

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΙΔΕΩΝ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΕΡΓΟ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ 2.4.2.β ΤΟΥ ΕΠΕΑΕΚ II
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΙ
ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΕΣ ΠΡΟ-ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΕΡΓΟ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ

Η Επιχειρηματική Ιδέα

Η επιχειρηματική ιδέα είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον επιχειρηματία. Ξεκινά από την ανεξερεύνητη γνώμη του ότι οι καταναλωτές έχουν μια ανάγκη (ή επιθυμία) και ότι αυτή είναι δυνατό να ικανοποιηθεί με την παραγωγή και διάθεση ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή την παροχή μιας συγκεκριμένης υπηρεσίας που θα καταλήξει σε οικονομικό όφελος.

Η επιχειρηματική ιδέα είναι μια υπόθεση ότι μια συγκεκριμένη επιχειρηματική ομάδα έχει την τεχνική και οικονομική δυνατότητα να παράγει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία για το οποίο υπάρχει εκδηλωμένη ζήτηση σε ποσότητα και τιμή, τόση ώστε να υπάρχει διαφορά μεταξύ συνολικού κόστους και συνολικής προσόδου και έτσι να προκύπτει κέρδος.

Η επιχειρηματική ιδέα είναι δυνατό να υλοποιηθεί με πόρους της επιχειρηματικής ομάδας. Αν αυτό δεν είναι δυνατό, τότε η επιχειρηματική ιδέα είναι αρχικά ανέφικτη ή απορρίπτεται.

Εφόσον πρόκειται για επιχειρηματικές δραστηριότητες του «κοινωνικού τομέα» το κέρδος μεταφράζεται σε κοινωνική αναγνώριση της οποίας συνέπεια είναι η εκλογή ή ο επαναδιορισμός σε θέσεις της διοίκησης.

Η σύνδεση της επιχειρηματικής ιδέας με το κέρδος είναι συνυφασμένη με τον επιχειρηματικό κίνδυνο. Σε περίπτωση που το αναμενόμενο κέρδος είναι χρηματικό, ο επιχειρηματικός κίνδυνος είναι ανάλογος του αναμενόμενου ποσού. Σε περίπτωση δραστηριοτήτων του κοινωνικού τομέα, μολονότι ο επιχειρηματικός κίνδυνος είναι περιορισμένος, οι συνέπειές του είναι η αποτυχία και κατ' επέκταση η απώλεια της πολιτικής στήριξης, είτε από τους κομματικούς οργανισμούς, είτε από το λαό.

Η μελέτη της γέννησης της επιχειρηματικής ιδέας απασχολεί διάφορες επιστημονικές περιοχές, μεταξύ των οποίων και αυτές που χρησιμοποιούνται από τη διοίκηση των επιχειρήσεων. Οι επιχειρηματικές ιδέες ανήκουν σε μια από τις δύο γενικές κατηγορίες, μιμητικές ή καινοτόμες, παρά το γεγονός ότι κάθε ολοκληρωμένη επιχειρηματική ιδέα έχει χαρακτηριστικά που ανήκουν και στις δύο κατηγορίες.

☞ Χαρακτηρίζονται από:

- Μεταφορά σε μια περιοχή μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής ιδέας από μια άλλη περιοχή.
- Επανάληψη μιας επιτυχημένης παραγωγικής διαδικασίας.
- Αντιγραφή ή απομίμηση ενός επιτυχημένου προϊόντος.
- Μεταφορά σε μια περιοχή μιας επιτυχημένης εμπορικής πρακτικής.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

☞ Δημιουργούνται – γεννώνται από:

- Προσφορές των πωλητών του απαραίτητου εξοπλισμού.
- Παρατήρηση του επιχειρηματία.
- Προτάσεις στελεχών που έχουν την τεχνογνωσία και εργάζονται σε επιτυχημένες επιχειρήσεις με το ίδιο αντικείμενο, που έχουν σκοπό:
 - Να αποτελέσουν μέλη της επιχειρηματικής ομάδας, ή την ίδια την επιχειρηματική ομάδα, ακόμη και με τη βοήθεια της επιχείρησης από την οποία αποχωρούν (διαδικασία «Εκσφενδόνισης» Spin-Off).
 - Να βελτιώσουν τις αποδοχές τους στη νέα επιχείρηση.
 - Να αλλάξουν γεωγραφικό χώρο εργασίας.
 - Να αλλάξουν περιβάλλον εργασίας.
 - Να ανέλθουν κοινωνικά, αποκτώντας την εικόνα του απαραίτητου ή και ειδικού.
- Παρατήρηση των επιτυχημένων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων άλλων περιοχών.

☞ Δεν είναι μιμητική επιχειρηματική ιδέα:

- Η συμμετοχή σε αλυσίδα τυποποιημένων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (Franchising).
- Η παραγωγή με άδεια του κατασκευαστή (Licensing).
- Η συμμετοχή σε κοινή εμπορική ονομασία (Brand-Name Users).
- Η συμμετοχή σε κοινή επιχειρηματική δραστηριότητα (Clusters)

Καινοτόμες Επιχειρηματικές Ιδέες.

Οι καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες μπορεί να είναι τεχνολογικές, εμπορικές, οργανωτικές, χρηματοδοτικές ή και περιβαλλοντολογικές. Είναι δυνατό να ανήκουν σε όλους τους τομείς της οικονομίας, τον πρωτογενή, τη μεταποίηση ή την παροχή υπηρεσιών.

☞ Χαρακτηρίζονται από:

- Προϊόντα των οποίων τα φυσικά χαρακτηριστικά εμφανίζονται για πρώτη φορά.
- Παραγωγική διαδικασία προϊόντων που ήδη κυκλοφορούν στην αγορά με τρόπο διαφορετικό από αυτόν που παράγονται ήδη.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

- Επεξεργασία των προϊόντων σε ανώτερο βαθμό, πλησιέστερο στην κατανάλωσή τους (πχ προτηγανισμένες πατάτες).
- Οργάνωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας κατά τρόπο που δεν έχει προηγουμένως εφαρμοστεί από άλλους.
- Χρηματοδότηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας από πηγές που δεν έχουν ξαναχρησιμοποιηθεί για το σκοπό αυτό.
- Προϊόντα τα οποία ήδη κυκλοφορούν στην αγορά, παράγονται με τον ίδιο τρόπο, διατίθενται όμως στους καταναλωτές με διαφορετικό τρόπο, όπως:
 - Από κανάλια διανομής που για πρώτη φορά διανέμουν τέτοια προϊόντα (π.χ. η διανομή ηλεκτρικών συσκευών με κουπόνια εφημερίδων, από τα πρακτορεία εφημερίδων).
 - Από συστήματα μεταφοράς που δεν έχουν άλλη φορά μεταφέρει τέτοια προϊόντα (πχ η μεταφορά μουσικής μέσα από το διαδίκτυο [Internet]).
 - Σε συσκευασία που δεν έχει χρησιμοποιηθεί άλλη φορά για τέτοια προϊόντα (πχ μακαρόνια σε γυάλινο βάζο).
 - Μονάδες διανομής που δεν έχουν άλλη φορά χρησιμοποιηθεί (πχ τα χαρτομάντηλα ένα – ένα).
 - Συνδυασμός προϊόντων που δεν έχει χρησιμοποιηθεί εμπορικά άλλη φορά (πχ έπιπλα και ηλεκτρονικοί υπολογιστές).
 - Προϊόντα που συνδέονται με την ψυχολογία των καταναλωτών με διαφορετικό από τον συνηθισμένο τρόπο (πχ σύνδεση της κατανάλωσης της κατανάλωσης απορρυπαντικών και της κοινωνικής εικόνας του καταναλωτή)
- Προϊόντα ανατρεπτικά των καταναλωτικών συναρτήσεων, δηλαδή τα οποία ανατρέπουν το νόμο της προσφοράς και της ζήτησης (πχ η παραγωγή και διάθεση ακριβότερων προϊόντων επειδή έχουν παραχθεί σε ψυχολογικά επιθυμητό περιβάλλον, όπως οικολογικά, παραδοσιακά ή υψηλής τεχνολογίας)

☞ Δημιουργούνται – γεννώνται από:

- Επιχειρηματίες και υποψήφιοι επιχειρηματίες, που διερευνούν νέους τρόπους οργάνωσης, χρηματοδότησης και διανομής των προϊόντων ή και των υπηρεσιών.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

- Επιστήμονες και ερευνητές που εργάζονται σε επιχειρήσεις και διερευνούν τις δυνατότητες νέων βιομηχανικών εφαρμογών σε αποδεδειγμένες επιστημονικές θεωρίες.
- Επιστήμονες και ερευνητές που εργάζονται σε ερευνητικά κέντρα και διερευνούν τις δυνατότητες εργαστηριακής απόδειξης επιστημονικών θεωριών, μέσα από τη διεξαγωγή βασικής έρευνας.
- Τεχνικοί που εργάζονται σε επιχειρήσεις παραγωγής αγαθών ή προσφοράς υπηρεσιών του ίδιου ή συγγενούς κλάδου.
- Στελέχη επιχειρήσεων που εργάζονται στον τομέα του Marketing, των πωλήσεων, της χρηματοδότησης ή και στις διοικητικές υπηρεσίες.
- Επιστήμονες που διδάσκουν σε Πανεπιστήμια ή και ΤΕΙ και διεξάγουν εφαρμοσμένη έρευνα.
- Φοιτητές, που στα πλαίσια των σπουδών τους συμμετέχουν και στην έρευνα που διεξάγεται στο εκπαιδευτικό ίδρυμα στο οποίο φοιτούν.
- Υποψήφιοι διδάκτορες, οι οποίοι στα πλαίσια της εκπόνησης της διδακτορικής τους διατριβής πρέπει να παράγουν και να ανακοινώσουν νέα επιστημονική γνώση.
- Νέοι πτυχιούχοι, οι οποίοι επιλέγουν τη σταδιοδρομία στον ιδιωτικό τομέα της επιχειρηματικότητας.
- Ομάδες καθηγητών και φοιτητών των ΑΕΙ και ΤΕΙ, οι οποίοι αναζητούν νέους τρόπους επιχειρηματικής εκμετάλλευσης των επιστημονικών τους γνώσεων και ικανοτήτων στα πλαίσια της «Ακαδημαϊκής Εκσφενδόνισης» [Academic Spin-Off].
- Μακροχρόνια άνεργοι, οι οποίοι βλέπουν ως μόνη διέξοδο την αυταπασχόληση και προσπαθούν να εκμεταλλευτούν τη σωρεία προγραμμάτων επιχορηγήσεων και επιδοτήσεων που τους υποκινούν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.
- Ομάδες εργαζομένων σε επιχειρήσεις, στα πλαίσια των «Κύκλων Ποιότητας» [Quality Circles] και του «Καταιγισμού Ιδεών» [Brain Storming].
- Ειδικές ομάδες εργαζομένων που συνιστώνται με σκοπό τη διατύπωση καινοτομιών.

☞ Δεν είναι καινοτόμα η επιχειρηματική ιδέα όταν το αντικείμενό της είναι:

- Η εξάπλωση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας σε νέες αγορές.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

- Η διαφοροποίηση [Diversification] προϊόντων ή υπηρεσιών, ύστερα από μια έρευνα της αγοράς και προκειμένου να προσαρμοστεί το προϊόν ή υπηρεσία στις νέες προτιμήσεις των καταναλωτών.
- Η διαφήμιση από διαφημιστικά μέσα, έστω και αν δεν έχουν χρησιμοποιηθεί άλλοτε για τη διαφήμιση τέτοιων προϊόντων ή υπηρεσιών.
- Η διαφοροποίηση της πιστωτικής πολιτικής μιας επιχείρησης.
- Η αναβίωση παραγωγικών ή εμπορικών πρακτικών που έχει εγκαταλειφθεί, ανεξάρτητα από το χρόνο που έχει παρέλθει από την εγκατάλειψή της.
- Η χρησιμοποίηση νέων, έστω και καινοτόμων, μεθόδων διάδοσης των μηνυμάτων, που η επιχείρηση θεωρεί ως βάση της προσέλκυσης καταναλωτών.
- Η αλλαγή της πολιτικής της επιχείρησης, σε ότι αφορά τα στοιχεία που συνθέτουν την προσωπικότητά της στην αγορά (συνδυασμός τιμολόγησης – προώθησης – ποιοτικών χαρακτηριστικών – συσκευασίας – υπηρεσιών μετά την πώληση).
- Η επιλογή άλλου συνδυασμού πολιτικής, που έχει ήδη αποδειχθεί επιτυχημένος στο παρελθόν, είτε από επιχειρήσεις που είχαν ένα συνολικά επιτυχημένο, ή αποτυχημένο, αποτέλεσμα, ανεξάρτητα από τις ενδείξεις που η επιστημονική ανάλυση καταλήγει.
- Τα πειστικά εφευρήματα προς τους άμεσους (τελικούς) ή έμμεσους (χονδρεμπόρους) καταναλωτές, που απευθύνονται, είτε στην ψυχολογική τους εμπλοκή, είτε στη ικανοποίηση της ανάγκης τους να συμμετέχουν στο «συρμό» των συνθηκών και αναμενομένων εξελίξεων της αγοράς, που αποτελούν την αντίδραση στη μεταβολή, κυρίως όταν αυτή αφορά την πρωτοβουλία για την τοποθέτηση της θρυαλίδας που είναι ενδεχόμενο και επιθυμητό να προκαλέσει την έκρηξη από την οποία, μια τέτοια μεταβολή, θα προέλθει.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

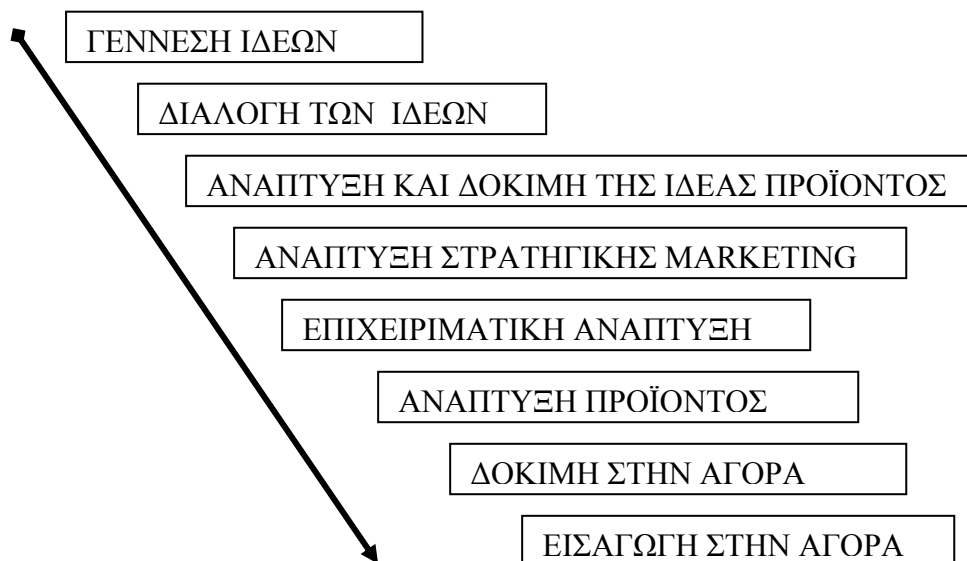
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Η γενική σειρά την οποία ακολουθεί μια επιχειρηματική ιδέα είναι:



Ο καταγισμός ιδεών, αποτελεί την πλέον επιτυχημένη, και για το λόγο αυτό και την πλέον προσφιλή, διαδικασία παραγωγής καινοτόμων ιδεών. Δεν αποτελεί μέθοδο, αλλά διαδικασία από την οποία ελπίζεται να προκύψουν καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες στις επιχειρήσεις, κυρίως μεγάλες, όπου η παραγωγή των καινοτόμων ιδεών αναμένεται από τους ίδιους τους εργαζόμενους.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΙΔΕΩΝ

Η διαδικασία παραγωγής ιδεών για την επίλυση ενός προβλήματος ή για ένα συγκεκριμένο θέμα, περνά από τα εξής στάδια:

Το στάδιο προετοιμασίας

Σ' αυτό το στάδιο πρέπει να γίνουν οι εξής επί μέρους ενέργειες:

- Καθορισμός του προβλήματος που θέλουμε να επιλύσουμε.
- Συλλογή και διερεύνηση των σχετικών πληροφοριών και στοιχείων.
- Μελέτη και ανάλυση όλων των στοιχείων του προβλήματος.

Το στάδιο εφαρμογής

Μετά την ολοκλήρωση του πρώτου σταδίου μπαίνει σ' ενέργεια η φαντασία για την παραγωγή ιδεών. Για να επιτευχθεί αυτό πρέπει να αναζητηθεί η απάντηση σε μια σειρά ερωτήσεων, σκέψεων και συσχετισμών, που ο Α. Osborn προσδιόρισε ως εξής:

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Διαφορετική Χρησιμότητα.

Μπορεί η ιδέα μας να χρησιμοποιηθεί για άλλους σκοπούς; Τι άλλες εφαρμογές μπορεί να έχει αν τροποποιηθεί κατάλληλα;

Προσαρμογή.

Τι άλλο μοιάζει μ' αυτή την ιδέα; Ποια άλλη ιδέα θυμίζει; Υπάρχει κανένα προηγούμενο στην Ιστορία;

Τροποποίηση.

Μήπως θα έπρεπε να προσδώσουμε μια νέα υφή, ν' αλλάξουμε την έννοια, το χρώμα, την κίνηση, τον ήχο, τη διαταγή, τη μορφή, το σχήμα; Τι αλλαγές θα μπορούσαμε να επιφέρουμε;

Μεγέθυνση.

Τι θα μπορούσαμε να προσφέρουμε; Περισσότερο καιρό; Μεγαλύτερη συχνότητα; Ισχύ; Ύψος; Μήκος; Πάχος; Πρόσθετη αξία; Πρόσθετα συστατικά; Διπλασιασμό; Πολλαπλασιασμό; Υπερβολή;

Υποκατάσταση.

Ποιος άλλος; Τι άλλο; Άλλα στοιχεία; Άλλα υλικά; Άλλη διαδικασία; Άλλη δύναμη; Άλλος τρόπος αντιμετώπισης; Άλλος τόνος;

Ανακατανομή.

Μήπως πρέπει ν' αλλάξουμε τα επί μέρους στοιχεία; Άλλο διάγραμμα; Αλλαγή αριθμού;

Αναδίπλωση.

Αντιστροφή των θετικών παραγόντων. Αντιθέσεις; Αναστροφή; Εναλλαγή των ρόλων;

Συγκερασμός. Μήπως έπρεπε να δημιουργήσουμε ένα καινούργιο κράμα; Συστοιχία; Σύνολο; Μήπως θα έπρεπε να συνενώσουμε τις διάφορες ενότητες ή στόχους; Ή τον τρόπο προσέλευσης; Ή και τις ίδιες τις ιδέες;



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



▪ Το στάδιο της αξιολόγησης

Στο στάδιο αυτό, με την κρίση αξιολογούμε τις ιδέες που έχουμε παράγει. Τις σταθμίζουμε, εντοπίζουμε τα μειονεκτήματά τους, τις αναλύουμε και τελικά επιλέγουμε εκείνες που νομίζουμε ότι ανταποκρίνονται καλύτερα στη λύση του προβλήματός μας.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΟΔΗΓΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Βασική προτεραιότητα της δράσης του Συμβουλευτικού Κέντρου Επιχειρηματικότητας του Τ.Ε.Ι Πειραιά είναι η εκπόνηση ενός οδηγού επιχειρηματικού σχεδίου έτσι ώστε οι φορείς επιχειρηματικών ιδεών να έχουν μια πρώτη γνώση για το τι θα πρέπει να κάνουν έτσι ώστε να στήσουν μια επιχείρηση.

Ο οδηγός επιχειρηματικού σχεδίου(business plan), παρέχει τις βασικές πληροφορίες για το τι χρειάζεται αρχικά να προγραμματίσει κάποιος που θέλει να προετοιμάσει μια επιχείρηση και αν τελικά με την σύνταξη του σχεδίου αυτού προκύπτει ότι η λειτουργία της επιχείρησης θα είναι βιώσιμη και ανταγωνιστική στην αγορά.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

10 ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΕΝΑ ΠΕΤΥΧΗΜΕΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Εκκίνηση: τι σχεδιάζετε; Γιατί;		
↓		
1. καθορίστε τις επιχειρηματικές σας δραστηριότητες		
↓		
2. Καθορίστε την τρέχουσα κατάσταση της επιχείρησης		
↓		
3. Καθορίστε την εξωτερική αγορά, τον ανταγωνισμό και την τοποθέτηση σας στη αγορά		
↓		
4. Καθορίστε τους βασικούς σας στόχους		
↓		
5. Αναπτύξτε στρατηγική για την επίτευξη των στόχων αυτών		
↓		
6. Εντοπίστε τους κινδύνους και τις ευκαιρίες	←	
↓		
7. Αναπτύξτε στρατηγική για τον περιορισμό των κινδύνων και την εκμετάλλευση των ευκαιριών		
↓		
8. Διαμορφώστε τις στρατηγικές σε αποτελεσματικό σχέδιο	→	
↓		
9. Προβάλλετε δαπάνες, κέρδη, ταμειακή ροή	→	
↓		
10. Ολοκληρώσετε το σχέδιο		

ΔΕΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Αφού καταλήξουμε στο σχέδιο πρέπει να το καταγράψουμε. Ο σχεδιασμός της σύνταξης του σχεδίου θεωρείται ότι είναι σχεδόν εξίσου σημαντικός με τον καθαυτό επιχειρηματικό σχεδιασμό. Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι ακριβές και ευανάγνωστο αλλά και όσο το δυνατόν μικρότερο. Η έκταση του πρέπει να κυμαίνεται από 20-40 σελίδες, ανάλογα με την πολυπλοκότητα της εταιρίας, προφανώς όμως είναι δύσκολο να περιορίσουμε το σχέδιο στο ιδανικό μέγεθος καθώς υπάρχουν τόσα πολλά που θέλουμε να πούμε όταν περιγράφουμε μια επιχείρηση.

Πρέπει να δώσουμε την τεκμηρίωση και τις πληροφορίες που χρειάζονται οι αναγνώστες μας, έτσι ώστε να πάρουν τις απαραίτητες αποφάσεις ή να κάνουν τις απαραίτητες ενέργειες. Μερικές φορές πρέπει να τους δίνουμε κάτι παραπάνω από το ελάχιστο για να δείξουμε ότι έχουμε κάνει σωστό σχεδιασμό, ενώ σε άλλες περιπτώσεις πρέπει να κρατάμε και κάτι για τον εαυτό μας, ώστε να δίνουμε την εντύπωση ότι ξέρουμε περισσότερα από όσα γράφουμε.

Η λύση είναι να συμπεριλάβουμε όλες τις πληροφορίες, χωρισμένες σε ενότητες ώστε να μη χρειάζεται να διαβαστεί ολόκληρο. Προσδιορίζουμε τι πρέπει να μάθει ο αναγνώστης, τι είναι εντελώς απαραίτητο για το σχέδιο και μετά το τεκμηριώνουμε με την μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια. Βάζουμε πολλές και σαφείς επικεφαλίδες, στη συνέχεια περιλήψεις και στο τέλος τις λεπτομέρειες. Έτσι, ο αναγνώστης μπορεί να είναι επιλεκτικός και να προχωρήσει στις λεπτομέρειες μόνο σε θέματα που τον αφορούν ειδικά.

ΔΕΚΑ ΒΗΜΑΤΑ

1. Αρχίστε με τα αναπόφευκτα προκαταρκτικά (περιεχόμενα, ευχαριστίες, ορισμοί).
2. Κάντε μια περίληψη (αυτό που λέμε executive summary).
3. Ετοιμάστε το σκηνικό περιγράφοντας την επιχείρηση.
4. Εξετάστε την αγορά, τον ανταγωνισμό και την τοποθέτηση σας στην αγορά.
5. Εξηγήστε το όραμα, την αποστολή και τους στόχους σας.
6. Περιγράψτε την στρατηγική σας.
7. Εξηγήστε τα σχέδια σας για την ανάπτυξη των προϊόντων και/ή των υπηρεσιών σας.
8. Περιγράψτε τις χρηματοοικονομικές προβολές σας.
9. Επισημάνετε τους κινδύνους και τις ευκαιρίες.
10. Καταλήξτε σε ένα συμπέρασμα.

Το επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί το πρώτο και μερικές φορές το μοναδικό έγγραφο κείμενο που παρουσιάζει ολοκληρωμένα την επενδυτική πρόταση, γι' αυτό πρέπει να είναι ρεαλιστικό και εφικτό, ολοκληρωμένο, σύντομο, κατανοητό και να αιχμαλωτίζει το ενδιαφέρον του επενδυτή-χρηματοδότη.

Το επιχειρηματικό σχέδιο παρουσιάζεται πολύ συνοπτικά στον επενδυτή - χρηματοδότη, αλλά συνοδεύεται από αναλυτικούς πίνακες, παραρτήματα κλπ., στα οποία μπορεί αυτός να ανατρέξει για περισσότερη ενημέρωση ή επιβεβαίωση κάποιων στοιχείων.

Ένα επιχειρηματικό πρόγραμμα περιλαμβάνει απαραίτητα τις ακόλουθες ενότητες:

1. Περίληψη

Σε αυτήν εξηγείται ο σκοπός του σχεδίου, ποιοι το συνέταξαν, το επίπεδο ευθύνης και αξιοπιστίας τους και τέλος αναλυτικά οι υποθέσεις που έλαβαν υπόψη τους και προχώρησαν στην σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου. Κατόπιν περιγράφεται πολύ σύντομα η εταιρεία (τυχόν εμπειρία που διαθέτει), τα προϊόντα που παράγει, οι αγορές στις οποίες προσβλέπει. Επίσης γίνεται μια συνοπτική παρουσίαση των διευθυντικών στελεχών της επιχείρησης, περιγράφεται σύντομα το προτεινόμενο σχέδιο και οι στόχοι του, γίνεται μια περίληψη των κυριότερων σημείων των αναμενόμενων μεγεθών και αποδόσεων και αυτά χρονοδρομούνται (ετήσιες πωλήσεις, καθαρά κέρδη για τα πρώτα πέντε χρόνια, IRR, NPV). Τέλος χρονοδρομούνται τα κεφάλαια που απαιτούνται και ο τρόπος που προτείνεται να χρησιμοποιηθούν.

2. Κύριο μέρος

2.1 Ιστορικό της εταιρίας

Σε αυτό αναφέρεται η ημερομηνία που ξεκίνησε η υπάρχουσα δραστηριότητα (αν υπήρχε), η ανάπτυξή της, ιστορικά στοιχεία, ισολογισμοί τελευταίων ετών, το λογιστικό της σχέδιο, εκθέσεις ορκωτών λογιστών και εσωτερικού ελέγχου, η σημερινή της χρηματοδότηση, καθώς και οι μέτοχοι και διευθυντές της εταιρίας.

2.2 Πληροφορίες για τα προϊόντα

Περιλαμβάνει κατηγορίες προϊόντων και περιγραφή τους, μοναδικότητα των προϊόντων και εφαρμογές τους, τεχνολογία που εφαρμόζεται και πως έχει κατοχυρωθεί, μελλοντικές εξελίξεις, και ποια είναι τα οφέλη των προϊόντων για τους καταναλωτές.

2.3 Πληροφορίες για την αγορά των προϊόντων & το ανταγωνιστικό τοπίο

Έρευνα για τις υπάρχουσες και προβλεπόμενες αγορές σε σχέση και με τη θέση της επιχείρησης στην αγορά

Εξάρτηση της επιχείρησης ή μη από τρίτους

Υπάρχοντες ή προβλεπόμενοι πελάτες, κατανομή τους με βάση γεωγραφικά και άλλα κριτήρια (segmentation), μερίδια αγοράς της εταιρίας

Αγοραστικά πρότυπα των πελατών

Υπάρχων ή μελλοντικός ανταγωνισμός (ισχυρά-ασθενή σημεία, ομοιότητες, τρόποι αντίδρασης, ευκολία/δυσκολία εισόδου νέων ανταγωνιστών)

Τεχνικές και πολιτική Marketing, τρόποι και ρυθμοί διείσδυσης της επιχείρησης

Δίκτυα πωλήσεων - διαθέσεως (απ' ευθείας ή μέσω αντιπροσώπων, αποκλειστικών ή μη)

Τιμολόγηση των προϊόντων με βάση τη χρησιμότητα αυτών στον καταναλωτή και στόχο την μεγιστοποίηση του κέρδους

Τιμολογιακή και πιστωτική πολιτική της εταιρίας,

Μελλοντικές εξελίξεις (απαραίτητες - επιθυμητές)

Προτάσεις για έρευνα και ανάπτυξη των προϊόντων, προοπτικές ανάπτυξης

Υπάρχει δυνατότητα διατήρησης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της επιχείρησης έναντι των ανταγωνιστών της;

2.4 Τεχνικό μέρος και παραγωγική διαδικασία

Επεξήγηση της παραγωγικής διαδικασίας

Πηγές εξασφάλισης των πρώτων και βοηθητικών υλών

Τεχνολογία, διάταξη των μηχανημάτων και της ροής παραγωγής

Χρησιμοποίηση υπερβολάβων (σε ποια μέρη του προϊόντος; με τι κόστος; υπάρχουν συμφωνίες;)

Προσδιορισμός των δαπανών παραγωγής σε διάφορα επίπεδα παραγωγής

Ποιοτικός έλεγχος

Αναφορά σε όλους τους κανονισμούς και τις απαιτούμενες άδειες ή διαδικασίες που απαιτούνται σε Εθνικό ή Κοινοτικό επίπεδο για την πώληση των προϊόντων

2.5 Διοίκηση

Περιλαμβάνει το οργανόγραμμα της επιχείρησης, περιγραφές νευραλγικών θέσεων, τα βιογραφικά σημειώματα των σημαντικών στελεχών της επιχείρησης καθώς και όρους απασχόλησής τους. Περιγράφει τις συνολικές ανάγκες σε προσωπικό ανά κατηγορία, ανάγκες για εκπαίδευση προσωπικού, και προτεινόμενους όρους απασχόλησης του εργατο-υπαλληλικού προσωπικού.

2.6 Οικονομική ανάλυση

Προβλέψεις για την επόμενη πενταετία για κύκλο εργασιών, καθαρά κέρδη, cash flows, προβλεπόμενοι ισολογισμοί, προβλεπόμενο χρηματοδοτικό σχήμα και νεκρό σημείο του κύκλου εργασιών.

2.7 Συνολική απαιτούμενη επένδυση

Εδώ περιγράφονται με λεπτομέρεια τα βασικά στοιχεία της επένδυσης, χρόνος κατασκευαστικής περιόδου, χρόνος λειτουργίας της μονάδας, ληφθείσες προσφορές και συγκριτικοί πίνακες, κόστος εγκατάστασης, προλειτουργικές δαπάνες, ανάγκες σε κεφάλαια κινήσεως κλπ.

2.8 Απαιτούμενα κεφάλαια

Εδώ παρουσιάζονται και χρονοδρομούνται τα απαραίτητα κεφάλαια (κατά στάδια ή όλα από την αρχή), περιγράφονται λεπτομερώς οι πηγές άντλησης των κεφαλαίων και αναφέρεται εάν υπάρχουν διαθέσιμες εγγυήσεις. Εκτιμώνται η καθαρή παρούσα αξία (Net Present Value, NPV) και ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης (Internal Rate of Return, IRR) των αναμενόμενων

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

αποδόσεων. Γίνεται η αξιολόγηση και ο έλεγχος του βαθμού αβεβαιότητας της αποδοτικότητας της επένδυσης (ανάλυση νεκρού σημείου, ανάλυση ευαισθησίας) όταν μεταβάλλονται βασικές παράμετροι που είχαμε αρχικά εκτιμήσει (βασικές υποθέσεις).

3. Συμπεράσματα και Στρατηγικοί στόχοι της επιχείρησης

Το επιχειρηματικό πρόγραμμα κλείνει με την εξαγωγή συμπερασμάτων και παρουσίαση των στρατηγικών στόχων της επιχείρησης καθ' όλη της διάρκεια της οικονομικής ζωής της μονάδας.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΕΣ ΠΡΟ-ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Είναι απαραίτητο να υπάρχει μία ξεκάθαρη παρουσίαση των δραστηριοτήτων του συνεταιρισμού. Η περιγραφή της επιχείρησης είναι ο εταιρικός στόχος και θα πρέπει να προσφέρει τις παρακάτω πληροφορίες:

- Ποιοι είμαστε
- Τι σκοπεύουμε να προσφέρουμε
- Τις ανάγκες ποιας αγοράς σκοπεύουμε να καλύψουμε
- Γιατί η επιχειρηματική ιδέα μας είναι βιώσιμη

Πολλές φορές οι επιχειρηματίες κάνουν το λάθος να λειτουργούν χωρίς εταιρικό στόχο, πράγμα που επηρεάζει την δυνατότητα της εταιρείας να αναπτυχθεί και να κερδοφορήσει. Μία οργανωμένη και κατανοητή περιγραφή της επιχείρησης βοηθάει στην επίτευξη συγκεκριμένων στόχων καθώς επίσης και στην σωστή παρουσίαση της επιχείρησης σε επενδυτές και μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Η παρουσίαση της επιχείρησης πρέπει να περιλαμβάνει:

1.1 Σύντομη παρουσίαση της ευρύτερης αγοράς στην οποία προτίθεστε να δραστηριοποιηθείτε.

Σκοπός είναι να αναλυθεί η αγορά και οι ευκαιρίες που προσφέρει για μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Ταυτόχρονα με αυτή την παρουσίαση δίνεται η δυνατότητα να φανεί η θέση που μπορεί να καταλάβει η επιχείρηση σας στη συγκεκριμένη αγορά. Πρέπει να παρουσιασθεί η παρούσα κατάσταση της αγοράς αλλά και οι δυνατότητες της για μελλοντική ανάπτυξη. Επίσης θα πρέπει να αναλυθούν οι διάφορες κατηγορίες της αγοράς και πιο συγκεκριμένα οι πιθανές επιδράσεις που μπορεί να έχουν στην δικιά σας επιχείρηση. Είναι σημαντικό να συμπεριλάβετε τα νέα προϊόντα και τις εξελίξεις της αγοράς που πιθανόν να βλάψουν ή να ωφελήσουν την επιχείρηση σας. Τέλος, πρέπει να παρουσιάσετε τις εθνικές ή οικονομικές τάσεις και παράγοντες που θα επηρεάσουν την ανάπτυξη της επιχείρησης σας (νέοι αναπτυξιακοί νόμοι, ευνοϊκές χρηματοδοτήσεις για νέες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του περιβάλλοντος κ.α)

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Οι πληροφορίες που θα χρησιμοποιηθούν για την παρουσίαση της αγοράς πρέπει να είναι έγκυρες και να αναφέρονται στην παρούσα κατάσταση. Δεν πρέπει να χρησιμοποιηθεί μόνο μία πηγή πληροφοριών. Πληροφορίες μπορούν να συγκεντρωθούν από κυβερνητικούς φορείς, οικονομικά έντυπα, ενώσεις – σωματεία, επιχειρηματικές μελέτες και έρευνες πανεπιστημίων. Σε μερικές περιπτώσεις η συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων από συνεντεύξεις με πελάτες και προμηθευτές βοηθάει στο να σχηματιστεί μία ξεκάθαρη εικόνα του τι ζητάει η αγορά και πως δραστηριοποιούνται οι ανταγωνιστές.

1.2 Περιγραφή της Επιχείρησής σας

Είναι απαραίτητο να δηλώσετε με μία ή δυο προτάσεις τον σκοπό της επιχείρησής σας και σε ποιόν απευθύνονται οι υπηρεσίες/ προϊόντα σας. Αυτό θα αποτελεί τον πρωταρχικό στόχο και το όραμα της επιχείρησής που θα είναι και ο βασικός άξονας γύρω από τον οποίο θα αναπτυχθούν όλα. Μία ξεκάθαρη περιγραφή δείχνει αποφασιστικότητα.

Με βάση αυτή την δήλωση μπορείτε να προχωρήσετε σε μία πιο λεπτομερή περιγραφή της επιχείρησής σας. Πρέπει να δώσετε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες στα ακόλουθα θέματα:

- Τι είδους επιχείρηση θα είναι; (π.χ Χονδρικού - Λιανικού Εμπορίου, Βιοτεχνία, Κατασκευαστική Εταιρεία, Προσφοράς Υπηρεσιών;)
- Πότε ιδρύθηκε; Είναι υπάρχουσα ή νεοσύστατη επιχείρηση;
- Ποια είναι η νομική της υπόσταση; (π.χ Α.Ε, Ο.Ε, Ε.Π.Ε, Συνεταιρισμός;)
- Ποιοι είναι οι εταίροι και τι γνώσεις / εμπειρίες προσφέρουν στην επιχείρηση;
- Ποια αγορά θα καλύψει; Ποιοι θα είναι οι πελάτες της; Πώς θα πωλούνται τα προϊόντα/ υπηρεσίες της;
- Ποιες δομές υποστήριξης λειτουργίας θα αναπτυχθούν; (π.χ Τμήμα μηχανογράφησης, Εξυπηρέτησης πελατών, Μάρκετινγκ, Προώθηση πωλήσεων;)

1.3. Περιγραφή των Προϊόντων/ Υπηρεσιών σας

Περιγράψτε τα προϊόντα/υπηρεσίες σας με ιδιαίτερη έμφαση στον τρόπο που θα χρησιμοποιηθούν. Δώστε συγκεκριμένες λεπτομέρειες σχετικά με το τι προσφέρεται και τις δυνατότητες εκμετάλλευσής τους από τους πελάτες σας,. Συγκεκριμένα περιγράψτε:



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

- Τι προϊόντα / υπηρεσίες πουλάτε,
- Πως θα ωφεληθούν οι πελάτες σας από τα προϊόντα / υπηρεσίες σας,
- Ποια είναι η διαφοροποίηση των δικών σας προϊόντων / υπηρεσιών από τα υπόλοιπα της αγοράς (το ανταγωνιστικό σας πλεονέκτημα).

Πρέπει να παρουσιάσετε τους λόγους για τους οποίους τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θα είναι επιτυχημένα στην αγορά. Ειδικά εάν επιδιώκετε χρηματοδοτήσεις αυτό το κομμάτι χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή. Επικεντρωθείτε στους παράγοντες επιτυχίας σας. Τονίστε τα δυνατά σας σημεία και προβάλλετε επιχειρήματα σχετικά με την άρτια οργάνωση της επιχείρησης, την χρήση τεχνολογικού εξοπλισμού υψηλής ποιότητας, την σύγχρονη ανάπτυξη της αγοράς, την διαφοροποίηση των προϊόντων / υπηρεσιών σας σε θέματα ποιότητας και τιμής από τους ανταγωνιστές σας.

Αποφύγετε τις αναφορές σε γενικούς στόχους και εξηγήστε τις μεθόδους που σκοπεύετε να χρησιμοποιήσετε για να ξεχωρίσετε.

2. ΑΓΟΡΑ

2.1. Περιγραφή τοποθέτησης Επιχείρησης στην Αγορά

Η τοποθέτηση στην αγορά αποτελεί την ταυτότητα της επιχείρησης. Πως τα προϊόντα / υπηρεσίες σας θα σταθούν στην αγορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές σας. Για να ξεκαθαρίσετε την θέση σας στην αγορά πρέπει να γνωρίζετε την θέση των ανταγωνιστών σας και τις προτιμήσεις των πελατών σας. Με τα στοιχεία αυτά θα μπορέσετε να κατανοήσετε τι προσφέρουν οι ανταγωνιστές σας, ποια είναι τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους και τελικά να κατανοήσετε πως μπορείτε να διαφοροποιηθείτε μέσα στην αγορά.

- Αναπτύξτε την τοποθέτηση σας απαντώντας σε μερικά ερωτήματα:
- Τι είναι ξεχωριστό στα προϊόντα / υπηρεσίες σας;
- Ποιες ανάγκες των πελατών σας μπορείτε να καλύψετε;
- Πως θα θέλατε να αντιλαμβάνεται η αγορά τα προϊόντα / υπηρεσίες σας;
- Πως τοποθετούνται οι πελάτες σας στην αγορά;

Μπορείτε να ερευνήσετε για τους ανταγωνιστές σας κάνοντας επισκέψεις στην επιχείρηση τους ή ρωτώντας για τα προϊόντα / υπηρεσίες τους ώστε να μάθετε τι προσφέρουν και πόσο κοστίζουν. Προσπαθήστε να καλύψετε τομείς σχετικά με την διανομή, τιμολόγηση, ποιότητα ώστε να μπορείτε να διαγνώσετε δυνατά και αδύνατα σημεία των ανταγωνιστών σας.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Σημαντικό είναι να κατανοήσετε τις συνήθεις πρακτικές της αγοράς, όπως τιμολόγηση, διανομή, χρέωση κλπ. Πληροφορίες σχετικά με αυτές τις πρακτικές είναι συνήθως διαθέσιμες από τα σωματεία – ενώσεις του κλάδου, τα επιμελητήρια, και τους κυβερνητικούς φορείς που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα.

2.2. Το Αγοραστικό Κοινό στο οποίο απευθύνεστε

Σε αυτό το τμήμα θα αναπτύξετε τα επιχειρήματά σας προς πιθανούς επενδυτές, εταίρους ότι η επιχείρησή σας έχει την δυνατότητα να καλύψει αρκετούς πελάτες σε μία αναπτυσσόμενη αγορά, και μπορεί να αποφέρει σημαντικές πωλήσεις παρά τον υπάρχοντα ανταγωνισμό. Το τμήμα αυτό της μελέτης βιωσιμότητας πρέπει να δείξει το του υπάρχοντος αγοραστικού κοινού και τις τάσεις του και απαιτεί εκτεταμένη έρευνα.

2.2.1 Μέγεθος Αγοράς Στόχου / Τάσεις

Το τμήμα αυτό αναλύει το συνολικό μέγεθος του αγοραστικού κοινού. Τέτοια χρήσιμα στοιχεία είναι συνήθως αποτελέσματα ερευνών αγοράς. Μπορείτε να ψάξετε σε οικονομικά περιοδικά ή έντυπα που ασχολούνται με τον κλάδο που επιθυμείτε να δραστηριοποιηθείτε για να βρείτε στοιχεία. Συνδυάστε τα στοιχεία ώστε να δείξετε την υπάρχουσα κατάσταση και τις δυνατότητες ανάπτυξης.

Στη συνέχεια σχολιάστε παράγοντες και τάσεις της αγοράς, κοινωνικό-οικονομικές αλλαγές, κυβερνητικές πολιτικές που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την ανάπτυξη του αγοραστικού κοινού.

2.2.2 Αγοραστικό κοινό – Πελάτες

Περιγράψτε το αγοραστικό κοινό στο οποίο στοχεύουν τα προϊόντα / υπηρεσίες σας. Αναφερθείτε στο προφίλ του αγοραστικού κοινού που επιθυμείτε να αποκτήσετε. Προσπαθήστε να γίνετε συγκεκριμένοι στο ποιοι θα είναι οι πελάτες σας και αποφύγετε γενικές περιγραφές όπως "όλοι όσοι θέλουν να αγοράσουν ένα αυτοκίνητο". Συνδυάστε τις δικές σας προσδοκίες με μελέτες – έρευνες που προσφέρουν στοιχεία σχετικά με τις τάσεις του αγοραστικού κοινού, τις απαιτήσεις του σε σχέση με τα προϊόντα / υπηρεσίες σας, την συχνότητα ζήτησης των προϊόντων / υπηρεσιών σας κ.α

Επίσης αναφερθείτε στην γεωγραφική περιοχή στην οποία σκοπεύετε να προσφέρεται τις προϊόντα / υπηρεσίες σας.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

2.2.3 Ανταγωνισμός

Στο τμήμα αυτό αναφερθείτε στο θέση που λαμβάνεται μέσα στην ανταγωνιστική αγορά με τα προϊόντα / υπηρεσίες σας. Παρουσιάζοντας την επιχείρησή σας σε σχέση με τους ανταγωνιστές σας δείχνει ότι κατανοείτε την αγορά και είστε έτοιμοι να αντιμετωπίσετε πιθανά εμπόδια στην ανάπτυξη της.

Κάντε μία μικρή παρουσίαση των κύριων ανταγωνιστών σας. Εάν μπορείτε συμπεριλάβετε και τις ετήσιες πωλήσεις τους και το μερίδιο αγοράς που κατέχουν. Ταυτόχρονα αναπτύξτε κάποια προσωπικά σχόλια σχετικά με το εάν καλύπτουν επιτυχώς ή όχι τις ανάγκες των πελατών τους. Οι απόψεις σας πρέπει να είναι εμπεριστατωμένες και όχι τυχαίες. Με βάση αυτά τα σχόλια μπορείτε να επιχειρηματολογήσετε για την διεκδίκηση μεριδίου της αγοράς από την επιχείρησή σας.

Είναι σημαντικό μέσα από αυτή την διαδικασία να αναγνωρίσετε τους πραγματικούς ανταγωνιστές σας. Δείτε ποιοι τομείς είναι τα δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησής σας και των ανταγωνιστών σας. Ερωτήματα που πρέπει να απαντήσετε:

- ποιος προσφέρει τις καλύτερες τιμές;
- ποιος προσφέρει καλύτερη ποιότητα;
- ποιος έχει το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς;
- γιατί κάποιες εταιρείες εισήχθησαν ή αποσύρθηκαν από την αγορά;

Μάθετε από τα λάθη ή τις επιτυχίες των ανταγωνιστών σας. Βρείτε την αιτία για την οποία προτιμούν οι πελάτες τους ανταγωνιστές σας (λόγω των χαμηλών τιμών, της υψηλής ποιότητας, της καλής εξυπηρέτησης;)

3. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Αναφερθείτε στην διοικητική οργάνωση της επιχείρησής και τις ανάγκες προσωπικού για την σωστή λειτουργία και απόδοση.

Σε αυτό το κεφάλαιο πρέπει να παρουσιασθεί η σύνθεση της διοίκησης και της στελέχωσης των τμημάτων που είναι απαραίτητα για την λειτουργία της επιχείρησής.

Αναπτύξτε το θέμα της στελέχωσης ανά τμήμα και δίνοντας πληροφορίες για τα απαραίτητα προσόντα κάθε υπαλλήλου και της αρμοδιότητες που καλείται να αναλάβει.

Η χρήση ενός οργανογράμματος θα βοηθήσει στην καλύτερη διάγνωση αναγκών της επιχείρησής. Χρησιμοποιήστε το παρακάτω παράδειγμα:



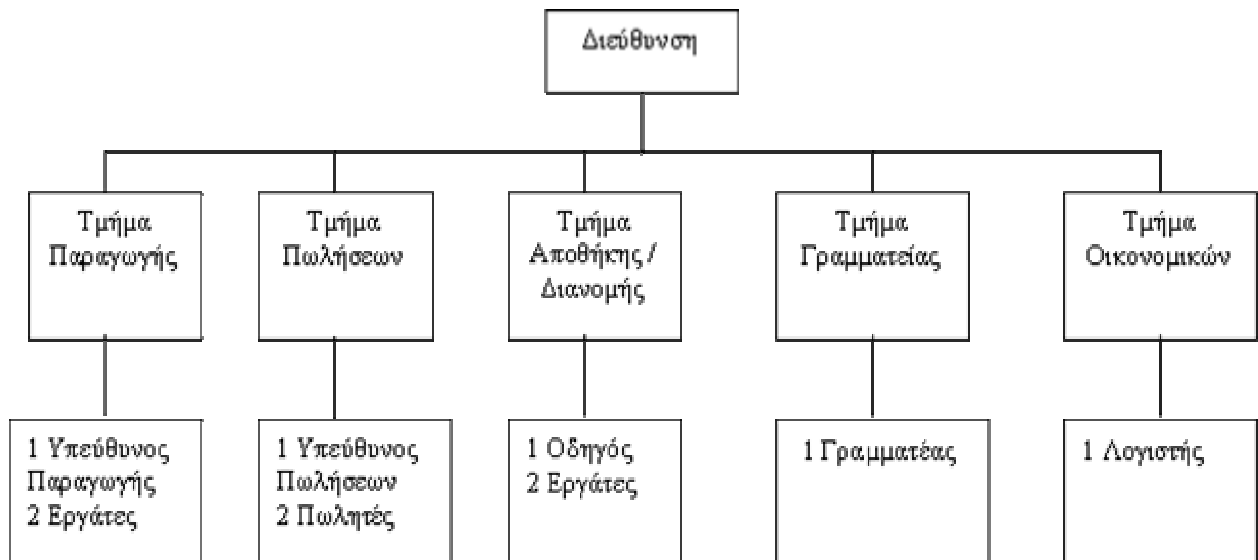
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ



Προσαρμόστε το οργανόγραμμα στις ανάγκες της επιχείρησής σας. Είναι αναγκαίο να έχετε ήδη προσδιορίσει τις δραστηριότητες της επιχείρησής σας έτσι ώστε να ξέρετε τις εργασίες που πρέπει να εκτελείται. Προσπαθήστε να αναλύσετε σε βάθος όλες τις ανάγκες της επιχείρησής για να μπορέσετε να έχετε μία πραγματική εικόνα του προσωπικού που θα απασχολήσετε.

Στη συνέχεια μπορείτε να σχεδιάσετε την περιγραφή εργασίας κάθε υπαλλήλου, η οποία θα σας διευκολύνει στην καλύτερη οργάνωση και λειτουργία της επιχείρησής. Η περιγραφή εργασίας περιλαμβάνει τις αρμοδιότητες της θέσης εργασίας και τα προσόντα που πρέπει να έχει ο υποψήφιος υπάλληλος.

4. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στο τμήμα αυτό της μελέτης πρέπει να αναλυθεί η βιωσιμότητα της επιχείρησής σύμφωνα με τις δραστηριότητες που σκοπεύει να αναπτύξει.

Συγκεκριμένα θα πρέπει να αναλυθούν τα εξής:

-Υπολογισμός Παγίων Στοιχείων

- Κόστος Ίδρυσης Επιχείρησής (δαπάνες ίδρυσης, σχεδιασμού, κ.λ.π)

- Κόστος Παγίων Επενδυτικών Στοιχείων Επιχείρησής (δαπάνες εξοπλισμού για λειτουργία της επιχείρησής)

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Υπολογισμός Κόστους Λειτουργίας της Επιχείρησης

- Λειτουργικά Έξοδα (δαπάνες ηλεκτρικού, φωτισμού, επικοινωνιών)
- Μισθοί και επιβαρύνσεις προσωπικού
- Άλλες δαπάνες (έξοδα προβολής, διοικητικά έξοδα)

Υπολογισμό Αναγκαίων Κεφαλαίων

- Κεφάλαιο για Αγορά Εξοπλισμού
- Κεφάλαιο Κίνησης
- Πηγές Χρηματοδότησης

Έσοδα της Επιχείρησης

Βιωσιμότητα της Επιχείρησης

4.1 Υπολογισμός Παγίων Στοιχείων

Στο τμήμα αυτό θα παρουσιασθούν τα παρακάτω :

Ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης. Αυτό θα περιλαμβάνει την γεωγραφική τοποθεσία που επιλέχθηκε, την χωροταξική περιγραφή των εγκαταστάσεων (m², αριθμός γραφείων / αποθηκών κ.λ.π). Επίσης είναι χρήσιμο να αιτιολογηθεί η επιλογή του συγκεκριμένου χώρου βάσει ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που προσφέρει στην επιχείρηση (φθηνότερο ενοίκιο, στρατηγική θέση στην αγορά, καταλληλότητα χώρων κ.α)

Ο εξοπλισμός που είναι απαραίτητο να αγοράσει η επιχείρηση για τις ανάγκες λειτουργίας της.

Τα έξοδα ίδρυσης της Επιχείρησης. Εδώ πρέπει να συμπεριληφθούν ιδρυτικές και προλειτουργικές δαπάνες όπως εγγραφή σε Επιμελητήρια, έναρξη στην Εφορία κ.α

Άλλα έξοδα της Επιχείρησης. Τέτοια έξοδα μπορεί να είναι δαπάνες τηλεφωνικής σύνδεσης, σύνδεσης με την ΔΕΗ, δημιουργία λογότυπου και διαφημιστικού τρίπτυχου κ.α

Απρόβλεπτα έξοδα Επιχείρησης. Πρέπει να γίνει πρόβλεψη για έκτακτα έξοδα που θα προκύψουν κατά την ίδρυση της επιχείρησης. Αυτό το ποσό αποτελεί περίπου το 5% των συνολικών δαπανών παγίων στοιχείων.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Αποσβέσεις. Αναλυτική παρουσίαση των αποσβέσεων των παγίων στοιχείων κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης.

4.2. Χρηματοδότηση Παγίων Στοιχείων Επιχείρησης

Αναφερθείτε στις χρηματοδοτήσεις τις οποίες μπορεί να εκμεταλλευτεί η επιχείρησή σας από κυβερνητικούς φορείς όπως ο ΟΑΕΔ, ο ΕΟΜΜΕΧ και το Υπουργείο Ανάπτυξης καθώς επίσης και Ευρωπαϊκά Προγράμματα Χρηματοδότησης Νέων Επιχειρήσεων. Επίσης παρουσιάστε και την δυνατότητα χρηματοδότησης από ίδιους πόρους. Εάν έχετε εξασφαλίσει την χρηματοδότηση των παγίων στοιχείων σας δείξτε την αναλογία εξωτερικής χρηματοδότησης και ίδιων πόρων.

Στη συνέχεια δείξτε τις δαπάνες σας χρησιμοποιώντας τον παρακάτω πίνακα:

Είδος Δαπανών Παγίων Στοιχείων	Ποσό
Δαπάνες Ίδρυσης Επιχείρησης	
Δαπάνες Εξοπλισμού	
Άλλες Δαπάνες	
Απρόβλεπτα	
Σύνολο Δαπανών	
Αποσβέσεις	

Τέλος, αναλύστε την χρήση των χρηματοδοτήσεων για την κάλυψη των δαπανών. Πρέπει να καλύψετε τις δαπάνες με την χρηματοδότηση από εξωτερικούς φορείς και από ίδιους πόρους. Αυτό δείχνει την ικανότητα της επιχείρησης να ξεκινήσει κατά την ίδρυση της.

Πρέπει να έχετε μία ολοκληρωμένη εικόνα των δυνατοτήτων χρηματοδότησης της επιχείρησής σας για να προβάλλετε την βιωσιμότητα της επιχειρηματικής σας ιδέας.

4.3. Υπολογισμός Κόστους Λειτουργίας

Το κόστος λειτουργίας της επιχείρησης υπολογίζεται από τις παρακάτω κατηγορίες εξόδων – δαπανών:

Αμοιβές Προσωπικού



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Χρησιμοποιώντας τις πληροφορίες σχετικά με το προσωπικό που χρειάζεται η επιχείρηση για την λειτουργία της μπορούμε να υπολογίσουμε τις αμοιβές τους.

Είναι απαραίτητο να αναφερθεί η βάση με την οποία υπολογίζονται οι μισθοί του προσωπικού. Για τον σκοπό αυτό χρησιμοποιούνται οι συλλογικές συμβάσεις εργασίας βάσει των οποίων υπολογίζεται ο προβλεπόμενος μισθός ανά κατηγορία εργαζομένων και οι προβλεπόμενες εργοδοτικές εισφορές και επιβαρύνσεις (δώρα, επίδομα αδείας).

Για παράδειγμα, οι μισθοί θα υπολογίζονταν ως εξής;

Υπεύθυνος Πωλήσεων

Μηνιαίος Μισθός: 1000,00 ευρώ

1000,00 ευρώ X 14 μήνες = 14000,00 ευρώ

Εργοδοτικές Εισφορές 28,6 %

14000,00 ευρώ X 28,96% = 4054,40 ευρώ

Γραμματέας

Μηνιαίος Μισθός: 600,00 ευρώ.

600,00 ευρώ X 14 μήνες = 8400 ευρώ

Εργοδοτικές Εισφορές 28,6 %

8400,00 ευρώ X 28,96% = 2432,64 ευρώ

Με το ίδιο σκεπτικό θα υπολογισθούν όλοι οι μισθοί του Μόνιμου προσωπικού. Για τους εργαζόμενους μερικής απασχόλησης δεν ισχύουν οι εργοδοτικές εισφορές και επιβαρύνσεις.

Ο υπολογισμός των αμοιβών προσωπικού θα υπολογισθεί για ένα διάστημα πέντε (5) χρόνων.

Κάθε χρόνο θα πρέπει να υπολογίζεται μία νόμιμη αύξηση.

Παράδειγμα:

Ετήσιες Συνολικές Αμοιβές Προσωπικού κατά τον πρώτο χρόνο: 42553,1915 ευρώ

Ετήσια Προσαύξηση: 5%

Έτος	Σύνολο Αμοιβών Προσωπικού
1 ^ο Έτος	42553,1915 ευρώ
2 ^ο Έτος	44680,8511 ευρώ
3 ^ο Έτος	46914,8936 ευρώ
4 ^ο Έτος	49260,6368 ευρώ
5 ^ο Έτος	51723,6683 ευρώ

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Δαπάνες Ενοικίου

Με τον ίδιο τρόπο υπολογίζονται οι δαπάνες ενοικίου. Εάν υποθέσουμε ότι το μηνιαίο ποσό ενοικίου είναι 530,00 ευρώ, η ετήσια δαπάνη ενοικίου θα είναι:

530,00 ευρώ X 12 μήνες = 6360,00 ευρώ

Τα ενοίκια μπορεί να επιβαρύνθούν βάσει νόμου με αύξηση έως και 10 % ετησίως.

Παράδειγμα:

Συνολικές Δαπάνες Ενοικίου: 6360,00 ευρώ

Έστω Ετήσια Προσαύξηση: 10%

Έτος	Σύνολο Δαπανών Ενοικίου
1 ^ο Έτος	6360,00 ευρώ
2 ^ο Έτος	6973,00 ευρώ
3 ^ο Έτος	7670,00ευρώ
4 ^ο Έτος	8437,00 ευρώ
5 ^ο Έτος	9281,00 ευρώ

Δαπάνες Ύδρευσης – Φωτισμού

Είναι απαραίτητο να βασιστείτε σε κάποιους υπολογισμούς για τις δαπάνες Ύδρευσης – Φωτισμού. Οι δαπάνες Ύδρευσης υπολογίζονται ανά τρίμηνο και οι δαπάνες Φωτισμού ανά τετράμηνο.

Παράδειγμα:

Δαπάνες Ύδρευσης ανά τρίμηνο: 55,00 ευρώ

Ετήσιες δαπάνες Ύδρευσης: 220,00 ευρώ

Δαπάνες Φωτισμού ανά τετράμηνο 220,00 ευρώ

Ετήσιες δαπάνες Φωτισμού: 660,00 ευρώ

Στη συνέχεια πρέπει να υπολογίσετε ότι οι δαπάνες αυτές θα προσαυξάνονται κατά ένα ποσοστό που κυμαίνεται από 5 –7 %.

Συνολικές Δαπάνες Ύδρευσης – Φωτισμού κατά τον πρώτο χρόνο: 880,00 ευρώ



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Ετήσια Προσαύξηση: 5%

Έτος	Σύνολο Δαπανών Υδρευσης – Φωτισμού
1 ^ο Έτος	880,00 ευρώ
2 ^ο Έτος	925,00 ευρώ
3 ^ο Έτος	971,00 ευρώ
4 ^ο Έτος	1021,00 ευρώ
5 ^ο Έτος	1072,00 ευρώ

Δαπάνες Τηλεφώνου

Με τον ίδιο τρόπο υπολογίζεται τις Δαπάνες Τηλεφώνου ανά δίμηνο.

Παράδειγμα:

Δαπάνες Τηλεφώνου ανά δίμηνο: 293,47 ευρώ

Συνολικές Δαπάνες Τηλεφώνου κατά τον πρώτο χρόνο: 1760,82 ευρώ

Ετήσια Προσαύξηση: 5%

Έτος	Σύνολο Δαπανών Τηλεφώνου
1 ^ο Έτος	1760,82 ευρώ
2 ^ο Έτος	1848,86 ευρώ
3 ^ο Έτος	1941,31 ευρώ
4 ^ο Έτος	2038,37 ευρώ
5 ^ο Έτος	2140,29 ευρώ

Δαπάνες Προβολής και Διαφήμισης

Για την σωστή παρουσίαση των υποστηρικτικών λειτουργιών της επιχείρησης και της επαγγελματικής διάθεσης πρέπει να γίνει ένας αρχικός υπολογισμός των ενεργειών προβολής και διαφήμισης με στόχο την προώθηση των πωλήσεων.

Αυτές οι ενέργειες περιλαμβάνουν την εκτύπωση επαγγελματικών καρτών, την εκτύπωση διαφημιστικών φυλλαδίων και την διαφήμιση σε εμπορικά έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ




Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Επίσης θα πρέπει η επιχείρηση να δείξει την διάθεση της για την συνεχή προβολή και διαφήμιση. Αυτό μπορεί να φανεί με μία πρόβλεψη ετήσιας αύξησης των δαπανών για τέτοιες ενέργειες κατά ένα ποσοστό της τάξης του 5-8 %.

Παράδειγμα:

Πίνακας Δαπανών Προβολής – Διαφήμισης 1^{ου} Έτους

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ	ΚΟΣΤΟΣ
Επαγγελματικές Κάρτες	586,94 ευρώ
Διαφημιστικά έντυπα	440,20 ευρώ
Διαφήμιση στα Εμπορικά έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα	880,41 ευρώ
ΣΥΝΟΛΟ	1907,55 ευρώ

Συνολικές Δαπάνες Προβολής και Διαφήμισης κατά τον πρώτο χρόνο: 1907,55 ευρώ

Ετήσια Προσαύξηση: 5%

Έτος	Σύνολο Δαπανών Προβολής και Διαφήμισης
1 ^ο Έτος	1907,55 ευρώ
2 ^ο Έτος	2003,00 ευρώ
3 ^ο Έτος	2104,00 ευρώ
4 ^ο Έτος	2208,00 ευρώ
5 ^ο Έτος	2319,00 ευρώ

Γραφική Ύλη και Αναλώσιμα Ηλεκτρονικού Υπολογιστή

Για την λειτουργία της επιχείρησης πρέπει να λάβουμε υπόψη τα έξοδα γραφικής ύλης (χαρτί εκτύπωσης, φωτοαντίγραφα κ.λ.π) και αναλώσιμα του Η/Υ (μελάνι, δισκέτες κ.λ.π). Οι δαπάνες αυτές υπολογίζονται σε μηνιαία βάση και υπολογίζεται ετήσια προσαύξηση.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Παράδειγμα:

Συνολικές Δαπάνες Γραφικής Ύλης και Αναλωσίμων Ηλεκτρονικού Υπολογιστή κατά τον πρώτο χρόνο: 1000 ευρώ

Ετήσια Προσαύξηση: 5%

Έτος	Σύνολο Δαπανών Γραφικής Ύλης και Αναλωσίμων Η / Υ
1 ^ο Έτος	1000 ευρώ
2 ^ο Έτος	1050 ευρώ
3 ^ο Έτος	1102,5 ευρώ
4 ^ο Έτος	1157,62 ευρώ
5 ^ο Έτος	1215,50 ευρώ

Λοιπές Δαπάνες

Στις δαπάνες αυτές μπορούν να περιλαμβάνονται διάφορα υλικά καθαρισμού, εισφορές σε Επιμελητήρια – Ταμεία, και γενικά δαπάνες που είναι σταθερής μορφής και επαναλαμβανόμενες. Οι δαπάνες πρέπει να υπολογίζονται με ετήσια προσαύξηση.

Παράδειγμα:

Συνολικές Λοιπές Δαπάνες κατά τον πρώτο χρόνο: 440,20 ευρώ

Ετήσια Προσαύξηση: 5%

Έτος	Σύνολο Λοιπών Δαπανών
1 ^ο Έτος	440,20 ευρώ
2 ^ο Έτος	462,21 ευρώ
3 ^ο Έτος	485,32 ευρώ
4 ^ο Έτος	509,60 ευρώ
5 ^ο Έτος	535,07 ευρώ

Δαπάνες Συντήρησης και Κίνησης Αυτοκινήτου

Σε περίπτωση που η χρήση αυτοκινήτου είναι απαραίτητη για την λειτουργία της επιχείρησής σας θα πρέπει να συμπεριλάβετε και τον υπολογισμό δαπανών για Συντήρηση και Κίνηση



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Αυτοκινήτου. Τέτοιες δαπάνες περιλαμβάνουν καύσιμα, λιπαντικά, ανταλλακτικά, ασφάλειες και λοιπές δαπάνες.

Οι δαπάνες για καύσιμα υπολογίζονται σε μηνιαία βάση

Οι υπόλοιπες δαπάνες υπολογίζονται βάσει χιλιομέτρων.

Υπάρχει ετήσια προσαύξηση

Παράδειγμα:

Δαπάνες καυσίμων ανά μήνα: 200,00 ευρώ

Ετήσιες Δαπάνες καυσίμων: 2400,00 ευρώ

Λοιπές δαπάνες ανά χιλιόμετρο 0,15 ευρώ.

Σύνολο χλμ./ μήνα :1.000 χλμ/ μήνα

Ετήσιες Λοιπές Δαπάνες: 1.000 χλμ/ μήνα X 0,15 ευρώ/1 χλμ = 150,00 ευρώ/μήνα

150,00 ευρώ X 12 μήνες = 1800,00 ευρώ

Σύνολο Δαπανών Συντήρησης και Κίνησης Αυτοκινήτου: 4200,00 ευρώ το χρόνο

Ετήσια Προσαύξηση: 5%

Έτος	Σύνολο Δαπανών για Συντήρηση και Κίνηση Αυτοκινήτου
1 ^ο Έτος	4200,00 ευρώ
2 ^ο Έτος	4410,00 ευρώ
3 ^ο Έτος	4630,00 ευρώ
4 ^ο Έτος	4862,00 ευρώ
5 ^ο Έτος	5105,00 ευρώ

Απρόβλεπτα Έξοδα

Τα απρόβλεπτα έξοδα υπολογίζονται σε ποσοστό 5% επί των προβλεπόμενων ετήσιων λειτουργικών εξόδων και εκτιμάται ότι θα προσαυξάνονται κατά 5% κάθε χρόνο.

4.4. Προϋπολογισμός Αναγκαίου Κεφαλαίου Κίνησης

Στο τμήμα αυτό παρουσιάζεται το συνολικό κόστος Λειτουργίας της επιχείρησης. Αυτό το κόστος προκύπτει από το άθροισμα των δαπανών Αμοιβών Προσωπικού και όλων των Εξόδων λειτουργίας (δαπάνες ενοικίου, ύδρευσης-φωτισμού, κ.λ.π.). Το άθροισμα αυτό μας δίνει το ποσό που είναι απαραίτητο για να μπορέσει να καλύπτει η επιχείρηση τις δαπάνες της.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Το αναγκαίο κεφάλαιο κίνησης υπολογίζεται ως το μηνιαίο κόστος λειτουργίας X 2 μήνες.

Παράδειγμα:

Υποθέτουμε ότι το Ετήσιο Κόστος λειτουργίας μιας επιχείρησης είναι: 102715,00 ευρώ

Το μηνιαίο Κόστος λειτουργίας θα είναι: 102715,00 ευρώ/ 12 μήνες = 8560,00 ευρώ

Άρα το αναγκαίο Κεφάλαιο Κίνησης θα είναι: 8560,00 ευρώ X 2 = 17120,00 ευρώ

Το ποσό αυτό πρέπει να δείξουμε ότι θα καλυφθεί από ίδιους πόρους και πηγές χρηματοδότησης, εάν είναι δυνατόν.

4.5. Υπολογισμός Εσόδων

Τα έσοδα μιας επιχείρησης προέρχονται από τις δραστηριότητες που θα αναπτύξει. Αναπτύξτε την πολιτική τιμολόγησης των προϊόντων / υπηρεσιών σας και τον τρόπο με τον οποίο την υπολογίσατε. Είναι απαραίτητο να παρουσιαστεί μία μεθοδολογία στην ανάπτυξη τιμολόγησης. Για παράδειγμα, ένα μαγαζί πώλησης ρούχων που βρίσκεται σε καλή τοποθεσία μπορεί να πουλάει ακριβότερα τα προϊόντα του σε σχέση με τον ανταγωνισμό γιατί έχει το πλεονέκτημα της ευνοϊκής τοποθεσίας.

Τα έξοδα χρειάζονται προσεκτική εκτίμηση. Είναι εύκολο να παρουσιάσουμε τα προϊόντα / υπηρεσίες μας ως υψηλής ποιότητας και σε χαμηλή τιμή. Είναι αναγκαίο να αποδείξετε την δυνατότητα κέρδους υπό αυτές τις συνθήκες. Εάν ξεκινήσετε με χαμηλές τιμές στα προϊόντα / υπηρεσίες σας τότε ίσως είναι δύσκολο να μπορέσετε να τις αυξήσετε αργότερα. Εάν χρεώσετε περισσότερο από τους ανταγωνιστές σας θα πρέπει να αποδείξετε την ύπαρξη υψηλής ποιότητας και εγγύησης.

Υπάρχουν διάφοροι μέθοδοι τιμολόγησης. Ο καθένας έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Πρέπει να βρείτε ποια μέθοδος ταιριάζει στην δικιά σας περίπτωση.

Τιμολόγηση με υπολογισμό του κόστους και πρόσθεση κέρδους (Cost-Plus Pricing)

Αυτή η μέθοδος είναι σχεδιασμένη ώστε να καλύπτονται πάντα τα σταθερά και κυμαινόμενα έξοδα. Προσθέτοντας στα άμεσα και έμμεσα έξοδα το κέρδος υπολογίζουμε την τιμή του προϊόντος / υπηρεσίας.



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό

Εάν η αγορά έχει συγκεκριμένες τιμές και η διαφοροποίηση στα προϊόντα / υπηρεσίες είναι δύσκολη τότε θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε την τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό. Κάνοντας μία διάγνωση της αγοράς και των τιμών που ισχύουν μπορείτε να εντοπίσετε που μπορούν να κυμανθούν οι τιμές σας. Είναι απαραίτητο να διαλέξετε με βάση τα πλεονεκτήματα σας την κατάλληλη τιμή που θα είναι αποδεκτή και από το αγοραστικό κοινό που θα απευθυνθείτε.

Τιμολόγηση με βάση την Ζήτηση

Εάν το αγοραστικό κοινό σας διαφέρει πολύ στην σύνθεση του τότε μπορείτε να τιμολογείτε με βάση την δυναμική της ζήτησης. Μπορούν να ισχύουν διαφορετικές τιμές με βάση τις παραγγελίες που κάνει ο κάθε πελάτης.

4.6 Προβλέψεις Πωλήσεων

Οι προβλέψεις πωλήσεων της επιχείρησής σας βασίζονται στον υπολογισμό: των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων των προϊόντων / υπηρεσιών σας, του μεγέθους της αγοράς και του υπάρχοντα ανταγωνισμού. Η πρόβλεψη των πωλήσεων θα συμπεριλάβει τις πωλήσεις των επόμενων πέντε (5) χρόνων. Η πρόβλεψη πωλήσεων είναι πολύ σημαντική για την σύνταξη άλλων οικονομικών αναφορών.

Είναι απαραίτητο να επιχειρηματολογήσετε για την λογική με βάση την οποία έγιναν οι προβλέψεις. Τονίστε τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που διαφοροποιούν τα προϊόντα / υπηρεσίες σας από την υπόλοιπη αγορά.

Είναι χρήσιμο να στηρίξετε την πρόβλεψη των πωλήσεων σας στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των προϊόντων / υπηρεσιών σας, το μέγεθος της αγοράς, τον υπάρχοντα ανταγωνισμό και τις πωλήσεις περασμένων ετών, εάν λειτουργεί ήδη η επιχείρησή σας, ή πωλήσεις παρόμοιων επιχειρήσεων εάν ξεκινάτε τώρα. Ο παρακάτω πίνακας μπορεί να σας βοηθήσει:



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ




Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

	Καλύτερη Πρόβλεψη	Πιο πιθανή Πρόβλεψη	Χειρότερη Πρόβλεψη
Συνολικός Αριθμός Πελατών			
1 ^{ος} Χρόνος			
2 ^{ος} Χρόνος			
3 ^{ος} Χρόνος			
4 ^{ος} Χρόνος			
5 ^{ος} Χρόνος			
Μέσο Έσοδο ανά Πελάτη			
1 ^{ος} Χρόνος			
2 ^{ος} Χρόνος			
3 ^{ος} Χρόνος			
4 ^{ος} Χρόνος			
5 ^{ος} Χρόνος			
Πρόβλεψη Πωλήσεων			
1 ^{ος} Χρόνος			
2 ^{ος} Χρόνος			
3 ^{ος} Χρόνος			
4 ^{ος} Χρόνος			
5 ^{ος} Χρόνος			



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης

5.7 Προϋπολογισμός Εσόδων και Δαπανών

Ο παρακάτω πίνακας αποτελεί ένα οδηγό για τον Προϋπολογισμό Εσόδων και Δαπανών Χρησιμοποιώντας τις πληροφορίες που έχετε συλλέξει στα προηγούμενα τμήματα της μελέτης παρουσιάζεται συγκεντρωτικά τα έσοδα και τις δαπάνες της επιχείρησης.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ	1 ^ο ΕΤΟΣ	2 ^ο ΕΤΟΣ	3 ^ο ΕΤΟΣ	4 ^ο ΕΤΟΣ	5 ^ο ΕΤΟΣ
Έσοδα					
Αμοιβές Προσωπικού					
Δαπάνες Ενοικίου					
Δαπάνες Ύδρευσης – Φωτισμού					
Δαπάνες Τηλεφώνου					
Δαπάνες Προβολής – Διαφήμισης					
Δαπάνες Γραφικής ύλης και Αναλωσίμων Η/Υ					
Λοιπές Δαπάνες					
Δαπάνες Συντήρησης και Κίνησης Αυτοκινήτου					
Απρόβλεπτα έξοδα					
Σύνολο Δαπανών					
Μικτά Κέρδη προ Φόρων					
Απόδοση (κέρδη / έσοδα x 100)					

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

Χρήσιμα links

- Bootstrapper, site για νέους επιχειρηματίες που αναζητούν πληροφορίες για ένα πετυχημένο ξεκίνημα www.bootstrapper.com
- Bplans.com, δωρεάν συμβουλές και δείγματα για την ανάπτυξη του επιχειρηματικού σχεδίου www.bplans.com
- Build Your Business.com, πληροφορίες για το ξεκίνημα της επιχειρηματικής δραστηριότητας www.buildyourbusiness.com
- The Business Forum Online, βάση πληροφοριών για μικρούς επιχειρηματίες, με επιπλέον διασυνδέσεις, www.businessforum.com
- Business Resource Center, για πληροφορίες σχετικά με τις μικρές επιχειρήσεις, www.kcilink.com:80/brc
- CELCEE (Center for Entrepreneurial Leadership, Clearinghouse on Entrepreneurship Education, βάση δεδομένων που περιλαμβάνει χρήσιμο υλικό σχετικά με την επιχειρηματικότητα, καθώς επίσης και συνδέσμους σε οργανισμούς που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα και την επιχειρηματική εκπαίδευση, www.celcee.edu
- Entrepreneurial Edge Online, ένα online περιοδικό με πληροφορίες για επιχειρηματίες, www.edgeonline.com
- The Entrepreneur's Mind , πραγματικές ιστορίες και πληροφορίες για επιχειρηματίες, www.benlore.com
- Entrepreneurs on the Web, χρήσιμες πληροφορίες και σύνδεσμοι σε άλλες περιοχές για επιχειρηματίες, www.eotw.com
- FINWeb, επιλογή συνδέσμων οικονομικών και επιχειρηματικών πληροφοριών, www.finweb.com
- Go Smart Entrepreneurial Training, περιέχει χρήσιμες πληροφορίες για τη δημιουργία και ανάπτυξη μιας επιχείρησης, www.bizstarters.com
- Inc. Online, περιλαμβάνει software, συνδέσμους καθώς επίσης και αρχείο με περισσότερα από 4.000 άρθρα, www.inc.com

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ

- Khera Communications Business Resource Center, περιέχει πληροφορίες για το ξεκίνημα και τη διαχείριση μιας επιχείρησης, www.kcilink.com/brc
- Marketing Pointers, με συμβουλές για την ανάπτυξη διαφορετικών στρατηγικών marketing, www.marketware-tech.com/marketing
- NetMarquee Family Business Network Center, που απευθύνεται σε οικογενειακές επιχειρήσεις και περιέχει άρθρα, έρευνες και άλλες πληροφορίες, www.nmq.com/fambiznc
- Small Business Center, με πληροφορίες για επιχειρηματίες, www.mci.com/V/A/5MCI
- Retailer News Online, με άρθρα και συμβουλές για μια επιτυχημένη επιχείρηση στον τομέα των λιανικών πωλήσεων, www.retailernews.com
- SBA's Online Women's Business Center, μια online εκπαίδευση για γυναίκες επιχειρηματίες, www.onlinewbc.org



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης