

Cooperation Programme
Interreg V-A Greece-Bulgaria 2014-2020

“Market Changer”

“MarCh”

MIS Code: 5070788

Project Website: <http://marchproject.eu>

Deliverable 6.1.2

“Cross Border Lab on valorizing results and improving performance”



*Agency for Transnational Training
and Development*

The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme



Contents

Preface.....	3
The objectives of the CB Lab	4
Indicative Activities – Indicative Action Plan.....	6
1. Exchange of ideas - experiences between enterprises of similar sectors.....	6
2. Know – how transfer	6
3. Encourage Collective Bodies of Support of Entrepreneurship to developing activities	
10	
Minutes of the Meeting	13
Press Releases	19
Photos.....	22
Agenda and Presentations	26

Preface

The project MarCh - Market Changer- aims at strengthening the local Collective Business Bodies in the areas of its implementation, so as for them to become able to effectively respond to their institutional role, in supporting the businesses – members of theirs- to coping with the current challenges and strengthening their competitiveness.

MarCh, taking into account the inability of local businesses in its area of implementation to compete with the multinational chains and the increase of the international competition, as derived from the globalization of the economy and the internationalization of the trade, draws up development strategies for its areas of intervention. Furthermore MarCh creates “Business Supporting Structures” which, under the guidance of the local Collective Business Bodies, carry out pilot actions to improving the competitiveness of businesses in the project area.

MarCh is implemented as a project of the INTERREG VA Cooperation Program Greece – Bulgaria 2014 – 2020 and is co-financed by European Union (ERDF) resources, at 85% of its budget, and at a rate of 15% from resources of the member states of the EU participating in the Programme.

MarCh project is implemented in Greece in the Regional Units of Thrace (Regional Units of Xanthi, Rhodope and Evros) and in the Administrative District of Kardzhali in Bulgaria.

The following organizations participate as partners (Project Beneficiaries – PBs) in the MarCh project:

- Agency for Transnational Training and Development - TRANSCOOP, as Coordinator
- Center for the Development of Commerce and Entrepreneurship - KAELE
- Federation of Commerce and Entrepreneurship of Thrace – OEE,
 - in Greece and
- Regional Industrial Association of Kardzhali – RIA Kardzhali,
 - in Bulgaria.

The budget of MarCh amounts to € 678,708.77.

The objectives of the CB Lab

The CB Lab is a forum for introducing know - how and experience on business competitiveness and be a space for discussion and exchange of views on this subject. It is a focal point of reflection development.

The Lab is directly linked to the sustainability of the project achievements and moreover to the valorization of its results in terms of further developing them and mainstreaming of them. It is a concept aiming at sustainability aiming at capitalizing on MarCh's experience.

In particular, during the life time of the specific project a lot of experiences were made and a lot of knowledge was accumulated, in form of preparation of documents and implementation of activities (researches, digital platforms, activities on counseling businesses, pilot application of BuSSes, training seminars etc.). Project partners might be viewed under this point of view as bearers of a very specific knowledge, as more or less “experts” in the specific thematic subject.

On the other hand, there are still many topics that could be subject of consultations to improve competitiveness of entrepreneurship in the Cross Border area as emerged from the studies – researches on the strengths and weaknesses of the businesses and as also emerged from the study of the broader framework of policies.

Also, the project beneficiaries of March project agreed to set up a structure entitled Monitoring Structure of the Business Supporting Structures and the acronym MS BuSSes, with the scope to maintain and expand the infrastructure and results obtained from the implementation of the MarCh project and carry out activities contributing to the competitiveness of the enterprises in the areas of the MarCh project and beyond.

As a consequence of the above, it is more than imperative for the CB Lab to contribute to the enrichment of the ideas on strategies towards strengthening the competitiveness of the local businesses, the enrichment of the activities to be undertaken, so as for the Collective Bodies of Support of Entrepreneurship as well as to Monitoring Structure be more effective.

Valorizing the “March” experience, extending and improving it, while disseminating achievements, should be the scope of the Cross Border Lab operation.

The Objectives of the Lab

Once having defined the scope of the Lab operation, the following objectives could be set for its function:

- 1. Exchange of ideas - experiences between enterprises of similar sectors**
- 2. Know – how transfer**
- 3. Encourage Collective Bodies of Support of Entrepreneurship to developing activities**
- 4. Disseminating experience and results**

The Mode of Operation

The Lab, primarily addresses the partners (PBs) of the March project. It is these organizations, which have to take the initiative of setting up and operating the Lab. Hence the specific group of organizations should constitute the members of the Lab. They should meet frequently in order to decide on the activities of the next year (selected activities of the Indicative action plan listed below), the assessment of the actions carried out in the last year and on any further issue.

As the Lab is in constant contact with the collective entrepreneurship bodies (they are members of the Lab and partners of the project March) it will each time choose actions that these bodies consider most necessary. Also, the exchange of ideas – experiences between enterprises of similar sectors will be crucial for the selection of the appropriate subjects to be selected each time.

Indicative Activities – Indicative Action Plan

1. Exchange of ideas - experiences between enterprises of similar sectors

The Lab will organize workshops with representatives of businesses of similar sectors in order to identify their needs. The meetings will be attended by experts in the respective fields to explore gaps that businesses may have and for which science and technology currently have answers.

These meetings will define the themes of the activities related to the “2.1 Know-how transfer - Workshops in special and critical issues that concern businesses” and “2.3 Know-how transfer – Good Practices”.

The audience will be:

- representatives of Collective Bodies of Support of Entrepreneurship,
- representatives of local businesses

The workshops could be offered on line too for the easy access of the participants.

Two such workshops will be organized yearly.

2. Know – how transfer

2.1. Know-how transfer - Workshops in special and critical issues that concern businesses

The Lab will organize workshops with qualified experts in critical issues that concern businesses giving priority to topics such as those arising from the previous activity.

Indicative Issues

Innovation in Business

Innovation concerns the ability to conceive, develop, deliver, and scale new products, services, processes, and business models for customers.

Innovation, customer-centric focus, and adaptation lead the position of businesses in success.

Innovation can be achieved by the “differentiation” by creating uniquely desirable products and services, by offering a specialized service in a niche market etc.

Technology in Business

Technology is crucial for small businesses to remain competitive. In today's digital age, an online presence is a must. User-friendly websites, e-commerce platforms, and mobile apps make it easier for customers to engage with businesses. Furthermore, implementing customer relationship management (CRM) systems and data analytics will contribute to make data-driven decisions.

As technology continues to evolve, staying up-to-date with the latest tools and platforms can give small businesses a significant advantage. Cloud-based services, automation, and AI-driven solutions can streamline operations and enhance customer experiences.

Businesses extroversion

Extroversion enable businesses to explore new markets, tap into novel customer segments, and discover uncharted territories in the business landscape.

Small business entrepreneurs should include the knowledge of social media, social networks, and social responsibility into their strategy planning for their business extroversion.

Networking

Building relationships with other businesses and entrepreneurs can open up new opportunities. Strategic partnerships and collaborations can help business reach a broader audience or access additional resources.

Collaborations can take various forms, from co-hosting events to cross-promotions and joint marketing efforts. These partnerships can be mutually beneficial, helping both businesses expand their reach and grow.

Participants can gain new insights and ideas, make valuable connections, and develop strategies for achieving their business goals. With a focus on cross-border cooperation and long-term partnerships, the Lab will be the place for local businesses to experiment with new ideas, connect with other businesses, and grow together.

Marketing

A marketing strategy refers to a business's overall game plan for reaching prospective consumers and turning them into customers of their products or services. A marketing strategy contains the company's value proposition, key brand messaging, data on target customer demographics, etc.

Content marketing is a marketing strategy used to attract, engage, and retain an audience by creating and sharing relevant articles, videos, podcasts, and other media. It is an effective strategy for building a strong online presence. Content marketing can help position your business as an industry thought leader. Share informative blog posts, videos, and social media updates that address your customers' pain points and provide solutions.

Various marketing methods are a particularly useful tool for business development.

Customer service

Exceptional customer service can be a key differentiator. Small businesses should ensure that customers have a positive experience when interacting with their brand. Respond to inquiries promptly, offer personalized solutions, and seek feedback to continuously improve.

Customers today have high expectations when it comes to service. Providing efficient and friendly customer support, offering hassle-free returns, and ensuring a seamless shopping experience can foster customer loyalty. Happy customers are more likely to become brand advocates, helping businesses grow through word-of-mouth referrals.

The audience will be:

- representatives of Collective Bodies of Support of Entrepreneurship
- representatives of local businesses

The workshops could be offered on line too for the easy access of the participants.

Two such meetings will be organized yearly.

2.2 Know-how transfer –Papers on new policies

Papers on new policies affecting businesses will be prepared.

Indicative Papers on:

The Green Deal and the Farm to Fork strategies

The European Green Deal is a relatively new development strategy aimed at transforming the EU "in a just and prosperous society, with a modern, competitive and resource-efficient economy, in which net greenhouse gas emissions will be zero by 2050."

The Farm to Fork strategies

In the framework of the European Green Deal, extremely important for the Agri-Food sector is the "Farm to Fork F2F" strategy, which aims to transition to sustainable food systems, which:

- They will have a neutral or positive environmental impact.

- They will help limit climate change and adapt to its effects.
- They will help the development of biodiversity and ensure access to sustainable, safe, sufficient and nutritious food.
- They will maintain the availability of food, offering fair economic returns, strengthening the competitiveness of the EU food sector and promoting fair trade.

Energy efficiency in business —energy savings

"Green" Practices in Business

Energy efficiency is an essential component in achieving a carbon neutral EU by 2050.

For the EU to achieve this target, greater improvements in energy efficiency will be required in the future.

Achieving energy efficiency means the improving of the ratio of outputs to energy input, which can happen by reducing the energy consumption necessary to achieve equal outputs or by achieving greater outputs with equal energy input.

Green business means less energy consumption, which benefits the environment, but will also benefit the business in the long run, since production costs are also reduced. It also means the implementing of Environmental Management Systems that benefit the environment however it also means greener daily practices, with small changes that will have a real impact: less plastic use, reduction in paper use, etc.

The Consumers' Turn to Environmentally Friendly Products

Consumer sensitivity e.g. to the energy and environmental costs of transporting food from the place of production to the place of sale, on products available in environmentally friendly packaging, also affect businesses.

The above strategies and attitudes concern the entire food value chain and are expected to add new challenges and obligations to the companies involved, especially in the areas of production, communication with the consumer and prevention of food waste. For these reasons

The papers on new policies prepared will be sent to the representatives of the Collective Bodies of Support of Entrepreneurship.

2.3 Know-how transfer – Good Practices

As previously mentioned, the themes of this action will arise from the first Activity: «Exchange of ideas - experiences between enterprises of similar sectors», so as to respond to their needs.

Good Practices shall be selected in cooperation with the Collective Bodies of Support of Entrepreneurship as well as with Research Institutes working with businesses.

In addition there will be cooperation with business incubators which provide support and coaching for new businesses that have a promising idea, as well as for entrepreneurs still in the idea stage, in order to find successful new business ideas.

3. Encourage Collective Bodies of Support of Entrepreneurship to developing activities

The main objectives of the Collective Bodies of Support of Entrepreneurship can be summarized as follows:

1. Assist members to find business opportunities and to grow their business
2. Educate members on relevant entrepreneurial topics
3. Be active players in the development and delivery of education and training policies
4. Create networking opportunities for members
5. Be the collective voice to local government

The Lab could contribute to the above objectives as follows:

1. Assist members to find business opportunities and to grow their business

The results of the 1st activity of the Lab (Exchange of ideas - experiences between enterprises of similar sectors) will contribute to this goal however Collective Bodies of Support have to ask systematically business community about their needs and offer individual coaching and advice to assist businesses.

The Lab will propose ways of approaching businesses via workshops, business dates, events, on line events, round tables etc.

The Lab will also support Collective Bodies with ideas on business opportunities derived from the workshops between the Lab and representatives of businesses of similar sectors (as described at the 1st activity of the Lab of the present document).

2. Educate members on relevant entrepreneurial topics

The labour market's skills needs are crucial for the Entrepreneurship and the Collective Bodies of Support have a tool from the March project, the e-labor market platform to facilitating the recruitment of staff. However, the Collective Bodies of Support have to monitor the platform and elaborate the needs of the enterprises as well as the needs of the candidates so as to have an overall picture of the labour market and act accordingly and complementary.

At this point the Lab can contribute by proposing and supporting ways of action for the Collective Bodies, such as:

- Acting as a liaison between local employers and educational institutions to facilitate the training and continued education of a qualified workforce,
- Conducting strategic career fairs, inviting candidates with specific certifications needed by employers,
- Forming relationships with university career services to collaborate on opportunities to connect employers hiring with future talent
- Organizing mentorship programs, for young professionals where experienced members can share their knowledge and insights with the new generation of businesses

3. Be active players in the development and delivery of education and training policies

As skills requirements are evolving faster than ever before, timely understanding and correctly foreseeing the labour market's skills needs is crucial. The role of the Collective Bodies of Support to this end is very important. The Lab can contribute both by anticipating new fields of educational needs of businesses (as these fields could be derived from the Action 2.2 Know-how transfer –Papers on new policies of the Lab, as described above) and by supporting Collective Bodies on ways of acting such as:

Organizing a meeting between employers and local educational institutions to align course curriculum with expected future professional needs

Organizing a meeting between employers and funding bodies for the design of training programs relevant to the anticipated needs of businesses etc.

Organization of events such as career days, orientation fairs, workshops, seminars, etc on career guidance, orientation and information targeting both students and companies

4. Create networking opportunities for members

The creating of networking opportunities for members is another important task for the Collective Bodies of Support of Entrepreneurship.

The Lab can contribute to break down barriers and promote cross-border partnerships. by:

- Developing network actions, as B2B meetings, both in Greece and in Bulgaria, for the businesses to gain new insights and ideas, make valuable connections, and develop strategies for achieving their business goals
- Join or collaborate with business associations and chambers of commerce that operate in the border region
- Establish Local Partnerships
- Stay Informed About Regulations

- Collaborate on joint projects with businesses from both countries
- Invest in Relationship Building
- Explore funding opportunities that support cross-border initiatives

5. Be the collective voice to local government

The Collective Bodies of Support of Entrepreneurship have to be the link between businesses, community and local government.

The Collective Bodies have to build relationships between business community and elected officials and communicate priorities for their members.

The Lab could support the Collective Bodies on the priorities to be communicated to the local government.

Minutes of the Meeting

MINUTES OF THE MEETING

Cross Border Lab on valorizing results and improving performance of the Collective Bodies of Entrepreneurship

Friday, November, 24 2023, 18.00

Location: Conference room of Thessaloniki Chamber of Handicrafts

On 24th of November 2023 the Cross Border Lab meeting was held in Thessaloniki. It was organized by LB (Agency for Transnational Training and Development) and attended by 23 participants both from the project beneficiaries as well as from invited representatives of local bodies of the area of Thessaloniki.

Participants from the project beneficiaries:

LB - Agency for Transnational Training and Development

Mr. Athanasios (Sakis) Karamoschos

Ms Soultana – Anastasia (Tatiana) Vasileiou

Ms Despina Karamitopoulou

PB3 - Bulgarian Industrial Capital Association

Mr. Aliosha Sinabov

PB4 - Federation of Commerce and Entrepreneurship of Thrace

Mr. Antonis Frantzis

Representatives of local bodies of the area of Thessaloniki

Chamber of Commerce and Industry of Thessaloniki

Mr.Emmanuel Vlachogiannis, A' Vice President

Chamber of Crafts

Mr. Anastasios Kapnopolis, President

Thessaloniki International University

Mr. Thomas Thomaidis, Professor

WELCOME

Mr. Anastasios Kapnopolis, the President of the Chamber of Crafts and Mr. Antonis Frantzis the President of Federation of Commerce and Entrepreneurship of Thrace opened the meeting and welcome all the participants to the **Cross Border Lab** meeting of MarCh Project.

INTRODUCTION OF THE PARTICIPANTS

Mr Sakis Kamoschos, the project coordinator invited the participants to make a short presentation each, of the body they represent.

PRESENTATIONS

The Objectives of MarCh – The objective of the CB Lab

Mr. Sakis Kamoschos made a short overview of the MarCh Project and its purpose. He presented the crisis created by the globalization to the local businesses, which however, they have special advantages to respond to the competition, such as the proximity to the customer, the trust by the customers, the product quality, the prices, but the above advantages are not sufficient by themselves. Mr. Kamoschos pointed out that “a broader common strategic framework is needed, where businesses and administration will join forces and cooperate for the common goal to strengthening the local economy”. He emphasized that as it emerged from the project, the Collective Entrepreneurship Bodies must realize their responsibilities towards their institutional role and towards their members and take initiatives to strengthening the competitiveness of their businesses.

Then Mr. Kamoschos presented the Cross Border Lab as a concept aiming at sustainability aiming at capitalizing on MarCh's experience.

He pointed out the need for the CB Lab to be a forum for introducing know - how and experience on business competitiveness and be a space for discussion and exchange of views on this subject.

He presented some areas of intervention of the CB LAB:

- the importance of carrying out a research, a procedure that must be done e.g. every 2 years to see the needs of businesses, the way they identify them and then to plan Interventions based on the results of the above research
- the need to support smaller Entrepreneurship Bodies to developing structures and actions (lack of staff, mechanisms, know how etc.)
- the importance of the digital tools to the development of the local businesses
- the importance of finding the appropriate human resources
- the Business networking, notably for Cross Border Areas
- the highlighting of local products with their special attributes that can improve the competitiveness of the small businesses.

Supporting the Businesses

Mr. Spyros Hioteris, from the Hellenic International University, presented the pilot application implemented during the March project, which concerned businesses in the agro-food sector of the Thrace region (areas of Evros, Rodopi and Xanthi) with the following interventions:

Action 1.1 Diagnosis of strengths and weaknesses for 50 companies

Action 1.2 Designing business plans (Business Plans) for 20 companies and guiding them

Action 1.3 Consulting 60 entrepreneurs

Mr. Hioteris made a short description of the above Actions and then he emphasized on their results

The businesses in the area face many challenges and have many needs.

The factors contributing to these needs include difficulties in attracting new customers, the competitive pressure in the market and the need for better financial management. In addition, the rapid development of the digital technology and the need to be adapted make the necessity for support and guidance even more urgent.

It is considered that the continuation of the support actions by the Project's Business Supporting Structures (BuSSes) is absolutely necessary for the strengthening and success of entrepreneurs in the area. This continuity is essential to maintain the support of entrepreneurs.

Support actions offer entrepreneurs the necessary knowledge, tools and advice to help them develop and improve their businesses. In addition, the continuation of these actions can help maintain and increase the competitiveness of businesses in the area and provide support for the creation of new business opportunities.

Some suggestions include:

- Education and training,
- Consulting services,
- Access to finance,
- Networking, Promotion and
- Marketing and Technology support.

Asking the businesses for their Needs - Survey Results

It was scheduled that Dr. Tasos Nikolaou from the Democritus University of Thrace, would make the present presentation online, however due to a problem with his connection, Mr. Kamoschos undertook this task.

Mr. Kamoschos presented the survey on the businesses' competitiveness in Thrace, aiming at locating strong and weak points of the businesses with regard to Innovation and their competitiveness.

He focused on the main results of the research:

- Local businesses purchase their raw materials mainly from the local market (Region East Macedonia Thrace)
- Many of them apply modern supply schemes (contract farming)
- The most of them sell their products in the area of the Region East Macedonia Thrace or in Greece (in general)
- The turnover of the most of them, in the last 3 years was ascending
- The most of them have a website but the information the website provides concerns only (for the majority) the profile of the enterprise
- The sales over the Internet are low
- The recruitment of the staff is mainly ensured through acquaintances and friends
- The main problem of the businesses is related to the inability to find manpower
- Other problems concern their difficulties in promoting export activity, in the marketing of their products
- The expectations of the businesses for services by the local collective organizations refer to many different sectors such as the cooperation with research bodies, the cooperation with experts, the business meetings, the organization of seminars etc.

MarCh the Digital Heritage of MarCh

Mr. Antonis Frantzis, from the Federation of Commerce and Entrepreneurship of Thrace, briefly presented some main characteristics of the enterprises of Thrace, such as:

- The special quality of the local products – the existence of a strong agricultural tradition
- The possibility of approaching different markets due to the particular geographic location of both project areas (in GR and in BG)
- The very good relations between Greece and Bulgaria and the great willingness of the businesses of the 2 countries to cooperate with each other
- The lack of business innovation
- The difficulties in finding suitable staff, a very important problem for the development of the entrepreneurship in the region
- The existence of important research entities in the project area, such as the Democritus University in Thrace and the opportunities that could arise.

Then Mr. Frantzis presented the digital platforms developed during the March project:

- the e-market place aiming at the extroversion of the local enterprises and their promotion,
- the e-platform for hiring professionals and experts so as to facilitate the access to know how and expertise,
- the e-labor market platform to facilitating the recruitment of staff, one of the major problems raised by the entrepreneurs in the surveys.

Mr. Frantzis pointed out that aim of the three platforms was to facilitate the operation of the local businesses, to meet distinct difficulties raised by the businesses themselves as stated in the interviews carried out in the context of the field surveys.

Business Networking within MarCh

Mr. Aliosha Sinabov, President of the Regional Industrial Association of Kardzhali and President of the Chamber of Kardzhali, focused on the importance of the business networking across the border area, between Greece and Bulgaria both during as well as afterwards March project.

Mr. Sinabov proposed indicative actions of empowerment of the business networking across the border area:

- Setting up Cross Border structures for Monitoring BuSSes
- Use online platforms and social media to connect with businesses on both sides of the border, including project's MarCh outputs:
 - Digital Data Base for Branch Professionals
 - Labormarket digital platform
 - Digital market place with business' assessment tool
- Developing network actions, as B2B meetings, both in Komotini, Alexandroupolis and Kardzhali
- Join or collaborate with business associations and chambers of commerce that operate in the border region
- Establish Local Partnerships
- Stay Informed About Regulations
- Collaborate on joint projects with businesses from both countries
- Invest in Relationship Building
- Explore funding opportunities that support cross-border initiatives

DISCUSSION

After the presentations, an extensive discussion followed with intense interest of the participants.

The main weaknesses of the entrepreneurship, such as the lack of business innovation, the lack of digital services, the difficulties in finding suitable staff were the subject of the discussions, however the most important element emerged from the discussion was the acknowledgment that there is a lack of trustful relationships, between businesses and entrepreneurship supporting bodies.

The local supporting bodies have to provide all the appropriate tools to prepare studies, projects and policies that could change the image of the entrepreneurship in their area. By this way they will convince businesses of the role they can play and will contribute to the recognition of their role by the companies.

Το MarCh – Market Changer - Ο Σκοπός του

The MarCh – Market Changer project - Its Purpose

Διασυνοριακό εργαστήριο για την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων και τη βελτίωση των επιδόσεων των Συλλογικών Επιχειρηματικών
Cross Border Lab on valorizing results and improving performance of the Collective Bodies of Entrepreneurship

Thessaloniki, November 24, 2023



Sakis Karamoschos

Agency for Transnational Training and Development - TRANSCOOP

Η διαπίστωση

The Problem

- Παρά την παγκοσμιοποίηση και τις ευκαιρίες που αυτή ευαγγελιζόταν οι ευκαιρίες απευθυνόταν κυρίως στις πολυεθνικές επιχειρήσεις που μπορούσαν να εκμεταλλευτούν τις διεθνείς συνθήκες της παραγωγής και της διακίνησης προϊόντων

Τα αποτελέσματα για τις λιγότερο δυναμικές οικονομίες:

- μια βόλτα στον κεντρικό δρόμο μιας πόλης της χώρας μας μας δείχνει κατά πόσο ωφελήθηκαν οι τοπικές οικονομίες απ' αυτό.
- Despite the globalization and the opportunities it heralded, the opportunities mainly addressed multinational companies that could take advantage of the international production conditions and the global distribution networks.

The results for the less dynamic economies:

- a walk down the main street of a city shows how much local economies have benefited from the globalization.

Η Ιδέα

The Sample

- Ωστόσο, παρά την κρίση που δημιουργήθηκε από την παγκοσμιοποίηση οι τοπικές επιχειρήσεις έχουν ιδιαίτερα πλεονεκτήματα για να ανταχθούν στον ανταγωνισμό.
- Η εγγύτητα στον πελάτη, η εμπιστοσύνη, η ποιότητα των προϊόντων, οι τιμές και γιατί όχι πολιτικές του τύπου: ψωνίζω τοπικά για να ενισχύσω τον τόπο μου?
- Όμως δεν φθάνουν αυτά από μόνα τους
- However, despite the crisis created by globalization local businesses have special advantages to respond to the competition.
- Proximity to the customer, trust by the customers, the product quality, the prices and why not policies of the type: I buy locally to strengthen my place;
- But these are not sufficient by themselves

Οι Ανάγκες

The Needs

- Χρειάζεται ένα ευρύτερο κοινό πλαίσιο στρατηγικής, όπου επιχειρήσεις και διοίκηση θα να ενώνουν τις δυνάμεις τους και να συνεργάζονται για τον κοινό στόχο, την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας
- Χρειάζονται προς τις επιχειρήσεις ώστε να περιοριστούν τα μειονεκτήματά τους και να ενισχυθούν τα ισχυρά τους σημεία
- Όχι στιγμιαία, μια φορά, αλλά συνεχώς.
- A broader common strategic framework is needed, where businesses and administration will join forces and cooperate for the common goal to strengthening the local economy.
- They are needed by businesses to limit their weaknesses and strengthen their advantages.
- Not only once, but permanently

Η Ηγεσία (1)

The Leadership (1)

- Ποιος όμως θα το κάνει αυτό;
 - Η μεμονωμένη επιχείρηση; - Δεν μπορεί!
 - Η διοίκηση; - Δεν είναι ο ρόλος της!

Άρα, ο Συλλογικός Επιχειρηματικός Φορέας!

- But who will do this?
 - The individual business? - It can't!
 - The administration? - It isn't their role!

So, the Collective Business Body!

Η Ηγεσία (2)

The Leadership (2)

Πρέπει, λοιπόν,

- οι Συλλογικοί Φορείς Επιχειρηματικότητας να αναλάβουν τις ευθύνες τους απέναντι στο θεσμικό τους ρόλο και στα μέλη τους και να αναλάβουν πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.
- Το πώς το είδαμε στο March, εν μέρει θα παρουσιαστεί στις επόμενες παρουσιάσεις.

Hence,

- The Collective Entrepreneurship Bodies must realize their responsibilities towards their institutional role and towards their members and take initiatives to strengthening the competitiveness of their businesses.
- How we have been observing it within March will be to a certain extent indicated in the following short presentations.

Το MarCh επιγραμματικά

The MarCh in headings

Δύο περιφέρειες: Η Θράκη και το Kardzhali

Two regions involved: Thrace and Kardzhali

■ Οι Εταίροι / The Partners

- TRANSCOOP, Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης / TRANSCOOP, Agency for Transnational Training and Development
- Κέντρο Ανάπτυξης Εμπορίου της ΕΣΕΕ / Center for Development of Commerce and Entrepreneurship of ESEE - KAELE
- Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης / Federation of Commerce and Entrepreneurship of Thrace
- Περιφερειακός Σύνδεσμος Βιομηχάνων Kardzhali / Regional Association of Industries of Kardzhali - RIA Kardzhali

Το Διασυνοριακό Εργαστήριο (1)

The Cross Border Lab (1)

- Το CB Lab είναι μια ιδέα που στοχεύει στην αειφορία
- Την περίοδο ενός έργου μετά το κλείσιμο του.
- Έργα σαν το MarCh έχουν τον χαρακτήρα του πιλότου, ανιχνεύουν, η ουσία ωστόσο βρίσκεται στην περίοδο μετά την ολοκλήρωσή τους: στην αειφορία.
- Το διασυνοριακό εργαστήριο στοχεύει στην αξιοποίηση της **εμπειρίας** του MarCh.
- The CB Lab is a concept aiming at sustainability.
- The period of a project after its closure. Its aftermath.
- Projects like MarCh are pilots, they detect, the essence however lies in the period after their completion: in their sustainability.
- The Cross-Border lab aims at capitalizing on MarCh's **experience**.

Το Διασυνοριακό Εργαστήριο (2)

The Cross Border Lab (2)

- Θα ήθελε να είναι ένα φόρουμ για την **εισαγωγή τεχνογνωσίας και εμπειρίας** στο θέμα της επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας και **ένας χώρος για την συζήτηση και την ανταλλαγή απόψεων** στο θέμα αυτό.
- It wishes to be a forum **for introducing know how and experience** on business competitiveness and be a **space for discussion and exchange of views** on this subject.

Το Διασυνοριακό Εργαστήριο (3)

The Cross Border Lab (3)

- Πολλές οι ανάγκες, αλλά και πολλές οι ευκαιρίες από τις οποίες μπορούν οι επιχειρήσεις να ωφεληθούν:
- There are many needs, as well as many opportunities, which businesses can benefit from:
 - μεγαλύτερη εκμετάλλευση των ψηφιακών τεχνολογιών / greater exploitation of the digital technologies,
 - δυνατότητα προώθησης συνεργατικών σχημάτων / possibility of promoting cooperative schemes,
 - αποτελεσματικότερο εξαγωγικό μάρκετινγκ / more effective export marketing,
 - διαμόρφωση τοπικών και περιφερειακών πολιτικών / design of local and regional policies ,
 - εύρεση κατάλληλου στελεχιακού δυναμικού / finding appropriate HR,
 - διασυνοριακή συνεργασία κλπ. / cross-border cooperation, etc.
- Ένα πρώτο βήμα στην κατεύθυνση αυτή είναι η σημερινή συνάντηση.
- Today's meeting is a first step in this direction

Το Διασυνοριακό Εργαστήριο (4)

The Cross Border Lab (4)

Έτσι όχι να παρουσιάσουμε τι έγινε στα πλαίσια του έργου, αλλά να χρησιμοποιήσουμε την εμπειρία του σαν ένα **σημείο εκκίνησης** για την αντιμετώπιση των συνεχώς αυξανόμενων προκλήσεων.

- Έρευνα: για να δούμε τις ανάγκες των επιχειρήσεων, όπως τις εντοπίζουν οι ίδιες
 - Μια διαδικασία που πρέπει να γίνεται κάθε 2 χρόνια
- Σχεδιασμός Παρεμβάσεων με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας.

Hence, not to present what was done in the context of the project, but to use his experience as a **starting point** to address the ever-increasing challenges.

- Research: to see the needs of businesses, the way they identify them
 - A procedure that must be done e.g. every 2 years
- Planning Interventions based on the results of the research.

Για τι να Συζητήσουμε; (1)

What to discuss about? (1)

- Η **ενθάρρυνση των επιχειρήσεων** να συμμετάσχουν στην έρευνα και στις διαδικασίες, από τις οποίες μόνο να ωφεληθούν έχουν
- **Encouraging businesses to participate in surveys and procedures for their benefits**
- Η **ανάγκη στήριξης των μικρών φορέων** να αναπτύξουν τέτοιες δομές και δράσεις (έλλειψη στελεχών, μηχανισμών, τεχνογνωσίας κλπ.)
- **The need to support smaller Entrepreneurship Bodies to developing structures and actions (lack of staff, mechanisms, know how etc.)**
- Τα **ψηφιακά εργαλεία** / **The digital tools**

Για τι να Συζητήσουμε; (2)

What to discuss about? (2)

- Οι έρευνες – εργαλεία στρατηγικής: Τα αποτελέσματα της έρευνας και η ανάγκη διεξαγωγής ερευνών
- The **surveys** – strategic vehicles: The results of the survey and **the need to carrying out such surveys**
- Η εύρεση **ανθρώπινου δυναμικού**
- Finding the appropriate **human resources**
- Η επιχειρηματική δικτύωση, ειδικά για τις διασυνοριακές περιοχές
- **Business networking, notably for Cross Border Areas**
- Τα **τοπικά προϊόντα** που έχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά
- The **local products** with their special attributes

Ευχαριστώ για την Προσοχή σας!

Thanks for listening

Διασυνοριακό εργαστήριο για την αξιοποίηση των αποτελεσμάτων και τη βελτίωση των επιδόσεων των Συλλογικών Επιχειρηματικών
Cross Border Lab on valorizing results and improving performance of the Collective Bodies of Entrepreneurship

Thessaloniki, November 24, 2023



Sakis Karamoschos

Agency for Transnational Training and Development - TRANSCOOP

Cooperation Programme Interreg V-A Greece-Bulgaria 2014-2020

“Market Changer”
“MarCh”
MIS Code: 5070788

Project Website: <http://marchproject.eu>

Πιλοτική Εφαρμογή
(Pilot Application)

Σχετικά με το έργο

Οι επιχειρήσεις ιδιαίτερα στην περιφέρεια της ΕΕ έχουν επηρεαστεί σοβαρά από την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας τα τελευταία 20 χρόνια, καθώς το παγκόσμιο λιανικό εμπόριο έχει συγκεντρωθεί σε μικρό αριθμό πολυεθνικών αλυσίδων ενώ πολυεθνικές επιχειρήσεις διείσδυσαν στις τοπικές αγορές.

Ως αποτέλεσμα ήταν οι τοπικές επιχειρήσεις να χάσουν σημαντικά μερίδια αγοράς, ολόκληρες αλυσίδες εφοδιασμού να καταρρεύσουν και ο τοπικός παραγωγικός και οικονομικός ιστός να διαταραχθεί.

Σχετικά με το έργο

Ειδικά σε απομακρυσμένες και λιγότερο ανταγωνιστικές περιοχές, όπως οι 2 περιοχές που συμμετέχουν στο MarCh (περιοχή Θράκης στην Ελλάδα και Επαρχία Κάρτζαλι στη Βουλγαρία), η συγκεκριμένη εξέλιξη είχε ιδιαίτερη έξαρση.

Τα αποτελέσματα αυτού του φαινομένου ήταν κλείσιμο επιχειρήσεων, χαμηλά εισοδήματα, υψηλά ποσοστά ανεργίας, μετανάστευση ειδικευμένου εργατικού δυναμικού και οικονομική κρίση.

Για να καλύψει τις παραπάνω ελλείψεις το MarCh σχεδίασε τοπικές αναπτυξιακές στρατηγικές και οράματα, εντόπισε δυνατά και αδύνατα σημεία στις τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες και δημιούργησε Δομές Υποστήριξης Επιχειρήσεων (BuSSes) στις 2 περιοχές που υλοποιείται.

Σχετικά με το έργο

Για έναν πιλοτικό τομέα, τον αγροδιατροφικό τομέα, μια δέσμη δραστηριοτήτων στόχευσε στην αναβάθμιση της επιχειρηματικής απόδοσης και ανταγωνιστικότητας (*δυνατά σημεία – διαγνώσεις αδυναμιών, επιχειρηματικά σχέδια για υφιστάμενες επιχειρήσεις και start-ups, καθοδήγηση και συμβουλευτική μαζί με εκπαιδευτικά σεμινάρια*).

Ενώ μια σειρά εργαλείων είχε ως στόχο την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στις 2 περιοχές του έργου (*πλατφόρμα e-market, ψηφιακή βάση δεδομένων για έμπειρους επαγγελματίες, πλατφόρμα ηλεκτρονικής αγοράς εργασίας*).

Δικαιούχοι του έργου

- TRANSCOOP – Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης, ως κύριος δικαιούχος της εταιρικής σχέσης
- Κέντρο Ελληνικού Εμπορίου και Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας (ΚΑΕΛΕ)
- Βουλγαρική Ένωση Βιομηχανικού Κεφαλαίου (BICA)
- Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης (ΟΕΕΘ)
- Περιφερειακός Σύνδεσμος Βιομηχανιών – Kardzhali

Πιλοτική Εφαρμογή

Η πιλοτική εφαρμογή (Pilot Application) αφορούσε σε επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού τομέα της περιοχής της Θράκης (Π.Ε. Έβρου, Π.Ε. Ροδόπης και Π.Ε. Ξάνθης).

Στα πλαίσια της πιλοτικής εφαρμογής πραγματοποιήθηκαν οι παρακάτω παρεμβάσεις:

- Δράση 1.1 Διάγνωση ισχυρών σημείων και αδυναμιών για 50 επιχειρήσεις
- Δράση 1.2 Σχεδιασμός επιχειρηματικών σχεδίων (Business Plans) για 20 επιχειρήσεις και καθοδήγησή τους
- Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.1 Διάγνωση ισχυρών σημείων και αδυναμιών για 50 επιχειρήσεις

Αντικείμενο της πρώτης δράσης ήταν η εκπόνηση διαγνωστικών εκθέσεων για 50 μεταποιητικές επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού τομέα της Θράκης με σκοπό να επισημανθούν τα ισχυρά και αδύνατα σημεία τους, ώστε η έκθεση να αποτελέσει βοήθημα για τους επιχειρηματίες στη λογική της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων τους.

Ειδικότερα η δράση περιλάμβανε την επιλογή των 50 επιχειρήσεων με κατά το δυνατόν ισομερή κατανομή στις 3 Περιφερειακές Ενότητες της Θράκης (Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου).

Πραγματοποιήθηκαν 3 συναντήσεις με εκπροσώπους της κάθε επιχείρησης.

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.1 Διάγνωση ισχυρών σημείων και αδυναμιών για 50 επιχειρήσεις

Στην 1η συνάντηση οι επιχειρήσεις σε κάθε Περιφερειακή Ενότητα, ενημερώθηκαν σχετικά με το έργο και τους παρουσιάστηκε το ερωτηματολόγιο που θα χρησιμοποιούσαν οι σύμβουλοι.

Στην 2η συνάντηση οι σύμβουλοι επισκέφτηκαν τις επιχειρήσεις στην έδρα τους όπου συμπληρώθηκε το ερωτηματολόγιο με την μορφή συνεντεύξεων.

Στην 3η συνάντηση οι σύμβουλοι ξανά επισκέφτηκαν τις επιχειρήσεις στην έδρα τους και συζήτησαν μαζί τους τα συμπεράσματα των διαγνωστικών εκθέσεων καθώς και τις προτάσεις βελτίωσης για την ανταγωνιστικότητα της κάθε επιχείρησης.

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ **Δράση 1.2 Σχεδιασμός επιχειρηματικών σχεδίων (Business Plans) για 20 επιχειρήσεις και καθοδήγησή τους**

Αντικείμενο δεύτερης δράσης ήταν η εκπόνηση 20 επιχειρηματικών σχεδίων για ισάριθμες επιχειρήσεις ή/και μελλοντικούς επιχειρηματίες της μεταποίησης του αγροδιατροφικού τομέα με έμφαση στις νεοφυείς και νέες επιχειρήσεις στην περιοχή της Θράκης.

Διεξήχθησαν 4 συναντήσεις με εκπροσώπους της κάθε επιχείρησης.

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.2 Σχεδιασμός επιχειρηματικών σχεδίων (Business Plans) για 20 επιχειρήσεις και καθοδήγησή τους

Στην 1η συνάντηση με τις επιχειρήσεις σε κάθε Περιφερειακή Ενότητα, οι εκπρόσωποι ενημερώθηκαν για τα business plan.

Στις επόμενες 3 συναντήσεις οι σύμβουλοι επισκέφτηκαν τις επιχειρήσεις στην έδρα τους και τις start ups στην Θερμοκοιτίδα της Αλεξανδρούπολης, όπου έδρασαν εκπαιδευτικά απέναντι στις επιχειρήσεις εκπονώντας το επιχειρηματικό σχέδιο σε συνεργασία με την κάθε επιχείρηση και τα στελέχη τους, έτσι ώστε να κατανοήσουν τις κρίσιμες παραμέτρους που συνδέονται με την επιτυχή υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας.

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

Αντικείμενο της τρίτης δράσης ήταν η συμβουλευτική υποστήριξη 60 επιχειρηματιών, με προτεραιότητα στις νεοφυείς επιχειρήσεις, στην περιοχή της Θράκης. Οι επιχειρήσεις έλαβαν συμβουλευτική στα παρακάτω θεματικά αντικείμενα:

1. Η Ιδέα – Εντοπισμός Επιχειρηματικής Ευκαιρίας,
2. Καινοτομία,
3. Αξιολόγηση Αγοράς και Προοπτικές Επιχειρηματικής Ιδέας,
4. Ίδρυση Εταιρείας και Καθορισμός Επιχειρηματικής Κουλτούρας,
5. Ανάπτυξη Δικτύου Πωλήσεων,
6. Εκπόνηση Σχεδίου Προώθησης Προϊόντων,
7. Εξεύρεση Χρηματοδότησης.

Πραγματοποιήθηκαν 3 συμβουλευτικές συνεδρίες με εκπροσώπους των επιχειρήσεων.

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

Οι επιχειρήσεις είχαν μια πληθώρα ερωτήσεων για τους συμβούλους για κάθε θεματικό αντικείμενο. Ενδεικτικά συζητήθηκαν τα παρακάτω ερωτήματα:

1. Η Ιδέα – Εντοπισμός Επιχειρηματικής Ευκαιρίας

- Ποια είναι τα κριτήρια για να κρίνουμε εάν μια ιδέα είναι βιώσιμη;
- Υπάρχουν ειδικές μέθοδοι ή εργαλεία για την εντοπισμό επιχειρηματικών ευκαιριών;
- Ποια είναι τα πιθανά εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσουμε κατά την εξερεύνηση νέων επιχειρηματικών ιδεών;
- Ποιες είναι οι βέλτιστες πρακτικές για να μετατρέψουμε μια ιδέα σε ένα βιώσιμο επιχειρηματικό σχέδιο;
- Πώς θα μπορούσαμε να αναπτύξουμε μια ισχυρή πρόταση αξίας;

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

2. Καινοτομία

- Πώς μπορούμε να ορίσουμε και να μετρήσουμε την καινοτομία;
- Πώς διαφέρει η καινοτομία από την απλή βελτίωση;
- Πώς μπορούμε να δημιουργήσουμε μια κουλτούρα καινοτομίας μέσα στην επιχείρησή μας;
- Ποιες είναι οι τάσεις και οι τεχνολογίες που οδηγούν την καινοτομία στον τομέα μας;
- Πώς μπορεί η καινοτομία να μεταφραστεί σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα;

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

3. Αξιολόγηση Αγοράς και Προοπτικές Επιχειρηματικής Ιδέας

- Ποιες τεχνικές αξιολόγησης αγοράς μπορούν να εφαρμοστούν για να προβλέψουμε την επιτυχία της επιχειρηματικής μας ιδέας;
- Πώς μπορούμε να προσδιορίσουμε τον στοχευμένο πελάτη για την επιχειρηματική μας ιδέα;
- Πώς μπορούμε να αναλύσουμε τον ανταγωνισμό και να προσδιορίσουμε το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα;
- Πώς μπορούμε να καθορίσουμε και να εκτιμήσουμε τους κινδύνους και τις προκλήσεις της αγοράς;
- Πώς η τεχνολογία και οι καινοτομίες επηρεάζουν τις προοπτικές της επιχειρηματικής μας ιδέας;

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

4. Ίδρυση Εταιρείας και Καθορισμός Επιχειρηματικής Κουλτούρας

- Ποια νομική μορφή επιχείρησης (Ε.Ε., ΕΠΕ, ΑΕ κλπ.) είναι πιο κατάλληλη για το σχέδιο μας;
- Πώς μπορούμε να καθορίσουμε και να διατηρήσουμε μια ισχυρή επιχειρηματική κουλτούρα που θα στηρίζει την επιχειρηματική μας αποστολή και τις αξίες μας;
- Ποιες είναι οι προκλήσεις στη δημιουργία μιας εταιρικής ταυτότητας και πώς μπορούμε να τις αντιμετωπίσουμε;
- Πώς μπορούμε να ενσωματώσουμε την κουλτούρα και την ταυτότητα στην επωνυμία και το μάρκετινγκ μας;
- Πώς θα διαχειριστούμε τις αλλαγές και την προσαρμοστικότητα στην επιχειρηματική μας κουλτούρα καθώς μεγαλώνουμε;

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

5. Ανάπτυξη Δικτύου Πωλήσεων

- Πώς μπορούμε να καταρτίσουμε μια αποτελεσματική στρατηγική δικτύωσης που να ταιριάζει με τους στόχους της εταιρείας μας;
- Ποια κανάλια διανομής είναι πιο κατάλληλα για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μας και γιατί;
- Ποιοι δείκτες απόδοσης (KPIs) πρέπει να χρησιμοποιούμε για να μετράμε την αποδοτικότητα του δικτύου πωλήσεών μας;
- Ποιες είναι οι καλύτερες πρακτικές για την εκπαίδευση και την ανάπτυξη της ομάδας πωλήσεων;
- Ποιες τακτικές μπορούμε να υιοθετήσουμε για να ενισχύσουμε τις σχέσεις με τους πελάτες μας και να αυξήσουμε την αφοσίωση τους;

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

6. Εκπόνηση Σχεδίου Προώθησης Προϊόντων

- Ποιες είναι οι πιο αποτελεσματικές τακτικές για την προώθηση νέων προϊόντων σε μια κορεσμένη αγορά;
- Ποια είναι τα βήματα για τη δημιουργία μιας επιτυχημένης εκστρατείας διαφημίσεων;
- Πώς θα μετρήσουμε την επιτυχία της προώθησης προϊόντων μας;
- Ποιος είναι ο ρόλος του content marketing στο σχέδιο προώθησης και πώς μπορούμε να τον μεγιστοποιήσουμε;
- Πώς μπορεί η στρατηγική προώθησης να προσαρμοστεί για διαφορετικά δημογραφικά τμήματα;

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Δράση 1.3 Συμβουλευτική σε 60 επιχειρηματίες

7. Εξεύρεση Χρηματοδότησης

- Ποιες είναι οι διαθέσιμες επιλογές χρηματοδότησης για μια επιχείρηση στη φάση startup ή για μια εδραιωμένη επιχείρηση που επιδιώκει επέκταση;
- Ποιες είναι οι καλύτερες πρακτικές για την προετοιμασία και την παρουσίαση σε επενδυτές ή δανειστές;
- Τι είδους κριτήρια αξιολόγησης χρησιμοποιούν οι επενδυτές για να αποφασίσουν αν θα χρηματοδοτήσουν μια επιχείρηση;
- Πώς μπορούμε να αξιοποιήσουμε τις πλατφόρμες crowdfunding για να συγκεντρώσουμε κεφάλαια;
- Ποια είναι τα συνήθη λάθη που πρέπει να αποφύγουμε κατά την αναζήτηση χρηματοδότησης;

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Αποτελέσματα - Συμπεράσματα - Προτάσεις

Με βάση τις αναλύσεις που πραγματοποιήθηκαν, προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις στην περιοχή αντιμετωπίζουν πολλές προκλήσεις και έχουν αρκετές ανάγκες.

Οι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτές τις ανάγκες περιλαμβάνουν τις δυσκολίες στην προσέλκυση νέων πελατών, την ανταγωνιστική πίεση στην αγορά και την ανάγκη για καλύτερη διαχείριση των οικονομικών.

Επιπλέον, η ταχεία εξέλιξη των τεχνολογικών εξελίξεων και η ανάγκη για προσαρμογή στην ψηφιακή εποχή κάνουν ακόμη πιο επείγουσα την αναγκαιότητα για υποστήριξη και καθοδήγηση.

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Αποτελέσματα - Συμπεράσματα - Προτάσεις

Κρίνεται ότι η συνέχιση των δράσεων υποστήριξης από τις Επιχειρηματικές Δομές του Έργου (Business Supporting Structures – BuSSes) είναι απολύτως αναγκαία για την ενίσχυση και την επιτυχία των επιχειρηματιών στην περιοχή.

Αυτή η συνέχιση είναι ουσιώδης για τη διατήρηση της στήριξης και της υποστήριξης των επιχειρηματιών.

Πιλοτική Εφαρμογή

➤ Αποτελέσματα - Συμπεράσματα - Προτάσεις

Οι δράσεις υποστήριξης προσφέρουν στους επιχειρηματίες την απαραίτητη γνώση, τα εργαλεία και τη συμβουλευτική που τους βοηθά να αναπτύξουν και να βελτιώσουν τις επιχειρήσεις τους.

Επιπλέον, η συνέχιση αυτών των δράσεων μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση και αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή και να προσφέρει υποστήριξη για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών.

Ορισμένες προτάσεις περιλαμβάνουν: Εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση, Συμβουλευτικές υπηρεσίες, Πρόσβαση σε χρηματοδότηση, Δικτύωση, Προώθηση και μάρκετινγκ και Τεχνολογική υποστήριξη.

Ευχαριστώ
για την προσοχή σας!

Η Έρευνα Ανταγωνιστικότητας στις Επιχειρήσεις της Θράκης

The survey on the businesses' competitiveness in Thrace

Θεσσαλονίκη, 24 Νοεμβρίου 2023

Αναστάσιος Νικολάου, MSc, PhD



ΔΗΜΟΚΡΙΤΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΡΑΚΗΣ
DEMOCRITUS
UNIVERSITY
OF THRACE

Μεταδιδακτορικός Ερευνητής

Εργαστήριο Εφαρμοσμένης Μικροβιολογίας & Βιοτεχνολογίας

Τμήμα Μοριακής Βιολογίας & Γενετικής, Δ.Π.Θ., Αλεξανδρούπολη

Ο Σκοπός της Έρευνας

The Scope of the Survey

- Ο προσδιορισμός των ισχυρών και αδύνατων στοιχείων των επιχειρήσεων σε σχέση με την ανταγωνιστικότητα τους και την καινοτομία με βάση τη δική τους άποψη
- Locating strong and weak points of the businesses with regard to Innovation and their competitiveness

Το δείγμα της έρευνας

The Sample

- 107 επιχειρήσεις της αγροδιατροφικής μεταποίησης
- 107 businesses in processing agrifood products

- Κυρίως στην Περιφερειακή Ενότητα του Έβρου
- Mainly in Evros Prefecture, but also in Xanthi and Rodopi

Διάρθρωση του δείγματος με βάση το αντικείμενο δραστηριότητας

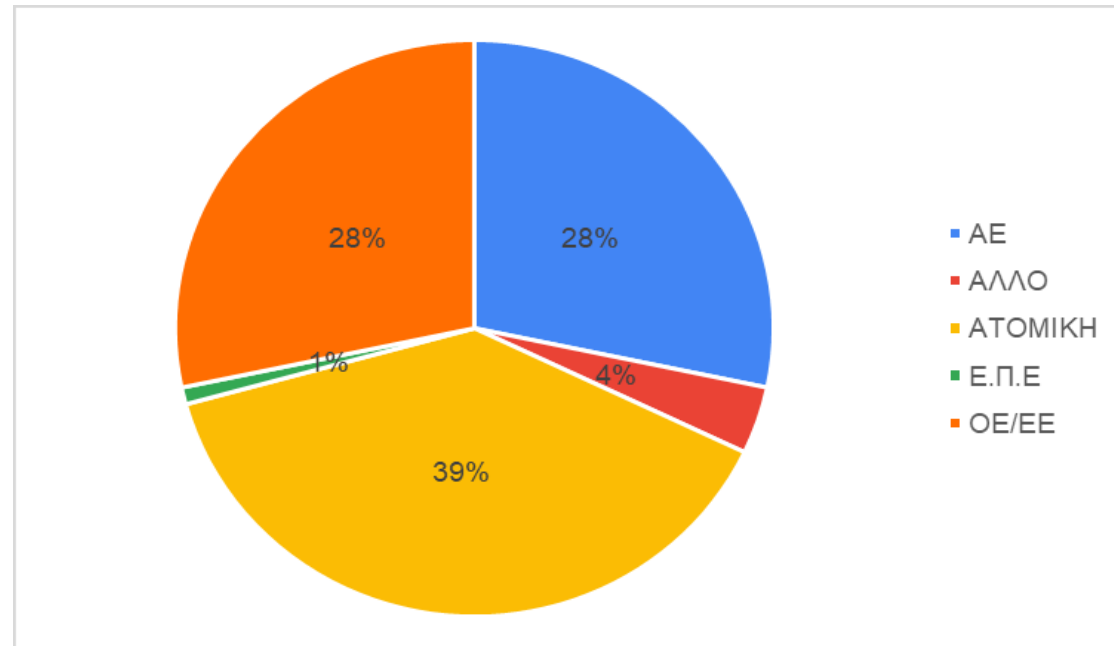
The Sample's structure with regard to the business' subject

- 44% Επεξεργασία και τυποποίηση φυτικών προϊόντων
Processing and standardization of Plant Products
- 22% Παραγωγή οίνων και αποσταγμάτων
Wine production and Distillery
- 16% Επεξεργασία κρέατος και συντήρηση κρέατος και προϊόντων κρέατος
Meat processing and conservation of meat and meat products
- 12% Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων
Production of dairy products
- 6% Παραγωγή φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών
Production of vegetable and animal oils and fats

Διάρθρωση του δείγματος σε σχέση με το μέγεθος τους (νομική μορφή)

Sample's structure with regard to their size (Legal form)

- ΑΕ / SA
- Ατομικές / Personal
- Άλλη / Other



Τα αποτελέσματα

The Results

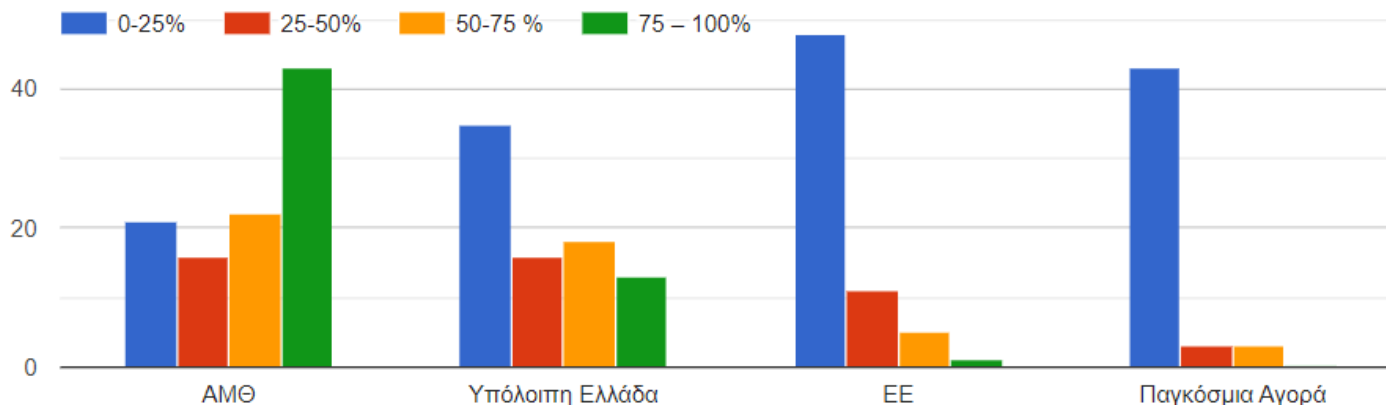
- Προέλευση των Πρώτων Υλών
- Origin of Raw Materials

Από πού προμηθεύονται τις πρώτες τους ύλες οι επιχειρήσεις (συμβολή στην τοπική οικονομία)

Where do they purchase their raw materials (contribution to the local economy)

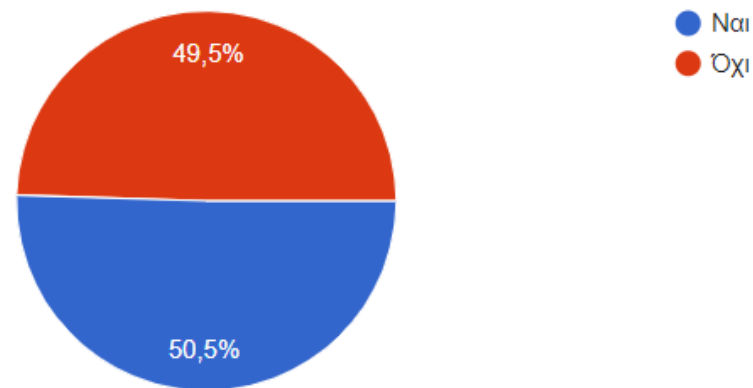
- Από την περιοχή τους (ΠΑΜΘ) / The Local Market (Region East Macedonia Thrace)
- Το Υπόλοιπο της χώρας (Ελλάδα) / The rest of Greece
- Η ΕΕ / The EU
- Η Διεθνής Αγορά / The international market

Περιοχή Προμήθειας Πρώτων Υλών



Εφαρμογή Σύγχρονων Μεθόδων Προμήθειας Πρώτων Υλών (πχ. συμβολαιακή γεωργία)

Application of modern supply schemes (contract farming)

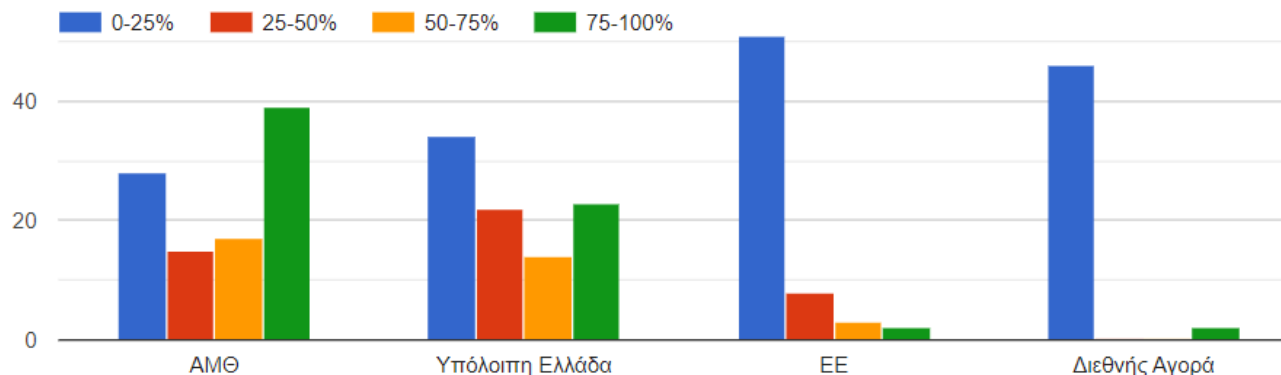


Πού πουλάνε οι επιχειρήσεις τα προϊόντα τους (εξαγωγικές δυνατότητες)

Where do they sell their products? (export capacities)

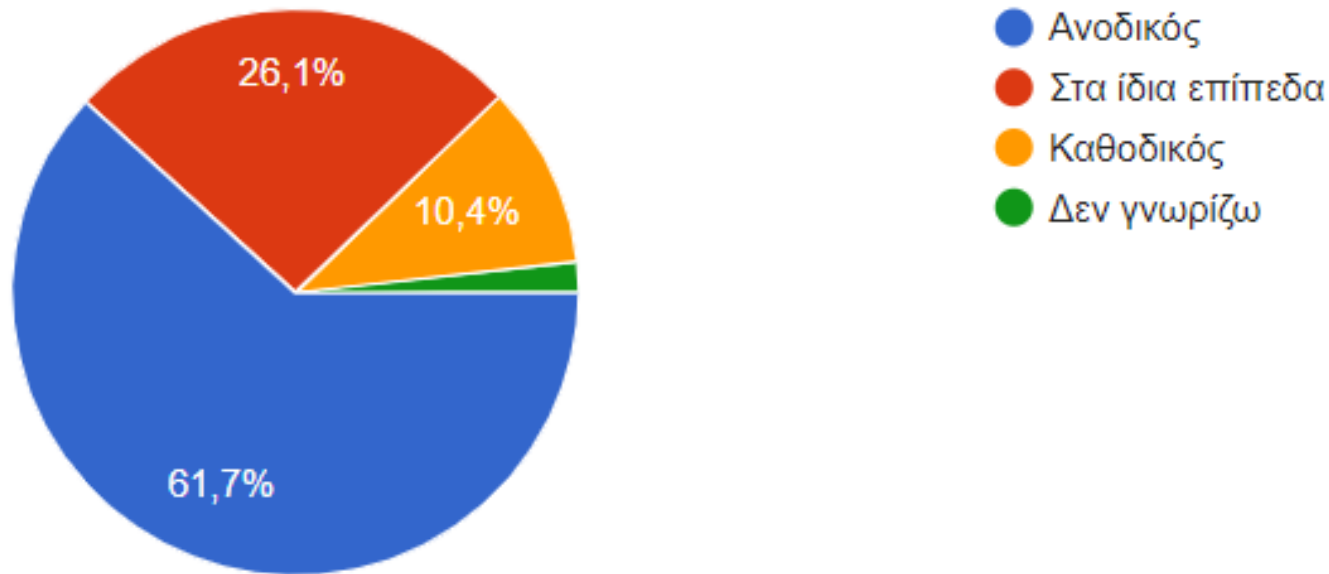
- Στην αγορά της Περιφέρειας (τοπική αγορά) / **The Local Market (Region East Macedonia Thrace)**
- Στο υπόλοιπο της χώρας / **The rest of Greece**
- Στην ΕΕ / **The EU**
- Στην διεθνή αγορά / **The international market**

Περιοχή Διάθεσης των Προϊόντων / **Area of sales of products**



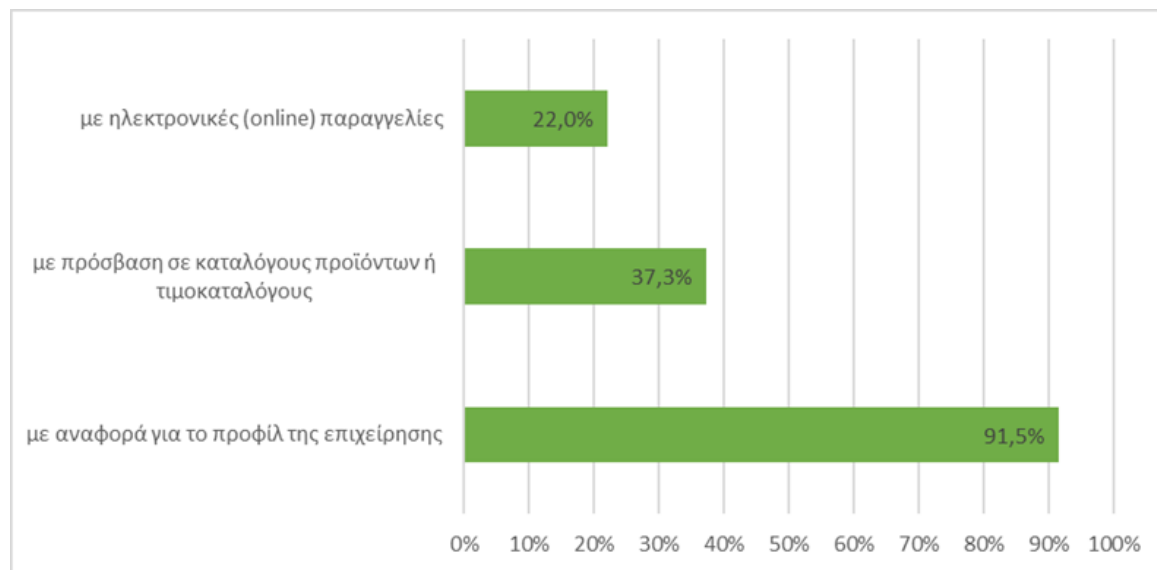
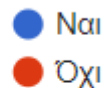
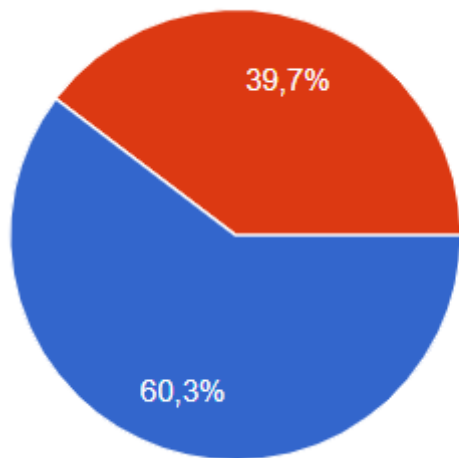
Τζίρος Επιχειρήσεων την Τελευταία Τριετία

Your turnover in the last 3 years was



Διαθεσιμότητα Ιστοσελίδας

Availability of a Website



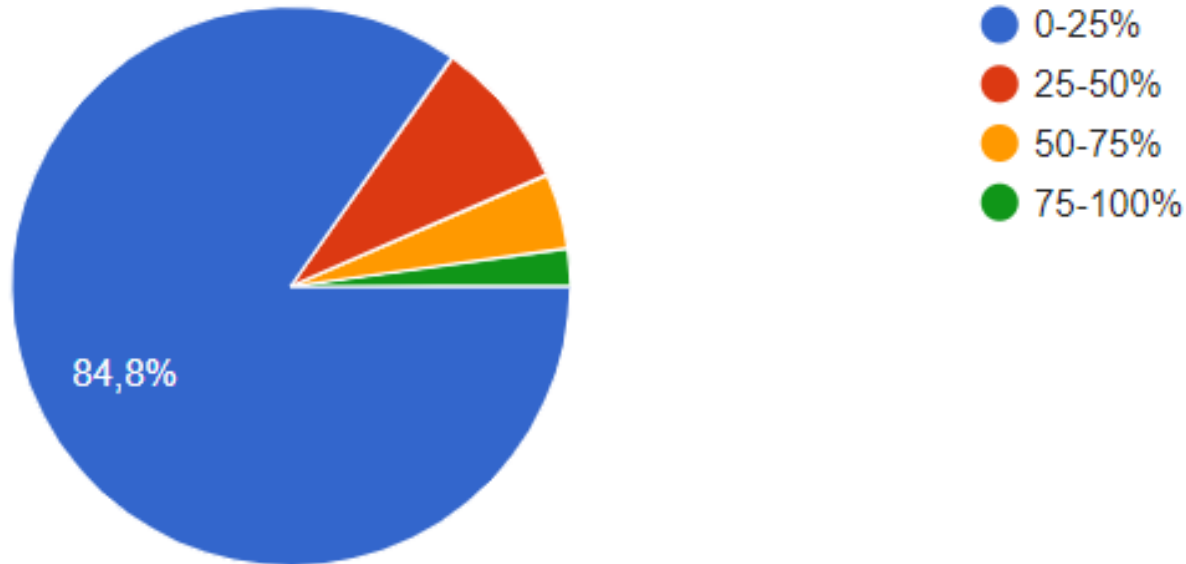
Τι περιλαμβάνει ο
Διαδικυακός τόπος

What information does your
website provide?



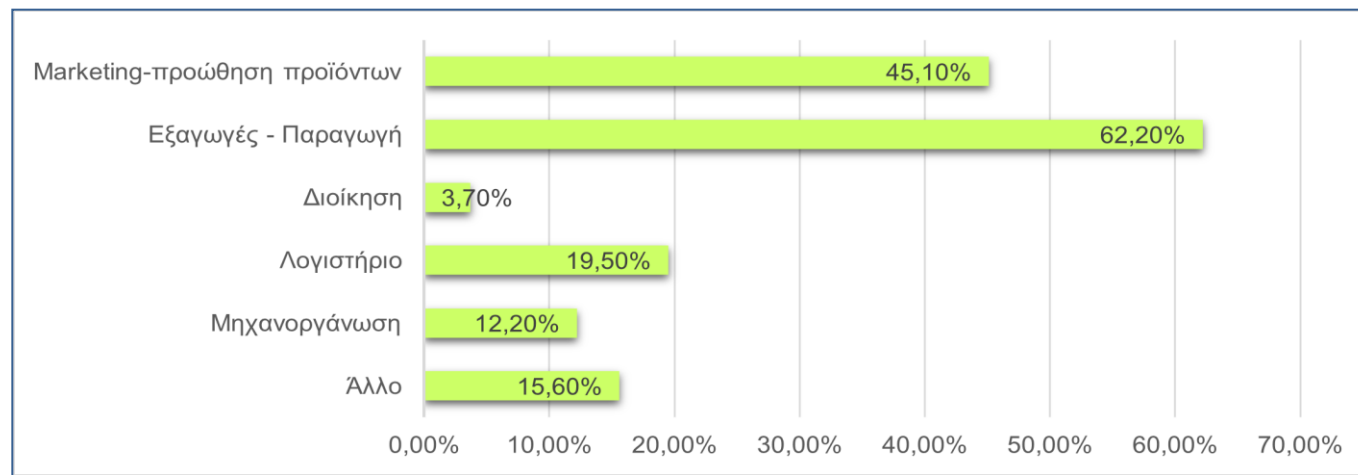
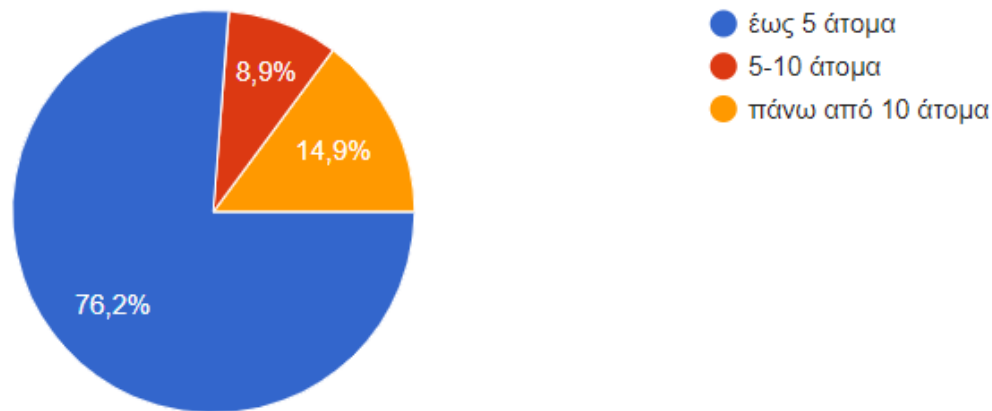
Ποσοστό πωλήσεων μέσω Internet

Sales over the Internet



Εκτίμηση για αριθμό νέου προσωπικού το 2023

Estimate of needs for new staff within 2023

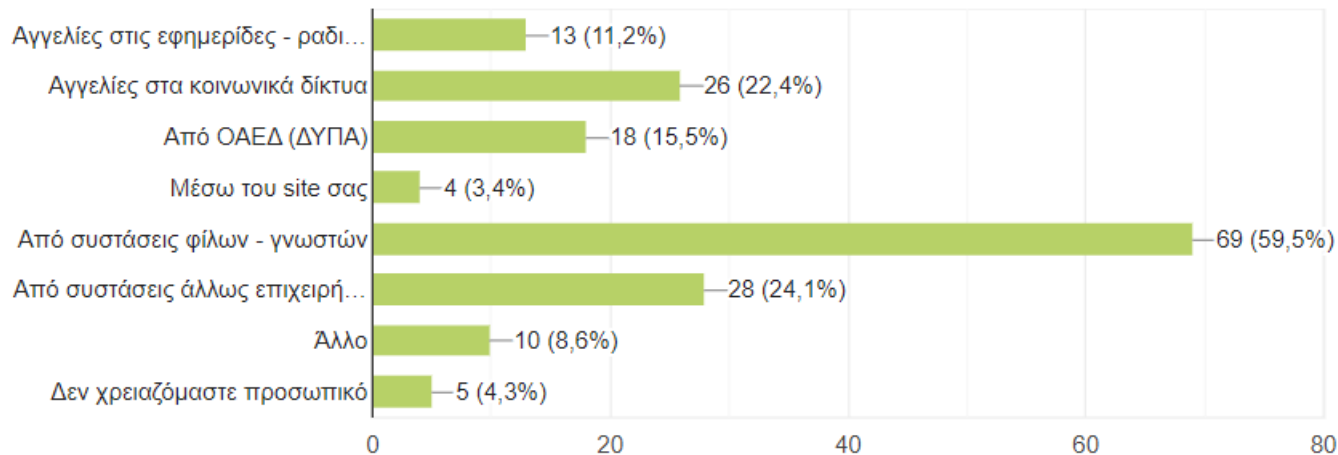


Ειδικότητες που απαιτούνται
Demand for specializations



Τρόπος Εύρεσης Προσωπικού

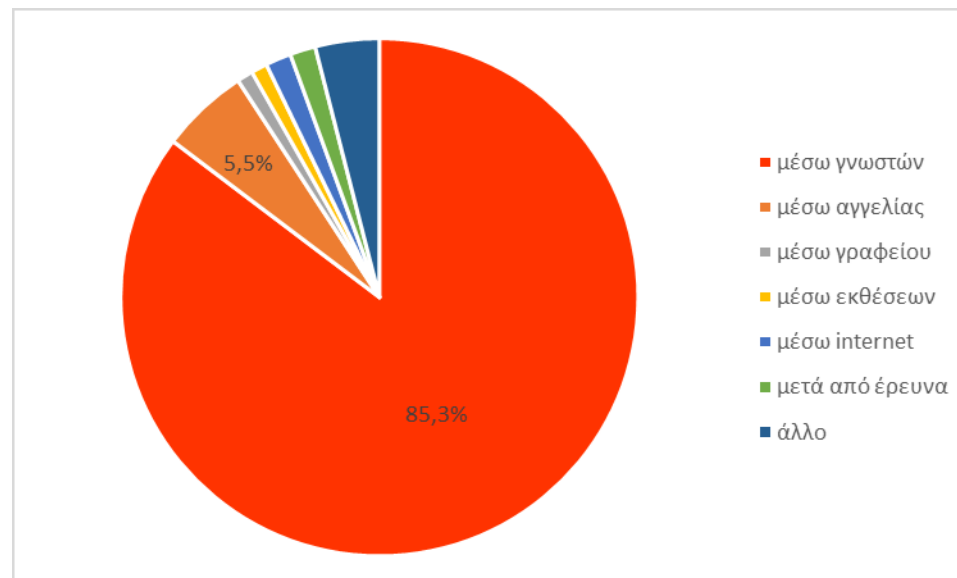
How do you recruit your staff?



Τρόπος Εύρεσης

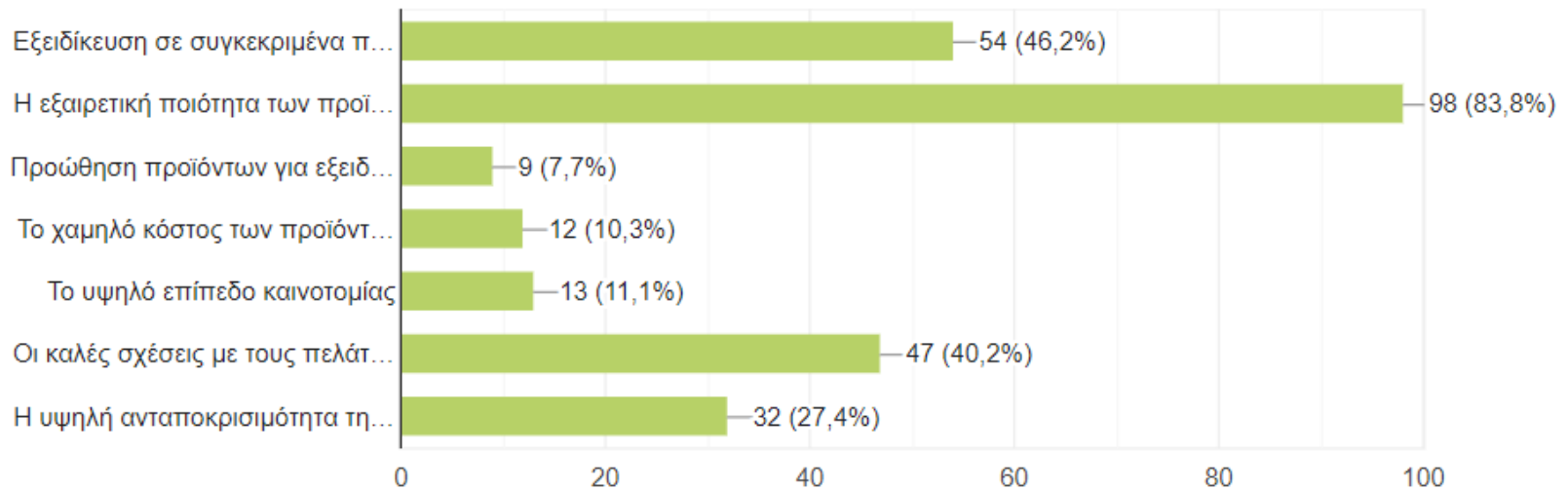
Εξωτερικών Συνεργατών

How do you find external associates?



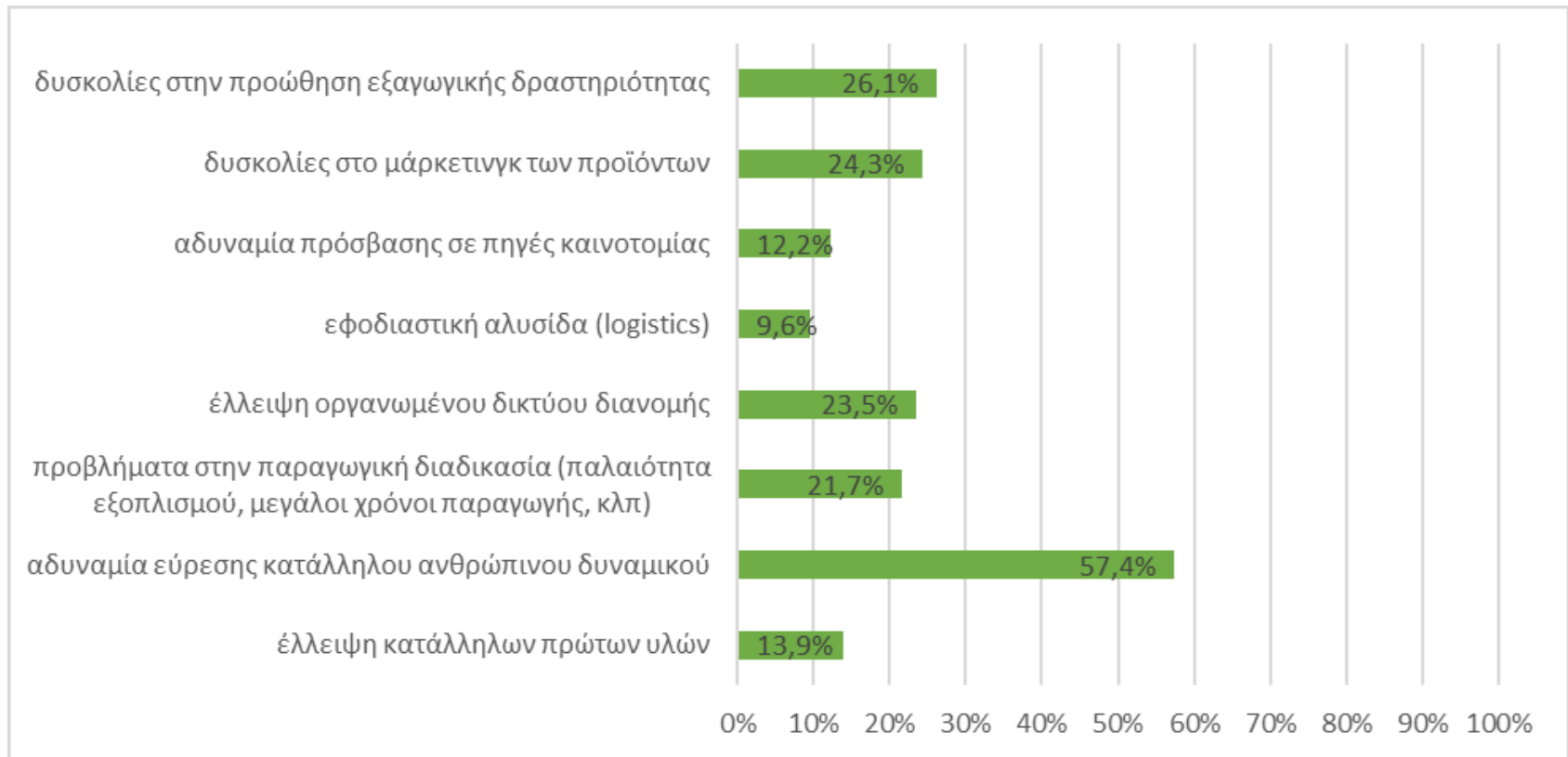
Άποψη των Επιχειρήσεων σχετικά με τα Δυνατά τους Σημεία

The Strong Points of your business



Κύρια Προβλήματα Επιχειρήσεων

The main problems of the businesses

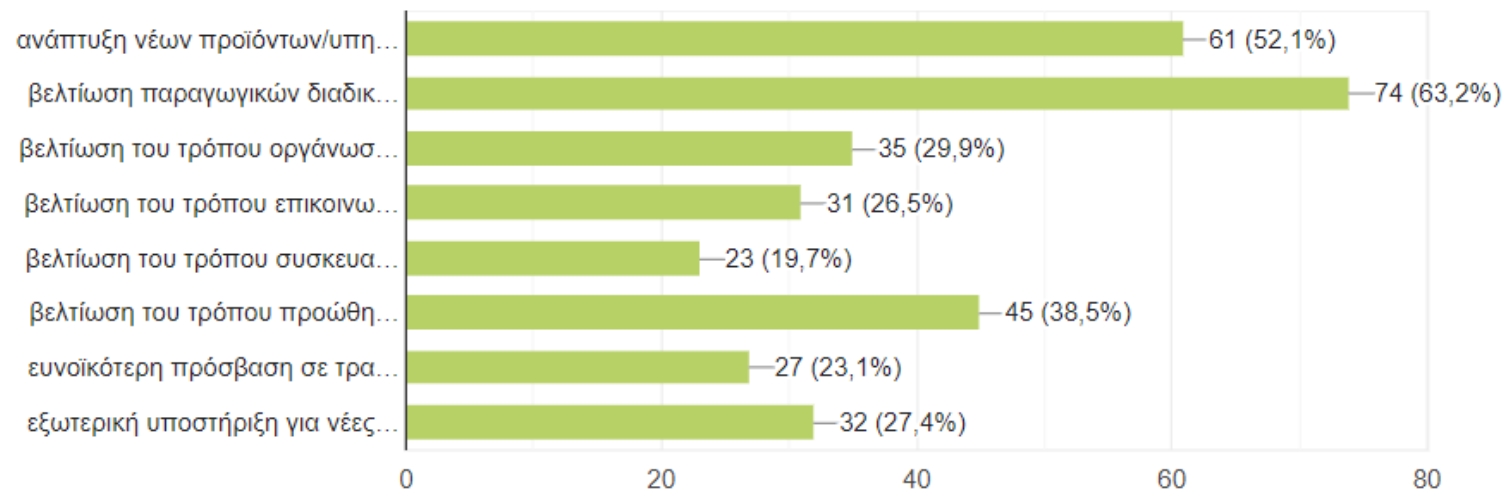


Έρευνα - Καινοτομία

Research - Innovation

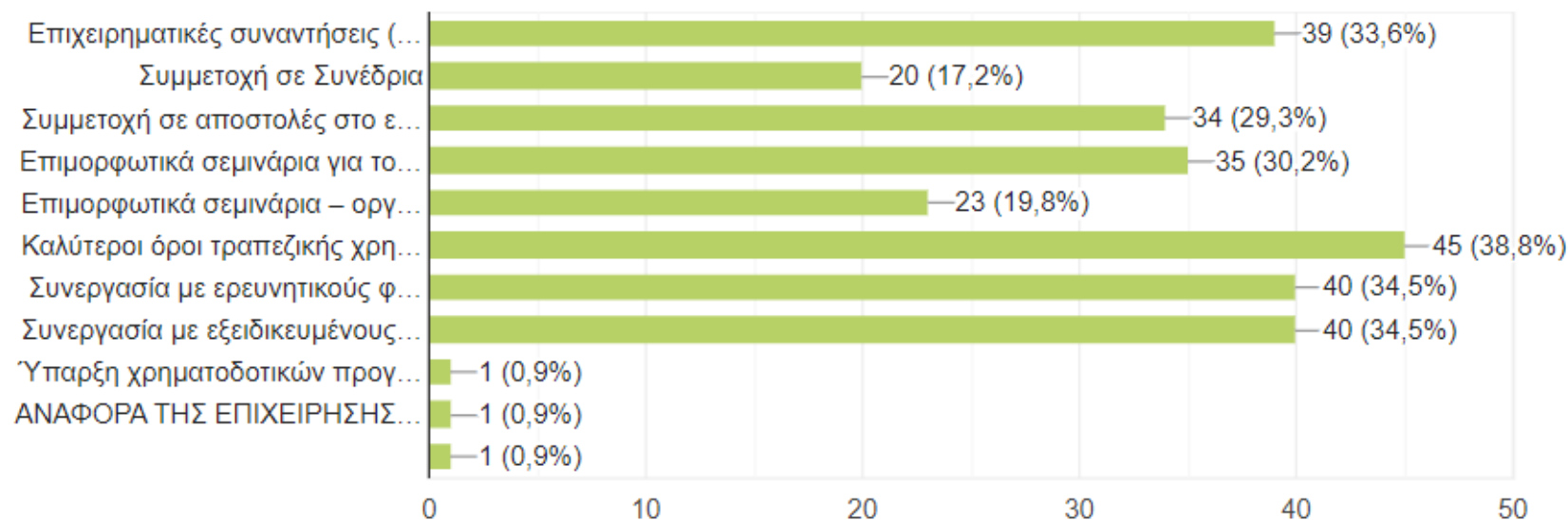
Τομείς Ενδιαφέροντος για την Ανάπτυξη Καινοτομίας

Sectors of Interest for the development of innovation



Άποψη των Επιχειρήσεων για Ενέργειες Προώθησης της Επιχειρηματικότητας από τους Τοπικούς Συλλογικούς Φορείς

Expectation of Businesses for services by the local collective organizations



Ευχαριστώ για την Προσοχή σας!

Thanks for listening

Θεσσαλονίκη, 24 Νοεμβρίου 2023

Αναστάσιος Νικολάου, MSc, PhD



Μεταδιδακτορικός Ερευνητής

Εργαστήριο Εφαρμοσμένης Μικροβιολογίας & Βιοτεχνολογίας

Τμήμα Μοριακής Βιολογίας & Γενετικής, Δ.Π.Θ., Αλεξανδρούπολη

INTERREG V – A
COOPERATION PROGRAMME GREECE – BULGARIA 2014-2020
Project: “Market Changer” – “MarCh”



Business Networking within MarCh

Interreg
Greece-Bulgaria
MarCh 
European Regional Development Fund



Thessaloniki, 24-th of November , 2023

Alyosha Sinabov, RIA - Kardzhali



Overview

Business networking across the border area Between Greece and Bulgaria can be a valuable strategy for companies looking to expand their reach, collaborate with local businesses, and tap into new markets. There are some tips and considerations for effective cross-border business networking in the Greece-Bulgaria region, within the MarCh project.





Opportunities

Attend Cross-Border Events:

Participate in business events, conferences, and trade fairs that take place in the border region. These gatherings provide opportunities to meet potential partners, clients, and collaborators from both countries , including project’s MarCh events:

- Network actions, as B2B meetings, both in Komotini, Alexandroupolis and Kardzhali
- Cross Border Lab on valorizing results and improving performance of the Collective Bodies of Entrepreneurship

Utilize Business Associations and Chambers of Commerce:

Join or collaborate with business associations and chambers of commerce that operate in the border region. These organizations often facilitate networking events and provide valuable resources for businesses seeking to establish cross-border connections, including project’s MarCh joint structure:

- Setting up Cross Border structure for Monitoring BuSSes



Opportunities

Leverage Online Platforms:

Use online platforms and social media to connect with businesses on both sides of the border. LinkedIn, for example, can be an effective tool for identifying potential partners and initiating conversations, including project’s MarCh outputs:

- Digital Data Base for Branch Professionals
- Labormarket digital platform
- Digital market place with business' assessment tool

Language Considerations:

Be mindful of language differences. While English is often used as a common business language, it's beneficial to have team members who are proficient in Greek and Bulgarian to facilitate communication and build stronger relationships, as well as designed of bilingual materials and platforms.



Opportunities

Establish Local Partnerships:

Consider forming partnerships with local businesses in the border area. Local partners can provide valuable insights, navigate regulatory challenges, and enhance your understanding of the market.

Stay Informed About Regulations:

Stay updated on business regulations and trade policies in both Greece and Bulgaria. Understanding the legal landscape is essential for smooth cross-border operations.

Engage in Joint Projects:

Collaborate on joint projects with businesses from both countries. This not only fosters cross-border relationships but also allows for the sharing of expertise and resources, as well as to multiply activities and results from MarCh project.



Opportunities

Invest in Relationship Building:

Building strong relationships is key to successful business networking. Invest time in getting to know your counterparts, understanding their needs, and finding ways to mutually benefit from the collaboration. To make sustainable collaborations in joint MarCh project action, between project’s partners and project’s installed business structures (Bussess)

Consider Cross-Border Funding Opportunities:

Explore funding opportunities that support cross-border initiatives. Governments and international organizations may provide grants or incentives to encourage businesses to collaborate across borders. To provide continuous actions/additional projects, in frame of sustainable team working, between all project’s partners of MarCh project.

