



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα -
Μελέτη περίπτωσης επιχειρηματικού
σχεδίου Φ-Ζην.

Επιβλέπων:

ΑΧΙΛΛΕΑΣ ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ

Φοιτήτριες :

Σοφία Αποστολάκη Α.Μ: 117/11

Αργυρώ Μίαρη Α.Μ: 177/11

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2015

Περίληψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία ολοκληρώθηκε τον Νοέμβριο του 2015, από τις φοιτήτριες Σοφία Αποστολάκη και Αργυρώ Μίαρη και αποτελείται από δύο μέρη, το θεωρητικό και το πρακτικό.

Απεικονίζει την σκοπιμότητα και τους στόχους του επιχειρηματικού σχεδίου, την χρήση του καθώς και τις βασικές έννοιες που περικλείουν την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Στο θεωρητικό μέρος, αναλύονται οι έννοιες του επιχειρηματία, των πράσινων επιχειρήσεων καθώς και των αγροτικών πράσινων επιχειρήσεων.

Για την καλύτερη κατανόηση των παραπάνω εννοιών, δημιουργήθηκε το επιχειρηματικό πλάνο της επιχείρησης Φ-Ζην Α.Ε. Η επιχείρηση αυτή έχει αντικείμενο της ένα θερμοκήπιο, στο οποίο παρέχεται η υπηρεσία καλλιέργειας βιολογικών φρούτων, λαχανικών και αρωματικών βοτάνων σε κατοίκους μεγάλων αστικών κέντρων. Τα οικονομικά στοιχεία που παρουσιάζονται στο πλάνο είναι πραγματικά.

Summary

This project was completed in November 2015 by students Sophia Apostolaki and Argiro Miari, the project consists of two parts theoretical and practical. It demonstrates the feasibility and objectives of the business plan, its use and the basics around the businesses and innovation. The theoretical part analyzes the concepts of green business entrepreneur and rural green businesses.

To better understand these concepts created the business plan of the firm F - Zin SA. The Company has been the subject of a greenhouse in which is provided the organic fruit growing service, vegetables and aromatic herbs to residents of large urban centers. The financial data presented in the plan is real.

Πίνακας περιεχομένων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	5
1.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	5
1.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ - ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	8
1.3 ΤΟΜΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	11
1.4 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	12
1.5 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	15
1.6 ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΕ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΙΣ ΕΕ	16
2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ	19
2.1 Η ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΛΑΝΟΥ	19
2.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ	20
2.3 ΤΟ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	22
2.4 ΣΧΕΔΙΟ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ-ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	24
2.5 ΤΟ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	26
3. ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	28
3.1 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	28
3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	29
3.2.1 Εσωτερική ή αυτοχρηματοδοτούμενη χρηματοδότηση	30
3.2.2 Εξωτερική χρηματοδότηση	30
3.3 ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	31
3.3.1 Χρηματοδότηση εξασφαλισμένη στις απαιτήσεις (<i>Factoring</i>)	31
3.3.2 Χρηματοδοτική μίσθωση (<i>Leasing</i>)	33
3.3.3 Επιχειρηματικό κεφάλαιο συμμετοχής (<i>Venture capital</i>)	34
3.3.4 Θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων (<i>Business incubators</i>)	35
3.3.5 Εμπορία απαιτήσεων (<i>Forfaiting</i>)	36
3.3.6 ΕΣΠΑ 2014-2020	38
4. ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ- ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ	44
4.1 ΠΡΑΣΙΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ	44
4.2 ΜΟΡΦΕΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ (ΠΡΑΣΙΝΩΝ) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	47
4.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ	48
4.4 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	49
ΑΠΟ ΤΗΝ ΘΕΩΡΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ	51
5. BUSINESS PLAN Φ-ΖΗΝ	52
5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	53

5.2 ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	54
5.3 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	54
5.4 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΓΟΡΑΣ	55
5.5 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING	56
5.5.1 Υπηρεσία (προϊόν)	56
5.5.2 Τιμή	56
5.5.3 Τόπος-Διανομή	57
5.5.4 Προώθηση	57
5.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ- ΟΜΑΔΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ-ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ	58
5.6.1 Ανθρώπινο δυναμικό	58
5.6.2 Ομάδα διοίκησης	59
5.6.3 Οργανωτική δομή	59
5.7 ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	60
5.8 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	61
5.9 ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	62
5.10 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	63
5.11 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	63
5.11.1 Η επιχείρηση σήμερα	63
5.11.2 Οι κατευθύνσεις της επιχείρησης	64
5.11.3 Ανάλυση SWOT	65
5.12 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	66
5.12.1 Αποτελέσματα χρήσης εταιρίας	68
5.12.2 Προϋπολογισμός αρχικής επένδυσης	69
5.12.3 Πηγές χρηματοδότησης	70
5.12.4 Ανάλυση νεκρού σημείου	70
5.13 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	71
5.13.1 Παράρτημα:1	71
5.13.2 Παράρτημα:3	72
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	73
7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	74
ΕΛΛΗΝΙΚΗ	74
Ηλεκτρονική	75

Εισαγωγή

Σκοπός της εργασίας είναι, να δοθούν στον αναγνώστη όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την επιχειρηματικότητα, τον επιχειρηματία, τις πράσινες επιχειρήσεις, τις αγροτικές επιχειρήσεις με πράσινο περιεχόμενο, την δημιουργία επιχειρηματικού πλάνου αλλά και τις πηγές χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων. Στο τέλος του θεωρητικού μέρους της παρακάτω μελέτης, παρουσιάζεται το επιχειρηματικό πλάνο μιας επιχείρησης αγροτικού (πράσινου) περιεχομένου με την παροχή αγροτικών υπηρεσιών.

Συνεπώς, το περιεχόμενο της μελέτης χωρίζεται σε δύο μέρη, το θεωρητικό, στο οποίο αναλύονται βασικές θεωρητικές παραδοχές των παραπάνω εννοιών, και το πρακτικό, όπου παρουσιάζονται εν εφαρμογή όλα όσα έχουν αναφερθεί.

Η μελέτη περίπτωσης, λοιπόν, είναι ένα επιχειρηματικό πλάνο μια νέας επιχείρησης, σε μορφή θερμοκηπίου, η οποία θα έχει ως αντικείμενο της, την παροχή υπηρεσιών καλλιέργειας φρούτων, λαχανικών και βοτάνων (αρωματικών φυτών) από τους πολίτες ενός μεγάλου αστικού κέντρου, είτε άμεσα είτε έμμεσα, ενοικιάζοντας εκτός από εδαφική έκταση και εργάτες για την καλλιέργεια αυτών.

Ακόμη, βάσει οικονομικών αναλύσεων που πραγματοποιήθηκαν, έχουν εισαχθεί πίνακες που παρουσιάζουν τον προϋπολογισμό αρχικής επένδυσης, τον πίνακα κοστολόγησης βάσει της πληρότητας των εγκαταστάσεων, τα αποτελέσματα χρήσης αυτής, το νεκρό σημείο της αλλά και το προσωπικό που θα χρησιμοποιηθεί. Επιπροσθέτως, αξίζει να αναφερθεί πως για την υλοποίηση της επιχείρησης αυτής, σημαντικός συντελεστικός παράγοντας ήταν και η έρευνα που διεξάχθηκε, με την καταμέτρηση στοιχείων που συλλέχτηκαν από τα ερωτηματολόγια που διανεμήθηκαν.

1. Επιχειρηματικότητα

1.1 Βασικές έννοιες επιχειρηματικότητας και το προφίλ του επιχειρηματία

Η έννοια της επιχειρηματικότητας δεν περιορίζεται μόνο στην έννοια της δημιουργίας μιας επιχείρησης. Από ιστορική ακόμα όψη, το ανθρώπινο είδος από πολύ νωρίς ξεκίνησε να αναλαμβάνει πρωτοβουλίες, όπως την εξημέρωση ζώων, την ανάπτυξη της κτηνοτροφίας αλλά και την καλλιέργεια φυτών και δέντρων κάθε μορφής.

Ο όρος, λοιπόν, “επιχειρώ” σημαίνει αναλαμβάνω την πρωτοβουλία να ενεργήσω έχοντας συγκεκριμένο στόχο, που στην εν λόγω περίπτωση είναι η επιβίωση. Με την επιχειρηματικότητα ο άνθρωπος επιχειρεί, προσπαθεί δηλαδή για ένα νέο αποτέλεσμα, το οποίο θα του προσφέρει ικανοποίηση, όποια σκοποθεσία κι αν έχει αυτή, είτε χρηματικό κέρδος είτε πνευματική ωφέλεια. Η επιχειρηματικότητα επομένως, είναι μια αισιόδοξη σκέψη, είναι ανάληψη κινδύνου με καλή πρόγνωση.

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει ανάλυση εννοιών που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα αλλά και τον επιχειρηματία. Θα αναλυθεί το προφίλ και θα παρουσιαστούν τα χαρακτηριστικά και οι ικανότητές, που οφείλει να έχει.

Πιο συγκεκριμένα, για να διατυπώσουμε ένα ορισμό πάνω στην έννοια της επιχειρηματικότητας, που να συνδέετε άμεσα με το ρήμα επιχειρώ, θα μπορούσαμε να την ορίσουμε ως την μελετημένη ανάλυση της διαδικασίας ανάληψης ευκαιριών και ιδεών, αλλά και την αξιολόγηση και προσαρμογή τους στην εκάστοτε περίπτωση.

Επομένως, μιλάμε για μία διαδικασία, στην οποία ο θύτης πρέπει αρχικά να παρατηρήσει και να αναγνωρίσει την ευκαιρία που του δίνεται, στη συνέχεια να την αξιολογήσει και τέλος, με τα κατάλληλα υλικά, να την προσαρμόσει στα μέτρα του αλλά και στις ανάγκες της αγοράς, με σκοπό την επίτευξη κέρδους.

Επιπροσθέτως, και η καινοτομία είναι μία έννοια, που συνδέετε άμεσα με την επιχειρηματικότητα. Η καινοτομία προέρχεται από την λατινική λέξη “*innovare*” και σημαίνει “να κάνεις κάτι νέο-εξελιγμένο”. Καθ’ ορισμό όμως, η καινοτομία είναι η εισαγωγή μίας νέας υπηρεσίας ή και προϊόντος, ή ακόμη και η διαδικασία ανάπτυξης ενός ήδη υπάρχοντος στην αγορά, αλλά με τρόπο τέτοιο, που όμοιός του δεν υπάρχει και τα χαρακτηριστικά του είναι διαφορετικά από κάποια άλλα προηγούμενα.

Η καινοτομία συνδέεται άμεσα με το νέο, το καινούριο και πρωτοποριακό. Είναι ωστόσο λογικό, να υπάρχουν αντιδράσεις και αρνητικές στάσεις πάνω σε αυτές τις ιδέες. Το αίσθημα του φόβου είναι αυτό που ωθεί τον άνθρωπο σε αυτή τη συμπεριφορά. Μερικά παραδείγματα αυτού του φόβου, είναι και οι απόψεις ορισμένων επιχειρηματιών αλλά και καταξιωμένων επιστημόνων, όπως του Lord Kelvin, Σκωτσέζου φυσικού, ο οποίος το 1897 υποστήριξε πως το ραδιόφωνο δεν έχει μέλλον, ή ακόμη και του Harry M. Warner, ιδρυτή της Warner Bros, ο οποίος το 1899 αναρωτήθηκε ποιος στην ευχή θα ήθελε να ακούσει τους ηθοποιούς να ομιλούν. Οι άνθρωποι αυτοί δε σημαίνει πως δεν ήταν καλοί επιχειρηματίες, απλώς δεν αναγνώρισαν την ευκαιρία, όπως θα έκανε ένας επιχειρηματίας.

Όπως έχουμε προαναφέρει το ανθρώπινο είδος έχει έμφυτο το ένστικτο της πρωτοβουλίας και της προσπάθειας, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι όλοι μπορούν να γίνουν επιχειρηματίες. Η μετατροπή της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα, σε συνδυασμό με την καινοτομία και την επιτυχή διαχείριση και ανάπτυξη της είναι ικανότητα.

Αυτή η μετατροπή, θα παρουσιαστεί στη συνέχεια με την μελέτη που έχει πραγματοποιηθεί, την δημιουργία ενός επιχειρηματικού πλάνου, το οποίο παρουσιάζει μια επιχειρηματική ιδέα στα αρχικά της στάδια αλλά και στην μετεξέλιξη της.

Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες βιωσιμότητας μιας επιχείρησης είναι ο επιχειρηματίας. Επομένως, ως επιχειρηματίας, ορίζεται το άτομο το οποίο αναλαμβάνει δράση και συνδυάζει καινοτόμα και δημιουργικά τους συντελεστές της παραγωγής, με αποτέλεσμα να παράγει προϊόντα και υπηρεσίες με τρόπο αποδοτικό για την επίτευξη κέρδους.

Πριν αναλύσουμε τα χαρακτηριστικά του, καλό είναι να αναφέρουμε μερικά από τα κίνητρα, τα οποία συνήθως οδηγούν στην δημιουργία μιας επιχειρηματικής κίνησης. Ορισμένα από αυτά είναι η ριζική αλλαγή στη ζωή του ατόμου, όπως για παράδειγμα ένα διαζύγιο, μια πρόσφατη απόλυση, η χρόνια ανεργία, η διαθεσιμότητα πόρων, η ανάγκη για δημιουργία κάτι νέου, η υλοποίηση μιας ήδη υπάρχουσας ιδέας αλλά και το παράδειγμα ενός άλλου επιχειρηματία, ακόμη και αν δεν έχει σχέση με τον κλάδο και την ανάγκη του πρώτου.

Τα χαρακτηριστικά, τα οποία πρέπει να διαθέτει ένας επιχειρηματίας, είτε για να δημιουργήσει την δική του επιχείρηση είτε για να διατηρήσει την ήδη υπάρχουσα και να την κάνει κερδοφόρα είναι:

- Αυτοπεποίθηση και υψηλό επίπεδο εργατικότητας: με την έννοια του να μπορεί να έχει πίστη στον εαυτό του και όρεξη για δουλειά
- Ευελιξία και δημιουργικότητα: να μπορεί να δημιουργεί νέες ιδέες και τις προσαρμόζει στην εκάστοτε αγορά
- Δέσμευση και αποφασιστικότητα
- Να αντιμετωπίζει τις δυσκολίες γρήγορα και αποτελεσματικά
- Να καινοτομεί: να μπορεί να εφευρίσκει προϊόντα και υπηρεσίες
- Να έχει υπομονή και επιμονή: να επιμένει παρά τις δυσκολίες που μπορεί να εμφανιστούν και να μπορεί να περιμένει, καθώς δεν μπορεί μια επιχείρηση να γίνει κερδοφόρα από την μία στιγμή στην άλλη
- Να μπορεί να αναλάβει κινδύνους
- Διορατικότητα: να μπορεί να βλέπει στο μέλλον και τις ανάγκες της αγοράς
- Ηγετικές ικανότητες

Εκτός από τα χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να διαθέτει κάποιος για να γίνει επιχειρηματίας, πρέπει να ακολουθήσει ορισμένα βήματα τα οποία θα τον βοηθήσουν να επιτύχει δημιουργώντας μια κερδοφόρα επιχείρηση. Τα εν λόγω βήματα πρέπει να ακολουθηθούν, κυρίως στο στάδιο, όπου ο υποψήφιος επιχειρηματίας σκέφτεται να κάνει αυτό το βήμα της δημιουργίας.

Αρχικά, θα πρέπει να γνωρίζει, πως ως δημιουργός της επιχείρησης έχει απεριόριστη **ευθύνη** και το ωράριο εργασίας δεν μπορεί να καθοριστεί. Κατά μέσο όρο, οι αυτοαπασχολούμενοι εργάζονται 64 ώρες την εβδομάδα και επομένως, το φόρτο εργασίας θα είναι σχεδόν το διπλάσιο από το μέσο εργαζόμενο. Ακόμα, έρευνες έχουν δείξει ότι το εισόδημα των νέων επιχειρηματιών αυξάνεται αρχικά με πολύ αργούς ρυθμούς και τέλος, η υποστήριξη του συζύγου- συντρόφου αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα, διότι η εργασία μπορεί να γίνει πολύ απαιτητική και η υποστήριξη μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση των προβλημάτων αλλά και γενικά των καταστάσεων που ο επιχειρηματίας καλείται να αντιμετωπίσει.

Ο επίδοξος επιχειρηματίας θα πρέπει να **απαντήσει** σε ορισμένα ερωτήματα, που έχουν τη μορφή αυτοαξιολόγησης. Το άτομο οφείλει να θέσει ορισμένα ερωτήματα στον εαυτό του, όπως για ποιο λόγο θα κάνει την δική του επιχείρηση, είναι ανάγκη ή όνειρο για αυτόν. Ακόμη, η σχέση του με την **οικογένεια** του είναι υψίστης σημασίας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, πως στη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης τα ρίσκα δεν τα παίρνει μόνο ο επιχειρηματίας αλλά και η οικογένεια του. Μάλιστα, όταν υπάρχουν παιδιά σε αυτή, ο παράγοντας ‘εισόδημα’ λαμβάνεται πιο σοβαρά υπόψη, αφού δεν θα υπάρχει σταθερό εισόδημα.

Η **θετική σκέψη** είναι ακόμη ένα βήμα που πρέπει να κάνει ο επιχειρηματίας, καθώς θα τον βοηθήσει να αντιμετωπίζει τις δυσκολίες βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα με μια πιο λογική και αισιόδοξη ματιά.

Τέλος, ιδιαίτερα σημαντικό είναι να αναφέρουμε το κυριότερο βήμα, το οποίο είναι η ‘**σκέψη**’. Ο επιχειρηματίας δεν πρέπει απλώς να σκέπτεται αλλά και να βλέπει μπροστά. Φυσικά, πριν αρχίσει να σχεδιάζει την επιχείρηση, πρέπει να αποφασίσει αν είναι σίγουρος.

1.2 Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα επιχειρηματικότητας

Η κίνηση του ατόμου να δραστηριοποιηθεί, δημιουργώντας την δική του επιχείρηση, έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, καθώς επιφέρει διάφορες συνέπειες τόσο στο άτομο μεμονωμένα όσο και στην κοινωνία και την αγορά. Ακολουθούν ορισμένα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της επιχειρηματικότητας αριθμημένα βάσει της βαρύτητας τους με τη μορφή πίνακα:

Πίνακας:1 Πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα επιχειρηματικότητας

1. Η ικανοποίηση της έναρξης μιας αυτοδημιούργητης επιχειρηματικής κίνησης	1. Ανάλυση κινδύνου πάνω στα κέρδη της επιχείρησης
2. Η ανεξαρτητοποίηση στον εργασιακό χώρο μιας και ο επιχειρηματίας έχει τον πρώτο και τελευταίο λόγο	2. Οικονομική αβεβαιότητα σε ότι αφορά τις εισπράξεις και τα έξοδα της
3. Η ευκαιρία για να υλοποιήσει τις ιδέες του	3. Ακαθόριστο ωράριο εργασίας
4. Εργασιακή ασφάλεια έτσι δεν υπάρχει ο φόβος της απόλυσης	4. Μεγάλος ανταγωνισμός
5. Δημιουργία θέσεων εργασίας, μόνιμων ή μερικής απασχόλησης με συνέπεια την μείωση της ανεργίας	5. Την ολική ευθύνη πάνω στην επιχείρηση την έχει ο επιχειρηματίας και μόνο
6. Εξασφάλιση ασφάλισης	6. Η γραφειοκρατία με την

υγείας, πράγμα πολύ σημαντικό στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης και της αβεβαιότητας	έννοια της δυσκολίας δημιουργίας της επιχείρησης
7.Ανανέωση της αγοράς, ένταξης νέων επιχειρήσεων σε αυτή	7.Απογοήτευση από την αποτυχία της επιχείρησης
8. Βελτίωση της παγκόσμιας εικόνας της ελληνικής αγοράς και ως συνέπεια κίνητρο επισημότητας της	8. Φόβος αποδοχής της επιχείρησης αν είναι καινοτόμα
9.Αύξηση της κυκλοφορίας του χρήματος στην αγορά	9.Ηλικιακό όριο
10.Αύξηση των επενδύσεων στη αγορά από έλληνες αλλά και ξένους επενδυτές	10.Η επανάληψη των επιχειρηματικών κινήσεων
11.Ανάλογα με την επιχείρηση αύξηση των εξαγωγών	11.
12.Αύξηση εισφορών του κράτους από τις πληρωμένες στα εκάστοτε ταμεία, κοινωνική καταξίωση	12.

Εκτός από τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα στη κοινωνία, την αγορά αλλά και το άτομο μεμονωμένα υπάρχουν και παράγοντες που επηρεάζουν τον επιχειρηματία. Οι παράγοντες αυτοί επηρεάζουν το επιχειρηματικό πνεύμα με συνέπεια να διαμορφώνεται και να προσαρμόζεται η επιχειρηματικότητα βάσει των παραγόντων αυτών. Πολλοί επιστήμονες κατά καιρούς έχουν ασχοληθεί με τους παράγοντες αυτούς, όπως ο Κανελλόπουλος (1994), ο Ιωαννίδης (2000), ο Πετράκης (2002) και άλλοι πολλοί. Όλοι έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν δύο τομείς παραγόντων. Οι εσωτερικοί και οι εξωτερικοί παράγοντες.

Οι **εσωτερικοί** παράγοντες αφορούν ψυχολογικούς παράγοντες που επηρεάζουν το άτομο, όπως την θέληση αυτού να δημιουργήσει τη δική του επιχείρηση λειτουργώντας αυτόνομα. Ακόμα ένας πολύ σημαντικός παράγοντας είναι και το μορφωτικό επίπεδο του επιχειρηματία αλλά και της κοινωνίας στην οποία θα δημιουργηθεί η επιχειρηματική ιδέα.

Οι **εξωτερικοί** παράγοντες συμπεριλαμβάνουν τους παράγοντες, που προέρχονται είτε από το άμεσο περιβάλλον του επιχειρηματία, την οικογένεια και τους φίλους του, είτε από το έμμεσο, την κοινωνία. Το κοινωνικό περιβάλλον είναι ένας υψίστης σημασίας παράγοντας, αφού επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τον επιχειρηματία και τις αποφάσεις του πάνω στην επιχείρηση. Περιλαμβάνει το κράτος, την αγορά, τους πελάτες.

Ουσιαστικά, αυτό που ωθεί τον επιχειρηματία να πάρει κάποιες αποφάσεις, όπως η επιλογή επιχείρησης που ασχολείται με την παραγωγή ή παροχή υπηρεσίας, κατ' αναλογία με τις ανάγκες τις αγοράς, ο βαθμός ευκολίας ανοίγματος της επιχείρησης αλλά και η φορολόγηση αυτής βάσει των κλιμάκων και του είδους της, είναι στοιχεία που άμεσα επηρεάζεται από το κράτος.

Από την άλλη, όταν η κοινωνία υποστηρίζει την δημιουργία νέων επιχειρήσεων τονίζοντας την καινοτομία και την ατομικότητα και όχι την ομοιομορφία και την επανάληψη, ανανεώνεται η ίδια αλλά και ως επακόλουθο και η αγορά. Είναι σημαντική η αναγνώριση και επιβράβευση των επιχειρήσεων αυτών, έτσι ώστε να δημιουργούνται κίνητρα και στους άλλους να ακολουθήσουν αυτό το παράδειγμα, και γιατί όχι και την εξέλιξη των ήδη υπάρχουσών ιδεών και επιχειρήσεων.

Σε ότι αφορά τώρα το περιβάλλον του επιχειρηματία, το οικογενειακό και φιλικό συμβάλλει και αυτό στην ενίσχυση ή όχι του επιχειρηματικού πνεύματος, ανάλογα όμως με την στάση του απέναντι σε αυτόν και τις αποφάσεις του. Χαρακτηριστικό της στάσης αυτής είναι η επαγγελματική ιδιότητα των μελών της οικογένειας και των φίλων του αλλά και το μορφωτικό τους επίπεδο.

Για παράδειγμα, όταν η οικογένεια και πολλοί από τους φίλους του υποψηφίου είναι επιχειρηματίες, είναι αναμενόμενο να τον επηρεάσουν σε πολλές αποφάσεις του, διότι θα του προτείνουν λύσεις και θα του κάνουν προτάσεις, οι οποίες θα βασίζονται πάνω στις δικές τους εμπειρίες και προτιμήσεις. Αυτό μπορεί να επηρεάσει και θετικά και αρνητικά τον υποψήφιο. Επιπλέον, αν οι γονείς του υποψήφιου είναι επιχειρηματίες και γνωρίζει ότι το φόρτο της εργασίας είναι μεγάλο, μπορεί να απορρίψει και ο ίδιος την πιθανότητα δημιουργίας μιας επιχείρησης.

1.3 Τομείς επιχειρηματικότητας

Όπως προαναφέραμε, επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού πάσης φύσεως. Η επιχείρηση αυτή μπορεί να έχει διάφορες μορφές και να εντάσσεται σε διάφορους τομείς. Στο υποκεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστούν οι τομείς επιχειρηματικότητας, δηλαδή οι τομείς στους οποίους εντάσσεται μια επιχείρηση ανάλογα με το είδος της. Οι τομείς αυτοί είναι:

- Πρωτογενής τομέας
- Μεταποιητικός τομέας
- Τομέας υπηρεσιών και
- Τομέας παραχώρησης

Ο πρωτογενής τομέας περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις που έχουν σχέση με την εμπορευματοποίηση των φυσικών πόρων που διατίθενται. Πιο συγκεκριμένα, ορισμένες επαγγελματικές δραστηριότητες είναι η γεωργία, η αλιεία, η εξόρυξη μεταλλευμάτων από ορυχεία, η εκμετάλλευση των δασών αλλά και η κτηνοτροφία. Η οικονομική κρίση και η ανεργία χρησιμοποιήθηκαν σαν κίνητρο τα τελευταία χρόνια από πολλούς νέους και μη, επιχειρηματίες και ιδιώτες για την επιστροφή σε αυτό το τομέα, με αποτέλεσμα ολοένα και περισσότεροι να ασχολούνται με την φύση και τους πόρους της.

Ο μεταποιητικός τομέας ή δευτερογενής παραγωγή, αφορά την επεξεργασία υλών με σκοπό την εμπορευματοποίηση των προϊόντων που έχουν παραχθεί. Επομένως, ανάλογα με τα μέσα που έχουν χρησιμοποιηθεί χωρίζεται σε κλάδους, τις βιομηχανίες, βιοτεχνίες και τις χειροτεχνίες, γενικότερα ότι αφορά τις κατασκευαστικές διαδικασίες.

Σήμερα στην Ελλάδα το έδαφος για τον δευτερογενή-μεταποιητικό τομέα είναι ασταθές και αυτό γιατί η οικονομική κρίση επηρέασε πολύ τις παραγωγικές και μεταποιητικές επιχειρήσεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των εισαγωγών και τη μείωση των εξαγωγών, με αντίκτυπο το κλείσιμο όλο και περισσότερων επιχειρήσεων.

Ο τομέας των υπηρεσιών συμπεριλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες που παρέχονται στην αγορά με οποιαδήποτε μορφή. Περιλαμβάνει τις υπηρεσίες υγείας, εκπαίδευσης, ψυχαγωγίας, ασφάλειας, ξενοδοχειακών μονάδων και άλλες. Γενικά, η παροχή υπηρεσιών αποτελεί την δεύτερη σπουδαιότερη κατηγορία των οικονομικών

αγαθών μετά από τα υλικά αγαθά. Επομένως, και οι επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες ομοίως, χαρακτηρίζονται πολύ σημαντικές και το σύνολο αυτών των επιχειρήσεων ορίζεται ως ο εμπορικός κλάδος παροχής υπηρεσιών.

Στην Ελλάδα οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών είναι ιδιαίτερα αναγκαίες, και πιο συγκεκριμένα αυτές οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες ξενοδοχειακής φύσης, που είναι και η μεγαλύτερη πηγή πλούτου.

Ο τομέας παραχώρησης ή αλλιώς στα αγγλικά “franchising” είναι πολύ διαδεδομένος στη χώρα μας τα τελευταία δέκα χρόνια. Ο τομέας αυτός είναι μια μορφή επιχειρηματικής συνεργασίας μεταξύ ορισμένων επιχειρηματιών, όπου ο δικαιοπάροχος παρέχει στους δικαιοδόχους την άδεια να παράγουν ή να πωλούν το προϊόν του ή την υπηρεσία υπό της οδηγίες και το σήμα του. Είναι μία εμπορικού χαρακτήρα σύμβαση συνεργασίας, η οποία βασίζεται πάνω στην αμοιβαία ευθύνη και συνεργασία. Πολλοί νέοι, κατά κύριο λόγο επιχειρηματίες, κάνουν χρήση αυτής της δικαιοχρησιακής επιχειρηματικής κίνησης, καθώς αποτελεί μια εν μέρει ασφαλή και σίγουρη λύση μέσα στην οικονομική κρίση.

1.4 Οικογενειακές επιχειρήσεις

Στο παρακάτω υποκεφάλαιο αναλύεται η μορφή των οικογενειακών επιχειρήσεων. Η μορφή αυτή των επιχειρήσεων είναι διαφορετική από τις άλλες και αυτό οφείλεται στο γεγονός πως έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Τα άτομα, τα οποία αποτελούν την οικογενειακή επιχείρηση, συνδέονται με δεσμούς ισχυρά συναισθηματικούς και ανάμεσα τους υπάρχει ένα κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης αλλά και κατανόησης. Ορισμένοι έχουν χαρακτηρίσει τις οικογενειακές επιχειρήσεις ως την σπονδυλική στήλη της οικονομίας.

Μελέτες έχουν δείξει πως στην Ελλάδα η μορφή αυτή είναι εξαιρετικά διαδεδομένη και το ποσοστό των επιχειρήσεων που είναι οικογενειακές σήμερα ανέρχεται στο **50% του συνόλου** και είναι πιο αποτελεσματικές και πειθαρχημένες, με συνέπεια να συμβάλλουν κατά μεγάλο βαθμό στο Εθνικό Προϊόν κάθε χώρας. Σε γενικές γραμμές, ως οικογενειακή επιχείρηση ορίζεται η επιχειρηματική δραστηριότητα, η οποία διοικείται, λειτουργεί και κατευθύνεται από μία οικογένεια.

Οι οικογενειακές επιχειρήσεις έχουν ένα μεγάλο πλεονέκτημα, ότι δημιουργούν διαπροσωπικές σχέσεις με τους πελάτες ευκολότερα από κάθε άλλου είδους επιχείρηση. Ορισμένα από τα δυνατά σημεία της επιχείρησης αφορούν στο ότι

μοιράζονται ένα κοινό σκοπό, έχουν ένα κοινό όραμα, έχουν λιγότερες απώλειες από την κρίση κυρίως στον εργασιακό τομέα και σημαντική δυναμική.

Με τον κοινό σκοπό και στόχο η επιχείρηση λειτουργεί αρχικά καλύτερα, μιας και “ιδιοκτήτες και εργαζόμενοι” συνεργάζονται για την επίτευξη ενός κοινού σκοπού-στόχου. Αυτό, πολλές φορές κάνει την επιχείρηση εκτός από αποτελεσματική και ισχυρή απέναντι σε χτυπήματα, τα οποία μπορεί να δεχθεί από εξωτερικούς παράγοντες. Ακόμη, οι πράξεις τους είναι πιο συνειδητές και γενικώς υπάρχει μια μακροχρόνια δέσμευση που τους συνδέει.

Επιπλέον, ένα πρόσθετο θετικό στοιχείο είναι ότι εμφανίζουν λιγότερες απώλειες από την κρίση σε σχέση με τις επιχειρήσεις άλλης μορφής και αυτό διότι τα άτομα που συγκροτούν την οικογενειακή επιχείρηση, κύριο σκοπό έχουν την κερδοφορία της. Επομένως, μπορεί να εργαστούν και περισσότερες ώρες, εάν είναι απαραίτητο, ακόμη και να μειώσουν ή να καθυστερήσουν τις προσωπικές εισφορές τους για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.

Η σημαντική δυναμική της επιχείρησης δίνει μεγαλύτερες προοπτικές σε αυτή. Σε αυτές τις επιχειρήσεις, δυνατοί είναι οι συναισθηματικοί παράγοντες, όπως το όραμα να μεταβιβαστεί η επιχείρηση στα χέρια της νέας γενιάς, η δημιουργία ενός, πιο δυνατού ονόματος και κατ’ επέκταση η δημιουργία ενός δυνατού ονόματος για την ίδια, που έχει σαν αποτέλεσμα την κοινωνική αναγνώριση. Αυτό, αποτελεί ένα παράγοντα σημαντικό, ο οποίος συμβάλλει στην ενδυνάμωση των σχέσεων μεταξύ των ατόμων αλλά και του κοινού τους στόχου-οράματος.

Αξιοσημείωτα ωστόσο, είναι και τα μειονεκτήματα των οικογενειακών επιχειρήσεων, αφού ακόμα και η πολύωρη επαφή των μελών της οικογένειας μέσα στον εργασιακό χώρο, μπορεί να δημιουργήσει εντάσεις και να γίνει αφορμή για διαπληκτισμούς μεταξύ των μελών της οικογένειας-επιχείρησης.

Ένα ακόμη μειονέκτημα, το οποίο εμφανίζεται σχεδόν σε όλες τις οικογενειακές επιχειρήσεις, κυρίως στο στάδιο της διαδοχής από τα νεότερα μέλη της οικογένειας, είναι ο φόβος και η αμφιβολία του προκατόχου, το οποίο αντικαθίσταται σε ό,τι αφορά τη συνέχιση του οράματος που κληρονομείται. Εμφανές είναι και το μειονεκτικό στοιχείο των “αρχηγών” της επιχείρησης, που πολλές φορές πιέζει συνειδητά ή θεωρεί δεδομένη την συνέχιση του οράματος του από τα τέκνα της οικογένειας, μη δίνοντας την δυνατότητα της επιλογής στα νέα μέλη.

Η κυριότερη όμως απειλή, που μπορεί να παρουσιαστεί στις οικογενειακές επιχειρήσεις, είναι η μεταφορά του έντονου οικογενειακού στοιχείου στο εσωτερικό της επιχείρησης και αντιστρόφως. Αυτό, μπορεί να πολλές φορές να δημιουργήσει εντάσεις, μιας και οι θέσεις των ατόμων στην οικογένεια και την επιχείρηση διαφέρουν όχι μόνον στις αρμοδιότητες αλλά και στις ευθύνες που το κάθε μέλος έχει.

Βάσει των σημερινών δεδομένων στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης, η οποία απειλεί κάθε είδους επιχείρηση και την ωθεί στα όρια της πτώχευσης, υπάρχουν δύο μορφές επιχειρήσεων. Αυτές που είναι στο “χείλος του γκρεμού”, με την έννοια ότι θα κλείσουν οριστικά αλλά και αυτές που ακόμη προσπαθούν να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις που τους έχουν ανατεθεί. Οι επιχειρήσεις, που ακόμη επιμένουν, αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα. Αυτό φυσικά ισχύει και για τις οικογενειακές επιχειρήσεις.

Κατά καιρούς έχουν διεξαχθεί πολλές έρευνες, με σκοπό την λύση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις. Έτσι δημιουργήθηκαν πέντε εργαλεία, τα οποία μπορούν να βοηθήσουν στην επιβίωση της και την καλύτερη λειτουργία της. Τα εργαλεία αυτά είναι τα εξής:

- Η επένδυση στην εκπαίδευση, έτσι νέες ιδέες και προϊόντα ή υπηρεσίες θα τονώσουν την επιχείρηση προσελκύοντας νέους πελάτες
- Αποδέσμευση κεφαλαίου και πάγωμα ή μείωση μισθών των μελών της οικογένειας, με σκοπό την αύξηση της ρευστότητας στην επιχείρηση και την ευκολότερη λειτουργία της
- Εκμετάλλευση χρηματοδοτικών προγραμμάτων, αύξηση στους δανεισμούς κεφαλαίου για την διευκόλυνση των επιχειρηματικών κινήσεων
- Αξιοποίηση των νεότερων μελών της οικογένειας από την επιχείρηση εισάγοντας νέες ιδέες, με αποτέλεσμα την τόνωση και τον εκσυγχρονισμό των διαδικασιών διοίκησης, του πελατολογίου και γενικότερα της επιχείρησης
- Δημιουργία ενός πλαισίου οικογενειακής υποστήριξης και ανάπτυξης της επικοινωνίας εντός της οικογένειας

1.5 Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Ο 21ος αιώνας, φαίνεται πως είναι αυτός που θα εδραιώνει τις γυναίκες στην αγορά αλλά με τον ρόλο του επιχειρηματία. Οι γυναίκες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται στην σύγχρονη αγορά, προσφέροντας νέες ιδέες και υπηρεσίες με τρόπους, που κατά ορισμένες φορές είναι διαφορετικοί, χρησιμοποιώντας και στοιχεία του παράλληλου ρόλου τους ως μητέρες-σύζυγοι. Οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να έχουν οποιοδήποτε μορφή.

Η γυναίκα, από την φύση της, μπορεί να υιοθετήσει πολλές ιδιότητες, εκτός από αυτή του επιχειρηματία, υιοθετεί την ιδιότητα της γυναίκας καταναλωτή, η οποία έχει παρατηρηθεί πως είναι πιστή σε μεγαλύτερο βαθμό από τον άνδρα στην αγορά προϊόντων. Επομένως, μπορεί και ελίσσεται με μεγαλύτερη ευκολία στην αγορά, βάσει των αναγκών που παρατηρείται πως έχουν οι καταναλωτές.

Η ανάπτυξη άρα της γυναικείας επιχειρηματικότητας, αποτελεί ένα αναγκαίο αλλά και χρήσιμο εργαλείο για την αγορά, καθώς εκτός από την μείωση της ανεργίας και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, ανανεώνει την αγορά και ωθεί όλο και περισσότερους νέους αλλά και υποψήφιους επιχειρηματίες, κάθε φύλου, να εξελιχτούν και να καινοτομήσουν, δημιουργώντας μια υγιή και ανταγωνιστική αγορά.

Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιθανότερο να διαλέξουν μια κλειστή αγορά και μία πιο αμυντική στρατηγική σε σχέση με τους άντρες. Άλλωστε, έχει παρατηρηθεί ότι παρουσιάζουν συμπεριφορά ανάληψης μικρού ρίσκου. Συνήθως, ασχολούνται με παραδοσιακά γυναικείους τομείς, όπως το εμπόριο και υστερούν στους πιο ανδροκρατούμενους κλάδους, όπως οι επιστήμες και η τεχνολογία. Χρησιμοποιούν περισσότερο τον σχεδιασμό και η διαισθητική προσέγγιση της επηρεάζει αρκετά.

Η κοινωνία, για να ενισχύσει αυτές τις ενέργειες που γίνονται με σκοπό την ανανέωση της οικονομίας και την μείωση του φαινομένου της ανεργίας, προωθεί και βοηθά οικονομικά τις εν λόγω επιχειρήσεις με πολλά χρηματοδοτικά προγράμματα και διαγωνισμούς.

Αξίζει να αναφερθεί πως δημιουργήθηκαν ινστιτούτα, με σκοπό την διεύρυνση και αύξηση της γυναικείας παρουσίας στο χώρο της επιχειρηματικότητας. Ένα από αυτά είναι το Ινστιτούτο Ανάπτυξης Γυναικών Μάνατζερς και Επιχειρηματιών (ΙΑΓΜΕ), το οποίο είναι ένα από τα ινστιτούτα της ΕΕΔΕ και στόχο έχει την διεύρυνση της γυναικείας παρουσίας στο χώρο του Μάνατζμεντ. Το ΙΑΓΜΕ,

σε συνεργασία με τον παγκόσμιο οργανισμό *Les Femmes Chefs d' Entreprises Mondiales* (*Γυναίκες Αρχηγοί στις Παγκόσμιες Επιχειρήσεις*), το οποίο δημιουργήθηκε στο Παρίσι και αριθμεί τακτικά μέλη από 29 χώρες, μελετούν και χαρτογραφούν το χώρο του γυναικείου στελεχιακού δυναμικού από πλευράς θέσεων και προβλημάτων, που αντιμετώπισε και αντιμετωπίζει καθώς και προβλημάτων που καλείται να λύσει.

Έχουν δημιουργηθεί και άλλοι, μικρότεροι οργανισμοί και σύνδεσμοι με επίκεντρο την γυναικεία επιχειρηματικότητα, όπως ο Σύνδεσμος Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης, οι οποίοι έχουν επίσης στο επίκεντρο τους την γυναίκα επιχειρηματία, τις ανάγκες και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει.

1.6 Οι τάσεις της καινοτομίας στην Ελλάδα σε σύγκριση με τις χώρες τις ΕΕ

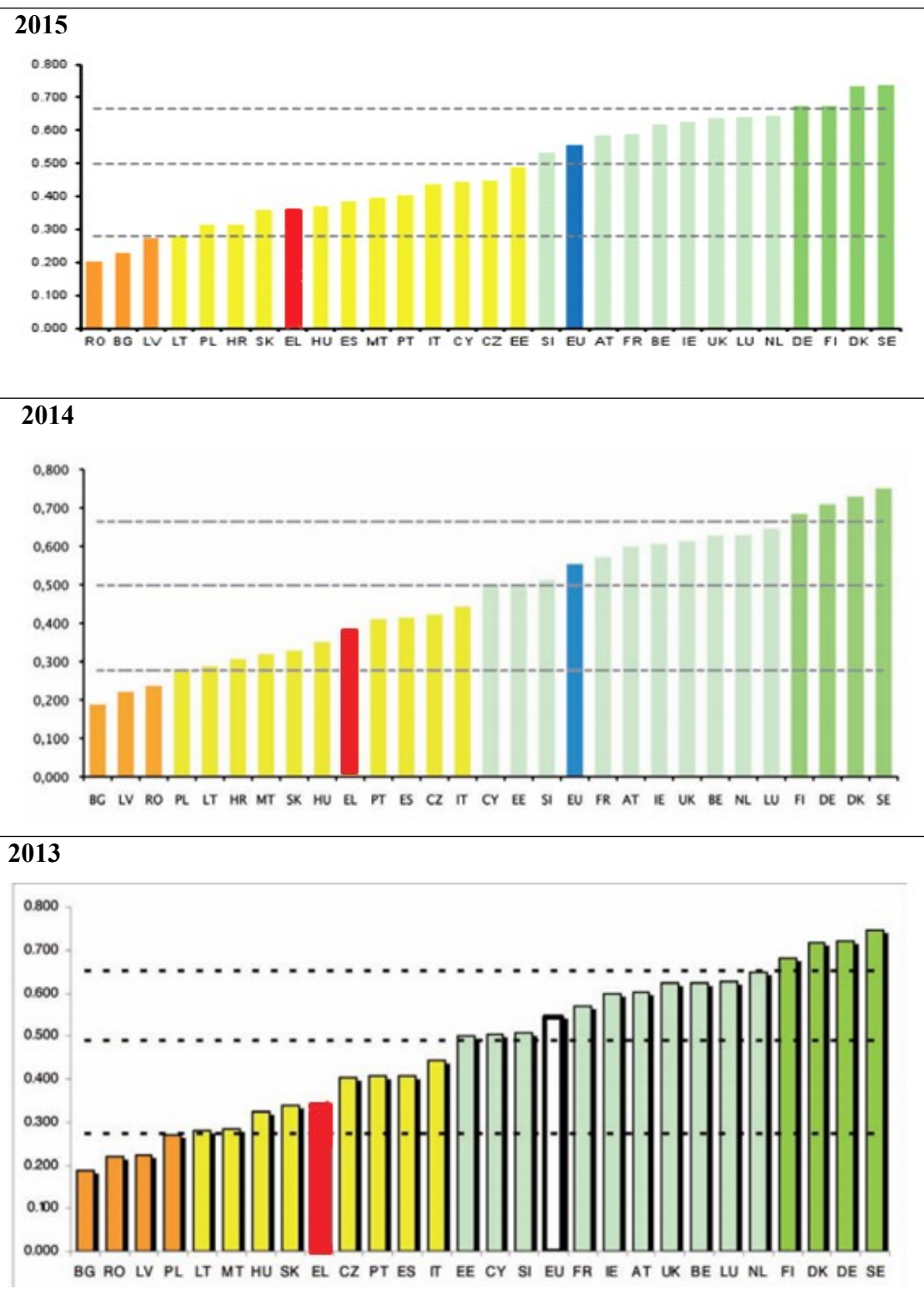
Η Ελλάδα της οικονομικής κρίσης του 2015, παρόλο που βαδίζει σε αβέβαια μονοπάτια, έχει νέους που έχουν όρεξη και θέληση για δημιουργία, προσφορά και ανάπτυξη της χώρας τους, καταπολεμώντας το συνεχώς αυξανόμενο ποσοστό ανεργίας που παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια. Το γεγονός αυτό, επιβεβαίωσε και ο Γεώργιος Αλεξανδράτος, εφοπλιστής και γενικός γραμματέας της *Ένωσης Εφοπλιστών Μικρών Πλοίων (Hellenic Shortsea Shipowners Association*, κατά την διάρκεια της ομιλίας του στο Πανόραμα Επιχειρηματικότητας και Σταδιοδρομίας που διεξάχθηκε στην Αθήνα λέγοντας χαρακτηριστικά «Τον Έλληνα, αν τον αφήσουν ελεύθερο, γίνεται πρώτος».

Η εν λόγω εκδήλωση, όπως και πολλές άλλες, διοργανώνονται κατά καιρούς με σκοπό την ενημέρωση και εκπαίδευση των νέων για τις νέες τάσεις της επιχειρηματικότητας βάσει των αναγκών της αγοράς. Η μεγάλη συμμετοχή των νέων σε αυτές αποδεικνύει την επιθυμία τους να δραστηριοποιηθούν και να δημιουργήσουν καινοτόμες επιχειρήσεις. Σαφώς, οι τάσεις της επιχειρηματικότητας αλλάζουν κατά καιρούς, και αυτό γιατί αλλάζουν οι ανάγκες της αγοράς. Οι επιχειρήσεις και οι επιχειρηματίες κατά συνέπεια προσαρμόζονται σε αυτές.

Παρακάτω, θα παρουσιαστεί πίνακας με στοιχεία των πέντε τελευταίων ετών από την ετήσια μελέτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα στοιχεία έχουν ληφθεί από τους *Πίνακες Αποτελεσμάτων Καινοτομίας στην Ευρώπη (European Innovation Scoreboard)* και τους *Πίνακες Αποτελεσμάτων της Ένωσης Καινοτομίας (Innovation*

Union Scoreboard) και μας πληροφορούν για την κατάταξη της Ελλάδας στον τομέα της καινοτομίας στην ΕΕ.

Διάγραμμα:1 Διάταξη της Ελλάδας ανά έτος ως προς την καινοτομία



Πηγή: European Innovation Scoreboard και Innovation Union Scoreboard

Οι μπάρες με τις πορτοκαλί γραμμές παρουσιάζουν τις χώρες με τις χαμηλότερες αποδόσεις. Οι μπάρες με τις κίτρινες γραμμές παρουσιάζουν αυτές με τις μέτριες αποδόσεις. Με ανοιχτό πράσινο παρουσιάζονται οι “οπαδοί της καινοτομίας”, ενώ με σκούρο μπλε παρουσιάζεται ο μέσος όρος επιχειρηματικότητα στην ΕΕ. Τέλος, με σκούρο πράσινο αποτυπώνονται οι χώρες με τα μεγαλύτερα ποσοστά, οι οποίες ονομάζονται “ηγέτες” της καινοτομίας.

Στην πρώτη βαθμίδα, οι χώρες με πορτοκαλί χρώμα, είναι αυτές που βρίσκονται μεταξύ του 20%-50% του μέσου όρου της ΕΕ. Οι χώρες με κίτρινο χρώμα είναι αυτές με τις μέτριες αποδόσεις και οι τιμές τους κυμαίνονται κάτω από το μέσο όρο, με ποσοστά 50%- 90%. Οι χώρες με ανοιχτό πράσινο ή “οπαδοί της καινοτομίας” είναι αυτές που οι τιμές τους βρίσκονται μεταξύ του 20% και του 90% του μέσου όρου της ΕΕ.

Ολοκληρώνοντας, οι χώρες με σκούρα πράσινη απόχρωση ή αλλιώς “ηγέτες της καινοτομίας”, είναι οι χώρες με τα μεγαλύτερα ποσοστά εμφάνισης καινοτόμων ιδεών και επιχειρήσεων σε όλη την ΕΕ. Τα τελευταία τρία έτη τις θέσεις αυτές κατέχουν η Δανία, η Φιλανδία, η Γερμανία και η Σουηδία, οι οποίες ανταγωνίζονται η μία την άλλη για καλύτερες αποδόσεις. Την καλύτερη απόδοση για 3^η συνεχή φορά κατέχει η Σουηδία.

Ο μέσος όρος έχει υπολογιστεί, βάσει των αποδόσεων των 25 κρατών μελών της ΕΕ, οι οποίες αποδόσεις κυμαίνονται σε τιμές 0-1. Λόγω της καθυστέρησης, όμως, των στοιχείων ο μέσος όρος υπολογίστηκε βάσει των τιμών από το 2013 μέχρι και το 2015.

Όπως παρουσιάζεται και στα παραπάνω διαγράμματα, η πορεία της Ελλάδας διαγράφεται με κόκκινο χρώμα και κυμαίνεται από την 8^η έως και 10^η θέση μεταξύ των υπόλοιπων χωρών της ΕΕ. Αναλυτικότερα, το 2013 η Ελλάδα βρισκόταν στην 9^η θέση, το 2014 στην 10^η θέση και το 2015 βρίσκεται στην 8^η θέση. Επομένως, το 2014, εν μέσω οικονομικής κρίσης, η Ελλάδα κατάφερε και πέρασε χώρες όπως η Βουλγαρία, η Λετονία, η Ρουμανία, η Πολωνία, η Λιθουανία, η Κροατία, η Μάλτα, η Σλοβακία και η Ουγγαρία, αποδεικνύοντας πως παρ’ όλες τις δυσκολίες και τα εμπόδια ο Έλληνας επιχειρηματίας μπορεί να καινοτομεί και να δημιουργεί.

2. Επιχειρηματικό πλάνο

2.1 Η σημαντικότητα του επιχειρηματικού πλάνου

Το επιχειρηματικό πλάνο (*Buisness plan*), εκτός από ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο για τον μικρομεσαίο και μη επιχειρηματία, είναι απαραίτητο και για επιχειρηματίες που σκοπεύουν να δραστηριοποιηθούν μακροπρόθεσμα στον κλάδο των επιχειρήσεων.

Κατά βάση, είναι ένα επικοινωνιακό εργαλείο, σχεδιασμένο να μεταδίδει πληροφορίες σε μεγάλη κλίμακα παραληπτών, όπως επενδυτές, υποψήφιους συνεταιίρους, προσωπικό της επιχείρησης κλπ. Χρήση αυτού όμως γίνεται και στην περίπτωση που απαιτείται να ληφθεί μια σημαντική απόφαση για την επιχείρηση. Ο επιχειρηματίας καλείται να αναλύσει την επιχείρηση του με σκοπό να πάρει την επικερδέστερη απόφαση.

Με το επιχειρηματικό πλάνο ο επιχειρηματίας μπορεί να εστιάζει στους στόχους της επιχείρησης και να διακρίνει έγκαιρα τις αδυναμίες της αλλά και τους κινδύνους, με τους οποίους μπορεί να έρθει αντιμέτωπη η επιχείρηση στο μέλλον.

Εν κατακλείδι, με το επιχειρηματικό σχέδιο ο επιχειρηματίας, μπορεί να προσεγγίσει τους στόχους που έχει θέσει, να επεκτείνει και να αναβαθμίσει την επιχείρηση του. Ουσιαστικά, είναι ένα προωθητικό υλικό για την επίτευξη των στόχων αλλά και των προβλέψεών του. Επομένως, είναι ένα πολύ σημαντικό, χρήσιμο και απαραίτητο εργαλείο για μια ομαλή και κερδοφόρα πορεία στην επιχείρηση του.

Ορισμένα από τα πλεονεκτήματα μιας επιχείρησης, η οποία συντάσσει ένα επιχειρηματικό πλάνο είναι:

- Προσδιορισμός μιας νέας επιχειρηματικής ευκαιρίας
- Δημιουργία κερδών
- Καλύτερος υπολογισμός δαπανών εκκίνησης της επιχείρησης
- Θέση των στόχων
- Ανάπτυξη μιας αποτελεσματικής στρατηγικής προώθησης των προϊόντων
- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας
- Αποτροπή πιθανών κινδύνων και καταστροφών

-
- Χρήση του, ως εργαλείου προώθησης για νέους επενδυτές, αλλά και για την βελτίωση της διοίκησης
 - Ευκολότεροι και γρηγορότεροι έλεγχοι
 - Αποτίμηση της αξίας προσθήκης μιας νέας γραμμής προϊόντων
 - Παρακολούθηση της προόδου της επιχείρησης
 - Πόλος έλξης για νέες επενδύσεις

Για την καλύτερη κατανόηση αυτού, και των επιμέρους κεφαλαίων του, εκτός από την θεωρητική αναλυτική παρουσίαση που ακολουθεί, στο πρακτικό μέρος της εργασίας παρουσιάζεται το επιχειρηματικό πλάνο της εικονικής επιχείρησης «Φ-Ζην Α.Ε», το οποίο έχει σκοπό την επίλυση κάθε απορίας που πιθανόν να δημιουργηθεί.

2.2 Εισαγωγή στο επιχειρηματικό πλάνο

Το επιχειρηματικό πλάνο είναι ένα καλογραμμένο κείμενο υψίστης σημασίας, που περιγράφει τα κυριότερα στοιχεία τα οποία αφορούν την έναρξη/αναδιοργάνωση/ επέκταση ή και την επιτυχημένη συνέχιση της επιχείρησης. Η μελέτη αυτή αποτελείται από διάφορα κομμάτια, τα οποία αναλύουν τα επιμέρους τμήματα της επιχείρησης. Τα κεφάλαια και οι υπό ενότητες του επιχειρηματικού πλάνου χωρίζονται βάσει του περιεχομένου τους.

Πριν ξεκινήσει η περιληπτική ανάλυση του κάθε κεφαλαίου, είναι απαραίτητο να σημειωθεί πως το επιχειρηματικό πλάνο διαφέρει από κάθε μελέτη-έκθεση ιδίου ή παρεμφερούς περιεχομένου και σκοπού.

Η πρώτη επαφή με το επιχειρηματικό πλάνο είναι το **εξώφυλλο**, στο οποίο φαίνεται καθαρά ο τίτλος «Business Plan». Η σελίδα αυτή θα πρέπει να περιέχει :

- Το όνομα του επιχειρηματία ή των μετόχων
- Το όνομα της επιχείρησης
- Τη διεύθυνση
- Το τηλέφωνο
- Το λογότυπο
- Την ημερομηνία σύνταξης του επιχειρηματικού πλάνου.

Το επιχειρηματικό πλάνο, εκτός από το **εμπροσθόφυλλο** και το **πίνακα περιεχομένων**, διαθέτει στην αρχή μια συμφωνία εχεμύθειας. Η συμφωνία αυτή είναι ένα κείμενο, το οποίο συντάσσεται από τον συγγραφέα του πλάνου και απευθύνεται

στο παραλήπτη ή τους παραλήπτες, που είναι προκαθορισμένο να το μελετήσουν, δεσμεύοντας τους έτσι να μην δημοσιεύσουν τη παρακάτω μελέτη.

Στο πρώτο λοιπόν κεφάλαιο **παρουσιάζεται η επιχείρηση** με μια μικρή περιγραφή. Η περιγραφή πρέπει να είναι καλογραμμένη, συνοπτική αλλά και εξίσου ολοκληρωμένη, διότι είναι το πρώτο πράγμα που διαβάζει ο αναγνώστης και σίγουρα αρκετά σημαντικό για να συνεχίσει να διαβάζει το υπόλοιπο πλάνο. Στην περιγραφή αναγράφεται το όραμα, η αποστολή και η δήλωση των βασικών αξιών της. Ακόμη, αναπτύσσονται και οι στόχοι που έχουν τεθεί και τα κλειδιά της επιτυχίας της επιχείρησης, στην περίπτωση όμως που η επιχείρηση υπάρχει ήδη.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναπτύσσεται **το οργανωτικό μέρος** της επιχείρησης, δηλαδή το ιστορικό της, εάν υπάρχει και μία λεπτομερέστερη περιγραφή αυτής, του προϊόντος αλλά και της υπηρεσίας που παρέχει. Αναλύεται ακόμη, η διαδικασία της παραγωγής των προϊόντων της, της λειτουργίας της, των προσώπων κλειδιών που συμμετέχουν στην αποτελεσματική διεκπεραίωση των στόχων της αλλά και της ομάδας διοίκησης, η οποία αποτελεί βασικό πυλώνα της.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στο **σχέδιο προώθησης** (*The Marketing Plan*) του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Το κεφάλαιο αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία, μιας και σε αυτό αναπτύσσονται έννοιες αλλά και στοιχεία τα οποία είναι βασικά για την λήψη αποφάσεων αλλά και την γενική πορεία της επιχείρησης, ακόμη και του προϊόντος στην Αγορά. Πραγματοποιείται η ανάλυση της αγοράς, περιγράφοντας το συνολικό της μέγεθος και δίνεται έμφαση στο κομμάτι στο οποίο συμμετέχει η επιχείρηση. Ακόμα, παρουσιάζεται το μέγεθος της Αγοράς, οι ευκαιρίες και οι προοπτικές ανάπτυξης που θα μπορούσε να έχει η επιχείρηση αλλά και οι κίνδυνοι της με σκοπό την αντιμετώπιση τους. Τέλος, παρουσιάζονται τα προφίλ των ανταγωνιστών της και των προϊόντων τους με τα πλεονεκτήματα ή τα μειονεκτήματα τους.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται το **χρηματοοικονομικό σχέδιο** της επιχείρησης με την **σύνοψη του ιστορικού** και των **χρηματοοικονομικών αναγκών**, τις βασικές παραδοχές στις οποίες βασίζονται οι **χρηματοοικονομικές προβλέψεις** της επιχείρησης, τις **προβλέψεις των χρηματοοικονομικών ροών**, τα **αποτελέσματα χρήσεως**, τον **προϋπολογισμό της αρχικής επένδυσης**, τις **αποσβέσεις** αλλά και τον **ισολογισμό**. Στην συνέχεια προσδιορίζεται το νεκρό σημείο, γίνεται ανάλυση των

οικονομικών καταστάσεων και τέλος αποτιμάται ο κάθε κίνδυνος, με τον οποίο μπορεί να έρθει αντιμέτωπη.

Το τελευταίο κεφάλαιο περιλαμβάνει πληροφορίες, όπως πίνακες ερωτηματολόγια και άλλα παρεμφερή έγγραφα, τα οποία δεν έχουν τοποθετηθεί σε κάποιο από τα παραπάνω κεφάλαια, καθώς και τα συμπεράσματα.

2.3 Το οργανωτικό μέρος

Όπως έχει επισημανθεί και παραπάνω, στην εισαγωγή του κεφαλαίου, το οργανωτικό μέρος του επιχειρηματικού σχεδίου περιλαμβάνει στοιχεία, όπως το ιστορικό της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης και τη λεπτομερή περιγραφή της, τα προϊόντα τα οποία εμπορεύεται, την παραγωγή και λειτουργία, τα πρόσωπα κλειδιά και την ομάδα διοίκησης. Σε αυτό το κεφάλαιο, θα γίνει ανάλυση αυτών των στοιχείων και θα επισημανθεί ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται στο οργανωτικό μέρος του επιχειρηματικού πλάνου, καθώς επίσης και αναφορά στα απαραίτητα στοιχεία, που δεν πρέπει να παραληφθούν και δεν έχουν αναλυθεί σε άλλα σημεία.

Αρχικά, αναφορά γίνεται στον ιδρυτή της, τις σπουδές και την προϋπηρεσία του και φυσικά αναφέρονται και τα ονόματα των μετόχων εάν υπάρχουν. Στην συνέχεια, προχωράμε στο ιστορικό της επιχείρησης, η οποία μπορεί να έχει συσταθεί και να είναι ενεργή ή να βρίσκεται στο στάδιο της επεξεργασίας-διεκπεραίωσης ενεργειών σύστασης. Στο κεφάλαιο αυτό περιγράφεται αναλυτικά η πορεία της επιχείρησης, πώς και πότε δημιουργήθηκε ή τι έδωσε το ερέθισμα για να ασχοληθεί ο επιχειρηματίας με το συγκεκριμένο κλάδο.

Σε αυτήν την μικρή αλλά σημαντική αναδρομή συμπεριλαμβάνονται και πίνακες που δείχνουν την πορεία των πωλήσεων, του τζίρου ή ακόμα και την παρούσα κατάσταση της επιχείρησης σε διάφορες περιοχές. Στην περίπτωση, όπου η επιχείρηση βρίσκεται ακόμη στο στάδιο της σύστασης, στο σημείο αυτό του επιχειρηματικού πλάνου γίνεται αναφορά στην κατάσταση στην οποία βρίσκεται τώρα. Αναλύει τους λόγους επιλογής του είδους της επιχείρησης, των προϊόντων που εμπορεύεται, της τοποθεσίας που έχει επιλέξει και βασικές υποθέσεις που έχουν γίνει σχετικά με το όλο εγχείρημα.

Η περιγραφή του κλάδου, που έχει επιλέξει ο επιχειρηματίας για να δημιουργήσει την επιχείρηση του, είναι εξίσου θεμελιώδης και απαιτεί αντίστοιχη ανάλυση. Είναι ιδιαίτερα αναγκαίο να δοθούν πληροφορίες για τον κλάδο στον οποίο ανήκει η επιχείρηση. Σημαντικές πληροφορίες είναι η τάση που επικρατεί στον

κλάδο, οι μελλοντικές προοπτικές ανάπτυξης, ακόμα και οι διάφοροι τομείς που είναι παρεμφερείς ή που υπάρχουν εντός του κλάδου. Πιο συγκεκριμένα, ποιο είναι το συνολικό μέγεθος του και εάν υπάρχουν εποχιακοί παράγοντες που να τον επηρεάζουν.

Ακολουθεί η λεπτομερής προεγγραφή του προϊόντος ή της υπηρεσίας που εμπορεύεται η επιχείρηση, ακόμη και των δυνατών και αδυνάτων σημείων για ό,τι αυτή παρέχει, κάνοντας χρήση διάφορων εργαλείων, όπως διαγράμματα ροής επισημαίνοντας την χρησιμότητα και την ωφέλεια αυτών.

Πρέπει επίσης να επισημανθεί η διαφορά των προϊόντων που παρουσιάζονται στο σχέδιο με αυτά των ανταγωνιστών, τα χαρακτηριστικά που τα ξεχωρίζουν αλλά και οι λόγοι για τους οποίους μπορεί να μην έχουν τόσο καλή ανταπόκριση. Εκτός όμως από τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, πρέπει να γίνει αναφορά και στην αγορά, προσδιορίζοντας την όχι λεπτομερώς, καθώς η ανάλυση της θα γίνει στο επόμενο κεφάλαιο αυτό του σχεδίου προώθησης προϊόντων.

Σε ότι αφορά την παραγωγή και λειτουργία της επιχείρησης, αναλύονται τα βήματα που ακολουθούνται για την αποτελεσματική ανάπτυξη των παραγωγικών προϊόντων ή υπηρεσιών, που παρέχονται για την επεξεργασία και τοποθέτηση στην αγορά. Τα κύρια σημεία που παρουσιάζονται σε αυτό το υποκεφάλαιο είναι η περιγραφή της εγκατάστασης, της παραγωγής, της λειτουργίας των μονάδων παραγωγής, όπως επίσης και οι πληροφορίες για τους προμηθευτές αλλά και για το προσωπικό. Ακόμη, η ανάπτυξη για τα σχέδια αγοράς προϊόντων βάσει των τιμών, ποσοτήτων αλλά και εκπτώσεων, το σύστημα αποθήκευσης αλλά και ο απαραίτητος εξοπλισμός. Πολύ βασικοί είναι και οι πίνακες λειτουργικών εξόδων, κεφαλαιουχικών αναγκών αλλά και κόστους προϊόντων, που παρουσιάζονται παρακάτω.

Το ανθρώπινο δυναμικό είναι ίσως ο πιο ζωτικός παράγοντας για την επιτυχία της επιχείρησης. Για το λόγο αυτό, πρέπει να αναγνωριστούν τα πρόσωπα κλειδιά και η ομάδα διοίκησης, η οποία έχει πρωταρχικό ρόλο στην ορθή και αποτελεσματική λειτουργία της εκάστοτε επιχείρησης. Τα πρόσωπα αυτά συνήθως επιλέγονται από την επιχείρηση ανάλογα με τα προσόντα, την προϋπηρεσία, καθώς επίσης και τις αρμοδιότητές τους, και είναι ένα σημαντικό κομμάτι που λαμβάνουν υπόψη οι επενδυτές.

Χρήσιμο είναι να τοποθετηθεί σε αυτό το υποκεφάλαιο ένα οργανόγραμμα που θα δείχνει τη μορφή του οργανισμού και τις ευθύνες του κάθε ατόμου. Επιπροσθέτως, ένας πίνακας που να περιγράφει τους υπευθύνους των τμημάτων, το είδος της δουλειάς τους, τις κενές θέσεις και το είδος των προσόντων που χρειάζονται για να καλυφθούν, καθώς και τα ποσοστά που ανήκουν σε ανθρώπους που δουλεύουν για την επιχείρηση. Αξίζει τέλος να παρουσιαστούν και τα κριτήρια με τα οποία επιλέγεται το ανθρώπινο δυναμικό.

2.4 Σχέδιο προώθησης προϊόντος-υπηρεσίας

Εφόσον αναλύθηκαν τα βασικά πληροφοριακά στοιχεία της επιχείρησης, για το είδος, την λειτουργία, την υπόσταση και το ιστορικό της, στο κεφάλαιο αυτό συντάσσεται ένα σχέδιο προώθησης του προϊόντος ή υπηρεσίας της επιχείρησης (*Marketing Plan*). Όπως έχει προαναφερθεί, αναλύεται λεπτομερώς η αγορά, από την εισαγωγή του προϊόντος έως την επίτευξη του στόχου, την κερδοφορία δηλαδή από την πώληση του.

Απαραίτητη είναι η ανάλυση του περιβάλλοντος της επιχείρησης, βάσει κοινωνικών, οικονομικών, κρατικών και τεχνολογικών χαρακτηριστικών και τάσεων αλλά και περιγραφή του κλάδου και των προοπτικών του. Ακολουθεί η επεξεργασία των κινδύνων, που μπορεί να αντιμετωπίσει η επιχείρηση, κάνοντας χρήση διαγραμμάτων και γραφημάτων που μπορούν να βοηθήσουν στην εύκολη κατανόηση της παραδοχής. Μεγάλη βαρύτητα δίνεται έπειτα στην δημιουργία του προφίλ των πελατών αλλά και των αναγκών τους με σκοπό την κατ' επέκταση επίτευξη του στόχου της αγοράς (κερδοφορία).

Σε αυτό το σημείο, δίνονται αναλυτικές λεπτομέρειες για τους λόγους που έχει επιλέξει ο επιχειρηματίας το συγκεκριμένο τμήμα αγοράς, ώστε να δοθεί στον αναγνώστη η δυνατότητα κατανόησης των αναγκών των υποψήφιων πελατών. Συμπληρωματικά, μπορεί να αναφερθούν και έρευνες αγοράς που έχει κάνει ή διαβάσει ο επιχειρηματίας.

Επιπλέον, στο κεφάλαιο αυτό, τμηματοποιείται και αναλύεται η αγορά και κάθε πτυχή της, απαντώντας σε ερωτήματα σημαντικά για την προώθηση και παρουσίαση ενός προϊόντος. Οργανώνονται έρευνες με σκοπό να απαντηθούν συγκεκριμένα ερωτήματα, κάνοντας χρήση ορισμένων εργαλείων όπως ερωτηματολογίων, συνεντεύξεων, χαρτογραφήσεων συμπεριφοράς και παρατηρήσεων αγοραστών.

Κατ' επέκταση, μετά την απάντηση σε όλα τα πρακτικά θέματα προώθησης του προϊόντος και τοποθέτησης του στην αγορά, ακολουθεί η ανάλυση των ανταγωνιστών και η δημιουργία ενός σχεδίου, το οποίο τους προσδιορίζει και τους τμηματοποιεί. Ένα πολύ σημαντικό εμπόδιο, που μπορεί να σταθεί στην είσοδο του προϊόντος στην αγορά, είναι οι ανταγωνιστές. Για αυτό και κύριο μέλημα του συντάκτη σε αυτό το κεφάλαιο είναι η περιγραφή και η ανάλυση κάθε μορφής ανταγωνισμού.

Επομένως, δίδεται απάντηση στα ερωτήματα ποιό είναι οι άμεσοι ανταγωνιστές, ποιό το προϊόν που παρέχουν, ποιές οι διαφορές με το προϊόν της εν λόγω επιχείρησης και άλλα. Όλα αυτά τα ερωτήματα και ακόμη περισσότερα, παρουσιάζονται στην ανάλυση πλεονεκτημάτων-μειονεκτημάτων-ευκαιριών-απειλών (SWOT Analysis), η οποία αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα αξιόπιστα εργαλεία για την απάντηση σε ερωτήματα που αφορούν αυτού του τύπου ζητήματα.

Το τρίτο και τελευταίο κομμάτι του σχεδίου προώθησης προϊόντος είναι η στρατηγική που ακολουθείται για τις πωλήσεις και την προώθηση προϊόντος. Σε αυτό λοιπόν το μέρος, η προσοχή εστιάζεται στους πόρους που διαθέτει η επιχείρηση για να προσελκύσει τους πιθανούς πελάτες της.

Η στρατηγική αυτή αναπτύσσεται με λεπτομέρειες. Αρχικά, αναφέρεται η εικόνα της επιχείρησης που θα προβάλλεται και τα κλειδιά-χαρακτηριστικά που κάνουν τα προϊόντα αυτής να διαφέρουν από τα υπόλοιπα της αγοράς. Τέλος, εστιάζει στην περιγραφή του υλικού και των μέσων που χρησιμοποιήθηκαν για την διαφήμιση και προώθηση.

Μετά τη στρατηγική προώθησης ακολουθεί η στρατηγική πώλησης, όπου με την ίδια διαδικασία απαντώνται ζητήματα που αφορούν τον τρόπο με τον οποίο βρέθηκαν οι υπάρχοντες πελάτες, ποιές θα είναι οι τιμές διάθεσης του προϊόντος και πώς θα τιμολογηθεί, τι θα παρέχει η επιχείρηση μετά την πώληση του προϊόντος στον πελάτη και τι είδους τρόπο πώλησης θα επιλέξει ο επιχειρηματίας.

Συμπληρωματικά, θα μπορούσε να προστεθεί και μία γραφική παρουσίαση της πορείας των πωλήσεων, για παράδειγμα τα τελευταία πέντε έτη, και να αναφερθούν οι τυχόν εξωτερικοί παράγοντες που συνέβαλλαν στην αύξηση των πωλήσεων, εάν φυσικά υπάρχουν.

2.5 Το χρηματοοικονομικό σχέδιο

Για το ξεκίνημα ή την συνέχιση της ομαλής λειτουργίας της επιχείρησης υποχρεωτικό είναι το χρηματοοικονομικό σχέδιο. Περιλαμβάνει μια μικρή περιγραφή όσων έχουν ειπωθεί στο προηγούμενο υποκεφάλαιο αλλά με την συνοδεία πινάκων, διαγραμμάτων και γενικώς οικονομικών στοιχείων, τα οποία αιτιολογούν και συμπληρώνουν τις υποθέσεις που έχουν ειπωθεί. Επομένως, στο σχέδιο αυτό βρίσκονται προβλέψεις οικονομικών καταστάσεων, ανάλυση αριθμοδεικτών του νεκρού σημείου και εκτιμώνται από οικονομικής άποψης οι κίνδυνοι.

Αρχικά, στο κεφάλαιο αυτό, παρουσιάζεται η ιστορική-οικονομική εξέλιξη της επιχείρησης σε βάθος χρόνου, τα δάνεια που έχει πάρει, ο τρόπος αποπληρωμής τους, το ποσό που απαιτείται από την επιχείρηση αλλά και αυτό που επιδιώκει από τους πιθανούς επενδυτές.

Στη συνέχεια, περιγράφονται λεπτομερώς όλες οι κύριες παραδοχές επί των οποίων βασίζονται οι χρηματοοικονομικές προβλέψεις, προκειμένου να γίνει σαφές ότι πρόκειται για απλές παραδοχές. Αυτές πρέπει να περιλαμβάνουν τις πωλήσεις, το κεφάλαιο εργασίας, το μερίδιο αγοράς, το ποσοστό κακοπληρωτών, τις δαπάνες (κεφαλαίου, δανεισμού), τα κόστη εγκαταστάσεων, μισθοδοσίας, έρευνας και ανάπτυξης αλλά και την φορολογία.

Μετά από την παρουσίαση των παραδοχών, η προσοχή εστιάζεται στα οικονομικά στοιχεία αλλά και τα πορίσματα των προβλέψεων χρηματοοικονομικών ροών, αποτελεσμάτων χρήσης και ισολογισμού, με τα οποία ο εκάστοτε συγγραφέας αποσκοπεί να πείσει τον επενδυτή παρουσιάζοντας την καλή κατάσταση της επιχείρησης και τις προοπτικές της επένδυσής του.

Ακολουθεί η ανάλυση του νεκρού σημείου και των οικονομικών καταστάσεων, όπου παρουσιάζονται τα πραγματικά δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησης κάνοντας χρήση αριθμοδεικτών.

Οι αριθμοδείκτες αυτοί, ανάλογα με τα αποτελέσματά τους, οδηγούν σε συμπεράσματα που σχετίζονται με το αντικείμενο το οποίο έχουν επεξεργαστεί. Οι αριθμοδείκτες αυτοί χωρίζονται σε ρευστότητας, δραστηριότητας, φερεγγυότητας (μόχλευσης) και αποδοτικότητας-κερδοφορίας. Στο παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι δείκτες ανάλογα με το είδος τους:

Πίνακας:2 Αριθμοδείκτες

ΕΙΔΟΣ	ΔΕΙΚΤΕΣ
<p>Ρευστότητα: μετρούν την ικανότητα της επιχείρησης να αντιμετωπίσει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της.</p> <p>Η χρηματοοικονομική θέση θεωρείται ότι είναι ισχυρή, όταν η επιχείρηση έχει την ικανότητα να ικανοποιεί απρόσκοπτα τους βραχυπρόθεσμους πιστωτές της και διατηρεί συνθήκες, οι οποίες της εξασφαλίζουν την ευνοϊκή πιστοληπτική της κατάσταση</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Δείκτης κυκλοφοριακής Ρευστότητας 2. Δείκτης άμεσης Ρευστότητας 3. Δείκτης ταμειακής ρευστότητας 4. Δείκτης καθαρού κεφαλαίου κίνησης
<p>Δραστηριότητα: μετρούν το βαθμό της αποτελεσματικής χρησιμοποίησης των διαφόρων κατηγοριών περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού 2. Δείκτης ταχύτητας εξόφλησης πιστώσεων 3. Δείκτης μέσης περιόδου είσπραξης 4. Δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας συνολικού ενεργητικού 5. Δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας παγίων 6. Δείκτης κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών
<p>Φερεγγυότητας (Μόγλευσης): μετρούν το βαθμό της χρηματοδότησης της επιχείρησης με ξένα κεφάλαια</p> <p>Εξετάζουν, λοιπόν, κατά πόσο θα πρέπει να επεκτείνουμε το δανεισμό σε αυτή την επιχείρηση</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Δείκτης δανεισμού (Σύνολο υποχρεώσεων) 2. Δείκτης δανειακής κάλυψης 3. Δείκτης κάλυψης τόκων
<p>Αποδοτικότητα/Κερδοφορία: δείχνουν το πόσο αποτελεσματικά λειτουργεί η εξεταζόμενη επιχείρηση</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Περιθώριο καθαρού κέρδους 2. Περιθώριο μικρού κέρδους 3. Δείκτης απόδοσης ενεργητικού (επενδύσεων) 4. Δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων 5. Δείκτης απόδοσης κεφαλαίου

Στο τελευταίο μέρος του χρηματοοικονομικού σχεδίου γίνεται η αποτίμηση των κινδύνων, σχεδιάζοντας σενάρια τα οποία θα ωθήσουν την επιχείρηση στην επιτυχία. Συνήθως, τα σενάρια αυτά αφορούν την αγορά στην περίπτωση που

αδιαφορεί για το προϊόν, τους τεχνολογικούς κινδύνους, της κεφαλαιοποίησης-υποεκτίμησης κόστους-εσόδων και άλλους.

Ο επίλογος είναι εξίσου σημαντικό κομμάτι του επιχειρηματικού πλάνου. Για αυτό θα πρέπει να είναι ξεκάθαρος και να αφήνει θετικές εντυπώσεις. Επίσης, χρειάζεται να είναι δυναμικός, όπως και η πρόβλεψη που έχει γίνει στις παραπάνω ενότητες. Είναι ακόμη αναγκαίο, να σημειωθούν για άλλη μια φορά οι στόχοι και οι βλέψεις που υπάρχουν για την επιχείρηση και να τονιστεί ο λόγος σύνταξης του επιχειρηματικού πλάνου. Εάν λοιπόν ο λόγος της σύνταξης είναι η χρηματοδότηση, τότε στο σημείο αυτό αναφέρεται το ποσό που ζητάει ο επιχειρηματίας και ο ακριβής λόγος που το χρειάζεται.

Τέλος, αφού έχει ολοκληρωθεί και το χρηματοοικονομικό σχέδιο, προστίθενται έγγραφα τα οποία δεν έχουν εμφανιστεί σε κάποιο άλλο μέρος του σχεδίου, όπως ερωτηματολόγια, αντίγραφα μελετών ή άρθρων εφημερίδων/περιοδικών, άδειες λειτουργίας, συμφωνίες μίσθωσης, δανεισμού και άλλα.

3.Πηγές χρηματοδότησης επιχειρήσεων

3.1 Σκοπός και λειτουργία χρηματοδότησης

Για να επιτευχθεί η σύσταση μιας επιχείρησης αλλά και η διατήρηση της καλής της λειτουργίας, απαραίτητη είναι η χρηματοδότηση της. Κατά καιρούς έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί για τη χρηματοδότηση, ένας από αυτούς είναι η δανειοδότηση, η χρήση δηλαδή των νομισματικών μέσων και η διαχείριση αυτών, η ανάπτυξη κεφαλαιουχικού δυναμικού και η διαχείριση του νομισματικού πλούτου της επιχείρησης.

Η χρηματοδότηση ωθείται από ορισμένες βασικές λειτουργίες-σκοπούς της, όπως η παραγωγή ή η διάθεση προϊόντων. Τα κίνητρα, που κάνουν την επιχείρηση να επιδιώξει τη χρηματοδότηση, είναι η εξασφάλιση του μέλλοντος της και η δημιουργία πραγματικού κεφαλαίου με την μορφή της ανακατανομής των πραγματικών δυνάμεων της, μεταξύ των τομέων παραγωγής αγαθών κατανάλωσης και αγαθών κεφαλαίου. Άλλα κίνητρα είναι η αντιμετώπιση εκτάκτων κινδύνων που μπορεί να αντιμετωπίσει, οι επενδύσεις αλλά και η αναγκαστική χρηματοδότηση, όπου στη προκειμένη περίπτωση η επιχείρηση αντιμετωπίζει προβλήματα ρευστότητας.

Φυσικά για να γίνει η χρηματοδότηση, θα πρέπει να απαντηθούν ορισμένα ερωτήματα, να ληφθούν υπόψη ορισμένοι κίνδυνοι και τέλος να ληφθεί η απόφαση της χρηματοδότησης. Τα ερωτήματα που θα πρέπει να απαντηθούν, εκτός από τα βασικά του είδους της επιχείρησης και των μελλοντικών σχεδίων του επιχειρηματία, είναι το αρχικό κόστος της χρηματοδότησης, η καθαρή παρούσα αξία της επένδυσης αλλά και το ποσοστό στα κέρδη της επιχείρησης από τον επενδυτή.

Στο σημείο αυτό, είναι χρήσιμο να διευκρινιστεί η διαφορά ανάμεσα στο κίνδυνο και την αβεβαιότητα, καθώς αν και είναι δύο έννοιες διαφορετικές, ωστόσο πολλές φορές συγχέονται. Για παράδειγμα, σε ότι αφορά τις ταμειακές ροές, η αβεβαιότητα σε μία επένδυση αναφέρεται κυρίως στη πιθανότητα να μην μπορούν αυτές να προβλεφθούν, ούτε να γίνει κάποια υπόθεση για αυτές. Ο κίνδυνος όμως αφορά την περίπτωση όπου δεν μπορούν ληφθούν τιμές για τις ταμειακές ροές.

Ένας από τους σημαντικότερους κινδύνους που λαμβάνεται υπόψη από τον επενδυτή είναι οι συνθήκες βεβαιότητας των ταμειακών ροών, το κόστος κεφαλαίου ή το επιτόκιο προεξόφλησης των ταμειακών ροών.

Εν κατακλείδι, ο πιθανός επενδυτής καταλήγει να σχηματίζει ένα δέντρο αποφάσεων, στο οποίο αποτυπώνονται τα πιθανά σενάρια βάσει της λήψης και μη αποφάσεως επένδυσης κεφαλαίου αλλά και τα πλεονεκτήματα τους από αυτή την επιχειρηματική κίνηση. Τα στοιχεία αυτά παρουσιάζονται βεβαίως βάσει χρόνου.

3.2 Μορφές χρηματοδότησης

Η χρηματοδότηση, όπως προαναφέραμε, είναι αυτή που βοηθά τη νέα ή την υπάρχουσα επιχείρηση να αντλήσει πόρους, να αναπτυχθεί και να λειτουργήσει ορθά. Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει η ανάλυση των μορφών της χρηματοδότησης με τον διαχωρισμό της αλλά και τους τρόπους που μπορεί να επιτευχθεί. Η χρηματοδότηση διαχωρίζεται σε δύο κατηγορίες, την εσωτερική χρηματοδότηση ή αυτοχρηματοδότηση και την εξωτερική χρηματοδότηση. Στην συνέχεια, θα αναλυθούν οι κατηγορίες της χρηματοδότησης καθώς και οι σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης.

3.2.1 Εσωτερική ή αυτοχρηματοδοτούμενη χρηματοδότηση

Με τον όρο εσωτερική ή αυτοχρηματοδοτούμενη χρηματοδότηση, νοείται η προμήθεια πόρων από το εσωτερικό περιβάλλον της ίδιας της επιχείρησης, όπως τα κέρδη της, το ίδιο το κεφάλαιο, τα αποθεματικά και οι αποσβέσεις των παγίων

περιουσιακών στοιχείων που κατέχει η ίδια αλλά και οι επιχειρηματίες οι ίδιοι. Αυτό το είδος χρηματοδότησης θεωρείται ως υγιέστερο, αφού η επιχείρηση αντί να προβεί στην αναζήτηση ξένου κεφαλαίου κάνει χρήση-ανακύκλωση των δικών της χρηματικών ροών. Τέλος, οι κύριες πηγές εσωτερικής χρηματοδότησης είναι:

- Η κεφαλαιοποίηση των αποθεματικών κερδών
- Οι πωλήσεις αλλά και τα γενικά έσοδα της επιχείρησης από τη δραστηριότητα της
- Οι πωλήσεις από πάγια περιουσιακά στοιχεία
- Τα κέρδη από τις πωλήσεις των χρεογράφων
- Τα κέρδη από τις επενδύσεις που έχουν γίνει
- Η δανειακή ενίσχυση από διάφορους επιχειρηματίες
- Η αύξηση κεφαλαίων από την έκδοση νέων μετοχών

3.2.2 Εξωτερική χρηματοδότηση

Οι υπερβολικές απαιτήσεις της Αγοράς και του συνόλου της κοινωνίας, είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες, που κάνουν τη σύγχρονη επιχείρηση να δυσκολεύεται να ικανοποιήσει τις δικές της ανάγκες. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, η επιχείρηση να μην λειτουργεί σωστά και να ωθείται σε κινήσεις με σκοπό την άμεση χρηματοδότηση.

Τέτοιες κινήσεις είναι η μετατροπή των πιστωτών σε μετόχους, η αύξηση των ιδίων κεφαλαίων, η έκδοση νέων μετοχών, ακόμη και η ενσωμάτωση του αποθεματικού κεφαλαίου στο μετοχικό, δημιουργώντας έτσι νέες μετοχές που αργότερα διανέμονται στους υπάρχοντες μετόχους.

Επομένως, η εξωτερική χρηματοδότηση συμβάλλει τόσο στην ανάπτυξη της δραστηριότητας της επιχείρησης όσο και στην μέγιστη αποδοτικότητα του επιχειρηματικού κεφαλαίου, κάνοντας χρήση κεφαλαίου το οποίο η επιχείρηση λαμβάνει από το εξωτερικό της περιβάλλον.

Η εξωτερική χρηματοδότηση έχει ορισμένες μορφές βραχυπρόθεσμης χρηματοδότησης. Αυτές είναι:

- Τραπεζικός δανεισμός
- Εμπορική πίστωση μεταξύ των επιχειρήσεων
- Αναβολή στις πληρωμές των φόρων και άλλων εισφορών της

-
- Χρηματοδότηση για εξαγωγές
 - Χρηματοδότηση με την μορφή ενεχυροποιώντας το κυκλοφορούν ενεργητικό

3.3 Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης

Οι τάσεις της Αγοράς και οι ανάγκες των καταναλωτών εξελίσσονται και αυξάνονται, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να αναζητούν ολοένα και περισσότερους τρόπους εξέλιξης για την ικανοποίηση των καταναλωτών. Η οικονομική κρίση όμως, δυσκολεύει την λειτουργία τους, με αποτέλεσμα ο επιχειρηματίας να αναζητά νέους τρόπους χρηματοδότησης. Στόχος του είναι να ικανοποιήσει την ανάγκη να δραστηριοποιηθεί στο χώρο της επιχειρηματικότητας. Επιπλέον, να διατηρήσει και να εξελίξει την επιχείρησή του.

Έτσι, δημιουργήθηκαν νέοι, διάφορων μορφών τρόποι χρηματοδότησης για διαφορετικούς σκοπούς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, ο επιχειρηματίας να έχει την δυνατότητα επιλογής της κατάλληλης χρηματοδότησης, βάσει των αναγκών και των προβλημάτων του. Ορισμένες από τις μορφές, που θα αναλυθούν σε αυτό το κεφάλαιο, είναι η χρηματοδότηση εξασφαλισμένη στις απαιτήσεις (Factoring), η χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing), το επιχειρηματικό κεφάλαιο συμμετοχής (Venture capital) και οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων (Business incubators).

3.3.1 Χρηματοδότηση εξασφαλισμένη στις απαιτήσεις (Factoring)

Η χρηματοδότηση βάσει απαιτήσεων, είναι η μορφή εκείνη χρηματοδότησης βάσει της οποίας; διενεργούνται κινήσεις είσπραξης εμπορευματικών απαιτήσεων. Επομένως, είναι η άμεση πώληση εισπρακτέων λογαριασμών χωρίς δικαίωμα αναγωγής. Σε ότι αφορά τον πράκτορα που κάνει αυτή την ενέργεια, και μπορεί να έχει την μορφή μεμονωμένου ατόμου ή εταιρίας-επιχείρησης, είναι ο χρηματοδοτικός οργανισμός που υποστηρίζει την επιχείρηση έχοντας αγοράσει από αυτή τις απαιτήσεις που έχει. Η σύμβαση πρακτορείας, η οποία συντάσσεται, έχει σκοπό την εξασφάλιση της επιχείρησης από χρηματοδοτικές, διαχειριστικές αλλά και ασφαλιστικές υπηρεσίες από τον πράκτορα.

Τα είδη πρακτορείας απαιτήσεων που εμφανίζονται συχνά αλλά και η επεξήγησή παρουσιάζονται παρακάτω:

- Η πρακτορεία με συγκεκριμένη ημερομηνία λήξης: Ο πράκτορας καλείται να αποπληρώσει τους λογαριασμούς τους οποίους έχει αγοράσει σε ορισμένη ημερομηνία στο προμηθευτή, άσχετα με τις δυνατότητες που έχει ο οφειλέτης

-
- Η συμβατική πρακτορεία: Η προκειμένη πρακτορεία έχει πολλές ομοιότητες με την προηγούμενη, η σημαντικότερη όμως διαφορά τους έγκειται στο ότι ο προμηθευτής μπορεί και ρευστοποιεί την απαίτησή του, πριν την λήξη της
 - Η καθαρά χρηματοδοτική πρακτορεία: Στη περίπτωση αυτή, ο πράκτορας μόνο χρηματοδοτεί την επιχείρηση και δεν έχει άμεση σχέση με αυτή, συμμετέχοντας στη διαχείριση των πωλήσεων ή στην είσπραξη χρεών της εταιρίας

Αυτή η μορφή χρηματοδότησης έχει ορισμένα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, τα οποία είναι πολύ σημαντικό να αναφερθούν στο σημείο αυτό και αφορούν κατά κύριο λόγο την εταιρία-επιχείρηση η οποία θα κάνει χρήση της.

Ένα από τα πλεονεκτήματα είναι η εξοικονόμηση δαπανών της εταιρίας, καθώς αυτές ανατίθενται στον πράκτορα. Η αξιοποίηση του πράκτορα από την εταιρία κάνοντας χρήση των γνώσεων αλλά και των υπηρεσιών που βάση συμφωνίας παρέχονται στην εταιρία. Η πλήρης ή μείωση ανάληψης πιστωτικών κινδύνων από τον πράκτορα είναι ακόμα ένα πολύ σημαντικό πλεονέκτημα για την εταιρία-πελάτη αλλά και η συμβολή του πράκτορα στη προώθηση των εξαγωγών παρέχοντας ουσιαστικά στην εταιρία πιστωτικούς μηχανισμούς που την διευκολύνουν.

Ένα από τα μειονεκτήματα που παρουσιάζονται στην εταιρία και είναι πολύ σημαντικό με την χρήση αυτής της μορφής χρηματοδότησης είναι το υψηλό κόστος χρηματοδότησης για τον πράκτορα, διότι τα τιμολόγια μπορεί να είναι πολλά και τα ποσά τους μεγάλα. Ακόμη, σε περίπτωση πώλησης των απαιτήσεων τα πιο ρευστά, ενεργητικά στοιχεία δεν εμφανίζονται στο κυκλοφορούν ενεργητικό του ισολογισμού, με αποτέλεσμα οι προμηθευτές να διστάζουν να προβούν σε χορηγίες βάσει πιστώσεων.

Επιπρόσθετο μειονέκτημα είναι ότι ο πράκτορας κινδυνεύει να παρουσιάσει έλλειψη σε θέματα ρευστότητας, αφού δεν μπορούν να υπολογιστούν πάντα οι απαιτήσεις που μπορεί να έχει η εταιρία. Τέλος, μειονέκτημα αποτελεί και το γεγονός πως ο πράκτορας μπορεί, όπως προαναφέρθηκε, να συμμετέχει ενεργά στη εταιρία παρέχοντας υπηρεσίες διαχείρισης πωλήσεων αλλά και ασφάλισης. Αυτό μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να είναι επικίνδυνο για την εταιρία.

3.3.2 Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)

Ένας ακόμη τρόπος χρηματοδότησης είναι η χρηματοδοτική μίσθωση. Στη προκειμένη περίπτωση, συντάσσετε μια σύμβαση μεταξύ του μισθωτή, που είναι μια

επιχείρηση ή εταιρία που χρειάζεται χρηματοδότηση, και του εκμισθωτή που είναι η εταιρία Leasing. Με την σύμβαση αυτή παραχωρείται, έναντι καθορισμένου ποσού που έχει συμφωνηθεί, η προκαθορισμένη μίσθωση περιουσιακών στοιχείων που διαθέτει η επιχείρηση-εταιρία και καλύπτει τις προδιαγραφές του εκμισθωτή.

Οι μισθώσεις χωρίζονται σε δύο μεγάλες ομάδες μίσθωσης, την χρηματοδοτική και τη λειτουργική μίσθωση. Η χρηματοδοτική μίσθωση, είναι η κατάλληλη μορφή μίσθωσης για επιχειρηματίες που έχουν ως σκοπό την ανανέωση και την επέκταση των παραγωγικών τους εγκαταστάσεων, χωρίς να θέλουν να διαθέσουν τα ίδια τα κεφάλαια της επιχείρησης ή τη δανειοδότηση. Άρα, στην προκειμένη περίπτωση η εταιρία εκμίσθωσης αγοράζει το πάγιο περιουσιακό στοιχείο με τις οδηγίες όμως του μισθωτού και στη συνέχεια το εκμισθώνει. Επομένως, ο εκμισθωτής έχει την νομική ιδιοκτησία του παγίου, ενώ ο μισθωτής την οικονομική (κατοχή και το δικαίωμα χρήσης αυτού).

Η λειτουργική μίσθωση είναι από την άλλη, βάσει χρόνου μίσθωσης, μικρότερη από την χρηματοδοτική, με αποτέλεσμα να βασίζεται βάση της οικονομικής ζωής που εκτιμάτε να έχει το περιουσιακό στοιχείο.

Και αυτό το είδος χρηματοδότησης έχει όμως ορισμένα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, που πρέπει να παρουσιαστούν, όχι μόνο από τη μεριά του εκμισθωτή αλλά και του μισθωτού. Ορισμένα από τα πλεονεκτήματα αυτά είναι η εξοικονόμηση κεφαλαίου του μισθωτή, η κάλυψη της επιχείρησης (μισθωτή) από τις αυξήσεις που εμφανίζουν οι τιμές, τα κεφαλαιουχικά αγαθά αλλά και οι καταβολές των μισθωμάτων που μπορούν να συμφωνηθούν και να καταβάλλονται βάση των ταμειακών προγραμμάτων της μισθωτής επιχείρησης αυξάνοντας την ρευστότητα της. Τέλος αυξάνεται η αποδοτικότητα της επιχείρησης.

Σε ότι αφορά τα μειονεκτήματα που παρουσιάζονται, ο μισθωτής προκύπτει να χάνει την υπολειμματική αξία μετά το τέλος της περιόδου που μισθώνεται το στοιχείο. Ακόμη, ο μισθωτής πρέπει να λαμβάνει υπόψη τη πιθανότητα καθυστέρησης από τη μεριά του εκμισθωτή, όσο αφορά τις χρηματοοικονομικές διευκολύνσεις που μπορεί να του παρέχει. Επιπλέον, μπορεί να παρουσιαστεί δισταγμός από την μεριά των τραπεζών σε περίπτωση που ζητηθεί δανειοδότηση, κυρίως όταν ο εξοπλισμός της επιχείρησης στηρίζεται σε χρηματοδοτική μίσθωση. Τέλος, ο μισθωτής είναι υπεύθυνος για τους κινδύνους τυχαίων περιστατικών και

φυσικά της έκτακτης καταγγελίας, της σύμβασης δηλαδή από τον εκμισθωτή σε περίπτωση αθέτησης όρου αυτής.

3.3.3 Επιχειρηματικό κεφάλαιο συμμετοχής (Venture capital)

Ένας εναλλακτικός τρόπος χρηματοδότησης που τα τελευταία χρόνια κάνει τα πρώτα του βήματα στην Ελλάδα είναι τα επιχειρηματικά κεφάλαια συμμετοχής, τα οποία στη διεθνή αγορά είναι γνωστά ως Venture Capitals. Με τον όρο ‘επιχειρηματικά κεφάλαια’ ονομάζουμε μακροπρόθεσμα κεφάλαια, τα οποία επενδύονται σε ειδικές επενδυτικές εταιρίες και τα οποία περιέχουν υψηλό κίνδυνο. Το επιχειρηματικό κεφάλαιο συμμετοχής αποτελεί επένδυση υψηλής απόδοσης και υψηλού κινδύνου με συμμετοχή στα ίδια κεφάλαια.

Ακόμη, βοηθάνε στο να υλοποιηθούν πολλές αξιόλογες ιδέες ή προγράμματα τα οποία υπό άλλες συνθήκες θα έμεναν απραγματοποίητες, καθώς άλλες πηγές χρηματοδότησης είτε δεν δέχονται να λάβουν το ρίσκο της χρηματοδότησης αυτής, είτε δεν μπορούν να λειτουργήσουν με αυτούς τους όρους. Έτσι, πολλές εταιρίες που ασχολούνται με την χρηματοδότηση, συχνά επιλέγουν να χρηματοδοτούν με αυτό τον τρόπο νέες και γρήγορα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις. Ωστόσο, η αλήθεια είναι ότι οι Venture capital εταιρίες επενδύουν σε κλάδους που είναι ανταγωνιστικότεροι στο σύνολο της αγοράς.

Σε ότι αφορά τώρα τη λειτουργία των κεφαλαίων αυτών, οι εταιρίες χρηματοδοτούν κατά κανόνα μια επιχείρηση στα επίπεδα του 30% της συνολικής ανάγκης της επιχείρησης, ενώ η χρονική διάρκεια της επένδυσης κυμαίνεται από 3 έως 7 χρόνια. Επιπροσθέτως, οι εταιρίες που χρηματοδοτούν με αυτό το είδος, εκτός από υλική βοήθεια στις νέες επιχειρήσεις τους, παρέχουν υπηρεσίες και συμβουλές σε διάφορους κλάδους όπως τη διοίκηση, τη στελέχωση ακόμη και στο στρατηγικό σχεδιασμό της επιχείρησης.

Ένα από τα μεγαλύτερα της πλεονεκτήματα, που πρέπει να αναφερθεί, είναι πως η χρηματοδότηση αυτή δεν υποχρεούται να παρέχει εγγυήσεις για το κεφάλαιο που έχει επενδύσει. Με λίγα λόγια, σε περίπτωση που η χρηματοδοτούμενη επιχείρηση αποτύχει, η εταιρεία Venture Capital δεν διεκδικεί το ποσό που έχει επενδύσει, μόνο όμως αν έχουν τηρηθεί οι όροι συμβολαίου. Φυσικά, αυτό αποτελεί ένα μεγάλο μειονέκτημα για την εταιρία.

Προέκταση αυτού του είδους χρηματοδότησης είναι οι ιδιωτικοί επενδυτές. Είναι μάλιστα ένα είδος που έχει πολλά κοινά στοιχεία με τα επιχειρηματικά κεφάλαια συμμετοχής.

Οι ιδιωτικές επενδύσεις είναι μια νέα μορφή ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας για τα Ελληνικά δεδομένα, καθώς δημιουργούν σύνδεση μεταξύ των ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων και των επενδυτικών προτάσεων για νέες καινοτόμες και μη επιχειρήσεις.

Οι ιδιωτικοί επενδυτές επενδύουν χρηματικά ποσά και διαθέτουν χρόνο, εμπειρία και τεχνογνωσία σε start-ups που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης. Τα κεφάλαια που επενδύουν, συνήθως κυμαίνονται από 50.000€ έως 200.000€, χωρίς αυτό να είναι απόλυτο. Έρχονται στην πρώτη φάση ανάπτυξης της εταιρείας κι είναι «έξυπνα» κεφάλαια.

Οι επενδυτές αυτοί προσφέρουν αρκετά πλεονεκτήματα στις επενδύσεις τους. Αρχικά, προτιμούν επενδύσεις μικρότερου κεφαλαίου από τους επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων υψηλού κινδύνου, που ταιριάζουν καλύτερα στις μικρές επιχειρήσεις.

Επιπλέον, επενδύουν στα αρχικά στάδια της ζωής των επιχειρήσεων, χωρίς να απαιτούν άμεσα έσοδα και πραγματοποιούν επενδύσεις σε όλους τους κλάδους του δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα. Μεγάλο πλεονέκτημα θεωρείται, ότι οι περισσότεροι **άγγελοι** προσφέρουν τις ικανότητες τους παράλληλα με τα κεφάλαια τους. Ακόμη, δανείζουν στην επιχείρηση την καλή τους φήμη με αποτέλεσμα να την καθιστούν πιο ελκυστική σε άλλες πηγές χρηματοδότησης.

3.3.4 Θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων (Business incubators)

Μια πρόσθετη, νέα μορφή χρηματοδότησης είναι οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων, οι οποίες είναι ένα εργαλείο οικονομικής φύσεως σχεδιασμένο να επιτύχει την ανάπτυξη και την αποτελεσματικότητα νεοϊδρυθέντων και εκκολαπτόμενων επιχειρήσεων. Αυτό εξασφαλίζεται, παρέχοντας στους επιχειρηματίες πρόσβαση σε πόρους και υπηρεσίες που απαιτούνται.

Πρακτικά, οι θερμοκοιτίδες ‘φιλοξενούν’ τις εν λόγω επιχειρήσεις για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα, περίπου 18 μηνών, και κατά συνήθεια χρηματοδοτείται από την ΕΕ αλλά και από την Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, στις επιχειρήσεις παρέχονται υπηρεσίες γραμματειακής και διοικητικής υποστήριξης, συμβουλευτικές υπηρεσίες κάθε μορφής, υπηρεσίες εκπαίδευσης και κατάρτισης, συντονισμού και

αξιολόγησης της πάγιας περιουσίας των ομάδων και τέλος, πραγματοποιούνται ενέργειες δικτύωσης για τη στήριξη των ομάδων.

Η κύρια διαφορά αυτής της μορφής χρηματοδότησης με τις προαναφερθείσες είναι, πως κατά κύριο λόγο στοχεύει στην ανάπτυξη και σύσταση νέων και καινοτόμων επιχειρήσεων, οι οποίες δεν έχουν συσταθεί ακόμη ή βρίσκονται σε διαδικασία σύστασης. Εφόσον αναφέρθηκε η κύρια διαφορά των θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων με τις άλλες μορφές χρηματοδότησης, στο σημείο αυτό θα παρουσιαστούν και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αυτής της μορφής. Ορισμένα από τα κυριότερα πλεονέκτημα είναι:

1. Παροχή υπηρεσιών και πόρων που η επιχείρηση δυσκολεύεται να διαθέσει
2. Προώθηση της επιχείρησης και συνεχής συμβουλευτική υποστήριξη για κάθε της κίνηση
3. Οι ομάδες υποστήριξης αποτελούνται από άτομα καταρτισμένα με πείρα και γνώση πάνω στις επιχειρήσεις
4. Άμεση πρόσβαση σε κεφάλαιο χρηματοδότησης

Ορισμένα τώρα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα, που παρουσιάζονται σε αυτή την μορφή χρηματοδότησης, είναι τα εξής:

1. Η μορφή αυτή απευθύνεται μόνο σε νεοϊδρυθείσες και εκκολαπτόμενες
2. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι η επιχείρηση να είναι καινοτόμα ή έστω να περιέχει στοιχεία που σχετίζονται με την εισαγωγή καινοτόμων στοιχείων σε κάποιο κλάδο ή επάγγελμα
3. Η διαδικασία έγκρισης και εισαγωγής στο πρόγραμμα χρηματοδότησης είναι μια χρονοβόρα διαδικασία ελέγχου και αξιολόγησης, βάσει των κριτηρίων αυτής
4. Οι υπηρεσίες και οι πόροι παρέχονται μόνο για ορισμένο χρονικό διάστημα

3.3.5 Εμπορία απαιτήσεων (Forfaiting)

Το Forfaiting είναι μια τεχνική συγγενής προς τη πρακτορεία (Factoring), που μαζί με την χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) αποτελούν σύγχρονες τεχνικές χρηματοδότησης, που προσπαθούν να αντιμετωπίσουν τις απαιτήσεις της αγοράς .

Το Forfaiting είναι μια μορφή χρηματοδότησης του εμπορίου, που αγοράζει εμπορικές απαιτήσεις από τον κάτοχο τους πάνω σε μια βάση 100% χωρίς δικαίωμα

αναγωγής για αυτόν. Τέτοιες απαιτήσεις είναι συχνά τα γραμμάτια ή οι συναλλαγές. Με την χρήση της τεχνικής αυτής, παρέχεται στον εξαγωγέα πλήρης προστασία έναντι διαφόρων εμπορικών και πολιτικών κινδύνων.

Η φιλοσοφία του Forfaiting βασίζεται στη μεταφορά του επιχειρηματικού κινδύνου (π.χ. εξόφληση τίτλων) και του πολιτικού κινδύνου (χώρες χωρίς πολιτική σταθερότητα) από τον εξαγωγέα στον χρηματοδότη, ο οποίος λειτουργεί σαν ανεξάρτητος, αυτόνομος χρηματοδοτικός οργανισμός που αγοράζει τίτλους για λογαριασμό του και έχει ως σκοπό το κέρδος από τους τόκους.

Ο χρηματοδότης παρέχει πλήρη πίστωση και αναλαμβάνει τους παρακάτω κινδύνους: τους πιστωτικούς, τους πολιτικούς, της μεταβίβασης του δικαιώματος της ανταλλαγής σε ξένο νόμισμα, του επιτοκίου και της συγκέντρωσης ευθύνης.

Η τεχνική του forfaiting είναι ένα είδος χρηματοδότησης, χωρίς όμως τις χρονοβόρες και γραφειοκρατικές διαδικασίες που απαιτεί ο τραπεζικός χώρος και που πολλές φορές αποτελούν πρόβλημα, ειδικότερα για τις μικρές επιχειρήσεις και τις περιπτώσεις εκείνων των επιχειρήσεων που αρνούνται να καλύψουν χρηματικά οι τράπεζες.

Η τεχνική αυτή παρουσιάζει, ωστόσο, πλεονεκτήματα για τον εξαγωγέα και τον εισαγωγέα, τα οποία αριθμούνται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας:3 Πλεονεκτήματα εξαγωγέα και εισαγωγέα.

<u>Εξαγωγέα</u>	<u>Εισαγωγέα</u>
Ο Forfaiteer διαθέτει αμέσως ρευστό στον εξαγωγέα καθώς αυτός παραδίδει εμπορεύματα ή υπηρεσίες. Η αύξηση της ρευστότητας του εξαγωγέα ελευθερώνει χρηματοοικονομικούς πόρους για επενδύσεις ή άλλους σκοπούς	Αποφεύγει διοικητικά και νομικά κόστη, που υπάρχουν στις συμφωνίες για πιστώσεις του εξαγωγέα
Ο Forfaiteer αναλαμβάνει ο ίδιος, με την χρηματοδότηση του εξαγωγέα χωρίς δικαίωμα αναγωγής, τους κινδύνους της νομισματικής ισοτιμίας και των μεταβολών του επιτοκίου, πιστωτικούς και πολιτικούς	Παρέχει αυξημένη δανειστική ικανότητα, αποφεύγοντας δεσμευτικές δανειστικές συμφωνίες

Η χρηματοδότηση, λόγω του ότι γίνεται με τη χρησιμοποίηση των γραμματίων ή των συναλλαγματικών, είναι απλή και γρήγορη.

Αποτελεί για αυτόν μια εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης

3.3.6 ΕΣΠΑ 2014-2020

Τα ΕΣΠΑ είναι επιχειρησιακά προγράμματα, τα οποία συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, με σκοπό την ενίσχυση της ελληνικής οικονομίας . Η διαδικτυακή πύλη του ΕΣΠΑ 2014-2020 (www.espa.gr) δημιουργήθηκε με νέα σχεδίαση και οργάνωση περιεχομένου και προσαρμόστηκε στις ανάγκες της νέας προγραμματικής περιόδου, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του θεσμικού πλαισίου για την επικοινωνία και την πληροφόρηση των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων.

Ακολουθεί η προδημοσίευση προκήρυξης για τις νέες δράσεις των ταμειακών προγραμμάτων, βάσει προκήρυξης του υπουργείου Οικονομικών, αλλά και αναλυτικά ο στόχος κάθε προγράμματος και οι προϋποθέσεις συμμετοχής στη δράση. Σε ότι αφορά τις δύο πρώτες δράσεις, την ‘Αναβάθμιση πολύ μικρών & μικρών υφιστάμενων επιχειρήσεων με την ανάπτυξη των ικανοτήτων τους στις νέες αγορές’ και την ‘Ενίσχυση Τουριστικών ΜΜΕ για τον εκσυγχρονισμό τους και την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών’, οι προϋποθέσεις συμμετοχής είναι ίδιες. Αναλυτικά οι δράσεις είναι:

A) Αναβάθμιση πολύ μικρών & μικρών υφιστάμενων επιχειρήσεων με την ανάπτυξη των ικανοτήτων τους στις νέες αγορές

Στόχος της δράσης: η αναβάθμιση του επιπέδου επιχειρηματικής οργάνωσης και λειτουργίας των ΜΜΕ, στους οκτώ (8) στρατηγικούς τομείς της χώρας, προκειμένου αυτές να αξιοποιήσουν τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα, βελτιώνοντας τη θέση τους στις εθνικές και διεθνείς αγορές.

Οι στρατηγικοί τομείς προτεραιότητας είναι:

- Αγροδιατροφή / Βιομηχανία Τροφίμων
- Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες (ΠΔΒ),
- Υλικά / Κατασκευές
- Εφοδιαστική Αλυσίδα

-
- Ενέργεια
 - Περιβάλλον
 - Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας ΤΠΕ
 - Υγεία

Στο πλαίσιο του προγράμματος ενισχύονται επενδυτικά σχέδια συνολικού προϋπολογισμού ύψους επένδυσης από 15.000€ έως 200.000€, με ποσοστό ενίσχυσης 40%, κατά μέγιστο, των επιλέξιμων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου. Στην περίπτωση πρόσληψης νέου προσωπικού, το ποσοστό επιχορήγησης προσαυξάνεται κατά 10 μονάδες μόνο μετά την πιστοποίηση επίτευξης αυτού του στόχου. (Ηλεκτρονική)

Προϋπολογισμός: **52.000.000**

Αναλυτικά:

- Ανατολική Μακεδονία & Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα: 32.560.000 ευρώ
- Δυτική Μακεδονία, Ιόνια Νησιά, Πελοπόννησος, Βόρειο Αιγαίο, Κρήτη: 4.800.000 ευρώ
- Αττική: 11.200.000 ευρώ
- Στερεά Ελλάδα: 2.000.000 ευρώ
- Νότιο Αιγαίο: 1.440.000 ευρώ

Β) Ενίσχυση Τουριστικών ΜΜΕ για τον εκσυγχρονισμό τους και την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών

Στόχος της δράσης: είναι η ενίσχυση υφιστάμενων πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων του Τουρισμού, που αποτελεί στρατηγικό τομέα παρέμβασης του ΕΠΑνΕΚ¹, για τον εκσυγχρονισμό τους, την ποιοτική αναβάθμιση τους και τον εμπλουτισμό των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, ώστε να βελτιώσουν την θέση τους στην εσωτερική και διεθνή τουριστική αγορά.

Προϋποθέσεις συμμετοχής:

¹ Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας, Επιχειρηματικότητας & Καινοτομίας. www.espa.gr

Οι βασικές προϋποθέσεις συμμετοχής των επιχειρήσεων που υποβάλλουν επενδυτική πρόταση, είναι οι ακόλουθες και ισχύουν και για όλες τις δράσεις που αναφέρονται:

- να δραστηριοποιούνται στην Ελληνική επικράτεια και να πραγματοποιήσουν επένδυση σε συγκεκριμένη περιφέρεια
- να λειτουργούν αποκλειστικά με μία από τις ακόλουθες μορφές: επιχειρήσεις εταιρικού / εμπορικού χαρακτήρα (Ανώνυμη, Περιορισμένης Ευθύνης, Ομόρρυθμη ή Ετερόρρυθμη Εταιρία και Ιδιωτικού Κεφαλαίου) και ατομικές επιχειρήσεις
- να μη βρίσκονται υπό πτώχευση, εκκαθάριση ή αναγκαστική διαχείριση
- να μην αποτελούν προβληματικές επιχειρήσεις, κατά την έννοια που δίδεται στο δίκαιο περί κρατικών ενισχύσεων
- να μην εκκρεμεί σε βάρος τους ανάκτηση ενίσχυσης
- να διαθέτουν ή να δεσμευθούν ότι θα μεριμνήσουν για τις κατάλληλες υποδομές, με σκοπό την ελαχιστοποίηση των εμποδίων πρόσβασης ατόμων με αναπηρία, όπου αυτό είναι απαραίτητο και αναγκαίο. Ως υποδομές νοούνται, τόσο οι κτιριακές υποδομές όσο και οι ηλεκτρονικές εφαρμογές, που απευθύνονται στο πελατειακό κοινό (π.χ. ιστοσελίδες και λοιπές ηλεκτρονικές εφαρμογές κ.λ.π.)
- να υποβάλουν έως μία επενδυτική πρόταση ανά Α.Φ.Μ.
- το συνολικό ποσό των ενισχύσεων ήσσονος σημασίας που έχει λάβει στο παρελθόν η επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένης της ενίσχυσης από αυτή τη Δράση, να μην υπερβαίνει το ποσό των 200.000 ευρώ (ή 100.000 ευρώ για τον τομέα των μεταφορών) μέσα σε μία τριετία (τρέχον οικονομικό έτος και τα δύο (2) προηγούμενα οικονομικά έτη) πριν από την ημερομηνία ένταξης της πρότασης

Στο πλαίσιο του προγράμματος ενισχύονται επενδυτικά σχέδια συνολικού προϋπολογισμού ύψους επένδυσης από 15.000€ έως 150.000€, με ποσοστό ενίσχυσης 40%, κατά μέγιστο, των επιλέξιμων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου. Στην περίπτωση πρόσληψης νέου προσωπικού, το ποσοστό επιχορήγησης προσαυξάνεται κατά 10 μονάδες μόνο μετά την πιστοποίηση επίτευξης αυτού του στόχου. (Ηλεκτρονική)

Προϋπολογισμός: **20.000.000 €**

Αναλυτικά:

-
- Ανατολική Μακεδονία & Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα: 8.216.000 ευρώ
 - Δυτική Μακεδονία, Ιόνια Νησιά, Πελοπόννησος, Βόρειο Αιγαίο, Κρήτη: 6.584.000 ευρώ
 - Αττική: 2.800.000 ευρώ
 - Στερεά Ελλάδα: 800.000 ευρώ
 - Νότιο Αιγαίο: 1.600.000 ευρώ

Γ) Ενίσχυση της Αυτοαπασχόλησης Πτυχιούχων Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης

Η δράση εντάσσεται στον Άξονα Προτεραιότητας 2 του ΕΠΑΝΕΚ: «Προσαρμογή εργαζομένων, επιχειρήσεων και επιχειρηματικού περιβάλλοντος στις νέες αναπτυξιακές απαιτήσεις», και συγκεκριμένα, στον ειδικό στόχο: 2.1 «Αύξηση της υγιούς, νεοφυούς επιχειρηματικότητας και αυτοαπασχόλησης» και την επενδυτική προτεραιότητα diii: «Αυτοαπασχόληση, επιχειρηματικότητα και δημιουργία νέων επιχειρήσεων και ειδικά καινοτόμων πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων».

Στόχος δράσης: Καθορίζεται βάσει των πλαισίων στα οποία περιλαμβάνεται αλλά και του Άξονα Προτεραιότητας που έχει τεθεί.

Προϋποθέσεις συμμετοχής:

Οι δικαιούχοι, που θα ενισχυθούν στο πλαίσιο των επενδυτικών προτάσεων, θα πρέπει να πληρούν υποχρεωτικά τα ακόλουθα:

- Να είναι πτυχιούχοι σχολών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ/ΤΕΙ) ή ισοτίμων προς αυτά, της Ελλάδος ή του εξωτερικού (αναγνωρισμένα από τον Δ.Ο.Α.Τ.Α.Π.²)
- Να έχουν γεννηθεί πριν την 1.1.1991
- Να δραστηριοποιηθούν ή να δραστηριοποιούνται επαγγελματικά σε δραστηριότητα συναφή με την ειδικότητά τους
- Κάθε επιλέξιμο φυσικό πρόσωπο να συμμετέχει στην υποβολή μίας και μόνο επενδυτικής πρότασης
- Η επαγγελματική τους δραστηριότητα να αφορά στις επιλέξιμες κατηγορίες επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, καθ' όλη τη διάρκεια της επένδυσης
- Να μην διαθέτουν εισόδημα από άλλη επιχειρηματική δραστηριότητα

² Διεπιστημονικός Οργανισμός Αναγνώρισης Τίτλων Ακαδημαϊκών και Πληροφόρησης, www.espa.gr

-
- Το συνολικό ποσό των ενισχύσεων ήσσονος σημασίας συμπεριλαμβανομένης της ενίσχυσης από αυτή τη Δράση, δεν υπερβαίνει το ποσό των 200.000 ευρώ (ή 100.000 ευρώ για τον τομέα των μεταφορών) στην τριετία (τρέχον οικονομικό έτος και τα δύο (2) προηγούμενα οικονομικά έτη) πριν από την ημερομηνία ένταξης της πρότασης

Ενισχύονται επενδυτικά σχέδια συνολικού προϋπολογισμού ύψους επένδυσης από 5.000 έως 25.000€ με ποσοστό ενίσχυσης 100% του συνολικού προϋπολογισμού. (Ηλεκτρονική)

Προϋπολογισμός : **17.500.000 €**

Αναλυτικά:

- Ανατολική Μακεδονία-Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα: 10.500.000 ευρώ
- Δυτική Μακεδονία, Ιόνια Νησιά, Πελοπόννησος, Βόρειο Αιγαίο, Κρήτη: 3.115.000 ευρώ
- Αττική: 2.730.000 ευρώ
- Στερεά Ελλάδα: 679.000 ευρώ
- Νότιο Αιγαίο: 476.000 ευρώ

Δ) Νεοφυής Επιχειρηματικότητα.

Η «Νεοφυής Επιχειρηματικότητα» εντάσσεται στο ίδιο πλαίσιο όπως και η «Ενίσχυση της Αυτοαπασχόλησης Πτυχιούχων Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης».

Στόχος δράσης: είναι η στήριξη για την ανάπτυξη υγιούς, νεοφυούς επιχειρηματικότητας που θα συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Για το λόγο αυτό, το πρόγραμμα στοχεύει στη δημιουργία πολύ μικρών και μικρών, βιώσιμων επιχειρήσεων, με έμφαση σε καινοτόμα σχέδια καθώς και στην ενίσχυση της απασχόλησης.

Προϋποθέσεις συμμετοχής:

Οι επιχειρήσεις που θα συσταθούν στο πλαίσιο των επενδυτικών προτάσεων θα πρέπει:

- Να κάνουν έναρξη στη ΔΟΥ σε χρόνο και με νομική μορφή που θα ορίζονται στον Οδηγό του Προγράμματος (επισημαίνεται η μεταβολή ΚΑΔ στους ήδη ασκούντες επαγγελματική δραστηριότητα δεν συνιστά σύσταση νέας επιχείρησης)

-
- Κάθε επιλέξιμο φυσικό πρόσωπο να συμμετέχει στην υποβολή μίας και μόνο επενδυτικής πρότασης (είτε αυτοτελώς, είτε σε επενδυτικό σχήμα)
 - Το επιχειρηματικό σχέδιο να αφορά στις επιλέξιμες κατηγορίες επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, καθ' όλη τη διάρκεια της επένδυσης
 - Το συνολικό ποσό των ενισχύσεων ήσσονος σημασίας που έχει λάβει στο παρελθόν η επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένης της ενίσχυσης από αυτή τη Δράση, να μην υπερβαίνει το ποσό των 200.000 ευρώ (ή 100.000 ευρώ για τον τομέα των μεταφορών) μέσα σε μία τριετία (τρέχον οικονομικό έτος και τα δύο (2) προηγούμενα οικονομικά έτη) πριν από την ημερομηνία ένταξης της πρότασης

Στο πλαίσιο του προγράμματος ενισχύονται έργα συνολικού προϋπολογισμού ύψους επένδυσης έως 60.000,00€ με ποσοστό ενίσχυσης 100% του συνολικού προϋπολογισμού. (Ηλεκτρονική)

Προϋπολογισμός : **48.000.000 €**

Αναλυτικά:

- Ανατολική Μακεδονία- Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα: 28.960.000 ευρώ
- Δυτική Μακεδονία, Ιόνια Νησιά, Πελοπόννησος, Βόρειο Αιγαίο, Κρήτη: 8.520.000 ευρώ
- Αττική: 7.360.000 ευρώ
- Στερεά Ελλάδα: 1.840.000 ευρώ
- Νότιο Αιγαίο: 1.320.000 ευρώ

4. Πράσινη επιχειρηματικότητα- Αγροτικός τομέας

4.1 Πράσινο επιχειρήν

Στο παρακάτω κεφάλαιο γίνεται ανάλυση της πράσινης επιχειρηματικότητας αλλά και των επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον αγροτικό τομέα .

Ο επιθετικός προσδιορισμός «πράσινος, -η, -ο» χρησιμοποιείται για να παρουσιαστεί ότι μία επιχείρηση ή μια θέση εργασίας είναι «φιλοπεριβαλλοντικού» περιεχομένου. Συγκεκριμένα, ως «πράσινη επιχειρηματικότητα» ορίζεται η μορφή οικονομικής δραστηριότητας, η οποία θέτει στο επίκεντρο της την προστασία του περιβάλλοντος και γενικότερα της φύσης.

Μια επιχείρηση δεν μπορεί να θεωρηθεί φιλοπεριβαλλοντική, επειδή έχει βάλει τους τοίχους της πράσινους, τηρεί την περιβαλλοντική νομοθεσία, χρησιμοποιεί την έννοια «πράσινο» για λόγους προώθησης των προϊόντων της και λαμβάνει περιστασιακά περιβαλλοντικά μέτρα. Είναι απαραίτητο να διαθέτει μερικές προϋποθέσεις για να οριστεί πράσινη.

Η τήρηση της νομοθεσίας θα πρέπει να θεωρείται δεδομένη από όλες τις επιχειρήσεις. Οι πράσινες επιχειρήσεις συχνά υπερκαλύπτουν τις απαιτήσεις της περιβαλλοντικής νομοθεσίας και αρκετές φορές θέτουν καινούργια πρότυπα. Θεωρείται απαραίτητο, η παραγωγή, η διακίνηση ακόμα και η διάθεση του προϊόντος ή της υπηρεσίας στον πελάτη, να γίνεται με τρόπο σεβαστό προς το περιβάλλον.

Ακόμα, η διοίκησή της επιχείρησης αλλά και το σύνολο των εργαζομένων της, θα πρέπει να διατηρεί θετική στάση σε θέματα περιβάλλοντος, κατανοώντας ότι η προστασία του περιβάλλοντος προσθέτει αξία στο προς πώληση προϊόν/υπηρεσία. Επίσης, οφείλει να δεσμεύεται διαρκώς στη λήψη, παρακολούθηση αλλά και βελτίωση των περιβαλλοντικών μέτρων που έχει υιοθετήσει .

Σε ότι αφορά τα πεδία δράσης και ανάπτυξης της, είναι όλοι οι τομείς που έχουν σχέση με το περιβάλλον, δηλαδή:

- Τομείς παροχής κάθε είδους περιβαλλοντικών υπηρεσιών
- Παραγωγή περιβαλλοντικών αγαθών
- Δημιουργία εγκαταστάσεων περιβαλλοντικών υποδομών
- Ανάπτυξη, εμπορία και χρήση τεχνολογιών, υλικών και υπηρεσιών αντιμετώπισης περιβαλλοντικών επιπτώσεων

Μερικοί από τους κύριους τομείς της πράσινης επιχειρηματικότητας αναφέρονται παρακάτω και θα αναλυθούν στην επόμενη ενότητα. Οι τομείς είναι:

- Τα βιολογικά προϊόντα πρωτογενούς τομέα
- Ο πράσινος τουρισμός
- Αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
- Τεχνολογίες που δεν ρυπαίνουν το περιβάλλον, ανακύκλωσης και απορρύπανσης.
- Νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες σε σύνδεση με την φύση

Οι κύριοι τομείς της πράσινης επιχειρηματικότητας, έχουν αναφερθεί στην προηγούμενη ενότητα και σε αυτό το σημείο θα παρουσιαστούν με παραδείγματα.

Τα τελευταία χρόνια, τα βιολογικά προϊόντα έχουν αρχίσει να αυξάνονται με γρήγορους ρυθμούς και να βελτιώνουν διαρκώς την ποιότητα τους. Αυτά, μπορεί να είναι τρόφιμα (λαχανικά -φρούτα-κρεατικά) αλλά και παράγωγά τους, όπως ζυμαρικά, καλλυντικά ακόμη και φάρμακα. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, από τη μια την αξιοποίηση των φυσικών πόρων που βρίσκονται στο περιβάλλον, και από την άλλη την καλλιέργεια και χρήση αυτών των προϊόντων.

Ένα παράδειγμα επιχείρησης που στράφηκε στα βιολογικά προϊόντα είναι η Creta Farm, η οποία τα τελευταία 10 χρόνια εκτρέφει τα ζώα της με βότανα, καθώς και με άλλα προϊόντα της φύσης. Σκοπός της είναι να αυξήσει την ποιότητα των δικών της εμπορευμάτων. Ένα ακόμη παράδειγμα τέτοιων επιχειρήσεων, είναι και οι συνεταιρισμοί αλλά και οι οργανισμοί που ασχολούνται με την εμπορία παραδοσιακών προϊόντων όπως ζυμαρικά και γλυκά του κουταλιού.

Μία από τις κύριες πηγές πλούτου, όμως, της χώρας μας είναι ο τουρισμός, αφού η Ελλάδα αποτελεί πόλο έλξης για εκατομμύρια τουρίστες ετησίως. Είναι φυσικό λοιπόν, η πράσινη επιχειρηματικότητα να κάνει αισθητή την παρουσία της και σε αυτόν το τομέα. Καθημερινά, επιχειρηματίες που ασχολούνται άμεσα με τον τουρισμό θέτουν στο επίκεντρο την οικολογία, είτε αυτό αφορά τις εγκαταστάσεις της είτε τις υπηρεσίες που παρέχει στους πελάτες της. Ένας από τους λόγους, που γίνονται αυτές οι κινήσεις, είναι η οικονομία αλλά και η διαφήμιση των επιχειρήσεων με σκοπό την προσέλκυση ολοένα και περισσότερων πελατών.

Η αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας αποτελεί και αυτή με την σειρά της ένα πολύ σημαντικό κομμάτι. Αυτό συμβαίνει, γιατί η Ελλάδα βρέχεται από θάλασσα κατά το 90%, και είναι μια από τις χώρες που διαθέτει ηλιοφάνεια τις περισσότερες ημέρες το χρόνο. Για τους λόγους αυτούς, πολλές επιχειρήσεις στράφηκαν προς την εκμετάλλευση αυτών των φυσικών πόρων, είτε προς την εμπορευματοποίηση τους με την διοχέτευση της ενέργειας στην αγορά είτε με την χρήση της προς όφελος τους.

Για παράδειγμα, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις ασχολούνται με την εγκατάσταση αιολικών γεννητριών, φωτοβολταϊκών συστημάτων και νερόμυλων. Σκοπός τους είναι η παραγωγή και η εκμετάλλευση της ενέργειας με τρόπο φυσικό, ακόμα και αν αυτό συνεπάγεται την εμπορευματοποίηση του.

Αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας παρατηρείται πως κάνουν μέχρι και ιδιώτες, με την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων σε ταράτσες και

εδαφικές εκτάσεις προ όφελος τους. Ακόμη, έχει παρατηρηθεί πως δημιουργούνται πολλά θερμοκήπια τα οποία κάνουν χρήση, κατά το μεγαλύτερο διάστημα της λειτουργίας τους, της θερμικής ενέργειας, είτε άμεσα τους καλοκαιρινούς μήνες είτε έμμεσα με την χρήση φωτοβολταϊκών συστημάτων.

Πολλές επιχειρήσεις κάνουν πλέον χρήση νέων τεχνολογιών, που δεν ρυπαίνουν το περιβάλλον αλλά ασχολούνται με την απορρύπανση και ανακύκλωση προϊόντων. Δηλαδή, ορισμένες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις αλλά και εστιατόρια, διαθέτουν κομποστοποιητές με τους οποίους ανακυκλώνουν τα κατάλληλα υλικά που η κουζίνα δεν μπορεί να εκμεταλλευτεί, και δημιουργούν λίπασμα το οποίο έπειτα εκμεταλλεύονται. Επίσης, ορισμένες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις έχουν εγκαταστήσει μονάδες ανακύκλωσης νερού, με σκοπό την μέγιστη δυνατή εκμετάλλευση του. Ορισμένες χρήσεις αυτών των γεννητριών, είναι η ανακύκλωση του πόσιμου νερού αλλά και των αποχετεύσεων του χώρου της κουζίνας για χρήση ποτίσματος των φυτών και δέντρων που μπορεί να διαθέτει.

Προς αποφυγή χρήσης διαφόρων λιπασμάτων, χημικών σκευασμάτων και φυτοφαρμάκων διεξάχθηκαν έρευνες, με σκοπό την εύρεση εναλλακτικών μορφών εξουδετέρωσης πιθανών ασθενειών και την ενίσχυση του τελικού προϊόντος (π.χ γαλακτοκομικά, λαχανικά, παράγωγα κρέατος). Οι μελέτες αυτές κατέληξαν στο συμπέρασμα, πώς υπάρχουν εναλλακτικοί- βιολογικοί τρόποι αντικατάστασης αυτών, οι οποίοι βρίσκονται στην φύση. Ορισμένοι από αυτούς είναι η χρήση του **ζεόλιθου** αλλά και εντόμων όπως η **πασχαλίτσα**.

4.2 Μορφές αγροτικών (πράσινων) επιχειρήσεων

Στην Ελλάδα του σήμερα, ολοένα και περισσότεροι επιχειρηματίες ασχολούνται με την οικολογία, με αποτέλεσμα να στρέφονται ενεργά σε αυτή. Η ένταξη και η ανάπτυξη της τεχνολογίας στον αγροτικό τομέα διαμόρφωσε δύο υποδείγματα παραγωγής. Το βιομηχανικό σύστημα παραγωγής των μεγάλων αγροτικών επιχειρήσεων, που προϋποθέτει την άμεση υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών, αλλά και το παραδοσιακό σύστημα παραγωγής των μικρών επιχειρήσεων, των οποίων οι δυνατότητες για νέες επενδύσεις είναι περιορισμένες.

Οι βιομηχανικές επιχειρήσεις είναι μονάδες, που παράγουν σε μεγάλη κλίμακα διάφορα προϊόντα μεταποίησης από πρώτες ύλες. Οι βιομηχανικές

επιχειρήσεις πράσινου- αγροτικού περιεχομένου ασχολούνται με τη μεταποίηση και τη συσκευασία βιολογικών προϊόντων.

Οι παραδοσιακές επιχειρήσεις είναι μονάδες, που βασίζονται κυρίως στην παραγωγή προϊόντων από φυσικούς πόρους. Κομμάτι των παραδοσιακών επιχειρήσεων είναι και οι πράσινες- αγροτικές επιχειρήσεις.

Το εξαιρετικό κλίμα της Ελλάδας σε συνδυασμό με την εύφορη γη, παράγει προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας. Πάρα πολλά ελληνικά προϊόντα έχουν τιμηθεί με τη διάκριση της Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης.

Ήδη, 89 ελληνικά προϊόντα έχουν διακριθεί με τη μεγάλη αυτή τιμή. 20 διαφορετικά τυριά, 27 ελαιόλαδα, 23 λαχανικά και όσπρια, 10 διαφορετικές ποικιλίες ελιάς, το κρητικό παξιμάδι, το παραδοσιακό αυγοτάραχο Μεσολογγίου, ποικιλίες μελιού, γλυκά ποτά (το κίτρο Νάξου και το κουμκουάτ της Κέρκυρας), το τοματάκι Σαντορίνης, το μανταρίνι και η μαστίχα Χίου. Ο κατάλογος είναι εντυπωσιακός και συνεχώς εμπλουτίζεται.

Ωστόσο, οι βασιλιάδες των προϊόντων που παράγονται στην Ελλάδα είναι το παρθένο ελαιόλαδο, τα προϊόντα βαμβακιού και τα γαλακτοκομικά. Σε παγκόσμια κλίμακα μάλιστα, το παρθένο ελαιόλαδο κατέχει την 3^η θέση των περισσότερο εξαγωγίμων προϊόντων, τα προϊόντα βαμβακιού την 19^η, ενώ τα τυριά την 8^η θέση.

Πολύ σημαντικό είναι να αναφέρουμε, πως τα τελευταία 10 χρόνια η μορφή των παραδοσιακών επιχειρήσεων έχει αρχίσει να ακμάζει. Ένας από τους λόγους, είναι οι επιδοτήσεις που παροτρύνουν το άνοιγμα τέτοιου είδους επιχειρήσεων αλλά και η ανάγκη της αγοράς για αυτά τα προϊόντα.

4.3 Εκπαίδευση και πιστοποιήσεις

Από την αρχαιότητα ο άνθρωπος είχε σαν βασική ασχολία την καλλιέργεια της γης. Αυτό συνεχίζεται μέχρι σήμερα, με μόνη διαφορά ότι πλέον ο αγρότης επιχειρηματίας δεν διαφέρει σε τίποτα από τον επιχειρηματία ενός άλλου κλάδου. Γενικώς, υπάρχει η εντύπωση πως η καλλιέργεια της γης θεωρείται κάτι απλό από αυτούς που δεν έχουν ασχοληθεί με αυτή. Ο αγρότης είναι αναγκασμένος να ακολουθήσει την εξέλιξη της τεχνολογίας και να προσαρμοστεί στους νέους τρόπους καλλιέργειας. Αυτό, απαιτεί την συνεχή παρακολούθηση και γνώση της τεχνολογίας, των μηχανικών δηλαδή εξοπλισμών που αποσκοπούν στην μεγαλύτερη απόδοση της καλλιέργειας με το μικρότερο κόστος. Η πλειοψηφία των απασχολούμενων στον πρωτογενή τομέα, στερείται της βασικής εκπαίδευσης αλλά κινείται βάσει πείρας

και εμπειρίας. Αυτό δυσκολεύει την υιοθέτηση επιχειρηματικής σκέψης χωρίς βοήθεια.

Για οποιαδήποτε επιχειρηματική κίνηση, απαραίτητο στοιχείο είναι πλέον η κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση πιστοποιήσεων, με τις οποίες ο νέος και μη επιχειρηματίας κάθε κλάδου είναι γνώστης του αντικειμένου στο οποίο ελίσσεται, είτε αφορά τις τάσεις- ανάγκες της αγοράς είτε τις νέες τεχνολογίες του εκάστοτε κλάδου. Έτσι, πολλοί οργανισμοί και σωματεία διεξάγουν εκπαιδευτικά προγράμματα, σεμινάρια και ημερίδες με σκοπό την εκπαίδευση και την ενημέρωση. Μερικοί οργανισμοί και κέντρα, όπως το κέντρο αγροτικής επιχειρηματικότητας ασχολούνται με αυτό ακριβώς.

Η διεξαγωγή σεμιναρίων, ημερίδων και συνεδρίων με σκοπό την ενημέρωση, των νέων και όχι μόνο αγροτών, βοηθά στην δικτύωση τους στο χώρο, πράγμα που είναι ένα από τα σημαντικότερα στάδια για την ανάπτυξη του επαγγελματία αγρότη και των επιχειρήσεων. Η πράξη αυτή έχει ως αποτέλεσμα την γνωριμία με άλλους επαγγελματίες και την ανταλλαγή ιδεών και απόψεων που μπορούν να προκύψουν σε μελλοντικές συνεργασίες.

Με την εκπαίδευση και κατάρτιση ο νέος επιχειρηματίας αποσκοπεί στην αποτελεσματικότερη και ανταγωνιστικότερη εμφάνιση του στην αγορά. Ένα από τα εργαλεία που χρησιμοποιεί, είναι η διασφάλιση της ποιότητας του προϊόντος του με τη χρήση του κατάλληλου συστήματος διαχείρισης ποιότητας.

Η επιλογή αυτού του εργαλείου γίνεται έπειτα από έρευνα και ενημέρωση πάνω σε αυτά, αφού και η γκάμα τους είναι μεγάλη. Αναλόγως με το είδος του προϊόντος ή της υπηρεσίας, υπάρχουν και συστήματα τα οποία αξιολογούν το προϊόν βάσει ορισμένων προτύπων.

Ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης ISO έδωσε ένα ορισμό για τα πρότυπα ποιότητας, βάσει του οποίου τα πρότυπα είναι «...μια τεχνική προδιαγραφή ή άλλο έγγραφο, προσιτό στο κοινό, καταρτιζόμενο με τη συνεργασία και τη συναίνεση ή τη γενική αποδοχή όλων των ενδιαφερομένων μερών το οποίο στοχεύει στο μέγιστο δυνατό όφελος της κοινότητας στο σύνολο της, και έχει εγκριθεί από αναγνωρισμένο οργανισμό σε εθνικό , περιφερειακό ή διεθνές επίπεδο...».

Τα πρότυπα αυτά εκδίδονται από οργανισμούς σε επίπεδο διεθνές (ISO, IEC), ευρωπαϊκό (CEN, CENELEC, ETSI) αλλά και εθνικό (ΕΛΟΤ). Ένα παράδειγμα προτύπου ISO, που αφορά τα προϊόντα είναι το ISO 22000, το οποίο αφορά τον

σχεδιασμό και την εγκατάσταση ασφάλειας και υγιεινής προϊόντος. Ακόμη, από τα πλέον γνωστά πρότυπα ποιότητας είναι η σειρά ISO 9000. Ενδεικτικά, η σειρά ISO 9000 αποτελείται από τρία πρότυπα τα οποία αφορούν τις επιχειρήσεις-οργανισμούς:

1. ISO 9000, αφορά τις θεμελιώδεις αρχές και δίνει την αντίστοιχη ορολογία
2. ISO 9001, καθορίζει τις απαιτήσεις ενός συστήματος διαχείρισης ποιότητας
3. ISO 9004, περιέχει τις κατευθυντήριες οδηγίες βελτίωσης της επίδοσης

4.4 Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα

Η αγροτική επιχειρηματικότητα αποτελεί μια πολύ σημαντική επιχειρηματική δραστηριότητα, καθώς η Ελλάδα από μόνη της, σαν χώρα διαθέτει τις ευνοϊκότερες κλιματικές συνθήκες καλλιέργειας φρούτων και λαχανικών άριστης ποιότητας. Επιπλέον, γιατί η εδαφική της έκταση είναι κατάλληλη για την ανάπτυξη τέτοιου είδους επιχειρηματικών ενεργειών.

Ο αγροτικός τομέας είναι ένας ιδιαίτερος κλάδος. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, πως το ποσοστό επιτυχίας εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τα καιρικά φαινόμενα, κάτι που είναι αδύνατο να ελέγξει ο άνθρωπος όσο καλό προγραμματισμό και να κάνει . Υπό αυτήν την οπτική γωνία, το ρίσκο είναι μεγαλύτερο από κάποιο άλλο κλάδο.

Ακολουθεί ένας πίνακας που παρουσιάζει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των αγροτικών επιχειρήσεων πράσινου περιεχομένου. Αυτά απευθύνονται σε επιχειρηματίες, που είτε κατέχουν μία επιχείρηση είτε αποσκοπούν στην δημιουργία μίας καινοτόμας πράσινης επιχείρησης, που αφορά τις αγροτικές καλλιέργειες.

Πίνακας 4: Πλεονεκτήματα Μειονεκτήματα αγροτικών (πράσινων) επιχειρήσεων

Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
1. Δυνατότητα επαφής με την φύση και δράση σε αυτή με οικολογικού περιεχομένου παρεμβάσεις	1. Ρίσκο, που αφορά το πόσο επικερδής θα είναι η επιχείρηση καλύπτοντας τις αρχικές προσδοκίες
2. Επιπλέον χρηματοδότηση, διότι επιχορηγούνται οι επιχειρήσεις που είναι φιλικές προς το περιβάλλον και κυρίως αυτές που ασχολούνται με την προστασία του	2. Οι καιρικές συνθήκες μπορούν να δυσκολέψουν την ορθή λειτουργία της επιχείρησης
3. Δυνατότητα εκπαίδευσης, με την συμμετοχή σε σεμινάρια και	3. Έλλειψη ορισμένων εργαλείων λόγω εξέλιξης της τεχνολογίας και της τιμής

<p>ενημερωτικές ημερίδες και χορήγηση πιστοποιητικών παρακολούθησης,</p> <p>4. Χρήση εναλλακτικών πηγών ενέργειας</p> <p>5. Η επιθυμία πολλών ατόμων για δημιουργία της δικής τους επιχείρησης</p> <p>6. Επιστροφή στη παράδοση και γνώση πάνω στα ήθη και έθιμα κάθε τόπου, καθώς και ανάγκη για αποκέντρωση.</p>	<p>αυτών</p> <p>4. Ο μεγάλος αριθμός των συνεταιρισμών και η ανταγωνιστικότητα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες</p> <p>5. Το ηλικιακό έλλειμμα δυσκολεύει την αναπτυξιακή δυναμική του αγροτικού τομέα</p> <p>6. Ο μικρός κλήρος και ο πολυτεμαχισμός (ο μέσος όρος στην Ελλάδα είναι 45 στρ. στην Ευρώπη είναι 200 στρ. ενώ στην Αμερική 2000 στρ. Επιπλέον, ο πολυτεμαχισμός και η διασπορά αυτών αυξάνουν το κόστος).</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ΑΠΟ ΤΗΝ ΘΕΩΡΙΑ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ

Για να ξεκινήσει μια επιχείρηση απαραίτητη είναι η επιχειρηματική ιδέα, η ομάδα διαχείρισης και το κεφάλαιο. Όταν αυτά γίνουν πράξη, τότε έχουμε μια ολοκληρωμένη επιχείρηση. Το κεφάλαιο αυτό αναφέρεται στη δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου και τα στάδια υλοποίησής του. Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα γενικό πρότυπο που είναι κατάλληλο για όλους τους τύπους των επιχειρήσεων.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας, έγινε αναφορά στο πως μπορεί να δημιουργηθεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο με απλά βήματα. Στην συνέχεια, έγινε ανάλυση πάνω στον αγροτικό τομέα, το πράσινο επιχειρείν και τις μορφές χρηματοδότησης. Ακολουθεί ένα υπόδειγμα επιχειρηματικού πλάνου μιας καινοτόμας αγροτικής (πράσινης) επιχείρησης, που συνδυάζει όλα τα παραπάνω.

5. Business Plan Φ-Ζην

Φ- Ζην



Διεύθυνση: Λαγκαδά

Τηλέφωνο: 2310-000000

e- mail: f-zhn@gmail.com

Εμπιστευτικό και όχι προς αναπαραγωγή.

Σοφία Αποστολάκη AM: 117/11

Αργυρώ Μίαρη AM: 177/11

5.1 Εισαγωγή

Η εταιρία με την επωνυμία «Φ-Ζην», θα έχει έδρα την Θεσσαλονίκη και προβλέπεται να κάνει έναρξη εργασιών τον Φεβρουάριο του 2016. Στις εγκαταστάσεις της, με έκταση 7.500 τ.μ στην περιοχή των Λαγκαδά , θα δίνει την δυνατότητα στους κάτοικους της Θεσσαλονίκης αλλά και των γειτονικών πόλεων να παράγουν, είτε μόνοι τους είτε με την βοήθεια του εξειδικευμένου προσωπικού της εταιρίας τα δικά τους οπωροκηπευτικά προϊόντα. Το όραμα της εταιρίας είναι να

γνωρίσει και να επανασυνδέσει τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων και των περιχώρων με τη γη και την δύναμη της.

Η αποστολή της επιχείρησης είναι, να παρέχει σε οποιονδήποτε την δυνατότητα να παράγει τα δικά του φρούτα, λαχανικά και αρωματικά βότανα, να μάθει της ανάγκες αλλά και τον τρόπο παραγωγής αυτών. Ο πληθυσμιακός στόχος δεν είναι περιορισμένος, η επιχείρηση αυτή απευθύνεται σε οποιονδήποτε θέλει έμμεσα ή άμεσα να παράγει τα δικά του φρούτα και λαχανικά, κάνοντας χρήση του θερμοκηπίου της εταιρίας.

Η εταιρία έχει θέσει ορισμένους στόχους οι οποίοι είναι:

- Να ευαισθητοποιήσει τον κόσμο,
- Να προσελκύσει όλο και περισσότερους σε αυτό το έργο
- Να επενδύσει σε νέες τεχνολογίες και καινοτομίες
- Να αξιοποιήσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την γη

Η επιχείρηση θα εστιάσει αρχικά στην σωστή ενημέρωση των πολιτών, με σκοπό να τους παροτρύνει, παρουσιάζοντας την επιχείρηση με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, έτσι ώστε να την ακολουθήσουν. Στο μέλλον, η «Φ-Ζην» έχει σκοπό να διευρύνει την πελατειακή της βάση ανοίγοντας υποκαταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

Η βάση και φιλοσοφία της διοίκησης είναι η παροχή έγκαιρης και ποιοτικής εξυπηρέτησης των πελατών. Η δομή και το επιχειρηματικό περιβάλλον θα συμβάλλει στην υψηλή ποιότητα και τον σεβασμό των πελατών και των εργαζομένων. Η επιχείρηση θα δίνει ιδιαίτερη σημασία στις βασικές αρχές της αξιοπρεπούς συμπεριφοράς και στη δημιουργία θετικής ατμόσφαιρας για τους εργαζομένους.

5.2 Περιεχόμενο Επιχείρησης

Η επιχείρηση «Φ-Ζην Α.Ε», είναι Ανώνυμη εταιρία και έχει εταίρους την Σοφία Αποστολάκη και Αργυρώ Μίαρη, με ποσοστά συμμετοχής 50% έκαστες. Οι εταίροι έχουν ίσο ποσοστό συμμετοχής και έχουν ίση συμμετοχή στα κέρδη αλλά και στις ζημίες, αλλά ευθύνονται μόνο κατά το ποσοστό συμμετοχής τους.

Η επιχείρηση αυτή, παρέχει την δυνατότητα σε κατοίκους μεγάλων αστικών κέντρων να παράγουν τα δικά τους οπωροκηπευτικά προϊόντα και βότανα και

παράλληλα να γνωρίσουν την δύναμη της γης, τις δυνατότητες της αλλά και να ευαισθητοποιηθούν.

5.3 Περιγραφή Υπηρεσίας

Ο ενοικιαστής θα μπορεί να καλλιεργεί οπωροκηπευτικά και βότανα της αρεσκείας του, χωρίς να έχει απαραίτητα εξειδικευμένες γνώσεις πάνω στο αντικείμενο. Η παροχή των υπηρεσιών της επιχείρησης, δηλαδή η φύλαξη και η προστασία της καλλιέργειας από εξωτερικούς παράγοντες, όπως ασθένειες, με την συνεχή παρακολούθηση της κατάστασης των φυτών, θα πραγματοποιείται από το εξειδικευμένο προσωπικό της επιχείρησης. Σε περίπτωση που ο πελάτης δεν επιθυμεί να καλλιεργήσει μόνος του την γη του, υπάλληλος της επιχείρησης του δίνει την δυνατότητα αυτήν, με αποτέλεσμα ο πελάτης χωρίς να αφιερώνει δικό του χρόνο, να τρέφεται με βιολογικά οπωροκηπευτικά προϊόντα, τα οποία έχουν παραχθεί είτε άμεσα είτε έμμεσα από αυτόν.

Σε ότι αφορά την σχέση της επιχείρησης με τον ανταγωνισμό, η «Φ-Ζην Α.Ε» μπορεί και καινοτομεί σε ορισμένα στοιχεία. Δίνει την δυνατότητα άμεσης σχέσης του πελάτη με το προϊόν σε κάθε περίπτωση συμφωνίας και διαθέτει χώρους, διαμορφωμένους από ειδικούς, για καλλιέργεια όλων των φυτών χωρίς να περιορίζει τον πελάτη. Όσον αφορά το σημείο των εγκαταστάσεων της επιχείρησης, έχει επιλεγθεί βάσει ορισμένων κριτηρίων τα οποία είναι:

- Απόσταση κατάλληλη για βιολογική καλλιέργειά
- Εύκολη πρόσβαση από σχεδόν όλο τον πελατειακό πληθυσμό
- Στην περιοχή βρίσκονται διάφορες άλλες καλλιέργειες, επομένως δεν υπάρχει άμεση απειλή για την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων

5.4 Περιγραφή Αγοράς

Η ανάγκη των πολιτών των μεγάλων αστικών κέντρων για γνώση της ποιότητας των φρούτων, λαχανικών, αρωματικών φυτών και βοτάνων, καθώς και η τάση της κοινωνίας να στρέφεται στη φύση, τους παροτρύνει να αναζητήσουν τρόπους για την ικανοποίησή της. Αυτό, αποτέλεσε έμπνευση για την δημιουργία της επιχείρησης.

Στην περιοχή που επιλέχθηκε η δημιουργία της επιχείρησης προηγήθηκε έρευνα με ερωτηματολόγια, τα αποτελέσματα των οποίων μας πληροφορούν πως σε κοντινές αποστάσεις βρίσκονται χωριά, στα οποία το 30-50% ασχολείται με μικρές καλλιέργειες, το 25-30% θα ήθελε να ασχοληθεί, ενώ ένα ποσοστό ύψους 20% δεν γνωρίζει αν θα ήθελε να ασχοληθεί.

Μετά από μελέτες, δείγμα ύψους 60% που ζει σε αστικά κέντρα, θα ήθελε να ασχοληθεί με την καλλιέργεια δικών του φρούτων και λαχανικών.

Ανταγωνιστές της επιχείρησης είναι όλοι όσοι ασχολούνται με την παραγωγή και πώληση οπωροκηπευτικών προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα, αγροτικοί συνεταιρισμοί, λαϊκές αγορές, καταστήματα με βιολογικά προϊόντα, super market, καθώς και παντοπωλεία.

Στις μέρες μας, όλο και συχνότερα εμφανίζονται προϊόντα με άγνωστη προέλευση ,που δε γνωρίζουμε σε τι συνθήκες καλλιεργούνται. Αυτό, έχει ως αποτέλεσμα να υπάρχει τα τελευταία χρόνια στην αγορά μία γενική αύξηση στις επιχειρήσεις με βιολογικά προϊόντα.

Η επιχείρηση μας στοχεύει σε άτομα μεγάλης ηλικίας, κυρίως συνταξιούχους καθώς και οικογένειες με εργαζόμενους γονείς. Στοχεύει, επίσης, σε πολύτεκνες οικογένειες και σε νέους ανθρώπους, που προσέχουν την διατροφή τους ή επιθυμούν να ακολουθήσουν ένα πιο υγιεινό τρόπο ζωής.. Προσεγγίζουμε ακόμα εστιατόρια και επιχειρήσεις catering, καθώς και εταιρίες αδυνατίσματος (που παρέχουν στον πελάτη το γεύμα κατοίκων τύπου Gilli diet), για την καλύτερη επιλογή βιολογικών προϊόντων .

5.5 Στρατηγική Marketing

5.5.1 Υπηρεσία (προϊόν)

Οι υπηρεσίες που παρέχει η «Φ-Ζην Α.Ε» είναι δύο. Η πρώτη είναι η ενοικίαση έκτασης για καλλιέργεια από τον ενοικιαστή και η δεύτερη είναι η ενοικίαση έκτασης για καλλιέργεια από εργαζόμενο της επιχείρησης. Επομένως, έχει την δυνατότητα να τα παράγει ο ίδιος ή ένας εξουσιοδοτημένος υπάλληλος.

Υπάρχει μεγάλη γκάμα από οπωροκηπευτικά φυτά, τα οποία μπορεί να επιλέξει από το φυτώριο με το οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση. Επιπλέον, ο

γεωπόνος της επιχείρησης βρίσκεται στην διάθεση του για οποιοδήποτε ερώτημα και πρόβλημα, που μπορεί να προκύψει κατά την διάρκεια της καλλιέργειας.

Για την ασφάλεια της ποιότητας των προϊόντων που παράγονται στο θερμοκήπιο της επιχείρησης υπάρχει πιστοποίηση, η οποία το επιβεβαιώνει.

Σε ότι αφορά την διαφοροποίηση της υπηρεσίας, που παρέχει η επιχείρηση σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, είναι ότι δίνει την δυνατότητα σε όλους να παράγουν οι ίδιοι τα δικά τους φρούτα και λαχανικά και να ζήσουν την εμπειρία της καλλιέργειας.

5.5.2 Τιμή

Τα φρούτα και λαχανικά πωλούνται στην αγορά (λιανική, χονδρική), είτε με το κιλό είτε με το τεμάχιο και οι τιμές ποικίλουν από αγορά σε αγορά και από εποχή σε εποχή. Στην «Φ-Ζην Α.Ε» οι τιμές είναι συγκεκριμένες και διαφέρουν μόνο οι τιμές των προϊόντων.

Σε ότι αφορά τις τιμές που παρέχονται, η υπηρεσία χωρίζεται σε δύο κατηγορίες, χονδρικής και λιανικής. Πιο συγκεκριμένα, όταν η υπηρεσία παρέχεται σε τιμή χονδρικής (με καλλιέργεια από εργαζόμενο της επιχείρησης), η τιμή ενοικίασης είναι στα 5 €/τ.μ. Στην περίπτωση της λιανικής διάθεσης, όταν η έκταση καλλιεργείται από τον πελάτη, τότε η τιμή είναι 4 €/τ.μ ενώ όταν καλλιεργείται από υπάλληλο της εταιρίας η τιμή είναι 4,5 €/τ.μ.

5.5.3 Τόπος-Διανομή

Το κανάλι διανομής της υπηρεσίας που προσφέρεται μετά την υπογραφή του συμβολαίου του ενοικιαστή με την επιχείρηση, είναι η επιλογή και μεταφορά των φυτών του συνεργαζόμενου φυτώριου στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης. Στην συνέχεια, γίνεται η παραγωγή (φύτευση, πότισμα) του εκάστοτε φυτού, είτε από τον ενοικιαστή είτε από αρμόδιο υπάλληλο της επιχείρησης. Μετά το πέρασμα του χρονικού διαστήματος που απαιτείται για την ανάπτυξη του φυτού και την καρποφορία, καρπός συλλέγεται από εργαζόμενο της επιχείρησης και τοποθετείται προσωρινά σε ψυγείο ειδικών συνθηκών μέχρι την στιγμή που ο ίδιος θα έρθει να το παραλάβει, αφού έχει προηγηθεί ενημέρωση.

Το κανάλι διανομής της επιχείρησης έχει επιλεγθεί με κριτήρια την υλοποίηση των σκοπών της επιχείρησης, να δίνει δηλαδή την δυνατότητα στον πελάτη, ακόμα και στην περίπτωση που επιλέξει να γίνεται η παραγωγή από τον υπάλληλο της επιχείρησης, να βλέπει και αυτός έστω μία φορά σε τακτά διαστήματα την καλλιέργειά του και να ευαισθητοποιείται.

Στην αρχική αυτή κατάσταση της επιχείρησης δεν θα γίνουν ενέργειες για παροχή της υπηρεσίας μέσω διαδικτύου, αλλά προβλέπεται στο μέλλον με παράγοντα να γίνετε η καλλιέργεια από υπάλληλο της επιχείρησης και η τιμή θα είναι διαφορετική.

5.5.4 Προώθηση

Για την προώθηση της επιχείρησης, έχει αρχικά επιλεγθεί η διαφήμιση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Θα υπογραφεί συμβόλαιο με διαφημιστική εταιρία και πρόκειται μάλιστα να λάβει μέρος σε εκθέσεις με σκοπό την παρουσίαση της, καθώς και σε, σχετικά με τις βιολογικές καλλιέργειες και την υγιεινή διατροφή, σεμινάρια. Ακόμη, η επιχείρηση θα είναι χορηγός και σε διάφορες εκδηλώσεις σχετικές με το αντικείμενο.

Ένας ακόμη τρόπος προώθησης της επιχείρησης, είναι η διοργάνωση εκπαιδευτικών ξεναγήσεων για δημοτικά σχολεία, γυμνάσια αλλά και πανεπιστημιακές σχολές, που έχουν ως αντικείμενο την γεωπονία, την ιατρική αλλά και την φαρμακευτική.

Άλλο ένα πρόσθετο, σημαντικό μελλοντικό πλάνο, με σκοπό την προώθηση της επιχείρησης, προσελκύοντας νέους πελάτες και προσφέροντας στην κοινωνία, είναι η δημιουργία ειδικών ξεναγήσεων αλλά και εργασιών που θα απευθύνονται σε ομάδες αλλά και σε σχολεία για παιδιά με ειδικές ανάγκες. Τις δημόσιες σχέσεις θα αναλάβει η Σοφία Αποστολάκη.

5.6 Ανθρώπινο Δυναμικό- Ομάδα Διοίκησης-Οργανωτική Δομή

5.6.1 Ανθρώπινο δυναμικό

Η επιχείρηση έχει σκοπό, τον πρώτο χρόνο της λειτουργίας της, να απασχολήσει εκτός από τους ιδιοκτήτες ακόμη 4 εργαζομένους για την ορθή λειτουργία της. Ακολουθεί πίνακας, όπου παρουσιάζονται αναλυτικά τα

χαρακτηριστικά που πρέπει να διαθέτουν, καθώς επίσης αναλυτικά παρουσιάζεται και η θέση αυτών στην επιχείρηση:

Πίνακας:5 Ανθρώπινο δυναμικό

Εργαζόμενοι	Χαρακτηριστικά	Θέση
Γεωπόνος	1. Γνώσεις 2. Σχετική εμπειρία πάνω στην παραγωγή και φροντίδα	<u>Υπεύθυνος:</u> για την καλλιέργεια και την διατήρηση της ποιότητας των προϊόντων
Χειριστής αγροτικών μηχανημάτων	1. Δίπλωμα χειρισμού τρακτέρ 2. Δίπλωμα χειρισμού Ημιφορτηγού	<u>Υπεύθυνος:</u> χειρισμού των αγροτικών μηχανημάτων και της συντήρησης αυτών
Εργάτες		<u>Υπεύθυνοι:</u> για την άρδευση του κτήματος, την συλλογή και την διατήρηση της καθαριότητας του χώρου

Φυσικά, απαραίτητο χαρακτηριστικό όλων είναι το ομαδικό πνεύμα, η αγάπη για το περιβάλλον και η θέληση για προσφορά. Ανεπιθύμητο χαρακτηριστικό είναι μόνον η ύπαρξη αλλεργιών σε φρούτα, λαχανικά, ορισμένα φάρμακα, αρωματικά αλλά και αγρωστώδη φυτά.

Μελλοντικά, η επιχείρηση αποσκοπεί να κινηθεί σε προσλήψεις προσωπικού, εφόσον αυξηθούν οι πελάτες-ενοικιαστές και οι υποχρεώσεις της. Ακόμη, να απευθυνθεί σε δημόσια ΙΕΚ, Πανεπιστήμια και ΤΕΙ, σχετικού με τις δράσεις της επιχείρησης αντικείμενου, με σκοπό την ευκαιρία διεκπεραίωσης της πρακτικής άσκησης των φοιτητών.

5.6.2 Ομάδα διοίκησης

Η ομάδα διοίκησης της επιχείρησης αποτελείται από τους ιδιοκτήτες της, την Σοφία Αποστολάκη και την Αργυρώ Μίαρη. Οι επονομαζόμενες είναι υπεύθυνες για τις πωλήσεις, την προβολή της επιχείρησης και τα χρηματοοικονομικά ζητήματα και της αποθήκης αντίστοιχα.

Αναλυτικότερα, η Σοφία Αποστολάκη έχει αποφοιτήσει από τη σχολή Διοίκησης και Οικονομίας του τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, του

ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Είναι υπεύθυνη για την προώθηση της υπηρεσίας που παρέχει η επιχείρηση αλλά και για την προβολή της επιχείρησης και των υπηρεσιών.

Η Αργυρώ Μίαρη είναι και αυτή απόφοιτος της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Είναι, επίσης, υπεύθυνη για τα χρηματοοικονομικά ζητήματα. Διευθύνει, δηλαδή, το τμήμα αυτό κρατώντας τα λογιστικά βιβλία της επιχείρησης, ενώ παράλληλα ασχολείται με την αποθήκη της επιχείρησης κρατώντας τις καταστάσεις αυτής.

5.6.3 Οργανωτική δομή

Για την καλύτερη κατανόηση της οργανωτικής δομής της επιχείρησης, είναι απαραίτητο να παρουσιαστεί το οργανόγραμμα της επιχείρησης:

Διάγραμμα:2 Οργανόγραμμα



Κατά

Το πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης, υπεύθυνοι στην διεύθυνση αλλά και διοίκηση της εταιρίας είναι οι εταίροι. Μελλοντικά, με την προβλεπόμενη αύξηση των αναγκών αλλά και την ανάπτυξη της επιχείρησης, θα γίνουν προσλήψεις αλλά και ανακατατάξεις στην εταιρία, τόσο στο σύνολο της όσο και στο οργανόγραμμα της.

5.7 Σύστημα παραγωγής

Η «Φ-Ζην Α.Ε» είναι επιχείρηση παροχής υπηρεσιών και αναλυτικότερα παροχής αγροτεμαχίου για καλλιέργεια οπωροκηπευτικών. Η επιχείρηση δεν είναι παραγωγική, αλλά δίνει την δυνατότητα στον ενοικιαστή του αγροτεμαχίου να βοηθηθεί στην παραγωγή των προϊόντων του, με την απασχόληση ενός από τους υπαλλήλους της επιχείρησης για όσο χρονικό διάστημα αυτός επιθυμεί, αλλά με μία μικρή επιβάρυνσή. Ακολουθεί διάγραμμα ροής της διαδικασίας λειτουργίας της επιχείρησης.

Διάγραμμα:3 Διάγραμμα ροής λειτουργίας της επιχείρησης



Από το παραπάνω διάγραμμα, αντιλαμβανόμαστε την διαδικασία λειτουργίας της επιχείρησης από την στιγμή που ο πελάτης νοικιάζει το αγροτεμάχιο που επιθυμεί.

- i. Πρώτο στάδιο είναι η ενοικίαση του χώρου και η επιλογή του ενοικιαστή, με την βοήθεια του γεωπόνου της επιχείρησης των φυτών

που ο πελάτης θα παράγει από την μεγάλη ποικιλία φυτών που έχει το συνεργαζόμενο με εμάς φυτώριο.

- ii. Δεύτερο στάδιο είναι η ανάθεση της καλλιέργειας σε υπάλληλο της επιχείρησης ή η παραγωγή από τον ίδιο τον πελάτη.
- iii. Τρίτο στάδιο είναι η μεταφύτευση των φυτών, το πότισμα και λίπασμα των φυτών, είτε από τον ενοικιαστή είτε από τον υπάλληλο που έχει επιλεγθεί.
- iv. Τέταρτο στάδιο είναι η διατήρηση της καθαριότητας και το πότισμα των φυτών, που παρέχεται από την επιχείρηση σε όλους τους πελάτες.
- v. Πέμπτο και τελικό στάδιο είναι η συλλογή και προσωρινή αποθήκευση των προϊόντων στις αποθήκες της επιχείρησης, μέχρι ο πελάτης να έρθει και να τα παραλάβει.
- vi. **Σε περίπτωση**, όμως, που ο ιδιοκτήτης δεν μπορεί να τα παραλάβει η επιχείρηση μεταφέρει τα προϊόντα σε κομποστοποιητή με σκοπό την δημιουργία φυσικού λιπάσματος για την επιχείρηση.

5.8 Προμηθευτές

Το λίπασμα που θα παράγει η επιχείρηση, σε περίπτωση που οι ενοικιαστές δεν παίρνουν τα προϊόντα, δεν είναι αρκετό για να καλύψει τις ανάγκες του θερμοκηπίου. Έτσι, θα προμηθεύεται τα λιπάσματα και τα φάρμακα που απαιτούνται για να καλυφθούν οι ανάγκες του θερμοκηπίου, από τον γεωπόνο Σωκράτη Βλάστο.

Ένας ακόμη εξωτερικός συνεργάτης, θα είναι η εταιρία ‘Φυτώρια Βασιλειάδη’, απ’ όπου θα προμηθευόμαστε όλα τα φυτά που θα επιθυμούν οι ενοικιαστές να καλλιεργήσουν.

5.9 Μηχανικός εξοπλισμός επιχείρησης

Για να λειτουργήσει ορθά και αποδοτικά η επιχείρηση, απαραίτητη είναι η αγορά ορισμένων μηχανημάτων και οχημάτων, τα οποία παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα αλλά και η χρησιμότητα αυτών:

Πίνακας:6 Μηχανικός εξοπλισμός

Μηχανήματα:	Χρησιμότητα:
<i>Τρακτέρ</i>	Απαραίτητο όχημα, στο οποίο θα τοποθετούνται ανταλλακτικά για πολλές

	από τις εργασίες εντός και εκτός θερμοκηπίου
<i>Ημιφορηγό</i>	Θα εξυπηρετεί στην μεταφορά λιπασμάτων, φαρμάκων και φυτών από τους προμηθευτές
<i>Λιπασματοδιανομέας</i>	Θα τοποθετείται στο τρακτέρ με σκοπό την ομοιόμορφα διανομή του λιπάσματος
<i>Φρέζα</i>	Θα τοποθετείται και αυτή στο τρακτέρ με σκοπό να θρυμματίζει το χώμα
<i>Άροτρο</i>	Θα τοποθετείται στο τρακτέρ με σκοπό να οργώνει το χώμα
<i>Σύστημα άρδευσης (σταγόνες, μπεκ)</i>	Ανάλογα με την καλλιέργεια θα αλλάξει το σύστημα άρδευσης, καθώς στα αναρριχόμενα φυτά, όπως οι ντομάτες, θα τοποθετείται σύστημα με σταγόνες, ενώ για τα υπόλοιπα θα τοποθετείται σύστημα με μπεκ -ψεκαστήρες
<i>Ατομικός ψεκαστήρας</i>	Σε περίπτωση που είναι απαραίτητο να χορηγηθεί κάποιο φάρμακο στο φυτό, θα γίνει χρήση του ατομικού ψεκαστήρα, με σκοπό να χορηγηθεί μόνο στο φυτό αυτό και όχι στα υπόλοιπα
<i>Κάδος κομποστοποίησης</i>	Η χρήση του θα γίνεται μόνο σε περίπτωση που οι ενοικιαστές δεν παραλαμβάνουν τα προϊόντα τους και ακόμη, όταν αυτά κρίνονται ως ακατάλληλα για κατανάλωση από τον γεωπόνο
<i>Ψυγεία</i>	Εκεί θα φυλάσσονται όλα τα προϊόντα, μέχρι να τα παραλάβουν οι ενοικιαστές

Στο σημείο αυτό, πρέπει να αναφερθεί πως δεν θα πραγματοποιηθεί απόσβεση των πάγιων περιουσιακών της επιχείρησης, καθώς σύμφωνα με την διάταξη ζζ΄ της υποπερίπτωσης στστ΄ του άρθρου 31 Κ.Φ.Ε, οι νέες επιχειρήσεις δεν καλούνται να πραγματοποιήσουν για τις πρώτες διαχειριστικές χρήσεις αποσβέσεις παγίων. (Ηλεκτρονική)

5.10 Επιπτώσεις στο περιβάλλον

Ένας από τους σκοπούς και στόχους της επιχείρησης, είναι η υπενθύμιση στους πολίτες των μεγάλων αστικών κέντρων της σπουδαιότητας της φύσης. Πολιτική της επιχείρησης είναι κάθε κίνηση της να είναι φιλική προς το περιβάλλον και να μην το επιβαρύνει. Για τον λόγο αυτό θα ακολουθούν ορισμένες κινήσεις,

όπως η κομποστοποίηση αλλά και η χορήγηση φαρμάκων στα φυτά που πάσχουν από κάποια ασθένεια, **μόνο** σε περίπτωση που αυτό δεν μπορεί να αποφευχθεί.

Για λόγους πρόληψης θα φυτεύονται κοντά στα φυτά και άλλα αρωματικά φυτά-βότανα, τα οποία θα λειτουργούν ως απωθητικά, όπως ο βασιλικός. Έτσι, κατά την διάρκεια της καλλιέργειας του, το φυτό θα έχει λιγότερες πιθανότητες να του χορηγηθεί κάποιο χημικό φάρμακο.

5.11 Επιχειρηματική στρατηγική

5.11.1 Η επιχείρηση σήμερα

Την περίοδο αυτή, η επιχείρηση βρίσκεται στα σκαριά. Έγινε δεκτή για επιχορήγηση από το νέο πρόγραμμα ΕΣΠΑ και έχει πιστωθεί στους λογαριασμούς της το χρηματικό ποσό, το οποίο έχουν διαθέσει από κοινού οι ιδιοκτήτριες της επιχείρησης. Ακόμη, έχουν αρχίσει να γίνονται και οι πρώτες ενέργειες για τις κατασκευές του θερμοκηπίου και των κτιρίων της επιχείρησης, δηλαδή της αποθήκης και των γραφείων.

Το έργο αυτό έχει αναλάβει μαζί με τις μελέτες και άδειες η εταιρία Τζαφάλιας Α.Ε, υπό την επίβλεψη του μηχανολόγου μηχανικού Ηρακλή Τζαφάλια, μετά από σύμβαση που έγινε από την επιχείρηση. Ο μηχανικός θα ασχοληθεί, επίσης, με την συντήρηση της ήδη υπάρχουσας γεώτρησης, την κατασκευή της 5,5 στρμ. έκτασης θερμοκηπίου αλλά και των 2 στρεμμάτων εγκαταστάσεων, καθώς και με την συντήρηση κλιματισμού και θέρμανσης του θερμοκηπίου.

Επιπροσθέτως, έχουν γίνει τα συμβόλαια με τους προμηθευτές της εταιρίας και έχει βρεθεί ο μηχανικός εξοπλισμός που θα αγοραστεί.

5.11.2 Οι κατευθύνσεις της επιχείρησης

Η επιχείρηση έχει στόχο την ευαισθητοποίηση των πολιτών πάνω στην φύση και τις ανάγκες της, την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών πάνω στην καλλιέργεια της γης αλλά και την εκμετάλλευση αυτής με τον καλύτερο και φιλικότερο τρόπο. Επίσης, αποσκοπεί στην ανάπτυξη της, μεγαλώνοντας την έκτασή της και ανοίγοντας άλλα θερμοκήπια σε διάφορα αστικά κέντρα.

Τους παραπάνω στόχους θα τους υλοποιήσει η επιχείρηση στο άμεσο μέλλον, αρχικά παρουσιάζοντας την σωστά και διαφημίζοντας την. Ακόμη, με την συμμετοχή

της σε ημερίδες, σεμινάρια και εκθέσεις, που έχουν σχέση με το περιβάλλον, την οικολογία και την προμήθεια βιολογικών τροφίμων.

Φυσικά, για την επίτευξη των στόχων αυτών και μακροχρόνια κι άλλων, απαραίτητο είναι η επιχείρηση να παραμένει σταθερή στην πολιτική της, όσον αφορά την οικολογία. Επιπλέον, είναι απαραίτητο η επιχείρηση να ακολουθήσει ένα στρατηγικό πλάνο, το οποίο θα την βοηθήσει να κάνει σταθερά και στοχευόμενα βήματα. Αυτό θα της επιτρέψει να υλοποιήσει στόχους που θέτει για το μέλλον.

5.11.3 Ανάλυση SWOT

Πίνακας:7 Δυνάμεις και Αδυναμίες επιχείρησης.

<u>Δυνάμεις:</u>	<u>Αδυναμίες:</u>
<ol style="list-style-type: none">1. Η επιχείρηση σαν σύνολο είναι φιλική στο περιβάλλον2. Ευαισθητοποιεί τους κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων	<ol style="list-style-type: none">1. Η ιδέα της επιχείρησης είναι καινοτόμα και μπορεί οι μελλοντικοί πελάτες να είναι στην αρχή επιφυλακτικοί

<p>3. Παροτρύνει τους νέους να ξεκινήσουν ένα υγιεινό τρόπο ζωής</p> <p>4. Δημιουργεί θέσεις εργασίας</p>	<p>2. Λόγω της απόστασης των εγκαταστάσεων και των μεθόδων παραλαβής των προϊόντων της επιχείρησης, οι μελλοντικοί πελάτες μπορεί να την απορρίψουν</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Πίνακας:8 Ευκαιρίες και Απειλές της επιχείρησης.

<u>Ευκαιρίες:</u>	<u>Απειλές:</u>
<p>1. Η τάση και οι κλίσεις της κοινωνίας προς την φύση και την επαρχία</p> <p>2. Η ανάγκη των κατοίκων των μεγάλων αστικών κέντρων να μάθουν την ποιότητα των φρούτων και λαχανικών τους</p> <p>3. Η αίσθηση ικανοποίησης, χαλάρωσης των ατόμων και η μείωση του άγχους, κάνοντας δημιουργικές πράξεις</p>	<p>1. Η ποικιλία των βιολογικών προϊόντων στην αγορά, με την άμεση αγορά.</p>

5.12 Οικονομικά Στοιχεία

Στο κεφάλαιο αυτό, θα γίνει η ανάλυση των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης, τα αποτελέσματα δηλαδή της χρήσης της, για τα πρώτα 3 χρόνια της λειτουργίας της, ο προϋπολογισμός της αρχικής επένδυσης, οι πηγές χρηματοδότησης και το νεκρό σημείο, σε τι ποσότητα μονάδων και χρημάτων αντιστοιχεί. Ακόμη, θα παρουσιαστούν τρεις πίνακες, οι οποίοι θα παρουσιάζουν βάσει πληρότητας του θερμοκηπίου τις μηνιαίες και ετήσιες πωλήσεις.

Πριν αρχίσουμε να αναλύουμε τα παρακάτω, ακολουθούν οι πίνακες εξόδων και εσόδων, οι οποίοι θα βοηθήσουν στην καλύτερη κατανόηση των παρουσιαζόμενων οικονομικών στοιχείων.

Ο πρώτος πίνακας παρουσιάζει τα έξοδα της επιχείρησης ανά μήνα και έτος, τα οποία προβλέπεται ότι θα είναι σταθερά για τα πρώτα χρόνια, με σκοπό την αποτελεσματική της λειτουργία.

Πίνακας:9 Εξόδων

ΕΙΔΟΣ	ΑΝΑ ΜΗΝΑ	ΑΝΑ ΕΤΟΣ
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ (ΓΡΑΦΙΚΗ ΥΛΗ)	400,00 €	4.800,00 €
ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ	600,00 €	7.200,00 €
ΜΙΣΘΟΔΟΣΙΑ ΜΙΚΤΑ (5 ΕΡΓΑΤΕΣ)	4.750,00 €	66.500,00 €
ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΑ	200,00 €	2.400,00 €
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ	108,00 €	1.296,00 €
ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΟΧΗΣ	1.666,00 €	20.000,00 €
ΣΥΝΟΛΟ	7.724,00 €	102.196,00 €

Παραδοχή: Έστω ότι η επιχείρηση προβλέπει, πως κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της θα έχει πληρότητα 40%, τον δεύτερο 50% και τον τρίτο 70%. Οι πίνακες που ακολουθούν, δείχνουν το πώς διαμορφώνονται οι πωλήσεις σε βάθος χρόνου κατ' αναλογία με την πληρότητα της επιχείρησης, η οποία προβλέπεται. Κατά την περίπτωση, όμως, που το 55% του συνόλου της έκτασης νοικιάζεται από ιδιώτες ενώ το υπόλοιπο 45% από επιτηδευματίες (ξενοδοχεία, εστιατόρια, κυλικεία σχολίων κλπ.).

Πίνακας:10 Πωλήσεις με πληρότητα 40%

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΜΕ 40% ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ					
ΕΙΔΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΤΙΜΗ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ ΑΝΑ τμ	ΤΙΜΗ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΑΝΑ τμ	ΧΟΝΔΡΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ	ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ	ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
Καλλιέργεια από τον ενοικιαστή	0,00 €	5,00 €	0,00 €	6.050,00 €	72.600,00 €
Καλλιέργεια από υπάλληλο της επιχείρησης	4,00 €	4,50 €	3.960,00 €	5.445,00 €	112.860,00 €

ΣΥΝΟΛΟ			3.9 60,00 €	1 1.495,00 €	185.460,00 €
---------------	--	--	------------------------------	-------------------------------	---------------------

Πίνακας:11 Πωλήσεις με πληρότητα 50%

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΜΕ 50% ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ					
ΕΙΔΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΤΙΜΗ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ ΑΝΑ τμ	ΤΙΜΗ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΑΝΑ τμ	ΧΟΝΔΡΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ	ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ	ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
Καλλιέργεια από τον ενοικιαστή	0,00 €	5,00 €	0,00 €	7. 562,50 €	90.750,00 €
Καλλιέργεια από υπάλληλο της επιχείρησης	4,00 €	4,50 €	4.950,00 €	6. 806,25 €	141.075,00 €
ΣΥΝΟΛΟ			4. 950,00 €	14.3 68,75 €	231.825,00 €

Πίνακας:12 Πωλήσεις με πληρότητα 70%

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΜΕ 70% ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ					
ΕΙΔΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΤΙΜΗ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ ΑΝΑ τμ	ΤΙΜΗ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΑΝΑ τμ	ΧΟΝΔΡΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ	ΛΙΑΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ	ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ
Καλλιέργεια από τον ενοικιαστή	0,00 €	5,00 €	0,00 €	10. 587,50 €	127.050,00 €
Καλλιέργεια από υπάλληλο της επιχείρησης	4,00 €	4,50 €	6.930,00 €	9 .528,75 €	197.505,00 €
ΣΥΝΟΛΟ			6. 930,00 €	20. 116,25 €	324.555,00 €

5.12.1 Αποτελέσματα χρήσης εταιρίας

Με τον υπολογισμό των αποτελεσμάτων χρήσης της επιχείρησης για τα επόμενα 3 έτη, πετυχαίνει να γνωρίζει τα 'προ φόρων' κέρδη της. Έτσι, μπορεί να προγραμματίσει τις μελλοντικές της κινήσεις.

Πίνακας:13 Αποτελέσματα χρήσης για τα επόμενα 3 έτη

I. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	ΕΤΟΣ 1	ΕΤΟΣ 2	ΕΤΟΣ 3
Πωλήσεις	185.460 €	231.825,	324.555,00 €

		00 €	
Μείον :Κόστος πωλήσεων	66.500 €	66.500,00 €	66.500,00 €
Μικτά αποτελέσματα εκμετάλλευσης	118.960 €	165.325,00 €	258.055,00 €
Μείον : Έξοδα διοικητικής	94.996 €	101.646 €	101.646,00 €
Έξοδα διάθεσης	7.200 €	7.920 €	8.712,00€
Καθαρά κέρδη προ φόρων	16.764 €	49.109 €	141.047€

Αναλυτικότερα, στις πωλήσεις, αφού δεν υπάρχουν προηγούμενα αποτελέσματα, τοποθετούνται οι πωλήσεις με βάση την πληρότητα από την παραπάνω ενότητα. Αφαιρείται το κόστος πωλήσεων για να βρεθούν τα μικτά αποτελέσματα εκμετάλλευσης και στην συνέχεια αφαιρούνται τα έξοδα διοικητικής και διάθεσης για να υπολογιστούν τα καθαρά κέρδη των προ φόρων αποσβέσεων.

Βάσει νόμου, όπως έχει προαναφερθεί, νέες επιχειρήσεις για τις τρεις πρώτες διαχειριστικές χρήσεις έχουν την δυνατότητα να μην πραγματοποιήσουν καθόλου αποσβέσεις για όλα τα πάγια περιουσιακά στοιχεία που έχουν στην κατοχή τους.

Παρατηρείται πως το πρώτο έτος η επιχείρηση έχει κέρδος 16.764 ευρώ, το δεύτερο έτος 49.109 ευρώ και το τρίτο έτος 141.047 ευρώ, τα οποία θα διατεθούν για την κάλυψη των αναγκών της επιχείρησης, την ανάπτυξη και την εξέλιξη της.

5.12.2 Προϋπολογισμός αρχικής επένδυσης

Στο παρακάτω πίνακα αναγράφονται τα έξοδα της αρχικής επένδυσης που προϋπολογίζονται να γίνουν στην έναρξη της επιχείρησης. Είναι απαραίτητο να γίνουν για την σωστή λειτουργία της στο μέλλον και αντιστοιχούν στα 7500 τμ έκτασης της εταιρίας.

Πίνακας:14 Προϋπολογισμός αρχικής επένδυσης

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΡΧΙΚΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	
ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟ
ΑΓΟΡΑ ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ (ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΚΑΙ ΤΗΝ ΓΕΩΤΡΗΣΗ)	20.000,00 €
ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΟΥ ΚΑΙ ΥΔΡΕΥΣΗΣ	200.000,00 €
ΑΔΕΙΕΣ	10.000,00 €
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΡΕΥΜΑΤΟΣ	10.000,00 €
ΤΡΑΚΤΕΡ	7.000,00 €
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΟΥ (ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ)	17.000,00 €
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΘΗΚΗΣ ΚΑΙ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	10.000,00 €
ΗΜΙΦΟΡΤΗΓΟ	10.000,00 €
ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΜΗΜΑ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ	3.000,00 €
ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΕΡΙΦΡΑΞΗΣ	1.000,00 €
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΑΠΟΘΗΚΗΣ	3.000,00 €
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	5.000,00 €
<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	296.000,00 €

Βάσει πίνακα, η αρχική προϋπολογισμένη επένδυση ανέρχεται στο ύψος των 296.000 ευρώ, τα οποία είναι απαραίτητα για το ξεκίνημα και γενικότερα την λειτουργία της επιχείρησης.

5.12.3 Πηγές χρηματοδότησης

Στο υποκεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται οι πηγές χρηματοδότησης των επιχειρήσεων και επιπλέον τα ίδια κεφάλαια, που ανέρχονται περίπου στο ποσό των 197.332€ εκ των οποίων ο κάθε εταίρος βάσει του ποσοστού συμμετοχής του στο

κεφάλαιο (κέρδη και ζημίες) ανέρχεται στις 98.666€. Η επιχείρηση θα χρηματοδοτηθεί και από το κράτος με το πρόγραμμα ΕΣΠΑ, το οποίο θα διαθέσει στην επιχείρηση το 1/3 του συνολικού ποσού και ανέρχεται στις 98.666€.

Πίνακας:15 Πηγές χρηματοδότησης επιχειρήσεων

Πηγές χρηματοδότησης επιχειρήσεων		
Πηγές	Ποσό	Ποσοστό συμμετοχής στην συνολική επένδυση
Ίδια κεφάλαια	197.332,00 €	67%
Κρατική χρηματοδότηση (ΕΣΠΑ)	98.666,00 €	33%
Σύνολο	296.000,00 €	100%

5.12.4 Ανάλυση νεκρού σημείου

Ακολουθεί ο πίνακας ανάλυσης νεκρού σημείου, ως ποσοστό επί των προβλεπόμενων πωλήσεων, βάσει της παραδοχής που έχει γίνει:

Πίνακας:16 Νεκρό Σημείο ως ποσοστό επί των προβλεπόμενων πωλήσεων

Έτη	Πωλήσεις	Πληρότητα	Ποσοστό νεκρού σημείου
1 ^ο	168.696,00 €	40%	36%
2 ^ο	182.716,00 €	50%	39%
3 ^ο	183.508,00 €	70%	39%

Αναλυτικότερα, στο 1^ο έτος, όταν οι πωλήσεις ανέλθουν στις 168.696,00 € και έχουμε πληρότητα 40%, τότε η επιχείρηση, στο ύψος του 36% των πωλήσεων, δεν θα έχει ούτε κέρδη ούτε ζημίες. Στο 2^ο έτος, όταν οι πωλήσεις ανέλθουν στις 182.716,00 € και έχουμε πληρότητα 50%, τότε η επιχείρηση, στο ύψος του 39% των πωλήσεων, δεν θα έχει ούτε κέρδη ούτε ζημίες. Τέλος, στο 3^ο έτος, όταν οι πωλήσεις ανέλθουν στις 183.508,00 € και έχουμε πληρότητα 70%, τότε η επιχείρηση, στο ύψος του 39% των πωλήσεων, δεν θα έχει ούτε κέρδη ούτε ζημίες.

5.13 Παραστήματα

5.13.1 Παράρτημα:1

Ακολουθεί το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την έρευνα αγοράς που διεξάχθηκε.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ:

1. Τι ηλικία έχεις ;
 - 18 – 30
 - 30 – 40
 - 40 – 50
 - 50 – 60
 - 60 και άνω

2. Ποιο είναι το φύλο σου ;
 - Άντρας
 - Γυναίκα

3. Γνωρίζετε τι είναι τα βιολογικά προϊόντα ;
 - ΝΑΙ
 - ΟΧΙ

4. Προτιμάτε τα βιολογικά προϊόντα για την διατροφή σας ;
 - ΝΑΙ
 - ΟΧΙ

5. Από πού αγοράζετε συνήθως βιολογικά προϊόντα;
 - Δεν αγοράζω βιολογικά προϊόντα
 - Μονάδα βιολογικών προϊόντων της περιοχής μου
 - Κάνω παραγγελία μέσω internet
 - Τα καλλιεργώ μόνος μου
 - Λαϊκή αγορά
 - Super market

6. Έχετε δικές σας καλλιέργειες ;
 - ΝΑΙ
 - ΟΧΙ

7. Θα ενδιαφερόσασταν να έχετε τα δικά σας βιολογικά προϊόντα;
 - ΝΑΙ
 - ΟΧΙ

5.13.2 Παράρτημα:3

Ονοματολόγιο:

➤ EE	Ευρωπαϊκή Ένωση
➤ RO	Ρουμανία
➤ BG	Βουλγαρία
➤ LV	Λετονία
➤ PL	Πολωνία
➤ HR	Κροατία
➤ SK	Σλοβακία
➤ HU	Ουγγαρία
➤ LT	Λιθουανία
➤ MT	Μάλτα
➤ PT	Πορτογαλία
➤ ES	Ισπανία
➤ CZ	Τσέχικη Δημοκρατία
➤ IT	Ιταλία
➤ CY	Κύπρος
➤ EE	Εσθονία
➤ SI	Σλοβενία
➤ EU	Ευρωπαϊκή Ένωση
➤ FR	Γαλλία
➤ AT	Αυστρία
➤ IE	Ιρλανδία
➤ UK	Ηνωμένο Βασίλειο
➤ BE	Βέλγιο
➤ NL	Κάτω χώρες
➤ LU	Λουξεμβούργο
➤ FI	Φιλανδία
➤ DE	Γερμανία
➤ DK	Δανία
➤ SE	Σουηδία

6. Συμπεράσματα

Το θέμα της συγκεκριμένης πτυχιακής επικεντρώνεται στην έννοια της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας και στην ορθή σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου. Ένα από τα βασικά συμπεράσματα της εργασίας αυτής είναι ότι το επιχειρηματικό πλάνο είναι πολύ σημαντικό, είτε για μία υπάρχουσα επιχείρηση είτε για μια νέα. Επίσης, ενημερώνει τον αναγνώστη για τους στόχους των νέων δράσεων του ΕΣΠΑ, που είναι η στήριξη για την ανάπτυξη υγιούς, νεοφυούς επιχειρηματικότητας, η οποία θα συνδέεται άμεσα με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, τη δημιουργία νέων, καινοτόμων και βιώσιμων επιχειρήσεων και στην ενίσχυση της απασχόλησης.

Στο σημείο αυτό, πρέπει να σημειωθεί, πως οι στόχοι που τέθηκαν περί ενημέρωσης- πληροφόρησης πάνω στην επιχειρηματικότητα, καινοτομία, αγροτικές (πράσινες) επιχειρήσεις αλλά και τις πηγές χρηματοδότησης επιτεύχθηκαν. Φυσικά, για την καλύτερη κατανόηση των εννοιών που έχουν παρουσιαστεί, πρακτική εφαρμογή γίνεται στο επιχειρηματικό πλάνο που βρίσκεται στο δεύτερο μέρος της έρευνας μιας νέας επιχείρησης αγροτικού (πράσινου) περιεχομένου.

Σε ότι αφορά τα αποτελέσματα του επιχειρηματικού σχεδίου μετά την διεξαγωγή οικονομικής έρευνας με ορισμένες παραδοχές βάσει τις πωλήσεις και την πληρότητα της εδαφικής έκτασης οδηγηθήκαμε σε ορισμένα συμπεράσματα.

Αρχικά, υπολογίστηκε το ποσό της αρχικής επένδυσης, τα κέρδη προ φόρων αποσβέσεων και το ποσοστό προέλευσης του ποσού της αρχικής επένδυσης από τα ίδια τα κεφάλαια των ιδιοκτητών αλλά και της επιχορήγησης του ΕΣΠΑ. Στη συνέχεια, το νεκρό σημείο, βάσει του οποίου η επιχείρηση δεν πραγματοποιεί κέρδη ή ζημίες, αλλά και ο πίνακας σταθερών εξόδων ανά μήνα και έτος.

Επιπροσθέτως, με την μελέτη που διεξάχθηκε, παρατηρείται πως η νέα αυτή επιχείρηση θα αποκτήσει κέρδη το δεύτερο έτος της λειτουργίας της. Τότε λοιπόν, θα αρχίσει να καλύπτει τα έξοδα της αρχικής επένδυσης που έκανε.

7. Βιβλιογραφία

Ελληνική

Dreakins David και Freel Mark Επιχειρηματικότητα [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική, 2007.

Finch Brian Δημιούργησε το Business Plan σε 30' [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Δίαυλος, 2002.

Immink Ron και O'Kane Brian Ξεκινώντας την δική σου επιχείρηση [Βιβλίο]. - Θεσσαλονίκη : Εκδόσεις Κορνηλία Σφακιανάκη, 2004. - 3η Έκδοση.

Γαλάνης Βασίλειος Π Η λειτουργία των σύγχρονων χρηματοοικονομικών θεσμών στη χώρα μας [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, 2000. - 2η Έκδοση.

Δασκάλου Χρ. Γεώργιος Χρηματοδότηση επιχειρήσεων, Χρηματιστική Διαχείριση Επιχειρήσεων [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, 1999. - 2η Έκδοση.

Ζοπουνίδης Κωνσταντίνος Βασικές Αρχές Χρηματοοικονομικού Μάνατζμεντ [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2013.

Κανελλόπουλος Χαράλαμπος Κ. Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητα [Βιβλίο]. - Αθήνα : [s.n.], 1994. - 2η Έκδοση.

Κουρκουμέλος Νικόλαος και Πατσιλάρας Βασίλης Το επιχειρηματικό σχέδιο...και πως να το καταρτίσετε [Βιβλίο]. - Θεσσαλονίκη : Εκδόσεις Μπαρμπουνάκης, 2006.

Κουρκουμέλος Νικόλαος και Πατσιλάρας Βασίλης Το επιχειρηματικό σχέδιο..και πως να το καταρτίσετε [Βιβλίο]. - Θεσσαλονίκη : Εκδόσεις Μπαρμπουνάκης, 2006.

Κριεμάδης Θάνος Επιχειρηματικότητα & μικρομεσαίες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Οικονομική Βιβλιοθήκη, 2011.

Κριεμάδης Θάνος Η καινοτομία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Οικονομική Βιβλιοθήκη, 2012.

Λαζαρίδη Γιάννη Τ Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης [Βιβλίο]. - Θεσσαλονίκη : [χ.ο], 2001-2003.

Λαμπρόπουλος Παναγιώτης Εγχειρίδιο επιχειρηματικότητας ...Οργάνωση διαχείριση ατομικών επιχειρήσεων [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Προπομπός, 2005. - 4η Έκδοση.

Λαμπρόπουλος Παναγιώτης Επιχειρηματικότητα, Σχέδιασμός και Ανάπτυξη των επιχειρήσεων στην κοινωνία της πληροφορίας [Βιβλίο]. - Αθήνα : Εκδόσεις Προπομπός, 2008.

Μπαλάκος Απόστολος και Πρελορέντος Γιώργος Οδηγός σύνταξης επιχειρηματικού σχεδίου [Βιβλίο]. - Αθήνα : Τμήμα διοικητικής επιχτήμης και τεχνολογίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, 2003.

Τσακλαγκάνος Άγγελος Χρηματοδότηση και Αξιολόγηση Επενύσεων [Βιβλίο]. - Θεσσαλονίκη : Εκδόσεις Αδερφών Κυριακίδη Α.Ε, 2000. - 3η Έκδοση.

Ηλεκτρονική

[Ηλεκτρονικό] // Ισχυρό ενδιαφέρον για το πρόγραμμα στήριξης της γυναικείας απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας. - ΕΣΠΑ, 2013. - 4 Μάϊος 2015. - <http://www.espa.gr>.

[Ηλεκτρονικό] // Γυναικεία επιχειρηματικότητα. - Career.tuc, 2014. - 4 Μάϊος 2015. - <http://www.career.tuc.gr>.

Greece all the time classic [Ηλεκτρονικό] // Τα εκλεκτά προϊόντα ΠΟΠ. - Visit Greece, 2014. - 16 Νοέμβριος 2015. - <http://www.visitgreece.gr>.

Επιστημονική ομάδα TAXHeaven TAXHeaven [Ηλεκτρονικό]. - 26 Αύγουστος 2013. - 20 Νοέμβριος 2015. - <http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/16161>.

ΕΣΠΑ [Ηλεκτρονικό]. - 12 Οκτώβριος 2015. - 16 Νοέμβριος 2015. - www.espa.gr.

Καργίδης Θεόδωρος Μονάδα καινοτομίας και επιχειρηματικότητας [Ηλεκτρονικό] // mke.teithe.gr. - Τμήμα δυασύνδεσης, 2013. - 2013. - <http://www/mke.teithe.gr>.

Μαζαράκης Στέργιος Τα 3 δυνατά σημεία της οικογενειακής επιχείρησης [Ηλεκτρονικό] // Τοποθεσία Web της Business Coaching Lab. - Business Coaching Lab. - 4 Μάϊος 2015. - <http://www.businesscoachinglab.gr>.

Οικογενειακές επιχειρήσεις: 8 παράγοντες για επιτυχημένη πορεία [Ηλεκτρονικό] // Τοποθεσία Web της Accountancy Greece. - Accountancy Greece. - 4 Μάϊος 2015. - <http://www.accountancygreece.gr>.

Παλαιολόγος Γιάννης Οι σύγχρονες τάσεις και ευκαιρίες επιχειρηματικότητας στη κρίση [Ηλεκτρονικό] // Τοποθεσία Web της εφημερίδας Καθημερινή. - Καθημερινή, 2015. - 6 Μάϊος 2015. - <http://www.kathimerini.gr>.

Σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου [Ηλεκτρονικό] // Τοποθεσία Web της ιστοσελίδας Get busy. - Get busy. - 6 Μάιος 2015. - <http://www.getbusy.gr>.

Τάσεις ανάκαμψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας [Ηλεκτρονικό] // Τοποθεσία Web της εφημερίδας Ημερησία. - Ημερησία, 2014. - 6 Μάιος 2015. - <http://www.imerisia.gr>.

Τί είναι το crowd funding; [Ηλεκτρονικό] // Τοποθεσία Web της Startup Greece. - Startup Greece. - 20 Οκτώβριος 2015. - <http://www.startupgreece.gov.gr>.

Τσακίρη Τάνια Οδηγός επιβίωσης για οικογενειακές επιχειρήσεις [Ηλεκτρονικό] // Τοποθεσία Web της εφημερίδας Το βήμα. - Το βήμα. - 4 Μάιος 2015. - <http://www.tovima.gr>.