

#GetInvolved, #EnvolveEDU



1^{ος} Πανελλήνιος Μαθητικός Διαγωνισμός Επιχειρηματικότητας Νέων με Προσανατολισμό στην Αειφόρο Ανάπτυξη

Οδηγός



envolveglobal.org



teamgr@envolveglobal.org



[@EnvolveGR](https://www.facebook.com/EnvolveGR)



[Envolve Entrepreneurship](https://www.linkedin.com/company/Envolve-Entrepreneurship)



[EnvolveGR](https://www.instagram.com/EnvolveGR)



[@EnvolveGR](https://twitter.com/EnvolveGR)

Σε μια τοπική και παγκόσμια οικονομία με ζητούμενο τους ταχύτερους ρυθμούς ανάπτυξης είναι εξαιρετικά σημαντικό να λάβουμε υπόψιν μας ότι η **ανάπτυξη** πρέπει να καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές του ανάγκες, θα πρέπει δηλαδή να είναι **αισιφύρος**. Στο πλαίσιο αυτό διοργανώνουμε τον **«1^ο Πανελλήνιο Μαθητικό Διαγωνισμό Επιχειρηματικότητας Νέων με Προσανατολισμό στην Αειφόρο Ανάπτυξη»**.

Στόχος του διαγωνισμού είναι να δώσει το ερέθισμα στους μαθητές/τριες της Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης να ασχοληθούν με την **επιχειρηματικότητα**, θέτοντας την προστασία του περιβάλλοντος και την προοπτική ανάπτυξης των επόμενων γενεών στο επίκεντρο της στρατηγικής τους.

Σκοπός μας είναι μέσα από την ανάδειξη και την καλλιέργεια επιχειρηματικών δεξιοτήτων να δημιουργήσουμε τη **νέα γενιά επιχειρηματιών**, η δράση των οποίων θα είναι προσανατολισμένη στην αειφόρο ανάπτυξη και θα συμβάλλει με καθοριστικό τρόπο στη διατήρηση ενός βιώσιμου πλανήτη στο εγγύς μέλλον. Η προτεινόμενη δράση μακροπρόθεσμα έχει τη δυνατότητα να συμβάλει στην εθνική οικονομία της χώρας, να ενισχύσει σημαντικά το προϊόν της τουριστικής βιομηχανίας, του πρωτογενούς τομέα παραγωγής και του τομέα της τεχνολογικής καινοτομίας.

Οι ομάδες των μαθητών/τριών που θα συμμετάσχουν στο διαγωνισμό θα υποβάλλουν σε ψηφιακή πλατφόρμα την επιχειρηματική τους ιδέα, το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan), την τεκμηρίωση του αειφόρου προσανατολισμού και video με παρουσίαση του τελικού προϊόντος/υπηρεσίας.

Το παρόν έντυπο είναι ένας μικρός οδηγός που θα σε βοηθήσει στη συμμετοχή σου στο διαγωνισμό. Μέσα από αυτό θα γνωρίσεις τις βασικές έννοιες και θα εξοικειωθείς με το επιχειρηματικό πλάνο που θα πρέπει να υποβάλεις με την ομάδα σου.

Η ομάδα του Envolve

Πίνακας Περιεχομένων

<i>Τι είναι επιχειρηματικότητα;</i>	3
<i>Τι είναι ρίσκο;</i>	4
<i>Τι είναι ο/η επιχειρηματίας;</i>	4
<i>Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του/της επιχειρηματία;</i>	5
<i>Τι είναι η επιχειρηματική ιδέα;</i>	5
<i>Τι είναι αιεφόρος ανάπτυξη;</i>	6
<i>Τι είναι πράσινη επιχειρηματικότητα;</i>	6
<i>Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο;</i>	8
<i>Οδηγίες σύνταξης ενός επιτυχημένου Επιχειρηματικού Σχεδίου</i>	8
<i>Πίνακας περιεχομένων επιχειρηματικού σχεδίου</i>	8
Εισαγωγή	9
Εσωτερική ανάλυση	10
Εξωτερική ανάλυση	10
Οικονομικό πλάνο	12
<i>Τύποι επιχειρήσεων</i>	13
Ατομική ή εταιρική επιχείρηση;	13
<i>Βιβλιογραφία</i>	16

Τι είναι επιχειρηματικότητα;

Με τον όρο επιχειρηματικότητα εννοούμε: «Τη δεξιότητα της οργάνωσης, του σχεδιασμού και της υλοποίησης μιας ιδέας, προκειμένου να προσφερθεί στην αγορά ένα προϊόν, ή μια υπηρεσία με τρόπο έξυπνο, πρωτότυπο ανταγωνιστικό και αποτελεσματικό¹» ή πολύ απλά: «Ο όρος επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην ανάπτυξη μιας ιδέας που αφορά στο ξεκίνημα και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης» ή αλλιώς: «Το σύνολο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη δημιουργία νέων προϊόντων και τεχνολογιών και την αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών».

Κάθε προσπάθεια για δημιουργία νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας, όπως το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή η επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, από ιδιώτη ή από ομάδα ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν, ορίζουν την έννοια της επιχειρηματικότητας.

Μέσα από τη δική σου επιχείρηση μπορείς:

- Να κάνεις πράξη τις δικές σου ιδέες
- Να αναπτύξεις τη δημιουργικότητα σου
- Να αποκομίσεις τις δικές σου απολαβές κάνοντας τη δουλειά που σε εκφράζει και σε ικανοποιεί
- Παράλληλα συμβάλλεις στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη του τόπου σου γιατί προσφέρεις ενεργά στην τοπική κοινωνία δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και παρέχοντας προϊόντα και υπηρεσίες χρήσιμα στους συνανθρώπους σου.

Για να πάρεις την απόφαση να γίνεις επιχειρηματίας και να υλοποιήσεις τη δική σου ιδέα θα πρέπει να εντοπίσεις τους φόβους σου.

Πρέπει να ρωτήσεις τον εαυτό σου:

- Θέλεις πράγματι να ξεκινήσεις μια δική σου επιχείρηση;
- Τι κεφάλαιο θα χρειαστείς και από πού μπορείς να βοηθηθείς οικονομικά;
- Πόσο καλή είναι η επιχειρηματική σου ιδέα;
- Τι καινοτόμο παρουσιάζει;
- Πού θα εγκαταστήσεις την επιχείρησή σου;
- Ποια είναι η αγορά στην οποία θα απευθυνθείς;
- Γιατί χρειάζεται η παραγωγή του προϊόντος /υπηρεσίας;
- Πώς θα επιλέξεις την ομάδα σου και το προσωπικό της επιχείρησής σου;
- Πώς θα τιμολογήσεις το προϊόν ή τις υπηρεσίες που θα προσφέρεις στην αγορά ώστε με ανταγωνιστική τιμή να έχεις ικανοποιητικό κέρδος;
- Πώς θα αναλάβεις πρωτοβουλία για την υλοποίηση του σχεδίου σου;

Τι είναι ρίσκο;

Η έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας συνδέεται άμεσα με την έννοια του ρίσκου και τον κίνδυνο της οικονομικής αποτυχίας. Δεν είναι λίγοι οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας.

Μπορούν να διακριθούν ανάλογα με την προέλευσή τους σε: ενδογενείς κινδύνους, που απορρέουν από τις αποφάσεις του επιχειρηματία και σχετίζονται άμεσα με τη λειτουργία της επιχείρησης, τον τρόπο χρηματοδότησης της επένδυσης, τον τρόπο προώθησης του προϊόντος κ.λ.π. και εξωγενείς κινδύνους, όπως το «δυσμενές οικονομικό περιβάλλον» κ.ά. Επίσης, υπάρχουν κίνδυνοι που μπορεί κάποιος να προβλέψει και να προλάβει (π.χ. να κάνει μία ασφάλεια) και άλλοι αστάθμητοι, που αποτελούν το επιχειρηματικό ρίσκο.

Ο μελλοντικός επιχειρηματίας καλό είναι να ξεκινήσει την προσπάθεια του ξεφεύγοντας από μύθους και φοβίες και προχωρώντας με αυτοπεποίθηση να υλοποιήσει την επιχειρηματική του ιδέα. Είναι σημαντικό να ανιχνεύσει την ύπαρξη ισχυρού κινήτρου, που θα χαλυβδώσει τη θέλησή του για να στεφθεί η νέα επιχείρηση με επιτυχία. Βέβαια, εκτός από την επιθυμία και ίσως κάποια χρήματα, πρέπει να διαθέτει την απαραίτητη γνώση και τον προσανατολισμό για μια, όσο το δυνατόν, πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση του σχεδιασμού της μελλοντικής επιχείρησης.

Τι είναι ο/η επιχειρηματίας;

Ο όρος επιχειρηματίας συνήθως χρησιμοποιείται για να αναφερθούμε σε ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων, από το μικρό επιχειρηματία της γειτονιάς, μέχρι τον ιδιοκτήτη μιας πολύ μεγάλης επιχείρησης.

Επιχειρηματίας είναι το άτομο που καινοτομεί ή μιμείται δημιουργικά, συντονίζει τους παραγωγικούς συντελεστές και τις εργασίες που γίνονται στην επιχείρησή του, παίρνει τις κρίσιμες αποφάσεις και αξιοποιεί και δημιουργεί με τις ειδικές γνώσεις που διαθέτει, κάθε ευκαιρία κέρδους στην αγορά.

Ο μελλοντικός επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει ότι η απόφασή του για δημιουργία δικής του επιχείρησης αποτελεί μία συνειδητή απόφαση και δεν έχει επιβληθεί από άλλους παράγοντες, π.χ. ανεργία, εργοδοσία, οικογενειακό ή φιλικό περιβάλλον κ.α. Μέλημά του θα πρέπει να αποτελέσει η κατά το δυνατόν πιο εμπεριστατωμένη εικόνα του εαυτού, που μπορεί να παραχθεί μέσα από μία διαδικασία αυτογνωσίας, όπου θα παρέχονται στοιχεία για τις ικανότητές του, όπως επίσης και για τις δυνατότητες βελτίωσής τους. Η ανάπτυξη μιας επιχείρησης απαιτεί πρώτα από όλα προσωπική ανάπτυξη και αυτόολοκλήρωση του επιχειρηματία.

Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του/της επιχειρηματία;

Το κλειδί της επιτυχίας μιας επιχείρησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το προφίλ του/της επιχειρηματία αλλά και της ομάδας.

Παρακάτω δίνονται μερικά από τα χαρακτηριστικά του/της πετυχημένου/νης επιχειρηματία:

Εργατικότητα	Προσαρμοστικότητα	Επικοινωνία
Πρωτοβουλία	Διοικητικές ικανότητες	Τόλμη και αποφασιστικότητα
Οργανωτικότητα	Ανταγωνιστικότητα	Επιμονή
Διορατικότητα	Καινοτομία	Ανάληψη ρίσκου

Τι είναι η επιχειρηματική ιδέα;

Η όλη προσπάθεια για το ξεκίνημα και στήσιμο μιας επιχείρησης αρχίζει από τη λεγόμενη επιχειρηματική ιδέα, την ιδέα δηλαδή στην οποία θα στηριχθεί όλος ο σχεδιασμός και η μορφή της νέας επιχείρησης. Η ιδέα πρέπει να γίνει συγκεκριμένη και να είναι υλοποιήσιμη.

Η επιχειρηματική ιδέα μπορεί να είναι:

- ένα καινούριο προϊόν
- νέες διαδικασίες
- ένας καλύτερος τρόπος παραγωγής ή πώλησης ενός προϊόντος.

Οι παρακάτω ερωτήσεις μπορούν να σε βοηθήσουν στο σχηματισμό της επιχειρηματικής σου ιδέας.

- Σε ποιον κλάδο σκοπεύεις να δραστηριοποιηθείς;
- Ποια είναι η καινοτομία (αν υπάρχει) της δραστηριότητας σε σχέση με άλλες που ήδη υπάρχουν και γιατί τα δικά σου προϊόντα ή υπηρεσίες θα είναι διαφορετικά ή καλύτερα των άλλων.
- Ποιοι θα είναι οι καταναλωτές / τριες – πελάτες/ισές σου και γιατί να προτιμήσουν εσένα και όχι άλλους που ήδη αναπτύσσουν την ίδια δραστηριότητα.

Για την επιτυχία, η επιχειρηματική δραστηριότητα πρέπει να ταιριάζει με τις ικανότητες και δεξιότητες και τους στόχους της ομάδας. Τα μέλη θα πρέπει το ένα να βοηθά το άλλο και να το συμπληρώνει ώστε να ξεπεραστούν οι επιμέρους ελλείψεις που πιθανόν υπάρχουν.

Τι είναι αειφόρος ανάπτυξη;

Ως Αειφόρος Ανάπτυξη ορίζεται η «ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες». Αυτό σημαίνει ότι κάθε σύγχρονο κράτος οφείλει να εντάσσει στα αναπτυξιακά του προγράμματα και τη μέριμνα για τις μελλοντικές γενιές.

Η Αειφόρος Ανάπτυξη αποσκοπεί στο να βελτιώσει τις συνθήκες διαβίωσης των ατόμων διαφυλάσσοντας παράλληλα το περιβάλλον τους σε βραχυπρόθεσμη, σε μεσοπρόθεσμη και, κυρίως, σε μακροπρόθεσμη βάση.

Ο στόχος της Αειφόρου Ανάπτυξης είναι:

- Οικονομική ανάπτυξη
- Κοινωνικά δίκαιη ανάπτυξη
- Περιβαλλοντικά βιώσιμη ανάπτυξη

Η στρατηγική για την Αειφόρο Ανάπτυξη, που εγκρίθηκε το 2001 από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και αναθεωρήθηκε το 2005, συμπληρώνεται, μεταξύ άλλων, από την αρχή της ένταξης των περιβαλλοντικών προβληματισμών στις ευρωπαϊκές πολιτικές που έχουν αντίκτυπο στο περιβάλλον.

Τι είναι πράσινη επιχειρηματικότητα;

Πράσινη επιχειρηματικότητα είναι εκείνη η μορφή οικονομικής δραστηριότητας, η οποία θέτει την προστασία του περιβάλλοντος και της φύσης γενικότερα στο επίκεντρο της στρατηγικής της. Το επιχειρηματικό περιβάλλον είναι μέρος του φυσικού περιβάλλοντος και αξιοποιεί τους διαθέσιμους πόρους, όπως τη γη, τον αέρα και τη θάλασσα για να παράγει προϊόντα και υπηρεσίες που τροφοδοτούν την «πραγματική οικονομία». Η ανταγωνιστική χρήση των φυσικών πόρων σε παγκόσμια κλίμακα οδηγεί στη μείωση των αποθεμάτων τους και αποτελεί βασικό περιορισμό στη βιώσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Συνεπώς, είναι απαραίτητη η υιοθέτηση μιας περιβαλλοντικής πολιτικής στο πλαίσιο της επιχείρησης που θα λαμβάνει υπόψη αυτόν τον περιορισμό, και θα τον ενσωματώνει στην παραγωγική της διαδικασία.

Πράσινη χαρακτηρίζεται μια επιχειρηματική δράση με περιβαλλοντικούς στόχους, αλλά και μια επιχείρηση που σε σχέση με το χρόνο και τους ανταγωνιστές της έχει επιδείξει βελτιωμένη περιβαλλοντική υπευθυνότητα. Η περιβαλλοντική υπευθυνότητα των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων είναι αναγκαία και σημαντική λόγω του μεγάλου αντίκτυπου που η λειτουργία τους έχει στο φυσικό περιβάλλον. Εξίσου σημαντικό είναι να αναπτυχθούν νέες επιχειρήσεις με περιβαλλοντικό προσανατολισμό, έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα νέο κύμα πράσινης επιχειρηματικότητας.

Μια «πράσινη» επιχείρηση εφαρμόζει επιτυχημένη περιβαλλοντική στρατηγική όταν:

- Μεριμνά για τη δραστική βελτιστοποίηση της χρήσης των φυσικών πόρων (όπως το νερό, η ενέργεια και οι πρώτες ύλες) και την εξοικονόμησή τους.
- Φροντίζει να μην έχει φύρα, διότι η φύρα είναι σπατάλη χρημάτων και φυσικών πόρων, που καταλήγει κυριολεκτικά στα σκουπίδια, χωρίς προστιθέμενη αξία ή χρησιμότητα για τον καταναλωτή.
- Στοχεύει στην αποδοτικότερη κάλυψη των πραγματικών αναγκών του καταναλωτή, δηλ δεν παράγει απαραίτητως προϊόντα, αλλά εστιάζει στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.
- Μακροπρόθεσμα «επενδύει» στην προστασία και αποκατάσταση του φυσικού περιβάλλοντος, όπου αυτό απειλείται.

Κύριοι τομείς «πράσινης επιχειρηματικότητας»:

- Βιολογικά προϊόντα πρωτογενή τομέα,
- Διαχείριση της φύσης και των φυσικών πόρων,
- Καθαρές τεχνολογίες, αντιρύπανσης, απορρύπανσης και ανακύκλωσης αποβλήτων, Αξιοποίηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ), κατασκευή, εμπορία, μελέτη, τοποθέτηση, συντήρηση ΑΠΕ,
- Ορθολογική χρήση και εξοικονόμηση ενέργειας στα κτίρια,
- Πράσινος τουρισμός και διαφοροποίηση των προϊόντων μαζικού τουρισμού,
- Νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες σε σύνδεση με τη φύση.

Οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από την πράσινη επιχειρηματικότητα. Η πράσινη επιχειρηματικότητα συμφέρει και οικονομικά μια επιχείρηση, γιατί: μπορεί να μειωθεί το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης μέσα από τη βελτίωση της περιβαλλοντικής αποδοτικότητάς της: π.χ. η χρήση εργαλείων – πρακτικών εξοικονόμησης ενέργειας, όπως λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης, ηλιακοί συλλέκτες, μηχανισμοί επεξεργασίας και διάθεσης αποβλήτων, η εξοικονόμηση νερού, ο βιοκλιματικός σχεδιασμός κτιρίων και άλλες τεχνικές για την αποτελεσματικότερη διαχείριση των φυσικών πόρων που χρησιμοποιούνται, οδηγούν τελικά στη μείωση του λειτουργικού κόστους, παρόλο που συχνά απαιτούν αρχικά μια σημαντική επένδυση. Επίσης, μπορεί να επιτευχθεί μείωση των εισροών σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής των παραγόμενων προϊόντων/υπηρεσιών και των σχετιζόμενων δαπανών. Δημιουργούνται νέες εμπορικές ευκαιρίες για τη διάθεση του παραγόμενου προϊόντος/υπηρεσίας στην πράσινη αγορά: η καταναλωτική ζήτηση οικολογικών προϊόντων αποτελεί ισχυρό κίνητρο με πολλαπλασιαστικά οφέλη για μια ΜΜΕ που επιλέγει να ενισχύσει τις περιβαλλοντικές της προσπάθειες και επιδόσεις. Τα πράσινα χαρακτηριστικά ή η πιθανή οικολογική σήμανση των παραγόμενων προϊόντων /υπηρεσιών προσελκύουν μια νέα κατηγορία ευαισθητοποιημένων καταναλωτών και πελατών με αποτέλεσμα, αφενός η επιχείρηση να αποκτά ένα σημαντικό εμπορικό πλεονέκτημα και αφετέρου να αυξάνει το μερίδιό της στην αγορά.

Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο;

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα χρήσιμο εργαλείο, ένα εγχειρίδιο το οποίο βοηθάει τους επιχειρηματίες στα στάδια σχηματισμού, έναρξης και λειτουργίας της επιχείρησής τους. Επίσης, σε αυτό καταγράφονται οι προσδοκίες των επιχειρηματιών, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν περιοδικά ως κριτήρια αξιολόγησης της επιχείρησης. Ακόμη, βοηθά στην καταγραφή, ανάλυση και κατανόηση της αγοράς, των καταναλωτών/τριών και του ανταγωνισμού και καταδεικνύει την επίτευξη ή όχι των στόχων δημιουργίας της επιχείρησης.

Οδηγίες σύνταξης ενός επιτυχημένου Επιχειρηματικού Σχεδίου

Χρήσιμες συμβουλές για τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου:

- Οι περιγραφές και οι προβλέψεις που θα περιληφθούν στο σχέδιο πρέπει να είναι σαφείς, κατανοητές και ρεαλιστικές.
- Το κείμενο του σχεδίου πρέπει να αναφέρεται σε ουσιώδη θέματα, να μην πλατειάζει.
- Το κείμενο που θα συνταχθεί πρέπει να έχει λογική δομή, να είναι ευπαρουσίαστο και να μην έχει λάθη.
- Τα σχεδιαγράμματα και τα γραφικά είναι χρήσιμα, πρέπει να είναι ευανάγνωστα, και προτιμώνται ως εργαλεία, κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου.

Στον παρακάτω σύνδεσμο μπορείς να βρεις το εργαλείο που έχει φτιάξει η ομάδα του Envolve Entrepreneurship για το επιχειρηματικό σχέδιο.

https://apps.envolveglobal.org/el/dashboard/business-plan-generator-app/?app_loaded=1591693199#step-1

Πίνακας περιεχομένων επιχειρηματικού σχεδίου

1. Εισαγωγή
Εξώφυλλο
Περιεχόμενα
Περίληψη
2. Εσωτερική ανάλυση
Περιγραφή επιχείρησης
Προϊόντα / Υπηρεσίες
Τοποθεσία
3. Εξωτερική ανάλυση

A) Ανάλυση καταναλωτή και ανταγωνισμού

1. Ανάλυση καταναλωτή
2. Ανάλυση ανταγωνισμού
3. Ανάλυση αγοράς
4. Ανάλυση περιβάλλοντος

B) Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής

1. Στρατηγική προϊόντων
2. Πλάνο μάρκετινγκ (Marketing Plan)
3. Πωλήσεις
4. Διοικητικό πλάνο (Management Plan)

4. Οικονομικό πλάνο

1. Ισολογισμός
2. Ανάλυση χρηματαγορών
3. Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης
4. Ανάλυση νεκρού σημείου

Εισαγωγή

Η εισαγωγή περιλαμβάνει το εξώφυλλο, τα περιεχόμενα και την περίληψη. Αναλυτικότερα, το **εξώφυλλο** θα πρέπει να είναι καλαίσθητο, να αναγράφει ότι πρόκειται για επιχειρηματικό σχέδιο, να υπάρχει το λογότυπο της εταιρείας και η πλήρης επωνυμία της.

Συγκεκριμένα να περιλαμβάνει τις ακόλουθες πληροφορίες:

1. Τίτλος Επιχείρησης
2. Συνιδρυτές/τριες
3. Πόλη
4. Χώρα
5. Λογότυπο

Η περίληψη περιλαμβάνει σχεδόν όλο το περιεχόμενο του επιχειρηματικού σχεδίου, συμπιεσμένο σε μερικά συμπεράσματα (2-3 σελίδες). Πρέπει να είναι ουσιαστική και καλογραμμένη, ώστε να παρουσιάζει ενδιαφέρον κατά την ανάγνωσή της. Μέσα σε αυτή πρέπει να αναφέρονται κυρίως τα στοιχεία και τα νούμερα που δίνουν τη γενική εικόνα της επιχείρησης και τους στόχους της. Η περίληψη δεν είναι εισαγωγή! Είναι μία σύνοψη όλων όσα αναφέρονται στο σχέδιο και επομένως δεν πρέπει να είναι μία περιγραφή του τρόπου με τον οποίο συντάχθηκε το σχέδιο.

Τα παρακάτω σημεία μπορούν να σε βοηθήσουν:

- Ποιο είναι το προϊόν ή υπηρεσία που προσφέρει η επιχείρησή σου;
- Ποιοι είναι οι στόχοι της επιχείρησής σου;

Εσωτερική ανάλυση

Το δεύτερο μέρος του επιχειρηματικού σχεδίου είναι η εσωτερική ανάλυση. Εδώ θα δώσεις μία αναλυτική περιγραφή της επιχείρησής σου. Θα βοηθήσει τους αναγνώστες και δυνητικούς επενδυτές να καταλάβουν το επιχειρηματικό σου μοντέλο.

Τα βασικά της σημεία θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Περιγραφή της επιχείρησης (τύπος – νομική μορφή)
- Περιγραφή της αποστολής
- Ποια είναι τα κύρια μέλη της ομάδας της εταιρείας και οι ρόλοι τους; (δηλαδή το οργανόγραμμα με τους κύριους υπαλλήλους της επιχείρησής σου)
- Ποια είναι/θα είναι η νομική μορφή της εταιρείας;
- Περιγραφή του προϊόντος/υπηρεσίας
- Ποιοτικά χαρακτηριστικά που θα κάνουν την επιχείρησή σου να επιτύχει

Εξωτερική ανάλυση

Το τρίτο μέρος είναι η εξωτερική ανάλυση. Η εξωτερική ανάλυση περιλαμβάνει την εξέταση όλων των παραγόντων εκτός επιχείρησης. Σε αυτή την ενότητα η υπερβολική ανάλυση δεν είναι το ζητούμενο. Αντίθετα, μια απλή και περιεκτική περιγραφή αρκεί. Η εξωτερική ανάλυση αποτελείται από τέσσερις υποομάδες: της ανάλυση του καταναλωτή και του ανταγωνισμού, την αγορά και την υλοποίηση της στρατηγικής.

Ανάλυση καταναλωτή

Δεν είναι αρκετό να υιοθετήσεις ότι πολλοί άνθρωποι θα αγοράσουν το προϊόν ή την υπηρεσία που σκοπεύεις να προσφέρεις. Η απόφαση πρέπει να αφορά τόσο την επιλογή της αγοράς, τις πληθυσμιακές ομάδες οι οποίες εκτιμούμε ότι θα αποτελέσουν την πελατειακή μας βάση, όσο και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος που θα καθορίσουν την ομάδα των καταναλωτών στους οποίους θα απευθυνθείς.

Θα πρέπει να δώσεις την εικόνα του πιθανού, τυπικού πελάτη, με βάση την ηλικία, το φύλο, το επάγγελμα (εισοδηματικό προφίλ), την οικογενειακή κατάσταση ή τα μοντέλα αγοραστικής συμπεριφοράς κ.λπ. Θα πρέπει να απαντήσεις στην ερώτηση «Σε ποιους απευθύνεται/Ποιοι θα αγοράσουν το προϊόν σου;

Ανάλυση ανταγωνισμού

Η ανάλυση του ανταγωνισμού αρχίζει με την αναγνώριση των υπαρχόντων, αλλά και των πιθανών ανταγωνιστών. Για να μπορέσεις να κάνεις τη δικό σου επιχείρηση ανταγωνιστική και διαφορετική από τους άλλους, θα πρέπει να ξέρεις πώς είναι και πώς λειτουργούν οι επιχειρήσεις των ανταγωνιστών σου. Η αναγνώριση των ανταγωνιστών είναι σημαντική διαδικασία και πρέπει να γίνει πριν ακόμα ξεκινήσει οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα. Θα πρέπει να απαντήσεις στην ερώτηση «Υπάρχουν ανταγωνιστές; Εάν ναι, ποιοι είναι;»

Έρευνα και ανάλυση αγοράς

Η ανάλυση αγοράς έχει δύο σκοπούς. Ο πρώτος είναι να προσδιορίσει πόσο ελκυστική και δεύτερος σκοπός είναι να κατανοηθεί η δυναμική της αγοράς ώστε να εντοπιστούν οι ευκαιρίες, αλλά και οι παγίδες. Έτσι, μπορούν να ληφθούν προληπτικά μέσα και να συνταχθούν ανάλογες στρατηγικές.

Η ανάλυση αγοράς θα πρέπει να περιλαμβάνει το μέγεθος της αγοράς και μια σύντομη ανάλυση του κλάδου που θα δραστηριοποιείται η εταιρεία.

Ανάλυση περιβάλλοντος

Με τον όρο «περιβάλλον» εννοούνται όλοι οι παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά και τη βιομηχανία ενός προϊόντος. Η ανάλυση περιβάλλοντος περιλαμβάνει τους εξής πέντε παράγοντες:

1. Τεχνολογία
2. Κράτος
3. Οικονομία
4. Κουλτούρα - Πολιτισμός
5. Δημογραφικά στοιχεία

Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής

Στρατηγική προϊόντος

Στο σημείο αυτό θα περιγράψεις λεπτομερώς τι είναι το προϊόν ή η υπηρεσία σου και πώς θα ικανοποιήσει τους πελάτες σου. Έπειτα θα εξηγήσεις τα πλεονεκτήματα του προϊόντος ή της υπηρεσίας σου, τα σημεία που υπερισχύουν σε σχέση με τους ανταγωνιστές, καθώς και την παρούσα κατάστασή του (π. χ. ιδέα, πρωτότυπο).

Οι ερωτήσεις που θα πρέπει να απαντήσεις είναι:

- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του προϊόντος/υπηρεσίας σου;
- Τι κάνει το προϊόν/υπηρεσία μοναδικό;

Πλάνο Marketing

Με τον όρο Marketing εννοούμε ό,τι μεσολαβεί μεταξύ της παραγωγής και της κατανάλωσης (αγοράς). Το Marketing μπορεί να απαιτεί χρόνο και οικονομικούς πόρους, είναι, όμως, ένα ζωτικό κομμάτι της επιχείρησης γιατί ασκεί σημαντική επίδραση στην επιτυχία της. Το πόσο καλά έχει τοποθετηθεί μια επιχείρηση στην αγορά είναι αυτό, που σε συνδυασμό με κάποια άλλα στοιχεία, θα κρίνει τελικά την επιτυχία ή όχι της επιχείρησης.

Οι παρακάτω ερωτήσεις θα σε βοηθήσουν:

- Πώς η εταιρεία σχεδιάζει να αναπτυχθεί;
- Πώς η εταιρεία πρόκειται να επικοινωνήσει με τους πελάτες;
- Πώς θα διαφημίσεις το προϊόν ή την υπηρεσία;
- Ποιο είναι το σχέδιό για την ανάπτυξη της επιχείρησής;
- Πώς θα επικοινωνήσεις με τους πελάτες;
- Πώς θα πουλήσεις το προϊόν ή την υπηρεσία;
- Ποια θα είναι η τιμή του προϊόντος;
- Πώς θα διανέμεται το προϊόν στον τελικό καταναλωτή;
- Πώς θα διαφημιστεί το προϊόν;

Οικονομικό πλάνο

Αυτό το βήμα είναι το πιο σημαντικό για τους επενδυτές και τους δανειστές γιατί δείχνει πόσο ισχυρή είναι η θέση της επιχείρησης. Επίσης, απεικονίζει τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση θα είναι σε θέση να ανταποκριθεί στις οικονομικές υποχρεώσεις, διατηρώντας ταυτόχρονα ένα θετικό ισοζύγιο ταμειακών ροών. Ένα οικονομικό πλάνο πρέπει να περιλαμβάνει τα εξής:

Ισολογισμός: Καταδεικνύει το πόσο υγιής είναι η επιχείρηση περιγράφοντας το ενεργητικό, το παθητικό και τα ίδια τα κεφάλαια. Το σχέδιο πρέπει να περιέχει έναν ισολογισμό του τρέχοντος έτους, και έναν ισολογισμό για τα επόμενα έτη.

Ανάλυση χρηματορροών: Αναλύει τη ρευστότητα μιας επιχείρησης. Μέσω αυτής, ο επιχειρηματίας μπορεί να αποκτήσει πλήρη εικόνα των χρημάτων που μπαίνουν και βγαίνουν από το ταμείο. Αυτό το εργαλείο είναι πολύ χρήσιμο για την επιχείρηση, γιατί βοηθά στη σωστή ρύθμιση των υποχρεώσεων και των απαιτήσεών της.

Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης: Παρουσιάζει τα έσοδα, τα έξοδα, τα κέρδη και τις ζημίες της επιχείρησης. Καλό είναι να περιλαμβάνονται στο σχέδιο παροντικές, παλιές, αλλά και μελλοντικές καταστάσεις.

Ανάλυση νεκρού σημείου: Καταδεικνύει τις πωλήσεις που πρέπει να γίνουν (σε ευρώ ή σε τεμάχια), ώστε να καλυφθεί το συνολικό κόστος της επιχείρησης.

Η ομάδα σου θα κληθεί να συμπληρώσει πίνακες που θα βρίσκονται στην πλατφόρμα του Envolve.

Τύποι επιχειρήσεων

Κάθε τύπος επιχείρησης έχει ειδικά χαρακτηριστικά και η επιλογή του εξυπηρετεί ορισμένη οικονομική σκοπιμότητα. Ένας νέος επιχειρηματίας βρίσκεται μπροστά στη σημαντική απόφαση για την μορφή της εταιρείας που θα επιλέξει. Η απόφαση αυτή είναι συχνά καθοριστική για την επιτυχή εξέλιξή της και είναι απαραίτητο ο μελλοντικός επιχειρηματίας να γνωρίζει καλά τις ιδιαιτερότητές της.

Παρακάτω, θα αναπτυχθούν συνοπτικά οι διαφορετικοί τύποι επιχειρήσεων, καθώς και οι προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί ο ενδιαφερόμενος για να ιδρύσει την καθεμιά από αυτές.

Ατομική ή εταιρική επιχείρηση;

Η **ατομική εταιρεία** είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη, καθώς κύριο πλεονέκτημά της είναι η μεγάλη ευελιξία ως προς τις επιχειρηματικές αποφάσεις που αφορούν στο είδος της δραστηριότητας, στην επιλογή των τεχνικών μεθόδων και ως ένα βαθμό στο μέγεθος της παραγωγής. Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι ουσιώδη, κυρίως για τις μικρές και μέσου μεγέθους αγροτικές, βιοτεχνικές και εμπορικές επιχειρήσεις, στις οποίες η προσωπική επίβλεψη και πρωτοβουλία είναι μεγάλης σημασίας. Όταν, όμως, το είδος της δραστηριότητας επιβάλλει την ανάπτυξη μεγάλου μεγέθους επιχείρησης, τότε η εταιρική μορφή της επιχείρησης είναι συχνά η πιο κατάλληλη.

Η **εταιρική** επιχείρηση ανήκει σε δύο ή περισσότερα άτομα, τους εταίρους, που συνδέονται με ειδική σχέση μεταξύ τους την εταιρική, που καθορίζεται ανάλογα με το είδος της εταιρείας.

Βασικές μορφές της εταιρικής επιχείρησης είναι οι προσωπικές εταιρείες: Ομόρρυθμη, Ετερόρρυθμη, και οι ονομαζόμενες κεφαλαιουχικές εταιρείες: Ανώνυμη Εταιρεία, Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης, Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία.

Στις **Ομόρρυθμες (Ο.Ε)** όλοι οι εταίροι είναι αλληλέγγυα και απεριόριστα υπεύθυνοι με όλη τους την περιουσία για τη δραστηριότητα και τα χρέη της εταιρείας και με τη λύση της δεν παύει η ευθύνη τους γι αυτά. Επιπλέον υπόκεινται σε προσωπική κράτηση όταν βρίσκονται

σε αδυναμία να εξοφλήσουν τους πιστωτές τους. Τα ιδρυτικά μέλη της ομόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά (άνω των 18) ή νομικά πρόσωπα.

Στις **Ετερόρρυθμες (Ε.Ε)** ένας τουλάχιστον εταίρος, ο ομόρρυθμος, είναι υπεύθυνος με όλη του την περιουσία για τα χρέη της εταιρείας και υπόκεινται σε προσωπική κράτηση για τη μη εξόφλησή τους, αλλά η ευθύνη της εταιρείας είναι περιορισμένη και δεν μπορεί να υπερβεί το ποσό της εισφοράς του σε αυτήν. Για την ίδρυσή της πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη ή κατά την έκφραση του νόμου υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού. Τα ιδρυτικά μέλη της ετερόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα, που έχουν συμπληρώσει το 18ο έτος της ηλικίας τους. Οι Ο.Ε. και οι Ε.Ε. δεν χρειάζονται συμβολαιογραφικό έγγραφο για την κατάρτισή τους, αντιθέτως αρκεί ένα ιδιωτικό συμφωνητικό.

Στις **Ανώνυμες Εταιρείες (Α.Ε)** που είναι μετοχικές, κάθε εταίρος (μέτοχος) είναι υπεύθυνος μόνο για το ποσοστό συμμετοχής του, δηλαδή για τον αριθμό των μετοχών τις οποίες διαθέτει. Ο μέτοχος συμμετέχει στην εκλογή της διοίκησης της εταιρείας, στη διαμόρφωση των γενικών αρχών της πολιτικής και στα κέρδη, ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών που διαθέτει. Στη γενική συνέλευση των μετόχων καθένας διαθέτει τόσες ψήφους, όσες οι μετοχές που κατέχει. Σε περίπτωση ζημιών ή πτώχευσης είναι υπεύθυνος μέχρι του ποσού που καταβάλλει για τις μετοχές του, δηλαδή, στη χειρότερη περίπτωση, οι μετοχές του χάνουν τελείως την αξία τους. Μια Α.Ε. χαρακτηρίζεται από το μεγάλο - σχετικά- κεφάλαιο που απαιτείται για την ίδρυσή της, τη διαίρεση του κεφαλαίου σε ίσα μερίδια, που ενσωματώνονται σε έγγραφα, τις μετοχές, τους αυστηρούς όρους δημοσιότητας κατά την ίδρυσή της, αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής της, τη μακρά διάρκεια (συνήθως 50 ετών), την περιορισμένη ευθύνη των μετόχων, τη λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία και την ύπαρξη δύο οργάνων, της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων και του Διοικητικού Συμβουλίου. Για την ίδρυση μιας Α.Ε. πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη ή κατά την έκφραση του νόμου το κεφάλαιο αυτής πρέπει να αναληφθεί από δύο τουλάχιστον ιδρυτές. Η αναλογία συμμετοχής των ιδρυτών δεν ορίζεται. Τα ιδρυτικά μέλη της ανώνυμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά (άνω των 18) ή νομικά πρόσωπα. Από το 2002 το ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο για την ίδρυση Α.Ε. ορίζεται 60000 ευρώ.

Οι **Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε)** είναι ένας ενδιάμεσος τύπος μεταξύ των προσωπικών εταιρειών (Ο.Ε. και Ε.Ε.) και της ανώνυμης εταιρείας. Το κύριο γνώρισμα των εταιρειών αυτών είναι το μικρό κεφάλαιο που χρειάζεται για τη σύστασή τους και η περιορισμένη ευθύνη των εταιρειών τους μέχρι το ύψος του κατατεθειμένου εταιρικού κεφαλαίου, όπως ακριβώς συμβαίνει και με τις ανώνυμες εταιρείες, σε αντίθεση με τις προσωπικές εταιρείες. Η Ε.Π.Ε είναι εμπορική, έστω και αν ο σκοπός αυτής δεν είναι εμπορική επιχείρηση, ωστόσο απαγορεύεται η άσκηση ορισμένων δραστηριοτήτων, όπως τραπεζικές, ασφαλιστικές, χρηματιστηριακές, διαχείριση χαρτοφυλακίου αξιόγραφων, διαχείριση αμοιβαίων κεφαλαίων, χρηματοδοτική μίσθωση, πρακτορεία επιχειρηματικών

απαιτήσεων, προώθηση και υλοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και αθλητικές δραστηριότητες. Χαρακτηριστικά των Ε.Π.Ε. είναι η διαίρεση του κεφαλαίου σε μερίδες συμμετοχής, κάθε μία εκ των οποίων αποτελείται από εταιρικά μερίδια, οι συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας κατά την ίδρυσή της, αλλά και καθόλη τη διάρκεια της ζωής της, η ορισμένη διάρκειά της, η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων, η λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία πάνω από 50% του συνόλου του εταιρικού κεφαλαίου, η ύπαρξη δύο οργάνων, της Γενικής Συνέλευσης των εταίρων και του διαχειριστή ή διαχειριστών. Για την ίδρυση της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης απαιτείται εταιρικό κεφάλαιο το οποίο δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 18.000 ευρώ και το μισό τουλάχιστον του ποσού αυτού πρέπει να είναι καταβεβλημένο σε μετρητά. Περιορισμός ως προς το ύψος του κεφαλαίου δεν υπάρχει.

Οι Ιδιωτικές Κεφαλαιουχικές Εταιρείες (Ι.Κ.Ε.) είναι ένας τύπος εταιρείας που εισήχθη με τον ν. 4072/2012, η οποία έχει νομική προσωπικότητα και είναι εμπορική, ακόμη και αν ο σκοπός της δεν είναι εμπορική επιχείρηση, ενώ παρέχει στους επιχειρηματίες πολλαπλά πλεονεκτήματα. Οι εταίροι δεν ευθύνονται για τα χρέη της, με την επιφύλαξη του άρθρου 79, που προβλέπει εγγυητικές εισφορές, μέσω των οποίων ο εταίρος αναλαμβάνει ευθύνη για τα χρέη της εταιρείας μέχρι ενός ορισμένου ποσού, το οποίο αναφέρεται στο καταστατικό. Μπορεί να συσταθεί και από ένα μόνο πρόσωπο (φυσικό ή νομικό), δηλ. να είναι εξ αρχής μονοπρόσωπη ή να καταστεί μεταγενέστερα μονοπρόσωπη. Έχει κεφάλαιο, με κατώτατο όριο εταιρικού κεφαλαίου ενός (1) ευρώ, που αντιστοιχεί σε ένα εταιρικό μερίδιο. Τηρεί διπλογραφική λογιστική και φορολογείται όπως η ΕΠΕ. Συνιστάται από ένα ή περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Η σύσταση της ΙΚΕ μπορεί να γίνει και με ιδιωτικό έγγραφο (συμφωνητικό). Με την εγγραφή της ΙΚΕ στο ΓΕΜΗ, αυτή αποκτά νομική προσωπικότητα. Έχει την έδρα της στον δήμο που αναφέρεται στο καταστατικό της, αλλά δεν υποχρεούται να έχει την πραγματική της έδρα στην Ελλάδα, που σημαίνει ότι δεν είναι απαραίτητο να συμπίπτει η καταστατική έδρα με την πραγματική έδρα της ΙΚΕ. Η σύσταση γίνεται μέσω της υπηρεσίας μίας στάσης. Διαχειριστής μπορεί να είναι μόνο φυσικό πρόσωπο, εταίρος ή μη. Στην ασφάλιση του ΟΑΕΕ υπάγονται υποχρεωτικά οι διαχειριστές της ΙΚΕ ή ο μοναδικός εταίρος μονοπρόσωπης ΙΚΕ. Οι εισφορές των εταίρων της μπορεί να είναι κεφαλαιακές εισφορές σε μετρητά ή σε είδος, εξωκεφαλαιακές εισφορές, οι οποίες συνίστανται σε παροχές που αποτελούν αντικείμενο κεφαλαιακής εισφοράς, και εγγυητικές εισφορές, οι οποίες συνίστανται στην ανάληψη ευθύνης έναντι των τρίτων για χρέη της εταιρείας μέχρι το ποσό που ορίζεται στο καταστατικό.

Βιβλιογραφία

"Έτοιμα Πρότυπα Business Plan | Kemel.Gr". *Kemel.Gr*, 2020, <https://www.kemel.gr/articles/etoima-protypa-business-plan>.

Ιωαννίδης Σ., Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα, Εκδόσεις Παπαζήσης.

Ιωάννου Ζ. (2001), Ο Οδηγός του Νέου Επιχειρηματία, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, ΑΘΗΝΑ.

ΚΕΘΙ. (2003), Επιχειρηματικό Σχέδιο για την Ίδρυση και ανάπτυξη Επιχείρησης, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, ΑΘΗΝΑ.

Λιούκας, Σ. Επιμέλεια. (2013), Καινοτομώ-Επιχειρώ. Αθήνα. Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Παρασκευόπουλος Σ. & Κορφιάτης Κ. (2013), 'Περιβαλλοντική εκπαίδευση : Θεωρίες και Μέθοδοι', Θεσσαλονίκη

"ΠΟΙΟΣ ΤΥΠΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΕΡΟΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΝΕΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ; | Kemel.Gr". *Kemel.Gr*, 2020, <https://www.kemel.gr/articles/poios-typos-epiheirisis-einai-katalliloterost-gia-ton-neo-epiheirimatia>.

Finch B. (2002), Σε 30' Δημιούργησε Το Business Plan, Εκδόσεις Δίαυλος, ΑΘΗΝΑ.

Heller r. (1998), Πώς να ελέγχετε τις αλλαγές, Εκδόσεις « Ελληνικά Γράμματα». ΑΘΗΝΑ

Kotter J. (2001), Ηγέτης στις αλλαγές , Εκδόσεις Κριτική ΑΕ, ΑΘΗΝΑ.

Maitland I.(2001), Επιτυχημένα Business Plans σε μια βδομάδα. Εκδόσεις Anubis, ΑΘΗΝΑ.