



Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας

Μελέτη Περίπτωσης

Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας

 Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο	 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i> ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης	 ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
---	--	--



ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΚΑΙ

ΙΣΠΑΝΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ

2

 <p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	 <p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p> <p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p> <p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>	 <p>ΕΣΠΑ 2007-2013 Πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
--	--	---

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. Αντί Προλόγου
2. Επιχειρηματικότητα και Εκπαιδευτικό Σύστημα
3. Επιχειρηματικότητα και Ισπανικές Σπουδές: Η σημασία
4. Φάσεις για την κατάρτιση και εφαρμογή μιας επιχειρηματικής ιδέας
5. Ο σχεδιασμός μιας επιχείρησης
6. Έρευνα αγοράς
7. Διερεύνηση περιβάλλοντος
8. Πολιτική προϊόντος και Βιωσιμότητα
9. Το πρόγραμμα μάρκετινγκ
10. Αναγκαίος εξοπλισμός
11. Συνεργάτες
12. Χρηματοοικονομικός σχεδιασμός
13. Αξιολόγηση επιχειρηματικής προσπάθειας
14. Η ώρα της μεγάλης απόφασης
15. Μελέτες Περίπτωσης
 - Ediciones Clásicas. Ediciones del Orto.
 - Εκδοτικός Οίκος ΟΣΕΛΟΤΟΣ
 - Ισπανικό Βιβλιοπωλείο Νικολόπουλος
 - Φροντιστήριο ΣΥΝΕΛΙΞΗ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

16. Χρήσιμα στοιχεία για εν δυνάμει επιχειρηματίες

17. Βασικές έννοιες, χρήσιμες στην κατανόηση οικονομικών όρων

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 Πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		



ΑΝΤΙ ΠΡΟΛΟΓΟΥ

Το μάθημα «Επιχειρηματικότητα και Ισπανικές Σπουδές» εντάχθηκε στο Πρόγραμμα Σπουδών του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών κατά το εαρινό εξάμηνο του ακαδημαϊκού έτους 2011-2012. Δεδομένου ότι για πρώτη φορά θα προσφερόταν το εν λόγω μάθημα στο Τμήμα, όλοι κατέβαλαν αξιόλογες προσπάθειες για την επιτυχία του.

Ήδη από το Μάρτιο του 2011, η Πρόεδρος του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας, Καθ. κα Ευθυμία Πανδή Παυλάκη, (όταν, δηλαδή, και ενημερώθηκε για την εφαρμογή του Προγράμματος «Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας» στα τμήματα του Πανεπιστημίου Αθηνών) μας ώθησε να αναλάβουμε την πρωτοβουλία για να εντάξουμε αυτό το νέο, για το Τμήμα μας, μάθημα στο Πρόγραμμα Σπουδών της Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας. Σε συνεργασία, λοιπόν, με τον Καθ. κ. Πετράκη ξεκίνησε μία προσπάθεια, χωρίς να γνωρίζουμε εκ των προτέρων τα αποτελέσματά της. Οι προβληματισμοί μας πολλοί, οι προσδοκίες μας, όμως, για την επιτυχή έκβαση αυτής της προσπάθειας ακόμη περισσότερες.





Θα αναρωτηθεί, βέβαια, κάποιος τι προβλήματα θα μπορούσε να προκαλέσει η ένταξη ενός νέου μαθήματος στο Πρόγραμμα Σπουδών; Ενδεικτικά αναφέρω:

- Ποτέ στο παρελθόν δεν είχε ενταχθεί στο πρόγραμμα σπουδών μάθημα οικονομικού περιεχομένου.
- Οι φοιτητές της Φιλοσοφικής Σχολής, συνηθισμένοι σε θεωρητικά μαθήματα, μπορεί να αντιμετωπίζουν επιφυλακτικά την πρωτοβουλία.
- Τα μέλη ΔΕΠ του Τμήματος αρχικά δεν γνωρίζαμε τους στόχους του μαθήματος, ούτε τα οφέλη που θα μπορούσαν να προκύψουν.

Με την αμέριστη, όπως οφείλω να ομολογήσω, βοήθεια των συντελεστών και συνεργατών του Προγράμματος, ξεκίνησε μια προσπάθεια ενημέρωσης και παρουσίασης των στόχων του εν λόγω εγχειρήματος. Το χειμερινό εξάμηνο του τρέχοντος έτους, με μια σειρά ενημερωτικών συναντήσεων κατέστη δυνατή η πλήρης ενημέρωση για τη λειτουργία του Προγράμματος «Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας». Μετά από επιλογή των κατάλληλων και προσοντούχων διδασκόντων και με ενέργειες προβολής και δημοσιότητας της δράσης καταφέραμε να συμμετέχουν στο Πρόγραμμα ενεργά πάνω από 25 φοιτητές, ενώ δήλωσαν το μάθημα πάνω από 50.

6





Αφού ξεπεράστηκαν οι αρχικοί σκόπελοι της αποδοχής και επιτυχίας του πρώτου μέρους της προσπάθειας (αποδοχή από το Τμήμα, συμμετοχή από τους φοιτητές), ξεκίνησε, σε συνεργασία με τους διδάσκοντες, το πιο δύσκολο κομμάτι του εγχειρήματος: η σύνδεση όχι μόνο των Ισπανικών Σπουδών, αλλά εν γένει των Θεωρητικών με την Επιχειρηματικότητα. Ας μην ξεχνάμε τα στερεότυπα εκείνα που αποσυνδέουν τους εν δυνάμει καθηγητές με την πραγματική αγορά εργασίας, την παραγωγικότητα και την επιχείρηση. Και, όμως, η άψογη συνεργασία με τον διδάσκοντα και τον μέντορα των φοιτητών άρχισε να φέρνει αποτελέσματα.

Έγινε κατανοητό ότι η δημιουργία μιας μικρής ατομικής επιχείρησης μπορεί να συνδεθεί άμεσα με τις θεωρητικές σπουδές. Άλλωστε οι βασικές οικονομικές γνώσεις είναι αυτές που θα επιτρέψουν στο νεοεισερχόμενο στην παραγωγή άτομο να μπορέσει να επιβιώσει. Πολύ δε περισσότερο όταν οι όποιες οικονομικές γνώσεις αποτελούν συγκριτικό πλεονέκτημα με βάση τα μέχρι τώρα δεδομένα. Η έλλειψη βασικών οικονομικών γνώσεων και κατ' επέκταση η πλήρης εξάρτηση από ειδικούς στον οικονομικό τομέα απομόνωνε τους αποφοίτους θεωρητικών σχολών από την παραγωγική διαδικασία. Αντίθετα οι στοιχειώδεις γνώσεις σε σχέση με την οικονομική πραγματικότητα τους εντάσσουν και τους βοηθούν να ανταποκριθούν στο ολοένα και πιο απαιτητικό εργασιακό περιβάλλον.

Τέλος ο πιο σοβαρός προβληματισμός του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας αφορούσε το οικονομικό περιβάλλον και τις υπάρχουσες συγκυρίες, με





τις οποίες συνέπιπτε η έναρξη του μαθήματος. Σε ένα, λοιπόν, αβέβαιο οικονομικό και εργασιακό περιβάλλον, σε μία κοινωνία που αντιμετωπίζει καθημερινά το φαινόμενο της πτώχευσης και το κλείσιμο των επιχειρήσεων (κάθε είδους εταιρειών), μήπως ήταν άκαιρο να ενημερώσουμε τους φοιτητές για την επιχειρηματικότητα; Στο ερώτημα αυτό, έμμεσα δίνει απάντηση η καινοτομία αλλά και η ανάγκη δημιουργίας μιας νέας γενιάς ανθρώπων, έτοιμης να εισέλθει στο δύσκολο δρόμο της επιτυχίας τα επόμενα χρόνια. Οι φοιτητές, από την αρχή, αντιλήφθηκαν ότι τα προσφερόμενα εφόδια και γνώσεις μπορούν να αποτελέσουν το εφαλτήριο για ένα καλύτερο αύριο σε μια κοινωνία που διαρκώς αλλάζει.





ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Μέχρι και πριν από μερικά χρόνια ο όρος «Επιχειρηματικότητα» συνδεόταν άμεσα με αυτό που ονομάζουμε «Διοίκηση Επιχειρήσεων». Θεωρούσαμε, δηλαδή, δεδομένο ότι για να ενταχθεί κάποιος στην παραγωγική διαδικασία ως επιχειρηματίας θα έπρεπε να έχει σχέση με αυτό που η κοινωνία καθόριζε ως «Διοίκηση Επιχειρήσεων». Τι σήμαινε, όμως, αυτός ο όρος;

Στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και στο Πανεπιστήμιο Πειραιά λειτουργούν τμήματα με αντικείμενο τη Διοίκηση Επιχειρήσεων. Με βάση αυτό η ελληνική κοινωνία απέκτησε την εντύπωση ότι η επιχειρηματική διαδικασία πρέπει να έχει ως σημείο αναφοράς αυτές τις σπουδές (σε προπτυχιακό, μεταπτυχιακό ή και σε διδακτορικό επίπεδο). Τα τελευταία, όμως, χρόνια και ιδιαίτερα μετά την οικονομική κρίση του 2010 (αλλά και λίγο νωρίτερα) το κλίμα έχει αλλάξει. Τόσο η Ευρωπαϊκή Ένωση, όσο και οι κυβερνήσεις των διαφόρων κρατών συνειδητοποιούν ότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αντίδοτο στο συνεχώς διογκούμενο πρόβλημα της ανεργίας.

Σύμφωνα με στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, στις αρχές του 2012 η ανεργία στην Ελλάδα ξεπέρασε το 20% του εργατικού δυναμικού, το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας, μετά την Ισπανία, σε όλη την Ευρώπη. Με βάση τα





παραπάνω η ενθάρρυνση των νέων ανθρώπων προς την αυτοαπασχόληση μπορεί να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά την αδυναμία εύρεσης εργασίας, αλλά και να δημιουργήσει, ταυτόχρονα, οφέλη για την ελληνική οικονομία. Εκτός των άλλων μέτρων που η πολιτεία θα πρέπει να προσανατολίσει τις ενέργειές της (δημιουργία ευνοϊκού επιχειρηματικού κλίματος-πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης-σταθερό φορολογικό πλαίσιο), πρέπει να στραφεί και προς την εισαγωγή της διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση.

Είναι γεγονός ότι το ελληνικό εκπαιδευτικό σύστημα δεν έχει δώσει την απαιτούμενη έμφαση στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής σκέψης και στην εισαγωγή συγκεκριμένων «επιχειρηματικών» μαθημάτων. Στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση με την Επιχειρηματικότητα, πριν από τη λειτουργία της πρώτης και δεύτερης φάσης του έργου στο οποίο σήμερα συμμετέχουμε (ΜΟΚΕ), μόνο τα Τμήματα Οικονομικών Σπουδών και Διοίκησης Επιχειρήσεων προωθούσαν τις εν λόγω σπουδές και εξυπηρετούσαν τις ανάγκες των φοιτητών για τη δημιουργία δικής τους επιχείρησης.

Στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση το 2007 τέθηκε σε εφαρμογή το πρόγραμμα «Επιχειρηματικότητα Νέων», το οποίο σκοπό έχει να εκπαιδεύσει τους νέους, ώστε να κατανοήσουν τη λειτουργία της αγοράς και των επιχειρήσεων. Πρόκειται για πιλοτικό πρόγραμμα και οι εθελοντές μαθητές παρουσιάζουν διάφορες δραστηριότητες, αφού έρθουν σε επαφή με επιχειρήσεις, ώστε να εμπλουτίσουν με





τις δικές τους εμπειρίες τις προσφερόμενες γνώσεις. Το πρόγραμμα αυτό περιλαμβάνει τρεις επιμέρους ενότητες:

α. Η Οικονομία και Εγώ: οι μαθητές αξιολογούν τις προσωπικές τους ικανότητες και ενδιαφέροντα, διερευνούν επιλογές για τη σταδιοδρομία τους και μαθαίνουν βασικές οικονομικές έννοιες.

β. Η Επιχείρηση σε Δράση: οι μαθητές ενημερώνονται για τα βασικά χαρακτηριστικά της οικονομίας της αγοράς και το ρόλο των επιχειρήσεων σε αυτήν. Επιπλέον μαθαίνουν τα στάδια οργάνωσης μιας επιχείρησης.

γ. Παγκόσμια Αγορά: η ενότητα αυτή εξετάζει τους πόρους που διαθέτουν ορισμένα κράτη και τον τρόπο με τον οποίο οι πόροι αυτοί συμβάλλουν στη βελτίωση του οικονομικού συστήματος των κρατών. Επιπλέον παρουσιάζονται τα οφέλη του διεθνούς εμπορίου και η σημασία των διεθνών οικονομικών ζητημάτων.

Στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση με το πρόγραμμα «Μονάδα καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας» και το αντίστοιχο που λειτουργούσε επί ΕΠΕΑΚ δόθηκε η δυνατότητα σε φοιτητές Θεωρητικών Σχολών να έρθουν σε επαφή με τον κόσμο των επιχειρήσεων, να αντιληφθούν την έννοια του όρου «ενσωμάτωση στην αγορά εργασίας» και να ενημερωθούν για βασικές οικονομικές έννοιες.





Βέβαια, θεωρούμε ότι με τη λήξη του προγράμματος της Επιχειρηματικότητας στη Δευτεροβάθμια και Τριτοβάθμια Εκπαίδευση θα έχει δοθεί μία σημαντική ώθηση σε σχέση με την επαγγελματική και επιχειρηματική δραστηριότητα των φοιτητών-αποφοίτων. Τα αποτελέσματα των μαθημάτων ως προς την αυτοαπασχόληση των φοιτητών δεν είμαστε, ακόμη, σε θέση να τα προσδιορίσουμε. Μπορούμε, όμως, σε ποιοτικό επίπεδο να θεωρήσουμε ότι τα μαθήματα αυτά βοηθούν τους φοιτητές να καλλιεργήσουν την ικανότητα αξιολόγησης επιχειρηματικών και καινοτομικών ευκαιριών, την απόκτηση βασικών γνώσεων επιχειρηματικότητας, την ανάπτυξη δημιουργικής σκέψης και τη μύηση στο σχεδιασμό της επιχειρηματικής δράσης. Επιπλέον τα μαθήματα αυτά ενθαρρύνουν τους φοιτητές να στραφούν προς τη δημιουργική αυτοαπασχόληση, ταυτόχρονα δε, αυξάνουν την προσαρμοστικότητα των αποφοίτων στην αγορά εργασίας, καθώς πλέον γνωρίζουν τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων, τους κανόνες της αγοράς και τον εσωτερικό και διεθνή ανταγωνισμό.

Συνοψίζοντας μπορούμε να θεωρήσουμε ότι ο απόφοιτος ενός τμήματος που έχει συμμετάσχει σε μαθήματα «επιχειρηματικότητας» διαφοροποιείται σαφώς από τους υπολοίπους, οι οποίοι δεν έχουν ποτέ αποκτήσει στοιχειώδεις γνώσεις σε αυτό το αντικείμενο.





ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΙΣΠΑΝΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ: Η ΣΗΜΑΣΙΑ

Το μάθημα «Επιχειρηματικότητα και Ισπανικές Σπουδές» σκοπό έχει να προσφέρει στους φοιτητές του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας τα απαραίτητα εφόδια ώστε να κατανοήσουν τη λειτουργία της αγοράς και των επιχειρήσεων, προκειμένου να εξασφαλίσουν μία όσο το δυνατόν πιο επιτυχημένη επαγγελματική πορεία.

Παρέχει, λοιπόν, τη δυνατότητα στους φοιτητές να εκτιμήσουν τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντα τους, να διερευνήσουν προοπτικές σταδιοδρομίας, να διδαχθούν τρόπους αναζήτησης εργασίας και να εξασκήσουν προσωπική ή ακόμη και οικογενειακή οικονομική διαχείριση. Επιπλέον στο εν λόγω μάθημα θα αναφερθούν και θα επεξηγηθούν τα βασικά χαρακτηριστικά του οικονομικού συστήματος και ο ρόλος των επιχειρήσεων μέσα σε αυτό. Τέλος θα γίνει και μία προσπάθεια ώστε να αντιληφθούν οι φοιτητές τον τρόπο με τον οποίο αυτοί συνδέονται, μέσω των επιχειρήσεων, με ανθρώπους και πολιτισμούς ανά τον κόσμο.

Βέβαια για να γίνει πιο κατανοητή από τους φοιτητές των ανθρωπιστικών σπουδών η πολυπλοκότητα του κόσμου της αγοράς, σε αυτή τη μελέτη περίπτωσης





θεωρήσαμε αναγκαίο να παρουσιάσουμε τις βασικές έννοιες που οι φοιτητές θα συναντήσουν κατά τη διάρκεια του μαθήματος.

Η ανάληψη μιας επιχειρηματικής δράσης αποτελεί μια επιλογή σταδιοδρομίας, η οποία, αν γίνει συνειδητά και βασισμένη στη γνώση και την ενημέρωση, μπορεί να εξασφαλίσει στους νέους προοπτικές επαγγελματικής εξέλιξης καθώς και το πεδίο εφαρμογής καινοτόμων ιδεών και δημιουργικότητας. Πέραν τούτου, αναμφισβήτητα, η δημιουργία νέων επιχειρήσεων συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας και συνεπώς στην αύξηση της απασχόλησης, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό στις μέρες μας, που η ανεργία αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα της ελληνικής κοινωνίας. Είναι χαρακτηριστικό ότι πολλές μεγάλες επιχειρήσεις είχαν σαν αφετηρία τους τις δημιουργικές προσπάθειες ενός ή δύο ατόμων.

Πολλές φορές, όμως, οι μόλις αποφοιτήσαντες φοιτητές, και εν προκειμένω της Φιλοσοφικής Σχολής, δεν διαθέτουν χρηματικό κεφάλαιο ή έχουν την εντύπωση ότι δεν είναι σε θέση να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Νιώθουν ότι σε αυτόν τον τομέα έχουν περιορισμένες ικανότητες και δυνατότητες, ότι δεν διαθέτουν τις απαιτούμενες γνώσεις και την εμπειρία για να μπουν στο χώρο της αγοράς. Εν ολίγοις δεν κατέχουν τα θέματα παραγωγής, δεν γνωρίζουν από παραγωγή. Όμως, υπάρχουν αρκετά ενδιαφέροντα παραδείγματα και στη χώρα μας που δείχνουν ότι βιώσιμες επιχειρήσεις δημιουργούνται από άτομα με όρεξη για δουλειά και





καινοτομία, χωρίς πρότερη εργασιακή επιχειρηματική εμπειρία. Τα άτομα αυτά δημιούργησαν την επιχείρηση αρχικά όχι με την εξεύρεση κεφαλαίων, αλλά με την παραγωγή προϊόντων αξιοποιώντας όλους τους διαθέσιμους πόρους τους και μετατρέποντας τα παραγόμενα προϊόντα σε κεφάλαια.

Σκοπός της παρούσας «Μελέτης Περίπτωσης» είναι να βοηθήσει τους φοιτητές του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας του Ε.Κ.Π.Α., που σκέπτονται να εργαστούν ως αυτοαπασχολούμενοι (Ελεύθεροι Επαγγελματίες) ή σκέπτονται να δημιουργήσουν μια μικρή ατομική επιχείρηση στα εξής:

- Να αντιληφθούν τις απαιτήσεις ενός τέτοιου εγχειρήματος, όπως και τα προβλήματα ή τις δυσκολίες που τυχόν αντιμετωπίσουν, ώστε να λάβουν σωστές, ανά πάσα στιγμή, αποφάσεις καθώς και να αξιοποιήσουν σε μεγάλο βαθμό τις ευκαιρίες που τυχόν θα παρουσιαστούν.
- Να μπορέσουν να αποφύγουν τους συνήθεις κινδύνους και να προετοιμαστούν κατάλληλα για την αντιμετώπιση προβλημάτων που θα κληθούν να επιλύσουν.
- Να προγραμματίσουν και να υλοποιήσουν μεθοδικά και βάσει συγκεκριμένου σχεδίου τη δημιουργία της επιχείρησής τους.
- Να οργανώσουν τη νέα επιχείρηση, ώστε να λειτουργεί με

15





αποτελεσματικό τρόπο.

Είναι γεγονός ότι ορισμένες φορές καλούμαστε να ενεργήσουμε χωρίς πάντα να αντιλαμβανόμαστε την πραγματική έννοια των όρων που χρησιμοποιούμε. Για να αποφευχθεί αυτό στην προκειμένη περίπτωση, ίσως, θα ήταν χρήσιμο να εξηγήσουμε τι ακριβώς σημαίνει ο όρος «επιχειρηματικότητα», για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε την πραγματική έννοιά του.

Μπορούμε, λοιπόν, να θεωρήσουμε την επιχειρηματικότητα ως προσπάθεια, ατομική ή συλλογική, για την παραγωγή χρήσιμων προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω της αξιοποίησης των πόρων, που διαθέτει το άτομο (ή και μια ομάδα ατόμων). Στόχος της παραγωγής αυτής είναι η διάθεση των προϊόντων ή υπηρεσιών στην αγορά με σκοπό την ικανοποίηση των στόχων και των επιθυμιών του ατόμου, λαμβάνοντας, βέβαια, υπόψη τις ανάγκες της αγοράς.

Έτσι, λοιπόν, η επιχειρηματικότητα γίνεται μια «ενέργεια» που επιλέγουν να πραγματώσουν άτομα (ή ομάδες) με συγκεκριμένους πόρους. Ακριβώς, όμως, επειδή αυτοί οι πόροι μπορεί είναι περιορισμένοι, τα άτομα πρέπει να τους διαχειριστούν με προσοχή, ώστε να έχουν από αυτούς το μεγαλύτερο δυνατό αποτέλεσμα και το κυριότερο να μπορούν να τους αξιοποιούν για μεγάλο χρονικό διάστημα. Για να καταστεί αυτό δυνατό, θα πρέπει να επιλέξουν από το σύνολο της απρόσωπης αγοράς εκείνο το πολύ συγκεκριμένο τμήμα της, το οποίο θα σεβαστεί

16





ακριβώς αυτή την ιδιαιτερότητα, δηλαδή τον περιορισμένο αριθμό πόρων αλλά και την ανάγκη σωστής διαχείρισής τους. Ταυτόχρονα, αυτή η αγορά μέσα από τις διαδικασίες μιας σχέσης ισοτιμίας, θα πρέπει να ανταποδώσει στον παραγωγό το τίμημα που αυτός ζητεί.

Είναι φανερό ότι, χρησιμοποιώντας αυτή τη λογική, η επιχειρηματική δραστηριότητα στην πιο απλή της μορφή, την αυτο-απασχόληση, είναι κυρίως μια «επιχειρηματικότητα ανάγκης» και έρχεται ως συνέπεια των δυσκολιών ένταξης στην αγορά εργασίας που αντιμετωπίζουν οι φοιτητές. Προκειμένου να επιβιώσουν στην αγορά, πρέπει να ενεργήσουν όπως ο κάθε επιχειρηματίας, δηλαδή να προσπαθούν να βρίσκονται συνέχεια μέσα στην αγορά.

Κάθε επίδοξος επιχειρηματίας, προτού αρχίσει να προβληματίζεται για την ίδρυση της επιχείρησής του, πρέπει να έχει σαφή αντίληψη των διαφορετικών νομικών μορφών επιχειρήσεων, των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων τους, καθώς και των προϋποθέσεων για την ίδρυση της κάθε μορφής επιχείρησης, έτσι ώστε να είναι σε θέση να επιλέξει την κατάλληλη και πιο κερδοφόρα γι' αυτόν επιχείρηση, που θα τον εξυπηρετήσει όσο το δυνατόν καλύτερα.

Εν συνεχεία παρατίθενται οι συνηθέστερες νομικές μορφές επιχειρήσεων:

- Ατομική Επιχείρηση
- Ο.Ε (Ομόρρυθμη Εταιρεία)





- Ε.Ε (Ετερόρρυθμη Εταιρεία)
- Ε.Π.Ε (Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης)
- Α.Ε. (Ανώνυμη Εταιρεία)

Συνοψίζοντας, οι φοιτητές που επιλέγουν το μάθημα «Επιχειρηματικότητα και Ισπανικές Σπουδές» θα διδαχθούν βασικές οικονομικές αρχές και θα ενημερωθούν για τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Οι γνώσεις αυτές θα τους βοηθήσουν για να κατανοήσουν το οικονομικό τους περιβάλλον και θα τους προετοιμάσουν για την επίτευξη των επαγγελματικών – επιχειρηματικών στόχων τους. Επιπλέον θα τους δώσει τα απαραίτητα εφόδια για να κατανοήσουν τα βασικά χαρακτηριστικά της οικονομίας της αγοράς και το ρόλο των επιχειρήσεων σε αυτήν. Θα ενημερωθούν για τα στάδια οργάνωσης μίας επιχείρησης αλλά και της παραγωγής και προώθησης του προϊόντος, ενώ θα μελετηθούν οι κοινωνικές υποχρεώσεις μίας επιχείρησης και ο ρόλος του κράτους σε μία ελεύθερη οικονομία. Τέλος θα διερευνηθεί η διασύνδεση του επιχειρηματία και των επιχειρήσεων, μέσω του διεθνούς εμπορίου, με ανθρώπους και πολιτισμούς ανά τον κόσμο.

Το μάθημα, τέλος, θα συμβάλει ώστε οι φοιτητές να αξιολογήσουν τις προσωπικές τους ικανότητες και ενδιαφέροντα, να διερευνήσουν επιλογές για τη σταδιοδρομία τους και να αναπτύξουν ικανότητες εύρεσης κατάλληλης εργασίας. Πιο συγκεκριμένα θα μάθουν την έννοια του προϋπολογισμού, την οικογενειακή και





ατομική χρηματοοικονομική διαχείριση καθώς και τη χρήση και κατάχρηση της πίστωσης.

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		



ΦΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΕΑΣ

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι όλοι μας έχουμε δεξιότητες και αδυναμίες. Η πείρα αποδεικνύει ότι όσοι αξιοποιούν τις δεξιότητές τους επαγγελματικά, ασχολούμενοι με εργασίες που τους ευχαριστούν, έχουν περισσότερες πιθανότητες να επιτύχουν επαγγελματικά (σε αντίθεση με αυτούς που ασχολούνται με μία εργασία που τη θεωρούν υποχρεωτική ή καταναγκαστική). Καλό, λοιπόν, είναι, αν όχι απαραίτητο, να συνειδητοποιήσουμε όχι μόνο τις δεξιότητές μας αλλά και τις αδυναμίες μας. Σημειώνεται, δε, ότι η συνειδητοποίηση αυτή είναι απαραίτητη ανεξάρτητα από το είδος της επαγγελματικής μας απασχόλησης.

Η βασικότερη προϋπόθεση για επιτυχή επιχειρηματική δραστηριοποίηση, ακόμα πιο βασική ίσως και από τη διαθεσιμότητα του απαιτούμενου σε κάθε περίπτωση κεφαλαίου, είναι η συνειδητοποίηση από τον εν δυνάμει επιχειρηματία του είδους των εργασιών που θα εκτελεί και των δυσκολιών που θα αντιμετωπίζει, των δεξιοτήτων που πρέπει να διαθέτει, καθώς και η εκ μέρους του απαιτούμενη ψυχική και φυσική κατάσταση. Μόνο μετά από αυτή τη συνειδητοποίηση είναι δυνατή η ρεαλιστική αυτοαξιολόγηση των δυνατοτήτων του για την ικανοποιητική και επιτυχή απασχόλησή του ως επιχειρηματία. Τα βασικά ερωτήματα που θα πρέπει να θέτει ένας φοιτητής, και εν δυνάμει επιχειρηματίας, και που θα πρέπει να

20





απαντηθούν είναι:

- **Γιατί να γίνει κάποιος επιχειρηματίας και ειδικότερα ένας απόφοιτος θεωρητικών σχολών¹;**

(Αν στο ερώτημα αυτό η απάντηση στρέφεται περισσότερο προς το κίνητρο της δημιουργίας και δεν παρουσιάζεται ως λύση ανάγκης, τότε υπάρχουν περισσότερες πιθανότητες επιτυχίας στην προσπάθεια.)

- **Τι προβλήματα και δυσκολίες μπορεί να αντιμετωπίσει ένας άπειρος εν δυνάμει επιχειρηματίας;**

(Στην περίπτωση των μικρών επιχειρήσεων τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο επιχειρηματίας οφείλονται στο ότι η επιχείρησή του είναι μικρή και ως εκ τούτου έχει περιορισμένα μέσα. Σε κάθε επιχείρηση, ακόμα και σε επιχείρηση ενός ατόμου, κάποιος πρέπει να ασχολείται με εργασίες όπως :

- Αρχαιοθέτηση εγγράφων
- Εύρεση πελατών
- Παρακολούθηση οφειλών

¹ Οι ερωτήσεις για τη δημιουργία επιχείρησης συναντώνται στο *Οδηγός Ίδρυσης Οργάνωσης και Λειτουργίας Μικρών Επιχειρήσεων*. Επιστημονική Υπεύθυνη: Νάνσυ Παπαλεξανδρή. Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2007





- Μισθοδοσίες
- Διαχείριση λογιστικών στοιχείων και παρακολούθηση αποτελεσμάτων
- Συστηματική κατάθεση στοιχείων στην αρμόδια Δ.Ο.Υ (Εφορία).

Φυσικά υπάρχει δυνατότητα πρόσληψης προσωπικού και ανάθεσης ορισμένων εργασιών σε εξωτερικούς συνεργάτες, υπό την προϋπόθεση, βέβαια, ότι η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να καλύψει το κόστος αγοράς αυτών των υπηρεσιών. Μερικές από τις σημαντικότερες αδυναμίες των μικρών επιχειρήσεων είναι η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και η δυσκολία δανεισμού.

Βέβαια, οι μικρές επιχειρήσεις παρουσιάζουν και ορισμένα πολύ σημαντικά πλεονεκτήματα έναντι των αντίστοιχων μεγάλων, καθώς είναι ευέλικτες στη λήψη σημαντικών αποφάσεων, διαθέτουν σε μεγαλύτερο βαθμό ικανό προσωπικό και το κόστος παραγωγής είναι μικρότερο από αυτό των μεγάλων επιχειρήσεων, καθώς οι μικρές επιχειρήσεις δεν έχουν μεγάλα διοικητικά έξοδα.)

- **Πως θα γίνει αντιληπτό εάν κάποιος είναι κατάλληλος να οργανώσει και να λειτουργήσει αποτελεσματικά μια μικρή επιχείρηση;**

(Από τις ικανότητες του ιδιοκτήτη μιας μικρής επιχείρησης εξαρτώνται





σε μεγάλο βαθμό οι πωλήσεις και οι σχέσεις της επιχείρησης με τους πελάτες, τους προμηθευτές, τους εξωτερικούς συνεργάτες και με το προσωπικό. Επιθυμητά χαρακτηριστικά ενός ατόμου που σκέπτεται να δημιουργήσει μια μικρή επιχείρηση είναι και τα εξής:

- Διάθεση για δουλειά
 - Ευκολία στον έγγραφο λόγο.
 - Υπευθυνότητα.
 - Οργανωτικές δυνατότητες και ηγετικές ικανότητες.
 - Επιμονή και υπομονή.)
- **Πως θα γίνει η επιλογή της κατάλληλης επιχείρησης;**
(Ένας σημαντικός λόγος επιχειρηματικής αποτυχίας είναι το ότι, συχνά, άτομα που αποφασίζουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά δεν έχουν σαφείς επιχειρηματικούς στόχους.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να συνειδητοποιηθεί ότι ο βασικός στόχος κάθε επιχειρηματία πρέπει να είναι το νόμιμο κέρδος, ανεξαρτήτως είδους επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Οι περισσότεροι άνθρωποι, πολλώ δε μάλλον οι μη έχοντες πρότερη εργασιακή εμπειρία, όταν αρχίζουν να σκέπτονται να δημιουργήσουν μία επιχείρηση, ξεκινούν από τη σκέψη να δραστηριοποιηθούν σε κάτι που έχουν σπουδάσει ή σε αυτόν τον





τομέα που πιστεύουν ότι διαθέτουν τα απαραίτητα προσόντα. Χωρίς να είναι λάθος αυτή η εκτίμηση, δεν συνιστάται εκ μέρους ενός επίδοξου επιχειρηματία ο εξαρχής περιορισμός του εύρους των πιθανών τομέων επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αντίθετα δύο ιδιαίτερου ενδιαφέροντος χαρακτηριστικά των περισσότερων επιχειρηματιών πρέπει να είναι τα εξής:

- Να είναι έτοιμοι να εμπλακούν σε οποιαδήποτε νόμιμη επιχειρηματική δραστηριότητα που εκτιμούν ότι θα τους αποφέρει κέρδος.
- Να έχουν δυνατότητα συνειδητοποίησης και αξιοποίησης ευκαιριών που άλλοι είτε δεν τις έχουν βρει (ανακαλύψει) ή δεν γνωρίζουν πως να τις αξιοποιήσουν.

Είναι, λοιπόν, ιδιαίτερα σημαντικό για κάθε εν δυνάμει επιχειρηματία να έχει συνεχώς στο μυαλό του ότι, εάν υπάρξει ευκαιρία, θα πρέπει εξαρχής να την αξιολογήσει προσεκτικά, προτού αποφασίσει να εμπλακεί ή να την απορρίψει.)

- **Τι επιχειρηματικές ευκαιρίες προσφέρει η αγορά;**

(Βασική προϋπόθεση για την αξιολόγηση της δυνατότητας ίδρυσης μιας επιχείρησης είναι η πρόβλεψη του αναμενόμενου ετήσιου





κέρδους, αλλά συγχρόνως και του κατ' ελάχιστον απαιτούμενου κεφαλαίου για την ίδρυση και τη λειτουργία της.

Στο στάδιο της κατ' αρχήν αξιολόγησης μιας πιθανής επιχειρηματικής δραστηριότητας απαιτείται ο προϋπολογισμός των προβλεπόμενων ετήσιων επιχειρηματικών αποτελεσμάτων, καθώς και υπολογισμός του κατ' ελάχιστον απαιτούμενου κεφαλαίου. Σημειώνεται ότι πολύ συχνά παρουσιάζεται το φαινόμενο επικερδών επιχειρήσεων, ακόμα και σημαντικού μεγέθους που, παρά το ότι είναι κερδοφόρες, αναγκάζονται σε αναστολή λειτουργίας λόγω ταμειακών δυσκολιών.)

- **Χρειάζεται βοήθεια η δημιουργία μιας επιχείρησης και αν ναι, υπάρχουν φορείς που θα την προσφέρουν;**

(Αν ένας φοιτητής του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί ως Ελεύθερος Επαγγελματίας (στο τυπικό, σίγουρο, χωρίς επικινδυνότητα, αλλά και χωρίς καινοτομικές προσδοκίες, επάγγελμα του καθηγητή κατ' οίκον μαθημάτων), αρχικά θα χρειαστεί βοήθεια από κάποιο έμπειρο λογιστή, ο οποίος θα πρέπει να του εξηγήσει ορισμένα σημαντικά φοροτεχνικά θέματα, όπως τον τρόπο λογιστικής παρακολούθησης των επιχειρηματικών συναλλαγών, τον τρόπο φορολόγησης, τις υποχρεώσεις του στην αρμόδια Δ.Ο.Υ.





κ.λπ.

Αν, όμως, σκέπτεται να δημιουργήσει κάτι μεγαλύτερο, να ενταχθεί στην αγορά εργασίας της επιχειρηματικότητας, σίγουρα θα χρειαστεί συμβουλές στους ακόλουθους τομείς :

- Νομικές Συμβουλές σε θέματα σχετικά με την ίδρυση και τη λειτουργία επιχειρήσεων του μεγέθους της υπό ίδρυση επιχείρησης.
- Χρηματοοικονομικές Συμβουλές από ειδικό, με γνώσεις λογιστικής και φοροτεχνικών θεμάτων.
- Συμβουλές Μάρκετινγκ από σύμβουλο με εμπειρία στον τομέα επιχειρηματικής δραστηριότητας που πρόκειται να ξεκινήσει.)

Για ορισμένες από τις ερωτήσεις που τέθηκαν, η απάντηση τους, ίσως, απαιτεί γνώσεις και εμπειρίες που δεν διαθέτει ο επίδοξος επιχειρηματίας. Γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να ζητηθεί η συνδρομή ατόμων με εξειδικευμένες γνώσεις και εμπειρία στο συγκεκριμένο επαγγελματικό τομέα.

Το πιο δύσκολο βήμα στην κατάρτιση ενός καινοτόμου σχεδίου για τη δημιουργία μιας επιχείρησης είναι η αναζήτηση και η συγκεκριμενοποίηση μιας ιδέας. Ιδιαίτερα στην περίπτωση των αποφοίτων Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας, συνήθως, οι ιδέες περιορίζονται στη δημιουργία φροντιστηρίων ξένων γλωσσών ή στην ανάληψη καθηκόντων προσωπικού διδασκάλου (ιδιαίτερα

26





μαθήματα). Πολλοί θεωρούν ότι οι μακροχρόνιες προβλέψεις και τα μακροπρόθεσμα σχέδια είναι καταδικασμένα στην αποτυχία, καθώς αν και θεωρούν τη συμπεριφορά του καταναλωτή ορθολογική και δεδομένη εντούτοις αδυνατούν (ή δεν ρισκάρουν) να προβλέψουν την αλλαγή ή τη διατήρηση μιας συγκεκριμένης καταναλωτικής συμπεριφοράς. Άρα η φυσιολογική κατάληξη αυτής της λογικής επεξεργασίας επιτρέπει την εξαγωγή του απλού συμπεράσματος ότι η οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή είναι μη προβλέψιμη.

Αφού, λοιπόν, δεν μπορεί να προβλεφθεί η καταναλωτική συμπεριφορά, καταλήγουμε ή στην αποφυγή δημιουργίας ενός επιχειρηματικού καινοτόμου σχεδίου ή στην αποδοχή παραδοσιακών μορφών επιχειρήσεων που σε γενικές γραμμές παρέχουν συγκεκριμένα και, ήδη, γνωστά αποτελέσματα.

Εάν, όμως, με κατάλληλη προετοιμασία και ενημέρωση, ο απόφοιτος και εν δυνάμει επιχειρηματίας αποφασίσει να προβεί και να πραγματοποιήσει το σχέδιο δημιουργίας μιας καινοτόμου επιχείρησης, τότε θα πρέπει να ακολουθήσει μία λογική επεξεργασία που θα του επιτρέψει να αξιολογήσει την ιδέα που έχει. Πιο συγκεκριμένα:

- Ο υποψήφιος επιχειρηματίας θα πρέπει να έχει αποφασίσει και ερευνήσει εις βάθος την προς εφαρμογή ιδέα, ώστε να μπορεί να την περιγράψει λεπτομερώς.





- Να έχει εξετάσει το βαθμό ωριμότητας της επιχειρηματικής ιδέας.

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		



Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Από την ίδια του τη φύση ο σχεδιασμός μιας επιχείρησης σχετικής με την Ισπανική Γλώσσα και Φιλολογία απαιτεί από την ομάδα φοιτητών-επιχειρηματιών να προβλέπει πώς θα εξελιχθούν στο μέλλον τα οικονομικά δεδομένα. Αν οι υποθέσεις στις οποίες θα καταλήξουν και στις οποίες θα στηριχθεί το εγχείρημα είναι σωστές, είναι πολύ περισσότερες οι πιθανότητες τα αποτελέσματα του σχεδίου να είναι τα προσδοκώμενα. Βέβαια, καθώς το σχέδιο θα προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα, κρίνεται αναγκαίο με τον καιρό να αλλάξουν κάποιες αρχικές προβλέψεις και υποθέσεις.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο έχει συνήθως δύο κατευθύνσεις. Από τη μία, είναι ένα εργαλείο στα χέρια των αποφοίτων-επιχειρηματιών, με το οποίο μπορούν να καταγράψουν τα πιθανά αποτελέσματα αλλά και τις προϋποθέσεις υλοποίησης των στόχων τους, δημιουργώντας έτσι μια αρκετά σαφή εικόνα του εγχειρήματός τους για τα επόμενα χρόνια. Από την άλλη, ένα καλογραμμένο και ευπαρουσίαστο σχέδιο ανοίγει εύκολα τις πόρτες για χρηματοδότηση, είτε από τράπεζες είτε από σχετικά προγράμματα οικονομικής ενίσχυσης.

Σε κάθε περίπτωση το επιχειρηματικό σχέδιο περιλαμβάνει συγκεκριμένες ενότητες (κάτι σαν πάζλ) και αυτά με τη σειρά τους αποτελούνται από υποενότητες.

29





Το ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο είναι αποτέλεσμα της ένωσης με ένα λογικό τρόπο αυτών των διαφορετικών κομματιών και αποτελεί τον άξονα δράσης.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο αποτελείται συνήθως από τις παρακάτω αλληλένδετες κύριες ενότητες:

- το πρόγραμμα μάρκετινγκ,
- το πρόγραμμα δράσης, και
- το χρηματοοικονομικό σχεδιασμό-πρόγραμμα.

Όταν, όμως, ο σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου είναι να πείσει διάφορους χρηματοδότες να στηρίξουν οικονομικά (με τον ένα ή τον άλλο τρόπο) την επιχείρηση, τότε στο πρόγραμμα προστίθενται και δύο άλλες ενότητες. Συγκεκριμένα:

- η περιγραφή του εγχειρήματος, των στόχων και των προσδοκιών,
- η περίληψη του επιχειρηματικού προγράμματος.





Στην παρούσα μελέτη θα χρησιμοποιηθεί ως παράδειγμα το σχέδιο της ίδρυσης μιας επιχείρησης εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης (e-class) στην Ισπανική Γλώσσα. Μάλιστα στο σχέδιο αυτό προβλέπεται η διδασκαλία της ισπανικής γλώσσας ως εργαλείο κατανόησης του πολιτισμού των είκοσι ισπανόφωνων κρατών του κόσμου. Οι μαθητές (καταναλωτές αυτής της υπηρεσίας), δηλαδή, πέρα από την εκμάθηση της ισπανικής γλώσσας θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν την κουλτούρα του ισπανόφωνου κόσμου. Η πρόταση για τη δημιουργία ηλεκτρονικής πλατφόρμας με σκοπό την εκμάθηση της ισπανικής γλώσσας και του ισπανόφωνου πολιτισμού στο διαδίκτυο, βασίζεται στην ιδέα φοιτητών του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Το επιχειρηματικό, μάλιστα, σχέδιο των φοιτητών του Τμήματος αξιολογήθηκε και βραβεύτηκε σε εκδήλωση, η οποία πραγματοποιήθηκε από τη «Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας» το Μάιο, πριν από τη λήξη του τρέχοντος ακαδημαϊκού έτους.

Χωρίς το σχέδιο, που παρουσιάζεται ως παράδειγμα, να ακολουθεί πιστά την πρόταση των φοιτητών του Τμήματός μας, θα ήθελα να το περιγράψω εν συντομία, ώστε ο αναγνώστης της «Μελέτης Περίπτωσης του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας» να έχει μία σαφή εικόνα του σχεδίου αυτού.

Αρχικά θα γίνει προσπάθεια αιτιολόγησης της επιλογής του συγκεκριμένου σχεδίου. Όπως ήδη έχει αναφερθεί, πολλοί φοιτητές-απόφοιτοι-εν δυνάμει





επιχειρηματίες προτιμούν το πρώτο τους επιχειρηματικό εγχείρημα να αφορά ένα τομέα, τον οποίο είτε έχουν σπουδάσει είτε τον γνωρίζουν εις βάθος. Οι φοιτητές του τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας της Φιλοσοφικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών, αν και δεν έχουν το επιστημονικό υπόβαθρο σε θέματα Επιχειρηματικότητας και Διοίκησης Επιχειρήσεων, έχουν ειδικευτεί στη διδασκαλία της Γλώσσας και του Πολιτισμού των ισπανόφωνων κρατών. Σεβόμενος, λοιπόν, τη γενική αρχή να μην απομακρυνθούμε πολύ από την πεπατημένη, αποφασίστηκε το επιχειρηματικό σχέδιο να συνδυάζει, ως προς τα βασικά του χαρακτηριστικά, τόσο την καινοτομία, όσο και την παράδοση.

Η παραδοσιακή πλευρά ενός οποιουδήποτε σχεδίου με βάση τους αποφοίτους (εν δυνάμει επιχειρηματίες) του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας συνίσταται στη διδασκαλία της Γλώσσας, γεγονός το οποίο συμπεριλήφθηκε de facto στο σχέδιο, ώστε να δώσει μία αίσθηση σιγουριάς για την, ακόμη και περιορισμένη, επιτυχία του εγχειρήματος. Όμως, πως θα ενσωματωνόταν η καινοτομία, ώστε να διαμορφωθεί ένα σχέδιο το οποίο θα πρότεινε κάτι διαφορετικό στο κομμάτι της κοινωνίας που ασχολείται με την ισπανική γλώσσα και τον πολιτισμό των ισπανόφωνων χωρών;

Σίγουρα οι νέες τεχνολογίες και οι διαδικτυακές υπηρεσίες θα έπρεπε με κάποιον τρόπο να ενσωματωθούν στην παραδοσιακή μορφή διδασκαλίας. Μετά από μία σύντομη περιήγηση στο διαδίκτυο, καταλήξαμε στα ακόλουθα συμπεράσματα:



- Τα περισσότερα Πανεπιστημιακά Ιδρύματα της Ισπανίας προσφέρουν προγράμματα Μεταπτυχιακών Σπουδών, είτε εξ' αποστάσεως (educación a distancia), είτε βασισμένα σε πεδία εικονικής πραγματικότητας (campus virtual).
- Το τελευταίο χρονικό διάστημα έχουν γίνει ενέργειες ώστε η εικονική πραγματικότητα να ενταχθεί και στα Προπτυχιακά Προγράμματα Σπουδών των Ανωτάτων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων. (Αναφερόμαστε σε ισπανόφωνες χώρες, που αποτελούν αντικείμενο ενδιαφέροντος της συγκεκριμένης Μελέτης Περίπτωσης.)
- Τα διάφορα Πανεπιστήμια εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης (το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο -το οποίο διαθέτει και Πρόγραμμα Ισπανικής Γλώσσας και Πολιτισμού- ή και το UNED-Universidad Nacional de Educación a Distancia- στην Ισπανία) έχουν εδραιώσει τη θέση τους στο κοινωνικό γίγνεσθαι και πλέον έχουν γίνει αποδεκτά ως προσφέροντα αντιστοίχου επιπέδου σπουδές με τα συμβατικά Πανεπιστήμια.
- Το Ινστιτούτο Θερβάντες (παγκόσμιος Μορφωτικός Οργανισμός του ισπανικού κράτους για τη διάδοση της ισπανικής γλώσσας και της ισπανόφωνης κουλτούρας) έχει δημιουργήσει ψηφιακή πλατφόρμα για



της εκμάθησης της ισπανικής σε διάφορα επίπεδα (σύμφωνα με το Κοινό Πλαίσιο Αναφοράς για την Εκμάθηση Ξένων Γλωσσών της Ευρωπαϊκής Ένωσης) με σκοπό την επιτυχία στις εξετάσεις Πιστοποίησης Γνώσης της Ισπανικής Γλώσσας DELE (Diplomas de Español como Lengua Extranjera).

- Τέλος αντίστοιχο με το προαναφερθέν, αρχίζει να δημιουργείται με τις εξετάσεις Πιστοποίησης Γνώσης της Ισπανικής στο Κρατικό Πιστοποιητικό Γλωσσομάθειας με τη διάθεση ψηφιακού εκπαιδευτικού υλικού. Το Πρόγραμμα Κ.Π.Γ. είναι ερευνητικό και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ στον άξονα Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει τη σημασία που δίνει το ελληνικό κράτος και η Ευρωπαϊκή Ένωση στην ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών στην εκπαιδευτική διαδικασία.

Όπως εύκολα μπορεί να συμπεράνει κανείς, ούτε στον τομέα της ψηφιακής εκπαίδευσης υπάρχει χώρος να ασχοληθεί ο φοιτητής-εν δυνάμει επιχειρηματίας στον τομέα της Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας-Πολιτισμού. Ή μήπως δεν ισχύει αυτό;





Μια προσεκτική παρατήρηση των ανωτέρων διαπιστώσεων μας βοηθάει να κατανοήσουμε ότι οι προσφερόμενες υπηρεσίες καλύπτουν σε μεγάλο βαθμό την τελειοποίηση της γνώσης της γλώσσας και την εισαγωγή στην ισπανική γλώσσα, πολιτισμό, φιλολογία και κοινωνία των ισπανόφωνων χωρών. Βασικό προαπαιτούμενο όλων των υπηρεσιών είναι η γνώση ή επιθυμία γνώσης της ισπανικής γλώσσας. Με βάση αυτά τα δεδομένα ένα μεγάλο τμήμα της ελληνικής κοινωνίας (θαυμαστές του Θερβάντες, του Δον Κιχώτη, του Ελ Γκρέκο, του Γκαρθία Μάρκες, αλλά και των ταυρομαχιών, της Ρεάλ ή της Μπαρτσελόνα), που δεν θέλει, δεν μπορεί ή δεν ενδιαφέρεται να μάθει ισπανικά, εξαιρείται όλων αυτών των υπηρεσιών.

Άρα ένας φοιτητής (εν δυνάμει επιχειρηματίας), ως κομιστής των ιδεών της κουλτούρας, του πολιτισμού, των ηθών και εθίμων της κοινωνίας των ισπανόφωνων χωρών, θα μπορούσε να δραστηριοποιηθεί στον τομέα της ψηφιακής ή της εξ' αποστάσεως διάδοσης των στοιχείων που προαναφέρθηκαν.

Επιπλέον για να μην αδικηθούν και οι παραδοσιακές τυπικές μορφές επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των αποφοίτων ξενόγλωσσων τμημάτων και δη ισπανικής, ακόμη και σε ένα φροντιστήριο ξένων γλωσσών θα μπορούσε να εισαχθεί η διάδοση κουλτούρας και πολιτισμού, στην αρχή ως μέσο εκμάθησης της γλώσσας και αργότερα, ανάλογα με την επιτυχία ή όχι του εγχειρήματος, να





ακολουθούσε η σταδιακή απαγκίστρωσή του από αυτή και η δημιουργία ιδιαίτερου, αυτόνομου εργαστηρίου.

Βασισμένοι, λοιπόν, σε όλα αυτά τα δεδομένα σκεφθήκαμε ότι το παράδειγμα της Εξ' αποστάσεως Εκπαίδευσης στην Ισπανική Γλώσσα και Πολιτισμό θα μπορούσε με επιτυχία να χρησιμοποιηθεί στην παρούσα «Μελέτη Περίπτωσης» του Τμήματος Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογία της Φιλοσοφικής Σχολής του Ε.Κ.Π.Α., που συμμετέχει στο Πρόγραμμα «Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας Ε.Κ.Π.Α.».





ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

Με την έρευνα αγοράς αρχίζει η ουσιαστική διαδικασία επεξεργασίας ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Στόχος της διερεύνησης της αγοράς είναι η συλλογή και επεξεργασία όλων εκείνων των πληροφοριών που θα βοηθήσουν τον άπειρο επιχειρηματία να γνωρίσει την αγορά, μέσα στην οποία σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί. Συγκεκριμένα ο εν δυνάμει επιχειρηματίας θα πρέπει να ενημερωθεί για:

- τη δομή της αγοράς.
- το μέγεθος της αγοράς.
- τους ανταγωνιστές του.

Η διαδικασία αυτή αποσκοπεί στο να γίνει αντιληπτή η κατάσταση, που επικρατεί τη δεδομένη χρονική στιγμή στην αγορά. Ο εν δυνάμει επιχειρηματίας μπορεί να βγάλει χρήσιμα συμπεράσματα για το πραγματικό μέγεθος της αγοράς, στην οποία ενδιαφέρεται να δραστηριοποιηθεί. Επίσης έχει τη δυνατότητα να έλθει σε μια πρώτη επαφή με τους υπάρχοντες ανταγωνιστές, κατατάσσοντάς τους σε σχέση με τις δικές του δυνατότητες.

37





Με τη διερεύνηση της αγοράς ο επίδοξος επιχειρηματίας αντιλαμβάνεται το όφελός του να συζητά με ανταγωνιστές ή να απευθύνεται σε ανθρώπους με εμπειρία, που γνωρίζουν την αγορά. Η έρευνα διεξάγεται συνήθως με τη μέθοδο της παρατήρησης σε αντίστοιχες επιχειρήσεις και συλλέγονται πληροφορίες, που αφορούν στο ανταγωνιστικό προϊόν, τις τιμές, τον τρόπο προβολής και προώθησης του, το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Μέσω της αναζήτησης της δομής της αγοράς προσπαθούμε να γνωρίσουμε το ρόλο των επιμέρους επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτήν. Συγκεκριμένα, τα στοιχεία της δομής της αγοράς που διερευνούμε είναι: ο αριθμός των επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου και το μερίδιο της αγοράς που καταλαμβάνει κάθε μια από τις επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται σε αυτή, το μερίδιο αγοράς που κατέχουν οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου σε σύγκριση με το σύνολο του κλάδου (όσο πιο μεγάλα είναι αυτά τα ποσοστά τόσο περισσότερο η συγκεκριμένη αγορά εμφανίζει ολιγοπωλειακές καταστάσεις και άρα μικρότερα εγχειρήματα δεν θα έχουν μεγάλες πιθανότητες επιτυχίας).

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση σχετίζονται με το σύστημα αναγκών των καταναλωτών. Κάθε προϊόν ή υπηρεσία ικανοποιεί μια ανάγκη, άρα η ένταση ή η αλλαγή αυτής της ανάγκης διαμορφώνει την αύξηση ή μείωση της ζήτησης για το προϊόν ή την προσφερόμενη υπηρεσία.





Στόχος της κατανόησης των παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση είναι να γίνουν αντιληπτές οι ανάγκες της κοινωνίας, ώστε να βρεθεί η δυνατότητα και η διαδρομή, το δε προτεινόμενο σχέδιο να εισέλθει με δυναμικό τρόπο στην καθημερινότητα των κοινωνικών ομάδων. Βέβαια θα πρέπει να αξιολογηθεί η διαφορετική στάση που παρατηρείται από διαφορετικές ομάδες καταναλωτών απέναντι στα ίδια προϊόντα ή στις ίδιες υπηρεσίες.

Οι ανάγκες με τη σειρά τους επηρεάζονται τόσο από εξωτερικούς, σε σχέση με τον επιχειρηματία, παράγοντες (π.χ. οικονομική κατάσταση, εισόδημα του καταναλωτή, κ.λπ.), όσο και από εσωτερικούς, που εξαρτώνται, δηλαδή, από τον ίδιο τον επιχειρηματία (π.χ. τιμή προϊόντος, διαφήμιση κ.λπ.). Οι πιο συνηθισμένοι παράγοντες που λαμβάνουμε υπόψη μας είναι: η τιμή του προϊόντος ή της προσφερόμενης υπηρεσίας, το εισόδημα των καταναλωτών, η τιμή αντίστοιχων ή και συμπληρωματικών προϊόντων ή υπηρεσιών, οι δαπάνες διαφήμισης της επιχείρησης, οι προτιμήσεις των καταναλωτών, οι προσδοκίες των καταναλωτών για μεταβολή τιμών ή εισοδήματος, ο πληθυσμός.

Η έρευνα, λοιπόν, της αγοράς αποτελεί βασική προϋπόθεση στήριξης του σχεδιασμού, αλλά και οποιασδήποτε διαδικασίας ανάπτυξης της μελλοντικής επιχείρησης, δεδομένου ότι προσφέρει τις απαραίτητες γνώσεις για μια πιο σωστή επιχειρηματική επιλογή του εν δυνάμει επιχειρηματία. Μέσα από αυτή τη διαδικασία, δηλαδή με την έρευνα αγοράς, ο επίδοξος επιχειρηματίας, κατανοεί ότι





- Όσο καλή και να είναι μια ιδέα, θα πρέπει να υπάρχει η κατάλληλη αγορά που θα απορροφήσει το προϊόν ή την προσφερόμενη υπηρεσία.
- Κάθε αγορά ή κλάδος δραστηριοποίησης έχει τους δικούς του κανόνες, τους οποίους θα πρέπει να γνωρίζει.
- Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες απευθύνονται σε καταναλωτές, άρα θα πρέπει να γνωρίζει τα χαρακτηριστικά αυτών των καταναλωτών.
- Είναι σημαντικό για τη μελλοντική επιχείρηση να διεξάγει έρευνα αγοράς.
- Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής θα είναι μια σοβαρή ένδειξη του κατά πόσον πρέπει να προχωρήσει ή όχι την επιχειρηματική ιδέα.

Η εξ' αποστάσεως εκπαίδευση σαν επιχειρηματική ιδέα είναι κάτι που τα τελευταία χρόνια ακούγεται όλο και περισσότερο. Επιπλέον, όπως αναφέρθηκε, όχι μόνο ιδιώτες αλλά και ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης εφαρμόζουν αυτή τη μορφή εκπαιδευτικής διαδικασίας. Στην περίπτωση της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης στην Ισπανική Γλώσσα και Πολιτισμό, πριν την έναρξη του εν λόγω επιχειρηματικού εγχειρήματος, οι πληροφορίες που θα πρέπει να έχουν συγκεντρωθεί από τον εν δυνάμει επιχειρηματία, είναι οι παρακάτω:



- Ποιο είναι το περιβάλλον μέσα στο οποίο θα δραστηριοποιηθεί και με ποιους τρόπους αυτό επηρεάζει την επιχείρηση του. (Αστική κοινωνία, μέσου εκπαιδευτικού επιπέδου, με θέληση για εκμάθηση και οικονομική δυνατότητα.)
- Ποια είναι η δομή της αγοράς, στην οποία πρόκειται να δραστηριοποιηθεί.
- Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας. (Γνώση ή επιθυμία γνώσης της ισπανικής. Ενδιαφέρον για ενημέρωση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του ισπανόφωνου κόσμου.)
- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των καταναλωτών που θα κάνουν χρήση του προϊόντος ή της υπηρεσίας. (Θέληση για εκμάθηση ξένης γλώσσας ή θέληση για ενημέρωση σε θέματα κουλτούρας και πολιτισμού. Διάθεση και οικονομική δυνατότητα.)

Με βάση τα παραπάνω η έρευνα αγοράς θεωρητικά θα αποκλείσει τις αγροτικές περιοχές καθώς η επιτυχία στην προσφορά γνώσης σε τέτοια περιβάλλοντα απαιτεί περισσότερη εργασία και μάλιστα με αμφίβολα αποτελέσματα. Ταυτόχρονα η ίδια η διερεύνηση θα αποκλείσει περιοχές ή υπηρεσίες που ήδη



προσφέρονται και θα αναδείξει ανάγκες της κοινωνίας σε παρεμφερείς τομείς. Είναι χαρακτηριστικό ότι η εξ' αποστάσεως διδασκαλία της ισπανικής γλώσσας παρουσιάζεται ευρέως στην αγορά, η εκμάθηση, όμως, του πολιτισμού αποτελεί έναν τομέα στον οποίο, ίσως, επιτρέπονται περισσότερα εγχειρήματα.

Τι καινούριο, δηλαδή, προσφέρει το προτεινόμενο, ως παράδειγμα επιχειρηματικό πρόγραμμα;

Καταρχάς απευθύνεται σε διαφορετικό κοινό από τα γνωστά ως τώρα σχέδια εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης. Αναφέρουμε τα χαρακτηριστικά της ομάδας που απευθύνεται:

- Ηλικιακή ομάδα: 16+, απόφοιτοι γυμνασίου, τουλάχιστον.
- Γνώση της ισπανικής, όχι απαραίτητη.
- Μαθήματα ισπανόφωνου πολιτισμού και διάδοση κουλτούρας στην ελληνική ή/και ισπανική γλώσσα.
- Κατοχή και βασικές γνώσεις υπολογιστών απαραίτητες.
- Θέληση για εκμάθηση ισπανικής γλώσσας.
- Πρόσβαση σε διαδικτυακές υπηρεσίες απαραίτητη.

Άρα το περιβάλλον στο οποίο απευθυνόμαστε είναι αστικό ή ημιαστικό με άμεση πρόσβαση σε υπηρεσίες νέας τεχνολογίας. Σε περίπτωση που, σύμφωνα με

42





την έρευνα που έχει προηγηθεί, αντίστοιχες υπηρεσίες δεν προσφέρονται, γίνεται διερεύνηση για τον πιο κατάλληλο και αποδοτικό τρόπο διείσδυσης στην αγορά. Αντίστοιχα, αν υπάρχει κάτι παρόμοιο, γίνεται προσπάθεια διαφοροποίησης της προσφερόμενης υπηρεσίας με βάση την καινοτομία της και την ιδιαιτερότητά της.





ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Με την έννοια περιβάλλον εννοούμε όλα εκείνα τα στοιχεία της τεχνολογικής, κοινωνικής και πολιτικής πραγματικότητας, τα οποία, αν και δεν σχετίζονται άμεσα με τον επιχειρηματία, ενδεχομένως να επηρεάσουν την επιχειρηματική του δραστηριότητα σε περίπτωση που παρουσιάσουν κάποια αλλαγή.

Στόχοι της διερεύνησης του περιβάλλοντος είναι να εξοικειωθεί ο άπειρος, σε σχέση με την αγορά, φοιτητής-απόφοιτος-επιχειρηματίας με το περιβάλλον, μέσα στο οποίο θα δραστηριοποιηθεί και να ελέγξει αν αυτό τον επηρεάζει και με ποιο τρόπο. Προσπαθεί, δηλαδή, να διερευνήσει παράγοντες που επηρεάζουν τη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα και όχι μεμονωμένα τις υπηρεσίες που θέλει να προσφέρει ο μελλοντικός επιχειρηματίας. Είναι δε σημαντικό να γίνει κατανοητή η ανάγκη συνεχούς παρακολούθησης των εξελίξεων του περιβάλλοντος, μέσα στο οποίο θα δραστηριοποιηθεί η εταιρεία.

Για να γίνει ολοκληρωμένος έλεγχος των στοιχείων του περιβάλλοντος κρίνεται σκόπιμο αυτό να διαιρεθεί σε κάποιες υποκατηγορίες. Συγκεκριμένα:

- **Τεχνολογικό περιβάλλον:** Εκφράζει το επίπεδο ανάπτυξης της επιστήμης και της τεχνικής, καθώς και τους ρυθμούς ανανέωσης και





διαφοροποίησης των προϊόντων, τα οποία θα προσφερθούν στην αγορά. Το τεχνολογικό περιβάλλον ασκεί επίδραση στους καταναλωτές υπό την έννοια ότι επηρεάζει τις προτιμήσεις τους, ενώ ταυτόχρονα λαμβάνει υπόψη το βαθμό της ικανότητας που έχουν για την απορρόφηση των νέων προϊόντων καινοτομίας. (ευνοεί την ανάπτυξη της προτεινόμενης εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης)

- **Δημογραφικό περιβάλλον:** Αναφέρεται στη σύνθεση και τη δομή του πληθυσμού, καθώς επίσης και σε μια σειρά από κοινωνικό-δημογραφικά δεδομένα (π.χ. Η αστικοποίηση και οι μετακινήσεις πληθυσμού σε αστικές περιοχές ευνοούν τις προτεινόμενες διαδικτυακές υπηρεσίες. Βέβαια, λόγω της οικονομικής κρίσης και της αυξανόμενης ανεργίας, τα κοινωνικά και δημογραφικά δεδομένα έχουν αρχίσει να διαφοροποιούνται με την επιστροφή μεγάλου μέρους της κοινωνίας σε ημι-αστικές περιοχές, γεγονός που πρέπει να λάβει υπόψη του ο εν δυνάμει επιχειρηματίας.)
- **Πολιτιστικό περιβάλλον:** Χαρακτηρίζει τη συμπεριφορά των παραγωγών και των καταναλωτών και περιλαμβάνει το βιοτικό επίπεδο, τα ήθη και τα έθιμα, τις παραδόσεις, τις θρησκευτικές





πεποιθήσεις και τις αξίες. (Ανεπτυγμένο πολιτιστικό περιβάλλον επιτρέπει και ευνοεί την κατανόηση του αντίστοιχου άλλων χωρών.)

- **Κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον:** Περιλαμβάνει τη δομή της κοινωνίας, τις κοινωνικές τάξεις, ομάδες και στρώματα, το ρόλο που αυτές διαδραματίζουν στην κοινωνία, τον τρόπο οργάνωσης της κοινωνίας, το βαθμό πολιτικής σταθερότητας και άλλους παρεμφερείς παράγοντες. (Η ηρεμία και η σταθερότητα στην κοινωνία συμβάλλει στην ανάπτυξη της γνώσης.)
- **Θεωρητικό περιβάλλον:** Περιλαμβάνει το σύνολο των διαδικασιών και κανονισμών, οι οποίοι ρυθμίζουν την κοινωνικο-οικονομική δραστηριότητα, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των φυσικών και νομικών προσώπων κ.λπ.

Σύμφωνα με την κατανομή αυτή, ο φοιτητής και εν δυνάμει επιχειρηματίας θα μπορέσει να κατανοήσει σε ποια περιβάλλοντα μπορεί να αναπτυχθεί το σχέδιο για την εξ' αποστάσεως εκπαίδευση που έχει προταθεί.





ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Η πολιτική προϊόντος είναι η διαδικασία εκείνη, στην οποία θα στηριχθεί η ανάπτυξη του προγράμματος μάρκετινγκ. Με το εργαλείο αυτό ξεκινάει ουσιαστικά ο σχεδιασμός της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ο κάθε εν δυνάμει επιχειρηματίας πρέπει να προσδιορίσει και να καταγράψει με ακρίβεια την πολιτική προϊόντος που θα ακολουθήσει. Πολιτική που χρήσιμο θα ήταν να είναι όσο το δυνατό πιο συγκεκριμένη και να ανταποκρίνεται στα δεδομένα στα οποία έχει καταλήξει μετά την έρευνα σχετικά με τις ανάγκες της αγοράς καθώς και στις ικανότητες ή τις δυνατότητες του επίδοξου επιχειρηματία.

Βέβαια η πολιτική προϊόντος θα πρέπει να διαφοροποιηθεί, αν τα δεδομένα, που ισχύουν την ώρα έναρξης της επιχείρησης, αλλάξουν. Τέλος η πολιτική προϊόντος πρέπει να ανταποκρίνεται στις επιθυμίες, ενδιαφέροντα, ικανότητες και δυνατότητες του εκάστοτε επιχειρηματία και να είναι αποτέλεσμα ώριμης σκέψης.

Στην περίπτωση του σχεδίου που χρησιμοποιείται ως παράδειγμα, θα πρέπει ο εν δυνάμει επιχειρηματίας να επιλέξει με προσοχή την πολιτική που θα ακολουθήσει, καθώς η ύπαρξη παρεμφερών επιχειρηματικών προσπαθειών ίσως αποτελέσει εμπόδιο στην ανάπτυξη της επιχείρησής του. Ιδιαίτερη σημασία θα





πρέπει να δοθεί στο πως η αγορά στην οποία απευθύνεται η υπηρεσία θα αντιληφθεί τη διαφορετικότητά της και τις δυνατότητες που της προσφέρει.

Δεν θα πρέπει, λοιπόν, η πολιτική της υπηρεσίας να απευθύνεται στην εκμάθηση ή στην τελειοποίηση της γλώσσας, αλλά να εστιάζει στα σημεία υπεροχής της υπηρεσίας σε σχέση με αντίστοιχες προσφερόμενες υπηρεσίες. Συγκεκριμένα θα πρέπει να προβληθεί η πολιτισμική διάσταση της προσφερόμενης υπηρεσίας στη μητρική γλώσσα του καταναλωτή. Το στοιχείο αυτό θα διαφοροποιήσει το εν λόγω σχέδιο από τα ήδη υπάρχοντα στον τομέα αυτό, γεγονός που θα το καταστήσει βιώσιμο απέναντι στους ανταγωνιστές του στην ελληνική αγορά.

Η βιωσιμότητα είναι ένα οικονομικό μέγεθος που σχετίζεται με τη δυνατότητα μιας επιχείρησης να καλύπτει τα έξοδα της, να έχει κέρδος και να μπορεί να επενδύει για την ανάπτυξη της.

Τις περισσότερες φορές οι άπειροι επιχειρηματίες μειονεκτούν στην πληροφόρηση, όπως για παράδειγμα σε σχέση με παρόμοιες επιχειρηματικές προσπάθειες που έχουν καλά αποτελέσματα ή με την ύπαρξη μηχανισμών, οι οποίοι μπορούν να υποστηρίξουν την υλοποίηση τέτοιων επιχειρηματικών ιδεών. Εάν λάβουν αυτή την ενημέρωση έχουν τη δυνατότητα να επαναπροσδιοριστούν ως άτομα και ως ομάδα, να βρουν το δικό τους συγκριτικό πλεονέκτημα, να το μετατρέψουν σε προϊόν ή υπηρεσία και να το πωλήσουν στην αγορά.





Στην περίπτωση προσφοράς θεωρητικής γνώσης και όχι ενός κλασικού προϊόντος, ο έλεγχος της βιωσιμότητας αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη δημιουργία και την εξέλιξη της επιχείρησης. Δεδομένου ότι η προς πώληση υπηρεσία είναι μία «ιδέα» και όχι ένα «χειροπιαστό προϊόν» ο εν δυνάμει επιχειρηματίας πρέπει, πριν από οποιαδήποτε άλλη ενέργεια, να ασχοληθεί λεπτομερώς με τις οικονομικές δυνατότητες της επιχείρησης.





Πριν περάσουμε στο πρόγραμμα μάρκετινγκ (διαφήμισης και προώθησης υπηρεσίας), καλό θα ήταν να δούμε αν η ιδέα λειτουργίας μιας πλατφόρμας εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης στον τομέα Ισπανικής Γλώσσας και Πολιτισμού θα μπορούσε να υλοποιηθεί με επιτυχία, λαμβάνοντας, βέβαια, υπόψη τα δεδομένα της ελληνικής κοινωνίας.

Μέχρι αυτό το σημείο έχουμε ασχοληθεί με:

- Έρευνα αγοράς
- Διερεύνηση περιβάλλοντος
- Πολιτική Προϊόντος και
- Βιωσιμότητα

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Υπουργείου Παιδείας, δια βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων στην Ελλάδα λειτουργούν τρία (3) Τμήματα Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας (ή Πολιτισμού) στα Πανεπιστήμια Αθηνών, Ιόνιο και Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Τα τελευταία χρόνια οι προκηρυγμένες θέσεις πρωτοετών στα αντίστοιχα τμήματα των ελληνικών Πανεπιστημίων καλύπτονται πλήρως. Επίσης παρατηρείται ιδιαίτερα σημαντική αύξηση στη ζήτηση των ισπανικών σύμφωνα με τα στοιχεία τόσο του Κρατικού Πιστοποιητικού Γλωσσομάθεια, όσο και του DELE. Συγκεκριμένα η Ελλάδα κατέχει ρεκόρ

50





προσέλευσης υποψηφίων στις εξετάσεις για την πιστοποίηση της γνώσης της ισπανικής γλώσσας σε ολόκληρο τον κόσμο (σε ποσοστό επί του πληθυσμού της). Οι Έλληνες ενδιαφέρονται για την ισπανική γλώσσα και είναι χαρακτηριστικό ότι τη μαθαίνουν περισσότερο και από τους Βραζιλιάνους, οι οποίοι συνορεύουν μόνο με ισπανόφωνα κράτη. Άρα, θεωρητικά, η ελληνική αγορά είναι ανοικτή και εύφορη για την περαιτέρω ανάπτυξη των ισπανικών σπουδών.

Επιπλέον, οι Έλληνες τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να αποδέχονται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες και την ηλεκτρονική πώληση αγαθών. Όλο και περισσότεροι έχουν πρόσβαση στον κυβερνοχώρο και συνεχώς αυξάνονται οι επιχειρήσεις, κερδοφόρες και επιτυχείς, που δραστηριοποιούνται μόνο μέσω διαδικτύου (στο INTERNET). Άρα και σ' αυτή την περίπτωση η αγορά-στόχος, η ελληνική αγορά, θεωρείται ότι μπορεί να δεχτεί την πρότασή μας.

Αν συνδυάσουμε τα δύο προηγούμενα, τότε αντιλαμβανόμαστε ότι σε μια αγορά και σε ένα περιβάλλον θετικά διακείμενο στην πρότασή μας, η πολιτική, που θα ακολουθήσουμε, θα κρίνει τη βιωσιμότητα της υπηρεσίας (εξ' αποστάσεως διδασκαλία Ισπανικής Γλώσσας και Πολιτισμού), που θέλουμε να προωθήσουμε.





ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού σχεδίου για τη λειτουργία της e-class (ψηφιακής τάξης ή εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης) ξεκινάει από τη συγκεκριμενοποίηση της αγοράς, στην οποία θα απευθυνθούμε.

Μπορούμε να θεωρήσουμε ως εξειδικευμένο τμήμα αγοράς εκείνο το κομμάτι των δυνητικών καταναλωτών, οι οποίοι, έχοντας κάποια πολύ συγκεκριμένα κοινά χαρακτηριστικά, μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες που προσφέρουμε. Θεωρούμε, δηλαδή, ότι ένα τμήμα της αγοράς πιστεύει ότι έχει (ή όντως έχει) περισσότερο ανάγκη τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μας σε σχέση με κάποιο άλλο τμήμα.

Πρέπει να σημειώσουμε ότι εδώ μας ενδιαφέρουν, εκτός από το μέγεθος αυτού του τμήματος αγοράς, και άλλα στοιχεία του, όπως είναι η ένταση της επιθυμίας για την υπηρεσία (με άλλα λόγια, η ένταση της ανάγκης), η αγοραστική του ικανότητα, κ.λπ. Αυτή η εξειδίκευση της αγοράς κάνει με τη σειρά της δυνατή την ανάπτυξη ενός συγκεκριμένου προγράμματος για την προσέγγισή της. Επίσης, καθιστά εφικτή την ανάπτυξη ενός «επιθετικού» μηνύματος αγοράς, γιατί γνωρίζοντας τη συγκεκριμένη κουλτούρα αυτής της αγοράς, μπορεί κανείς να δημιουργήσει ένα μήνυμα που να ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές της.

52





Μια απλή μεθοδολογία για τη διαμόρφωση ενός προγράμματος προσέγγισης μιας συγκεκριμένης αγοράς ξεκινά με την καταγραφή των ωφελειών που προσφέρει η υπηρεσία στον καταναλωτή, Αρκετές φορές οι ωφέλειες της υπηρεσίας, δηλαδή η ικανοποίηση που αυτό το προϊόν προσφέρει στον καταναλωτή, συγχέονται με τα γενικά χαρακτηριστικά του. Για παράδειγμα, η προσφορά γνώσης μέσω INTERNET δεν έχει να κάνει με αυτή καθ' αυτή τη γνώση (η οποία προσφέρεται με διάφορους τρόπους), αλλά με τον ιδιαίτερο τρόπο προσφοράς, που συμβάλλει ώστε η γνώση αυτή να είναι εύκολα προσβάσιμη. Είναι σημαντικό να αντιληφθούμε αυτή τη διαφορά, γιατί ο καταναλωτής αγοράζει ή χρησιμοποιεί κάτι για τα πλεονεκτήματα που αυτό διαθέτει. Όσο περισσότερο ωφελημένος είναι, τόσο πιο εύκολα το αγοράζει.

Το πρόγραμμα μάρκετινγκ αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για την πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Πρώτος στόχος του μάρκετινγκ είναι διερεύνηση των αναγκών του καταναλωτή, καθώς ο εν δυνάμει επιχειρηματίας πάντα πρέπει να ξεκινά με τη βασική υπόθεση ότι κάθε υπηρεσία ή προϊόν πρέπει να ικανοποιεί μία ή περισσότερες συγκεκριμένες ανάγκες των καταναλωτών. Αφού ανιχνευθούν οι ανάγκες, το επόμενο βήμα είναι η παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών που να τις ικανοποιούν (τέτοιων μάλιστα που, όταν προσφερθούν στον καταναλωτή, αυτός να τα/τις θεωρεί αναγκαία/ες).

Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος, αναπτύσσεται το πρόγραμμα μάρκετινγκ,





το οποίο αποτελεί άλλωστε και μια από τις βασικές ενότητες του επιχειρηματικού σχεδίου. Το πρόγραμμα μάρκετινγκ, συνήθως, αποτελείται από τις παρακάτω ενότητες:

- την έρευνα και ανάλυση της αγοράς,
- τη στρατηγική μάρκετινγκ, και
- το πρόγραμμα δράσης.

Το πρόγραμμα μάρκετινγκ αποτελεί εξειδίκευση της πολιτικής του προϊόντος ή της υπηρεσίας, δηλαδή απαντά στο ερώτημα του πως θα υλοποιηθεί αυτή η πολιτική. Με την πολιτική συγκεκριμενοποιούμε:

- Ποια ακριβώς θα είναι τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή της υπηρεσίας. (Ποιο είναι το προϊόν ή η υπηρεσία που προσφέρει η επιχείρηση; Πώς αυτό το προϊόν ή η υπηρεσία θα είναι καλύτερο από εκείνο των ανταγωνιστών; Γιατί θα το αγοράσουν ή χρησιμοποιήσουν οι καταναλωτές;)
- Σε ποια τιμή θα πωλείται το προϊόν ή η υπηρεσία. (Ποια θα είναι η τιμή πώλησης του προϊόντος ή της υπηρεσίας; Πώς θα μεγιστοποιηθούν τόσο οι πωλήσεις όσο και τα κέρδη;)

54





- Με ποιο τρόπο θα προωθείται. (Πώς θα τοποθετηθεί το προϊόν ή η υπηρεσία στην αγορά; Πώς η τιμή του προϊόντος θα συμφωνεί με την εικόνα του; Τι είδους διαφήμιση πρέπει να γίνει για αυτό το προϊόν ή την υπηρεσία;)
- Με ποιο τρόπο θα πωλείται. (Πού θα εγκατασταθεί η επιχείρηση; Θα χρησιμοποιηθούν μεσάζοντες ή όχι; Με ποιον τρόπο θα γίνεται η πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας;

Με τον τρόπο αυτό το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία μπορεί να σχεδιαστεί έτσι ώστε να ανταποκρίνεται με ακρίβεια στις ανάγκες των καταναλωτών. Γενικά πρέπει να γνωρίζουμε ότι ο κάθε καταναλωτής ουσιαστικά αποφασίζει να αγοράσει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία, όταν τα επιμέρους στοιχεία του προγράμματος μάρκετινγκ παρουσιάζουν μια ισορροπία που ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τα χαρακτηριστικά του εκάστοτε καταναλωτή.

Πρέπει να καταστεί κατανοητό ότι κάθε επιχείρηση μπορεί και συνιστάται να αναπτύξει ένα πρόγραμμα προβολής και προώθησης, το οποίο να ανταποκρίνεται στις οικονομικές δυνατότητές της. Επιπλέον η διαφήμιση είναι μόνο ένα μέρος του προγράμματος προβολής και προώθησης. Συνολικά το πρόγραμμα προβολής και προώθησης της επιχείρησης και των υπηρεσιών της είναι στην ουσία πρόγραμμα προβολής και προώθησης όλης της επιχειρηματικής προσπάθειας του εν δυνάμει





επιχειρηματία. Πρέπει, δε, να ανταποκρίνεται και να συνάδει με τα υπόλοιπα στοιχεία του προγράμματος μάρκετινγκ.

 Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο	 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i> ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης	 ΕΣΠΑ 2007-2013 Πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
---	--	--



ΑΝΑΓΚΑΙΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Σκοπός του κάθε εν δυνάμει επιχειρηματία, όσον αφορά στον εξοπλισμό, είναι:

- Να καταγράψει τον αναγκαίο τεχνικό και άλλο εξοπλισμό που είναι απαραίτητος, προκειμένου να υλοποιηθεί τόσο το πρόγραμμα μάρκετινγκ, όσο και η λειτουργία της επιχείρησης.
- Να κοστολογηθεί ο αναγκαίος εξοπλισμός.
- Να αναπτυχθεί ο προϋπολογισμός για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Να καταγραφεί ο αναγκαίος πρόσθετος εξοπλισμός και τα υλικά που χρειάζονται, προκειμένου να λειτουργήσει η επιχείρηση.
- Να υπολογιστεί το κόστος αυτού του πρόσθετου εξοπλισμού και των υλικών.

Βέβαια πρώτα θα πρέπει να:

- αντιστοιχηθούν προϊόντα και υπηρεσίες με τον κατάλληλο εξοπλισμό.

57





- υπάρχει κάποιος στην εταιρεία που να μπορεί να χειριστεί τον αναγκαίο, αυτό, εξοπλισμό.
- αναζητηθούν εναλλακτικές λύσεις αγοράς-προμήθειας του εξοπλισμού.

Άρα ο υποψήφιος επιχειρηματίας θα πρέπει:

- να έχει ήδη διεξάγει μια πρώτη έρευνα για τον τύπο και το κόστος του αναγκαίου εξοπλισμού.
- να γνωρίζει, όχι μόνο, εάν αυτός ο εξοπλισμός ανταποκρίνεται στις ανάγκες του προγράμματος μάρκετινγκ, αλλά επίσης και τους διάφορους τρόπους κτήσης του απαραίτητου εξοπλισμού.





ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Ο εν δυνάμει επιχειρηματίας πρέπει:

- Να αποφασίσει αν χρειάζεται συνεργάτες που θα συμπληρώσουν τα δικά του κενά, αδυναμίες, ικανότητες και δυνατότητες.
- Να διαπιστώσει και να καταγράψει τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχουν οι ενδεχόμενοι συνεργάτες.
- Να αποφασίσει αν έχει τη δυνατότητα να προσλάβει τέτοιους συνεργάτες.
- Να υπολογίσει το μηνιαίο κόστος των συνεργατών.
- Να αποφασίσει αν πρέπει να βρει άλλες μορφές συνεργασίας.

Βέβαια για την πρόσληψη συνεργατών θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη μία σειρά από παράγοντες, όπως:

- αν, με βάση το πρόγραμμα μάρκετινγκ, όντως η επιχείρηση έχει ανάγκη από συνεργάτες

59





- καθώς και η δυνατότητα σύναψης εναλλακτικών σχέσεων συνεργασίας που θα καλύψουν τις ανάγκες της επιχείρησης.

Η περιγραφή των παρεχομένων υπηρεσιών καθώς και του αναγκαίου για την επιχείρηση εξοπλισμού, ίσως, καθιστά αναγκαία την ύπαρξη συνεργατών, για τους οποίους θα υπάρξει οικονομική επιβάρυνση κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης.

Πρέπει, λοιπόν, να σχεδιαστεί η λειτουργία της μελλοντικής επιχείρησης κατά τέτοιο τρόπο, ώστε από τη μια, να καλύπτει τις ανάγκες της αγοράς στην οποία απευθύνεται, ενώ από την άλλη τα έσοδα να καλύπτουν τις υποχρεώσεις της επιχείρησης.





ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Ο χρηματοοικονομικός σχεδιασμός κρίνεται αναγκαίος καθώς συμβάλλει στην αξιολόγηση της οικονομικής αποδοτικότητας της επιχειρηματικής ιδέας. Είναι, δε, χαρακτηριστικό ότι πρέπει να συμφωνεί, να συμβαδίζει με τα στοιχεία και τις πληροφορίες που μέχρι τώρα έχουν συλλεχθεί σε σχέση με το μέγεθος της αγοράς (άρα και τη δυνατότητα όγκου πωλήσεων), τις τιμές των προϊόντων και το κόστος του εξοπλισμού.

Ο χρηματοοικονομικός σχεδιασμός πρέπει να ανταποκρίνεται στις πραγματικές οικονομικές δυνατότητες του εν δυνάμει επιχειρηματία. Βέβαια ο σωστός σχεδιασμός και η παρακολούθηση των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης αποτελούν προϋπόθεση για την επιτυχία της επιχειρηματικής ιδέας.

Η παρακολούθηση αυτή των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης είναι, κυρίως, υπόθεση και ευθύνη του επιχειρηματία, ενώ για τη λογιστική παρακολούθηση της επιχείρησης θα πρέπει (και με βάση το νόμο) να απευθυνθεί σε εξωτερικό λογιστή.

Επιπλέον για τη σωστή λειτουργία της επιχείρησης θα πρέπει να ελεγχθεί το κόστος υλοποίησης της επένδυσης και το κόστος λειτουργίας της επιχείρησης, με στόχο:





- να προσδιοριστεί το ακριβές κόστος υλοποίησης της επιχειρηματικής ιδέας.
- να προσδιοριστεί το ακριβές κόστος λειτουργίας της επιχείρησης.

Ένα ακόμα σημαντικό στοιχείο είναι το χρηματοδοτικό σχήμα της επένδυσης, που έχει ως στόχο:

- να κατονομαστούν οι ακριβείς πηγές χρηματοδότησης του κόστους υλοποίησης της επιχειρηματικής ιδέας.
- να επιμεριστεί το κόστος υλοποίησης της επιχειρηματικής ιδέας σε επιμέρους πηγές.

Με το στοιχείο αυτό διερευνάται η δυνατότητα να εξασφαλιστούν επιπλέον πόροι για τη χρηματοδότηση της επιχειρηματικής ιδέας. Τέλος θα πρέπει να γίνει κατανοητή η σημασία των εσόδων της επιχειρηματικής δραστηριότητας και των αποτελεσμάτων χρήσης με στόχο ο άπειρος επιχειρηματίας να γνωρίσει τον τρόπο υπολογισμού καθαρών εσόδων και να εξοικειωθεί με τον προγραμματισμό αποτελεσμάτων χρήσης.

62





Για την απρόσκοπτη λειτουργία της επιχείρησης, βέβαια, ο εν δυνάμει επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει και κάποια άλλα στοιχεία, όπως τον ισολογισμό ή και τις ταμειακές ροές.

Στη στρατηγική μάρκετινγκ εξετάζουμε το πώς διαφοροποιείται το προϊόν και ο συνεταιρισμός από τον ανταγωνισμό, καθώς επίσης και το πώς θα πείσουμε τους καταναλωτές να αγοράσουν το προϊόν, δημιουργώντας έτσι σε κάποιον τρίτο, ο οποίος θα διαβάσει το σχέδιο μας, την εικόνα της επιχείρησής μας, όπως θα εμφανίζεται στην αγορά.

Σημείο εκκίνησης για την ανάλυσή μας είναι η έρευνα και η ανάλυση της αγοράς, για την οποία, ήδη, έχουμε ενημερωθεί εξασφαλίζοντας όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, οι οποίες, σε συνδυασμό με την ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων, μας βοηθούν να επιλέξουμε την κατάλληλη στρατηγική.

Το πρόγραμμα δράσης αποτελεί μέρος του επιχειρηματικού σχεδιασμού και ταυτόχρονα μέρος του προγράμματος μάρκετινγκ. Ενώ το πρόγραμμα μάρκετινγκ θέτει τους οικονομικούς στόχους και τους στόχους πωλήσεων του συνεταιρισμού, το πρόγραμμα δράσης υποδεικνύει τον τρόπο σύμφωνα με τον οποίο μπορούν να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι και ταυτόχρονα υποστηρίζει όλες εκείνες τις δραστηριότητες του συνεταιρισμού, οι οποίες διασυνδέονται άμεσα με τις πωλήσεις και τις σχέσεις με τους πελάτες.





Ορίζουμε τον προγραμματισμό ως διαδικασία πρόβλεψης μελλοντικών γεγονότων και ενεργειών, η οποία αναπτύσσει εναλλακτικές λύσεις και τρόπους δράσης, επιλέγει και αποφασίζει, υλοποιεί και ελέγχει αυτά που έχουν προαποφασιστεί.

Η διαδικασία του προγραμματισμού μπορεί να συνοψιστεί σε τέσσερα στάδια, καθένα από τα οποία απαντά σε διαφορετική ερώτηση. Ο προγραμματισμός έχει πάντα ένα χρονικό ορίζοντα, στον οποίο αναφέρεται και ο οποίος καθορίζει το πόσο λεπτομερής θα είναι η περιγραφή των στόχων, που η επιχείρηση καλείται να υλοποιήσει.

- **Ο μακροπρόθεσμος προγραμματισμός:** Έχει διάρκεια μεγαλύτερη από πέντε χρόνια και θέτει κυρίως στόχους που σχετίζονται με την έρευνα και την ανάπτυξη νέων προϊόντων ή υπηρεσιών, την είσοδο ή τη δημιουργία νέων αγορών, κ.λπ.
- **Ο μεσοπρόθεσμος προγραμματισμός:** Αναφέρεται σε χρονικό διάστημα από 2 έως 5 χρόνια και αφορά σε μια πιο λεπτομερή ανάλυση και παρουσίαση των στόχων της επιχείρησης.





- **Ο βραχυπρόθεσμος προγραμματισμός:** Σχετίζεται με το συντονισμό των διαφόρων επιμέρους δραστηριοτήτων στο άμεσο χρονικό διάστημα με σκοπό να διασφαλίσει την καλύτερη αποτελεσματικότητα και εξασφαλίζεται με την ανάπτυξη των βοηθητικών προγραμμάτων.

Για να είναι αποτελεσματικός ο χρηματοοικονομικός σχεδιασμός πρέπει να έχει σχετικά μεγάλο χρονικό ορίζοντα. Αυτός εξαρτάται άμεσα από το ύψος της αναγκαίας επένδυσης (συνήθως 3-5 χρόνια), ενώ οπωσδήποτε για τον πρώτο χρόνο πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο λεπτομερής, ενώ στο σύνολο του πρέπει να δίνει πληροφορίες για τα παρακάτω:

- **το προβλεπόμενο κόστος έναρξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας** και τις πηγές άντλησης των αναγκαίων πόρων,
- **το προβλεπόμενο κόστος λειτουργίας** αναλυτικά ανά κατηγορία, γνωστό ως «κόστος παραγωγής»,
- **τα προβλεπόμενα έσοδα** από την επιχειρηματική δραστηριότητα της επιχειρηματικής δραστηριότητας (το οποίο παρουσιάσαμε στην ίδια ενότητα).





ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑΣ

Με την αξιολόγηση της προσπάθειας ο επιχειρηματίας μπορεί να αντιληφθεί ότι:

- Το κέρδος που αναμένεται να έχει από την επιχειρηματική δραστηριότητα θα πρέπει να είναι τουλάχιστον ίσο με το κέρδος που θα εξασφάλιζε, αν τοποθετούσε τα χρήματά του στην τράπεζα.
- Οποιαδήποτε σύγκριση θα πρέπει να γίνεται με τις αντίστοιχες επιχειρήσεις του κλάδου που ανήκει.
- Στην περίπτωση που τα αποτελέσματα της αξιολόγησης της επιχειρηματικής προσπάθειας δεν είναι τα αναμενόμενα, θα πρέπει να ελέγξει και ενδεχομένως να αναθεωρήσει το επιχειρηματικό σχέδιο.

Προκειμένου να αξιολογήσει την αποτελεσματικότητα της επιχειρηματικής δραστηριότητας και την απόδοση των προσπαθειών, ο επιχειρηματίας χρησιμοποιεί τους «δείκτες απόδοσης», που είναι πολύ απλά, ως προς τη χρήση τους, εργαλεία μέτρησης και ελέγχου.





Δεδομένου ότι η αξιολόγηση πραγματοποιείται πάντα σε σύγκριση με το περιβάλλον της επιχείρησης, οι δείκτες απόδοσης προκύπτουν από τα στοιχεία του κλάδου των ανταγωνιστών, καθώς και από τα γενικότερα στοιχεία της εθνικής οικονομίας. Όταν οι δείκτες είναι ίδιοι ή έχουν θετικές αποκλίσεις σε σχέση με την υπάρχουσα κατάσταση στην αγορά, αυτό αποτελεί ένα σημαντικό μήνυμα αποδοτικότητας και βιωσιμότητας της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Σε αντίθετη περίπτωση, είναι ένδειξη ότι η εν λόγω επιχείρηση παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα. Συνεπώς, είτε πρέπει να εξετάσουμε από την αρχή την πορεία σχεδιασμού της και να ελέγξουμε τις πληροφορίες που έχουμε συλλέξει, καθώς και τις υποθέσεις στις οποίες έχουμε βασιστεί, είτε να προσανατολιστούμε σε κάποια άλλη κατεύθυνση.





Η ΩΡΑ ΤΗΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

Η πρώτη μεγάλη απόφαση που πρέπει να πάρει ο επίδοξος επιχειρηματίας είναι αν θα προχωρήσει στην ίδρυση μιας συγκεκριμένης επιχείρησης ή όχι.

Αν αποφασίσει να προχωρήσει και διαθέτει το απαιτούμενο κεφάλαιο, χωρίς ανάγκη δανεισμού, μπορεί να προχωρήσει στο επόμενο στάδιο, που είναι η εκπόνηση του Επιχειρηματικού Σχεδίου. Όλες οι, ήδη, προαναφερθείσες ενέργειες συμβάλλουν στη συγκέντρωση στοιχείων που θα συμπεριληφθούν και θα καταστήσουν ρεαλιστικό και αξιόπιστο το Επιχειρηματικό Σχέδιο.

Αν, όμως, χρειάζεται να δανεισθεί, τότε:

- θα πρέπει να γίνει έρευνα αγοράς για την εξασφάλιση του απαιτούμενου δανείου,
- τα ποσά των δόσεων για την εξόφληση του δανείου θα πρέπει να περιληφθούν στον ταμειακό προγραμματισμό, ώστε να αποδειχθεί αν το όλο σχέδιο είναι υλοποιήσιμο.

Σ' αυτό το στάδιο του αρχικού προβληματισμού, προτού ο εν δυνάμει επιχειρηματίας προχωρήσει στη λήψη τελικών αποφάσεων, καλό (αν όχι





απαραίτητο) είναι να ζητήσει τη γνώμη ατόμων με σχετική εμπειρία και των οποίων σέβεται τη γνώμη, παρουσιάζοντας τη μέχρι στιγμής διαθέσιμη τεκμηρίωση των σχεδίων. Ένα τέτοιο άτομο μπορεί για παράδειγμα να είναι και ένας έμπειρος Χρηματοοικονομικός Σύμβουλος Τράπεζας.

Από την άλλη πλευρά, χρειάζεται να εξετάσει και τις δυνατότητες που προσφέρονται για εναλλακτικά είδη επιχειρήσεων που τυχόν θα ενδιέφεραν τον επίδοξο αλλά και άπειρο, επιχειρηματία. Γίνεται, λοιπόν, κατανοητό ότι η ιδέα αυτή μπορεί να βρει πρόσφορο έδαφος στην ελληνική κοινωνία και να λειτουργήσει ως καινοτόμα επιχείρηση, που θα αποφέρει κέρδη στους επιχειρηματίες και οφέλη στην κοινωνία.





ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Σε αυτή την ενότητα θα ακολουθήσει η σύντομη περιγραφή αξιόλογων επιχειρηματικών προσπαθειών, που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια και έχουν σχέση με την Ισπανική Γλώσσα και Πολιτισμό, καθώς, επίσης, και η περιγραφή επιχειρηματικών εγχειρημάτων σχετικών με τα επαγγελματικά δικαιώματα των αποφοίτων της Ισπανικής Φιλολογίας, που έχουν τεθεί σε εφαρμογή.

A. Ediciones Clásicas. Ediciones del Orto.

Πρόκειται για ένα σχετικά μικρό εκδοτικό οίκο, ο οποίος εδρεύει στη Μαδρίτη υπό την εποπτεία του Καθηγητή κ. Alfonso Martínez Díez. Ο Καθηγητής Alfonso Martínez Díez υπήρξε καθηγητής έδρας με γνωστικό αντικείμενο Κλασική Φιλολογία στο Πανεπιστήμιο Complutense της Μαδρίτης για περισσότερο από μια τριακονταετία. Όπως και ο ίδιος παραδέχεται ως απόφοιτος Θεωρητικών Σπουδών ελάχιστη σχέση είχε με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Όμως, αντιλήφθηκε την έλλειψη που υπήρχε στην Ισπανία όσον αφορά την έκδοση βιβλίων που να αναφέρονται στις Ανθρωπιστικές, Κλασικές ή και Ελληνικές Σπουδές. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός αυτό, αποφάσισε, λοιπόν, να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά στον τομέα των εκδόσεων δίνοντας, έτσι, τη δυνατότητα σε πολλούς νέους ερευνητές να δημοσιεύσουν τα αποτελέσματα των ερευνών τους. Ταυτόχρονα, με

70





τον τρόπο αυτό προώθησε τη διάδοση της αρχαίας και σύγχρονης ελληνικής σκέψης στην Ισπανία.

Όμως, δεν περιορίστηκε σε αυτό. Βλέποντας την αποδοχή του εγχειρήματός του από τον πνευματικό και μη κόσμο της Ισπανίας προχώρησε στην έκδοση ολοκληρωμένων σειρών με συγκεκριμένη θεματική. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε τρεις σειρές με μεγάλη επιτυχία, οι οποίες πραγματεύονται θέματα που αφορούν ειδικευμένους στις φιλολογικές σπουδές και ειδικότερα στην Ισπανική Φιλολογία:

- i. Biblioteca de mujeres: πρόκειται για μία σειρά, πάνω από τριάντα, βιβλίων οι οποία παρουσιάζει με τρόπο επιστημονικό αλλά και κατανοητό τις κυριότερες γυναίκες-διανοούμενες της ιστορίας (από την ασπασία και την Σαπφώ μέχρι τις Ισπανίδες Ana María Matute και Carmen Martín Gaité).
- ii. Biblioteca Filosófica: πρόκειται για μία σειρά, πάνω από πενήντα, βιβλίων που παρουσιάζει τους κυριότερους φιλοσόφους του παγκοσμίου στερεώματος (από τον Δημόκριτο και τον Αριστοτέλη μέχρι τον Καζαντζάκη, από τον Λοκ μέχρι τον Μαρξ και από τον Ρουσσώ μέχρι τον Νίτσε καθώς και τους βασικότερους εκπροσώπους της φιλοσοφικής σκέψης της Ισπανίας και της Λατινικής Αμερικής: Unamuno, Zea, Azorín, Ortega y Gasset, Vasconcelos, Bartolomé de las Casas)
- iii. Biblioteca Crítica Luso Hispánica: πρόκειται για μία σειρά, σαράντα μέχρι σήμερα, βιβλίων που αναφέρεται σε προβλήματα ηθικής, ιστορικής και





αισθητικής φύσεως της Ιβερικής Χερσονήσου και της Λατινικής Αμερικής. Η εν λόγω σειρά εκδίδεται υπό την επιστημονική επίβλεψη και σε συνεργασία με το πανεπιστήμιο της Μινεσότα.

Στον ίδιο εκδοτικό οίκο έχουν γίνει μεταφράσεις Ελλήνων συγγραφέων, κλασικών και σύγχρονων, στα ισπανικά. Χαρακτηριστικά αναφέρω το έργο του Νίκου Καζαντζάκη, *Viajando. España. ¡Viva la muerte!*, το οποίο εκδόθηκε το 1998 υπό την αιγίδα του Ελληνικού Υπουργείου Πολιτισμού. Μία από τις πιο σημαντικές εκδόσεις του εν λόγω εκδοτικού οίκου αποτελεί μια κριτική έκδοση του Don Quijote του Cervantes (2005) με εισαγωγή και σχόλια του ίδιου του καθηγητή κ. Alfonso Martínez.

Τέλος ο εκδοτικός αυτός οίκος συμμετείχε στην έκδοση πρακτικών Παγκοσμίων Συνεδρίων που είχαν σχέση με την Ισπανόφωνη Λογοτεχνία και Πολιτισμό. Σύμφωνα με τον κ. Martínez, παρόλο που τον τελευταίο καιρό λόγω της οικονομικής κρίσης παρατηρείται μία συνεχή πτώση του τζίρου της επιχείρησης, δεν αποτελεί μέρος του βραχθπρόθεσμου σχεδιασμού η διακοπή των εργασιών του εκδοτικού οίκου, ο οποίος έχει εκδώσει μέχρι σήμερα πάνω από 6.000 τίτλους βιβλίων. Στην Ισπανία θεωρείται ένας από τους πιο αξιόλογους και αξιόπιστους εκδοτικούς οίκους σε θέματα Λογοτεχνίας και πολιτισμού.

Η επιχειρηματική αυτή προσπάθεια του Καθηγητή κ. Martínez αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα επιτυχίας ανθρώπου Θεωρητικών Σπουδών στον





τομέα των Επιχειρήσεων. Η περίπτωση του μας ενδιαφέρει ιδιαίτερα, καθώς τα εκδιδόμενα έργα αναφέρονται στη μεγάλη τους πλειοψηφία σε θέματα Ισπανόφωνης Λογοτεχνίας και Πολιτισμού.

B. Εκδοτικός Οίκος ΟΣΕΛΟΤΟΣ

Πρόκειται για έναν εκδοτικό οίκο που εδρεύει στην Αθήνα και δραστηριοποιείται, κυρίως, στο χώρο της Λογοτεχνίας. Τα τελευταία χρόνια άρχισε να εντάσσει στον κατάλογο των προς έκδοση βιβλίων του επιστημονικές, ελληνικές και ξενόγλωσσες, έρευνες. Μάλιστα πριν από ένα χρόνο συμπεριέλαβε στο επιχειρηματικό πρόγραμμά του την έκδοση ισπανόφωνων βιβλίων.

Ο εν λόγω εκδοτικός οίκος δεν θα παρουσιαστεί ως προς την εν γένει του παραγωγή, καθώς μας ενδιαφέρει περισσότερο η έκδοση των πρώτων ισπανόφωνων βιβλίων και η ανταπόκριση του ελληνικού αναγνωστικού κοινού σε αυτά. Σε συνομιλία με την κα Λένα Παντοπούλου, ιδιοκτήτρια του εκδοτικού οίκου, κατέστη σαφές ότι το εν λόγω εγχείρημα τέθηκε σε εφαρμογή αρχικά με αμφίβολα αποτελέσματα, καθώς επρόκειται για ένα επιστημονικό δοκίμιο με τίτλο *Algunas recurrencias en las literaturas iberoamericanas* της καθηγήτριας Claudia Constanzo Δαλάτση (Συνεργάτης του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου και του Διδασκαλίου Ξένων Γλωσσών του Ε.Κ.Π.Α.). Παρά το επιστημονικό ύφος του έργου, το οποίο απευθυνόταν σε εξειδικευμένο κοινό, εξαντλήθηκε η πρώτη έκδοσή του και, ήδη,

73





ετοιμάζεται η δεύτερη. Η «απρόσμενη» αυτή επιτυχία «ανάγκασε» τους υπεύθυνους του Εκδοτικού Οίκου να δουν με άλλο μάτι την εκδοτική προσπάθεια βιβλίων στην ισπανική γλώσσα.

Ταυτόχρονα έγινε αντιληπτό το ενδιαφέρον της ελληνικής κοινωνίας για τη γνώση της κουλτούρας και του πολιτισμού των ισπανόφωνων χωρών. Έτσι, ο εκδοτικός αυτός οίκος αποφάσισε να προχωρήσει στη δημοσίευση βιβλίων που έχουν σχέση με την ιστορία και τον πολιτισμό των λαών της Λατινικής Αμερικής τόσο στην ισπανική, όσο και στην ελληνική γλώσσα.

Γ. Ισπανικό Βιβλιοπωλείο Νικολόπουλος

Το βιβλιοπωλείο του κ. Νικολόπουλου αποτελεί συνέχεια των εξειδικευμένων ξενόγλωσσων βιβλιοπωλείων, που λειτουργούσαν στην Ελλάδα κατά τη δεκαετία του '90 και μετά. Χαρακτηριστικό και επιτυχημένο παράδειγμα των βιβλιοπωλείων αυτών θεωρείτο το βιβλιοπωλείο «Kauffmann», το οποίο, όμως, λόγω της οικονομικής κρίσης δεν άντεξε.

Το βιβλιοπωλείο Νικολόπουλος ήρθε να καλύψει ένα κενό, που υπήρχε στην ελληνική αγορά όσον αφορά την ισπανόφωνη βιβλιογραφία. Τα υπάρχοντα ξενόγλωσσα βιβλιοπωλεία δεν κάλυπταν τις ανάγκες για ισπανόφωνα συγγράματα,

74





καθώς είτε ήταν εξειδικευμένα, είτε εισήγαγαν περιορισμένο αριθμό βιβλίων από πολλές χώρες. Επιπλέον μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 2000 η ζήτηση ισπανόφωνων βιβλίων ήταν μικρή, δεδομένου ότι τα τμήματα Ισπανικής Γλώσσας και Φιλολογίας δεν είχαν αρχίσει να λειτουργούν και η εκμάθηση της ισπανικής γλώσσας δεν ήταν τόσο διαδεδομένη. Όταν αύξηθηκε η ζήτηση, μέσω της σωστής έρευνας αγοράς ο κ. Νικολόπουλος αντιλήφθηκε την έλλειψη αυτή και μπόρεσε να δημιουργήσει ένα βιβλιοπωλείο εξειδικευμένο στην ισπανική γλώσσα και τον ισπανόφωνο πολιτισμό και λογοτεχνία.

Σήμερα αυτό το βιβλιοπωλείο θεωρείται από τα πιο πλήρη στις ισπανόφωνες εκδόσεις, παρότι αρκετοί ισπανικοί εκδοτικοί οίκοι συνεργάζονται με εκδοτικούς οίκους στην Ελλάδα, δίνοντάς τους τα αποκλειστικά δικαιώματα χρήση των εκδόσεών τους.

Τελειώνοντας την αναφορά στις επιχειρηματικές προσπάθειες που σχετίζονται με την έκδοση και πώληση βιβλίων, διαπιστώνουμε τα ακόλουθα:

- Η οικονομική κρίση, έτσι όπως τη βιώνει η Ελλάδα από το 2010 και μετά, έχει αντίκτυπο και στις προαναφερθείσες επιχειρήσεις.
- Το αγοραστικό κοινό στρέφεται περισσότερο σε βιβλία εκμάθησης γλώσσας και λιγότερο σε βιβλία με πολιτισμικό, ιστορικό και λογοτεχνικό περιεχόμενο.





- Παρόλα αυτά το ενδιαφέρον της αγοράς για θέματα ισπανικής γλώσσας και ισπανόφωνης λογοτεχνίας συνεχίζει να υφίσταται, έστω και μειωμένο.
- Ο καθένας από τους προαναφερθέντες επιχειρηματίες, μέσω της σφιστής έρευνας αγοράς, ανακάλυψε την έλλειψη που υπήρχε στο συγκεκριμένο τομέα τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Έτσι πέτυχε στην προσπάθειά του.

Δ. Φροντιστήριο ΣΥΝΕΛΙΞΗ

Συνεχίζοντας θα αναφερθούμε σε μία επιχειρηματική προσπάθεια ανθρώπων που ασχολήθηκαν με την εκπαίδευση, η οποία αποτελεί την παραδοσιακή μορφή ενασχόλησης αποφοίτων καθηγητικών σχολών. Συγκεκριμένα θα γίνει αναφορά στην ίδρυση και λειτουργία του φροντιστηρίου ΣΥΝΕΛΙΞΗ.

Πρόκειται για ένα φροντιστήριο το οποίο ιδρύθηκε από μία ομάδα καθηγητών στις αρχές της οικονομικής κρίσης, το 2007. Αυτός, άλλωστε είναι και ένας από τους λόγους που επιλέχθηκε η ως άνω επιχείρηση. Σε συνομιλία με τους ιδιοκτήτες του εν λόγω φροντιστηρίου επιβεβαιώσαμε πολλά από τα ήδη αναφερθέντα ως προαπαιτούμενα βήματα για την ίδρυση μιας επιχείρησης.

Καταρχάς η πρώτη ενέργεια που πραγματοποιήθηκε από τους ιδιοκτήτες του φροντιστηρίου, πριν από την έναρξη λειτουργίας του, ήταν η έρευνα αγοράς και η





διερεύνηση του περιβάλλοντος στο οποίο θα δραστηριοποιούνταν. Το φροντιστήριο έδρευε στην Καλλιθέα, μία πυκνοκατοικημένη, μεν, περιοχή με πληθώρα, δε, αντίστοιχων επιχειρήσεων. Άρα το βασικό στοιχείο που θα έπρεπε να σχεδιαστεί για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης ήταν η πολιτική των προσφερόμενων υπηρεσιών. Δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στον τομέα αυτό, οι ιδιοκτήτες αποφάσισαν να θέσουν ως προτεραιότητά τους την ανάδειξη της ποιότητας της προσφερόμενης διδασκαλίας.

Αποφασίστηκε να δημιουργηθούν μικρά τμήματα, μικρότερα από το συνηθισμένο μέχρι εκείνη τη στιγμή, και να αναπτυχθεί ιδιαίτερη σχέση μεταξύ διδάσκοντος και μαθητή, ώστε ο δάσκαλος να έχει ταυτόχρονα και το ρόλο του συμβούλου επαγγελματικής σταδιοδρομίας, λαμβάνοντας υπόψη τις δεξιότητες του κάθε μαθητή. Ταυτόχρονα, δε, αποφασίστηκε και το πρόγραμμα μάρκετινγκ της επιχείρησης, το οποίο ακολούθησε την παραδοσιακή μορφή της διαφήμισης μέσω φυλλαδίων αλλά και την προφορική ενημέρωση για τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του φροντιστηρίου.

Η πρώτη χρονιά λειτουργίας της επιχείρησης, χωρία να είναι απογοητευτική, έδωσε την αίσθηση ότι η συνέχεια θα μπορούσε να είναι καλύτερη. Όντως η δεύτερη και η τρίτη χρονιά λειτουργίας του φροντιστηρίου απέδωσε πολύ περισσότερα καταγράφοντας συνεχή ανοδική πορεία. Σ' αυτό το γεγονός σημαντικό ρόλο έπαιξε η κατάλληλη επιλογή συνεργατών, οι οποίοι αποδέχτηκαν την πολιτική του φροντιστηρίου, την οποία εφάρμοσαν στη διδασκαλία τους. Οι μαθητές





συναισθανόμενοι ότι οι καθηγητές τους δεν ενδιαφέρονταν μόνο για την επίδοσή τους, αλλά και τους στήριζαν σε όλους τους τους στόχους. δημιούργησαν ένα ιδιότυπο σύστημα μάρκετινγκ του φροντιστηρίου στα σχολεία της περιοχής. Επιπλέον η επιτυχία στις εξετάσεις συνετέλεσε με τη σειρά της στην αύξηση των θετικών σχολίων για το συγκεκριμένο φροντιστήριο.

Μετά την επιτυχία της πρώτης φάσης του εγχειρήματος οι ιδιοκτήτες, με σταθερά βήματα, αποφάσισαν την επέκταση των επιχειρηματικ'ων τους δραστηριοτήτων. Το φροντιστήριο έπαψε να λειτουργεί μόνο ως ένα «φροντιστήριο μέσης εκπαίδευσης» και ενσωμάτωσε στις προσφερόμενες υπηρεσίες του πρόγραμμα Συμβουλευτικής και Επαγγελματικού Προσανατολισμού, ειδικά διαμορφωμένο για τις ανάγκες κάθε μιας από τις τάξεις του Λυκείου και μάλιστα προσωποποιημένο για τις ανάγκες κάθε μθητή. Επίσης, προγραμματίστηκε:

- η προσφορά υπηρεσιών που να καλύπτουν τις ανάγκες των αποφοίτων μαθητών, όπως ειδικά προγράμματα για εκμάθηση ξένων γλωσσών πλην των προσφερομένων στα σχολεία ή στα περισσότερα φροντιστήρια (πορτογαλικά, ρωσικά, κινέζικα, καθώς και ισπανικά σε περίπτωση που υπάρχει ζήτηση)
- η ενσωμάτωσή του στο δίκτυο εξεταστικών κέντρων του ECDL με την ταυτόχρονη διδασκαλία πληροφορικής και βασικών γνώσεων ηλεκτρονικών υπολογιστών.





Τέλος, το βασικό καινοτομικό στοιχείο στον προγραμματισμό λειτουργίας του φροντιστηρίου ΣΥΝΕΛΙΞΗ αποτελεί η δημιουργία μιας πλατφόρμας e-class, η οποία θα προσφέρει στους μαθητές τη δυνατότητα τόσο της εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης, όσο και της εμβάθυνσης σε διδαχθέντα θέματα κατά τη διάρκεια των μαθημάτων. Η επιτυχία του εγχειρήματος ήδη από την πρώτη χρονιά λειτουργίας του φροντιστηρίου αποδεικνύει ότι οι επιχειρηματικές προσπάθειες που στηρίζονται σε σωστά στοχευμένα βήματα, έχουν δυνατότητες επιτυχίας ακόμη και σε περιόδους μεγάλης οικονομικής ύφεσης και κρίσης.

Τελειώνοντας παρατηρούμε ότι οι Ισπανικές Σπουδές προσφέρουν πολλές ευκαιρίες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης με αυξημένες πιθανότητες επιτυχίας. Τόσο το σχέδιο που χρησιμοποιήθηκε ως παράδειγμα στο πρώτο μέρος της Μελέτης Περίπτωσης, όσο και οι επιχειρήσεις που παρουσιάστηκαν εν συνεχεία μας επιτρέπουν να αισιοδοξούμε σε μία περίοδο που βάλλεται από παντού ο επιχειρηματικός τομέας. Βέβαια, αυτό δεν σημαίνει ότι οποιαδήποτε επιχείρηση που έχει σχέση με την ισπανική γλώσσα και τον ισπανόφωνο πολιτισμό θα επιτύχει σε περίπτωση που δεν οργανωθεί καταλλήλως.





Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΧΡΗΣΙΜΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΕΝ ΔΥΝΑΜΕΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

Ακολουθεί παρουσίαση ορισμένων χρήσιμων πληροφοριών για τους εν δυνάμει επιχειρηματίες.

Α. Αναπτυξιακοί Νόμοι

Το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, γνωστότερο παλαιότερα ως «Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας», είναι το (κατά κύριο λόγο) αρμόδιο Υπουργείο για τη διαχείριση του προϋπολογισμού που διατίθεται σε ιδιώτες μέσω του εκάστοτε ισχύοντος Αναπτυξιακού Νόμου.

Οι Επενδυτικοί και Αναπτυξιακοί Νόμοι χορηγούν ελκυστικά κίνητρα για επενδύσεις σε όλους τους τομείς της οικονομίας, οι οποίες υλοποιούνται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας από επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους, δίνοντας έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στους ανερχόμενους κλάδους της οικονομίας.

Σκοπός των επενδυτικών κινήτρων του κάθε Αναπτυξιακού Νόμου είναι η ενίσχυση του παραγωγικού δυναμικού της Ελλάδος, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας, η αύξηση της απασχόλησης και η ισορροπημένη περιφερειακή ανάπτυξη.

81





Ο νέος επενδυτικός νόμος 3908/2011 περιλαμβάνει τα καθεστώτα επενδύσεων τα οποία

1. Ενισχύουν ανταγωνιστικά και βιώσιμα επενδυτικά σχέδια με τεκμηριωμένες προοπτικές κερδοφορίας,
2. Στηρίζουν τις επενδύσεις στην τεχνολογική ανάπτυξη και την καινοτομία,
3. Πρωθούν την περιφερειακή συνοχή και την πράσινη ανάπτυξη.

Τα ειδικά καθεστώτα επενδύσεων αντιμετωπίζουν ειδικότερες προκλήσεις της αναπτυξιακής διαδικασίας και αντιστοιχούν σε τομείς στους οποίους δίνεται ιδιαίτερη έμφαση και ταυτόχρονα συνδυάζουν μια σειρά από μέσα ενίσχυσης.

Πιο συγκεκριμένα οι κατηγορίες επενδύσεων που προβλέπει ο Αναπτυξιακός Νόμος του 2011 μπορούν να συνοψισθούν στις εξής:

1. Γενική Επιχειρηματικότητα

Αφορά: κάθε επιχειρηματία. Προβλέπει: Φοροαπαλλαγές κλιμακούμενες έως και 10 χρόνια, μέχρι το 100% του ανώτατου επιτρεπόμενου ύψους ενίσχυσης

2. Περιφερειακή Συνοχή





Αφορά: επενδυτές με σχέδια που καλύπτουν τοπικές ανάγκες ή αξιοποιούν τοπικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Προβλέπει: όλα τα είδη των ενισχύσεων. Το ποσοστό επιχορήγησης και επιδότησης leasing μπορεί να φτάσει μέχρι και το 70% του ανώτατου επιτρεπόμενου ύψους ενίσχυσης. Για τις νέες επιχειρήσεις, το παραπάνω ποσοστό προσαυξάνεται κατά 10%.

3. Τεχνολογική Ανάπτυξη

Αφορά: επιχειρήσεις που σχεδιάζουν να επενδύσουν στην καινοτομία και να εκσυγχρονίσουν τεχνολογικά την επιχείρησή τους. Προβλέπει: όλα τα είδη των ενισχύσεων. Το ποσοστό επιχορήγησης και επιδότησης leasing μπορεί να φτάσει μέχρι και το 80% του ανώτατου επιτρεπόμενου ύψους ενίσχυσης.

4. Νεανική Επιχειρηματικότητα

Αφορά: επιχειρήσεις νέων, 20 μέχρι 40 ετών. Προβλέπει: ενίσχυση για το σύνολο σχεδόν των δαπανών (και των λειτουργικών) για 5 χρόνια από την έναρξη λειτουργίας. Η συνολική ενίσχυση μπορεί να φτάσει μέχρι 1.000.000 ευρώ.

5. Μεγάλα Επενδυτικά Σχέδια





Αφορά: επενδυτές με σχέδια ύψους τουλάχιστον 50.000.000 ευρώ.
Προβλέπει: όλα τα είδη των ενισχύσεων μεμονωμένα ή συνδυαστικά.
Το ύψος της ενίσχυσης μειώνεται όσο αυξάνει το ύψος της επένδυσης.
Η επιχορήγηση-επιδότηση δεν μπορεί να ξεπερνά το 60% της συνολικής ενίσχυσης.

6. Ολοκληρωμένα Πολυετή Επενδυτικά Σχέδια

Αφορά: επιχειρηματίες με σχέδια υλοποίησης ολοκληρωμένων πολυετών (2-5 έτη) σχεδίων επιχειρήσεων, για τις οποίες έχει παρέλθει τουλάχιστον πενταετία από τη σύστασή τους, άνω των 2.000.000 ευρώ. Στόχος είναι ο τεχνολογικός, διοικητικός, οργανωτικός, και επιχειρησιακός εκσυγχρονισμός. Προβλέπει: φοροαπαλλαγές μέχρι το 100% του ανώτατου επιτρεπόμενου ύψους ενίσχυσης.

7. Σχέδια Συνέργειας και Δικτύωσης (Clustering)

Αφορά: επιχειρηματικά σχήματα συνέργειας και δικτύωσης 10 τουλάχιστον επιχειρήσεων σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη και πέντε στην υπόλοιπη Ελλάδα, υπό μορφή κοινοπραξίας. Προβλέπει τη δυνατότητα παροχής κάθε είδους ενίσχυσης.





Στα επενδυτικά προγράμματα προσφέρεται οικονομική βοήθεια συνήθως με τη μορφή :

α. Φορολογική απαλλαγή. Απαλλαγή από 8 έως 10 χρόνια από την καταβολή φόρου εισοδήματος επί των πραγματοποιούμενων προ φόρων κερδών, τα οποία προκύπτουν με βάση τη φορολογική νομοθεσία, από το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Το ποσό της φορολογικής απαλλαγής συνιστά ισόποσο αφορολόγητο αποθεματικό.

β. Επιχορήγηση.

Δωρεάν παροχή χρηματικού ποσού από το Δημόσιο για την κάλυψη τμήματος των ενισχυόμενων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου.

γ. Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing).

Κάλυψη από το Δημόσιο τμήματος των καταβαλλόμενων δόσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνάπτεται για την απόκτηση νέου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού

δ. Ευνοϊκά δάνεια μέσω του ΕΤΕΑΝ.

85





Χρηματοδότηση του ποσού που προβλέπεται να καλυφθεί με τραπεζικό δανεισμό με δάνεια χαμηλού κόστους, από τις τράπεζες που συνεργάζονται με το ΕΤΕΑΝ. Όλες οι ενισχύσεις συνυπολογίζονται για τον καθορισμό του συνολικού ποσοστού ενίσχυσης που χορηγείται στο επενδυτικό σχέδιο. Το όφελος από την παραπάνω χρηματοδότηση συνυπολογίζεται στο συνολικό ποσοστό ενίσχυσης, το οποίο δεν μπορεί να υπερβαίνει τα όρια του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων.





Β. Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης (ΕΣΠΑ)

Το εκάστοτε υπό υλοποίηση Κ.Π.Σ (Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης) είναι ένα σύνολο περιφερειακών και τομεακών επιχειρησιακών προγραμμάτων για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Το ισχύον Κ.Π.Σ είναι το τέταρτο (ΕΣΠΑ) και αφορά στην περίοδο 2007-2013.

Ο σκοπός του κάθε Κ.Π.Σ είναι παρόμοιος με αυτόν του κάθε Αναπτυξιακού Νόμου. Η διαφορά είναι ότι τα προγράμματα του Κ.Π.Σ συγχρηματοδοτούνται από το Ελληνικό Δημόσιο και από την Ευρωπαϊκή Ένωση, πέραν της τυχόν απαιτούμενης επένδυσης από τον εκάστοτε ενδιαφερόμενο ιδιωτικό οργανισμό. Τα ποσοστά της χρηματοδότησης του κάθε προτεινόμενου επενδυτικού σχεδίου, από κάθε εμπλεκόμενο χρηματοδότη (Ευρωπαϊκή Ένωση, Δημόσιο, Επενδυτής), διαφοροποιούνται μεταξύ των διαφόρων προγραμμάτων του εκάστοτε ισχύοντος Κ.Π.Σ.

Το Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007 - 2013 αποτελεί το έγγραφο αναφοράς για τον προγραμματισμό των Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε εθνικό επίπεδο για την περίοδο 2007-2013.

Εκπονήθηκε στο πλαίσιο της νέας στρατηγικής προσέγγισης για την Πολιτική Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με την οποία το ΕΣΠΑ «...εξασφαλίζει ότι η συνδρομή από τα Ταμεία συμβαδίζει με τις κοινοτικές στρατηγικές

87





κατευθυντήριες γραμμές για τη συνοχή και προσδιορίζει το σύνδεσμο μεταξύ των κοινοτικών προτεραιοτήτων αφενός και του εθνικού προγράμματος μεταρρυθμίσεων αφετέρου».

Για τη διαμόρφωση του ΕΣΠΑ 2007-2013 ως εγγράφου προγραμματισμού, αξιοποιήθηκαν εισροές από ένα σημαντικό αριθμό προτάσεων που υπεβλήθησαν στο Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών, κατευθύνσεων - πολιτικών επιλογών σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο και ποσοτικών δεδομένων και μελετών.

Οι αποφάσεις του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου του Δεκεμβρίου του 2005, με τις οποίες διασφαλίσθηκαν έως το 2013 οι πόροι της Ευρωπαϊκής Πολιτικής Συνοχής για τη χώρα, οι νέοι Κανονισμοί των Ταμείων της ΕΕ, καθώς και οι Στρατηγικές Κατευθυντήριες Γραμμές για την Πολιτική Συνοχής, αποτέλεσαν το πλαίσιο στο οποίο βασίστηκαν, μεταξύ των άλλων, οι εθνικές αρχές προκειμένου να προσεγγίσουν τις βασικές παραμέτρους του αναπτυξιακού προγραμματισμού και να καταρτίσουν το ΕΣΠΑ.

Επιπλέον, τα κυριότερα έγγραφα της ΕΕ που αναφέρονται στην αναθεωρημένη Στρατηγική της Λισσαβόνας και το Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση 2005-2008, ελήφθησαν υπόψη κατά τη διαμόρφωση των βασικών στρατηγικών επιλογών - προτεραιοτήτων, καθώς συνιστούν κεντρικές μακροπρόθεσμες επιλογές για την Ευρωπαϊκή Ένωση,





στις οποίες κλήθηκε να συμβάλει και η αναπτυξιακή πολιτική του νέου ΕΣΠΑ. Βάσει των ανωτέρω, η στοχοθεσία του ΕΣΠΑ διατυπώθηκε σε 4 επίπεδα:

- στο επίπεδο των στρατηγικών στόχων του ΕΣΠΑ,
- στο επίπεδο των θεματικών (5) και χωρικών (3) προτεραιοτήτων, όπως απαιτείται από το Γενικό Κανονισμό των Ταμείων,
- στο επίπεδο των Γενικών Στόχων (17), στους οποίους αναλύεται κάθε θεματική προτεραιότητα,
- στο επίπεδο των ειδικών στόχων και των κύριων μέσων επίτευξης.

Παράλληλα, η αναπτυξιακή στρατηγική διαμορφώθηκε και με γνώμονα εθνικές πολιτικές που διατυπώνονται σε στρατηγικά έγγραφα όπως η Εθνική Έκθεση Στρατηγικής για την Κοινωνική Προστασία και την Κοινωνική Ένταξη 2006-2008, η Ψηφιακή Στρατηγική 2006-2013, το «Σχέδιο Ανάπτυξης Μεταφορών 2007-2013 και εικοσαετίας», Εθνική Λιμενική Πολιτική, το Εθνικό Σχέδιο Στρατηγικής Αγροτικής Ανάπτυξης της Ελλάδας 2007-2013 κλπ.

Το πλαίσιο χρηματοδότησης διαμορφώθηκε στη βάση των αποφάσεων του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της 16ης Δεκεμβρίου 2005 και των προδιαγραφών - περιορισμών των νέων Κανονισμών και προέκυψε με βάση τις αναπτυξιακές ανάγκες ανά τομέα και Περιφέρεια στην επόμενη περίοδο, συνεκτιμώντας τις





ανάγκες ολοκλήρωσης των συνεχιζόμενων έργων της προηγούμενης περιόδου και τις απαιτήσεις για δράσεις που εξυπηρετούν τη Στρατηγική της Λισσαβώνας. Βασική επιλογή ήταν η βέλτιστη αξιοποίηση των πόρων της νέας προγραμματικής περιόδου προς όφελος της ισόρροπης περιφερειακής ανάπτυξης της χώρας.

Οι βασικές αρχές που διέπουν το πλαίσιο διαχείρισης, παρακολούθησης & ελέγχου των ΕΠ της περιόδου 2007-2013 αποτέλεσαν αντικείμενο ευρείας διαβούλευσης και αποτυπώθηκαν σε κείμενα θέσεων των συμμετεχόντων φορέων. Συμπληρώθηκαν από τα πορίσματα συστηματικής ανάλυσης των απαιτήσεων των νέων Κανονισμών της ΕΕ (Γραμματεία σχεδιασμού του ΕΣΠΑ, ΜΟΔ ΑΕ, ΔΑ ΚΠΣ/ΕΥΣ) και σχετικής μελέτης που εκπονήθηκε για το ΥΠΟΙΟ με θέμα τη «Βελτίωση των συστημάτων διαχείρισης και ελέγχου των ΕΠ του ΚΠΣ 2000 – 2006, των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών και του Ταμείου Συνοχής και στην προσαρμογή αυτών για την περίοδο 2007 – 2013».

Η διάρθρωση του ΕΣΠΑ σε Επιχειρησιακά Προγράμματα

Η αρχιτεκτονική των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΕΠ) του ΕΣΠΑ 2007–2013 διαμορφώθηκε έτσι ώστε να υλοποιηθούν με το βέλτιστο τρόπο οι στρατηγικές επιλογές της χώρας, ενώ λήφθηκαν υπόψη τα νέα δεδομένα της προγραμματικής





περιόδου 2007-2013 (63% του πληθυσμού της χώρας σε καθεστώς μεταβατικής στήριξης).

Το νέο σχήμα χαρακτηρίζεται από μικρότερο πλήθος Επιχειρησιακών Προγραμμάτων σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο 2000-2006, που οδηγεί σε πιο ευέλικτο σχήμα διαχείρισης: ο στρατηγικός σχεδιασμός της χώρας για την περίοδο 2007-2013 θα υλοποιηθεί μέσα από οκτώ (8) Τομεακά ΕΠ, πέντε (5) Περιφερειακά ΕΠ και δεκατέσσερα (14) Προγράμματα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας. Την περίοδο 2007-2013 το σύνολο των υποδομών προσπελασιμότητας θα υλοποιηθεί πλέον στο πλαίσιο ενός τομεακού ΕΠ, ενώ για τους τομείς της υγείας και του πολιτισμού δεν θα υπάρχει πλέον διακριτό ΕΠ και οι σχετικές δράσεις θα υλοποιηθούν από Περιφερειακά και Τομεακά ΕΠ.





Γ. Επαγγελματικά επιμελητήρια και σύνδεσμοι

Σημαντικά Κέντρα άντλησης χρήσιμων πληροφοριών για επίδοξους αλλά και για εν ενεργεία επιχειρηματίες είναι τα Επαγγελματικά Επιμελητήρια, καθώς και οι διάφοροι Επαγγελματικοί Σύνδεσμοι.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται δύο από τα σημαντικότερα Επαγγελματικά Επιμελητήρια της περιοχής Αθηνών, το ΕΒΕΑ (Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών) και το ΒΕΑ (Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθηνών).

- **Ε.Β.Ε.Α**

(Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών).

Το ΕΒΕΑ (Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών), εδρεύει επί της οδού Ακαδημίας 7, Αθήνα, Τ.Κ. 10671, με υποκαταστήματα στο Μαρούσι και στην Αργυρούπολη.

Το ΕΒΕΑ έχει ως αποστολή

1. να λειτουργεί ως Σύμβουλος της εκάστοτε κυβέρνησης σε θέματα εμπορίου, βιομηχανίας και παροχής υπηρεσιών και γενικότερα αναπτυξιακής πολιτικής. Συγκεκριμένα:

- Διατυπώνει συγκεκριμένες θέσεις και πραγματοποιεί πλήθος παρεμβάσεων στην πολιτική ηγεσία για όλα τα

92



προωθούμενα από την Πολιτεία νομοθετήματα τα οποία σχετίζονται με τις δραστηριότητές του

- Καινοτομεί, καταγράφοντας τις προτεραιότητες του συνόλου των δυνάμεων της αγοράς και τις προβάλλει στο σωστό χρόνο, στα αρμόδια πρόσωπα και υπηρεσίες
- Παρακολουθεί τις προκλήσεις των καιρών με ποιότητα και κατάλληλη οργάνωση, και δίνει μια νέα δυναμική στους κλάδους του εμπορίου, της βιομηχανίας και των υπηρεσιών, προσπαθώντας να μειώσει τα μειονεκτήματα και να ενισχύσει τα πλεονεκτήματά τους
- Συμβάλλει στη δημιουργία ενός κλίματος συνεργασίας, αμοιβαίας εμπιστοσύνης και επιτυχούς πληροφόρησης του επιχειρηματικού κόσμου

2. Να εκπροσωπεί, να υποστηρίζει και να αναδεικνύει την επιχειρηματική δραστηριότητα. Συγκεκριμένα:

- Ενημερώνει συστηματικά τα μέλη του γύρω από τις εξελίξεις σε κρίσιμα οικονομικά και επιχειρηματικά θέματα
- Παρέχει δωρεάν πληροφόρηση και συμβουλευτικές υπηρεσίες στις επιχειρήσεις – μέλη του



- Διοργανώνει συνέδρια, ημερίδες και συναντήσεις για την ανάλυση ειδικών θεμάτων της οικονομίας και επιμέρους κλαδικών θεμάτων
- Διοργανώνει και συμμετέχει σε επιχειρηματικές αποστολές από και προς ξένες χώρες, με σκοπό τη διεύρυνση των διεθνών οικονομικών σχέσεων
- Διενεργεί έρευνες και μελέτες προκειμένου να εξυπηρετήσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις παραγωγικές τάξεις, και να προωθήσει την πληρέστερη ενημέρωση των επιχειρήσεων – μελών του
- Αναπτύσσει επαφές με ευρωπαϊκούς και διεθνείς οργανισμούς και φορείς, με στόχο την ενημέρωση και την προώθηση θέσεων που εξυπηρετούν τα συμφέροντα των ελληνικών επιχειρήσεων
- Διοργανώνει εκπαιδευτικά προγράμματα και σεμινάρια επιμόρφωσης που προωθούν την αναβάθμιση του ανθρωπίνου δυναμικού των επιχειρήσεων – μελών του
- Πραγματοποιεί μια σειρά από τακτικές ενημερωτικές εκδόσεις, αναβαθμίζοντας τον ρόλο του και την απήχυσή του στην ελληνική επιχειρηματική κοινότητα

94





- Απονέμει σε ετήσια βάση τα Επιχειρηματικά Βραβεία του, με στόχο την επιβράβευση της επιχειρηματικής αριστείας και την εν γένει ανάδειξη της επιχειρηματικότητας, ενισχύοντας επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που συμβάλλουν στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του τόπου

Με τις πρωτοβουλίες, τις δράσεις και τις παρεμβάσεις του, το ΕΒΕΑ επιδιώκει:

- την όσο το δυνατό μεγαλύτερη ενθάρρυνση και υποβοήθηση της ατομικής επιχειρηματικής πρωτοβουλίας
- την εξάλειψη των πάσης φύσεως αντικινήτρων που εμποδίζουν την ανάληψη παραγωγικών πρωτοβουλιών
- τη δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών για την προσέλκυση, αλλά και την προώθηση νέων επενδύσεων
- την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και γενικότερα της ελληνικής οικονομίας
- τη δημιουργία ενός νομοθετικού και διοικητικού περιβάλλοντος που θα διασφαλίζει αποτελεσματικότητα,



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
Πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



διαφάνεια και υγιή ανταγωνισμό, με ίσους και ξεκάθαρους όρους για όλους

- την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ώστε να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του σύγχρονου ανταγωνιστικού περιβάλλοντος
- την προώθηση της έρευνας και της τεχνολογίας, και την υιοθέτησή τους από τις ελληνικές επιχειρήσεις
- την προώθηση μιας περισσότερο ευέλικτης αγοράς εργασίας, που θα ευνοεί την ενίσχυση της απασχόλησης, σε συνδυασμό με τις πραγματικές ανάγκες της αγοράς
- τη στήριξη της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων και την ενίσχυση της παρουσίας τους στις διεθνείς αγορές
- την αναβάθμιση και προσαρμογή του εκπαιδευτικού συστήματος, ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της παραγωγικής διαδικασίας και της αγοράς
- την προώθηση των αρχών της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης και την ενίσχυση της περιβαλλοντικά υπεύθυνης λειτουργίας των επιχειρήσεων





- τη διεύρυνση των προσφερομένων υπηρεσιών του, μεγεθύνοντας έτσι την προσφορά του προς τις επιχειρήσεις – μέλη του

Το ΕΒΕΑ προσφέρει στα μέλη του τις ακόλουθες υπηρεσίες:

- Δωρεάν συμβουλές για φορολογικά, εργατικά, νομικά και περιβαλλοντικά θέματα.
- Πληροφορίες για τυχόν επιχειρηματικές ευκαιρίες.
- Γραφείο ενημέρωσης ανέργων και επιχειρήσεων σχετικά με επιδοτήσεις επαγγελματικής απασχόλησης.
- Κόμβο πρόσβασης στο INTERNET και κυρίως δωρεάν πρόσβαση σε πολύ χρήσιμες διεθνείς επιχειρηματικές βάσεις δεδομένων.
- Ηλεκτρονική παροχή πληροφοριών για επιχειρηματικά θέματα σε χώρες των Βαλκανίων.
- Σύστημα πιστοποίησης της επαγγελματικής επάρκειας για στελέχη πληροφορικής και στελέχη λογιστηρίου.
- Παραγωγή και διάθεση χρήσιμων επιχειρηματικών εκδόσεων.

97





- **Β.Ε.Α (Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθηνών)**

Το ΒΕΑ (Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθηνών), που εδρεύει επί της οδού Ακαδημίας 18, Αθήνα, (Τ.Κ. 10671) είναι το Επιμελητήριο των μικρομεσαίων βιοτεχνικών επιχειρήσεων και προσφέρει στα μέλη του υπηρεσίες αντίστοιχες με αυτές που προσφέρει το ΕΒΕΑ.

Το Βιοτεχνικό Επιμελητήριο της Αθήνας εκφράζει τα συμφέροντά των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων 800 περίπου, επαγγελματιών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Μεσολαβεί μεταξύ των επιχειρήσεων - μελών του και της πολιτείας και προωθεί τα συμφέροντά τους με σκοπό την ανάληψη από την πολιτεία των ανάλογων πολιτικών. Παράλληλα, αναδεικνύει τα προβλήματα των διαφόρων κατηγοριών επιχειρήσεων που εκπροσωπεί, και φροντίζει για την ορθολογικότερη αντιμετώπισή τους.

Στόχος βασικός του Επιμελητηρίου είναι η στήριξη της επιχειρηματικότητας.

Το ΒΕΑ για τη λειτουργία του χρησιμοποιεί:

- τα κανάλια άμεσης επικοινωνίας και ενημέρωσης που έχει αναπτύξει με τις πρωτοβάθμιες, δευτεροβάθμιες και τριτοβάθμιες συλλογικές οργανώσεις
- τα ευρωπαϊκά δίκτυα στα οποία μετέχει:





- BIC's,
- Ευρωπαϊκά Κέντρα Πληροφοριών,
- ΚΕΤΑ, κλπ
- τις επίσημες εκπροσωπήσεις σε θεσμικά όργανα, οργανώσεις, εθνικές και διεθνείς, π.χ ΤΕΒΕ, ΙΚΑ, ΟΑΕΔ, ΚΕΕΕ, Εθνικό Συμβούλιο ΜΜΕ, Διεθνές Επιμελητήριο, Εθνικό Δίκτυο Γυναικών Επιμελητηρίων κτλ.,

Αναλυτικότερα το ΒΕΑ:

- παρακολουθεί τις πολιτικές για τις ΜΜΕ και μετέχει σε διαβουλεύσεις, συμβουλεύει την πολιτεία και γνωμοδοτεί για τις νομοπαρασκευαστικές δράσεις,
- διαμορφώνει τις θέσεις και τις απόψεις του βιοτεχνικού κόσμου σε διάφορα θέματα (ασφαλιστικό, φορολογικό, χρηματοδότηση, χωροταξικό κτλ.) μέσα από τεκμηριωμένες μελέτες και έρευνες,
- παρίσταται στα επιχειρηματικά δρώμενα ως εκπρόσωπος των επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύει,





- πληροφορείται και πληροφορεί τα μέλη του με το Δελτίο του "Βιοτεχνικά Θέματα" και την ιστοσελίδα του www.acsmi.gr
- Στηρίζει την εξωστρέφεια των επιχειρήσεων - μελών του:
 - ο με συμβουλευτικές υπηρεσίες,
 - ο με δίκτυα αναζήτησης συνεργατών με Επιμελητήρια του εξωτερικού που έχει αναπτύξει με το Ευρωπαϊκό Κέντρο Πληροφοριών (Ευρωπαϊκή Αντένα για την ενημέρωση και προώθηση συνεργασιών),
 - ο με οργάνωση προγραμμάτων συμμετοχής σε εκθέσει,
 - ο με οργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων για αγορές εξωτερικού,
 - ο με οργάνωση προγραμμάτων επιχειρηματικών συναντήσεων Ελλήνων και ξένων επιχειρηματιών
- παροτρύνει τις επιχειρήσεις - μέλη του να εισέλθουν στους χώρους της σύγχρονης νέας τεχνολογίας (παρέχοντας υπηρεσίες Internet). Με μία δομή

100





υπηρεσιών, που καλύπτουν όλες τις ανάγκες των μελών,
το ΒΕΑ βρίσκεται δυναμικά παρόν:

- ως συνομιλητής των οργανωμένων ομάδων επιχειρήσεων, αλλά και ως συνομιλητής για κάθε επιχείρηση μέλους και ως σύμβουλος της πολιτείας.

 <p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	 <p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p> <p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p> <p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>	 <p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
--	--	---



Δ. Ο.Α.Ε.Δ

(Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού)

Με το Ν.Δ. 2961/54 συστάθηκε ο Οργανισμός Απασχολήσεως και Ασφαλίσεως Ανεργίας (ΟΑΑΑ), ο οποίος μετονομάστηκε σε Οργανισμό Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) με το Ν.Δ. 212/69. Με το ίδιο Ν.Δ. ρυθμίστηκαν επίσης θέματα οργάνωσης και διοίκησης του ΟΑΕΔ. Ακολούθησαν, το Β.Δ. 405/71 με το οποίο καθορίστηκε η οργάνωση, συγκρότηση και λειτουργία των Υπηρεσιών του, το Π.Δ. 416/90 με το οποίο συστάθηκαν οι δύο Γενικές Διευθύνσεις του και το Π.Δ. 396/98 με το οποίο συστάθηκε η τρίτη Γενική Διεύθυνσή του.

Ο Οργανισμός είναι το κύριο όργανο εφαρμογής της Κυβερνητικής Πολιτικής για την απασχόληση, ώστε να εξασφαλιστούν οι αναγκαίες προϋποθέσεις ταχείας προσαρμογής της προσφοράς εργασίας προς τις απαιτήσεις της ζήτησης, σε αρμονία με το εκάστοτε Πρόγραμμα Οικονομικής Ανάπτυξης της Χώρας και τις συναφείς κατευθύνσεις και οδηγίες του Υπουργού Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης.

Ειδικότερα, ο Οργανισμός μεριμνά για

- τον Επαγγελματικό Προσανατολισμό του εργατικού δυναμικού.





- την Τεχνική Επαγγελματική Εκπαίδευση και Κατάρτιση του εργατικού δυναμικού.
- την διευκόλυνση της επαφής μεταξύ προσφοράς και ζήτησης εργασίας.
- διάφορες παροχές, όπως τη με προϋποθέσεις επιδότηση ανέργων, τη συμπλήρωση των επιδομάτων κύησης και μητρότητας που παρέχει το ΙΚΑ κλπ.

Για την εκπλήρωση της αποστολής του, ο Οργανισμός υλοποιεί ένα μεγάλο αριθμό δραστηριοτήτων, όπως

- σύζευξη Προσφοράς και Ζήτησης Εργασίας
- Προγράμματα Απασχόλησης (Επιχορήγηση επιχειρήσεων για δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας,
- Επιχορήγηση Νέων Ελευθέρων Επαγγελματιών, EURES κλπ)
- Επιδόματα Ασφάλισης (Ανεργίας, Οικογενειακό, Οικοδομικό κλπ)
- Προγράμματα Απασχόλησης Ειδικών Κοινωνικών Ομάδων
- Προγράμματα Εκπαίδευσης Προσωπικού Ιδιωτικών Επιχειρήσεων
- Επαγγελματικό Προσανατολισμό.

Ο Ο.Α.Ε.Δ που διαθέτει υποκαταστήματα σε όλη την Ελλάδα και μάλιστα περισσότερα του ενός στις μεγάλες πόλεις, προσφέρει ενδιαφέροντα προγράμματα για επίδοξους νέους επιχειρηματίες.





Ο Ο.Α.Ε.Δ διαθέτει και μηχανογραφικό σύστημα συσχέτισης της προσφοράς και της ζήτησης προσωπικού.

Ο κάθε ενδιαφερόμενος μπορεί να ζητήσει πληροφοριακό υλικό για τα προαναφερόμενα προγράμματα από τα Γραφεία του Ο.Α.Ε.Δ της περιοχής του.

Ο Ο.Α.Ε.Δ αποτελεί αναμφίβολα ένα πολύ χρήσιμο συνεργάτη για κάθε μικρομεσαίο επιχειρηματία.





ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΟΡΩΝ²

- **Αγαθά:** Μέσα με τα οποία ικανοποιούνται οι ανθρώπινες ανάγκες.
- **Αγορά:** Ο τόπος και το μέσο με το οποίο πραγματοποιούνται αγοραπωλησίες.
- **Αγοραστική Δύναμη:** Η αξία του χρήματος υπολογιζόμενη με βάση όσα μπορεί κάποιος να αγοράσει με μια χρηματική μονάδα.
- **Αίτηση Εργασίας:** Ένα έντυπο που συμπληρώνεται από κάποιον ο οποίος αναζητεί εργασία.
- **Αμοιβαίο Κεφάλαιο:** Μία επένδυση η οποία κατανέμει τον επενδυτικό κίνδυνο με τη διασπορά σε πολλά είδη επενδύσεων και η διαχείρισή της γίνεται από ειδικούς για λογαριασμό των επενδυτών.
- **Ανθρώπινο Δυναμικό:** Τα άτομα που χρησιμοποιεί μία επιχείρηση για να παράγει τα αγαθά της ή να προσφέρει τις υπηρεσίες της.
- **Αποταμίευση:** Το μέρος του εισοδήματος που δεν χρησιμοποιείται για κατανάλωση.

² Τα στοιχεία αυτά έχουν παρθεί από το *Η οικονομία & εγώ. Επιχειρηματικότητα Νέων. Οδηγός για Συμβούλους και Καθηγητές*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Σωματείο Επιχειρηματικότητα Νέων, 2007.





- **Βιβλιάριο Λογαριασμού Ταμειυτηρίου:** Λογαριασμός Ταμειυτηρίου το υπόλοιπο του οποίου είναι εύκολο να αναληφθεί.
- **Βιογραφικό Σημείωμα:** Μία γραπτή περίληψη των προσόντων ενός ατόμου.
- **Εγγύηση:** Η έγγραφη δήλωση του πωλητή σχετικά με την ποιότητα ενός προϊόντος, η οποία τον καθιστά υπεύθυνο στην περίπτωση που το προϊόν είναι ελαττωματικό.
- **Ενοίκιο:** Πληρωμή για τη χρήση ακινήτων ή κινητών αγαθών.
- **Επένδυση:** Η δαπάνη για την απόκτηση καινούργιου κεφαλαίου, όπως τα εργοστάσια και ο μηχανολογικός εξοπλισμός.
- **Επίπεδο Ζωής:** Ποιότητα ζωής με κριτήριο το είδος και την ποσότητα των υλικών αγαθών που κατέχει κάποιος.
- **Επιχειρηματίας:** Άτομο το οποίο συστήνει μία επιχείρηση με την προσδοκία κέρδους.
- **Επιχειρηματικός Κίνδυνος:** Η πιθανότητα εμφάνισης ζημιάς από μία επιχειρηματική δραστηριότητα.
- **Εργασία:** Καταβολή ανθρώπινης προσπάθειας, σωματικής ή πνευματικής, για την παραγωγή κάποιου προϊόντος.
- **Έσοδα:** Οι εισπράξεις μιας επιχείρησης.

106





- **Ημερομηνία Λήξης:** Η ημερομηνία αποπληρωμής του ποσού που δανείστηκε ο δανειολήπτης.
- **Καταναλωτής:** Ο χρήστης των αγαθών ή των υπηρεσιών.
- **Κέρδος:** Η διαδικασία που προκύπτει μεταξύ των συνολικών εσόδων της επιχείρησης και του συνολικού κόστους.
- **Κόστος:** Δαπάνες ή έξοδα.
- **Μέρισμα:** Το τμήμα των εταιρικών κερδών που διανέμεται στους μετόχους της Ανώνυμης Εταιρείας.
- **Μετοχή:** Τίτλος που αντιπροσωπεύει μέρος της ιδιοκτησίας σε μία Ανώνυμη Εταιρεία, στην οποία ο μέτοχος εισέφερε σε χρήμα.
- **Μισθοί:** Αμοιβή για την παροχή της εργασίας για ορισμένο χρονικό διάστημα.
- **Οικονομική Επιστήμη:** Η μελέτη του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι κατανέμουν τους πόρους για την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών τους.
- **Ομόλογο:** Πιστοποιητικό που αντιπροσωπεύει ένα μακροπρόθεσμο κρατικό ή εταιρικό δανεισμό.
- **Πιστοληπτική Ικανότητα:** Είναι η δυνατότητα ενός ατόμου, βάσει του εισοδήματός του, να λάβει και να αποπληρώσει ένα δάνειο.
- **Πίστωση:** Η ικανότητα αγοράς αγαθών ή υπηρεσιών με αντάλλαγμα την

107



υπόσχεση μελλοντικής πληρωμής.

- **Πλούτος:** Η συνολική αξία των κινητών και ακινήτων που κατέχει κάποιος.
- **Προνομιούχος Μετοχή:** Πιστοποιητικό που αντιπροσωπεύει ιδιοκτησία σε μία Ανώνυμη Εταιρεία. Αν μία Ανώνυμη Εταιρεία σταματήσει να λειτουργεί, ο κάτοχος των προνομιούχων μετοχών θα πάρει το μερίδιο του, πριν από τον ιδιοκτήτη των κοινών μετοχών.
- **Προϋπολογισμός:** Σχεδιασμός των εσόδων, των δαπανών και της αποταμίευσης κατά τη διάρκεια μιας οικονομικής περιόδου. Ένας προϋπολογισμός είναι ισοσκελισμένος, όταν οι δαπάνες και οι αποταμιεύσεις είναι ίσες με το εισόδημα.
- **Σταδιοδρομία:** Η συνολική πορεία του εργαζόμενου στον τομέα δραστηριότητάς του.
- **Στεγαστική Πίστη:** Μακροπρόθεσμος δανεισμός που χρησιμοποιείται για τη χρηματοδότηση στέγης.
- **Συνέντευξη:** Μία κατ' ιδίαν συνάντηση για τη λήψη ή την προσφορά πληροφοριών, που αφορούν έναν υποψήφιο εργαζόμενο για μια συγκεκριμένη θέση εργασίας.
- **Συστατική Επιστολή:** Μία επιστολή που μπορεί να πληροφορήσει κάποιον εργοδότη σχετικά με έναν υποψήφιο για εργασία.
- **Τόκος:** Αμοιβή του δανειοδότη για τη χρήση των χρημάτων του από



κάποιον άλλο, για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα.

- **Υπηρεσίες:** Άυλα οικονομικά αγαθά που έχουν αξία, π.χ. υπηρεσίες δικηγόρων, γιατρών, ηθοποιών, καθηγητών, κ.λπ.
- **Φόρος:** Υποχρεωτική εισφορά στο κράτος από τους πολίτες και τα Νομικά Πρόσωπα μίας χώρας.
- **Χρήμα:** Οτιδήποτε είναι κοινά αποδεκτό για την απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών. Ένα μέσο συναλλαγής.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Λαμπρόπουλος, Παναγιώτης. *Οδηγός για Συμβούλους Επιχειρηματικότητας. Επιχειρηματικό σχέδιο για την Ίδρυση και Ανάπτυξη Επιχείρησης & Οργάνωση και Ανάπτυξη Γυναικείων Συναιτερισμών*. Αθήνα: Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας, 2008.
- *Η οικονομία & εγώ. Επιχειρηματικότητα Νέων. Οδηγός για Συμβούλους και Καθηγητές*. Αθήνα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων. Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Σωματείο Επιχειρηματικότητα Νέων, 2007.
- *Οδηγός Ίδρυσης Οργάνωσης και Λειτουργίας Μικρών Επιχειρήσεων*. Επιστημονική Υπεύθυνη: Νάνσυ Παπαλεξανδρή. Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2007
- http://espa.com.gr/new_investment_la-2/
- <http://www.ependyseis.gr/sub/nomos3908/n3908.htm>
- http://espa.com.gr/new_investment_la-2/
- http://www.mindev.gov.gr/?page_id=3739
- <http://www.espa-central.gr/el/static/new-start-neos-anaptiksiakos-nomos.aspx>
- <http://www.acci.gr/acci/Home/tabid/28/language/el-GR/Default.aspx>
- <http://www.acsmi.gr/%CE%92%CE%95A/%CE%99%CE%B4%CF%81%CF%85%CF%83%CE%B7%CE%99%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C/tabid/296/Default.aspx>
- <http://www.oaed.gr/>



	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		