

Interreg



Greece-Bulgaria

INNOBUS

European Regional Development Fund

Deliverable 3.1Γ
Δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού και συμβουλευτικών εργαλείων



Responsible Beneficiary:

PROFESSIONALS' ASSOCIATION OF THESSALONIKI HISTORICAL CENTER

In the framework of the project
"Strengthening the Competitiveness and Extraversion of cross-border
BUSiness by implementing INNOvative and Specialized
Actions"
with the acronym "INNOBUS"

INTERREG V-A COOPERATION PROGRAMME
GREECE – BULGARIA 2014 – 2020

<https://innobus-interreg.eu/>

The contents of this study are sole responsibility of the Professionals ' Association of Thessaloniki Historical Center and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries the Managing Authority and the Joint Secretariat



Interreg



Greece-Bulgaria

INNOBUS

European Regional Development Fund

Project Title:	
Strengthening the Competitiveness and Extraversion of cross-border BUSiness by implementing INNovative and Specialized Actions	
Project Acronym	INNOBUS
Work Package	WP 3
Deliverable Nr	D 3.1
Deliverable Title	Creation of educational material and consulting tools - Δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού και συμβουλευτικών εργαλείων
Description	This Deliverable concerns the creation of the educational material which will be used as an advisory tool in seminars and workshops
Reference Documents	Subsidy Contract <B6.3a.14> Application Form Justification of Budget Information & Publicity Guidebook Project Implementation Manual
Date of Deliverable	28.11.2023
Contractor	VALDI SOLUTIONS M.I.K.E



Interreg



EUROPEAN UNION

Greece-Bulgaria

INNOBUS

European Regional Development Fund

Περιεχόμενα

Περίληψη	4
Abstract	4
1. Το πλαίσιο του έργου INNOBUS	5
2. Υπόβαθρο του έργου	15
3. Συνοπτική παρουσίαση του Εκπαιδευτικού Υλικού	17



Περίληψη

Το παρόν Παραδοτέο αφορά τη δημιουργία του εκπαιδευτικού υλικού το οποίο θα χρησιμοποιηθεί ως συμβουλευτικό εργαλείο σε σεμινάρια και εργαστήρια. Το περιεχόμενο των σεμιναρίων οριστικοποιήθηκε σε συνεργασία με την Αναθέτουσα Αρχή, λαμβάνοντας υπόψη:

- Τα κύρια χαρακτηριστικά της ομάδας-στόχου των δικαιούχων
- Τους γενικούς επιδιωκόμενους στόχους του προγράμματος
- Τις ανάγκες των δικαιούχων
- Τα αποτελέσματα των μελετών που θα εκπονηθούν στο πλαίσιο του έργου

Τα θέματα που πραγματεύεται το εκπαιδευτικό υλικό είναι:

- Η πλατφόρμα innobus.gr – εξοικείωση και πλεονεκτήματα χρήσης
- Ο τουρισμός κρουαζιέρας – χαρακτηριστικά και ευκαιρίες
- Χρηματοδοτικά εργαλεία για την ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Abstract

This Deliverable concerns the creation of the educational material which will be used as an advisory tool in seminars and workshops. The content of the seminars was finalized in collaboration with the Contracting Authority, taking into account:

- The main characteristics of the target group of beneficiaries
- The general intended objectives of the program
- The needs of the beneficiaries
- The results of the studies that will be prepared in the context of the project

The topics covered in the educational material are:

- The innobus.gr platform – familiarity and advantages of use
- Cruise tourism – features and opportunities
- Financial tools for the development of small and medium enterprises

Interreg



Greece-Bulgaria

INNOBUS

European Regional Development Fund

1. Το πλαίσιο του έργου INNOBUS

Το Διασυνοριακό Πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας «Ελλάδα - Βουλγαρία 2014 -2020» εστιάζει στη συνεργασία των συμμετέχουσων χωρών με σκοπό την επίλυση κοινών προβλημάτων. Πιο αναλυτικά, η Ελλάδα και η Βουλγαρία, δύο γειτονικές χώρες με πλούσιο παρελθόν, από το τέλος της δεκαετίας του 1990 έχουν μπει σε μια εποχή στενότερης συνεργασίας, χάρη στο Διασυνοριακό Πρόγραμμα INTERREG “Ελλάδα-Βουλγαρία”.

Η βασική ιδέα πίσω από το “INTERREG” είναι ότι οι χώρες αντιμετωπίζουν διάφορα θέματα τα οποία μπορούν να επιλυθούν καλύτερα αν εργαστούν μαζί με τους γείτονες τους παρά αν παραμείνει ο καθένας περιορισμένος στα σύνορα του. Γι’ αυτόν τον λόγο, το Πρόγραμμά προωθεί δραστηριότητες που φέρνουν τους λαούς μας πιο κοντά.

Η επιλέξιμη περιοχή διασυνοριακής συνεργασίας Ελλάδας - Βουλγαρίας για την προγραμματική περίοδο 2014-2020 είναι πανομοιότυπη με το ισχύον πρόγραμμα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας. Εκτείνεται σε 40.202 km² και έχει συνολικό πληθυσμό 2.7 εκατομμυρίων κατοίκων. Καλύπτει τέσσερις εδαφικές μονάδες σε επίπεδο NUTS II (Περιφέρειες) και 11 εδαφικές μονάδες σε επίπεδο NUTS III (Περιφέρειες). Η επιλέξιμη περιοχή εκτείνεται κατά μήκος των ελληνοβουλγαρικών συνόρων και γειτνιάζει με την Τουρκία (ανατολικά) και την ΠΓΔΜ (δυτικά), δύο χώρες που επιθυμούν να έχουν πρόσβαση στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι μέρος της πλέον νοτιοανατολικής μη νησιωτικής περιοχής της ΕΕ και βρίσκεται ανάμεσα σε τρεις θάλασσες: τη Μαύρη Θάλασσα, τη Μεσόγειο Θάλασσα και την Ιόνιο-Αδριατική Θάλασσα. Τέλος, βρίσκεται στο σταυροδρόμι των στρατηγικών αγωγών ορυκτών καυσίμων που τροφοδοτούν την αγορά της ΕΕ και τους άξονες διευρωπαϊκών δικτύων μεταφορών (ΔΕΔ).

Η επιλέξιμη περιοχή του Διασυνοριακού Προγράμματος INTERREG “Ελλάδα-Βουλγαρία 2014 - 2020” καλύπτει τις ακόλουθες περιοχές:

BG413 - Μπλαγκόεβγκραντ (Blagoevgrad)

BG422 - Χάσκοβο (Haskovo)

BG424 - Σμόλιαν (Smolyan)

BG425 - Κάρντζαλι (Kardzhali)

EL111 - Έβρος

EL112 - Ξάνθη

EL113 - Ροδόπη



Interreg



Greece-Bulgaria

INNOBUS

European Regional Development Fund

EL114 - Δράμα

EL115 - Καβάλα

EL122 - Θεσσαλονίκη

EL126 - Σέρρες



Εικόνα 1: Η επιλέξιμη περιοχή του Διασυνοριακού Προγράμματος INTERREG “Ελλάδα-Βουλγαρία 2014 - 2020”

Η συνοικιστική δομή της περιοχής χαρακτηρίζεται από την παρουσία 10 μεσαίων και μεγάλων πόλεων (>50.000 κατοίκους) που συγκεντρώνουν 38,2% του συνολικού πληθυσμού και 25 μικρές πόλεις (10.000-50.000 κάτοικοι). Παρά τα σχετικά μικρά κονδύλια που διατίθενται, υπάρχει μακρά ιστορία

Interreg

Greece-Bulgaria

INNOBUS



European Regional Development Fund

συνεργασίας στην επιλέξιμη περιοχή, η οποία άρχισε με την κοινοτική πρωτοβουλία INTERREG I (1989-1993).

Διαγνωστική Ανάλυση της περιοχής του Προγράμματος

Γενικό επίπεδο ανάπτυξης

Η επιλέξιμη περιοχή του προγράμματος «Ελλάδα - Βουλγαρία» είναι μία από τις φτωχότερες στην Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς το κατά κεφαλήν ΑΕΠ είναι κάτω από το 50% του μέσου όρου της Ευρώπης των 28 (ΕΕ28). Αυτό δεν έχει αλλάξει σημαντικά τα τελευταία 10 χρόνια, παρόλο που παρατηρήθηκαν βραχυπρόθεσμες βελτιώσεις κατά την περίοδο 2002-2004 και στη συνέχεια και πάλι το 2006-2009. Η διασυνοριακή περιοχή χαρακτηρίζεται επίσης από μεγάλες εσωτερικές ανισότητες, ιδιαίτερα όσον αφορά τη διχοτόμηση μεταξύ βουλγαρικών και ελληνικών εδαφών. Οι βουλγαρικές συνοικίες παρουσιάζουν πολύ χαμηλότερο επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης (κάτω από το ¼) από τους αντίστοιχους Έλληνες, κυρίως λόγω του γεγονότος ότι η Βουλγαρία είναι από καιρό οικονομία μετάβασης.

Η περίοδος 2006-2009 χαρακτηρίστηκε από οικονομική ανάπτυξη και από τις δύο πλευρές των συνόρων, όπως και η γενική τάση σε ολόκληρη την Ευρώπη. Μετά το 2009, οι επιπτώσεις της παγκόσμιας ύφεσης οδήγησαν σε επιβράδυνση των ρυθμών ανάπτυξης στο βουλγαρικό τμήμα (0,25% ετησίως) και σε αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης στο ελληνικό τμήμα (-9% ετησίως).

Οικονομία

Παρά το γεγονός ότι η διασυνοριακή περιοχή μετασχηματίζεται σταδιακά από μια γεωργική/βιομηχανική οικονομία σε μια οικονομία βιομηχανίας/ υπηρεσιών, αυτή η μετατροπή ήταν μάλλον αργή. Σε σύγκριση με την Ευρώπη των 28 (ΕΕ28), η οικονομία παραμένει σημαντικά πιο γεωργική, λιγότερο βιομηχανική και εξαρτώμενη περισσότερο από τις υπηρεσίες. Ωστόσο, δεν είναι καθόλου ομοιογενής. Η ελληνική διασυνοριακή περιοχή είναι σημαντικά λιγότερο γεωργική και βιομηχανική από το αντίστοιχο τμήμα της Βουλγαρίας, και περισσότερο προσανατολισμένη στις υπηρεσίες. Αυτή η ετερογένεια είναι ακόμη πιο έντονη σε επίπεδο επαρχιών. Μπορούμε να διακρίνουμε 2 τύπους περιοχών στο τμήμα της Βουλγαρίας και 3 τύπους περιοχών στο τμήμα της Ελλάδας:

Μπλαγκόεβγκραντ / Χάσκοβο: κυριαρχεί η βιομηχανία και το εμπόριο

Σμόλιαν / Καρντάλι: κυριαρχεί η βιομηχανία και η γεωργία

Ενρος / Δράμα / Θεσσαλονίκη: κυριαρχεί η δημόσια διοίκηση και η βιομηχανία

Ξάνθη / Ροδόπη: κυριαρχεί η δημόσια διοίκηση και η γεωργία,

Καβάλα / Σέρρες: κυριαρχεί η βιομηχανία και η δημόσια διοίκηση



Interreg

Greece-Bulgaria

INNOBUS



European Regional Development Fund

Περισσότερο από το ήμισυ της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας (ΑΠΑ) που παράγεται στη διασυνοριακή περιοχή (59%) παράγεται στην περιοχή της Θεσσαλονίκης. Όλες οι άλλες περιοχές παρουσιάζουν χαμηλά ποσοστά. Ιδιαίτερα χαμηλά ποσοστά παρατηρούνται στις βουλγαρικές περιοχές Χάσκοβο, Σμόλιαν και Καρδάλια (1-2%).

Ορισμένες από τις αξιοσημείωτες διαπεριφερειακές διαρθρωτικές εξελίξεις που πραγματοποιήθηκαν πρόσφατα περιλαμβάνουν:

Σταδιακή μετατροπή μεταξύ των δύο μερών όσον αφορά το μέρος της ΑΠΑ που αποδίδεται στον πρωτογενή τομέα. Παρόλα αυτά, παραμένει μεγάλη διαφορά μεταξύ των δύο πλευρών, με τη βουλγαρική περιοχή να είναι πιο έντονα γεωργική από την ελληνική διασυνοριακή περιοχή και ακόμη πιο έντονα γεωργική από τα αντίστοιχα εθνικά ποσοστά της Βουλγαρίας.

Σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ των δύο μερών του δευτερογενούς τομέα, που οφείλεται κυρίως στις σημαντικές απώλειες βιομηχανικής δραστηριότητας που σημειώθηκαν στο ελληνικό τμήμα μετά το 2006 (κυρίως λόγω μετεγκαταστάσεων βιομηχανιών έντασης εργασίας στις φθηνότερες γειτονικές χώρες).

Η συνολική παραγωγικότητα της εργασίας στη διασυνοριακή περιοχή είναι σημαντικά χαμηλότερη από την Ευρώπη των 28 (περίπου 1/5) και παρουσιάζει μεγάλες διαφορές μεταξύ της ελληνικής (32.800,00€/ εργαζόμενο) και της βουλγαρικής πλευράς (5.800,00€/ εργαζόμενο). Η παραγωγικότητα της διασυνοριακής περιοχής είναι επίσης χαμηλότερη από τους αντίστοιχους εθνικούς μέσους όρους και για τα δύο μέρη:

- για το τμήμα της Βουλγαρίας: κυμαίνεται από 60% έως 78% του εθνικού μέσου όρου, και
- για το ελληνικό μέρος: κυμαίνεται από 60% έως 84% του εθνικού μέσου

Ο τουρισμός και ιδιαίτερα ο οικολογικός τουρισμός, εδώ και πολλά χρόνια έχει αναδειχθεί ως "αναπτυξιακή βιομηχανία" της διασυνοριακής περιοχής, καθώς περιλαμβάνει ένα σημαντικό αριθμό παρθένων περιοχών υψηλής οικολογικής αξίας. Παρ' όλα αυτά, έχει έναν σχετικά μικρό αριθμό καταλυμάτων σε σύγκριση με τον πληθυσμό της (43 εγκαταστάσεις/ 100.000 κάτοικοι, όταν ο μέσος όρος της ΕΕ28 είναι 111), τα οποία κατανέμονται άνισα. Οι μεγαλύτερες συγκεντρώσεις καταλυμάτων και κλινών βρίσκονται στις επαρχίες Καβάλας, Θεσσαλονίκης και Σμόλιαν.

Καινοτομία

Τόσο η Ελλάδα όσο και η Βουλγαρία έχουν σκιαγραφήσει εθνικές ή περιφερειακές στρατηγικές καινοτομίας στο πλαίσιο της «έξυπνης εξειδίκευσης». Ωστόσο, η Βουλγαρία καθυστερεί πολύ περισσότερο από τις άλλες χώρες της ΕΕ και αναφέρεται ως «μέτρια καινοτόμος» στον πίνακα



Interreg

Greece-Bulgaria

INNOBUS



European Regional Development Fund

αποτελεσμάτων καινοτομίας της Ένωσης για το 2014, ενώ η Ελλάδα, αν και σε μια κάπως καλύτερη θέση, πέφτει κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ και παρατίθεται ως "μέτρια καινοτόμος".

Ωστόσο, η διασυνοριακή περιοχή διαθέτει σημαντικές ερευνητικές εγκαταστάσεις που επί του παρόντος δεν συνεργάζονται μεταξύ τους ή με την επιχειρηματική κοινότητα. Διαθέτει επίσης παρόμοια παραγωγικά συστήματα, παρουσιάζοντας έτσι σημαντικές ευκαιρίες για τη σύζευξη πρωτοβουλιών επιχειρηματικότητας με την καινοτομία. Η κρίσιμη μάζα ερευνητικών κέντρων και άλλων ακαδημαϊκών ιδρυμάτων βρίσκεται στη Θεσσαλονίκη με τους ακόλουθους τομείς αριστείας: βιοτεχνολογία, προηγμένα συστήματα παραγωγής για χημικές διεργασίες, ενεργειακές και περιβαλλοντικές τεχνολογίες, επεξεργασία πληροφοριών, εικονική πραγματικότητα, υπηρεσίες ασφαλείας, κ.λπ. Οι δράσεις έρευνας και καινοτομίας στη Μακεδονία και στη Θράκη συγκεντρώνονται στον δημόσιο τομέα και ιδιαίτερα στο Πανεπιστήμιο Θράκης (με το μοναδικό Τμήμα Γενετικής) και σε μικρότερο βαθμό στο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα (ΤΕΙ) της Καβάλας.

Στο βουλγαρικό τμήμα, η σημαντικότερη ερευνητική υποδομή βρίσκεται εκτός της διασυνοριακής περιοχής (κυρίως στη Σόφια και το Πλόβντιβ) και μόνο το Μπλαγκόεβγκραντ φαίνεται να έχει σημαντικές ερευνητικές δομές. Το Νοτιοδυτικό Πανεπιστήμιο "Neofit Rilski" - με εννέα σχολές προσφέρει προγράμματα διδακτορικών διατριβών σε πολλούς τομείς της φιλελεύθερης τέχνης (Εκπαίδευση και Παιδαγωγική, Λογοτεχνία και Γλωσσολογία, Ιστορία και Αρχαιολογία, Κοινωνικές Επιστήμες, ειδικότητες χορογραφίας και κινηματογράφου). Ιδιαίτερη σημασία για τη διασυνοριακή περιοχή είναι τα προγράμματα στα Οικονομικά (με εξειδίκευση στον Τουρισμό), Γεωγραφία και Περιβαλλοντικές Επιστήμες και τεχνολογίες πληροφορικής. Επίσης, στο Σμόλιαν υπάρχουν παραρτήματα του Πανεπιστημίου «Paisii Hilendarski» του Plovdiv με το Τεχνικό Κολέγιο του και το Ελεύθερο Πανεπιστήμιο της Βάρνας «Τσερνοτέσετς Χράμπαρ».

Κλιματική αλλαγή

Σύμφωνα με το πρόγραμμα ESPON-CLIMATE, η περιοχή του προγράμματος είναι σημαντικά πιο ευάλωτη στην αλλαγή του κλίματος, τόσο σε σύγκριση με την ΕΕ 28 όσο και με τα εθνικά επίπεδα της Ελλάδας και της Βουλγαρίας. Οι πιο ευάλωτες είναι η Θεσσαλονίκη, οι Σέρρες, το Κάρντζαλι και το Χάσκοβο.

Οι κλιματικές αλλαγές θα έχουν σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στη διασυνοριακή περιοχή. Εκτιμάται ότι θα επηρεάσει την πλειοψηφία των αστικών κέντρων, αυξάνοντας τον αριθμό των ημερών θερμικού κύματος σε πάνω από 50 κατά την περίοδο 2071-2100. Οι φυσικοί κίνδυνοι στην περιοχή περιλαμβάνουν περιοχές κινδύνου πλημμύρας (κυρίως κοντά στους ποταμούς Νέστος και Έβρος), περιοχές κινδύνου πυρκαγιάς (κυρίως στις οροσειρές) και περιοχές κινδύνου διάβρωσης (ειδικά στις ακτές). Οι πλημμύρες και οι πυρκαγιές μπορούν να διαδοθούν γρήγορα διασυνοριακά και για τον λόγο αυτό η αποτελεσματική διαχείριση τους είναι διασυνοριακής σημασίας. Τέλος, οι



Interreg



Greece-Bulgaria

INNOBUS

European Regional Development Fund

περιοχές με τον υψηλότερο κίνδυνο κατολισθήσεων βρίσκονται στη λεκάνη του Ανατολικού Έβρου και στην περιοχή ανάπτυξης άνθρακα στη νοτιοδυτική περιοχή. Η μεγαλύτερη μελετημένη κατολίπηση βρίσκεται στην περιοχή Σμόλιαν στην τοποθεσία "Λίμνες του Σμόλιαν".

Επιπλέον, η συνδυασμένη προσαρμοστική ικανότητα της διασυνοριακής περιοχής στην κλιματική αλλαγή είναι παρόμοια με τα εθνικά επίπεδα και τα χαμηλότερα στην Ευρώπη. Από την ελληνική πλευρά, η περιοχή της Θεσσαλονίκης και από τη βουλγαρική πλευρά η περιοχή του Blagoevgrad παρουσιάζουν μάλλον υψηλή προσαρμοστική ικανότητα σε σχέση με τις εθνικές τιμές, αλλά εξακολουθούν να είναι χαμηλότερες από τον μέσο όρο της ΕΕ28.

Περιβάλλον

Η διασυνοριακή περιοχή χαρακτηρίζεται από πολλούς και σημαντικούς φυσικούς πόρους, συμπεριλαμβανομένου ενός μεγάλου αριθμού προστατευόμενων φυσικών περιοχών (86 περιοχές Natura 2000, 5 υγράτοποι Ramsar κ.λπ.), πολλές από τις οποίες είναι παρθένες. Το τοπίο της διασυνοριακής περιοχής αποτελείται από πυκνά δασωμένα βουνά, στενά ποταμών, κοιλάδες, πεδιάδες, λίμνες, παράκτιους υγροτόπους, παράλιες και δέλτα ποταμών. Η περιοχή περιλαμβάνει τις οροσειρές Ρίλα, Πιρίν και Ροδόπη, με εξαιρετικά δάση, τα διασυνοριακά ποτάμια Στρυμόνα, Νέστο, Αρδά και Έβρο και περισσότερα από 400 χιλιόμετρα ακτογραμμής. Αυτοί οι σημαντικοί φυσικοί πόροι δεν έχουν αξιοποιηθεί επαρκώς για αναπτυξιακούς σκοπούς στο παρελθόν.

Όσον αφορά την κατάσταση του περιβάλλοντος, η βιομηχανία είναι από τους σημαντικότερους παράγοντες ρύπανσης και στα δύο μέρη των συνόρων και τα κύρια σημεία ρύπανσης συγκεντρώνονται στη νοτιοδυτική Βουλγαρία και κοντά στην αστική περιοχή της Καβάλας. Και οι δύο διασυνοριακοί ποταμοί - Νέστος και Έβρος - μολύνονται με αστικά και βιομηχανικά απόβλητα. Τα κύρια προβλήματα στη διαχείριση των αστικών λυμάτων οφείλονται στην έλλειψη υποδομής επεξεργασίας λυμάτων σε οικισμούς μεταξύ 2.000 - 10.000 κατοίκων. Το πρόβλημα είναι πιο έντονο στο βουλγαρικό τμήμα της διασυνοριακής περιοχής. Στη Βουλγαρία, μόνο το 46% του πληθυσμού καλύπτεται από συστήματα επεξεργασίας λυμάτων και το μεγαλύτερο μέρος της ικανότητας επεξεργασίας (71%) βρίσκεται στις λεκάνες απορροής του Δούναβη και του Εύξεινου Πόντου (που βρίσκονται εκτός της διασυνοριακής περιοχής). Στο ελληνικό τμήμα το 88% του πληθυσμού καλύπτεται από συστήματα επεξεργασίας λυμάτων.

Προσβασιμότητα

Από την ελληνική πλευρά η περιοχή διαθέτει σημαντικές υποδομές μεταφορών και εξυπηρετείται από τρεις λιμένες εθνικής / διεθνούς σημασίας (το λιμάνι της Θεσσαλονίκης, το λιμάνι της Καβάλας και το λιμάνι της Αλεξανδρούπολης) και τρία κύρια αεροδρόμια (το Διεθνές Αεροδρόμιο "Μακεδονία" στη Θεσσαλονίκη, το αεροδρόμιο "Μεγάλος Αλέξανδρος" στην Καβάλα και το αεροδρόμιο "Δημόκριτος" στην Αλεξανδρούπολη).



Interreg



Greece-Bulgaria

INNOBUS

European Regional Development Fund

Η σημαντικότερη υποδομή μεταφορών είναι το οδικό δίκτυο και η συνολική συνδεσιμότητα βελτιώθηκε σημαντικά στο παρελθόν:

- με την κατασκευή του αυτοκινητοδρόμου Εγνατία και πολλούς κατακόρυφους άξονες που συνδέουν την Ελλάδα με τη Βουλγαρία και
 - με την κατασκευή μεγάλων τμημάτων αυτοκινητοδρόμων Α3 και Α4 στη Βουλγαρία
- Ωστόσο, οι δρόμοι χαμηλότερου επιπέδου βρίσκονται σε διάφορα στάδια καταστροφής (ιδίως στο βουλγαρικό τμήμα), καθιστώντας τις διασυνδέσεις δύσκολες και μειώνοντας την κινητικότητα, ιδίως στις οροσειρές. Ταυτόχρονα, αρκετοί κάθετοι άξονες της Εγνατίας όπως συμφωνήθηκαν στη Διακρατική Συμφωνία μεταξύ Ελλάδας και Βουλγαρίας το 1998, λείπουν ή βρίσκονται υπό κατασκευή (όπως η σύνδεση ΙΙ-86 με το ελληνικό σύστημα μεταφορών) και οι αυτοκινητόδρομοι στο βουλγαρικό τμήμα είναι ελλιπείς.

Η περιοχή διαθέτει ανεπαρκή σιδηροδρομική και πολυτροπική υποδομή, παρά την ύπαρξη σημαντικών λιμένων και αερολιμένων. Τόσο η Ελλάδα όσο και η Βουλγαρία επένδυσαν πρόσφατα στο σιδηροδρομικό δίκτυο της διασυνοριακής περιοχής αλλά απαιτούνται σημαντικές επενδύσεις που δεν εμπίπτουν στις οικονομικές δυνατότητες του προγράμματος «Ελλάδα - Βουλγαρία». Αυτή η έντονη εξάρτηση από τις οδικές μεταφορές αυξάνει επίσης σημαντικά το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των μεταφορικών δραστηριοτήτων στην περιοχή, ιδίως στα σημεία διέλευσης των συνόρων (π.χ. μεγάλες γραμμές φορτηγών) και ειδικά κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου. Τέλος, η περιοχή δεν διαθέτει προσβάσιμες δημόσιες συγκοινωνίες για άτομα με αναπηρία και υπηρεσίες δημόσιων διασυνοριακών συγκοινωνιών.

Αγορά εργασίας, φτώχεια και κοινωνική ένταξη

Ενώ το 2007 τα ποσοστά ανεργίας για τις περιφέρειες της διασυνοριακής περιοχής ήταν κατά μέσο όρο κοντά ή κάτω από τις εθνικές τιμές και κάτω από το μέσο όρο της ΕΕ27, η ανεργία άρχισε να αυξάνεται ραγδαία - ειδικά στην Ελλάδα - αμέσως μετά την οικονομική κρίση το 2008, φθάνοντας σε επίπεδα ρεκόρ το 2013. Οι βουλγαρικές επαρχίες κατάφεραν να διατηρήσουν τα ποσοστά ανεργίας κοντά ή χαμηλότερα από τον μέσο όρο της ΕΕ27. Επί του παρόντος, οι μεγάλες ανισότητες μεταξύ των περιφερειών της διασυνοριακής περιοχής δεν έχουν διαλυθεί. Τα τελευταία στοιχεία παρουσιάζουν τα ακόλουθα υψηλά ποσοστά ανεργίας (2013): Ξάνθη 37,5%, Δράμα 36,8%, Θεσσαλονίκη 32,1%, Σέρρες 22,9%, Καβάλα 22,8%, Έβρος 22%, Σμόλιαν 20,3% και Ροδόπη 16,8%.

Επιπλέον, τα ποσοστά μακροχρόνιας ανεργίας αυξήθηκαν έντονα - ειδικά για τις ελληνικές περιφέρειες - μετά το 2009, γεγονός που υποδηλώνει κίνδυνο μεγάλης διαρθρωτικής ανεργίας που με τη σειρά της συνεπάγεται την ύπαρξη αναποτελεσματικών αγορών εργασίας και αναντιστοιχία μεταξύ της ζήτησης στην αγορά εργασίας και των διαθέσιμων δεξιοτήτων και τοποθεσιών των εργαζομένων που αναζητούν εργασία. Σύμφωνα με το σχέδιο ESPON DEMIFER, η διασυνοριακή



Interreg

Greece-Bulgaria

INNOBUS



European Regional Development Fund

περιοχή εμφανίζει σημαντικά υψηλότερες τιμές των μακροχρόνια ανέργων σε σύγκριση με την ΕΕ28. Τα ποσοστά ανεργίας των νέων εμφανίζουν παρόμοιες τάσεις και οφείλονται στην άσχημη οικονομική ανάπτυξη, στην άκαμπτη αγορά εργασίας και στην αναντιστοιχία μεταξύ δυνητικών δεξιοτήτων των εργαζομένων και των αναγκών των εργοδοτών στην Ελλάδα και τη Βουλγαρία.

Επιπλέον, η διασυνοριακή περιοχή παρουσιάζει σημαντικά υψηλότερα ποσοστά πληθυσμού που βρίσκεται σε κίνδυνο φτώχειας ή κοινωνικού αποκλεισμού (3-4 φορές υψηλότερα) από την ΕΕ28. Ο κύριος λόγος για τη μεγάλη απόκλιση είναι τα σχετικά υψηλότερα ποσοστά μακροχρόνιας ανεργίας και το υψηλότερο ποσοστό των ατόμων που ζουν σε περιοχές με χαμηλή ένταση εργασίας και χαμηλά επίπεδα εισοδήματος. Όσον αφορά το τελευταίο, το μερίδιο των ατόμων που ζουν σε περιοχές με χαμηλή ένταση εργασίας αυξάνεται από το 2010 και στα βουλγαρικά και στα ελληνικά εδάφη.

Ο μεγάλος αριθμός ατόμων που βιώνουν φτώχεια και κοινωνικό αποκλεισμό στη διασυνοριακή περιοχή οφείλεται επίσης στην παρουσία διαφόρων ευάλωτων ομάδων όπως οι μειονότητες, οι εσωτερικοί μετανάστες, οι αιτούντες άσυλο και οι αλλοδαποί που τυγχάνουν επικουρικής προστασίας. Ο υψηλότερος κίνδυνος φτώχειας και κοινωνικού αποκλεισμού μεταξύ αυτών των ομάδων συνδέεται κυρίως με τη μακροχρόνια ανεργία και την οικονομική αεργία.

Η αυξανόμενη επίπτωση της φτώχειας έχει πολλές κοινωνικές συνέπειες, μία από τις οποίες είναι οι επιδεινούμενες συνθήκες δημόσιας υγείας. Παρόλο που η διασυνοριακή περιοχή απολαμβάνει τη διαθεσιμότητα βασικών πόρων υγειονομικής περίθαλψης (π.χ. νοσοκομεία και γιατρούς) σε επίπεδα κοντά ή ακόμα καλύτερα σε αρκετές περιπτώσεις από τον μέσο όρο της ΕΕ28, το μέσο προσδόκιμο ζωής είναι χαμηλότερο από τα επίπεδα της ΕΕ28 και οι επιδημιολογικοί δείκτες παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά. Συνολικά, οι ελληνικές περιφέρειες παρουσίασαν στο παρελθόν υψηλότερο προσδόκιμο επιβίωσης από ό, τι οι βουλγαρικές περιοχές, αλλά από τη στιγμή που η φτώχεια αναγκάζει περισσότερους ανθρώπους να προσφεύγουν σε νοσοκομειακή περίθαλψη (πάνω από 20% αύξηση έχει τεκμηριωθεί στην Ελλάδα μετά το 2010), φαίνεται ότι στις ελληνικές περιφέρειες πιθανότατα θα επιδεινωθούν οι συνθήκες υγειονομικής περίθαλψης στο εγγύς μέλλον, μειώνοντας έτσι τα συνολικά επίπεδα δημόσιας υγείας στη διασυνοριακή περιοχή.

Διάρθρωση Προγράμματος

Το πρόγραμμα «Ελλάδα - Βουλγαρία 2014-2020» έχει σχεδιαστεί για να αντιμετωπίσει τις κύριες προκλήσεις που εντοπίζονται στη διασυνοριακή περιοχή όπου η συνεργασία είναι είτε αναγκαία είτε αναμένεται να παράγει σημαντική προστιθέμενη αξία είτε κεφαλαιοποιώντας προηγούμενα αποτελέσματα είτε με το να είναι συμπληρωματικό ως προς το πρόγραμμα "έξυπνης εξειδίκευσης" είτε αξιοποιώντας τις υφιστάμενες θεσμικές ικανότητες ή / και την εκφρασμένη ζήτηση. Συμβάλλει στη στρατηγική Ε2020 ως εξής:

Όσον αφορά τον στόχο "έξυπνης ανάπτυξης":



Interreg



Greece-Bulgaria

INNOBUS

European Regional Development Fund

- Ενισχύει τον επιχειρηματικό ιστό της διασυνοριακής περιοχής και ιδίως προωθεί τη βελτίωση της παραγωγικότητας, τον εξαγωγικό προσανατολισμό και την εισαγωγή νέων προϊόντων με ιδιαίτερη έμφαση στους τομείς που προσδιορίζονται από τις στρατηγικές "έξυπνης εξειδίκευσης"
- προωθεί την καινοτομία σε όλα τα επίπεδα,
- προωθεί την αποτελεσματικότητα των πόρων,
- αξιοποιεί τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που προσφέρουν τους πλούσιους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους για την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης (τουρισμός), και
- υποστηρίζει την ολοκλήρωση και την αποτελεσματική χρήση των συστημάτων μεταφοράς στη διασυνοριακή περιοχή

Όσον αφορά τον στόχο της "βιώσιμης ανάπτυξης":

- Αυξάνει την ικανότητα προσαρμογής της διασυνοριακής περιοχής στην αλλαγή του κλίματος,
- μειώνει τους φυσικούς και ανθρωπογενείς κινδύνους και ενισχύει την ικανότητα ανταπόκρισης των τοπικών φορέων,
- διατηρεί την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά,
- προστατεύει και αποκαθιστά την βιοποικιλότητα και την υγεία των οικοσυστημάτων, και
- μειώνει το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των μεταφορικών δραστηριοτήτων στη διασυνοριακή περιοχή

Όσον αφορά τον στόχο "ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς":

- ενισχύει τη συνδεσιμότητα και τη κινητικότητα της διασυνοριακής περιοχής
- προωθεί την «πρόσβαση για όλους» στην υγειονομική περίθαλψη,
- στηρίζει την απασχολησιμότητα, ιδίως για τις πιο ευάλωτες ομάδες, και
- ενισχύει την ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.



Οι ως άνω στόχοι διαρθρώνονται στους ακόλουθους άξονες προτεραιότητας, θεματικούς στόχους, επενδυτικές προτεραιότητες και ειδικούς στόχους:

ΑΞΟΝΑΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	ΘΕΜΑΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ	ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΙΔΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ
1 - Ανταγωνιστική και Καινοτόμος Διασυνοριακή Περιοχή	3 - Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ, του αγροτικού τομέα κτλ	3a - Προώθηση της επιχειρηματικότητας με τη διευκόλυνση της οικονομικής εκμετάλλευσης των νέων ιδεών και την ενίσχυση της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, ιδίως μέσω «εκκολληπτόμενων» επιχειρήσεων	1 - Βελτίωση των συστημάτων υποστήριξης των ΜΜΕ για την επιχειρηματικότητα
		3d - Υποστήριξη των ΜΜΕ για ανάπτυξη σε περιφερειακές, εθνικές και διεθνείς αγορές και συμμετοχή τους σε καινοτόμες διαδικασίες	2 - Βελτίωση της ικανότητας των ΜΜΕ να επεκταθούν πέρα από τις τοπικές αγορές
2 - Βιώσιμη Διασυνοριακή Περιοχή	5 - Προσαρμογή στις κλιματικές αλλαγές και διαχείριση κινδύνων	5b - Προώθηση Επενδύσεων για την αντιμετώπιση φυσικών καταστροφών	3 - Βελτίωση της διασυνοριακής συνεργασίας στα σχέδια διαχείρισης κινδύνου πλημμυρών σε επίπεδο ποταμού
		6c - Διατήρηση, προστασία και προώθηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς	4 - Αξιοποίηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς της διασυνοριακής περιοχής στο πλαίσιο του τουρισμού
	6 - Διατήρηση και προστασία του περιβάλλοντος και προώθηση της αποτελεσματικής χρήσης πόρων	6d - Προστασία και αποκατάσταση της βιοποικιλότητας και του εδάφους, και προώθηση των οικοσυστημάτων	5 - Ενίσχυση της αποτελεσματικότητας των δράσεων προστασίας της βιοποικιλότητας
		6f - Προώθηση καινοτόμων τεχνολογιών για τη βελτίωση της προστασίας του περιβάλλοντος και αποδοτικότητας των πόρων στον τομέα των αποβλήτων, στον τομέα του νερού και του εδάφους και για τη μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης	6 - Ενίσχυση της διαχείρισης υδάτων
3 - Διασύνδεση διασυνοριακής περιοχής	7 - Προώθηση των βιώσιμων μεταφορών και απομάκρυνση εμποδίων στις κύριες υποδομές σύνδεσης	7b - Ενίσχυση της περιφερειακής κινητικότητας συνδέοντας δευτερεύοντες και τριτεύοντες κόμβους του TEN-T	7 - Βελτίωση της προσβασιμότητας στη διασυνοριακή περιοχή
4 - Μια διασυνοριακή περιοχή χωρίς κοινωνικούς αποκλεισμούς	9 - Προώθηση της κοινωνικής συνοχής, καταπολέμηση της φτώχειας και των διακρίσεων	9a - Επένδυση στην υγεία και στις κοινωνικές υποδομές που συνεισφέρουν στην εθνική, περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη, μειώνουν τις ανισότητες σε θέματα υγείας, προωθούν την κοινωνική συνοχή μέσω βελτιωμένης πρόσβασης σε κοινωνικές υπηρεσίες	8 - Βελτίωση της πρόσβασης στην πρωτοβάθμια υγεία και στα επείγοντα (σε απομονωμένες και υποβαθμισμένες κοινότητες) στη διασυνοριακή περιοχή
		9c - Παροχή υποστήριξης για τις κοινωνικές επιχειρήσεις	9 - Ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στη διασυνοριακή περιοχή

Interreg

Greece-Bulgaria

INNOBUS



European Regional Development Fund

2. Υπόβαθρο του έργου

Ο Σύλλογος Επαγγελματιών Ιστορικού Κέντρου είναι ο Εταίρος 2 (PB2) στο έργο με τίτλο: «Strengthening the Competitiveness and Extraversion of cross-border BUSiness by implementing INNovative and Specialized Actions» και με ακρωνύμιο «INNOBUS». Το έργο συγχρηματοδοτείται κατά 85% από κοινοτικούς πόρους και 15% εθνικούς, στο πλαίσιο του Προγράμματος Ευρωπαϊκής Διασυνοριακής Συνεργασίας Ελλάδα - Βουλγαρία 2014 – 2020 (INTERREG V-A).

Στο εταιρικό σχήμα του εν λόγω έργου συμμετέχουν, επίσης, το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης-Ε.Ε.Θ (Επικεφαλής Εταίρος), ο Σύλλογος Επιχειρηματιών της περιοχής Gotse Delchev της Βουλγαρίας (Εταίρος 3) και ο Σύλλογος «IN FOCUS» (Εταίρος 4), επίσης από την Βουλγαρία.

Στόχοι του έργου είναι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των φορέων, η μετάβαση στην ποιοτική επιχειρηματικότητα με αιχμή την καινοτομία, η ολοκληρωμένη ψηφιακή μετάβαση και η δημιουργία προστιθέμενης αξίας με τη συμμετοχή του επιχειρηματικού κόσμου.

Το έργο βασίζεται σε τρεις πυλώνες:

1. Εξωστρέφεια και Καινοτομία

- Κοινές αποστολές, ανοίγοντας νέες αγορές και νέες διαδρομές, εκδηλώσεις B2B, Ανάπτυξη πλαισίου δικτύωσης και συνεργασίας των ΜΜΕ στη διασυνοριακή περιοχή.
- Το έργο θα αντιμετωπίσει το ζήτημα των νέων χρηματοδοτικών μέσων και της πρόσβασης σε διαθέσιμα κεφάλαια. Έτσι, εκτός από την ανάπτυξη ad-hoc, εξατομικευμένης βοήθειας, θα μπορούσε να προσφέρει λύσεις για την προσέλκυση νέων μεθόδων και εργαλείων για χρηματοδότηση, όπως η χρηματοδότηση από το πλήθος.

2. Ενίσχυση του Επιχειρηματικού Γίνεσθαι

- **Ανάπτυξη και προώθηση της ιστορικής ταυτότητας με επίκεντρο την επιχειρηματικότητα:** Στο πλαίσιο του έργου θα δοθεί έμφαση στη δημιουργία Ανοικτών Κέντρων Εμπορίου που θα αφορούν στην **οργανωμένη και συστηματική ανάδειξη και προβολή των παραδοσιακών εμπορικών κέντρων των πόλεων** με συντονισμένες ενέργειες επικοινωνίας και ενημέρωσης, πολιτιστικής και κοινωνικής ευαισθητοποίησης με βασικό γνώμονα την εξυπηρέτηση του αγοραστικού κοινού. Οι μεγάλες πόλεις αποτελούν σημαντικούς εμπορικούς κόμβους και μπορούν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας κοινής ταυτότητας. Τα ιστορικά κέντρα των πόλεων μπορούν να μετατραπούν σε νέους επιχειρηματικούς κόμβους, μπορούν να φιλοξενήσουν καινοτόμες νεοσύστατες επιχειρήσεις και νέες επιχειρήσεις.
- **Ανάπτυξη και προώθηση του τουρισμού κρουαζιέρας:** Στο πλαίσιο του έργου δίνεται έμφαση στη δημιουργία ενός πλαισίου πληροφόρησης και διασύνδεσης των τουριστών με την αγορά και τον επιχειρηματικό ιστό. Στόχος της προσέγγισης θα είναι η άμεση ενημέρωση και «καθοδήγηση» των τουριστών σε σημεία ενδιαφέροντος καλύπτοντας τις ανάγκες εστίασης τους, ψυχαγωγίας και



Interreg

Greece-Bulgaria

INNOBUS



European Regional Development Fund

κατανάλωσης επικεντρώνοντας στην ανάπτυξη ενός δικτύου επιχειρήσεων με συνδυασμό προσφερόμενων υπηρεσιών και κόστους.

3. Κόμβοι Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας

- **Εργαστήριο για την αποκάλυψη τάσεων και την αξιολόγηση των μελλοντικών αναγκών:** Μέσω του έργου, προβλέπεται να οργανωθεί και θα φιλοξενηθεί σε διαμορφωμένο χώρο, ένα εργαστήριο για την περιγραφή των τρεχουσών τάσεων και την αξιολόγηση μελλοντικών αναγκών. Σε αυτό το εργαστήριο δύνανται να συμμετάσχουν εμπειρογνώμονες, οι ΜΜΕ και τα άτομα που θα επωφεληθούν, ώστε να εκφράσουν τις απόψεις τους. Επίσης, προσφέρεται η ευκαιρία για επίδειξη και παρουσίαση καινοτόμων λύσεων και δράσεων κατά τη φάση υλοποίησης του έργου. Κατά την διάρκεια του εργαστηρίου οι συμμετέχοντες με δομημένο τρόπο καλούνται να λύσουν ένα πρόβλημα με σύγχρονες μεθοδολογίες ανάπτυξης, όπως είναι η lean, design thinking, agile κοκ. Στόχος είναι να οργανωθούν σε ομάδες πέρα από τη στενή οργάνωση στο πλαίσιο ενός οργανισμού, να έρθουν σε επαφή με νέες τεχνολογίες και ιδέες και να μάθουν να δουλεύουν με νέες συνεργατικές lean μεθοδολογίες.

Αυτό είναι το πρώτο βήμα, ώστε τα στελέχη ενός οργανισμού να έρθουν σε επαφή και να κατανοήσουν σύγχρονες μεθοδολογίες ανάπτυξης επιχειρηματικών μοντέλων και προϊόντων, οι οποίες προάγουν την καινοτομία.

Οι κύριες δράσεις στο πλαίσιο του έργου INNOBUS είναι:

- Δημιουργία Πλατφόρμας στήριξης των ΜΜΕ
- Δημιουργία Πλατφόρμας Τουρισμού, μέσω της οποίας οι Τουρίστες θα ενημερώνονται για τα τουριστικά σημεία της περιοχής και θα έχουν την ευκαιρία να προμηθευτούν μία Κάρτα και να επωφεληθούν από εκπτώσεις με συνεργαζόμενα μουσεία, εστιατόρια, ξενοδοχεία, κτλ
- Δημιουργία Ψηφιακής κάρτας τουρισμού
- Δημιουργία δομών στήριξης της Δημιουργικής Επιχειρηματικότητας
- Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών
- Δημιουργία υλικού διάχυσης και σχεδίου επικοινωνίας
- Δημιουργία Ιστοσελίδας του Έργου
- Διοργάνωση Έκθεσης προώθησης του Τουρισμού

Interreg

Greece-Bulgaria

INNOBUS



European Regional Development Fund

3. Συνοπτική παρουσίαση του Εκπαιδευτικού Υλικού

Η πρώτη ενότητα του εκπαιδευτικού υλικού αφορά την Ψηφιακή Πλατφόρμα INNOBUS, που δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του ομώνυμου έργου. Αναπτύχθηκε σε μορφή παρουσίασης, ώστε να καθοδηγεί τους δυνητικούς χρήστες στη χρήση της πλατφόρμας και στην αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρει.

Η δεύτερη ενότητα αφορά τον τουρισμό κρουαζιέρας. Καθώς τα σεμινάρια και οι εκπαιδευτικές δράσεις του ΣΕΠΙΚ απευθύνονται κατά κύριο λόγο στις επιχειρήσεις του κέντρου της Θεσσαλονίκης, ο τουρισμός κρουαζιέρας μπορεί να ωφελήσει κατά πολύ τις πωλήσεις. Το εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί σε μορφή παρουσίασης, που υποστηρίζει τους επιχειρηματίες να αντιληφθούν τα χαρακτηριστικά των τουριστών κρουαζιέρας, των εμπειριών που αναζητούν, καθώς και την ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα και στην πόλη της Θεσσαλονίκης ειδικότερα.

Χρηματοδοτικά εργαλεία και εργαλεία επιχειρηματικής ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις παρουσιάζονται στην τρίτη ενότητα. Υποβάλλονται σε αναπτυγμένο κείμενο, έτσι ώστε, για τα μεν χρηματοδοτικά εργαλεία, οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες να μπορούν να βλέπουν αναλυτικά τις προϋποθέσεις και προβλέψεις, και για τα εργαλεία επιχειρηματικής ανάπτυξης, να μπορούν να ακολουθούν τα προβλεπόμενα βήματα για την κατάρτιση του επιχειρηματικού σχεδίου και του σχεδίου marketing. Τέλος, συμπεριλαμβάνεται και ειδική μνεία στο ηλεκτρονικό επιχειρείν, ώστε οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες να μπορούν να διερευνήσουν και αυτόν τον τρόπο οργάνωσης ή και επέκτασης της επιχείρησής τους.





ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ INNOBUS

INTERREG V-A Greece - Bulgaria 2014 - 2020

ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ

www.innobus.gr

Η πλατφόρμα περιλαμβάνει τις εξής ενότητες:

- ▶ Ψηφιακό Εργαλείο Δημιουργίας Επιχειρηματικού Σχεδίου
- ▶ Ψηφιακό Εργαλείο Δημιουργίας Πλάνου Μάρκετινγκ
- ▶ Ψηφιακό Εργαλείο Χρηματοοικονομικής ανάλυσης
- ▶ Ψηφιακό Γραφείο (Mobile Office)

Χαρακτηριστικά της Ψηφιακής Πλατφόρμας

www.innobus.gr

- ▶ Το σύστημα λειτουργεί μέσω διαδικτύου (Internet) και με τη χρήση του προγράμματος περιήγησης (Browser)
- ▶ Είναι προσβάσιμο από οποιονδήποτε ηλεκτρονικό υπολογιστή, με σύνδεση στο διαδίκτυο
- ▶ Δεν απαιτεί την οποιαδήποτε εγκατάσταση ή οποιαδήποτε αγορά σε εξοπλισμό.
- ▶ Είναι δυνατή η ταυτόχρονη πρόσβαση και εργασία πάνω στα δεδομένα.
- ▶ Δεν υπάρχει περιορισμός θέσεων εργασίας που χρησιμοποιούν ταυτόχρονα τη βάση.
- ▶ Απλό και φιλικό περιβάλλον διαχείρισης της πλατφόρμας.
- ▶ Διαχείριση της πλατφόρμας με την χρήση κωδικών, username και password.

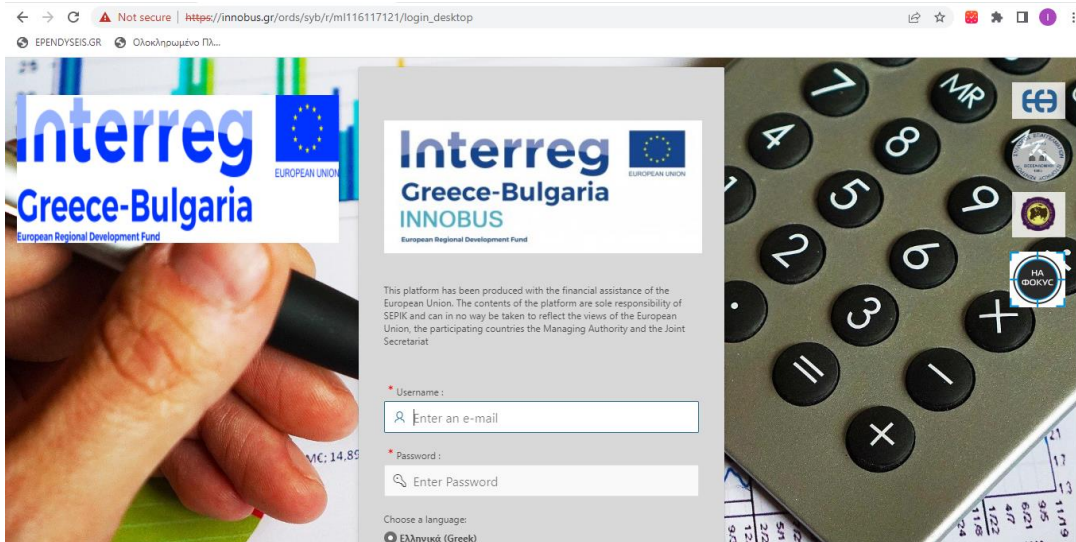
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Κεντρική σελίδα

Πληκτρολογούμε σε έναν web Browser την ηλεκτρονική διεύθυνση innobus.gr & κατευθυνόμαστε στην αρχική σελίδα της εφαρμογής.

Συμπληρώνουμε username & password

Έχουμε τη δυνατότητα επιλογής της Αγγλικής ή της Ελληνικής γλώσσας.

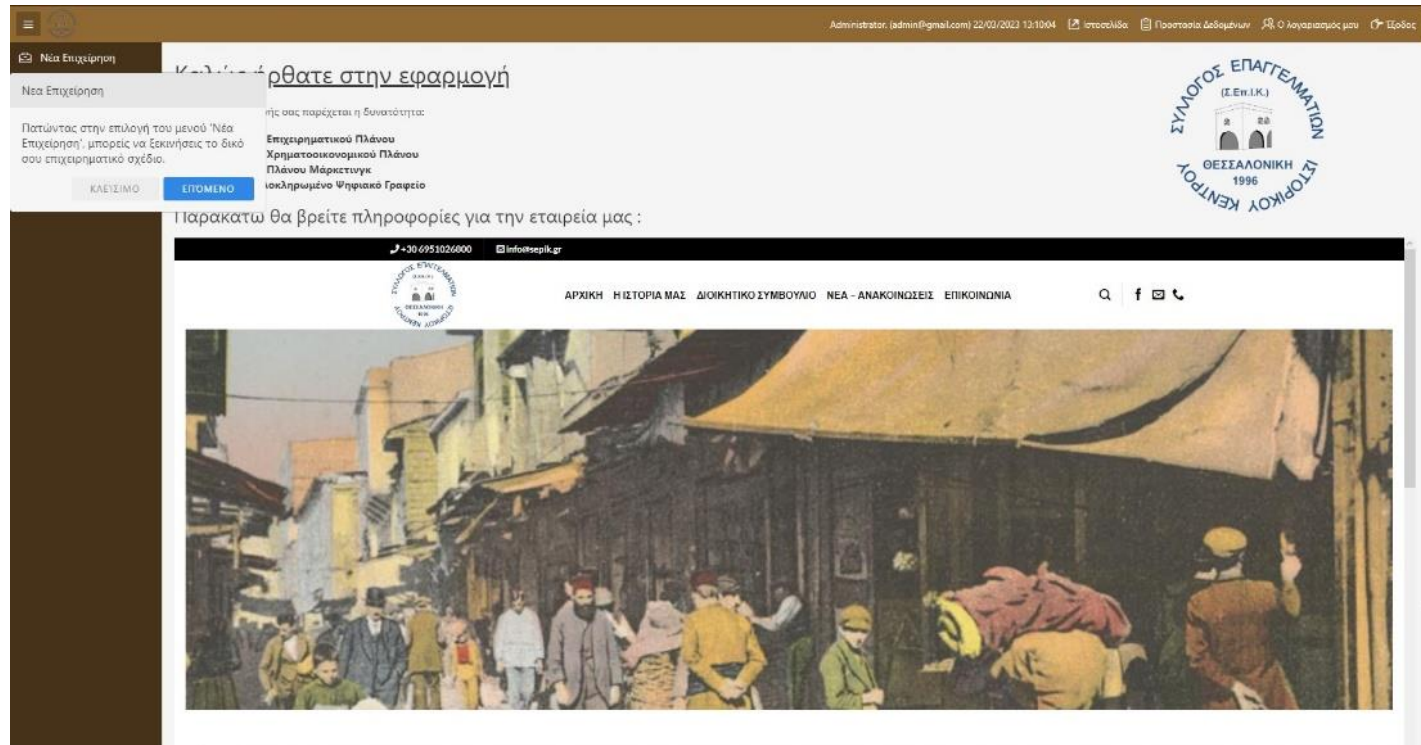


ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Κεντρική σελίδα

Μετά την επιτυχή σύνδεση του χρήστη στην εφαρμογή, εμφανίζεται στην οθόνη η κεντρική σελίδα και οι βασικές λειτουργίες της εφαρμογής. Οι βασικές λειτουργίες είναι:

- Νέα Επιχείρηση
- Ψηφιακό Γραφείο
- Επιδοτήσεις



ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Καρτέλα Επιδοτήσεις

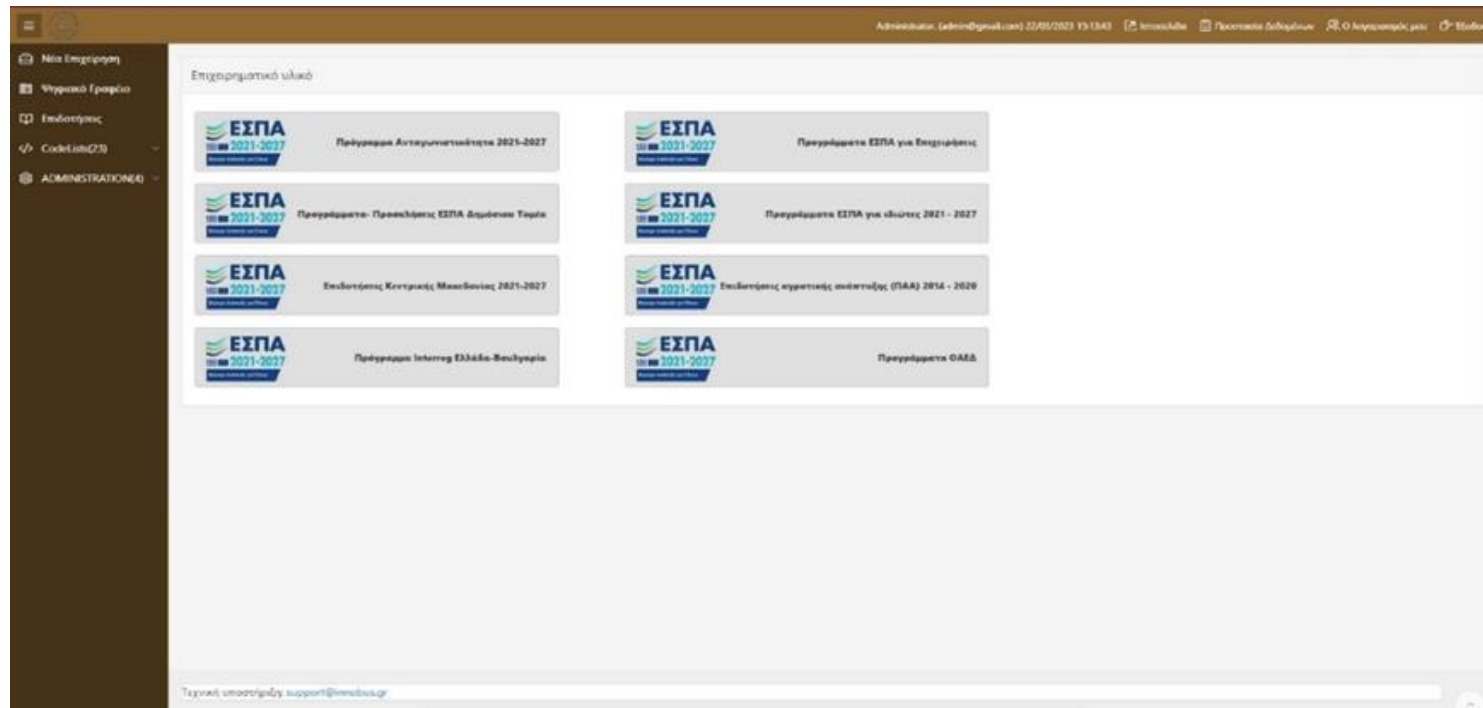
Παρέχεται στο χρήστη η δυνατότητα να βρει σχετικές πληροφορίες με επιδοτούμενα προγράμματα που τον ενδιαφέρουν.

Οι επιδοτήσεις αποτελούν μια μορφή οικονομικής ενίσχυσης που παρέχεται από κυβερνήσεις, οργανισμούς και άλλους φορείς σε επιλεγμένα άτομα, επιχειρήσεις και οργανισμούς, με σκοπό την ενθάρρυνση συγκεκριμένων δραστηριοτήτων ή την αντιμετώπιση συγκεκριμένων αναγκών.

Οι επιδοτήσεις μπορούν να προσφέρουν σημαντικά οφέλη στους αποδέκτες τους, όπως η οικονομική ενίσχυση για την ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών, η χρηματοδότηση για την εκπαίδευση και αναβάθμιση του υφιστάμενου εξοπλισμού.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Καρτέλα Επιδοτήσεις

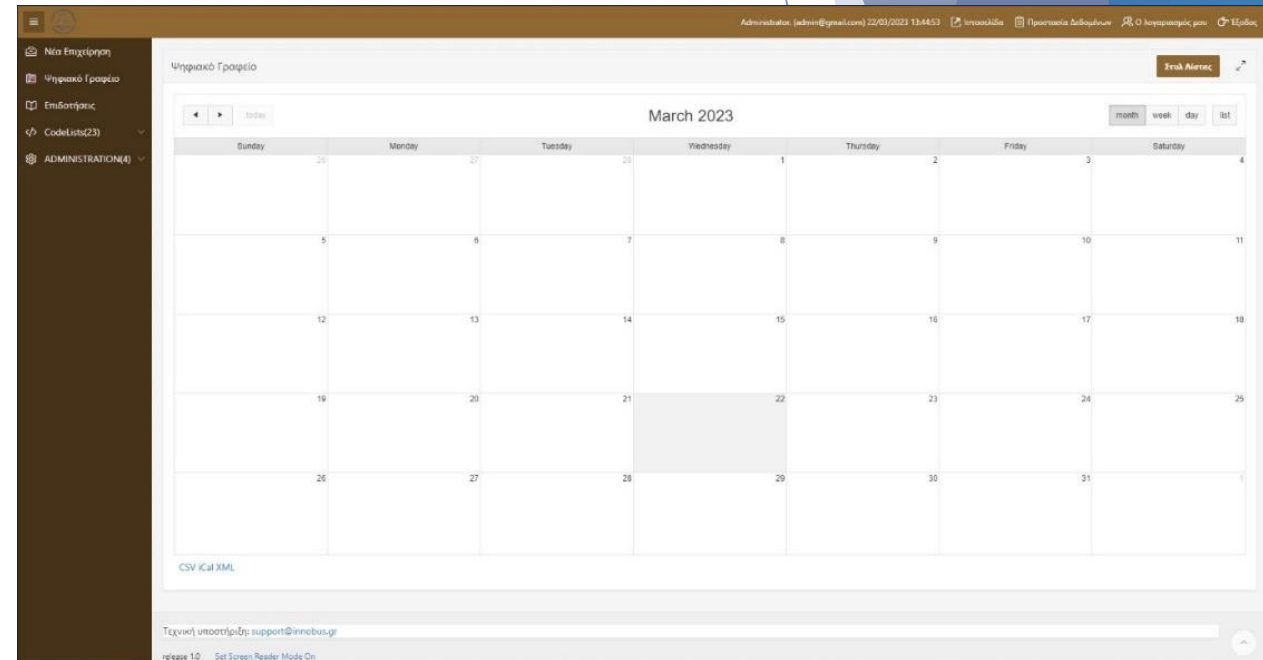


ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ Καρτέλα Ψηφιακό Γραφείο

Ισχυρό εργαλείο οργάνωσης χρόνου

Πολλές δυνατότητες για τη βελτίωση της παραγωγικότητας και της αποτελεσματικότητας του.

Το «Ψηφιακό Γραφείο» βοηθάει στην οργάνωση των δραστηριοτήτων, στο πρόγραμμα συναντήσεων, στην υπενθύμιση των ραντεβού, αλλά και στις προθεσμίες του χρήστη.



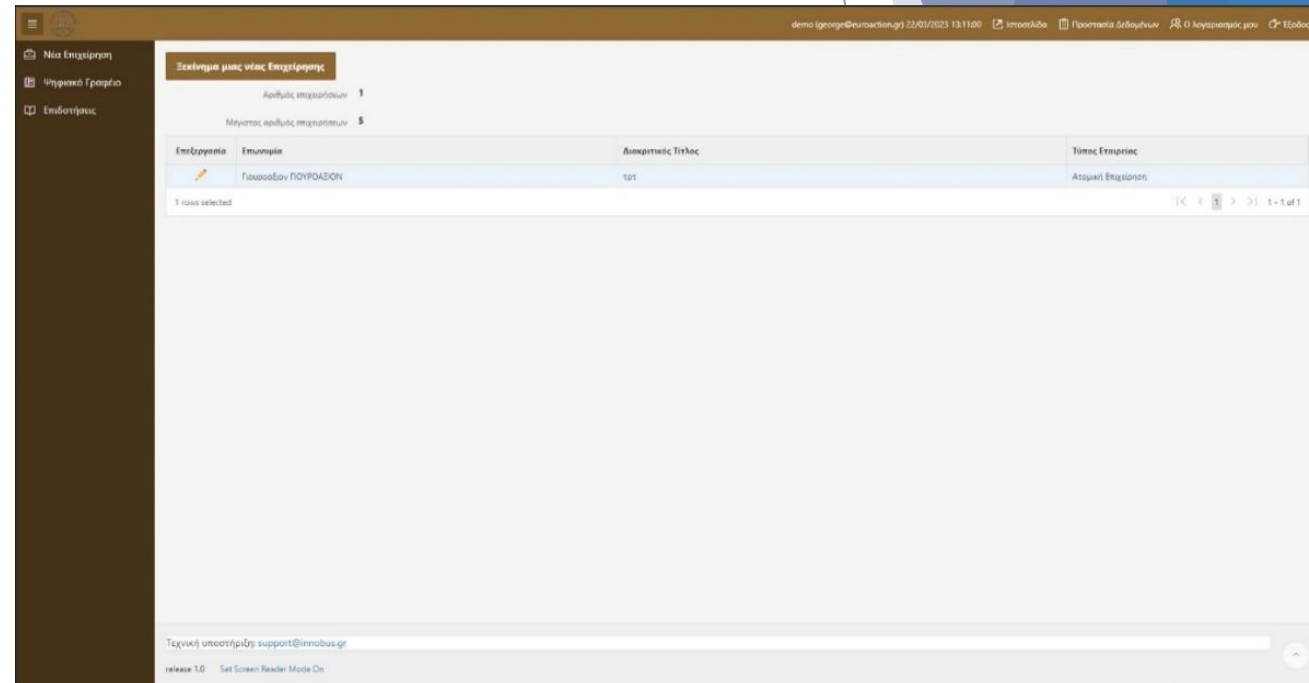
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Καρτέλα Νέα Επιχείρηση

Ο χρήστης έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει μια νέα εικονική επιχείρηση ή να αξιολογήσει μια υφιστάμενη επιχείρηση.

Περιλαμβάνει:

- Την ανάπτυξη επιχειρηματικού σχεδίου
- Την ανάπτυξη του χρηματοοικονομικού σχεδίου
- Την ανάπτυξη Μάρκετινγκ



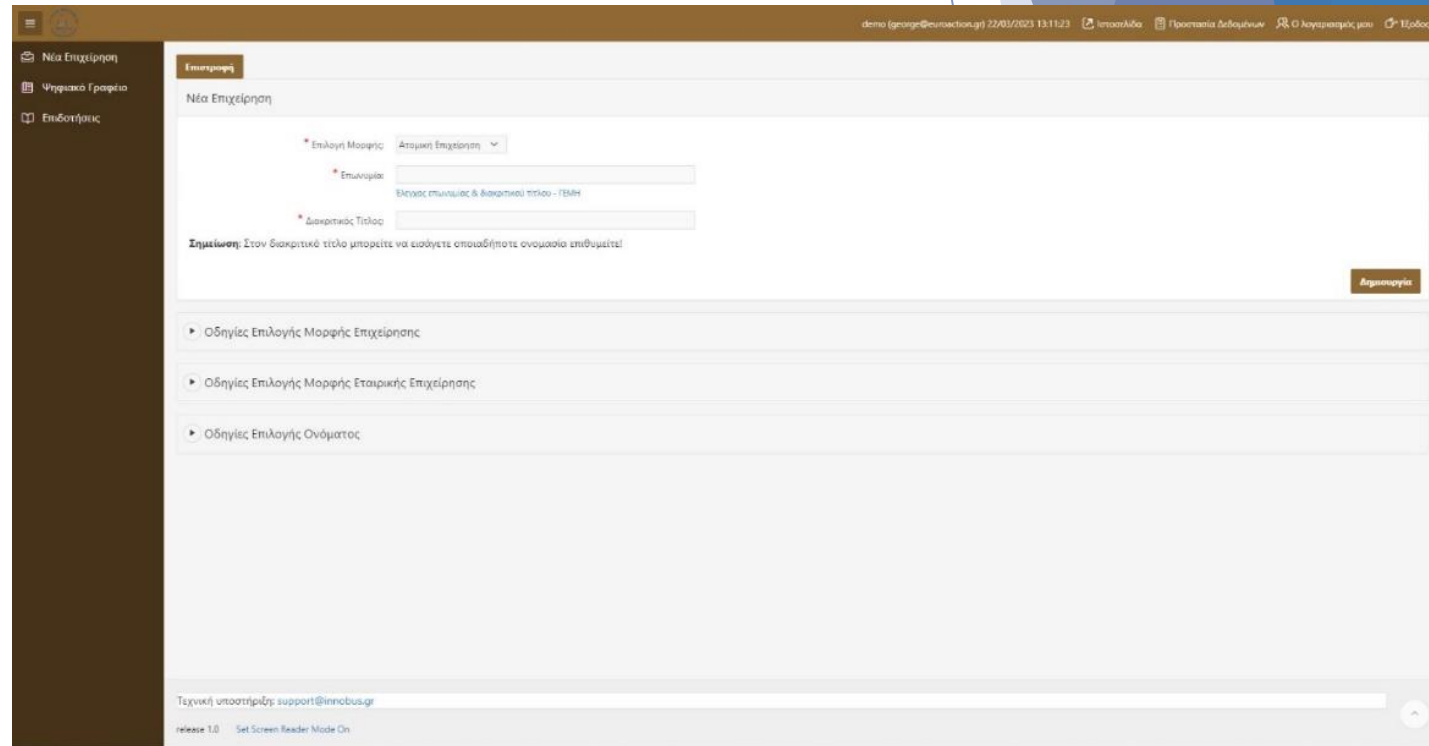
ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ Καρτέλα Νέα Επιχείρηση

«Ξεκίνημα μιας νέας Επιχείρησης»

Συμπληρώνουμε τα πεδία:

- ▶ τύπος επιχείρησης
- ▶ επωνυμία
- ▶ διακριτικός τίτλος.

Στο κάτω μέρος της οθόνης υπάρχουν κατάλληλα διαμορφωμένες οδηγίες που εξηγούν αναλυτικά ως προς τη σωστή συμπλήρωση των απαιτούμενων στοιχείων.



The screenshot shows a web application interface for creating a new business. The main heading is 'Νέα Επιχείρηση'. There are three required fields: 'Επιλογή Μορφής' (set to 'Ατομική Επιχείρηση'), 'Επωνυμία' (with the value 'Ελεγκας επιτυχιων & διακριτικου titlou - ΓΕΜΗ'), and 'Διακριτικός Τίτλος'. A note below the fields states: 'Σημείωση: Στον διακριτικό τίτλο μπορείτε να εισάγετε οποιαδήποτε ονομασία επιθυμείτε!'. At the bottom right of the form is a 'Επιβεβαιώστε' button. Below the form, there are three expandable sections: 'Οδηγίες Επιλογής Μορφής Επιχείρησης', 'Οδηγίες Επιλογής Μορφής Εταιρικής Επιχείρησης', and 'Οδηγίες Επιλογής Ονόματος'. The footer of the application includes the email 'Τεχνική υποστήριξη: support@innobus.gr' and the text 'release 1.0 Set Screen Reader Mode On'.

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Καρτέλα Νέα Επιχείρηση


Μετά την δημιουργία της εταιρείας, ο χρήστης κατευθύνεται στην αρχική καρτέλα όπου του εμφανίζεται η εταιρεία η οποία έχει δημιουργήσει.

Πατώντας στο «μολύβι» αριστερά του ονόματος της εταιρείας, ξεκινά η επεξεργασία και ο εμπλουτισμός πληροφοριών που απαιτούνται από την εφαρμογή έτσι ώστε στο τέλος να υπάρχει μια συνολική εικόνα της εταιρείας που έχουμε δημιουργήσει.

Ξεκίνημα μιας νέας Επιχείρησης

Αριθμός επιχειρήσεων **1**

Μέγιστος αριθμός επιχειρήσεων **5**

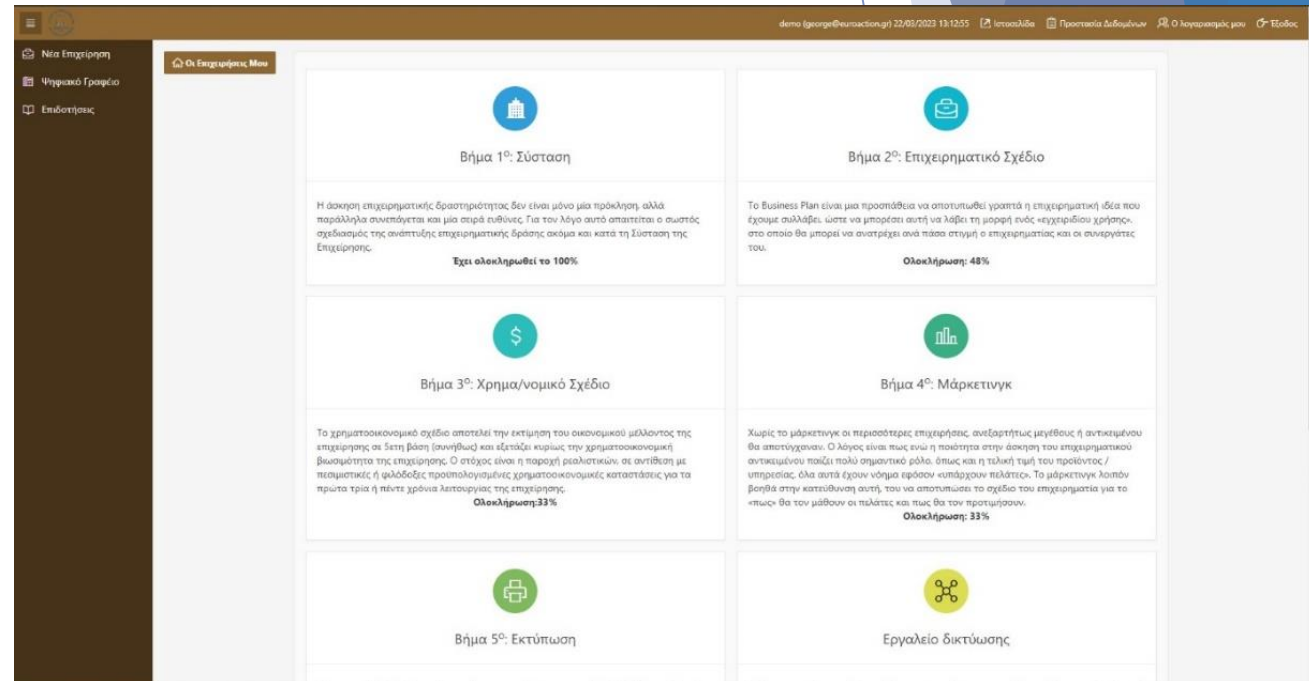
Επεξεργασία	Επωνυμία
	Γιουροαξιον ΓΙΟΥΡΟΑΞΙΟΝ

1 rows selected

Επεξεργασία εταιρείας 1ο βήμα: Σύσταση

Η σύσταση μιας εταιρείας είναι μια διαδικασία που απαιτεί προετοιμασία και προσεκτική σχεδίαση.

Μέσω της καρτέλας «Σύσταση» ο χρήστης καλείται να δηλώσει την έδρα της επιχείρησης του, τα προσωπικά του στοιχεία καθώς επίσης και την δήλωση Κ.Α.Δ..



Επεξεργασία εταιρείας

2ο Βήμα: Επιχειρηματικό σχέδιο

Ο χρήστης αναπτύσσει την επιχειρηματική του ιδέα μέσα από κατάλληλες ερωτήσεις ανάπτυξης και πολλαπλών επιλογών που έχουν σχεδιαστεί με βάση τους ΚΑΔ που έχει επιλέξει.

Το «Επιχειρηματικό σχέδιο» έχει χωριστεί σε βήματα και διευκολύνει τη συμπλήρωση από το χρήστη.

Επιστροφή Menu

Βήμα 1 - Επιχειρηματική Ιδέα

Τίτλος πεδίου	Κωδικός Πεδίου	Κατάσταση
Επιχειρηματική Ιδέα	Ε2.Π1	
Παραγόμενα Προϊόντα / Υπηρεσίες	Ε2.Π2	
Αδειοδοτήσεις Προϊόντων / Υπηρεσιών	Ε2.Π2.Υ2	

1 rows selected 1 - 3

Βήμα 2 - Εταίροι

Τίτλος πεδίου	Κωδικός Πεδίου	Κατάσταση
Προσόντα Εταίρων	Ε2.Π3	
Προσπέρεια Εταίρων	Ε2.Π3.Υ1	
Ιστούδεις Εταίρων	Ε2.Π3.Υ2	
Διξότητες Εταίρων	Ε2.Π3.Υ3	

1 rows selected 1 - 4

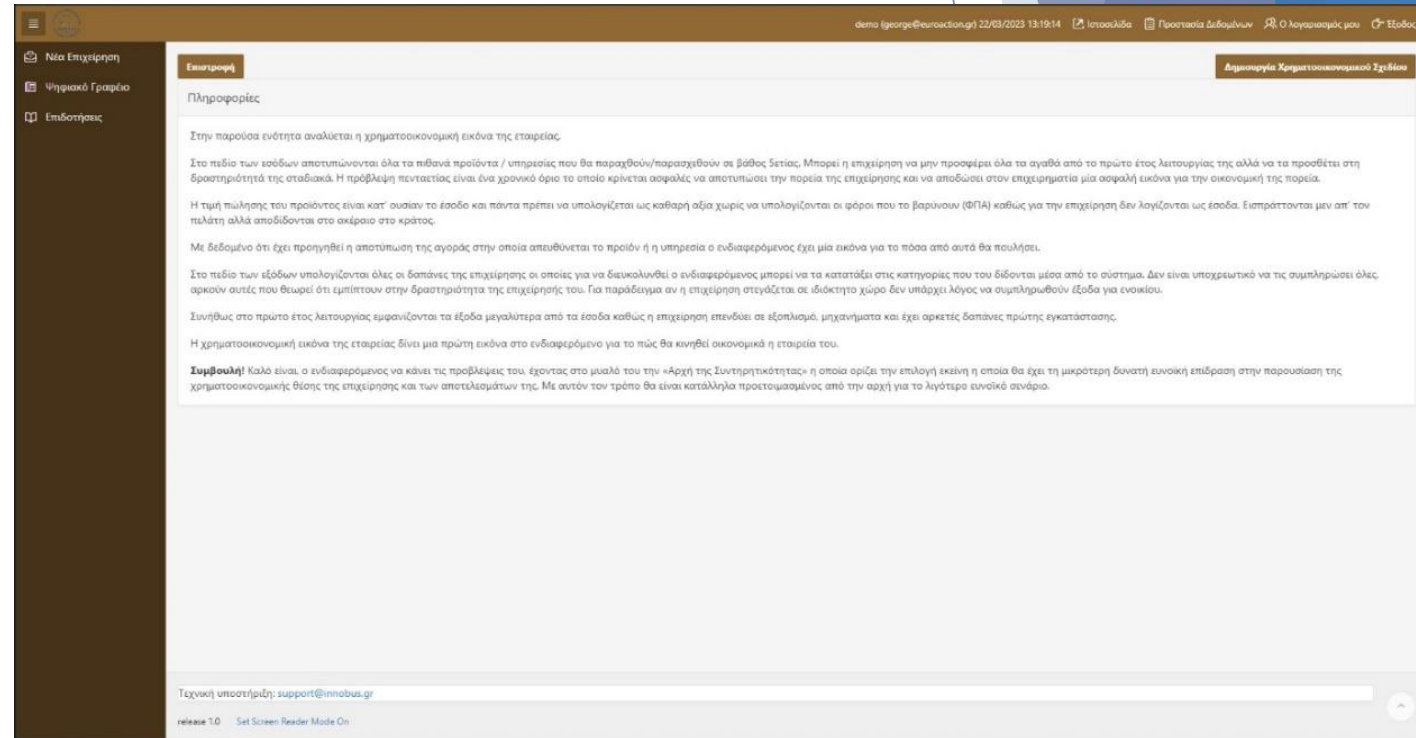
Βήμα 3 - Έδρα της Επιχείρησης

Τίτλος πεδίου	Κωδικός Πεδίου	Κατάσταση
Έδρα της Επιχείρησης	Ε2.Π4	
Πρόσβαση σε Καντικές Αγορές	Ε2.Π4.Υ1	
Πρόσβαση σε Διεθνή ή και Πανολλαδικά Επίπεδα	Ε2.Π4.Υ2	

Επεξεργασία εταιρείας 3ο βήμα: χρηματοοικονομικό σχέδιο

Το χρηματοοικονομικό σχέδιο είναι ένα σχέδιο που αναλύει τα οικονομικά στοιχεία μιας εταιρείας και προσδιορίζει τους στόχους τους για το μέλλον.

Μέσα από κατάλληλες ερωτήσεις και με βάση την ορθότητα των δεδομένων που θα συμπληρώσει ο χρήστης, καταφέρνει να έχει μια εικόνα για την εξέλιξη της εταιρείας του μέχρι και σε βάθος 5ετίας.



The screenshot displays a web application interface for a financial plan. The top navigation bar includes the user's name 'dimo (george@euroaction.gr)', the date '22/03/2023 13:19:14', and various utility icons. The main content area is titled 'Επιχειρηματικό Χρηματοοικονομικό Σχέδιο' and contains the following text:

Επιχειρηματικό

Πληροφορίες

Στην παρούσα ενότητα αναλύεται η χρηματοοικονομική εικόνα της εταιρείας.

Στο πεδίο των εόδων αποτυπώνονται όλα τα πιθανά προϊόντα / υπηρεσίες που θα παραχθούν/παρασχεθούν σε βάθος 5ετίας, Μπορεί η επιχείρηση να μην προσφέρει όλα τα αγαθά από το πρώτο έτος λειτουργίας της αλλά να τα προσθέσει στη δραστηριότητά της σταδιακά. Η πρόβλεψη πενταετίας είναι ένα χρονικό όριο το οποίο κρίνεται ασφαλέας να αποτυπώσει την πορεία της επιχείρησης και να αποδώσει στον επιχειρηματία μία ασφαλή εικόνα για την οικονομική της πορεία.

Η τιμή πώλησης του προϊόντος είναι κατ' ουσίαν το έσοδο και πάντα πρέπει να υπολογίζεται ως καθαρή αξία χωρίς να υπολογίζονται οι φόροι που το βάρυνουν (ΦΠΑ) καθώς για την επιχείρηση δεν λογίζονται ως έσοδα. Εισπράττονται μεν απ' τον πελάτη αλλά αποδίδονται στο κράτος στο κράτος.

Με δεδομένο ότι έχει προηγηθεί η αποτύπωση της αγοράς στην οποία απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία ο ενδιαφερόμενος έχει μία εικόνα για το πόσα από αυτά θα πουλήσει.

Στο πεδίο των εξόδων υπολογίζονται όλες οι δαπάνες της επιχείρησης οι οποίες για να διευκολυνθεί ο ενδιαφερόμενος μπορεί να τα κατατάξει στις κατηγορίες που του δίδονται μέσα από το σύστημα. Δεν είναι υποχρεωτικό να τις συμπληρώσει όλες, αρκούν αυτές που θεωρεί ότι εμπίπτουν στην δραστηριότητα της επιχείρησής του. Για παράδειγμα αν η επιχείρηση στεγάζεται σε ιδιόκτητο χώρο δεν υπάρχει λόγος να συμπληρωθούν έξοδα για ενοίκιο.

Συνήθως στο πρώτο έτος λειτουργίας εμφανίζονται τα έξοδα μεγαλύτερα από τα έσοδα καθώς η επιχείρηση επενδύει σε εξοπλισμό, μηχανήματα και έχει αρκετές δαπάνες πρώτης εγκατάστασης.

Η χρηματοοικονομική εικόνα της εταιρείας δίνει μια πρώτη εικόνα στο ενδιαφερόμενο για το πώς θα κινηθεί οικονομικά η εταιρεία του.

Συμβουλή! Καλό είναι, ο ενδιαφερόμενος να κάνει τις προβλέψεις του, έχοντας στο μυαλό του την «Αρχή της Συντηρητικότητας» η οποία ορίζει την επιλογή εκείνη η οποία έχει τη μικρότερη δυνατή ευνοϊκή επίδραση στην παρουσίαση της χρηματοοικονομικής όψης της επιχείρησης και των αποτελεσμάτων της. Με αυτόν τον τρόπο θα είναι κατάλληλο προετοιμασμένος από την αρχή για το λιγότερο ευνοϊκό σενάριο.

Τεχνική υποστήριξη: support@innobus.gr

release 1.0 Set Screen Reader Mode On

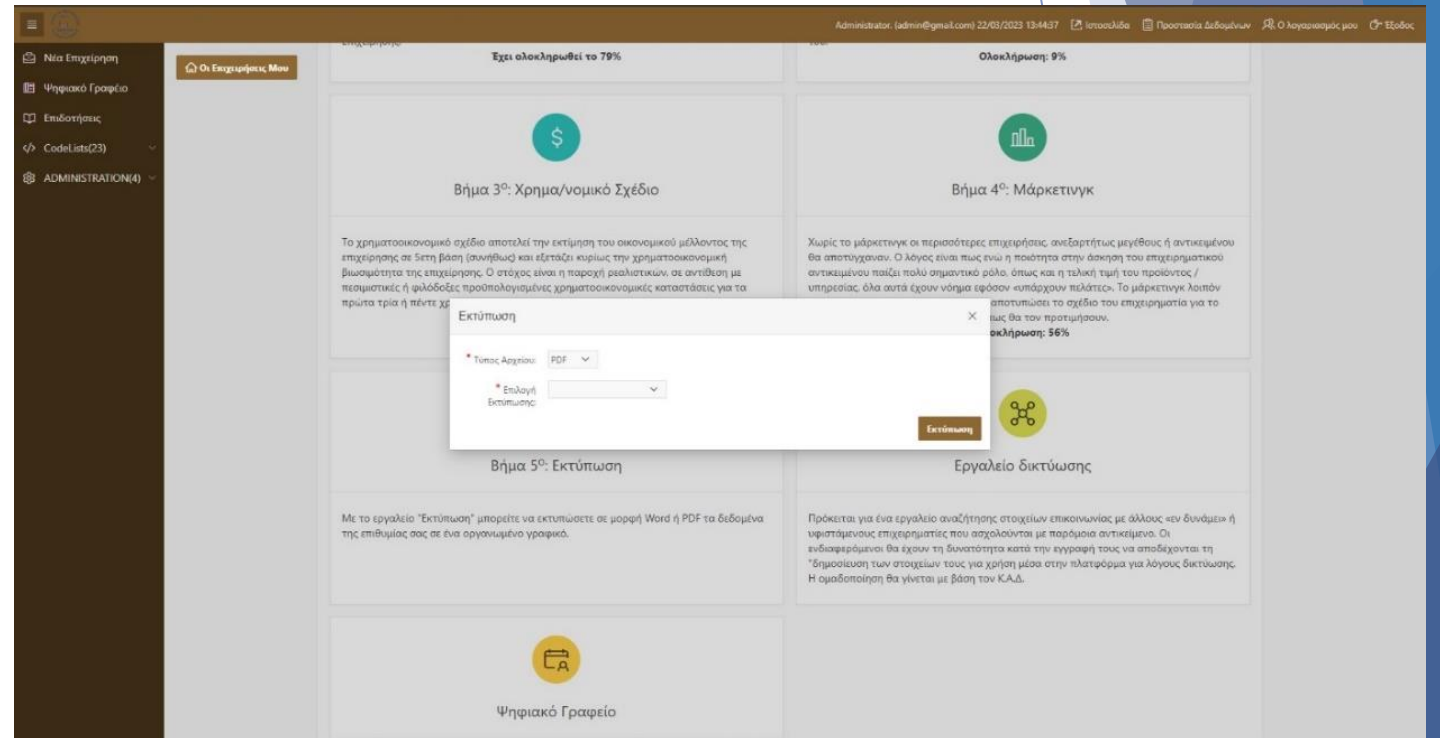
Επεξεργασία εταιρείας 4ο Βήμα: Σχέδιο Μάρκετινγκ

Ένα σχέδιο μάρκετινγκ είναι σαν ένας οδικός χάρτης που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση για να προωθήσει και να πουλήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της.

Μέσα από κατάλληλες ερωτήσεις που καλείται να απαντήσει ο χρήστης της εφαρμογής δημιουργείται το σχέδιο μάρκετινγκ που αντιπροσωπεύει το πλάνο προώθησης της εταιρείας.

Επεξεργασία εταιρείας 5ο Βήμα: Εκτύπωση

Στην καρτέλα εκτύπωσης ο χρήστης έχει την δυνατότητα να λάβει ηλεκτρονικά στην συσκευή του όλα όσα έχει συμπληρώσει σε μορφή word ή pdf.

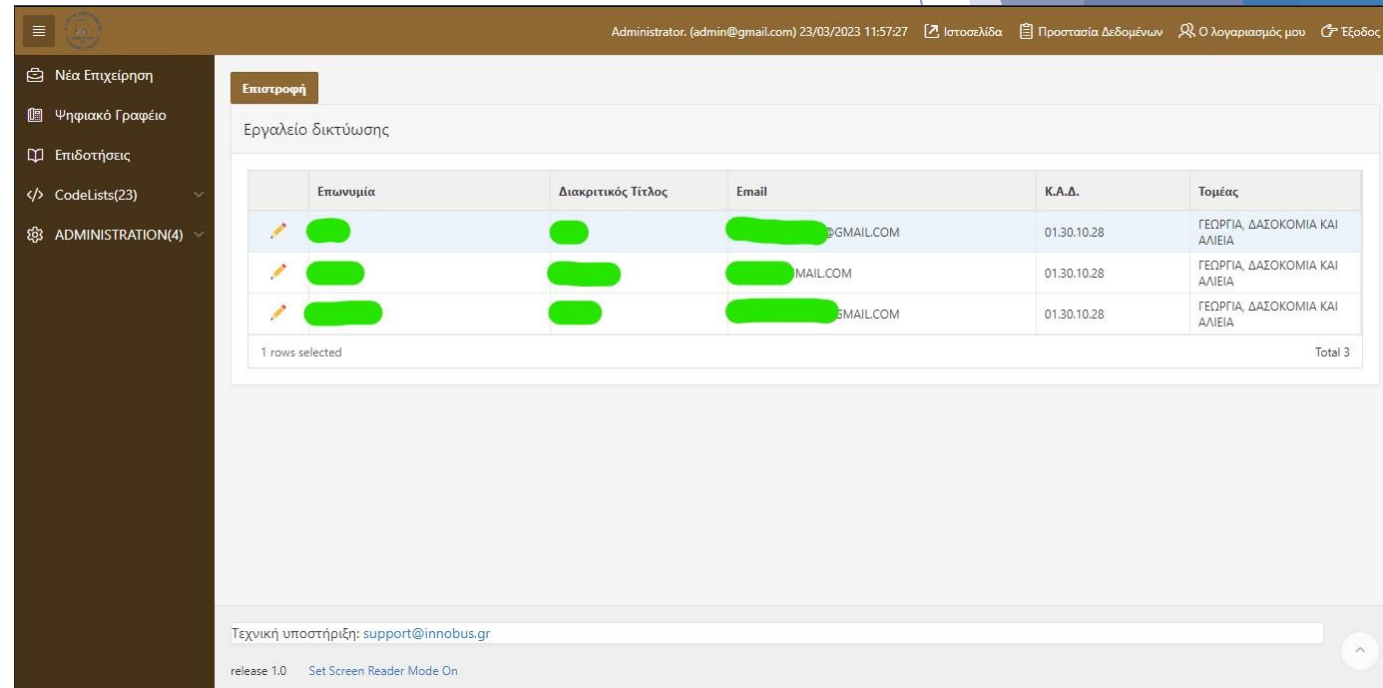


ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ




Εργαλείο δικτύωσης

Εργαλείο αναζήτησης στοιχείων επικοινωνίας με άλλους «εν δυνάμει» ή υφιστάμενους επιχειρηματίες που ασχολούνται με παρόμοιο αντικείμενο.

Οι ενδιαφερόμενοι έχουν τη δυνατότητα κατά την εγγραφή τους να αποδέχονται τη "δημοσίευση των στοιχείων τους για χρήση μέσα στην πλατφόρμα για λόγους δικτύωσης. Η ομαδοποίηση γίνεται με βάση τον Κ.Α.Δ. .



The screenshot shows a web application interface for a network tool. The top navigation bar includes the user role 'Administrator', email 'admin@gmail.com', and the date '23/03/2023 11:57:27'. A sidebar on the left contains menu items: 'Νέα Επιχείρηση', 'Ψηφιακό Γραφείο', 'Επιδοτήσεις', 'CodeLists(23)', and 'ADMINISTRATION(4)'. The main content area is titled 'Επιστροφή' and 'Εργαλείο δικτύωσης'. It displays a table with the following columns: 'Επωνυμία', 'Διακριτικός Τίτλος', 'Email', 'Κ.Α.Δ.', and 'Τομέας'. The table contains three rows of data, with the first row selected. The bottom of the interface shows a technical support email 'support@innobus.gr' and the version 'release 1.0'.

	Επωνυμία	Διακριτικός Τίτλος	Email	Κ.Α.Δ.	Τομέας
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]@GMAIL.COM	01.30.10.28	ΓΕΩΡΓΙΑ, ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΛΙΕΙΑ
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]@MAIL.COM	01.30.10.28	ΓΕΩΡΓΙΑ, ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΛΙΕΙΑ
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]@MAIL.COM	01.30.10.28	ΓΕΩΡΓΙΑ, ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΛΙΕΙΑ

1 rows selected Total 3

Τεχνική υποστήριξη: support@innobus.gr
release 1.0 Set Screen Reader Mode On

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Εργαλείο δικτύωσης

Εργαλείο αναζήτησης στοιχείων επικοινωνίας με άλλους «εν δυνάμει» ή υφιστάμενους επιχειρηματίες που ασχολούνται με παρόμοιο αντικείμενο.

Οι ενδιαφερόμενοι έχουν τη δυνατότητα κατά την εγγραφή τους να αποδέχονται τη "δημοσίευση των στοιχείων τους για χρήση μέσα στην πλατφόρμα για λόγους δικτύωσης. Η ομαδοποίηση γίνεται με βάση τον Κ.Α.Δ. .

Τουρισμός κρουαζιέρας

INTERREG V-A Greece - Bulgaria 2014 - 2020

Ο θαλάσσιος τουρισμός (marine tourism) είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, όπου ο τουρίστας αποφασίζει να περάσει τον περισσότερο ή και όλο το χρόνο των διακοπών του «εν πλω», επιλέγοντας ως μέσο μετακίνησης και ως τόπο διαμονής και ψυχαγωγίας του ένα πλοίο, που του προσφέρει ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα θαλάσσιας περιήγησης, ή ένα σκάφος, στο οποίο μπορεί να συναποφασίσει για το πρόγραμμα της θαλάσσιας περιήγησης που θα εκτελεστεί.

Είδη:

- ▶ Κρουαζιεροπλοία
- ▶ ιδιωτική θαλάσσια περιήγηση (yachting)
- ▶ παράκτια τουριστική ναυσιπλοΐα με σκάφη αναψυχής, θαλαμηγούς ή τουριστικά σκάφη, κ.ά.

Κρουαζιέρα σημαίνει ένα ταξίδι αναψυχής με ένα ειδικό επιβατηγό πλοίο, που ονομάζεται κρουαζιερόπλοιο, στην πραγματικότητα είναι ένα πλωτό ξενοδοχείο που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει ένα κανονικό ξενοδοχείο.

Οι τέσσερις πυλώνες για την προσέλκυση της κρουαζιέρας είναι η ιστορία, ο πολιτισμός, η θρησκεία και η ψυχαγωγία.

Η «κρουαζιέρα της πολυθρόνας» και «κρουαζιερόπλοιο - πλωτός οίκος ευγηρίας» → «κρουαζιέρα δράσης» και κρουαζιερόπλοιο «χώρο πολυδύναμης δραστηριότητας».

Έχει παύσει πλέον να επικρατεί η στερεοτυπική εικόνα ότι η κρουαζιέρα συνδέεται με την «τρίτη ηλικία».

5 χαρακτηριστικά της Κρουαζιέρας

- Οι επιβάτες έχουν την ευκαιρία να επισκεφτούν ποικίλους τόπους σε σύντομο χρονικό διάστημα χωρίς τα προβλήματα των άλλων τρόπων ταξιδιού και με λιγότερο κόστος.
- Τα πλοία είναι αυτόνομα.
- Τα κρουαζιερόπλοια έχουν διευθυντή κρουαζιέρας και προσωπικό, αποκλειστική λειτουργία των οποίων είναι να βεβαιώνονται ότι οι επιβάτες περνάνε ευχάριστα το χρόνο τους.
- Υψηλής ποιότητας φαγητό που σερβίρεται με ένα κομψό στυλ.
- Ο καθένας αρχίζει και τελειώνει τις διακοπές του την ίδια μέρα.

Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα

- Η Ελλάδα προσέλκυσε 313.000 επιβάτες το 2011, κατατάσσοντάς της στην 5η θέση στην ευρωπαϊκή λίστα
- Οι εργαζόμενοι που απασχολούνταν άμεσα και έμμεσα στον κλάδο της κρουαζιέρας στην Ελλάδα υπολογίστηκαν σε 12.078 άτομα το 2011
- Οι αφίξεις κρουαζιερόπλοιων σε 43 λιμάνια της χώρας ανήλθαν το 2019 στις 3.899 (από 3.410 το 2018), σημειώνοντας αύξηση 14,34% και οι αφίξεις επιβατών κρουαζιέρας ανήλθαν στα 5.537.500 (από 4.788.642 το 2018), σημειώνοντας αύξηση 15,64%
- Τα συνολικά έσοδα από επιβάτες κρουαζιερόπλοιων το 2018 αυξήθηκαν κατά 2,0% σε ετήσια βάση στα 486 εκατ. Ευρώ
- Οι 5 δημοφιλέστεροι περιφερειακοί προορισμοί ήταν: Κεντρική Μακεδονία (7,830 χιλιάδες επισκέψεις), Νότιο Αιγαίο (6,629 χιλιάδες), Αττική (5,681 χιλιάδες), Κρήτη (5,228 χιλιάδες) και Ιόνια νησιά (1,000).

Η κρουαζιέρα στη Θεσσαλονίκη σήμερα

- Η σεζόν κρουαζιέρας του 2023 για τον ΟΛΘ, υπήρξε από τις καλύτερες των τελευταίων χρόνων. Για το 2024, έχουν προγραμματιστεί 64 προσεγγίσεις κρουαζιερόπλοιων στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης
 - 25 Ιουνίου του 2024 θα πλεύσει στον Θερμαϊκό Κόλπο και θα δέσει για πρώτη φορά στην πόλη το κρουαζιερόπλοιο «Crystal Symphony» της Crystal Cruises, που ειδικεύεται στα ταξίδια πολυτελείας.
 - Από το 2025 η πόλη θα αποτελέσει για το συγκεκριμένο κρουαζιερόπλοιο σταθμό Homerorting, δηλαδή επιβίβασης ή/και αποβίβασης επιβατών επί κρουαζιερόπλοιων όχι μόνο για τους ντόπιους επιβάτες, αλλά και για τους διεθνείς
- εδραίωση της εμπιστοσύνης των εταιρειών κρουαζιέρας στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης
- Συστήνεται ο τουριστικός, πολιτιστικός και γαστρονομικός πλούτος της Θεσσαλονίκης

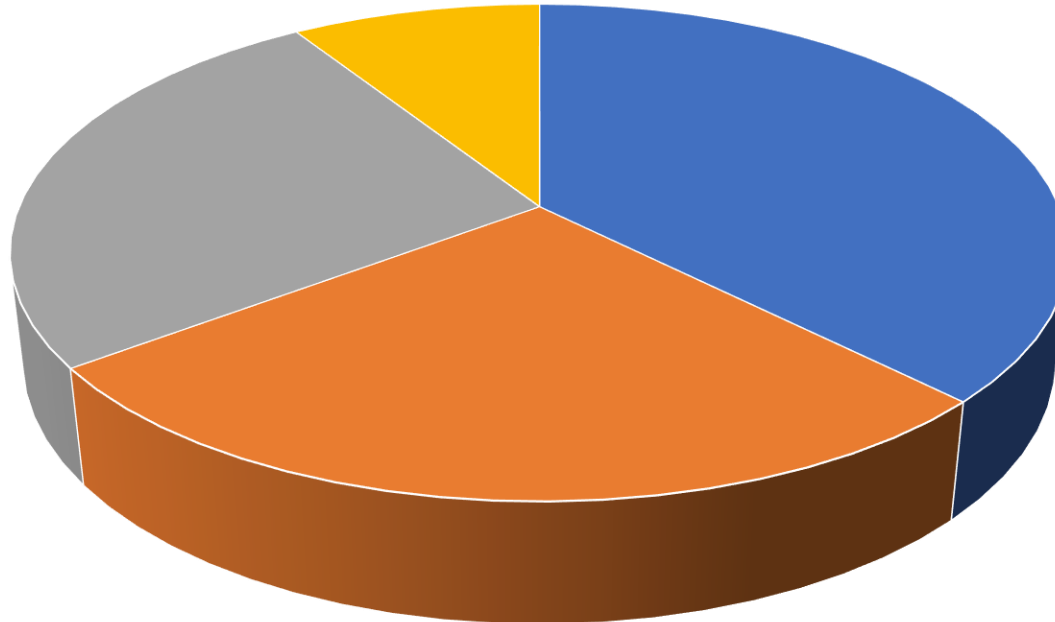
Έσοδα από την κρουαζιέρα

Για τα λιμάνια υποδοχής κρουαζιερόπλοιων όπως διαθέτει η Ελλάδα τα έσοδα εξασφαλίζονται με τους εξής τρόπους:

- από τις δαπάνες των επιβατών κρουαζιέρας για ψυχαγωγικές και τουριστικές δραστηριότητες στην ευρύτερη περιοχή της πόλης
- οι δαπάνες των μελών του πληρώματος για την κάλυψη αναγκών τροφής και ψυχαγωγίας
- το κόστος που πληρώνει η εταιρεία κρουαζιέρας στο λιμάνι υποδοχής για την εξασφάλιση εφοδιασμού και συντήρησης του πλοίου.

Τα χρήματα που δαπανούν οι επιβάτες κρουαζιέρας

Δαπάνες επιβατών κρουαζιέρας στο λιμάνι υποδοχής



- αγορά εμπορευμάτων λιανικής
- μεταφορά σε ευρύτερους τουριστικούς προορισμούς
- άλλες γενικές δραστηριότητες
- διανομή

Καλές πρακτικές για την αύξηση της καταναλωτικής δαπάνης

- Η πώληση τοπικών προϊόντων επιτόπου στο χώρο αναμονής επιβατών.
- Η δημιουργία επιχειρήσεων που προσφέρουν τουριστικά πακέτα μίας ημέρας σε συνεργασία με τους ναυτιλιακούς πράκτορες, τις εταιρίες κρουαζιέρας και τον τοπικό εμπορικό σύλλογο.
- Η δημιουργία πακέτων μικρής διάρκειας ξενάγησης στην πόλη - λιμάνι, ώστε οι τουρίστες να συλλάβουν μία αντιπροσωπευτική αίσθηση της καθημερινής ζωής σε αυτή, με τη συνεργασία τοπικών ξεναγών, φορέων και του εμπορικού συλλόγου.
- Η δημιουργία νέων επιχειρήσεων παροχής τουριστικών υπηρεσιών.
- Η ελεύθερη διάθεση, στο σημείο αποβίβασης, χαρτών, καρτών προνομίων, διαφημιστικών αντικειμένων και οδηγιών για τους επιβάτες, για την εξερεύνησή τους στην πόλη.



Ευχαριστώ για την προσοχή σας

INTERREG V-A Greece - Bulgaria 2014 - 2020

Χρηματοδοτικά Εργαλεία
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ 2021-2027
Νέος Αναπτυξιακός Νόμος 4887/2022
Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας

Βασικός Ψηφιακός Μετασχηματισμός

Στόχος της Δράσης «Ψηφιακός Μετασχηματισμός Αιχμής ΜμΕ» είναι η αναβάθμιση των ΜμΕ με τεχνολογίες αιχμής ή με εξελιγμένα ψηφιακά συστήματα της 4ης βιομηχανικής επανάστασης και συμπληρωματικά η κάλυψη επί μέρους αναγκών σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ) που διευρύνουν την παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητά τους.

Η Δράση ενθαρρύνει, κατά προτεραιότητα, την υλοποίηση στοχευμένων επενδυτικών σχεδίων βασικού ψηφιακού μετασχηματισμού που συνεισφέρουν σε μία εξωστρεφή, καινοτόμα και ανταγωνιστική παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών υψηλότερης προστιθέμενης αξίας.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΗΣ

Ο συνολικός προϋπολογισμός της δράσης ανέρχεται σε 90.000.000€

ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ

Υφιστάμενες πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες μεταξύ άλλων θα πρέπει:

- Να έχουν κλεισμένη τουλάχιστον μία (1) πλήρη διαχειριστική χρήση.
- Να δραστηριοποιούνται σε έναν από τους επιλέξιμους ΚΑΔ του επενδυτικού σχεδίου για ένα (1) τουλάχιστον (1) έτος.
- Να διαθέτουν τουλάχιστον τρεις (3) ΕΜΕ εξαρτημένης εργασίας κατά το ημερολογιακό έτος που προηγείται της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης .
- Να μην έχει ολοκληρωθεί το φυσικό αντικείμενο της επένδυσης ή να μην έχει υλοποιηθεί πλήρως πριν από την υποβολή της αίτησης χρηματοδότησης.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

- Δαπάνες Εξοπλισμού (ενδεικτικά): Προμήθεια ψηφιακού εξοπλισμού γραφείου, αναβάθμιση εσωτερικών δικτύων μεταφοράς δεδομένων, διάδραση με εργαζόμενους, πελάτες ή προμηθευτές κλπ.
- Δαπάνες Λογισμικού (ενδεικτικά): Προμήθεια σύγχρονων εφαρμογών διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων & διαδικασιών (πχ ERP, WMS, KPIs, EDI, BMPS, κλπ), επεξεργασίας εικόνας, 3D μοντέλων και CAD, ψηφιακής ασφάλειας, διαχείρισης πελατών και εφοδιαστικής αλυσίδας, βελτιστοποίηση της παραγωγής κ.λπ.
- Δαπάνες για Παροχή Υπηρεσιών που συνδέονται με τη ψηφιακή αναβάθμιση (ενδεικτικά): Συμβουλευτική υποστήριξη για την παρακολούθηση της υλοποίησης του

επενδυτικού σχεδίου, τεχνική υποστήριξη για την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου, εγκατάσταση ή παραμετροποίηση εφαρμογών που συμπεριλαμβάνονται στην αίτηση χρηματοδότησης.

- Έμμεσες Δαπάνες

Ως ημερομηνία έναρξης επιλεξιμότητας δαπανών ορίζεται η ημερομηνία δημοσίευσης της Αναλυτικής Πρόσκλησης της Δράσης.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ

Ο επιλέξιμος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός ορίζεται από 18.000€ έως και 30.000€

Ο επιχορηγούμενος προϋπολογισμός του επενδυτικού σχεδίου δεν δύναται να υπερβαίνει το τριπλάσιο του υψηλότερου κύκλου εργασιών που επετεύχθη σε μία από τις τρεις (ή λιγότερες εφόσον η επιχείρηση δεν διαθέτει τρεις) διαχειριστικές περιόδους που προηγούνται του έτους της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Το ποσοστό ενίσχυσης στις ΜμΕ επιχειρήσεις ορίζεται από 50% έως 60% ανάλογα με το καθεστώς ενίσχυσης, την Περιφέρεια της χώρας και το μέγεθος της επιχείρησης

οι ενισχύσεις ακολουθούν το πλαίσιο του Κανονισμού Ε.Ε. 1407/2013 (De Minimis) , οι εντάσεις τους διαμορφώνονται ακολούθως:

Ένταση Ενισχύσεων (De minimis)				
Περιφέρειες (για το σύνολο των Περιφερειών της Χώρας)	Δημόσια Επιχορήγηση (Κοινοτική και Εθνική) Έως (%)		Ιδιωτική Συμμετοχή (%)	
	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις
	50%	50%	50%	50%
Για τις Περιοχές Δίκαιης Μετάβασης	60%	60%	40%	40%

* Περιοχές Δίκαιης Μετάβασης/ Περιφέρειες: Δυτικής Μακεδονίας, Β. Αιγαίου, Ν. Αιγαίου, Κρήτης, Δήμοι: Μεγαλόπολης, Γορτυνίας, Τρίπολης, Οιχαλίας

Προηγμένος Ψηφιακός Μετασχηματισμός

Στόχος της Δράσης «Προηγμένος Ψηφιακός Μετασχηματισμός ΜμΕ» είναι η αναβάθμιση των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ) Μεσαίας Ψηφιακής ωριμότητας, μέσω της αξιοποίησης προηγμένων συστημάτων και τεχνολογιών, με τα οποία μπορούν να βελτιώσουν τη θέση τους στις διεθνείς αγορές, να ενισχύσουν τη λειτουργική ευελιξία, να βελτιώσουν τη παραγωγική διαδικασία, αλλά και να αναβαθμίσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΗΣ

Ο συνολικός προϋπολογισμός της δράσης ανέρχεται σε 150.000.000€

33.000.000€ για τις Περιφέρειες σε Μετάβαση: Αττική και Νότιο Αιγαίο

117.000.000€ για τις Λιγότερο Ανεπτυγμένες Περιφέρειες: Βόρειο Αιγαίο, Ανατολική Μακεδονία – Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα, Κρήτη, Δυτική Μακεδονία, Ιόνια Νησιά, Πελοπόννησος, Στερεά Ελλάδα.

Η Δημόσια Δαπάνη συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης και από Εθνική Συμμετοχή.

ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ

Υφιστάμενες πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες μεταξύ άλλων θα πρέπει:

Να έχουν κλεισμένη τουλάχιστον μία (1) πλήρη διαχειριστική χρήση.

Να δραστηριοποιούνται σε έναν από τους επιλέξιμους ΚΑΔ του επενδυτικού σχεδίου τουλάχιστον για ένα (1) έτος.

Να διαθέτουν ένα (1) τουλάχιστον επιλέξιμο ΚΑΔ δραστηριότητας, κατά την υποβολή της αίτησης χρηματοδότησης του επενδυτικού σχεδίου, που συμπεριλαμβάνεται στο Παράρτημα XI – ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΚΑΔ).

Η επένδυση να αφορά αποκλειστικά σε ΚΑΔ που περιέχονται στο Παράρτημα XI – ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΚΑΔ).

Να έχουν πέντε (5) τουλάχιστον ΕΜΕ εξαρτημένης εργασίας κατά το ημερολογιακό έτος που προηγείται της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

Να μην έχει γίνει έναρξη εργασιών για το επενδυτικό σχέδιο πριν την υποβολή της αίτησης ενίσχυσης.

Να συγκεντρώνουν κατ' ελάχιστο το βαθμό 80 στο ερωτηματολόγιο ψηφιακής ωριμότητας της παρούσας Πρόσκλησης.

Να συγκεντρώνουν κατ' ελάχιστο το συνολικό βαθμό 50 στα βαθμολογούμενα κριτήρια τα οποία θα αφορούν στην περιγραφή του υποβληθέντος επενδυτικού σχεδίου, τον αριθμό εργαζομένων (ΕΜΕ) και την ψηφιακή ωριμότητα της επιχείρησης.

Επισημαίνεται ότι δεν επιτρέπεται η συστέγαση επιχειρήσεων, ώστε να μην είναι δυνατή η χρήση του εξοπλισμού ή/ και του λογισμικού της ενισχυόμενης επένδυσης από άλλη επιχείρηση. Με τον όρο συστέγαση νοείται η εγκατάσταση της ενισχυόμενης επιχείρησης σε ίδιο, μη διακριτό χώρο με άλλη επιχείρηση. Στην περίπτωση που διαπιστωθεί συστέγαση επιχειρήσεων όπου είναι δυνατή η χρήση του εξοπλισμού της ενισχυόμενης επένδυσης από άλλη επιχείρηση, θα ανακαλείται η απόφαση ένταξης.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

Δαπάνες Εξοπλισμού (ενδεικτικά): Προμήθεια εξελιγμένων συστημάτων λειτουργίας εγκαταστάσεων ή προσωπικού, αυτοματοποίησης της παραγωγής με ρομποτικά συστήματα, αναβάθμισης εσωτερικών δικτύων μεταφοράς δεδομένων κ.λπ.

Δαπάνες Εξοπλισμού για παραγωγή σύγχρονου τεχνολογικού εξοπλισμού και προηγμένων ψηφιακών συστημάτων με ενδεικτικές αλλά εστιασμένες δαπάνες (ενδεικτικά): Προμήθεια εξελιγμένων τεχνολογικών συστημάτων και μηχανολογικού εξοπλισμού για την παραγωγή συστημάτων και εξοπλισμού Industry 4.0., συστημάτων και εξοπλισμού ασφάλειας (π.χ. επιτήρηση χώρων, κυβερνο-προστασία, κ.α.), συστημάτων αυτοματοποίησης, ρομποτικών συστημάτων κ.λπ.

Δαπάνες Λογισμικού (ενδεικτικά): Προμήθεια σύγχρονων εφαρμογών διοικητικού και οικονομικού προγραμματισμού, ψηφιακής ασφάλειας, διαχείρισης πελατών και εφοδιαστικής αλυσίδας, ανάλυσης δεδομένων με εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης, βελτιστοποίησης της παραγωγής, αναβάθμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών, κ.λπ.

Δαπάνες για Παροχή Υπηρεσιών που συνδέονται με τη ψηφιακή αναβάθμιση (ενδεικτικά): Τεχνική υποστήριξη για την παραμετροποίηση και ενσωμάτωση των νέων συστημάτων στη λειτουργία των ΜμΕ, πιστοποίηση συστημάτων κ.λπ.

Ως ημερομηνία έναρξης επιλεξιμότητας δαπανών ορίζεται η ημερομηνία υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ

Ο επιλέξιμος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός ορίζεται από €50.000 έως και €650.000. (ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ Ε.Ε. 651/2014 /ΓΑΚ)

Ο επιχορηγούμενος προϋπολογισμός του επενδυτικού σχεδίου δεν δύναται να υπερβαίνει το τριπλάσιο του υψηλότερου κύκλου εργασιών που επετεύχθη σε μία από τις τρεις (ή λιγότερες εφόσον η επιχείρηση δεν διαθέτει τρεις) κλεισμένες διαχειριστικές περιόδους που προηγούνται του έτους της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης, με ανώτατο όριο το ποσό των 650.000€.

ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Για τις δαπάνες που ενισχύονται βάσει του Άρθρου 14 «Περιφερειακές Επενδυτικές ενισχύσεις» του ΓΚΑΚ, οι εντάσεις τους διαμορφώνονται ακολούθως (Χάρτης Περιφερειακών Ενισχύσεων 2022-2027):

Ένταση (%) ενίσχυσης με βάση το Άρθρο 14 ΓΚΑΚ					
Επιλέξιμες Δαπάνες (Σύμφωνα με το Άρθρο 14)	Περιφέρειες / Περιφερειακές Ενότητες για τις οποίες η ενίσχυση χορηγείται με το αρ. 14 του Καν. ΕΕ 651/2014	Δημόσια Επιχορήγηση		Ιδιωτική Συμμετοχή (%)	
		(%) Έως		Έως	
		Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις
1. Δαπάνες Εξοπλισμού 2. Δαπάνες Λογισμικού	Βόρειο Αιγαίο, Κρήτη, Ανατ. Μακεδονία Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Δυτική μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Ιόνια Νησιά, Δυτική Ελλάδα, Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησος	50%	50%	50%	50%
	Νότιο Αιγαίο	40%	50%	60%	50%
	Δυτικός Τομέας Αθηνών	25%	35%	75%	65%
	Ανατολική Αττική	35%	45%	65%	55%
	Δυτική Αττική	35%	45%	65%	55%
	Πειραιάς, Νήσοι	35%	45%	65%	55%

Στην περίπτωση που οι ενισχύσεις ακολουθούν το πλαίσιο του Άρθρου 17 του Καν. ΕΕ 651/2014 (ΓΚΑΚ), οι εντάσεις τους διαμορφώνονται ακολούθως:

Ένταση Ενισχύσεων (Άρθρο 17 ΓΚΑΚ)		
Επιλέξιμες Δαπάνες (Σύμφωνα με το Άρθρο 18)	Δημόσια Επιχορήγηση (Κοινοτική και Εθνική) Έως (%)	Ιδιωτική Συμμετοχή (%)

	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις
1. Δαπάνες για παροχή υπηρεσιών	10%	20%	90%	80%

*Περιοχές Κεντρικού, Βόρειου και Νότιου Τομέα των Αθηνών

Στην περίπτωση που οι ενισχύσεις ακολουθούν το πλαίσιο του Άρθρου 18 «Περιφερειακές Επενδυτικές ενισχύσεις» του ΓΑΚ, οι εντάσεις τους διαμορφώνονται ακολούθως:

Ένταση Ενισχύσεων (Άρθρο 18 ΓΑΚ)				
Επιλέξιμες Δαπάνες (Σύμφωνα με το Άρθρο 18)	Δημόσια Επιχορήγηση (Κοινοτική και Εθνική) (%) έως		Ιδιωτική Συμμετοχή (%)	
	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις
Για τις Περιοχές Δίκαιης Μετάβασης	50%	50%	50%	50%

Ψηφιακός Μετασχηματισμός Αιχμής

Στόχος της Δράσης «Ψηφιακός Μετασχηματισμός Αιχμής ΜμΕ» είναι η αναβάθμιση των ΜμΕ με τεχνολογίες αιχμής ή με εξελιγμένα ψηφιακά συστήματα της 4ης βιομηχανικής επανάστασης και συμπληρωματικά η κάλυψη επί μέρους αναγκών σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ) που διευρύνουν την παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητά τους.

Η Δράση ενθαρρύνει, κατά προτεραιότητα, την υλοποίηση στοχευμένων επενδυτικών σχεδίων ψηφιακού μετασχηματισμού που συνεισφέρουν σε μία εξωστρεφή, καινοτόμα, ανταγωνιστική και βιώσιμη κρίσιμη παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλότερης προστιθέμενης αξίας.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΗΣ

Ο συνολικός προϋπολογισμός της δράσης ανέρχεται σε 60.000.000€

46.800.000€ για τις Λιγότερο Ανπτυγμένες Περιφέρειες: Βόρειο Αιγαίο, Ανατολική Μακεδονία – Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα, Κρήτη, Δυτική Μακεδονία, Ιόνια Νησιά, Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησος

13.200.000€ για τις Περιφέρειες σε Μετάβαση Αττική και Νότιο Αιγαίο

Η Δημόσια Δαπάνη συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης και από Εθνική Συμμετοχή.

ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ

Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες μεταξύ άλλων θα πρέπει:

Να έχουν κλεισμένη τουλάχιστον μία (1) πλήρη διαχειριστική χρήση.

Να δραστηριοποιούνται σε έναν από τους επιλέξιμους ΚΑΔ του επενδυτικού σχεδίου για ένα (1) τουλάχιστον έτος

Να διαθέτουν τουλάχιστον εννέα (9) ΕΜΕ εξαρτημένης εργασίας κατά το ημερολογιακό έτος που προηγείται της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

Να μην έχει γίνει έναρξη εργασιών για το επενδυτικό σχέδιο πριν την υποβολή της αίτησης ενίσχυσης.

Να συγκεντρώνουν κατ' ελάχιστο το βαθμό 70 στο ερωτηματολόγιο ψηφιακής ωριμότητας της Πρόσκλησης.

Να συγκεντρώνουν κατ' ελάχιστο το συνολικό βαθμό 50 στα βαθμολογούμενα κριτήρια τα οποία θα αφορούν στην περιγραφή του υποβληθέντος επενδυτικού σχεδίου, τον αριθμό εργαζομένων (ΕΜΕ) και την ψηφιακή ωριμότητα της επιχείρησης.

Επισημαίνεται ότι δεν επιτρέπεται η συστέγαση επιχειρήσεων, ώστε να μην είναι δυνατή η χρήση του εξοπλισμού ή/ και του λογισμικού της ενισχυόμενης επένδυσης από άλλη επιχείρηση. Με τον όρο συστέγαση νοείται η εγκατάσταση της ενισχυόμενης επιχείρησης σε ίδιο, μη διακριτό χώρο με άλλη

επιχείρηση. Στην περίπτωση που διαπιστωθεί συστέγαση επιχειρήσεων όπου είναι δυνατή η χρήση του εξοπλισμού ή/και του λογισμικού της ενισχυόμενης επένδυσης από άλλη επιχείρηση, θα ανακαλείται η Απόφαση Ένταξης.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

Δαπάνες Εξοπλισμού (ενδεικτικά): Προμήθεια εξελιγμένων συστημάτων απομακρυσμένης λειτουργίας εγκαταστάσεων, αυτοματοποίησης των διαφόρων σταδίων της αλυσίδας αξίας (παραγωγή – μεταφορά – αποθήκευση), παραγωγής / αποθήκευσης / μεταφοράς με ρομποτικά συστήματα, αναβάθμισης εσωτερικών δικτύων μεταφοράς δεδομένων κ.λπ.

Δαπάνες Λογισμικού (ενδεικτικά): Προμήθεια εφαρμογών αυξημένης ευφυΐας διοικητικού και οικονομικού προγραμματισμού, ψηφιακής ασφάλειας, διαχείρισης πελατών και εφοδιαστικής αλυσίδας, ανάλυσης δεδομένων με εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης, βελτιστοποίησης της παραγωγής, αναβάθμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών κ.λπ.

Δαπάνες για Παροχή Υπηρεσιών που συνδέονται με τη ψηφιακή αναβάθμιση (ενδεικτικά): Συμβουλευτική και τεχνική υποστήριξη για την παραμετροποίηση και ενσωμάτωση των νέων συστημάτων στη λειτουργία των ΜΜΕ, πιστοποίηση συστημάτων κ.λπ.

Ως ημερομηνία έναρξης επιλεξιμότητας δαπανών ορίζεται η ημερομηνία υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ

Ο επιλέξιμος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός ορίζεται από 200.001€ έως και 1.200.000€

Ο επιχορηγούμενος προϋπολογισμός του επενδυτικού σχεδίου δεν δύναται να υπερβαίνει το τριπλάσιο του υψηλότερου κύκλου εργασιών που επετεύχθη σε μία από τις τρεις (ή λιγότερες εφόσον η επιχείρηση δεν διαθέτει τρεις) διαχειριστικές περιόδους που προηγούνται του έτους της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Το ποσοστό ενίσχυσης στις ΜμΕ επιχειρήσεις ορίζεται από 25% έως 60% ανάλογα με το καθεστώς ενίσχυσης, την Περιφέρεια της χώρας και το μέγεθος της επιχείρησης.

Στην περίπτωση που οι ενισχύσεις ακολουθούν το πλαίσιο του Άρθρου 14 «Περιφερειακές Επενδυτικές ενισχύσεις» του ΓΑΚ, οι εντάσεις τους διαμορφώνονται ακολούθως (Χάρτης Περιφερειακών Ενισχύσεων 2022- 2027):

Ένταση (%) ενίσχυσης με βάση το Άρθρο 14 ΓΚΑΚ			
Επιλέξιμες Δαπάνες (Σύμφωνα με το Άρθρο 14)	Περιφέρειες / Περιφερειακές Ενότητες για τις οποίες η	Δημόσια Επιχορήγηση	Ιδιωτική Συμμετοχή (%)

	ενίσχυση χορηγείται με το αρ. 14 του Καν. ΕΕ 651/2014				
		(%). Έως		Έως	
		Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις
1. Δαπάνες Εξοπλισμού 2. Δαπάνες Λογισμικού	Βόρειο Αιγαίο, Κρήτη, Ανατ. Μακεδονία Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Δυτική μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Ιόνια Νησιά, Δυτική Ελλάδα, Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησος	50%	50%	50%	50%
	Νότιο Αιγαίο	40%	50%	60%	50%
	Δυτικός Τομέας Αθηνών	25%	35%	75%	65%
	Ανατολική Αττική	35%	45%	65%	55%
	Δυτική Αττική	35%	45%	65%	55%
	Πειραιάς, Νήσοι	35%	45%	65%	55%

Στην περίπτωση που οι ενισχύσεις ακολουθούν το πλαίσιο του Άρθρου 18 «Περιφερειακές Επενδυτικές ενισχύσεις» του ΓΑΚ, οι εντάσεις τους διαμορφώνονται ακολούθως:

Ένταση Ενισχύσεων (Άρθρο 18 ΓΚΑΚ)				
Επιλέξιμες Δαπάνες (Σύμφωνα με το Άρθρο 18)	Δημόσια Επιχορήγηση (Κοινοτική και Εθνική) Έως (%)		Ιδιωτική Συμμετοχή (%)	
	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις
1. Δαπάνες για παροχή υπηρεσιών	50%	50%	50%	50%

Στην περίπτωση που οι ενισχύσεις ακολουθούν το πλαίσιο του Κανονισμού Ε.Ε. 1407/2013 (De Minimis), οι εντάσεις τους διαμορφώνονται ακολούθως:

Ένταση Ενισχύσεων (De minimis)

Περιφέρειες (για το σύνολο των Περιφερειών της Χώρας)	Δημόσια Επιχορήγηση (Κοινοτική και Εθνική) (%) έως		Ιδιωτική Συμμετοχή (%)	
	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις	Μεσαίες Επιχειρήσεις	Μικρές & πολύ Μικρές Επιχειρήσεις
	50%	50%	50%	50%
Για τις Περιοχές Δίκαιης Μετάβασης	60%	60%	40%	40%

* Περιοχές Δίκαιης Μετάβασης/ Περιφέρειες: Δυτικής Μακεδονίας, Β. Αιγαίου, Ν. Αιγαίου, Κρήτης, Δήμοι: Μεγαλόπολης, Γορτυνίας, Τρίπολης, Οιχαλίας.

Πράσινη Μετάβαση ΜμΕ

Δράση 1«Πράσινος Μετασχηματισμός ΜμΕ»

Η Δράση ενθαρρύνει επενδυτικά σχέδια, που στοχεύουν στην αξιοποίηση και ανάπτυξη συγχρόνων τεχνολογιών, στην αναβάθμιση των παραγόμενων προϊόντων ή/ και παρεχόμενων υπηρεσιών και εν γένει δραστηριοτήτων τους, πριμοδοτώντας ενέργειες οι οποίες αξιοποιούν σύγχρονες τεχνολογίες, υποδομές και βέλτιστες πρακτικές σε θέματα ενεργειακής αναβάθμισης και κυκλικής οικονομίας.

Ελάχιστος / μέγιστος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός: 200.001€ έως και 1.000.000€

Προϋπολογισμός Δράσης: 300.000.000€

Η Δημόσια Δαπάνη συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης και από Εθνική Συμμετοχή. Για λόγους μεγαλύτερης συμπληρωματικότητας η χρηματοδότηση γίνεται με χρήση της Κοινής Στήριξης (άρθρο 25 Κ (ΕΕ) 2021/1060) για τη χρηματοδότηση παρεμβάσεων που εμπίπτουν στο πεδίο ενισχύσεων του ΕΚΤ+.

Κατανομή προϋπολογισμού ανά κατηγορία Περιφερειών:

66.000.000€ για τις Περιφέρειες σε Μετάβαση: Αττική και Νότιο Αιγαίο

234.000.000€ για τις Λιγότερο Ανεπτυγμένες Περιφέρειες: Βόρειο Αιγαίο, Ανατολική Μακεδονία – Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα, Κρήτη, Δυτική Μακεδονία, Ιόνια Νησιά, Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησος

Ποσοστό επιχορήγησης: έως 40% – έκτος από τις ειδικές περιπτώσεις (Δυτικός Τομέας Αθηνών, Ανατολική Αττική, Δυτική Αττική, Πειραιάς, Νήσοι) που ακολουθούν τον Κανονισμό Ε.Ε. 651/2014 (Άρθρο 14) των οποίων τα ποσοστά περιγράφονται αναλυτικά στην Πρόσκληση.

Η επιχορήγηση δύναται να λάβει πρόσθετο ποσοστό 10% εφόσον περιλαμβάνονται δαπάνες «Πράσινης Μετάβασης» GREEN σε ποσοστό 20% του επιλέξιμου προϋπολογισμού του επενδυτικού σχεδίου κατά την ένταξη του επενδυτικού σχεδίου. Το ως άνω προσαυξημένο ποσοστό επιχορήγησης θα παραμένει σταθερό κατά το στάδιο των ενδιάμεσων επαληθεύσεων και πληρωμών.

Δικαιούχοι: υφιστάμενες πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες μεταξύ άλλων θα πρέπει πριν την ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης:

- Να έχουν τουλάχιστον μία (1) πλήρη κλεισμένη διαχειριστική χρήση,
- Να δραστηριοποιούνται ουσιαδώς (Κύριος Κωδικός Δραστηριότητας ή ως Κωδικός Δραστηριότητας με τα μεγαλύτερα έσοδα) σε έναν (1) επιλέξιμο ΚΑΔ δραστηριότητας που συμπεριλαμβάνεται στο Παράρτημα ΙΙΙ ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΙ ΚΑΔ ΜΕ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ του ΚΑΝ. ΕΕ 1407/2013 (DE MINIMIS) ή ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΙ ΚΑΔ ΜΕ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ του ΚΑΝ. ΕΕ 651/2014,
- Να διαθέτουν τον/τους επιλέξιμους ΚΑΔ επένδυσης του Παραρτήματος ΙΙΙ ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΙ ΚΑΔ ΜΕ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ του ΚΑΝ. ΕΕ 1407/2013 (DE MINIMIS) ή ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΙ ΚΑΔ ΜΕ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ του ΚΑΝ. ΕΕ 651/2014.
- Να έχουν τρεις (3) τουλάχιστον ΕΜΕ εξαρτημένης εργασίας κατά το ημερολογιακό έτος που προηγείται της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης,
- Επιπλέον θα πρέπει να μην έχει γίνει έναρξη εργασιών για το επενδυτικό σχέδιο πριν την υποβολή της αίτησης χρηματοδότησης.

Οι συνολικές προϋποθέσεις συμμετοχής των δικαιούχων παρουσιάζονται αναλυτικά στην Πρόσκληση της Δράσης.

Επιλέξιμες Δαπάνες

- Κτίρια, εγκαταστάσεις και περιβάλλον χώρος
- Μηχανήματα – Εξοπλισμός (Συμβατικές Δαπάνες)
- Εξοπλισμός (GREEN)
- Πιστοποίηση Προϊόντων – Υπηρεσιών – Διαδικασιών
- Υπηρεσίες Σχεδιασμού Συσκευασίας – Ετικέτας – Branding
- Δαπάνες Προβολής και Εξωστρέφειας
- Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις
- Τεχνικές Μελέτες & Συμβουλευτικές Υπηρεσίες
- Μεταφορικά Μέσα (GREEN) – Υποχρεωτικά ηλεκτρικά
- Μισθολογικό κόστος νέων εργαζομένων – (νέο προσωπικό από 1 έως 3 ΕΜΕ)
- Έμμεσες δαπάνες

Ως ημερομηνία έναρξης επιλεξιμότητας δαπανών ορίζεται η ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

Μέγιστη διάρκεια ολοκλήρωσης φυσικού και οικονομικού αντικείμενου: Είκοσι τέσσερις (24) μήνες από την ημερομηνία έκδοσης της Απόφασης Έγκρισης Αποτελεσμάτων Αξιολόγησης.

Πράσινη Μετάβαση ΜμΕ

Δράση 2 «Πράσινη Παραγωγική Επένδυση ΜμΕ»

Η Δράση ενθαρρύνει επενδυτικά σχέδια που στοχεύουν στην αξιοποίηση και ανάπτυξη συγχρόνων τεχνολογιών, στην αναβάθμιση των παραγόμενων προϊόντων ή/ και παρεχόμενων υπηρεσιών και εν γένει δραστηριοτήτων τους, πριμοδοτώντας ενέργειες οι οποίες αξιοποιούν σύγχρονες τεχνολογίες, υποδομές και βέλτιστες πρακτικές σε θέματα ενεργειακής αναβάθμισης και κυκλικής οικονομίας.

Έναρξη Υποβολής Αιτήσεων: Τετάρτη 22/03/2023 και ώρα 12:00

Ελάχιστος / μέγιστος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός: 30.000€ έως και 200.000€

Προϋπολογισμός Δράσης: 400.000.000€

Η Δημόσια Δαπάνη συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης και από Εθνική Συμμετοχή. Για λόγους μεγαλύτερης συμπληρωματικότητας η χρηματοδότηση γίνεται με χρήση της Κοινής Στήριξης (άρθρο 25 Κ (ΕΕ) 2021/1060) για τη χρηματοδότηση παρεμβάσεων που εμπίπτουν στο πεδίο ενισχύσεων του ΕΚΤ+.

Κατανομή προϋπολογισμού ανά κατηγορία Περιφερειών:

88.000.000€ για τις Περιφέρειες σε Μετάβαση: Αττική και Νότιο Αιγαίο

312.000.000€ για τις Λιγότερο Ανπτυγμένες Περιφέρειες: Βόρειο Αιγαίο, Ανατολική Μακεδονία – Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα, Κρήτη, Δυτική Μακεδονία, Ιόνια Νησιά, Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησος

Ποσοστό ενίσχυσης: Έως 40%

Η επιχορήγηση δύναται να λάβει πρόσθετο ποσοστό 10% εφόσον περιλαμβάνονται δαπάνες «Πράσινης Μετάβασης» GREEN σε ποσοστό 20% του επιλέξιμου προϋπολογισμού του επενδυτικού σχεδίου κατά την ένταξη του επενδυτικού σχεδίου. Το ως άνω προσαυξημένο ποσοστό επιχορήγησης θα παραμένει σταθερό κατά το στάδιο των ενδιάμεσων επαληθεύσεων και πληρωμών.

Δικαιούχοι: Υφιστάμενες Μικρές, Πολύ Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις, οι οποίες, μεταξύ άλλων, θα πρέπει πριν την ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης:

- Να έχουν τουλάχιστον μία (1) πλήρη κλεισμένη διαχειριστική χρήση,
- Να δραστηριοποιούνται ουσιαδώς (Κύριος Κωδικός Δραστηριότητας ή Κωδικός Δραστηριότητας με τα μεγαλύτερα έσοδα) σε έναν (1) επιλέξιμο ΚΑΔ δραστηριότητας που συμπεριλαμβάνεται στο Παράρτημα ΙΙΙ ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΚΑΔ),
- Να διαθέτουν τον/τους επιλέξιμους ΚΑΔ επένδυσης του Παραρτήματος ΙΙΙ – ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΚΑΔ),
- Να έχουν δύο (2) τουλάχιστον ΕΜΕ εξαρτημένης εργασίας κατά το ημερολογιακό έτος που προηγείται της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

Οι συνολικές προϋποθέσεις συμμετοχής των δικαιούχων παρουσιάζονται αναλυτικά στον οδηγό της Δράσης.

Επιλέξιμες Δαπάνες

- Κτίρια, εγκαταστάσεις και περιβάλλον χώρος
- Μηχανήματα – Εξοπλισμός (Συμβατικές Δαπάνες)
- Εξοπλισμός (GREEN)
- Πιστοποίηση Προϊόντων – Υπηρεσιών – Διαδικασιών
- Υπηρεσίες Σχεδιασμού Συσκευασίας – Ετικέτας – Branding
- Δαπάνες Προβολής και Εξωστρέφειας
- Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις
- Τεχνικές Μελέτες & Συμβουλευτικές Υπηρεσίες
- Μεταφορικά Μέσα (GREEN) – Υποχρεωτικά ηλεκτρικά οχήματα
- Μισθολογικό κόστος νέων εργαζομένων – (νέο προσωπικό από 1 έως 3 ΕΜΕ)
- Έμμεσες δαπάνες

Ως **ημερομηνία έναρξης επιλεξιμότητας δαπανών** ορίζεται η ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

Μέγιστη διάρκεια ολοκλήρωσης φυσικού και οικονομικού αντικείμενου: Είκοσι τέσσερις (24) μήνες από την ημερομηνία έκδοσης της Απόφασης Έγκρισης Αποτελεσμάτων Αξιολόγησης.

Δράση «Ενίσχυση της Ίδρυσης και Λειτουργίας Νέων Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων»

Η Δράση «Ενίσχυση της Ίδρυσης και Λειτουργίας Νέων Μικρομεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων», αφορά στην ενίσχυση της τουριστικής επιχειρηματικότητας μέσω της δημιουργίας νέων πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων επιλεγμένων ΚΑΔ του τουρισμού.

Προϋπολογισμός: 160.000.000 €

Η Δράση συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από το Ελληνικό Δημόσιο.

Επιλέξιμες Επιχειρήσεις

Υπό ίδρυση και νεοσύστατες μεσαίες, μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις που αναμένεται να δραστηριοποιηθούν στον κλάδο του τουρισμού, όπως αυτές ορίζονται στη Σύσταση της Επιτροπής 2003/361/ΕΚ.

Με τον όρο νεοσύστατες ορίζονται οι επιχειρήσεις για τις οποίες δεν έχει παρέλθει 12μηνο συνεχούς λειτουργίας από την ημερομηνία έναρξης της επιχείρησης έως και την ημερομηνία προκήρυξης της δράσης.

Οι επιλέξιμοι κωδικοί αριθμοί δραστηριοτήτων (ΚΑΔ) θα ορισθούν στην Αναλυτική Πρόσκληση της Δράσης.

Στην περίπτωση που η επένδυση αφορά σε τουριστικό κατάλυμα, αυτό να είναι συγκεκριμένης δυναμικότητας και προδιαγραφών ως εξής:

- Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα
- Ξενοδοχεία
- Κατάταξη σε κατηγορία 4**** (τεσσάρων αστέρων) και άνω
- Δυναμικότητα Δώδεκα (12) κλίνες και άνω
- Ξενοδοχειακά τουριστικά καταλύματα εντός παραδοσιακών κτισμάτων που προβλέπονται στο π.δ. 33/1979
- Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (camping)
- Κατάταξη σε κατηγορία 3*** (τριών αστέρων) και άνω
- Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα
- Αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα – τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες
- Ελάχιστος Αριθμός κατοικιών: Τρεις (3)

Σημειώνεται: Το σύνολο των αυτοεξυπηρετούμενων καταλυμάτων – τουριστικών επιπλωμένων κατοικιών υποχρεωτικώς θα πρέπει να ενσωματώνονται στο ίδιο Σήμα ΜΗΤΕ.

- Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια – διαμερίσματα
- Κατάταξη σε κατηγορία 4 κλειδιά και άνω
- Ελάχιστη δυναμικότητα Δώδεκα (12) κλίνες

Το σύνολο των προϋποθέσεων συμμετοχής θα ορισθούν στην Αναλυτική Πρόσκληση της Δράσης.

Ερευνώ – Καινοτομώ 2021-2027

Οι Αιτήσεις Χρηματοδότησης θα πρέπει να αφορούν σε έργα έρευνας και καινοτομίας και να εντάσσονται σε μία από τις 4 παρεμβάσεις:

- Έρευνα και Ανάπτυξη από Επιχειρήσεις.
- Συμπράξεις Επιχειρήσεων με Ερευνητικούς Οργανισμούς.
- Αξιοποίηση Ερευνητικών Αποτελεσμάτων.
- Σφραγίδα Αριστείας (Seal of Excellence) για επιχειρήσεις.

Παρέμβαση I: Έρευνα και Ανάπτυξη από Επιχειρήσεις

Η Παρέμβαση I απευθύνεται σε υφιστάμενες επιχειρήσεις ανεξαρτήτως ημερομηνίας ίδρυσης. Δυνητικοί δικαιούχοι είναι είτε μια μικρομεσαία επιχείρηση (ΜμΕ) είτε Ομάδες Επιχειρήσεων στις οποίες απαραίτητα τουλάχιστον μία είναι ΜμΕ.

Το ενισχυόμενο έργο πρέπει να εμπίπτει σε μία ή περισσότερες από τις κατηγορίες **βιομηχανική έρευνα, πειραματική ανάπτυξη και μελέτες σκοπιμότητας**.

Μέγιστος συνολικός προϋπολογισμός Αίτησης Χρηματοδότησης: 800.000 €

Μέγιστη διάρκεια έργου: τριάντα έξι (36) μήνες, με δυνατότητα παράτασης κατά χρονικό διάστημα ίσο με το ένα τρίτο της αρχικής διάρκειας.

Ένταση Ενίσχυσης (Η ένταση ενίσχυσης καθορίζεται χωριστά για κάθε δικαιούχο ενίσχυσης στην περίπτωση συνεργατικών έργων)

επιλέξιμη δραστηριότητα		μεγάλες επιχειρήσεις	μεσαίες επιχειρήσεις	μικρές επιχειρήσεις
έργα έρευνας και ανάπτυξης	βιομηχανική έρευνα	50%	60%	70%
	βιομηχανική έρευνα υπό προϋποθέσεις*	65%	75%	80%
	πειραματική ανάπτυξη	25%	35%	45%
	πειραματική ανάπτυξη υπό προϋποθέσεις*	40%	50%	60%
	μελέτες σκοπιμότητας	50%	60%	70%

*Η προσαυξημένη ένταση της ενίσχυσης για τη βιομηχανική έρευνα και την πειραματική ανάπτυξη ισχύει, εάν πληρούνται μία από τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

i) το έργο προβλέπει πραγματική συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων από τις οποίες τουλάχιστον μία είναι ΜΜΕ και από τις οποίες καμία μεμονωμένη δεν φέρει άνω του 70% των επιλέξιμων δαπανών,

ή

ii) τα αποτελέσματα του έργου διαδίδονται ευρέως μέσω συνεδρίων, δημοσιεύσεων, αποθετηρίων ελεύθερης πρόσβασης ή μέσω δωρεάν λογισμικού ή λογισμικού ανοικτής πηγής.

Παρέμβαση II: Συμπράξεις Επιχειρήσεων με Ερευνητικούς Οργανισμούς

Η Παρέμβαση II αφορά συμπράξεις υφισταμένων επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως μεγέθους και ημερομηνίας ίδρυσης, με ερευνητικούς οργανισμούς, με κύριους αποδέκτες τις επιχειρήσεις.

Σε συμπράξεις δύο ή τριών ή τεσσάρων εταιρών – φορέων, ο ένας θα πρέπει απαραίτητα να είναι ΜμΕ. Σε συμπράξεις άνω των τεσσάρων εταιρών – φορέων οι δύο θα πρέπει απαραίτητα να είναι επιχειρήσεις και τουλάχιστον μία θα πρέπει να είναι ΜμΕ.

Το ενισχυόμενο συνεργατικό έργο πρέπει να εμπίπτει σε μία ή περισσότερες από τις κατηγορίες βιομηχανική έρευνα, πειραματική ανάπτυξη και μελέτες σκοπιμότητας.

Μέγιστος συνολικός προϋπολογισμός Αίτησης Χρηματοδότησης: 2.000.000 €

Μέγιστη διάρκεια έργου: τριάντα έξι (36) μήνες, με δυνατότητα παράτασης κατά χρονικό διάστημα ίσο με το ένα τρίτο της αρχικής διάρκειας.

Ένταση Ενίσχυσης (Η ένταση ενίσχυσης καθορίζεται χωριστά για κάθε δικαιούχο ενίσχυσης στην περίπτωση συνεργατικών έργων)

επιλέξιμη δραστηριότητα		μεγάλες επιχειρήσεις	μεσαίες επιχειρήσεις	μικρές επιχειρήσεις
έργα έρευνας και ανάπτυξης	βιομηχανική έρευνα	50%	60%	70%
	βιομηχανική έρευνα υπό προϋποθέσεις*	65%	75%	80%
	πειραματική ανάπτυξη	25%	35%	45%
	πειραματική ανάπτυξη υπό προϋποθέσεις*	40%	50%	60%
	μελέτες σκοπιμότητας	50%	60%	70%

*Η προσαυξημένη ένταση της ενίσχυσης για τη βιομηχανική έρευνα και την πειραματική ανάπτυξη ισχύει, εάν πληρούται μία από τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

i) το έργο προβλέπει **πραγματική συνεργασία μεταξύ μιας επιχείρησης και ενός ή περισσοτέρων οργανισμών έρευνας και διάδοσης γνώσεων, οι οποίοι φέρουν τουλάχιστον το 10% των επιλέξιμων δαπανών και έχουν δικαίωμα να δημοσιεύουν τα αποτελέσματα των ερευνών τους**

ii) **τα αποτελέσματα του έργου διαδίδονται ευρέως μέσω συνεδρίων, δημοσιεύσεων, αποθετηρίων ελεύθερης πρόσβασης ή μέσω δωρεάν λογισμικού ή λογισμικού ανοικτής πηγής.**

Παρέμβαση III: Αξιοποίηση Ερευνητικών Αποτελεσμάτων

Δυνητικοί δικαιούχοι στην Παρέμβαση III, είναι υφιστάμενες μεμονωμένες μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

Το ενισχυόμενο έργο πρέπει να εμπίπτει σε μία ή περισσότερες από τις κατηγορίες πειραματική ανάπτυξη και μελέτες σκοπιμότητας.

Μέγιστος συνολικός προϋπολογισμός Αίτησης Χρηματοδότησης: 2.000.000 €

Μέγιστη διάρκεια έργου: τριάντα έξι (36) μήνες, με δυνατότητα παράτασης κατά χρονικό διάστημα ίσο με το ένα τρίτο της αρχικής διάρκειας.

Ένταση Ενίσχυσης (Η ένταση ενίσχυσης καθορίζεται χωριστά για κάθε δικαιούχο ενίσχυσης στην περίπτωση συνεργατικών έργων)

επιλέξιμη δραστηριότητα		μεσαίες επιχειρήσεις	μικρές επιχειρήσεις
έργα έρευνας και ανάπτυξης	πειραματική ανάπτυξη	35%	45%
	πειραματική ανάπτυξη υπό προϋποθέσεις*	50%	60%
	μελέτες σκοπιμότητας	60%	70%

*Η προσαυξημένη ένταση της ενίσχυσης για την πειραματική ανάπτυξη ισχύει, εάν πληρούται η ακόλουθη προϋπόθεση: **τα αποτελέσματα του έργου διαδίδονται ευρέως μέσω συνεδρίων, δημοσιεύσεων, αποθετηρίων ελεύθερης πρόσβασης ή μέσω δωρεάν λογισμικού ή λογισμικού ανοικτής πηγής.**

Παρέμβαση IV: Σφραγίδα Αριστείας (Seal of Excellence) για επιχειρήσεις

Δυνητικοί δικαιούχοι είναι μικρομεσαίες ελληνικές επιχειρήσεις που έλαβαν τη Σφραγίδα Αριστείας (Seal of Excellence) για έργα έρευνας και ανάπτυξης.

Μέγιστος συνολικός προϋπολογισμός Αίτησης Χρηματοδότησης: Στο όριο του εγκεκριμένου Π/Υ από το Horizon Europe.

Μέγιστη διάρκεια έργου: τριάντα έξι (36) μήνες, με δυνατότητα παράτασης κατά χρονικό διάστημα ίσο με το ένα τρίτο της αρχικής διάρκειας.

Η **ένταση ενίσχυσης** για την ενισχυόμενη επιχείρηση (συνολικά για το έργο έρευνας και ανάπτυξης) καθορίζεται στο 70%. Σε κάθε περίπτωση, η συνολική δημόσια χρηματοδότηση που παρέχεται για κάθε έργο έρευνας και ανάπτυξης δεν υπερβαίνει το ποσοστό χρηματοδότησης που καθορίζεται για το εν λόγω έργο έρευνας και ανάπτυξης βάσει των κανόνων των προγραμμάτων «Ορίζων Ευρώπη»

Επιλέξιμοι Τομείς Δραστηριότητας

Στρατηγικές περιοχές παρέμβασης (προτεραιότητες) οι οποίες καθορίστηκαν στην Εθνική Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης 2021-2027:

1. Υλικά, Κατασκευές & Βιομηχανία
2. Τουρισμός, Πολιτισμός & Δημιουργικές Βιομηχανίες
3. Αγροδιατροφική Αλυσίδα
4. Περιβάλλον & Κυκλική Οικονομία
5. Βιοεπιστήμες, Υγεία, Φάρμακα
6. Μεταφορές & Εφοδιαστική Αλυσίδα
7. Αειφόρος Ενέργεια
8. Ψηφιακές Τεχνολογίες

Κριτήρια Αξιολόγησης

ΚΡΙΤΗΡΙΟ Α. Επιστημονική και τεχνική αρτιότητα (Excellence)

- **Σαφήνεια και συνάφεια των στόχων του έργου, σε ποιο βαθμό το έργο είναι φιλόδοξο και στην αιχμή της τεχνολογίας.**

- **Αξιοπιστία και καταλληλότητα της προτεινόμενης ερευνητικής προσέγγισης, ορθότητα των επιστημονικών αρχών και διεπιστημονικότητα.** Συνεκτίμηση της **διάστασης του Φύλου** στο πλαίσιο του περιεχόμενου της έρευνας και καινοτομίας του έργου, ο βαθμός ενσωμάτωσης πρακτικών για την **Ανοιχτή επιστήμη** συμπεριλαμβανομένης της **ανταλλαγής και διαχείρισης δεδομένων και της ενεργού συμμετοχής των πολιτών**, όπου ενδείκνυται.

ΚΡΙΤΗΡΙΟ Β. Αποτελέσματα και Επιπτώσεις (Impact)

- **Αξιοπιστία των ερευνητικών οδών και των προσεγγίσεων**
- **Καταλληλότητα και ποιότητα των μέτρων για τη μεγιστοποίηση των αναμενόμενων αποτελεσμάτων και επιπτώσεων**, όπως αυτά ορίζονται στο **σχέδιο αξιοποίησης και διάχυσης των αποτελεσμάτων** του έργου συμπεριλαμβανομένων των **δράσεων επικοινωνίας και δημοσιότητας.**

ΚΡΙΤΗΡΙΟ Γ. Ποιότητα και αποτελεσματικότητα της υλοποίησης (Quality and efficiency of the implementation)

- **Ποιότητα, συνεκτικότητα και αποτελεσματικότητα του σχεδίου υλοποίησης** (work plan, risk management, work packages, resources management)
- **Ικανότητα, επιστημονική και τεχνική επάρκεια** (ομάδα έργου, τεχνογνωσία, εμπειρία)

ΓΕΝΙΚΑ

Για τη συμμετοχή τους στη Δράση, οι επιχειρήσεις πρέπει να έχουν συσταθεί νόμιμα και να λειτουργούν στην Ελλάδα ή σε άλλο Κράτος – Μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης είτε ως νομικά πρόσωπα (π.χ. ΑΕ, ΕΠΕ, ΟΕ, ΕΕ, ΙΚΕ, ΚοινΣΕπ) είτε ως ατομικές επιχειρήσεις.

Εξαιρούνται οι προβληματικές επιχειρήσεις καθώς και οι επιχειρήσεις για τις οποίες εκκρεμεί απόφαση ανάκτησης ενίσχυσης από την ΕΕ.

Κάθε αυτοτελής επιχείρηση (με ξεχωριστό ΑΦΜ) μπορεί να συμμετέχει ως δυνητικός δικαιούχος σε έως πέντε (5) Αιτήσεις Χρηματοδότησης αθροιστικά ανεξαρτήτως παρέμβασης, καθ' όλη τη διάρκεια της Δράσης.

Σημειώνεται ότι δεν τίθεται περιορισμός στον αριθμό των προτάσεων στις οποίες συμμετέχει ένας ερευνητικός οργανισμός.

Το σύνολο του προϋπολογισμού των προτάσεων μιας επιχείρησης - δυνητικού δικαιούχου, δεν δύναται να υπερβαίνει το πενταπλάσιο του υψηλότερου κύκλου εργασιών που επετεύχθη σε μία από τις τρεις (ή λιγότερες εφόσον η επιχείρηση δεν διαθέτει τρεις) διαχειριστικές περιόδους, του έτους που προηγείται της υποβολής της αίτησης χρηματοδότησης.

ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ – ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ ΤΟΥ Ν. 4887/2022

Ενίσχυση του Μεταποιητικού Κλάδου καθώς και του Κλάδου της Εφοδιαστικής Αλυσίδας με ενίσχυση έως και 75%

Η υποβολή των αιτήσεων πραγματοποιείται μέσω του ΠΣ.Αν (<https://opsan.mindev.gov.gr>)

Προβλέπεται ενίσχυση μέχρι 75%, με βάση τον Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων, ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και την περιοχή εγκατάστασης.

Σκοπός του παρόντος καθεστώτος είναι η ενίσχυση των επενδυτικών σχεδίων που ανήκουν στον τομέα της μεταποίησης, πλην της μεταποίησης των γεωργικών προϊόντων, και των επενδυτικών σχεδίων στον κλάδο της εφοδιαστικής αλυσίδας, με αντικείμενο την τεχνολογική, παραγωγική, διοικητική και οργανωτική αναβάθμιση, καθώς και την καινοτόμο και εξωστρεφή ανάπτυξη και μεγέθυνση, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικής θέσης των επιχειρήσεων στην εγχώρια και διεθνή αγορά.

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Ο συνολικός προϋπολογισμός του παρόντος καθεστώτος για το έτος 2023 ανέρχεται σε **εκατό πενήντα εκατομμύρια (150.000.000) ευρώ**, εκ των οποίων εβδομήντα πέντε εκατομμύρια (75.000.000) ευρώ αφορούν το είδος ενίσχυσης της φορολογικής απαλλαγής.

Τα λοιπά εβδομήντα πέντε εκατομμύρια (75.000.000) ευρώ αφορούν τα είδη ενίσχυσης της επιχορήγησης, της επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης και της επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης και προέρχονται από τον Προϋπολογισμό Δημοσίων Επενδύσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων.

ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ

- Εμπορική εταιρία
- Συνεταιρισμός
- Κοιν.Σ.Επ, Α.Σ, Ο.Π, ΑΕΣ
- Κοινοπραξίες που ασκούν εμπορική δραστηριότητα,
- Δημόσιες και δημοτικές επιχειρήσεις και θυγατρικές τους υπό προϋποθέσεις

Από τις ενισχύσεις και την υπαγωγή στον παρόν καθεστώς εξαιρούνται:

α. επιχειρήσεις, σε βάρος των οποίων εκκρεμεί, κατά την υποβολή της αίτησης επενδυτικού σχεδίου, διαδικασία ανάκτησης ενισχύσεων (αρχή Deggendorf),

β. οι προβληματικές επιχειρήσεις, εφόσον συντρέχει τουλάχιστον μία από τις προϋποθέσεις που τίθενται στην παρ. 18 του άρθρου 2 του Γ.Α.Κ.

γ. επιχειρήσεις οι οποίες, κατά τα δύο (2) έτη πριν από την υποβολή της αίτησης ενίσχυσης:

γα. Έχουν μετεγκαταστήσει την επιχειρηματική εγκατάσταση, στην οποία πρόκειται να πραγματοποιηθεί η αρχική επένδυση για την οποία ζητείται η ενίσχυση ή

γβ. αρνούνται να δεσμευθούν ότι δεν θα μετεγκαταστήσουν την ως άνω επιχειρηματική εγκατάσταση, για περίοδο δύο (2) ετών, μετά από την ολοκλήρωση της αρχικής επένδυσης,

δ. επιχειρήσεις, οι οποίες υλοποιούν επενδυτικά σχέδια που πραγματοποιούνται με πρωτοβουλία και για λογαριασμό του Δημοσίου, βάσει σχετικής σύμβασης εκτέλεσης έργου, παραχώρησης ή παροχής υπηρεσιών.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

- Δημιουργία νέας μονάδας.
- Επέκταση δυναμικότητας υφιστάμενης μονάδας.
- Διαφοροποίηση της παραγωγής μιας μονάδας σε προϊόντα που δεν έχουν παραχθεί ποτέ ή υπηρεσίες που δεν έχουν παρασχεθεί από αυτήν με τον όρο ότι οι ενισχυόμενες δαπάνες υπερβαίνουν τουλάχιστον κατά διακόσια τοις εκατό (200%) τη λογιστική αξία των στοιχείων ενεργητικού που χρησιμοποιούνται εκ νέου, όπως η αξία αυτή έχει καταγραφεί στο φορολογικό έτος, που προηγείται της αίτησης υπαγωγής του επενδυτικού σχεδίου. Θεμελιώδης αλλαγή του συνόλου της παραγωγικής διαδικασίας.
- Θεμελιώδης αλλαγή του συνόλου της παραγωγικής διαδικασίας υφιστάμενης μονάδας. Επί μεγάλων επιχειρήσεων, απαιτείται επίσης, οι ενισχυόμενες επενδυτικές δαπάνες να υπερβαίνουν τις αποσβέσεις των 3 τελευταίων φορολογικών ετών των στοιχείων του ενεργητικού, τα οποία συνδέονται με τη δραστηριότητα που πρόκειται να εκσυγχρονιστεί. Αν δεν αποτυπώνονται σαφώς οι συνδεόμενες με τη δραστηριότητα αποσβέσεις των στοιχείων του ενεργητικού, θεωρείται ότι δεν πληρούται η ως άνω προϋπόθεση.

Για τα επενδυτικά σχέδια των υπηρεσιών μεταφοράς με διαχείριση της αλυσίδας εφοδιασμού προς τρίτους (Logistics – ΚΑΔ 52.29.19.03) η παροχή υπηρεσίας σε εταιρείες του ίδιου ομίλου δύναται να ανέρχεται μέχρι ποσοστού 30% των συνολικά παρεχόμενων υπηρεσιών. Για τα ίδια επενδυτικά σχέδια ο τόπος εγκατάστασής τους θα πρέπει να είναι διακριτός από εγκαταστάσεις άλλων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της εταιρείας ή των εταιρειών του Ομίλου. Για την ίδρυση, επέκταση ή εκσυγχρονισμό μονάδων παροχής υπηρεσιών εφοδιαστικής αλυσίδας απαραίτητη προϋπόθεση, εφόσον δεν υφίστανται, είναι η υλοποίηση επενδυτικών έργων εγκατάστασης και θέσης σε λειτουργία ολοκληρωμένων συστημάτων πληροφορικής & επικοινωνιών – τηλεματικής, για την υποστήριξη των αποθηκεύσεων, των φορτοεκφορτώσεων και της εν γένει διαχείρισης των υλικών – εμπορευμάτων.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

Ενσώματα στοιχεία ενεργητικού

– Κατασκευή, επέκταση, εκσυγχρονισμός κτιριακών εγκαταστάσεων και ειδικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων κτηρίων και η διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου. Αθροιστικά δεν μπορούν να υπερβαίνουν το 45% του συνόλου των επιλέξιμων δαπανών περιφερειακού χαρακτήρα. Ο ως άνω συντελεστής διαμορφώνεται στο εβδομήντα τοις εκατό (70%) για τα επενδυτικά σχέδια των Υπηρεσιών μεταφοράς με διαχείριση της αλυσίδας εφοδιασμού προς τρίτους (Logistics – κωδ. αριθμός δραστηριότητας : 52.29.19.03) καθώς και στο ογδόντα τοις εκατό (80%) για επενδυτικά σχέδια που υλοποιούνται σε κτίρια, τα οποία είναι χαρακτηρισμένα ως διατηρητέα. – Αγορά του συνόλου των υφιστάμενων παγίων στοιχείων ενεργητικού, για ΜΜΕ, υπό προϋποθέσεις.

- Ενίσχυση της αγοράς του συνόλου ή και μέρους των υφιστάμενων παγίων στοιχείων ενεργητικού, όπως κτίρια, μηχανήματα και λοιπός εξοπλισμός επιχειρηματικής εγκατάστασης (υπό προϋποθέσεις).
- Αγορά και εγκατάσταση καινούριων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, τεχνικών εγκαταστάσεων και μεταφορικών μέσων εσωτερικής διακίνησης.
- Μισθώματα χρηματοδοτικής μίσθωσης καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού.
- Ειδικές & μηχανολογικές εγκαταστάσεις.

Άυλα στοιχεία ενεργητικού

- Μεταφορά τεχνολογίας, αγορά δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, άδειες εκμετάλλευσης, ευρεσιτεχνίες, τεχνογνωσία και μη κατοχυρωμένες τεχνικές γνώσεις.
- Συστήματα διασφάλισης ποιότητας, πιστοποιήσεις, προμήθεια και εγκατάσταση λογισμικού και συστήματα οργάνωσης της επιχείρησης.

Για τις Μεγάλες επιχειρήσεις οι επιλέξιμες δαπάνες για άυλα στοιχεία ενεργητικού δεν μπορούν να υπερβούν το 30% του συνόλου των επιλέξιμων δαπανών και για τις ΜΜΕ το 50%.

Μισθολογικό κόστος

Το μισθολογικό κόστος των νέων θέσεων εργασίας, που δημιουργούνται ως αποτέλεσμα της πραγματοποίησης του επενδυτικού σχεδίου υπολογίζεται για δύο (2) έτη από τη δημιουργία κάθε θέσης. Το ως άνω μισθολογικό κόστος αποτελεί επιλέξιμη δαπάνη μόνο αυτοτελώς και όχι σε συνδυασμό με τις περ. α' ή/και β' και εφόσον υλοποιείται αρχική επένδυση.

Προϋποθέσεις ενίσχυσης μισθολογικού κόστους:

1. Το επενδυτικό έργο συνεπάγεται καθαρή αύξηση του αριθμού των εργαζομένων αποτυπωμένη σε Ετήσιες Μονάδες Εργασίας (Ε.Μ.Ε.) στην επιχειρηματική εγκατάσταση και αντιστοίχως στην επιχείρηση, σε σύγκριση με τις Ε.Μ.Ε. του προηγούμενου δωδεκαμήνου από την ημερομηνία υποβολής της αίτησης υπαγωγής,
2. η πλήρωση των θέσεων εργασίας θα πρέπει να γίνει εντός 3 ετών από την ημερομηνία ολοκλήρωσης και έναρξης παραγωγικής λειτουργίας,
3. κάθε θέση εργασίας που δημιουργείται μέσω της επένδυσης διατηρείται στη συγκεκριμένη ενισχυόμενη εγκατάσταση για περίοδο πέντε (5) τουλάχιστον ετών για μεγάλες, τεσσάρων (4) τουλάχιστον ετών για μεσαίες επιχειρήσεις και τριών (3) τουλάχιστον ετών για μικρές επιχειρήσεις, από την ημερομηνία πρώτης πλήρωσής της.

Λοιπές κατηγορίες δαπανών

- Δαπάνες για Συμβουλευτικές Υπηρεσίες και αφορούν επενδυτικά σχέδια νέων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων και δεν μπορεί να αποτελούν αντικείμενο συνεχούς ή περιοδικής

δραστηριότητας, ούτε να συνδέονται με τις συνήθεις λειτουργικές δαπάνες της επιχείρησης. Νέα επιχείρηση θεωρείται η νεοσύστατη επιχείρηση που δεν έχει κλείσει κατά το χρόνο υποβολής της αίτησης υπαγωγής στο καθεστώς διαχειριστική χρήση.

- Δαπάνες για επαγγελματική κατάρτιση. Επιλέξιμες είναι οι δαπάνες που αφορούν στην αναβάθμιση των προσόντων ή την επανεκπαίδευση των εργαζομένων.
- Δαπάνες για συμμετοχή ΜμΕ σε εμπορικές εκθέσεις. Επιλέξιμες είναι οι δαπάνες μίσθωσης, εγκατάστασης και διαχείρισης περιπτέρου για τη συμμετοχή μίας επιχείρησης σε οποιαδήποτε εμπορική έκθεση.
- Δαπάνες για επενδυτικές ενισχύσεις προς ΜΜΕ. Επιλέξιμες είναι οι δαπάνες σε ενσώματα και άυλα στοιχεία ενεργητικού και το εκτιμώμενο μισθολογικό κόστος των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται άμεσα από το επενδυτικό έργο υπολογιζόμενο για περίοδο δύο ετών.

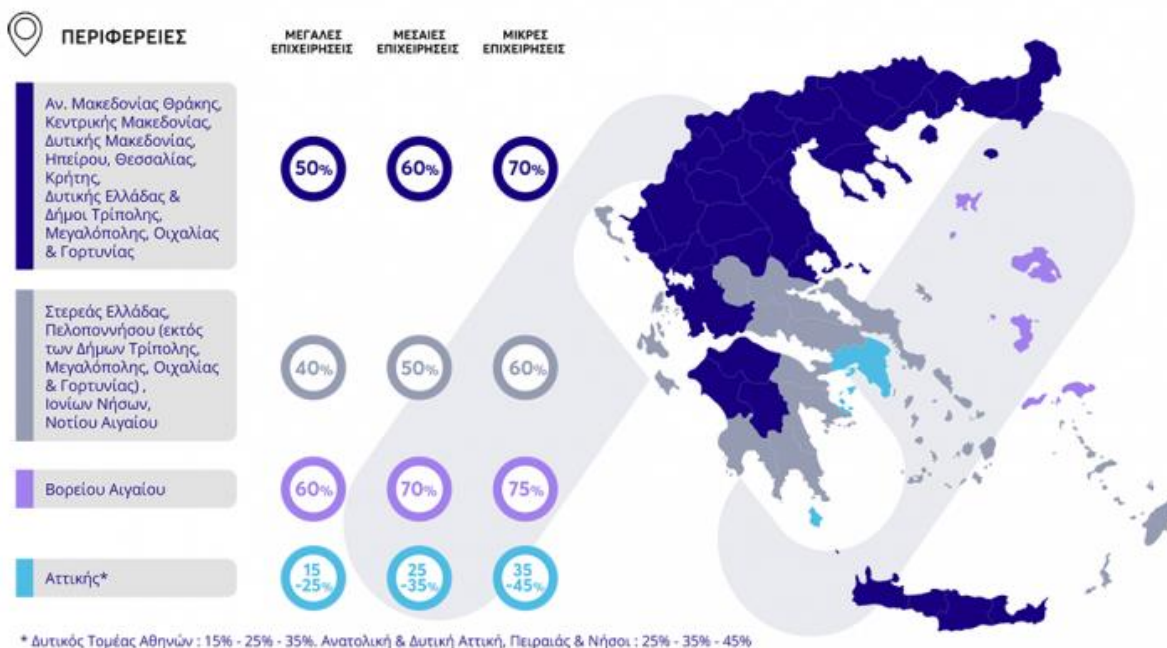
ΕΙΔΗ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

- Φορολογική απαλλαγή
- Επιχορήγηση
- Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης
- Επιδότηση κόστους δημιουργούμενης απασχόλησης

ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Τα ποσοστά ενίσχυσης, σύμφωνα με τον νέο Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων, διαμορφώνονται ως εξής:

ΧΑΡΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ 2021 -2027



Σημείωση: Για την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου το ανώτατο ποσοστό ενίσχυσης ορίζεται για τις μεγάλες επιχειρήσεις στο 55%, για τις μεσαίες επιχειρήσεις στο 65% και για τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις στο 75%.

Για τις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, τα ποσοστά ενισχύσεων για όλα τα είδη κινήτρων, πλην της επιχορήγησης, χορηγούνται στο ανώτατο ποσοστό του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων. Το κίνητρο της επιχορήγησης χορηγείται στο ογδόντα τοις εκατό (80%) του ανώτατου ορίου του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων.

Για τις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις τα ποσοστά ενισχύσεων για όλα τα είδη κινήτρων, πλην της επιχορήγησης, χορηγούνται στο ογδόντα τοις εκατό (80%) του ανώτατου ορίου του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων.

ΕΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

Αυξημένα ποσοστά ενισχύσεων χορηγούνται για τα επενδυτικά σχέδια που:

α. υλοποιούνται στις ακόλουθες περιοχές:

αα. Ορεινές περιοχές, σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση της ΕΛ.ΣΤΑΤ., εκτός των δημοτικών ενοτήτων που συνιστούν μέρος του πολεοδομικού συγκροτήματος της Αθήνας,

αβ. περιοχές που βρίσκονται σε απόσταση τριάντα (30) χιλιομέτρων από τα σύνορα,

αγ. νησιά με πληθυσμό μικρότερο των τριών χιλιάδων εκατό (3.100) κατοίκων.

αδ. που έχουν πληγεί από φυσικές καταστροφές, σύμφωνα με απόφαση της Κυβερνητικής Επιτροπής Κρατικής Αρωγής.

β. υλοποιούνται :

βα. σε Βιομηχανικές και Επιχειρηματικές Περιοχές (Β.Ε.ΠΕ.), Επιχειρηματικά Πάρκα (Ε.Π.), εξαιρουμένων των Επιχειρηματικών Πάρκων Ενδιάμεσου Βαθμού Οργάνωσης (Ε.Π.Ε.Β.Ο.), Τεχνολογικά Πάρκα και Θύλακες Υποδοχής Καινοτόμων Δραστηριοτήτων (Θ.Υ.Κ.Τ.) και σε Οργανωμένους Υποδοχείς Μεταποιητικών και Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων (Ο.Υ.Μ.Ε.Δ.) και δεν αφορούν σε εκσυγχρονισμό ή επέκταση υφιστάμενων δομών της ενισχυόμενης επιχείρησης,

ββ. σε κτίρια χαρακτηρισμένα ως διατηρητέα,

γ. αφορούν σε επαναλειτουργία βιομηχανικών μονάδων, που έχουν παύσει τη λειτουργία τους δύο (2) τουλάχιστον έτη πριν την ημερομηνία υποβολής της αίτησης υπαγωγής. Η αξία του πάγιου εξοπλισμού της βιομηχανικής μονάδας, η οποία πρόκειται να επαναλειτουργήσει, πρέπει να καλύπτει ποσοστό πενήντα τοις εκατό (50%) τουλάχιστον του ενισχυόμενου κόστους του επενδυτικού σχεδίου.

Για τα επενδυτικά σχέδια που υλοποιούνται στις Ζώνες Απολιγνιτοποίησης, οι οποίες σύμφωνα με τον ν. 4759/2020 είναι οι Περιφερειακές Ενότητες Φλώρινας και Κοζάνης και ο Δήμος της Μεγαλόπολης, τα ποσοστά ενίσχυσης είναι τα ανώτατα του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων, ανάλογα το μέγεθος της επιχείρησης.

Για τα επενδυτικά σχέδια που υλοποιούνται στις Περιφερειακές Ενότητες Καστοριάς και Γρεβενών και στους Δήμους Τρίπολης, Οιχαλίας και Γορτυνίας, το ποσοστό επιχορήγησης για τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις ορίζεται στο 90% και για τις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις το ποσοστό της φορολογικής απαλλαγής στο 90% του ανώτατου ορίου του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων.

ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΎψΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Για την υπαγωγή στο παρόν καθεστώς απαιτείται η ύπαρξη ελάχιστου ύψους του επιλέξιμου κόστους του επενδυτικού σχεδίου, το οποίο προσδιορίζεται με βάση το μέγεθος του φορέα, και συγκεκριμένα ανέρχεται στο:

α. ποσό του ενός εκατομμυρίου (1.000.000) ευρώ για μεγάλες επιχειρήσεις,

β. ποσό των πεντακοσίων χιλιάδων (500.000) ευρώ για μεσαίες επιχειρήσεις,

γ. ποσό των διακοσίων πενήντα χιλιάδων (250.000) ευρώ για μικρές επιχειρήσεις,

δ. ποσό των εκατό χιλιάδων (100.000) ευρώ για πολύ μικρές επιχειρήσεις,

ε. ποσό των πενήντα χιλιάδων (50.000) ευρώ για τις Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ.), καθώς και τους Αγροτικούς Συνεταιρισμούς (Α.Σ.), τους Αστικούς Συνεταιρισμούς, τις Ομάδες Παραγωγών (Ο.Π.) και τις Αγροτικές Εταιρικές Συμπράξεις (Α.Ε.Σ.).

ΑΝΩΤΑΤΑ ΠΟΣΑ ΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

- Το συνολικό ποσό ενίσχυσης ανά επενδυτικό σχέδιο που υποβάλλεται από πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις δεν μπορεί να υπερβεί τα τρία εκατομμύρια ευρώ (3.000.000€) για όλα τα είδη ενισχύσεων, ήτοι της επιχορήγησης ή της φορολογικής απαλλαγής ή της επιδότησης της χρηματοδοτικής μίσθωσης ή της επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης.

- Το συνολικό ποσό ενίσχυσης ανά επενδυτικό σχέδιο που υποβάλλεται από μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις δεν μπορεί να υπερβεί: ι) τα τρία εκατομμύρια ευρώ (3.000.000€) για τις ενισχύσεις της επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης ή της επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης και ιι) τα πέντε εκατομμύρια ευρώ (5.000.000€) για την ενίσχυση της φορολογικής απαλλαγής.
- Οι παρεχόμενες σε κάθε φορέα επενδυτικού σχεδίου ενισχύσεις, στις οποίες περιλαμβάνονται και οι ενισχύσεις σε συνεργαζόμενες ή συνδεδεμένες επιχειρήσεις, δεν μπορεί να υπερβούν σωρευτικά τα είκοσι εκατομμύρια (20.000.000) ευρώ για μεμονωμένη επιχείρηση και τα τριάντα εκατομμύρια (30.000.000) ευρώ για το σύνολο των συνεργαζόμενων ή συνδεδεμένων επιχειρήσεων.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΣΧΗΜΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Κάθε φορέας συμμετέχει στο κόστος του επενδυτικού σχεδίου είτε με ίδια κεφάλαια, είτε με εξωτερική χρηματοδότηση (είτε με συνδυασμό αυτών).

Για την εξωτερική χρηματοδότηση μπορούν να αξιοποιηθούν χαμηλότοκα δάνεια είτε μέσω του [Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας](#) είτε μέσω του [Ταμείου Εγγυοδοσίας Development Law Financial Instrument Guarantee Fund \(DeLFI GF\)](#).

Στο είκοσι πέντε τοις εκατό (25%) του ενισχυόμενου κόστους του επενδυτικού σχεδίου δεν πρέπει να περιλαμβάνεται κρατική ενίσχυση, δημόσια στήριξη ή παροχή.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Η αξιολόγηση των επενδυτικών σχεδίων εκκινεί από την ημερομηνία υποβολής της αίτησης και ολοκληρώνεται με το αποτέλεσμα του ελέγχου αξιολόγησης από την Επιτροπή Αξιολόγησης εντός προθεσμίας σαράντα πέντε (45) ημερών από τη λήξη του καθεστώτος.

Οι ως άνω προθεσμίες αναστέλλονται κατά τον μήνα Αύγουστο.

Η αξιολόγηση του ευλόγου κόστους και ο έλεγχος των δεικτών βαθμολογίας διενεργούνται με τη μέθοδο της συγκριτικής αξιολόγησης.

Η ελάχιστη απαιτούμενη βαθμολογία που πρέπει να συγκεντρώσει κάθε επενδυτικό σχέδιο προκειμένου να μπορεί να συμπεριληφθεί στους πίνακες κατάταξης ανέρχεται σε 70 βαθμούς.

Επιχειρηματικότητα 360

Σκοπός του καθεστώτος Επιχειρηματικότητα 360 είναι η ενίσχυση των επενδυτικών σχεδίων που δεν συγκαταλέγονται στις κατηγορίες για τις οποίες θεσπίζονται ειδικά καθεστώτα, τα οποία αφορούν στην υλοποίηση αρχικών επενδύσεων και τη δυνατότητα πραγματοποίησης πρόσθετων δαπανών, προς όφελος των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και της εθνικής οικονομίας.

Ο συνολικός προϋπολογισμός του καθεστώτος για το έτος 2022 ανέρχεται σε εκατό πενήντα εκατομμύρια (150.000.000) ευρώ, εκ των οποίων εβδομήντα πέντε εκατομμύρια (75.000.000) ευρώ αφορούν το είδος ενίσχυσης της φορολογικής απαλλαγής.

Τα λοιπά εβδομήντα πέντε εκατομμύρια (75.000.000) ευρώ αφορούν τα είδη ενίσχυσης της επιχορήγησης, της επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης και της επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης και προέρχονται από τον Προϋπολογισμό Δημοσίων Επενδύσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων.

ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ

- Εμπορική εταιρία
- Συνεταιρισμός
- Κοιν.Σ.Επ, Α.Σ, Ο.Π, ΑΕΣ
- Κοινοπραξίες που ασκούν εμπορική δραστηριότητα,
- Δημόσιες και δημοτικές επιχειρήσεις και θυγατρικές τους υπό προϋποθέσεις

ΥΠΑΓΟΜΕΝΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ

Τα υπαγόμενα επενδυτικά σχέδια αφορούν ενδεικτικά και υπό προϋποθέσεις τους παρακάτω κλάδους και υπηρεσίες:

- Εξόρυξη μαρμάρων και άλλων ασβεστολιθικών λίθων,
- Αφαλάτωση θαλασσινού νερού υπό προϋποθέσεις,
- Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο κ.λπ.,
- Επενδύσεις ανάπτυξης και διαχείρισης Ο.Υ.Μ.Ε.Δ. που υλοποιούνται σε έκταση άνω των 300 στρεμμάτων,
- Υπηρεσίες γηπέδου,
- Υπηρεσίες μηχανικών πλυντηρίων και υπηρεσιών σιδερωτήριων ρούχων,
- Δημιουργία κέντρων αποθεραπείας και αποκατάστασης,
- Παροχή υπηρεσιών οίκων ευγηρίας,
- Ανακύκλωση,
- Εκδοτικές δραστηριότητες.

ΕΛΑΧΙΣΤΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Το ελάχιστο επιλέξιμο ύψος της επένδυσης για την υπαγωγή επενδυτικών σχεδίων στο καθεστώς Επιχειρηματικότητα 360ο ορίζεται με βάση το μέγεθος του φορέα:

Τύπος επιχείρησης	Μεγάλες	Μεσαίες	Μικρές	Πολύ μικρές	Συνεταιρισμοί, Κοιν.Σ.Επ., Ο.Π κλπ
Ελάχιστος προϋπολογισμός	1.000.000 €	500.000 €	250.000 €	100.000 €	50.000 €

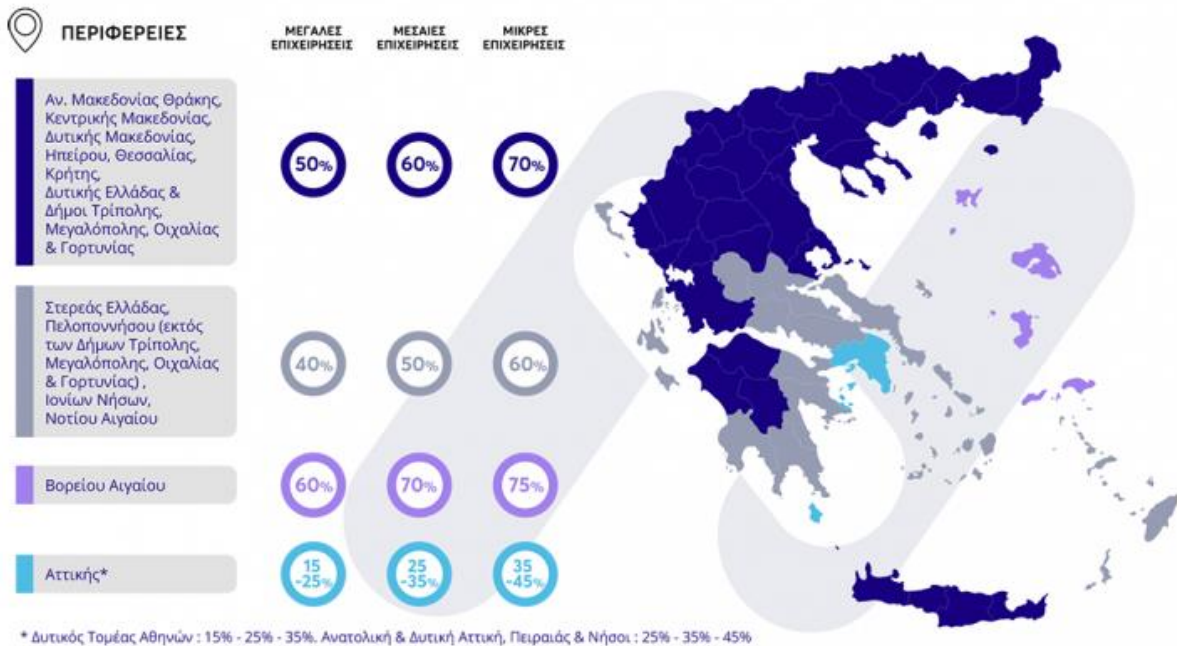
ΕΙΔΗ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

- Φορολογική απαλλαγή
- Επιχορήγηση
- Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης
- Επιδότηση κόστους δημιουργούμενης απασχόλησης

ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Τα ποσοστά ενίσχυσης, σύμφωνα με τον νέο Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων, διαμορφώνονται ως εξής:

ΧΑΡΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ 2021 -2027



* Για την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου το ανώτατο ποσοστό ενίσχυσης ορίζεται για τις μεγάλες επιχειρήσεις στο 55%, για τις μεσαίες επιχειρήσεις στο 65% και για τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις στο 75%.

**Στο παρόν καθεστώς δύναται να υπάγονται και επενδυτικά σχέδια για ενισχύσεις προς ΜΜΕ σύμφωνα με το άρθρο 17 του Γ.Α.Κ. και την παρ. 7 του άρθρου 30 του ν. 4887/2022, όπως προστέθηκε με το άρθρο 71 του ν. 4949/2022 για τις περιοχές των Περιφερειακών Ενοτήτων του Βορείου, Κεντρικού και Νοτίου Τομέα Αθηνών.

Το ποσοστά ενισχύσεων για τις επιλέξιμες δαπάνες των αρχικών επενδύσεων χορηγούνται με βάση τα ανώτατα όρια εντάσεων του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων ως εξής:

- Για τις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, τα ποσοστά ενισχύσεων για όλα τα είδη κινήτρων, πλην της επιχορήγησης, χορηγούνται στο ανώτατο ποσοστό του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων. Το κίνητρο της επιχορήγησης χορηγείται στο ογδόντα τοις εκατό (80%) του ανώτατου ορίου του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων. Ειδικά για τα επενδυτικά σχέδια των ειδικών κατηγοριών ενισχύσεων, το κίνητρο της επιχορήγησης χορηγείται στο εκατό τοις εκατό (100%) του ανώτατου ορίου εκτός της περ. β που χορηγείται στο ενενήντα τοις εκατό (90%).
- Για τις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις τα κίνητρα χορηγούνται στο ογδόντα τοις εκατό (80%) του ανώτατου ορίου του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων. Ειδικά για τα επενδυτικά σχέδια των ειδικών κατηγοριών τα ανωτέρω κίνητρα χορηγούνται στο 100% του ανώτατου ορίου εκτός της περ. β' που χορηγείται στο ενενήντα τοις εκατό (90%).

ΑΝΩΤΑΤΑ ΠΟΣΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΑΝΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

1α. Το συνολικό ποσό ενίσχυσης ανά επενδυτικό σχέδιο που υποβάλλεται από πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις και αφορά τις επιλέξιμες δαπάνες περιφερειακών ενισχύσεων δεν μπορεί να υπερβεί τα τρία εκατομμύρια ευρώ (3.000.000€), για όλα τα είδη ενισχύσεων, ήτοι της επιχορήγησης ή της φορολογικής απαλλαγής ή της επιδότησης της χρηματοδοτικής μίσθωσης ή της επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης.

β. Το συνολικό ποσό ενίσχυσης ανά επενδυτικό σχέδιο που υποβάλλεται από μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις και αφορά τις επιλέξιμες δαπάνες περιφερειακών ενισχύσεων, δεν μπορεί να υπερβεί:

3. i) τα τρία εκατομμύρια ευρώ (3.000.000€) για τις ενισχύσεις της επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης ή της επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης, και
4. ii) τα πέντε εκατομμύρια ευρώ (5.000.000€) για την ενίσχυση της φορολογικής απαλλαγής.

γ. Το συνολικό ποσό ενίσχυσης ανά επενδυτικό σχέδιο που αφορά τις επιλέξιμες δαπάνες εκτός περιφερειακών ενισχύσεων του άρθρου 7 δεν μπορεί να υπερβεί τις 300.000€.

2α. Το ανώτατο όριο των τριών εκατομμυρίων ευρώ (3.000.000€) για τις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις εφαρμόζεται και στην περίπτωση συνδυασμού των ενισχύσεων και υπολογίζεται με την εξής σειρά: επιχορήγηση, επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (εφόσον ζητείται με την επενδυτική πρόταση), φορολογική απαλλαγή.

1. Οι παρεχόμενες σε κάθε φορέα επενδυτικού σχεδίου ενισχύσεις, στις οποίες περιλαμβάνονται και οι ενισχύσεις σε συνεργαζόμενες ή συνδεδεμένες επιχειρήσεις, δεν μπορεί να υπερβούν σωρευτικά τα είκοσι εκατομμύρια (20.000.000) ευρώ για μεμονωμένη επιχείρηση και τα τριάντα εκατομμύρια (30.000.000) ευρώ για το σύνολο των συνεργαζόμενων ή συνδεδεμένων επιχειρήσεων, με την επιφύλαξη των περιορισμών του άρθρου 4 του Γ.Α.Κ.. Οι περιορισμοί αυτοί ισχύουν για τα επενδυτικά σχέδια, τα οποία υπάγονται στο παρόν και για χρονική περίοδο τριών (3) ετών από την υποβολή της αίτησης του φορέα για υπαγωγή του επενδυτικού σχεδίου του. Ως ποσό ενίσχυσης, ανά υποβαλλόμενο επενδυτικό σχέδιο, λαμβάνεται υπόψη το εγκριθέν με την απόφαση υπαγωγής. Το υπερβάλλον ποσό ενίσχυσης περικόπτεται αναλογικά κατά είδος ενίσχυσης και ομάδα δαπανών. Τα ανώτατα όρια της παρούσας παραγράφου προσαυξάνονται κατά 50% στις περιπτώσεις που η ενίσχυση δίδεται με τη μορφή της φορολογικής απαλλαγής.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

α. Επενδυτικές δαπάνες σε ενσώματα στοιχεία ενεργητικού :

- κατασκευή, επέκταση, εκσυγχρονισμό κτιριακών εγκαταστάσεων, ειδικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων των κτιρίων, και για κατασκευές για τη διασφάλιση της προσβασιμότητας στα άτομα με αναπηρία και στα εμποδιζόμενα άτομα, καθώς και διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου,
- αγορά του συνόλου ή και μέρους των υφιστάμενων παγίων στοιχείων ενεργητικού, όπως κτίρια, μηχανήματα και λοιπός εξοπλισμός, επιχειρηματικής εγκατάστασης, υπό προϋποθέσεις.

- αγορά και εγκατάσταση καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, συμπεριλαμβανομένων των τεχνικών εγκαταστάσεων και των μεταφορικών μέσων που κινούνται εντός του χώρου της εντασσομένης μονάδας.
- μισθώματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing) καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, του οποίου αποκτάται η χρήση, υπό την προϋπόθεση ότι στη σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing) προβλέπεται ότι ο εξοπλισμός περιέρχεται στην κυριότητα του μισθωτή, κατά τη λήξη της σύμβασης.
- εκσυγχρονισμό ειδικών εγκαταστάσεων (που δεν αφορούν σε κτίρια) και μηχανολογικών εγκαταστάσεων.

β. Επενδυτικές δαπάνες σε άυλα στοιχεία ενεργητικού:

- μεταφορά τεχνολογίας, μέσω της αγοράς δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, αδειών εκμετάλλευσης, ευρεσιτεχνιών, τεχνογνωσίας και μη κατοχυρωμένων τεχνικών γνώσεων,
- συστήματα διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας, πιστοποιήσεων, προμήθειας και εγκατάστασης λογισμικού και συστημάτων οργάνωσης της επιχείρησης.

γ. Δαπάνες εκτός Περιφερειακών Ενισχύσεων

- Αμοιβές συμβούλων για ΜΜΕ. Ενισχύονται μόνο για νέες μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και για ποσό έως 50.000 ευρώ (έως 5% του συνολικού ενισχυόμενου κόστους). Νέα επιχείρηση θεωρείται η νεοσύστατη επιχείρηση που δεν έχει κλείσει οικονομική διαχειριστική χρήση κατά το χρόνο υποβολής της αίτησης υπαγωγής στο καθεστώς.
- Δαπάνες για αποκατάσταση μολυσμένων χώρων
- Δαπάνες για ανακύκλωση και επαναχρησιμοποίηση αποβλήτων.
- Δαπάνες για επαγγελματική κατάρτιση
- Δαπάνες για συμμετοχή ΜμΕ σε εμπορικές εκθέσεις.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΣΧΗΜΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Κάθε φορέας συμμετέχει στο κόστος του επενδυτικού σχεδίου είτε με ίδια κεφάλαια, είτε με εξωτερική χρηματοδότηση (είτε με συνδυασμό αυτών).

Για την εξωτερική χρηματοδότηση μπορούν να αξιοποιηθούν χαμηλότοκα δάνεια είτε μέσω του [Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας](#) είτε μέσω του [Ταμείου Εγγυοδοσίας Development Law Financial Instrument Guarantee Fund \(DeLFI GF\)](#).

Στο είκοσι πέντε τοις εκατό (25%) του ενισχυόμενου κόστους του επενδυτικού σχεδίου δεν πρέπει να περιλαμβάνεται κρατική ενίσχυση, δημόσια στήριξη ή παροχή.

ΥΠΟΒΟΛΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Η υποβολή των αιτήσεων πραγματοποιείται μέσω του ΠΣ.Αν (<https://opsan.mindev.gov.gr>)

Η υποβολή των αιτήσεων υπαγωγής στο καθεστώς ενίσχυσης Επιχειρηματικότητα 360 ξεκινάει την 9^η Ιανουαρίου 2023 με καταληκτική ημερομηνία του κύκλου υποβολών την 10^η Μαΐου 2023.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Η αξιολόγηση των επενδυτικών σχεδίων εκκινεί από την ημερομηνία υποβολής της αίτησης και ολοκληρώνεται με το αποτέλεσμα του ελέγχου αξιολόγησης από την Επιτροπή Αξιολόγησης εντός προθεσμίας σαράντα πέντε (45) ημερών από τη λήξη του καθεστώτος.

Η αξιολόγηση του εύλογου κόστους και ο έλεγχος των δεικτών βαθμολογίας διενεργούνται με τη μέθοδο της συγκριτικής αξιολόγησης.

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΩ ΕΠΙΧΕΙΡΩ

Στόχος της Δράσης

Η δράση **εξοικονομώ επιχειρώ** εντάσσεται στον Πυλώνα «Πράσινη Μετάβαση» του **Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας**, στην κατηγορία Α.2 Ανακαίνιση και στον Τομέα «Επενδύσεις στην Ενεργειακή Απόδοση» και θα υλοποιηθεί σε εθνικό επίπεδο και στο σύνολο των περιφερειών της χώρας.

Η εφαρμογή μέτρων ενεργειακής απόδοσης στις επιχειρήσεις μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην επίτευξη των εθνικών στόχων για την εξοικονόμηση ενέργειας. Ως εκ τούτου είναι σημαντικό να ενισχυθούν οι παρεμβάσεις για βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των επιχειρήσεων της χώρας. Στο πλαίσιο αυτό η εξοικονόμηση αναμένεται να προκύψει από:

α) την ενεργειακή αναβάθμιση της κτιριακής υποδομής με παρεμβάσεις στο κτιριακό κέλυφος, αναβάθμιση εσωτερικών ηλεκτρικών εγκαταστάσεων, αναβάθμιση συστημάτων ψύξης/θέρμανσης, αναβάθμιση ή και ένταξη νέων υλικών και εξοπλισμού για τη μείωση των απωλειών ενέργειας, αναβάθμιση εξοπλισμού φωτισμού, κλπ, και

β) με την εγκατάσταση και πιστοποίηση συστημάτων διαχείρισης ενέργειας και διατάξεων αυτοματισμού.

Ενεργειακός Στόχος

Για κάθε έργο **εξοικονομώ επιχειρώ** που θα υποβληθεί και θα επιχορηγηθεί στα πλαίσια του προγράμματος, ο ελάχιστος ενεργειακός – περιβαλλοντικός στόχος καθορίζεται οι εξής:

1. μείωση εκπεμπόμενων ρύπων (CO₂) τουλάχιστον κατά 35%
2. εξοικονόμηση πρωτογενούς ενέργειας τουλάχιστον κατά 35%
3. αναβάθμιση της ενεργειακής κατηγορίας βάσει ΠΕΑ τουλάχιστον κατά τρεις (3) ενεργειακές τάξεις σε σχέση με την υπάρχουσα κατάταξη (ή υποχρεωτικά Β' κλάση όταν πρόκειται για ριζική ανακαίνιση) εφόσον πρόκειται για αναβάθμιση κτιριακών υποδομών που εμπίπτουν στις διατάξεις του Ν.4122/2013.

Η τεκμηρίωση της αναγκαιότητας των επεμβάσεων προκύπτει αποκλειστικά από έκθεση αποτελεσμάτων του Ενεργειακού Ελέγχου, καθώς επίσης ΚΑΙ από το Πιστοποιητικό Ενεργειακής Απόδοσης (ΠΕΑ), εφόσον πρόκειται για αναβάθμιση των κτιριακών υποδομών.

Σημειώνεται ότι με την ολοκλήρωση του φυσικού αντικείμενου θα πραγματοποιείται **αποτίμηση του ενεργειακού στόχου, όπου η ενίσχυση θα συνδέεται με τον πραγματικά επιτευχθείσα εξοικονόμηση ενέργειας**

Προϋπολογισμός Δράσης

Ο προϋπολογισμός δημόσιας δαπάνης της δράσης ανέρχεται συνολικά σε **200 εκατ. €** και θα κατανέμεται διακριτά σε

- **100 εκ € για τους κλάδους Εμπορίου και Υπηρεσιών**
- **100 εκ € για τον κλάδο Τουρισμού**

Η δράση χρηματοδοτείται από πόρους του Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας και η κατανομή των πόρων θα γίνεται σε επίπεδο περιφέρειας.

Δικαιούχοι

Ενισχύονται **υφιστάμενες μεσαίες, μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις**, Επιλέξιμες για τη Δράση είναι όλες οι επιχειρήσεις των κλάδων

- **Εμπορίου,**
- **Υπηρεσιών,**
- **Τουρισμού,**

ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΩ ΕΠΙΧΕΙΡΩ

Προϋποθέσεις Συμμετοχής

Οι βασικές προϋποθέσεις συμμετοχής μιας επιχείρησης στη Δράση **ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΩ ΕΠΙΧΕΙΡΩ** είναι οι ακόλουθες

- Να έχει συσταθεί έως επιχείρηση, με επιλέξιμο για τη **Δράση ΚΑΔ μέχρι 31/12/2020.**
- Να έχει κλείσει πριν την ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής της πρότασης χρηματοδότησης τουλάχιστον **δύο (2) διαχειριστικές χρήσεις δωδεκάμηνης διάρκειας.**
- Να δραστηριοποιείται στην Ελληνική επικράτεια και να δηλώσει ως τόπο/τόπους για την υλοποίηση των ενεργειών της παρούσας δράσης αποκλειστικά ανά Περιφέρεια. Στην αίτηση χρηματοδότησης δηλώνεται η Περιφέρεια στην οποία θα πραγματοποιηθεί το επενδυτικό σχέδιο.
- Να έχει την ιδιότητα της Μικρομεσαίας Επιχείρησης
- Να λειτουργεί νόμιμα διαθέτοντας το κατάλληλο αδειοδοτικό έγγραφο, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία και την ασκούμενη δραστηριότητά τους.
- Να λειτουργεί αποκλειστικά με μία από τις ακόλουθες μορφές: επιχειρήσεις εταιρικού/εμπορικού χαρακτήρα: Ανώνυμη Εταιρία, Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης, Ομόρρυθμη Εταιρία ή Ετερόρρυθμη Εταιρία, Ι.Κ.Ε, Ατομική Επιχείρηση, Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση του Ν. 4019/2011 όπως ισχύει, Συνεταιρισμός και να τηρούν απλογραφικά ή διτλογραφικά βιβλία του ν.4308/2014, όπως ισχύει.

- Να έχει ολοκληρωθεί η διενέργεια Ενεργειακού Ελέγχου, της επιχείρησης στην υφιστάμενη κατάσταση της και να προκύπτουν από τα προτεινόμενα σχέδια εξοικονόμησης ενέργειας της έκθεσης αποτελεσμάτων του ενεργειακού ελέγχου, όπως αυτή ορίζεται στην ανωτέρω Υπουργική.
- Σε περίπτωση που η αίτηση περιλαμβάνει μέτρα βελτίωσης της ενεργειακής απόδοσης των κτιριακών υποδομών και εφόσον προβλέπεται από την κείμενη νομοθεσία, για την τεκμηρίωση της αναγκαιότητας υλοποίησης των παρεμβάσεων απαιτείται η έκδοση Πιστοποιητικού Ενεργειακής Απόδοσης (ΠΕΑ) βάσει του ΚΕΝΑΚ που εκδίδεται από Ενεργειακό Επιθεωρητή, εγγεγραμμένο στο Μητρώο Ενεργειακών Επιθεωρητών.
- Να επιτυγχάνει τουλάχιστον τον ελάχιστο ενεργειακό στόχο, σύμφωνα με την σχετική Ενότητα.
- Να υποβάλλει μία (1) και μοναδική επενδυτική πρόταση ανά Α.Φ.Μ. στην παρούσα Δράση καθ' όλη τη διάρκεια ισχύος της παρούσας πρόσκλησης (παρέχεται η δυνατότητα για αναβάθμιση σε περισσότερα από 1 κτίρια εντός της ίδιας Περιφέρειας στη ίδια αίτηση (ΑΦΜ), αρκεί να είναι διακριτά τα στοιχεία του κάθε κτιρίου στην πρόταση).
- Να μη βρίσκεται υπό πτώχευση, εκκαθάριση ή αναγκαστική διαχείριση.
- Να μην εκκρεμεί σε βάρος τους ανάκτηση κρατικής ενίσχυσης έπειτα από απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με την οποία μια ενίσχυση κηρύσσεται παράνομη και ασυμβίβαστη με την εσωτερική αγορά.
- Να δεσμευτεί ότι οι δαπάνες που περιλαμβάνονται στη συγκεκριμένη αίτηση χρηματοδότησης δεν έχουν χρηματοδοτηθεί, ενταχθεί και δεν θα υποβληθούν προς έγκριση χρηματοδότησης σε άλλο πρόγραμμα που χρηματοδοτείται από εθνικούς ή κοινοτικούς πόρους.
- Να μην είναι προβληματική επιχείρηση

Ποσά Ενίσχυσης

- Για τους κλάδους **Εμπορίου και Υπηρεσιών** ενισχύονται έργα συνολικού προϋπολογισμού ύψους επένδυσης **έως 100.000 €**,
- Για τον κλάδο του Τουρισμού ενισχύονται έργα συνολικού προϋπολογισμού από **50.000 € έως και 500.000 €**.

Ένταση ενίσχυσης

Τύπος επιχείρησης \ Τύπος δαπάνης	Δαπάνες εξοικονόμησης ενέργειας (ΓΑΚ (ΕΕ) αρ
Μεσαίες	40%
Μικρές και πολύ Μικρές	50%

Θα υπάρχει δυνατότητα **καταβολής προκαταβολής μέχρι και το 40%** της αναλογούσας Δημόσιας Δαπάνης έναντι ισόποσης εγγυητικής επιστολής, από τραπεζικό ή άλλο δημόσιο χρηματοδοτικό ίδρυμα εγκατεστημένο στην Ελλάδα.

Επιλέξιμες Δαπάνες

Οι επιλέξιμες δαπάνες διακρίνονται σε **δαπάνες για την υλοποίηση των επεμβάσεων ενεργειακής αναβάθμισης**, οι οποίες εμπίπτουν στον **Γενικό Απαλλοτριστικό Κανονισμό**, και **λοιπές υποστηρικτικές δαπάνες** (δηλαδή δαπάνες απαραίτητες για τη σύνταξη, την υποβολή και την παρακολούθηση της αίτησης καθώς και τον τελικό έλεγχο επίτευξης των ελάχιστων ενεργειακών στόχων), οι οποίες εμπίπτουν στον **Κανονισμό De Minimis**.

Επεμβάσεις ενεργειακής αναβάθμισης

- επεμβάσεις ενεργειακής αναβάθμισης κτιριακού κελύφους όπως θερμομόνωση αδιαφανών δομικών στοιχείων, αντικατάσταση διαφανών δομικών στοιχείων, εγκατάσταση συστημάτων σκίασης,
- επεμβάσεις ενεργειακής αναβάθμισης συστήματος φωτισμού, εσωτερικού και εξωτερικού, όπως αντικατάσταση φωτιστικών σωμάτων από νέα τεχνολογίας LED, εγκατάσταση αυτοματισμών σύζευξης τεχνητού με φυσικό φωτισμό, εγκατάσταση αυτοματισμών μείωσης κατανάλωσης λόγω απουσίας / παρουσίας χρηστών,
- επεμβάσεις εξοικονόμησης ενέργειας σε συστήματα θέρμανσης χώρων όπως αντικατάσταση λεβήτων από αντλίες θερμότητας, ενίσχυση θερμομόνωσης δικτύων διανομής, αντικατάσταση τερματικών μονάδων από νέες ενεργειακά αποδοτικότερες,
- επεμβάσεις εξοικονόμησης ενέργειας σε συστήματα ψύξης χώρων όπως αντικατάσταση ψυκτών από νεότερης τεχνολογίας αντλίες θερμότητας ή ψύκτες, ενίσχυση θερμομόνωσης δικτύων διανομής, αντικατάσταση τερματικών μονάδων από νέες ενεργειακά αποδοτικότερες,
- επεμβάσεις εξοικονόμησης ενέργειας σε συστήματα αερισμού χώρων όπως αντικατάσταση Κ.Κ.Μ. από νεότερης τεχνολογίας που διαθέτουν ανάκτηση της ενέργειας του απορριπτόμενου αέρα, ενίσχυση θερμομόνωσης δικτύων διανομής, αντικατάσταση ανεμιστήρων μονάδων από νέες ενεργειακά αποδοτικότερους που ελέγχονται από ηλεκτρονικές διατάξεις (inverters),
- επεμβάσεις εξοικονόμησης ενέργειας σε συστήματα ζεστού νερού χρήσης όπως αντικατάσταση λεβήτων από αντλίες θερμότητας, ενίσχυση θερμομόνωσης δικτύων διανομής, αντικατάσταση μονάδων αποθήκευσης από νέες ενεργειακά αποδοτικότερες,
- επεμβάσεις εγκατάστασης συστημάτων ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, όπως ηλιοθερμικά συστήματα, φωτοβολταϊκά συστήματα, συστήματα αποθήκευσης ενέργειας, μικρές ανεμογεννήτριες και γεωθερμικές Α/Θ συμπεριλαμβανομένων των γεωεναλλακτών,
- εγκατάσταση συστημάτων αυτοματισμού, ελέγχου και διαχείρισης σε τοπικό αλλά σε κεντρικό επίπεδο
- συστήματα βελτίωσης ποιότητας ισχύος

Υποστηρικτικές υπηρεσίες:

- Υπηρεσίες Ενεργειακού Ελεγκτή,
- Υπηρεσίες Ενεργειακού Επιθεωρητή, για έκδοση Πιστοποιητικών Ενεργειακής Απόδοσης (αρχικό και τελικό) για τις περιπτώσεις κτιρίων που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του ΚΕΝΑΚ.
- Ανάπτυξη και Πιστοποίηση συστήματος ενεργειακής διαχείρισης σύμφωνα με το πρότυπο ISO 50001.
- Υπηρεσίες Συμβούλου παρακολούθησης και διαχείρισης

- Εκπόνηση μελετών και ερευνών κάθε μορφής απαραίτητες για την υλοποίηση της έκθεσης αποτελεσμάτων του ενεργειακού ελέγχου σχετικές με τους σκοπούς της Δράσης.

Ως ημερομηνία έναρξης επιλεξιμότητας δαπανών ορίζεται:

1) για τις δαπάνες οι οποίες υπάγονται στο **Γενικό Απαλλακτικό Κανονισμό, η ημερομηνία ηλεκτρονικής υποβολής της πρότασης στο Πρόγραμμα.**

2) για τις δαπάνες οι οποίες υπάγονται στον **Κανονισμό Deminimis, η ημερομηνία προδημοσίευσης του Προγράμματος,**

Υποβολή & Αξιολόγηση

Η υποβολή αιτήσεων θα γίνεται υποχρεωτικά μέσω του Πληροφοριακού Συστήματος του Προγράμματος. Σημειώνεται ότι κατά τον έλεγχο και την αξιολόγηση των προτάσεων θα γίνουν αυστηρές διασταυρώσεις δεδομένων ώστε να επαληθευθεί η ακρίβεια των στοιχείων που περιέχονται στις επενδυτικές προτάσεις και να αποφευχθούν φαινόμενα απάτης σε βάρος του ενωσιακού προϋπολογισμού.

Η αξιολόγηση των επενδυτικών σχεδίων θα είναι συγκριτική, στο πλαίσιο συνολικής βαθμολογίας που θα προκύπτει βάσει των κάτωθι κριτηρίων:

- K1: Ανηγγεμένη Εξοικονόμηση ετήσιας πρωτογενούς ενέργειας (kWh/m²)
- K2 Ειδική Εξοικονόμηση ετήσιας πρωτογενούς ενέργειας (ανηγμένη στις ώρες λειτουργίας)
- K3 Αποδοτικότητα Επένδυσης: ο λόγος της ετήσιας Εξοικονόμησης πρωτογενούς ενέργειας (kWh/m²) ως προς το κόστος της Επένδυσης (σε ανηγμένα μεγέθη).

Τα κριτήρια και οι συντελεστές βαρύτητας θα περιγράφονται αναλυτικά στην Πρόσκληση του Προγράμματος. Η ένταξη των επενδυτικών σχεδίων των δικαιούχων στη δράση θα πραγματοποιείται με βάση τη σειρά βαθμολογικής κατάταξης μέχρι εξαντλήσεως των διαθέσιμων πόρων.

Υλοποίηση Έργων

Η διάρκεια υλοποίησης κάθε πρότασης στο πρόγραμμα **εξοικονομώ επιχειρώ**, δεν μπορεί να υπερβαίνει τους **18 μήνες** από την ημερομηνία έκδοσης της απόφασης ένταξης της πρότασης. Επισημαίνεται ότι, δαπάνες τουλάχιστον ίσες με το **30%** του εκάστοτε εγκεκριμένου επιχορηγούμενου προϋπολογισμού της επένδυσης, θα πρέπει να έχουν πραγματοποιηθεί και να έχουν αποτελέσει αντικείμενο αιτήματος επαλήθευσης στους πρώτους εννέα (9) μήνες από την ημερομηνία έκδοσης της Απόφασης Ένταξης. Σε αντίθετη περίπτωση θα απομειώνεται ο επιχορηγούμενος προϋπολογισμός κατά το ποσόν που υπολείπεται του 30% του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού.

Ως ημερομηνία **λήξης επιλεξιμότητας των δαπανών** των προτάσεων ορίζεται η **30.06.2025**.

Επιχειρηματική δραστηριότητα

Η άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι μόνο μία πρόκληση, αλλά παράλληλα συνεπάγεται και μία σειρά ευθύνες. Για τον λόγο αυτό απαιτείται ο σωστός σχεδιασμός ανάπτυξης της επιχειρηματικής δράσης ακόμα και κατά τη Σύσταση της Επιχείρησης.

Οικογένεια Π1, Κωδικός Πεδίου Ε1.Π1

Η επιλογή μορφής επιχείρησης σχετίζεται σε πρώτο στάδιο με την επιλογή του αν κανείς θα ασκήσει την επιχειρηματική του δραστηριότητα σε συνεργασία με άλλους ή μόνος του. Οι λόγοι που μπορεί να ωθήσουν κάποιον σε συνεργασία με άλλους σχετίζονται: (α) γιατί απαιτούνται συμπληρωματικές γνώσεις / δεξιότητες για την επιτυχημένη άσκηση της δραστηριότητας, (β) γιατί περισσότερα άτομα / συνεταιίροι μπορούν να εξασφαλίσουν την επιτυχία, εκεί που ένα άτομο μόνο του μπορεί να μην τα καταφέρει, (γ) γιατί περισσότερα άτομα σημαίνει περισσότεροι χρηματοοικονομικοί πόροι στα πρώτα βήματα της επιχείρησης, που ακόμα δεν έχει εδραιωθεί και δεν παράγει κέρδη.

Από την άλλη πλευρά, ο συνεταιρισμός με άλλους ανθρώπους συνεπάγεται μία σειρά πραγμάτων που σχετίζονται με τη λήψη αποφάσεων (ποιος ασκεί διοίκηση στην εταιρεία) και ευθύνης (σε ποιον βαθμό ευθύνεται ο καθένας και αν η ευθύνη του για τα δρώμενα στην εταιρεία περνάει και στην προσωπική του παρουσία ή όχι).

Για τον λόγο αυτό έχει μεγάλη σημασία η επιλογή της μορφής επιχείρησης.

Ατομική Επιχείρηση: Πρόκειται για την πλέον απλή μορφή επιχείρησης, καθώς ο ιδρυτής της είναι παράλληλα και ο μόνος της ιδιοκτήτης. Αυτό συνεπάγεται πλήρη ελευθερία στη λήψη αποφάσεων, αλλά παράλληλα και πλήρη ευθύνη (χρηματοοικονομική και νομική). Για την ίδρυση της δεν απαιτείται από τον νόμο κάποιο ελάχιστο πόσο, ούτε ιδιαίτερες διατυπώσεις. Ο ιδρυτής είναι κύριος της επιχείρησης του, λαμβάνει μόνος του τις αποφάσεις, διαθέτει απευθείας επαφή με τους πελάτες και μπορεί ανά πάσα στιγμή να προσαρμόσει αυτοβούλως τα δεδομένα λειτουργίας της επιχείρησης.

Εταιρική Επιχείρηση: Συνήθως προκύπτει από την επιθυμία για συνεργασία δύο ή περισσότερων ατόμων, είτε στα πλαίσια της συνένωσης δυνάμεων, είτε για την ευκολότερη εξασφάλιση κεφαλαίων, είτε λόγω της ύπαρξης συμπληρωματικών δεξιοτήτων (ή συνδυασμός των ανωτέρω). Βασικό γνώρισμα η ανάγκη διενέργειας συγκεκριμένων διαδικαστικών ενεργειών (π.χ. καταστατικό, εταιρικός τραπεζικός λογαριασμός, ύπαρξη εταιρικού κεφαλαίου κ.λ.π.)

Οικογένεια Π1, Κωδικός Πεδίου Ε1.Π1.Υ1

Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.): Συγκροτείται από δύο ή περισσότερους εταίρους, ενώ για τη σύστασή της απαιτείται Καταστατικό (όχι απαραίτητα Συμβολαιογραφικό Έγγραφο) στο οποίο (μεταξύ άλλων) θα πρέπει να αναφέρονται αναλυτικά οι όροι συνεργασίας των εταίρων (αρχικό κεφάλαιο, διανομή κερδών, το ακριβές εμπορικό αντικείμενό της, η επωνυμία και η έδρα της κ.α.). Στη διοίκηση μετέχουν όλοι οι εταίροι, γιατί πρέπει να έχουν εικόνα της πορείας της εταιρείας, καθώς έχουν απεριόριστη ευθύνη. Απεριόριστη ευθύνη σημαίνει ότι κάθε εταίρος ευθύνεται με το σύνολο της προσωπικής του παρουσίας για το σύνολο των υποχρεώσεων της εταιρείας (και όχι για το δικό του ποσοστό συμμετοχής), ακόμα και μετά τον τερματισμό της λειτουργίας της (λύση της εταιρείας). Απαιτείται λοιπόν η ύπαρξη σχέσεων εμπιστοσύνης των μελών της εταιρείας και για αυτό συνήθως αυτή η μορφή επιχείρησης προτιμάται στις οικογενειακές επιχειρήσεις ή μεταξύ συγγενών / στενών φίλων.

Στα πλεονεκτήματα της εταιρείας είναι τα χαμηλά γενικά έξοδα λειτουργίας (π.χ. λογιστικά κόστη) και σύστασης, η μη ύπαρξη ελαχίστου αρχικού εταιρικού κεφαλαίου γιατί ούτως ή άλλως δεν διαχωρίζεται η περιουσία της εταιρείας από την περιουσία των εταίρων, καθώς και το γεγονός πως δεν χρειάζεται συμβολαιογραφικό έγγραφο για την κατάρτισή της, αντιθέτως αρκεί ένα ιδιωτικό συμφωνητικό. Στα μειονεκτήματα, ότι δεν επιτρέπεται η εύκολη είσοδος εταίρων ως χρηματοδότες, που θα επενδύουν κεφάλαια χωρίς να συμμετέχουν στην καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης. Οι άνθρωποι αυτοί θα ευθύνονται στο ακέραιο με την περιουσία τους, χωρίς να ελέγχουν συστηματικά τη λειτουργία της επιχείρησης.

Οι εταίροι πρέπει υποχρεωτικά να είναι ασφαλισμένοι ως Ελεύθεροι Επαγγελματίες.

Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.): Συγκροτείται από δύο ή περισσότερους εταίρους, ενώ για τη σύστασης της απαιτείται Καταστατικό (όχι απαραίτητα Συμβολαιογραφικό Έγγραφο) στο οποίο (μεταξύ άλλων) θα πρέπει να αναφέρονται αναλυτικά οι όροι συνεργασίας των εταίρων (αρχικό κεφάλαιο, διανομή κερδών, το ακριβές εμπορικό αντικείμενό της, η επωνυμία και η έδρα της κ.α.). Οι εταίροι χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

1. Ομόρρυθμος εταίρος / ομόρρυθμοι εταίροι για τους οποίους υπάρχει απεριόριστη ευθύνη με το σύνολο της προσωπικής περιουσίας για το σύνολο των υποχρεώσεων της εταιρείας (και όχι για το προσωπικό ποσοστό συμμετοχής), ακόμα και μετά τον τερματισμό της λειτουργίας της (λύση της εταιρείας).
2. Ετερόρρυθμος εταίρος / ετερόρρυθμοι εταίροι για τους οποίους η ευθύνη τους φτάσει έως το ποσό συμμετοχής τους στην εταιρία.

Η συνεισφορά των ετερόρρυθμων εταίρων μπορεί να είναι είτε χρηματική, είτε σε είδος (εργασία, κτιριακές εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, τεχνογνωσία κ.α.), το οποίο αποτιμάται ως αξία και αποτελεί μέρος της ευθύνης τους. Η ιδιαιτερότητα αυτή επιτρέπει την είσοδο στην εταιρεία σε άτομα που δεν επιθυμούν να ασκήσουν απαραίτητα τη δραστηριότητα αλλά λειτουργούν ως χρηματοδότες και πολλές φορές εξασφαλίζουν στην εταιρεία τα απαραίτητα για τη λειτουργία και την ανάπτυξη της κεφάλαια και ζητούμενες δεξιότητες.

Διαχειριστές της εταιρείας μπορούν να είναι αποκλειστικά ομόρρυθμοι εταίροι, αν και οι ετερόρρυθμοι μπορούν να συμμετέχουν στη γενικότερη διοίκηση, αλλά όχι ως Διαχειριστές ή Εκπρόσωποι της εταιρείας προς τρίτους.

Οι εταίροι πρέπει υποχρεωτικά να είναι ασφαλισμένοι ως Ελεύθεροι Επαγγελματίες.

Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.): Όπως δηλώνει και ο τίτλος της, κύριο χαρακτηριστικό της εταιρικής αυτής μορφής είναι η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων για τις υποχρεώσεις της. Για τις εταιρικές της υποχρεώσεις ευθύνεται μόνο η ίδια η Ε.Π.Ε. (το νομικό πρόσωπο) με την περιουσία της και όχι οι εταίροι της, οι οποίοι, αν και μετέχουν στη διοίκηση και διαχείριση της εταιρείας, ευθύνονται περιορισμένα και κινδυνεύουν να χάσουν μόνο τα εταιρικά τους μερίδια.

Για τη λήψη αποφάσεων απαιτείται πλειοψηφία του μισού του όλου αριθμού των εταίρων, που εκπροσωπούν πλέον του μισού του όλου εταιρικού κεφαλαίου. Παράλληλα υπάρχουν θεσμοθετημένα διοικητικά όργανα της εταιρείας που είναι η «Γενική Συνέλευση» των εταίρων που συγκαλείται τουλάχιστον μία φορά το χρόνο και ο «Διαχειριστής» που εκλέγεται από τη Γενική Συνέλευση (Γ.Σ.).

Για τη Σύσταση της απαιτείται η ύπαρξη Εταιρικού Κεφαλαίου (έστω και μικρού) το οποίο χωρίζεται σε «μερίδια». Αν το Εταιρικό Κεφάλαιο τελειώσει πριν την πραγματοποίηση εσόδων απαιτείται η αύξηση του, μέσω Γενικής Συνέλευσης και αλλαγής του Καταστατικού. Οι εταίροι πρέπει υποχρεωτικά να είναι ασφαλισμένοι ως Ελεύθεροι Επαγγελματίες. Απαιτείται η τήρηση αυστηρών λογιστικών – ελεγκτικών κανόνων και όρων δημοσιότητας (κατάρτιση και δημοσίευση λογιστικών καταστάσεων, έκδοση φορολογικού πιστοποιητικού κ.α.) καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας της.

Για απλά αντικείμενα εργασίας, η Ε.Π.Ε. είναι αρκετά σύνθετη στη λειτουργία και διοίκηση της. Από την άλλη για σύνθετα αντικείμενα εργασίας (π.χ. τεχνικά έργα) δεν διαθέτει (συνήθως) επαρκή κεφάλαια ως εγγύηση με αποτέλεσμα να μην διαθέτει επαρκή φερεγγυότητα.

Σταδιακά είναι στις προθέσεις του Κράτους ο περιορισμός της εν λόγω νομικής μορφής εταιρείας και για τον λόγο αυτό δημιουργήθηκε ο τύπος της Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρείας.

Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.): Πρόκειται για μια εταιρική μορφή που λειτουργεί ως ενδιάμεσος κρίκος των μικρών και μεγάλων εταιρειών, παρουσιάζοντας αρκετές ομοιότητες με την Ε.Π.Ε., χωρίς όμως να εμπίπτει στις «εταιρικές» οδηγίες της Ε.Ε. Για τις εταιρικές υποχρεώσεις ευθύνεται μόνο η εταιρεία – το νομικό πρόσωπο με την περιουσία της και η ευθύνη των εταίρων περιορίζεται στο ποσό της εισφοράς τους στο κεφάλαιο και δεν επεκτείνεται στην ατομική τους περιουσία, ενώ το εταιρικό μερίδιο αντιπροσωπεύει τη συμμετοχή κάθε εταίρου. Δύναται να συσταθεί και να τροποποιηθεί με ιδιωτικό συμφωνητικό / καταστατικό, χωρίς να απαιτείται συμβολαιογραφική πράξη. Για τη σύσταση της απαιτείται ο ορισμός εταιρικού κεφαλαίου, το οποίο όμως μπορεί να ξεκινά από πολύ χαμηλά επίπεδα (ελάχιστο δυνατό εταιρικό κεφάλαιο το 1€).

Τα εταιρικά μερίδια μοιράζονται μεταξύ των εταίρων με βάση: (α) τις κεφαλαιακές εισφορές (χρήματα) που βάζουν στην εταιρεία, (β) τις εξωκεφαλαιακές εισφορές (π.χ. εργασία, ατομικές ή εμπράγματα εγγυήσεις, ειδικές γνώσεις / τεχνογνωσία). Άρα ενώ ένας εταίρος βάσει χρήματα, μπορεί ο άλλος να βάζει εργασία, γεγονός που επιτρέπει την μεγαλύτερη ευελιξία στο σχηματισμό του εταιρικού σχήματος. Αντίστοιχη ευελιξία υπάρχει και στη διαμόρφωση των κανόνων λειτουργίας της εταιρείας, που ναι μεν πρέπει να υπάρχουν καταγεγραμμένες στο Καταστατικό, αλλά από την άλλη η νομοθεσία αφήνει αρκετούς βαθμούς ελευθερίας στη διαμόρφωση του.

Έτσι, δίνονται ελευθερίες, όπως η δυνατότητα του διαχειριστή να τροποποιεί το καταστατικό, ο διορισμός του διαχειριστή από έναν εταίρο, η ανάκληση από τους εταίρους του διαχειριστή ορισμένου χρόνου μόνο για ορισμένους λόγους και πολλά άλλα. Επίσης για την ενίσχυση της ευελιξίας της παρέχεται από τον νόμο η δυνατότητα λήψης αποφάσεων των εταίρων τόσο εντός όσο και εκτός Γενικής Συνέλευσης, ενώ απλοποιημένες διαδικασίες προβλέπονται και για την έγκριση των ετήσιων οικονομικών αποτελεσμάτων, την συνεδρίαση των οργάνων της κλπ.

Συνεπώς ένα από τα προτερήματα της Ι.Κ.Ε. είναι η ικανότητά της να διαμορφώνεται σύμφωνα με τις επιθυμίες των εταίρων της και να παίρνει πολλές διαφορετικές μορφές και εκδοχές, που μπορούν να την τοποθετήσουν από τη μια άκρη του εταιρικού φάσματος, τις προσωπικές εταιρίες, μέχρι την άλλη, τις κεφαλαιουχικές. Ωστόσο, σημαντική διαφορά σε σχέση με την Ε.Π.Ε. αποτελεί το γεγονός ότι οι εταίροι - μη διαχειριστές - δεν υπάγονται υποχρεωτικά σε Οργανισμό Κοινωνικής Ασφάλισης (ΟΑΕΕ κ.λπ.).

Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.): Στις ανώνυμες εταιρείες (Α.Ε.), που είναι μετοχικές, κάθε εταίρος (μέτοχος) είναι υπεύθυνος μόνο για το ποσοστό συμμετοχής του, δηλαδή για τον αριθμό των μετοχών τις οποίες διαθέτει. Ο μέτοχος συμμετέχει στην εκλογή της διοίκησης της εταιρείας, στη διαμόρφωση των γενικών αρχών της πολιτικής και στα κέρδη, ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών που διαθέτει. Στη γενική συνέλευση των μετόχων κάθε μέτοχος διαθέτει τόσες ψήφους όσες είναι οι μετοχές που κατέχει. Πλεονέκτημα της Α.Ε. είναι όχι μόνο η μακρά διάρκεια ζωής της, αλλά και ότι σε περίπτωση ζημιών ή πτωχεύσεως ο κάθε μέτοχος είναι υπεύθυνος μέχρι του ποσού που έχει καταβάλει για τις μετοχές του, δηλαδή, στη χειρότερη περίπτωση, οι μετοχές του χάνουν τελείως την αξία τους. Στα μειονεκτήματα της Α.Ε. θα μπορούσαμε να πούμε ότι συγκαταλέγεται το μεγάλο σχετικά κεφάλαιο που απαιτείται για την ίδρυσή της (60.000 ευρώ), οι αυστηροί όροι δημοσιότητας κατά την ίδρυσή της αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής της

Οικογένεια Π2, Κωδικός Πεδίου Ε1.Π2 και Ε1.Π2.Υ1

Βασικό συστατικό επιτυχίας πολλών επιχειρήσεων / προϊόντων είναι η επιλογή του κατάλληλου ονόματος. Η επιλογή ονόματος για την επιχείρηση, μπορεί να φαίνεται απλή και γρήγορη διαδικασία, αλλά πρέπει να ληφθούν υπόψη μία σειρά παραμέτρων, όπως:

- Μπορεί η επιχείρηση μου (βάσει της νομικής μορφής που επέλεξα) να έχει ως Επωνυμία κάτι άλλο πέραν των ονοματεπωνύμων του ιδρυτή / των ιδρυτών της;
- Μπορεί η επιχείρηση μου να έχει κάποια επωνυμία (π.χ. το Ονοματεπώνυμο μου), αλλά και κάποιο μικρότερο τίτλο χάριν ευκολίας;
- Αν επιλέξω κάποιον μικρό και εύηχο τίτλο, τι μορφής μπορεί να είναι αυτός;
- Μπορεί τον ίδιο τίτλο να τον έχει και άλλη εταιρεία;
- Πως προστατεύομαι ότι δεν θα πάρει κάποιος άλλος τον τίτλο μου;

Οι επιχειρήσεις έχουν δύο διακριτές ονομασίες: (α) την Επωνυμία τους, που αποτελεί την επίσημη ονομασία με βάση την οποία συστάθηκαν και (β) τον Διακριτικό Τίτλο τους, που αποτελεί μία μικρότερη και περισσότερο χαρακτηριστική ονομασία. Τις περισσότερες εταιρείες τις γνωρίζουμε με τον Διακριτικό τους Τίτλο και συχνά εσφαλμένα θεωρούμε ότι αυτή είναι και η επίσημη επωνυμία τους. Για παράδειγμα σε όλους είναι γνωστή η Δ.Ε.Η. (Διακριτικός Τίτλος), επίσημα καταγεγραμμένη (Επωνυμία) ως Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού Α.Ε.

Ως εκ τούτου, καλείστε να επιλέξετε:

1. Επωνυμία και
2. Διακριτικό Τίτλο.

Στο ερώτημα του αν αυτά τα δύο μπορούν να ταυτίζονται, η απάντηση είναι ΟΧΙ. Μπορεί να προσομοιάζει το ένα στο άλλο, αλλά δεν μπορεί να είναι ταυτόσημα, ακόμα και αν η μόνη διαφοροποίηση είναι η κατάληξη που δείχνει τύπο επιχειρήσεις (π.χ. Netwind Α.Ε. η επωνυμία και Netwind ο διακριτικός τίτλος). Ομοίως, μία επιχείρηση μπορεί να λέγεται “Παπαδόπουλος & Παπαγεωργίου Ο.Ε.” ενώ ο διακριτικός τίτλος να είναι Netwind Ο.Ε. (ή Netwind χωρίς την κατάληξη του τύπου επιχείρησης). Οι καταλήξεις ανάλογα τον τύπο επιχείρησης είναι:

- Ομόρρυθμη Εταιρεία - Ο.Ε.
- Ετερόρρυθμη Εταιρεία - Ε.Ε.
- Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης - Ε.Π.Ε.
- Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία - Ι.Κ.Ε.
- Ανώνυμη Εταιρεία - Α.Ε.
- ... οι ατομικές επιχειρήσεις δεν έχουν κατάληξη ...

Ειδικά για τις Ατομικές Επιχειρήσεις, υποχρεωτικά η Επωνυμία τους ταυτίζεται με το ονοματεπώνυμο του Ιδρυτή τους.

Οι διακριτικοί τίτλοι μπορεί να προέρχονται από επτά διαφορετικές κατηγορίες:

1. **Περιγραφικοί**, που μέσα από το όνομα αποκαλύπτουν και το αντικείμενο της εταιρείας. Παράδειγμα αποτελούν οι εταιρείες “YouSendit” και “EasyCamp” τις οποίες ακόμα και αν δεν τις ξέρετε, φαντάζεστε το αντικείμενο τους. Με τον τρόπο αυτό περνάνε ένα άμεσο μήνυμα στον πελάτη και δεν αφήνουν περιθώρια λάθους ερμηνείας του σκοπού της εταιρείας. Μειονέκτημα αποτελεί το ότι αν η εταιρεία επεκταθεί και σε άλλα αντικείμενα, τότε ο τίτλος παύει να είναι αντιπροσωπευτικός.
2. **Αλληγορικοί**, που έχουν σκοπό να φέρουν στο μυαλό του πελάτη, εικόνες ή προσωπικά βιώματα και να ταυτίσουν την εταιρεία με αυτά. Επί της ουσίας είναι ένας έμμεσος τρόπος να αναπτυχθεί μία οικειότητα με τον πελάτη, βασιζόμενη στο όνομα. Παραδείγματα τέτοιων εταιρειών είναι η Amazon, η Apple, η Nike.
3. **Φανταστικοί**, που συνίσταται στην «εφεύρεση» μίας λέξης. Παραδείγματα τέτοιων εταιρειών είναι η Google, η Kodak κ.ο.κ. Μπορεί να αποτελούν συνεννώσεις λέξεων ή να βασίζονται σε λατινικές ή αρχαιοελληνικές λέξεις που μετατρέπονται κατάλληλα. Σκοπός είναι να ενσωματώσουν μία νέα εταιρική φιλοσοφία. Θέλουν προσοχή όμως γιατί όσο εύκολα μπορεί να προσελκύσουν την περιέργεια του κοινού, άλλο τόσο μπορούν να το απομακρύνουν.
4. **Λεκτικοί**, όπως για παράδειγμα το Allou FunPark. Ο τύπος αυτός είναι αρκετά διαδεδομένος και περιλαμβάνει μικρές φράσεις, σύνθετες λέξεις, αλλά και αναγραμματισμούς για να κεντρίσουν το ενδιαφέρον του κοινού.
5. **Ακρωνύμια**, που συνήθως αποτελούν τα αρχικά λέξεων και τα οποία συνθέτουν μία αρκετά μεγάλη επωνυμία. Ενδείκνυται σε περιπτώσεις εταιρειών με μεγάλα ονόματα ή που οι τίτλοι τους είναι αρκετά τεχνικοί και ελάχιστα ελκυστικοί ή εύκολοι προς απομνημόνευση στο κοινό. Τέτοια παραδείγματα είναι η IBM, η LG και πολλές άλλες εταιρείες.
6. **Γεωγραφικοί**, που εμπεριέχουν τοπωνύμιο ή γεωγραφικό προσδιορισμό. Για παράδειγμα υπάρχει το Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων ή η επίσης γνωστή New York Times. Συνδέουν έτσι την επιχειρηματική δράση με ένα σταθερό σημείο αναφοράς, που ενδεχομένως συμβολίζει κάτι, ανεξάρτητα του αν τελικά η επεκτείνεται η δραστηριότητα τους σε εθνικό ή παγκόσμιο επίπεδο.

7. **Ονομάτων Ιδρυτών**, όπως για παράδειγμα McDonald's ή Ralph Lauren. Σε κάποιους κλάδους (π.χ. βιομηχανία ρούχων) αυτή είναι η πλέον προσφιλή τακτική ονοματοδοσίας. Στους υπόλοιπους κλάδους το φαινόμενο είναι λιγότερο περιορισμένο.

Τώρα που έχετε μία εικόνα πως μπορούμε να επιλέξουμε Επωνυμία και Διακριτικό Τίτλο για την επιχείρησή σας, ας προχωρήσουμε.

Προσοχή: Σκεφτείτε ότι ο Διακριτικός Τίτλος που επιλέξατε αν είναι στα ελληνικά πρέπει να μπορεί εύκολα να αποδοθεί και στα αγγλικά, ώστε να διευκολυνθεί η αναζήτηση της επιχείρησής σας στο διαδίκτυο και στα Social Media. Δεν πρέπει ο πελάτης να προσπαθεί να φανταστεί ... πως μπορεί να γράφεται τώρα αυτός ο τίτλος στα αγγλικά;

Πεδίο Προέλευσης	Αντιστοιχία Επιλογής	E1-8 Επωνυμία	E1-9 Διακριτικός Τίτλος
E1-1	Ατομική Επιχείρηση	Εισάγετε το Ονοματεπώνυμο σας	Επιλέξτε Ελεύθερα (E1-8 Διαφορετικό του E1-9)
E1-3	Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.):	Δηλώστε την επωνυμία της επιχείρησής σας. Όπως περιγράφηκε μπορεί να είναι της μορφής: (α) «ο διακριτικός σας τίτλος» Ο.Ε. ή (β) “Παπαδόπουλος & Παπαγεωργίου Ο.Ε.”	Επιλέξτε Ελεύθερα (E1-8 Διαφορετικό του E1-9)
E1-4	Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.):	Δηλώστε την επωνυμία της επιχείρησής σας. Όπως περιγράφηκε μπορεί να είναι της μορφής: (α) «ο διακριτικός σας τίτλος» Ε.Ε. ή (β) “Παπαδόπουλος & Παπαγεωργίου Ε.Ε.”	Επιλέξτε Ελεύθερα (E1-8 Διαφορετικό του E1-9)
E1-5	Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.):	Δηλώστε την επωνυμία της επιχείρησής σας. Όπως περιγράφηκε μπορεί να είναι της μορφής: (α) «ο διακριτικός σας τίτλος» Ε.Π.Ε. ή (β) “Παπαδόπουλος & Παπαγεωργίου Ε.Π.Ε.”	Επιλέξτε Ελεύθερα (E1-8 Διαφορετικό του E1-9)
E1-6	Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.):	Δηλώστε την επωνυμία της επιχείρησής σας. Όπως περιγράφηκε μπορεί να είναι της μορφής: (α) «ο διακριτικός σας τίτλος» Ι.Κ.Ε. ή (β) “Παπαδόπουλος & Παπαγεωργίου Ι.Κ.Ε.”	Επιλέξτε Ελεύθερα (E1-8 Διαφορετικό του E1-9)
E1-7	Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.):	Δηλώστε την επωνυμία της επιχείρησής σας. Όπως περιγράφηκε μπορεί να είναι της μορφής: (α) «ο διακριτικός σας τίτλος» Α.Ε. ή (β) “Παπαδόπουλος & Παπαγεωργίου Α.Ε.”	Επιλέξτε Ελεύθερα (E1-8 Διαφορετικό του E1-9)

Έχοντας επιλέξει Διακριτικό Τίτλο, είναι φυσικό να θέλεις να δεις αν υπάρχει άλλη εταιρεία που μπορεί να τυγχάνει να έχει το ίδιο. Ο έλεγχος αυτό πραγματοποιείται από το ΓΕΜΗ κατά τη σύσταση της επιχείρησής και δεν επιτρέπεται σε δύο εταιρείες να έχουν τον ίδιο Διακριτικό Τίτλο ή την ίδια Επωνυμία.

Οικογένεια Π3, Κωδικός Πεδίου E1.Π3, E1.Π3.Υ1 έως και E1.Π3.Υ7

E1.Π3

Κατά το E1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή E1-1 τότε από προεπιλογή ο αριθμός είναι «1».

Κατά το E1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή E1-2 τότε ο χρήστης θα πρέπει να μπορεί να επιλέξει αριθμό. Θεωρητικά ο αριθμός είναι απεριόριστος, αλλά μία τάξη μεγέθους «1-30» είναι υπεραρκετό.

ΠΡΟΣΟΧΗ: Όποιοι είναι ο τελικός αριθμός τόσα διακριτά πεδία πρέπει να εμφανιστούν στο Πεδίο με Κωδικό Ε1.Π3.Υ1

Ε1.Π3.Υ1

Ανάλογα τον αριθμό εταίρων που δήλωσε ο χρήστης δημιουργούνται τα αντίστοιχα πεδία

Α.Α	Όνομα	Επώνυμο	Πατρώνυμο
	#ΟΕ.01#		
#Ετ.01#	Δηλώστε Όνομα στην Ονομαστική π.χ. Αντώνιος	Δηλώστε Επώνυμο στην Ονομαστική π.χ. Παπαδόπουλος	Δηλώστε Πατρώνυμο στη Γενική π.χ. Διονυσίου
#Ετ.02#			
....			
....			
....			
#Ετ.30#			

Αν κάποιος από τους Εταίρους είναι Νομικό Πρόσωπο (άλλη Εταιρεία) απλά πατήστε πάνω στο #Ετ.ΧΧ#).

Θα πρέπει πάνω στο #Ετ.ΧΧ# να υπάρχει κουμπί επιλογής που να επιτρέπει να ορίσεις ότι ο εν λόγω Εταίρος είναι Νομικό Πρόσωπο. Τότε η γραμμή του Πίνακα για αυτό μετατρέπεται σε:

Α.Α	Επωνυμία	Διακριτικός Τίτλος	-
	#ΟΕ.01#		
#Ετ.ΧΧ#	Δηλώστε την Επωνυμία της Επιχείρησης	Δηλώστε τον Διακριτικό Τίτλο της Επιχείρησης	-

Ε1.Π3.Υ2

Ανάλογα τον αριθμό εταίρων που δήλωσε ο χρήστης δημιουργούνται τα αντίστοιχα πεδία

Α.Α	Οδός και Αριθμός	Ταχυδρομικός Κωδικός	Περιοχή	Περιφέρεια
	#ΜΚ.01#	#ΜΚ.02#	#ΜΚ.03#	#ΜΚ.04#
#Ετ.01#	Δηλώστε Οδό και Αριθμό Μόνιμης Κατοικίας	Δηλώστε Ταχυδρομικό Κωδικό Περιοχής Μόνιμης Κατοικίας	Δηλώστε Περιοχή (Τοπωνύμιο, Δήμο ή Πόλη) Μόνιμης Κατοικίας	Δηλώστε τη Διοικητική Περιφέρεια στην οποία βρίσκεται η Μόνιμη Κατοικία (π.χ. Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας)
#Ετ.02#				

....				
....				
....				
#Ετ.30#				

Αν στο Ε1.Π3.Υ1 υπάρχει Νομικό Πρόσωπο στην σύνθεση τότε η γραμμή του Πίνακα για αυτό μετατρέπεται σε:

Α.Α	Οδός και Αριθμός	Ταχυδρομικός Κωδικός	Περιοχή	Περιφέρεια
	#ΜΚ.01#	#ΜΚ.02#	#ΜΚ.03#	#ΜΚ.04#
#Ετ.ΧΧ#	Δηλώστε Οδό και Αριθμό Έδρας	Δηλώστε Ταχυδρομικό Κωδικό Περιοχής Έδρας	Δηλώστε Περιοχή (Τοπωνύμιο, Δήμο ή Πόλη) Έδρας	Δηλώστε τη Διοικητική Περιφέρεια στην οποία βρίσκεται η Έδρα (π.χ. Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας)

Ε1.Π3.Υ3

Ανάλογα τον αριθμό εταιρών που δήλωσε ο χρήστης δημιουργούνται τα αντίστοιχα πεδία

Α.Α	ΑΦΜ	Φορολογική Έδρα
#Ετ.01#	Δηλώστε το ΑΦΜ του Εταίρου	Δηλώστε την Δ.Ο.Υ. στην οποία ανήκει ο Εταίρος
#Ετ.02#		
....		
....		
....		
#Ετ.30#		

Ε1.Π3.Υ4

Κατά το Ε1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή Ε1-1 τότε από προεπιλογή ο χρήστης είναι Διαχειριστής και δεν λαμβάνει κανέναν άλλο ρόλο.

Κατά το Ε1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή Ε1-2 τότε ο χρήστης να συμπληρώσει / κάνει επιλογές στα ακόλουθα πεδία:

Καλείστε να δηλώσετε ποιος / ποιοι θα ασκούν διαχείριση στην Εταιρεία (μπορεί να είναι πάνω από ένα Φυσικό Πρόσωπο) και να Ορίσετε Ρόλους (π.χ. απλά «Εταίρος» ή «Οικονομικός Διευθυντής» ή «Υπεύθυνος Παραγωγής» ή «Άλλο Ρόλο»). Σε περίπτωση που ο Διαχειριστής θα είναι κάποιος Στέλεχος της Αγοράς (μη – Εταίρος) επιλέξτε παντού την επιλογή «ΟΧΙ» στο αντίστοιχο Πεδίο.

Α.Α	Διαχειριστής	Ρόλος στην Επιχείρηση
	#Δ.ΧΧ#	
#Ετ.01#	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου
#Ετ.02#	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου
....	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου
#Ετ.ΧΧ# (Νομικό Πρόσωπο)	-	-
....	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου
#Ετ.30#	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου

Αν στο Πεδίο Ε1.Π3.Υ3 έχει δηλωθεί Εταίρος που είναι Νομικό Πρόσωπο, αυτός εξαιρείται από τον Πίνακα και δεν μπορεί να λάβει ούτε Ρόλο, ούτε θέση Διαχειριστή.

Αν στο Πεδίο «Διαχειριστής» όλες οι απαντήσεις είναι όχι τότε προκύπτει ο ακόλουθος Πίνακας:

Επειδή δεν δηλώσατε το όνομα κάποιου εταίρου ως Διαχειριστή, καλείστε να δηλώσετε τον Διαχειριστή της Εταιρείας:

Α.Α	Όνοματεπώνυμο Διαχειριστή	ΑΦΜ Διαχειριστή
#Δ.01#	Δηλώστε το Όνοματεπώνυμο του Διαχειριστή	Δηλώστε το ΑΦΜ του Διαχειριστή
....		
#Δ.ΧΧ#		

Αν στο Πεδίο Ε1.Π3.Υ1 έχει επιλεγεί ως μορφή εταιρικής επιχείρησης, η Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε1-4) τότε ο χρήστης καλείται να συμπληρώσει τον ακόλουθο Πίνακα:

Α.Α	Κατηγορία Εταίρου	Διαχειριστής	Ρόλος στην Επιχείρηση
	#ΟΕ-ΕΕ.ΧΧ#	#Δ.ΧΧ#	
#Ετ.01#	ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ/ ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΟΣ	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου
#Ετ.02#	ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ/ ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΟΣ	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου
....	ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ/ ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΟΣ	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου
#Ετ.ΧΧ#	ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ/ ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΟΣ	-	-

(Νομικό Πρόσωπο)			
....	ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ/ ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΟΣ	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου
#Ετ.30#	ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ/ ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΟΣ	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ελεύθερη Συγγραφή Πεδίου

Όπου η επιλογή είναι ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΟΣ τότε από Προεπιλογή δεν πρέπει να του επιτρέπει να του δίνει τη δυνατότητα να είναι Διαχειριστής (Αυτόματα ΟΧΙ στο Πεδίο Διαχειριστής).

E1.Π3.Υ5

Κατά το Ε1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή Ε1-1 τότε από προεπιλογή ο χρήστης λαμβάνει Ποσοστό 100%

Κατά το Ε1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή Ε1-2 τότε ο χρήστης να συμπληρώσει / κάνει επιλογές στα ακόλουθα πεδία:

Καλείστε να δηλώσετε το ποσοστό του κάθε Εταίρου στην Επιχείρησή σας. Το άθροισμα όλων των ποσοστών δεν δύναται να ξεπερνά το 100:

A.A	Ποσοστό	Άθροισμα Ποσοστού
#Ετ.01#%	Ποσοστό Ετ.01
#Ετ.02#%	Ποσοστό Ετ.01 + Ποσοστό Ετ.02
....%
....%
....%	.
#Ετ.30#%	Άθροισμα Ποσοστών Εταίρων 01 έως 29 + Ποσοστό Ετ.30 < ή = 100%

Αν για κάποιο λόγο το Τελικό Άθροισμα δεν είναι 100% θα πρέπει οι χρήστες να κάνουν διορθώσεις για να προχωρήσουν.

E1.Π3.Υ6

Κατά το Ε1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή Ε1-1 τότε από προεπιλογή ο χρήστης επιτρέπεται να δηλώσει ότι ποσό επιθυμεί με την Ένδειξη:

Η δήλωση κεφαλαίου δεν είναι υποχρεωτική και μπορείτε ανά πάσα στιγμή να προσθαφαιρείτε Κεφάλαιο. Παράλληλα αν για κάποιον λόγο το Κεφάλαιο της Εταιρείας δεν επαρκεί για να καλύψει τις υποχρεώσεις της, ευθύνεστε στο ακέραιο με την προσωπική σας περιουσία.

Κατά το Ε1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή Ε1-2 τότε υπάρχουν οι ακόλουθες υποπεριπτώσεις:

Επιλογή	Κείμενο	Ποσό (Ε1-16)

E1-3	Πρέπει να δηλωθεί το ποσό του Κεφαλαίου στο Καταστατικό, ενώ οι εταίροι μπορούν να καλύπτουν με ίδιους πόρους τυχόν ανάγκες της εταιρείας, χωρίς να κάνουν αύξηση του αρχικού κεφαλαίου, παρά μόνο αν το επιθυμούν.	Δηλώστε το Ποσό του Εταιρικού Κεφαλαίου (σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€)
E1-4	Πρέπει να δηλωθεί το ποσό του Κεφαλαίου στο Καταστατικό, ενώ οι εταίροι μπορούν να καλύπτουν με ίδιους πόρους τυχόν ανάγκες της εταιρείας, χωρίς να κάνουν αύξηση του αρχικού κεφαλαίου, παρά μόνο αν το επιθυμούν.	Δηλώστε το Ποσό του Εταιρικού Κεφαλαίου (σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€)
E1-5	Πρέπει να δηλωθεί το ποσό του Κεφαλαίου στο Καταστατικό, ενώ οι εταίροι για να μπορέσουν να βάλουν νέα χρήματα στην εταιρεία (αν δεν τους φτάνουν τα διαθέσιμα κεφάλαια για να πληρώσουν τις υποχρεώσεις) πρέπει να κάνουν υποχρεωτικά αύξηση του εταιρικού κεφαλαίου, μέσω τροποποίησης του Καταστατικού, ακολουθώντας τις προβλεπόμενες διοικητικές διαδικασίες (π.χ. Σύγκλιση Γενικής Συνέλευσης).	Δηλώστε το Ποσό του Εταιρικού Κεφαλαίου (σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€)
E1-6	Πρέπει να δηλωθεί το ποσό του Κεφαλαίου στο Καταστατικό, ενώ οι εταίροι για να μπορέσουν να βάλουν νέα χρήματα στην εταιρεία (αν δεν τους φτάνουν τα διαθέσιμα κεφάλαια για να πληρώσουν τις υποχρεώσεις) πρέπει να κάνουν υποχρεωτικά αύξηση του εταιρικού κεφαλαίου, μέσω τροποποίησης του Καταστατικού, ακολουθώντας τις προβλεπόμενες διοικητικές διαδικασίες (π.χ. Σύγκλιση Γενικής Συνέλευσης).	Δηλώστε το Ποσό του Εταιρικού Κεφαλαίου (σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€)
		Δηλώστε την συνολική αξία των εξωκεφαλαιακών εισφορών σε εργασία (πόση εργασία βάζουν οι εταίροι και πόσο αποτιμάται η αξία της) σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€)
		Δηλώστε την συνολική αξία των εξωκεφαλαιακών εισφορών σε τεχνογνωσία (ποια τεχνογνωσία βάζουν οι εταίροι και πόσο αποτιμάται η αξία της) σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€)
	Πρέπει να δηλωθεί η αξία των εξωκεφαλαιακών εισφορών (αν υπάρχουν) που θα βάλουν οι μέτοχοι συνολικά και να περιγραφεί η μορφή των εισφορών αυτών.	Δηλώστε την συνολική αξία των εξωκεφαλαιακών εισφορών σε εγγυήσεις (ποιες εγγυήσεις βάζουν οι

		εταίροι και πόσο αποτιμάται η αξία της) σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€)
		Συνολικό Κεφάλαιο Εταιρείας σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€
E1-7	Πρέπει να δηλωθεί το ποσό του Κεφαλαίου στο Καταστατικό, ενώ οι εταίροι για να μπορέσουν να βάλουν νέα χρήματα στην εταιρεία (αν δεν τους φτάνουν τα διαθέσιμα κεφάλαια για να πληρώσουν τις υποχρεώσεις) πρέπει να κάνουν υποχρεωτικά αύξηση του εταιρικού κεφαλαίου, μέσω τροποποίησης του Καταστατικού, ακολουθώντας τις προβλεπόμενες διοικητικές διαδικασίες (π.χ. Σύγκληση Γενικής Συνέλευσης), αλλά και τις διαδικασίες δημοσιότητας που προβλέπει η νομοθεσία.	Δηλώστε το Ποσό του Εταιρικού Κεφαλαίου (σε μορφή Χ.ΧΧΧ.ΧΧΧ,ΧΧ€)

E1.Π3.Υ7

Κατά το E1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή E1-1 τότε από προεπιλογή ο χρήστης δεν βλέπει καθόλου το επόμενο Πεδίο.

Κατά το E1.Π1 αν έχει γίνει επιλογή E1-2 τότε υπάρχουν οι ακόλουθες υποπεριπτώσεις ανάλογα με τον αριθμό χρηστών που έχει δηλωθεί αλλά και το είδος της Εταιρικής Μορφής που έχει επιλεγεί στο E1.Π1.Υ1

Καλείστε να δηλώσετε το ποσοστό του κάθε Εταίρου στην Επιχείρησή σας. Το άθροισμα όλων των ποσοστών δεν δύναται να ξεπερνά το 100:

Επιλογή	Εταίρος	Κεφάλαιο ανά Εταίρο	Σύνολο	Αναγκαία Συνθήκη
E1-3	#Ετ.01#	ΧΧ.ΧΧΧ.ΧΧ,ΧΧ € (#Ετ.01#)	Sum = (E1-17)	E1-16
	#Ετ.02#	ΧΧ.ΧΧΧ.ΧΧ,ΧΧ € (#Ετ.02#)		=
		
		
	#Ετ.30#	ΧΧ.ΧΧΧ.ΧΧ,ΧΧ € (#Ετ.30#)		E1-17
E1-4	#Ετ.01#	ΧΧ.ΧΧΧ.ΧΧ,ΧΧ € (#Ετ.01#)	Sum = (E1-17)	E1-16
	#Ετ.02#	ΧΧ.ΧΧΧ.ΧΧ,ΧΧ € (#Ετ.02#)		=
		
		
	#Ετ.30#	ΧΧ.ΧΧΧ.ΧΧ,ΧΧ € (#Ετ.30#)		E1-17

E1-5	#Ετ.01#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.01#)	Sum = (E1-17)	E1-16
	#Ετ.02#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.02#)		=
		
		
	#Ετ.30#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.30#)		E1-17
E1-6		Χρηματικό Κεφάλαιο ανά Εταίρο	Sum = (E1-17)	E1-16
	#Ετ.01#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.01#)		=
	#Ετ.02#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.02#)		
		E1-17
		
	#Ετ.30#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.30#)		
		Αξία Εργασίας (εξωκεφαλαιακές εισφορές) ως Κεφάλαιο ανά Εταίρο	Sum = (E1-17)	E1-16
	#Ετ.01#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.01#)		=
	#Ετ.02#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.02#)		
		E1-17
		
	#Ετ.30#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.30#)		
	Αξία Τεχνογνωσίας (εξωκεφαλαιακές εισφορές) ως Κεφάλαιο ανά Εταίρο	Sum = (E1-17)	E1-16	
#Ετ.01#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.01#)		=	
#Ετ.02#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.02#)			
....		E1-17	
#Ετ.30#	XX.XXX.XX,XX€			

		(#Ετ.30#)		
		Αξία Εγγυήσεων (εξωκεφαλαιακές εισφορές) ως Κεφάλαιο ανά Εταίρο XX.XXX.XX,XX€(#Ετ.01#)		E1-16
	#Ετ.01#	XX.XXX.XX,XX €	Sum = (E1- 17)	=
	#Ετ.02#	(#Ετ.02#)		E1-17
		
		
		
	#Ετ.30#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.30#)		
E1-7	#Ετ.01#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.01#)	Sum = (E1- 17)	E1-16
	#Ετ.02#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.02#)		=
		
		
		
	#Ετ.30#	XX.XXX.XX,XX € (#Ετ.30#)		E1-17

Αν για κάποιο λόγο δεν ικανοποιείται η Αναγκαία Συνθήκη, ο χρήστης δεν θα μπορεί να συνεχίσει, ενώ θα πρέπει να λαμβάνει ένα από τα ακόλουθα μηνύματα:

- Το Συνολικό Δηλωθέν Κεφάλαιο της Εταιρείας, είναι μεγαλύτερο από τα Αθροίσματα των Εισφορών που δηλώσατε ότι θα καταβάλουν οι Εταίροι. Τα δύο ποσά πρέπει να ταυτίζονται.
- Το Συνολικό Δηλωθέν Κεφάλαιο της Εταιρείας, είναι μικρότερο από τα Αθροίσματα των Εισφορών που δηλώσατε ότι θα καταβάλουν οι Εταίροι. Τα δύο ποσά πρέπει να ταυτίζονται.

Οικογένεια Π4, Κωδικός Πεδίου E1.Π4

E1.Π4

Οδός και Αριθμός	Ταχυδρομικός Κωδικός	Περιοχή	Περιφέρεια
Δηλώστε Οδό και Αριθμό Έδρας	Δηλώστε Ταχυδρομικό Κωδικό Περιοχής Έδρας	Δηλώστε Περιοχή (Τοπωνύμιο, Δήμο ή Πόλη) Έδρας	Δηλώστε τη Διοικητική Περιφέρεια στην οποία βρίσκεται η Έδρα (π.χ. Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας)

Το Εργαλείο πρέπει να αναζητά ταυτίσεις στο Πεδίο Οδός και Αριθμός + Ταχυδρομικός Κωδικός που υπάρχουν στο Πεδίο E1.Π3.Υ2. Σε περίπτωση που υπάρχει ταύτιση θα πρέπει να προκύπτουν τα ακόλουθα ως αλληλουχία ερωτήσεων:

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο
-----	---------	----------	--------

1	<p>Η νομοθεσία επιτρέπει την έναρξη δραστηριότητας σε οικιακούς χώρους. Επιβεβαιώστε ότι συνειδητά επιλέξατε να δημιουργήσετε την Εταιρεία σας, στην Οικία σας.</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.01#)</p>	<p>NAI / OXI</p>	<p>Αν η απάντηση είναι NAI, προχωράμε στην Ερώτηση 2.</p>
			<p>Αν η απάντηση είναι OXI:</p> <p>Παρακαλώ πολύ τροποποιήστε είτε την Εταιρική σας Έδρα ή τη Διεύθυνση Κατοικίας σας</p> <p>Η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.</p>
2	<p>Η δηλωθείσα Εταιρική Έδρα, που ταυτίζεται με τη διεύθυνση κατοικίας, είναι στο όνομα σας ή εναλλακτικά διαθέτετε (ή μπορείτε να εξασφαλίσετε) Υπεύθυνη Δήλωση του Ιδιοκτήτη που να σας επιτρέπει τη στέγαση σας εκεί;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.02#)</p>	<p>NAI / OXI</p>	<p>Αν η απάντηση είναι NAI, προχωράμε στην Ερώτηση 3.</p>
			<p>Αν η απάντηση είναι OXI:</p> <p>Είναι υποχρεωτική η εξασφάλιση συναίνεσης του Ιδιοκτήτη για την έναρξη της επαγγελματικής δραστηριότητας</p> <p>Ο χρήστης Προχωράει στην Ερώτηση 3.</p>
3	<p>Για την δηλωθείσα Εταιρική Έδρα έχετε γνώση των Αδειοδοτήσεων ή των απαλλαγών από Αδειοδότηση που πρέπει να διαθέτετε;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.03#)</p>	<p>NAI / OXI</p>	<p>Αν η απάντηση είναι NAI τερματίζονται οι Ερωτήσεις.</p>
			<p>Αν η απάντηση είναι OXI:</p> <p>Πριν τη Σύσταση της Εταιρείας θα πρέπει να έχετε εξασφαλίσει όλες τις απαιτούμενες άδειες για την ολοκλήρωση της διαδικασίας.</p>

Το Εργαλείο πρέπει να αναζητά ταυτίσεις στο Πεδίο Οδός και Αριθμός + Ταχυδρομικός Κωδικός που υπάρχουν στο Πεδίο Ε1.Π3.Υ2. Σε περίπτωση που ΔΕΝ υπάρχει ταύτιση θα πρέπει να προκύπτουν τα ακόλουθα ως αλληλουχία ερωτήσεων:

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο
1	<p>Η Επαγγελματική έδρα που δηλώνετε είναι ιδιόκτητη;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.01#)</p>	<p>NAI / OXI</p>	<p>Αν η απάντηση είναι NAI, η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.</p>
			<p>Αν η απάντηση είναι OXI:</p> <p>Για τη Σύσταση της Εταιρείας σας απαιτείται είτε ιδιόκτητη έδρα ή προ –</p>

			σύμφωνο ενοικίασης επαγγελματικού χώρου. <i>Ο χρήστης Προχωράει στην Ερώτηση 2.</i>
2	Για τη δηλωθείσα Εταιρική Έδρα, διαθέτετε (ή μπορείτε να εξασφαλίσετε) προ - Συμβόλαιο με τον Ιδιοκτήτη που να σας επιτρέπει τη επαγγελματική στέγαση σας εκεί; (Κωδικός Πεδίου #Ερ.02#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<i>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 3.</i> <i>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ:</i> Είναι υποχρεωτική η εξασφάλιση συναίνεσης του Ιδιοκτήτη για την έναρξη της επαγγελματικής δραστηριότητας <i>Ο χρήστης Προχωράει στην Ερώτηση 3.</i>
3	Για την δηλωθείσα Εταιρική Έδρα έχετε γνώση των Αδειοδοτήσεων ή των απαλλαγών από Αδειοδότηση που πρέπει να διαθέτετε; (Κωδικός Πεδίου #Ερ.03#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<i>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ</i> <i>τερματίζονται οι Ερωτήσεις.</i> <i>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ:</i> Πριν τη Σύσταση της Εταιρείας θα πρέπει να έχετε εξασφαλίσει όλες τις απαιτούμενες άδειες για την ολοκλήρωση της διαδικασίας.

Οικογένεια Π5, Κωδικός Πεδίου Ε1.Π5 και Ε1.Π5.Υ1 και Ε1.Π5.Υ2

Σημαντικό κομμάτι για την Εταιρεία αποτελεί η κατηγορία και ο κλάδος δραστηριοποίησης της. Σε πρώτο επίπεδο απαιτείται να επιλεγεί αν η επιχείρηση δραστηριοποιείται στην κατηγορία της πρωτογενούς, δευτερογενούς ή τριτογενούς παραγωγής.

Η **Πρωτογενής Παραγωγή** περιλαμβάνει τομείς όπως η γεωργία και κτηνοτροφία – πτηνοτροφία (φυτική και ζωική παραγωγή), καθώς και τομείς δραστηριοποίησης που σχετίζονται με τη λήψη αγαθών από τη φύση στην μορφή και την κατάσταση που βρίσκονται (π.χ. αλιεία, κυνήγι και υλοτομία). Αν το αντικείμενο δραστηριοποίησης σας περιλαμβάνεται σε έναν από αυτούς τους κλάδους επιλέξτε την πρωτογενή παραγωγή.

Η **Δευτερογενής Παραγωγή** περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες μετασχηματισμού των προϊόντων της πρωτογενούς παραγωγής, ώστε να δημιουργηθούν τα προϊόντα που καταναλώνουμε σήμερα ή συνθετικά προϊόντα τα οποία είναι απαραίτητα για την παραγωγή άλλων προϊόντων. Ουσιαστικά περιλαμβάνει όλη την μεταποίηση και τη βιομηχανία, τις κατασκευές, την παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας, τη διανομή φυσικού αερίου και νερού, τα ορυχεία και τα λατομεία, τα μεταλλεία και τις αλυκές, κ.α. Αν το αντικείμενο δραστηριοποίησης σας περιλαμβάνεται σε έναν από αυτούς τους κλάδους επιλέξτε τη δευτερογενή παραγωγή.

Τέλος, η **Τριτογενής Παραγωγή** περιλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες, όπως το εμπόριο, τις υπηρεσίες ελεύθερων επαγγελματιών επαγγελματίες (οικονομολόγοι, δικηγόροι, γιατροί, μηχανικοί), τις τουριστικές υπηρεσίες, τις ασφαλιστικές υπηρεσίες, κ.α. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη κατηγορία δραστηριοποίησης στην ελληνική

οικονομία. Αν το αντικείμενο δραστηριοποίησης σας περιλαμβάνεται σε έναν από αυτούς τους κλάδους επιλέξτε την τριτογενή παραγωγή.

Αν δεν είστε σίγουρος για την επιλογή σας, συνεχίστε στο επόμενο βήμα και η επιλογή θα γίνει αυτόματα. Στην περίπτωση αυτή επιλέξτε το «Δεν γνωρίζω μετά βεβαιότητας»

Επιλογή	Οδηγεί σε Ε1.Π5.Υ1 και σε Αρχείο
Πρωτογενής Παραγωγή	Πρωτογενής Κωδικοί Δραστηριότητας ΚΑΔ
Δευτερογενής Παραγωγή	Δευτερογενής Κωδικοί Δραστηριότητας ΚΑΔ
Τριτογενής Παραγωγή	Τριτογενής Κωδικοί Δραστηριότητας ΚΑΔ
Δεν γνωρίζω μετά βεβαιότητας	Συνολικό Κωδικοί Δραστηριότητας ΚΑΔ

Ε1.Π5.Υ1

Από τα αρχεία που περιγράφονται στον ανωτέρω Πίνακα, ο χρήστης θα μπορεί να δει και να επιλέξει τους Κωδικούς Δραστηριότητας.

ΠΡΟΣΟΧΗ:

- Δεν πρέπει να μπορεί να επιλέξει πρωτοβάθμιο κωδικό, π.χ. 01. που αντιστοιχεί σε Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες.
- Δεν πρέπει να μπορεί να επιλέξει δευτεροβάθμιο κωδικό, αλλά με την ένδειξη «Δεν συνίσταται, επιλέξτε ΚΑΔ μεγαλύτερης ανάλυσης», π.χ. 01.1 που αντιστοιχεί σε Καλλιέργεια μη πολυετών φυτών.
- Πρέπει να μπορεί να επιλέξει κωδικό της μορφής 01.11 ή και ακόμα μεγαλύτερης ανάλυσης.

Ανεξάρτητα της επιλογής του χρήστη, το σύστημα πρέπει να μπορεί να κρατά σε «γνώση» του πρωτοβάθμιου και δευτεροβάθμιου στην οικογένεια του οποίου ανήκει ο ΚΑΔ ή οι ΚΑΔ που επέλεξε ο χρήστης για «Μεταφορά» σε άλλα Πεδία.

Καλείστε να επιλέξετε το ΚΑΔ με τον οποίο η Εταιρεία σας θα δηλωθεί στην Εφορία. Στα αντίστοιχα πεδία που ακολουθούν θα πρέπει να δηλώσετε: (α) τον **Κύριο ΚΑΔ** και (β) τυχόν **Δευτερεύοντες ΚΑΔ**.

ΠΡΟΣΟΧΗ: Η επιλογή του Κύριου ΚΑΔ είναι υποχρεωτική. Ο Κυρίως ΚΑΔ περιγράφει την «βασική» δραστηριότητα της επιχείρησής μας ή έστω ποια θεωρούμε κατά την παρούσα χρονική στιγμή ότι θα είναι η βασική μας δραστηριότητα. Ως Κύριο ΚΑΔ μπορούμε να επιλέξουμε μόνο έναν. Αντίθετα, μπορούμε να επιλέξουμε πολλαπλούς ΚΑΔ ως Δευτερεύοντες. Οι Δευτερεύοντες ΚΑΔ περιγράφουν παράλληλες δραστηριότητες ή συμπληρωματικές δραστηριότητες.

Για παράδειγμα μπορεί να έχω ως Κύριο ΚΑΔ την παροχή Λογιστικών Υπηρεσιών και ως Δευτερεύοντα ΚΑΔ που περιγράφει μία παράλληλη δραστηριότητα της Παροχής Υπηρεσιών Μεσίτη, που υποδεικνύει ότι κατά κύριο επάγγελμα είμαι λογιστής, αλλά μπορεί να ασχολούμαι περιστασιακά ή σε δεύτερο βαθμό και με το μεσιτικό επάγγελμα.

Άλλο παράδειγμα, μπορεί να έχω ως Κύριο ΚΑΔ την κατασκευή φωτιστικών επίπλων, αλλά να ασκώ και «συμπληρωματική δραστηριότητα» την χονδρική (ή / και λιανική) πώληση τους. Άρα παράλληλα με το Κύριο ΚΑΔ Κατασκευής, θα πρέπει να έχω και συμπληρωματικό ΚΑΔ Χονδρικού (ή / και Λιανικού) Εμπορίου.

ΠΡΟΣΟΧΗ: Κατά την αναζήτηση ΚΑΔ μπορεί να μην βρείτε κάποιον που να ταιριάζει ακριβώς στο επάγγελμα που θέλετε να ασκήσετε. Αυτό μπορεί να συμβαίνει: (α) είτε γιατί από πλευράς Κρατικών Υπηρεσιών δεν υπάρχει τόση μεγάλη «ανάλυση» στις δραστηριότητες ή (β) είτε γιατί το αντικείμενο που θέλετε να ασκήσετε είναι αρκετά σύγχρονο (π.χ. τα αντικείμενα του κλάδου πληροφορικής) και δεν έχουν επαρκώς ενσωματωθεί. Στις περιπτώσεις αυτές επιλέγετε τον ΚΑΔ που κρίνετε ότι έχει τη μεγαλύτερη, δυνατή συνάφεια.

Οι ΚΑΔ έχουν υποδιαιρέσεις για να δηλώσουν ευρύτερες ομάδες / οικογένειες δραστηριοτήτων. Έτσι:

1. Σε πρώτο επίπεδο είναι οι ΚΑΔ της μορφής «01. Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες» που περιγράφουν γενικές δραστηριότητες (π.χ. ο επόμενος ΚΑΔ συναφούς μορφής είναι ο «02. Δασοκομία και υλοτομία». **Δεν μπορείτε να επιλέξετε έναν ΚΑΔ αυτής της μορφής**, αλλά εμφανίζεται ώστε να είναι εμφανής η ευρύτερη ομάδα / οικογένεια συγγενών δραστηριοτήτων.
2. Σε δεύτερο επίπεδο είναι οι ΚΑΔ της μορφής «01.1 Καλλιέργεια μη πολυετών φυτών» (π.χ. ο επόμενος ΚΑΔ συναφούς μορφής είναι ο «01.2 Πολυετείς καλλιέργειες») που αποτελεί επεξήγηση του ανωτέρω. Άρα ένας ΚΑΔ της μορφής 01. μπορεί να έχει ως υποκατηγορίες πολλαπλούς ΚΑΔ της μορφής 01.1 και 01.2 και 01.3 κ.ο.κ. Αν και μπορείτε να επιλέξετε ΚΑΔ αυτής της μορφής, ως γενική συμβουλή **δεν συνίσταται**, αλλά είναι καλύτερα να επιλέγετε έναν ΚΑΔ τουλάχιστον του αμέσως επόμενου επιπέδου.
3. Σε τρίτο επίπεδο είναι οι ΚΑΔ της μορφής «01.11 Καλλιέργεια δημητριακών (εκτός ρυζιού), οσπρίων και ελαιούχων σπόρων» (π.χ. ο επόμενος ΚΑΔ συναφούς μορφής είναι ο «01.12 Καλλιέργεια ρυζιού»). Από αυτό το επίπεδο ανάλυσης και κάτω συνίσταται η επιλογή ΚΑΔ.
4. Σε τέταρτο επίπεδο είναι οι ΚΑΔ της μορφής «01.11.1 Καλλιέργεια σιταριού» κ.ο.κ. ακολουθεί μεγαλύτερη ανάλυση δραστηριοτήτων.

Με βάση τα ανωτέρω:

- Περιηγηθείτε στους ΚΑΔ ή κάντε αναζήτηση με λέξεις κλειδιά για να βρείτε αυτόν / αυτούς που περιγράφουν καλύτερα τη δραστηριότητα που θέλετε να ασκήσετε.
- Επιλέξτε τουλάχιστον έναν Κύριο ΚΑΔ και αν το επιθυμείτε (προαιρετικά) επιλέξτε κάποιον ή κάποιους Δευτερεύοντες ΚΑΔ.

Κύριος ΚΑΔ	Δευτερεύοντες ΚΑΔ (προαιρετικά)
Επιλέξτε έναν και μόνο έναν κύριο ΚΑΔ	Επιλέξτε με όποια σειρά θέλετε δευτερεύοντες ΚΑΔ που αποτελούν παράλληλη ή συμπληρωματική σας δραστηριότητα/

E1.Π5.Υ2

Ακολουθούν μία σειρά Ερωτήσεις στις οποίες πρέπει να απαντήσει ο χρήστης.

Αν ο χρήστης επέλεξε στο Πεδίο E1.Π5 είτε την Πρωτογενή, είτε την Δευτερογενή Παραγωγή:

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο
-----	---------	----------	--------

1	Για τον Κύριο και τον / τους Δευτερεύοντες ΚΑΔ Δραστηριότητας που επιλέξατε, γνωρίζεται αν απαιτείται η λήψη Αδειοδότησης Λειτουργίας από κάποια αρμόδια διοικητική αρχή;	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<i>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 2.</i>
	(Κωδικός Πεδίου#Ερ.04#)		<i>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.</i>
2	Έχετε κάνει ενέργειες για τη λήψη της απαραίτητης Αδειοδότησης Λειτουργίας (π.χ. κατάθεση Φακέλου ή έναρξη συγκέντρωσης δικαιολογητικών);	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<i>Ανεξαρτήτως απάντησης τερματίζεται η διαδικασία ερωτήσεων</i>
	(Κωδικός Πεδίου #Ερ.05#)		

Αν ο χρήστης επέλεξε στο Πεδίο Ε1.Π5 την Τριτογενή Παραγωγή:

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο
1	Για τον Κύριο και τον / τους Δευτερεύοντες ΚΑΔ Δραστηριότητας που επιλέξατε, γνωρίζεται αν απαιτείται η εγγραφή σε κάποιο Επιμελητήριο;	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<i>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 2.</i>
	(Κωδικός Πεδίου #Ερ.06#)		<i>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.</i>
2	Έχετε κάνει ενέργειες για την εγγραφή σας στο Αρμόδιο Επιμελητήριο (π.χ. κατάθεση Φακέλου ή έναρξη συγκέντρωσης δικαιολογητικών);	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<i>Ανεξαρτήτως απάντησης τερματίζεται η διαδικασία ερωτήσεων</i>
	(Κωδικός Πεδίου #Ερ.07#)		

Business Plan

Τι είναι το Business Plan και που χρειάζεται;

Πολλές φορές, το να αποτυπώνουμε γραπτά τις ιδέες μας είναι σημαντικό για δύο λόγους: (α) γιατί ξεκαθαρίζουμε και εμείς μέσα μας τι ακριβώς θέλουμε να κάνουμε και (β) γιατί εντοπίζουμε τις αδυναμίες αυτού που έχουμε σκεφτεί.

Το Business Plan είναι ακριβώς αυτό. Μία προσπάθεια να αποτυπωθεί γραπτά η επιχειρηματική ιδέα που έχουμε συλλάβει, ώστε να μπορέσει αυτή να λάβει τη μορφή ενός «εγχειριδίου χρήσης», στο οποίο θα μπορεί να ανατρέχει ανά πάσα στιγμή ο επιχειρηματίας και οι συνεργάτες του, ώστε να βλέπουν το αρχικό όραμα, τους στόχους που είχαν τεθεί, τις προσδοκίες αλλά και τους κινδύνους που διέβλεπε κατά το στάδιο της σύστασης της επιχείρησης.

Έτσι το Business Plan μπορεί να περιέχει πληροφορίες που αφορούν (ενδεικτικά):

- την υφιστάμενη κατάσταση με μετρήσιμα μεγέθη,
- τις βάσεις καλύτερου προγραμματισμού και σχεδιασμού της εταιρείας,
- στοιχεία για την αγορά, τους δυνητικούς πελάτες και τον – ανταγωνισμό,
- στόχους και πολιτικές της εταιρείας,
- εκτιμήσεις για τη βιωσιμότητα,
- σχέδια κατανομής πόρων (ανθρώπινων και υλικών),
- στοιχεία για τα κεφάλαια και τις χρηματοροές,
- σκέψεις για την δομή και την οργάνωση της επιχείρησης.

Πρέπει να έχει κανείς κατά νου ότι η άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι μόνο μία πρόκληση, αλλά παράλληλα συνεπάγεται και μία σειρά ευθύνες. Για τον λόγο αυτό απαιτείται ο σωστός σχεδιασμός της ανάπτυξης επιχειρηματικής δράσης ακόμα και κατά τη φάση Σύσταση της Επιχείρησης. Αυτά και άλλα πολλά έρχεται να καταγράψει το Business Plan.

ΠΡΟΣΟΧΗ: Είναι απόλυτα φυσιολογικό να μην ξέρει κανείς ή να μην μπορεί να απαντήσει / περιγράψει πολλά από αυτά που θα ερωτηθεί στο παρόν σχέδιο business plan. Σκοπός του Εργαλείου είναι να σας βοηθήσει να σκεφτείτε και να προβληματιστείτε για πτυχές, που μπορεί να σας είχαν διαφύγει κατά τον αρχικό σας (νοητικό) σχεδιασμό. Αν κάτι το αφήσετε κενό (είτε γιατί δεν το ξέρετε, είτε γιατί θέλετε χρόνο να το σκεφτείτε), μπορεί να επιστρέψετε στο μέλλον να το συμπληρώσετε. Εξάλλου και το Business Plan δεν είναι κάτι στατικό, κάτι που ετοιμάζει ο επιχειρηματίας «μία φορά» στη ζωή του και μετά ισχύει εις αεί.

Αντίθετα είναι κάτι δυναμικό στο οποίο μπορείτε να επιστρέψετε συνέχεια, να το επικαιροποιείτε, να συμπληρώνετε πεδία ή να αλλάζετε πεδία. Είναι κάτι που αλλάζει καθώς η εταιρεία εξελίσσεται με την πάροδο των μηνών και των ετών.

Είναι καλό να το επικαιροποιείτε γιατί δεν ξέρετε πότε θα το χρειαστείτε. Μπορεί να το αξιοποιήσετε ως κείμενο για να καταθέσετε πρόταση σε κάποιο πρόγραμμα ΕΣΠΑ ή για να αναζητήσετε συνεταιίρο ή για να πετύχετε τραπεζικό δανεισμό ή απλά για να προβάλετε την επιχείρησή σας σε κάποιο συνέδριο / forum.

Όπως και να το αξιοποιήσετε, η ύπαρξη του και μόνο καταδεικνύει τη σοβαρότητα με την οποία αντιμετωπίζετε «αυτό» με το οποίο έχετε αποφασίσει να ασχοληθείτε επιχειρηματικά.

Οικογένεια Π1, Κωδικός Πεδίου Ε2.Π1.Υ1

Μία επιχείρηση μπορεί να ασκήσει δραστηριότητα και να παρέχει στους πελάτες της τα ακόλουθα:

1. Προϊόντα,
2. Υπηρεσίες
3. Και Προϊόντα και υπηρεσίες.

Σκεφτείτε αν στα πλαίσια της δραστηριοποίησης σας, πέραν των «προφανών» μήπως παρέχετε επιπλέον των όσων έχετε σκεφτεί πράγματα. Για παράδειγμα ένας γεωπόνος ναι μεν μπορεί να πουλά προϊόντα, αλλά μπορεί ως υπηρεσία να χρεώνει και τις συμβουλές που παρέχει για τις καλλιέργειες. Στον αντίποδα του παραδείγματος αυτού ένας κουρέας / κομμωτής μπορεί πέραν των υπηρεσιών του να πουλάει εντός του καταστήματος και κάποιο προϊόν (π.χ. σαμπουάν).

Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να έχετε αποφασίσει εάν είναι ξεκάθαρο ότι παράγετε προϊόντα ή ότι παρέχετε υπηρεσίες, εκτός και αν το αντικείμενο σας εμπλέκει και τις δύο κατηγορίες.

Οικογένεια Π2, Κωδικός Πεδίου Ε2.Π2.Υ1 , Ε2.Π2.Υ2

Ε2.Π2.Υ1

Στον χρήστη εμφανίζονται όλοι οι ΚΑΔ που επέλεξε στο πεδίο Ε1.Π5.Υ1.

1. Αν επέλεξε προϊόντα θα πρέπει όλοι οι ΚΑΔ του να ξεκινάνε από 01 έως και 43.
2. Αν επέλεξε υπηρεσίες θα πρέπει όλοι οι ΚΑΔ του να ξεκινάνε από 45 έως και 99.
3. Αν επέλεξε προϊόντα και υπηρεσίες θα πρέπει οι ΚΑΔ του να έχουν τουλάχιστον έναν ΚΑΔ και από τις δύο αποπάνω κατηγορίες.

Σε περίπτωση που δεν ισχύουν αυτά, θα πρέπει να υπάρχει μία οπτικοποίηση που να δείχνει την ύπαρξη σφάλματος, να τονίζει τους προβληματικούς ΚΑΔ και να επιτρέπει στον χρήστη να αλλάξει (προσθαφαιρέσει) ΚΑΔ (η αλλαγή να περνάει παράλληλα στο Ε1.Π5.Υ1) με τα ακόλουθα μηνύματα (κατά αντιστοιχία με τα αποπάνω):

1. Έχετε επιλέξει έναν ΚΑΔ που δείχνει ότι επιθυμείτε και την παροχή υπηρεσιών. Επιλέξτε αν θα αφαιρέσετε τον ΚΑΔ ή αν θα μετατρέψετε το προηγούμενο Πεδίο σε «και Προϊόντα και Υπηρεσίες».
2. Έχετε επιλέξει έναν ΚΑΔ που δείχνει ότι επιθυμείτε και την παραγωγή προϊόντων. Επιλέξτε αν θα αφαιρέσετε τον ΚΑΔ ή αν θα μετατρέψετε το προηγούμενο Πεδίο σε «και Προϊόντα και Υπηρεσίες».
3. Αν και έχετε επιλέξει να προσφέρετε και Προϊόντα και Υπηρεσίες, έχετε ΚΑΔ μόνο για τη μία εκ των δύο κατηγοριών. Προσθέστε τουλάχιστον έναν ΚΑΔ από την κατηγορία (εδώ θα πρέπει να αναγνωρίζει το σύστημα τι δεν έχει επιλέξει, να φέρνει την κατάλληλη λέξη «Προϊόντων / Υπηρεσιών» και να φέρνει τους κατάλληλους ΚΑΔ).

Ε2.Π2.Υ2

Στον χρήστη εμφανίζονται οι επιλογές που έκανε στο Πεδίο Ε1.Π5.Υ2.

Αν ο χρήστης επέλεξε στο Πεδίο Ε1.Π5 είτε την Πρωτογενή, είτε την Δευτερογενή Παραγωγή:

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο
1	Για τον Κύριο και τον / τους Δευτερεύοντες ΚΑΔ Δραστηριότητας που επιλέξατε, γνωρίζεται αν απαιτείται η λήψη Αδειοδότησης Λειτουργίας από κάποια αρμόδια διοικητική αρχή; (Κωδικός Πεδίου#Ερ.04#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 2.
			Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.
2	Έχετε κάνει ενέργειες για τη λήψη της απαραίτητης Αδειοδότησης Λειτουργίας (π.χ. κατάθεση Φακέλου ή έναρξη συγκέντρωσης δικαιολογητικών); (Κωδικός Πεδίου #Ερ.05#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ανεξαρτήτως απάντησης τερματίζεται η διαδικασία ερωτήσεων

Αν ο χρήστης επέλεξε στο Πεδίο Ε1.Π5 την Τριτογενή Παραγωγή:

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο
1	Για τον Κύριο και τον / τους Δευτερεύοντες ΚΑΔ Δραστηριότητας που επιλέξατε, γνωρίζεται αν απαιτείται η εγγραφή σε κάποιο Επιμελητήριο; (Κωδικός Πεδίου #Ερ.06#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 2.
			Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.
2	Έχετε κάνει ενέργειες για την εγγραφή σας στο Αρμόδιο Επιμελητήριο (π.χ. κατάθεση Φακέλου ή έναρξη συγκέντρωσης δικαιολογητικών); (Κωδικός Πεδίου #Ερ.07#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ανεξαρτήτως απάντησης τερματίζεται η διαδικασία ερωτήσεων

Του μεταφέρεται το μήνυμα:

- Παρακαλώ πολύ ελέγξτε τις επιλογές που κάνατε σε προηγούμενο στάδιο. Αν όντως ισχύουν όσα αναφέρατε δεν χρειάζεται να αλλάξετε κάτι. Αν κάπου επιθυμείτε μπορείτε να αλλάξετε την απάντησή σας και αυτή θα μεταφερθεί αυτόματα και στο προηγούμενο Πεδίο.

Οικογένεια Π3, Κωδικός Πεδίου Ε2.Π3.Υ1 , Ε2.Π3.Υ2, Ε2.Π3.Υ3

Ε2.Π3.Υ1

Ανάλογα τον αριθμό εταίρων που δήλωσε ο χρήστης στο Πεδίο Ε1.Π3 δημιουργούνται τα ακόλουθα στοιχεία

Κάθε εταίρος μπορεί να έχει ήδη δουλέψει ή να ετοιμάζεται τώρα να εργαστεί για πρώτη φορά. Παρακαλώ πολύ δηλώστε τα χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας που ήδη έχετε, διαχωρίζοντας την σε «συναφή» και «μη συναφή» με το αντικείμενο που θέλετε να ασκήσετε. Δεν υπάρχει κάποιος ορισμός για το πως διακρίνονται αυτά τα δύο. Προσπαθήστε να ερμηνεύσετε αν η εμπειρία που τυχόν έχετε μπορεί να σας φανεί χρήσιμη στο εγχείρημα που πάτε να ξεκινήσετε ή αν αισθάνεστε ότι ξεκινάτε σε κάτι καινούριο και άγνωστο για εσάς.

A.A	Χρόνια Επαγγελματικής Εμπειρίας Συναφούς με το Αντικείμενο της Δραστηριότητας που θα Ασκήσετε	Χρόνια Επαγγελματικής Εμπειρίας Μη-Συναφούς με το Αντικείμενο της Δραστηριότητας που θα ασκήσετε
	#ΣΕΕ.01#	#ΜΣΕΕ.01#
#Ετ.01#	Πρώτη Φορά θα Εργαστεί Μέχρι 1 2 3 Μέχρι 10 Άνω των 10	Πρώτη Φορά θα Εργαστεί Μέχρι 1 2 3 Μέχρι 10 Άνω των 10
#Ετ.02#		
....		
....		
....		
#Ετ.30#		

E2.Π3.Υ2

Ανάλογα τον αριθμό εταίρων που δήλωσε ο χρήστης στο Πεδίο E1.Π3 δημιουργούνται τα ακόλουθα στοιχεία

Καταγράψτε για τον κάθε εταίρο το επίπεδο σπουδών του

A.A	Επίπεδο Σπουδών
	#ΜΟΕ.01#
#Ετ.01#	Υποχρεωτική Εκπαίδευση Απόφοιτος Λυκείου Απόφοιτος Πανεπιστημίου Μεταπτυχιακές Σπουδές Διδακτορικές Σπουδές
#Ετ.02#	
....	
....	

....	
#Ετ.30#	

Ε2.Π3.Υ3

Ανάλογα τον αριθμό εταιρών που δήλωσε ο χρήστης στο Πεδίο Ε1.Π3 δημιουργούνται τα ακόλουθα στοιχεία

Σε κάποια επαγγέλματα σημαντικό ρόλο παίζουν τυχόν εξειδικευμένες δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επιχειρηματίας. Καταγράψτε τις δεξιότητες που κρίνεται απαραίτητο να έχει ένας επιχειρηματίας που δραστηριοποιείται στον κλάδο σας και καταγράψτε το επίπεδο στο οποίο εσείς κατέχετε τις δεξιότητες αυτές.

Α.Α	Επιλέξτε ποιο / ποια από τα παρακάτω είναι απαραίτητα για να ασκήσετε το επάγγελμά σας	Ποιο από αυτά διαθέτει κάθε εταίρος	Καταγράψτε το επίπεδο για κάθε μία από τις δεξιότητες που καταγράψατε
	#ΔΕΞ.01#	#ΔΕΞ.02#	#ΔΕΞ.03#
#Ετ.01#	(λίστα που επιλέγει + μέχρι τρία πεδία ελεύθερης συγγραφής) Αγγλικά ...Άλλη ξένη γλώσσα... Γνώσεις Η/Υ Σεμινάρια	Επιλέγει ποιο / ποια από αυτά ισχύουν για κάθε εταίρο.	Φέρνει σε κάθε εταίρο τις επιλογές του και καλείτε να βαθμολογήσει: Άριστα Πολύ Καλά Καλά
#Ετ.02#			
....			
....	Εξειδικευμένες Δεξιότητες:		
....	...Ελεύθερη Επιλογή 1...		
#Ετ.30#	...Ελεύθερη Επιλογή 2... ...Ελεύθερη Επιλογή 3...		

Οικογένεια Π4, Κωδικός Πεδίου Ε2.Π4.Υ1, Ε2.Π4.Υ2, Ε2.Π4.Υ3

Ε2.Π4

Στον χρήστη εμφανίζεται η Διεύθυνση που έχει δηλώσει ως Επαγγελματική Έδρα, καθώς και ο Δήμος και η Περιφέρεια στην οποία ανήκει η Έδρα του (Πεδίο Ε1.Π4). Εν συνεχεία καλείται να επιλέξει ποια από τα παρακάτω ισχύουν στην περίπτωση της επιχείρησής του.

Επιβεβαιώστε ότι ισχύουν όσα δηλώσατε σε προηγούμενο στάδιο.

Α.Α	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο
-----	---------	----------	--------

1	<p>Η Επαγγελματική έδρα που δηλώνετε είναι ιδιόκτητη;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.01#)</p>	<p>ΝΑΙ / ΟΧΙ</p>	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.</p>
			<p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ:</p> <p>Για τη Σύσταση της Εταιρείας σας απαιτείται είτε ιδιόκτητη έδρα ή προ – σύμφωνο ενοικίασης επαγγελματικού χώρου.</p> <p>Ο χρήστης Προχωράει στην Ερώτηση 2.</p>
2	<p>Για τη δηλωθείσα Εταιρική Έδρα, διαθέτετε (ή μπορείτε να εξασφαλίσετε) προ - Συμβόλαιο με τον Ιδιοκτήτη που να σας επιτρέπει τη επαγγελματική στέγαση σας εκεί;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.02#)</p>	<p>ΝΑΙ / ΟΧΙ</p>	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 3.</p>
			<p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ:</p> <p>Είναι υποχρεωτική η εξασφάλιση συναίνεσης του Ιδιοκτήτη για την έναρξη της επαγγελματικής δραστηριότητας</p> <p>Ο χρήστης Προχωράει στην Ερώτηση 3.</p>
3	<p>Για την δηλωθείσα Εταιρική Έδρα έχετε γνώση των Αδειοδοτήσεων ή των απαλλαγών από Αδειοδότηση που πρέπει να διαθέτετε;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.03#)</p>	<p>ΝΑΙ / ΟΧΙ</p>	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ τερματίζονται οι Ερωτήσεις.</p>
			<p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ:</p> <p>Πριν τη Σύσταση της Εταιρείας θα πρέπει να έχετε εξασφαλίσει όλες τις απαιτούμενες άδειες για την ολοκλήρωση της διαδικασίας.</p>

Έχοντας επιλέξει που θα εγκαταστήσετε την Έδρα της επιχείρησής σας, θεωρείτε αυτονόητο ότι τουλάχιστον σε επίπεδο Δήμου θα έχετε τη δυνατότητα να απευθυνθείτε σε εν δυνάμει πελάτες σε τοπικό επίπεδο. Ισχύει το ίδιο και για εν δυνάμει πελάτες που βρίσκονται εγκατεστημένοι σε άλλες γεωγραφικές περιοχές; Προσδιορίστε πρώτα το κοινό που μπορείτε να απευθυνθείτε και εν συνεχεία περιγράψτε το πως θα το κατορθώσετε αυτό;

Στο σημείο αυτό έρχεται οι ακόλουθες ερωτήσεις. Ανάλογα με το αν απαντήσει ΝΑΙ ή ΟΧΙ ανοίγουν τα επόμενα υπό-πεδία (Ε2.Π4.Υ1 – Ε2.Π4.Υ2 – Ε2.Π4.Υ3).

Κωδικός	Πρόσβαση σε:	Απάντηση
#Πρ.01#	Έχετε ή θα αποκτήσετε πρόσβαση για να πουλήσετε προϊόντα / να παρέχετε υπηρεσίες σε	ΝΑΙ / ΟΧΙ

	Κοντινές Αγορές (π.χ. κοντινούς Δήμους ή εντός της Περιφέρειας σας);	
#Πρ.02#	Έχετε ή θα αποκτήσετε πρόσβαση για να πουλήσετε προϊόντα / να παρέχετε υπηρεσίες σε Διευρυμένο Επίπεδο ή σε Πανελλαδικό Επίπεδο (π.χ. σε τουλάχιστον 2 Περιφέρειες ή σε τουλάχιστον 2 μεγάλα Αστικά Κέντρα);	ΝΑΙ / ΟΧΙ
#Πρ.03#	Έχετε ή θα αποκτήσετε πρόσβαση σε Διεθνείς Αγορές (π.χ. εξαγωγή σε τουλάχιστον μία χώρα του εξωτερικού)	ΝΑΙ / ΟΧΙ

Ε2.Π4.Υ1

Αν η απάντηση στο #Πρ.01# είναι ΝΑΙ ο χρήστης καλείται πρώτα να απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις και μετά αφήνεται ελεύθερος να γράψει κιάλας τη δυνατότητα πρόσβασης του σε Κοντινές Αγορές (δες πεδίο στο excel). Μπορεί να συμπληρώσει και ο ίδιος πιθανούς τρόπους πρόσβασης σε Κοντινές Αγορές.

Πως θα αποκτήσετε πρόσβαση σε Κοντινές Αγορές (π.χ. κοντινούς Δήμους ή εντός της Περιφέρειας σας). Αναφέρονται ενδεικτικά κάποιιοι τρόποι, οι οποίοι στην Οικονομική Επιστήμη ορίζονται ως Κανάλια Διανομής. Δίνεται η δυνατότητα να προσθέσετε και όποιον άλλον τρόπο έχετε σκεφτεί.

Προσδιορίστε τα Κανάλια Διανομής μέσα από τα οποία θα προσφέρετε τα Προϊόντα / Υπηρεσίες σας σε Κοντινές Αγορές (π.χ. κοντινούς Δήμους ή εντός της Περιφέρειας σας).

	Κανάλι Διανομής	Επιλογή	Πιθανότητα να Συμβεί	Τεκμηρίωση (μέχρι 1.000 χαρακτήρες)
#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε όλη την Περιφέρεια)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	-
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες;

#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε επίπεδο περιφέρειας)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
....
....
#ΚΔ.ΧΧ#		ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώστε αν απαιτείται

E2.Π4.Υ2

Αν η απάντηση στο #Πρ.02# είναι ΝΑΙ ο χρήστης καλείται πρώτα να απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις και μετά αφήνεται ελεύθερος να γράψει κιόλας τη δυνατότητα πρόσβασης του σε Διευρυμένο και Πανελλαδικό Επίπεδο (δες πεδίο στο excel). Μπορεί να συμπληρώσει και ο ίδιος πιθανούς τρόπους πρόσβασης σε Διευρυμένο και Πανελλαδικό Επίπεδο.

Πως θα αποκτήσετε πρόσβαση σε Διευρυμένο και Πανελλαδικό Επίπεδο (π.χ. σε τουλάχιστον 2 Περιφέρειες ή σε τουλάχιστον 2 μεγάλα Αστικά Κέντρα). Αναφέρονται ενδεικτικά κάποιοι τρόποι, οι οποίοι στην Οικονομική Επιστήμη ορίζονται ως Κανάλια Διανομής. Δίνεται η δυνατότητα να προσθέσετε και όποιον άλλον τρόπο έχετε σκεφτεί.

Προσδιορίστε τα Κανάλια Διανομής μέσα από τα οποία θα προσφέρετε τα Προϊόντα / Υπηρεσίες σας σε Διευρυμένο και Πανελλαδικό Επίπεδο (π.χ. σε τουλάχιστον 2 Περιφέρειες ή σε τουλάχιστον 2 μεγάλα Αστικά Κέντρα).

	Κανάλι Διανομής	Επιλογή	Πιθανότητα να Συμβεί	Τεκμηρίωση (μέχρι 1.000 χαρακτήρες)
#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε όλη την χώρα)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	-
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες;
#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε πανελλαδικό επίπεδο)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
....
....

#ΚΔ.ΧΧ#		ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώστε αν απαιτείται
---------	--	--	--	---------------------------

Ε2.Π4.Υ3

Αν η απάντηση στο #Πρ.03# είναι ΝΑΙ ο χρήστης καλείται πρώτα να απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις και μετά αφήνεται ελεύθερος να γράψει κιάλας τη δυνατότητα πρόσβασης του σε Διεθνείς Αγορές ((δες πεδίο στο excel). Μπορεί να συμπληρώσει και ο ίδιος πιθανούς τρόπους πρόσβασης σε Διεθνείς Αγορές (.

Πως θα αποκτήσετε πρόσβαση σε Διεθνείς Αγορές (π.χ. εξαγωγή σε τουλάχιστον μία χώρα του εξωτερικού). Αναφέρονται ενδεικτικά κάποιοι τρόποι, οι οποίοι στην Οικονομική Επιστήμη ορίζονται ως Κανάλια Διανομής. Δίνεται η δυνατότητα να προσθέσετε και όποιον άλλον τρόπο έχετε σκεφτεί.

Προσδιορίστε τα Κανάλια Διανομής μέσα από τα οποία θα προσφέρετε τα Προϊόντα / Υπηρεσίες σας σε Διεθνείς Αγορές (π.χ. εξαγωγή σε τουλάχιστον μία χώρα του εξωτερικού).

	Κανάλι Διανομής	Επιλογή	Πιθανότητα να Συμβεί	Τεκμηρίωση (μέχρι 1.000 χαρακτήρες)
#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε ξένες αγορές)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	-
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες;

#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε επίπεδο ξένων αγορών)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
....
....
#ΚΔ.ΧΧ#		ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	Τεκμηριώστε αν απαιτείται

Οικογένεια Π5, Κωδικός Πεδίου Ε2.Π5.Υ1 , Ε2.Π5.Υ2, Ε2.Π5.Υ3, Ε2.Π5.Υ4, Ε2.Π5.Υ5

Ε2.Π5.Υ1

Προσδιορίστε τα χαρακτηριστικά των εν δυνάμει πελατών. Όστε να κατανοήσετε τους λόγους που θα καταναλώσουν τα προϊόντα / υπηρεσίες σας:

Κωδικός	Ερώτηση	Δεν συμφωνώ καθόλου	Δεν συμφωνώ	Δεν γνωρίζω	Συμφωνώ	Συμφωνώ Απόλυτα

Αυτή είναι η μορφή του Πίνακα. Οι ερωτήσεις και οι Κωδικοί ανά Ερώτηση είναι:

Κωδικός	Ερώτηση
#ΠΑΣ.01#	Οι εν δυνάμει πελάτες χρησιμοποιούν προϊόντα / υπηρεσίες σαν αυτά που παρέχει η επιχείρησή μας, γιατί τα έχουν « ανάγκη » και όχι γιατί τους προσφέρουν «ικανοποίηση / ευχαρίστηση».
#ΠΑΣ.02#	Οι εν δυνάμει πελάτες χρησιμοποιούν προϊόντα / υπηρεσίες σαν αυτά που παρέχει η επιχείρησή μας, γιατί τους προσφέρουν « ικανοποίηση / ευχαρίστηση » και όχι γιατί καλύπτουν κάποια «ανάγκη».
#ΠΑΣ.03#	Οι επιχειρήσεις που υπάρχουν σήμερα στην περιοχή δραστηριοποίησης σας (περιοχή της επαγγελματικής σας έδρας) καλύπτουν τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών για τα προϊόντα / υπηρεσίες που και εσείς θα παρέχετε.
#ΠΑΣ.04#	Οι επιχειρήσεις που υπάρχουν σήμερα στην περιοχή δραστηριοποίησης σας (περιοχή της επαγγελματικής σας έδρας, είτε σε επίπεδο Δήμου, είτε σε επίπεδο Περιφέρειας) καλύπτουν τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών για τα προϊόντα / υπηρεσίες που και εσείς θα παρέχετε.
#ΠΑΣ.05#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν όλες τις ηλικίες.
#ΠΑΣ.06#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν κυρίως τις μικρότερες ηλικίες.
#ΠΑΣ.07#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν κυρίως ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας.
#ΠΑΣ.08#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε μπορούν να καταναλωθούν / χρησιμοποιηθούν από ανθρώπους όλων των οικονομικών δυνατοτήτων.
#ΠΑΣ.09#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε μπορούν να καταναλωθούν / χρησιμοποιηθούν μόνο από ανθρώπους υψηλότερων οικονομικών δυνατοτήτων.

E2.Π5.Υ2

Ανάλογα με το αν έχει επιλέξει Προϊόντα / Υπηρεσίες / Προϊόντα και Υπηρεσίες εμφανίζεται ο Πίνακας με τα αντίστοιχα πεδία. Για παράδειγμα μόνο Προϊόντα = #TM.01# και #TM.02#, μόνο Υπηρεσίες = #TM.03# και #TM.04#, ενώ αν παρέχει και τις δύο κατηγορίες θα εμφανίζονται όλοι οι κωδικοί.

Προσδιορίστε τιμές για τους ακόλουθους στόχους, καταγράφοντας τις προσδοκίες που έχετε για την επιχείρησή σας μετά από έναν χρόνο υποθετικής λειτουργίας:

Κωδικός	Ερώτηση	Εφαρμόζει στην περίπτωση	Ονοματίστε	Τιμή Στόχος	Μονάδα Μέτρησης
---------	---------	--------------------------	------------	-------------	-----------------

		της Επιχείρησης			
#TM.01#	Πόσες πωλήσεις προϊόντων θα έχετε πραγματοποιήσει σε έναν χρόνο (σε όγκο παραγωγής) για ένα συγκεκριμένο προϊόν	Ναι / Όχι / Δεν γνωρίζω	Ονοματίστε το προϊόν	Αριθμητικό μέγεθος	Ποσότητα σε όγκο παραγωγής π.χ. κιλά ή τόνοι
<i>Θα πρέπει να μπορεί να προσθέτει γραμμές ο χρήστης ανάλογα με τα πόσα προϊόντα παράγει / προσφέρει</i>					
#TM.02#	Οι πωλήσεις προϊόντων σε έναν χρόνο θα έχουν χρηματική αξία ίση με ...	Ναι / Όχι / Δεν γνωρίζω	Ονοματίστε το προϊόν	Αριθμητικό μέγεθος	Τιμή σε ευρώ
<i>Θα πρέπει να μπορεί να προσθέτει γραμμές ο χρήστης ανάλογα με τα πόσα προϊόντα παράγει / προσφέρει</i>					
#TM.03#	Αν προσφέρετε υπηρεσίες, σε πόσους διαφορετικούς πελάτες θα έχετε προσφέρει τις υπηρεσίες σας μέσα σε έναν χρόνο	Ναι / Όχι / Δεν γνωρίζω	Ονοματίστε την υπηρεσία	Αριθμητικό μέγεθος	Αριθμός διαφορετικών πελατών
<i>Θα πρέπει να μπορεί να προσθέτει γραμμές ο χρήστης ανάλογα με τις πόσες διαφορετικές υπηρεσίες προσφέρει</i>					
#TM.04#	Αν προσφέρετε υπηρεσίες, ποια η αξία των υπηρεσιών που θα έχετε προσφέρει μέσα σε ένα χρόνο	Ναι / Όχι / Δεν γνωρίζω	Ονοματίστε την υπηρεσία	Αριθμητικό μέγεθος	Τιμή σε ευρώ
<i>Θα πρέπει να μπορεί να προσθέτει γραμμές ο χρήστης ανάλογα με τις πόσες διαφορετικές υπηρεσίες προσφέρει</i>					

Θα πρέπει να μπορεί να προσθέτει γραμμές ο χρήστης ανάλογα με τις πόσες διαφορετικές υπηρεσίες προσφέρει

Θα πρέπει να μπορούν να περάσουν τα δεδομένα των πεδίων «Ονοματίστε» «Τιμή Στόχος» και «Μονάδα Μέτρησης» είτε ανά προϊόν / υπηρεσία, είτε ως αθροίσματα.

E2.Π5.Υ3

Σε πρώτο επίπεδο καλείται ο χρήστης να απαντήσει σε 4 ερωτήσεις και εν συνεχεία είναι ελεύθερος να γράψει βάσει της ερώτησης που εμφανίζεται στο excel.

Για να πετύχετε θα πρέπει να ακολουθήσετε κάποια συγκεκριμένη στρατηγική. Υπάρχουν τουλάχιστον 2 είδη στρατηγικών που μπορείτε να ακολουθήσετε ως προς το προϊόν / υπηρεσία που θα προφέρετε: (α) να έχετε μικρό κόστος λειτουργίας ώστε να προσφέρετε το προϊόν/ υπηρεσία σε όσο το δυνατόν χαμηλότερη τιμή στους πελάτες σας, (β) το προϊόν / υπηρεσία που προσφέρετε να είναι διαφοροποιημένο σε σχέση με αυτά που προσφέρουν οι ανταγωνιστές ώστε να προσελκύσετε κοινό. Η πρώτη στρατηγική δίνει έμφαση στο να κερδίσει πελάτες μέσω χαμηλού κόστους, ενώ η δεύτερη στο να παρέχει κάποια στοιχεία ποιότητας που δεν παρέχουν οι ανταγωνιστές.

Αντίστοιχα ως προς την αγορά στόχο μπορείτε να ακολουθήσετε 2 είδη στρατηγικής: (α) να απευθυνθείτε στο σύνολο της αγοράς ως εν δυνάμει πελάτες ή (β) να εστιάσετε και να δώσετε βάρος σε μία συγκεκριμένη κατηγορία πελατών που θεωρείτε ότι έχουν περισσότερες πιθανότητες να σας προτιμήσουν (π.χ. αν προσφέρετε ένα προϊόν/ υπηρεσία πολυτελείας ίσως πρέπει να στοχεύετε αποκλειστικά σε υψηλά εισοδηματικά στρώματα και αντίστοιχα το προϊόν σας να είναι διαφοροποιημένο – δείτε προηγούμενη επιλογή – ώστε να δώσετε έμφαση στην ποιότητα και όχι στο χαμηλό κόστος).

Κωδικός	Ερώτηση	Απάντηση
#Στρ.01#	Έμφαση στο χαμηλό κόστος	Ναι / Όχι
	Έμφαση στη διαφοροποίηση και την ποιότητα	Ανάλογα του τι έχει επιλέξει στο αποπάνω, εδώ τα αποτελέσματα μπαίνουν αυτόματα. Άρα αν έχει πει «Ναι» αποπάνω, εδώ πάει αυτομάτως «Όχι»
#Στρ.02#	Εστιάζω σε όλη την αγορά	Ναι / Όχι
	Εστιάζω σε συγκεκριμένη / νες κατηγορία /ες πελατών	Ανάλογα του τι έχει επιλέξει στο αποπάνω, εδώ τα αποτελέσματα μπαίνουν αυτόματα. Άρα αν έχει πει «Ναι» αποπάνω, εδώ πάει αυτομάτως «Όχι»

E2.Π5.Υ4

Σε πρώτο επίπεδο καλείται ο χρήστης να απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις και εν συνεχεία αν υπάρχει θετική απάντηση σε συγκεκριμένο πεδίο, ο χρήστης είναι ελεύθερος να γράψει βάσει της ερώτησης που εμφανίζεται στο excel.

Ενδέχεται κάποιο από τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε να έχουν καινοτομικό χαρακτήρα ή να αποτελούν μία πραγματική καινοτομία. Οριοθετήστε καταρχάς αν κάτι τέτοιο ισχύει και σε περίπτωση που υπάρχει τέτοια καινοτομία περιγράψτε την στα πεδία που ακολουθούν

Ερώτηση	Απάντηση
Υπάρχει κάποια καινοτομία σε κάποιο από τα προϊόντα / υπηρεσίες που παρέχετε;	ΝΑΙ / ΟΧΙ Το ναι ξεκλειδώνει τις επόμενες ερωτήσεις και την ελεύθερη ερώτηση στο excel.
Έχετε κάποια κατοχυρωμένη πατέντα πάνω στην καινοτομία αυτή;	ΝΑΙ / ΟΧΙ
Έχετε καταθέσετε αίτηση για κατοχύρωση πατέντας;	ΝΑΙ / ΟΧΙ
Υπάρχει αναγνωρισμένος τίτλος βιομηχανικής ή νοητικής ιδιοκτησίας;	ΝΑΙ / ΟΧΙ
Το προϊόν/ υπηρεσία που θεωρείται καινοτομικό βρίσκεται σε ένα από τα ακόλουθα στάδια (επιλέξτε):	1. Έμπνευση 2. Σχεδιασμός 3. Προετοιμασία για παραγωγή / προετοιμασία για παροχή 4. Έτοιμο για παραγωγή / παροχή 5. Ήδη σε κυκλοφορία

E2.Π5.Υ5

Σε πρώτο επίπεδο καλείται ο χρήστης να απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις και εν συνεχεία είναι ελεύθερος να γράψει βάσει της ερώτησης που εμφανίζεται στο excel.

Σημαντικό στοιχείο για τη δραστηριοποίηση της επιχείρησής σας είναι το πως γενικά κινείται ο κλάδος. Αυτό θα σας επιτρέψει να κατανοήσετε αν υπάρχει περιθώριο για νέες επιχειρήσεις και αφετέρου αν με βάση όσα περιγράψατε ανωτέρω, άλλη μία επιχείρηση στον κλάδο – δική σας επιχείρηση – μπορεί να έχει κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο υφιστάμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Ερώτηση	Απάντηση
Ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιήστε βρίσκεται σε (α) άνοδο, (β) σταθερότητα, (γ) ύφεση ή (δ) δεν γνωρίζετε;	(α) Άνοδος (β) Σταθερότητα

<p>Σε άνοδο βρίσκεται ένας κλάδος του οποίου τα προϊόντα / υπηρεσίες έχουν συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση, με αποτέλεσμα οι υφιστάμενοι επιχειρηματίες να προσπαθούν να παράγουν / προσφέρουν όλο και περισσότερο ή νέες επιχειρήσεις δημιουργούνται.</p> <p>Σε σταθερότητα είναι ένας κλάδος του οποίου τα προϊόντα / υπηρεσίες έχουν παγιώσει κάποια συγκεκριμένη ζήτηση.</p> <p>Σε ύφεση βρίσκεται ένας κλάδος όταν η ζήτηση για προϊόντα / υπηρεσίες μειώνεται με αποτέλεσμα να κλείνουν επιχειρήσεις.</p>	<p>(γ) Υφέση</p> <p>(δ) Δεν γνωρίζω</p>
<p>Γνωρίζεται αν το αντικείμενο δραστηριότητας σας είναι ένας από τους σημαντικούς κλάδους ανάπτυξης για την Περιφέρεια στην οποία βρίσκεται η έδρα σας (Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης της Περιφέρειας);</p>	<p>(α) Γνωρίζω ότι είναι</p> <p>(β) Γνωρίζω ότι δεν είναι</p> <p>(γ) Δεν γνωρίζω</p>
<p>Γνωρίζετε τον αριθμό των επιχειρήσεων σε τοπικό επίπεδο με ίδιο ή συναφές αντικείμενο με τη δική σας, τις οποίες θα πρέπει να ανταγωνιστείτε;</p>	<p>(α) Γνωρίζω τον αριθμό</p> <p>(β) Δεν γνωρίζω τον αριθμό</p> <p><i>Αν απαντηθεί το (α) τότε παρεμβάλλεται η επόμενη ερώτηση.</i></p>
<p>Αν γνωρίζεται τον αριθμό των επιχειρήσεων σε τοπικό επίπεδο με ίδιο ή συναφές αντικείμενο με τη δική σας, τις οποίες θα πρέπει να ανταγωνιστείτε, καταγράψτε τον αριθμό.</p>	<p>.....</p> <p>αριθμός</p>
<p>Γνωρίζετε τον αριθμό των εν δυνάμει πελάτων σε τοπικό επίπεδο που θα αναζητήσουν με ίδιο ή συναφές προϊόν / υπηρεσία με το δικό σας;</p>	<p>(α) Γνωρίζω τον αριθμό</p> <p>(β) Δεν γνωρίζω τον αριθμό</p> <p><i>Αν απαντηθεί το (α) τότε παρεμβάλλεται η επόμενη ερώτηση.</i></p>
<p>Αν γνωρίζεται τον αριθμό των εν δυνάμει πελάτων σε τοπικό επίπεδο που θα αναζητήσουν με ίδιο ή συναφές προϊόν / υπηρεσία με το δικό σας, καταγράψτε τον αριθμό.</p>	<p>.....</p> <p>αριθμός</p>
<p>Γνωρίζετε αν τα τελευταία 3 χρόνια επιχειρήσεις του κλάδου σας εντάσσονται στους κλάδους που είναι επιλέξιμοι για χρηματοδότηση μέσω ΕΣΠΑ;</p>	<p>(α) Γνωρίζω ότι είναι</p> <p>(β) Γνωρίζω ότι δεν είναι</p> <p>(γ) Δεν γνωρίζω</p>

Οικογένεια Π6, Κωδικός Πεδίου Ε2.Π6

Έχοντας οριοθετήσει μία σειρά μεγέθη και παράγοντες που σχετίζονται με τη λειτουργία της επιχείρησης, πρέπει πλέον να παρουσιάσετε το πως θα πετύχετε τους στόχους που εσείς έχετε θέσει. Πρέπει να περιγράψετε με τη σειρά τις ενέργειες στις οποίες θα προχωρήσετε προκειμένου να γίνει η επιχείρησή σας, αυτό που ονειρεύεστε και να ανταποκριθεί στις δυνατότητες και τις προσδοκίες σας.

Για να γίνει αυτό, απαιτείται μεταξύ των άλλων να περιγράψετε πως θα αξιοποιήσετε τώρα, στα πρώτα βήματα της, μία σειρά πόρων όπως: (α) φυσικοί πόροι, (β) οικονομικοί πόροι, (γ) ανθρώπινοι πόροι και (δ) τεχνολογικοί πόροι.

Ε2.Π6

Αφού γράψουν ελεύθερα στην ερώτηση που υπάρχει στο excel καλούνται να απαντήσουν στις ακόλουθες ερωτήσεις:

Ποιες από τις ακόλουθες κατηγορίες δαπανών θα χρειαστούν για την επιτυχή δημιουργία και λειτουργία της επιχείρησής σας:	Επιλογή
Λειτουργικές Δαπάνες (για παράδειγμα ενοίκια επαγγελματικού χώρου, δαπάνες ηλεκτρισμού, σταθερής και κινητής επαγγελματικής τηλεφωνίας, ύδρευσης, θέρμανσης, λοιπές κοινόχρηστες δαπάνες, δαπάνες φιλοξενίας σε θερμοκοιτίδες, κα.)	Ναι / Όχι
Δαπάνες για αγορά εξοπλισμού γραφείου (για παράδειγμα γραφεία, καρέκλες, συρταροθήκες και κάθε άλλο πάγιο στοιχείο γραφείου)	Ναι / Όχι
Δαπάνες για την αγορά εξοπλισμού παραγωγής / παροχής υπηρεσίας (για παράδειγμα κάθε είδους εξοπλισμός που απαιτείται στην καθαυτή παραγωγή προϊόντος / παροχή υπηρεσίας όπως είναι τα μηχανήματα ή τα διάφορα εργαλεία κ.α.)	Ναι / Όχι
Δαπάνες για αγορά τεχνολογικού εξοπλισμού και λογισμικού	Ναι / Όχι
Δαπάνες για κτιριακές ανακαινίσεις / παρεμβάσεις (για παράδειγμα δαπάνες ανακαίνισης ή διαμόρφωσης χώρων)	Ναι / Όχι
Δαπάνες για αμοιβές τρίτων (νομική, συμβουλευτική, λογιστική υποστήριξη, σύνταξη και παρακολούθηση επιχειρηματικού σχεδίου, υπηρεσίες θερμοκοιτίδας, εξειδικευμένα σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης, κα.)	Ναι / Όχι
Δαπάνες προβολής, δικτύωσης και συμμετοχής σε εκθέσεις (για παράδειγμα δημιουργία ιστοσελίδας, προβολή στο διαδίκτυο, καταχωρήσεις σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα, δημιουργία εταιρικής ταυτότητας, χορηγίες κ.α.)	Ναι / Όχι
Δαπάνες αναλωσίμων (για παράδειγμα χαρτί εκτυπωτή, στυλό αλλά και αναλώσιμα που απαιτούνται στην παραγωγή όπως λιπάσματα κ.α.)	Ναι / Όχι
Δαπάνες για ασφαλιστικές εισφορές επιχειρηματία (Αν απαιτείται)	Ναι / Όχι
Δαπάνες πρόσληψης προσωπικού	Ναι / Όχι

Οικογένεια Π7, Κωδικός Πεδίου Ε2.Π7

Μέχρι στιγμή; Έχετε προσδιορίσει σε μεγάλο βαθμό ένα σημαντικό κομμάτι του «εσωτερικού περιβάλλοντος» της επιχείρησής σας, παράγοντες δηλαδή τους οποίους εσείς μπορείτε να διαμορφώσετε με βάση τις

επιχειρηματικές αποφάσεις που θα πάρετε. Στην παρούσα ενότητα θα πρέπει να περιγράψετε το «εξωτερικό περιβάλλον» της επιχείρησής, που δεν διαμορφώνεται από εσάς.

Για παράδειγμα το νομοθετικό πλαίσιο στο οποίο θα κληθείτε να δραστηριοποιηθείτε είναι κάτι που προέρχεται εκτός των δικών σας αποφάσεων. Ομοίως οι τεχνολογίες που μπορείτε να αξιοποιήσετε.

Απαντήστε καταρχάς στις ερωτήσεις που ακολουθούν και εν συνεχεία περιγράψτε ελεύθερα το πως έχετε λάβει υπόψη σας τυχόν περιορισμούς ή ευκαιρίες που διαμορφώνονται έξω από τις δικές σας επιλογές.

Περιβάλλον	Ερώτηση	Απάντηση
Νομοθετικό Περιβάλλον	Γνωρίζετε αν υπάρχει κάποια συγκεκριμένη νομοθεσία που καθορίζει τους κανόνες λειτουργίας της επιχείρησής σας;	(α) Γνωρίζω ότι υπάρχει (β) Γνωρίζω ότι δεν υπάρχει πέραν από κάποιες προϋποθέσεις (π.χ. εγγραφή σε επιμελητήριο ή άδεια ασκήσεως) (γ) Δεν γνωρίζω
	Η νομοθεσία δραστηριοποίησης σε επίπεδο Ελλάδας, γνωρίζεται αν είναι εναρμονισμένη με την Ευρωπαϊκή νομοθεσία;	(α) Γνωρίζω ότι είναι (β) Γνωρίζω ότι δεν είναι. (γ) Δεν γνωρίζω
	Γνωρίζεται τι προβλέπει για το επάγγελμά σας η Φορολογική νομοθεσία;	(α) Γνωρίζω (β) Δεν γνωρίζω
Κοινωνικό Περιβάλλον	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που παρέχετε τυχάνουν της ευρείας αποδοχής του κοινωνικού ιστού της περιοχής που είναι η έδρα σας;	(α) Ναι έχουν κοινωνική αποδοχή (β) Όχι δεν έχουν κοινωνική αποδοχή (γ) Δεν εφαρμόζει στην περίπτωση της επιχείρησής μου (δ) Δεν γνωρίζω

	<p>Το κοινωνικό περιβάλλον σε σχέση με την επιχειρηματική σας ιδέα θα το χαρακτηρίζατε:</p>	<p>(α) Ανοικτό σε πειραματισμούς</p> <p>(β) Θετικό στο να χρησιμοποιήσει</p> <p>(γ) Δεν γνωρίζω</p> <p>(δ) Δεκτικό, αλλά πρέπει να πειστεί για να δοκιμάσει</p> <p>(ε) Αρνητικό στο να δοκιμάσει</p>
	<p>Πιστεύεται ότι κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείστε έχει φαινόμενα «δικτύωσης»; Αν αρχίσουν να καταναλώνουν δηλαδή κάποιιοι θα επηρεαστούν και θα μιμηθούν τις επιλογές και άλλοι;</p>	<p>(α) Ναι θα συμβεί</p> <p>(β) Όχι δεν θα συμβεί</p> <p>(γ) Δεν γνωρίζω</p>
Δημογραφικό Περιβάλλον	<p>Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας κατά βάση έχουν αποδοχή / χρήση από κοινό ηλικίας:</p>	<p>(α) μέχρι 24 ετών.</p> <p>(β) 25 ετών μέχρι 44</p> <p>(γ) 45 ετών μέχρι 70</p> <p>(δ) 70 και άνω</p>
	<p>Σε τοπικό επίπεδο ποια είναι η σύνθεση του πληθυσμού με βάση τις ηλικίες τους;</p>	<p>(α) Κατά βάση νέοι, φοιτητές κλπ</p> <p>(β) Κατά βάση μέσης ηλικίας άνθρωποι, με οικογένειες.</p> <p>(γ) Κατά βάση ηλικιωμένοι και συνταξιούχοι.</p>
	<p>Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας μπορούν να βρουν χρήση από κοινό που δεν αποτελεί τον τυπικό / μόνιμο πληθυσμό της περιοχής</p>	<p>(α) Ναι μπορεί να βρουν χρήση</p>

	(π.χ. τουρίστες, μετανάστες, επισκέπτες κλπ)	(β) Όχι δεν μπορούν να βρουν χρήση (γ) Δεν γνωρίζω
Πολιτισμικό Περιβάλλον	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που παρέχετε έχουν κάποιο πολιτισμικό, λαογραφικό, παραδοσιακό χαρακτηριστικό;	(α) Ναι έχουν (β) Όχι δεν έχουν (γ) Δεν γνωρίζω
	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που παρέχετε μπορεί να βρουν ευκολότερα πρόσβαση σε αγορές του εξωτερικού όπου ζουν και εργάζονται Έλληνες (π.χ. μετανάστες ή ομογενείς);	(α) Ναι μπορούν (β) Δεν μπορούν (γ) Δεν γνωρίζω
	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας μπορούν να συνδεθούν με έννοιες όπως (για παράδειγμα) «υγιεινή διατροφή», «βιολογικό», «παραδοσιακό» ή άλλο που υποκρύπτουν κάποιες πολιτιστικές αρχές;	(α) Ναι γίνεται (β) Δεν γίνεται (γ) Δεν γνωρίζω
Φυσικό Περιβάλλον	Τα προϊόντα / υπηρεσίες σας αξιοποιούν πόρους από το φυσικό περιβάλλον;	(α) Ναι (β) Όχι
	Επιδρά στη λειτουργία της επιχείρησής σας ο «καιρός» (π.χ. καιρικά φαινόμενα και γεωργία, αλλά και καιρός και τουρισμός)	(α) Ναι (β) Όχι
	Χρησιμοποιείτε κάποιον φυσικό πόρο που είναι σε έλλειψη ή μπορεί να θεωρηθεί σχετικά σπάνιος;	(α) Ναι (β) Όχι
	Η οικονομική κρίση πως έχει επηρεάσει τις καταναλωτικές	(α) Προς το καλύτερο

Οικονομικό Περιβάλλον	δυνατότητες των εν δυνάμει πελατών σας;	(β) Δεν τους έχει επηρεάσει (γ) Προς το χειρότερο
	Η οικονομική κρίση πως έχει επηρεάσει τη δυνατότητα σας να έχετε πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης (π.χ. τραπεζικός δανεισμός);	(α) Προς το καλύτερο (β) Δεν το έχει επηρεάσει (γ) Προς το χειρότερο
	Το αντικείμενο δραστηριοποίησης σας είναι προσανατολισμένο στην εσωτερική κατανάλωση ή στις εξαγωγές;	(α) Στις εξαγωγές (β) Στην εσωτερική κατανάλωση (γ) Δεν γνωρίζω
Τεχνολογικό περιβάλλον	Η τεχνολογία διαδραματίζει ρόλο στην παραγωγή των προϊόντων / στην παροχή των υπηρεσιών σας;	(α) Πολύ μεγάλο ρόλο (β) Παίζει ρόλο (γ) Ουδέτερο / Δεν εφαρμόζει στην περίπτωση μου (δ) Μικρό ρόλο (ε) Αρνητικό ρόλο
	Η τεχνολογία διαδραματίζει ρόλο στην προβολή / προώθηση των προϊόντων / υπηρεσιών σας;	(α) Πολύ μεγάλο ρόλο (β) Παίζει ρόλο (γ) Ουδέτερο / Δεν εφαρμόζει στην περίπτωση μου

		(δ) Μικρό ρόλο (ε) Αρνητικό ρόλο
	Ενδέχεται τα επόμενο χρόνια να χρειαστεί να επενδύσετε σε αγορά τεχνολογικού εξοπλισμού ή σε εκπαίδευση πάνω στη χρήση του;	(α) Ναι θα χρειαστεί (β) Όχι δεν θα χρειαστεί (γ) Δεν γνωρίζω

Marketing Plan

Τι είναι το Marketing Plan και πως μπορεί να φτιάξει κάποιος το δικό του;

Χωρίς το μάρκετινγκ οι περισσότερες επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους ή αντικειμένου θα αποτύγχαναν. Ο λόγος είναι πως ενώ η ποιότητα στην άσκηση του επιχειρηματικού αντικειμένου παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, όπως και η τελική τιμή του προϊόντος / υπηρεσίας, όλα αυτά έχουν νόημα εφόσον «υπάρχουν πελάτες». Το μάρκετινγκ λοιπόν βοηθά στην κατεύθυνση αυτή, του να αποτυπώσει το σχέδιο του επιχειρηματία για το «πως» θα τον μάθουν οι πελάτες και πως θα τον προτιμήσουν.

Ενώ το Business Plan ασχολείται με το πως οργανώνεται και δομείται η επιχείρηση και η δραστηριότητάς της, το Marketing Plan δίνει έμφαση στο πως μαθαίνει το κοινό και οι εν δυνάμει πελάτες την ύπαρξη της.

Το παράδοξο είναι πως ενώ η οργάνωση της επιχείρησης είναι εξίσου σημαντική με την εξασφάλιση πελατειακής βάσης, συχνά οι επιχειρήσεις (ειδικά οι μικρότερες) δεν αφιερώνουν κατάλληλο χρόνο για τη δημιουργία ενός πλάνου προώθησης κατά το στάδιο της δημιουργίας της επιχείρησης. Αυτό έχει ως συνέπεια να προσπαθούν αφού δημιουργηθεί η επιχείρηση να διαμορφώσουν ένα τέτοιο πλάνο, αλλά λειτουργώντας κάτω από την πίεση της έλλειψης πελατείας.

Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και περιπτώσεις επιτυχιών, που ξεκίνησαν χωρίς πλάνο μάρκετινγκ, αλλά αυτή η επιτυχία βασίστηκε περισσότερο σε συγκυριακά φαινόμενα ή στο ένστικτο του επιχειρηματία και λιγότερο σε έναν καλά δομημένο σχεδιασμό. Δεν θα μάθουμε ποτέ πόσα περισσότερα θα μπορούσαν να έχουν επιτευχθεί αν είχαν εξ' αρχής τεθεί οι κατάλληλοι στόχοι και είχε διαμορφωθεί η στρατηγική μάρκετινγκ.

Όταν γίνεται αναφορά σε πλάνο μάρκετινγκ εννοούμε μία μελέτη / αναφορά (report) η οποία παρουσιάζει επιγραμματικά τη στρατηγική προβολής της επιχείρησης για το επόμενο χρονικό διάστημα, είτε αυτό αφορά ένα μήνα, είτε ένα τρίμηνο, είτε έναν χρόνο. Μπορεί δηλαδή κανείς να φτιάξει ένα βραχυπρόθεσμο πλάνο μάρκετινγκ (π.χ. 3 μηνών), να αξιολογήσει την επίτευξη των στόχων και να το αναπροσαρμόσει. Εναλλακτικά μπορεί κανείς να κάνει τον σχεδιασμό του σε ετήσιο επίπεδο. Προτείνεται να αποφεύγεται η δημιουργία πλάνου για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του ενός έτους, καθώς οι αλλαγές που συντελούνται σε οικονομικό επίπεδο, θα οδηγήσουν σε μεγαλύτερο ποσοστό λάθους.

Σκοπός δεν είναι η δημιουργία ενός πλάνου που θα πρέπει κανείς να υλοποιήσει «πάση θυσία», όσο η δημιουργία ενός πρώτου μπούσουλα που θα βοηθήσει τον επιχειρηματία να είναι περισσότερο συγκεκριμένος στο «πως» θα πετύχει τους στόχους του σε πελάτες ή πωλήσεις.

Ένα τυπικό πλάνο μάρκετινγκ πρέπει να περιλαμβάνει:

- Μία σύνοψη των στόχων της επιχείρησης σε όρους μάρκετινγκ, προβολής και διαφήμισης.

- Μία περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης της επιχείρησης σε επίπεδο μάρκετινγκ (τι ενέργειες έχουν γίνει μέχρι τη στιγμή αυτή).
- Ένα χρονοδιάγραμμα ενεργειών που θα γίνουν το επόμενο χρονικό διάστημα (μέρες ή μήνες), με αναφορά στο «ποιες ενέργειες» ξεκινούν «πότε».
- Κάποιοι δείκτες μέτρησης της αποτελεσματικότητας στην επίτευξη των στόχων που έχετε θέσει.

- Μία περιγραφή των αναγκών των εν δυνάμει πελατών σας και της αγοράς στην οποία στοχεύετε.

Για να δομηθεί αυτό καλύτερα, θα κληθείτε να απαντήσετε για τα ακόλουθα:

1. Περιγραφή της «αποστολής» της επιχείρησης σας.
2. Καθορισμός των δεικτών μέτρησης αποτελεσματικότητας για την υλοποίηση αυτής της αποστολής.
3. Οριοθέτηση του είδους και των χαρακτηριστικών των πελατών που θέλετε να προσελκύσετε και του ανταγωνισμού
4. Κανάλια διανομής προϊόντος και κανάλια μάρκετινγκ
 5. Καθορισμός του είδους του περιεχομένου και των στρατηγικών για την προσέλκυση πελατών.
6. Προσδιορισμός των χρημάτων που είστε διατεθειμένοι να δώσετε για προβολή.

Ας κάνουμε το πρώτο βήμα ...

Οικογένεια Π1, Κωδικός Πεδίου Ε4.Π1.Υ1 και Ε4.Π1.Υ2 και Ε4.Π1.Υ3

Η περιγραφή της «αποστολής» της επιχείρησης αποτελεί το πρώτο βήμα για τη συγγραφή του πλάνου μάρκετινγκ της επιχείρησης σας. Είναι κάτι αρκετά διαφορετικό από το «γιατί» αποφασίσατε να δημιουργήσετε την επιχείρηση σας. Το «γιατί» αποτελεί το προσωπικό σας κίνητρο. Μπορεί κάποιος για παράδειγμα να δημιουργήσει μία επιχείρηση γιατί αυτό αποτέλεσε φυσική συνέχεια του αντικείμενο σπουδών του ή γιατί επιθυμεί να βιοποριστεί με βάση αυτό το αντικείμενο ή γιατί θέλει να εκμεταλλευτεί κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (π.χ. κάποια πατέντα ή ήδη υπάρχουσα πελατεία από οικογενειακή επιχείρηση).

Σε κάθε περίπτωση, όλα αυτά αποτελούν «γιατί» που κατά βάση αφορούν τον ίδιο, ενώ δεν υπάρχουν λόγοι όλα αυτά να τα ξέρουν οι εν δυνάμει πελάτες του. Όταν λοιπόν αναφερόμαστε στην «αποστολή» μίας επιχείρησης, πρέπει κανείς να σκεφτεί το πως θέλει οι πελάτες του να την βλέπουν. Προς διευκόλυνση σας αναφέρονται κάποια παραδείγματα:

Τι κάνει η Επιχείρηση	Ποιο μπορεί να είναι το δηλωμένο όραμα της
Τουριστικό γραφείο κρατήσεων.	Να παρέχει στους πελάτες της εμπειρίες ζωής βοηθώντας τους να επιλέξουν με βάση τις επιθυμίες και τις δυνατότητες τον επόμενο προορισμό τους.
Εμπορικό κατάστημα.	Να προσφέρει στους κατοίκους της «περιοχής» προϊόντα υψηλής ποιότητας και να μπορέσει να καλύψει εξειδικευμένες ανάγκες.
Είδη αρτοποιίας.	Αποστολή μας είναι να παρέχουμε σε κάθε σπίτι ψωμί, πάντα χρησιμοποιώντας τα αγνότερα υλικά και παράγοντας άριστης ποιότητας προϊόντα.
Φροντιστήριο.	Η παιδεία των παιδιών της «περιοχής» αποτελεί πρώτο το μας μέλημα. Η επιτυχία μας δεν μετριέται από τον αριθμό των μαθητών που έχουμε, αλλά από τον αριθμό αυτό που ολοκληρώνουν με επιτυχία και πετυχαίνουν τους στόχους τους.

Γιατρός.	Η ανακούφιση των ασθενών μου αποτελεί πρώτη προτεραιότητα. Σκοπός μου η ενδυνάμωση της πρόληψης μέσα από την κατάλληλη πληροφόρηση και εκπαίδευση των επισκεπτών στο ιατρείο, αλλά και η αποτελεσματική διάγνωση όταν αυτό απαιτηθεί.
Αγροτικά Προϊόντα	Με τη χρήση των καλύτερων σπόρων καλλιεργούμε τη πατρογονική γη με σκοπό την παραγωγή Α΄ Ποιότητας προϊόντων (ή βιολογικών) για εσάς και τα παιδιά σας.

Στα παραδείγματα αυτά που δόθηκαν, οι εν λόγω επιχειρηματίες δεν περιγράφουν απλά το επάγγελμα τους (ή τον σκοπό της επιχείρησής τους), αλλά προσπαθούν μέσα σε λίγες γραμμές να δώσουν κάποιο στοιχείο που πιστεύουν ότι τους διαφοροποιεί από άλλες επιχειρήσεις του κλάδου ή που εν τέλει θέλουν να χαρακτηρίζει την επιχείρησή τους.

Πριν γράψετε την «αποστολή» της επιχείρησής σας, σκεφτείτε τι θα θέλατε κάποιος πελάτης σας να πει για αυτήν (ή τα προϊόντα / υπηρεσίες της) σε ένα γνωστό του.

Για ακόμα μεγαλύτερη διευκόλυνση προσπαθήστε να σκεφτείτε μέχρι 5 λέξεις κλειδιά που θα θέλατε να χαρακτηρίζουν την επιχείρησή ή τα προϊόντα / υπηρεσίες σας και τα οποία θα τα θεωρούσατε ως «επαίνους» για τη δουλειά σας.

Πεδίο Ε4.Π1.Υ1

Για την επιχείρηση	Λέξη Κλειδί
#ΛΚΕ.01#	Για λόγους διευκόλυνσης τους προτείνω να τους αφήνει το σύστημα να μπορούν να γράψουν σε κάθε κελί μέχρι 5 λέξεις (γιατί μπορεί κάποιος να θέλει να δώσει κάτι περιγραφικά).
#ΛΚΕ.02#	
#ΛΚΕ.03#	
#ΛΚΕ.04#	
#ΛΚΕ.05#	

Εξαιρετική δουλειά. Γράψτε τώρα αντίστοιχες λέξεις κλειδιά («επαίνους») για τα προϊόντα / υπηρεσίες σας.

Πεδίο Ε4.Π1.Υ2

Για τα προϊόντα / υπηρεσίες	Λέξη Κλειδί
#ΛΚΠΥ.01#	Για λόγους διευκόλυνσης τους προτείνω να τους αφήνει το σύστημα να μπορούν να γράψουν σε κάθε κελί μέχρι 5 λέξεις (γιατί μπορεί κάποιος να θέλει να δώσει κάτι περιγραφικά).
#ΛΚΠΥ.02#	
#ΛΚΠΥ.03#	
#ΛΚΠΥ.04#	
#ΛΚΠΥ.05#	

Προσπαθήστε τώρα, χρησιμοποιώντας τις λέξεις κλειδιά που εσείς καταγράψατε, να αποτυπώσετε την «αποστολή» της επιχείρησής σας (όπως την οραματίζετε) μέσα σε 10-15 γραμμές (δομημένο σε 2-3 παραγράφους το μέγιστο).

Πεδίο Ε4.Π1.Υ3

Πεδίο Συμπλήρωσης	Οδηγίες για Προγραμματισμό
	<p>Τόσο οι λέξεις κλειδιά, όσο και η αποστολή της επιχείρησής είναι ωραίο να εμφανίζονται σε κάποιο όμορφο template.</p> <p>Μπορείτε για παράδειγμα να δίνετε ελεύθερα 2-3 template αλλά παράλληλα να δίνετε την ευκαιρία αν κάποιος το επιθυμεί να αγοράσει κάποιο άλλο.</p>

Οικογένεια Π2, Κωδικός Πεδίου Ε4.Π2.Υ1 , Ε4.Π2.Υ2

Το εν λόγω Πεδίο πρέπει να σχετίζεται με το Πεδίο Ε2.Π5.Υ2 (όπως εν τέλει μπορεί να τροποποιηθεί μετά τις παρατηρήσεις που έχουν γίνει). Ως εκ τούτου, πρέπει να φέρνει στην επιφάνεια τους στόχους που ο ίδιος ο χρήστης της εφαρμογής έχει θέσει για τον επόμενο ένα χρόνο.

Ελέγξτε ξανά τους στόχους που έχετε θέσει για τον επόμενο ένα χρόνο. Για να πετύχετε τους στόχους αυτούς, ειδικά σκέλη τους που σχετίζονται με την απόκτηση πελατών ή την επίτευξη πωλήσεων, θα πρέπει να καταφέρετε να προσελκύσετε το ενδιαφέρον των εν δυνάμει πελατών σας.

Το «πως» θα πουλήσετε το έχετε ήδη περιγράψει σε άλλο σκέλος του επιχειρηματικού σας πλάνου. Το Marketing Plan που τώρα υλοποιείτε σας πάει ένα βήμα πίσω, περιγράφοντας ουσιαστικά το «πως» θα τραβήξετε την προσοχή και το ενδιαφέρον αυτών που μπορεί να καταλήξουν να γίνουν πελάτες σας ή που μπορεί εν τέλει να αποκτήσουν πρόσβαση στα προϊόντα / υπηρεσίες που παρέχετε.

Για να το πετύχετε αυτό καλό είναι να θέσετε κάποιους δείκτες μέτρησης της αποτελεσματικότητας. Να περιγράψετε δηλαδή κάποιους ενδιάμεσους στόχους που θα σας επιτρέψουν να μπορείτε να ελέγξετε κατά πόσο το πλάνο μάρκετινγκ που έχετε θέσει πετυχαίνει τους στόχους και τον σκοπό τους. Αυτοί οι δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας ή “KPIs” στα αγγλικά (από το Key Performance Indicators) θα σας επιτρέψουν να ξέρετε σε οποιοδήποτε ενδιάμεσο στάδιο λειτουργίας της επιχείρησής σας αν το πλάνο μάρκετινγκ σας λειτουργεί ικανοποιητικά, με βάση τους στόχους που εσείς θέσατε. Έτσι θα μπορείτε να κάνετε διορθωτικές κινήσεις για την προσέλκυση πελατειακής βάσης ή και να αναπροσαρμόσετε τη λειτουργία σας με βάση τα στοιχεία που έχετε στη διάθεση σας.

Για να γίνει περισσότερο κατανοητό αυτό, ας χρησιμοποιήσουμε το παράδειγμα των επιχειρήσεων που είδαμε προηγουμένως για να κατανοήσουμε τι είδους δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας μπορεί κανείς να θέσει. ΠΡΟΣΟΧΗ: οι δείκτες αυτοί δεν έχουν να κάνουν τόσο με τους πραγματικούς στόχους που έχετε θέσει (π.χ. πελάτες ή πωλήσεις), αλλά κυρίως με στόχους που σχετίζονται με την προσέλκυση εν δυνάμει πελατών!

Τι κάνει η Επιχείρηση	Δείκτες Μέτρησης της Αποτελεσματικότητας Μάρκετινγκ
<p>Τουριστικό γραφείο κρατήσεων.</p>	<p>Αποστολή: Να παρέχει στους πελάτες της εμπειρίες ζωής βοηθώντας τους να επιλέξουν με βάση τις επιθυμίες και τις δυνατότητες τον επόμενο προορισμό τους.</p> <p>KPIs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αύξηση 5% της επισκεψιμότητας κάθε τρίμηνο στην ιστοσελίδα της εταιρείας στην ενότητα Τουριστικά Πακέτα. • Αύξηση επισκεψιμότητας στο Facebook και επίτευξη 1.000 μελών κατά το πρώτο 6μηνο λειτουργίας της, με 3.000 χρήστες στον 12μηνο. • Ενδυνάμωση του προφίλ της εταιρείας στο Twitter, μέσω της παραγωγής τουλάχιστον 10 αναρτήσεων τον μήνα και επίτευξη τουλάχιστον 5 re - Tweets σε μηνιαίο επίπεδο. • Δημιουργία τουλάχιστον 1 ενημερωτικό δελτίου για συγκεκριμένο προορισμό κάθε μήνα και ανάρτηση του σε τουλάχιστον 1 τοπικό μέσο ενημέρωσης (έντυπης ή ηλεκτρονικής μορφής). • Αύξηση των πωλήσεων μέσα από την ιστοσελίδα της επιχείρησης κατά 10% το πρώτο εξάμηνο και κατά 15% στο 12μηνο.
<p>Εμπορικό κατάστημα.</p>	<p>Αποστολή: Να προσφέρει στους κατοίκους της «περιοχής» προϊόντα υψηλής ποιότητας και να μπορέσει να καλύψει εξειδικευμένες ανάγκες.</p>

	<p>KPIs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τουλάχιστον 1 έντυπη διαφήμιση τον μήνα σε κλαδικό έντυπο τοπικού χαρακτήρα • Δημιουργία ραδιοφωνικού διαφημιστικού το οποίο θα αναπαραχθεί στις περιόδους προσφορών / εκπτώσεων σε τουλάχιστον 3 ραδιοφωνικά μέσα τοπικής εμβέλειας. • Διανομή τουλάχιστον 2.500 έντυπων διαφημιστικών φυλλαδίων σε εμπορικούς δρόμους. • Δημιουργία e-shop εντός της ηλεκτρονικής ιστοσελίδας της επιχείρησης και επίτευξη τουλάχιστον 40 επισκέψεων σε αυτό κάθε μήνα λειτουργίας του. • Δημιουργία YouTube Video και προβολή του στα social media της εταιρείας την περίοδο παρουσίασης νέων προϊόντων, το οποίο θα λάβει απήχηση σε τουλάχιστον 1.000 προβολές. • Τουλάχιστον το 20% των πελατών που θα ψωνίσουν στο κατάστημα μία φορά να το επισκεφτούν και να ψωνίσουν ακόμη μία εντός του πρώτου έτους.
Είδη αρτοποιίας.	<p>Αποστολή: Αποστολή μας είναι να παρέχουμε σε κάθε σπίτι ψωμί, πάντα χρησιμοποιώντας τα αγνότερα υλικά και παράγοντας άριστης ποιότητας προϊόντα.</p> <p>KPIs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πάνω από 100 Likes σε φωτογραφίες από προϊόντα μας στο Facebook. • Δημιουργία και διαμοιρασμός έντυπου διαφημιστικού υλικού (τουλάχιστον 1.000 τεμάχια) στα δύο σχολεία της περιοχής. • 1 Διαφημιστική καταχώρηση ανά μήνα σε τοπική εφημερίδα κυκλοφορίας κάθε 15 ημέρες.
Φροντιστήριο.	<p>Αποστολή: Η παιδεία των παιδιών της «περιοχής» αποτελεί πρώτο το μας μέλημα. Η επιτυχία μας δεν μετριέται από τον αριθμό των μαθητών που έχουμε, αλλά από τον αριθμό αυτό που ολοκληρώνουν με επιτυχία και πετυχαίνουν τους στόχους τους.</p> <p>KPI's:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 Ενημερωτικές ημερίδες για γονείς τον Σεπτέμβριο μήνα πριν την εγγραφή σε φροντιστήρια. • Διαμόρφωση και διαμοιρασμός 4.500 έντυπων φυλλαδίων στην «περιοχή». • Αύξηση της επισκεψιμότητας στην ιστοσελίδα κατά 25% τον πρώτο χρόνο λειτουργίας. • Αύξηση των downloads από την ιστοσελίδα της επιχείρησης κατά 80% τον πρώτο χρόνο λειτουργίας στο πεδίο που αφορά τις on – line σημειώσεις για τους μαθητές.

	<ul style="list-style-type: none"> • Αύξηση της επισκεψιμότητας στα social media της επιχείρησης κατά 15% το πρώτο τρίμηνο, κατά 30% το πρώτο εξάμηνο και κατά 50% στον πρώτο χρόνο. • Διαφημιστικές καταχωρήσεις σε τουλάχιστον 5 διαφορετικά τοπικά μέσα ενημέρωσης (έντυπα και ηλεκτρονικά).
Γιατρός.	<p>Αποστολή: Η ανακούφιση των ασθενών μου αποτελεί πρώτη προτεραιότητα. Σκοπός μου η ενδυνάμωση της πρόληψης μέσα από την κατάλληλη πληροφόρηση και εκπαίδευση των επισκεπτών στο ιατρείο, αλλά και η αποτελεσματική διάγνωση όταν αυτό απαιτηθεί.</p> <p>KPIs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αύξηση των επισκέψεων στην ιστοσελίδα κατά 5% τον μήνα. • Αύξηση των επισκέψεων στο blog ιατρικών θεμάτων κατά 10% τον μήνα. • Αύξηση των σχολίων ανά άρθρο στο blog κατά 5% τον μήνα. • Αύξηση του διαμοιρασμού των αναρτήσεων στο blog, σε άλλα μέσα ηλεκτρονικής ενημέρωσης κατά 2% σε ετήσιο επίπεδο.

Τα ανωτέρω παραδείγματα, είχαν σκοπό να δώσουν μία πρώτη αίσθηση για το πως πρέπει να είναι δομημένος ο δείκτης. Γίνεται εμφανές ότι πρέπει να αποφεύγονται πολύ «γενικοί» δείκτες όπως: Αύξηση της επισκεψιμότητας. Καλό είναι να υπάρχει κάποιο ποσοτικό μέγεθος (ή απόλυτο αν μπορεί να προσδιοριστεί), όπως επίσης και να προσδιορίζεται το χρονικό διάστημα που ο εν λόγω στόχος θα επιτευχθεί (κάθε μήνα ή το πρώτο τρίμηνο ή ετήσια κλπ).

Σκοπός δεν είναι να τεθούν υπερβολικά μεγάλοι (ή μικροί) στόχοι. Σκοπός είναι να προσδιορίσετε τους δείκτες εκείνους που πραγματικά πιστεύετε ότι θα σας βοηθήσουν να έχετε καλύτερη αίσθηση επί του αν πετυχαίνετε τους στόχους προσέλκυσης πελατείας που εσείς κρίνετε ότι χρειάζεται.

E4.Π2.Υ1

Προσδιορίστε τα δικά σας KPIs. Προτείνεται για κάθε μέσο επικοινωνίας / προβολής που έχετε σκοπό να χρησιμοποιήσετε (π.χ. social media, εταιρική ιστοσελίδα, e – shop, καταχωρήσεις σε έντυπο ή ηλεκτρονικό τύπο, διαφημιστικά σε ραδιόφωνο ή τηλεόραση, φυλλάδια, banners, αφίσες σε σημεία ενδιαφέροντος, διοργάνωση ημερίδων – εκδηλώσεων, ημέρες ειδικών προσφορών και κάθε άλλο) να βάλετε τουλάχιστον έναν δείκτη μέτρησης της αποτελεσματικότητας.

Για λόγους διευκόλυνσης έχω βάλει και 2 παραδείγματα, που προφανώς δεν πρέπει να παραμένουν στον τελικό πίνακα του χρήστη. Κάθε δείκτης που προστίθεται πρέπει να μπορεί να μεταφερθεί είτε ως «Περιγραφή», είτε ως κομμάτια του (π.χ. Ονομασία ή Τιμή Στόχος ή Χρονικό Διάστημα) σε άλλο Εργαλείο του παιχνιδιού.

Κωδικός	Ονομασία Δείκτη	Τιμή Στόχος	Χρονικό Διάστημα	Περιγραφή
---------	-----------------	-------------	------------------	-----------

#KPI.01#	Επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα της επιχείρησης	40%	1 έτος	Αύξηση της επισκεψιμότητας στην ιστοσελίδα της επιχείρησης κατά 40% τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της
#KPI.02#	Διαφημιστικά φυλλάδια	2.500	15 ημέρες	Μοίρασμα 2.500 διαφημιστικών φυλλαδίων στην τοπική περιοχή κατά το δεκαπενθήμερο των εκπτώσεων.

E4.Π2.Υ2

Από το E2.Π5.Υ2 φέρνουμε τις απαντήσεις των χρηστών για τα #TM.01#, #TM.02#, #TM.03#, #TM.04# (για όσα από αυτά έχει δώσει απαντήσεις). Σκοπός είναι να αντιπαραβάλει με κάποιον έξυπνο τρόπο το τι στόχους είχε δηλώσει πως θα πετύχει στα από πάνω του Εργαλείου2 με τα KPIs που δηλώνει εδώ. Υπάρχει κάποιος τρόπος να εμφανίζονται (ενδεχομένως σε Infographic ή σε άλλη μορφή) από κοινού τα στοιχεία αυτά; Θα φανταζόμαστε ένα γραφικό που θα αποτύπωνε (σαν να είχε ήδη περάσει ένας χρόνος της επιχείρησης) τα δεδομένα αυτά ως «γενόμενα». Άρα από τη μία πλευρά θα είχαμε «τι» πέτυχε ο επιχειρηματίας, ενώ από την άλλη τα KPIs που δείχνουν τα μέσα που χρησιμοποίησε και τους στόχους μάρκετινγκ που πέτυχε για να έρθει το τελικό αποτέλεσμα.

Έχοντας καταγράψει τους δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας του πλάνου μάρκετινγκ σας είναι σημαντικό να είστε σίγουροι πως έχετε επαρκή μέσα για να πετύχετε τους στόχους που έχετε θέσει. Μέσα από τη διαδικασία αυτή μπορείτε να έχετε μία πληρέστερη εικόνα των στόχων ανάπτυξης που έχετε θέσει για την επιχείρησή σας και αναλόγως να αναπροσαρμόσετε: (α) είτε τους δείκτες μέτρησης της αποτελεσματικότητας (π.χ. μπορεί να θέτετε πολύ μικρούς στόχους μάρκετινγκ συγκριτικά με τους στόχους της επιχείρησης), (β) είτε τους στόχους της επιχείρησης (π.χ. μπορεί να σας φαίνονται υπερβολικά αισιόδοξοι δεδομένων των στόχων μάρκετινγκ που θέτετε).

<i>Ο εν λόγω Πίνακας είναι για προβολή (αν γίνει με κάποια δομή Infographic ακόμα καλύτερα). Από τη μία τίθενται οι στόχοι που έχει βάλει ο χρήστης (όσοι έχουν τεθεί) και από την άλλη τα KPIs.</i>	
#TM.01#	KPI 1 – KPI 2 – KPI n
#TM.02#	
#TM.03#	
#TM.04#	

Για κάθε στόχο που έχετε θέσει καταγράψτε πόσο πολύ θεωρείτε ότι εξαρτάται από την επίτευξη των δεικτών αποτελεσματικότητας που προτείνετε:

Κωδικός	Ερώτηση	Καθόλου	Ελάχιστα	Πολύ	Πάρα πολύ
#ΣΚ.01#	Σε ποιον βαθμό πιστεύετε ότι ο εν λόγω στόχος (#ΤΜ.01#) εξαρτάται από την επίτευξη των δεικτών αποτελεσματικότητας που προτείνετε;				
#ΣΚ.02#	#ΤΜ.02#				
#ΣΚ.03#	#ΤΜ.03#				
#ΣΚ.04#	#ΤΜ.04#				

Οικογένεια Π3

Το εν λόγω Πεδίο πρέπει να σχετίζεται με το Πεδίο Ε2.Π5.Υ1 (όπως εν τέλει μπορεί να τροποποιηθεί μετά τις παρατηρήσεις που έχουν γίνει). Ως εκ τούτου, πρέπει να φέρνει στην επιφάνεια χαρακτηριστικά για τους πελάτες που ο ίδιος ο χρήστης της εφαρμογής έχει οριοθετήσει.

Βασικό στοιχείο για ένα πετυχημένο πλάνο μάρκετινγκ είναι η οριοθέτηση του κοινού – στόχου. Όσο πιο καλά μπορεί κανείς να περιγράψει το προφίλ των εν δυνάμει πελατών του, τόσο περισσότερο ουσιαστικός θα είναι και κατά την προσέλευση τους. Πρέπει να έχουμε υπόψη ότι παράγοντες όπως η ηλικία, το φύλο, ο τόπος διαμονής, η οικογενειακή κατάσταση, το οικονομικό επίπεδο, το εκπαιδευτικό προφίλ, δεν καθορίζουν απλά το τι προϊόντα καταναλώνουμε (ή τι υπηρεσίες χρησιμοποιούμε), αλλά και το πως πειθόμαστε (ή όχι) να το κάνουμε.

Από το πεδίο Ε2.Π5.Υ1 φέρνουμε για τους ακόλουθους κωδικούς ΜΟΝΟ όσες απαντήσεις ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» (λόγω του ότι μας ενδιαφέρουν μόνο αυτοί που έχουν πραγματικά προσδιοριστεί ως εν δυνάμει πελάτες).

Κωδικός	Ερώτηση
#ΠΑΣ.01#	Οι εν δυνάμει πελάτες χρησιμοποιούν προϊόντα / υπηρεσίες σαν αυτά που παρέχει η επιχείρησή μας, γιατί τα έχουν « ανάγκη » και όχι γιατί τους προσφέρουν «ικανοποίηση / ευχαρίστηση».
#ΠΑΣ.02#	Οι εν δυνάμει πελάτες χρησιμοποιούν προϊόντα / υπηρεσίες σαν αυτά που παρέχει η επιχείρησή μας, γιατί τους προσφέρουν « ικανοποίηση / ευχαρίστηση » και όχι γιατί καλύπτουν κάποια «ανάγκη».
#ΠΑΣ.03#	Οι επιχειρήσεις που υπάρχουν σήμερα στην περιοχή δραστηριοποίησής σας (περιοχή της επαγγελματικής σας έδρας) καλύπτουν τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών για τα προϊόντα / υπηρεσίες που και εσείς θα παρέχετε.
#ΠΑΣ.04#	Οι επιχειρήσεις που υπάρχουν σήμερα στην περιοχή δραστηριοποίησής σας (περιοχή της επαγγελματικής σας έδρας, είτε σε επίπεδο Δήμου, είτε σε επίπεδο Περιφέρειας) καλύπτουν τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών για τα προϊόντα / υπηρεσίες που και εσείς θα παρέχετε.
#ΠΑΣ.05#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν όλες τις ηλικίες.

#ΠΑΣ.06#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν κυρίως τις μικρότερες ηλικίες.
#ΠΑΣ.07#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν κυρίως ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας.
#ΠΑΣ.08#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε μπορούν να καταναλωθούν / χρησιμοποιηθούν από ανθρώπους όλων των οικονομικών δυνατοτήτων.
#ΠΑΣ.09#	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε μπορούν να καταναλωθούν / χρησιμοποιηθούν μόνο από ανθρώπους υψηλότερων οικονομικών δυνατοτήτων.

Κάθε ένα από τα χαρακτηριστικά αυτά, μπορεί να αξιοποιηθεί προκειμένου να προσελκυσθούν αποτελεσματικότερα εν δυνάμει πελάτες. Πρέπει όμως να αποσαφηνίσετε πρώτα εσείς οι ίδιοι ποια μέσα μάρκετινγκ θα χρησιμοποιήσετε για να τους προσεγγίσετε. Δεν είναι θέμα μόνο επιλογής μέσου, αλλά και ποιο μέσο θεωρείτε περισσότερο αποτελεσματικό. Για παράδειγμα μία διαφημιστική καταχώρηση σε έντυπο μέσο μπορεί να είναι περισσότερο αποτελεσματική για ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας, τα social media ενδείκνυνται για ανθρώπους ηλικιακά μικρότερους. Ένα banner σε μια ιστοσελίδα αθλητικών νέων κατά βάσει στοχεύει το ανδρικό κοινό, ενώ η προβολή ενός ακριβού τουριστικού πακέτου διακοπών πρέπει να έχει ως στόχευση την κάλυψη κάποιας «ικανοποίησης» και όχι ανθρώπους που στοχεύουν σε κάλυψη «αναγκών». Για να είναι αποτελεσματικό το μάρκετινγκ πρέπει λοιπόν να ξέρουμε το κοινό στο οποίο στοχεύει.

Για κάθε ένα από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά των εν δυνάμει πελατών σας, αξιολογήστε ποιος δείκτης μέτρησης αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ στοχεύει περισσότερο στην ικανοποίηση του. Με άλλα λόγια μέσω ποιου καναλιού μάρκετινγκ σκοπεύετε να αναδείξετε στους πελάτες σας ότι τα προϊόντα / υπηρεσίες σας έρχονται να «δέσουν» με κάποιο δικό τους χαρακτηριστικό; Για κάθε ένα από τα εν λόγω χαρακτηριστικά μπορείτε να επιλέξετε μέχρι 3 δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ.

Κωδικός	Προέλευση	Παραδοχή	Αξιολογήστε
#ΚΣ.01#	#ΠΑΣ.01# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	Οι εν δυνάμει πελάτες χρησιμοποιούν προϊόντα / υπηρεσίες σαν αυτά που παρέχει η επιχείρησή μας, γιατί τα έχουν « ανάγκη ».	Για κάθε μία από τις απαντήσεις θα εμφανίζονται όλα τα KPIs, ενώ ο χρήστης θα μπορεί να επιλέξει μέχρι 3 που θεωρεί ότι ικανοποιούν το εν λόγω χαρακτηριστικό.
#ΚΣ.02#	#ΠΑΣ.02# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	Οι εν δυνάμει πελάτες χρησιμοποιούν προϊόντα / υπηρεσίες σαν αυτά που παρέχει η επιχείρησή μας, γιατί τους προσφέρουν « ικανοποίηση / ευχαρίστηση ».	
#ΚΣ.03#	#ΠΑΣ.03# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και	Οι επιχειρήσεις που υπάρχουν σήμερα στην περιοχή	

	«Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	δραστηριοποίησας (περιοχή της επαγγελματικής σας έδρας) καλύπτουν τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών για τα προϊόντα / υπηρεσίες που και εσείς θα παρέχετε.	
#ΚΣ.04#	#ΠΑΣ.04# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	Οι επιχειρήσεις που υπάρχουν σήμερα στην περιοχή δραστηριοποίησας (περιοχή της επαγγελματικής σας έδρας, είτε σε επίπεδο Δήμου, είτε σε επίπεδο Περιφέρειας) καλύπτουν τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών για τα προϊόντα / υπηρεσίες που και εσείς θα παρέχετε.	
#ΚΣ.05#	#ΠΑΣ.05# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν όλες τις ηλικίες.	
#ΚΣ.06#	#ΠΑΣ.06# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν κυρίως τις μικρότερες ηλικίες.	
#ΚΣ.07#	#ΠΑΣ.07# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε αφορούν κυρίως ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας.	
#ΚΣ.08#	#ΠΑΣ.08# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε μπορούν να καταναλωθούν / χρησιμοποιηθούν από ανθρώπους όλων των οικονομικών δυνατοτήτων.	

#ΚΣ.09#	#ΠΑΣ.09# Αν η απάντηση ήταν «Συμφωνώ» και «Συμφωνώ Απόλυτα» τότε εμφανίζονται τα ακόλουθα:	Τα προϊόντα / υπηρεσίες που προσφέρετε μπορούν να καταναλωθούν / χρησιμοποιηθούν μόνο από ανθρώπους υψηλότερων οικονομικών δυνατοτήτων.	
---------	--	---	--

Οικογένεια Π4, Κωδικός Πεδίου Ε4.Π4.Υ1 , Ε4.Π4.Υ2, Ε4.Π4.Υ3

Εξίσου σημαντικό με τον καθορισμό των χαρακτηριστικών των πελατών και του επιπέδου ανταγωνισμού, είναι και η κατανόηση του τρόπου που συνδέονται τα κανάλια διανομής με τα εργαλεία μάρκετινγκ που πρέπει να αξιοποιηθούν. Ήδη έχετε προσδιορίσει αν η επιχείρησή σας έχει στόχο το τοπικό επίπεδο, το διευρυμένο περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, το διεθνές επίπεδο οικονομικής δραστηριότητας. Με βάση αυτά καλείστε να αναλογιστείτε αν τα κανάλια διανομής που έχετε επιλέξει για να παρέχετε τα προϊόντα / υπηρεσίες σας, συμβαδίζουν με τα εργαλεία μάρκετινγκ που έχετε θέσει.

Αν για παράδειγμα μία επιχείρηση έχει ως στόχο μόνο το τοπικό κοινό, πρέπει να αναλογιστεί ο επιχειρηματίας αν το να δημιουργήσει μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιστοσελίδα και e-shop είναι υπερβολικό. Αντιθέτως, για την δραστηριοποίηση σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο τα ανωτέρω είναι άκρως αναγκαία. Έτσι, το εύρος της δραστηριοποίησης μας πρέπει να συμβαδίζει και με τα κανάλια προβολής που έχουμε επιλέξει.

Το εργαλείο πρέπει να τραβάει δεδομένα από το Ε2.Π4 και συγκεκριμένα από τον ακόλουθο Πίνακα:

Κωδικός	Πρόσβαση σε:	Απάντηση
#Πρ.01#	Έχετε ή θα αποκτήσετε πρόσβαση για να πουλήσετε προϊόντα / να παρέχετε υπηρεσίες σε Κοντινές Αγορές (π.χ. κοντινούς Δήμους ή εντός της Περιφέρειας σας);	ΝΑΙ / ΟΧΙ
#Πρ.02#	Έχετε ή θα αποκτήσετε πρόσβαση για να πουλήσετε προϊόντα / να παρέχετε υπηρεσίες σε Διευρυμένο Επίπεδο ή σε Πανελλαδικό Επίπεδο (π.χ. σε τουλάχιστον 2 Περιφέρειες ή σε τουλάχιστον 2 μεγάλα Αστικά Κέντρα);	ΝΑΙ / ΟΧΙ
#Πρ.03#	Έχετε ή θα αποκτήσετε πρόσβαση σε Διεθνείς Αγορές (π.χ. εξαγωγή σε τουλάχιστον μία χώρα του εξωτερικού)	ΝΑΙ / ΟΧΙ

Ε4.Π4.Υ1

Αν η απάντηση στο #Πρ.01# είναι ΝΑΙ ο χρήστης έχει ήδη απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις, ενώ έχει συμπληρώσει και από μόνος κανάλια πρόσβασης του σε Κοντινές Αγορές. Του δίνουμε δυνατότητα να δει αυτά

που έχει καταγράψει, ενώ του ζητάμε (ως νέο στοιχείο / πεδίο) να αξιολογήσει το κατά πόσο τα κανάλια διανομής που έχει επιλέξει για πρόσβαση σε τοπικό επίπεδο συμβαδίζουν με τα κανάλια προβολής που σκέφτεται να ενσωματώσει.

Όσον αφορά την πρόσβαση της επιχείρησής σας σε Κοντινές Αγορές (π.χ. κοντινούς Δήμους ή εντός της Περιφέρειας σας), έχετε ήδη προσδιορίσει τα Κανάλια Διανομής που σκέφτεστε να αξιοποιήσετε. Για κάθε ένα από τα ακόλουθα κανάλια διανομής που στοχεύουν στις κοντινές αγορές, αξιολογήστε ποιος δείκτης μέτρησης αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ στοχεύει περισσότερο στην υποβοήθηση της διαδικασίας αυτής. Με άλλα λόγια είναι τα μέσα μάρκετινγκ που θα αξιοποιήσετε επαρκή, μήπως κάπου υπάρχει κενό, μήπως κάποιο από τα αναφερόμενα δεν χρειάζεται (είναι υπερβολικό); Επίσης οι στόχοι που έχετε θέσει για τους δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας είναι υπερβολικοί, επαρκείς, απαισιόδοξοι; Για κάθε ένα από τα εν λόγω κανάλια διανομής μπορείτε να επιλέξετε μέχρι 3 δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ.

Στοιχεία E2.Π4.Υ1			Νέα Στοιχεία	
	Κανάλι Διανομής	Τεκμηρίωση (μέχρι 1.000 χαρακτήρες)	Κωδικός	Αξιολογήστε
#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε όλη την Περιφέρεια)	-	#ΜΤε.01#	Για κάθε μία από τις απαντήσεις θα εμφανίζονται όλα τα ΚΡΙΣ, ενώ ο χρήστης θα μπορεί να επιλέξει μέχρι 3 που θεωρεί ότι ικανοποιούν το εν λόγω χαρακτηριστικό.
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες;		
#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε επίπεδο περιφέρειας)	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα		

		διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες		
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου			
....		
....		
#ΚΔ.ΧΧ#		Τεκμηριώστε αν απαιτείται	#ΜΤε.ΧΧ#	

Ε4.Π4.Υ2

Αν η απάντηση στο #Πρ.02# είναι ΝΑΙ ο χρήστης έχει ήδη απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις, ενώ έχει συμπληρώσει και από μόνος κανάλια πρόσβασης του σε Διευρυμένο και Πανελλαδικό Επίπεδο. Του δίνουμε δυνατότητα να δει αυτά που έχει καταγράψει, ενώ του ζητάμε (ως νέο στοιχείο / πεδίο) να αξιολογήσει το κατά πόσο τα κανάλια διανομής που έχει επιλέξει για πρόσβαση σε Διευρυμένο και Πανελλαδικό Επίπεδο συμβαδίζουν με τα κανάλια προβολής που σκέφτεται να ενσωματώσει.

Όσον αφορά την πρόσβαση της επιχείρησής σας σε Διευρυμένο και Πανελλαδικό Επίπεδο (π.χ. σε τουλάχιστον 2 Περιφέρειες ή σε τουλάχιστον 2 μεγάλα Αστικά Κέντρα), έχετε ήδη προσδιορίσει τα Κανάλια Διανομής που σκέφτεστε να αξιοποιήσετε. Για κάθε ένα από τα ακόλουθα κανάλια διανομής που στοχεύουν σε Διευρυμένο και Πανελλαδικό Επίπεδο, αξιολογήστε ποιος δείκτης μέτρησης αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ στοχεύει περισσότερο στην υποβοήθηση της διαδικασίας αυτής. Με άλλα λόγια είναι τα μέσα μάρκετινγκ που θα αξιοποιήσετε επαρκή, μήπως κάπου υπάρχει κενό, μήπως κάποιο από τα αναφερόμενα δεν χρειάζεται (είναι υπερβολικό); Επίσης οι στόχοι που έχετε θέσει για τους δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας είναι υπερβολικοί, επαρκείς, απαισιόδοξοι; Για κάθε ένα από τα εν λόγω κανάλια διανομής μπορείτε να επιλέξετε μέχρι 3 δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ.

Στοιχεία Ε2.Π4.Υ2			Νέα Στοιχεία	
	Κανάλι Διανομής	Τεκμηρίωση (μέχρι 1.000 χαρακτήρες)	Κωδικός	Αξιολογήστε
#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε όλη την χώρα)	-	#ΜΠε.01#	Για κάθε μία από τις απαντήσεις θα εμφανίζονται όλα τα ΚΡIs, ενώ ο χρήστης θα μπορεί να επιλέξει μέχρι 3 που θεωρεί ότι ικανοποιούν το εν λόγω χαρακτηριστικό.
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και		

	λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες;		
#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε πανελλαδικό επίπεδο)	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες		
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου			
....		
....		
#ΚΔ.ΧΧ#		Τεκμηριώστε αν απαιτείται	#ΜΠε.ΧΧ#	

Αν η απάντηση στο #Πρ.03# είναι ΝΑΙ ο χρήστης έχει ήδη απαντήσει στις ακόλουθες ερωτήσεις, ενώ έχει συμπληρώσει και από μόνος κανάλια πρόσβασης του σε Διεθνείς Αγορές. Του δίνουμε δυνατότητα να δει αυτά που έχει καταγράψει, ενώ του ζητάμε (ως νέο στοιχείο / πεδίο) να αξιολογήσει το κατά πόσο τα κανάλια διανομής που έχει επιλέξει για πρόσβαση στις Διεθνείς Αγορές συμβαδίζουν με τα κανάλια προβολής που σκέφτεται να ενσωματώσει.

Όσον αφορά την πρόσβαση της επιχείρησής σας σε Διεθνείς Αγορές (π.χ. εξαγωγή σε τουλάχιστον μία χώρα του εξωτερικού), έχετε ήδη προσδιορίσει τα Κανάλια Διανομής που σκέφτεστε να αξιοποιήσετε. Για κάθε ένα από τα ακόλουθα κανάλια διανομής που στοχεύουν σε Διεθνείς Αγορές, αξιολογήστε ποιος δείκτης μέτρησης αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ στοχεύει περισσότερο στην υποβολή της διαδικασίας αυτής. Με άλλα λόγια είναι τα μέσα μάρκετινγκ που θα αξιοποιήσετε επαρκή, μήπως κάπου υπάρχει κενό, μήπως κάποιο από τα αναφερόμενα δεν χρειάζεται (είναι υπερβολικό); Επίσης οι στόχοι που έχετε θέσει για τους δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας είναι υπερβολικοί, επαρκείς, απαισιόδοξοι; Για κάθε ένα από τα εν λόγω κανάλια διανομής μπορείτε να επιλέξετε μέχρι 3 δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας μάρκετινγκ.

Στοιχεία Ε2.Π4.Υ3			Νέα Στοιχεία	
	Κανάλι Διανομής	Τεκμηρίωση (μέχρι 1.000 χαρακτήρες)	Κωδικός	Αξιολογήστε
#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από	-	#ΜΔε.01#	Για κάθε μία από τις απαντήσεις θα εμφανίζονται

	στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε ξένες αγορές)			όλα τα KPIs, ενώ ο χρήστης θα μπορεί να επιλέξει μέχρι 3 που θεωρεί ότι ικανοποιούν το εν λόγω χαρακτηριστικό.
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες;		
#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε επίπεδο ξένων αγορών)	Τεκμηριώνεται η ύπαρξη Συμφωνητικών ή και Προσυμφώνων πώλησης με υπεργολάβους, πελάτες, δίκτυα διανομής, αντιπροσώπους, λοιπές στρατηγικές συμμαχίες		
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου			
....		
....		
#ΚΔ.ΧΧ#		Τεκμηριώστε αν απαιτείται	#ΜΔε.ΧΧ#	

Οικογένεια Π5, Κωδικός Πεδίου Ε4.Π5.Υ1 , Ε4.Π5.Υ2, Ε4.Π5.Υ3, Ε4.Π5.Υ4

Έχοντας πλέον κατανοήσει τον τρόπο με τον οποίο το μάρκετινγκ και το πλάνο σας για αυτό, επηρεάζεται και επηρεάζει μία σειρά άλλων πραγμάτων που σχετίζονται με την αυτή, καθαυτή λειτουργία της επιχείρησής σας, είστε πλέον έτοιμοι να περιγράψετε τον τρόπο που θα ξεδιπλώσετε τη στρατηγική σας και θα αναπτύξετε περιεχόμενο κατάλληλο.

Σε αντίθεση με το παρελθόν που υπήρχαν περιορισμένα μέσα προβολής, σήμερα τόσο τα μέσα προβολής όσο και οι διαφορετικοί τύποι περιεχομένου είναι τόσα πολλά που πολλές φορές δημιουργούν σύγχυση στο ποια πρέπει να αξιοποιήσει κανείς. Για αυτό πρέπει να είναι κανείς προσεκτικός τόσο ως προς το τι θα χρησιμοποιήσει (ώστε να εξυπηρετεί τους σκοπούς της επιχείρησής του) αλλά και ως προς τον χρόνο χρησιμοποίησης.

Ενδεικτικά μόνο θα αναφερθούν για να τα λάβετε υπόψη σας στο σχεδιασμό που θα ακολουθήσει ότι:

- Κάποια ενδεικτικά **μέσα προβολής** θα μπορούσαν να είναι: social media (όπου και εδώ υπάρχει μεγάλη ποικιλία όπως Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Pinterest, και Instagram), εταιρική ιστοσελίδα, e – shop, καταχωρήσεις σε έντυπο ή ηλεκτρονικό τύπο, διαφημιστικά σε ραδιόφωνο ή τηλεόραση, φυλλάδια, επαγγελματική κάρτα, φωτεινή επιγραφή, banners, αφίσες σε σημεία ενδιαφέροντος, διοργάνωση ημερίδων – εκδηλώσεων, ημέρες ειδικών προσφορών και κάθε άλλο.
- Ειδικά στο διαδικτυακό κομμάτι, που παίζει όλο και σημαντικότερο ρόλο, ακόμα και αν έχετε περισσότερα του ενός μέσα προβολής, η επιχειρηματική σας έμφαση μπορεί να πέφτει σε ένα ή δύο. Άρα απαιτείται η **ύπαρξη στρατηγικής για το «που» κατευθύνουμε τις ροές των εν δυνάμει πελατών**. Για παράδειγμα, μπορεί να κατευθύνονται σε ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης (και όχι σε όλα) ή σε κάποια ιστοσελίδα προϊόντος (και όχι στην εταιρική ιστοσελίδα) ή σε κάποιο ενημερωτικό blog κ.ο.κ.
- Άμεσα σχετιζόμενο με τα παραπάνω, είναι το **είδος του περιεχομένου** που πρέπει να αναπτυχθεί. Κάθε μέσο προβολής έχει τις δικές του απαιτήσεις και μάλιστα σε πολλές περιπτώσεις αν απαιτηθεί επαγγελματική βοήθεια, αυτή μπορεί να είναι πιο σημαντική στην ανάπτυξη περιεχομένου, από ότι στη δημιουργία του ίδιου του μέσου προβολής αυτού καθαυτού.
- Συμπληρωματικό ως προς το προηγούμενο είναι το **«πόσο πολύ» περιεχόμενο θα αναπτυχθεί**. Αυτό εξαρτάται με το αν οι απαιτήσεις σας για περιεχόμενο, βάσει του σχεδιασμού σας, είναι ημερήσιες, εβδομαδιαίες, μηνιαίες, τριμηνιαίες ή ετήσιες. Για παράδειγμα η δημιουργία ενός έντυπου φυλλαδίου μπορεί να γίνει ακόμα και μία φορά τον χρόνο και να καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης. Το περιεχόμενο στα social media όμως έχει απαιτήσεις που πολλές φορές φτάνουν ακόμα και στο επίπεδο της δημιουργίας περιεχομένου (έστω και απλού) περισσότερες από μία φορά κάθε ημέρα.
- Τέλος, μην ξεχάσετε να λάβετε υπόψη σας ότι οι επιλογές που κάνετε, έχουν **κόστος**. Πρέπει να είστε σίγουροι ότι αυτά που περιγράφετε, ως μέρος της στρατηγικής μάρκετινγκ σας, είναι υλοποιήσιμα και δεν θα σας δημιουργήσουν χρηματοοικονομικό πρόβλημα που μπορεί να επιδράσει αρνητικά στην ίδια λειτουργία της επιχείρησης σας.

E4.Π5.Υ1

Πρώτο βήμα είναι η επιλογή μέσων προβολής. Όπως ήδη έχει αναφερθεί έχετε στη διάθεση σας πλειάδα μέσω, συμβατικών και αντισυμβατικών. Σκοπός δεν είναι η χρήση κάθε διαθέσιμου μέσου προβολής, αλλά η επιλογή των μέσων εκείνων που θα είναι πραγματικά χρήσιμα, η επιλογή του χρονικού σημείου εισαγωγής τους στη λειτουργία της επιχείρησης και η λήψη αποφάσεων αναφορικά με το περιεχόμενο που θα αξιοποιηθεί στη χρήση τους.

Προτείνεται η δημιουργία του Πίνακα που ακολουθεί.

- Στην στήλη «Κατηγορία» να δίνουμε κάποια ενδεικτικά αν θέλει να τα επιλέξει ο χρήστης (π.χ. με απλό κλικάρισμα ή με drop down menu), αλλά να μπορεί και να προσθέσει ο ίδιος ελεύθερα, γιατί δεν γίνεται να προβλέψουμε όλες τις πιθανές ενέργειες προβολής για όλα τα είδη επαγγελματικής δραστηριότητας. Θα ήταν ενδιαφέρον αν λειτουργούσε από πίσω Νίκο βάση δεδομένων που να μαζεύει όλες τις προσθήκες που κάνουν οι χρήστες, ώστε να τις προτείνει στους επόμενους μέσω του drop down menu (με πολλά προβλήματα στη μέση όμως π.χ. ανορθόγραφα γραμμένες ενέργειες κλπ). Η λογική που ακολουθούμε είναι ότι εμφανίζεται στην «Κατηγορία» αυτομάτως το σύστημα θεωρεί ότι ο χρήστης το έχει αποδεχτεί (δεν τον ρωτάμε ξανά για επιβεβαίωση).
- Στην στήλη «Προ – απαιτούμενη Ενέργεια» έχω βάλει κάποιες ενέργειες που θεωρώ ότι πρέπει να έχουν γίνει πριν κάποιος πει ότι είμαι έτοιμος να ξεκινήσω με κάποιο μέσο προβολής. Για παράδειγμα, για να κάνει Logo εταιρείας πρέπει να έχεις καταλήξει κατ' ελάχιστον στον διακριτικό τίτλο και τα χρώματα της εταιρείας σου. Νίκο προτείνω για κάθε μέσο που επιλέγει κάποιος στην «Κατηγορία» να του εμφανίζονται τα προαπαιτούμενα, όχι ως λίστα (όπως τα έχω εγώ) αλλά σαν κλικάρισμα για κάθε ένα από αυτά ξεχωριστά. Άρα να ξέρει ανά ενέργεια τι έχει ήδη σκεφτεί – τι έχει ήδη υλοποιήσει και τι θα πρέπει να έχει υλοποιήσει για να πει ξεκινάω να χρησιμοποιώ το εν λόγω μέσο προβολής. Για να μην κουράζουμε τον χρήστη και επειδή κάποιες ενέργειες προ – παρασκευής επαναλαμβάνονται, αν γίνεται

καλό είναι όταν επιλέγει ότι έχει κάνει μία προπαρασκευαστική ενέργεια για ένα μέσο προβολής, αυτόματα αυτή να κλικάρεται για όλα τα επόμενα (ίσως με δυνατότητα ξε – κλικαρίσματος χειροκίνητα από τον χρήστη – αν το θελήσει για δικούς του λόγους). Επίσης άποψη μου είναι πως πρέπει το σύστημα να τον αφήνει να συνεχίζει παρακάτω αν δεν έχει κάνει όλες τις προ - παρασκευές (δεν είναι κάτι που πρέπει να λήξει σε αυτό το σημείο, απλά να θυμάται που έχει «κενό»). Για να καταλάβει τι πρέπει να κάνει καλό είναι να του εμφανίζεται το ακόλουθο μήνυμα:

- Αφού επιλέξατε όλα τα μέσα προβολής που επιθυμείτε να χρησιμοποιήσετε παρακαλώ ελέγξτε αν έχετε κάνει ή αν έχετε σκεφτεί τις απαιτούμενες προπαρασκευαστικές ενέργειες ανά μέσο προβολής. Κλικάρετε όσα από τα προ - απαιτούμενα έχουν ήδη πραγματοποιηθεί από πλευράς σας ή είστε πολύ κοντά για να ολοκληρωθούν. Σκοπός του πεδίου είναι να έχετε εσείς εικόνα τι σας υπολείπεται από πλευράς ενεργειών.
- Στην στήλη «Υλοποίηση» σκοπός είναι να κατανοήσουν οι χρήστες αν μπορούν από μόνοι τους (με εσωτερικές δυνάμεις και χωρίς κόστος ή με μικρό κόστος) να υλοποιήσουν τις ενέργειες που θέλουν να κάνουν. Αυτό επηρεάζει τόσο το συνολικό κόστος όσο και το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης. Καλό είναι η επιλογή να γίνεται τόσο για το μέσο προβολής (προκύπτει από τη στήλη «Κατηγορία», όσο και για κάθε προ – απαιτούμενη ενέργεια για την οποία δεν έχει γίνει κλικ / δεν έχει δηλωθεί ως ήδη πραγματοποιημένη). Προτεινόμενο μήνυμα:
 - Στο πεδίο «Υλοποίηση» καλείστε να επιλέξετε αν θα πραγματοποιήσετε κάποια από τις ενέργειες προβολής (και τα προ - απαιτούμενα τους) αποκλειστικά με δικούς σας πόρους (ανθρώπινους, χρηματοοικονομικούς και εργατώρες εργασίας) ή αν θα καταφύγετε σε κάποιον εξωτερικό συνεργάτη. Οι επιλογές που έχετε είναι:
 - Εξ' ολοκλήρου με εσωτερικούς πόρους.
 - Με εσωτερικούς πόρους και σε μικρά σημεία με εξωτερικό συνεργάτη.
 - Με εσωτερικούς πόρους και βοήθεια εξωτερικού συνεργάτη μόνο αν κάπου εμφανιστεί πρόβλημα.
 - Αποκλειστικά από εξωτερικό συνεργάτη.
- Στη στήλη «Χρόνος Εφαρμογής» καλούνται να επιλέξουν τον μήνα που κάποια ενέργεια θα είναι έτοιμη για το κοινό. Εδώ δεν μας ενδιαφέρει να γίνεται σύνδεση με τις προ - απαιτούμενες ενέργειες (δηλαδή χρόνος εφαρμογής ανά προ – απαιτούμενη ενέργεια), αλλά μόνο συνολικά με το μέσο προβολής (από τη στήλη «Κατηγορία»). ΠΡΟΣΟΧΗ: μας ενδιαφέρουν οι χρονικές επιλογές που κάνουν σε σχέση με 2 πράγματα: (α) Αν δεν έχουν κλικαρισμένες όλες τις προ – απαιτούμενες ενέργειες ή απαιτείται συνεργασία εξωτερικού συνεργάτη, τότε δεν πρέπει το σύστημα να τους αφήνει να επιλέξουν τον Μ0 (Μήνας 0 = Σήμερα = Κάτι μπορεί να λειτουργήσει αύριο), (β) καλό είναι αν μπορεί να προκύπτει αυτόματα κάποιο χρονοδιάγραμμα ενεργειών (Gantt ή άλλο με βάσει τους χρόνους που οι ίδιοι έθεσαν). Επιλογές και εξηγήσεις στο ακόλουθο μήνυμα:
 - Στο εν λόγω πεδίο καλείστε να προσδιορίσετε το πότε πιστεύετε πως το εν λόγω μέσο προβολής θα είναι έτοιμο ώστε να το αξιοποιήσετε στη λειτουργία της επιχείρησής σας. Οι επιλογές σας είναι από Μ0 (Μήνας 0 = Σήμερα) μέχρι και Μ12 (Μήνας 12 = 1 χρόνο από σήμερα). Για να μπορέσετε να δηλώσετε τον Μ0 για κάποιο μέσο προβολής θα πρέπει να έχετε κάνει όλες τις προ - απαιτούμενες ενέργειες και να μην απαιτείται παρέμβαση εξωτερικού συνεργάτη.
- Η στήλη «Περιεχόμενο» ενεργοποιείται μόνο όταν υπάρχει αντίστοιχο πεδίο στις «Προ – απαιτούμενες ενέργειες». Σκοπός της στήλης είναι να αποσαφηνιστεί πόσο συχνά θα δημιουργείται περιεχόμενο. Εδώ οι επιλογές πρέπει να είναι περισσότερες και να περιλαμβάνουν: κάθε 1Η (1 Ημέρα = Κάθε ημέρα καινούριο περιεχόμενο), κάθε 2Η (2 Ημέρες = Κάθε 2 ημέρες καινούριο περιεχόμενο) ..., κάθε 29Η (29Μ = Κάθε 29 ημέρες καινούριο περιεχόμενο), κάθε 1Μ (1Μ = Κάθε 1 μήνα καινούριο περιεχόμενο) Μέχρι το 12Μ (12Μ = Κάθε 12 μήνες καινούριο περιεχόμενο). ΠΡΟΣΟΧΗ πρέπει στους μήνες να υπάρχει και ενδιάμεσο π.χ. 1Μ και 1Ε (Κάθε 1 μήνα και 1 εβδομάδα καινούριο περιεχόμενο) – όπου προτείνω να μπαίνουν οι εβδομάδες και όχι οι ημέρες. ΠΡΟΣΟΧΗ2 και εδώ θα ήταν καλό να πέφτει στο ίδιο χρονοδιάγραμμα πότε υπολογίζουν να ανανεώσουν περιεχόμενο. Μήνυμα προς τον χρήστη:
 - Σημαντικό κομμάτι της προβολής είναι το Περιεχόμενο, όχι μόνο όσον αφορά την ποιότητα του, αλλά σε πολλές περιπτώσεις και όσον αφορά την ποσότητα του (π.χ. social media). Για τον λόγο

αυτό καλείστε να προσδιορίσετε πόσο συχνά θα ανανεώνετε το περιεχόμενο, ώστε να έχετε μία εκτίμηση του φόρτου εργασίας που απαιτείται.

- Η στήλη «Υπεύθυνος Περιεχομένου» ενεργοποιείται μόνο όταν υπάρχει αντίστοιχο πεδίο στις «Προ – απαιτούμενες ενέργειες» + στη στήλη «Υλοποίηση» έχει επιλεγεί το «Εξ' ολοκλήρου με εσωτερικούς πόρους» ή το «Με εσωτερικούς πόρους και σε μικρά μόνο σημεία με εξωτερικό συνεργάτη». Σκοπός είναι να εντοπιστεί αν έχουν δηλωθεί πολλές φορές οι επιλογές αυτές, ώστε να δοθεί προειδοποιητικό μήνυμα στον χρήστη αναφορικά με το αν η (κατά δήλωση του) ενασχόληση με την ανάπτυξη τόσο πολύ Περιεχομένου, θα του επιτρέψει να ασχολείται αποτελεσματικά και με την καθαυτή επιχειρηματική του δραστηριοποίηση. Αυτό εν δυνάμει μπορεί να συνδεθεί και με το πεδίο «Περιεχόμενο» όπου αν εμφανίζονται πολλές ενασχολήσεις σε ημερήσιο επίπεδο επιβαρύνεται η όλη διαδικασία. Προτεινόμενο μήνυμα στον χρήστη όταν ξεπεράσει κάποιο όριο:
 - Εντοπίστηκαν τουλάχιστον 3 μέσα προβολής που βάσει δήλωσης σας απαιτείται η συχνή ενασχόληση για την ανάπτυξη περιεχομένου και για τα οποία δηλώνετε ότι η κάλυψη τους θα γίνει από εσωτερικούς πόρους της επιχείρησης. Παρακαλώ πολύ λάβετε υπόψη στο σχεδιασμό σας ότι η συνεχής ενασχόληση σας με το καθαυτό αντικείμενο της επιχειρηματικής σας δραστηριότητας είναι ουσιώδης και απαραίτητη για την επίτευξη των στόχων σας συνολικά και όχι μόνο σε επίπεδο μάρκετινγκ. Αξιολογήστε το αν σχεδιάζετε να αφιερώνετε παραπάνω από το απαιτούμενο χρόνο στις ενέργειες μάρκετινγκ.
- Η στήλη «Δείκτες Μέτρησης Αποτελεσματικότητας» φέρνει σε αντιστοιχία με κάθε μέσο προβολής, το σύνολο των KPIs και ζητά από τους χρήστες να επιλέξουν (ελεύθερη επιλογή με κλικάρισμα) ποιοι KPIs αντιστοιχούν σε κάθε μέσο. Μπορεί να αντιστοιχούν πάνω από ένας ή και κανένας. Το χρονικό σημείο που έχουν επιλέξει σε προηγούμενο πεδίο για τα KPIs οι χρήστες θα πρέπει να προστίθενται στο χρονοδιάγραμμα που μπαίνουν και τα υπόλοιπα στοιχεία. Μήνυμα προς τον χρήστη:
 - Αντιστοιχίστε την πλήρη λίστα με μέσα προβολής, όπως έχει διαμορφωθεί με τους δείκτες μέτρησης αποτελεσματικότητας που έχετε ορίσει σε προηγούμενο πεδίο. Δεν είναι απαραίτητο όλα τα μέσα προβολής να συνδέονται με ένα τουλάχιστον δείκτη μέτρησης αποτελεσματικότητας, ενώ σε κάποια μέσα μπορεί να υπάρχουν περισσότεροι του ενός δείκτες,

Κατηγορία	Προ απαιτούμενη Ενέργεια	Υλοποίηση	Χρόνος Εφαρμογής	Περιεχόμενο	Υπεύθυνος Περιεχομένου	Δείκτες Μέτρησης Αποτελεσματικότητας
Επαγγελματική κάρτα	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα	<input checked="" type="checkbox"/> Εξ' ολοκλήρου με εσωτερικούς πόρους. <input checked="" type="checkbox"/> Με εσωτερικούς πόρους και σε μικρά σημεία με εξωτερικό συνεργάτη. <input checked="" type="checkbox"/> Με εσωτερικούς πόρους και βοήθεια εξωτερικού συνεργάτη μόνο αν κάπου εμφανιστεί πρόβλημα. <input checked="" type="checkbox"/> Αποκλειστικά από εξωτερικό συνεργάτη	M0 έως M12			
Εταιρικό logo	Χρώματα Εταιρείας, Διακριτικός τίτλος					
Επιγραφή Εταιρείας ή Φωτεινή Επιγραφή	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα					
Διαφημιστικά Φυλλάδια	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο προβολής					
Αφίσες	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					

Πάσης φύσης υλικό προβολής με το logo της εταιρείας (π.χ. στυλό, σημειωματάριο, μαγνητάκια κ.α.)	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα					
Εταιρική ιστοσελίδα	Κατοχύρωση διαδικτυακής διεύθυνσης, Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), Περιεχόμενο					
e – shop	Ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
Facebook	Κατοχύρωση διεύθυνσης στο social media, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Περιεχόμενο					
Twitter	Κατοχύρωση διεύθυνσης στο social media, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Περιεχόμενο					
LinkedIn	Κατοχύρωση διεύθυνσης στο social media, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Περιεχόμενο					
YouTube	Κατοχύρωση διεύθυνσης στο social media, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Περιεχόμενο					
Pinterest	Κατοχύρωση διεύθυνσης στο social media, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Περιεχόμενο					
Instagram	Κατοχύρωση διεύθυνσης στο social media, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Περιεχόμενο					

Καταχωρήσεις σε έντυπο τύπο	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
Καταχωρήσεις σε ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης (sites – blogs)	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
Διαφημιστικά Banners για διαδικτυακή προβολή	ιστοσελίδα ή e - shop					
Διαφημιστικό για τηλεόραση	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
Διαφημιστικό για ραδιόφωνο	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
Διαφημιστικό για social media	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
SEO	ιστοσελίδα ή e - shop					

Διοργάνωση ημερίδων – εκδηλώσεων	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
Ημέρες Προσφορών / γνωριμίας με το κοινό	Επωνυμία εταιρείας, Διακριτικός τίτλος, Χρώματα εταιρείας, Logo, Στοιχεία επικοινωνίας (διεύθυνση έδρας, τηλέφωνα, επαγγελματικό email), ιστοσελίδα, Περιεχόμενο					
ελεύθερα πεδία για συμπλήρωση από τους χρήστες – ελεύθερος αριθμός πεδίων ...	προσδιορίστε...					

E4.Π5.Υ2

Ένα βασικό στοιχείο της στρατηγικής σας πρέπει να είναι προτεραιοποίηση των στόχων που έχετε θέσει σε επίπεδο μάρκετινγκ. Αυτό γιατί σας βοηθάει να έχετε μία εικόνα για το μέσο προβολής (ή τα μέσα προβολής) που πιστεύετε ότι μπορείτε να έχετε μεγαλύτερη απήχηση, άρα και μέσω αυτών να προσελκύσετε περισσότερο κόσμο. Μέσα από την οριοθέτηση της σημαντικότητας και αφού λάβετε υπόψη: (α) το επιχειρηματικό σας προαίσθημα, (β) το αντικείμενο της επιχείρησής σας και (γ) τους στόχους που έχετε θέσει, καλείστε να βαθμολογήσετε τα μέσα προβολής που έχετε επιλέξει.

Για το σύνολο των μέσων προβολής που έχουν επιλέγει ανωτέρω (μόνο τα ονόματα τους) καλείται ο χρήστης να αξιολογήσει τη σημαντικότητα τους για την επιχείρηση του σε κλίμακα 5 επιπέδων:

1. Μπορεί να παραλειφθεί
2. Ελάχιστα σημαντικό
3. Σημαντικό
4. Πολύ σημαντικό
5. Αναγκαίο

Ιδανικά θα μπορούσε πάνω στο χρονοδιάγραμμα να προστεθεί και η βαρύτητα του κάθε μέσου (όχι λεκτικά), αλλά με μία ποσοτική λογική (1 έως 5).

E4.Π5.Υ3

Από την οικογένεια Π3 φέρνουμε τον τελικό Πίνακα ο οποίος εμφανίζει από τη μία πλευρά το εν δυνάμει πελατειακό κενό και από την άλλη τα KPIs που έχουν συνδεθεί με το εν λόγω κοινό. Επίσης από E4.Π5.Υ1 ρουφάμε μέσω των KPIs ποια μέσα προβολής συνδέονται με μέσα προβολής και έτσι μας προκύπτει αυτοματοποιημένα το ακόλουθο:

Χαρακτηριστικά εν δυνάμει πελατών	KPIs	Μέσα προβολής
-----------------------------------	------	---------------

Αυτό που θέλουμε να τονίσουμε στον χρήστη είναι οι περιπτώσεις εκείνες των μέσων προβολής που έχουν αξιολογηθεί ως «Πολύ σημαντικά» ή «Αναγκαία» στο E4.Π5.Υ2 αλλά δεν εμφανίζονται πουθενά στον ανωτέρω Πίνακα. Ενδεικτικό μήνυμα:

- Αν και το (το μέσο προβολής) έχει αξιολογηθεί από εσάς ως «Πολύ σημαντικό» (ή «Αναγκαίο» αντίστοιχα), δεν έχει ενταχθεί όπως θα έπρεπε στον σχεδιασμό. Αν επιθυμείτε μπορείτε να το διορθώσετε επιστρέφοντας [εδώ](#) (επιστροφή αυτόματα στα αντίστοιχα πεδία).

Οικογένεια Π6

Το πεδίο έχει απλά ρόλο διακομιστικό. Λαμβάνει ως δεδομένα από E4.Π5.Υ1 ποια είναι τα μέσα προβολής και ο χρόνος που θα έχει ολοκληρωθεί η υλοποίηση τους και ζητά από τον χρήστη να τοποθετήσει το budget που θα ήταν διατεθειμένος να δώσει για αυτά.

Στο πεδίο αυτό θα μπορούσατε να του κάνετε και εσείς προσφορές για «πακέτα» στο χώρο του μάρκετινγκ ... ίσως λαμβάνοντας υπόψη και τα ποσά που αυτός θα ήταν διατεθειμένος να πληρώσει.

Την αντιστοιχία μέσου προβολής – budget την χρειαζόμαστε και για τη Συμβουλευτική.

Το αν θα ρουφάει από εδώ δεδομένα για τον προϋπολογισμό Νίκο ή το αντίστροφο το αφήνω σε εσένα γιατί είναι περισσότερο τεχνικό το θέμα. Θέλω όμως σίγουρα στο τέλος του παρόντος Εργαλείου να προκύπτει:

- ποιο είναι το συνολικό budget για προβολή,
- ποιο είναι το ποσοστό για δαπάνες σε social media ως ποσοστό του budget για μάρκετινγκ,
- ποιο είναι το συνολικό budget ως ποσοστό του συνολικού προϋπολογισμού.

Βαθμολόγηση

Ε2.Π2.Υ2

Στον χρήστη εμφανίζονται οι επιλογές που έκανε στο Πεδίο Ε1.Π5.Υ2.

Αν ο χρήστης επέλεξε στο Πεδίο Ε1.Π5 είτε την Πρωτογενή, είτε την Δευτερογενή Παραγωγή:

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο	Βαθμολόγηση
1	Για τον Κύριο και τον / τους Δευτερεύοντες ΚΑΔ Δραστηριότητας που επιλέξατε, γνωρίζεται αν απαιτείται η λήψη Αδειοδότησης Λειτουργίας από κάποια αρμόδια διοικητική αρχή; (Κωδικός Πεδίου #Ερ.04#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 2. Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.	#Ερ.04# = ΝΑΙ = 5 Βαθμοί #Ερ.04# = ΟΧΙ = 2 Βαθμοί
2	Έχετε κάνει ενέργειες για τη λήψη της απαραίτητης Αδειοδότησης Λειτουργίας (π.χ. κατάθεση Φακέλου ή έναρξη συγκέντρωσης δικαιολογητικών); (Κωδικός Πεδίου #Ερ.05#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ανεξαρτήτως απάντησης τερματίζεται η διαδικασία ερωτήσεων	#Ερ.05# = ΝΑΙ = 5 Βαθμοί #Ερ.05# = ΟΧΙ = 0 Βαθμοί

Αν ο χρήστης επέλεξε στο Πεδίο Ε1.Π5 την Τριτογενή Παραγωγή:

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο	Βαθμολόγηση
1	Για τον Κύριο και τον / τους Δευτερεύοντες ΚΑΔ Δραστηριότητας που επιλέξατε, γνωρίζεται αν απαιτείται η εγγραφή σε κάποιο Επιμελητήριο; (Κωδικός Πεδίου #Ερ.06#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 2. Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.	#Ερ.06# = ΝΑΙ = 5 Βαθμοί

				#Ερ.06# = ΟΧΙ = 2 Βαθμοί
2	Έχετε κάνει ενέργειες για την εγγραφή σας στο Αρμόδιο Επιμελητήριο (π.χ. κατάθεση Φακέλου ή έναρξη συγκέντρωσης δικαιολογητικών); (Κωδικός Πεδίου #Ερ.07#)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Ανεξαρτήτως απάντησης τερματίζεται η διαδικασία ερωτήσεων	#Ερ.07# = ΝΑΙ = 5 Βαθμοί #Ερ.07# = ΟΧΙ = 0 Βαθμοί

E2.Π3.Υ1

A.A	Χρόνια Επαγγελματικής Εμπειρίας Συναφούς με το Αντικείμενο της Δραστηριότητας που θα Ασκήσετε	Χρόνια Επαγγελματικής Εμπειρίας Μη- Συναφούς με το Αντικείμενο της Δραστηριότητας που θα ασκήσετε
	#ΣΕΕ.01#	#ΜΣΕΕ.02#
#Ετ.01#	Πρώτη Φορά θα Εργαστεί Μέχρι 1 2 3 Μέχρι 10 Άνω των 10	Πρώτη Φορά θα Εργαστεί Μέχρι 1 2 3 Μέχρι 10 Άνω των 10
#Ετ.02#		
....		
....		
....		
#Ετ.30#		
Σύνολο	= Άθροισμα ετών / αριθμού εταίρων	= Άθροισμα ετών / αριθμού εταίρων
	0 έτη = 0 1 έτη = 2 2 έτη = 4 3 έτη = 6 4 έτη = 8 5 έτη = 12 6 έτη = 16 7 έτη = 20 8 έτη = 24 9 έτη = 28 10 έτη = 35	0 έτη = 0 1 έτη = 1 2 έτη = 2 3 έτη = 3 4 έτη = 5 5 έτη = 7 6 έτη = 9 7 έτη = 12 8 έτη = 15 9 έτη = 20 10 έτη = 25

E2.Π3.Υ2

A.A	Επίπεδο Σπουδών	Βαθμολόγηση
	#ΜΟΕ.01#	

#Ετ.01#	Υποχρεωτική Εκπαίδευση = 1 Απόφοιτος Λυκείου = 3 Απόφοιτος Πανεπιστημίου = 5 Μεταπτυχιακές Σπουδές = 7 Διδακτορικές Σπουδές = 10	= Άθροισμα Πόντων / Αριθμό Εταίρων
#Ετ.02#		
....		
....		
....		
#Ετ.30#		

E2.Π3.Υ3

Α.Α	Επιλέξτε ποιο / ποια από τα παρακάτω είναι απαραίτητα για να ασκήσετε το επάγγελμά σας	Ποιο από αυτά διαθέτει κάθε εταίρος	Καταγράψτε το επίπεδο για κάθε μία από τις δεξιότητες που καταγράψατε
	#ΔΕΞ.01#	#ΔΕΞ.02#	#ΔΕΞ.03#
#Ετ.01#	Συνολικός Αριθμός Δεξιοτήτων (π.χ. 7)	Από τον Συνολικό Αριθμό πόσα καλύπτουν όλοι μαζί οι εταίροι (π.χ. 5)	<p>Κάθε ένα που καλύπτεται από τουλάχιστον 1 εταίρο με επίπεδο Άριστα = 10 Βαθμοί</p> <p>Κάθε ένα που καλύπτεται από τουλάχιστον 1 εταίρο με επίπεδο Πολύ Καλά = 7 Βαθμοί</p> <p>Κάθε ένα που καλύπτεται από τουλάχιστον 1 εταίρο με επίπεδο Καλά = 5 Βαθμοί</p> <p>Κάθε ένα που ΔΕΝ καλύπτεται από τουλάχιστον 1 εταίρο = -3 Βαθμοί</p>
#Ετ.02#			
....			
....			
....			
#Ετ.30#			

Ε3.Π4

A.A	Ερώτηση	Επιλογές	Σχόλιο	Βαθμολόγηση
1	<p>Η Επαγγελματική έδρα που δηλώνετε είναι ιδιόκτητη;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.01#)</p>	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, η διαδικασία ερωτήσεων τερματίζεται.</p> <p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ:</p> <p>Για τη Σύσταση της Εταιρείας σας απαιτείται είτε ιδιόκτητη έδρα ή προ - σύμφωνο ενοικίασης επαγγελματικού χώρου.</p> <p>Ο χρήστης Προχωράει στην Ερώτηση 2.</p>	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ = 10 Βαθμοί</p> <p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ = 0</p>
2	<p>Για τη δηλωθείσα Εταιρική Έδρα, διαθέτετε (ή μπορείτε να εξασφαλίσετε) προ - Συμβόλαιο με τον Ιδιοκτήτη που να σας επιτρέπει τη επαγγελματική στέγαση σας εκεί;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.02#)</p>	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ, προχωράμε στην Ερώτηση 3.</p> <p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ:</p> <p>Είναι υποχρεωτική η εξασφάλιση συναίνεσης του Ιδιοκτήτη για την έναρξη της επαγγελματικής δραστηριότητας</p> <p>Ο χρήστης Προχωράει στην Ερώτηση 3.</p>	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ = 10 Βαθμοί</p> <p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ = 0</p>
3	<p>Για την δηλωθείσα Εταιρική Έδρα έχετε γνώση των Αδειοδοτήσεων ή των απαλλαγών από Αδειοδότηση που πρέπει να διαθέτετε;</p> <p>(Κωδικός Πεδίου #Ερ.03#)</p>	ΝΑΙ / ΟΧΙ	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ τερματίζονται οι Ερωτήσεις.</p> <p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ:</p> <p>Πριν τη Σύσταση της Εταιρείας θα πρέπει να έχετε εξασφαλίσει όλες τις απαιτούμενες άδειες για την ολοκλήρωση της διαδικασίας.</p>	<p>Αν η απάντηση είναι ΝΑΙ = 10 Βαθμοί</p> <p>Αν η απάντηση είναι ΟΧΙ = 0</p>

Ε2.Π4.Υ1

	Κανάλι Διανομής	Επιλογή	Πιθανότητα να Συμβεί	Βαθμολόγηση
--	-----------------	---------	----------------------	-------------

#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε όλη την Περιφέρεια)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	<p>Μικρή Πιθανότητα = 3 Βαθμοί</p> <p>Υπαρκτή Πιθανότητα = 6 Βαθμοί</p> <p>Μεγάλη Πιθανότητα = 10 Βαθμοί</p>
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε επίπεδο περιφέρειας)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
....	
....	
#ΚΔ.ΧΧ#		ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	

Ε2.Π4.Υ2

	Κανάλι Διανομής	Επιλογή	Πιθανότητα να Συμβεί	Βαθμολόγηση
--	-----------------	---------	----------------------	-------------

#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε όλη την χώρα)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	<p>Μικρή Πιθανότητα = 3 Βαθμοί</p> <p>Υπαρκτή Πιθανότητα = 6 Βαθμοί</p> <p>Μεγάλη Πιθανότητα = 10 Βαθμοί</p>
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε πανελλαδικό επίπεδο)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
....	
....	
#ΚΔ.ΧΧ#		ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	

Ε2.Π4.Υ3

Υπηρεσίες σας σε Διεθνείς Αγορές (π.χ. εξαγωγή σε τουλάχιστον μία χώρα του εξωτερικού).

	Κανάλι Διανομής	Επιλογή	Πιθανότητα να Συμβεί	Βαθμολόγηση
--	-----------------	---------	----------------------	-------------

#ΚΔ.01#	Άμεση Πώληση / Παροχή Υπηρεσίας (π.χ. μέσα από τη διαφήμιση ή από στόμα σε στόμα μπορεί να αποκτηθεί πελατεία σε ξένες αγορές)	ΝΑΙ / ΟΧΙ	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	<p>Μικρή Πιθανότητα = 3 Βαθμοί</p> <p>Υπαρκτή Πιθανότητα = 6 Βαθμοί</p> <p>Μεγάλη Πιθανότητα = 10 Βαθμοί</p>
#ΚΔ.02#	Πωλήσεις μέσω Λιανοπωλητών (π.χ. έχουν βρεθεί σημεία λιανικής πώλησης προϊόντων ή έχει υπάρξει συμφωνία προβολής από συγκεκριμένα σημεία ενδιαφέροντος)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
#ΚΔ.03#	Πωλήσεις σε Χονδρεμπόρους (π.χ. έχει υπάρξει συμφωνία με χονδρεμπόρους σε επίπεδο ξένων αγορών)	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
#ΚΔ.04#	Πωλήσεις μέσω Διαδικτύου	ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	
....	
....	
#ΚΔ.ΧΧ#		ΝΑΙ / ΟΧΙ / Δεν έχει εφαρμογή στην περίπτωση μου	Επιλογή (μόνο αν η απάντηση είναι ΝΑΙ) μεταξύ: <ul style="list-style-type: none"> • Μικρή • Υπαρκτή • Μεγάλη 	

Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν μπορεί να περιλαμβάνει μια σειρά από λειτουργίες και υπηρεσίες. Κυμαίνονται από την ανάπτυξη intranets και extranets έως την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών μέσω του Διαδικτύου από τους παρόχους υπηρεσιών εφαρμογών.

Σήμερα, καθώς οι εταιρείες επανεξετάζουν συνεχώς τις επιχειρήσεις τους όσον αφορά το Διαδίκτυο -- συγκεκριμένα τη διαθεσιμότητα, την εμβέλεια και τις διαρκώς μεταβαλλόμενες δυνατότητες του Διαδικτύου -- διεξάγουν ηλεκτρονικό επιχειρείν για να αγοράσουν ανταλλακτικά και προμήθειες από άλλες εταιρείες, να συνεργαστούν σε προωθητικές ενέργειες πωλήσεων και διεξάγουν κοινή έρευνα.

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν τις τελευταίες δεκαετίες έχει δημιουργήσει νέες επιχειρηματικές απαιτήσεις. Στο μέτωπο των πελατών, οι καταναλωτές αναμένουν από τους οργανισμούς να προσφέρουν επιλογές αυτοεξυπηρέτησης για τη διενέργεια συναλλαγών. Περιμένουν εξατομικευμένες εμπειρίες, και θέλουν γρήγορες, ασφαλείς αλληλεπιδράσεις. Στο ρυθμιστικό μέτωπο, έχουν θεσπιστεί νέοι νόμοι και βέλτιστες πρακτικές για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών δεδομένων. Καθώς το ηλεκτρονικό εμπόριο επιταχύνθηκε, οι εταιρείες έχουν υιοθετήσει αυστηρά πρωτόκολλα και εργαλεία ασφαλείας, συμπεριλαμβανομένης της κρυπτογράφησης και των ψηφιακών πιστοποιητικών, για την προστασία από χάκερ, απάτη και κλοπή.

Με την ασφάλεια ενσωματωμένη στα προγράμματα περιήγησης και με τα ψηφιακά πιστοποιητικά που είναι πλέον διαθέσιμα για άτομα και εταιρείες από διάφορους προμηθευτές που παρέχουν εργαλεία και τεχνολογίες κυβερνοασφάλειας, η ασφάλεια στον κυβερνοχώρο έχει ριζώσει στο ηλεκτρονικό επιχειρείν. Ωστόσο, η ασφάλεια των επιχειρηματικών συναλλαγών στο διαδίκτυο παραμένει ένα πιεστικό ζήτημα τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τις επιχειρήσεις, παρόλο που αυτή η ανησυχία δεν έχει επιβραδύνει την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Μοντέλο ηλεκτρονικού επιχειρείν

Η IBM ήταν μια από τις πρώτες εταιρείες που χρησιμοποίησε τον όρο e-business όταν, τον Οκτώβριο του 1997, ξεκίνησε μια θεματική εκστρατεία για να αντιμετωπίσει τη σύγχυση που είχαν πολλοί καταναλωτές σχετικά με τις επιχειρήσεις που βασίζονται στο Διαδίκτυο. Η εταιρεία ξόδεψε περίπου 500 εκατομμύρια δολάρια σε μια διαφημιστική καμπάνια και μάρκετινγκ για να καταδείξει την αξία του μοντέλου ηλεκτρονικού επιχειρείν και να δείξει ότι η IBM είχε το «ταλέντο, τις υπηρεσίες και τα προϊόντα για να βοηθήσει τους πελάτες να αποσπάσουν τα οφέλη αυτού του νέου τρόπου επιχειρηματικής δραστηριότητας.», σύμφωνα με την ιστοσελίδα της εταιρείας. Μέχρι το 2000, τα έσοδα της IBM από το ηλεκτρονικό επιχειρείν είχαν αυξηθεί σε περισσότερα από 88 δισεκατομμύρια δολάρια από 64 δισεκατομμύρια δολάρια το 1994, και τα καθαρά έσοδα είχαν σχεδόν τριπλασιαστεί.

Υπάρχουν διάφοροι τύποι μοντέλων ηλεκτρονικού επιχειρείν. Στο μοντέλο επιχείρησης προς καταναλωτή (B2C), οι πωλητές προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες απευθείας στους καταναλωτές στο Διαδίκτυο και ο αγοραστής τα αγοράζει μέσω Διαδικτύου.

Σύμφωνα με το μοντέλο Business-to-business (B2B), οι εταιρείες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να πραγματοποιούν συναλλαγές μεταξύ τους. Σε αντίθεση με τις συναλλαγές B2C, οι συναλλαγές B2B

συνήθως περιλαμβάνουν πολλαπλές ηλεκτρονικές συναλλαγές σε κάθε βήμα της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Το μοντέλο καταναλωτή σε επιχείρηση (C2B) ορίζει έναν τύπο ηλεκτρονικού επιχειρείν όπου οι καταναλωτές δημιουργούν τη δική τους αξία και ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες. Οι αντίστροφες ηλεκτρονικές δημοπρασίες είναι παραδείγματα μοντέλων ηλεκτρονικού επιχειρείν C2B, όπως και οι ιστότοποι αεροπορικών εισιτηρίων, όπως η Priceline.

Σύμφωνα με το μοντέλο ηλεκτρονικού επιχειρείν από καταναλωτή σε καταναλωτή (C2C), οι καταναλωτές είναι και αγοραστές και πωλητές μέσω διαδικτυακών αγορών που διευκολύνονται από τρίτους, όπως το eBay. Αυτά τα μοντέλα ηλεκτρονικού επιχειρείν C2C παράγουν έσοδα μέσω προσωπικών τελών διαφημίσεων, χρέωσης συνδρομών και συνδρομών και είσπραξης τελών συναλλαγών.

Παραδείγματα

Παραδείγματα ηλεκτρονικών επιχειρήσεων περιλαμβάνουν τόσο παλαιότερες εταιρείες που μεταμορφώθηκαν επιτυχώς για την ψηφιακή εποχή, όσο και νεότερες, γεννημένες ψηφιακές οντότητες. Οι τελευταίοι είναι οργανισμοί που η συμβουλευτική εταιρεία Gartner έχει ορίσει ότι ξεκινούν μετά το 1995 και ότι έχουν "λειτουργικά μοντέλα και δυνατότητες [που βασίζονται στην εκμετάλλευση των πληροφοριών της εποχής του Διαδικτύου και των ψηφιακών τεχνολογιών ως βασική ικανότητα".

Το πιο αξιοσημείωτο παράδειγμα ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι η Amazon, η οποία, ως η μεγαλύτερη αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου στον κόσμο και η μεγαλύτερη εταιρεία διαδικτύου με βάση τα έσοδα, έχει χρησιμοποιήσει το μοντέλο του ηλεκτρονικού επιχειρείν για να διαταράξει πολυάριθμους καθιερωμένους κλάδους, από τις εκδόσεις έως τα σούπερ μάρκετ.

Η Uber και η Lyft, και οι δύο δημιούργησαν επιχειρήσεις που ταιριάζουν με τους οδηγούς με άτομα που χρειάζονται βόλτες, είναι άλλα παραδείγματα. Το Uber Eats, η πλατφόρμα παραγγελιών και παράδοσης φαγητού της Uber που ξεκίνησε το 2014, είναι ένα παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο μια ηλεκτρονική επιχείρηση μπορεί να επεκταθεί στην ψηφιακή εποχή.

Ταξιδιωτικοί ιστότοποι όπως το Expedia, το Travelocity και το TripAdvisor που επιτρέπουν στους καταναλωτές να ερευνούν, να προγραμματίζουν και να κάνουν κράτηση για όλα ή τμήματα των ταξιδιών τους με βάση εξατομικευμένα κριτήρια, όπως τιμή, αξιολογήσεις καταναλωτών, τοποθεσίες και άλλα, είναι άλλα παραδείγματα μοντέλων ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Εν τω μεταξύ, η Schindler Group, μια εταιρεία ανελκυστήρων με έδρα την Ελβετία που ξεκίνησε το 1874, είναι ένα παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο μια παλαιού τύπου εταιρεία ενσωματώνει το ηλεκτρονικό επιχειρείν στον οργανισμό της, καθώς χρησιμοποιεί το IoT και άλλες ψηφιακές υπηρεσίες για να μεταμορφώσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει πέρα από ανελκυστήρες και κυλιόμενες σκάλες σε υπηρεσίες διαδικτύου και κινητικότητας.

Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν έχει αλλάξει δραστικά τον τρόπο λειτουργίας των εταιρειών -- καθώς και μη κερδοσκοπικών οργανισμών, κυβερνητικών υπηρεσιών και άλλων παρόμοιων ιδρυμάτων --, επιτρέποντάς τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα, να μειώσουν το κόστος και να κινηθούν πιο γρήγορα.

Για παράδειγμα, η ηλεκτρονική τιμολόγηση, η αυτοματοποιημένη τιμολόγηση και τα συστήματα ψηφιακών πληρωμών μειώνουν τον χρόνο που πρέπει να αφιερώσουν οι εργαζόμενοι σε αυτές τις εργασίες, τις οποίες πολλές επιχειρήσεις χειρίστηκαν χειροκίνητα μόλις πριν από μερικές δεκαετίες. Ως αποτέλεσμα της εξοικονόμησης χρόνου, οι επιχειρήσεις μπορούν είτε να μειώσουν τον αριθμό των εργαζομένων τους είτε να μετατοπίσουν τον χρόνο των εργαζομένων σε εργασίες υψηλότερης αξίας. Επιπλέον, τέτοια ψηφιακά συστήματα μειώνουν το χρόνο μεταξύ της τιμολόγησης και της πληρωμής, βελτιώνοντας έτσι τις ταμειακές ροές για την επιχείρηση.

Τα συστήματα ηλεκτρονικής επικοινωνίας, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, η τηλεδιάσκεψη και οι διαδικτυακές πλατφόρμες συνεργασίας που ενσωματώνουν τη δυναμική των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αυξάνουν επίσης την παραγωγικότητα μειώνοντας τις καθυστερήσεις μεταξύ ερωτήσεων και απαντήσεων. Αυτό ισχύει είτε η επικοινωνία είναι μεταξύ εργαζομένων, εργαζομένων και εξωτερικών επιχειρηματικών συνεργατών, είτε εργαζομένων και πελατών.

Η αυξημένη ταχύτητα οδηγεί επίσης σε ταχύτερη λήψη αποφάσεων, καθιστώντας τις εταιρείες πιο ευέλικτες και ανταποκρινόμενες στις ανάγκες των ενδιαφερομένων και στις απαιτήσεις της αγοράς συνολικά. Τα συστήματα ηλεκτρονικών επικοινωνιών εξοικονομούν επίσης χρήματα εξαλείφοντας, σε ορισμένες περιπτώσεις, τα ταξίδια των εργαζομένων για σκοπούς συνεργασίας, ενώ υποστηρίζουν επίσης πιο ανοιχτές, συνεργατικές κουλτούρες διευκολύνοντας τους υπαλλήλους σε οποιαδήποτε θέση, σε οποιοδήποτε τμήμα και οπουδήποτε έχουν φυσική βάση να συνεισφέρουν ιδέες.

Τα ψηφιακά συστήματα που τροφοδοτούν το ηλεκτρονικό επιχειρείν μπορούν επίσης να επεκτείνουν την εμβέλεια ενός οργανισμού πέρα από τους τοίχους του. Οι επιχειρηματικές εφαρμογές που βασίζονται στο cloud επιτρέπουν στους εργαζόμενους να εκτελούν τις εργασίες τους από το σπίτι και άλλες απομακρυσμένες τοποθεσίες, όπως τοποθεσίες πελατών. Ομοίως, οι εφαρμογές που βασίζονται στο cloud και η 24/7 φύση του Διαδικτύου επιτρέπει στις επιχειρηματικές συναλλαγές να συνεχίζονται όλο το εικοσιτετράωρο και σε όλο τον κόσμο, δίνοντας ακόμη και σε μεμονωμένους επαγγελματίες και μικρές επιχειρήσεις τη δυνατότητα να είναι παγκόσμιες επιχειρήσεις.

Τα ψηφιακά συστήματα, και ιδιαίτερα οι αναδυόμενες τεχνολογίες όπως η μηχανική μάθηση και η τεχνητή νοημοσύνη, έχουν επίσης βελτιώσει την ευκολία, την ταχύτητα και την αποτελεσματικότητα πολλών εργασιών ηλεκτρονικού επιχειρείν, όπως η αρχειοθέτηση πληροφοριών, η αναζήτηση αποθηκευμένων δεδομένων για πληροφορίες, η καταγραφή οικονομικών συναλλαγών και η σύνδεση με πελάτες με εξατομικευμένα μηνύματα.

Το πιο σημαντικό, ωστόσο, η άνοδος του προηγμένου λογισμικού και υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου έχουν προσφέρει νέες δυνατότητες στους οργανισμούς, όπως το email marketing, και έχουν δημιουργήσει νέους δρόμους για την πώληση των αγαθών και των υπηρεσιών τους, όπως τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Το λογισμικό ηλεκτρονικού εμπορίου επέτρεψε τη δημιουργία εντελώς νέων επιχειρηματικών μοντέλων, όπως η ικανότητα του eBay για πωλήσεις από καταναλωτές σε καταναλωτές και επιχειρήσεις σε καταναλωτές και ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook. Η πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου Shorify προσφέρει στους ανθρώπους τη δυνατότητα να

δημιουργούν ηλεκτρονικά καταστήματα παρέχοντας την υποδομή και το λογισμικό ηλεκτρονικού εμπορίου για να πουλήσουν τα δικά τους προϊόντα.

Τύποι ηλεκτρονικού επιχειρείν

Οι περισσότεροι οργανισμοί σήμερα διαθέτουν τουλάχιστον ορισμένες δυνατότητες ηλεκτρονικού επιχειρείν για να υποστηρίξουν τις βασικές τους ικανότητες ή βοηθητικές λειτουργίες.

Ωστόσο, το μέγεθος του ηλεκτρονικού επιχειρείν που συμβαίνει σε μια επιχείρηση ποικίλλει. Ορισμένοι οργανισμοί έχουν περιορισμένες δυνατότητες ηλεκτρονικού επιχειρείν: Μια μικρή επιχείρηση που επεξεργάζεται πληρωμές χρησιμοποιώντας μια υπηρεσία πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου όπως η Square, αλλά δεν χρησιμοποιεί άλλες ψηφιακές υπηρεσίες, θα ήταν μια τέτοια επιχείρηση. Στο άλλο άκρο του φάσματος βρίσκονται εκείνες οι εταιρείες των οποίων το επιχειρηματικό μοντέλο ενισχύεται πλήρως από ηλεκτρονικές και ψηφιακές υπηρεσίες. Το Rocket Mortgage, ένα διαδικτυακό και φιλικό προς κινητά προϊόν δανείου από την Quicken Loans, θα ήταν ένα παράδειγμα αυτού του τύπου ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Παρόλο που οι οργανισμοί χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο ψηφιακές υπηρεσίες για να υποστηρίξουν μια σειρά από λειτουργίες και δυνατότητες, ακόμη και εκείνοι οι οργανισμοί που θα μπορούσαν να ταξινομηθούν ως οντότητες ηλεκτρονικού εμπορίου ή πλήρως εξοπλισμένες ηλεκτρονικές επιχειρήσεις τείνουν να κατηγοριοποιούνται με παραδοσιακούς όρους.

Οι επιχειρήσεις και οι ψηφιακές αρχές εξακολουθούν να ταξινομούνται συχνά το ηλεκτρονικό επιχειρείν σε B2B, B2C, C2C και C2B. Ορισμένα προσφέρουν πρόσθετες κατηγορίες ηλεκτρονικού επιχειρείν, όπως από επιχείρηση σε κυβέρνηση και από επιχείρηση σε εργαζόμενο.

Προκλήσεις του ηλεκτρονικού επιχειρείν

Το επίπεδο και οι τύποι προκλήσεων με τις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις ποικίλλουν από τον έναν οργανισμό στον άλλο, ανάλογα με μια σειρά παραγόντων -- από το αν χρησιμοποιούν ψηφιακές υπηρεσίες για να επιτρέψουν το ηλεκτρονικό επιχειρείν μόνο σε μέρη των λειτουργιών τους, έως το εάν οι ψηφιακές υπηρεσίες τροφοδοτούν τον πυρήνα τους πρόταση αξίας, είτε έχουν υποδομή τεχνολογίας παλαιού τύπου είτε γεννήθηκαν ψηφιακά.

Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες κοινές προκλήσεις. Αυτές οι προκλήσεις περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- εξασφάλιση υπηρεσιών ηλεκτρονικού επιχειρείν από κυβερνοεπιθέσεις.
- κλιμάκωση των υπηρεσιών αρκετά γρήγορα για να καλύψει τη ζήτηση χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την απόδοση.
- να εξελίσσουν τις τεχνολογίες τους αρκετά γρήγορα ώστε να συμβαδίζουν με τη μεταβαλλόμενη δυναμική της αγοράς.
- εύρεση και κατάρτιση εργαζομένων που μπορούν να συμβαδίζουν με δεξιότητες που πρέπει συνεχώς να εξελίσσονται. και
- συμβαδίζοντας με τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού επιχειρείν που, λόγω της ηλεκτρονικής τους φύσης, είναι πάντα ενεργές.

Επιπρόσθετα, πολλές εταιρείες αγωνίζονται να προχωρήσουν από άγνωστες περιπτώσεις ηλεκτρονικού επιχειρείν εντός του οργανισμού τους στην ενσωμάτωση υπηρεσιών ηλεκτρονικού επιχειρείν και στη χρήση τους για να μεταμορφωθούν σε ψηφιακές λειτουργίες, όπου τα διάφορα στοιχεία του ηλεκτρονικού επιχειρείν συγκλίνουν και συνεργάζονται άψογα.

Ασφάλεια και κίνδυνοι

Οι τακτικές ηλεκτρονικού επιχειρείν προσφέρουν πλεονεκτήματα, όπως η προσέγγιση μιας ευρύτερης πελατειακής βάσης και ταχύτερες συναλλαγές, αλλά συνοδεύονται επίσης από σχετικούς κινδύνους. Για παράδειγμα, το ηλεκτρονικό επιχειρείν δημιουργεί τεράστιους κινδύνους για την ασφάλεια των δεδομένων, επειδή οι πελάτες συχνά καλούνται να παρέχουν ευαίσθητες πληροφορίες, όπως στοιχεία επικοινωνίας και αριθμούς πιστωτικών καρτών, κατά τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Αυτές οι πληροφορίες είναι δελεαστικές για τους χάκερ και είναι ιδιαίτερα ευάλωτες σε παραβιάσεις δεδομένων, επομένως οι ιδιοκτήτες ιστότοπων ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι υπεύθυνοι για την ενσωμάτωση μεθόδων, όπως η κρυπτογράφηση δεδομένων, για τη διασφάλιση ασφαλών συναλλαγών. Η αποτυχία διασφάλισης της ακεραιότητας των δεδομένων και η ενσωμάτωση κατάλληλων μέτρων ασφάλειας δεδομένων δημιουργεί τον κίνδυνο επιβολής προστίμων και απώλειας της πίστης των πελατών.

Επειδή το επιτυχημένο ηλεκτρονικό επιχειρείν βασίζεται σε γρήγορες, ασφαλείς ηλεκτρονικές συναλλαγές, ακόμη και κάτι τόσο απλό όπως μια κακή υπηρεσία φιλοξενίας Ιστού δημιουργεί οικονομικό κίνδυνο για αυτές τις εταιρείες. Οι κατεστραμμένοι διακομιστές και το ανεπαρκές εύρος ζώνης οδηγούν σε επίμονο χρόνο διακοπής λειτουργίας ιστότοπου και δυσαρέσκεια των πελατών, επομένως οι εταιρείες πρέπει να επενδύσουν σε γνωστούς, αξιόπιστους παρόχους φιλοξενίας που μπορούν, με τη σειρά τους, να αυξήσουν το κόστος που σχετίζεται με τη λειτουργία μιας επιτυχημένης ηλεκτρονικής επιχείρησης.

Υπάρχουν επίσης κίνδυνοι μάρκετινγκ όσον αφορά το ηλεκτρονικό επιχειρείν. Όλοι οι τύποι επιχειρήσεων βασίζονται στο αποτελεσματικό μάρκετινγκ για την ανάπτυξη και τις πωλήσεις, αλλά οι τεχνικές διαδικτυακού μάρκετινγκ είναι πολύ διαφορετικές από τις παραδοσιακές, εκτός σύνδεσης. Χωρίς μια αποτελεσματική εκστρατεία μάρκετινγκ ειδικά προσαρμοσμένη για την προώθηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν, ένας οργανισμός δημιουργεί τεράστιο οικονομικό κίνδυνο επενδύοντας σε πόρους μάρκετινγκ που δεν οδηγούν την επισκεψιμότητα των καταναλωτών στους ιστότοπους συναλλαγών. Οι ηλεκτρονικές επιχειρήσεις είναι επίσης ευάλωτες σε συστηματικό κίνδυνο που επηρεάζει ολόκληρο το τμήμα της διαδικτυακής αγοράς. Για παράδειγμα, η κατάρρευση του dot-com από το 2000 έως το 2001 ξεκίνησε αφότου αρκετές νεοσύστατες επιχειρήσεις ηλεκτρονικών επιχειρήσεων έγιναν δημόσιες και αγοράστηκαν από άλλες ηλεκτρονικές επιχειρήσεις. Αυτές οι ηλεκτρονικές επιχειρήσεις είχαν μικρή ταμειακή ροή και πολλές εκτιμούσαν την ανάπτυξη σε σχέση με τη χρηματοπιστωτική σταθερότητα. Αυτό δημιούργησε μια μη βιώσιμη οικονομική φούσκα που τελικά έθεσε εκτός λειτουργίας πολλές από αυτές τις εταιρείες όταν έσκασε.

Ηλεκτρονικό επιχειρείν εναντίον ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο και το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι παρόμοια, αλλά όχι συνώνυμα, καθώς το ηλεκτρονικό εμπόριο αναφέρεται στενά στην αγορά και πώληση προϊόντων μέσω διαδικτύου, ενώ το ηλεκτρονικό επιχειρείν ορίζει ένα ευρύτερο φάσμα επιχειρηματικών διαδικασιών συμπεριλαμβάνοντας πτυχές όπως η διαχείριση της αλυσίδας εφοδιασμού, η ηλεκτρονική επεξεργασία παραγγελιών και διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες που έχουν σχεδιαστεί για να βοηθήσουν την εταιρεία να λειτουργεί πιο αποτελεσματικά και αποδοτικά. Έτσι, το ηλεκτρονικό εμπόριο θα πρέπει να θεωρείται ως υποσύνολο του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Οι διαδικασίες ηλεκτρονικού επιχειρείν μπορούν να διεκπεραιωθούν εσωτερικά μέσω του δικτύου μιας εταιρείας ή να ανατεθούν σε εξωτερικούς παρόχους που ειδικεύονται σε αυτές τις συγκεκριμένες πτυχές της συναλλαγής. Αντίθετα, ο ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι πολύ πιο σαφής και ουσιαστικά περιγράφει οποιοδήποτε μέρος των διαδικασιών μέσω των οποίων γίνονται και πληρώνονται οι ηλεκτρονικές παραγγελίες. Για παράδειγμα, ένας πελάτης που κάνει μια ηλεκτρονική παραγγελία αλλά την παραλαμβάνει από το κατάστημα με τούβλα είναι ένα παράδειγμα συναλλαγής ηλεκτρονικού εμπορίου.