

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

“Market Changer”

“MarCh”

MIS Code: 5070788

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

Παραδοτέο 6.1.3

Επιχειρησιακό Σχέδιο BuSSes Θράκης

(Compiling Business Plans for BuSSes over the next 3 years)



**Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης
και Ανάπτυξης**

Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”



Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
ENGLISH SUMMARY	6
ΤΟ ΕΡΓΟ MarCh	8
Σκοπός και Στόχοι.....	8
Οι Δομές Στήριξης των Επιχειρήσεων - Business Supporting Structures (BuSSes).....	9
Η χωρική διασπορά των BuSSes.....	10
ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ BUSSES.....	11
Α. Το Action Plan για την περιοχή της Θράκης	11
Β. Τα Συμπεράσματα της Έρευνας στις Επιχειρήσεις	15
ΔΥΝΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	16
Δυνατά Σημεία	16
Αδύνατα Σημεία	18
ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΔΥΝΗΤΙΚΟΥΣ ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ BuSSes	21
Γενικά	21
Η Σύνοψη των Συμπερασμάτων από τις δύο Παρεμβάσεις	21
ΚΥΡΙΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΔΙΑΠΙΣΤΩΘΗΚΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ BuSSes ΣΤΗΝ ΠΙΛΟΤΙΚΗ ΦΑΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	24
ΟΙ ΔΥΝΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΤΩΝ BUSSES ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟ	26
ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	50
ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	51
ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	52

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το έργο MarCh – Market Changer - (Μετατροπέας της Αγοράς), αποσκοπεί στην ενδυνάμωση των τοπικών Συλλογικών Επιχειρηματικών Φορέων στις περιοχές υλοποίησης του, ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν ουσιαστικά στον θεσμικό τους ρόλο, στην υποστήριξη δηλαδή των επιχειρήσεων – μελών τους για την αντιμετώπιση των σύγχρονων προκλήσεων και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας τους.

Το MarCh, παίρνοντας υπόψη την αδυναμία των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής εφαρμογής του να διασφαλίσουν την βιωσιμότητα τους απέναντι στη διείσδυση των πολυεθνικών εμπορικών αλυσίδων στις τοπικές αγορές και στην αύξηση του διεθνούς ανταγωνισμού, όπως αυτός προέκυψε από την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και την διεθνοποίηση του εμπορίου, χαράσσει αναπτυξιακές στρατηγικές για τις περιοχές εφαρμογής του. Στη βάση των στρατηγικών αυτών οι συμμετέχοντες στο έργο τοπικοί Συλλογικοί Φορείς επιχειρηματικότητας δημιουργούν δομές στήριξης για τις επιχειρήσεις (Business Supporting Structures), οι οποίες υλοποιούν παρεμβάσεις για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.

Το MarCh υλοποιείται ως έργο του Προγράμματος Συνεργασίας INTERREG VA Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020 και συγχρηματοδοτείται από πόρους της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΤΠΑ), σε ποσοστό 85%, και σε ποσοστό 15% από πόρους των κρατών μελών της ΕΕ που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα.

Το έργο MarCh υλοποιείται στην Ελλάδα, στις Περιφερειακές Ενότητες της Θράκης (Περιφερειακές Ενότητες Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου), και στην διοικητική ενότητα του Kardzhali στην Βουλγαρία.

Ως εταίροι (Project Beneficiaries – PB) στο έργο MarCh συμμετέχουν οι παρακάτω φορείς:

- Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης - TRANSCOOP AMKE, ως Συντονιστής
- Κέντρο Ανάπτυξης Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας - ΚΑΕΛΕ
- Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης – ΟΕΕ, στην Ελλάδα και
- Περιφερειακή Ένωση Βιομηχάνων Kardzhali – RIA Kardzhali, στην Βουλγαρία.

Ο προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται σε € 628.708,77.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι επιχειρήσεις 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 οι τοπικές οικονομίες υφίστανται τις συνέπειες από την διείσδυση των πολυεθνικών επιχειρήσεων στις αγορές τους.

Ως αποτέλεσμα, οι τοπικές επιχειρήσεις έχουν χάσει σημαντικά μερίδια της αγοράς, ολόκληρες αλυσίδες εφοδιασμού κατέρρευσαν, ενώ ο τοπικός παραγωγικός και οικονομικός ιστός έχει διαρραγεί.

Ειδικά σε απομακρυσμένες και λιγότερο ανταγωνιστικές περιοχές, όπως οι δύο περιοχές που συμμετέχουν στον έργο MarCh (περιοχή Θράκης στην Ελλάδα και Διοικητική Ενότητα Kardzhali στη Βουλγαρία), η συγκεκριμένη εξέλιξη είχε ιδιαίτερα σημαντικές επιπτώσεις. Κλείσιμο επιχειρήσεων, μείωση των εισοδημάτων του τοπικού πληθυσμού, υψηλά ποσοστά ανεργίας, μετανάστευση ειδικευμένου εργατικού δυναμικού και οικονομική κρίση είναι κάποια από τα αποτελέσματα αυτού του φαινομένου.

Παρόλ' αυτά ωστόσο, οι τοπικές επιχειρήσεις διαθέτουν συγκριτικά πλεονεκτήματα, όπως π.χ. μακροχρόνια παρουσία στην τοπική αγορά, εγγύτητα και σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες, μαζί με μια σειρά άλλα χαρακτηριστικά (ποιότητα προϊόντος, χαμηλή τιμή κ.λπ.), που εφόσον αξιοποιηθούν κατάλληλα μπορούν να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα τους και να υποστηρίξουν την βιωσιμότητα τους.

Η χάραξη των κατάλληλων στρατηγικών και η εφαρμογή παρεμβάσεων υπερβαίνουν, ωστόσο, τις δυνατότητες της μεμονωμένης μικρής και πολύ μικρής επιχείρησης που αποτελούν τον κύριο όγκο των επιχειρήσεων στην περιοχή του έργου. Στη λογική αυτή οι φορείς που μπορούν και πρέπει να αναλάβουν αυτό το έργο είναι οι τοπικοί Συλλογικοί Φορείς Επιχειρηματικότητας, καθώς αυτοί βρίσκονται κοντά στις επιχειρήσεις – μέλη τους, ενώ είναι σε θέση να μεταφέρουν προβλήματα και προτάσεις στους τοπικούς – περιφερειακούς και εθνικούς φορείς σχεδιασμού και χρηματοδότησης.

Έχοντας υπόψη τα παραπάνω, και θεωρώντας ότι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, όπως και η υποστήριξη τους για την αντιμετώπιση των σύγχρονων προκλήσεων αποτελούν την ουσία της ύπαρξης των Συλλογικών Φορέων Επιχειρηματικότητας, δημιουργεί το MarCh δομές στήριξης των επιχειρήσεων (Business Supporting Structures – BuSSes). Οι εν λόγω δομές που λειτουργούν στα πλαίσια υλοποίησης του έργου πιλοτικά, προσβλέπουν στην συστηματική παροχή βοήθειας και καθοδήγησης στις επιχειρήσεις των περιοχών του έργου, ώστε να αξιοποιήσουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα και να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους.

Κατά την περίοδο υλοποίησης του έργου συστήθηκαν BuSSes τόσο στην Θράκη όσο και στο Kardzhali. Η σύσταση και λειτουργία των δομών αποτέλεσε κοινή προσπάθεια από το σύνολο των εταίρων του έργου, οι οποίοι υλοποίησαν διάφορες παρεμβάσεις ανάλογα με

την εξειδίκευση τους. Η λειτουργία των δομών αξιολογήθηκε και εξήχθησαν συμπεράσματα σε σχέση με το τι πήγε καλά και τι θα μπορούσε να πάει καλύτερα.

Το παρόν κείμενο, κάνοντας μια συνολική επισκόπηση του μοντέλου των BuSSes και του τρόπου με τον οποίο αυτά λειτούργησαν, προσεγγίζει υπό μορφή Επιχειρησιακού Σχεδίου (Business Plan) τη συνέχιση της λειτουργίας τους για μια περίοδο τριών ετών.

Το κείμενο συνδέει την λειτουργία των BuSSes με τη συνολικότερη στρατηγική για την ανάπτυξη της περιοχής, που εκπονήθηκε στα πλαίσια του MarCh, και περιγράφει τις παρεμβάσεις που θα μπορούσαν να υλοποιηθούν στο εν λόγω χρονικό διάστημα κάνοντας και μια κοστολογική εκτίμηση, ενώ προτείνει ενδεικτικές πηγές κάλυψης των πόρων για τη λειτουργία τους και την χρηματοδότηση των δράσεων τους.

ENGLISH SUMMARY

March – Market Changer- project, being carried out in the context of the Greece – Bulgaria 2014 – 2020 Interreg VA Cooperation Programme, aims at providing support to the enterprises in the areas of Thrace/ GR and Kardzhali/ BG, so as for them to improve their competitiveness towards the penetration of the local economies by the multinational retail chains and the globalization of the commerce.

Starting from the structure of the local business communities in the two project areas, where small and very small businesses predominate, MarCh suggests to bring the local collective business bodies in the foreground of the local entrepreneurship and to help them design local development strategies and action plans for the improvement of the business competitiveness.

To doing so, MarCh project partners compile desk analyses and surveys on the needs of the local businesses and establish Business Supporting Structures (BuSSes) to provide local enterprises with practical assistance for improving their performance. Furthermore three digital platforms for the search of staff, of external associates and for the promotion of the local businesses supplement the operation of the BuSSes facilitating and enhancing the performance of the local enterprises.

With regard to Thrace region, MarCh identifies the natural environment as the main advantage of the area. Besides, having examined the local economic potential MarCh suggests the enhancement of the agro-food sector and of tourism with focus on environment as a vehicle to economic growth.

In this context a pilot operation of BuSSes focusing on agro food manufacturing businesses is being carried out during the project life time. Counseling services are provided to local enterprises, training seminars are implemented, the developed digital platforms are operated, networking actions for businesses of similar or supplementary subject are held.

As MarCh heads to its end and with the view to capitalizing the gained experience and the acquired equipment the present Business Plan pursues to organize and prioritize the next interventions so as for the local business community to benefit the maximum from the project. A further 3 year intervention period is planned and the priorities and capacities of the MarCh actors and potential allies are being considered.

Following the findings of the surveys to the local businesses as well the results of the desk analyses the main fields of action for the next period might be as below:

- Development of an Open Source Knowledge Base with information material and good practice examples on the area's competitive economic branches
- Support to the businesses for their smooth adaptation to the requirements of the new Common Agricultural Policy (CAP)
- Developing a brand for the local products
- Enhancing extroversion and export capacities of businesses

- Strengthening the digital competences of businesses
- Improving production processes of enterprises
- Helping businesses to cover needs in human resources
- Enhancing introduction of innovation
- Supporting businesses towards networking at local and cross border level
- Providing counseling support
- Carrying out communication and publicity campaigns to raising awareness and trust to BuSSes at the local community
- Securing operation of the BuSSes.

A central problem examined in the framework of the Business Plan is the lack of resources. As the funding capacities within MarCh stop with the project completion, the lack of resources rises to a crucial issue for the execution of the envisaged activities.

To this end the Business Plan suggests the enhancement of alliances with the various research entities (e.g. the University of Thrace, the Region of Thrace etc.) so as for them to integrate interventions of the BuSSes in their own action plans. Similarly tightening cooperation bonds with the Regional Government, operator of the Regional Operation Programme, might direct actions to the needs of the local enterprises and of the BuSSes. Last and not least the March project partners are expected to take a pivotal role in the upcoming operation period of the supporting structures.

In the above context the typology of the suggested actions helps to allocate the individual activities to the potential actors of the BuSSes thus providing a basis for communication and negotiation.

Besides an indicative estimate of the costs of each suggested action helps to approach the amount of resources needed for carrying out each of the interventions of the BuSSes.

As at this stage it is difficult to proceed to a time planning of the interventions their evaluation under A, B and C helps to prioritize action on the time axis.

Lastly with regard to the coordination and monitoring of the activities, a Steering Committee is proposed consisting at a first stage of one representative of each of the MarCh partners, allowing its enlargement with representatives of other stakeholders (University, Regional Government etc.) in dependence on the cooperation intensity with the other local stakeholders in the next future.

ΤΟ ΕΡΓΟ MarCh

Σκοπός και Στόχοι

Αναφορά στις προκλήσεις στις οποίες επιχειρεί να απαντήσει το έργο MarCh έγινε στην εισαγωγή του παρόντος κειμένου.

Σκοπός του MarCh είναι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στις περιοχές εφαρμογής του έργου, ώστε αξιοποιώντας τα πλεονεκτήματά τους, να μπορέσουν αυτές να διασφαλίσουν την βιωσιμότητά τους και να δρομολογήσουν την περαιτέρω μεγέθυνσή τους.

Δεδομένου του μικρού μεγέθους και των περιορισμένων δυνατοτήτων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη διασυνοριακή περιοχή του MarCh και των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν αυτές στην καθημερινότητά τους, κρίνεται απαραίτητο για την επίτευξη του σκοπού του έργου, να ενεργοποιηθούν οι συλλογικοί τους φορείς δημιουργώντας μηχανισμούς και δομές στήριξης των επιχειρήσεων.

Το MarCh αποτελεί ουσιαστικά μια ευκαιρία για τους συμμετέχοντες σ' αυτό φορείς να μεταφέρουν κοινά οράματα και μεθοδολογίες στην πράξη, ιδιαίτερα σε κάποιες από τις πλέον μειονεκτικές περιοχές των χωρών τους, και σε μια διασυνοριακή προσέγγιση. Για να καλύψει τις εν λόγω ελλείψεις, το MarCh σχεδιάζει στρατηγικές και διαμορφώνει αναπτυξιακά οράματα, εντοπίζει τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες στις τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες και δημιουργεί Δομές Υποστήριξης Επιχειρήσεων (BuSSes) στις δύο περιοχές εφαρμογής του.

Για έναν τομέα πιλότο, τον αγροδιατροφικό τομέα, μια δέσμη παρεμβάσεων (έρευνες στις επιχειρήσεις, διαγνώσεις δυνατών σημείων και αδυναμιών για αριθμό επιχειρήσεων, σχεδιασμός επιχειρηματικών σχεδίων για υφιστάμενες και νέες επιχειρήσεις, καθοδήγηση και συμβουλευτική επιχειρηματιών, μαζί με εκπαιδευτικά σεμινάρια) στοχεύει στην αναβάθμιση της απόδοσης και της ανταγωνιστικότητας των τοπικών επιχειρήσεων, ενώ μια σειρά ψηφιακών εργαλείων (ψηφιακή πλατφόρμα τοπικής αγοράς (e-market place), ψηφιακή βάση δεδομένων για αναζήτηση έμπειρων επαγγελματιών, ηλεκτρονική πλατφόρμα αγοράς εργασίας) βελτιώνουν το επιχειρηματικό περιβάλλον στις δύο περιοχές και διευκολύνουν την επιχειρηματική δράση.

Σε πρώτο στάδιο, το MarCh απευθύνεται στις τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες στις δύο περιοχές του έργου δίνοντας έμφαση στις επιχειρήσεις στον τομέα της αγροδιατροφικής μεταποίησης. Ωστόσο, ολόκληρη η επιχειρηματική κοινότητα θα ωφεληθεί από το έργο, καθώς τα αποτελέσματά του θα διαδοθούν και θα αναπαραχθούν και σε άλλους τομείς και περιοχές.

Οι Δομές Στήριξης των Επιχειρήσεων - Business Supporting Structures (BuSSes)

Οι Δομές Στήριξης των Επιχειρήσεων αφορούν στο σύνολο σχεδόν των παρεμβάσεων του έργου MarCh. Εξάιρεση αποτελούν τα Πακέτα Εργασίας (ΠΕ) 1 Διαχείριση και συντονισμός του έργου (Project Management and Coordination) και 2 Επικοινωνία και διάδοση (Communication and Dissemination), καθώς αυτά είναι ομάδες δράσεων άμεσα συνδεδεμένων με την υλοποίηση ενός έργου στα πλαίσια του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg Ελλάδα – Βουλγαρία 2014 – 2020 και ως εκ τούτου δεν άπτονται άμεσα του σκοπού και της λειτουργίας των Δομών Στήριξης των Επιχειρήσεων.

Έτσι, παρά του ότι οι δράσεις στα πλαίσια των υπολοίπων ΠΕ υλοποιούνται από το σύνολο των εταίρων του MarCh, έχουν ως αποδέκτες και τελικούς χρήστες των προϊόντων του έργου τους δύο τοπικούς συλλογικούς φορείς επιχειρηματικότητας του, την Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης (ΟΕΕΘ) (εταίρο 4 του MarCh) στην Ελλάδα και τον Περιφερειακό Σύνδεσμο Βιομηχάνων Kardzhali (RIA Kardzhali, εταίρο 5 του έργου) στη Βουλγαρία.

Οι δράσεις οι οποίες προβλεπόταν να υλοποιηθούν στα πλαίσια της σύστασης και λειτουργίας των εν λόγω δομών αφορούσαν ανά ΠΕ στα εξής:

Πακέτο Εργασίας 3: Ανάπτυξη Στρατηγικών (Developing Strategies)

Με επιμέρους δράσεις

- Καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης στις περιοχές παρέμβασης του έργου
- Διατύπωση Οράματος και Στρατηγικής για την ανάπτυξη των περιοχών του έργου
- Επικοινωνία του Οράματος και της Στρατηγικής στους τοπικούς Δρώντες (Stakeholders)
- Δειξαγωγή έρευνας προς τις τοπικές επιχειρήσεις του κλάδου της αγροδιατροφικής μεταποίησης (κλάδος εκτέλεσης πιλοτικής εφαρμογής των BuSSes) για τον προσδιορισμό των αναγκών τους στο πλαίσιο της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας τους και
- Σύνθεση των πορισμάτων των ως άνω δράσεων σε ενιαίο κείμενο.

Πακέτο Εργασίας 4: Δημιουργία Δομών Στήριξης Επιχειρηματικότητας (BuSSes)

Με επιμέρους δράσεις

- Ανάπτυξη σχεδίου δράσης για τις Δομές Στήριξης (BuSSes)
- Δημιουργία υποδομής για τη λειτουργία των BuSSes και ενεργοποίησή τους
- Ανάπτυξη ψηφιακών εργαλείων ως εξής:
 - Ψηφιακή πλατφόρμα για αναζήτηση επαγγελματιών – εμπειρογνομώνων
 - Ψηφιακή πλατφόρμα αγοράς εργασίας για την αναζήτηση προσωπικού
 - Ψηφιακή πλατφόρμα για την εξωτερικήυση (προβολή) των επιχειρήσεων των περιοχών παρέμβασης.

Πακέτο Εργασίας 5: Πιλοτική Εφαρμογή

Με επιμέρους δράσεις

- Παροχή υπηρεσιών στήριξης προς τις επιχειρήσεις μέσα από τις εξής παρεμβάσεις:
 - Διάγνωση ισχυρών – αδύνατων σημείων σε 2Χ50 επιχειρήσεις για τις δύο περιοχές του έργου
 - Εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων σε 2Χ20 επιχειρήσεις για τις δύο περιοχές του MarCh και
 - Παροχή συμβουλευτικής υποστήριξης σε 2Χ60 επιχειρήσεις, αντίστοιχα.
- Διοργάνωση σεμιναρίων κατάρτισης στις δύο περιοχές του έργου και
- Προώθηση της διασυνοριακής συνεργασίας (δικτύωσης) μεταξύ των επιχειρήσεων από τις δύο περιοχές του έργου.

Πακέτο Εργασίας 6: Αξιολόγηση αποτελεσμάτων – Διασφάλιση Βιωσιμότητας

Τέλος, στα πλαίσια του ΠΕ 6 προβλεπόταν οι παρακάτω δράσεις:

- Η αξιολόγηση της λειτουργίας των BuSSes
- Η εισαγωγή της διάστασης της καινοτομίας στη λειτουργία των συλλογικών επιχειρηματικών φορέων, και κατ' επέκταση των BuSSes, μέσα από την ανάπτυξη του θεσμού των διασυνοριακών εργαστηρίων
- Η «θεσμοθέτηση» των BuSSes μέσα από την υπογραφή μνημονίου συνεργασίας των εταίρων του MarCh για την περαιτέρω λειτουργία των δομών και
- Η εκπόνηση ενός επιχειρησιακού σχεδίου για την λειτουργία των BuSSes στο βάθος τριετίας.

Η χωρική διασπορά των BuSSes

Στην ελληνική πλευρά του έργου προβλεπόταν οι παρεμβάσεις του MarCh να εκτελεστούν κατελάχιστον σε τρία διαφορετικά σημεία:

- στην ΠΕ Έβρου - στην Αλεξανδρούπολη,
- στην ΠΕ Ροδόπης - στην Κομοτηνή και
- στην ΠΕ Ξάνθης - στην Ξάνθη.

Επιχειρησιακό κέντρο της όλης πρωτοβουλίας αποτελεί η Αλεξανδρούπολη, ενώ οι υπόλοιπες δομές προβλέπεται να φιλοξενηθούν, στην μεν Κομοτηνή από το Επιμελητήριο Ροδόπης, ενώ στην Ξάνθη στις εγκαταστάσεις της Ομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών και Εμπόρων Ξάνθης (ΟΕΒΕ Ξάνθης).

Στην Βουλγαρία, αντίστοιχα, προβλεπόταν η δημιουργία μίας δομής για την Διοικητική Ενότητα του Kardzhali, στον Δήμο Kardzhali, στις εγκαταστάσεις της Περιφερειακής Ένωσης Βιομηχάνων Kardzhali (Regional Industrial Association - RIA Kardzhali).

Πέραν των παραπάνω θα πρέπει να ληφθεί υπόψη και η δυνατότητα παροχής υπηρεσιών διαδικτυακά (π.χ. διοργάνωση συναντήσεων – παροχή συμβουλευτικής υποστήριξης κλπ. μέσω ίντερνετ), παράμετρος που θα μπορούσε να αξιοποιηθεί σε κάποιο βαθμό, λαμβάνοντας υπόψη τα πλεονεκτήματα και την δυνατότητα εξοικονόμησης χρόνου και μετακινήσεων –ειδικά για τις επιχειρήσεις- που παρέχει αυτή η εναλλακτική λύση.

ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ BUSSES

Το περιεχόμενο του πλαισίου της παρέμβασης των BuSSes διαμόρφωσαν οι δύο μελέτες (desk analyses) καταγραφής της υφιστάμενης κατάστασης στη διασυνοριακή περιοχή του έργου (μία για την Θράκη και μία για την Διοικητική Ενότητα του Kardzhali) και κυρίως τα Προγράμματα Δράσης που σχεδιάστηκαν στη βάση της καταγραφής των αναγκών των δύο περιοχών.

Στην ίδια λογική αντίστοιχα σημαντικά είναι και τα ευρήματα των δύο τοπικών ερευνών στις επιχειρήσεις της διασυνοριακής περιοχής του έργου, όπου καταγράφονται τα προβλήματα και οι ανάγκες από την σκοπιά των επιχειρήσεων των ίδιων.

Οι δύο αυτές διαφορετικές προσεγγίσεις, καταρχήν από πλευράς αντικειμενικών δυνατοτήτων και δυναμικού της περιοχής του έργου και κατά δεύτερον από πλευράς των αναγκών και των εκτιμήσεων των επιχειρήσεων διαμορφώνουν και το πλαίσιο των παρεμβάσεων των BuSSes.

Στη βάση έτσι των παραπάνω παρατίθενται στη συνέχεια τα πορίσματα των δύο δράσεων του MarCh που προσδιορίζουν και το φάσμα των αναγκών παρέμβασης τόσο για την ανάπτυξη της περιοχής ενεργοποίησης των BuSSes όσο και για την ενίσχυση των επιχειρήσεων της.

A. Το Action Plan για την περιοχή της Θράκης

Η μελέτη της υφιστάμενης κατάστασης για την Θράκη αναδεικνύει το φυσικό περιβάλλον της περιοχής ως το βασικό πλεονέκτημα της.

Στη βάση του πλεονεκτήματος αυτού της περιοχής εντοπίζονται δύο κυρίως τομείς με αναπτυξιακό δυναμικό: ο αγροδιατροφικός τομέας και ο τουρισμός.

Στην παραπάνω λογική, και έχοντας καταγράψει προβλήματα και αδυναμίες στην περιοχή, στην προοπτική της αξιοποίησης του πλεονεκτήματος της, διαμορφώνεται στη συνέχεια το Σχέδιο Δράσης (Action Plan) διαρθρωμένο σε επιχειρησιακούς στόχους, όπως αυτό παρατίθεται συνοπτικά στη συνέχεια.

Σύνοψη Προτεινομένων Παρεμβάσεων στα Πλαίσια του Σχεδίου Δράσης

Το Σχέδιο Δράσης διαρθρώνεται σε 5 Επιχειρησιακούς Στόχους με το εξής περιεχόμενο:

- 1. Επιχειρησιακός Στόχος 1: Συνειδητοποίηση – Ευαισθητοποίηση στα Τοπικά Προϊόντα και στους Τοπικούς Πόρους που μπορούν δυνητικά να αξιοποιηθούν**

1.1 Τα Τοπικά Προϊόντα - Ο Αγροδιατροφικός Τομέας

- 1.1.1 Ενέργειες ευαισθητοποίησης για την συνειδητοποίηση από τον πληθυσμό των ιδιαίτερων περιβαλλοντικών πόρων της περιοχής και του τρόπου που θα πρέπει να αξιοποιηθούν στην παραγωγή των τοπικών προϊόντων
- 1.1.2 Συγκέντρωση μελετών επίσημων φορέων σχετικών με προτάσεις ανάπτυξης καλλιεργειών, κτηνοτροφίας, προϊόντων που συνδέονται με την βιοποικιλότητα και την ταυτότητα της περιοχής στην Θράκη – Δημιουργία Βάσης Δεδομένων Open Source
- 1.1.3 Επιλογή προτάσεων (από τις παραπάνω) σε συνεργασία με ειδικούς του τομέα για την εν δυνάμει ανάπτυξη παραγωγικών παρεμβάσεων
- 1.1.4 Διοργάνωση συναντήσεων μεταξύ παραγωγών και επιχειρήσεων για μια πρώτη διερεύνηση του ενδιαφέροντος
- 1.1.5 Ενέργειες διάδοσης σε αγρότες, νέους αγρότες, επιχειρήσεις, τοπικούς φορείς κλπ.

1.2 Οι Τοπικοί πόροι – τουρισμός

- 1.2.1 Ενέργειες ευαισθητοποίησης και τοπογνωσίας για την συνειδητοποίηση από τον πληθυσμό των μοναδικών περιβαλλοντικών & πολιτιστικών πόρων της περιοχής και του τρόπου που μπορούν να αναδειχθούν, πχ με την προώθηση εναλλακτικού ή θεματικού τουρισμού
- 1.2.2 Διοργάνωση συναντήσεων με τοπικούς φορείς και επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα για την διερεύνηση προτάσεων ανάπτυξης εναλλακτικού ή θεματικού τουρισμού σε συγκεκριμένες περιοχές
- 1.2.3 Επιλογή συγκεκριμένων περιοχών & διοργάνωση συναντήσεων με τους τοπικούς φορείς και επιχειρήσεις για την καταρχήν συναίνεσή τους.

2. Επιχειρησιακός Στόχος 2: Παρεμβάσεις για την Προσαρμογή των Τοπικών Πόρων – Προϊόντων στις Απαιτήσεις της Αγοράς & Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας

2.1 Τα Τοπικά Προϊόντα - Ο Αγροδιατροφικός Τομέας

- 2.1.1 Οργάνωση σεμιναρίων για αγρότες για τις νέες απαιτήσεις της ΚΑΠ κλπ.
- 2.1.2 Ανάπτυξη ποιοτικής γεωργίας και κτηνοτροφίας με διασύνδεση του πρωτογενούς τομέα με το επιστημονικό και ερευνητικό προσωπικό, πχ του ΔΠΘ, αλλά και άλλων ερευνητικών ιδρυμάτων
- 2.1.3 Επιλογή τοπικών προϊόντων και προετοιμασία φακέλων πιστοποίησης ΠΟΠ, ΠΓΕ κλπ.
- 2.1.4 Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ αγροτών και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα (για απαιτήσεις στα προϊόντα σύμφωνα με το νέο πλαίσιο- Προώθηση νέων αντιλήψεων για την «Πράσινη» επιχειρηματικότητα)
- 2.1.5 Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ ερευνητικών φορέων και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για καινοτομίες, νέες τεχνολογίες,

σχετικά με την αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και την αύξηση της προστιθέμενης αξίας τους

- 2.1.6 Αξιοποίηση των υποδομών και πρωτοβουλιών που έχουν δημιουργηθεί στην περιοχή (ThinC Thrace incubator, Μνημόνιο Συνεργασίας ΔΠΘ - ΣΕΒ κλπ.)
- 2.1.7 Διάδοση των αποτελεσμάτων των εργαστηρίων, Διάδοση καλών πρακτικών καινοτόμων επιχειρήσεων της Θράκης
- 2.1.8 Ανάπτυξη πρωτοκόλλων πιστοποίησης για συγκεκριμένα προϊόντα, ως Θρακικών - φιλικών προς το περιβάλλον - αγροδιατροφικών προϊόντων
- 2.1.9 Δημιουργία καταλόγου δεξιοτήτων και ικανοτήτων που απαιτούνται για την οικοδόμηση βιώσιμης γεωργίας, για την «Πράσινη» επιχειρηματικότητα, για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, για την κυκλική οικονομία
- 2.1.10 Σεμινάρια κατάρτισης στο προσωπικό των επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα.

2.2 Οι Τοπικοί πόροι – τουρισμός

- 2.2.1 Διοργάνωση συναντήσεων με τοπικούς φορείς και επιχειρήσεις για τον προσδιορισμό – σχεδιασμό της διαδρομής και τις ήπιες υποδομές που θα απαιτηθούν
- 2.2.2 Κινητοποίηση των τοπικών φορέων, επιχειρήσεων για να αναλάβουν να υλοποιήσουν τις ήπιες παρεμβάσεις ή και δραστηριότητες σύμφωνα με σχετικές προδιαγραφές και κανόνες ασφαλείας
- 2.2.3 Ενέργειες κατάρτισης τοπικών «ξεναγών» που θα μπορούν να εξυπηρετούν τους επισκέπτες στην ανακάλυψη της διαδρομής.

3. Επιχειρησιακός Στόχος 3: Συνεργασίες

3.1 Τα Τοπικά Προϊόντα - Ο Αγροδιατροφικός Τομέας

- 3.1.1 Διοργάνωση ημερίδων για τα οφέλη των παραγωγών μελών σε μία Οργάνωση/Ομάδα Παραγωγών
- 3.1.2 Διοργάνωση συναντήσεων μεταξύ μεταποιητικών και εμπορικών επιχειρήσεων και αγροτών για την ανάπτυξη συμβολαιακής γεωργίας και κτηνοτροφίας. Οι μεταποιητικές επιχειρήσεις έχοντας γνώση της αγοράς μπορούν να δείξουν τον δρόμο στους αγρότες της περιοχής για παραγωγή ανταγωνιστικών προϊόντων που μπορούν να διατεθούν με αξιώσεις στις αγορές και να τους δίνουν ικανοποιητικό εισόδημα.

- 3.1.3 Αξιοποίηση του Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ ΔΠΘ και ΣΕΒ (που υπογράφηκε τον Φεβρ. 2022), που περιλαμβάνει μεταξύ των άλλων και: «Διασύνδεση με τη Βιομηχανία», «Διασύνδεση με την έρευνα».
- 3.1.4 Δράσεις ευαισθητοποίησης των τοπικών επιχειρήσεων της Θράκης ώστε να προωθούν τα τοπικά προϊόντα (δράσεις γνωριμίας τοπικών παραγωγών και επιχειρήσεων της εστίασης, του εμπορίου κλπ)
- 3.1.5 Δημιουργία κοινών ψηφιακών εργαλείων, όπως πχ για την Αγορά Εργασίας στην Θράκη, με δεδομένα για την προσφορά και ζήτηση δεξιοτήτων στην αγορά εργασίας, σε τοπικό επίπεδο κλπ.

3.2 Οι Τοπικοί πόροι – τουρισμός

- 3.2.1 Ευαισθητοποίηση - Κινητοποίηση του τοπικού πληθυσμού στην από κοινού εκπόνηση Συμφώνου/ων Ποιότητας – Συλλογή Προτάσεων σε επιλεγμένες περιοχές
- 3.2.2 Σύνταξη Συμφώνου/ων Ποιότητας με τις απαραίτητες προδιαγραφές και απαιτήσεις της θεματικής τουριστικής δραστηριότητας
- 3.2.3 Λειτουργία του Συμφώνου/ων Ποιότητας – Προσαρμογή των συντελεστών στις προδιαγραφές και απαιτήσεις του Συμφώνου

4. Επιχειρησιακός Στόχος 4: Παρεμβάσεις για την Προώθηση των Τοπικών Πόρων – Προϊόντων

- 4.1 Δημιουργία (ενιαίου) brand name τόσο για την περιοχή όσο και για τα προϊόντα της (μετά από ενέργειες διαβούλευσης και στη βάση του συγκριτικού της πλεονεκτήματος)
- 4.2 Διοργάνωση ημερίδων για την διάδοση και υιοθέτηση του brand name
- 4.3 Εκπόνηση Marketing Plan
 - ο για την προώθηση της περιοχής ως προορισμού
 - ο για τα συγκεκριμένα προϊόντα που έχουν επιλεγεί
- 4.4 Ειδικές έρευνες αγοράς για επιλεγμένα προϊόντα σε συγκεκριμένες χώρες
- 4.5 Ενέργειες διάδοσης των αποτελεσμάτων του Marketing Plan και των ερευνών
- 4.6 Διοργάνωση συναντήσεων με τους εμπλεκόμενους φορείς και επιχειρήσεις για τα αποτελέσματα των ερευνών αγοράς σε συγκεκριμένα προϊόντα.
- 4.7 Ενεργός συμμετοχή τοπικών φορέων και επιχειρήσεων στην Αγροδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.

5. Επιχειρησιακός Στόχος 5: Ενδυνάμωση των Τοπικών Συλλογικών Φορέων Επιχειρηματικότητας

5.1 Δημιουργία Υποδομής

- 5.1.1 Στελέχωση των τοπικών συλλογικών φορέων
- 5.1.2 Ανάπτυξη ψηφιακής υποδομής

5.2 Ενδυνάμωση Επιχειρήσεων

- 5.2.1 Καταγραφή αναγκών – προβλημάτων
- 5.2.2 Ενημέρωση - Υποστήριξη
- 5.2.3 Εκπαίδευση Ανθρώπινου Δυναμικού

5.3 Εξωστρέφεια

- 5.3.1 Δικτύωση
- 5.3.2 Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών.

B. Τα Συμπεράσματα της Έρευνας στις Επιχειρήσεις

Συμπληρωματικά προς την μελέτη της υφιστάμενης κατάστασης (Desk Analysis) το έργο MarCh διεξήγαγε έρευνες προς τις επιχειρήσεις της περιοχής παρέμβασης, ώστε να καταγραφούν ανάγκες και προτάσεις από πλευράς των επιχειρήσεων των ίδιων.

Η έρευνα στην Θράκη αφορά 107 επιχειρήσεις της μεταποίησης στον αγροδιατροφικό τομέα. Η έρευνα ήταν random (τυχαία), ωστόσο τα συμπεράσματα της είναι ιδιαίτερα ενδιαφέροντα και ενδεικτικά για την κατάσταση που επικρατεί στην περιοχή και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις.

Τα συμπεράσματα της έρευνας για την Θράκη ακολουθούν στη συνέχεια.

ΔΥΝΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Δυνατά Σημεία

Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, **ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις του Αγροδιατροφικού τομέα του δείγματος της Θράκης, προμηθεύτηκαν μεγάλο ποσοστό των κύριων πρώτων υλών (>50%) που χρησιμοποίησαν το προηγούμενο έτος (2022) από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.**

Οι επιχειρήσεις του τομέα της «Ποτοποιίας» προμηθεύονται στην πλειοψηφία τους πρώτες ύλες κύρια από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΑΜΘ). Μάλιστα, υψηλό ποσοστό των επιχειρήσεων αυτών ανέφερε ότι το 75%-100% των πρώτων υλών που χρησιμοποίησε το 2022, προερχόταν από την ΑΜΘ.

Οι επιχειρήσεις του τομέα «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων» επίσης προμηθεύονται στην πλειοψηφία τους πρώτες ύλες (άνω του 50% των πρώτων υλών τους) κύρια από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΑΜΘ).

Οι επιχειρήσεις των υπόλοιπων τομέων, σε υψηλά ποσοστά προμηθεύονται επίσης πρώτες ύλες (άνω του 50% των πρώτων υλών τους) από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΑΜΘ). Επίσης το 40% των επιχειρήσεων του τομέα «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», προμηθεύονται πρώτες ύλες (και μάλιστα το 75%-100% των πρώτων υλών τους) από την ΑΜΘ.

Η προμήθεια τοπικών πρώτων υλών αποτελεί δυνατό σημείο των επιχειρήσεων της περιοχής, αφενός γιατί συμβάλλει στην τοπική οικονομία, αφετέρου γιατί δημιουργεί την προοπτική της παραγωγής προϊόντων διακριτών από αυτά άλλων περιοχών – προϊόντων με τοπικά χαρακτηριστικά και με εν δυνάμει δυνατότητα διαφοροποίησης στην αγορά.

Επίσης σημαντική είναι για τις επιχειρήσεις **η εφαρμογή νέων σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. συμβολαιακή γεωργία)** που εφαρμόζεται στην περιοχή της Θράκης από το 52,5% των επιχειρήσεων του δείγματος της έρευνας (που αποτελεί υψηλό ποσοστό).

Από την συσχέτιση των κλάδων δραστηριότητας των επιχειρήσεων με την εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. συμβολαιακή γεωργία), προέκυψε ότι πολύ μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων (άνω του 83%) του τομέα «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων» εφαρμόζει αυτές τις μεθόδους. Επίσης πολλοί από τους υπόλοιπους κλάδους του αγροδιατροφικού τομέα της Θράκης, εφαρμόζουν τέτοιες μεθόδους σε ποσοστό 50% των επιχειρήσεών τους.

Η εφαρμογή νέων σύγχρονων μεθόδων προμήθειας πρώτων υλών (π.χ. συμβολαιακή γεωργία) αποτελεί δυνατό σημείο για τις επιχειρήσεις της περιοχής, δεδομένου ότι αφενός διασφαλίζει σταθερή ροή των πρώτων υλών για την επιχείρηση και εξασφαλίζει την ζητούμενη από αυτήν ποιότητα, αφετέρου διότι συμβάλλει στην **στήριξη των αγροτών και συνεπώς και των τοπικών κοινωνιών.**

Στην πλειονότητα των επιχειρήσεων (61,8%) του δείγματος, **ο συνολικός τζίρος τους παρουσίασε αύξηση** την τελευταία τριετία ή παρέμεινε στα ίδια επίπεδα (27,0%).

Το 91,7% των επιχειρήσεων του κλάδου «Παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων» παρουσίασε αύξηση του τζίρου κατά την τελευταία τριετία, ενώ για το υπόλοιπο 8,3% των επιχειρήσεων ο τζίρος ήταν στα ίδια επίπεδα.

Το 65% των επιχειρήσεων του κλάδου «Επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος» παρουσίασε επίσης αύξηση του τζίρου κατά την τελευταία τριετία ενώ, για το υπόλοιπο 36% των επιχειρήσεων ο τζίρος ήταν στα ίδια επίπεδα.

Η αύξηση του κύκλου εργασιών κατά την τελευταία τριετία των επιχειρήσεων του δείγματος αποτελεί δυνατό σημείο για τις επιχειρήσεις της περιοχής αναδεικνύοντας την σημασία και τις προοπτικές του αγροδιατροφικού τομέα της Θράκης και ιδιαίτερα του κλάδου των προϊόντων ζωϊκής προέλευσης.

Παρόλο το γεγονός ότι μόνο μικρό ποσοστό των προϊόντων των επιχειρήσεων προωθείται στην αγορά της Ευρώπης (ΕΕ) ή στην διεθνή αγορά, και αυτό αποτελεί αδύνατο στοιχείο των τοπικών επιχειρήσεων, εντούτοις, ενδιαφέρον προκύπτει για τον **κλάδο «Παραγωγής Γαλακτοκομικών Προϊόντων»** όπου **μικρό μεν ποσοστό των επιχειρήσεων του (20%), προωθούν ωστόσο το 75%-100% των προϊόντων τους στην εν λόγω –απαιτητική- αγορά. Επίσης σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων (50%) του τομέα «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», προωθούν το 25%-75% των προϊόντων τους στην αγορά της ΕΕ.** Το ίδιο ισχύει και για ποσοστό 25% των επιχειρήσεων του τομέα της ποτοποιίας.

Η προώθηση των τοπικών προϊόντων στην ευρωπαϊκή αγορά ορισμένων επιχειρηματικών κλάδων αποτελεί δυνατό σημείο για τις επιχειρήσεις της περιοχής αναδεικνύοντας τις δυνατότητές τους στην προώθηση των προϊόντων τους σε απαιτητικές αγορές του εξωτερικού.

Τόσο η **βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών όσο και η ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών** αποτελούν σημαντικούς τομείς ενδιαφέροντος για την προώθηση καινοτομίας από τις επιχειρήσεις του δείγματος. Ακολουθούν, η βελτίωση του τρόπου προώθησης και διάθεσης των προϊόντων, η βελτίωση του τρόπου οργάνωσης της επιχείρησης, η βελτίωση του τρόπου επικοινωνίας της επιχείρησης με τους προμηθευτές ή τους πελάτες, και η υποστήριξη για τις νέες τάσεις και τις ευκαιρίες στην αγορά.

Το σημαντικό ενδιαφέρον των τοπικών επιχειρήσεων για την βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών και για την ανάπτυξη νέων προϊόντων/υπηρεσιών αποτελεί δυνατό σημείο για τις επιχειρήσεις της περιοχής που μπορεί να τις ωθήσει στην ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους.

Σχεδόν το σύνολο των ερωτηθέντων επιχειρήσεων θεωρεί την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων που παράγει, ως το δυνατό σημείο της επιχείρησης.

Είναι σίγουρα δυνατό στοιχείο των επιχειρήσεων της Θράκης να παράγουν εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα, ωστόσο, επειδή πρόκειται για την υποκειμενική άποψη των παραγωγών και όχι των καταναλωτών, ενέργειες πιστοποίησης των παραγόμενων

προϊόντων (π.χ. παραγόμενα με πρώτες ύλες από προϊόντα ΠΓΕ, ή ΠΟΠ κλπ.) θα διασφάλιζαν αντικειμενικά αυτήν την άποψη.

Αδύνατα Σημεία

Μικρό ποσοστό προϊόντων (το 0-25%) των επιχειρήσεων προωθείται στην αγορά της Ευρώπης (ΕΕ) ή στην παγκόσμια αγορά.

Το πρόβλημα των περιορισμένων εξαγωγών των επιχειρήσεων της περιοχής αποτελεί αδύνατο σημείο τους δείχνοντας τον χαμηλό βαθμό εξωστρέφειάς τους.

Οι επιχειρήσεις για την ανάπτυξη της εξωστρέφειάς τους, θα πρέπει να εδραιώσουν μια εξαγωγική κουλτούρα, θέτοντας σχετικούς στόχους, να προσαρμόσουν τα προϊόντα τους στις ανάγκες της κάθε αγοράς, να αποκτήσουν εξειδικευμένα στελέχη καθώς και κατάλληλη οργανωτική δομή.

Σημαντικό ποσοστό (64%), αλλά όχι επαρκές (δεδομένης της διεύρυνσης της χρήσης του διαδικτύου σήμερα), των επιχειρήσεων του δείγματος της Θράκης έχει δημιουργήσει και διατηρεί διαδικτυακό τόπο. **Η δυνατότητα ηλεκτρονικών παραγγελιών, ωστόσο, αφορά μικρό μόνο ποσοστό των διαθέσιμων ιστοτόπων (22,0%) των επιχειρήσεων.**

Η πολύ περιορισμένη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί αδύνατο σημείο των επιχειρήσεων της περιοχής περιορίζοντας με τον τρόπο αυτό την μεγέθυνση τους, ιδιαίτερα λαμβάνοντας υπόψη το απομακρυσμένο της περιοχής εγκατάστασης τους.

Η επένδυση στην δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος με την δυνατότητα ηλεκτρονικών παραγγελιών αποτελεί σήμερα χαμηλού κόστους και υψηλού οφέλους επένδυση που θα έπρεπε να υιοθετήσει το 100% των επιχειρήσεων της περιοχής.

Αναφέρθηκε παραπάνω, στα δυνατά σημεία των επιχειρήσεων, ότι στην πλειονότητα των επιχειρήσεων (61,8%) του δείγματος, **ο συνολικός τζίρος τους παρουσίασε αύξηση** την τελευταία τριετία ή παρέμεινε στα ίδια επίπεδα (27,0%). Από την ανάλυση των κλάδων δραστηριότητας προέκυψε ότι η αύξηση του τζίρου αφορά κύρια τις επιχειρήσεις προϊόντων ζωϊκής προέλευσης (γαλακτοκομικών προϊόντων και επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και παραγωγής προϊόντων κρέατος). Ωστόσο ο κλάδος **«Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών» φαίνεται να παρουσιάζει προβλήματα, με μόνο το 20% των επιχειρήσεων να παρουσιάζουν ανοδικό τζίρο, 40% στα ίδια επίπεδα αλλά και 40% των επιχειρήσεων να είναι σε καθοδικό τζίρο.**

Ο κλάδος επιχειρήσεων «Παραγωγής φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών», «Φυτικής και ζωικής παραγωγής, θήρας και συναφών δραστηριοτήτων» και «Ποτοποιίας» θα πρέπει να αναζητήσει τις αιτίες καθοδικού τζίρου που παρουσιάζουν οι επιχειρήσεις του την τελευταία τριετία, μέσα από την αναζήτηση συμβουλευτικής υποστήριξης.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων θεώρησε την υλοποίηση επενδύσεων ως βασικό τρόπο ανάπτυξης καινοτόμων προϊόντων ή δράσεων ή λειτουργιών και προέβη σε σχετικές επενδύσεις, αρκετά σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων αναζήτησε συνεργασία με σύμβουλο ή ερευνητικό φορέα και μικρότερο ποσοστό επιχειρήσεων συμμετείχε σε προγράμματα

έρευνας και καινοτομίας. Τα παραπάνω δείχνουν τις επιχειρήσεις της περιοχής να προωθούν την καινοτομία, ωστόσο, **το υψηλό επίπεδο καινοτομίας αξιολογήθηκε ως δυνατό σημείο από πολύ λίγες επιχειρήσεις του δείγματος.**

Επίσης, από την συσχέτιση της νομικής μορφής των επιχειρήσεων και των ενεργειών στις οποίες προέβησαν για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, ή δράσεων, ή λειτουργιών, προέκυψε η **μικρότερη συμμετοχή των ατομικών επιχειρήσεων σε δράσεις – ενέργειες για την ανάπτυξη καινοτομίας σε σχέση με τις επιχειρήσεις εταιρικής μορφής.**

Η έλλειψη καινοτομίας αποτελεί αδύνατο σημείο των επιχειρήσεων της περιοχής περιορίζοντας με τον τρόπο αυτό την ανταγωνιστικότητά τους. Ιδιαίτερα οι μικρές επιχειρήσεις, χωρίς την υιοθέτηση καινοτόμων διαδικασιών ή προϊόντων θα δυσκολευτούν να αναπτυχθούν στην σημερινή αγορά.

Η προώθηση αιτήματος σε κλαδικό φορέα για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, ή δράσεων, ή λειτουργιών παρουσιάζει χαμηλό ενδιαφέρον από τις επιχειρήσεις όλων των κλάδων. Πολύ μικρό ποσοστό επιχειρήσεων προέβη στην προώθηση σχετικού αιτήματος σε κλαδικό φορέα.

Οι τοπικοί Συλλογικοί Φορείς υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, θα μπορούσαν να συμβάλουν σημαντικά στα θέματα προώθησης της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας στις τοπικές επιχειρήσεις π.χ. με την διοργάνωση επιστημονικών εργαστηρίων (workshops) ανά κλάδο δραστηριότητας, την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, την εκπαίδευση προσωπικού, την διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών κλπ. και με τον τρόπο αυτό να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων μελών τους.

Στον τρόπο εύρεσης προσωπικού κυριαρχούν οι συστάσεις μέσω φίλων - γνωστών - άλλων επιχειρήσεων σε πολύ μεγάλο ποσοστό.

Σε μικρό ποσοστό η εύρεση προσωπικού γίνεται από αγγελίες στα κοινωνικά δίκτυα.

Πολύ χαμηλά είναι τα ποσοστά εύρεσης προσωπικού μέσω ΔΥΠΑ και μέσω αγγελιών σε ΜΜΕ.

Στον τρόπο εύρεσης εξωτερικών συνεργατών κυριαρχούν επίσης οι συστάσεις γνωστών.

Αποτελεί αδύνατο σημείο για την επιχειρηματικότητα της περιοχής, το γεγονός ότι η εύρεση προσωπικού ή συνεργατών να επιτυγχάνεται κύρια μέσω γνωστών και φίλων. Και εδώ, η συμβολή των τοπικών Συλλογικών Φορέων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας θα μπορούσε να είναι καταλυτική π.χ. με την δημιουργία σχετικής πλατφόρμας προσφοράς και ζήτησης εργασίας κλπ.

Υψηλό ποσοστό επιχειρήσεων, πάνω από 1 στις 2 δήλωσαν ότι δυσκολεύονται ιδιαίτερα στην εύρεση κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού. Επιπλέον, σημαντικό ποσοστό έχει εντοπίσει δυσκολίες στην προώθηση της εξαγωγικής δραστηριότητας, αλλά και δυσκολίες στο μάρκετινγκ, στην παραγωγική διαδικασία, στην έλλειψη οργανωμένου δικτύου διανομής και αδυναμία πρόσβασης σε πηγές καινοτομίας.

Η δυσκολία εύρεσης κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί πολύ σημαντικό πρόβλημα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην περιοχή. Πρόκειται για σύνθετο

πρόβλημα στο οποίο μπορούν μεν να συμβάλουν ενέργειες των τοπικών Συλλογικών Φορέων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, όπως αναφέρθηκε και προηγούμενα, πχ με την δημιουργία ψηφιακής πλατφόρμας προσφοράς και ζήτησης εργασίας, ωστόσο απαιτούνται και κλαδικές έρευνες εντοπισμού των αναγκών σε ειδικότητες και προώθησης στην συνέχεια ενεργειών για την κατάρτιση και εξεύρεση προσωπικού των σχετικών ειδικοτήτων.

Από το σύνολο των επιχειρήσεων, **μόνο οι μισές δήλωσαν ότι το προσωπικό τους συμμετείχε σε προγράμματα κατάρτισης τα τελευταία 2 έτη, ενώ περίπου το 1/3 των επιχειρήσεων εξέφρασε το αίτημα για διοργάνωση σχετικών επιμορφωτικών δράσεων.**

Αποτελεί αδύνατο σημείο των επιχειρήσεων, οι μισές από αυτές να μην έχουν διοργανώσει σεμινάριο κατάρτισης (ή να μην έχει συμμετάσχει το προσωπικό τους σε σεμινάριο που διοργανώθηκε στην περιοχή από άλλους φορείς) τα τελευταία 2 έτη για το προσωπικό τους. Η συνεχής και πολύ γρήγορη εξέλιξη της τεχνολογίας απαιτεί συνεχή κατάρτιση του προσωπικού. Και στο σημείο αυτό μπορούν να συμβάλουν ουσιαστικά οι τοπικοί Συλλογικοί Φορείς.

Επιπλέον, **σημαντικό ποσοστό έχει εντοπίσει δυσκολίες στην προώθηση της εξαγωγικής δραστηριότητας, αλλά και δυσκολίες στο μάρκετινγκ**, στην παραγωγική διαδικασία, στην έλλειψη οργανωμένου δικτύου διανομής

Σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων αναφέρθηκαν στην ανάγκη υποστήριξης της επιχειρηματικότητας από τοπικούς φορείς σε θέματα βελτίωσης των όρων τραπεζικής χρηματοδότησης, όπως και στην διοργάνωση επιχειρηματικών συναντήσεων (B2B). Επίσης σε θέματα συνεργασίας με εξειδικευμένους συμβούλους και με ερευνητικούς φορείς και στη διοργάνωση αποστολών στο εξωτερικό.

Αδύνατο σημείο των επιχειρήσεων αποτελούν και οι δυσκολίες στην προώθηση της εξαγωγικής δραστηριότητας, στο μάρκετινγκ, πεδία επίσης που θα μπορούσαν να υποστηριχθούν από ενέργειες των τοπικών συλλογικών φορέων.

ΣΥΝΘΕΣΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΔΥΝΗΤΙΚΟΥΣ ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΩΝ BuSSes

Γενικά

Το Πρόγραμμα Δράσης (Action Plan) που εκπονήθηκε για την περιοχή της Θράκης (Del. 3.1.2) εστιάζει σε δύο οικονομικούς τομείς, στους οποίους εκτιμάται ότι υπάρχει αναπτυξιακή δυναμική στην περιοχή της Θράκης, την αγροδιατροφή και τον τουρισμό.

Η εστίαση στους δύο αυτούς τομείς βασίζεται στην διαπίστωση της ύπαρξης ενός ιδιαίτερου φυσικού περιβάλλοντος, και της δυνατότητας παραγωγής προϊόντων υψηλής ποιότητας, όπως και της δυνατότητας ανάπτυξης τουριστικής δραστηριότητας γύρω από τους διαθέσιμους φυσικούς πόρους.

Δεδομένου ότι η ΟΕΕ Θράκης δεν απευθύνεται στις τουριστικές επιχειρήσεις, η πιλοτική λειτουργία των BuSSes, κατά την διάρκεια του MarCh, επικεντρώθηκε στις επιχειρήσεις της αγροδιατροφής με κύριο βάρος την αγροδιατροφική μεταποίηση.

Σ' ότι αφορά την έρευνα προς τις επιχειρήσεις η οποία διεξήχθη στα πλαίσια του έργου, θα πρέπει να αναφερθεί ότι και αυτές οι επιχειρήσεις αφορούν επίσης στην αγροδιατροφική μεταποίηση, ωστόσο το δείγμα των επιχειρήσεων ήταν τυχαίο, εξαρτώμενο σε μεγάλο βαθμό από την δυνατότητα/ προθυμία των επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στις ανάγκες της έρευνας.

Η Σύνοψη των Συμπερασμάτων από τις δύο Παρεμβάσεις

Στη συνέχεια παρουσιάζονται συνοπτικά τα συμπεράσματα των δύο δράσεων του έργου, όπου τον κορμό αποτελεί το Πρόγραμμα Δράσης (Action Plan), συμπληρούμενο από τα ευρήματα της έρευνας.

Με βάση έτσι το Πρόγραμμα Δράσης, όπως αυτό διαρθρώνεται σε 5 άξονες παρέμβασης (Επιχειρησιακούς Στόχους), η σύνοψη των συμπερασμάτων έχει ως εξής:

- 1. Επιχειρησιακός Στόχος 1:** Συνειδητοποίηση – Ευαισθητοποίηση στα Τοπικά Προϊόντα και στους Τοπικούς Πόρους που μπορούν δυναμικά να αξιοποιηθούν
 - Βαρύτητα δίνεται εδώ στην συνειδητή και συστηματική αξιοποίηση του πλεονεκτήματος της περιοχής, του φυσικού περιβάλλοντος, και στην προώθηση της οικονομικής δραστηριότητας γύρω από αυτό, με την παραγωγή προϊόντων αγροδιατροφής υψηλής ποιότητας και τον εμπλουτισμό της υπάρχουσας γνωσιακής βάσης. Σημαντικό είναι ότι κρίνεται ότι το πλεονέκτημα της περιοχής ενισχύεται στα πλαίσια της νέας Κοινής Αγροτικής Πολιτικής για την οποία ωστόσο θα πρέπει να γίνει εκτενής ενημέρωση των παραγωγών και των επιχειρήσεων.

- Το πλεονέκτημα της περιοχής αφορά εξίσου και τον τουριστικό τομέα, για τον οποίο θα πρέπει να διαμορφωθεί μια στρατηγική με ιεραρχημένες χωρικά και θεματικά παρεμβάσεις .
- Η έρευνα αναδεικνύει ως δυναμικούς κλάδους την παραγωγή των γαλακτοκομικών προϊόντων και της επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος και κρεατοσκευασμάτων, οι οποίοι αντλούν σε σημαντικό βαθμό τις πρώτες ύλες τους από την περιοχή, ενώ παρουσιάζουν και θετική εξέλιξη στα οικονομικά τους μεγέθη.

2. Επιχειρησιακός Στόχος 2: Παρεμβάσεις για την Προσαρμογή των Τοπικών Πόρων – Προϊόντων στις Απαιτήσεις της Αγοράς & Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας

- Σημαντική υστέρηση στην εξαγωγική δραστηριότητα της περιοχής παρουσιάζεται σχεδόν συνολικά, για την αντιμετώπιση της οποίας προτείνεται η ευρεία ενημέρωση των παραγωγών σχετικά με τις απαιτήσεις προσαρμογής των προϊόντων τους στις απαιτήσεις των αγορών και της «Πράσινης Επιχειρηματικότητας», την πιστοποίηση των προϊόντων τους στη βάση των σχετικών προτύπων ποιότητας, την ενημέρωση τους στις απαιτούμενες διαδικασίες, την προώθηση συνεργασιών με ειδικούς για την εισαγωγή καινοτομιών και την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας τους και την κατάλληλη κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού.
- Σημαντική επίσης η ψηφιακή υστέρηση των επιχειρήσεων σε σχέση με την προβολή τους, αλλά και την αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

3. Επιχειρησιακός Στόχος 3: Συνεργασίες

- Η συστηματική προώθηση της συνεργασίας μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων για την υπέρβαση των διαρθρωτικών προβλημάτων εκμεταλλεύσεων και επιχειρήσεων κρίνεται σημαντική τόσο για την διασφάλιση της ποιότητας όσο και για την δημιουργία οικονομιών κλίμακος και την αντιμετώπιση των προκλήσεων του τομέα.
- Στην ίδια λογική κρίνεται σημαντική και η προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και φορέων καινοτομίας, αφενός για την βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών στις επιχειρήσεις και αφετέρου για την εισαγωγή καινοτομιών.
- Η από κοινού αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων, όπως αυτών που αναπτύσσει το MarCh (αγορά εργασίας, πλατφόρμα προβολής επιχειρήσεων, πλατφόρμα αναζήτησης συνεργατών) μπορεί να δώσει απάντηση σε προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τοπικές επιχειρήσεις.
- Η διακλαδική συνεργασία (πχ αγροδιατροφή με τουρισμό) και η έμφαση στην αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων θα ενισχύσει τις πωλήσεις των τοπικών επιχειρήσεων και παραγωγών. Η εισαγωγή ενός (ή περισσότερων) τοπικού συμφώνου ποιότητας θα συμβάλει στην θεσμοθέτηση της διακλαδικής συνεργασίας.
- Η διασυννοριακή συνεργασία μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων για την κάλυψη αναγκών και την διεύρυνση αγορών αποτελεί πλεονέκτημα της περιοχής που θα πρέπει να αξιοποιηθεί συστηματικά με δράσεις επιχειρηματικών αποστολών και προώθηση συνεργασιών B2B.

4. Επιχειρησιακός Στόχος 4: Παρεμβάσεις για την Προώθηση των Τοπικών Πόρων – Προϊόντων

- Η δημιουργία τοπικού brand και η προώθηση του στις επιχειρήσεις και τους παραγωγούς θα συμβάλει στην αναγνωρισιμότητα των προϊόντων και την ενίσχυση των πωλήσεων.
- Η διεξαγωγή ερευνών αγοράς, ιδιαίτερα για τα δυναμικά προϊόντα της περιοχής, και η εκπόνηση σχεδίων προώθησης τους σε επιλεγμένες περιοχές θα διευρύνει τις πωλήσεις των επιχειρήσεων.
- Το ίδιο ισχύει και για τον τουριστικό τομέα.

5. Επιχειρησιακός Στόχος 5: Ενδυνάμωση των Τοπικών Συλλογικών Φορέων Επιχειρηματικότητας

Κεντρική διαπίστωση του MarCh αποτελεί η ανάγκη κινητοποίησης των Τοπικών Φορέων Επιχειρηματικότητας για την κάλυψη των αναγκών των επιχειρήσεων και κατά συνέπεια και για την εφαρμογή του Action Plan.

Στη βάση του εν λόγω έργου προτείνεται η δημιουργία οργανωτικής υποδομής με κατάλληλη στελέχωση που θα είναι σε θέση να προωθήσει τις ως άνω διατυπωθείσες προτάσεις.

Η δομή αυτή, στη βάση του Action Plan, προβλέπεται να ενεργοποιηθεί και λειτουργήσει ως εξής:

- Στελέχωση με τουλάχιστον ένα επιστημονικό στέλεχος και ένα διοικητικό
- Ανάπτυξη ψηφιακής υποδομής και λειτουργία αυτής που δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του MarCh
- Υλοποίηση παρεμβάσεων για την υποστήριξη των επιχειρήσεων στην κατεύθυνση της καταγραφής προβλημάτων – αναγκών, της ενημέρωσης – υποστήριξης τους, της δικτύωσης με φορείς καινοτομίας και έρευνας και της εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού
- Ενίσχυση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων με προώθηση της δικτύωσης τους και την υλοποίηση επιχειρηματικών αποστολών.

ΚΥΡΙΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΔΙΑΠΙΣΤΩΘΗΚΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ BuSSes ΣΤΗΝ ΠΙΛΟΤΙΚΗ ΦΑΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Στελέχωση με Επιστημονικό Προσωπικό

Ένα από τα πλέον σημαντικά προβλήματα στην λειτουργία των εν λόγω Επιχειρηματικών Δομών και στην ανάληψη και υλοποίηση πρωτοβουλιών είναι η έλλειψη επιστημονικού δυναμικού.

Το πρόβλημα αυτό καλύφθηκε κατά την πιλοτική λειτουργία των BuSSes τόσο από προσωπικό που προσελήφθη με πόρους του έργου όσο και με την υλοποίηση μεγάλου αριθμού των παρεμβάσεων από τους υπόλοιπους εταίρους του MarCh.

Προφανώς η δυνατότητα αυτή δεν υφίσταται για το μέλλον, προς το παρόν τουλάχιστον, οπότε θα πρέπει να προβλεφθούν κατάλληλες λύσεις και να γίνει ο απαραίτητος σχεδιασμός των παρεμβάσεων στο Πρόγραμμα Δράσης των Δομών.

Η Δυσκολία Κινητοποίησης των Επιχειρήσεων

Εξίσου σημαντικό πρόβλημα με το προηγούμενο είναι η μικρή προθυμία των επιχειρήσεων να συμμετάσχουν ενεργά στις δράσεις του MarCh. Είτε πρόκειται για συμμετοχή στις έρευνες που διεξήχθησαν είτε πρόκειται για λήψη υπηρεσιών οι επιχειρήσεις δεν έδειξαν την αναμενόμενη προθυμία για να συμμετάσχουν σ' αυτές.

Βεβαίως, θα πρέπει να σημειωθεί ότι με την εξέλιξη του έργου και την καλύτερη γνωριμία των επιχειρήσεων με το αντικείμενο και το περιεχόμενο του υπήρξε διαφοροποίηση της στάσης της ομάδας στόχος, ωστόσο είναι μια σημαντική παράμετρος που θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στο σχεδιασμό του επιχειρηματικού σχεδίου.

Αναμφισβήτητα θα απαιτηθεί κατάλληλη επικοινωνιακή πολιτική από τη Δομή, ώστε να ανακτήσει σε σύντομο χρονικό διάστημα την εμπιστοσύνη της ομάδας στόχος και να βρουν οι δράσεις του έργου την κατάλληλη αποδοχή.

Στο πλαίσιο αυτό, σημαντική είναι επίσης και η εμπειρία του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης στη συνεργασία του με τις επιχειρήσεις, όπως μεταφέρθηκε σε σχετική εκδήλωση του έργου, όπου και ο εν λόγω φορέας στις πρώτες του επαφές με τις επιχειρήσεις αντιμετωπίζεται με επιφυλακτικότητα, αλλά όταν οι επιχειρήσεις συνειδητοποιούν τα οφέλη από την συνεργασία σε θέματα καινοτομίας, είναι αυτές που στη συνέχεια πιέζουν για περαιτέρω συνεργασίες.

Η έλλειψη συνεχούς επικοινωνίας με τους φορείς σχεδιασμού και διαχείρισης πόρων

Αν και στη λογική της προώθησης της επιχειρηματικής δράσης θα έπρεπε να υπάρχουν συνεχείς διάλογοι επικοινωνίας των φορέων της Διοίκησης/ Αυτοδιοίκησης με τις επιχειρήσεις, αυτό συμβαίνει μόνο αποσπασματικά.

Οι δυνατότητες, έτσι, αποτελεσματικότερου σχεδιασμού των παρεμβάσεων από πλευράς φορέων προγραμματισμού, και της αντίστοιχης διάθεσης των αναπτυξιακών πόρων, περιορίζονται σε αποσπασματικές επικοινωνίες των φορέων της διοίκησης με τους συλλογικούς επιχειρηματικούς φορείς, όπου ίσως κάποια προβλήματα και ανάγκες επικοινωνούνται, απέχει ωστόσο η διαδικασία αυτή πολύ από την πλήρη συνειδητοποίηση των προβλημάτων και τον σχεδιασμό παρεμβάσεων με καταλυτικό χαρακτήρα για την τοπική επιχειρηματικότητα.

Το πρόβλημα αυτό ενισχύεται τόσο από την έλλειψη μόνιμου επιστημονικού δυναμικού στους συλλογικούς φορείς, που θα μπορούσε να δημιουργήσει συστηματική επικοινωνία με τους φορείς της διοίκησης, όσο όμως και από την φύση της διοίκησης των συλλογικών φορέων, που, ως αιρετοί, και αντικαθίστανται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, αλλά, και ως ενεργοί επαγγελματίες, δεν απασχολούνται σε συνεχή βάση με τις ανάγκες των φορέων που προΐστανται.

ΟΙ ΔΥΝΗΤΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΤΩΝ BUSSES ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟ

Στα πλαίσια υλοποίησης του MarCh εντοπίστηκε πλήθος αναγκών από πλευράς των τοπικών επιχειρήσεων, όπως και μεγάλος αριθμός δυνητικών νέων παρεμβάσεων από πλευράς των BuSSes, που θα μπορούσαν να υλοποιηθούν για την καθοδήγηση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας τους.

Έχοντας περιγράψει και συνοψίσει τα κύρια συμπεράσματα από το Πρόγραμμα Δράσης και την έρευνα στις επιχειρήσεις που διεξήχθησαν στα πλαίσια του έργου MarCh, καθώς και τα σημαντικότερα προβλήματα που εμφανίστηκαν κατά την πιλοτική λειτουργία των BuSSes, παρατίθενται στη συνέχεια ενδεικτικές δράσεις που μπορούν να υλοποιηθούν στα πλαίσια των BuSSes κατά την επόμενη περίοδο.

- **Δημιουργία γνωσιακής υποδομής για την στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας**

Η έλλειψη συγκροτημένων δομών στήριξης της τοπικής επιχειρηματικότητας στερεί από τις επιχειρήσεις την δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε πληροφορίες και ευκαιρίες που θα μπορούσαν να συμβάλουν στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας τους.

Παίρνοντας υπόψη ότι ο μεγαλύτερος αριθμός των επιχειρήσεων της περιοχής αποτελείται κυρίως από ατομικές ή μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες δεν έχουν την δυνατότητα και τους πόρους για την διεξαγωγή ερευνών – μελετών για την άντληση στοιχείων σχετικά με τις δυνατότητες ανάπτυξης τους, είναι σημαντικό να υπάρχει εύκολη πρόσβαση γι' αυτές σε χρήσιμες πληροφορίες και παραδείγματα καλής πρακτικής.

Στην κατεύθυνση αυτή θα μπορούσαν να υλοποιηθούν δράσεις όπως:

 - Δημιουργία ψηφιακής open source βάσης δεδομένων για τους δυναμικούς παραγωγικούς κλάδους της περιοχής και τα προϊόντα της
 - Δημιουργία παραδειγμάτων καλής πρακτικής και δημοσιοποίηση τους.

- **Προσαρμογή στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ**

Η ψήφιση της νέας Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ) στις 2 Δεκεμβρίου του 2021 και η εφαρμογή της από την 1 Ιανουαρίου 2023 δεν αποτελεί απλά μια τροποποίηση και προσαρμογή των προηγούμενων στρατηγικών της ΕΕ για τον αγροτικό τομέα. Αφορά στην αναθεώρηση του προηγούμενου παραγωγικού μοντέλου και στην στροφή σε άλλου τύπου προϊόντα με διαφορετικούς όρους παραγωγής που να είναι τοπικά, να είναι φιλικά προς το περιβάλλον, να καταναλώνουν περιορισμένους φυσικούς πόρους, να εγγυώνται την ποιότητα και να διασφαλίζουν την υγεία των καταναλωτών.

Τα παραπάνω στοιχεία, παρά του ότι αλλάζουν σε μεγάλο βαθμό τις τρέχουσες παραγωγικές πρακτικές, εμπεριέχουν ευκαιρίες για το προφίλ της περιοχής της Θράκης, δεδομένου ότι το κύριο πλεονέκτημα της περιοχής –όπως αναφέρθηκε στην περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης- είναι ακριβώς το φυσικό της περιβάλλον και η ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων. Χρήσιμο είναι, στο πλαίσιο αυτό, όπως κατέδειξε η σχετική έρευνα στις επιχειρήσεις της περιοχής, ότι το μεγαλύτερο μέρος της τοπικής

αγροτικής μεταποίησης χρησιμοποιεί προϊόντα τα οποία προέρχονται από την περιοχή την ίδια.

Παρόλ' αυτά, ωστόσο, η συνειδητοποίηση των πλεονεκτημάτων και η αξιοποίηση των ευκαιριών που εμπεριέχονται στην νέα ΚΑΠ, απαιτούν τουλάχιστον καλή ενημέρωση (και καθοδήγηση) των παραγωγών στις διάφορες παραμέτρους της, ώστε να αποφευχθούν οι μεγάλοι χρόνοι προσαρμογής στην εν λόγω πολιτική και να περιοριστούν τα προβλήματα που συνδέονται μ' αυτό.

Προς τον σκοπό αυτό οι Δομές Στήριξης της Επιχειρηματικότητας θα μπορούσαν να αναλάβουν ενδεικτικά δράσεις, όπως:

- Διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων για τις επιχειρήσεις γύρω από την νέα ΚΑΠ, τις απαιτήσεις της και τις συνέπειες της στις επιχειρήσεις
- Προώθηση της διασύνδεσης επιχειρήσεων με ερευνητικά ιδρύματα για την προσαρμογή της παραγωγής στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ
- Προώθηση της πιστοποίησης επιλεγμένων προϊόντων
- Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ αγροτών και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα (για απαιτήσεις στα προϊόντα σύμφωνα με το νέο πλαίσιο- Προώθηση νέων αντιλήψεων για την «Πράσινη» επιχειρηματικότητα)
- Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ ερευνητικών φορέων και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για καινοτομίες, νέες τεχνολογίες, σχετικά με την αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και την αύξηση της προστιθέμενης αξίας τους
- Διάδοση των αποτελεσμάτων των εργαστηρίων,
- Διάδοση καλών πρακτικών καινοτόμων επιχειρήσεων της Θράκης
- Δημιουργία καταλόγου δεξιοτήτων και ικανοτήτων που απαιτούνται για την οικοδόμηση βιώσιμης - «Πράσινης» επιχειρηματικότητας, για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, για την κυκλική οικονομία.

- **Συμβολή στη δημιουργία brand Θράκης**

Η ιδιαίτερα περιορισμένη εξωστρέφεια των τοπικών επιχειρήσεων καταδείχθηκε κυρίως από τα αποτελέσματα της έρευνας στις επιχειρήσεις. Είναι σημαντικό να υπάρξουν πρωτοβουλίες που θα στηρίξουν την τοπική εξαγωγική δραστηριότητα και θα δημιουργήσουν εξαγωγική κουλτούρα και δυνατότητες για τις τοπικές επιχειρήσεις. Η δημιουργία σχετικού brand –συνώνυμου με ποιότητα, με φιλικότητα στο περιβάλλον και με ιδιαίτερες γεύσεις- μπορεί να αποτελέσει πλατφόρμα για τις επιχειρήσεις που υιοθετούν αυτό το σήμα για ευκολότερη πρόσβαση στις αγορές.

Στο πλαίσιο αυτό προτείνονται δράσεις, όπως:

Περιβάλλον, καλής ποιότητας προϊόντα

- Διασφάλιση ποιότητας προϊόντων (προώθηση συνεργασίας παραγωγών και μεταποιητών για υιοθέτηση προδιαγραφών και τεχνικών διασφάλισης της ποιότητας της παραγόμενης πρώτης ύλης π.χ. μέσω συμβολαιακής γεωργίας – κτηνοτροφίας)
- Προώθηση της πιστοποίησης προϊόντων για επιλεγμένα προϊόντα στα οποία η περιοχή παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα (γαλακτοκομικά, ποτοποιία κλπ.)

- Προώθηση της δημιουργίας μηχανισμού πιστοποίησης και απονομής σήματος ποιότητας με την επωνυμία π.χ. «Θράκη».

- **Ενίσχυση της Εξωστρέφειας των επιχειρήσεων**

Αναφορά στην έλλειψη εξωστρέφειας των επιχειρήσεων έγινε στην προηγούμενη παράγραφο. Τα αποτελέσματα της έρευνας στις επιχειρήσεις που διεξήχθη στα πλαίσια του MarCh ανέδειξε μεγάλη εσωστρέφεια των τοπικών επιχειρήσεων και πολύ μικρή εξαγωγική δραστηριότητα.

Ως πρώτα βήματα στη λογική της υποστήριξης των επιχειρήσεων για την υπέρβαση αυτής της αδυναμίας θα μπορούσαν να γίνουν:

- Ενημέρωση των επιχειρήσεων στις εξαγωγικές διαδικασίες και στις προδιαγραφές των αγορών της ΕΕ για τα δυναμικά προϊόντα της περιοχής
- Κατάρτιση στελεχών στο εξαγωγικό μάρκετινγκ
- Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρηματικών φορέων και αντιστοίχων του εξωτερικού
- Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών
- Αξιοποίηση της ψηφιακής πλατφόρμας προβολής των επιχειρήσεων που αναπτύχθηκε στα πλαίσια του MarCh μέσα από τις παρακάτω παρεμβάσεις:
 - Διαφήμιση της πλατφόρμας για μαζική συμμετοχή των επιχειρήσεων σ' αυτήν
 - Εισαγωγή στοιχείων επιχειρήσεων και συντήρηση της λειτουργίας της πλατφόρμας

- **Ενίσχυση των ψηφιακών ικανοτήτων των τοπικών επιχειρήσεων**

Στην σημερινή ψηφιακή εποχή, που συνεχώς όλο και περισσότερες δράσεις της καθημερινότητας εκτελούνται μέσω του διαδικτύου, αποτελεί ουσιαστικό μειονέκτημα η αδυναμία αξιοποίησης της εν λόγω τεχνολογίας για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δράσης, όπως αυτό καταδείχθηκε στα πλαίσια της έρευνας του MarCh στις επιχειρήσεις της Θράκης.

Για την αντιμετώπιση του μειονεκτήματος αυτού απαιτείται:

- Υποστήριξη των επιχειρήσεων στην δημιουργία εμπορικών ιστοσελίδων
- Κατάρτιση των στελεχών των επιχειρήσεων στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

- **Βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών στις επιχειρήσεις**

Όπως καταγράφηκε, στα πλαίσια του MarCh, διατυπώνεται έντονα από τις επιχειρήσεις η ανάγκη στήριξης τους για τον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας.

Οι δομές στήριξης της επιχειρηματικότητας θα μπορούσαν να συμβάλουν στην κατεύθυνση αυτή με:

- Ομαδοποίηση των προβλημάτων των επιχειρήσεων ανά κατηγορία επιχειρήσεων
- Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων
- Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και εξειδικευμένων συμβούλων.

- **Υποστήριξη των επιχειρήσεων σε θέματα εύρεσης και ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού**

Από τα πλέον γενικευμένα προβλήματα που κατέγραψε το MarCh είναι η έλλειψη εξειδικευμένου, αλλά και γενικότερα ανθρώπινου δυναμικού, στις επιχειρήσεις.

Το MarCh επιχείρησε παρέμβαση στον συγκεκριμένο τομέα με την δημιουργία της πλατφόρμας της αγοράς εργασίας και με την διεξαγωγή σεμιναρίων κατάρτισης.

Το πρόβλημα, ωστόσο, δεδομένης της γενίκευσης του, θα πρέπει να αναχθεί σε σημείο αναφοράς για την τοπική επιχειρηματικότητα, ενώ θα πρέπει η προσφορά κατάρτισης που γίνεται στα πλαίσια των σχετικών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων να ανταποκρίνεται αποτελεσματικότερα στις υπάρχουσες ανάγκες.

Οι δράσεις που προτείνεται να διεξαχθούν στο πλαίσιο αυτό αφορούν στα εξής:

- Διαφήμιση της πλατφόρμας για την αγορά εργασίας του MarCh
- Ομαδοποίηση των αναγκών των επιχειρήσεων
- Προώθηση προτάσεων για την διεξαγωγή προγραμμάτων κατάρτισης στους φορείς σχεδιασμού και χρηματοδότησης σχετικών δράσεων.

- **Καινοτομία**

Πέραν της «αρνητικής πρωτιάς» που καταγράφηκε στο παραδοτέο 3.1.1 Mapping Areas, όπου με βάση τα στατιστικά στοιχεία η Θράκη καταγράφεται ως μία από πλέον υστερούσες περιφέρειες της ΕΕ σε θέματα καινοτομίας, καταγράφηκε ενδιαφέρον για ανάπτυξη καινοτομικών παρεμβάσεων στα πλαίσια της έρευνας στις επιχειρήσεις του έργου.

Δεδομένου ότι η καινοτομία είναι από τους βασικούς μοχλούς ώθησης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων προτείνονται ως δράσεις από τις Δομές Στήριξης τα παρακάτω:

- Ομαδοποίηση ενδιαφέροντος από πλευράς επιχειρήσεων για ανάπτυξη καινοτομιών
- Προώθηση συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων
- Διαφήμιση και συντήρηση της ψηφιακής πλατφόρμας του MarCh για την εύρεση κατάλληλων εξωτερικών συνεργατών.

- **Δικτύωση επιχειρήσεων**

Η έλλειψη δικτύωσης και συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων είναι ένα γενικό φαινόμενο όχι μόνο στην Θράκη, αλλά και σ' ολόκληρη την χώρα. Ενώ είναι εμφανές ότι το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων τις στερεί την δυνατότητα ανάπτυξης πρωτοβουλιών κλίμακας, που απαιτούν πόρους και δυναμικό, οι επιχειρήσεις δεν προωθούν τις συνεργασίες μεταξύ τους.

Ωστόσο, παίρνοντας υπόψη τα πλεονεκτήματα και τις δυναμικές που μπορούν να προκύψουν από ενδεχόμενες συνεργασίες μεταξύ επιχειρήσεων, όχι μόνο σε τοπικό, αλλά και σε διασυνοριακό επίπεδο, κρίνεται σκόπιμο να αναληφθούν πρωτοβουλίες στην κατεύθυνση αυτή.

Ενδεικτικές πρωτοβουλίες θα μπορούσαν να είναι:

- Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων για επίτευξη οικονομικών κλίμακας, ιδίως μεταξύ των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (ατομικές, ΟΕ, ΕΕ) της περιοχής (πχ κοινές προμήθειες, κοινές πωλήσεις, κοινές έρευνες αγορών κλπ.)
 - Προώθηση κοινών πρωτοβουλιών π.χ. για προώθηση εξαγωγών
 - Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων σε διασυνοριακό επίπεδο.
- **Αξιοποίηση της διασυνοριακότητας της περιοχής**

Η γεωγραφική τοποθέτηση της Θράκης στο Βορειοανατολικό άκρο της χώρας αποτελεί πλεονέκτημα της περιοχής καθώς της δίνει άμεση πρόσβαση σε δύο άλλες χώρες, την Βουλγαρία και την Τουρκία.

Οι δράσεις δικτύωσης μεταξύ επιχειρήσεων που υλοποιήθηκαν στα πλαίσια του MarCh έδειξαν ότι υπάρχει ιδιαίτερη δυναμική στην ανάπτυξη της διασυνοριακής συνεργασίας, εφόσον αυτή προωθηθεί συστηματικά. Κοινές και συμπληρωματικές δράσεις μεταξύ των επιχειρήσεων μπορούν να αναπτυχθούν αξιοποιώντας τα πλεονεκτήματα και ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής και δημιουργώντας οικονομίες κλίμακος.

Στην κατεύθυνση αυτή προτείνεται:

 - Συστηματική διερεύνηση και καταγραφή του ενδιαφέροντος και των δυνατοτήτων προώθησης της διασυνοριακής συνεργασίας
 - Αξιοποίηση της διασυνοριακής διάστασης της περιοχής για την προώθηση συνεργασιών μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων της διασυνοριακής περιοχής
 - Δημιουργία Βάσης Δεδομένων για καταγραφή του εκφραζόμενου ενδιαφέροντος
 - Διοργάνωση αποστολών, προώθηση συναντήσεων B2B.
 - **Παροχή υποστήριξης στις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες της περιοχής**

Αναφορά στις αδυναμίες που εμφανίζει η διάρθρωση της τοπικής επιχειρηματικότητας στην Θράκη έγινε πολλαπλά στις προηγούμενες παραγράφους. Μικρό μέγεθος, έλλειψη καινοτομίας, δυσκολίες στην συνεργασία, εσωστρέφεια κλπ. Είναι σαφές ότι οι παραπάνω αδυναμίες είναι δύσκολο να αντιμετωπιστούν μόνο με οριζόντια μέτρα γενικού χαρακτήρα.

Πέραν των παραπάνω απαιτείται και εξατομικευμένη υποστήριξη στη μορφή της συμβουλευτικής υποστήριξης και της καθοδήγησης.

Στη λογική αυτή είναι χρήσιμο να αναληφθούν πρωτοβουλίες, όπως:

 - Συμβουλευτική υποστήριξη επιχειρήσεων
 - Εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων
 - Διάγνωση ισχυρών και αδύνατων σημείων επιχειρήσεων.
 - **Επικοινωνία – Δημοσιότητα**

Μια από τις μεγαλύτερες δυσκολίες που αντιμετώπισε το MarCh κατά την υλοποίηση των δράσεων του, ήταν η κινητοποίηση των επιχειρήσεων να συμμετάσχουν ενεργά

στις δράσεις του. Από την άλλη καταγράφηκε με αρκετή έμφαση η επιθυμία των επιχειρήσεων να αναληφθούν υποστηρικτικές δράσεις από πλευράς των Συλλογικών Φορέων Επιχειρηματικότητας προς αυτές.

Στη λογική αυτή γίνεται προφανές ότι θα πρέπει να χαραχθεί μια αποτελεσματική επικοινωνιακή πολιτική από πλευράς των BuSSes, για να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των επιχειρήσεων, ώστε αυτές να ωφεληθούν από τις δραστηριότητες που αναπτύσσουν οι εν λόγω δομές.

Το παραπάνω μπορεί να επιτευχθεί με τον σχεδιασμό και την εφαρμογή μιας αποτελεσματικής επικοινωνιακής πολιτικής.

Δράσεις που θα μπορούσαν ενδεικτικά να υλοποιηθούν στα πλαίσια μιας τέτοιας πολιτικής είναι:

- Η λειτουργία μιας συνεχώς ενημερωνόμενης ιστοσελίδας με την ανάρτηση του συνόλου των εκτελουμένων δράσεων
- Η τακτική αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletters)
- Η διοργάνωση εκδηλώσεων με θεματική εστίαση σε μικρή και μεγάλη κλίμακα στα αντικείμενα ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων κλπ.

Είναι προφανές ότι μια επικοινωνιακή καμπάνια από μόνη της δεν πρόκειται να κινητοποιήσει τις επιχειρήσεις για να συμμετάσχουν ενεργά στις δράσεις των BuSSes. Ωστόσο εκτιμάται ότι μέσα από την ενημερωτική παρέμβαση της εν λόγω καμπάνιας και την προοδευτική υλοποίηση των επιμέρους δράσεων θα προκληθεί το ενδιαφέρον των επιχειρηματιών για να αγκαλιάσουν τις Δομές Στήριξης.

- **Στελέχωση και δημιουργία υποδομής για τη λειτουργία των BuSSes**

Για να μπορέσουν να δρομολογηθούν οι παραπάνω δράσεις απαιτείται καταρχήν μια στοιχειώδης οργανωτική υποδομή. Η υποδομή αυτή σε κάποιο βαθμό υπάρχει, απαιτείται ωστόσο κάποια ελάχιστη στελέχωση των Δομών και σίγουρα κάποιος ψηφιακός τους εξοπλισμός.

- Ως ελάχιστος αριθμός ατόμων για την εύρυθμη λειτουργία των BuSSes κρίνεται η στελέχωση τους με 1 επιστημονικό και 1 διοικητικό στέλεχος.
- Από πλευράς υποδομής, στη βάση του σκεπτικού ότι έδρα των BuSSes στη Θράκη θα αποτελέσει η δομή της Αλεξανδρούπολης στα γραφεία της Ομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΟΕΕ), και στη λογική του ότι τα γραφεία αυτά είναι ήδη εξοπλισμένα, σημαντικό είναι να αναπτυχθεί κατάλληλη ψηφιακή υποδομή, ικανή να εξυπηρετήσει τους σκοπούς της λειτουργίας τους. Η περαιτέρω λειτουργία της ιστοσελίδας του MarCh θα μπορούσε να εξυπηρετήσει αρχικά τον σκοπό αυτό.
- Στο ίδιο πλαίσιο εντάσσεται και η περαιτέρω αξιοποίηση των ψηφιακών πλατφορμών που αναπτύχθηκαν στα πλαίσια του έργου.

Η Τυπολογία των Δράσεων των BuSSes

Οι δράσεις που προτείνεται να υλοποιηθούν το επόμενο διάστημα από τα BuSSes αφορούν στα εξής:

- Μελέτες - έρευνες
- Ανάπτυξη – συντήρηση ψηφιακών εργαλείων
- Σεμινάρια – εκδηλώσεις
- Διάδοση
- Προώθηση συνεργασιών
- Επικοινωνία και
- Ταξίδια
- Απασχόληση Προσωπικού.

Οι ως άνω κατηγορίες δράσεων παρουσιάζονται ανά δράση στον πίνακα που ακολουθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ: Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΤΩΝ BuSSES

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΤΥΠΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	
1	Δημιουργία γνωσιακής υποδομής για την στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας		
1,1	Δημιουργία ψηφιακής open source βάσης δεδομένων για τους δυναμικούς παραγωγικούς κλάδους της περιοχής και τα προϊόντα της	Μελέτη	Ψηφιακό εργαλείο
1,2	Δημιουργία παραδειγμάτων καλής πρακτικής και δημοσιοποίηση τους	Έρευνα	Διάδοση
2	Προσαρμογή στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ		
2,1	Διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων για τις επιχειρήσεις γύρω από την νέα ΚΑΠ, τις απαιτήσεις της και τις συνέπειες της στις επιχειρήσεις	Σεμινάριο	
2,2	Πρώθηση της διασύνδεσης επιχειρήσεων με ερευνητικά ιδρύματα για την προσαρμογή της παραγωγής στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ	Πρώθηση συνεργασιών	
2,3	Πρώθηση της πιστοποίησης επιλεγμένων προϊόντων	Έρευνα	Πρώθηση συνεργασιών
2,4	Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ αγροτών και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για τις απαιτήσεις στα προϊόντα σύμφωνα με το νέο πλαίσιο- Πρώθηση νέων αντιλήψεων για την «Πράσινη» επιχειρηματικότητα)	Σεμινάριο	
2,5	Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ ερευνητικών φορέων και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για καινοτομίες, νέες τεχνολογίες, σχετικά με την αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και την αύξηση της προστιθέμενης αξίας τους	Σεμινάριο	
2,6	Διάδοση των αποτελεσμάτων των εργαστηρίων,	Διάδοση	
2,7	Διάδοση καλών πρακτικών καινοτόμων επιχειρήσεων της Θράκης	Διάδοση	
2,8	Δημιουργία καταλόγου δεξιοτήτων και ικανοτήτων που απαιτούνται για την οικοδόμηση βιώσιμης - «Πράσινης» επιχειρηματικότητας, για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, για την κυκλική οικονομία.	Μελέτη	
3	Συμβολή στη δημιουργία brand Θράκης		
3,1	Διασφάλιση ποιότητας προϊόντων (πρώθηση συνεργασίας παραγωγών και μεταποιητών για υιοθέτηση προδιαγραφών και τεχνικών διασφάλισης της ποιότητας της παραγόμενης πρώτης ύλης πχ μέσω συμβολαϊκής γεωργίας – κτηνοτροφίας)	Πρώθηση συνεργασιών	
3,2	Πρώθηση της πιστοποίησης προϊόντων για επιλεγμένα προϊόντα στα οποία η περιοχή παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα (γαλακτοκομικά, ποτοποιία κλπ.)	Έρευνα	Πρώθηση συνεργασιών
3,3	Πρώθηση της δημιουργίας μηχανισμού πιστοποίησης και απονομής σήματος ποιότητας με την επωνυμία π.χ. «Θράκη»	Έρευνα	Πρώθηση συνεργασιών
4	Ενίσχυση της Εξωστρέφειας των επιχειρήσεων		
4,1	Ενημέρωση των επιχειρήσεων στις εξαγωγικές διαδικασίες και στις προδιαγραφές των αγορών της ΕΕ για τα δυναμικά προϊόντα της περιοχής	Έρευνα	Σεμινάριο
4,2	Κατάρτιση στελεχών στο εξαγωγικό μάρκετινγκ	Σεμινάριο	

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΤΥΠΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	
4,3	Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρηματικών φορέων και αντιστοίχων του εξωτερικού	Έρευνα	Προώθηση συνεργασιών
4,4	Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών	Προώθηση συνεργασιών	Ταξίδια
4,5	Αξιοποίηση της ψηφιακής πλατφόρμας προβολής των επιχειρήσεων που αναπτύχθηκε στα πλαίσια του MarCh μέσα από τις παρακάτω παρεμβάσεις:		
4,5,1	Διαφήμιση της πλατφόρμας για μαζική συμμετοχή των επιχειρήσεων σ' αυτήν	Επικοινωνία	
4,5,2	Εισαγωγή στοιχείων επιχειρήσεων και συντήρηση της λειτουργίας της πλατφόρμας	Ψηφιακό εργαλείο	
5	Ενίσχυση των ψηφιακών ικανοτήτων των τοπικών επιχειρήσεων		
5,1	Υποστήριξη των επιχειρήσεων στην δημιουργία εμπορικών ιστοσελίδων	Σεμινάριο	
5,2	Κατάρτιση των στελεχών των επιχειρήσεων στο ηλεκτρονικό εμπόριο	Σεμινάριο	
6	Βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών στις επιχειρήσεις		
6,1	Ομαδοποίηση των προβλημάτων των επιχειρήσεων ανά κατηγορία επιχειρήσεων	Έρευνα	
6,2	Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων	Προώθηση συνεργασιών	
6,3	Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και εξειδικευμένων συμβούλων.	Προώθηση συνεργασιών	
7	Υποστήριξη των επιχειρήσεων σε θέματα εύρεσης και ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού		
7,1	Διαφήμιση της πλατφόρμας για την αγορά εργασίας του MarCh	Επικοινωνία	
7,2	Ομαδοποίηση των αναγκών των επιχειρήσεων	Έρευνα	
7,3	Προώθηση προτάσεων για την διεξαγωγή προγραμμάτων κατάρτισης στους φορείς σχεδιασμού και χρηματοδότησης σχετικών δράσεων.	Προώθηση συνεργασιών	
8	Καινοτομία		
8,1	Ομαδοποίηση ενδιαφέροντος από πλευράς επιχειρήσεων για ανάπτυξη καινοτομιών	Έρευνα	
8,2	Προώθηση συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων	Προώθηση συνεργασιών	
8,3	Διαφήμιση και συντήρηση της ψηφιακής πλατφόρμας του MarCh για την εύρεση κατάλληλων εξωτερικών συνεργατών	Ψηφιακό εργαλείο	
9	Δικτύωση επιχειρήσεων		
9,1	Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων για επίτευξη οικονομικών κλίμακας, ιδίως μεταξύ των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (ατομικές, ΟΕ, ΕΕ) της περιοχής (πχ κοινές προμήθειες, κοινές πωλήσεις, κοινές έρευνες αγορών κλπ.)	Έρευνα	Προώθηση συνεργασιών

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΤΥΠΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	
9,2	Πρώθηση κοινών πρωτοβουλιών πχ για πρώθηση εξαγωγών	Πρώθηση συνεργασιών	
9,3	Πρώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων σε διασυνοριακό επίπεδο.	Έρευνα	Πρώθηση συνεργασιών
10	Αξιοποίηση της διασυνοριακότητας της περιοχής		
10,1	Συστηματική διερεύνηση και καταγραφή του ενδιαφέροντος και των δυνατοτήτων πρώθησης της διασυνοριακής συνεργασίας	Μελέτη	Έρευνα
10,2	Αξιοποίηση της διασυνοριακής διάστασης της περιοχής για την πρώθηση συνεργασιών μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων της διασυνοριακής περιοχής	Έρευνα	
10,3	Δημιουργία Βάσης Δεδομένων για καταγραφή του εκφραζόμενου ενδιαφέροντος	Ψηφιακό εργαλείο	
10,4	Διοργάνωση αποστολών, πρώθηση συναντήσεων B2B.	Ταξίδια	
11	Παροχή υποστήριξης στις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες της περιοχής		
11,1	Συμβουλευτική υποστήριξη επιχειρήσεων	Υπηρεσίες συμβούλου	
11,2	Εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων	Υπηρεσίες συμβούλου	
11,3	Διάγνωση ισχυρών και αδύνατων σημείων επιχειρήσεων.	Υπηρεσίες συμβούλου	
12	Επικοινωνία – Δημοσιότητα		
12,1	Η λειτουργία μιας συνεχώς ενημερωνόμενης ιστοσελίδας με την ανάρτηση του συνόλου των εκτελουμένων δράσεων	Ψηφιακό εργαλείο	
12,2	Η τακτική αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletters)	Επικοινωνία	
12,3	Η διοργάνωση εκδηλώσεων με θεματική εστίαση σε μικρή και μεγάλη κλίμακα στα αντικείμενα ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων κλπ.	Σεμινάρια	
13	Στελέχωση και δημιουργία υποδομής για τη λειτουργία των BuSSes		
13,1	Ένα διοικητικό στέλεχος για τρία χρόνια	Απασχόληση Προσωπικού	
13,2	Ένα επιστημονικό στέλεχος για τρία χρόνια	Απασχόληση Προσωπικού	

Ένα ενδεικτικό κοστολόγιο των δράσεων, στο οποίο συμπεριλαμβάνονται μόνο εκτιμώμενες δαπάνες προσωπικού και ταξίδια, ακολουθεί παρακάτω.

ΠΙΝΑΚΑΣ: ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	Άτομα/ Μονάδες (Αρ.)	% Απασχόλ.	Διάρκεια μήνες	Αμοιβή (€/μ) / Τιμή Μονάδος (€)	ΠΟΣΟ (€)
1	Δημιουργία γνωσιακής υποδομής για την στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας					
1,1	Δημιουργία ψηφιακής open source βάσης δεδομένων για τους δυναμικούς παραγωγικούς κλάδους της περιοχής και τα προϊόντα της	2	0,3	6	1800	6480
1,2	Δημιουργία παραδειγμάτων καλής πρακτικής και δημοσιοποίηση τους	2	0,3	3	1800	3240
2	Προσαρμογή στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ					
2,1	Διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων για τις επιχειρήσεις γύρω από την νέα ΚΑΠ, τις απαιτήσεις της και τις συνέπειες της στις επιχειρήσεις	3	0,5	1	1800	2700
2,2	Πρωώθηση της διασύνδεσης επιχειρήσεων με ερευνητικά ιδρύματα για την προσαρμογή της παραγωγής στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ	2	0,5	6	1800	10800
2,3	Πρωώθηση της πιστοποίησης επιλεγμένων προϊόντων	2	0,5	3	1800	5400
2,4	Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ αγροτών και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για τις απαιτήσεις στα προϊόντα σύμφωνα με το νέο πλαίσιο- Πρωώθηση νέων αντλήψεων για την «Πράσινη» επιχειρηματικότητα)	3	1	2	1800	10800
2,5	Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ ερευνητικών φορέων και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για καινοτομίες, νέες τεχνολογίες, σχετικά με την αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και την αύξηση της προστιθέμενης αξίας τους	3	1	2	1800	10800
2,6	Διάδοση των αποτελεσμάτων των εργαστηρίων,	2	0,5	1	1200	1200
2,7	Διάδοση καλών πρακτικών καινοτόμων επιχειρήσεων της Θράκης	2	2	1	1200	4800

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	Άτομα/ Μονάδες (Αρ.)	% Απασχόλ.	Διάρκεια μήνες	Αμοιβή (€/μ) / Τιμή Μονάδος (€)	ΠΟΣΟ (€)
2,8	Δημιουργία καταλόγου δεξιοτήτων και ικανοτήτων που απαιτούνται για την οικοδόμηση βιώσιμης - «Πράσινης» επιχειρηματικότητας, για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, για την κυκλική οικονομία.	3	0,5	4	1800	10800
3	Συμβολή στη δημιουργία brand Θράκης					
3,1	Διασφάλιση ποιότητας προϊόντων (προώθηση συνεργασίας παραγωγών και μεταποιητών για υιοθέτηση προδιαγραφών και τεχνικών διασφάλισης της ποιότητας της παραγόμενης πρώτης ύλης πχ μέσω συμβολαιακής γεωργίας – κτηνοτροφίας)	2	2	0,3	1300	1560
3,2	Προώθηση της πιστοποίησης προϊόντων για επιλεγμένα προϊόντα στα οποία η περιοχή παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα (γαλακτοκομικά, ποτοποιία κλπ.)	2	2	0,3	1300	1560
3,3	Προώθηση της δημιουργίας μηχανισμού πιστοποίησης και απονομής σήματος ποιότητας με την επωνυμία π.χ. «Θράκη»	2	2	3	1800	21600
4	Ενίσχυση της Εξωστρέφειας των επιχειρήσεων					
4,1	Ενημέρωση των επιχειρήσεων στις εξαγωγικές διαδικασίες και στις προδιαγραφές των αγορών της ΕΕ για τα δυναμικά προϊόντα της περιοχής	3	0,3	1	1800	1620
4,2	Κατάρτιση στελεχών στο εξαγωγικό μάρκετινγκ	3	0,5	2	1800	5400
4,3	Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρηματικών φορέων και αντιστοίχων του εξωτερικού	2	2	4	2500	40000
4,4	Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών	10	1	1	2500	25000
4,5	Αξιοποίηση της ψηφιακής πλατφόρμας προβολής των επιχειρήσεων που αναπτύχθηκε στα πλαίσια του MarCh μέσα από τις παρακάτω παρεμβάσεις:					

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	Άτομα/ Μονάδες (Αρ.)	% Απασχόλ.	Διάρκεια μήνες	Αμοιβή (€/μ) / Τιμή Μονάδος (€)	ΠΟΣΟ (€)
4,5,1	Διαφήμιση της πλατφόρμας για μαζική συμμετοχή των επιχειρήσεων σ' αυτήν	1	0,3	3	1400	1260
4,5,2	Εισαγωγή στοιχείων επιχειρήσεων και συντήρηση της λειτουργίας της πλατφόρμας	2	0,3	6	1300	4680
5	Ενίσχυση των ψηφιακών ικανοτήτων των τοπικών επιχειρήσεων					
5,1	Υποστήριξη των επιχειρήσεων στην δημιουργία εμπορικών ιστοσελίδων	2	0,3	0,5	1600	480
5,2	Κατάρτιση των στελεχών των επιχειρήσεων στο ηλεκτρονικό εμπόριο	3	0,5	0,5	1600	1200
6	Βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών στις επιχειρήσεις					
6,1	Ομαδοποίηση των προβλημάτων των επιχειρήσεων ανά κατηγορία επιχειρήσεων	2	0,6	3	1600	5760
6,2	Πρωώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων	2	0,6	2	1800	4320
6,3	Πρωώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και εξειδικευμένων συμβούλων.	2	0,3	4	1500	3600
7	Υποστήριξη των επιχειρήσεων σε θέματα εύρεσης και ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού					
7,1	Διαφήμιση της πλατφόρμας για την αγορά εργασίας του MarCh	2	0,2	6	1200	2880
7,2	Ομαδοποίηση των αναγκών των επιχειρήσεων	2	0,3	3	1600	2880
7,3	Πρωώθηση προτάσεων για την διεξαγωγή προγραμμάτων κατάρτισης στους φορείς σχεδιασμού και χρηματοδότησης σχετικών δράσεων.	2	0,2	4	1600	2560
8	Καινοτομία					
8,1	Ομαδοποίηση ενδιαφέροντος από πλευράς επιχειρήσεων για ανάπτυξη καινοτομιών	2	0,3	6	1800	6480

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	Άτομα/ Μονάδες (Αρ.)	% Απασχόλ.	Διάρκεια μήνες	Αμοιβή (€/μ) / Τιμή Μονάδος (€)	ΠΟΣΟ (€)
8,2	Πρωώθηση συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων	2	0,2	4	1800	2880
8,3	Διαφήμιση και συντήρηση της ψηφιακής πλατφόρμας του MarCh για την εύρεση κατάλληλων εξωτερικών συνεργατών	2	0,1	6	1300	1560
9	Δικτύωση επιχειρήσεων					
9,1	Πρωώθηση της συνεργασίας μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων για επίτευξη οικονομών κλίμακας, ιδίως μεταξύ των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (ατομικές, ΟΕ, ΕΕ) της περιοχής (πχ κοινές προμήθειες, κοινές πωλήσεις, κοινές έρευνες αγορών κλπ.)	2	0,5	6	2500	15000
9,2	Πρωώθηση κοινών πρωτοβουλιών πχ για προώθηση εξαγωγών	1	0,5	6	2500	7500
9,3	Πρωώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων σε διασυνοριακό επίπεδο.	2	0,5	6	2500	15000
10	Αξιοποίηση της διασυνοριακότητας της περιοχής					
10,1	Συστηματική διερεύνηση και καταγραφή του ενδιαφέροντος και των δυνατοτήτων προώθησης της διασυνοριακής συνεργασίας	2	0,5	6	2500	15000
10,2	Αξιοποίηση της διασυνοριακής διάστασης της περιοχής για την προώθηση συνεργασιών μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων της διασυνοριακής περιοχής	2	0,5	6	2500	15000
10,3	Δημιουργία Βάσης Δεδομένων για καταγραφή του εκφραζόμενου ενδιαφέροντος	2	0,3	2	1200	1440
10,4	Διοργάνωση αποστολών, προώθηση συναντήσεων B2B.	15	1	1	200	3000
11	Παροχή υποστήριξης στις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες της περιοχής					
11,1	Συμβουλευτική υποστήριξη επιχειρήσεων	3	3	10	70	6300

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	Άτομα/ Μονάδες (Αρ.)	% Απασχόλ.	Διάρκεια μήνες	Αμοιβή (€/μ) / Τιμή Μονάδος (€)	ΠΟΣΟ (€)
11,2	Εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων	30			2000	0
11,3	Διάγνωση ισχυρών και αδύνατων σημείων επιχειρήσεων.	3	3	10	7	630
12	Επικοινωνία – Δημοσιότητα					
12,1	Η λειτουργία μιας συνεχώς ενημερωνόμενης ιστοσελίδας με την ανάρτηση του συνόλου των εκτελουμένων δράσεων	1	0,1	12	1300	1560
12,2	Η τακτική αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletters)	10	1	1	1000	10000
12,3	Η διοργάνωση εκδηλώσεων με θεματική εστίαση σε μικρή και μεγάλη κλίμακα στα αντικείμενα ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων κλπ.	2	0,5	6	1400	8400
13	Στελέχωση και δημιουργία υποδομής για τη λειτουργία των BuSSes					
13,1	Ένα διοικητικό στέλεχος για τρία χρόνια	1	1	36	1200	43200
13,2	Ένα επιστημονικό στέλεχος για τρία χρόνια	1	1	36	1800	64800
ΣΥΝΟΛΟ						411.130

Οι δυνατότητες υλοποίησης των δράσεων των BuSSes

Με την λήξη του MarCh ολοκληρώνεται και η χρηματοδότηση των δράσεων του.

Είναι προφανές ότι για να υλοποιηθούν οι παραπάνω προτεινόμενες δράσεις στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος απαιτούνται πόροι, οι οποίοι θα πρέπει να διατεθούν είτε από τους φορείς που συμμετέχουν στο MarCh είτε να εξευρεθούν μέσω συνεργασιών ή στα πλαίσια άλλων χρηματοδοτικών παρεμβάσεων.

Δεδομένης της φύσης σημαντικού τμήματος των προτεινόμενων δράσεων και του ενδιαφέροντος που εκφράστηκε κατά τη διάρκεια υλοποίησης του έργου από τις επαφές του έργου με το Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, εκτιμάται ότι είναι δυνατό, όπως και σκόπιμο, να προωθηθούν θεσμικές συνεργασίες με τη μορφή συνεργασιών – πλαίσιο με τους διάφορους ερευνητικούς φορείς που δρουν στην περιοχή της Θράκης.

Εκτιμάται ότι μια συνεργασία αυτής της μορφής με το Δημοκρίτειο ή το Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος, αλλά και άλλους ερευνητικούς φορείς (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, ΕΛΓΟ Δήμητρα, Ινστιτούτο Αλιευτικών Ερευνών κλπ.) θα μπορούσε να συμβάλει σημαντικά στην υλοποίηση μιας σειράς από τις ως άνω δράσεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος, ενώ και το ίδιο το Πανεπιστήμιο – ερευνητικός φορέας θα ωφελείτο καθώς θα μπορούσε να υλοποιήσει έρευνα και να διαθέσει την τεχνογνωσία του στην τοπική επιχειρηματική κοινότητα.

Πέραν αυτού η δυνατότητα διάθεσης επιστημονικού προσωπικού από πλευράς Πανεπιστημίου π.χ. για την εκπόνηση πτυχιακών - μεταπτυχιακών εργασιών και διδακτορικών διατριβών θα μπορούσε να καλύψει σε σημαντικό βαθμό τις δράσεις που αφορούν στην διεξαγωγή ερευνών, την συγκέντρωση και επεξεργασία δεδομένων, τη δημιουργία Βάσεων Δεδομένων κλπ. που προβλέπονται στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος.

Παράλληλα, κρίνεται ιδιαίτερα σκόπιμο να αξιοποιηθούν οι δυνατότητες συνεργασίας των Δομών Στήριξης Επιχειρήσεων μέσω των Συλλογικών Επιχειρηματικών Φορέων, με την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης, και όχι μόνο, καθώς μια σειρά παρεμβάσεων που υλοποιούνται στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος της Περιφέρειας (ΠΕΠ) απευθύνονται άμεσα προς τις επιχειρήσεις της περιοχής.

Στη συνέχεια, και παίρνοντας υπόψη την εξειδίκευση των εταίρων του MarCh όπως και την προοπτική σύναψης συνεργασιών, καταρχήν με το Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο, αλλά και την ΠΑΜΘ, παρουσιάζεται πίνακας με ενδεικτική συμμετοχή στις παρεμβάσεις σε ένα εν δυνάμει σχήμα συνεργασίας μεταξύ των ως άνω φορέων.

ΠΙΝΑΚΑΣ: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ BuSSes ΣΤΟΥΣ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ		
1	Δημιουργία γνωσιακής υποδομής για την στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας			
1,1	Δημιουργία ψηφιακής open source βάσης δεδομένων για τους δυναμικούς παραγωγικούς κλάδους της περιοχής και τα προϊόντα της	ΟΕΕ	ΔΠΘ	ΑΜΘ
1,2	Δημιουργία παραδειγμάτων καλής πρακτικής και δημοσιοποίηση τους	ΟΕΕ	TRANSCOOP	ΔΠΘ
2	Προσαρμογή στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ			
2,1	Διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων για τις επιχειρήσεις γύρω από την νέα ΚΑΠ, τις απαιτήσεις της και τις συνέπειες της στις επιχειρήσεις	ΟΕΕ	ΠΑΜΘ	
2,2	Προώθηση της διασύνδεσης επιχειρήσεων με ερευνητικά ιδρύματα για την προσαρμογή της παραγωγής στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ	ΟΕΕ	ΔΠΘ	TRANSCOOP
2,3	Προώθηση της πιστοποίησης επιλεγμένων προϊόντων	ΟΕΕ	Επιχειρήσεις	
2,4	Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ αγροτών και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για τις απαιτήσεις στα προϊόντα σύμφωνα με το νέο πλαίσιο- Προώθηση νέων αντιλήψεων για την «Πράσινη» επιχειρηματικότητα)	ΟΕΕ	ΔΠΘ	
2,5	Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ ερευνητικών φορέων και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για καινοτομίες, νέες τεχνολογίες, σχετικά με την αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και την αύξηση της προστιθέμενης αξίας τους	ΟΕΕ	ΔΠΘ	TRANSCOOP
2,6	Διάδοση των αποτελεσμάτων των εργαστηρίων,	ΟΕΕ	ΔΠΘ	
2,7	Διάδοση καλών πρακτικών καινοτόμων επιχειρήσεων της Θράκης	ΟΕΕ		

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ		
2,8	Δημιουργία καταλόγου δεξιοτήτων και ικανοτήτων που απαιτούνται για την οικοδόμηση βιώσιμης - «Πράσινης» επιχειρηματικότητας, για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, για την κυκλική οικονομία.	TRANSCOOP	ΔΠΘ	ΚΑΕΛΕ
3	Συμβολή στη δημιουργία brand Θράκης			
3,1	Διασφάλιση ποιότητας προϊόντων (προώθηση συνεργασίας παραγωγών και μεταποιητών για υιοθέτηση προδιαγραφών και τεχνικών διασφάλισης της ποιότητας της παραγόμενης πρώτης ύλης πχ μέσω συμβολαιακής γεωργίας – κτηνοτροφίας)	ΟΕΕ	Επιχειρήσεις	
3,2	Προώθηση της πιστοποίησης προϊόντων για επιλεγμένα προϊόντα στα οποία η περιοχή παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα (γαλακτοκομικά, ποτοποιία κλπ.)	ΟΕΕ	Επιχειρήσεις	
3,3	Προώθηση της δημιουργίας μηχανισμού πιστοποίησης και απονομής σήματος ποιότητας με την επωνυμία π.χ. «Θράκη»	ΟΕΕ	ΠΑΜΘ	TRANSCOOP
4	Ενίσχυση της Εξωστρέφειας των επιχειρήσεων			
4,1	Ενημέρωση των επιχειρήσεων στις εξαγωγικές διαδικασίες και στις προδιαγραφές των αγορών της ΕΕ για τα δυναμικά προϊόντα της περιοχής	ΟΕΕ	ΚΑΕΛΕ	ΠΑΜΘ
4,2	Κατάρτιση στελεχών στο εξαγωγικό μάρκετινγκ	ΚΑΕΛΕ	ΠΑΜΘ	ΟΕΕ
4,3	Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρηματικών φορέων και αντιστοίχων του εξωτερικού	ΟΕΕ	Επιμελητήρια	
4,4	Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών	ΟΕΕ	Επιμελητήρια	ΠΑΜΘ
4,5	<i>Αξιοποίηση της ψηφιακής πλατφόρμας προβολής των επιχειρήσεων που αναπτύχθηκε στα πλαίσια του MarCh μέσα από τις παρακάτω παρεμβάσεις:</i>			
4,5,1	Διαφήμιση της πλατφόρμας για μαζική συμμετοχή των επιχειρήσεων σ' αυτήν	ΟΕΕ		

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ		
4,5,2	Εισαγωγή στοιχείων επιχειρήσεων και συντήρηση της λειτουργίας της πλατφόρμας	ΟΕΕ	ΔΠΘ	
5	Ενίσχυση των ψηφιακών ικανοτήτων των τοπικών επιχειρήσεων			
5,1	Υποστήριξη των επιχειρήσεων στην δημιουργία εμπορικών ιστοσελίδων	ΚΑΕΛΕ	ΟΕΕ	
5,2	Κατάρτιση των στελεχών των επιχειρήσεων στο ηλεκτρονικό εμπόριο	ΚΑΕΛΕ	ΟΕΕ	
6	Βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών στις επιχειρήσεις			
6,1	Ομαδοποίηση των προβλημάτων των επιχειρήσεων ανά κατηγορία επιχειρήσεων	ΟΕΕ	TRANSCOOP	
6,2	Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων	TRANSCOOP	ΔΠΘ	
6,3	Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και εξειδικευμένων συμβούλων.	TRANSCOOP	ΟΕΕ	
7	Υποστήριξη των επιχειρήσεων σε θέματα εύρεσης και ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού			
7,1	Διαφήμιση της πλατφόρμας για την αγορά εργασίας του MarCh	ΟΕΕ		
7,2	Ομαδοποίηση των αναγκών των επιχειρήσεων	TRANSCOOP		
7,3	Προώθηση προτάσεων για την διεξαγωγή προγραμμάτων κατάρτισης στους φορείς σχεδιασμού και χρηματοδότησης σχετικών δράσεων.	ΟΕΕ	ΚΑΕΛΕ	ΠΑΜΘ
8	Καινοτομία			
8,1	Ομαδοποίηση ενδιαφέροντος από πλευράς επιχειρήσεων για ανάπτυξη καινοτομιών	TRANSCOOP	ΔΠΘ	
8,2	Προώθηση συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων	TRANSCOOP	ΔΠΘ	

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ		
8,3	Διαφήμιση και συντήρηση της ψηφιακής πλατφόρμας του MarCh για την εύρεση κατάλληλων εξωτερικών συνεργατών	ΟΕΕ	ΔΠΘ	
9	Δικτύωση επιχειρήσεων			
9,1	Πρώθηση της συνεργασίας μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων για επίτευξη οικονομικών κλίμακας, ιδίως μεταξύ των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (ατομικές, ΟΕ, ΕΕ) της περιοχής (πχ κοινές προμήθειες, κοινές πωλήσεις, κοινές έρευνες αγορών κλπ.)	ΟΕΕ	TRANSCOOP	ΠΑΜΘ
9,2	Πρώθηση κοινών πρωτοβουλιών πχ για προώθηση εξαγωγών	ΟΕΕ	TRANSCOOP	ΠΑΜΘ
9,3	Πρώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων σε διασυνοριακό επίπεδο.	ΟΕΕ	TRANSCOOP	
10	Αξιοποίηση της διασυνοριακότητας της περιοχής			
10,1	Συστηματική διερεύνηση και καταγραφή του ενδιαφέροντος και των δυνατοτήτων προώθησης της διασυνοριακής συνεργασίας	ΟΕΕ	TRANSCOOP	
10,2	Αξιοποίηση της διασυνοριακής διάστασης της περιοχής για την προώθηση συνεργασιών μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων της διασυνοριακής περιοχής	ΟΕΕ	TRANSCOOP	ΔΠΘ
10,3	Δημιουργία Βάσης Δεδομένων για καταγραφή του εκφραζόμενου ενδιαφέροντος	ΟΕΕ	ΔΠΘ	
10,4	Διοργάνωση αποστολών, προώθηση συναντήσεων B2B.	ΟΕΕ		
11	Παροχή υποστήριξης στις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες της περιοχής			
11,1	Συμβουλευτική υποστήριξη επιχειρήσεων	TRANSCOOP		
11,2	Εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων	TRANSCOOP		
11,3	Διάγνωση ισχυρών και αδύνατων σημείων επιχειρήσεων.	TRANSCOOP		

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ		
12	Επικοινωνία – Δημοσιότητα			
12,1	Η λειτουργία μιας συνεχώς ενημερωνόμενης ιστοσελίδας με την ανάρτηση του συνόλου των εκτελουμένων δράσεων	TRANSCOOP		
12,2	Η τακτική αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletters)	ΟΕΕ		
12,3	Η διοργάνωση εκδηλώσεων με θεματική εστίαση σε μικρή και μεγάλη κλίμακα στα αντικείμενα ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων κλπ.	TRANSCOOP	ΟΕΕ	
13	Στελέχωση και δημιουργία υποδομής για τη λειτουργία των BuSSes	ΟΕΕ	ΔΠΘ	

Τέλος, είναι προφανές ότι οι δράσεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος δεν μπορούν να υλοποιηθούν όλες παράλληλα, είτε λόγω ανάγκης προετοιμασίας τους είτε λόγω της έλλειψης των απαιτούμενων πόρων και της ανάγκης ωρίμανσης της υλοποίησής τους.

Στο πλαίσιο αυτό γίνεται μια ιεράρχηση των δράσεων του Προγράμματος με διαβάθμιση Α, Β, Γ, όπου οι δράσεις με χαρακτηρισμό Α είναι αυτές που θα μπορούσαν να ξεκινήσουν σχετικά άμεσα, οι δράσεις Β σε δεύτερο στάδιο, ενώ οι δράσεις με χαρακτηρισμό Γ τοποθετούνται σε απώτερο χρονικό σημείο.

Παρακάτω ακολουθεί πίνακας με την ιεράρχηση των δράσεων ως Α, Β και Γ.

ΠΙΝΑΚΑΣ: ΙΕΡΑΡΧΙΣΗ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΙΕΡΑΡΧΗΣΗ		
1	Δημιουργία γνωσιακής υποδομής για την στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας			
1,1	Δημιουργία ψηφιακής open source βάσης δεδομένων για τους δυναμικούς παραγωγικούς κλάδους της περιοχής και τα προϊόντα της		B	
1,2	Δημιουργία παραδειγμάτων καλής πρακτικής και δημοσιοποίηση τους		B	
2	Προσαρμογή στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ			
2,1	Διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων για τις επιχειρήσεις γύρω από την νέα ΚΑΠ, τις απαιτήσεις της και τις συνέπειες της στις επιχειρήσεις		B	
2,2	Πρωτόηση της διασύνδεσης επιχειρήσεων με ερευνητικά ιδρύματα για την προσαρμογή της παραγωγής στις απαιτήσεις της νέας ΚΑΠ		B	
2,3	Πρωτόηση της πιστοποίησης επιλεγμένων προϊόντων			Γ
2,4	Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ αγροτών και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για τις απαιτήσεις στα προϊόντα σύμφωνα με το νέο πλαίσιο-Πρωτόηση νέων αντιλήψεων για την «Πράσινη» επιχειρηματικότητα)		B	
2,5	Διοργάνωση εργαστηρίων – workshops μεταξύ ερευνητικών φορέων και επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα για καινοτομίες, νέες τεχνολογίες, σχετικά με την αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και την αύξηση της προστιθέμενης αξίας τους		B	
2,6	Διάδοση των αποτελεσμάτων των εργαστηρίων,		B	
2,7	Διάδοση καλών πρακτικών καινοτόμων επιχειρήσεων της Θράκης		B	
2,8	Δημιουργία καταλόγου δεξιοτήτων και ικανοτήτων που απαιτούνται για την οικοδόμηση βιώσιμης - «Πράσινης» επιχειρηματικότητας, για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, για την κυκλική οικονομία.			Γ
3	Συμβολή στη δημιουργία brand Θράκης			
3,1	Διασφάλιση ποιότητας προϊόντων (προώθηση συνεργασίας παραγωγών και μεταποιητών για υιοθέτηση προδιαγραφών και τεχνικών διασφάλισης της ποιότητας της παραγόμενης πρώτης ύλης πχ μέσω συμβολαιακής γεωργίας – κτηνοτροφίας)		B	

A/A	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΙΕΡΑΡΧΗΣΗ		
3,2	Πρώθηση της πιστοποίησης προϊόντων για επιλεγμένα προϊόντα στα οποία η περιοχή παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα (γαλακτοκομικά, ποτοποιία κλπ.)			Γ
3,3	Πρώθηση της δημιουργίας μηχανισμού πιστοποίησης και απονομής σήματος ποιότητας με την επωνυμία π.χ. «Θράκη»		B	
4	Ενίσχυση της Εξωστρέφειας των επιχειρήσεων			
4,1	Ενημέρωση των επιχειρήσεων στις εξαγωγικές διαδικασίες και στις προδιαγραφές των αγορών της ΕΕ για τα δυναμικά προϊόντα της περιοχής		B	
4,2	Κατάρτιση στελεχών στο εξαγωγικό μάρκετινγκ		B	
4,3	Πρώθηση της συνεργασίας μεταξύ τοπικών επιχειρηματικών φορέων και αντιστοίχων του εξωτερικού			Γ
4,4	Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών			Γ
4,5	<i>Αξιοποίηση της ψηφιακής πλατφόρμας προβολής των επιχειρήσεων που αναπτύχθηκε στα πλαίσια του MarCh μέσα από τις παρακάτω παρεμβάσεις:</i>			
4,5,1	Διαφήμιση της πλατφόρμας για μαζική συμμετοχή των επιχειρήσεων σ' αυτήν	A		
4,5,2	Εισαγωγή στοιχείων επιχειρήσεων και συντήρηση της λειτουργίας της πλατφόρμας		B	
5	Ενίσχυση των ψηφιακών ικανοτήτων των τοπικών επιχειρήσεων			
5,1	Υποστήριξη των επιχειρήσεων στην δημιουργία εμπορικών ιστοσελίδων	A		
5,2	Κατάρτιση των στελεχών των επιχειρήσεων στο ηλεκτρονικό εμπόριο	A		
6	Βελτίωση των παραγωγικών διαδικασιών στις επιχειρήσεις			
6,1	Ομαδοποίηση των προβλημάτων των επιχειρήσεων ανά κατηγορία επιχειρήσεων		B	
6,2	Πρώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων	A		
6,3	Πρώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και εξειδικευμένων συμβούλων.			Γ
7	Υποστήριξη των επιχειρήσεων σε θέματα εύρεσης και ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού			
7,1	Διαφήμιση της πλατφόρμας για την αγορά εργασίας του MarCh	A		
7,2	Ομαδοποίηση των αναγκών των επιχειρήσεων		B	
7,3	Πρώθηση προτάσεων για την διεξαγωγή προγραμμάτων κατάρτισης στους φορείς σχεδιασμού και χρηματοδότησης σχετικών δράσεων.		B	
8	Καινοτομία			
8,1	Ομαδοποίηση ενδιαφέροντος από πλευράς επιχειρήσεων για ανάπτυξη καινοτομιών		B	
8,2	Πρώθηση συνεργασιών μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων		B	

Α/Α	ΤΙΤΛΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	ΙΕΡΑΡΧΗΣΗ		
8,3	Διαφήμιση και συντήρηση της ψηφιακής πλατφόρμας του MarCh για την εύρεση κατάλληλων εξωτερικών συνεργατών	A		
9	Δικτύωση επιχειρήσεων			
9,1	Πρώθηση της συνεργασίας μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων για επίτευξη οικονομικών κλίμακας, ιδίως μεταξύ των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (ατομικές, ΟΕ, ΕΕ) της περιοχής (πχ κοινές προμήθειες, κοινές πωλήσεις, κοινές έρευνες αγορών κλπ.)			Γ
9,2	Πρώθηση κοινών πρωτοβουλιών πχ για προώθηση εξαγωγών			Γ
9,3	Πρώθηση της συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων σε διασυνοριακό επίπεδο.		B	
10	Αξιοποίηση της διασυνοριακότητας της περιοχής			
10,1	Συστηματική διερεύνηση και καταγραφή του ενδιαφέροντος και των δυνατοτήτων προώθησης της διασυνοριακής συνεργασίας		B	
10,2	Αξιοποίηση της διασυνοριακής διάστασης της περιοχής για την προώθηση συνεργασιών μεταξύ ομοειδών και συμπληρωματικών επιχειρήσεων της διασυνοριακής περιοχής		B	
10,3	Δημιουργία Βάσης Δεδομένων για καταγραφή του εκφραζόμενου ενδιαφέροντος		B	
10,4	Διοργάνωση αποστολών, προώθηση συναντήσεων B2B.		B	
11	Παροχή υποστήριξης στις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες της περιοχής			
11,1	Συμβουλευτική υποστήριξη επιχειρήσεων			Γ
11,2	Εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων			Γ
11,3	Διάγνωση ισχυρών και αδύνατων σημείων επιχειρήσεων.			Γ
12	Επικοινωνία – Δημοσιότητα			
12,1	Η λειτουργία μιας συνεχώς ενημερωνόμενης ιστοσελίδας με την ανάρτηση του συνόλου των εκτελουμένων δράσεων	A		
12,2	Η τακτική αποστολή ενημερωτικών δελτίων (newsletters)	A		
12,3	Η διοργάνωση εκδηλώσεων με θεματική εστίαση σε μικρή και μεγάλη κλίμακα στα αντικείμενα ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων κλπ.		B	
13	Στελέχωση και δημιουργία υποδομής για τη λειτουργία των BuSSes			

ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Ως πηγές χρηματοδότησης του Προγράμματος αναφέρθηκαν καταρχήν οι πόροι των εταιρών του έργου MarCh, οι οποίοι αναμένεται να έχουν καθοριστικό ρόλο στη λειτουργία των BuSSes.

Πέραν αυτών αναφέρθηκε το ενδεχόμενο της σύναψης συνεργασιών πλαίσιο με Πανεπιστήμια και Ερευνητικά Ιδρύματα που λειτουργούν στην περιοχή.

Επίσης καθοριστικός μπορεί να είναι ο ρόλος της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης στα πλαίσια της υλοποίησης του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος της.

Η Περιφέρεια υλοποιεί μια σειρά δράσεων που αφορούν άμεσα ή έμμεσα τις τοπικές επιχειρήσεις στη λογική της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας, της εφαρμογής της πολιτικής RIS 3, της προώθησης της έρευνας, της διασύνδεσης των επιχειρήσεων με ερευνητικούς φορείς, της ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού που, εφόσον δημιουργηθούν οι κατάλληλοι διάυλοι επικοινωνίας μεταξύ των BuSSes και της Διαχειριστικής Αρχής, μπορούν να καλύψουν ανάγκες του παρόντος Επιχειρησιακού Προγράμματος.

Πέραν των παραπάνω σημαντικό ρόλο μπορούν να παίξουν και συγχρηματοδοτούμενες από Κοινοτικούς πόρους δράσεις, όπως το Πρόγραμμα «Ερευνώ Καινοτομώ», Πρόγραμμα Καινοτομίας για τον Αγροτικό Τομέα (νυν M16 του ΠΑΑ), τα προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας, οι πόροι του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου για την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, το Πρόγραμμα Interreg Ελλάδα – Βουλγαρία 2021 – 2027, το Πρόγραμμα Horizon κλπ.

Τέλος, παρεμβάσεις που αφορούν στην στήριξη μεμονωμένων επιχειρήσεων θα χρηματοδοτηθούν είτε εν μέρει είτε συνολικά από ίδιους πόρους των επιχειρήσεων οι οποίες θα καρπωθούν και τα οφέλη της δράσης.

ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Ο συντονισμός και η παρακολούθηση του Επιχειρησιακού Σχεδίου αφορά σε πρώτο στάδιο το εταιρικό σχήμα του έργου MarCh.

Προτείνεται να συσταθεί ένα όργανο –Επιτροπή Καθοδήγησης- με τη συμμετοχή ενός εκπροσώπου από κάθε εταίρο του έργου.

Η σύγκληση του εν λόγω Οργάνου καταρχήν μπορεί να γίνεται ανά τρίμηνο, μέχρι να δρομολογηθούν οι πρώτες ενέργειες και στη συνέχεια ανάλογα με τις προκύπτουσες ανάγκες να αναθεωρηθεί η συχνότητα συναντήσεων, όπως και η σύνθεση του οργάνου.

Εφόσον οι επικοινωνίες με τους ερευνητικούς φορείς έχουν επιτυχή έκβαση, και ανάλογα με την ουσιαστική συμμετοχή του κάθε φορέα στην υλοποίηση του Σχεδίου, μπορεί η σύνθεση της Επιτροπής Καθοδήγησης να μεταβάλλεται, συμπεριλαμβάνοντας στο σχήμα και εκπροσώπους των συνεργαζομένων φορέων.

ΟΙ ΠΡΩΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Για την ενεργοποίηση του Επιχειρησιακού Σχεδίου απαιτούνται κάποιες πρώτες, αλλά ουσιαστικές, ενέργειες ώστε στη συνέχεια να δρομολογηθούν οι σχετικές πρωτοβουλίες του Σχεδίου.

Στόχος των πρώτων ενεργειών είναι αφενός να υπάρξει ουσιαστικό αντικείμενο για τη λειτουργία των BuSSes αφετέρου για να εξευρεθούν πόροι για την κάλυψη των λειτουργικών αναγκών των δομών. Η σύνδεση των λειτουργικών δαπανών των δομών με ουσιαστικές παρεμβάσεις τους θα μπορεί να αποτελεί κίνητρο για τη συνεχή αναζήτηση νέων πόρων και την υλοποίηση νέων παρεμβάσεων προς όφελος της ανταγωνιστικότητας των τοπικών επιχειρήσεων.

Οι αρχικές δράσεις οι οποίες προτείνονται να γίνουν είναι οι εξής:

- Σύγκληση των εταίρων του MarCh, οι οποίοι θα αναλάβουν και τον ρόλο της Επιτροπής Καθοδήγησης και Παρακολούθησης του Επιχειρησιακού Σχεδίου και αξιολόγηση της ιεράρχησης των δράσεων
- Συνεργασία με το Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης για την διερεύνηση της δυνατότητας σύναψης συμφωνίας πλαισίου συνεργασίας
- Συνάντηση με την Περιφέρεια ΑΜΘ και την Διαχειριστική Αρχή του οικείου ΠΕΠ για ενημέρωση στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα των BuSSes
- Brain Storming σχετικά με τις διάφορες δράσεις των επιχειρησιακών προγραμμάτων στα πλαίσια του νέου ΕΣΠΑ που βρίσκονται σε εξέλιξη ή πρόκειται να προκηρυχθούν στο επόμενο χρονικό διάστημα
- Επιλογή και ιεράρχηση παρεμβάσεων για την συμμετοχή των BuSSes.