόζεται ευρέως στις ανεπτυγμένες χώρες δίνοντας το πλεονέκτημα της εξισορρόπησης μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής.

Το ευέλικτο ωράριο είναι ένας άλλος τρόπος για να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων, προκειμένου να αποκομίσουν περισσότερα κέρδη. Οι εργοδότες στοχεύουν στην αύξηση της παραγωγικότητας μειώνοντας το κόστος εργασίας. Το ευρέως διαδομένο ευέλικτο ωράριο εργασίας στον τομέα της παροχής υπηρεσιών, αυξάνει την αξιοποίηση των εργαζομένων σε αυτό τον τομέα. Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης, τέτοιοι τομείς είναι υποχρεωμένοι να δίνουν στους εργαζόμενους την δυνατότητα εργασίας εκτός του τυπικού ωραρίου. Η ευελιξία στο ωράριο εργασίας μπορεί να δημιουργήσει μη τυπικές μορφές απασχόλησης:

Ως ευελιξία στο ωράριο εργασίας ορίζεται η ικανότητα του εργαζόμενου να εργάζεται σε ωράριο διαφορετικό από το τυπικό συνεχόμενο οκτάωρο.

Ως υπερωρία ορίζεται η εργασία που γίνεται πέραν του κανονικού χρόνου εργασίας που προβλέπεται ή επιβάλλεται από τον εργοδότη.

Ως συμπιεσμένο ωράριο ορίζεται η συμπίεση του κανονικού χρόνου εργασίας του εργαζομένου σε ορισμένες περιόδους εβδομαδιαίως, για ωράριο μεγαλύτερο σε έκταση από το καθιερωμένο.

Σύμβαση μηδενικών ωρών εργασίας (συμβόλαιο μηδενικών ωρών): μορφή εργασίας για θέσεις που αφορούν βραχυπρόθεσμες συμφωνίες όπου δεν υπάρχει αμοιβαία σύμβαση.

Hot sitting (hot desking): ο διαχωρισμός των προσωπικών χώρων στο γραφείο με την ανάληψη/συνέχιση εργασίας και στο σπίτι.

Εργαζόμενοι έκτακτης απασχόλησης: εργαζόμενοι που απασχολούνται για σύντομο χρονικό διάστημα.

Εργαζόμενοι περιστασιακής απασχόλησης: εργαζόμενοι που προσλαμβάνονται όταν χρειάζεται, όπως οι εποχιακοί εργαζόμενοι.

Μόνιμοι εργαζόμενοι: εργαζόμενοι που προορίζεται να εργάζονται σε ετήσια βάση.

Εργαζόμενοι στο σπίτι: εργαζόμενοι που εργάζονται από το σπίτι.

Εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης: εργαζόμενοι που εργάζονται λιγότερο από 30 ώρες εβδομαδιαίως.

Η επέκταση των χρόνων εργασίας πέραν του καθιερωμένου ωραρίου μπορεί να είναι είτε θετική είτε αρνητική. Αυτό που την κάνει να ξεχωρίζει είναι ότι ο εργαζόμενος διευκολύνεται στο να εξισορροπήσει την επαγγελματική και την προσωπική του ζωή ή να ικανοποιεί μόνο τα συμφέροντα του εργοδότη. Η ευελιξία στις ώρες εργασίας είναι ιδιαίτερα φιλική προς την οικογένεια, δεδομένου ότι δίνει την δυνατότητα στις γυναίκες να σχεδιάζουν το χρόνο τον οποίο θα αφιερώσουν στην επαγγελματική τους ζωή. Βέβαια εξετάζεται το κατά πόσο φιλικές προς την οικογένεια ή θετικές είναι αυτές οι μορφές μη τυπικής απασχόλησης με πρακτικές που χαρακτηρίζονται ως εργασιακές, με περιορισμένη εργασιακή ασφάλεια, περιορισμένες κοινωνικές παροχές και μειωμένες ευκαιρίες σταδιοδρομίας.

3.12. Ψηφιακές δεξιότητες

1. Επεξεργασία δεδομένων

ΒΑΣΙΚΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να αναζητήσει πληροφορίες online χρησιμοποιώντας μια μηχανή αναζήτησης. Ο χρήστης αυτός γνωρίζει ότι δεν είναι όλες οι διαδικτυακές πληροφορίες αξιόπιστες. Μπορεί να αποθηκεύσει αρχεία ή περιεχόμενο (π.χ. κείμενο, εικόνες, μουσική, βίντεο, ιστοσελίδες) και να τα ανακτήσει μόλις αποθηκευτούν.

ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να χρησιμοποιήσει διαφορετικές μηχανές αναζήτησης για να βρει πληροφορίες. Γνωρίζει πως να χρησιμοποιεί κάποια φίλτρα κατά την αναζήτηση του (π.χ. αναζήτηση μόνο εικόνων, βίντεο, χαρτών). Συγκρίνει διαφορετικές πηγές προκειμένου να αξιολογήσει την αξιοπιστία των πληροφοριών που βρίσκει. Κατατάσσει τις πληροφορίες με μεθοδικό τρόπο χρησιμοποιώντας αρχεία και φακέλους για να τα εντοπίζει ευκολότερα. Γνωρίζει πώς να κάνει αντίγραφα ασφαλείας των πληροφοριών ή των αρχείων που έχει αποθηκεύσει.

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να χρησιμοποιήσει προηγμένες στρατηγικές αναζήτησης (π.χ. χρησιμοποιώντας εξειδικευμένες μηχανές αναζήτησης) για να βρει αξιόπιστες πληροφορίες στο Διαδίκτυο. Μπορεί να χρησιμοποιήσει τροφοδοσίες ιστού (όπως το RSS) για ενημερωθεί σχετικά με περιεχόμενο που τον/την ενδιαφέρει. Μπορεί να αξιολογήσει την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των πληροφοριών χρησιμοποιώντας μια σειρά κριτηρίων. Ακόμη, έχει επίγνωση των νέων εξελίξεων στην αναζήτηση πληροφοριών, την αποθήκευση και την ανάκτηση ενώ μπορεί να αποθηκεύσει πληροφορίες που βρίσκονται στο Διαδίκτυο σε διάφορες μορφές. Τέλος, μπορεί να χρησιμοποιήσει υπηρεσίες αποθήκευσης πληροφοριών cloud.

2. Δημιουργία περιεχομένου

ΒΑΣΙΚΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να παράγει απλό ψηφιακό περιεχόμενο (π.χ. κείμενο, πίνακες, εικόνες, αρχεία ήχου) σε τουλάχιστον μία μορφή χρησιμοποιώντας ψηφιακά εργαλεία. Μπορεί να κάνει βασική επεξεργασία σε περιεχόμενο που παράγεται από άλλους. Γνωρίζει ότι το περιεχόμενο μπορεί να καλύπτεται από πνευματικά δικαιώματα. Μπορεί να εφαρμόσει και να τροποποιήσει απλές λειτουργίες και ρυθμίσεις λογισμικού και εφαρμογών που χρησιμοποιεί (π.χ. αλλαγή προεπιλεγμένων ρυθμίσεων).

ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να παράγει σύνθετο ψηφιακό περιεχόμενο σε διαφορετικές μορφές (π.χ. κείμενο, πίνακες, εικόνες, αρχεία ήχου). Μπορεί να χρησιμοποιήσει εργαλεία / συντάκτες για τη δημιουργία ιστοσελίδας ή ιστολογίου χρησιμοποιώντας πρότυπα (π.χ. WordPress). Μπορεί να εφαρμόσει βασική μορφοποίηση (π.χ. εισαγωγή υποσημειώσεων, γραφημάτων, πινάκων) στο περιεχόμενο που παρήγαγε ο ίδιος ή και άλλοι. Ξέρει πώς να αναφέρει και να επαναχρησιμοποιήσει το περιεχόμενο που καλύπτεται από πνευματικά δικαιώματα ενώ γνωρίζει τα βασικά στοιχεία μιας γλώσσας προγραμματισμού.

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να παράγει ή να τροποποιήσει περίπλοκο περιεχόμενο πολυμέσων σε διάφορες μορφές, χρησιμοποιώντας μια ποικιλία από ψηφιακές πλατφόρμες, εργαλεία και περιβάλλοντα. Μπορεί να δημιουργήσει έναν ιστότοπο χρησιμοποιώντας μια γλώσσα προγραμματισμού. Μπορεί να χρησιμοποιήσει σύνθετες λειτουργίες μορφοποίησης διαφορετικών εργαλείων (π.χ. συγχώνευση αλληλογραφίας, συγχώνευση εγγράφων διαφορετικών μορφών, χρησιμοποιώντας σύνθετους τύπους, μακροεντολές). Ακόμη, γνωρίζει πώς να εφαρμόσει άδειες και πνευματικά δικαιώματα. Μπορεί να χρησιμοποιήσει πολλές γλώσσες προγραμματισμού. Τέλος, γνωρίζει πώς να σχεδιάζει, να δημιουργεί και να τροποποιεί βάσεις δεδομένων με τη χρήση του υπολογιστή.

3. Επικοινωνία

ΒΑΣΙΚΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να επικοινωνήσει με άλλους χρησιμοποιώντας κινητό τηλέφωνο, φωνή μέσω IP (π.χ. Skype), e-mail ή συνομιλία - χρησιμοποιώντας βασικές δυνατότητες (π.χ. φωνητικά μηνύματα, SMS, αποστολή και λήψη e-mail, ανταλλαγή κειμένου). Μπορεί να μοιραστεί αρχεία και περιεχόμενο χρησιμοποιώντας απλά εργαλεία. Ακόμη ξέρει πως να χρησιμοποιήσει ψηφιακές τεχνολογίες για να αλληλοεπιδράσει με υπηρεσίες (όπως κυβερνήσεις, τράπεζες, νοσοκομεία). Γνωρίζει ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης και διαδικτυακά εργαλεία συνεργασίας. Γνωρίζει ότι κατά τη χρήση ψηφιακών εργαλείων, ισχύουν ορισμένοι κανόνες επικοινωνίας (π.χ. όταν σχολιάζει, όταν μοιράζεται προσωπικά στοιχεία).

ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να χρησιμοποιήσει προηγμένες δυνατότητες πολλών εργαλείων επικοινωνίας (π.χ. χρήση φωνής μέσω IP και κοινή χρήση αρχείων). Μπορεί να χρησιμοποιήσει εργαλεία συνεργασίας και να συνεισφέρει μέσα από π.χ. κοινόχρηστα έγγραφα / αρχεία που έχει δημιουργήσει κάποιος άλλος. Μπορεί να χρησιμοποιήσει ορισμένες δυνατότητες διαδικτυακών υπηρεσιών (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες, ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές, ηλεκτρονικές αγορές). Μεταφέρει ή μοιράζεται γνώσεις με άλλους στο Διαδίκτυο (π.χ. μέσω

εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης ή σε διαδικτυακές κοινότητες). Γνωρίζει και χρησιμοποιεί τους κανόνες της διαδικτυακής επικοινωνίας ("netiquette").

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Γνωρίζει πως να χρησιμοποιεί ενεργά ένα ευρύ φάσμα εργαλείων επικοινωνίας (e-mail, chat, SMS, instant messaging, blogs, micro-blogs, social network) για διαδικτυακή επικοινωνία. Μπορεί να δημιουργήσει και να διαχειριστεί περιεχόμενο με εργαλεία συνεργασίας (π.χ. ηλεκτρονικά ημερολόγια, συστήματα διαχείρισης έργων, διαδικτυακές δοκιμές, ηλεκτρονικά υπολογιστικά φύλλα). Συμμετέχει ενεργά σε διαδικτυακούς χώρους και χρησιμοποιεί πολλές διαδικτυακές υπηρεσίες (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες, ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές, ηλεκτρονικές αγορές). Μπορεί να χρησιμοποιήσει προηγμένες δυνατότητες εργαλείων επικοινωνίας (π.χ. τηλεδιάσκεψη, κοινή χρήση δεδομένων, κοινή χρήση εφαρμογών).

4. Επίλυση Προβλημάτων

ΒΑΣΙΚΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να βρει υποστήριξη και βοήθεια όταν παρουσιαστεί ένα τεχνικό πρόβλημα ή όταν χρησιμοποιεί μια νέα συσκευή, πρόγραμμα ή εφαρμογή. Ξέρει πώς να λύσει ορισμένα προβλήματα ρουτίνας (π.χ. κλείσιμο προγράμματος, επανεκκίνηση υπολογιστή, επανεγκατάσταση / ενημέρωση προγράμματος, έλεγχος σύνδεσης στο Διαδίκτυο). Γνωρίζει ότι τα ψηφιακά εργαλεία μπορούν να βοηθήσουν στην επίλυση προβλημάτων καθώς και ότι έχουν ορισμένους περιορισμούς. Όταν αντιμετωπίζει ένα τεχνικό ή μη τεχνικό πρόβλημα, μπορεί να χρησιμοποιήσει τα ψηφιακά εργαλεία που γνωρίζει για να το λύσει. Τέλος, γνωρίζει ότι πρέπει να ενημερώνει τακτικά τις ψηφιακές του δεξιότητες.

ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να λύσει τα περισσότερα από τα πιο συχνά προβλήματα που προκύπτουν όταν χρησιμοποιεί ψηφιακές τεχνολογίες. Μπορεί να χρησιμοποιήσει ψηφιακές τεχνολογίες για την επίλυση (μη τεχνικών) προβλημάτων. Μπορεί να επιλέξει ένα ψηφιακό εργαλείο που ταιριάζει στις ανάγκες του και να αξιολογήσει την αποτελεσματικότητά του. Μπορεί να λύσει τεχνολογικά προβλήματα εξερευνώντας τις ρυθμίσεις και τις επιλογές προγραμμάτων ή εργαλείων. Ενημερώνει τακτικά τις ψηφιακές του δεξιότητες. Γνωρίζει τα όριά του και προσπαθεί να καλύψει τα κενά του.

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να λύσει σχεδόν όλα τα προβλήματα που προκύπτουν όταν χρησιμοποιεί ψηφιακή τεχνολογία. Μπορεί να επιλέξει το κατάλληλο εργαλείο, συσκευή, εφαρμογή, λογισμικό ή υπηρεσία για την επίλυση (μη τεχνικών)

προβλημάτων. Ακόμη, είναι ενήμερος για τις νέες τεχνολογικές εξελίξεις και κατανοεί πώς λειτουργούν τα νέα εργαλεία ενώ δεν παύει να ενημερώνει συχνά τις ψηφιακές του δεξιότητες.

5. Ασφάλεια

ΒΑΣΙΚΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Μπορεί να λάβει βασικά μέτρα για την προστασία των συσκευών του (π.χ. χρήση antivirus και κωδικών πρόσβασης). Γνωρίζει ότι δεν είναι όλες οι διαδικτυακές πληροφορίες αξιόπιστες και πως τα διαπιστευτήριά του (όνομα χρήστη και κωδικός πρόσβασης) μπορεί να κλαπούν. Ξέρει ότι δεν πρέπει να αποκαλύπτει ιδιωτικές πληροφορίες στο Διαδίκτυο και γνωρίζει ότι η υπερβολική χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας μπορεί να επηρεάσει την υγεία του. Λαμβάνει βασικά μέτρα για εξοικονόμηση ενέργειας.

ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Έχει εγκαταστήσει προγράμματα ασφαλείας στις συσκευές που χρησιμοποιεί για την πρόσβαση στο Διαδίκτυο (π.χ. antivirus, firewall). Γνωρίζει πώς να χρησιμοποιεί αυτά τα προγράμματα σε τακτική βάση και πώς να τα ενημερώνει τακτικά. Χρησιμοποιεί διαφορετικούς κωδικούς πρόσβασης για την πρόσβαση του σε εξοπλισμό, συσκευές και ψηφιακές υπηρεσίες και τους τροποποιεί σε περιοδική βάση. Μπορεί να προσδιορίσει τους ιστότοπους ή τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που μπορεί να χρησιμοποιηθούν για απάτη. Μπορεί να αναγνωρίσει ένα ηλεκτρονικό μήνυμα ηλεκτρονικού ψαρέματος (phishing) και είναι σε θέση να διαμορφώσει την ψηφιακή του ταυτότητα και να παρακολουθεί το ψηφιακό του αποτύπωμα. Κατανοεί τους κινδύνους για την υγεία που σχετίζονται με τη χρήση ψηφιακής τεχνολογίας (π.χ. εργονομία, κίνδυνος εθισμού) καθώς και τις θετικές και αρνητικές επιπτώσεις της τεχνολογίας στο περιβάλλον.

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΣ ΧΡΗΣΤΗΣ

Ελέγχει συχνά την ασφάλεια και τα συστήματα των συσκευών του ή / και των εφαρμογών που χρησιμοποιεί. Ξέρει πώς να αντιδράσει εάν ο υπολογιστής του μολυνθεί από ιό. Μπορεί να διαμορφώσει ή να τροποποιήσει τις ρυθμίσεις τείχους προστασίας και ασφαλείας των ψηφιακών συσκευών του. Ακόμη, ξέρει πώς να κρυπτογραφήσει e-mail ή αρχεία. Μπορεί να εφαρμόσει φίλτρα σε ανεπιθύμητα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Για να αποφύγει προβλήματα υγείας (σωματικά και ψυχολογικά), κάνει εύλογη χρήση της τεχνολογίας και είναι ενήμερος σχετικά με τον αντίκτυπο των ψηφιακών τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή, την online κατανάλωση και το περιβάλλον.

Σύντομα Τεστ Γνώσεων

Τα Τεστ Γνώσεων θα βοηθήσουν τον καταρτιζόμενο να “φρεσκάρει” εν τάχει τις γνώσεις που αποκόμισε σε αυτό το κεφάλαιο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, οι αγροτικές περιοχές είναι μέρη όπου η πυκνότητα του πληθυσμού ορίζεται ως πόσα άτομα ανά km² ;

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Ποιες είναι οι ιδιότητες μιας καλής απόφασης;

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Ποιες είναι οι τεχνικές πειθούς;

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Ποια είναι τα στάδια της επιστημονικής επίλυσης προβλημάτων;

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Ποιες είναι οι ψηφιακές δεξιότητες που διαθέτει ένας βασικός χρήστης σχετικά με την ασφάλεια;

Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες έχουν σχεδιαστεί ειδικά για εκπαιδευτικούς και δασκάλους, ώστε να διδάξουν συγκεκριμένες δεξιότητες στους καταρτιζόμενους/συμμετέχοντες.

Δραστηριότητα 1

ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Εισαγωγή

ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ BRAIN STORMING

ΒΗΜΑ 1: ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΓΙΑ BRAINSTORMING

Η απαιτούμενη προετοιμασία περιλαμβάνει:

- μια φωτεινή και ευρύχωρη αίθουσα.
- υλικά όπως πίνακας και μολύβι.
- παρουσίαση βασικών πληροφοριών για το πρόβλημα ή το θέμα.
- σνακ και ροφήματα όπως καφέ, τσάι, κέικ (self-service).

ΒΗΜΑ 2: ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Κατά τη διαδικασία καθορισμού του προβλήματος, γίνονται τα εξής:

- Προσδιορίζεται το θέμα ή το πρόβλημα για το οποίο αναζητείται λύση.
- Εξηγείται τι είδους αποτελέσματα χρειάζεται να επιτευχθεί.
- Αναφέρεται ότι ο στόχος είναι να δημιουργηθούν όσο το δυνατόν περισσότερες ιδέες.
- Στην αρχή δίνεται λίγος χρόνος για να γράψει ο καθένας τις απόψεις του.

ΒΗΜΑ 3: ΟΡΙΖΕΤΑΙ ΕΝΑΣ ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΙΔΕΩΝ

Ένας καλός συντονιστής:

- Δε χρησιμοποιεί επικριτικές εκφράσεις.
- Παρέχει το δικαίωμα σε όλους να μιλούν ισότιμα και δίκαια.
- Προσπαθεί να εκμαιεύσει νέες ιδέες με επιπλέον ερωτήσεις.

ΒΗΜΑ 4: ΙΔΕΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΛΥΣΕΙΣ

Σε αυτό το στάδιο, τα μέλη της ομάδας καλούνται ενεργά να παράξουν νέες ιδέες.

Εισαγωγή

- Οι ιδέες εκφράζονται η καθεμία ξεχωριστά υπό τη διαχείριση του συντονιστή.
- Τα άτομα εκφράζουν τις ιδέες τους σύμφωνα με τη σειρά που επιθυμούν και όχι σύμφωνα με την διάταξη των καθισμάτων.
- Δεν υπάρχει προκατάληψη απέναντι σε ιδέες.
- Κάθε ιδέα καταγράφεται, χωρίς εξαιρέσεις.
- Υπάρχει η δυνατότητα επιρροής από τις απόψεις των άλλων
- Επιπλέον ερωτήσεις ενθαρρύνουν την παραγωγή νέων ιδεών.

ΒΗΜΑ 5: ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΙΔΕΩΝ

- Οι ιδέες των ατόμων που θεωρούνται εφικτές, σημειώνονται ξεχωριστά (για παράδειγμα, 3 με 5 από κάθε άτομο).
- Τα μέλη της ομάδας δεν μπορούν να τροποποιήσουν τις καλές ιδέες τους όταν ακούν άλλες ιδέες.
- Οι ιδέες που επιλέγονται από κάθε στοιχείο επισημαίνονται με τη σειρά στη γενική λίστα.
- Όταν επισημαίνονται μεμονωμένες προτιμήσεις, οι ιδέες που έχουν σημειωθεί περισσότερες φορές αναφέρονται ως προτιμήσεις της ομάδας.
- Σε αυτή την κατάταξη, η ομαδική συζήτηση αφορά μόνο τις κορυφαίες ιδέες.
- Οι ιδέες που πρέπει να ληφθούν περισσότερο υπόψη καθορίζονται ως αποτέλεσμα της ομαδικής συζήτησης.
- Η διαδικασία δημιουργικής σκέψης Brainstorming τελειώνει εδώ.
- Ακολουθεί το βήμα της συγκλίνουσας σκέψης στις επιλεγμένες ιδέες.

Υπάρχουν επίσης πιο προηγμένες εφαρμογές ανταλλαγής ιδεών από την κλασσική μορφή brainstorming. Ωστόσο, είναι κάπως πιο περίπλοκες. Κυρίως προτείνεται η εξειδίκευση στην κλασσική μορφή της τεχνικής brainstorming.

Επεξήγηση

- Ο εκπαιδευτής ορίζει μια ερώτηση. Για παράδειγμα, ποιοι είναι οι λόγοι για τη «χαμηλή απόδοση των βοηθών πωλήσεων» που προέρχονται από τον manager;»

- Η διάρκεια είναι καθορισμένη.
- Όλοι γράφουν τις ιδέες τους σε ένα χαρτί.
- Όταν ολοκληρωθεί ο προβλεπόμενος χρόνος, οι ιδέες εξηγούνται με τη σειρά.
- Οι ιδέες καταγράφονται στον πίνακα.
- Δίνεται ένας αριθμός ή ένα γράμμα για κάθε ιδέα που καταγράφεται.
- Κάθε μέλος καλείται να επιλέξει 3 ιδέες με τη σειρά. Η ιδέα που θα επιλεγεί περισσότερες φορές λαμβάνει 3 βαθμούς, η επόμενη 2 και η τελευταία 1 βαθμό. Η βαθμολογία γράφεται δίπλα από την κάθε ιδέα που έχει παρουσιαστεί.
- Γίνεται η συλλογή των πόντων και οι ιδέες με τις λιγότερες ψήφους αφαιρούνται από τη λίστα.
- Οι 5 ιδέες με την υψηλότερη βαθμολογία είναι οι ιδέες που θα αξιοποιηθούν στην επίλυση του προβλήματος.

Διάρκεια:
30 λεπτά

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

- χαρτί και μολύβι για κάθε μαθητή, πίνακας, μαρκαδόρος

Σκοπός

Τεχνικές παραγωγής ιδεών που χρησιμοποιούνται στην Επίλυση Προβλημάτων

1. Τεχνική καταιγισμού ιδεών (Brainstorming)
2. Τεχνική των 6 σκεπτόμενων καπέλων (Six Thinking Hats)
3. Ανάλυση δυναμικού πεδίου
4. Ομάδες Εστίασης
5. Συνέντευξη

Θα χρησιμοποιήσουμε την τεχνική brainstorming από όλα αυτά. Το brainstorming μπορεί να γίνει είτε από ένα άτομο μόνο του είτε από μια ομάδα. Καθώς οι ιδέες έρχονται στο μυαλό κατά τη διάρκεια του καταιγισμού ιδεών, χρειάζεται να καταγραφούν. Οι ιδέες δεν κρίνονται ούτε επικρίνονται σε αρχικό στάδιο, καμία ιδέα δεν θεωρείται παράλογη, έτσι ώστε το άτομο να μπορέσει να παρουσιάσει όλες τις ιδέες του χωρίς δισταγμό.

Διδακτικό πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ	ΤΥΠΟΣ	ΥΛΙΚΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
5 ΛΕΠΤΑ	Brainstorming	Πρακτικός	Φύλλα χαρτιού για κάθε μαθητή, στυλό/μολύβι για κάθε μαθητή	Οι συμμετέχοντες εργάζονται ατομικά για την ανάπτυξη των ιδεών τους.
10 ΛΕΠΤΑ	Έκφραση ιδεών	Άσκηση	Πίνακας, Μαρκαδόρος	Ο εκπαιδευτής γράφει τις ιδέες στον πίνακα
5 ΛΕΠΤΑ	Καταχώρηση ιδεών και αρίθμηση τους	Άσκηση	Πίνακας, Μαρκαδόρος	Ο εκπαιδευτής γράφει τις ιδέες στον πίνακα
5 ΛΕΠΤΑ	Καταγραφή του αθροίσματος των πόντων που μαζεύει η κάθε ιδέα	Άσκηση	Πίνακας, Μαρκαδόρος	Ο εκπαιδευτής γράφει τις ιδέες στον πίνακα

Δραστηριότητα 2

ΠΕΙΘΩ ΚΑΙ ΕΠΙΠΡΟΗ

Εισαγωγή

Η πειθώ είναι ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία της επιχειρηματικής ζωής. Πολλές μελέτες σχετικά με την πειθώ έδειξαν ότι οι προσωπικές συνεντεύξεις είναι σημαντικές για να πειστούν οι άνδρες, ενώ οι γυναίκες είναι εύκολο να ασκήσουν αποτελεσματική πειθώ κατά τη διάρκεια ατομικών συνεντεύξεων. Υπάρχουν 8 σημαντικές μέθοδοι που μπορείτε να εφαρμόσετε προκειμένου να ασκήσετε πειθώ:

1. Προσέχετε περισσότερο τον τρόπο που λέτε κάτι παρά το τι λέτε

Ο τρόπος με τον οποίο διατυπώνετε κάτι είναι ένα από τα πιο σημαντικά σημεία που πρέπει να προσέξετε όταν θέλετε να πείσετε κάποιον για μια σκέψη ή για ένα γεγονός. Μιλώντας με έναν τρόπο κατανοητό στο άλλο άτομο, η ιδέα σας θα γίνει πιο εύκολα αποδεκτή από την άλλη πλευρά χωρίς ιδιαίτερη σημασία στο περιεχόμενο των λεγομένων σας.

2. Κάνετε τους άλλους ανθρώπους να αισθανθούν σημαντικοί.

Έρευνες έδειξαν ότι οι νοικοκυρές σε όλο τον κόσμο των οποίων οι σύζυγοι εργάζονται και κερδίζουν χρήματα, θεωρούν πώς οι εργασίες του νοικοκυριού με τις οποίες ασχολούνται είναι σημαντικές αλλά δεν αναγνωρίζονται και δεν εκτιμώνται. Στην πραγματικότητα, όχι μόνο οι νοικοκυρές, αλλά όλοι οι άνθρωποι θέλουμε να χαίρουμε εκτίμησης. Το να κάνει κανείς τους ανθρώπους να νιώθουν πολύτιμοι είναι ένας από τους ισχυρότερους τρόπους πειθούς.

3. Αποδείξεις

Οι άνθρωποι ζητούν συχνά κάτι χειροπιαστό για να πειστούν, δηλαδή, αποδείξεις. Χρειάζεται να προσκομίσετε αποδεικτικά στοιχεία προκειμένου να πείσετε τον άλλον, καθώς τα χειροπιαστά στοιχεία εκτιμώνται τους ανθρώπους.

4. Χρήση της γοητείας

Να θυμάστε ότι οι άνθρωποι τείνουν να δίνουν καταφατικές απαντήσεις σε άτομα που γνωρίζουν και απολαμβάνουν την παρουσία τους. Ταυτόχρονα, επηρεάζονται θετικά από άτομα που είναι πιο ελκυστικά και συμπαθούν. Ακόμη και το γεγονός ότι μπορεί να έχετε συμπτωματικά το ίδιο όνομα με κάποιον ή κάτι άλλο κοινό, μπορεί να δημιουργήσει υποσυνείδητα θετικά συναισθήματα για το πρόσωπο σας.

5. Αποφυγή χρήσης επίσημου λόγου

Εισαγωγή

Ένα μεγάλο λάθος που κάνουν αρκετοί άνθρωποι είναι να μιλάνε με πολύ επαγγελματικούς όρους. Οι επαγγελματικοί όροι που σχετίζονται με την εργασία ή το αντικείμενο στο οποίο εργάζεστε, υποδηλώνουν ότι διαθέτετε καλή γνώση αυτού του θέματος. Ωστόσο, ένα άλλο άτομο μπορεί να το εκλάβει αρνητικά και να νιώσει ανεπαρκές ή να πιστεύει ότι είναι προϊόν υπερβάλλετε. Επομένως, βεβαιωθείτε ότι επιλέγετε κατάλληλες εκφράσεις για καθημερινή ομιλία και εύληπτες λέξεις σχετικά με το θέμα για το οποίο είναι επιθυμητή η άσκηση πειθούς. Ακόμη, αποφύγετε τη χρήση εκφράσεων αργκό.

6. Προσεγμένη εμφάνιση

Μελέτες που σχετίζονται με την επιχειρηματική ζωή έχουν δείξει ότι τα άτομα που φορούν στολές απολαμβάνουν πολύ περισσότερο σεβασμό και έχουν μεγαλύτερο αντίκτυπο στους εργαζομένους. Εκτός από τη στολή, αναφέρεται ότι τα καλοντυμένα και επιτυχημένα άτομα επηρεάζουν ευκολότερα τους εργαζομένους και παρατηρήθηκε πως η αμυντική στάση εναντίον τους μειώνεται. Είναι σημαντική λοιπόν η εμφάνισή σας όταν επιθυμείτε να ασκήσετε πειθώ.

7. Συμπεριλάβετε στη συζήτηση το άτομο που θέλετε να πείσετε.

Για το θέμα που θέλετε να ασκήσετε πειθώ, συμπεριλάβετε το ενδιαφερόμενο άτομο στη συζήτηση και θέστε ερωτήσεις, ακούστε τα σχόλια του και δώστε του την ευκαιρία να διατυπώσει τις σκέψεις του πάνω στο θέμα. Συνεχίστε να μιλάτε σύμφωνα με τις αντιδράσεις και τα σχόλια που λαμβάνετε από αυτόν. Η μέθοδος αυτή έχει σκοπό να κάνει το άτομο να εκθέσει τις απόψεις του και ακόμη και μέσα από μια πιθανή αντιπαράθεση να ακούσει την άλλη πλευρά και έτσι να τον κατευθύνετε εκεί που θέλετε. Στην πραγματικότητα, τα μηνύματα που θέλετε να του μεταφέρετε χωρίς να είναι ενήμερος για το θέμα, θα του εντυπωθούν υποσυνείδητα.

8. Αποφύγετε εκφράσεις με αρνητική χροιά

Οι πιο απωθητικές και αρνητικές συμπεριφορές στους ανθρώπους είναι οι αρνητικά φορτισμένες σκέψεις. Για το λόγο αυτό, πρέπει να αποφεύγετε αρνητικές δηλώσεις όταν αναλύετε το θέμα για το οποίο θέλετε να πείσετε κάποιον. Η άσκηση πειθούς, είναι χρήσιμη όταν εστιάζει στις θετικές πτυχές του θέματος. Έτσι, γίνεται ευκολότερο να εκφραστείτε και να πείσετε ένα άτομο.

Επεξήγηση

Πωλητής: Σε αυτήν τη δραστηριότητα, ο στόχος ενός μαθητή είναι να προσπαθήσει να πουλήσει ένα φανταστικό προϊόν στην τάξη πείθοντας τους συμμαθητές του. Για να είναι αποτελεσματική αυτή η δραστηριότητα, οι μαθητές θα πρέπει να έχουν την ευκαιρία να αφιερώσουν χρόνο και να προετοιμαστούν.

Εάν οι μαθητές είναι πολλοί, μπορείτε να τους χωρίσετε σε ομάδες, εάν είναι λιγότεροι, μπορεί να γίνει η δραστηριότητα ατομικά. Οι μαθητές/ομάδες δημιουργούν ένα φανταστικό προϊόν. Προσπαθούν να το πουλήσουν εξηγώντας τα χαρακτηριστικά του προϊόντος στους φίλους τους / στις άλλες ομάδες στην τάξη. Εν τω μεταξύ, οι δάσκαλοι και οι μαθητές κάνουν ερωτήσεις σχετικά με το προϊόν. Μετά τις εισαγωγικές πληροφορίες για το προϊόν, ο μαθητής ρωτά ποιος θέλει να αγοράσει το προϊόν και γράφεται ο αριθμός των ατόμων στον πίνακα. Άλλες ομάδες / μαθητές ακολουθούν επίσης την ίδια διαδικασία. Ο μαθητής / Η ομάδα με τις περισσότερες πωλήσεις ανακηρύσσεται ως εκείνος που έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί τις πιο επιτυχημένες πωλήσεις.

Διάρκεια:
55 λεπτά

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

- Χαρτί και μολύβι για κάθε μαθητή/ομάδα
- πίνακας και μαρκαδόρος

Σκοπός

Πρόκειται για μια πολύ ενθαρρυντική, ευχάριστη δραστηριότητα που αυξάνει την εξάσκηση των μαθητών στον προφορικό λόγο. Οι δραστηριότητες που πρέπει να εφαρμοστούν στην τάξη αφορούν τη βελτίωση των διανοητικών διαδικασιών και τη διεύρυνση της φαντασίας που στοχεύει στα φυσικά στοιχεία της εκπαίδευσης της ομιλίας. Αυτές οι δραστηριότητες μπορούν να προσαρμοστούν και να εφαρμοστούν με διαφορετικούς τρόπους λαμβάνοντας υπόψη το επίπεδο της τάξης και τις συμπεριφορές-στόχους της τάξης. Μέσω αυτών των δραστηριοτήτων, ο στόχος είναι οι μαθητές να μάθουν χωρίς να βαρεθούν, μέσα σε μια ευχάριστη ατμόσφαιρα και να αποκτήσουν δεξιότητες αποτελεσματικής ομιλίας.

Διδακτικό πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΥΠΟ-ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΤΥΠΟΣ	ΥΛΙΚΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
15 ΛΕΠΤΑ	Brainstorming	Ατομική/Ομαδική εργασία	Χαρτί και μολύβι για κάθε μαθητή/για κάθε ομάδα	Οι μαθητές εργάζονται είτε ατομικά είτε σε ομάδες για να αναπτύξουν τις ιδέες τους
10 ΛΕΠΤΑ	Ομιλία, πειθώ	Εισαγωγή στο υλικό	Πίνακας, Μαρκαδόρος	Ο εκπαιδευτής γράφει τους αριθμούς στον πίνακα
10 ΛΕΠΤΑ	Ομιλία, πειθώ	Εισαγωγή στο υλικό	Πίνακας, Μαρκαδόρος	Ο εκπαιδευτής γράφει τους αριθμούς στον πίνακα
10 ΛΕΠΤΑ	Ομιλία, πειθώ	Εισαγωγή στο υλικό	Πίνακας, Μαρκαδόρος	Ο εκπαιδευτής γράφει τους αριθμούς στον πίνακα

Βιβλιογραφία & Παραπομπές

1. Ayanoglu I, Ankara 2008, Turkey For a Rural Development and Rural Development Model, Master Thesis, T. C. Gazi University Institute of Social Sciences Department of Public Administration Urbanization and Environmental Problems, Ankara
2. Haldiz K, July 2018, Investigation of the Relationship Between Personal Development Orientation and Career Adaptation Capabilities in Terms of Personal Development Training, Master Thesis, T.C. Sakarya University Business Administration Institute, Sakarya
3. Yıldız C, Bandırma 2019, A Phenomenological Analysis Based on Persuasion-Based Sales Strategies in Customer Clothing Sales Perspective, T.C. Bandırma Onyedi Eylül University Institute of Social Sciences Department of Business Administration, Master Thesis, Bandırma
4. Turhan D, February 2015, Levels of Applying Scientific Problem Solving Process and Techniques for Organizational Problems, Master Thesis, T.C Fatih University Institute of Social Sciences Educational Management Supervision Planning and Economics, Istanbul
5. Taşkın S, Edirne in 2019, working life Flexibility and Elasticity Practices in Turkey, T. C. Trakya University Institute of Social Sciences Department of Labor Economics and Industrial Relations, M.Sc. Thesis. Edirne
6. Atmaca İ.L.Kocaeli 2007, Investigation of Strategic Thinking and Reform Practices in Turkish Public Administration from the Perspective of Strategic Perspective, T.C. Kocaeli University Institute of Social Sciences, Kocaeli
7. Sağır C. Edirne 2006, Factors Affecting the Decision Making Process and the Importance of Ethics in the Decision Making Process: An Applied Research, Edirne Trakya University Institute of Social Sciences. Edirne
8. Seyhan M. Gaziantep 2020, Regulatory Role of Demographic Features on the Impact of Personal Development Tendency and Networking Behavior on Relational Capital, T.C. Gaziantep University Institute of Social Sciences Department of Business Administration, Ph.D. Thesis, Gaziantep
9. Avsar M. Niğde in 2019, rural development policy in Turkey (1923-2016) M.Sc., T.C.. Niğde Omar Halisdemir University Institute of Social Sciences, Economics Department, Nigde

10. <https://europass.cedefop.europa.eu/tr/resources/digital-competences>
11. <https://www.abprojeyonetimi.com/daha-basarili-olmak-icin-hesaplanmis-risk-nasil-alinir>
12. nkariyer,2017(28/03/2020),<http://www.nkariyer.com/egitim/2017/11/1/karsinizdaki-kisiyi-ikna-etmenin-cok-onemli-8-yolu>





image from yanalya / freepik.com

Εκτιμώμενος
χρόνος
ανάγνωσης
50-60 λεπτά

Κεφάλαιο 4

Χαρτογράφηση μιας επιχείρησης

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: Adana Governorship

PROJECT 2018-2-TR01-KA205-060888
YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM

Σκοπός

Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να βοηθήσει νέους ανθρώπους από την ύπαιθρο να αποκτήσουν γνώσεις και βασικές δεξιότητες για να διαχειριστούν μία επιχειρηματική ιδέα με την προοπτική δημιουργίας επιχείρησης. Μετά το πέρας του κεφαλαίου οι συμμετέχοντες θα μπορούν να αναγνωρίζουν τι είναι το επιχειρηματικό πλάνο, ποια είναι η αξία του και πώς μπορούν να το αναπτύξουν. Θα ενημερωθούν, επίσης, για την εκπαίδευση και τη χρηματοδοτική στήριξη που παρέχεται στους νέους επιχειρηματίες στις χώρες της Ευρώπης.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Στο πλαίσιο **γνώσεων**, ο καταρτιζόμενος θα γνωρίσει:

- ✓ το ρόλο του επιχειρηματικού πλάνου,
- ✓ πώς να ενημερώνεται για τις πιο κατάλληλες από τις διαθέσιμες εκπαιδεύσεις και πώς να έχει πρόσβαση σ' αυτές,
- ✓ πώς να ενημερώνεται για τους οργανισμούς και τα δίκτυα που παρέχουν εμπορική στήριξη στη χώρα που τον φιλοξενεί και πώς να έχει πρόσβαση σε αυτά.

Στο πλαίσιο **δεξιοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα κατανοήσει:

- ✓ τις δεξιότητες που απαιτούνται για την προετοιμασία ενός επιχειρηματικού σχεδίου,
- ✓ τις δεξιότητες επικοινωνίας με οργανισμούς που υποστηρίζουν τη νεανική επιχειρηματικότητα,
- ✓ τις δεξιότητες που απαιτούνται για την αίτηση χρηματοδοτικών κεφαλαίων

Στο πλαίσιο **ικανοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα είναι σε θέση:

- ✓ να δημιουργήσει και να παρουσιάσει το δικό του επιχειρηματικό σχέδιο
- ✓ να αναγνωρίζει και να δράττεται των ευκαιριών που παρουσιάζονται, διασφαλίζοντας τους απαραίτητους πόρους και το απαιτούμενο κεφάλαιο,
- ✓ να διευκολύνει τις διαδικασίες εκμάθησης σε προσωπικό και ομαδικό επίπεδο

4.1. Χαρτογράφηση μιας επιχείρησης

Δεν αρκεί να έχετε όνειρα, στόχους και κίνητρα, αλλά χρειάζεται να δράσετε προκειμένου να τα επιτύχετε. Πώς μπορείτε να το καταφέρετε αυτό; Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα είναι πως ο “χάρτης” μίας επιχείρησης μπορεί συνδεθεί με τους στόχους, και μέσω ποιων δραστηριοτήτων μπορούν να επιτευχθούν προκειμένου το όραμα να γίνει πραγματικότητα.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις ξεκινούν με ένα επιχειρηματικό πλάνο. Το επιχειρηματικό πλάνο συχνά χρησιμοποιείται για να διασφαλιστεί η χρηματοδότηση από τις τράπεζες ή τους επενδυτές. Αυτό το πλάνο θα βοηθήσει στο να αναγνωρίσετε τις ευκαιρίες που υπάρχουν, να κάνετε ανάλυση της αγοράς και να βρείτε τις κατάλληλες λύσεις.

Το πλάνο έπειτα υποδεικνύει πώς η εταιρεία μπορεί να εκμεταλλευτεί αυτή την ευκαιρία με καινοτόμο τρόπο, παρέχονται λεπτομέρειες της υλοποίησής της.

Τα επιχειρηματικά πλάνα είναι πυκνογραμμένα αρχεία με μεγάλα κείμενα. Εκτός από μερικά διαγράμματα και γραφήματα που δείχνουν πολύ αναλυτικά κάποια σημεία, δεν είναι ιδιαίτερα οπτικοποιημένα. Επίσης, συχνά είναι αρκετά λιτά στη φάση εκτέλεσης των διαδικασιών.

Αλλά, αυτό είναι το σημείο όπου είναι κομβική μια επιχειρηματική χαρτογράφηση. Η συμπλήρωση του επιχειρηματικού πλάνου ενώ υλοποιείται. Το επιχειρηματικό πλάνο από μόνο του δεν παρέχει αρκετές οδηγίες. Η επιχειρηματική χαρτογράφηση υποδεικνύει τι πρέπει να γίνει, πότε πρέπει να γίνει και ποιος πρέπει να το κάνει.

Με την επιχειρηματική χαρτογράφηση, γίνεται ολοφάνερο πώς οι διάφοροι ρόλοι, καθήκοντα και αρμοδιότητες συνδυάζονται. Πάνω από όλα όμως, είναι διαθέσιμο με μια γρήγορη ματιά και ενημερώνεται εύκολα, αντί να πρέπει να εναλλάσσεται σε σελίδες κειμένου με μικρολεπτομέρειες για τα σχέδια των έργων.

Αντίστοιχα με το επιχειρηματικό πλάνο, η χαρτογράφηση είναι μια μακροπρόθεσμη οπτική του πού πηγαίνει ο οργανισμός σας και πώς θα φτάσετε εκεί. Αυτό που το διαφοροποιεί όμως από το τυπικό επιχειρηματικό πλάνο είναι ότι είναι μια απεικόνιση υψηλότερου επιπέδου.

Αυτού του είδους η χαρτογράφηση απεικονίζει τους σημαντικούς στόχους και στρατηγικές της εταιρείας σας. Για τις επιχειρήσεις που αποτελούνται από πολλά τμήματα, η χαρτογράφηση εμποδίζει τις μεμονωμένες ομάδες από το να αποκλειστούν υπερτονίζοντας το μέλλον της επιχείρησης και το ρόλο του κάθε τμήματος στην επερχόμενη ανάπτυξη.

Σε αντίθεση με τα μακροσκελή επιχειρηματικά σχεδιαγράμματα, δε δείχνει τα ξεχωριστά αντικείμενα και δραστηριότητες που απαιτούνται με κάθε λεπτομέρεια.

Εστιάζει στη γενικότερη εικόνα, δείχνοντας καθαρά τους σημαντικούς στόχους της εταιρείας και τις στρατηγικές υψηλού επιπέδου που θα χρησιμοποιηθούν για να τους πετύχει – αυτό βοηθάει να κρατήσει τα ενδιαφερόμενα μέρη εναρμονισμένα με τα μέλη και σε εγρήγορση για να πετύχουν.

Όταν μια επιχειρηματική χαρτογράφηση είναι καλά δομημένη με εμπεριστατωμένη και αναλυτική θεώρηση, παραθέτει ό,τι απαιτείται για να γίνει ένα επιχειρηματικό πλάνο πραγματικότητα. Τα ενδιαφερόμενα μέρη όπως και οι ιδιωτικοί χρηματοδότες μπορούν να αποκτήσουν μια πλήρη εικόνα.

Το να βρεθεί μια σωστή επιχειρηματική ευκαιρία ή να αναπτυχθεί δημιουργικά μια ιδέα δεν είναι εύκολη υπόθεση. Αυτή είναι η φάση που ονομάζεται «Οραματίζομαι μία ιδέα», το πρώτο ουσιαστικό καθήκον ενός νέου επιχειρηματία.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ;

Μια επιχειρηματική ιδέα είναι μια ιδέα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για έχει κάποιος οικονομικό εισόδημα. Κάθε επιτυχημένη επιχείρηση ξεκίνησε ως ιδέα κάποιου.

Παρόλο που μια επιχειρηματική ιδέα είναι δυνατόν να αποφέρει χρήματα, δεν έχει καμία εμπορική αξία αρχικά. Για να ανακαλύψετε τις δυνατότητες μιας ιδέας στην αγορά και να ελέγξετε το καινοτόμο περιεχόμενο της και τη δυνατότητα υλοποίησης, χρειάζεται να διεξάγετε έναν έλεγχο αξιοπιστίας. Μια επιχειρηματική ιδέα με προοπτικές εξέλιξης πρέπει να είναι:

- Σχετική (πρέπει να ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών ή να επιλύει τα προβλήματα τους)
- Καινοτόμα
- Μοναδική
- Στοχευμένη
- Επικερδής μακροπρόθεσμα



Image from AbsolutVision / unsplash.com

Μια επιτυχημένη επιχειρηματική ιδέα πρέπει να πληροί τις τρεις παρακάτω προϋποθέσεις:

1. Πρέπει να αποφέρει όφελος στον πελάτη λύνοντας ένα πρόβλημα του ή καλύπτοντας κάποια ανάγκη του. Οι πελάτες αγοράζουν προϊόντα και υπηρεσίες μόνο για ένα λόγο, για να ικανοποιήσουν κάποια ανάγκη. Έτσι, αν η επιχειρηματική σας ιδέα δεν μπορεί να ικανοποιήσει τους πελάτες, δε θα είναι επιτυχημένη. Κάθε επιτυχημένη επιχειρηματική ιδέα πρέπει να έχει μια μοναδική προστιθέμενη αξία.
2. Πρέπει να έχει μια αγορά που να είναι πρόθυμη να την δεχτεί. Μια πολλά υποσχόμενη επιχειρηματική ιδέα πρέπει να προσφέρει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που θα γίνει αποδεκτή από μια μεγάλη αγορά. Πρέπει επίσης να διαθέτει εμπορικά χαρακτηριστικά για να ανταποκριθεί σε αυτή τη μεγάλη αγορά, όπως επίσης και μοναδικά χαρακτηριστικά που θα τη διαφοροποιήσουν από τον ανταγωνισμό.
3. Πρέπει να έχει ένα μηχανισμό δημιουργίας εσόδων. Μια επιτυχημένη επιχειρηματική ιδέα πρέπει να φαίνεται πόσα έσοδα μπορεί να αποφέρει και πώς τα έσοδα αυτά θα αποκτηθούν.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ;

Μια επιχειρηματική ευκαιρία είναι μια επιχειρηματική ιδέα για την οποία έχει γίνει έρευνα, έχει βελτιστοποιηθεί και έχει διαμορφωθεί σε ένα ελκυστικό πακέτο που είναι έτοιμο να λανσαριστεί. Ενώ είναι πολύ πιθανό να πέσετε πάνω σε πολλές και διάφορες επιχειρηματικές ιδέες καθημερινά, μόνο λίγες από αυτές

θα είναι επικερδείς μακροπρόθεσμα με βάση την έρευνα αγοράς και τη μελέτη συμβατότητας που θα έχει πραγματοποιηθεί. Αυτές οι λίγες είναι οι πραγματικές επιχειρηματικές ευκαιρίες. Μια επιχειρηματική ευκαιρία αναγνωρίζεται ως ευκαιρία όταν πληροί τα παρακάτω κριτήρια:

- ✓ Πρέπει να αποφέρει υψηλά περιθώρια κέρδους.
- ✓ Πρέπει να έχει τη δυνατότητα να φτάνει τις ταμειακές ροές στο νεκρό σημείο μέσα σε 12-36 μήνες.
- ✓ Το αρχικό κεφάλαιο επένδυσης πρέπει να είναι ρεαλιστικό και μέσα στο εύρος του τι μπορεί να διατεθεί.
- ✓ Πρέπει να σας εξοπλίζει με το σθένος και την ικανότητα που χρειάζονται για να οδηγήσετε την επιχείρηση στην επιτυχία.
- ✓ Πρέπει να σας προκαλεί ενθουσιασμό για την επιχείρηση σας.
- ✓ Πρέπει να έχει τις δυνατότητες να συνεχίζει να βελτιώνεται με την πάροδο του χρόνου.
- ✓ Πρέπει να έχει χαμηλό επιχειρηματικό ρίσκο.

Έρευνα αγοράς και ανάλυση ανταγωνισμού

Η έρευνα αγοράς συνδυάζει την πελατειακή συμπεριφορά και τις οικονομικές τάσεις για να διασφαλίσει και να βελτιώσει την επιχειρηματική σας ιδέα.

Είναι σημαντικό να κατανοήσετε την πελατειακή σας βάση από το ξεκίνημα. Η έρευνα αγοράς σας επιτρέπει να μειώσετε τους κινδύνους ακόμα και όταν η επιχείρηση σας είναι απλά σαν ιδέα στο μυαλό σας.

Συγκεντρώστε δημογραφικές πληροφορίες για να κατανοήσετε καλύτερα τις ευκαιρίες και τους περιορισμούς ώστε να κερδίσετε πελάτες. Θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν πληροφορίες για τον πληθυσμό σχετικά με την ηλικία, το εισόδημα, την οικογενειακή κατάσταση, τα ενδιαφέροντα ή οτιδήποτε άλλο είναι σχετικό με την επιχείρηση σας.

Έπειτα, απαντήστε αυτές τις ερωτήσεις για να αποκτήσετε μια καλή αίσθηση της αγοράς:

- Ζήτηση: Υπάρχει επιθυμία για το προϊόν σας ή την υπηρεσία σας;
- Μέγεθος αγοράς: Πόσοι άνθρωποι θα ενδιαφέρονταν για την προσφορά σας;
- Οικονομικοί δείκτες: Ποιο είναι το εύρος εισοδήματος και ο δείκτης απασχόλησης;
- Τοποθεσία: Πού ζουν οι πελάτες σας και πού μπορεί να φτάσει η επιχείρηση σας;
- Κορεσμός αγοράς: Πόσες παρόμοιες επιλογές είναι ήδη διαθέσιμες στους καταναλωτές;

- Τιμή: Τι πληρώνουν οι πιθανοί πελάτες για αυτές τις εναλλακτικές;

Ακόμη, θα θελήσετε να συμβαδίζετε με τις τελευταίες τάσεις των μικρών επιχειρήσεων. Είναι σημαντικό να αποκτήσετε μια αίσθηση του συγκεκριμένου τμήματος αγοράς που θα επηρεάσει τα κέρδη σας.

Μπορείτε να κάνετε έρευνα αγοράς χρησιμοποιώντας υπάρχοντες πόρους, ή μπορείτε να κάνετε την έρευνα αυτοπροσώπως και να απευθυνθείτε στους καταναλωτές άμεσα.

Οι υπάρχοντες πόροι μπορούν να σας γλιτώσουν πολύ χρόνο και ενέργεια, αλλά οι πληροφορίες μπορεί να μην είναι τόσο στοχευμένες στην ομάδα-στόχο σας. Χρησιμοποιήστε τις για να απαντήσετε σε ερωτήσεις που είναι και γενικές και μετρήσιμες, όπως οι βιομηχανικές τάσεις, τα δημογραφικά στοιχεία και τα κατά κεφαλήν εισοδήματα.

Επιχειρηματικό πλάνο

Ένα επιχειρηματικό πλάνο είναι επίσης μια χαρτογράφηση που παρέχει κατευθύνσεις έτσι ώστε μια επιχείρηση να μπορεί να σχεδιάσει το μέλλον της και να τη βοηθήσει να αποφύγει τα εμπόδια που μπορεί να προκύψουν στην πορεία της. Ο χρόνος που περνάτε κάνοντας το επιχειρηματικό σας πλάνο όσο το δυνατόν πιο αναλυτικό και ακριβές, και κρατώντας το ενημερωμένο, είναι μια επένδυση που αποφέρει μεγάλα μερίσματα μακροπρόθεσμα.



image from William Iven / unsplash.com

Στη σημερινή ανταγωνιστική αγορά, το 70% όλων των νέων επιχειρήσεων

αποτυγχάνουν μέσα στα πρώτα 2-3 χρόνια. Είτε ξεκινάτε μια νέα επιχείρηση είτε δουλεύετε για να ενδυναμώσετε ή να επεκτείνετε την παρούσα επιχείρηση σας, ένα επιχειρηματικό πλάνο είναι ο οδηγός σας για την επιτυχία. Ένα καλό επιχειρηματικό πλάνο είναι η καρδιά και η ψυχή από οποιαδήποτε επιτυχημένη επιχείρηση. Μπορεί να βοηθήσει κάποιον να διασφαλίσει τα οικονομικά ζητήματα, να θέσει προτεραιότητες και να αξιολογήσει τις ευκαιρίες.

Ένα επιχειρηματικό πλάνο είναι το αποτύπωμα της επιτυχίας και των βέλτιστων πρακτικών στις διαδικασίες καινοτομίας. Είναι ένα αρχείο που εξηγεί το επιχειρηματικό μοντέλο καθώς και τα στρατηγικά και λειτουργικά σχέδια με μεγάλη λεπτομέρεια.

Ένα επιχειρηματικό πλάνο είναι η οπτική του επιχειρηματία σχετικά με τις στρατηγικές και λειτουργικές πτυχές για την ιδέα του. Είναι η χαρτογράφηση μέσα από την οποία ο επιχειρηματίας στοχεύει να αναπτύξει την ιδέα του σε μια σταθερή, βιώσιμη και επεκτάσιμη επιχείρηση. Ένα επιχειρηματικό πλάνο είναι επιτακτικό αν ο επιχειρηματίας αναζητά χρηματοδότηση από εξωτερικές πηγές. Οι τράπεζες, οι επενδυτές άγγελοι, και οι φορείς κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών θα είναι επιφυλακτικοί προκειμένου να επενδύσουν σε μια νεοφυή επιχείρηση εκτός αν έχουν τα μέσα να αξιολογήσουν τους κινδύνους και τη δυνατότητα εξέλιξης. Συνεπώς, ένα σωστά δομημένο επιχειρηματικό πλάνο μπορεί να βοηθήσει τόσο τον επιχειρηματία όσο και τους πιθανούς επενδυτές.

Ένα επιχειρηματικό πλάνο δημιουργείται σε μια συγκεκριμένη φόρμα. Τα περιεχόμενα του χωρίζονται σε δυο τμήματα. Το αρχικό τμήμα δίνει πληροφορίες σχετικά με την επιχείρηση, όπως το όνομα, το όραμα και τους στόχους, τη νομική υπόσταση του εγχειρήματος (ατομική εταιρεία/προσωπική εταιρεία κτλ), την τρέχουσα λειτουργική κατάσταση, ένα σύντομο προφίλ των μελών της διοικητικής ομάδας. Το δεύτερο τμήμα περιλαμβάνει μία ολοκληρωμένη ανάλυση και ένα πλάνο στρατηγικής, αναλυτικά σχέδια για το μάρκετινγκ και τις λειτουργίες του, τα οποία συνοδεύονται από οικονομικά δεδομένα, εναλλακτικές χρηματοδότησης και ανάλυση κινδύνων.

Ένα επιχειρηματικό πλάνο ξεκινά με μια «Σύνοψη», η οποία είναι μια άρτια συνοπτική παρουσίαση όλων των τμημάτων σε τουλάχιστον τέσσερις σελίδες. Η σύνοψη αυτή επικοινωνεί ότι το προϊόν και/ή η υπηρεσία που προσφέρεται θα εξυπηρετεί ένα συγκεκριμένο και μετρήσιμο μερίδιο αγοράς. Πραγματεύεται την προσδοκώμενη επιστροφή επένδυσης και τη δυνατότητα ανάπτυξης σε μια περίοδο 3-5 χρόνων. Οι θεωρητικές πληροφορίες ενισχύονται με αριθμούς, και ως αποτέλεσμα, λειτουργούν σαν μια περίληψη που μπορεί να διεγείρει τη φαντασία των πιθανών επενδυτών, οι οποίοι είναι συνήθως πιεσμένοι από χρόνο.

Η στρατηγική είναι ζωτικής σημασίας για να επιτευχθούν οι επιχειρηματικοί στόχοι. Ένα αξιόπιστο επιχειρηματικό πλάνο πρέπει να περιλαμβάνει την επιθυμητή στρατηγική και τις δράσεις για να πραγματοποιηθεί αυτή η στρατηγική. Πραγματεύεται τον τρόπο που η νεοσύστατη επιχείρηση σκοπεύει να ενσωματώσει τους υλικούς και άυλους πόρους στην επιχειρηματική ευκαιρία με σκοπό να αποκτήσει βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ένα επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει να αναλύει ακριβώς τη στρατηγική της επιχείρησης και να την ενισχύει με λεπτομερείς διαδικασίες μάρκετινγκ και επιχειρησιακά σχέδια. Καλό θα ήταν να εξηγεί πώς οι δραστηριότητες στην αλυσίδα αξίας της επιχείρησης – αλυσίδα διαχείρισης προμηθειών, λειτουργίες, διανομές, υπηρεσίες μάρκετινγκ, πωλήσεων και μετά τις πωλήσεις – θα εκτελούνται για να αποφέρουν αξία και ικανοποίηση στους πελάτες της. Μια επιχείρηση αποδίδει ικανοποιητικά όταν καταφέρνει να δημιουργεί μια ευδιάκριτη αλυσίδα αξίας η οποία αποφέρει ανώτερη αξία με χαμηλότερο κόστος.



Adapted from: Hitt, Ireland and Hoskisson (2015: 112)

Figure 1 Business Level Strategies

Το διαδίκτυο έχει ενισχύσει τη δυναμική των επιχειρήσεων όσον αφορά τις λειτουργίες του μάρκετινγκ και των πελατειακών σχέσεων. Στην ψηφιακή οικονομία, η συμπεριφορά των καταναλωτών είναι πολύ πιο διαυγής. Για παράδειγμα, οι συναλλαγές ανάμεσα στην επιχείρηση και τους πελάτες της δημιουργούν δεδομένα σε μια σταθερή βάση. Ταυτόχρονα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διευκολύνουν την αλληλεπίδραση και την άμεση ανατροφοδότηση. Το πλάνο μάρκετινγκ θα πρέπει να δίνει έμφαση στους τρόπους με τους οποίους η επιχείρηση θα αξιοποιήσει τη νέα δυναμική για να χτίσει την εμπιστοσύνη στο σήμα της.

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η στρατηγική ανάπτυξης μιας νέας επιχείρησης είναι ελλιπής χωρίς οικονομικά δεδομένα. Αυτό το ξεχωριστό τμήμα του επιχειρηματικού πλάνου καλύπτει:

- την ανάλυση νεκρού σημείου,
- την κατάσταση λογαριασμού αποτελεσμάτων χρήσης (επίσης ονομάζεται και κατάσταση κέρδους και απώλειας),
- τον ισολογισμό (επίσης ονομάζεται δήλωση οικονομικής κατάστασης),
- την κατάσταση ταμειακών ροών,
- τους χρηματοοικονομικούς συντελεστές.

Οι πληροφορίες που παρουσιάζονται θα πρέπει να δείχνουν ότι η επιχείρηση είναι δομημένη αποδοτικά.

Οι ροές και το κέρδος είναι το οξυγόνο της επιχείρησης. Οι λειτουργίες δεν μπορούν να διατηρηθούν χωρίς ρευστότητα και η προσδοκώμενη επιστροφή επένδυσης δεν μπορεί να επιτευχθεί χωρίς κέρδος. Μια start-up επιχείρηση δεν μπορεί να επιβιώσει με το κεφάλαιο του ιδιοκτήτη και δανειακές χρηματοδοτήσεις για πάντα. Οι οικονομικές προβλέψεις θα πρέπει να επικοινωνούν το οργανόγραμμα της επιχείρησης, πού αναμένεται να παράγει κέρδος, πού υπερβαίνει το κόστος και πότε να αποφέρει ταμειακές ροές.

Είναι γενικά αποδεκτό ότι μια νέα επιχείρηση μπορεί να σημειώσει ζημία στα πρώτα ένα δυο χρόνια ενώ τα έσοδα συγκεντρώνονται αλλά είναι ανεπαρκή για να καλύψουν τα πάγια έξοδα. Παρόλα αυτά, μια βιώσιμη επιχείρηση θα πρέπει να είναι σε θέση να παρουσιάζει κέρδος και συνεχείς ταμειακές ροές από τον τρίτο χρόνο και έπειτα. Οι υποθέσεις που χρησιμοποιούνται για τη σύλληψη των οικονομικών δεδομένων θα πρέπει να είναι προσιτές και να παρουσιάζονται αναλυτικά. Θα πρέπει να δίνεται έμφαση στην απόδοση επανεξετάζοντας τα οικονομικά στοιχεία με τη βοήθεια καθιερωμένων οικονομικών δεικτών όπως: δείκτες ρευστότητας και φερεγγυότητας, δείκτες αποδοτικότητας και δείκτες κερδοφορίας.

ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ;

Τα παρακάτω τμήματα απαρτίζουν ένα επιχειρηματικό πλάνο:

Πίνακας Περιεχομένων

Σύνοψη:

Αναγράφεται πρώτη, συγγράφεται τελευταία. Παρέχει μια επισκόπηση της εταιρείας σας εξηγώντας ποιοι είστε, τι κάνετε και γιατί.

Αποστολή & Όραμα:

Εδώ καθορίζονται ο σκοπός της επιχείρησής σας (Αποστολή) και μια περιγραφή για την ανάπτυξη και τις δυνατότητες της εταιρείας (Όραμα). Περιλαμβάνονται οι καθορισμένοι στόχοι και σκοπός της επιχείρησης.

Περιγραφή Επιχείρησης:

Παρατίθενται πληροφορίες για το υπόβαθρο της επιχείρησης συμπεριλαμβανομένων ενός σύντομου ιστορικού και μιας λίστας με τις βασικές αξίες της εταιρείας.

Προσδιορισμός Αγοράς:

Περιγραφή του επιχειρηματικού κλάδου στον οποίο θα δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας, αναγνώριση της αγοράς-στόχου σας, δημιουργία του γενικού προφίλ των δυνητικών πελατών σας, και περιγραφή του μεριδίου αγοράς που κατέχετε ή/και αναμένετε. Για αυτό το κομμάτι του επιχειρηματικού πλάνου, θα συμπεριλάβετε τα ακόλουθα είδη έρευνας:

Ανάλυση επιχειρηματικού κλάδου:

Πώς δομείται ο κλάδος, τάσεις και στατιστικά στοιχεία, βασικοί επιχειρηματίες, τμηματοποίηση, πωλήσεις και κανάλια διανομής, κλπ.

Ανάλυση ανταγωνισμού:

Βασικοί ανταγωνιστές, δυνατά σημεία και αδυναμίες, η θέση σας απέναντι στον ανταγωνισμό, αγορά μονοπωλίου, σύγκριση προϊόντος/υπηρεσίας

Πελάτες:

Ποιοι είναι οι πελάτες (δημογραφικά στοιχεία), επιθυμίες, καταναλωτικές συνήθειες, μερίδιο/μέγεθος αγοράς, προτιμήσεις καταναλωτών

Διαφήμιση και Προώθηση:

Πώς θα προσεγγίσετε τους πιθανούς πελάτες; Από πού προμηθεύονται το προϊόν/υπηρεσία προς το παρόν; Πού θα διαφημιστείτε και πώς θα μετρήσετε την αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών και προωθητικών ενεργειών σας;

Κοστολόγηση:

Στρατηγική, πολιτικές, τιμοκατάλογος, ανάλυση νεκρού σημείου

Τοποθεσία:

Πού βρίσκεται η επιχείρησή σας; (έδρα επιχείρησης, σημεία λιανικής πώλησης, εμπορικό τμήμα, κλπ.) Είναι σημαντική η τοποθεσία της επιχείρησής σας; Μπορούν να γίνουν βελτιώσεις στη ζώνη δραστηριοτήτων, στο οικόπεδο ή στο κτίριο για τις δραστηριότητες της επιχείρησής σας; Αν η τοποθεσία της επιχείρησής σας είναι σημαντική, ποια χαρακτηριστικά πρέπει να διαθέτει η τοποθεσία;

Προϊόντα και Υπηρεσίες:

Περιγράψτε όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας, εξηγήστε πώς τα προϊόντα και οι υπηρεσίες σας είναι ανταγωνιστικά όσον αφορά τα μοναδικά χαρακτηριστικά τους, τα οφέλη τους, την αγορά μονοπωλίου που εξυπηρετούν, το στάδιο ανάπτυξης προϊόντος/υπηρεσίας, την παραγωγή, τη μελλοντική ανάπτυξη.

Οργάνωση και Διοίκηση: Περιγράψτε πώς η εταιρεία σας οργανώνεται σύμφωνα με τη νομική της μορφή (ατομική επιχείρηση, κλπ.), αναφέρετε τις άδειες σύμφωνα με τις οποίες λειτουργεί η επιχείρησή σας, συμπεριλάβετε ένα σύντομο βιογραφικό των βασικών στελεχών της εταιρείας, και ένα οργανόγραμμα εφόσον είναι διαθέσιμο.

Στρατηγική Μάρκετινγκ και Πωλήσεων:

Αναγνωρίστε και περιγράψτε την αγορά σας – ποιοι είναι οι πελάτες σας και ποια η ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας, ποια κανάλια διανομής θα χρησιμοποιήσετε, τη στρατηγική πωλήσεων για κοστολόγηση, προώθηση, προϊόντα και τοποθεσία.

Οικονομική Διαχείριση:

- Για τις νέες επιχειρήσεις, περιλαμβάνει: εκτίμηση κόστους για τη start-up επιχείρηση (όλα τα εφάπαξ έξοδα, όπως εξοπλισμός, καταθέσεις, τέλη, κλπ.), προϋπολογισμός, κατάσταση λογαριασμού αποτελεσμάτων χρήσης, κατάσταση ταμειακών ροών (με πρόβλεψη 1 έτους)
- Για τις υπάρχουσες επιχειρήσεις, περιλαμβάνει: ισολογισμούς (τελευταία 3 χρόνια), καταστάσεις λογαριασμού αποτελεσμάτων χρήσης (τελευταία 3 χρόνια), καταστάσεις ταμειακών ροών (τελευταία 3 χρόνια)
- Για τις αιτήσεις δανείων: τρέχουσα οικονομική κατάσταση κάθε δικαιούχου, επιστροφή φόρου για το προηγούμενο έτος

Παραρτήματα:

Αυτό το τμήμα περιλαμβάνει εταιρικά φυλλάδια, βιογραφικά βασικών υπαλλήλων, λίστες επιχειρηματικού εξοπλισμού, αντίγραφα έντυπων άρθρων και διαφημίσεων (αν υπάρχουν διαθέσιμα), εικόνες της τοποθεσίας της επιχείρησης και των προϊόντων, γενικές πληροφορίες σχετικές με τον κλάδο της επιχείρησης ή/και τα προϊόντα, βασικές επιχειρηματικές συμφωνίες όπως συμφωνίες μίσθωσης, συμβόλαια κλπ.

(Σύμφωνα με το: SBA's Business Plan Template)

Συμπέρασμα

Η συγγραφή ενός επιχειρηματικού πλάνου πριν την έναρξη μιας νεοσύστατης επιχείρησης είναι η βέλτιστη πρακτική που μπορεί να αποφέρει θετικά αποτελέσματα για τον επιχειρηματία. Ένα γραπτό επιχειρηματικό πλάνο είναι προαπαιτούμενος για να εξασφαλιστεί χρηματοδότηση από τις τράπεζες ή/και άλλους επενδυτές.

Είναι ίσως ξεκάθαρο ότι το περιβάλλον στο οποίο ξεκινά το ταξίδι της μια νέα επιχείρηση είναι δυναμικό, συνεπώς είναι δυνατόν να μετατρέψει ένα καλά σχεδιασμένο πλάνο δράσης σε μια αναποτελεσματική επιχείρηση. Για το λόγο αυτό, ένα προσεγμένο επιχειρηματικό πλάνο είναι ένα αρχείο που δημιουργήθηκε προσεκτικά, αλλά αυτό δε σημαίνει ότι δε θα χρειαστεί αλλαγές. Ένας σοφός επιχειρηματίας το χρησιμοποιεί σαν ένα εργαλείο για να αξιολογήσει και να μετριάσει τους κινδύνους.



image from boggy / freepik.com

4.2. Προγράμματα κατάρτισης

4.2.1 Δωρεάν κατάρτιση

Πρόγραμμα Υποστήριξης Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας KOSGEB / Τουρκία

Οι στόχοι του προγράμματος είναι να αυξήσουν τις γνώσεις και τις ικανότητες των επιχειρηματιών σχετικά με την ίδρυση και την διαχείριση της επιχείρησης για να επιβραβευτούν τα επιτυχημένα επιχειρηματικά πλάνα/μοντέλα, να ενισχύσουν τη συνεργασία ανάμεσα στους παράγοντες που δραστηριοποιούνται στο περιβάλλον της επιχείρησης, να δημιουργήσουν δομές που συμβάλλουν στην αύξηση της βιωσιμότητας νεοσύστατων επιχειρήσεων κατά τις περιόδους ύφεσης και να παρέχουν στήριξη στην ίδρυση και διαχείριση νέων επιχειρήσεων στα πλαίσια εθνικών έργων και προγραμμάτων.

Σαν πρώτο βήμα, είναι απαραίτητο να λάβετε ένα πιστοποιητικό αφού έχετε συμπληρώσει τουλάχιστον 32 ώρες «Εκπαίδευσης Εφαρμοσμένης Επιχειρηματικότητας» η οποία είναι δωρεάν πρόσβαση σε όλους. Τα προγράμματα εκπαίδευσης μπορεί να οργανώνονται από διάφορους φορείς και οργανισμούς (δήμοι, επαγγελματικοί συνεταιρισμοί, ιδρύματα ανώτατης εκπαίδευσης, οργανισμοί ανάπτυξης, τον επαγγελματικό φορέα İŞKUR κλπ). Μπορείτε να ενημερωθείτε για τις ημερομηνίες και τα σημεία διεξαγωγής της εκπαίδευσης στο www.kosgeb.gov.tr.

Μαθήματα Διαδικτυακής Επιχειρηματικότητας (Harvard)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΑΝΑΔΥΟΜΕΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ

Πρόκειται για ένα μάθημα σχετικά με τις επιχειρήσεις και τη διαχείριση, που διδάσκεται από τον καθηγητή Tarun Khanna στη Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Χάρβαρντ, και υιοθετεί μια διεπιστημονική μέθοδο προσέγγισης και επίλυσης πολύπλοκων κοινωνικών προβλημάτων. Μέσω του μαθήματος, θα ενημερωθείτε σχετικά με προηγούμενες προσπάθειες που έγιναν για να αντιμετωπιστούν αυτά τα προβλήματα, θα μπορείτε να αναγνωρίζετε ευκαιρίες για νέες επιχειρηματικές προσπάθειες, και να προτείνετε όπως και να αναπτύσσετε δικές σας δημιουργικές λύσεις.

Αυτό το μάθημα επικεντρώνεται σε επι μέρους οργανισμούς – τι μπορείτε να κάνετε για να αντιμετωπίσετε ένα καθορισμένο πρόβλημα; Χρησιμοποιώντας τον τομέα της υγείας σαν παράδειγμα για να εξερευνήσετε επιχειρηματικές ευκαιρίες, θα μάθετε πώς τα προβλήματα και οι λύσεις είναι αναπόφευκτα πολυεπίπεδα και θα τα μελετήσετε σε ένα εύρος επαγγελματικών τομέων και πεδίων μελέτης.

Τι θα μάθετε:

Να ενημερώνεστε σχετικά με τις επιχειρηματικές ευκαιρίες σε ταχέως αναπτυσσόμενες αναδυόμενες αγορές

Να κατανοείτε το εννοιολογικό πλαίσιο για να αξιολογείτε τέτοιες ευκαιρίες

Να κάνετε εκτίμηση των προβλημάτων που απαιτούν επιχειρηματικές λύσεις

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<https://online-learning.harvard.edu/course/entrepreneurship-in-emerging-economies?delta=0>

Βασικές Αρχές Επιχειρηματικότητας: Θεωρία & Πράξη / Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνια, Irvine

Η επιτυχία στις επιχειρήσεις μπορεί να ενισχυθεί με την αξιοποίηση των βασικών επιχειρηματικών χαρακτηριστικών και την εύρεση λύσεων σύμφωνα με τις δεξιότητες του καθενός. Αυτό το διαδραστικό μάθημα παρέχει στους εν δυνάμει επιχειρηματίες τις γνώσεις για να πετύχουν αξιοποιώντας μια επιχειρηματική ευκαιρία. Τα θέματα περιλαμβάνουν: πώς η δημιουργικότητα, η ευκαιρία και η τοποθεσία αξιολογούνται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, επιχειρηματικές στρατηγικές για νέες επιχειρήσεις, τη σημασία ενός επιχειρηματικού πλάνου, πώς επιτυγχάνεται η επιτυχία σε μια νέα επιχείρηση. Στο τέλος του μαθήματος οι μαθητές θα αποκτήσουν τις ικανότητες και την αυτοπεποίθηση να αξιολογούν την σύσταση μιας επιχείρησης, και παράλληλα θα αναπτύξουν νέες επιχειρηματικές γνώσεις για τον τρόπο με τον οποίο να προσεγγίζουν τους ρόλους τους αν αποφασίσουν να εργαστούν σε οργανισμούς.

Με το πέρας του μαθήματος, θα είστε σε θέση να:

- ✓ Ενημερώνεστε για τα διάφορα είδη της επιχειρηματικότητας

- ✓ Ενημερώνεστε σχετικά με τις επιχειρηματικές διαδικασίες και πώς να τις διαχειρίζεστε
- ✓ Αναγνωρίζετε τι απαιτείται για να γίνετε επιχειρηματίας και τις δικές σας δυνατότητες για να τα καταφέρετε
- ✓ Αναγνωρίζετε τις ευκαιρίες για να σκεφτείτε και να αξιολογήσετε τη δική σας επιχειρηματική ιδέα
- ✓ Εξηγείτε τις διαδικασίες του επιχειρηματικού σχεδιασμού
- ✓ Εφαρμόσετε επιχειρηματικές προσεγγίσεις, ιδέες και μεθόδους στη δική σας επιχειρηματική ιδέα
- ✓ Γνωρίζετε λειτουργικά ζητήματα στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών

Αυτή η σειρά μαθημάτων θα σας βοηθήσει να αναπτύξετε και να ενισχύσετε τις απαραίτητες ικανότητες για να βελτιώσετε την αποδοτικότητα και την εξέλιξη σας στο ισχυρό εργατικό δυναμικό του σήμερα. Τα μαθήματα σε αυτή την Ειδικότητα μπορείτε να τα παρακολουθήσετε με οποιαδήποτε σειρά. Κάθε μάθημα μπορείτε επίσης να το παρακολουθήσετε ξεχωριστά. Η Ειδικότητα ολοκληρώνεται με μια εργασία που θα σας δώσει την ευκαιρία να συμπεριλάβετε και να εφαρμόσετε τις ικανότητες που έχετε αποκτήσει μέσω των μαθημάτων με βάση τις δικές σας ατομικές ανάγκες αλλά και του οργανισμού.

Για περισσότερες πληροφορίες και μια Δωρεάν Δοκιμή 7 ημερών, επισκεφθείτε:

<https://www.coursera.org/learn/entrepreneurial-thinking>

Ανάπτυξη Καινοτόμων Ιδεών για Νέες Εταιρείες: Το Πρώτο βήμα στη Επιχειρηματικότητα / Πανεπιστήμιο Maryland, College Park

Αυτό το μάθημα βοηθά στο να εμπνεύσει και να ενεργοποιήσει τους επιχειρηματίες για να μετατρέψουν σπουδαίες ιδέες σε σπουδαίες εταιρείες. Με τις ισχυρές οικονομίες να παρουσιάζουν αξιόλογες ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, και τη δύσκολη οικονομικά περίοδο που διανύουμε να αναδεικνύει την αναγκαιότητα για πολλούς να θέλουν να ξεκινήσουν μια δική τους εταιρεία, η ανάγκη ανάπτυξης ικανοτήτων αξιοποίησης των επιχειρηματικών ευκαιριών είναι πολύ σημαντική.

Χρησιμοποιώντας εφαρμοσμένο υλικό, μεθόδους και μοντέλα για την αξιολόγηση και ανάλυση μιας νέας επιχειρηματικής ευκαιρίας, θα μάθετε πώς να:

- ✓ Αναγνωρίζετε και να αναλύετε επιχειρηματικές ευκαιρίες,
- ✓ Ενισχύσετε τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης σας,
- ✓ Βελτιώσετε τη δική σας στρατηγική λήψη αποφάσεων,
- ✓ Αναπτύξετε καινοτόμα επιχειρηματικά μοντέλα.

Ο στόχος είναι να αποκωδικοποιήσετε τη διαδικασία εκκίνησης μιας startup επιχείρησης και να λάβετε βοήθεια για να αναπτύξετε τις ικανότητές σας ώστε να αναγνωρίζετε και να υλοποιείτε καινοτόμες ευκαιρίες τώρα και στο μέλλον.

Με αυτό το μάθημα, οι εκπαιδευόμενοι παίρνουν μια γεύση από τις ιδέες και τις τεχνικές που εξερευνώνται στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στο Πανεπιστήμιο του Maryland πάνω στην επιχειρηματικότητα τεχνολογίας, ένα καινοτόμο 100% διαδικτυακό πρόγραμμα. Μάθετε περισσότερα στο <http://mte.umd.edu/landing>.

Για μια Δωρεάν Δοκιμή 7 ημερών, επισκεφθείτε:

<https://www.coursera.org/learn/innovative-ideas>

Βασικά στοιχεία Επιχειρηματικής Στρατηγικής

Η στρατηγική ανάλυση είναι κρίσιμη για την ανάλυση του ανταγωνισμού στα πλαίσια του οποίου ένας οργανισμός λειτουργεί και για να προσφέρει ορθολογικές και προσιτές προτάσεις σχετικά με το πώς αυτός ο οργανισμός θα πρέπει να συσταθεί και τι δράσεις θα πρέπει να αναλάβει προκειμένου να μεγιστοποιήσει τη δημιουργία αξίας. Σε αυτό το μάθημα, αναλύονται η θεμελιώδης θεωρία και τα πλαίσια που αποτελούν τη βάση μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής στρατηγικής. Το διοικητικό προσωπικό, οι επιχειρηματίες, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, οι αναλυτές και οι σύμβουλοι μπορούν όλοι να επωφεληθούν από την απόκτηση αυτών των βασικών στοιχείων.

<https://www.udemy.com/course/foundations-of-business-strategy/>

Δημιουργικότητα και Επιχειρηματικότητα / Ινστιτούτο Berklee

Το μάθημα «Δημιουργικότητα και Επιχειρηματικότητα» θα σας βοηθήσει να διεισδύσετε στη δική σας εσωτερική δημιουργικότητα και να μάθετε πώς να την εκμεταλλευτείτε για την ανάπτυξη της καριέρας σας ή για την καινοτομία της επιχείρησής σας.

Από τον ιδρυτή της Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας Ranos Panay, αυτό το μάθημα περιλαμβάνει συνεντεύξεις με παγκοσμίως φήμης επιχειρηματίες, νεωτεριστές, δημιουργούς τραγουδιών, παραγωγούς, υπεύθυνους δημιουργικού τμήματος, εκπαιδευτές, καλλιτέχνες, εικαστικούς και σεφ που συζητούν τις ομοιότητες ανάμεσα στα δημιουργικά και τα επιχειρηματικά ταξίδια.

Το μάθημα προσεγγίζει την επιχειρηματικότητα ως μια δημιουργική διαδικασία, ένα θεμελιώδες ανθρώπινο ένστικτο που όλοι διαθέτουν και μπορούν να ενεργοποιήσουν. Η «Δημιουργικότητα και Επιχειρηματικότητα» εφαρμόζει ιδέες από τη δημιουργική διαδικασία παραγωγής μουσικής, όπως η παρατήρηση, η δημιουργία πρωτοτύπων, η επανάληψη και η αποδοχή της αποτυχίας, ως μέσα για να σας οδηγήσουν να σκέφτεστε ως νέος επιχειρηματίας. Θα αναπτύξετε το θεμελιώδη τρόπο σκέψης, τις γνώσεις και τη διορατικότητα που απαιτούνται

για να επιδιώξετε μια καριέρα ως επιχειρηματίας, είτε ως διαχειριστής της δικής σας καριέρας είτε ως ιδρυτής μιας νέας επιχείρησης σε οποιονδήποτε κλάδο.

Το μάθημα «Δημιουργικότητα και Επιχειρηματικότητα» αφορά την πλευρά της επιχειρηματικότητας για την οποία δε θα διδαχθείτε σε μια σχολή επιχειρήσεων, αλλά αντιθέτως, σε ένα στούντιο μουσικής.

Για περισσότερες πληροφορίες και μια Δωρεάν Δοκιμή 7 ημερών, επισκεφθείτε:

<https://www.edx.org/course/creativity-entrepreneurship>

Πώς να γίνεις Επιχειρηματίας / Ινστιτούτο Τεχνολογίας της Μασαχουσέτης

Το μάθημα «Πώς να γίνεις Επιχειρηματίας» σχεδιάστηκε σε συνεργασία με το MIT για να καθοδηγήσει τους ανθρώπους από κάθε ηλικία και υπόβαθρο στη διαδικασία ίδρυσης μιας εταιρείας. Αυτό το μάθημα είναι τόσο συναρπαστικό και προσιτό όσο και ενημερωτικό.

Το «Πώς να γίνεις Επιχειρηματίας» θα σας εμπνεύσει να εξερευνήσετε επιχειρηματικές χαρτογραφίες και εργαλεία για να ξεπεράσετε τις αρχικές δυσκολίες στα πρώτα στάδια ίδρυσης μιας επιχείρησης.

Από την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών ιδεών και την έρευνα αγοράς ως το σχεδιασμό και τη δοκιμή της προσφοράς σας και της παρουσίας σας, αυτό το μάθημα ακολουθεί την επιτυχημένη επιχειρηματική προσέγγιση LaunchX που αξιοποιεί το έργο Πειθαρχημένη Επιχειρηματικότητα που αναπτύχθηκε στο MIT, τις λιτές μεθοδολογίες και την εκπόνηση σχεδιασμού. Θα υπάρχει ένας συνδυασμός από βίντεο και δραστηριότητες που θα έχουν ως στόχο να σε απομακρύνουν από την οθόνη του υπολογιστή και να σε μεταφέρουν στην κοινότητα όπου θα αφήσεις το αποτύπωμα σου.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε:

<https://www.edx.org/course/becoming-an-entrepreneur>

Εταιρική Επιχειρηματικότητα: Εξειδίκευση στην Εταιρική Επιχειρηματικότητα / Πανεπιστήμιο του Maryland, College Park

Για έναν αυξανόμενο αριθμό εδραιωμένων εταιρειών, η δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών μέσα στην εταιρεία είναι επιτακτική για την επιτυχία. Οι τεχνολογίες που ωριμάζουν και τα χαρτοφυλάκια προϊόντων που παλιώνουν απαιτούν από τις εταιρείες να δημιουργήσουν, να αναπτύξουν και να διατηρήσουν νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Η Εξειδίκευση στην Εταιρική Επιχειρηματικότητα είναι σχεδιασμένη για όσους ενδιαφέρονται να μάθουν πώς να καινοτομήσουν και να εφαρμόσουν τις θεμελιώδεις αξίες της επιχειρηματικότητας στο εταιρικό σκηνικό.

Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν πώς να ανταπεξέρχονται στα εμπόδια κατά τη δημιουργία, την ανάπτυξη και τη διατήρηση νέων καινοτόμων επιχειρηματικών ευκαιριών ή πρωτοβουλιών μέσα στις υπάρχουσες επιχειρήσεις.

Αυτές οι νέες δραστηριότητες σπάνια εφαρμόζονται άψογα σε παγιωμένα συστήματα, διαδικασίες και εταιρικές κουλτούρες. Οι εκπαιδευόμενοι θα αναπτύξουν ικανότητες και θα μάθουν εργαλεία και βέλτιστες πρακτικές, για να αναγνωρίζουν και να υλοποιούν επιχειρηματικές ευκαιρίες, να σχεδιάζουν επιχειρηματικά μοντέλα, να δημιουργούν στρατηγικές ώστε να γίνουν ηγέτες στην καινοτομία και να χρηματοδοτούν την καινοτομία. Αυτοί οι τέσσερις άξονες αποτελούν τα τέσσερα μαθήματα της Εξειδίκευσης στην Εταιρική Επιχειρηματικότητα, μαζί με μια τελική εργασία.

Η Εξειδίκευση στην Εταιρική Επιχειρηματικότητα απευθύνεται σε άτομα που επιφορτίζονται και/ή αναλαμβάνουν να αναπτύξουν και να ηγηθούν νέων επιχειρηματικών δράσεων μέσα σε εδραιωμένες εταιρείες. Είναι ειδικά σχεδιασμένη για αρχάριους - και μεσαίους – μάνατζερ που έχουν την ευκαιρία, ή την αρμοδιότητα, να ξεκινήσουν νέες επιχειρηματικές δράσεις ή πρωτοβουλίες στα πλαίσια μιας εταιρίας ή ενός τμήματος, σε οποιοδήποτε επαγγελματικό τομέα, και σε οποιαδήποτε χώρα.

Εργασία με μεθόδους Εφαρμοσμένης Μάθησης

Οι εργασίες των μαθημάτων δίνουν την ευκαιρία στους εκπαιδευόμενους να εφαρμόσουν στρατηγικές, τακτικές, και εργαλεία που αποκτώνται κατά τη διάρκεια του μαθήματος για να ελέγξουν τις πρωτοπόρες εταιρείες ή και την ίδια την εταιρεία τους. Με αυτή την προσέγγιση που έχει ως στόχο τη δράση, οι εκπαιδευόμενοι μπορούν γρήγορα να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν για να αναπτύξουν ή να ανακτήσουν την υπεροχή τους στην καινοτομία της επιχείρησης.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε:

<https://www.coursera.org/specializations/corporate-entrepreneurship>

Εξειδίκευση στην Επιχειρηματικότητα Νεοσύστατων Επιχειρήσεων / Technion – Ινστιτούτο Τεχνολογίας του Ισραήλ

Η Εξειδίκευση στην Επιχειρηματικότητα Νεοσύστατων Επιχειρήσεων εστιάζει σε θέματα όπως η Καινοτομία, η Δημιουργικότητα και η Επιχειρηματικότητα. Καθοδηγεί τους εκπαιδευόμενους σε όλη τη διαδικασία δημιουργίας μιας start-up επιχείρησης που ξεκίνησε απλά από μια ιδέα.

Το πρώτο μέρος πραγματεύεται τις ιδέες και τη δημιουργική φαντασία: ανακάλυψη νέων ιδεών, νέων προϊόντων, νέων υπηρεσιών, νέων και καλύτερων τρόπων να κάνεις σχεδόν τα πάντα.

Το δεύτερο μέρος επικεντρώνεται στο πώς να χτίσεις μια επιχείρηση (επιχειρηματικότητα). Αυτό το μάθημα καθοδηγεί τον εκπαιδευόμενο με μια σειρά από εργαλεία και μεθόδους που τον βοηθούν να πάρει μια ιδέα και να κάνει την πραγματικότητα, με ένα τρόπο που κρατά βιώσιμη την επιχείρηση ή τον οργανισμό που την υλοποιεί. Χρησιμοποιήστε αυτό το μάθημα για να χτίσετε μια σταθερή επιχείρηση ή οργανισμό πάνω σε μια ιδέα που αναπτύξατε στο πρώτο μέρος.

Το τρίτο μέρος προσφέρει Μαθήματα Καριέρας στην Καινοτομία από έναν ειδικό στα συγκεκριμένα επιτεύγματα. Στη διάρκεια αυτού του μαθήματος θα παρακολουθήσετε συζητήσεις και συνεντεύξεις με τον Dadi Perlmutter, ο οποίος, μέχρι πρόσφατα, ήταν ο Υποδιευθυντής της Intel Corporate, ο πιο υψηλόβαθμος Ισραηλινός διοικητικός από οποιαδήποτε πολυεθνική εταιρεία.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε:

<https://www.coursera.org/specializations/startup-entrepreneurship>

4.2.2 Κατάρτιση επί πληρωμή

Μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στον τομέα της Επιχειρηματικότητας στη Βαρκελώνη / Παγκόσμια Σχολή Επιχειρήσεων GBSB

Το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στον τομέα της Επιχειρηματικότητας στη Βαρκελώνη προσφέρει στους φοιτητές την εκπαίδευση που απαιτείται για να υιοθετήσουν τον επιχειρηματικό τρόπο σκέψης. Αυτό το μεταπτυχιακό πάνω στην Επιχειρηματικότητα εστιάζει στην παραγωγή νέων ιδεών και στην απόδοση τους, δημιουργώντας οικονομική και κοινωνική αξία. Το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών διδάσκει στους φοιτητές πώς να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση, πώς να αναπτύξουν νέα προϊόντα, ή να διαχειρίζονται καινοτόμα έργα για τις υπάρχουσες επιχειρήσεις και πώς να προσαρμόζουν νέες ιδέες που θα έχουν θετικό αντίκτυπο στον κόσμο σήμερα.

Οι φοιτητές μπορούν να μάθουν για τη σύσταση επιχειρήσεων στην Ευρώπη, στην Ασία, στη Μέση Ανατολή και τη Λατινική Αμερική, πράγμα που βοηθά στην ανάπτυξη ικανοτήτων και γνώσεων για να είναι ανταγωνιστικοί στην παγκόσμια αγορά. Παράλληλα με το μεταπτυχιακό, οι φοιτητές μαθαίνουν πώς να σχεδιάζουν επιτυχημένα επιχειρηματικά πλάνα, να ενσωματώνουν την καινοτομία και βιώσιμες πρακτικές στην επιχείρηση, και πώς να παρουσιάζουν ιδέες στους εν δυνάμει επενδυτές. Οι φοιτητές θα αποφοιτήσουν από το μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών έτοιμοι να πετύχουν σε αγορές σε όλη την υφήλιο.

Μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στον τομέα της Επιστήμης της Επιχειρηματικότητας/ Κεντρικό Πανεπιστήμιο της Καταλονίας UVic-UCC

Μεταπτυχιακός τίτλος σπουδών στην Επιστήμη της Επιχειρηματικότητας (Master of Science in Entrepreneurship)

Αναγνωρισμένο από το Πανεπιστήμιο του Vic – Κεντρικό Πανεπιστήμιο της Καταλονίας (UVic-UCC) – Πανεπιστήμιο – συγκεκριμένα προγράμματα

Αναγνωρισμένο από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Επιχειρηματικής Εκπαίδευσης (ECBE)

Η Παγκόσμια Σχολή Επιχειρήσεων GBSB χρησιμοποιεί το σύστημα των τριμήνων που περιλαμβάνουν τέσσερις περιόδους σπουδών διάρκειας 10 εβδομάδων (ή αλλιώς τρίμηνα) στη διάρκεια του έτους. Οι φοιτητές αναμένεται να παρακολουθήσουν τρία τρίμηνα, αλλά μπορούν να παρακολουθήσουν και τα τέσσερα τρίμηνα (συμπεριλαμβανομένων των καλοκαιρινών τριμήνων) για να αποφοιτήσουν νωρίτερα.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε:

<https://www.global-business-school.org/>

Πρόγραμμα Επιχειρηματικής Κατάρτισης (ETP) / Πανεπιστήμιο του Wisconsin – Madison

Το ETP είναι ένα εντατικό πρόγραμμα εκπαίδευσης πάνω στην οργάνωση επιχειρήσεων σχεδιασμένο να βοηθήσει τους πιστοποιημένους υποψηφίους που θέλουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση ή να επεκτείνουν μια υπάρχουσα, και όσους θέλουν να γράψουν ένα άρτιο επιχειρηματικό πλάνο κατάλληλο για μια παρουσίαση σε τράπεζα. Αυτό το πρόγραμμα είναι ένας περιεκτικός συνδυασμός μαθημάτων, ανάπτυξης επιχειρηματικού πλάνου και προαιρετικής συμβουλευτικής ατόμων, και είναι διαθέσιμο για νεοφυείς επιχειρήσεις ή επέκταση επιχειρήσεων. Σε αυτό το πρόγραμμα, θα χρησιμοποιήσετε το Μοντέλο του Επιχειρηματικού Καμβά (Business Model Canvas) για να καθορίσετε τους πελάτες σας και τις ανάγκες τους. Θα αναλύσετε αυτές τις πληροφορίες και θα τις ενσωματώσετε σε ένα απτό επιχειρηματικό πλάνο σε σταθερή βάση.

Το ETP είναι ένα πρόγραμμα με βάση τις εφαρμογές, μερικώς χρηματοδοτούμενο από μια επιδότηση στο δίκτυο του Κέντρου Ανάπτυξης Μικρών Επιχειρήσεων του Wisconsin (Small Business Development Center - SBDC) από τον Οργανισμό Οικονομικής Ανάπτυξης του Wisconsin (Wisconsin Economic Development Corporation - WEDC). Οι πιστοποιημένοι συμμετέχοντες που θα ολοκληρώσουν επιτυχώς το πρόγραμμα θα λάβουν επιδότηση επιστροφής διδάκτρων \$750 εξισορροπώντας το συνολικό κόστος \$1,000 του προγράμματος. Για να γίνει δεκτή η αίτηση σας, θα πρέπει να διαθέτετε: τη δυνατότητα να γράφετε ένα επιχειρηματικό πλάνο, μια απτή επιχειρηματική ιδέα, σχετική εμπειρία/εκπαίδευση και οικονομική δυνατότητα ή πιθανή πορεία, για να ξεκινήσετε την προτεινόμενη επιχείρησή σας.

Τα δίδακτρα του προγράμματος είναι \$1000. Ο Οργανισμός Οικονομικής Ανάπτυξης του Wisconsin (WEDC) χρηματοδοτεί αυτό το πρόγραμμα με επιδότηση που καλύπτει το 75% ή \$750 από το ποσό των διδάκτρων στους φοιτητές που ολοκληρώνουν με επιτυχία το πρόγραμμα. Για να επωφεληθείτε από την επιδότηση του WEDC, οι συμμετέχοντες πρέπει να καταθέσουν ένα επιχειρηματικό πλάνο με οικονομικά στοιχεία στο τέλος του προγράμματος. Οι συμμετέχοντες πληρώνουν \$250 προκαταβολή κατά την εγγραφή τους. Ένα email που θα εξηγήει πώς γίνεται η εγγραφή θα σταλεί σε όσους γίνονται δεκτοί στο πρόγραμμα.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε:

<https://sbdc.wisc.edu/start-a-business/entrepreneurial-training-program-etp/>

Ο Βασικός Οδηγός Επιχειρηματικότητας, από τον Guy Kawasaki

Το πιο δύσκολο κομμάτι στην έναρξη μιας επιχείρησης, είναι να κάνετε το πρώτο βήμα. Αυτό το μάθημα είναι σχεδιασμένο για να ενισχύσει επιχειρηματίες από κάθε υπόβαθρο και με κάθε προϋπηρεσία. Αν ενδιαφέρεστε έστω και λίγο να γίνετε επιχειρηματίας ή να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση, δε γίνεται να χάσετε τα 30 χρόνια σοφίας του Guy που απέκτησε με τόσο κόπο.

Σε αυτό το μάθημα, δε θα μάθετε μόνο τις βασικές αρχές του πώς να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας, αλλά θα επωφεληθείτε και από την 30ετή εμπειρία του εκπαιδευτή Guy Kawasaki ως επιχειρηματία, σύμβουλος και επενδυτής.

Ο Guy κατανοεί την πλευρά τόσο του επιχειρηματία όσο και του επενδυτή, και θα σας βοηθήσει να δείτε την επιχείρησή σας και από τις δυο πλευρές. Όταν πάρετε αυτό το μάθημα, θα έχετε προνομιακή πρόσβαση στις ανέκδοτες μοναδικές συμβουλές του Guy από τις δικές του εμπειρίες πάνω στη συνεργασία με τεχνολογικούς κολοσσούς όπως η Apple και η Google, και στο ρόλο που έπαιξε στη δημιουργία διάφορων καινοτόμων startup επιχειρήσεων στη Silicon Valley.

Περιεχόμενα και Σύνοψη

Είτε έχετε ήδη ένα αναλυτικό επιχειρηματικό πλάνο ή απλά μια σπουδαία ιδέα που σας συναρπάζει, θα επωφεληθείτε από τον τρόπο που αυτό το μάθημα κατηγοριοποιεί τα επί μέρους τμήματα της επιχειρηματικότητας με έναν εύκολο και προσιτό τρόπο με παραδείγματα από την καθημερινότητα, συμβουλές και ενέργειες, και γνώσεις από ένα πεπειραμένο επιχειρηματία.

Επιχειρηματικότητα από το Α έως το Ω: Ξεκινώντας με την Έναρξη και την Υποβολή Πρότασης, συνεχίζοντας στη Χρηματοδότηση και τη Δημιουργία Ομάδας, και κλείνοντας με το Μάρκετινγκ και την Προώθηση, αυτό το μάθημα σας κατευθύνει σε κάθε απαραίτητο βήμα για να ξεκινήσετε τη δική σας επιχείρηση.

Διαδραστικές ασκήσεις: Θα κληθείτε να υποβάλετε πρόταση όπως ένας επιχειρηματίας παρουσιάζει την εταιρεία του σε πιθανό επενδυτή και μετά θα ακούσετε τα σχόλια του Guy χωρίς λογοκρισία.

Αφού ολοκληρώσετε αυτό το μάθημα, θα είστε σε θέση να κατανοήσετε μια σειρά από δοκιμασμένες στο χρόνο στρατηγικές και θα έχετε λάβει πρακτικές συμβουλές που θα σας πάνε παρακάτω στο ταξίδι που ξεκίνησε από μια ιδέα μέχρι να γίνετε ένας πετυχημένος επιχειρηματίας. Θα αποκτήσετε τη διαύγεια και την αυτοπεποίθηση που χρειάζεται για να δημιουργήσετε μια ανθεκτική εταιρεία με επιρροή.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε:

<https://www.udemy.com/course/entrepreneurship-course-by-guy-kawasaki/>

Δοκιμάστε την Επιχειρηματικότητα σε 90 μέρες / Παγκόσμια Σχολή Επιχειρηματικότητας

Πάρτε μέρος στο δοκιμαστικό μας πρόγραμμα για να ανακαλύψετε αν διαθέτετε ότι χρειάζεται για να γίνετε επιχειρηματίας.

Σε 90 μέρες, θα είστε σε θέση να ανακαλύψετε αν η επιχειρηματική σας ιδέα μπορεί να ευδοκιμήσει στην αγορά. Αυτό θα το καταφέρετε:

- ✓ Γνωρίζοντας ευέλικτες μεθόδους εργασίας για να επιφέρετε γρήγορα αποτελέσματα.

- ✓ Μαθαίνοντας τις θεμελιώδεις αρχές της Επιχειρηματικής Νοοτροπίας, όπως αποτυπώνονται στη θεωρία Υλοποίησης.
- ✓ Κατανοώντας τι χρειάζεται για να δημιουργήσετε αξία.

Κάνοντας τα παραπάνω, θα είστε σε θέση να:

- ✓ Χρησιμοποιήσετε εργαλεία διαχείρισης έργων, όπως το SCRUM (μια πολύ χρήσιμη ικανότητα για τους εταίρους).
- ✓ Υιοθετήσετε τις αρχές Υλοποίησης εφαρμόζοντας τις στη δική σας επιχείρηση (ή επιχειρηματική ιδέα)
- ✓ Ανακαλύψετε αν η επιχειρηματική σας ιδέα ευδοκimeί στην αγορά μέσω επαλήθευσης.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε:

<https://www.globalschoolforentrepreneurship.com/try-90-days/>

4.2.3 Λίστα μαθημάτων κατάρτισης που παρέχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Η έμφαση στην επιχειρηματική εκπαίδευση εντείνεται από την αντίληψη ότι η ΕΕ σήμερα δεν αξιοποιεί στο έπακρο τις επιχειρηματικές τις δυνατότητες και με την ενίσχυση τους θα βοηθηθούν τα κράτη μέλη και η Ευρώπη συνολικά στο μετασχηματισμό της οικονομίας τους και στην οικοδόμηση της οικονομικής και ανταγωνιστικής τους ισχύος στο μέλλον.

Ένα συνεκτικό πλαίσιο για την επιχειρηματική εκπαίδευση παρουσιάστηκε στο Πλάνο Δράσης Επιχειρηματικότητα 2020 (Entrepreneurship 2020 Action Plan) και στην Ανακοίνωση για τον Ανασχεδιασμό της Εκπαίδευσης (Communication on Rethinking Education). Καθώς οι εκπαιδευτικές πολιτικές είναι αρμοδιότητα των χωρών της ΕΕ, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενεργεί κυρίως ως καταλύτης και ως συντονιστής για την προώθηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης. Εστιάζει στη διάχυση των πληροφοριών και στην ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών ανάμεσα στις χώρες της ΕΕ, και στην ανάπτυξη υποστηρικτικών εργαλείων και έργων με υψηλή προστιθέμενη αξία σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ταξίδι Συνεργατικής Καινοτομίας για νεοσύστατες επιχειρήσεις και εταιρείες

Αυτό το μάθημα θα σας καθοδηγήσει στο πώς να προετοιμάσετε, να σχεδιάσετε και να θέσετε σε εφαρμογή μια αμοιβαία ωφέλιμη συνεργασία, ανεξαρτήτως αν αφορά μια startup επιχείρηση, μια εταιρεία ή όποιον θέλει να αξιοποιήσει στο μέγιστο αυτή την ευκαιρία.

Μετά το πέρας αυτού του μαθήματος θα πρέπει να είστε σε θέση να:

- ✓ αναγνωρίζετε τα οφέλη και τις προκλήσεις μια συνεργασίας με νεοφυείς επιχειρήσεις,
- ✓ περιγράφετε την αναγκαιότητα της καινοτομίας στον επιχειρηματικό κόσμο,
- ✓ βρίσκετε και να εξετάζετε συνδυασμούς πιθανών συνεργατών,
- ✓ διακρίνετε και να ερευνήσετε υπάρχουσες μορφές συνεργασίας,
- ✓ κατανοήσετε τόσο τις νέες επιχειρήσεις όσο και τις εταιρείες για να κάνετε πιο αποδοτική τη συνεργασία,
- ✓ και να εφαρμόζετε τα ενδεδειγμένα εργαλεία και τεχνικές για να ξεπεραστούν τα εμπόδια και να σχεδιαστεί μια κοινή πορεία δράσης.

Ποια είναι η δομή του μαθήματος;

Η **1η εβδομάδα** του μαθήματος είναι αφιερωμένη στο «Γιατί». Τονίζει το θεωρητικό υπόβαθρο, τη σχετικότητα και τις δυνατότητες των εταιρειών και των νέων επιχειρήσεων.

Η **2η εβδομάδα** είναι αφιερωμένη στο «Πώς». Καλύπτονται διαφορετικές προσεγγίσεις για να βρείτε το δικό σας συνεργάτη καινοτομίας και διάφορες μορφές συνεργατικής καινοτομίας.

Η **3η εβδομάδα** παρουσιάζει την οπτική της εταιρείας, προετοιμάζει την εταιρεία για να συνεργαστεί επιτυχώς με νεοφυείς επιχειρήσεις στον τομέα της καινοτομίας.

Η **4η εβδομάδα** είναι η εβδομάδα της startup επιχείρησης και αλλάζει η οπτική για να εξοπλίσει τη νέα επιχείρηση με τα απαραίτητα εφόδια για τη συνεργασία πάνω στην καινοτομία με δυνατούς, μεγάλους συνεργάτες.

Μετά την 4η εβδομάδα, η ταχεία πορεία εκπαίδευσης τελειώνει. Εδώ, ξεκινά η αληθινή εμπειρία και καλείστε να συνεχίσετε με δυο ακόμα εβδομάδες σε διατμηματικές ομάδες για να δουλέψετε πάνω σε ρεαλιστικές καταστάσεις με ενδεδειγμένα εργαλεία.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε:

<https://mooc.house/courses/corship2020>

4.3. Δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς που βοηθούν τους νέους να ξεκινήσουν τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα

4.3.1 Ελλάδα

ΔΗΜΟΣΙΟΙ ΦΟΡΕΙΣ:

- ΟΑΕΔ
- Εμπορικό Επιμελητήριο

ΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ:

- ΕΛΙΞ
Ιστοσελίδα: <https://www.elix.org.gr/en/>
- ΑΡΣΙΣ
Σύνδεσμος για την κοινωνική στήριξη των νέων
Ιστοσελίδα: <http://arsis.gr/>



4.3.2 Ισπανία

1. FUNDACIÓN GENERAL UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA:

Το Emprende.ull είναι μια δωρεάν συμβουλευτική υπηρεσία υποστήριξης για την επιχειρηματικότητα στο Πανεπιστήμιο της La Laguna και του Γενικού Ιδρύματος του.

2. ADVENTUREES:

Το Adventurees είναι μια συμμετοχική πλατφόρμα χρηματοδότησης εγκεκριμένη και ελεγχόμενη από την National Securities Market Commission (CNMV).

3. SOCIALNIUS:

Το Socialnius είναι ένα πρακτορείο επικοινωνίας, δημοσίων σχέσεων, διαδικτυακού μάρκετινγκ και δράσεων που ειδικεύεται στους τομείς της καινοτομίας και των επιχειρήσεων με πάνω από πέντε χρόνια εμπειρίας και μια αξιολογη λίστα επιτευγμάτων.



4. ENISA:

Ο Enisa είναι ο δημόσιος φορέας αναφοράς για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ισπανία, του Υπουργείου Οικονομίας, Βιομηχανίας και Ανταγωνιστικότητας, ο οποίος παρέχει εργαλεία προσαρμοσμένα στις ανάγκες των εταιρειών.

5. LINEAS ICO 2019:

Από το ξεκίνημα της, 25 χρόνια πριν, η Lineas ICO 2019 έχει καθιερωθεί ως μια από τις πιο αποτελεσματικές φόρμες χρηματοδότησης που ανταποκρίνεται στη ζήτηση πίστωσης των Ισπανικών εταιρειών.

4.3.3 Πολωνία

Στην Πολωνία πολλοί δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς βοηθούν τους νέους επιχειρηματίες να ξεκινήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις, ειδικά στους τομείς εισόδου στην αγορά, ανάλυσης πληροφοριών και οικονομικής ενίσχυσης.



1. MINISTERSTWO INWESTYCJI I ROZWOJU:

Ένας δημόσιος, κυβερνητικός φορέας, ο οποίος βοηθά στην εξεύρεση πόρων και επενδύσεων και παρέχει όλες τις επίσημες οικονομικές πληροφορίες και τη στήριξη της ΕΕ.

2. BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO:

Ένας δημόσιος φορέας που βοηθά με προγράμματα όπως τα “First business” και “Wsparcie na start” που απευθύνονται σε μαθητές, αποφοίτους ή άνεργους νέους. Προσφέρουν δάνεια με χαμηλό επιτόκιο για την εκκίνηση νέων επιχειρήσεων.

3. POLSKA AGENCJA INWESTYCJI I HANDLU:

Ένας δημόσιος φορέας που βοηθά νέους ανθρώπους που επέστρεψαν στην Πολωνία μετά την εργασία/παραμονή τους στο εξωτερικό, και θέλουν να χρησιμοποιήσουν τη διεθνή εμπειρία τους για να ξεκινήσουν και να διαχειριστούν μια επιχείρηση στην Πολωνία. Ο οργανισμός τους βοηθά με την αρχική επένδυση της επιχείρησης, με συνεργασία και υποστήριξη από συμβούλους και ειδικούς από το Zagranicznych Biur Handlowych (ZBH) και τη συμμετοχή στο μεγάλο έργο “Polskie Mosty Technologiczne.”

4. POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI:

Ένας δημόσιος φορέας, που διαχειρίζεται τα Συμβουλευτικά Σημεία σε κάθε περιφέρεια/περιοχή της Πολωνίας, όπου οι ειδικοί παρέχουν τη συμβουλευτική βοήθεια που είναι αναγκαία.

5. AKADEMICKIE INKUBATORY PRZEDSIEBIORCZOSC

Ένας πανεπιστημιακός φορέας, ο οποίος αποτελεί πρωτοβουλία για νέους Πολωνούς (φοιτητές, απόφοιτοι). Προσφέρει υποστήριξη και καινοτόμες υπηρεσίες.

4.3.4 Τουρκία

Υπάρχουν ήδη πολυάριθμα προγράμματα στήριξης για επιχειρηματίες στην Τουρκία. Η Τουρκική κυβέρνηση και άλλοι δημόσιοι φορείς έχουν κάνει καλή δουλειά στην ανάπτυξη του πλαισίου για το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Τουρκία.

Το **Τουρκικό Υπουργείο Βιομηχανίας και Τεχνολογίας (Turkish Ministry of Industry and Technology)** παρέχει στήριξη στα τεχνολογικά πάρκα και κεφάλαιο κίνησης για τους επιχειρηματίες μέσω του Προγράμματος Επιδότησης Τεχνο-Επιχειρηματικότητας (Techno-Entrepreneurship Grant Program).

Το **Συμβούλιο Επιστημονικής και Τεχνολογικής Έρευνας της Τουρκίας (Technological Research Council of Turkey - TUBITAK)** είναι άλλος ένας κυβερνητικός φορέας που παρέχει επιδοτήσεις, οικονομική ενίσχυση και άλλες απολαβές για επιχειρηματίες. Προωθεί την έρευνα και την ανάπτυξη.

Το **Ερευνητικό Ίδρυμα Οικονομικής Πολιτικής της Τουρκίας (Economic Policy Research Foundation of Turkey - TEPAV)** αποτελείται από μια ομάδα ερευνών πάνω σε οικονομικά ζητήματα. Σε συνεργασία με το Πρόγραμμα Παγκόσμιας Επιχειρηματικότητας του Τμήματος Ηνωμένων Πολιτειών (U.S. State Department's Global Entrepreneurship Program) παρέχει μια πλατφόρμα στους Τούρκους επιχειρηματίες ώστε να συνδέονται με Αμερικάνους επιχειρηματίες και οργανισμούς.

Ο **Οργανισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Small and Medium Enterprises Development Organization - KOSGEB)** παρέχει επιδοτήσεις στους νέους που θέλουν να υλοποιήσουν τις δικές τους πρωτοβουλίες μετά από ένα πρόγραμμα κατάρτισης 70 ωρών για να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους γνώσεις και ικανότητες στην έναρξη και διαχείριση μιας επιχείρησης, και για να βραβεύσουν επιτυχημένα επιχειρηματικά πλάνα και μοντέλα.

Το **Τουρκικό Ίδρυμα Τεχνολογικής Ανάπτυξης (Turkish Technology Development Foundation - TTGV)**, ιδρύθηκε το 1991 ως τμήμα δανειακής συμφωνίας της Παγκόσμιας Τράπεζας με την Ανκάρα (World Bank loan agreement with Ankara). Έχει στηρίξει «τεχνολογικές δραστηριότητες καινοτομίας στην Τουρκία», παρέχοντας \$300-950 εκατομμύρια, κυρίως στον τομέα Έρευνας και Ανάπτυξης, σε έργα που πραγματοποιήθηκαν από 800 εταιρείες. Το TTGV έχει συνεισφέρει επίσης στην ίδρυση των εταιρειών επενδύσεων İŞ GİRİŞİMLERİ και



TURKVEN, οι οποίες και οι δυο ξεκίνησαν το 2000 και συνδυαστικά έχουν κάνει επενδύσεις πάνω από \$3.5 δις, γεγονός που έχει θέσει τα θεμέλια για τα επιχειρηματικά κεφάλαια στην Τουρκία.

Θερμοκοιτίδες και Επιταχυντές για startup επιχειρήσεις: Μια άλλη μορφή οργανισμών που υποστηρίζεται από τον KOSGEB με στόχο την επιτάχυνση και την τυποποίηση αυτής της διαδικασίας παρέχοντας συνολική στήριξη για την ίδρυση πετυχημένων επιχειρήσεων ονομάζονται Κέντρα Ανάπτυξης Επιχειρήσεων (Business Development Centers - İŞGEM). Εκτός από τον İŞGEM, η Τουρκία τώρα φιλοξενεί 20 θερμοκοιτίδες και επιταχυντές. Κάποιες από αυτές τις θερμοκοιτίδες και τους επιταχυντές είναι τοπικά παραρτήματα διεθνών ΜΚΟ, όπως τα Startup Labs. Τα άλλα ποικίλουν από τμήματα πανεπιστημίων, όπως το Bilkent Cyberpark, μέχρι ιδιωτικούς οργανισμούς, όπως το E-tohum (E-Seed). Η Endeavor, μια διεθνή ΜΚΟ που στηρίζει και βοηθά τους επιχειρηματίες αποτελεσματικά, έχει επίσης γραφεία στην Τουρκία.

Πανεπιστήμια: Σχεδόν όλα τα Τουρκικά πανεπιστήμια επικεντρώνονται στην επιχειρηματικότητα με κάποιο τρόπο. Τα πανεπιστήμια παρέχουν Ζώνες Τεχνολογικής Ανάπτυξης (Technology Development Zones) και επιταχυντές για να στηρίζουν τους επιχειρηματίες σε κάθε στάδιο. Οι Ζώνες αυτές δημιουργούν το κατάλληλο περιβάλλον και τις ευκαιρίες που δίνουν την δυνατότητα στους νέους επιχειρηματίες να αναπτύξουν και να εμπορευματοποιήσουν τεχνολογικά επιτεύγματα. Οι επιταχυντές στα πανεπιστήμια εκτελούν διάφορα προγράμματα για εταιρείες και επιχειρηματίες. Παρέχουν υπηρεσίες Θερμοκοιτίδας πρώιμου σταδίου (Early-stage Incubation) για νέους επιχειρηματίες που θέλουν να μετατρέψουν τις ιδέες τους σε εμπορευματοποιημένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Κάποια παραδείγματα επιταχυντών που παρέχουν στήριξη σε επιχειρηματίες στις διαδικασίες ίδρυσης και ανάπτυξης είναι: ITU Seed (Arı Çekirdek(Bee core)), Enkuba, Embriyonix, E-tohum(E-seed), Endeavor, The Fit Startup Factory (Girişim Fabrikası), Inovent.

Τα Κέντρα Επιχειρηματικότητας (Entrepreneurship Centers) λειτουργούν ως θερμοκοιτίδες για νέους επιχειρηματίες και επιχειρηματίες τεχνολογίας. Τα κέντρα οργανώνουν διάφορες δραστηριότητες για να στηρίξουν επιχειρηματικές ιδέες και για να διευκολύνουν την επίτευξη επιχειρηματικών στόχων. Τα κέντρα είναι εξοπλισμένα με τον απαραίτητο εξοπλισμό και τεχνολογικές υποδομές. Για να είναι λειτουργικά για τους επιχειρηματίες, υπάρχουν συγκεκριμένα μέρη για τα γραφεία του καθενός και βασικές ηλεκτρονικές παροχές, όπως σύνδεση στο διαδίκτυο, διακομιστή ιστού, και λάπτοπ ή υπολογιστές.

4.4. Ευκαιρίες χρηματοδότησης

4.3.1 Ελλάδα

ΕΣΠΑ: Το ΕΣΠΑ αποτελεί το βασικό πλάνο στρατηγικής για την ανάπτυξη στην Ελλάδα με τη συνεισφορά σημαντικών πόρων από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία (ESIF) της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ΕΣΠΑ ανακοινώνει επιχειρηματικά χρηματοδοτικά προγράμματα που αφορούν πολλούς και διάφορους τομείς.

Ιστοσελίδα: <https://www.espa.gr>

Η [λίστα](#) χρηματοδότησης του ΕΣΠΑ!

Τα [προγράμματα](#) επιδότησης Νεοφυούς Επιχειρηματικότητας του ΕΣΠΑ!

ΟΑΕΔ: Ο Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού παρέχει χρηματοδοτικά προγράμματα σε νέους ανθρώπους σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους, αλλά είναι απαραίτητες κάποιες προϋποθέσεις, όπως πιστοποιητικά/σεμινάρια ή κάρτα ανεργίας.

Ιστοσελίδα: <http://www.oaed.gr/>

Το [Πρόγραμμα Νεανικής Επιχειρηματικότητας](#) του ΟΑΕΔ!

Eurobank: Το χρηματοδοτικό πρόγραμμα EGG (Enter-Go-EGG) στοχεύει στη νεανική επιχειρηματικότητα.

Το [πρόγραμμα EGG](#) της Eurobank!

OpenFund: Ιδιωτική χρηματοδότηση (π.χ. νεοφυείς επιχειρήσεις, νέοι)

Ιστοσελίδα: <http://www.theopenfund.com/>



4.3.2 Ισπανία

1. Το **Υπουργείο Εργασίας, Μετανάστευσης και Κοινωνικής Ασφάλειας** έχει αναπτύξει ένα Πλάνο Δράσης για την Απασχόληση των Νέων 2019-2021 (Plan de choque por el empleo joven 2019-2021) όπου πλαισιώνεται μια στρατηγική για τη νεανική επιχειρηματικότητα. Οι κύριοι στόχοι αυτής της στρατηγικής είναι να παρέχει στήριξη στους οργανισμούς στα παρακάτω πεδία:

- Κοινωνική οικονομία
- Νεοφυείς επιχειρήσεις και θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων
- Διατομεακοί οργανισμοί ή αυτοαπασχολούμενοι εργαζόμενοι



2. Το **Ινστιτούτο Νέων (Injuve)**, αναπτύσσει ένα Πρόγραμμα Μικροπιστώσεων για Νέους (Programa de Microcréditos para Jóvenes), προσφέροντας επιδοτήσεις στη μορφή μικροπιστώσεων για νέους επιχειρηματίες μέχρι την ηλικία των 35 ετών, δίνοντας τη δυνατότητα παραχώρησης δανείων χωρίς καμία απαίτηση εγγύησης.

3. Η **Emprendedores.gva** είναι η πλατφόρμα που διαθέτει η Generalitat για να συγκεντρώσει όλες τις πληροφορίες που μπορεί να είναι χρήσιμες για να αναπτύξει και να θέσει σε εφαρμογή κάποιος την επιχειρηματική του ιδέα και έργο.

Άλλες επιλογές χρηματοδότησης:

- AXIS ICO Group (από το Υπουργείο Οικονομικών και Επιχειρήσεων).
- ENISA -National Innovation Company S.A. (από το Υπουργείο Οικονομικών και Επιχειρήσεων).
- ICEX-Invest in Spain (από το Υπουργείο Βιομηχανίας, Εμπορίου και Τουρισμού).
- RED.ES (από το Υπουργείο Οικονομικών και Επιχειρήσεων).
- IDAE -Institute for Energy Diversification and Saving (από το Υπουργείο Οικολογικής Μετάβασης).
- CERSA -Spanish Guarantee Company S.A.
- CDTI -Centre for Industrial Technological Development (από το Υπουργείο Επιστημών, Καινοτομίας και Πανεπιστημίων).
- Tripartite Foundation for training employment(από το Υπουργείο Εργασίας, Μετανάστευσης και Κοινωνικής Ασφάλειας).
- CESGAR -Spanish Confederation of Mutual Guarantee Companies.

4.3.3 Πολωνία

Το βασικό ίδρυμα οικονομικής ενίσχυσης είναι η Τράπεζα Gospodarstwa Krajowego. Αυτός ο δημόσιος, κυβερνητικός φορέας παρέχει χρηματοδότηση και οικονομική στήριξη στους νέους επιχειρηματίες. Παρά τους κυβερνητικούς και δημόσιους φορείς, στην Πολωνία υπάρχουν δημοφιλή χρηματοδοτικά προγράμματα που προσφέρονται από το AIP και Επιχειρηματικούς Αγγέλους, οι οποίοι είναι ιδιωτικοί φορείς και επενδυτές που επενδύουν τα δικά τους πλεονάσματα σε νέες, υποσχόμενες επιχειρήσεις. Χάρη στην εισφορά κεφαλαίου, μπορούν άμεσα (μέσα σε 2-4 χρόνια) να ανοίξουν τα φτερά τους δίνοντας στον επενδυτή υψηλή αύξηση στην αξία των μετοχών του. Άλλη οικονομική στήριξη παρέχεται με τη μορφή Εγγυητικών Κεφαλαίων για Πιστώσεις από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Προσφέρουν οικονομική βοήθεια με τη μορφή πίστωσης για μικρές εταιρείες ανάπτυξης που δεν έχουν επαρκές πιστωτικό ιστορικό ή τραπεζική πιστοληπτική δυνατότητα. Η ασφάλεια μπορεί να αφορά δάνεια και πιστώσεις, συμπεριλαμβανομένων της εκκίνησης ή της επέκτασης μιας επιχείρησης.

Επίσης, ως μέλος της ΕΕ η Πολωνία λαμβάνει στήριξη από το χρηματοδοτικό πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης το οποίο διαχειρίζεται και διαδίδεται από τους κυβερνητικούς θεσμούς σε ένα εύρος προγραμμάτων τα οποία είναι διαθέσιμα και ανοιχτά στο κοινό.

4.3.4 Τουρκία

Η Τουρκία προσφέρει ένα αρκετά εξελιγμένο περιβάλλον για νέους επιχειρηματίες. Η νεανική επιχειρηματικότητα σε εθνικό επίπεδο υποστηρίζεται από διάφορα εργαλεία άσκησης πολιτικής. Ειδικότερα, υπάρχουν διάφορα είδη κυβερνητικών μηχανισμών στήριξης που παρέχονται από τον Οργανισμό Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Small and Medium Enterprises Development Organization - KOSGEB), το Υπουργείο Επιστημών, Βιομηχανίας και Τεχνολογίας, το Συμβούλιο Επιστημονικής και Τεχνολογικής Έρευνας της Τουρκίας (Technological Research Council of Turkey - TUBITAK), από Περιφερειακά Πρακτορεία Ανάπτυξης και το Τουρκικό Πρακτορείο Απασχόλησης (İŞKUR). Παρόλα αυτά, υπάρχουν επιχειρηματικά κεφάλαια, επιχειρηματικοί άγγελοι και διάφορες άλλες επενδυτικές ευκαιρίες.

Οργανισμός Ανάπτυξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Small and Medium Enterprises Development Organization - KOSGEB): Προσφέρονται επιχειρηματική κατάρτιση, οικονομική ενίσχυση για μηχανήματα και

εξοπλισμό, επιχειρηματική συμβουλευτική και καθοδήγηση για παραδοσιακούς αλλά και προηγμένους επιχειρηματίες. Οι στόχοι των προγραμμάτων είναι να αυξήσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες των επιχειρηματιών σχετικά με τη σύσταση και διαχείριση της επιχείρησης, να επιβραβεύσουν επιτυχημένα επιχειρηματικά πλάνα/μοντέλα, να ενισχύσουν τη συνεργασία ανάμεσα στους παράγοντες σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, να παρέχουν δημιουργικές δομές οι οποίες θα συμβάλλουν στην αύξηση της βιωσιμότητας νεοσύστατων επιχειρήσεων και να καθοδηγήσουν τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων στα πλαίσια εθνικών έργων και προγραμμάτων. Ο KOSGEB, ο οποίος στηρίζει οικονομικά νέους επιχειρηματίες, δίνει πιστοποιητικό καινοτομίας στους νέους επιχειρηματίες μέσω επιχειρηματικής κατάρτισης σε συνεργασία με ιδρύματα. Χρηματοδοτεί ως και 50% σε επιχειρηματίες που καταθέτουν κατάλληλα έργα. Προσφέρει επίσης καθοδήγηση σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις και οικονομική ενίσχυση για να αυξηθεί το ποσοστό βιωσιμότητας τους.

Περιφερειακά Πρακτορεία Ανάπτυξης: Προσφέρουν οικονομική ενίσχυση για νεοσύστατες επιχειρήσεις προκειμένου να προμηθευτούν μηχανολογικό εξοπλισμό, εκπαίδευση και καθοδήγηση (επωνυμία, εξαγωγές, εξωτερικό εμπόριο, θεσμοθέτηση, κλπ), λογισμικό και υλικά, συστήματα διαχείρισης ποιότητας. Επιπλέον, παρέχουν οικονομική και τεχνική υποστήριξη για την ανάπτυξη φυσικών και ανθρώπινων σχέσεων με οργανισμούς διαμεσολαβητές (κέντρα επιχειρηματικότητας, μη κυβερνητικές οργανώσεις, πανεπιστήμια, κλπ) που λειτουργούν για τους επιχειρηματίες.

Τουρκικό Πρακτορείο Απασχόλησης (İŞKUR): Παρέχεται κατάρτιση επιχειρηματικότητας. Περιλαμβάνονται ενίσχυση εξόδων εκκίνησης (μέχρι 3.000 τούρκικες λίρες), ενίσχυση λειτουργικών εξόδων (μέχρι 11.000 τούρκικες λίρες) και ενίσχυση ίδρυσης (μέχρι 36.000 τούρκικες λίρες) για άτομα με ειδικές ανάγκες που επιθυμούν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση. Παρέχει επίσης ενίσχυση ίδρυσης για κατάδικους που θέλουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση μέχρι και 15 φορές τον ακαθάριστο βασικό μισθό.

Υπουργείο Τροφίμων, Γεωργίας και Κτηνοτροφίας: Το Υπουργείο παρέχει επιδοτήσεις μέχρι και 30.000 τούρκικες λίρες για τα έργα που στοχεύουν στην παραγωγή λαχανικών, την εκτροφή ζώων, την καλλιέργεια γεωργικών προϊόντων και φαρμακευτικών ή αρωματικών φυτών για να διεκπεραιωθούν από νέους αγρότες. Στόχος είναι η προώθηση έργων για την γεωργική παραγωγή στην ύπαιθρο η οποία θα συμβάλλει στην απασχόληση του πληθυσμού των νέων της υπαίθρου, στην ανάπτυξη εναλλακτικών πηγών εισοδήματος, τη βελτίωση του επιπέδου εισοδήματος, στηρίζοντας τη νεανική αγροτική επιχειρηματικότητα και διασφαλίζοντας την αειφορία της γεωργίας.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ:

500 Startups İstanbul: Είναι μια εταιρεία επενδύσεων σε πρώιμο στάδιο που επενδύει σε όλες τις ταλαντούχες επιχειρήσεις που έχουν ως αντικείμενο από χρηματοοικονομική τεχνολογία, μέχρι πρωτοβουλίες στον τομέα της υγείας, από διαφήμιση/μάρκετινγκ μέχρι την αλυσίδα κοινοποιήσεων (blockchain).

Boğaziçi Ventures: Επενδύουν σε προϊόντα τεχνολογικής φύσεως, ψηφιακά προϊόντα/υπηρεσίες, μαζικά δεδομένα (big data), μηχανική εκμάθηση (machine learning), τεχνητή νοημοσύνη (artificial intelligence), τεχνολογία παιχνιδιών (game technology), αλυσίδα κοινοποιήσεων (blockchain), χρηματοοικονομική τεχνολογία (FinTech), ασφαλιστική τεχνολογία (InsureTech).

Inovent: Είναι ο πρώτος επιταχυντής εμπορίας τεχνολογίας και εταιρεία με κεφάλαια εκκίνησης στην Τουρκία η οποία ιδρύθηκε από το Πανεπιστήμιο Sabancı το 2006. Διαχειρίζεται την εμπορία τεχνολογιών σε πρώιμο στάδιο, εστιάζοντας στην ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα, και δίνοντας έμφαση στις νεοφυείς επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν από ακαδημαϊκούς και/ή φοιτητές.

Inventram: Είναι μια επενδυτική εταιρεία τεχνολογίας αιχμής η οποία ιδρύθηκε με τη συνεργασία των Κορ Group and Mitsui & Co. Επενδύει σε πολλούς τομείς υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας, συμπεριλαμβανομένων των: Ίντερνετ Πραγμάτων και Αισθητήρων, Ρομποτική, Βιοτεχνολογία, Νανοτεχνολογία, Τεχνητή Νοημοσύνη, Μαζικά Δεδομένα και Συστήματα Απομακρυσμένων Δικτύων (Cloud Systems), Αυτοματοποιημένες Τεχνολογίες, Ηλεκτρονικά και Διαρκή Αγαθά, Κλάδος Τεχνολογιών Άμυνας. Στόχος τους είναι να εμπορευματοποιήσουν τα ακριβή επιχειρηματικά μοντέλα με επαναστατικές τεχνολογίες.

KOBİ Venture Capital Investment Trust Inc.: Επενδύουν σε επιχειρηματίες τους οποίους εμπιστεύονται ότι θα επιστρέψουν την επένδυση τους μέσα σε 5-6 χρόνια, με ένα μερίδιο αγοράς 49% στην κοινή επιχείρηση. Λαμβάνοντας υπόψη τις απαιτήσεις των εταιρειών που εφαρμόζονται, επενδύουν ένα μέσο όρο \$250.000 σε αρχικά έργα, τουλάχιστον \$500.000 σε έργα πληροφορικής και το πολύ \$5.000.000 σε άλλους τομείς.

Turkish Foundation for Development of Technology (TTGV): Επενδύουν σε τεχνολογικές εταιρείες στα αρχικά στάδια και στα στάδια ανάπτυξης. Παρέχουν οικονομική ενίσχυση για τεχνολογικές επενδύσεις μέσω των προγραμμάτων τους όπως τα Explore Investment Program, Access to Market Investment Program (HIT), Green Technology Projects (YETEP) Support Program κλπ.

Επιπροσθέτως, υπάρχουν κι άλλα επιχειρηματικά κεφάλαια όπως τα 212 VC, ACT, Revo, Pioneer Venture Capital Investment Trust Inc., Akportföy, Bosphorist Technology Fund, Young Turk Ventures, Ilab Ventures κα.

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΙ ΑΓΓΕΛΟΙ:

Endeavor Angel Investor Network: Παρέχουν στήριξη στους τομείς της συμβουλευτικής και της ανάπτυξης επιχειρήσεων, της κατάρτισης, της εκπαίδευσης, των ανθρωπίνων πόρων, της δικτύωσης, παρέχουν πρόσβαση σε χρηματοδότηση για εταιρείες που λειτουργούν για τουλάχιστον 1 χρόνο, έχουν καινοτόμα προσέγγιση, έχουν δυνατότητες ανάπτυξης και έχουν καθοριστεί ως κατάλληλες για επενδύσεις σύμφωνα με την πρότερη απόδοσή τους.

Keiretsu Forum Angel Investor Network: Δίνουν την ευκαιρία για επένδυση και συμβουλευτική από μία παγκοσμίως φήμης ομάδα επενδυτών, παρέχουν πρόσβαση σε παγκόσμιες χρηματοδοτήσεις και πόρους, και εξετάζουν τις βέλτιστες πρακτικές στη Silicon Valley για τους επιχειρηματίες που έχουν περάσει τα στάδια της ανεύρεσης ιδέας, ίδρυσαν τις εταιρείες τους και παρείχαν τη βασική χρηματοδότηση τους από δικούς τους πόρους.

LABX: Είναι ένα δίκτυο επενδύσεων από αγγέλους που ιδρύθηκε για να στηρίξει επιχειρηματίες που έχουν μια επιχειρηματική ιδέα και χρειάζονται στήριξη κεφαλαίου.

Επιπροσθέτως, υπάρχουν κι άλλοι επενδυτικοί άγγελοι όπως τα BUBA Angel Investment Network, Galata Business Angels, E-Seed, BIC Angels Investment, Business Angels Association of Turkey, TEB Private Angel Investment Platform and κα.

ΑΛΛΑ:

ITU Tekno Arikent: Διαμορφώνει το κοινό έδαφος χρήσης, εκπαίδευσης, συμβουλευτικής, δικτύωσης και οικονομικής ενίσχυσης για επιχειρηματίες σε πρώιμα και εξελιγμένα στάδια που χρειάζονται δραστηριότητες Έρευνας & Ανάπτυξης και ανάπτυξη τεχνολογικών δομών με βάση την καινοτομία μέσω ITU Core, ITU Magnet και Innogate programs.

Tech-Invest TR: Είναι ένα πρόγραμμα από το TÜBİTAK που έχει στόχο να στηρίξει Γραφεία Μεταφοράς Τεχνολογίας (Technology Transfer Offices - TTOs), Στοχευμένους Ομίλους Επιχειρήσεων (Targeted Group Businesses – TGBs) και καταρτισμένους επενδυτές που επενδύουν στα ταμεία επιχειρηματικών κεφαλαίων για εταιρείες με βάση την τεχνολογία σε αρχικό στάδιο, σε μικρομεσαία κλίμακα, για να ανταποκριθούν στο κεφάλαιο που θα χρειαστούν στη διαδικασία εμπορευματοποίησης των προϊόντων και τεχνολογιών τους που απορρέουν από την E&A και τις δραστηριότητες καινοτομίας.

Venture Factory: Αυτό είναι το πρώτο πρόγραμμα επιτάχυνσης επιχείρησης (business acceleration), που υλοποιείται υπό την αιγίδα του Πανεπιστημίου Özyeğin. Είναι ένα πρόγραμμα που βοηθά τους επιχειρηματίες που θέλουν να αναπτύξουν τεχνολογικές, ισχυρές, βιώσιμες επιχειρήσεις για να δοκιμάσουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες με μια απλή startup επιχείρηση και μεθοδολογίες ανάπτυξης πελατολογίου σε σύντομο χρόνο με ελάχιστες δραστηριότητες και να τις ενισχύσουν με εκπαίδευση, υποδομές, συμβούλους και ένα ευρύ επιχειρηματικό δίκτυο.

MIT Enterprise Forum: Διοργανώνει διαγωνισμούς που έχουν στόχο την ενθάρρυνση νέων ανθρώπων και όσους θέλουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση, και επιβραβεύει τις επιχειρηματικές ιδέες που θα αποδώσουν καινοτόμες λύσεις.

Turkey Grameen Microfinance Program: Παρέχουν μικρό κεφάλαιο στήριξης χωρίς υποθήκη, εγγυητή και εγγυήσεις για γυναίκες που θέλουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση, έχουν χαμηλό εισόδημα και δεν μπορούν να πάρουν δάνειο από την τράπεζα. Χρηματοδοτεί μια ομάδα πέντε

γυναικών με μια επιχειρηματική ιδέα. Το πρώτο δάνειο μπορεί να είναι μέχρι και 1000 τούρκικες λίρες.

4.3.4 Σε όλο τον κόσμο

Αφρικανικό Ίδρυμα Ανάπτυξης

Το Αφρικανικό Ίδρυμα Ανάπτυξης (USADF) είναι ένα ανεξάρτητο ίδρυμα της Αμερικάνικης κυβέρνησης που ιδρύθηκε από το Κογκρέσο για να γίνουν επενδύσεις στους Αφρικανικούς εργατικούς οργανισμούς, σε επιχειρηματίες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Οι επενδύσεις από το USADF προωθούν την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας με την αύξηση εισοδήματος, έσοδα και θέσεις εργασίας, και ανοίγοντας το δρόμο προς την ευημερία για περιθωριοποιημένες πληθυσμιακές ομάδες και υποβαθμισμένες κοινωνίες.

Χρησιμοποιώντας μια προσέγγιση ανάπτυξης με βάση την κοινωνία, το USADF παρέχει κεφάλαιο εκκίνησης και τοπική υποστήριξη στη διαχείριση έργων βελτιώνοντας τη ζωή και τις πιθανότητες ενώ αντιμετωπίζει κάποια από τα μεγαλύτερα προβλήματα της Αφρικής σχετικά με την έλλειψη τροφίμων, την ανεπαρκή πρόσβαση σε πηγές ενέργειας, και την ανεργία, ειδικά στις γυναίκες και στους νέους.

Τα τελευταία πέντε χρόνια, σε όλη την Αφρική, και κυρίως στις περιοχές Horn, Sahel και Great Lakes, το USADF έχει επενδύσει πάνω από 114 εκατομμύρια δολάρια απευθείας σε πάνω από 1000 οργανισμούς υπό Αφρικανική ιδιοκτησία ή λειτουργία και έχει επηρεάσει πάνω από τέσσερα εκατομμύρια ζωές.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<http://www.usadf.gov>

Το πρόγραμμα Θερμοκοιτίδας Halcyon / ΗΠΑ

Το πρόγραμμα Θερμοκοιτίδας Halcyon απασχολεί κοινωνικούς επιχειρηματίες σε αρχικό στάδιο με τη στήριξη που χρειάζονται για να μετατρέψουν ρηξικέλευθες ιδέες σε αναπτυσσόμενες και βιώσιμες επιχειρήσεις. Αυτό το επιτυγχάνουν παρέχοντας τρία πράγματα: χώρο, κοινότητα και πρόσβαση.

Χώρος – Η Θερμοκοιτίδα Halcyon ιδρύθηκε για να εξασφαλίσει ότι όλοι οι κοινωνικοί επιχειρηματίες, ανεξαρτήτως οικονομικού υπόβαθρου, μπορούν να πετύχουν. Σου δίνουν το φυσικό και νοητικό χώρο, έτσι ώστε να μπορείς να επενδύσεις περισσότερη από την ενέργεια σου στην επιχείρηση και να καταφέρεις τα μέγιστα.

Κοινότητα - Η Θερμοκοιτίδα Halcyon χτίζει μια κοινότητα στήριξης γύρω από τους Συνεργάτες μέσω ενός μοναδικού προγράμματος εγκαταστάσεων, εκτεταμένη στήριξη από την κοινότητα μετά την απομάκρυνση από

τις εγκαταστάσεις, και ένα ισχυρό δίκτυο από πρώτης τάξεως μέντορες και συμβούλους. Αυτοί οι μέντορες και σύμβουλοι είναι έμπειροι επιχειρηματίες, με μεγάλη επιρροή και ηγέτες σε πολλούς κλάδους.

Πρόσβαση – Θα χρειαστείτε ένα οικοσύστημα για να χτίσετε, να αναπτύξετε, και να διατηρήσετε μια επιχείρηση. Η Θερμοκοιτίδα Halcyon φέρνει σε επαφή τους επιχειρηματίες με κομβικούς συνεργάτες για να τους συμβουλευθούν και να στηρίζουν άμεσα τα εγχειρήματα των Εταίρων και να τους παρέχουν σημαντική προβολή.

Κριτήρια

Ο κατάλληλος υποψήφιος για τη Θερμοκοιτίδα Halcyon, πρέπει:

- Να είναι ο CEO ή αυτός που παίρνει κυρίως τις αποφάσεις για την πορεία και τη διαχείριση της επιχείρησης
- Να είναι σε θέση να δεσμευτεί πλήρως στις εργασίες της επιχείρησης κατά τη διάρκεια της φάσης παραμονής στις εγκαταστάσεις από τις 8 Σεπτεμβρίου 2020 μέχρι τις 15 Ιανουαρίου 2021
- Να είναι σε θέση να αναβάλει οποιοδήποτε προπτυχιακό ή μεταπτυχιακό πρόγραμμα κατά τη διάρκεια της φάσης παραμονής στις εγκαταστάσεις
- Να ζει ή να εργάζεται ήδη στις ΗΠΑ ή να μπορεί να αποκτήσει βίζα για τη φάση παραμονής στις εγκαταστάσεις
- Να γνωρίζει άπταιστα Αγγλικά
- Να είναι τουλάχιστον 21 ετών μέχρι την εκκίνηση του προγράμματος

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<https://halcyonhouse.org/incubator/apply>

Το Πρόγραμμα Επιτάχυνσης YGAP / Μπαγκλαντές

Το Πρόγραμμα Επιτάχυνσης YGAP είναι μια σημαντική ευκαιρία για παθιασμένους επιχειρηματίες που έχουν αντίκτυπο στο Μπαγκλαντές και είναι στα αρχικά στάδια της σύστασης επιχειρήσεων και οργανισμών προκειμένου να αλλάξουν τις ζωές των κατοίκων του Μπαγκλαντές.

Παρακολουθήστε τον Επιταχυντή Ygar – Ένα εντατικό ζωντανό εργαστήριο πέντε ημερών στην Ντάκα όπου οι συμμετέχοντες θα μπουν σε μια μικρή ομάδα επιχειρηματιών Ygar και θα έχουν πρόσβαση σε επιχειρηματική εκπαίδευση παγκόσμιας κλάσης σχεδιασμένη για να τους βοηθήσει να επικεντρωθούν στις επιχειρήσεις τους και να επιταχύνουν την ανάπτυξη τους.

Πρόσβαση στο Δίκτυο Στήριξης Ygap – Εκτός του ότι οι συμμετέχοντες στο πρόγραμμα επιτάχυνσης θα λάβουν συνεχή εκπαίδευση και στήριξη από το Ygap, θα τους φέρει επίσης σε επαφή με ειδικούς και επαγγελματίες που μπορούν να τους βοηθήσουν καθώς ξεκινούν και καθώς μεγαλώνουν την επιχείρησή τους. Ειδικότερα, τους παρέχει έξι μήνες πρόσβαση σε γραφίστες, δημιουργούς ιστοσελίδων, συμβούλους επιχειρήσεων, μέντορες, ερευνητές, δικηγόρους και λογιστές (όντας όλοι πολύ βοηθητικοί για την επιχείρηση). Η επιχείρηση των συμμετεχόντων έχει επίσης την ευκαιρία να κάνει συνεχόμενα αίτηση για μικρές επιδοτήσεις (μέχρι 60.000 ΤΑΚΑ του Μπαγκλαντές) για να τους βοηθήσουν να ξεπεράσουν τις προκλήσεις και να δοκιμάσουν ιδέες για να αυξήσουν τον αντίκτυπο ή τη βιωσιμότητα της επιχείρησής τους.

Πρόσβαση στη Στήριξη Ανάπτυξης & στις Διασυνδέσεις – Οι καλύτεροι επιχειρηματίες Ygap προχωρούν στο στάδιο της ανάπτυξης, όπου τους παρέχεται μεγαλύτερη στήριξη για να τους βοηθήσει να αναπτύξουν ένα μοντέλο που έχουν παρουσιάσει στη φάση έναρξης. Σε αυτό το επίπεδο οι συμμετέχοντες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε μεγαλύτερες επιδοτήσεις, πάνω από 10.000 αυστραλιανά δολάρια (τυπικά \$25.000), έρχονται άμεσα σε επαφή με τους επενδυτές τους και η ομάδα τους δουλεύει στενά μαζί τους για να καταστρώσουν στρατηγική για συγκεκριμένες προσεγγίσεις που θα τους βοηθήσουν σε μεγάλο βαθμό να αναπτύξουν τον αντίκτυπο και τη βιωσιμότητα τους.

Κριτήρια Επιλογής

Αναζητούνται startup επιχειρηματίες στο Μπαγκλαντές που:

- Έχουν ήδη ξεκινήσει μια επιχείρηση που κάνει τη διαφορά στις ζωές των κατοίκων του Μπαγκλαντές (βελτιώνοντας την εκπαίδευση, την υγεία, τα σπίτια ή δημιουργώντας καλές θέσεις εργασίας).
- Θέλουν να αναπτύξουν την επιχείρησή τους για να ωφελήσουν ακόμα περισσότερους ανθρώπους.

Πώς να κάνετε αίτηση

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κάνουν αίτηση διαδικτυακά στην ιστοσελίδα που δίνεται.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<https://ygap.org/bangladesh/>

Όνειρα για Επιχειρηματικές Επιδοτήσεις σε ένα Καλύτερο Κόσμο (Dream Big) / Αυστραλία

Οι ιδέες και οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούσαν να λάβουν μια επιδότηση για να τους βοηθήσει με διάφορα θέματα, όπως η οικονομική διαθεσιμότητα εγκαταστάσεων, η ανεργία, η βιωσιμότητα, θέματα ψυχικής υγείας ή ακόμα και να βοηθήσουν στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Εφόσον το όνειρο των συμμετεχόντων έχει άμεσο θετικό αντίκτυπο στην κοινότητα της Αυστραλίας, το ίδρυμα θέλει να τους «ακούσει».

Οι ενδιαφερόμενοι έχουν την ευκαιρία να λάβουν μέχρι και \$10,000 και να βοηθήσουν τη χρηματοδότηση ενός προγράμματος ή μιας καινοτόμας λύσης που ασχολείται με ένα κοινωνικό ζήτημα στην τοπική τους κοινότητα.

Κριτήρια Επιλογής

Αν οι αιτούντες πληρούν τα κριτήρια, τα όνειρα τους πρέπει να στοχεύουν στην αντιμετώπιση ενός τοπικού ή κοινωνικού ζητήματος της Αυστραλίας, και η επιχείρηση που λαμβάνει την επιχορήγηση πρέπει επίσης να:

- Είναι εγγεγραμμένη Αυστραλιανή επιχείρηση
- Έχει βάση στην Αυστραλία με κονδύλια που διοχετεύονται στην Αυστραλία
- Είναι μικρή ή μεσαία επιχείρηση με λιγότερους από 200 υπαλλήλους
- Μπορεί να αναλάβει δράση μέσα σε 12 μήνες
- Παρέχει αρχεία που πιστοποιούν τη βιωσιμότητα της επιχείρησης, αν το όνειρο του συμμετέχοντα ανήκει στην πρώτη δεκάδα
- Το πρόγραμμα Sunsuper's Dreams for a Better World είναι ανοιχτό σε όλους τους κατοίκους της Αυστραλίας ηλικίας 18 ετών ή και πάνω κατά την είσοδο τους

Πώς να κάνετε αίτηση

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κάνουν αίτηση διαδικτυακά στην ιστοσελίδα που δίνεται.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<https://dreamsforabetterworld.com.au/business-grants>

Call for Incubation at a-IDEA / Ινδία

Το a-IDEA, η Τεχνολογική Επιχειρηματική Θερμοκοιτίδα της NAARM αναζητά αιτήσεις από καινοτόμες νεοφυείς επιχειρήσεις στον αγροτικό τομέα ή σε συναφείς τομείς για να εγγραφούν στη στήριξη μέσω της Θερμοκοιτίδας.

Στόχος είναι η βοήθεια των νέων επιχειρήσεων στο αρχικό στάδιο για να αναπτύξουν τη δική τους ιδέα/επιχείρηση μέσω τεχνολογικής συμβουλευτικής, ελέγχου εγκυρότητας, στήριξης πνευματικής ιδιοκτησίας, στρατηγική μάρκετινγκ, σύσταση ομάδας, συμβουλές για χρηματοδότηση κλπ.

Το a-IDEA είναι μια Θερμοκοιτίδα με έμφαση στη Γεωργία για τη στήριξη νέων επιχειρήσεων στον αγροτικό τομέα και στον συναφή αγροτικό-βιοτεχνολογικό τομέα. Είναι μια Θερμοκοιτίδα στην ICAR-NAARM, που υποστηρίζεται από την DST, GoI, μια αναγνωρισμένη Θερμοκοιτίδα υπό την Πρωτοβουλία Startup Επιχειρήσεων της Ινδίας. Στο a-IDEA έχει απονεμηθεί το Εθνικό Βραβείο Αναδυόμενης Τεχνολογίας Επιχειρηματικής Θερμοκοιτίδας το 2017, από το DST, GoI.

Το a-IDEA δίνει εφόδια και παρέχει στήριξη στις νεοσύστατες επιχειρήσεις στα αρχικά και στα κρίσιμα στάδια μιας νέας startup επιχείρησης μέσω εξατομικευμένης και στοχευμένης στήριξης και συμβουλευτικής για τη Θερμοκοιτίδα.

Τι προσφέρει το a-IDEA

- ✓ Τεχνολογική Συμβουλευτική και Πρόσβαση σε Αγροτικούς επιστήμονες, Τεχνολογικό Έλεγχο εγκυρότητας, και πρόσβαση στο δίκτυο Έρευνας & Ανάπτυξης από ινστιτούτα ερευνών.
- ✓ Επιχειρηματικές Υπηρεσίες Στήριξης σε Νομικές, Οικονομικές, Πνευματικής Ιδιοκτησίας και Γραμματειακές διαδικασίες.
- ✓ Επαφές της επιχείρησης με Επιχειρηματικές Συνέργειες για Πρόσβαση στις Αγορές.
- ✓ Πρόσβαση στις βάσεις δεδομένων, τα φόρουμ και τις ενέργειες προβολής του οργανισμού.
- ✓ Πλεονέκτημα σε μια γκάμα νέων επιχειρήσεων σε 20 τομείς της Αγροτικής αλυσίδας αξίας .
- ✓ Πρόσβαση σε Επενδυτές συμπεριλαμβανομένων Κυβερνητικών Επιδοτήσεων, Ταμείων Αρχικών Κεφαλαίων, δικτύων Αγγέλων Επενδυτών και Επιχειρηματικών Κεφαλαίων.

Κριτήρια επιλογής

Οι επιχειρηματίες που στρέφονται πιο πολύ στο να εισάγουν καινοτόμες λύσεις στον αγροτικό τομέα και στον συναφή αγροτικό-βιοτεχνολογικό τομέα καλούνται να κάνουν αίτηση για το πρόγραμμα Θερμοκοιτίδας, αν:

- Έχουν μια ιδέα ή μια Startup επιχείρηση σε αρχικό στάδιο
- Αναζητούν πρόσβαση στις Αγορές
- Αναζητούν υπηρεσίες καθοδήγησης και στήριξης
- Αναζητούν συμβουλές επενδύσεων

Πώς να κάνετε αίτηση

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κάνουν αίτηση διαδικτυακά στην ιστοσελίδα που δίνεται.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<https://aidea.naarm.org.in/call-for-incubation/>

Το Τουρνουά Κοινωνικής Καινοτομίας / Λουξεμβούργο

Το Τουρνουά Κοινωνικής Καινοτομίας αναγνωρίζει και στηρίζει τους καλύτερους Ευρωπαίους κοινωνικούς επιχειρηματίες. Προωθεί καινοτόμες ιδέες και επιβραβεύει πρωτοβουλίες που συνεισφέρουν στη δημιουργία κοινωνικού, ηθικού ή περιβαλλοντικού αντίκτυπου. Τυπικά, καλύπτει έργα στους τομείς της εκπαίδευσης, της υγείας, του περιβάλλοντος, της κυκλικής οικονομίας, της ένταξης, της δημιουργίας θέσεων εργασίας, της ηλικιακής προκατάληψης και πολλούς περισσότερους.

Όλα τα έργα ανταγωνίζονται για τα πρώτα και δεύτερα βραβεία στη Γενική Κατηγορία και στην Ειδική Κατηγορία για €50.000 and €20.000 αντίστοιχα. Το 2020, τα Βραβεία Ειδικής Κατηγορίας θα πάνε στα έργα που εστιάζουν στο περιβάλλον (με ιδιαίτερη έμφαση στη βιοποικιλότητα και τη συντήρηση οικοσυστήματος). Δυο έργα θα

επιλεγούν να παρακολουθήσουν το πρόγραμμα Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας INSEAD στο Fontainebleau, στη Γαλλία.

Τα βραβεία απονέμονται από μια επιτροπή αποτελούμενη από ειδικούς του ακαδημαϊκού και επιχειρηματικού κόσμου.

Το πρόγραμμα τρέχει σε δυο γύρους. Μια επιτροπή επιλογής, αποτελούμενη κυρίως από ειδικούς της ομάδας της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων πάνω στην καινοτομία, το περιβάλλον, και άλλους σχετικούς κλάδους, επιλέγει τους 15 φιναλίστ. Οι υποψήφιοι συμμετέχουν σε ένα προσαρμοσμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα (Εντατικό πρόγραμμα Συμβουλευτικής, Ηλεκτρονική εκπαίδευση στην παρουσίαση, ατομικά μαθήματα καθοδήγησης) που θα τους εφοδιάσει με την απαραίτητη καθοδήγηση για να οριστικοποιήσουν τις προτάσεις τους και να τις προετοιμάσουν για την τελική δοκιμασία όπου όλοι οι φιναλίστ πρέπει να παρουσιάσουν και να υποστηρίξουν το έργο τους σε μια κριτική επιτροπή από ειδικούς κοινωνικής καινοτομίας.

Κριτήρια επιλογής

Το Τουρνουά της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων ανταποκρίνεται στη μεγάλη ανάγκη για μεγαλύτερη έμφαση στην Κοινωνική Καινοτομία και στοχεύει να προσελκύσει το ενδιαφέρον οργανισμών, κερδοσκοπικών και μη, κυρίως από νέους επιχειρηματίες και κοινωνικές επιχειρήσεις, τμήματα εταιρικής ευθύνης σε ιδιωτικές επιχειρήσεις κάθε μεγέθους, ΜΚΟ και κυβερνητικούς ή τοπικούς φορείς αυτοδιοίκησης και πανεπιστημιακές κοινότητες. Συμμετοχές από πανεπιστημιακές ομάδες είναι επίσης ευπρόσδεκτες.

Πώς να κάνετε αίτηση

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κάνουν αίτηση διαδικτυακά στην ιστοσελίδα που δίνεται.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<https://institute.eib.org/whatwedo/social-2-2/social-innovation-tournament-2/>

Πρόγραμμα Επιχειρηματιών Τεχνολογίας και Επιχειρηματικής Ηγεσίας στη Νοτιοανατολική Ασία / Νέα Ζηλανδία

Ο Οργανισμός Ασίας και Νέας Ζηλανδίας και το Υπουργείο Εξωτερικών Υποθέσεων και Εμπορίου της Νέας Ζηλανδίας προσφέρουν σε έξι ως οκτώ νέους επιχειρηματίες στον τομέα της τεχνολογίας από τη ΝΑ Ασία την ευκαιρία να επισκεφθούν τη Νέα Ζηλανδία. Το πρόγραμμα που διαρκεί όλη την εβδομάδα κάνει μια περιήγηση τους συμμετέχοντες στον τεχνολογικό τομέα της Νέας Ζηλανδίας και τους επιτρέπει να παρακολουθήσουν την τεχνολογική εβδομάδα Techweek 19 στο Auckland.

Οφέλη

Ο Οργανισμός Ασίας και Νέας Ζηλανδίας καλύπτει τα έξοδα των επιτυχόντων, για αεροπορικά εισιτήρια με επιστροφή, για εγχώρια μετακίνηση, για διαμονή και ασφάλεια, καθώς και τα περισσότερα γεύματα και διάφορα άλλα έξοδα.

Οι συμμετέχοντες θα χρειαστεί να καλύψουν τα προσωπικά τους έξοδα.

Διαδικασία Επιλογής

Οι αιτήσεις αξιολογούνται από τη σχετική Πρεσβεία της Νέας Ζηλανδίας ή από την Ύπατη Αρμοστεία. Πραγματοποιούνται συνεντεύξεις με τους επίλεκτους υποψηφίους δια ζώσης ή μέσω Skype. Μια επιτροπή με ειδικούς από τον Οργανισμό Ασίας και Νέας Ζηλανδίας και άλλους παραπλήσιους φορείς θα πραγματοποιήσουν διαβουλεύσεις παγκοσμίως για να λάβουν την τελική απόφαση.

Πώς να κάνετε αίτηση

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κάνουν αίτηση διαδικτυακά στην ιστοσελίδα που δίνεται.

~~~~~  
 Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε: <https://www.asianz.org.nz/entrepreneurship/nz-visit-for-southeast-asian-tech-entrepreneurs-and-business-leaders/>  
 ~~~~~

Βραβείο Anzisha για Νέους Αφρικανούς Επιχειρηματίες / Νότιος Αφρική

Το πρόγραμμα Anzisha είναι μια συνεργασία ανάμεσα στην Ακαδημία Ηγεσίας της Αφρικής και του Ιδρύματος Mastercard που αναζητά πρωταρχικά και σημαντικά να αυξήσει τον αριθμό των επιχειρηματιών που δημιουργούν θέσεις εργασίας στην Αφρική.

Πληροφορίες για το βραβείο

Αυτή είναι η αξία της Υποτροφίας των συμμετεχόντων, αν κερδίσουν – Επιπλέον επένδυση \$8,000/ \$10,000 σε κάθε υποψήφιο.

Κριτήρια Επιλογής

Οι υποψήφιοι πρέπει να είναι από 15 ως 22 ετών με Ταυτότητα ή Διαβατήριο ως αποδεικτικό.

Οι υποψήφιοι πρέπει να είναι εθνικότητας από κάποια Αφρικανική χώρα με επιχείρηση που θα έχει έδρα στην Αφρική για Αφρικανούς πελάτες/ωφελούμενους.

Η επιχείρηση τους πρέπει να έχει στηθεί και να λειτουργεί. Το Βραβείο Anzisha δεν είναι για σπουδαίες ιδέες ή επιχειρηματικά πλάνα – οι υποψήφιοι πρέπει να έχουν ήδη ξεκινήσει και να είναι σε θέση να το αποδείξουν! Οι ενδιαφερόμενοι έχουν το χρόνο να ξεκινήσουν τώρα και να έχουν απτά αποτελέσματα να μοιραστούν πριν ξεκινήσουν οι αιτήσεις.

Οι επιχειρήσεις τους, η εφεύρεση τους ή το κοινωνικό έργο τους μπορεί να είναι σε οποιοδήποτε τομέα ή βιομηχανία (επιστήμες και τεχνολογία, κοινωνία των πολιτών, τέχνες και πολιτισμός, αθλήματα κλπ.). Οποιοδήποτε είδος επιχείρησης είναι ευπρόσδεκτο να κάνει αίτηση.

Πώς να κάνετε αίτηση

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κάνουν αίτηση διαδικτυακά στην ιστοσελίδα που δίνεται.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<http://www.anzishapize.org/apply/>

Βραβεία Επιχειρηματικού Μετασχηματισμού FT/IFC

Οι Financial Times (FT) και ο Διεθνής Οργανισμός Οικονομικών (IFC), μέλος της Παγκόσμιας Τράπεζας, έχουν ξεκινήσει την έκτη έκδοση των Βραβείων Επιχειρηματικού Μετασχηματισμού FT/IFC.

Το πρόγραμμα φέτος (2020) συμπληρώνει 15 χρόνια συνεργασίας ανάμεσα στους Financial Times και το Διεθνή Οργανισμό Οικονομικών για τα βραβεία που έχουν σημαντικό αντίκτυπο στον τρόπο που οι οικονομικοί και μη-οικονομικοί οργανισμοί προσεγγίζουν τις βιώσιμες επενδύσεις. Τα Βραβεία τονίζουν τις πρωτοποριακές, μακροπρόθεσμες λύσεις του ιδιωτικού τομέα για σημαντικά ζητήματα ανάπτυξης, με τις βασικές κατηγορίες άρρηκτα συνδεδεμένες με τις παγκόσμιες προσπάθειες για να επιτευχθούν οι Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών. Οι νικητές θα ανακοινωθούν σε ένα ξεχωριστό δείπνο στο Λονδίνο στις 8 Οκτωβρίου, που θα προηγείται του Συνεδρίου Επιχειρηματικού Μετασχηματισμού FT/IFC, μια σημαντική συγκέντρωση ηγετών στις ιδέες που θα εξερευνήσουν και θα συζητήσουν τα θέματα που θα προκύψουν από τα Βραβεία.

Κατηγορίες

- Λύσεις Μετασχηματισμού στην Αστική Υποδομή
- Λύσεις Μετασχηματισμού στα Τρόφιμα, το Νερό και το Έδαφος
- Λύσεις Μετασχηματισμού στην Υγεία, Ευημερία και την Πρόληψη Ασθενειών
- Λύσεις Μετασχηματισμού στην Εκπαίδευση, τις Γνώσεις και τις Ικανότητες
- Ειδικό Βραβείο: Καινοτομία για ειδικές ανάγκες

Οι νικητές των παρακάτω Συνολικών Βραβείων θα επιλεγούν από την αξιότιμη κριτική επιτροπή ανάμεσα στους επίλεκτους που προέκυψαν από τις παραπάνω κατηγορίες:

- Συνολικό Βραβείο: Αριστεία στις Επαναστατικές Τεχνολογίες
- Συνολικό Βραβείο: Αριστεία στις Κλιματικές Λύσεις
- Συνολικό Βραβείο: Αριστεία στο Μετασχηματισμό Οικονομικών
- Συνολικό Βραβείο: Αριστεία στο Μετασχηματισμό Επιχειρήσεων

Κριτήρια Επιλογής

Το πρόγραμμα είναι ανοιχτό σε όλους τους οικονομικούς και μη-οικονομικούς οργανισμούς στον ιδιωτικό τομέα. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις με καινοτόμες λύσεις και ξεκάθαρη χαρτογράφηση για οικονομική βιωσιμότητα ενθαρρύνονται να κάνουν αίτηση.

Εταιρείες στον τομέα παραγωγής, επενδυτικοί οργανισμοί, και εταιρείες συμβουλευτικής ασχολούνται με έργα που έχουν ως θέμα τις προκλήσεις στην αστικοποίηση, την τεχνολογία και τη βιωσιμότητα σε αναπτυσσόμενες χώρες.

Πώς να κάνετε αίτηση

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να κάνουν αίτηση διαδικτυακά στην ιστοσελίδα που δίνεται.

Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε:

<https://live.ft.com/Events/2020/FT-IFC-Transformational-Business-Awards-2020>

Σύντομο Τεστ Γνώσεων 4

Το Τεστ Γνώσεων θα βοηθήσει τον καταρτιζόμενο να “φρεσκάρει” εν τάχει τις γνώσεις που αποκόμισε σε αυτό το κεφάλαιο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Τι είναι επιχειρηματικό πλάνο;

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Ποιες είναι οι διαφορές ανάμεσα σε ένα επιχειρηματικό πλάνο και μια χαρτογράφηση;

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Τι περιλαμβάνει η πρώτη σελίδα ενός καλού επιχειρηματικού πλάνου;

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Ποια είναι τα χαρακτηριστικά μιας καλής επιχειρηματικής ιδέας;

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Τι θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα επιχειρηματικό πλάνο;

Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες που παρουσιάζονται παρακάτω έχουν σχεδιαστεί ειδικά για εκπαιδευτικούς και δασκάλους, ως εργαλεία, μέσω των οποίων θα μπορούν να διδάξουν συγκεκριμένες δεξιότητες στους καταρτιζόμενους/συμμετέχοντες.

Δραστηριότητα 1

ΒΕΛΤΙΩΣΤΕ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΑΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ

Εισαγωγή

Μια δράση με βάση την έρευνα στοχεύει στην ενθάρρυνση νέων ανθρώπων να ερευνήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα και να μοιραστούν πληροφορίες ως ομάδα.

Επεξήγηση

Διάρκεια:
1 με 1 ½
διδασκτικές ώρες
(45' με 90')

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

εφημερίδα οικονομικού περιεχομένου, υπολογιστές για παρουσίαση PowerPoint, στυλό και χαρτί

Σκοπός

Οι συμμετέχοντες θα έχουν μια ξεκάθαρη εικόνα για τις τρέχουσες επιχειρηματικές δραστηριότητες στην αγορά εργασίας

Θα βελτιωθούν οι ικανότητες παρουσίασης και θα διευρυνθεί ακόμα περισσότερο η εικόνα για τις τρέχουσες επιχειρηματικές δραστηριότητες (θα διευρυνθεί λόγω των πληροφοριών που θα συγκεντρωθούν και από τις άλλες ομάδες).

Διδακτικό πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ	ΥΛΙΚΑ
5 ΛΕΠΤΑ	Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε ομάδες των 2 ατόμων. Κάθε ομάδα παίρνει μια εφημερίδα οικονομικού περιεχομένου από τον εκπαιδευτή.	-
20 ΛΕΠΤΑ	Σε αυτή την εφημερίδα βρείτε μερικά άρθρα σχετικά με την επιχειρηματικότητα που σας αρέσουν. Δείτε ενδιαφέροντα άρθρα στα οποία μπορείτε να βρείτε χρήσιμες πληροφορίες για μια πιθανή δική σας επιχείρηση.	Εφημερίδα οικονομικού περιεχομένου
30 ΛΕΠΤΑ	Διαβάστε τα επιλεγμένα άρθρα και συζητήστε τα με μια άλλη ομάδα. Τι βρίσκετε ενδιαφέρον σε αυτό το άρθρο και γιατί το επιλέξατε;	-
30 ΛΕΠΤΑ	Συγκεντρώστε μερικές ενδιαφέρουσες πληροφορίες για τα επιλεγμένα άρθρα σας και τα άρθρα της άλλης ομάδας και ετοιμάστε μια παρουσίαση (η παρουσίαση είναι προαιρετική)	Υπολογιστές για παρουσίαση PowerPoint, στυλό και χαρτί

Δραστηριότητα 2

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΙΔΕΑΣ

Εισαγωγή

Σε αυτή τη δραστηριότητα, οι συμμετέχοντες θα κληθούν να γίνουν δημιουργικοί. Θα βρουν ιδέες για τη δική τους πιθανή επιχείρηση, βάζοντας τον εαυτό τους σε ένα νέο περιβάλλον.

Επεξήγηση

Διάρκεια:
1 ώρα

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

Ένα περιβάλλον εκτός αίθουσας, πίνακας και μαρκαδόρος.

Σκοπός

Οι συμμετέχοντες καλούνται να σκεφθούν την ιδέα ίδρυσης της δική τους επιχείρησης. Μπορεί να είναι μία ιδέα που είχαν καιρό στο μυαλό τους.

Διδακτικό πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ	ΥΛΙΚΑ
5 ΛΕΠΤΑ	Χωρίστε του συμμετέχοντες σε ομάδες τεσσάρων 3-5 ατόμων. Τα άτομα σε κάθε ομάδα καλούνται να αναζητήσουν ιδέες για μια πιθανή (φανταστική) νέα επιχείρηση. Έχετε υπόψη ότι η επιχείρηση πρέπει να είναι ρεαλιστική, αλλά τα πρακτικά ζητήματα δε χρειάζεται να υλοποιηθούν. Η δραστηριότητα είναι μόνο για να προκύψουν ιδέες!	-
30 ΛΕΠΤΑ	Η δραστηριότητα ξεκινά! Η ομάδα πρέπει να φανταστεί ότι εργάζεται. Τι θα έκαναν σε αυτή την περίπτωση; Πώς μπορούν να εξυπηρετήσουν την αγορά τους; Βγαίνοντας έξω (περπατώντας ή σε μια βόλτα με βάρκα, διαλέξτε ότι δραστηριότητα θέλετε) και όντας σε ένα διαφορετικό περιβάλλον, η ομάδα θα πάρει περισσότερες ιδέες. Επίσης, αφήστε τα άτομα να επικοινωνήσουν. Οι συμμετέχοντες θα δώσουν κίνητρο ο ένας στον άλλο να βρουν περισσότερες ιδέες.	Ένα περιβάλλον εκτός αίθουσας
15 ΛΕΠΤΑ	Έρθε η ώρα να πάτε πίσω στην τάξη. Ρωτήστε τους συμμετέχοντες τι ιδέες σκέφτηκαν και συζητήστε για αυτές. Επίσης, καταγράψτε τις σε ένα πίνακα. Οι συμμετέχοντες μπορεί να σκεφτούν και ιδέες που θα είναι χρήσιμες παρακάτω στο πρόγραμμα εκπαίδευσης. Προσέξτε να μην εμβαθύνετε πολύ στο θέμα. Η παραγωγή ιδεών είναι ο σκοπός της άσκησης.	Πίνακας και μαρκαδόρος
10 ΛΕΠΤΑ	Συζητήστε τη διαδικασία δημιουργίας και αναζήτησης ιδεών. Βοήθησε το νέο περιβάλλον να βρείτε ιδέες; Ήταν εύκολο ή δύσκολο για τους συμμετέχοντες να βρουν ιδέες για μια καινούρια επιχείρηση;	-

Βιβλιογραφία και Παραπομπές

1. European Commission (2012), Rethinking education: Investing in skills for better socioeconomic outcomes (COM)2012 669 Final
2. European Commission (2013), Entrepreneurship 2020 action plan: Reigniting the entrepreneurial spirit In Europe, (COM)2012 795 final
3. Council of the European Union (2014), Council conclusions on entrepreneurship in education and training, Education, Youth, Culture and Sport Council meeting Brussels, 12 December 2014
4. Burrell, I. (2014). London Fashion Week: How the internet has helped break the big name monopoly. The Independent [Online], available at <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/news/london-fashion-week-how-the-internet-has-helped-break-the-big-name-monopoly-9729905.html> , accessed on 15th Feb 2017.
5. Carroll, R. (2014). Silicon Valley's culture of failure ... and 'the walking dead' it leaves behind. The Guardian [Online], available at <https://www.theguardian.com/technology/2014/jun/28/silicon-valley-startup-failure-culture-success-myth> , accessed on 15th Feb 2017.
6. Fayolle, A. (2007: 38). Entrepreneurship and New Value Creation: The Dynamic of the Entrepreneurial Process. Cambridge University Press
7. Friend, G. and Zehle, S. (2009). The Economist Guide to Business Planning. Profile Books, 2nd Ed.
8. Harris, L. and Dennis, C. (2002). Marketing the e-Business. Routledge.
9. Hitt, M.; Ireland, R.D. and Hoskisson, R. (2014). Strategic Management: Concepts: Competitiveness and Globalization. Cengage learning, 11th Ed.
10. Langley, A. (1995). Between "Paralysis by Analysis" and "Extinction by Instinct". MIT Sloan Management Review [Online]. available at <http://sloanreview.mit.edu/article/between-paralysis-by-analysis-and-extinction-by-instinct/> , accessed on 15th Feb. 2017.
11. Magretta, J. (2002). Why business models matter? Harvard Business Review [online], available at <https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter> , accessed on 15th Feb 2017.

12. Ochieng, A. (2017). Afropreneurs: This Company Is Bringing Luxury African Fashion Under One Roof Online. OkayAfrica.com [Online], <http://www.okayafrica.com/style-2/afropreneurs-onychek-brings-luxury-african-fashion-online/> , accessed on 15th Feb 2017.
13. Roderick, L. (2017). Unilever responds to ‘return of nationalism’ with local products focus. MarketingWeek [Online] available at https://www.marketingweek.com/2017/01/26/unilever-responds-return-nationalism/?nocache=true&login_errors%5B0%5D=invalidcombo&lsnonce=e0028c4755&log=accountingclassroom%40gmail.com&rememberme=1&ct_58a2074692d55=58a2074692df6 , accessed on 15th Feb 2017.
14. Sachs, A. (2011). Q&A: Marc Ostrofsky on How He Got Rich ... ‘Click’. Time [Online], available at <http://business.time.com/2011/06/22/qa-marc-ostrofsky-on-how-he-got-rich-click/> , accessed on 15th Feb 2017.
15. Soloman, S.D. (2016). \$1 Billion for Dollar Shave Club: Why Every Company Should Worry. New York Times, 26th July 2016.
16. Sullivan, C. (2017). Rise in business rates favours online retailers over high street. Financial Times, 05 Feb. 2017. <https://www.ft.com/content/db336d84-ea09-11e6-967b-c88452263daf> , accessed on 15th Feb 2017.
17. Terlep, S. (2016). P&G’s Gillette Swipes at Harry’s in New Ad Campaign. The Wall Street Journal [Online], <https://www.wsj.com/articles/p-gs-gillette-swipes-at-harrys-in-new-ad-campaign-1481827836>, accessed on 15th Feb 2017.
18. The Economist (2014). Uber-competitive. The Economist, 20th Nov. 2014.
19. Wasserman, E. (n.d.). How to Write the Financial Section of a Business Plan. Inc.com [Online], available at <http://www.inc.com/guides/business-plan-financial-section.html> , accessed on 15th Feb 2017.
20. Whipp, L. (2017). Made-up men reflect changing face of male grooming. Financial Times, 05 Feb. 2017.



image from unsplash.com

Εκτιμώμενος
Χρόνος
Ανάγνωσης
50-60 λεπτά

Ενότητα 5.1

Διαδικασία δημιουργίας επιχείρησης στην ύπαιθρο

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: Autokreacja Foundation

PROJECT 2018-2-TR01-KA205-060888
YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM

Σκοπός

Ο σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να προετοιμάσει τους νέους επιχειρηματίες στην ύπαιθρο, οι οποίοι έχουν γνώσεις στρατηγικού σχεδιασμού καθώς και εννοιών και τεχνικών διαχείρισης, λειτουργικών εργαλείων, μάρκετινγκ και είναι επαρκώς ενημερωμένοι για να επωφεληθούν από αυτά.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Στο πλαίσιο **γνώσεων**, ο καταρτιζόμενος θα γνωρίζει:

- ✓ πού να αναζητά επαγγελματικές συμβουλές και βοήθεια πριν ξεκινήσει την επιχείρηση
- ✓ στρατηγικό σχεδιασμό και τεχνικές διαχείρισης
- ✓ λειτουργικά εργαλεία
- ✓ βασικές αρχές μάρκετινγκ

Στο πλαίσιο **δεξιοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα κατανοήσει:

- ✓ τον τρόπο λειτουργίας αναζήτησης αναγκών
- ✓ τι σημαίνει στρατηγική
- ✓ τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να καθορίζει στόχους
- ✓ τον τρόπο σχεδιασμού και οργάνωσης
- ✓ την ανάπτυξη επιχειρηματικών πλάνων
- ✓ τι είναι και πότε πρέπει να θέτει προτεραιότητες
- ✓ τον τρόπο αξιολόγησης της προόδου μίας εταιρείας
- ✓ τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία

Στο πλαίσιο **ικανοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα είναι σε θέση:

- ✓ να βρίσκει εύκολα παραδείγματα από ομάδες που έχουν επωφεληθεί από μια λύση σε ένα συγκεκριμένο πρόβλημα
- ✓ να εξηγεί τι είναι το όραμα και ποιον σκοπό εξυπηρετεί
- ✓ να καθορίζει τους μακροπρόθεσμους στόχους που προκύπτουν από το όραμα για τις δραστηριότητες τους που δημιουργούν αξία

- ✓ να δημιουργεί ένα απλό πλάνο για δραστηριότητες που δημιουργούν αξία
- ✓ να αναπτύσσει ένα επιχειρηματικό μοντέλο για την ιδέα του
- ✓ να βάζει σε προτεραιότητα τα βασικά βήματα σε μια δραστηριότητα που δημιουργεί αξία
- ✓ να αναγνωρίζει τα διαφορετικά είδη δεδομένων που είναι απαραίτητα για την αξιολόγηση της προόδου μιας απλής δραστηριότητας που δημιουργεί αξία
- ✓ να κάνει εκτίμηση των δυνατών και αδύναμων σημείων τόσο των δικών του όσο και των ευκαιριών για τη δημιουργία αξίας

5.1. Πού μπορείτε να βρείτε επαγγελματικές συμβουλές και βοήθεια πριν ξεκινήσετε την επιχείρησή σας

Το να διαχειρίζεστε τη δική σας επιχείρηση μπορεί να φαίνεται σαν σπουδαία ευκαιρία να ανεξαρτητοποιηθείτε, να εμπιστευτείτε τις αποφάσεις σας και να κάνετε αυτό που σας θεωρείτε σωστό. Αν και μπορεί να αληθεύει αυτό στην αρχή, ο αρχικός ενθουσιασμός ξεθωριάζει μετά από μερικές αποτυχίες. Γι' αυτό συνιστάται να αναζητάτε επαγγελματική συμβουλευτική πριν ξεκινήσετε μια επιχείρηση. Θα αποφύγετε να κάνετε συνηθισμένα λάθη και θα έχετε κάποιον να απευθυνθείτε όταν έχετε δυσκολίες ή όταν μπερδεύεστε.

Η προώθηση της νεανικής επιχειρηματικότητας είναι μια βασική κατεύθυνση για πολλούς οργανισμούς. Υπάρχουν κυριολεκτικά πληθώρα οργανισμών έτοιμων να σας βοηθήσουν και να σας καθοδηγήσουν. Να έχετε στο μυαλό σας ότι κανένας απ' αυτούς δε θα κάνει τη δουλειά για εσάς. Το πρώτο σας μέλημα είναι να βρείτε αυτούς που θα κάνουν την επιχείρησή σας να «ανθίσει».

Διαδικτυακή αναζήτηση (Online)

Πληκτρολογήστε τον όρο «επιχειρηματικότητα» και την τοποθεσία σας στη μηχανή αναζήτησης της προτίμησής σας. Υπάρχουν πολλές πιθανότητες να βρείτε ένα βοηθητικό οργανισμό ακόμα και στη γειτονιά σας. Ξεκινήστε από τα μέρη όπου ζείτε/ σπουδάσετε/ εργάζεστε, και έπειτα αυξήστε την αναζήτηση σε τοπικό, εθνικό και/ή Ευρωπαϊκό επίπεδο για να ανακαλύψετε όλες τις ευκαιρίες. Αυτό που χρειάζεστε να αναζητήσετε μπορεί να χωριστεί σε κατηγορίες όπως οι παρακάτω, χωρίς να είναι δεσμευτικές:

- Μη-κυβερνητικοί οργανισμοί που εργάζονται πάνω στους νέους, την επιχειρηματικότητα και την ανάπτυξη επιχειρήσεων
- Έρευνα και φορείς ανάπτυξης
- Δίκτυα νεανικής επιχειρηματικότητας
- Οργανισμοί στήριξης επιχειρήσεων
- Οργανισμοί στον κλάδο της επιλογής σας
- Επιχειρηματικές Θερμοκοιτίδες

Αυτοί οι οργανισμοί μπορεί να παρέχουν καθοδήγηση σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε μακροπρόθεσμη βάση ή να τους παρέχουν επαγγελματική κατάρτιση δωρεάν ή με στάνταρ αμοιβή. Δημιουργήστε μια λίστα με οργανισμούς, τους πιο σχετικούς για εσάς και την επιχείρησή σας.

Εκτός δικτύου αναζήτηση (Offline)

Αν έχετε περιορισμένη πρόσβαση στο διαδίκτυο, αναζητήστε στις βιβλιοθήκες τοπικών εφημερίδων και περιοδικών σχετικά με την επιχειρηματικότητα για να βρείτε επαφές με τους οργανισμούς που αναφέρονται παραπάνω. Επισκεφθείτε τους πλησιέστερους οργανισμούς απασχόλησης και ζητήστε να σας ενημερώσουν σχετικά με τις τοπικές ευκαιρίες για μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Δικτύωση

Μερικές φορές θα χρειαστείτε ανθρώπους όχι μόνο για να απαντήσουν στις ερωτήσεις σας, αλλά και για να αξιολογήσουν τους στόχους σας και να ακούσετε μια διαφορετική άποψη για τις ιδέες σας. Η υποστήριξη από τους κοντινούς και τους αγαπημένους σας είναι απαραίτητη για ό,τι κάνετε στη ζωή, από μια καινούρια συνήθεια μέχρι τη δημιουργία οικογένειας. Αν σας βοηθούν, αυτό είναι υπέροχο. Αν όμως είναι προκατειλημμένοι ενάντια στην επιχειρηματικότητα, μπορείτε πάντα να αναζητήσετε βοήθεια από ανθρώπους που μοιράζεστε κοινές ιδέες και αξίες. Βρείτε την ομάδα σας και, ιδανικά, τον μέντορά σας.

Κάνετε μια λίστα με ιδιωτικές επιχειρήσεις στην περιοχή σας και προσπαθήστε να δημιουργήσετε νέες διασυνδέσεις με τους ηγέτες τους. Ο καθένας απ' αυτούς ήταν κάποτε στη θέση σας και είναι κομμάτι της ανθρώπινης φύσης να μοιράζονται εμπειρίες με τη νεότερη γενιά όταν το έχει ανάγκη. Επισκεφθείτε τους στα γραφεία τους ή ελάτε σε επαφή μαζί τους σε τοπικές εμπορικές συγκεντρώσεις ή σε θεματικές εκθέσεις.

Αν δε νιώθετε αρκετά άνετα να μιλήσετε απευθείας με σπουδαίους επιχειρηματίες της περιοχής σας, ρωτήστε τους φίλους και την οικογένειά σας αν γνωρίζουν κάποιον από τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων. Πρώτα απ' όλα, ίσως γνωρίζουν τα σημαντικά πρόσωπα που ψάχνετε ή κάποιον που θα μπορούσε να σας βοηθήσει να κανονίσετε ένα ραντεβού. Δεύτερον, ίσως γνωρίζουν κάποιον καλό επιχειρηματία που δεν έχετε ξανακούσει ή κάποιον από του οποίου τα λάθη μπορείτε να διδαχθείτε. Διαβάστε το [bias concept](#) για να εκτιμήσετε την αποτυχία όσο και την επιτυχία.

Σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης

Βεβαιωθείτε ότι ξέρετε με ποιον να επικοινωνήσετε αν τα πράγματα δεν πάνε καλά. Σημειώστε όλα τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν σε εσάς και στην επιχείρησή σας και βεβαιωθείτε ότι έχετε κάποιον να καλέσετε αν προκύψει κάποια τέτοια περίπτωση, για παράδειγμα μια τροφική δηλητηρίαση σε υπάλληλο/πελάτη, απόφραξη αποχετευτικού αγωγού, το αυτοκίνητο του προμηθευτή να χαλάσει, ή ένα ελικόπτερο αν η περιοχή πλημμυρίσει, μια κυβερνοεπίθεση κλπ. Αν δεν μπορείτε να σκεφθείτε κάτι σαν αυτά ή δεν είστε σίγουροι ότι η λίστα σας είναι πλήρης, αναζητήστε στο google «προβλήματα με» ή «έκτακτη ανάγκη σε» και «το είδος της επιχείρησής σας».



image from jofreepik / freepik.com

5.2. Στρατηγικός Σχεδιασμός και Διαχείριση

Πολλοί ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων ίσως πιστεύουν ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός απευθύνεται μόνο στις εταιρείες δισεκατομμυρίων δολαρίων. Όμως, αν φιλοδοξείτε να γίνετε ένας από τους «μεγάλους», χρειάζεστε ένα στρατηγικό πλάνο με εφικτά βήματα το οποίο δε θα δηλώνει απλά πού θέλετε να φτάσετε αλλά θα διευκρινίζει και αν είστε στο σωστό δρόμο. Αν θέλετε να δουλέψετε πιο έξυπνα, όχι μόνο πιο σκληρά, χρειάζεστε ένα στρατηγικό πλάνο.

Σχεδιασμός

Μπορείτε να γράψετε ένα στρατηγικό πλάνο σε οποιαδήποτε μορφή επιθυμείτε. Απλά βεβαιωθείτε ότι το πλάνο σας καλύπτει αυτά τα σημαντικά χαρακτηριστικά:

Αποστολή

Ο σκοπός της αποστολής είναι να δώσετε μια περίληψη από το σκοπό και το επίκεντρο ενδιαφέροντος της επιχείρησης. Πολλές περιγραφές αποστολής διευκρινίζουν το είδος της επιχείρησης, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που πουλάνε, και/ή την αγορά-στόχο και την πελατειακή βάση που αναζητούν.

Παραδείγματα:

- **Amazon:** Όταν το Amazon ξεκίνησε το 1995, είχε την αποστολή «να γίνει η πιο πελατο-κεντρική εταιρεία στον κόσμο, όπου οι πελάτες θα μπορούν να βρουν και να ανακαλύψουν ό,τι θέλουν να αγοράσουν online, και να προσπαθήσει να προσφέρει στους πελάτες τις πιο χαμηλές τιμές».
- **American Express:** Η αποστολή τους είναι να βοηθάνε τους άλλες να εκπληρώνουν τη δική τους αποστολή.
- **Google:** Η αποστολή της εταιρείας είναι να οργανώνει τις πληροφορίες από όλο τον κόσμο και να τις κάνει προσβάσιμες και χρήσιμες παγκοσμίως.

Αξίες

Αυτό το κομμάτι αναλύει τις βασικές αξίες της εταιρείας. Περιγράφει τις ηθικές αξίες, τη δεοντολογία και τα ιδανικά που είναι σημαντικά στην εταιρεία σας. Συνήθως υπάρχουν περισσότερα από ένα ή δυο, ιδανικά από τρία ως δέκα. Η αποστολή και το όραμα σας απαντούν στην ερώτηση «Γιατί;» αλλά οι αξίες σας απαντούν στην ερώτηση «Πώς;». Αποτελούν κατευθυντήρια αρχή και δε θα πρέπει να αλλάζουν. Παραδείγματα: **Google**, **Starbucks**, **Netflix**

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

Αυτό δηλώνει σε τι είναι πολύ καλή η επιχείρησή σας και αναλύει πώς η επιχείρησή σας υπερτερεί των ανταγωνιστών της.

Αξιοποιήστε τεχνικές όπως οι αναλύσεις SWOT ή USP από το κομμάτι 5.1.3 αυτής της ενότητας.

Όραμα

Ενώ η αποστολή περιγράφει τι κάνει το επίκεντρο της εταιρείας σας, το όραμα κατευθύνει και διευκρινίζει τον τρόπο που θέλετε να εξελιχθεί.

Για την ομάδα σας, αναλύει την εικόνα του μέλλοντος για την εταιρεία σας και τους εμπνέει για να τους βοηθήσει να το καταφέρουν. Για τους πελάτες σας, παρουσιάζει μια εικόνα των δραστηριοτήτων της εταιρείας σας και τους προσκαλεί να συμμετάσχουν.

Όταν δημιουργείτε την περιγραφή του οράματος σας, εσείς (και η ομάδα σας αν έχετε) θα θελήσετε να θέσετε μερικές σημαντικές ερωτήσεις για το μέλλον, όπως:

- Τι προβλήματα θέλετε να επιλύει η εταιρεία σας;
- Με τι μοιάζει η επιτυχία για την εταιρεία σας;
- Πόσους υπαλλήλους θα απασχολεί η εταιρεία σας;
- Πόσο μεγάλη θα είναι η πελατειακή σας βάση;
- Συνάδει το όραμα με την αποστολή σας;
- Ποια είναι η κληρονομιά που θέλετε να αφήσει η επιχείρησή σας;

Παραδείγματα:

- **Caterpillar:** Το όραμα μας είναι ένας κόσμος στον οποίο όλες οι βασικές ανάγκες των ανθρώπων – όπως σπίτι, καθαρό νερό, υγιεινή, φαγητό και πηγές ενέργειας – καλύπτονται με περιβαλλοντικά βιώσιμο τρόπο και μια εταιρεία που βελτιώνει την ποιότητα του περιβάλλοντος και τις κοινωνίες όπου ζούμε και εργαζόμαστε.
- **Ford:** Το όραμά τους είναι γίνουν η πιο αξιόπιστη εταιρεία στον κόσμο.
- **Ikea:** Το όραμα της IKEA είναι ‘Να δημιουργήσουμε μια καλύτερη καθημερινότητα για πολλούς ανθρώπους’

Πλάνο Δράσης:

Ένα πλάνο δράσης πρέπει να είναι ένα επαγγελματικό αρχείο, εύκολο να τροποποιηθεί και να προσαρμοστεί. Απορρέει από τους στόχους και τις στρατηγικές, τις τακτικές, και τους δείκτες μετρήσεων.

Θέστε **στόχους** (πού) που πρέπει να επιτύχετε για να πραγματοποιήσετε το όραμα σας. Κάθε στόχος θα πρέπει να συνδέεται με **στρατηγικές** (πώς): τι μεθόδους θα χρησιμοποιήσετε για να φτάσετε εκεί.

Οι **τακτικές** (τι) είναι τα εργαλεία, οι ενέργειες, η λειτουργική πλευρά της στρατηγικής: ποιες χειροπιαστές ενέργειες πρέπει να υλοποιηθούν αύριο, για να επιτευχθεί ο στόχος σας στο τέλος της χρονιάς. Λάβετε υπόψη τους πόρους σας: προϋπολογισμό, προσωπικό, τεχνικό εξοπλισμό.

Οι Βασικοί Δείκτες Απόδοσης (**KPIs**) χρησιμοποιούνται για να αξιολογήσουν την πρόοδο της εταιρείας ως προς τους στόχους της. Αυτοί είναι οι μετρήσεις που πρέπει να παρακολουθούνται, και είναι αυτοί που θα δείξουν τελικά αν το στρατηγικό σας πλάνο ήταν αποτελεσματικό ή όχι.

Οικονομική εκτίμηση:

Θα είστε σε θέση να δείτε αν ο στρατηγικός σας σχεδιασμός μεταφράζεται σε οικονομική απόδοση. Για να πραγματοποιήσετε μια οικονομική αξιολόγηση του στρατηγικού σας πλάνου, ακολουθήστε τα παρακάτω βήματα: Υπολογίστε έσοδα και έξοδα. Μια πρόχειρη εκτίμηση είναι καλύτερη από το να μην κάνετε καθόλου εκτίμηση. Κάνετε μια ανάλυση συνεισφοράς για να καθορίσετε αν οι στρατηγικές σας συμβάλλουν θετικά στο τελικό αποτέλεσμα. Συνδυάστε όλους τους αριθμούς σας σε μια ετήσια και μια τριετή χρηματοοικονομική πρόβλεψη.

Αξιολόγηση προόδου:

Καθορίστε πώς θα μετράτε την πρόοδο ως προς τους στόχους που έχετε θέσει. Πόσο συχνά και με ποιον τρόπο θα ελέγχετε τους δείκτες απόδοσης, τι θα κάνετε αν δεν επιτευχθούν οι στόχοι ή αν ολοκληρωθούν νωρίτερα.

Οργάνωση

Πρώτα απ' όλα, μην σας καταβάλλει όλος αυτός ο περίπλοκος σχεδιασμός. Το να χρησιμοποιήσετε πρακτικές από τις εταιρείες "Google" ή "Ford" μπορεί να σας φαίνεται άσχετο για μικρές επιχειρήσεις. Ακόμα και το να συγκρίνετε την επιχείρησή σας με αυτούς τους κολοσσούς μπορεί να σας παραλύσει.

Μακροπρόθεσμα, το ζητούμενο είναι να πετύχετε τους στόχους σας. Άρα, πριν ακόμη σχηματίσετε την ομάδα σας (ή σκεφτείτε σοβαρά να το κάνετε μόνοι σας) και γεμίσετε άπειρες σελίδες Α4, καθορίστε το προσωπικό σας όραμα.

Τι θέλετε να φέρει στη ζωή σας η επιχείρησή σας; Τεράστια ανάπτυξη, πρόωρη συνταξιοδότηση, ή απλά να περνάτε περισσότερο χρόνο με την οικογένεια και τους φίλους σας;

Η σύνδεση του προσωπικού σας οράματος με το όραμα της εταιρείας σας είναι το κλειδί για να επιτύχετε τους προσωπικούς και επαγγελματικούς σας στόχους. Όπως ακριβώς με το εταιρικό όραμα, γράψτε και το προσωπικό σας όραμα με 100 λέξεις. Μάθετε αυτή την περιγραφή απ' έξω και έχετε την πάντα σαν οδηγό όταν παίρνετε αποφάσεις.

Για να αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο διαχείρισης, ένα στρατηγικό πλάνο χρειάζεται συμμετοχή από τα άτομα-κλειδιά στην εταιρεία σας. Δώστε το πλάνο σας σε μια βασική ομάδα από συνεργάτες, επενδυτές, υπαλλήλους με ποικιλομορφία για να το μελετήσουν και να σας δώσουν ανατροφοδότηση. Σκεφτείτε τις προτάσεις τους και παρουσιάστε στην ομάδα ποιες από αυτές έχετε ενσωματώσει.

Ο σχεδιασμός γίνεται διασκεδαστικός όταν είναι ρεαλιστικός. Δεν είναι έτσι αφηρημένα ένας πελάτης που θα ωφεληθεί από τα αγαθά ή τις υπηρεσίες σας, είναι (για παράδειγμα) ο θείος του συμμαθητή σας. Όχι τουρίστες από μια άλλη πόλη, αλλά συγγενείς ενός καταστηματάρχη που σας πουλούσε φαγητό όταν ήσασταν έφηβος. Μπορείτε να «μετρήσετε» την επιτυχία σας βλέποντας τους ανθρώπους να χαμογελούν πιο συχνά. Έχετε επίσης τη μοναδική δυνατότητα να προσαρμόσετε την επιχείρησή σας ώστε να καλύπτει τις προσωπικές τους ανάγκες.

Καθορίστε την αποστολή, το όραμα και τις αξίες της εταιρείας σας γραπτώς.

Εφαρμογή

Το στάδιο της εφαρμογής έπεται. Σε αυτό το σημείο, καθορίζετε το πλάνο δράσης σας με τους μακροπρόθεσμους στόχους σας, τις στρατηγικές, τις τακτικές, τους στόχους και τους δείκτες επιτυχίας. Βρείτε και εφαρμόστε την κατάλληλη δομή που θα στηρίξει καλύτερα τις στρατηγικές σας. Κατανείμειτε αρμοδιότητες στους υπαλλήλους σας. Αν ακόμα είστε και ο ιδιοκτήτης και ο μοναδικός υπάλληλος, χρησιμοποιείτε τεχνικές

όπως η νοητική χαρτογράφηση ιδεών (mind-mapping) και ο σχεδιασμός με “καταρράκτη” (waterfall planning) για να θέσετε προτεραιότητες και να επαναπροσδιορίσετε τους στόχους σας.

Επικοινωνήστε. Πρέπει να ξεκινήσετε επικοινωνώντας ξεκάθαρα τους στόχους σας, οι οποίοι θα πρέπει να διέπονται από τις αξίες και το όραμα της εταιρείας. Ο ξεκάθαρος σκοπός και μια λίστα με επιχειρηματικούς στόχους δημιουργεί τις κατευθυντήριες γραμμές που είναι η βάση για το σχεδιασμό και την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Όλη η εργασία των υπαλλήλων θα πρέπει να ευθυγραμμίζεται με τους στόχους της επιχείρησης και το όραμα σας για την εταιρεία. Οι συζητήσεις με την ηγεσία και τους διευθυντές για το πώς η εργασία των υπαλλήλων μεταφράζεται στους στόχους της εταιρείας θα πρέπει να είναι προτεραιότητα.

Αναλάβετε ευθύνες. Είστε ο πρώτος που θα ορίσει τους στόχους και μετά θα τους μοιραστεί με την υπόλοιπη εταιρεία. Θα πρέπει να είστε υπεύθυνοι για να δείξετε πώς η καθημερινή δουλειά του κάθε υπαλλήλου επηρεάζει την επιτυχία της εταιρείας. Αυτός ο διαμοιρασμός στόχων στο ανώτατο επίπεδο (CEO) θα εμπνεύσει τους υπαλλήλους να μοιραστούν τους στόχους τους και τη δουλειά τους με τους υπόλοιπους.

Εστιάστε. Όσο περισσότεροι είναι οι στόχοι που θέτει μια επιχείρηση και προσπαθεί να πετύχει, τόσο πιο απίθανο είναι να επιτευχθούν. Οι υπάλληλοι χρειάζονται ξεκάθαρους και αναλυτικούς στόχους έτσι ώστε να μπορούν να παρακολουθούν την προσωπική τους πρόοδο και να κατανοούν πώς η προσωπική τους εργασία συνεισφέρει στην υπόλοιπη εταιρεία.

Εστιάστε στις ενέργειες. Η προσοχή του καθενός καθημερινά αλλά και εβδομαδιαία πρέπει να επικεντρώνεται στα πολύ συγκεκριμένα καθήκοντα που καλούνται να φέρουν εις πέρας για να συνεισφέρουν στους στόχους τους, οι οποίοι πρέπει να είναι ευθυγραμμισμένοι με το όραμα.

Παρακολουθήστε την πρόοδο. Οι τακτικές συναντήσεις για τις αρμοδιότητες πρέπει να οργανώνονται με την κάθε ομάδα για να αναλυθεί η πρόοδος τους. Κατ’ αυτό τον τρόπο, όλοι θα καταλάβουν πώς εξελίσσεται η συνεισφορά τους σε όλη την εταιρεία όταν λαμβάνουν χώρα οι εβδομαδιαίες συναντήσεις, και θα υπάρχουν πιο σαφείς επικοινωνιακές γραμμές για να κάνουν ερωτήσεις και να μουν όλοι στη σωστή πορεία.

Διαχείριση



image from ijeab / freepik.com

Ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι η διαδικασία σχηματισμού οδηγιών για έναν οργανισμό, ενώ η στρατηγική διαχείριση είναι η διαδικασία καθορισμού πώς αυτές οι οδηγίες μπορούν να εφαρμοστούν.

Ενώ τα στρατηγικά πλάνα περιέχουν σημαντικές οδηγίες διαχείρισης, δεν είναι οδηγίες που δεν αλλάζουν. Καθώς η αγορά αλλάζει, πηγαίνετε λίγο πίσω και ρίξτε μια ματιά στο πλάνο σας. Ίσως συνειδητοποιήσετε ότι το πλάνο σας χρειάζεται προσαρμογές ανά διαστήματα.

Κάνετε τακτικούς ελέγχους για να βεβαιωθείτε ότι κατευθύνεστε επιτυχώς προς τους στόχους σας. Μια εβδομαδιαία ανασκόπηση των στόχων σας, των στρατηγικών και του πλάνου δράσης σας μπορεί να σας βοηθήσει να δείτε αν χρειάζεστε οποιεσδήποτε τροποποιήσεις.

Προγραμματίστε χρόνο στο ημερολόγιο σας γι' αυτό. Οι εβδομαδιαίοι έλεγχοι σας επιτρέπουν να επαναξιολογήσετε το πλάνο σας για χάρη της προόδου, λόγω κωλυμάτων ή για άλλες αλλαγές.

- **Αναλύστε:** Μελετήστε επιτυχίες προηγούμενων χρόνων, και ελέγξτε τις βέλτιστες πρακτικές για το δικό σας κλάδο και άλλους κλάδους που μπορεί να έχουν εξάγει συμπεράσματα για την αγορά όπου απευθύνεστε.
- **Βάλτε προτεραιότητες:** Με βάση τους στόχους, τον προϋπολογισμό, στοχευμένα γεγονότα την προσεχή χρονιά αλλά και τα προηγούμενα χρόνια.

Έλεγχος

Αφού εφαρμοστούν οι στρατηγικές, η διαδικασία αξιολόγησης ξεκινά. Χρησιμοποιήστε μετρήσεις απόδοσης για να παρακολουθήσετε την επιτυχία της εταιρείας στο να εκπληρώσει βραχυπρόθεσμους στόχους και την πρόοδο της ως προς τους μακροπρόθεσμους στόχους. Σε όλη τη διαδρομή, θα προβείτε σε διορθωτικές κινήσεις και θα προσαρμόσετε τη στρατηγική, αν χρειαστεί.

Ο στρατηγικός έλεγχος είναι ένας τρόπος να διαχειριστείτε την εκτέλεση του στρατηγικού σας πλάνου. Ως διαδικασία διαχείρισης, είναι μοναδικός επειδή συστάθηκε για να χειρίζεται άγνωστα ζητήματα και την

ασάφεια καθώς παρακολουθεί την εφαρμογή της στρατηγικής και τα επακόλουθα αποτελέσματα. Σας βοηθά να βρείτε εσωτερικούς ή εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη στρατηγική σας και να προσαρμοστείτε σε αυτούς, είτε είχαν συμπεριληφθεί από την αρχή στο στρατηγικό σας σχεδιασμό είτε όχι.

Τα ποικίλα συστατικά της διαδικασίας του στρατηγικού ελέγχου δίνουν απαντήσεις στις παρακάτω ερωτήσεις:

1. Η στρατηγική έχει εφαρμοστεί όπως σχεδιάστηκε;
2. Με βάση τα αποτελέσματα που παρατηρήθηκαν, χρειάζεται η στρατηγική να αλλάξει ή να προσαρμοστεί;

Σε πολλές περιπτώσεις, ο στρατηγικός έλεγχος είναι μια άσκηση αξιολόγησης που εστιάζει στη διασφάλιση της επίτευξης των στόχων. Η διαδικασία γεφυρώνει χάσματα και σας επιτρέπει να προσαρμόσετε τη στρατηγική σας όπως πρέπει κατά τη διάρκεια της εφαρμογής.

Ορίστε τι πρέπει να ελεγχθεί. Ποιοι είναι οι στόχοι του οργανισμού; Ποια χαρακτηριστικά συνδέονται άμεσα με την αποστολή και το όραμα σας; Είναι δύσκολο, αλλά πρέπει να θέσετε προτεραιότητες στον έλεγχο επειδή δεν μπορείτε να παρακολουθείτε και να αξιολογείτε συνεχώς κάθε παράγοντα που μπορεί να επηρεάσει τη στρατηγική σας.

Καθορίστε πρότυπα ελέγχου. Με τι θα συγκρίνετε την απόδοση; Πώς μπορούν τα διοικητικά στελέχη να αξιολογήσουν τις ενέργειες στο παρελθόν, στο παρόν και στο μέλλον; Ο καθορισμός των προτύπων ελέγχου – ποια μπορεί να είναι ποσοτικά και ποια ποιοτικά – βοηθά να καθορίσετε πώς θα αξιολογείτε τους στόχους και την πρόοδο σας.

Μέτρηση απόδοσης. Μόλις καθοριστούν τα πρότυπα, το επόμενο βήμα είναι να μετρηθεί η απόδοση. Οι μετρήσεις τότε μπορούν να οριστούν σε μηνιαίες ή τριμηνιαίες συναντήσεις. Τι ακριβώς συμβαίνει; Τηρούνται τα πρότυπα;

Σύγκριση απόδοσης. Όταν συγκρίνεται με τα πρότυπα ή με τους στόχους, είναι τα πραγματικά αποτελέσματα αντάξια των προσδοκιών; Μια συγκριτική αξιολόγηση μπορεί να σας βοηθήσει να καθορίσετε αν οποιαδήποτε κενά ανάμεσα στους στόχους και τα πραγματικά αποτελέσματα είναι φυσιολογικά για την επιχείρηση, ή είναι σημάδια κάποιου εσωτερικού προβλήματος.

Ανάλυση παρεκκλίσεων. Γιατί η απόδοση δεν πληρούσε τα πρότυπα; Σε αυτό το βήμα, θα επικεντρωθείτε στο να ανακαλύψετε τι προκάλεσε τις παρεκκλίσεις. Θέσατε τα σωστά πρότυπα; Υπήρξε κάποιο εσωτερικό ζήτημα, όπως κάποια έλλειψη πόρων, το οποίο θα μπορούσε να προβλεφθεί στο μέλλον; Ή κάποιος εξωτερικός, ανεξέλεγκτος παράγοντας, όπως μια οικονομική κατάρρευση;

Αποφασίστε αν χρειάζονται διορθωτικές κινήσεις. Μόλις καθορίσετε γιατί η απόδοση παρέκκλιने των προτύπων, θα αποφασίσετε τι θα κάνετε σχετικά με αυτό. Ποιες ενέργειες θα διορθώσουν την απόδοση;

Χρειάζονται προσαρμογή οι στόχοι; Ή υπάρχουν εσωτερικές αλλαγές που μπορείτε να κάνετε για να ανταποκριθεί η απόδοση στις απαιτήσεις; Ανάλογα με την αιτία κάθε παρέκκλισης, θα αποφασίσετε είτε να λάβετε δράση για να διορθώσετε την απόδοση, ή να αναθεωρήσετε τα πρότυπα ή και να μην κάνετε τίποτα.



5.3. Τεχνικές Στρατηγικού Σχεδιασμού και Διαχείρισης

Υπάρχουν πολλές τεχνικές για να γίνουν ο στρατηγικός σχεδιασμός και η διαχείριση πιο απλά. Κάποιες είναι μεταβλητές και χρησιμοποιούνται για πολλούς στόχους, όπως η ανάλυση SWOT, και μερικές λειτουργούν μόνο για συγκεκριμένες επιχειρήσεις.

Παρακάτω μπορείτε να βρείτε μια λίστα με τεχνικές, που απευθύνονται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, και συνδέσμους για να διαβάσετε περισσότερα σχετικά.

S.M.A.R.T. - προσδιορισμός στόχων

Όταν θέτετε ένα στόχο, βεβαιωθείτε ότι συμβαδίζει με τα παρακάτω κριτήρια και είναι:

Συγκεκριμένος (Specific): Καθορισμένος, ξεκάθαρος και σαφής

Μετρήσιμος (Measurable): Με συγκεκριμένα κριτήρια που αξιολογούν την πρόοδο σας ως προς την επίτευξη του στόχου

Εφικτός (Achievable): Πραγματοποιήσιμος και όχι απίθανος να επιτευχθεί

Ρεαλιστικός (Realistic): Κοντινός, ρεαλιστικός και σχετικός με το όραμα σας

Επίκαιρος (Timely): Με καθορισμένο χρονοδιάγραμμα, με ημερομηνία εκκίνησης και καταληκτική ημερομηνία ώστε να δημιουργείται η αίσθηση του επείγοντος.

<https://www.youtube.com/watch?v=xqFgYMc7ke8>

Ανάλυση SWOT – εργαλείο πολλαπλών χρήσεων

Η ανάλυση SWOT καθορίζει τα εσωτερικά Δυνατά και Αδύναμα στοιχεία μιας επιχείρησης (Strengths and Weaknesses) και τις εξωτερικές Ευκαιρίες και Απειλές (Opportunities and Threats). Χρησιμοποιήστε την ανάλυση SWOT για επιχειρηματικό σχεδιασμό, στρατηγικό σχεδιασμό, αξιολόγηση ανταγωνιστών, μάρκετινγκ, επιχειρήσεις και ανάπτυξη προϊόντων, και αναφορές έρευνας.

Δείγμα πίνακα ανάλυσης SWOT σε μορφή [doc](#), και για [apple/mac](#)

Ανάλυση SWOT των [Starbucks](#)

Η **Σύνοψη** βοηθά τους αναγνώστες να κατανοήσουν γρήγορα την επιχειρηματική ιδέα, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρονται και τις οικονομικές υποχρεώσεις -

<https://www.youtube.com/watch?v=R9zRapFoHVO>

Η **Ανάλυση του Κλάδου** βοηθά να πάρετε μια εικόνα για τη θέση μιας εταιρείας σε σχέση με τους ανταγωνιστές της και να καθορίσετε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Με βάση την ανάλυση μπορείτε να αναπτύξετε μια

βραχυπρόθεσμη και μια μακροπρόθεσμη στρατηγική για την είσοδο στην αγορά - <https://www.youtube.com/watch?v=g6wQOE1G4U>

Τα στοιχεία συμβατότητας Προϊόντος/Αγοράς ([metrics](#)) ελέγχουν αν είστε σε μια καλή αγορά με ένα προϊόν που μπορεί να ικανοποιήσει αυτή την αγορά - <https://www.youtube.com/watch?v=c-ruOFVG078>



illustration from buffaloboy / freepik.com

Επιχειρηματικό πλάνο vs Λιτός Επιχειρηματικός Καμβάς

Αυτές οι τεχνικές είναι μια σειρά από πρακτικές που χρησιμοποιούνται για να προετοιμάσετε ένα επιχειρηματικό πλάνο για εσάς, πιθανούς συνεργάτες, επενδυτές και φορείς για λήψη δανείων.

Ένα παραδοσιακό επιχειρηματικό πλάνο είναι πολύ λεπτομερές, απαιτεί περισσότερο χρόνο για να γραφεί και είναι περιεκτικό. Οι δανειστές και οι επενδυτές κατά γενική ομολογία ζητούν αυτό το πλάνο.

Ένας λιτός επιχειρηματικός καμβάς είναι πιο προχωρημένος, γράφεται γρήγορα και περιέχει μόνο στοιχεία-κλειδιά. Κάποιοι δανειστές και επενδυτές μπορεί να ζητήσουν περισσότερες πληροφορίες.

Μια περιγραφή των μοντέλων με παραδείγματα και συνδέσμους για δείγματα πινάκων μπορείτε να βρείτε [εδώ](#).

Ψάχνετε για πιο εξειδικευμένα εργαλεία και τεχνικές; Μπείτε [σε αυτό το site με 100+ τεχνικές](#):

https://www.mindtools.com/pages/main/newMN_STR.htm

Μπορεί να υπάρχει περιορισμός να διαβάσετε μόνο 3 πλήρεις περιγραφές, αλλά τίποτα δε σας εμποδίζει από το να ψάξετε στο διαδίκτυο την τεχνική που σας ενδιαφέρει.

5.4. Λειτουργικά Εργαλεία

Εξεύρεση εργαλείων

Απλά κάνετε μια αναζήτηση στο ίντερνετ, διαλέξτε αυτό που σας βολεύει και θα είναι συμβατό με τις συσκευές σας. Έχετε υπόψη ότι πολλοί δημιουργοί εφαρμογών έχουν πληρώσει για να βρίσκονται στις πρώτες θέσεις σε πολλές λίστες, γι' αυτό πάντα να δοκιμάζετε διάφορες εφαρμογές προτού αποφασίσετε ποια θα επιλέξετε. Το σωστό εργαλείο θα σας βοηθήσει σε μεγάλο βαθμό μακροπρόθεσμα. Πάρτε το χρόνο σας για να βρείτε αυτό που σας ταιριάζει περισσότερο. Είναι επίσης πιθανό να μη βρείτε την τέλεια εφαρμογή που θα εξυπηρετεί όλες σας τις ανάγκες. Διαβάστε τις κριτικές στα Play Market και App Store. Δείτε γιατί ο κόσμος δεν προτιμά κάποια εφαρμογή, ίσως κολλάει ή είναι αργή.

Η πρακτική εφαρμογή είναι η καλύτερη, αλλά υπάρχει μια παγίδα. Δεν μπορείς να δοκιμάσεις την εφαρμογή χωρίς να τη χρησιμοποιήσεις για πραγματικές περιπτώσεις. Πράγμα που επίσης σημαίνει ότι ίσως χρειαστεί να αφιερώσεις χρόνο για να εισάγεις ξανά τις ίδιες πληροφορίες στη δεύτερη ή τρίτη εφαρμογή που θα δοκιμάσεις.

Ίσως φαίνεται σαν χάσιμο χρόνου, ειδικά όταν υπάρχουν άλλα τόσα πράγματα να κάνετε όταν ξεκινάτε την επιχείρησή σας. Φανταστείτε να διαλέγετε ένα ποδήλατο για να πάτε κάπου. Αν η σέλα και το τιμόνι δεν είναι σωστά ρυθμισμένα για να το οδηγήσετε εσείς, ο λαϊμός σας, η πλάτη σας και τα πόδια σας θα πρηστούν, και θα μισήσετε την ιδέα να κάνετε ποδήλατο. Άρα, πάρτε λίγο χρόνο για να δείτε αν είναι του μεγέθους σας και προσαρμόστε τα κατάλληλα.

Ταυτόχρονα, μην ξεχνάτε ότι είναι απλά ένα εργαλείο. Αν έχετε τη τάση να χρονοτριβείτε δοκιμάζοντας κάθε εφαρμογή για μισή ημέρα, διαλέξτε μια και συνεχίστε. Όταν η καθημερινή σας επιχειρηματική πορεία αλλάξει από ένα στέρεο και σταθερό δρόμο σε ένα δύσβατο μονοπάτι, θα έχετε πάντα τη δυνατότητα να αναβαθμιστείτε με ένα ποδήλατο για ανώμαλους δρόμους.

Αν δε βρείτε κάτι άμεσα, μπορείτε να δουλέψετε με το basic MS office ή τις δωρεάν εναλλακτικές του που είναι ανοιχτές διαδικτυακά όπως το [Google Docs](#) ή το [Libre office](#).

Όμως ένας επιχειρηματίας μπορεί να βρει μια λύση για να ψηφιοποιήσει [κάθε πλευρά της επιχείρησής του](#).

Αυτό συμπεριλαμβάνει το να κάνει ένα επιχειρηματικό πλάνο με κάποιο μοντέλο όπως: [Classical business plan](#).

ΠΗΓΕΣ ΓΙΑ ΚΑΜΒΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

- [Strategyzer](#)
- [Canvanizer](#)

- [Xtensio](#)
- [Lean Canvas: Create Your Business Plan Quickly](#)

5.5. Μάρκετινγκ

Το μάρκετινγκ είναι σημαντικό κομμάτι της έναρξης και της λειτουργίας μιας επιχείρησης. Σας βοηθά να πουλήσετε τα αγαθά ή τις υπηρεσίες σας με το σωστό τρόπο στους σωστούς ανθρώπους.

Το μάρκετινγκ είναι η ικανότητα να αναγνωρίσετε τις ανάγκες των πιθανών πελατών και να ικανοποιήσετε εκείνες τις ανάγκες καλύτερα από τους ανταγωνιστές σας, προκειμένου να έχετε κέρδος.



image from rawpixel.com / freepik.com

Έρευνα αγοράς

Είναι σημαντικό να αναγνωρίσετε τις ανάγκες των πιθανών πελατών και να ανακαλύψετε πώς οι μελλοντικοί ανταγωνιστές σας ικανοποιούν αυτές τις ανάγκες. Αυτό μπορεί να γίνει με τη διεξαγωγή μιας έρευνας αγοράς. Από την εμπειρία σας και από την ανάπτυξη της επιχειρηματικής σας ιδέας, ίσως ήδη γνωρίζετε πολλά για την αγορά σας. Αλλά όσο περισσότερα γνωρίζετε, τόσο πιο ικανοί είστε στο να σχεδιάσετε ένα καλό Πλάνο Μάρκετινγκ.

Χρειάζεται να βρείτε περισσότερες πληροφορίες για την αγορά που απευθύνεστε από ποικίλες πηγές. Κάνετε μια λίστα με όλες τις πηγές που γνωρίζετε. Ακολουθούν κάποια παραδείγματα με τρόπους για να ανακαλύψετε περισσότερα για τους πελάτες και τους ανταγωνιστές σας:

Μιλήστε σε πιθανούς πελάτες. Ρωτήστε τους:

- Τι αγαθά ή υπηρεσίες θέλουν να αγοράσουν;
- Τι πιστεύουν για τους ανταγωνιστές σας;

Παρατηρήστε τις επιχειρήσεις των ανταγωνιστών σας. Μάθετε:

- Τι αγαθά ή υπηρεσίες προσφέρουν;
- Ποιες είναι οι χρεώσεις τους;
- Πως προσελκύουν πελάτες;

Ρωτήστε προμηθευτές και φίλους στην επιχείρησή:

- Τι προϊόντα πουλάνε περισσότερο;
- Τι γνώμη έχουν για την επιχειρηματική σας ιδέα;
- Τι γνώμη έχουν για τα προϊόντα των ανταγωνιστών σας;

Διαβάστε εφημερίδες, καταλόγους, περιοδικά σχετικά με το εμπόριο για να πάρετε πληροφορίες και ιδέες για νέα αγαθά ή υπηρεσίες.

Περιηγηθείτε στο διαδίκτυο για να εξερευνήσετε τι κάνουν οι άλλοι και να πάρετε πληροφορίες σχετικά με τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που θέλετε να προσφέρετε, με τους ανταγωνιστές σας και τις νέες τάσεις.

Καθώς συγκεντρώνετε πληροφορίες για τους πελάτες σας, να θυμάστε ότι οι πιθανοί πελάτες δε μοιράζονται όλοι τις ίδιες ανάγκες και επιθυμίες. Προκειμένου να είστε σε θέση να προσφέρετε ικανοποιητικά αγαθά και υπηρεσίες, χρειάζεται να σχηματίσετε διαφορετικές πιθανές πελατειακές ομάδες με σαφή και διακριτά χαρακτηριστικά. Αυτό αποτελεί την τμηματοποίηση της αγοράς. Η ομαδοποίηση των πιθανών πελατών σας σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά τους θα σας δώσουν τη δυνατότητα να συλλέξετε λεπτομερείς και συγκεκριμένες πληροφορίες για τις προτιμήσεις τους σχετικά με τα προϊόντα.

Δημιουργία Πλάνου Μάρκετινγκ

Η έρευνα αγοράς παρέχει σημαντικές πληροφορίες για τις πελατειακές ανάγκες και πώς οι ανταγωνιστές σας ικανοποιούν αυτές τις ανάγκες. Συνεπώς, στο Πλάνο Μάρκετινγκ σας, πρέπει να σκεφθείτε και να περιγράψετε πώς θα ικανοποιήσετε αυτές τις ανάγκες. Αυτό θα διαφοροποιήσει την επιχείρησή σας και θα την κάνει να ξεχωρίσει από αυτές των ανταγωνιστών. Για να περιγράψετε με λεπτομέρεια τι διαφορετικές μεθόδους που θα χρησιμοποιήσετε για να εξυπηρετήσετε τους πελάτες σας, σημειώστε τα επτά χαρακτηριστικά του μάρκετινγκ:

- Προϊόν
- Τιμή
- Τοποθεσία
- Προώθηση
- Άνθρωποι
- Διαδικασίες
- Φυσικά στοιχεία

Όλα αυτά τα στοιχεία είναι εξίσου σημαντικά. Θα πρέπει να «συνεργάζονται» ταυτόχρονα και όχι σε αντιπαράθεση για να δημιουργήσουν μια συνέργεια που θα ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών αποτελεσματικά.

Προϊόν

Το προϊόν μπορεί να είναι κάτι παραπάνω από ένα αγαθό ή υπηρεσία ή μια σειρά από αγαθά ή υπηρεσίες που προσφέρετε. Θα προσελκύσετε περισσότερους πελάτες αν το προϊόν σας είναι πιστοποιημένο από αναγνωρισμένους οργανισμούς, καθώς με αυτό τον τρόπο τους ενημερώνετε ότι τα προϊόντα σας εγγυώνται ότι πληρούν τα κριτήρια υψηλής ποιότητας που έχουν τεθεί.

Δεν πρέπει μόνο να περιγράφετε τα αγαθά ή τις υπηρεσίες σας με γενικούς όρους, αλλά όσο πιο λεπτομερές είναι η περιγραφή τους (π.χ. ποιότητα, χρώμα, μέγεθος, συσκευασία, κλπ.), τόσο πιο εύκολα θα καταλάβουν οι πελάτες πώς θα εκπληρώσετε τις ανάγκες τους.

Αφού γράψετε την περιγραφή τους προϊόντος, ελέγξτε αν ανταποκρίνεται στις πελατειακές ανάγκες της έρευνας.

Οι πελάτες αγοράζουν αγαθά και υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν τις βασικές και εξειδικευμένες τους ανάγκες. Η εκπλήρωση των βασικών αναγκών τους είναι το πρώτο βήμα που θα πρέπει να κάνει η επιχείρησή σας. Η εκπλήρωση των εξειδικευμένων αναγκών τους ίσως κάνει την επιχείρησή σας πιο ανταγωνιστική και βιώσιμη. Ακολουθούν παραδείγματα για το πώς μπορούν οι εταιρείες να εκπληρώσουν εξειδικευμένες ανάγκες:

Προϊόντα	Βασικές ανάγκες	Εξειδικευμένες ανάγκες
Φρέσκα λαχανικά	Ικανοποιούν την ανάγκη για κατανάλωση φαγητού καθημερινά	Τα λαχανικά που είναι καθαρισμένα, κομμένα και έτοιμα για μαγείρεμα, ικανοποιούν την ανάγκη εξοικονόμησης χρόνου στην κουζίνα
Κινητά τηλέφωνα	Ικανοποιούν την ανάγκη για επικοινωνία και ψυχαγωγία	Ένα κατάστημα κινητής τηλεφωνίας που προσφέρει υπηρεσίες διακόσμησης για κινητά τηλέφωνα ικανοποιεί την ανάγκη για μοντέρνο στυλ

Τιμή

Η τιμή είναι η ποσότητα που χρεώνετε τους πελάτες σας για τα αγαθά και τις υπηρεσίες σας. Η τιμή επίσης περιλαμβάνει οποιαδήποτε έκπτωση δίνετε και οποιαδήποτε πίστωση πρόκειται να προσφέρετε. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που πρέπει να λάβετε υπόψη πριν ορίσετε τις τιμές σας.

Για να ορίσετε τις τιμές σας πρέπει:

- Να είστε ενήμεροι για το ποσό που πληρώνουν οι πελάτες για ένα παρόμοιο προϊόν και μετά να αποφασίσετε πόσα παραπάνω θα πλήρωναν για να καλύψουν οποιαδήποτε ανάγκη μπορούν με το δικό σας προϊόν.
- Να γνωρίζετε τις υψηλότερες και χαμηλότερες τιμές των ανταγωνιστών, έτσι ώστε να έχετε μια πιο πλήρη ιδέα για τις τιμές που μπορείτε να χρεώσετε για το προϊόν σας.
- Να γνωρίζετε το κόστος των προϊόντων σας έτσι ώστε να ορίσετε μια τιμή που είναι πάνω από το κόστος.

Δε χρειάζεται πάντα να ορίσετε μια χαμηλή τιμή για να είστε ανταγωνιστικοί. Αντιθέτως, η τιμή σας καλό θα ήταν να αντικατοπτρίζει τη διαφορετικότητα σας. Για παράδειγμα, αν προσφέρετε ένα προϊόν υψηλής ποιότητας, η τιμή σας θα πρέπει να είναι υψηλότερη από την τιμή που χρεώνεται από τους ανταγωνιστές σας. Μια τιμή που είναι πολύ χαμηλή ίσως να μην καλύπτει το κόστος και να είναι αντιπαραγωγική, δηλαδή ίσως οι πελάτες αμφισβητήσουν την ποιότητα του προϊόντος.

Σε περιπτώσεις που εμπορεύεστε ένα τελείως καινούριο προϊόν, είναι αδύνατον να συγκρίνετε την τιμή του με αυτή των ανταγωνιστών. Τι πρέπει να κάνετε σε αυτή την περίπτωση; Θα πρέπει να εξετάσετε με τους πιθανούς πελάτες διαφορετικά επίπεδα τιμολόγησης και να δείτε πόσοι από αυτούς θα συμφωνούσαν να αγοράσουν το προϊόν σας σε κάθε επίπεδο τιμής.

Μόλις έχετε αποφασίσει για την τιμή, ίσως σκεφθείτε να κάνετε διάφορες προωθητικές ενέργειες, προσφέροντας εκπτώσεις και δίνοντας πίστωση με όρους για να αυξήσετε τις πωλήσεις σας περιστασιακά.

Βεβαιωθείτε ότι έχετε ένα ξεκάθαρο στόχο για κάθε εκπαιδευτική ή πιστωτική ενέργεια που αποφασίζετε, έτσι ώστε αυτές οι αποφάσεις να μη γίνονται ασύμφωνες.

Τοποθεσία

Το μέρος ή η τοποθεσία της επιχείρησής σας. Αν η επιχείρησή σας δε βρίσκεται όπου βρίσκονται και οι πελάτες σας, πρέπει να βρείτε τρόπους για να φτάσουν τα προϊόντα σας στους πελάτες. Αυτό ονομάζεται διανομή. Επιλέξτε ανάμεσα από άμεση διανομή, διανομή λιανικής πώλησης και διανομή χονδρικής πώλησης.

Η **άμεση διανομή** συνεπάγεται πώληση των προϊόντων σας απευθείας στους πελάτες. Η άμεση διανομή είναι η πιο χρήσιμη μορφή διανομής για τις επιχειρήσεις που παράγουν αρκετά ακριβά, εξειδικευμένα προϊόντα και έχουν λίγους πελάτες.

Η **διανομή λιανικής πώλησης** περιλαμβάνει την πώληση των προϊόντων σας σε μαγαζιά και καταστήματα που μετά τα πουλάνε σε καταναλωτές.

Η **διανομή χονδρικής πώλησης** είναι η διάθεση των προϊόντων σας σε πολύ μεγάλες ποσότητες σε εμπόρους χονδρικής οι οποίοι τα μεταπωλούν σε μικρότερες ποσότητες σε εμπόρους λιανικής για πώληση σε καταναλωτές.

Η λιανική και χονδρική διανομή είναι οι πιο χρήσιμες μορφές διανομής για επιχειρήσεις που συνήθως παράγουν μεγάλες ποσότητες αγαθών, πουλάνε προϊόντα σε χαμηλές τιμές και έχουν πολλούς πελάτες διάσπαρτους σε μια μεγάλη περιοχή.

Πρώθηση

Πρώθηση σημαίνει ενημέρωση και προσέλκυση πελατών για να αγοράσουν τα αγαθά ή τις υπηρεσίες σας. Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τρόποι για να ενημερώσετε και να προσελκύσετε πελάτες:

Το **άμεσο μάρκετινγκ** περιλαμβάνει την άμεση επικοινωνία με τους πελάτες. Το άμεσο μάρκετινγκ μπορεί να πάρει πολλές μορφές, όπως ένα άμεσο email, τηλεφωνικές πωλήσεις, γραπτά μηνύματα μέσω τηλεφώνου, διαδραστικές ιστοσελίδες, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, φόρουμ συζητήσεων και ηλεκτρονικές σελίδες.

Η **διαφήμιση** δίνει πληροφορίες στους πιθανούς πελάτες για να τους προκαλέσει το ενδιαφέρον ώστε να αγοράσουν τα αγαθά ή τις υπηρεσίες σας. Οι διαφημίσεις στις εφημερίδες, τα περιοδικά, την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τις εξωτερικές πινακίδες μπορούν να προσελκύσουν ένα μεγάλο αριθμό πιθανών πελατών αλλά συνήθως είναι αρκετά ακριβές. Τα νέα είδη μέσων ενημέρωσης, όπως τα blogs, οι ιστοσελίδες, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή οι αναδυόμενες διαφημίσεις (pop up advertisements) είναι σχετικά φθηνές όμως προσεγγίζουν ένα ευρύ κοινό.

Η **δημοσιότητα** κερδίζει έδαφος με το κοινό μέσω χορηγιών σε κάποια φιλανθρωπία ή οργανώνοντας μια δημοσκόπηση για περιβαλλοντικά ζητήματα ή με μια απονομή βραβείων. Σε σύγκριση με τη διαφήμιση, η δημοσιότητα είναι φθηνή και πιο αξιόπιστη. Παρόλα αυτά, είναι δύσκολο να διαπιστώνετε τι ισχυρίζεται το κοινό για εσάς. Θα πρέπει να προστατέψετε την επιχείρησή σας από την κακή δημοσιότητα διατηρώντας μια καλή φήμη με τους πελάτες σας.

Η **προώθηση πωλήσεων** παρέχει κίνητρα για να ενεργοποιηθούν οι άμεσες πωλήσεις. Κάποια παραδείγματα προώθησης πωλήσεων είναι τα κουπόνια, τα δείγματα, οι παροχές, τα σημεία πώλησης σε βιτρίνες, οι διαγωνισμοί, οι εκπτώσεις και η λοταρία.

Άνθρωποι

Από την πλευρά του μάρκετινγκ, ο όρος «Άνθρωποι» αναφέρεται στην ερώτηση: «Ποιος θα αναπτύξει τα μοναδικά χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν το προϊόν σας;» Για παράδειγμα, αν αποφασίσετε να παρέχετε καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών από τους ανταγωνιστές, θα χρειαστείτε προσωπικό που έχει στο επίκεντρο τον πελάτη. Σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι υπεύθυνοι, υπομονετικοί, ευέλικτοι, συμπαθητικοί και να απολαμβάνουν να εργάζονται με διαφορετικούς ανθρώπους.

Για το Πλάνο Μάρκετινγκ θα πρέπει να:

- Αναγνωρίσετε τις κομβικές θέσεις που μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην επιχείρησή σας
- Αποφασίσετε τα κριτήρια για την πρόσληψη ανθρώπων που θα καλύψουν αυτές τις θέσεις
- Σχεδιάσετε σχετική εκπαίδευση και καθοδήγηση για τους ανθρώπους στις κομβικές θέσεις
- Σκεφθείτε για τις κομβικές θέσεις που χρειάζεται η επιχείρησή σας

Διαδικασίες

Οι διαδικασίες περιλαμβάνουν τους διάφορους μηχανισμούς και διαδικασίες που χρησιμοποιείτε για να φτάσει το προϊόν στους πελάτες σας. Για παράδειγμα, αν ένας πελάτης πάει σε ένα εστιατόριο με πίτσα, δε θα καταναλώσει μόνο πίτσα, αλλά επιθυμεί να βιώσει όλη τη διαδικασία. Αυτό περιλαμβάνει το να βρει εύκολα πάρκινγκ, να απολαύσει την ατμόσφαιρα του εστιατορίου, να διαβάσει ένα ελκυστικό μενού, να πάρει πληροφορίες για το μενού από το προσωπικό και να ακούει ωραία μουσική ενώ περιμένει την πίτσα. Συνεπώς, πρέπει να σιγουρευτείτε ότι κάθε βήμα της διαδικασίας είναι μια ευχάριστη εμπειρία για τους πελάτες σας.

Αναλογιστείτε τη διαδικασία που θα ευχαριστήσει τους πελάτες σας και θα τους κάνει να αγοράσουν το προϊόν σας.

Φυσικά στοιχεία

Τα φυσικά στοιχεία είναι η συνολική εικόνα του προϊόντος ή της εταιρείας. Θα πρέπει να σκεφθείτε τι θα ήταν καλό να βλέπουν και να νιώθουν οι πελάτες σας κάθε φορά που αλληλοεπιδρούν με την επιχείρηση ή το προϊόν σας. Παρακάτω είναι κάποια από τα πολλά σημεία αλληλεπίδρασης της επιχείρησης σας με το κοινό:

- Οι εγκαταστάσεις των γραφείων και η εσωτερική διακόσμηση
- Η παρουσία στο διαδίκτυο και η ιστοσελίδα
- Η συσκευασία
- Το εταιρικό σήμα
- Οι στολές των υπαλλήλων
- Οι επαγγελματικές κάρτες
- Business cards

Εκτίμηση πωλήσεων

Για τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν άμεση διανομή, οι πωλήσεις ξεκινούν ως χαμηλές και αυξάνονται συνεχώς με την πάροδο του χρόνου. Αν χρησιμοποιείτε μεθόδους λιανικής ή χονδρικής πώλησης, οι πωλήσεις ίσως είναι αρκετά καλές από τους πρώτους μήνες επειδή στέλνετε μια προμήθεια του προϊόντος σας σε αποθήκες ή καταστήματα χονδρικής πώλησης, όπου δημιουργείται απόθεμα ή διατίθεται σε έκθεση πριν διανεμηθεί η αγοραστεί από καταναλωτές. Οι πωλήσεις ίσως πέσουν για μερικούς μήνες μέχρι οι έμποροι χονδρικής ή λιανικής να πουλήσουν το προϊόν και να κάνουν πρόσθετες παραγγελίες. Έπειτα, οι πωλήσεις θα γίνουν πιο σταθερές και θα αντικατοπτρίζουν την πραγματική ποσότητα αγορών από τους τελικούς χρήστες.

Οι τάσεις των social media στη νεανική επιχειρηματικότητα

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) είναι παντού. Τα χρησιμοποιούμε για να αποφασίσουμε σχετικά με τις αγορές μας, για να κρατήσουμε επικοινωνία με φίλους και οικογένεια, και για να αναπτύξουμε νέες σχέσεις – προσωπικές και επαγγελματικές. Παρόλα αυτά, πολλοί επιχειρηματίες ακόμη δεν υιοθετούν μια συστηματική μέθοδο στα social media.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ;

Η φράση μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφέρεται σε μια μεγάλη ποικιλία από διαδικτυακές και κινητές υπηρεσίες που επιτρέπουν στους χρήστες να συμμετάσχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις, να συνεισφέρουν στα περιεχόμενα και να γίνουν μέλη σε online κοινότητες.

ΜΕΡΙΚΑ ΑΠΟ ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ:

- Μια πιο άμεση σχέση με νέους και πιθανούς πελάτες
- Αναφορές από στόμα σε στόμα
- Ένα καλύτερο δημόσιο προφίλ που σας βάζει στην κορυφή
- Προώθηση του σήματος σας
- Καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών
- Ένας τρόπος για να διαχειριστείτε τη φήμη σας
- Ένας τρόπος για να προσελκύσετε καταρτισμένους υπαλλήλους
- Αλληλεπίδραση με άλλους επαγγελματίες του κλάδου σας από όλο τον κόσμο
- Βελτίωση στην κατάταξη της σελίδας στη διαδικτυακή αναζήτηση

Η παρακολούθηση των social media είναι ένα κρίσιμο σημείο εκκίνησης για να σας βοηθήσει να καταλάβετε πού πρέπει να επικεντρώσετε τις προσπάθειες σας και πώς θα πρέπει να οργανώσετε τη στρατηγική σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Επισκεφθείτε κομβικές πλατφόρμες social media – επισκεφθείτε το Facebook, το Twitter και το LinkedIn για να εξοικειωθείτε με το πώς δουλεύουν.

Δημιουργήστε προσωπικές σελίδες. Αυτό θα σας βοηθήσει να παγιώσετε την παρουσία σας και θα σας δώσει την πρόσβαση που χρειάζεστε για να κατανοήσετε πώς τα social media θα μπορούσαν να είναι χρήσιμα για την επιχείρησή σας.

Ξεκινήστε την έρευνα. Χρησιμοποιήστε εργαλεία αναζήτησης για να ψάξετε για αναφορές της επιχείρησής σας, των προϊόντων σας ή του εταιρικού σας σήματος.

Παρακολουθήστε τι κάνουν οι ανταγωνιστές σας. Διεξάγετε μια απλή έρευνα αγοράς στον κλάδο σας για να δείτε αν μπορείτε να προσαρμόσετε κάποιες από τις πρακτικές των ανταγωνιστών σας στη δική σας εταιρεία, και πού θα μπορούσατε να βρείτε την ευκαιρία να καλύψετε ανάγκες που δεν ικανοποιούνται.

Δημιουργήστε μια στρατηγική για τα social media. Τώρα που έχετε εξοικειωθεί με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ξέρετε πού στέκεται η επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες στον κλάδο σας, είστε έτοιμοι να σχεδιάσετε τη στρατηγική σας για τα social media.

10 ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΑ SOCIAL MEDIA

1. Προσαρμόστε τις δραστηριότητες σας στα social media σύμφωνα με τους επιχειρηματικούς σας στόχους και το κοινό σας.
2. Μεγαλώστε το κοινό σας προσφέροντας βοηθητικό περιεχόμενο που προσθέτει αξία.
3. Δημιουργήστε περιεχόμενο για τα social media που ξεχωρίζει από των ανταγωνιστών σας.
4. Να διατηρείτε πάντα έναν ευγενικό και με σεβασμό τόνο όταν αλληλεπιδράτε με πελάτες στα social media
5. Συνεχίστε να μαθαίνετε και να ακούτε τι λέγεται για εσάς, για την εταιρεία σας και για τον κλάδο σας.
6. Να είστε υπομονετικοί. Όπως σε οποιαδήποτε άλλη σχέση, η επιτυχία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απαιτεί χρόνο.



image from freepik / freepik.com

7. Μη χρησιμοποιείτε επιθετική προσέγγιση και μη γίνετε πειστικοί. Αντιθέτως, αφήστε τους ανθρώπους να έρθουν σε εσάς. Ένας θερμός ακόλουθος είναι πιο πιθανό να γίνει πελάτης.
8. Μην είστε πολύ σοβαροί. Αντιθέτως, να είστε ευχάριστοι και αυθεντικοί. Θυμηθείτε ότι τα social media είναι για να χτίζονται σχέσεις.
9. Μη βιαστείτε να δημιουργήσετε μια σελίδα στο Facebook ή ένα λογαριασμό στο Twitter χωρίς κατάλληλο προγραμματισμό. Ίσως σπαταλήσετε πόρους και δεν έχετε τα επιθυμητά αποτελέσματα.
10. Μη δημοσιεύετε υλικό που είναι ακατάλληλο ή εκτός του πεδίου εξειδίκευσής σας.

Περισσότερες λεπτομέρειες και περιπτώσεις μπορείτε να βρείτε [εδώ](#)

Σύντομο Τεστ Γνώσεων 4

Το Τεστ Γνώσεων θα βοηθήσει τον καταρτιζόμενο να “φρεσκάρει” εν τάχει τις γνώσεις που αποκόμισε σε αυτό το κεφάλαιο.

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Πού θα ψάχνετε για επαγγελματική καθοδήγηση και βοήθεια πριν ξεκινήσετε την επιχείρησή σας;

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Ποια είναι τα επτά στοιχεία ενός Στρατηγικού Πλάνου;

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Τι σημαίνει ο ορισμός ενός SMART στόχου;

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Ποια εργαλεία είναι επαρκή για τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού πλάνου;

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Ποια είναι τα 7 στοιχεία ενός πλάνου μάρκετινγκ;

Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες που παρουσιάζονται παρακάτω έχουν σχεδιαστεί ειδικά για εκπαιδευτικούς και δασκάλους, ως εργαλεία, μέσω των οποίων θα μπορούν να διδάξουν συγκεκριμένες δεξιότητες στους καταρτιζόμενους/συμμετέχοντες.

Δραστηριότητα 1

ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.

Εισαγωγή

Αρχικά σχεδιάστε δυο φόρμες ανάλυσης SWOT και στις δυο πλευρές του χαρτιού όπως φαίνεται στην επόμενη σελίδα και μετά γράψτε το όνομα της επιχείρησής σας στην πρώτη φόρμα και το όνομα του βασικού ανταγωνιστή σας στη δεύτερη.

Σκεφθείτε προσεκτικά τα δυνατά και αδύναμα στοιχεία της επιχείρησής. Αυτά μπορεί να είναι εξατομικευμένα χαρακτηριστικά, οικονομικά ζητήματα, ζητήματα μάρκετινγκ, η τοποθεσία της επιχείρησής ή το κόστος προώθησης και πώλησης του προϊόντος. Σημειώστε τα όλα αυτά.

Σκεφθείτε το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησής αυτής. Ποιες είναι οι ευκαιρίες και οι απειλές στο περιβάλλον της επιχείρησής; Οι κύριες «πηγές πληροφόρησης» με τις οποίες επικοινωνήσατε κατά τη διάρκεια της έρευνας σας μπορεί να σας τις έχουν υποδείξει. Σημειώστε τα όλα αυτά.

Κάνετε τις εξής ερωτήσεις:

- Μπορώ να συνδυάσω τα δυνατά μου στοιχεία με τις ευκαιρίες για να δημιουργήσω ένα σημαντικό πλεονέκτημα;
- Τι μειονεκτήματα δημιουργούνται από τα αδύναμα στοιχεία και τις απειλές; Μπορώ να τα ξεπεράσω; Πώς;
- Έπειτα καταγράψτε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα, καθώς και πώς σκοπεύετε να τα διαχειριστείτε.

Όταν ολοκληρώσετε τη διαδικασία καταγραφής για τη δική σας επιχείρηση, κάνετε την ίδια ανάλυση SWOT για τον ανταγωνιστή σας και στη συνέχεια συγκρίνετε τα δύο φύλλα.

Επεξήγηση

Η ανάλυση SWOT είναι μια δομημένη μέθοδος σχεδιασμού που χρησιμοποιείται για να αξιολογηθούν τα δυνατά στοιχεία (Strengths), τα αδύναμα στοιχεία (Weaknesses), οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats) που υπάρχουν σε ένα έργο ή μια επιχείρηση. Η ανάλυση SWOT μπορεί να γίνει για προϊόντα, μέρη, βιομηχανίες ή ανθρώπους. Περιλαμβάνει τον καθορισμό του στόχου της επιχείρησής ή του έργου και

αναγνωρίζει τους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που συμβάλλουν ή παρεμποδίζουν την επίτευξη αυτού του στόχου. Η ανάλυση SWOT είναι ένα ευρέως διαδεδομένο εργαλείο λόγω της απλότητας του και της έμφασής του στα βασικά θέματα που επηρεάζουν την εταιρεία. Ο σκοπός της ανάλυσης SWOT είναι να αναγνωρίσει τα δυνατά και αδύναμα στοιχεία που είναι σχετικά με τις ευκαιρίες και τις απειλές σε μια δεδομένη κατάσταση. [4]

Οφέλη

Το εργαλείο SWOT έχει 5 βασικά οφέλη:

- Απλό και πρακτικό στη χρήση
- Εύκολο στην κατανόηση
- Εστιάζει στους βασικούς εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν την εταιρεία
- Βοηθά να καθοριστούν οι μελλοντικοί στόχοι
- Τροφοδοτεί περαιτέρω ανάλυση

Περιορισμοί

Παρόλο που υπάρχουν ολοφάνερα οφέλη στην ανάλυση, πολλοί μάνατζερ και ακαδημαϊκοί την κατακρίνουν ή δεν την αναγνωρίζουν σαν σοβαρό εργαλείο. Σύμφωνα με πολλούς, είναι μια ανάλυση «χαμηλού βαθμού». Ακολουθούν τα κύρια μειονεκτήματα που βρέθηκαν σε μια έρευνα:

- Εκτεταμένες λίστες με δυνατά και αδύναμα στοιχεία, ευκαιρίες και απειλές
- Καμία προτεραιοποίηση στους παράγοντες
- Οι παράγοντες περιγράφονται πολύ γενικά
- Συχνά οι παράγοντες αποτελούν προσωπικές απόψεις και όχι γεγονότα
- Δεν υπάρχει αναγνωρισμένη μέθοδος για να γίνεται διάκριση ανάμεσα σε δυνατά και αδύναμα στοιχεία, ευκαιρίες και απειλές

Η ανάλυση SWOT μπορεί να πραγματοποιηθεί από ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων που εμπλέκονται άμεσα με την αξιολόγηση καταστάσεων στην εταιρεία. Η βασική ανάλυση SWOT είναι σχετικά εύκολη και αποτελείται από μερικά μόνο βήματα.

Διάρκεια:
15 λεπτά

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

ένα φύλλο χαρτί για κάθε εκπαιδευόμενο, στυλό/μολύβι για κάθε εκπαιδευόμενο, ένα παράδειγμα ανάλυσης SWOT (στην οθόνη ή στον πίνακα)

Σκοπός

Προετοιμάστε τα υλικά για κάθε συμμετέχοντα. Έπειτα, εισάγετε το μοντέλο εν συντομία, μην το αναλύσετε πολύ. Μοιράστε τα υλικά και θέστε ένα χρονικό περιορισμό. Αν κάποιος από τους συμμετέχοντες ανησυχεί για την ποιότητα του μοντέλου, χρησιμοποιήστε την προσέγγιση από το κομμάτι της επεξήγησης.

Διδακτικό πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΤΥΠΟΣ	ΥΛΙΚΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ
5 λεπτά	Επεξήγηση μοντέλου	Θεωρία	Παράδειγμα ανάλυσης SWOT (στην οθόνη ή στον πίνακα)	Εισάγετε το μοντέλο
5 λεπτά	Ανάλυση επιχείρησης	Άσκηση	Ένα φύλλο χαρτί και στυλό/μολύβι για κάθε εκπαιδευόμενο	Οι μαθητές εργάζονται ατομικά ή ομαδικά πάνω στην ανάλυση της δικής τους επιχείρησης
5 λεπτά	Ανάλυση ανταγωνιστή	Άσκηση	Ένα φύλλο χαρτί και στυλό/μολύβι για κάθε εκπαιδευόμενο	Οι μαθητές εργάζονται ατομικά ή ομαδικά πάνω στην ανάλυση της επιχείρησης του ανταγωνιστή τους

Δραστηριότητα 2

KAMBAΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Εισαγωγή

Από την Silicon Valley των Ηνωμένων Πολιτειών έρχονται δύο καινούργιες ιδέες που γρήγορα υιοθετήθηκαν παγκοσμίως από τους επιχειρηματίες, η πελατειακή ανάπτυξη (Blank και Dorf, 2012) και η λιτή ανάπτυξη νεοσύστατης επιχείρησης (Ries, 2010). Οι δύο αυτές ιδέες έχουν πολλά κοινά και εστιάζουν στην ανάγκη της γρήγορης επαλήθευσης υποθέσεων σχετικά με το αν ένα προϊόν ή υπηρεσία δημιουργεί αξία για το κοινό. Τα βιβλία των Blank, Dorf και Ries περιλαμβάνουν ένα εύρος απόψεων, μεθόδων και εργαλείων που βοηθούν τους επιχειρηματίες να αναλάβουν δράση μέσα από δοκιμασίες με ενδιαφερόμενα μέρη σε πραγματικό τόπο και χρόνο, αντί να μένουν στάσιμοι στο σχεδιασμό και την ανάλυση πιθανών σεναρίων. Τα εργαλεία αυτά μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν σε εκπαιδευτικό πλαίσιο, δίνοντας στους διδάσκοντες τη δυνατότητα να δώσουν συμβουλές για τη διαχείριση της διαδικασίας δημιουργίας αξίας που περιλαμβάνει εξωτερικούς ενδιαφερόμενους. Οι μαθητές μπορούν να θέσουν στον εαυτό τους ερωτήσεις όπως “Τι μπορούμε να ρωτήσουμε έναν πιθανό πελάτη σήμερα”, “Πως μπορούμε να ελέγξουμε τις υποθέσεις μας σε πραγματικό κοινό εκτός σχολής;” και “Πως μπορούμε να εκτεθούμε στην πιθανότητα να κάνουμε λάθος;”. Ενώ είναι χρήσιμα στην ενίσχυση της δράσης και αλληλεπίδρασης με τον έξω κόσμο, δεν παρέχουν συμβουλές για θέματα ομαδικής εργασίας.

Επεξήγηση

Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου των Osterwalder και Pigneur (2010) αποτελείται από εννιά βασικά συστατικά που χρειάζονται για την δημιουργία αξίας για τα εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη. Μπορεί να θεωρηθεί ως μια απλή λίστα που οι εκπαιδευόμενοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν κατά τον σχεδιασμό εργασιών δημιουργίας αξίας, ζητώντας να δώσουν απαντήσεις σε ερωτήσεις κλειδιά για την δημιουργία αξίας, όπως “Ποιον βοηθούν;”, “Πώς βοηθούν;”, “Ποιος τους βοηθάει;” και “Τι ακριβώς κάνουν;”. Είναι ιδιαίτερα χρήσιμο όταν δουλεύετε σε ομάδες να σχεδιάζετε και να συζητάτε ιδέες που προτείνονται απ’την ομάδα. Και εδώ, η γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι σχετική με τις επιχειρήσεις, αλλά οι ιδέες μπορούν να εφαρμοστούν σε ένα πιο ευρύ φάσμα πέρα από τη δημιουργία επιχείρησης. Για την ακρίβεια, ο Osterwalder και οι συνεργάτες του έγραψαν ένα βιβλίο για το πώς μπορούν να εφαρμόζονται αυτά τα εννιά συστατικά και για προσωπική ανάπτυξη, που είναι σίγουρα σε συμφωνία με το γενικό ορισμό της επιχειρηματικότητας (Clark et al., 2012).

Ανάλογα με το μέγεθος του τμήματός σας, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε μία δραστηριότητα με [παζλ](#) για τον καμβά, όπου το τμήμα χωρίζεται σε μικρές ομάδες, κάθε ομάδα κάνει έρευνα πάνω σε ένα κομμάτι του καμβά, και μετά παρουσιάζει τα ευρήματα της στην υπόλοιπη τάξη.

Εναλλακτικά, μπορείτε να τους δώσετε μια σύντομη ανάλυση του κάθε συστατικού του καμβά, και να τους βάλετε να χωριστούν σε ομάδες για να ερευνήσουν και να δημιουργήσουν τους καμβάδες γνωστών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τεχνικές επικύρωσης (π.χ AirBnB, Uber, κ.λ.π)

Μόλις θέσουν τους καμβάδες από τις μελέτες περίπτωσης, μπορείτε να συζητήσετε τις αρχικές δοκιμαστικές εργασίες που οι ιδρυτές των περιπτώσεων τους διεξήγαγαν για να αρχίσουν τις επιχειρήσεις τους (το παράδειγμα του [Airbnb](#) είναι εξαιρετικό) και να δείξετε πως περνάμε από τη δημιουργία ενός καμβά στη δημιουργία μιας πραγματικής επιχείρησης.

Αν δεν το έχετε ήδη κάνει, παρακολουθήστε το διαδικτυακό σεμινάριο του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου μιας ώρας για να δείτε μία περίληψη της διαδικασίας.



ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

2 εκτυπωμένοι Καμβάδες Λιτού Μοντέλου, ψαλίδι, γραφική ύλη για κάθε ομάδα

Σκοπός

Ξεκινήστε εισάγοντας την ιδέα και την ιστορία της. Δείξτε τον Λιτό Καμβά που έχετε εκτυπώσει και κάνετε μία μικρή εισαγωγή για κάθε συστατικό του. Χωρίστε τους μαθητές σε ομάδες και μοιράστε τους τα κομμάτια του παζλ του Καμβά Λιτού Μοντέλου. Δώστε σε κάθε ομάδα μια επιχείρηση της επιλογής σας ή ρωτήστε τους ποια εταιρεία θα ήθελαν να αναλύσουν. Σιγουρευτείτε πως όλοι γνωρίζουν την επιχείρηση. Δώστε τους 2 λεπτά να συμπληρώσουν το κομμάτι τους και 1 λεπτό σε κάθε ομάδα για να παρουσιάσουν τα αποτελέσματα. Προσθέστε μια περίπτωση με ένα πραγματικό παράδειγμα, όπως του AirBnB, και εξηγήστε με βάση μερικές από τις μελέτες περίπτωσης των συμμετεχόντων πως θα μπορούσαν να επωφεληθούν αν το χρησιμοποιήσουν.

Διδακτικό πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΤΥΠΟΣ	ΥΛΙΚΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ
3 λεπτά	Εισαγωγή	Θεωρία	Εκτυπωμένος Καμβάς Λιτού Μοντέλου	Παρουσιάστε το μοντέλο στους μαθητές, δείξτε πως είναι ένα ολοκληρωμένο μοντέλο
3 λεπτά	Διαχωρισμός ομάδων	Πρακτική προετοιμασία	Κομμάτια παζλ για τον Καμβά Λιτού Μοντέλου, γραφική ύλη	Χωρίστε την τάξη σε ομάδες, μοιράστε τα κομμάτια του παζλ
10 λεπτά	Συμπλήρωση καμβά	Ομαδική δραστηριότητα	-	Επιλέξτε μία μικρομεσαία επιχείρηση γνωστή σε όλους και δώστε τους 10 λεπτά να συμπληρώσουν τις κατηγορίες
10 λεπτά	Παρουσίαση Αποτελεσμάτων	Παρουσίαση	-	Ο εκπρόσωπος κάθε ομάδας έχει 1 λεπτό να παρουσιάσει την κάθε κατηγορία
4 λεπτά	Τελικές παρατηρήσεις, ερωτήσεις	Θεωρία	-	Αναφέρετε πραγματικές περιπτώσεις, όπως αυτή της Airbnb, και εξηγήστε πως θα μπορούσαν να επωφεληθούν

Βιβλιογραφία & Παραπομπές

1. International Labour Office, 2015, Start your business: manual, international Labour Office -Enterprises Department, Switzerland
2. International Labour Office, 2015, GENERATE YOUR BUSINESS IDEA, international Labour Office - Enterprises Department, Switzerland
3. Martin Lackéus, 2015, Entrepreneurship in Education, OECD,
4. BDC Business Centre, 10.03.2020, Social media: A Guide for Entrepreneurs, <https://www.bdc.ca/EN/Documents/marketing/social-media-guide.pdf?>, Canada
5. Hubspot, Meg Prater, 2018, “What Every Founder Needs to Know About Survivorship Bias” <https://blog.hubspot.com/sales/survivorship-bias>
6. ADP, LLC, 2016, Why Small Businesses Should Have a Strategic Plan, https://www.adp.com/-/media/solution-center/sbs/pdf/articles/success_01.ashx
7. SCORE, Bridget Weston, 2019, Does Your Small Business Have a Strong Mission and Vision?, <https://www.score.org/blog/does-your-small-business-have-strong-mission-and-vision>
8. SAMS, 2020, The Importance of Strategic Management vs. Strategic Planning, <https://getsamsnow.com/importance-strategic-management-vs-strategic-planning/>
9. azcentral., Billie Nordmeyer , The Importance of Strategic Management Vs. Strategic Planning, <https://yourbusiness.azcentral.com/importance-strategic-management-vs-strategic-planning-17329.html>
10. ADVISO, 2018, Objectives, strategies, tactics: what is it really?, <https://www.adviso.ca/en/blog/business/definition-mission-objectifs-strategies-tactiques-2/>
11. OnStrategy, Erica Olsen, Create Budget Alignment with a Financial Assessment, <https://onstrategyhq.com/resources/create-budget-alignment-with-a-financial-assessment-2/>
12. The Business Journals, Alex Raymond , 2015, 5 top ways to implement a strategic plan, <https://www.bizjournals.com/bizjournals/how-to/growth-strategies/2015/03/5-top-ways-to-implement-a-strategic-plan.html>

13. Growth Hackers, Morgan Brown, 2015, Airbnb: The Growth Story You Didn't Know,
<https://growthhackers.com/growth-studies/airbnb>

Videos

1. Avanti Vision, 2014, Setting SMART Goals For Your Marketing and Business,
<https://www.youtube.com/watch?v=xqFgYMc7ke8>
2. Michelle J, 2013, Write a Winning Executive Summary,
<https://www.youtube.com/watch?v=R9zRapFoHV0>
3. PurdueLibraries, 2017, Introduction to Industry Analysis,
<https://www.youtube.com/watch?v=g6wQOE1G4U>
4. Google for Startups, 2014, Tools for Entrepreneurs: Finding Product Market Fit,
<https://www.youtube.com/watch?v=c-ruOFVG078>



Answers for the Quick Knowledge Test 5.1

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Στο διαδίκτυο, σε τοπικά επιχειρηματικά περιοδικά και εφημερίδες, μέσω του προσωπικού δικτύου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Αποστολή, Αξίες, Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα, Όραμα, πλάνο δράσης, Οικονομική εκτίμηση και Αξιολόγηση προόδου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Είναι ένα ακρωνύμια για την τεχνική ορισμού στόχων. Κάθε στόχος πρέπει να είναι Συγκεκριμένος (Specific), Μετρήσιμος (Measurable), Εφικτός (Achievable), Ρεαλιστικός (Realistic), Επίκαιρος (Timely).

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Το εργαλείο MS Office ή τις δωρεάν εναλλακτικές του.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Προϊόν, Τιμή, Τοποθεσία, Προώθηση, Άνθρωποι, Διαδικασίες, Φυσικά στοιχεία



image from unsplash.com

Εκτιμώμενος
χρόνος
ανάγνωσης
50-60 λεπτά

Ενότητα 5.2

Διαδικασία δημιουργίας επιχείρησης στην ύπαιθρο

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: ACD LA HOYA

Σκοπός

Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να διδάξει και να προετοιμάσει τους επιχειρηματίες σε αγροτικές περιοχές για διάφορα θέματα, όπως οι διαδικασίες πρόσληψης και η διαχείριση προσωπικών διαδικασιών, η αξιολόγηση της επιχειρησιακής διαδικασίας, τρόπους για να αναπτυχθεί η βιωσιμότητα στον χώρο εργασίας με σκοπό τη διαφάλιση της ασφάλειας και της ευεξίας των εργαζομένων και την ανάπτυξη ενός κώδικα δεοντολογίας στο χώρο εργασίας. .

Μαθησιακά αποτελέσματα

Στο πλαίσιο **γνώσεων**, ο καταρτιζόμενος θα γνωρίσει:

- ✓ διαδικασίες πρόσληψης
- ✓ διαδικασίες επιχειρηματικής αξιολόγησης
- ✓ στρατηγικές ενίσχυσης του κώδικα δεοντολογίας στο χώρο εργασίας.
- ✓ τη βιωσιμότητα στον χώρο εργασίας

Στο πλαίσιο **δεξιοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα κατανοήσει:

- ✓ πώς να αναγνωρίζει τα δυνατά και αδύναμα στοιχεία του προσωπικού
- ✓ πώς να ορίζει και να παρακολουθεί τις καλύτερες διαδικασίες πρόσληψης
- ✓ τα βήματα της διαδικασίας πρόσληψης
- ✓ μεθόδους δημιουργίας κινήτρων και ευεξίας για το προσωπικό και πως να τις εφαρμόσει
- ✓ μεθόδους ελέγχου του προσωπικού
- ✓ πώς να αξιολογεί την επιχείρηση του/της
- ✓ πώς να εφαρμόζει στρατηγικές που ενισχύουν τον κώδικα δεοντολογίας στον εργασιακό χώρο
- ✓ πώς να αναγνωρίζει ένα βιώσιμο εργασιακό χώρο

Στο πλαίσιο **ικανοτήτων**, ο καταρτιζόμενος θα είναι σε θέση να:

- ✓ Επικυρώνει και να επιμελείται τις διαδικασίες πρόσληψης και ελέγχου του προσωπικού

- ✓ Συγκεντρώνει πληροφορίες και να εισάγει μεθόδους παροχής κινήτρων και ευεξίας του προσωπικού
- ✓ Αναπτύσσει μια αξιολόγηση επιχείρησης (οικονομική, πελατειακή, εργασιακή, ανταγωνισμού)
- ✓ Αναλύει την σημασία του κώδικα δεοντολογίας στον εργασιακό χώρο
- ✓ Μάθει διαφορετικά βήματα με σκοπό την υιοθέτηση του δικού του/της κώδικα δεοντολογίας
- ✓ Ορίζει τα πλεονεκτήματα της δημιουργίας ενός βιώσιμου εργασιακού χώρου

5.6. Προσλήψεις και Διαχείριση Προσωπικού

5.6.1 Μέθοδοι Επιλογής Προσωπικού

Οι οργανισμοί χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους για τις διαδικασίες προσλήψεων ώστε να προσελκύσουν καλούς υποψηφίους. Οι διαδικασίες πρόσληψης περιλαμβάνουν διάφορους παράγοντες, οπότε πριν ξεκινήσετε, πρέπει να ληφθούν υπόψη τα παρακάτω:

- Να κατανοείτε τη θέση εργασία και το ρόλο της
- Να είστε βέβαιοι για αυτό που αναζητάτε (π.χ. μερική ή πλήρης απασχόληση)
- Να επιλέξετε την καλύτερη στρατηγική και διαδικασία
- Να αποφασίσετε σχετικά με τα απαραίτητα εργαλεία
- Να παρακολουθείτε το πλήρες σύστημα προσεκτικά

Αφού έχετε αναλογιστεί τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά του προφίλ εργασίας, πρέπει επιλεγεί μία αποτελεσματική μέθοδος επιλογής εργαζομένων για καλύτερα αποτελέσματα. Η διαδικασία επιλογής δεν είναι όσο εύκολη όσο νομίζουμε, υπάρχει μεγάλη πίεση για την επιλογή του καλύτερου πιθανού υποψηφίου για την κάθε θέση. Για το λόγο αυτό:

1. Ο υπεύθυνος πρόσληψης πρέπει να έχει υπόψη του διάφορα κριτήρια για να αναγνωρίσει τις ικανότητες, τα ταλέντα, της δεξιότητες και τα προσόντα/την εμπειρία του υποψηφίου.
2. Ο υπεύθυνος πρόσληψης πρέπει να αναζητήσει έναν εργαζόμενο που θα μπορεί να ανταπεξέλθει σε περιόδους ευημερίας αλλά και να θέλει να βοηθήσει σε περιόδους κρίσης. Άρα, πρέπει να ψάξει κάποιον ο οποίος είναι έμπιστος θέλει να δεσμευτεί με την επιχείρηση.
3. Ο υπεύθυνος πρόσληψης πρέπει να γνωρίζει τον βασικό μισθό ώστε να μπορεί να διαπραγματευτεί με τους υποψηφίους. Επομένως, πρέπει να ενημερωθεί πριν οποιαδήποτε διαπραγμάτευση σύμβασης.

Κατά τη διάρκεια της διαδικασίας πρόσληψης, πρέπει να γνωρίζουμε της γνωστές μεθόδους που χρησιμοποιούνται από οργανισμούς, όπως:

1. Άμεση διαφήμιση

Δημιουργία αγγελιών εργασίας σε ιστοσελίδες εύρεσης εργασίας, πίνακες θέσεων εργασίας, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εκδόσεις του τομέα. Όλες αυτοί οι μέθοδοι είναι εξαιρετικοί τρόποι εύρεσης ενδιαφερομένων.

Η απευθείας διαφήμιση βοηθάει επίσης την φήμη της εταιρίας, είναι όμως σημαντικό να γίνει σωστά η τοποθέτηση των αγγελιών για να μην προσελκύσετε ακατάλληλους υποψηφίους. Ένα μειονέκτημα είναι το ότι η εξωτερική διαφήμιση μπορεί να είναι πολύ ακριβή. Γνωστές ιστοσελίδες εύρεσης εργασίας, είναι οι: [EURES](#), [monster](#), [infojobs](#), [glassdoor](#), [linkedin](#), [indeed](#) κ.α.

2. Παραπομπή από άλλους εργαζόμενους

Μία επιλογή είναι να ρωτήσετε τους ήδη υπάρχοντες υπαλλήλους σας να σας προτείνουν άτομα για κενές θέσεις εργασίας. Είναι μία πολύ γρήγορη, αποτελεσματική και αξιόπιστη διαδικασία, εφόσον το προσωπικό σας θα προτείνει τους καλύτερους πιθανούς υποψήφιους. Επιπλέον, μπορείτε να έρθετε σε επαφή με άλλους γνωστούς, να ρωτήσετε φίλους, κ.ο.κ.

3. Γραφεία Εύρεσης Εργασίας και Κυνηγοί Ταλέντων

Τα γραφεία εύρεσης εργασίας είναι εξωτερικά και θα διαχειριστούν όλη την διαδικασία πρόσληψης για εσάς. Αν και είναι πολύ βοηθητικές οι υπηρεσίες τους για εταιρίες ή επιχειρήσεις που δεν έχουν εσωτερικό τομέα διαχείρισης προσωπικού, είναι πολύ ακριβές. Επιπλέον, τα γραφεία εύρεσης εργασίας εξειδικεύονται σε διάφορους τομείς όπως το μάρκετινγκ, οι πωλήσεις, η διοίκηση, τα οικονομικά, τα λογιστικά, οι πελατειακές σχέσεις κ.λ.π., άρα πρέπει να κάνετε τη σωστή επιλογή γραφείου με βάση την περιγραφή της θέσης εργασίας και τον τομέα. Εκτός αυτών, υπάρχει και η επιλογή των κυνηγών ταλέντων που σκοπός τους είναι να βρουν τον κατάλληλο υποψήφιο για μια συγκεκριμένη θέση.

4. Επαγγελματικοί Σύλλογοι

Αν αναζητάτε να προσλάβετε επαγγελματικούς και τεχνικούς εργαζομένους, οι επαγγελματικοί σύλλογοι μπορεί να είναι πιο κατάλληλοι, εφόσον δραστηριοποιούνται μεταξύ εταιριών και ενδιαφερομένων. Επίσης, εμπορικά επιμελητήρια, πανεπιστήμια και τοπικές κυβερνήσεις στηρίζονται στις βάσεις δεδομένων με υποψηφίους και μπορούν να βοηθήσουν στην διαδικασία ανεύρεσης του κατάλληλου εργαζομένου.

5. Διαφήμιση στον Τύπο

Μπορείτε επίσης να αναρτήσετε τις διαθέσιμες θέσεις εργασίας σε περιοδικά του τομέα σας, κρατικές και τοπικές εφημερίδες, συμπεριλαμβανομένων και των επικρατέστερων διαδικτυακών πηγών. Μην ξεχνάτε πως μερικοί ενδιαφερόμενοι ψάχνουν πρώτα σε σχετικά επαγγελματικά περιοδικά αντί για τις εφημερίδες.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΒΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣΛΗΨΗΣ;

Τα τυπικά βήματα της διαδικασίας πρόσληψης ποικίλουν ανάλογα με τη θέση εργασίας. Οι περισσότερες όμως ομάδες πρόσληψης συνήθως ακολουθούν τα παρακάτω:

1. Αναγνώριση της ανάγκης για νέο εργαζόμενο.
2. Απόφαση αν η πρόσληψη θα γίνει εξωτερικά ή εσωτερικά.
3. Ανάλυση των αρμοδιοτήτων και των υποχρεώσεων της θέσης, σύνταξη της αγγελίας εργασίας και ανάρτηση της στο διαδίκτυο.
4. Συλλογή παραπομπών από εργαζόμενους.
5. Επιλογή αντίστοιχων πηγών (εξωτερικές ή εσωτερικές).
6. Ορισμός των σταδίων πρόσληψης και των χρονικών πλαισίων.
7. Αξιολόγηση των βιογραφικών στη βάση δεδομένων της εταιρείας.
8. Δημιουργία λίστας επικρατέστερων υποψηφίων
9. Συνέντευξη υποψηφίων (μέσω βιντεοκλήσης, τηλεφώνου, προσωπικής επαφής, κ.ο.κ)

5.6.2 Μέθοδοι Δημιουργίας Κινήτρων για το προσωπικό



image from freepik / freepik.com

ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΕΝΑ ΦΙΛΙΚΟ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Οι εργαζόμενοι σας περνάνε μεγάλο μέρος της καθημερινότητάς τους στον χώρο εργασίας. Για το λόγο αυτό, πρέπει να προσπαθήσετε να κάνετε το περιβάλλον εργασίας όσο πιο φιλικό και ελκυστικό γίνεται. Επίσης, αν δημιουργήσετε μια ευχάριστη ατμόσφαιρα, το προσωπικό θα είναι πιο ευδιάθετο στην εργασία του.

ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΤΕ ΤΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ ΣΑΣ

Μέσα σε έναν οργανισμό, θα υπάρξουν περιπτώσεις που θα υπάρχει περισσότερη πίεση απ' ό,τι συνήθως. Κίνητρα όπως η χρηματική επιβράβευση ή οι ημερήσιες άδειες μπορούν να είναι μία καλή τακτική εμψύχωσης των εργαζομένων, που επιφέρει πολλά οφέλη και για την επιχείρησή σας.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Όλοι επικοινωνούν μεταξύ τους στο χώρο εργασίας, μπορεί όμως να είναι το πιο δύσκολο. Συνεπώς, φροντίστε να αφιερώνετε έστω ένα μικρό κομμάτι της ημέρας να συζητάτε με το προσωπικό σας. Η θετική επικοινωνία είναι το κλειδί, πάντα να θυμάστε πως λειτουργείτε ως ομάδα. Ακούστε τα σχόλια, τις ιδέες και τα παράπονα των εργαζομένων, και θα βρείτε νέους και ενδιαφέροντες τρόπους που θα βελτιώσουν την επιχείρησή σας.

ΠΡΟΑΓΕΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Η εκπαίδευση των εργαζομένων είναι αναγκαία για ενημερωθούν σχετικά με το τι πρέπει να γνωρίζουν εκ των προτέρων στην καριέρα τους και να καταλάβουν εις βάθος τις αρμοδιότητές τους. Το προσωπικό σας επιζητά την επαγγελματική ανάπτυξη, να νιώθουν ολοκληρωμένοι και να απολαμβάνουν την εμπειρία εργασίας. Αν μπορείτε να δημιουργήσετε ένα καλό σύστημα επαγγελματικής εξέλιξης, θα αυξήσετε επίσης και την δέσμευσή του προσωπικού σας.

ΌΛΕΣ ΟΙ ΙΔΕΕΣ ΕΙΝΑΙ ΕΥΠΡΟΣΔΕΚΤΕΣ

Γνωρίζατε πως οι καλύτερες ιδέες χάνονται λόγω εγωισμού; Όλοι είναι μοναδικοί και απρόβλεπτοι και μπορούν να δημιουργήσουν σπουδαία πράγματα και ιδέες που μπορεί να έχουν πολλά οφέλη. Μερικές φορές, όσο ανόητη ή ανούσια μπορεί να ακούγεται μία ιδέα ή μια πρόταση, μπορεί στο τέλος να είναι το κλειδί για την επιτυχία.

ΑΛΛΑΞΤΕ ΤΗΝ ΜΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΜΗ ΜΕΡΑ

Η ευελιξία του χώρου εργασίας σας τον κάνει ελκυστικό. Για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει να βασιστείτε στο πρόγραμμα και τους στόχους σας, πράγμα που σημαίνει ότι πρέπει να προσαρμόζετε τα ωράρια σας με βάση τους πελάτες σας. Παρόλα αυτά, υπάρχουν οργανισμοί που προσφέρουν την δυνατότητα τηλεργασίας, ή ακόμα και της τετραήμερης εργασίας την εβδομάδα με παραπάνω ώρες εργασίας τη μέρα.

5.6.3 Μέθοδοι εξασφάλισης της ευεξίας του προσωπικού

Η ευεξία ή η «ευτυχία του προσωπικού» δημιουργεί οφέλη για τις επιχειρήσεις. Έχει συνδεθεί με την δέσμευση και την παραγωγικότητα των εργαζομένων. Λόγω αυτού, ευεξία σημαίνει το πως η εργασία του υπαλλήλου – οι αρμοδιότητες, οι απαιτήσεις, το στρες, το περιβάλλον – επηρεάζει την υγεία και τη χαρά του. Για να ξεκινήσουμε, πρέπει να απαντήσετε πρώτα τις παρακάτω ερωτήσεις:

- Διατίθεται και ενθαρρύνεται η εκπαίδευση διοίκησης και ηγεσίας; Δίνεται η δυνατότητα στους εργαζόμενους να μάθουν νέες δεξιότητες;
- Είναι γνωστή και θετικά αναγνωρισμένη η κουλτούρα της επιχείρησης μεταξύ των εργαζομένων;
- Υπάρχει σεβασμός μεταξύ των εργαζομένων;
- Έχει το διοικητικό προσωπικό καλές σχέσεις με το προσωπικό; Πως διαχειρίζονται τα προβλήματα ;
- Υπάρχουν ξεκάθαροι κανόνες και διαδικασίες για την αποφυγή παρενόχλησης, διάκρισης και μεροληψίας (συμπεριλαμβανομένου του στιγματισμού για ψυχικές ασθένειες); Είναι ενήμερο το προσωπικό σχετικά;
- Υπάρχουν εγκαταστάσεις για άσκηση στο χώρο εργασίας, όπως ερμάρια, θέσεις ποδηλάτων, ντουζ; Μπορεί το προσωπικό να κινείται με ασφάλεια στο χώρο κατά την διάρκεια της εργασίας του;
- Είναι ευχάριστο το εργασιακό περιβάλλον;

Αξιοσημείωτες μέθοδοι ευεξίας προσωπικού:

Εξάσκηση ενσυνείδησης

Η ενσυνείδηση μπορεί να συμβάλλει στη μείωση του στρες, στην ενίσχυση των σχέσεων, στην ενδυνάμωση της συγκέντρωσης και στην ανάπτυξη της αυτογνωσίας και των αντοχών. Παρομοίως, ο καθοδηγούμενος διαλογισμός προσφέρει πολλά οφέλη όπως η μείωση του βάρους, η μείωση του στρες και η βελτίωση της διάθεσης και σκέψης. Η εγκαθίδρυση μιας εξάσκησης στην εταιρία ενθαρρύνει την συλλογικότητα και είναι μια τέλεια άσκηση κουλτούρας.

Για παράδειγμα:

- Εισάγετε σύντομες πρακτικές εξάσκησης για να εισάγετε την ενσυνείδηση στην εταιρεία σας
- Κάνετε μικρά διαλλείματα από τις ηλεκτρονικές συσκευές (αν χρειάζεται)
- Συγκεντρωθείτε σε ένα μόνο πράγμα κάθε φορά

- Προσπαθήστε να παίρνετε ανάσες

Ενθαρρύνετε τις φιλίες μεταξύ των εργαζομένων

Οι φίλοι μπορούν να συνεργαστούν πιο αποτελεσματικά, επειδή γνωρίζουν τα δυνατά και τα αδύναμα στοιχεία του άλλου, και συνεπώς μπορούν να μοιράσουν τα καθήκοντα με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο, με καλύτερα αποτελέσματα για την επιχείρησή σας.

Όπως προαναφέρθηκε, το αίσθημα ασφάλειας, υποστήριξης και αναγνώρισης στο χώρο εργασίας μπορεί να βελτιώσει την παραγωγικότητα, αλλά και οι κοινωνικές επαφές ευθύνονται για την απελευθέρωση οξυτοκίνης στον οργανισμό, ορμόνη που ονομάζεται και το ναρκωτικό της αγάπης. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η ύπαρξη φίλων στον εργασιακό χώρο σας βοηθά να γίνεστε καλύτεροι με τη βελτίωση της επικοινωνίας και της συνεργασίας. Κάποιες απλές ιδέες που μπορούν να διευκολύνουν τη δημιουργία σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων είναι οι παρακάτω:

1. Ενθαρρύνετε έθιμα ή τελετουργικά των ομάδων
2. Σπάστε την ρουτίνα, δίνοντας την ευκαιρία για δουλειά σε εξωτερικό χώρο ή από το σπίτι
3. Επιτρέψτε στους εργαζόμενους να κάνουν μεγαλύτερα διαλλείματα
4. Οργανώστε ένα κοινωνικό γεγονός/δρώμενο στον χώρο εργασίας
5. Συμμετέχετε σε μία ομάδα ή ένα σύλλογο
6. Παρέχετε την επιλογή μαθημάτων
7. Ορίστε δύσκολους στόχους και δουλέψτε σκληρά για την ολοκλήρωσή τους

Οργανώστε εθελοντικά προγράμματα και Ημέρες Εθελοντισμού

Εφόσον βρίσκεστε σε αγροτική περιοχή, μπορείτε να συμβάλλετε σε εθελοντικές δράσεις μιας και αυτές οι δραστηριότητες ενισχύουν το αίσθημα ευτυχίας, την προσωπική ικανοποίηση από τη ζωή, τον αυτοσεβασμό, τον αυτοέλεγχο, τη σωματική υγεία και συνολικά στο νου και στο σώμα. Όσον αφορά τα είδη του εθελοντισμού, μπορείτε να βρείτε κάτι σχετικό με τον τομέά σας ή κάτι εντελώς διαφορετικό.

Ξεκινήστε ουσιαστικές συζητήσεις

Είναι γνωστό ότι η ικανότητα να μιλάμε για διαφορετικές πτυχές της ζωής μας, όπως συναισθήματα και σκέψεις, εκφράζει τη δυνατότητα επικοινωνίας και βοηθά στη δημιουργία καλύτερης αντιμετώπισης της εργασίας μας. Είναι πολύ εύκολο, απλά ξεκινήστε να ακούτε ενεργά και αναρωτηθείτε πώς νιώθουν οι άνθρωποι και τι επιρροή έχει αυτό (θετική ή αρνητική) στις πράξεις τους και τις σχέσεις τους στη δουλειά. Νοιάζεστε πραγματικά για εκείνους; Αυτό είναι το μυστικό, είμαστε άνθρωποι και χρειαζόμαστε σχέσεις.

Για παράδειγμα:

- Κάνετε ένα κομπλιμέντο
- Βοηθήστε τους εργαζόμενους με τις επαγγελματικές τους υποχρεώσεις
- Υποστηρίξτε τους
- Δείξτε ευγνωμοσύνη, πείτε ευχαριστώ
- Κάνετε μια ευγενική πράξη

5.6.4 Μέθοδοι Ελέγχου Προσωπικού

Είναι σημαντικό να μετράτε τα αποτελέσματα της διαχείρισης σας. Το να γνωρίζετε την συμβολή σας, σας βοηθάει να μάθετε τι δούλεψε και τι όχι, ώστε να βελτιώσετε τις μελλοντικές αποφάσεις σας. Επιπλέον, είναι σημαντικός ο τακτικός έλεγχος στη διοίκηση προσωπικού επειδή επιτρέπει την παρακολούθηση της διεκπεραίωσης των καθηκόντων και βοηθάει στην τροποποίηση του σχεδίου δράσης για να αποφευχθούν σφάλματα. Μέσω αυτού, μπορείτε επίσης να αξιολογήσετε τις δεξιότητες, τα δυνατά στοιχεία και τις αδυναμίες του κάθε υπαλλήλου. Με βάση τα παραπάνω, αυτοί οι μέθοδοι αξιολόγησης δίνουν τη δυνατότητα να:

- Ορίζετε σαφείς στόχους
- Παρέχετε feedback άμεσα
- Ενισχύσετε την απόδοση και τα κίνητρα των εργαζομένων
- Εντοπίσετε ανάγκες εκπαίδευσης και ανάπτυξης
- Προσφέρετε πληροφορίες για μη αποτελεσματικές εργασίες
- Βελτιώσετε τη δέσμευση και την παραμονή των εργαζομένων
- Προσαρμόζει την ατομική απόδοση μέσω επιχειρηματικών στόχων
- Μετατρέψετε το εργατικό δυναμικό σε στρατηγικό πλεονέκτημα

Τύπος 1. Μη ποσοτικές Μέθοδοι Ελέγχου

Μη ποσοτικές μέθοδοι ελέγχου θεωρούνται αυτές που στοχεύουν στον έλεγχο της στάσης και της απόδοσης των εργαζομένων. Οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται συνήθως για τον έλεγχο της οργανωτικής απόδοσης είναι οι εξής:

- Παρακολούθηση

- Περιοδικοί έλεγχοι στην πράξη
- Ρητές και γραπτές αναφορές
- Κριτικές απόδοσης
- Καλοσχεδιασμένη αξιολόγηση απόδοσης

Τύπος 2. Ποσοτικές Μέθοδοι Ελέγχου

Οι ποσοτικές τεχνικές βασίζονται σε συγκεκριμένα δεδομένα ή πληροφορίες με σκοπό την μέτρηση και τη διόρθωση της ποσότητας και της ποιότητας του αποτελέσματος. Σε μερικές περιπτώσεις, μπορεί να γίνει χρήση προγραμμάτων στον υπολογιστή. Η χρήση λογισμικού ή υπολογιστικών φύλλων, μπορεί να φανεί χρήσιμη στον έλεγχο και τον υπολογισμό της παραγωγικότητας, αποκαλύπτοντας τον αριθμό των προϊόντων που ένας εργαζόμενος μπορεί να παράγει σε ένα συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο.

Μέθοδος Διοίκησης μέσω Στόχων: αποκαλύπτει πόσο η παραγωγικότητα ενός εργαζομένου συνεισφέρει στους στόχους και τους σκοπούς της εταιρίας σας.

Μέτρηση Παραγωγικότητας Πωλήσεων: παρουσιάζεται η παραγωγικότητα με μεγάλη ακρίβεια, όπως ο αριθμός ολοκληρωμένων πωλήσεων, ο συνολικός αριθμός πωλήσεων, ο αριθμός καινούργιων πελατών, κλπ

Μέτρηση Παραγωγικότητας Υπηρεσιών: δείχνει την παραγωγικότητα μέσω του αριθμού των ολοκληρωμένων δραστηριοτήτων και του αριθμού των πελατών που εξυπηρετούνται σε μια μέρα ή μια ώρα. Επιπλέον, η κριτική των πελατών, τα στοιχεία του προϊόντος (π.χ. απόδοση ταχύτητας προϊόντος) κ.α. δίνουν τη δυνατότητα μέτρησης της παραγωγικότητας.

Μέθοδος Διαχείρισης Χρόνου: αυτή η μέθοδος επιτρέπει στους εργαζόμενους και τους υπευθύνους να θέτουν στόχους για τη μείωση του χαμένου χρόνου. Πλέον, υπάρχουν διαθέσιμα βοηθητικά προγράμματα λογισμικού που μετρούν με ακρίβεια πόσο χρόνο εργάζεται κάποιος παραγωγικά (ή μη), όπως harvest, Proofhub, clarizen, teamwork, κλπ.



image from freepik / freepik.com

5.7. Αξιολόγηση

Η ανάλυση των επιχειρηματικών διαδικασιών είναι η διαδικασία ολοκλήρωσης μιας αξιολόγησης και της απόκτησης κατανόησης των επιχειρηματικών διαδικασιών. Περιέχει την αξιολόγηση των μερών μίας διαδικασίας, συμπεριλαμβανομένων των καταχωρήσεων, των αποτελεσμάτων, των διαδικασιών, των ελέγχων, του προσωπικού, των εφαρμογών, των δεδομένων, των τεχνολογιών και αλληλεπιδράσεων για την επίτευξη αποτελεσμάτων. Μας βοηθάει να αναγνωρίσουμε τα κομμάτια που λειτουργούν σωστά, ή αντίθετα, αυτά που χρειάζονται βελτίωση. Οι διαδικασίες αξιολόγησης συμπεριλαμβάνουν μεταξύ άλλων την αξιολόγηση χρόνου, τις διαδικασίες ποιότητας, την αλυσίδα αξίας, το κόστος, τις πρότυπες διαδικασίες κλπ.

5.7.1 Μέτρηση της οικονομικής απόδοσης

Η ανάλυση της οικονομικής απόδοσης σας δίνει πληροφορίες για το πως λειτουργεί η επιχείρησή σας και αν αναπτύσσεται με το σωστό τρόπο.

Μετρώντας την αποδοτικότητα

Η μέτρηση της αποδοτικότητας είναι μείζουσας σημασίας ώστε να αυξηθούν τα έσοδα της εταιρίας, και γι' αυτό χρήζει βαθύτατης ανάλυσης. Λάβετε υπόψη τα ακόλουθα:

Το **Περιθώριο Μεικτού Κέρδους** μετράει τα χρήματα που κερδίζετε. Είναι επίσης γνωστό και ως άμεσο κόστος πωλήσεων και εισφορών.

Το **Λειτουργικό Περιθώριο Κέρδους** είναι γνωστό ως ΚΠΤΦ (κέρδη προ τόκων και φόρων). Αυτό σημαίνει ότι συμπεριλαμβάνει την αποδοτικότητα αλλά όχι τις πληρωμές φόρων.

Το **Περιθώριο Κέρδους** μετράει όλα τα κόστη, όχι μόνο τα άμεσα. Άρα, συμπεριλαμβάνει τον τόκο και τις πληρωμές φόρων στον υπολογισμό του κέρδους.

Η **Απόδοση Χρησιμοποιηθέντος Κεφαλαίου** υπολογίζει το καθαρό κέρδος ως ποσοστό του συνολικού χρησιμοποιηθέντος κεφαλαίου σε μια επιχείρηση. Με αυτή τη μέθοδο θα καταλάβατε αν τα χρήματά σας επενδύονται σωστά.

Άλλοι σημαντικοί λογιστικοί δείκτες:

Οι λογιστικοί δείκτες προσφέρουν χρήσιμες μετρήσεις εργασιακής απόδοσης, όπως:

Δείκτες ρευστότητας, που δείχνουν τις βραχυπρόθεσμες οικονομικές υποχρεώσεις

Δείκτες αποδοτικότητας, που δείχνουν κατά πόσο γίνεται ορθή χρήση των επιχειρηματικών κεφαλαίων

Δείκτες χρηματοοικονομικής μόχλευσης, που δείχνουν την βιωσιμότητα του χρέους

5.7.2 Μέτρηση πελατών

Το κλειδί είναι η προσπάθεια της διατήρησης των πελατών, κάτι σημαντικό για όλες τις επιχειρήσεις. Ο κύριος στόχος είναι να δείτε την επιχείρησή σας μέσα από τα μάτια των πελατών σας, κάτι που θα βοηθήσει στο να μην παρεκκλίνετε καθώς μελετάτε τις επιλογές ανάπτυξης.

Προσπαθήστε να λάβετε όσες πληροφορίες μπορείτε, συμπεριλαμβανομένων των παρακάτω:

Δεδομένα πωλήσεων: δίνουν πληροφορίες για το τι επιλέγουν να αγοράσουν οι πελάτες σας και τι όχι. Εκτός αυτού, δείχνει μια ξεκάθαρη εικόνα των προτιμήσεων τους.

Παράπονα: προσφέρουν πληροφορίες για πράγματα που μπορούμε να βελτιώσουμε αλλά να θυμάστε πως πολλοί πελάτες θα επιλέξουν να αλλάξουν προμηθευτή πριν κάνουν κάποιο παράπονο.

Ερωτηματολόγια και κάρτες σχολίων: ένας καλός τρόπος ελέγχου πληροφοριών και της πελατειακής ικανοποίησης.

Mystery Shopping: η πρακτική του να σταλθεί κάποιος από την εταιρία ως πελάτης είναι μια καλή επιλογή για να γίνει έλεγχος της απόδοσης του προσωπικού, αν έχετε εταιρεία που πουλάει προϊόντα σε πελάτες.

Λογισμικά για τη διαχείριση των πελατειακών σχέσεων (CRM), όπως τα HubSpot, NetSuite, fresh sales, μπορεί να αποτελέσουν πανίσχυρα εργαλεία για να αναλύσετε πληροφορίες σχετικά με τους πελάτες σας, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας.

5.7.3 Μέτρηση των Εργαζομένων

Η εταιρία σας και οι εργαζόμενοί σας είναι η ίδια ομάδα, οπότε είναι σημαντικό να γνωρίζετε τι κάνει το προσωπικό σας και αν επιτυγχάνονται οι στόχοι.

Μέτρηση μέσω συναντήσεων και μίτινγκ

Είναι καλή ιδέα να οργανώνετε απλές συναντήσεις και κάποια πιο επίσημα μίτινγκ για τον έλεγχο και την ενθάρρυνση της προσωπικής προόδου των υπαλλήλων σας. Έτσι, ακούγονται οι απόψεις και από τις δύο πλευρές και μπορείτε να ελέγξετε τους στόχους των υπαλλήλων σας και να μετρήσετε την πρόοδο των εργαζομένων ως προς την επίτευξη τους.

Τα τακτικά μίτινγκ με το προσωπικό μπορούν επίσης να αποτελέσουν ένα χρήσιμο εργαλείο εφόσον δίνουν πληροφορίες για σημαντικά θέματα ή εξελίξεις που μπορεί να μην έχουν τραβήξει την προσοχή της διοίκησης άμεσα.

Ποσοτική μέτρηση της απόδοσης των εργαζομένων

Η απόδοση των εργαζομένων μπορεί να μετρηθεί μέσω εργαλείων διοίκησης, και οι πιο συχνές μετρήσεις είναι το κέρδος των πωλήσεων και η συνεισφορά ανά εργαζόμενο. Αν θέλετε να ελέγξετε την εργασιακή απόδοση ποσοτικά, είναι πιο εύκολο να εφαρμοστεί σε συγκεκριμένους τομείς όπως επίσης και σε συγκεκριμένους εργαζόμενους. Παρόλα αυτά, αυτά τα είδη μετρήσεων μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε οποιαδήποτε επιχείρηση ή τομέα. Για παράδειγμα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να αξιολογήσετε πόσες ώρες ένας εργαζόμενος ξοδεύει σε ένα έργο και αν αυτός ο χρόνος είναι κερδοφόρος ή όχι.

Your company and employees are the same team, that is why is important to know what your staff are doing and if objectives are gained.

5.7.4 Συγκριτική αξιολόγηση με άλλες επιχειρήσεις - benchmarking

Είναι γνωστό ότι είναι χρήσιμο και βοηθητικό να συγκρίνετε την επιχείρησή σας με τους ανταγωνιστές. Είναι όμως σημαντικό και να σιγουρευτείτε πως οι στόχοι σας είναι σωστά καθορισμένοι. Συνεπώς, η συγκριτική αξιολόγηση είναι ένας πολύτιμος τρόπος να βελτιώσετε την κατανόηση της απόδοσης και των δυνατοτήτων της επιχείρησής σας συγκρίνοντας την με άλλες επιχειρήσεις. Αναρωτηθείτε:

Γνωρίζετε την θέση σας στην αγορά;

Ποιο μερίδιο της αγοράς σας αντιστοιχεί;

Ποια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα έχετε; Πως μπορείτε να βελτιωθείτε;

Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σας; Τι κάνουν;



5.8. Κώδικας δεοντολογίας

5.8.1 Ορισμός του κώδικα δεοντολογίας

Κώδικας δεοντολογίας ονομάζεται η συλλογή αξιών και συμπεριφορών που οι άνθρωποι θεωρούν ηθικές, και συμπεριλαμβάνουν ηθικές αρχές και πρότυπα που πρέπει να ακολουθούνται από τους εργοδότες αλλά και από τους εργαζόμενους στο χώρο εργασίας. Για αυτό το λόγο, αυτοί οι κανόνες και οι κανονισμοί πρέπει να υιοθετούνται από όλο το προσωπικό.

5.8.2 Πυλώνες του κώδικα δεοντολογίας

Οι πυλώνες του κώδικα δεοντολογίας είναι οι εξής:

ΕΜΠΙΣΤΟΣΎΝΗ

- Να φέρεστε με αξιόπιστο τρόπο
- Να είστε φερέγγυοι και να έχετε συνέπεια λόγων και πράξεων

ΣΕΒΑΣΜΟΣ

- Να φέρεστε όπως επιθυμείτε να σας φέρονται
- Δείξτε κατανόηση σε οποιοδήποτε παράπονο

ΕΙΛΙΚΡΎΝΕΙΑ

- Πάντα να λέτε την αλήθεια, σε οποιαδήποτε επιχειρηματική διαδικασία
- Να υπάρχει απόλυτη διαφάνεια σε οποιαδήποτε πληροφορία το προσωπικό έχει το δικαίωμα να γνωρίζει

ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ

- Όλες οι πράξεις και τα συναισθήματα σας είναι δική σας ευθύνη
- Να ενημερώνετε το προσωπικό για όλες τις υποχρεώσεις
- Να αποδέχεστε τις επιπτώσεις των αποφάσεων σας και να πράττετε με σκοπό την βελτίωση της εταιρικής συμπεριφοράς

ΑΜΕΡΟΛΗΨΙΑ

- Πάντα να πράττετε με βάση τους υπάρχοντες κανόνες συμπεριφοράς

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ

- Να δείχνετε ενδιαφέρον για την ευημερία των υπαλλήλων σας

ΚΟΙΝΩΝΙΚΉ ΑΓΩΓΉ

- Να σέβεστε τους κανόνες και τα έθιμα της κοινωνίας
- Να φέρεστε με κοινωνική υπευθυνότητα

ΑΚΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

- Τηρείστε τις υποσχέσεις σας
- Να πράττετε με σκοπό τη βελτίωση της συμπεριφοράς ή την αποφυγή δύσκολων καταστάσεων

5.8.3 Στρατηγικές για την ενδυνάμωση του κώδικα δεοντολογίας στο χώρο εργασίας

Για να δημιουργήσετε ένα χώρο εργασίας με πιο δεοντολογική οργανωτική κουλτούρα, συνιστούμε τα ακόλουθα:

1. **Να είστε πρότυπο και να είναι εμφανές.** Πρέπει το προσωπικό σας να λαμβάνει ως πρότυπο τον τρόπο συμπεριφοράς των διοικητικών στελεχών της εταιρίας σχετικά με το τι θεωρείται αποδεκτό στο χώρο εργασίας.
2. **Ενδυναμώστε το μήνυμα.** Είναι δυνατόν να επικοινωνείτε τις βασικές αξίες και τον κώδικα δεοντολογίας της εταιρίας μέσω e-mail, στην ιστοσελίδα της επιχείρησης, σε διάφορα μίνιγκ της εταιρείας και κατά τα τελικά στάδια της διαδικασίας πρόσληψης νέου προσωπικού.
3. **Οργανώστε εκπαίδευση πάνω στον κώδικα δεοντολογίας.** Οργανώστε σεμινάρια, εργαστήρια, και άλλα παρόμοια προγράμματα εκπαίδευσης ώστε να ενδυναμώσετε τους κεντρικούς κανόνες συμπεριφοράς του οργανισμού σας, να ξεκαθαρίσετε τι επιτρέπεται στο χώρο εργασίας και τι όχι, και να αντιμετωπίσετε πιθανά ηθικά διλήμματα.
4. **Επικοινωνήστε πιθανές προσδοκίες σχετικά με τον κώδικα δεοντολογίας.** Είναι σημαντικό να δημιουργήσετε πρώτα ένα ασφαλές, ανοιχτό περιβάλλον επικοινωνίας. Οι εργαζόμενοι πρέπει να ασπάζονται και εκείνοι τους κανόνες και της αξίες της εταιρίας. Να θυμάστε, πάντως, πως ένας

κώδικας δεοντολογίας καθίσταται άχρηστος αν η διοίκηση δεν προβάλλει τα πρότυπα ηθικής συμπεριφοράς.

5. **Προστατεύστε τους υπαλλήλους σας.** Οποιοσδήποτε θα ένιωθε φοβισμένος αν έπρεπε να αναφέρει ανήθικη συμπεριφορά από κάποιον σε ανώτερη θέση ή και από κάποιο διοικητικό στέλεχος. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι προστασίας της ταυτότητας ενός εργαζομένου και να εγγυηθείτε την ακεραιότητα τους. Ένας ειδικός σε θέματα κώδικα δεοντολογίας ή κάποιος σύμβουλος ηθικής μπορεί να βοηθήσει σε τέτοιες καταστάσεις.
6. **Να επιβραβεύετε ανοιχτά τις ηθικές πράξεις και να υπάρχουν κυρώσεις για τις ανήθικες.** Αυτό σημαίνει την καθιέρωση ενός εμφανούς κώδικα επιβράβευσης ηθικής συμπεριφοράς. Αντίστοιχης σημασίας είναι η τιμωρία σε περιπτώσεις ανήθικης συμπεριφοράς.

5.8.4 Παραδείγματα χώρων εργασίας με κώδικα δεοντολογίας

Αναμφίβολα, το να θέσετε τον δικό σας κώδικα ή επιχειρησιακές πολιτικές δεοντολογίας δεν είναι και το πιο εύκολο. Είναι ένα μείγμα των δικών σας αξιών, εκπαίδευσης και αρχών. Όπως προαναφέρθηκε, υπάρχουν συγκαλυμμένοι κανόνες στην ευρύτερη κοινωνία, όχι πολιτισμικοί ή θρησκευτικοί, και πρέπει να τους ακολουθούμε.

Παραδείγματα ηθικής συμπεριφοράς στον χώρο εργασίας συμπεριλαμβάνουν:

1. Σεβασμός προς τους κανόνες της επιχείρησης
2. Να αναλαμβάνετε την ευθύνη των πράξεων και των συναισθημάτων σας
3. Εμπιστοσύνη
4. Αναλάβετε πρωτοβουλίες, ακόμα και αν δεν σας ζητείται
5. Σεβασμός στους συνεργάτες σας
6. Να αποφεύγετε ανήθικες πρακτικές όπως ψέματα, να παίρνετε τα εύσημα για επιτεύγματα άλλων, λεκτική παρενόχληση, βία, παρατεταμένα διαλλείματα, κλοπή, σεξουαλική παρενόχληση κλπ



image from drobotdean / freepik.com

5.8.5 Δημιουργώντας ένα δεοντολογικό χώρο εργασίας

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι να προάγετε την ηθική διαγωγή μεταξύ του προσωπικού σας προκειμένου να πετύχετε τους στόχους σας και να αξιολογήσετε τους πόρους και τις ανάγκες σας.

Μία επιτυχής επιχείρηση ξεκινάει με ένα καλό σχέδιο. Επομένως, πρέπει να σκεφτείτε:

- Ποιες είναι οι κοινές προκλήσεις σχετικά με τον κώδικα δεοντολογίας στο εργασιακό περιβάλλον ή στο χώρο εργασίας σας;
- Που υπάρχει το υψηλότερο ρίσκο; Ποιες ομάδες εργαζομένων, τοποθεσίες, μέρη της επιχείρησης κ.λ.π. ενέχουν πιθανώς περισσότερους κινδύνους;
- Ποιες αξίες είναι σημαντικές για την επιχείρηση και τους εργαζόμενους σας;
- Ποιες αξίες είναι αναγκαίες για την επιχείρηση σας, ειδικότερα στον τομέα σας;
- Ποιος κώδικας δεοντολογίας μπορεί να ωφελήσει τους εργαζόμενους; Ποια μέσα στήριξης (π.χ. τηλεφωνική γραμμή, διεύθυνση email, κάποιος υπάλληλος ή συμβούλιο, εσωτερικό κοινωνικό δίκτυο, κλπ) είναι πιο πιθανά να χρησιμοποιηθούν και να βοηθήσουν περισσότερο;
- Ποιες ομάδες παρέχουν αναγκαίες πληροφορίες για την ανάπτυξη του κώδικα και των αξιών σας; Ποιες θα μπορούσαν να βοηθήσουν;

Μπορείτε να αποκομίσετε πληροφορίες με διαφορετικούς τρόπους, αλλά όσο περισσότερες πληροφορίες συγκεντρώσετε από τους υπαλλήλους, τόσο περισσότερα δεδομένα για σύγκριση και ανάλυση. Σε περίπτωση που θέλετε να δημιουργήσετε το δικό σας κώδικα δεοντολογίας χωρίς να τη συμμετοχή του προσωπικού, μπορείτε απλά να σκεφτείτε και να αναλύσετε τον τρόπο λειτουργίας του στην επιχείρησή σας.

5.8.6 Θεμελιώστε μία ισχυρή βάση

Μόλις αναγνωρίσετε τις ανάγκες σας, είναι αναγκαίο το να δημιουργήσετε μία καλή βάση, εφόσον είναι ένα δυνατό εργαλείο για να αποφευχθεί η πίεση στην τήρηση προτύπων και οι ανήθικες συμπεριφορές. Σας επιτρέπει να αναφέρετε παρατηρήσεις που κάνετε και το προσωπικό σας δεν θα νιώθει πίεση ότι δεν ακολουθεί ή παρερμηνεύει τους κανόνες. Όντως, όταν εμφανιστούν αθέμιτες συμπεριφορές, οι εργαζόμενοι θα μπορούν να αναφέρουν το οποιοδήποτε πρόβλημα εσωτερικά. Επομένως, πρέπει να λάβετε υπόψη τα παρακάτω βήματα:

1. Να εμφανίζονται γραπτώς κάπου τα πρότυπα του κώδικα δεοντολογίας στο χώρο εργασίας.
2. Να παρέχεται σωστή εκπαίδευση πάνω στα πρότυπα.
3. Να παρέχονται συμβουλές και υλικό πάνω στον κώδικα δεοντολογίας.

4. Να δημιουργείτε εργαλεία για την αναφορά πιθανών παραβιάσεων εμπιστευτικά και ανώνυμα.
5. Να γίνονται αξιολογήσεις ηθικής συμπεριφοράς.
6. Να τεθεί ένα σύστημα κυρώσεων για περιπτώσεις αθέμιτης συμπεριφοράς.
7. Ένα αποτελεσματικό πρόγραμμα κώδικα δεοντολογίας πρέπει να διέπεται από:
8. Ελευθερία αμφισβήτησης της διοίκησης χωρίς φόβο
9. Επιβράβευση για την τήρηση του κώδικα δεοντολογίας
10. Έλλειψη επιβράβευσης των κακών πρακτικών, ακόμα κι αν επιφέρουν θετικά αποτελέσματα για την επιχείρηση
11. Θετική ανατροφοδότηση για ηθική συμπεριφορά
12. Ετοιμότητα των εργαζομένων για την αναφορά ανήθικης συμπεριφοράς
13. Ετοιμότητα των εργαζομένων να αναζητούν συμβουλές σχετικά με τον κώδικα δεοντολογίας

Χτίστε μία κουλτούρα ακεραιότητας.

Όπως προαναφέρθηκε, ένας αποτελεσματικός κώδικας δεοντολογίας και ένα πρόγραμμα συμμόρφωσης μπορεί να βοηθήσουν στο χτίσιμο μίας κουλτούρας ακεραιότητας μεταξύ όλων των μελών της εταιρίας σας. Για το λόγο αυτό, είναι σημαντικό να:

- Τονίζετε τη σημασία του κώδικα δεοντολογίας
- Να κρατάτε τους υπαλλήλους ενήμερους για θέματα που τους επηρεάζουν.
- Να κρατάτε τις υποσχέσεις και τις δεσμεύσεις σας προς τους εργαζόμενους.
- Να αναγνωρίζετε και να επικροτείτε ηθικές συμπεριφορές.
- Να θεωρείτε υπόλογους αυτούς που δεν τηρούν τα πρότυπα του κώδικα δεοντολογίας.
- Να δημιουργήσετε ένα πρότυπο συμπεριφοράς όχι μόνο επαγγελματικά, αλλά και προσωπικά.

Να είστε προσηλωμένοι στις αξίες σας κάθε στιγμή.

Οι οργανισμοί με ακεραιότητα μένουν πάντα πιστοί στις αξίες τους, ακόμα και σε περιόδους κρίσης. Τέτοιοι περίοδοι φέρουν τεράστια ένταση συναισθημάτων και είναι σημαντικές στιγμές για τον καθορισμό προτεραιοτήτων και την αναγνώριση της σημασίας του κώδικα δεοντολογίας. Διάφορες πολλαπλές διαδικασίες περιλαμβάνονται στις εταιρικές αξίες που χαρακτηρίζουν την καθημερινότητα στην εταιρεία, όπως:

- Πολιτικές διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού και εφαρμογή τους

- Συστήματα επιβράβευσης
- Διαδικασίες πρόσληψης και παραμονής προσωπικού
- Διαχείριση και αξιολόγηση απόδοσης
- Αποφάσεις προαγωγών

Επαναξιολογήστε και αναθεωρήστε όπου είναι αναγκαίο.

Όλα αλλάζουν. Γι' αυτό το λόγο, θα έρθετε αντιμέτωποι με νέες καταστάσεις στο χώρο εργασίας και είναι σημαντικό να αναγνωρίσετε και να αξιολογήσετε πιθανούς κινδύνους και να αναθεωρήσετε την κατάσταση του κώδικα δεοντολογίας στην επιχείρησή σας. Μπορείτε να αξιολογήσετε την κατάσταση μέσω ερευνών ή συναντήσεων μικρών ομάδων. Μέσω συχνής αξιολόγησης, θα κατανοήσετε ποιοι πόροι είναι χρήσιμοι και λειτουργούν σωστά.

5.9. Βιωσιμότητα

Βιωσιμότητα σημαίνει να υπάρχει μία ισορροπία μεταξύ των ανθρώπων, του πλανήτη και του κέρδους. Ο βασικός στόχος είναι η επιτυχία και η βιωσιμότητα μακροπρόθεσμα και είναι σημαντικό να προστατεύσουμε την υγεία και την ευημερία των εργαζομένων μας.

Είναι αλήθεια πως ο σκοπός όλων των επιχειρήσεων είναι η οικονομική βιωσιμότητα και η μεγιστοποίηση του κέρδους. Αυτό σημαίνει πληρωμή κατώτατου μισθού, ανοιχτά γραφεία για ελαχιστοποίηση εξόδων, και κυρίως μεγιστοποίηση του κέρδους. Παρόλα αυτά, πρόσφατες έρευνες δείχνουν πως ένα βιώσιμο περιβάλλον εργασίας σημαίνει μακροπρόθεσμη κερδοφορία. Άρα, η υιοθέτηση μιας οικολογικής νοοτροπίας είναι μία ευκαιρία να χρησιμοποιήσετε τους πόρους αποδοτικά, ενώ ταυτόχρονα δημιουργούνται πιο υγιή περιβάλλοντα για τους εργαζόμενους σας. Για παράδειγμα μπορείτε να:

- Μειώσετε την χρήση υλικών πόρων, μειώνοντας την ποσότητα περιβαλλοντικής μόλυνσης.
- Χρησιμοποιείτε ανακυκλώσιμα υλικά στα γραφεία.
- Αποφεύγετε τις πλαστικές συσκευασίες.
- Χρησιμοποιείτε λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας στο γραφείο και φώτα με αισθητήρες κίνησης στα μπάνια και σε άλλα μέρη του κτηρίου που δεν χρησιμοποιούνται συνέχεια.
- Διαμορφώσετε ποιοτικούς και ασφαλείς χώρους εργασίας, κάνοντας χρήση φυσικών πόρων όπως ο φυσικός φωτισμός.
- Τοποθετήστε παράθυρα και να αυξήσετε τη φυσική ανανέωση αέρα.
- Παρέχετε χώρους αποθήκευσης ποδηλάτων και άλλων μέσων μετακίνησης
- Επιλέξτε βιώσιμους προμηθευτές
- Τοποθετήσετε φυτά στο χώρο εργασίας για την ανανέωση του καθαρού αέρα.



image from freepik / freepik.com

5.9.1 Οφέλη ενός βιώσιμου χώρου εργασίας

Είναι κοινώς αποδεκτό πως μπορούμε να αποκομίσουμε σημαντικά οφέλη δημιουργώντας ενός βιώσιμο χώρο εργασίας, που επιτρέπει τη μείωση των εξόδων, την ενδυνάμωση της παραγωγικότητας και την αφοσίωση του προσωπικού. Πρόσφατες έρευνες δείχνουν πως οι «πράσινοι» χώροι εργασίας:

- Μειώνουν τον μέσο όρο αδειών υγείας ανά εργαζόμενο
- Μειώνουν τα έξοδα αδειών για λόγους υγείας
- Βελτιώνουν την παραγωγικότητα
- Αυξάνουν την ικανοποίηση των εργαζομένων
- Συμβάλλουν στη διατήρηση του προσωπικού

Συνοπτικά, είναι σημαντικό να εστιάσετε στη δημιουργία ενός βιώσιμου ανθρώπινου δυναμικού αν η επιχείρησή σας στοχεύει να δεσμευτεί και να παράγει αυθεντικά και πετυχημένα αποτελέσματα κι έτσι θα έχει μεγάλο αντίκτυπο στην τοπική αλλά και τη διεθνή κοινότητα.

Σύντομο Τεστ Γνώσεων 5

Τα τεστ γνώσεων, θα βοηθήσουν τους μαθητές να φρεσκάρουν γρήγορα την ύλη που διδάχθηκαν σε αυτήν την ενότητα.

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Οι μέθοδοι ελέγχου προσωπικού είναι:

- A) Συστάσεις από άλλους εργαζόμενους, γραφεία εύρεσης εργασίας και μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- B) Άμεση διαφήμιση, συστάσεις από άλλους εργαζόμενους, γραφεία εύρεσης εργασίας, επαγγελματικοί σύλλογοι, διαφημίσεις στον τύπο
- Γ) Άμεση διαφήμιση, συστάσεις από άλλους εργαζόμενους, γραφεία εύρεσης εργασίας, επαγγελματικοί σύλλογοι

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Ο κώδικας δεοντολογίας είναι μία συλλογή αξιών και συμπεριφορών που οι άνθρωποι θεωρούν ως ηθικές, και συμπεριλαμβάνει αξίες, ηθικές αρχές και πρότυπα που πρέπει να ακολουθούνται τόσο από τους εργοδότες όσο και από τους εργαζομένους στο χώρο εργασίας.

- A) Σωστό
- B) Λάθος

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Αξιολογούμε τις επαγγελματικές διαδικασίες επειδή... (Επιλέξτε την λανθασμένη απάντηση)

- A) μας επιτρέπει να γνωρίζουμε το πως τρέχει η επιχείρηση μας και αν αναπτύσσεται σωστά.
- B) το κλειδί είναι η διατήρηση των πελατών και είναι σημαντικό κομμάτι όλων των επιχειρήσεων.
- Γ) μας δίνει γενικές και όχι σχετικές πληροφορίες για το πως λειτουργούν τα πάντα.

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Οι ποσοτικές τεχνικές για τη διαδικασία πρόσληψης προσωπικού στηρίζονται σε συγκεκριμένα δεδομένα ή πληροφορίες με σκοπό τη μέτρηση και διόρθωση της ποσότητας και της ποιότητας του αποτελέσματος. Σε μερικές περιπτώσεις μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε Η/Υ.

- A) Σωστό
- B) Λάθος

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Η βιωσιμότητα στο χώρο εργασίας μπορεί να μειώσει το μέσο όρο των αδειών για λόγους υγείας ανά εργαζόμενο, να βελτιώσει την αποδοτικότητα, να μειώσει την ικανοποίηση του προσωπικού και τη διατήρηση των ικανοτήτων.

A) Σωστό

B) Λάθος



Εκπαιδευτικές Δραστηριότητες

Οι δραστηριότητες που παρουσιάζονται παρακάτω έχουν σχεδιαστεί ειδικά για εκπαιδευτικούς και δασκάλους, ως εργαλεία, μέσω των οποίων θα μπορούν να διδάξουν συγκεκριμένες δεξιότητες στους καταρτιζόμενους/συμμετέχοντες.

Δραστηριότητα 1

ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΡΟΣΛΗΨΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Εισαγωγή

Η διαδικασία πρόσληψης δεν είναι τόσο εύκολη όσο νομίζουμε, εφόσον η σωστή διεξαγωγή της χρειάζεται γνώση. Υπάρχουν πολλά είδη πρόσληψης που οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν για να προσελκύσουν το καλύτερο δυνατό προσωπικό. Αυτό σημαίνει πως οι εργοδότες πρέπει να χρησιμοποιήσουν τακτικές που ταιριάζουν στο δικό τους περιβάλλον και απευθύνονται στους επιθυμητούς υποψηφίους. Κατά τη διαδικασία πρόσληψης, χρειάζεται να γνωρίζουμε με σιγουριά το τι ψάχνουμε, που σημαίνει να γνωρίζουμε αναλυτικά τις υποχρεώσεις της θέσης, τα χαρακτηριστικά του προφίλ του προσωπικού κα. Ο βασικός στόχος αυτής της άσκησης είναι να εμπλέξει την ομάδα σε μία διαδικασία πρόσληψης ώστε να λάβουν τις αναγκαίες γνώσεις για διαδικασίες πρόσληψης στο μέλλον.

Επεξήγηση

Στην κάθε ομάδα δίνεται ένας ρόλος. Θα πρέπει να προσομοιώσουν καταστάσεις ώστε να ανταπεξέλθουν στη διαδικασία πρόσληψης. Κατά την διάρκεια της δραστηριότητας, οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν τους βασικούς στόχους που πρέπει να πετύχουν και θα χρειαστεί να εκτελέσουν τη διαδικασία σαν να ήταν τμήμα διοίκησης ανθρωπίνων πόρων. Είναι αναγκαίο να δείξουμε πραγματικά παραδείγματα διαδικτυακά, ώστε να δείξουμε ποιες είναι η λέξεις κλειδιά που ένας υπεύθυνος διαδικασίας πρόσληψης θα χρησιμοποιούσε, την περιγραφή της θέσης εργασίας ή τα καθήκοντα της, την περιγραφή της εταιρίας, τι ψάχνουμε και τι προσφέρουμε.

Ομάδα 1:

Η εταιρία σας προσφέρει υπηρεσίες κατάρτισης σε τοπικές κυβερνήσεις, οργανισμούς, κλπ.. Πρέπει να προσλάβετε έναν διαχειριστή ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την ανεύρεση νέων πελατών και για το κλείσιμο της ατζέντας. Πρέπει να σκεφτείτε τα χαρακτηριστικά της θέσης εργασίας, το προφίλ του προσωπικού που σας ενδιαφέρει και ποιες μέθοδοι είναι οι καλύτερες για την εύρεση του καλύτερου υποψηφίου για την επιχείρησή σας.

Ομάδα 2:

Η εταιρεία σας είναι υπεύθυνη για την πώληση προϊόντων άρδευσης. Έχετε μεγάλη εμπειρία στον τομέα σας αλλά αναζητάτε νέες προοπτικές και επιθυμείτε να προσλάβετε προσωπικό για το μάρκετινγκ ώστε να

δημιουργήσετε το καλύτερο πλάνο εργασίας και να βρείτε νέα επί μέρους προϊόντα. Σκεφτείτε τα χαρακτηριστικά της θέσης εργασίας, το προφίλ του προσωπικού που σας ενδιαφέρει και ποιες μέθοδοι είναι οι καλύτερες για την εύρεση του καλύτερου υποψηφίου για την επιχείρησή σας.

Ομάδα 3

Η εταιρεία σας είναι υπεύθυνη για την πώληση γραφικής ύλης. Το τελευταίο τετράμηνο, η επιχείρησή σας έχει μεγαλώσει σημαντικά, άρα είναι αναγκαία η πρόσληψη ενός ατόμου με εμπειρία πάνω στη χρηματοοικονομική διοίκηση. Σκεφτείτε τα χαρακτηριστικά της θέσης εργασίας, το προφίλ του προσωπικού που σας ενδιαφέρει και ποιες μέθοδοι είναι οι καλύτερες για την εύρεση του καλύτερου υποψηφίου για την επιχείρησή σας.

Ομάδα 4:

Η εταιρεία σας κατασκευάζει έπιπλα. Χρειάζεται να προσλάβετε έναν υπάλληλο για τις πωλήσεις και τη διαχείριση συμβάντων για την εταιρεία σας. Σκεφτείτε τα χαρακτηριστικά της θέσης εργασίας, το προφίλ του προσωπικού που σας ενδιαφέρει και ποιες μέθοδοι είναι οι καλύτερες για την εύρεση του καλύτερου υποψηφίου για την επιχείρησή σας.

Διαδικασία

- ✓ Αρχίσετε να συστήνετε τις διαδικασίες επιλογής προσωπικού
- ✓ Δείξτε διαφορετικά παραδείγματα κενών θέσεων εργασίας στο LinkedIn ή άλλα κοινωνικά δίκτυα για να δείξετε πώς οι υπεύθυνοι πρόσληψης αναρτούν τις αγγελίες τους, λέξεις κλειδιά και άλλα επιθυμητά χαρακτηριστικά προσωπικού.
- ✓ Χωρίστε το τμήμα σε τέσσερις (4) ομάδες και αναθέστε έναν από τους παραπάνω ρόλους στην καθεμία. Βεβαιωθείτε πως όλοι έχουν καταλάβει τι πρέπει να κάνουν ως ομάδα. Να θυμάστε πως ο ρόλος τους κατά την προσομοίωση είναι αυτός ενός τμήματος Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων και πρέπει να δικαιολογήσουν την κάθε τους απόφαση.
- ✓ Δώστε τους 10-15 λεπτά να προετοιμαστούν για τη δραστηριότητα.

Έπειτα, πρέπει να παρουσιάσουν το αποτέλεσμα στο υπόλοιπο τμήμα.

Διάρκεια:
45 λεπτά

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΟ ΥΛΙΚΟ:

Χαρτί, μολύβι/στυλό

Διδακτικό πλάνο

Χρόνος	Επί μέρους δραστηριότητα	Τύπος	Υλικό	Περιγραφή
10 λεπτά	Εισαγωγή	Θεωρία	Διαδίκτυο	Παρουσιάστε τη διαδικασία πρόσληψης και δείξτε πραγματικά παραδείγματα στο διαδίκτυο
3 λεπτά	Δημιουργία ομάδων	Πρακτική Προετοιμασία	Γραφική ύλη	Χωρίστε το τμήμα σε 4 ομάδες
20 λεπτά	Διαδικασία πρόσληψης σε παιχνίδι ρόλων	Ομαδική Εργασία	-	Τους δίνεται ο ρόλος και η άσκηση που πρέπει να ολοκληρώσουν
10 λεπτά	Αποτελέσματα Ομάδων	Παρουσίαση	-	Οι ομάδες παρουσιάζουν τα αποτελέσματά τους στους άλλους

Δραστηριότητα 2

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΥΜΒΑΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΚΑΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

Εισαγωγή

Η εύρεση και διατήρηση πελατών είναι σημαντική για όλες τις επιχειρήσεις. Βασικός στόχος είναι να δείτε την επιχείρησή σας μέσα από τα μάτια του πελάτη σας, ώστε να μην παρεκκλίνετε των στόχων σας όσο αναζητάτε επιλογές ανάπτυξης. Πρέπει να λάβετε όσες περισσότερες πληροφορίες γίνεται για να καταγράψετε και να αξιολογήσετε την ικανοποίηση των πελατών, συμπεριλαμβανομένων των παραπόνων και των συμβάντων. Κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας, οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να αναλύσουν μια μελέτη περίπτωσης ως προσομοίωση παιχνιδιού ρόλων.

Επεξήγηση της δραστηριότητας

Δίνεται σε κάθε ομάδα μία μελέτη περίπτωσης. Όπως προαναφέρθηκε, θα είναι προσομοιώσεις περιπτώσεων κατά τις οποίες οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να ανταπεξέλθουν σε ένα συμβάν, σε παράπονα και στην εξυπηρέτηση πελατών. Κατά την διάρκεια της άσκησης, οι εκπαιδευόμενοι θα πρέπει να φέρουν εις πέρας τη διαδικασία ως οργανισμός. Είναι αναγκαίο να δείξετε αληθινά παραδείγματα στο διαδίκτυο ώστε να έχουν μια ιδέα της διαδικασίας με σκοπό την αξιολόγηση της ικανοποίησης πελατών (τοποθεσία, παροχές, δραστηριότητες, κλπ.), να ενημερωθείτε για τους πελάτες ώστε να βελτιώσετε διαφορετικές πτυχές και να εντοπίσετε τυχόν παράπονα για να αναλύσετε τις βασικές τους αιτίες.

Για να αναλύσετε και να αξιολογήσετε την εταιρεία σας, θα παρουσιάσετε μία μελέτη περίπτωση ενός οργανισμού διαμονής τύπου Bed and Breakfast που βρίσκεται στα Πυρηναία Όρη. Ο βασικός στόχος είναι να βρείτε πώς θα παρακολουθείτε τα σχόλια των πελατών, την ικανοποίησή τους και διάφορα συμβάντα. Είναι σημαντική η δημιουργικότητα, ασχέτως της ακρίβειας των απαντήσεών τους, ο βασικός σκοπός είναι η ενίσχυση της ιδέας ότι οι πελάτες είναι ουσιώδεις για το κέρδος της επιχείρησης. Να θυμάστε πως θα πρέπει να κάνετε προσομοίωση του παιχνιδιού ρόλων και να εξηγήσετε γιατί πάρθηκε η κάθε απόφαση. Δώστε στην κάθε ομάδα 25 λεπτά για προετοιμασία. Έπειτα, η κάθε ομάδα θα πρέπει να παρουσιάσει την ιδέα της και όλες οι ομάδες θα συζητήσουν τα παρακάτω:

- Γιατί είναι σημαντική η διαχείριση εξυπηρέτησης πελατών;
- Θεωρείτε ότι οι πελάτες έχουν πάντα δίκιο;

- Ποιος είναι ο βασικός σκοπός του οργανισμού σας; (δημιουργία κέρδους, βιωσιμότητα...)
- Πως μπορείτε να μάθετε την άποψη των πελατών για εσάς; (διαδίκτυο, προσωπικό...)

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ:

Η εταιρεία σας εξειδικεύεται στον αγροτικό τουρισμό. Βρίσκεστε στα Πυρηναία, μία μοναδική τοποθεσία μέσα στη φύση. Εκτός από τη διαμονή, εξειδικεύεστε και στο βιώσιμο οικοτουρισμό, προσφέροντας υπηρεσίες οργανωμένων εκδρομών με ξεναγό, δραστηριότητες περιπέτειας στη φύση και οινοποιητικό οικοτουρισμό. Έχετε την επιχείρησή σας για έξι (6) χρόνια και λόγω του μεγάλου αριθμού πελατών σας, δεν μπορείτε να παρακολουθείτε τα παράπονα, τα σχόλια και την ικανοποίηση των πελατών σας. Το προσωπικό σας αποτελείται από 2 υπαλλήλους υποδοχής σε διαφορετικές βάρδιες, 2 υπαλλήλους καθαριότητας, 2 υπαλλήλους προετοιμασίας πρωινού και εσάς που διαχειρίζεστε οτιδήποτε άλλο στην εταιρεία, συμπεριλαμβανομένων και των χρηματοοικονομικών. Εφόσον θέλετε να αρχίσετε να διαχειρίζεστε την εξυπηρέτηση πελατών, πρέπει να:

- αξιολογήσετε την ικανοποίηση πελατών (τοποθεσία, κατάλυμα, δραστηριότητες, κλπ)
- να παρακολουθείτε τους πελάτες για να βελτιώσετε διαφορετικά τμήματα της επιχείρησης
- να παρακολουθείτε ισχυρισμούς και να αναλύετε τους βασικούς λόγους πίσω από αυτούς (καθαριότητα, ποιότητα πρωινού...)

Να θυμάστε πως μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις δικές σας ιδέες αν μπορείτε να τις αιτιολογήσετε ορθά. Επίσης, μπορείτε να συμπεριλάβετε συσκευές διαδικτύου, CRM, ή άλλα εργαλεία που θεωρείτε χρήσιμα. Εξερευνήστε διαφορετικές ιδέες!

Απαντήστε τα παρακάτω:

- Γιατί είναι σημαντική η διαχείριση εξυπηρέτησης πελατών;
- Θεωρείτε ότι οι πελάτες έχουν πάντα δίκιο;
- Ποιος είναι ο βασικός σκοπός του οργανισμού σας;
- Πως μπορείτε να μάθετε την άποψη των πελατών για εσάς;

Διάρκεια:
1 ώρα

ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΥΛΙΚΑ:

Χαρτί και στυλό/μολύβι

Διδακτικό Πλάνο

ΧΡΟΝΟΣ	ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΤΥΠΟΣ	ΥΛΙΚΟ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
5 λεπτά	Εισαγωγή	Θεωρία	-	Εξηγήστε το βασικό ζητούμενο. Εξηγήστε τη σημασία της διαχείρισης εξυπηρέτησης πελατών. Βρείτε διαφορετικά πραγματικά παραδείγματα γνωστών εταιρειών.
3 λεπτά	Δημιουργία ομάδων	Πρακτική Προετοιμασίας	Γραφική ύλη	Χωρίστε το τμήμα σε τέσσερις ομάδες.
25 λεπτά	Ομαδική δραστηριότητα	Ομαδική Εργασία	-	Τους δίνεται η μελέτη περίπτωσης και πρέπει να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν διαχείριση εξυπηρέτησης πελατών.
10 λεπτά	Αποτελέσματα Ομάδων	Παρουσίαση	-	Οι ομάδες παρουσιάζουν τα αποτελέσματά τους στους άλλους.

Βιβλιογραφία και Παραπομπές

1. The Top 8 Methods for Accurately Measuring Employee Productivity [Blog publication]. (s.f.). In <https://www.universalclass.com/articles/business/the-top-8-methods-for-accurately-measuring-employee-productivity.htm>
2. Mental Health Foundation. (2018). Five Ways to Wellbeing at Work [Guide]. In <https://www.mentalhealth.org.nz/assets/5-ways-toolkit/Five-Ways-to-Wellbeing-at-Worknew.pdf>
3. Chamber of commerce of metropolitan Monreal's Accir Experts. (2009). Measure performance and set targets [Blog publication]. In <https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/measure-performance-and-set-targets/>
4. The Ethics & Compliance Initiative. (s.f.). Five Keys to Reducing Ethics and Compliance Risk [Blog Publication]. In <https://www.ethics.org/resources/free-toolkit/reducing-risk/>
5. Business Management Ideas. (s.f.). Methods Employed For Recruiting Employees (3 Methods) Employee Management [Blog Publication]. in <https://www.businessmanagementideas.com/recruitment/methods-employed-for-recruiting-employees-3-methods-employee-management/2491>
6. Kissflow. (2019). A Definitive Guide to Employee Performance Appraisal Methods [Blog Publication]. In <https://www.businessmanagementideas.com/recruitment/methods-employed-for-recruiting-employees-3-methods-employee-management/2491>
7. Food and Agriculture Organization of United Nations. (s.f.). Session guide: Performance appraisal [Blog Publication]. In <http://www.fao.org/3/w7505e/w7505e06.htm#TopOfPage>
8. Workplace and Psychology, & Nguyen, S. (2014). Creating an Ethical Organizational Culture [Blog Publication]. In <https://workplacepsychology.net/2011/02/14/creating-an-ethical-organizational-culture/>
9. Mintz, S. (2011). [Blog Publication]. A Code of Ethics in the Workplace. In <https://www.workplaceethicsadvice.com/2011/12/a-code-of-ethics-in-the-workplace.html>
10. Heathfield, S. M. (2019). Did You Bring Your Ethics to Work Today? [Blog Publication]. In <https://www.thebalancecareers.com/did-you-bring-your-ethics-to-work-today-1917741>

11. Xenofontos, A. (s.f.). Benefits of creating a sustainable workplace [Blog Publication]. In <https://axiomworkplaces.com.au/our-insight/sustainable-workplace-benefits/>
12. Citibank. (2006). Basic Business Operations. In https://www.citigroup.com/citi/citizen/community/data/guide6_eng.pdf
13. Forbes, & Kappel, M. (s.f.). 6 Ways To Measure Small Business Success [Blog Publication]. In https://www.citigroup.com/citi/citizen/community/data/guide6_eng.pdf
14. Omolewu, G. (s.f.). Strategies for Improving Ethical Behaviors in Organizations. In https://www.citigroup.com/citi/citizen/community/data/guide6_eng.pdf
15. The WITS Business School Journal, & Schoeman, C. (2012). An ethics strategy is essential to create an ethical business [Journal]. In <https://www.ethicsmonitor.co.za/An-ethics-strategy-is-essential-to-create-an-ethical-business.aspx>



Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 1

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Σωστή Απάντηση: c

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Σωστή Απάντηση: b

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Σωστή Απάντηση: b

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

1. Εκπλήρωση ενός κοινωνικού σκοπού και πραγματοποίηση θετικής συνεισφοράς στις κοινότητες, π.χ. υγειονομική περίθαλψη, εκπαίδευση, στέγαση.
2. Παροχή νέων ροών εισοδήματος τόσο για τα άτομα όσο και για τους οργανισμούς (Χρησιμοποιώντας διαφοροποίηση της παραγωγής και τμηματοποίηση της αγοράς)
3. Παροχή ευκαιριών στις κοινότητες για αυξημένο εισόδημα και δημιουργία θέσεων εργασίας
4. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα προσφέρει όλους τους διαθέσιμους πόρους (γη, εργατικό δυναμικό, κεφάλαιο, χρόνο) προκειμένου να αξιοποιηθούν παραγωγικά (προστιθέμενη αξία)
5. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιτρέπει στα άτομα να αξιοποιούν το πάθος, τα ταλέντα, τις γνώσεις και τις δεξιότητες τους για την δράση τους μέσα σε μια κοινωνική επιχείρηση.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Σωστή Απάντηση: d

Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 2

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Σωστή Απάντηση: b

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Σωστή Απάντηση: a

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Σωστή Απάντηση: c

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Σωστή Απάντηση: d

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Σωστή Απάντηση: a

Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 3

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

150

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Η ποιότητα της απόφασης μπορεί να εκφραστεί ως συνάρτηση του f (Αποτελεσματικότητα, Αποδοτικότητα, Εφαρμογή, Χρόνος)

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Τεχνική πρώτα μικρού μετά μεγάλου αιτήματος

Τεχνική πρώτα μεγάλου μετά μικρού αιτήματος

Τεχνική αυξημένων αιτημάτων

Τεχνική του «όχι μόνο αυτό»

Τεχνική των συνεχόμενων καταφάσεων

Τεχνική του «Δεν αναρωτιέμαι»

Τεχνική της απάντησης στην ερώτηση με ερώτηση

Τεχνική της Τοποθέτησης

Τεχνική της Υποχρέωσης

Τεχνική της προσφοράς με σκοπό την επιστροφή

Επανάληψη του μηνύματος

Η γοητεία του φόβου

Τεχνική της έλλειψης

Τεχνική του ασυνήθιστου αιτήματος

Τεχνική Συντόμευσης «Επειδή»

Τεχνική Συντόμευσης Ποιότητας-Τιμής

Τεχνική «όλα ένα ευρώ»

Η αρχή της εξουσίας

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

1) Παρατήρηση και ορισμός του προβλήματος, 2) Ανάλυση του προβλήματος, 3) Ανάπτυξη εναλλακτικών λύσεων, 4) Εφαρμογή της επιλεγμένης λύσης, 5) Αξιολόγηση του αποτελέσματος

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Θα πρέπει να μπορεί να εκτελεί βασικές λειτουργίες για την προστασία των εργαλείων του (χρησιμοποιώντας προγράμματα προστασίας από ιούς και κωδικούς πρόσβασης κ.λπ.) και να γνωρίζει ότι δεν είναι αξιόπιστες όλες οι πληροφορίες στο Διαδίκτυο. Πρέπει να γνωρίζει ότι τα διαπιστευτήρια (όνομα χρήστη και κωδικός πρόσβασης) μπορεί να κλαπούν. Ακόμη χρειάζεται να ξέρει ότι δεν πρέπει να αποκαλύπτει ιδιωτικές πληροφορίες στο Διαδίκτυο καθώς και ότι η χρήση ψηφιακής τεχνολογίας μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την υγεία του. Τέλος, χρειάζεται να ξέρει πως μπορεί να λάβει απλά μέτρα για εξοικονόμηση ενέργειας.

Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 4

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Ένα επιχειρηματικό πλάνο είναι ένα σχέδιο επιτυχίας και βέλτιστων πρακτικών στην επιχειρηματική διαδικασία. Είναι ένα αρχείο που εξηγεί το επιχειρηματικό μοντέλο καθώς και το στρατηγικό και λειτουργικό πλάνο με πολλές λεπτομέρειες.

Ένα επιχειρηματικό πλάνο είναι η οπτική του επιχειρηματία για τις στοχευμένες στρατηγικές και λειτουργικές πλευρές των ιδεών του. Είναι μια χαρτογράφηση μέσω του οποίου ο επιχειρηματίας στοχεύει να μετατρέψει μια ιδέα σε μια σταθερή, βιώσιμη και αναπτυσσόμενη επιχείρηση.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Παρόμοιο με το επιχειρηματικό πλάνο, μια επιχειρηματική χαρτογράφηση είναι μια μακροπρόθεσμη οπτική του πού πηγαίνει ο οργανισμός και πώς μπορεί να φτάσει εκεί. Αλλά αυτό που το διαφοροποιεί από το τυπικό επιχειρηματικό πλάνο είναι ότι αποτελεί μια πιο εξελιγμένη οπτικοποίηση της συνολικής εικόνας της επιχείρησης.

Μια επιχειρηματική χαρτογράφηση είναι ένα μακροπρόθεσμο αρχείο στρατηγικής.

Σε αντίθεση με ένα μακροσκελές επιχειρηματικό πλάνο, δεν παρουσιάζει τα επί μέρους αντικείμενα και δραστηριότητες που απαιτούνται με μεγάλη λεπτομέρεια.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Ένα καλό επιχειρηματικό πλάνο ξεκινά με μια «Σύνοψη», η οποία είναι μια συγκεντρωτική περίληψη όλων των τμημάτων καταγεγραμμένη σε τουλάχιστον τέσσερις σελίδες.

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Μια πολλά υποσχόμενη επιχειρηματική ιδέα πρέπει να έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Σχετική (πρέπει να ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών ή να επιλύει τα προβλήματα τους)
- Καινοτόμα
- Μοναδική
- Στοχευμένη
- Επικερδής μακροπρόθεσμα

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Ένα επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει να αναλύει ακριβώς τη στρατηγική της επιχείρησης και να την ενισχύει με λεπτομερείς διαδικασίες μάρκετινγκ και επιχειρησιακά σχέδια. Καλό θα ήταν να εξηγεί πώς οι δραστηριότητες στην αλυσίδα αξίας της επιχείρησης – αλυσίδα διαχείρισης προμηθειών, λειτουργίες, διανομές, υπηρεσίες

μάρκετινγκ, πωλήσεων και μετά τις πωλήσεις – θα εκτελούνται για να αποφέρουν αξία και ικανοποίηση στους πελάτες της.



Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 5.1

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Στο διαδίκτυο, σε τοπικά επιχειρηματικά περιοδικά και εφημερίδες, μέσω του προσωπικού δικτύου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Αποστολή, Αξίες, Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα, Όραμα, πλάνο δράσης, Οικονομική εκτίμηση και Αξιολόγηση προόδου.

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Είναι ένα ακρωνύμια για την τεχνική ορισμού στόχων. Κάθε στόχος πρέπει να είναι Συγκεκριμένος (Specific), Μετρήσιμος (Measurable), Εφικτός (Achievable), Ρεαλιστικός (Realistic), Επικαιρος (Timely).

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Το εργαλείο MS Office ή τις δωρεάν εναλλακτικές του.

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Προϊόν, Τιμή, Τοποθεσία, Προώθηση, Άνθρωποι, Διαδικασίες, Φυσικά στοιχεία

Απαντήσεις στο Σύντομο Τεστ Γνώσεων 5.2

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Σωστή Απάντηση: b

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Σωστή Απάντηση: a

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Σωστή Απάντηση: c

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Σωστή Απάντηση: a

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Σωστή Απάντηση: b