

Πολυτεχνείο Κρήτης

ΟΙΚΟΝΟΜΟΤΕΧΝΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ

(Ενότητα 11: Ανάλυση Θεμάτων Επιχειρηματικότητας)

Εισηγητής: Δρ. Σιτζίμης Ιωάννης
Σχολή Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης

Περιεχόμενα ενότητας

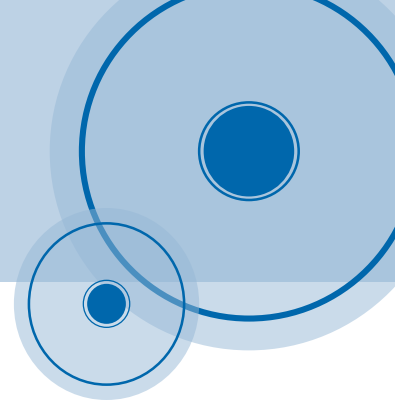
- ✓ Τι σημαίνει επιχειρηματικότητα.
- ✓ Ποια είναι τα χαρακτηριστικά και η σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- ✓ Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του Επιχειρηματία.
- ✓ Ποια είναι οι έννοιες της επιχειρηματικής ευκαιρίας.
- ✓ Πως γίνεται η επιλογή του τόπου εγκατάστασης.
- ✓ Πως γίνεται η αναζήτηση και επιλογή των εργαζομένων.
- ✓ Πως γίνεται η αναζήτηση και επιλογή των συνεργατών.
- ✓ Ποιες είναι οι νομικές μορφές των εταιρειών και ποιοι οι τρόποι φορολόγησης τους.
- ✓ Ποιες μέθοδοι τιμολόγησης μπορούν να εφαρμοστούν.
- ✓ Τι αφορούν οι έννοιες καινοτομία, κατοχύρωση και ευρεσιτεχνία.
- ✓ Τι καθεστώς ισχύει για τις αγοραπωλησίες επιχειρήσεων.
- ✓ Ποιες πολιτικές προώθησης μπορούν να εφαρμοστούν.



1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (ορισμοί)



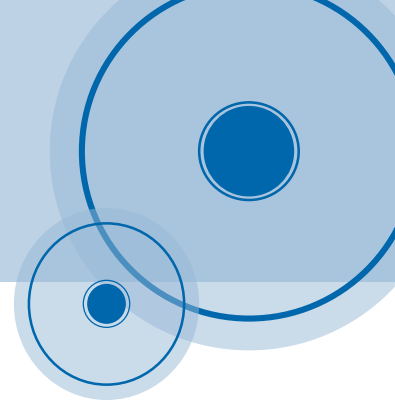
Επιχειρηματικότητα I



«Ένα άτομο που ξεκινάει μια επιχείρηση ή επιχειρήσεις, αναλαμβάνοντας μεγάλους χρηματοοικονομικούς κινδύνους»

New Oxford Dictionary of English

Επιχειρηματικότητα II



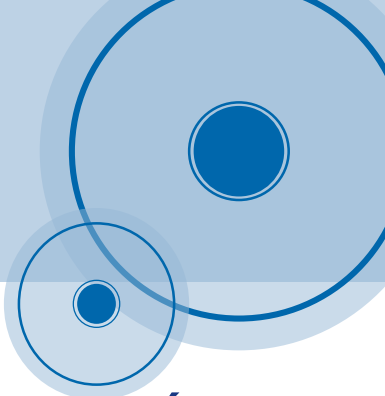
Υπάρχουν πολλοί ορισμοί:

«Ένας επιχειρηματίας που ασχολείται με τις συνήθειες δραστηριότητες της ζωής». –Marshall 1890

«Η διάλυση της υπάρχουσας οικονομικής ισορροπίας με μια πράξη δημιουργικής καταστροφής ... και η δημιουργία κερδών από τη νέα κατάσταση». –Schumpeter 1934

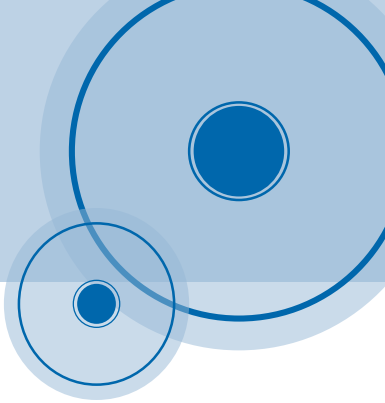
«... αυτός που αναλαμβάνει κινδύνους για τους οποίους δεν μπορεί να ασφαλιστεί ...». –Say 1861

Επιχειρηματικότητα III



- «Επιχειρηματικότητα είναι, εξ ορισμού, η δημιουργία νέων οργανισμών». –Vesper*
- «Η αναζήτηση της ευκαιρίας, ανεξάρτητα από τους πόρους που κάποιος έχει υπό τον έλεγχό του την παρούσα στιγμή». –Timmons*
- « Η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης, η διοίκηση μιας μικρής επιχείρησης ή ο στρατηγικός αναπροσανατολισμός μιας υπάρχουσας επιχείρησης ... που οδηγεί σε σημαντική ανάπτυξη της εταιρείας και σε δημιουργία πλούτου». –Chrisman*

Επιχειρηματικότητα IV



«Η επιχειρηματικότητα, αν την ορίσουμε αυστηρά, αναφέρεται στη δημιουργία μιας νέας οικονομικής οντότητας επικεντρωμένης σ' ένα καινούριο προϊόν ή υπηρεσία ή, τουλάχιστον, σ' ένα που να διαφέρει σημαντικά από προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρονται κάπου αλλού στην αγορά»

Curran & Stanworth

2. Μικρομεσαία Επιχείρηση



Μικρομεσαία Επιχείρηση

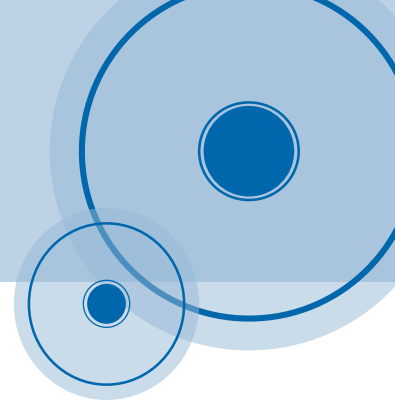
- Ο **ορισμός** είναι θεμελιώδης για όσους προσπαθούν να κατανοήσουν καλύτερα τις μικρές επιχειρήσεις, π.χ. ερευνητές, ασκούντες πολιτική, κυβερνήσεις.
- Οι μικρές επιχειρήσεις είναι **ετερογενείς** – η διαφοροποίηση αυτή καθιστά δύσκολη την κατασκευή ενός ορισμού.
- **Ποικίλουν μεταξύ κλάδων**, π.χ. οι μεταποιητικές επιχειρήσεις μπορεί να έχουν περισσότερους εργαζόμενους, αλλά τον ίδιο κύκλο εργασιών ή το ίδιο κέρδος με μια επιχείρηση του τομέα των υπηρεσιών.

Μικρομεσαία Επιχείρηση II

Μεγέθη που χρησιμοποιούνται:

- Αριθμός εργαζομένων.
- Κύκλος εργασιών.
- Άλλα μεγέθη – π.χ. αξία στοιχείων ενεργητικού.
- Ποιοτικά κριτήρια – ιδιοκτησία, τύπος δραστηριότητας, τρόπος οργάνωσης και διοίκησης, μέγεθος μεριδίου αγοράς κ.τ.λ

Μικρομεσαία Επιχείρηση III



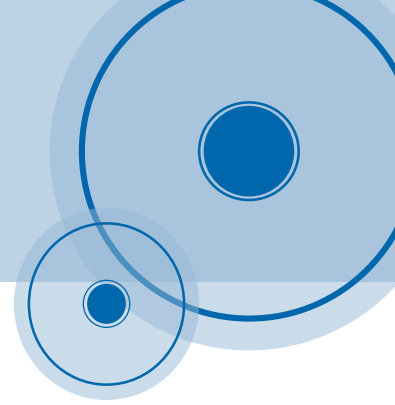
Μικρές μπορούν να θεωρηθούν οι επιχειρήσεις που:

- Έχουν σχετικά μικρό μερίδιο αγοράς
- Διοικούνται από τους ιδιοκτήτες τους με εξατομικευμένο τρόπο και όχι μέσω μιας τυποποιημένης διοικητικής δομής.
- Είναι ανεξάρτητες, δηλαδή δεν αποτελούν τμήμα μιας μεγάλης επιχείρησης.

Μικρομεσαία Επιχείρηση IV

- **Πολύ μικρές επιχειρήσεις:** 0-9 εργαζόμενοι
- **Μικρές επιχειρήσεις:**
 - 10-50 εργαζόμενοι
 - 7 εκατομμύρια € μέγιστος κύκλος εργασιών
 - 5 εκατομμύρια € μέγιστη αξία στοιχείων ενεργητικού
 - 25% μέγιστη εξωτερική ιδιοκτησία (από μη μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με την εξαίρεση των εταιρειών κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών που δεν ασκούν έλεγχο).

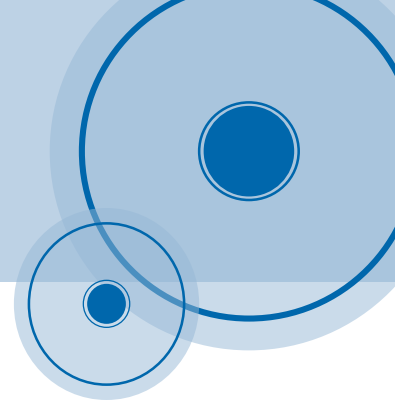
Μικρομεσαία Επιχείρηση V



Μεσαίες επιχειρήσεις:

- 51-249 εργαζόμενοι
- 40 εκατομμύρια € μέγιστος κύκλος εργασιών
- 27 εκατομμύρια € μέγιστη αξία στοιχείων ενεργητικού
- 25% μέγιστη εξωτερική ιδιοκτησία (από μη μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με την εξαίρεση των εταιρειών κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών που δεν ασκούν έλεγχο).

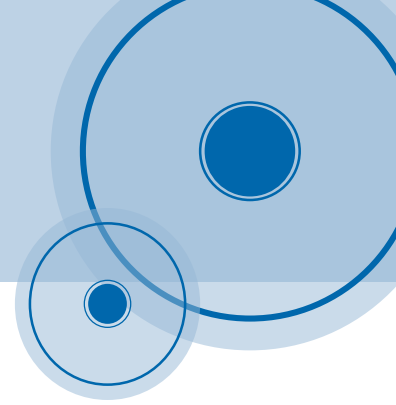
Μικρομεσαία Επιχείρηση VI



«Το μέλλον των κρατών δε βρίσκεται στα χέρια των στρατών ή των διπλωματών τους, αλλά στα χέρια των επιχειρηματιών τους».

Ο πρόεδρος του γαλλικού εμπορικού επιμελητηρίου στο συνέδριο της Συνομοσπονδίας Βρετανικών Βιομηχανιών (CBI), το 1999.

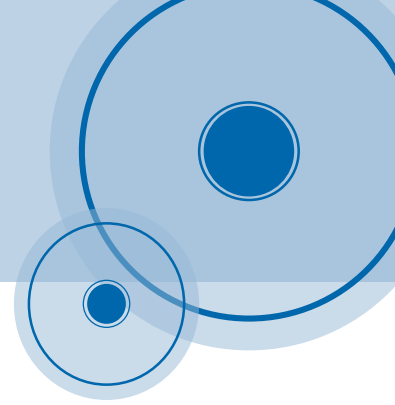
Μικρομεσαία Επιχείρηση VII



Γιατί είναι σημαντικές οι μικρές επιχειρήσεις;

- Δημιουργοί θέσεων εργασίας.
- Φυτώρια της οικονομίας.
- Δίνουν ώθηση στον ανταγωνισμό.
- Καινοτομούν.
- Βοηθούν στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

Μικρομεσαία Επιχείρηση VIII

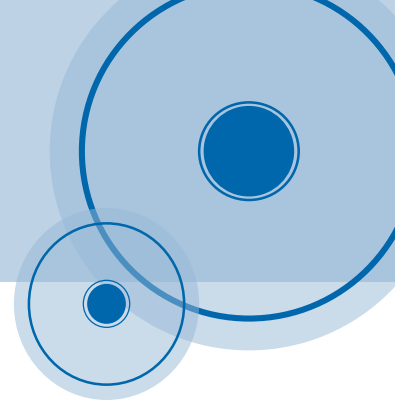


Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να θεωρηθούν ως ο σπόρος από τον οποίο αναπτύσσονται οι μεγάλες επιχειρήσεις.

Αλλά

- Χαμηλά ποσοστά επιβίωσης
- Μόνο λίγες επιχειρήσεις (3% ή 4%) αναπτύσσονται σημαντικά.
- Η πλειοψηφία των μικρών επιχειρήσεων δεν είναι σημαντικοί δημιουργοί θέσεων εργασίας.

Μικρομεσαία Επιχείρηση ΙΧ

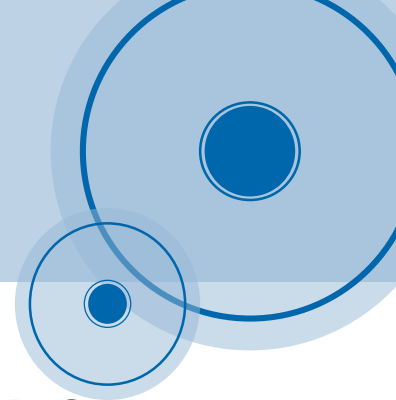


Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να αντιδράσουν γρήγορα στις αλλαγές – ευέλικτη εξειδίκευση.

Αλλά

- Μπορεί να προκληθεί κορεσμός και υπερβάλλουσα προσφορά στην τοπική αγορά.
- Ίσως υπάρξει εκτόπιση των υπαρχουσών επιχειρήσεων.
- Το κόστος εισόδου μπορεί να είναι υψηλό και μπορεί να προκληθεί κορεσμός σε κλάδους με χαμηλό κόστος εισόδου.

Μικρομεσαία Επιχείρηση Χ



Οι μικρές επιχειρήσεις:

- Έχουν περιορισμένες αγορές και τοπική βάση.
- Απασχολούν κατοίκους της περιοχής.
- Χρησιμοποιούν τοπικές υπηρεσίες και τοπικούς προμηθευτές.
- Υπάρχουν κοινωνικά και οικονομικά οφέλη για την κοινότητα.

Αλλά




- Τα οφέλη αυτά είναι περιορισμένα εξαιτίας κυρίως της ύπαρξης ανταγωνισμού από μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων.

1. Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα – βασικά στοιχεία

	Αριθμός επιχειρήσεων			Αριθμός εργαζομένων			Προστιθέμενη αξία		
	Ελλάδα		ΕΕ-28	Ελλάδα		ΕΕ-28	Ελλάδα		ΕΕ-28
	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Δισεκατομμύρια ευρώ	Μερίδιο	Μερίδιο
Πολύ μικρές	629 811	96.2%	92.4%	1 130 794	55.2%	29.1%	16	33.1%	21.6%
Μικρές	21 669	3.3%	6.4%	398 503	19.5%	20.6%	11	22.5%	18.2%
Μεσαίες	2 464	0.4%	1.0%	227 832	11.1%	17.2%	8	16.5%	18.3%
ΜΜΕ	653 944	99.9%	99.8%	1 757 129	85.8%	66.9%	34	72.1%	58.1%
Μεγάλες	423	0.1%	0.2%	290 547	14.2%	33.1%	13	27.9%	41.9%
Σύνολο	654 367	100.0%	100.0%	2 047 676	100.0%	100.0%	48	100.0%	100.0%

Πρόκειται για εκτιμήσεις για το 2013 που παρήχθησαν από το DIW Econ, με βάση τα αριθμητικά στοιχεία για την περίοδο 2008-2011 από τη βάση στατιστικών δεδομένων σχετικά με τη διάρθρωση των επιχειρήσεων (Eurostat). Τα στοιχεία καλύπτουν την «οικονομία των επιχειρήσεων», στην οποία περιλαμβάνονται η μεταποίηση, οι κατασκευές, το εμπόριο και οι υπηρεσίες (NACE αναθ. 2 τομείς Β έως Ι, Λ, Μ και Ν), αλλά όχι επιχειρήσεις στους τομείς της γεωργίας, της δασοκομίας και της αλιείας καθώς και τους σε μεγάλο βαθμό μη εμπορεύσιμους τομείς υπηρεσιών όπως η εκπαίδευση και η υγεία. Το πλεονέκτημα της χρήσης δεδομένων της Eurostat είναι ότι οι στατιστικές είναι εναρμονισμένες και συγκρίσιμες μεταξύ των χωρών. Το μειονέκτημα είναι ότι για ορισμένες χώρες τα στοιχεία μπορεί να διαφέρουν από τα στοιχεία που δημοσιεύονται από τις εθνικές αρχές.

Η συρρίκνωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

	Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Σύνολο	
 ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ)	2008	829,2	25,4	3,6	858,2
	2014	606,5	20,8	2,4	629,7
		-26,9%	-18,1%	-35%	-26,6%
 ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ (ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ)	2008	1.565,5	486,1	344	2.395,6
	2014	1.091,5	382,3	219,1	1.692,9
		-30,3%	-21,4%	-36,3%	-29,3%
 ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ (ΣΕ ΔΙΣ. ΕΥΡΩ)	2008	25,5	16,6	12,9	55
	2014	15,1	10,2	7,5	32,8
		-40,7%	-38,4%	-41,5%	-40,2%

ΠΗΓΗ: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ΚΕΠΕ

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

Σύμφωνα με μελέτη του ΚΕΠΕ **βαρύ πλήγμα υπέστη η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα στα χρόνια της κρίσης**, καθώς μέσα σε μια επταετία, την περίοδο 2008-2014, **εξαφανίστηκαν από τον επιχειρηματικό χάρτη της χώρας περίπου 229.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις και χάθηκαν περί τις 700.000 θέσεις εργασίας.**

Η εξέλιξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα

2008-2015

Αριθμός επιχειρήσεων

	2008	2015
Πολύ μικρές	820.021	682.132
Μικρές	25.789	19.631
Μεσαίες	3.579	2.576
Σύνολο ΜμΕ	849.389	704.339
Μεγάλες	431	397

Γενικό σύνολο

849.820

704.736

Αριθμός απασχολούμενων

	2008	2015
Πολύ μικρές	1.538.632	1.264.804
Μικρές	459.784	361.331
Μεσαίες	312.489	241.105
Σύνολο ΜμΕ	2.310.905	1.867.240
Μεγάλες	343.810	271.720

Γενικό σύνολο

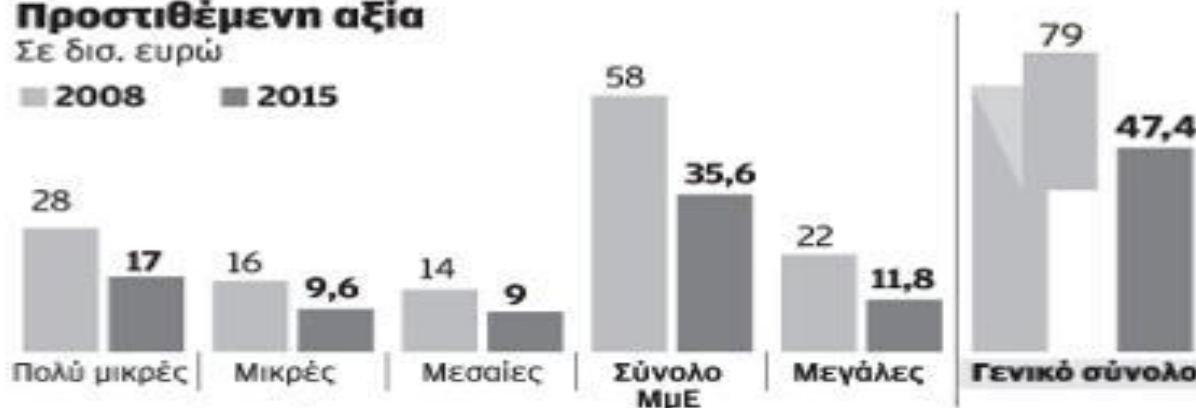
2.654.715

2.138.960

Προστιθέμενη αξία

Σε δισ. ευρώ

■ 2008 ■ 2015



ΠΗΓΗ: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Προβλήματα Μικρομεσαίας Επιχείρησης

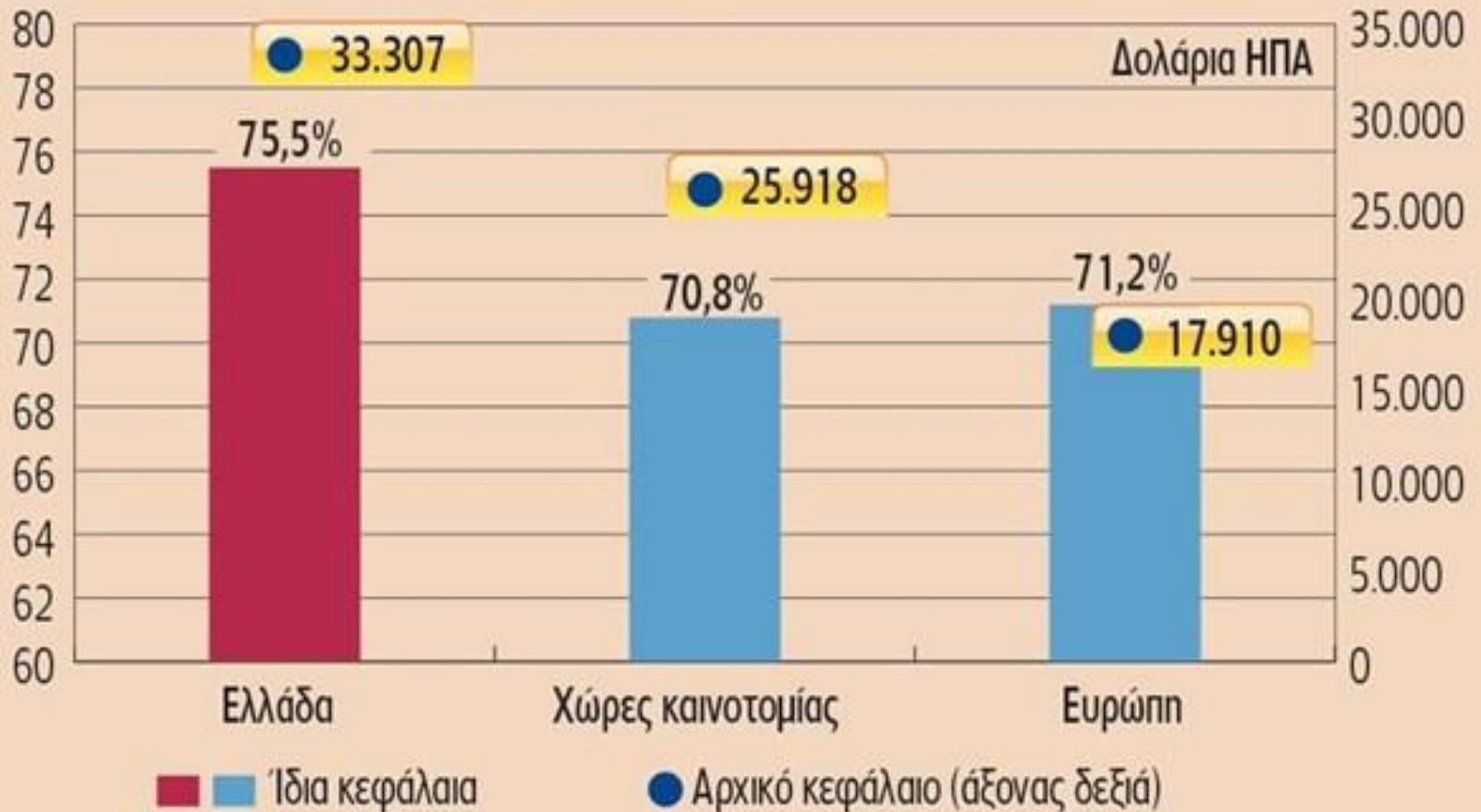
Σύμφωνα με το συμπέρασμα της έκθεσης «**Επιχειρηματικότητα 2015 - 2016: Κρίσιμη καμπή για την αναπτυξιακή δυναμική του επιχειρηματικού συστήματος**» που εκπόνησε το **IOBE** στο πλαίσιο της παγκόσμιας έρευνάς του (Global Entrepreneurship Monitor) η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα μας εμφανίζει έντονες δυσκολίες όπως:

- Διοικητικές αγκυλώσεις.
- Υψηλά τέλη.
- Γραφειοκρατία.
- Διαφθορά.
- Αρνητική εικόνα για το «επιχειρείν»

Οι επίδοχοι επιχειρηματίες υποχρεούνται να καταβάλλουν διπλάσια ποσά για την εκκίνηση της δραστηριότητάς τους σε σχέση με τις χώρες καινοτομίας (αναπτυγμένες).

Αξίζει να σημειωθεί ότι για το 2016 μόλις το 14,2% του πληθυσμού (έναντι 20% το 2014) διαβλέπει να αναδεικνύονται επιχειρηματικές ευκαιρίες στη χώρα. Πρόκειται για μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, ενδεικτικό της δυσμενούς οικονομικής συγκυρίας και της αυξημένης αβεβαιότητας που κυριαρχεί στη χώρα.

Αρχικό κεφάλαιο που απαιτείται για την έναρξη επιχείρησης και % ιδίων κεφαλαίων

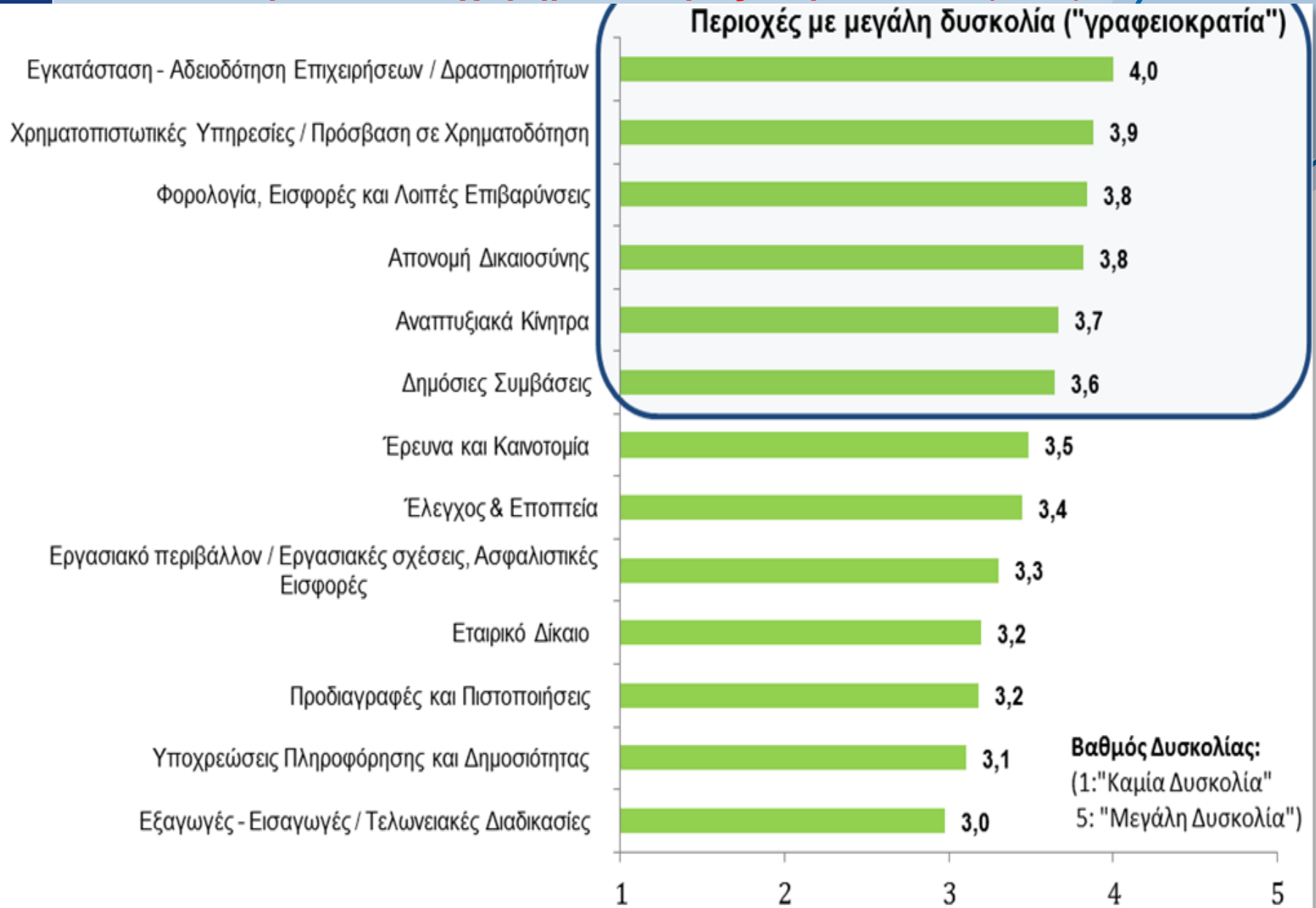


Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

Τι δηλώνουν οι ελεύθεροι επαγγελματίες στην εφορία



Εμπόδια Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα (2013)

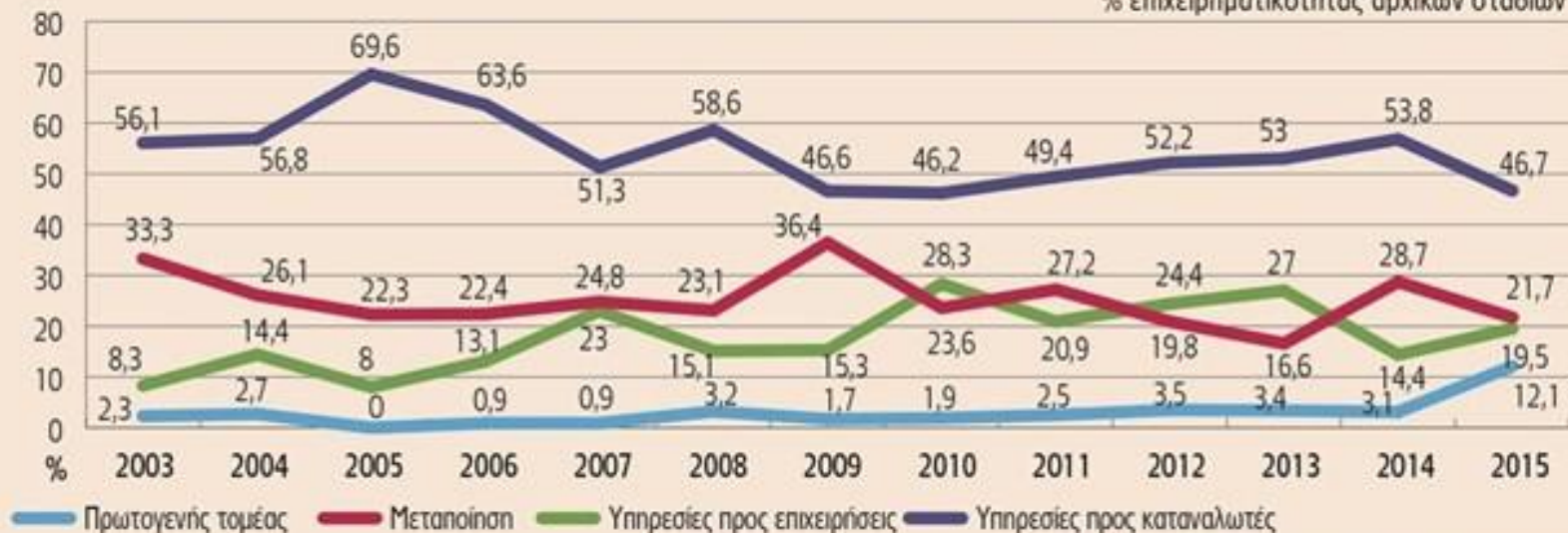


Λόγοι διακοπής ή αναστολής λειτουργίας (2015)



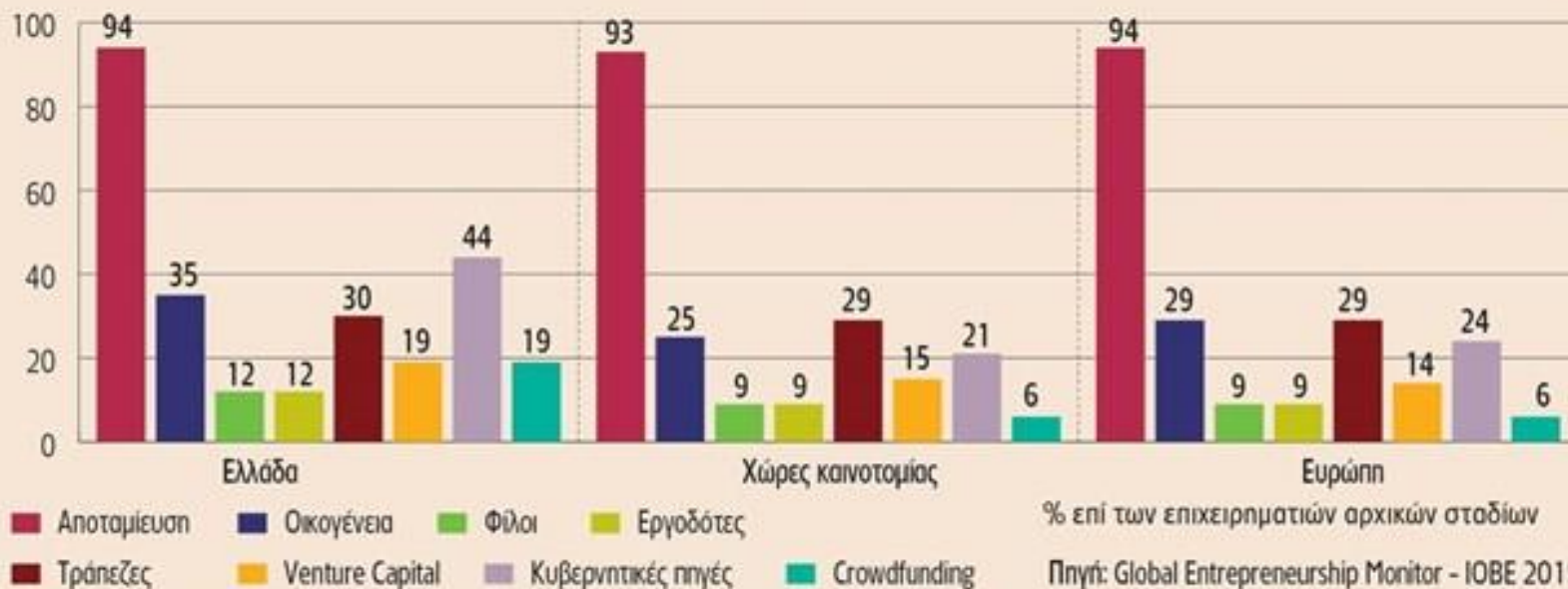
ΕΞέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM 2015

Πηγές χρηματοδότησης επιχείρησης αρχικών σταδίων, 2015



% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

3. Ο επιχειρηματίας



Χαρακτηριστικά του Επιχειρηματία I

- Έχουν ικανότητα να πείθουν
- Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες προσπαθούν να προσδιορίσουν τους κινδύνους που θα αντιμετωπίσουν και να τους μειώσουν στο ελάχιστο
- Επιδιώκουν την αυτονομία
- Έχουν μια ευέλικτη στάση απέναντι στις αλλαγές
- Συνήθως χαρακτηρίζονται ως δημιουργικά μυαλά
- Είναι έμπιστοι και έχουν αυτοπεποίθηση

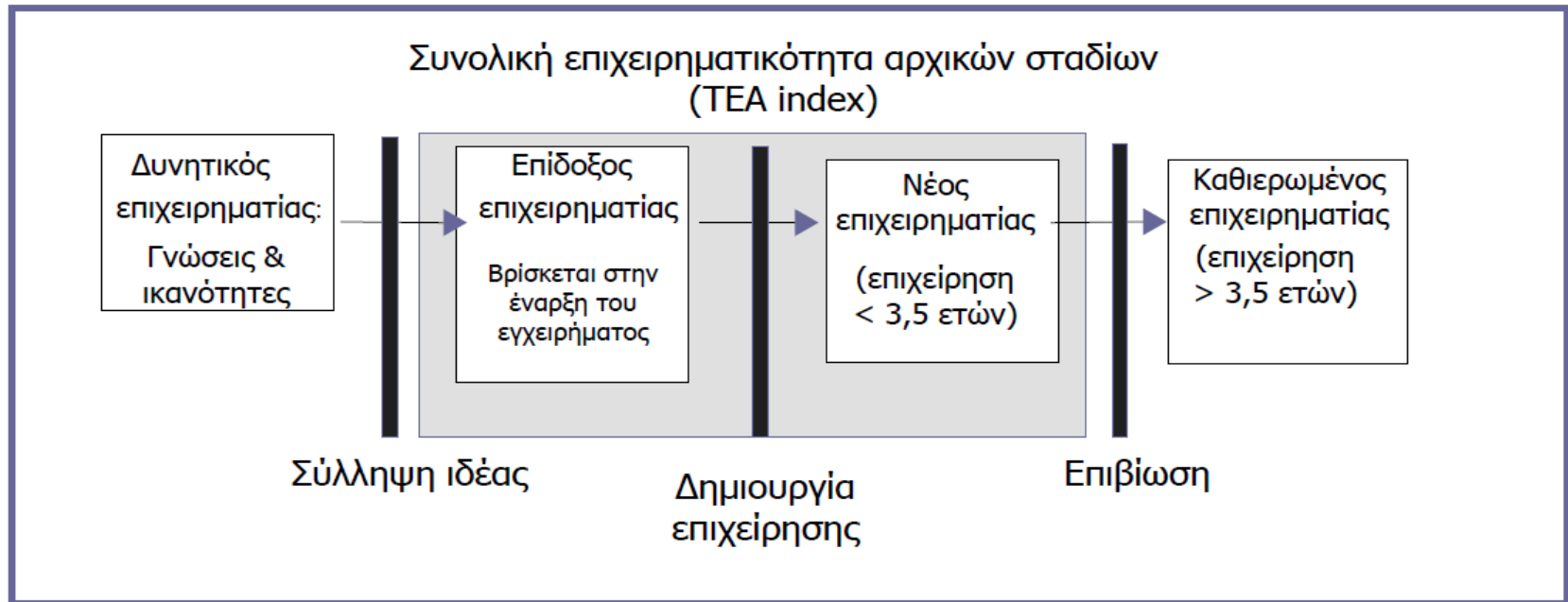
Χαρακτηριστικά του Επιχειρηματία II

- Έχουν την επιθυμία να δημιουργήσουν κάτι νέο
- Είναι άνθρωποι ανεξάρτητοι. Οι επιχειρηματικοί άνθρωποι έχουν μια δυνατή επιθυμία να προχωρήσουν μόνοι. Θέλουν να μειώσουν τα εμπόδια προς την πρόοδο. Μερικές φορές ίσως θεωρηθούν πεισματάρηδες και άνθρωποι που προκαλούν αναστάτωση στην κοινωνία
- Είναι ικανοί στο να επιλύουν προβλήματα τα οποία βλέπουν σαν ευκαιρίες παρά σαν απειλές
- Αισθάνονται την ανάγκη να πετύχουν

Χαρακτηριστικά του Επιχειρηματία III

- Πιστεύουν ότι είναι κύριοι της τύχης τους και του μέλλοντος τους και δεν φορτώνουν τις ευθύνες σε κάποιους άλλους
- Οι επιχειρηματικοί άνθρωποι πιστεύουν ότι τα πράγματα διαμορφώνονται από τον άνθρωπο και δεν πιστεύουν στο πεπρωμένο ή την τύχη
- Δε φοβούνται τη σκληρή δουλειά ή τη χειρωνακτική εργασία
- Μπορεί να έχουν ηγετικά χαρίσματα
- Έχουν φαντασία και επιμονή

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΤΩΝ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ



- Ευρύ φάσμα «επιχειρηματικότητας»: Η επιχειρηματικότητα ξεκινά πολύ πριν ένα εγχείρημα γίνει λειτουργικό
- Μονάδα ανάλυσης: ο επιχειρηματίας

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΤΩΝ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Σύμφωνα με μελέτη του IOBE, ο αντιπροσωπευτικός επιχειρηματίας στην Ελλάδα που βρίσκεται σε αρχικό στάδιο δραστηριοποίησης τείνει να έχει το εξής προφίλ:

- Είναι ανδρικού φύλου
- Ηλικίας 25-44 ετών
- Έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση και
- Δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών προς τους καταναλωτές

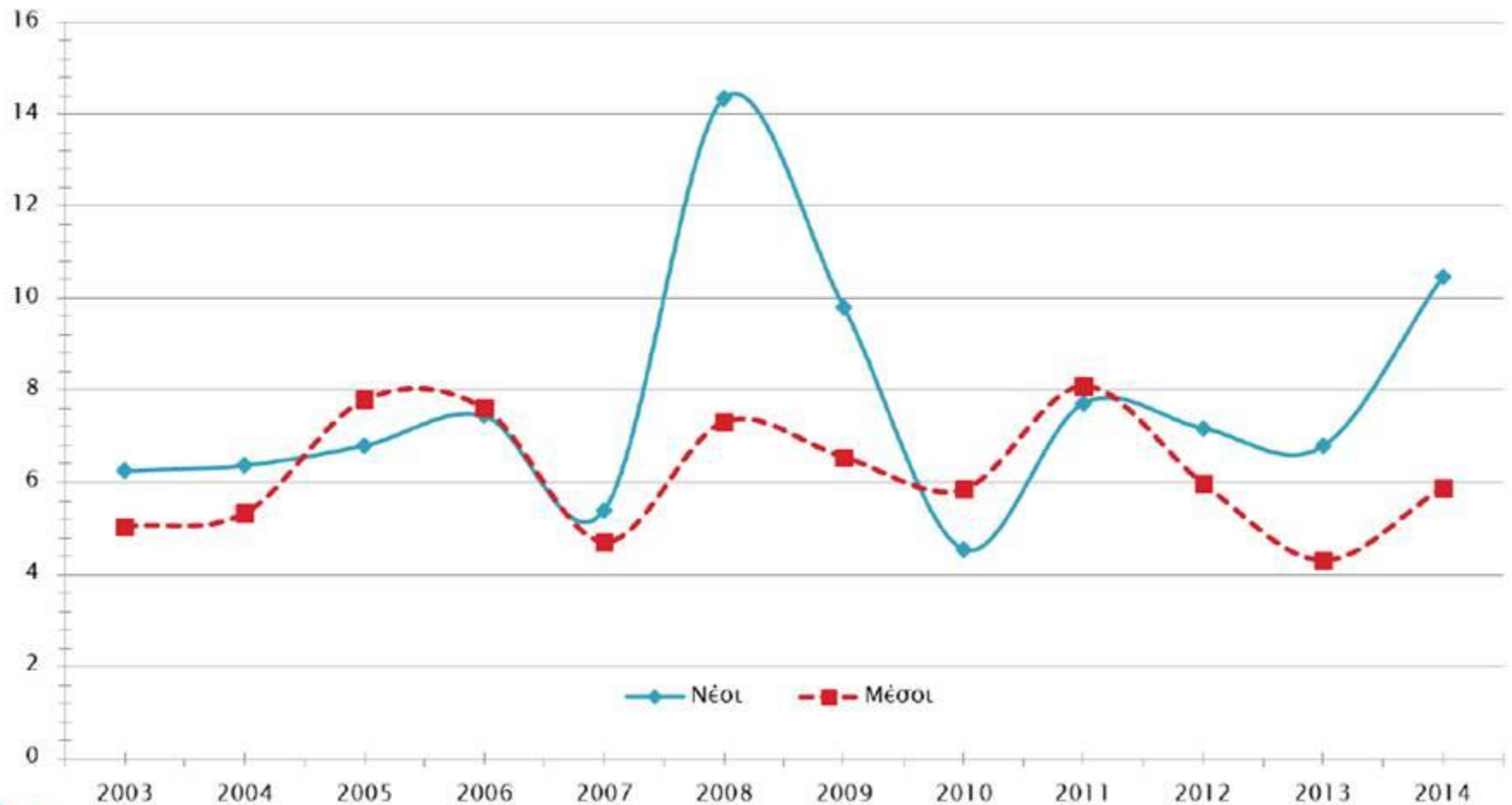
Για το 2013 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνει πως πολλοί από τους πελάτες τους θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και πρωτοποριακό ανέρχεται στο **17,3%**, επίδοση που αποτελεί την υψηλότερη τιμή στα χρόνια της κρίσης.

Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (2003-2014)

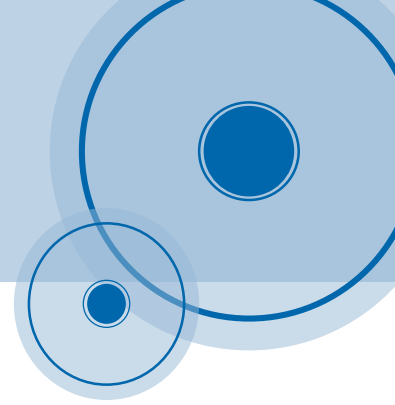
Σύμφωνα με την ετήσια έρευνα του IOBE για την επιχειρηματικότητα, με τίτλο: «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2013-14: Η δυναμική της νεανικής επιχειρηματικότητας», προκύπτει ότι **κατά την τριετία 2012-2014 ο δείκτης της νεανικής επιχειρηματικότητας (18-34) διαμορφώνεται σε σταθερά υψηλότερα επίπεδα από τον αντίστοιχο δείκτη που αφορά επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας (35-64).**

Ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων νέων από 7% το 2013 ανέρχεται στο 10,5% το 2014 ενώ αντίστοιχα ο δείκτης ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας από 4,5% το 2013 προσεγγίζει το 6% το 2014.

Εξέλιξη νεανικής και μέσης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (ως % του πληθυσμού της αντίστοιχης ηλικιακής ομάδας)



Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ (2003-2014)

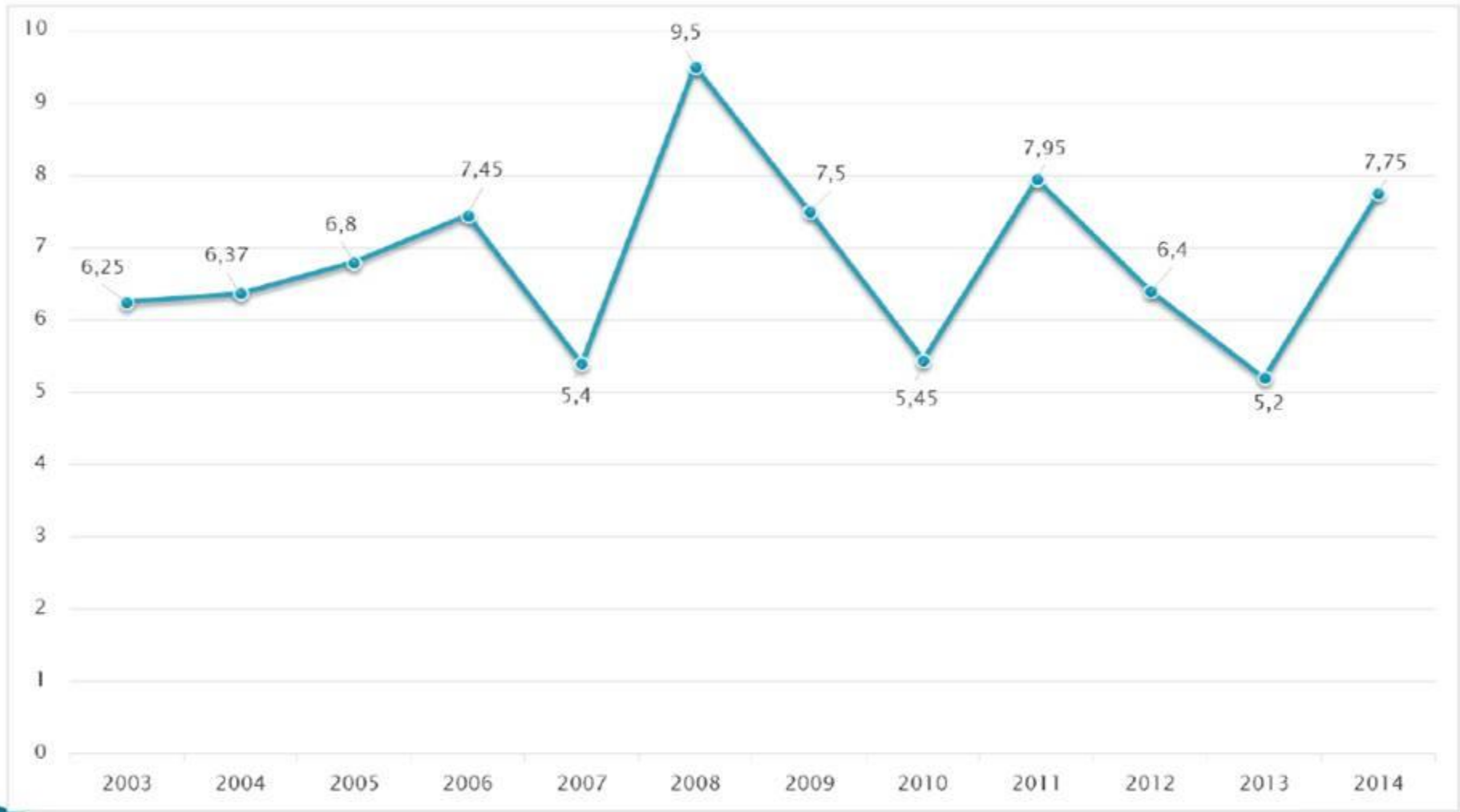


Οι ερευνητές του IOBE υπογράμμισαν ότι τα πρώτα αποτελέσματα από την ανάλυση των στοιχείων του **2014** καταγράφουν σημαντική **αύξηση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων** (στο 7,8% έναντι 5,2% το 2013) γεγονός που αποτελεί σημαντική ένδειξη για την ανάκαμψη της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στη χώρα μας.

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ (2003-2014)

- Σύμφωνα με την έρευνα, το ποσοστό του ενεργού πληθυσμού (18-64 ετών) που βρισκόταν σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικής ενεργοποίησης το 2013 υποχώρησε στο 5,2%, που αντιστοιχεί σε περίπου 240 χιλιάδες άτομα, έναντι 6,4% που ήταν το 2012. Πρόκειται για τη χαμηλότερη επίδοση που έχει καταγράψει η χώρα μας στα 11 χρόνια που συμμετέχει στην έρευνα του **GEM (Παγκόσμιο παρατηρητήριο επιχειρηματικότητας)**.

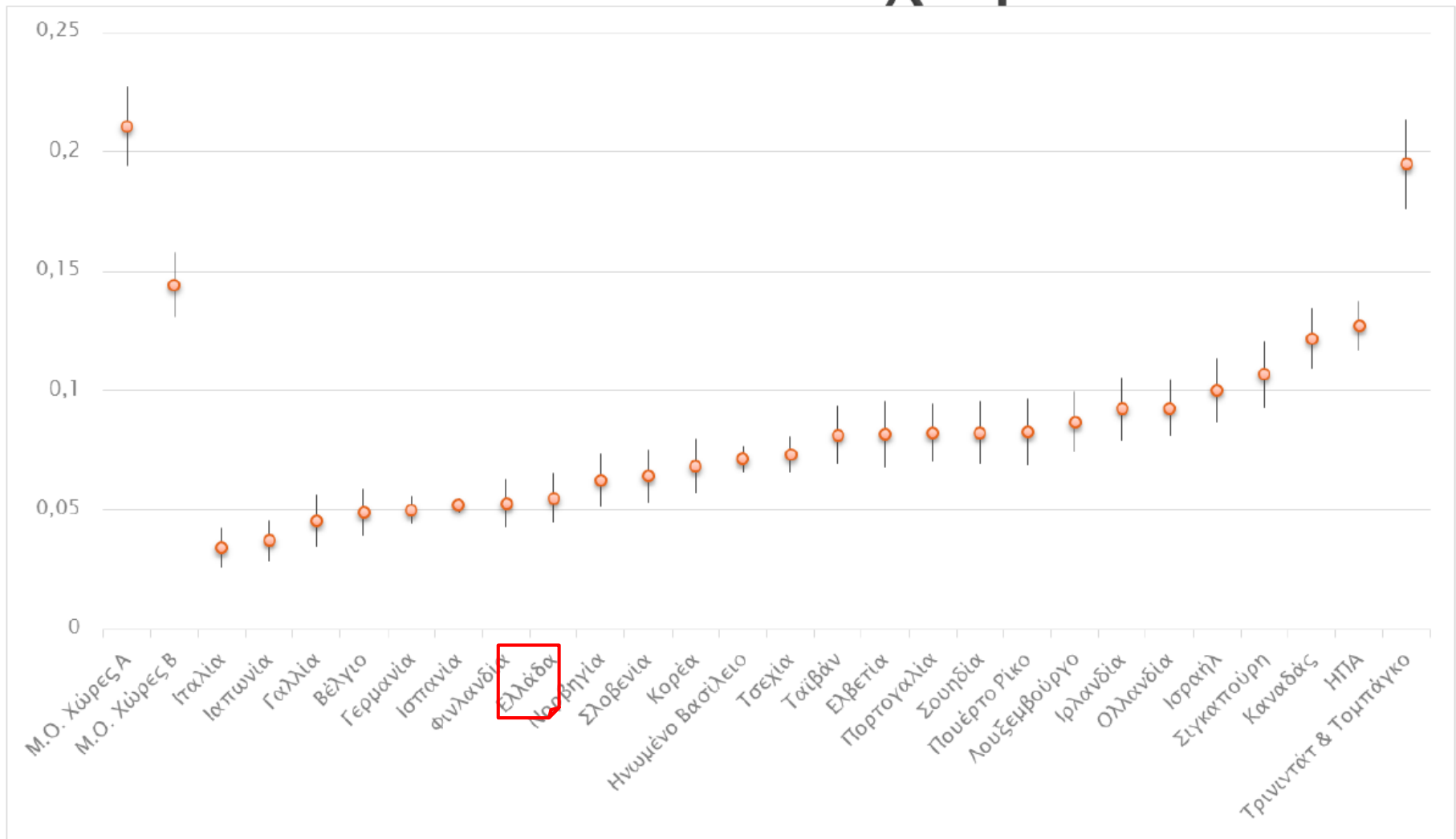
Εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα (2003–2013)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σημείωση: Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % πληθυσμού.

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα



Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Σημείωση: % ατόμων, ηλικίας 18-64 ετών, που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα (2013)

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα

Χώρες	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Μ.Ο. Χώρες Α	9,4	12,0	21,1	13,3	34,4
Μ.Ο. Χώρες Β	8,4	6,4	14,4	8,0	22,4
Βέλγιο	3,1	1,9	4,9	5,9	10,9
Καναδάς	7,8	4,7	12,2	8,4	20,6
Τσεχία	4,9	2,7	7,3	5,3	12,6
Φινλανδία	2,7	2,7	5,3	6,6	11,9
Γαλλία	2,7	1,8	4,6	4,1	8,7
Γερμανία	3,1	2,0	5,0	5,1	10,1
Ελλάδα	3,3	2,3	5,5	12,6	18,1
Ιρλανδία	5,5	3,8	9,2	7,5	16,7
Ισραήλ	5,3	4,8	10,0	5,9	16,0
Ιταλία	2,4	1,1	3,4	3,7	7,1
Ιαπωνία	2,2	1,5	3,7	5,7	9,4
Κορέα	2,7	4,2	6,9	9,0	15,9
Λουξεμβούργο	6,0	2,8	8,7	2,4	11,1
Ολλανδία	4,7	4,8	9,3	8,7	18,0
Νορβηγία	2,9	3,4	6,3	6,2	12,4
Πορτογαλία	4,2	4,2	8,2	7,7	16,0
Πουέρτο Ρίκο	6,6	1,8	8,3	2,0	10,3
Σιγκαπούρη	6,4	4,4	10,7	4,2	14,9
Σλοβενία	3,6	2,9	6,5	5,7	12,1
Ισπανία	3,1	2,2	5,2	8,4	13,6
Σουηδία	5,9	2,5	8,2	6,0	14,3
Ελβετία	4,5	3,7	8,2	10,0	18,1
Ταϊβάν	3,3	5,0	8,2	8,3	16,4
Τρινιντάτ και Τομπάγκο	11,4	8,5	19,5	11,4	30,9
Ηνωμένο Βασίλειο	3,6	3,6	7,1	6,6	13,7
ΗΠΑ	9,2	3,7	12,7	7,5	20,2
Μ.Ο. Χώρες Γ	4,7	3,3	7,9	6,7	14,6
Μ.Ο. GEM	7,1	6,3	13,2	8,5	21,7

Σημείωση: % πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών (2013)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Προσωπικοί/πολιτισμικοί παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης

Χώρες	Επιχ/κές ευκαιρίες το προσεχές δμηνο	Γνώσεις ικανότητα & εμπειρία επιχ/τας	Φόβος αποτυχίας	Επιχ/τα ως καλή επιλογή καριέρας	Κοινωνική καταξίωση στους επιτυχημένους επιχ/τίες	Εστίαση των ΜΜΕ στην επιχ/τα
Χώρες Α	60.81	68.69	30.87	75.30	80.08	69.78
Χώρες Β	42.61	53.30	37.55	67.85	67.34	61.96
ΗΠΑ	47.16	55.74	35.02	.	.	.
Ελλάδα	13.54	45.99	69.06	60.06	65.07	32.42
Ολλανδία	32.66	42.38	41.28	79.49	66.20	55.19
Βέλγιο	31.50	33.85	50.81	54.80	52.20	43.86
Γαλλία	22.87	33.15	45.31	55.30	70.03	41.38
Ισπανία	16.01	48.39	47.70	54.31	52.34	45.63
Ιταλία	17.34	29.11	56.20	65.55	72.43	48.08
Ελβετία	41.52	44.72	35.47	40.51	64.96	47.77
ΗΒ	35.54	43.85	39.84	54.06	79.33	49.64
Σουηδία	64.45	38.80	39.73	52.03	71.51	58.55
Νορβηγία	63.67	34.18	33.25	49.33	75.48	56.87
Γερμανία	31.30	37.72	48.15	49.40	75.23	49.91
Σιγκαπούρη	22.24	24.76	39.83	50.94	59.38	75.33
Ιαπωνία	7.65	12.86	47.37	31.30	52.76	57.62
Κορέα	12.73	28.10	44.53	51.31	67.80	67.56
Καναδάς	57.35	48.45	37.34	60.64	70.13	69.58
Πορτογαλία	20.24	48.75	48.17	.	.	.
Λουξεμβούργο	45.57	43.28	49.58	39.41	70.60	36.31
Ιρλανδία	28.28	43.14	45.33	49.62	81.22	59.86
Φινλανδία	43.80	33.26	41.11	44.30	85.46	68.53
Σλοβενία	16.06	51.48	41.98	57.38	68.10	50.52
Τσεχία	23.08	42.59	42.86	.	47.78	.
Πουέρτο Ρίκο	28.34	53.03	27.43	17.93	50.15	68.78
Τρινιτάτ & Τομπάγκο	58.01	75.26	20.94	79.54	72.02	61.02
Ταϊβάν	42.03	27.22	41.23	72.98	64.45	87.07
Ισραήλ	46.50	36.17	53.33	60.61	80.30	49.06
Χώρες Γ	33.44	40.62	43.19	53.51	67.29	55.68
Μ.Ο. GEM	42.59	51.45	38.40	64.15	69.64	61.18

Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Σημείωση: % θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό ηλικίας 18-64 ετών (2013)



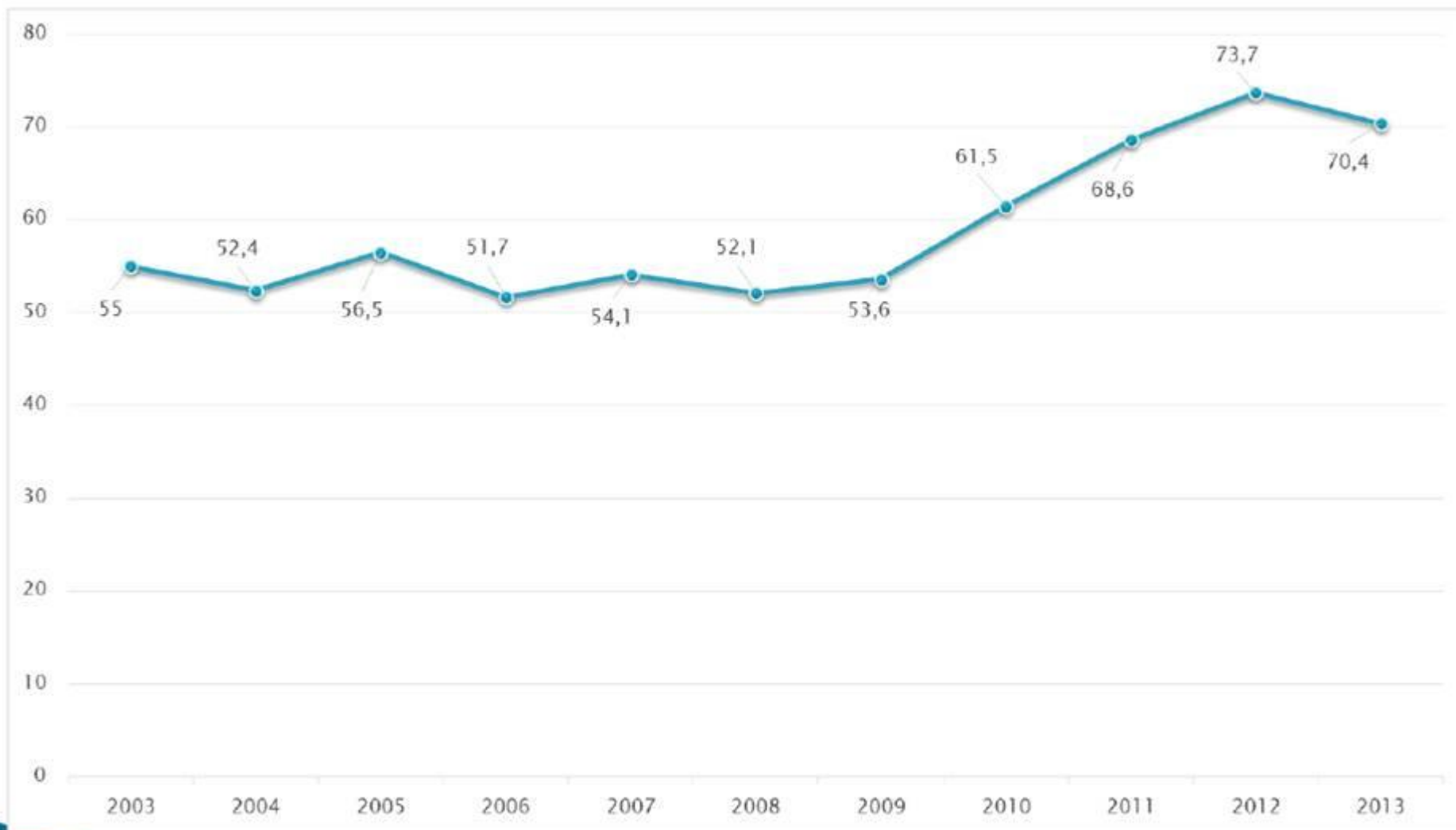
Προσωπικοί και πολιτιστικοί παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης

(% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2015)

	Γνώσεις και ικανότητες για επιχειρείν	Φόβος αποτυχίας
Σουηδία	36,70%	41,60%
Εσθονία	44,00%	47,10%
Φινλανδία	37,40%	40,20%
Ολλανδία	40,60%	38,20%
Ηνωμένο Βασίλειο	43,60%	37,20%
Βέλγιο	31,90%	50,20%
Ιρλανδία	45,00%	40,80%
Γερμανία	36,20%	46,80%
Πορτογαλία	48,90%	44,90%
Σλοβακία	52,40%	41,40%
Ισπανία	45,30%	43,10%
Ιταλία	30,50%	61,90%
Σλοβενία	48,60%	40,10%
Ελλάδα	46,80%	64,20%
Ελλάδα * (μόνο επιχειρηματίες)	82,20%	54,40%
Μέσος όρος χωρών χαμηλού κόστους	65,80%	33,10%
Μέσος όρος χωρών βελτίωσης αποτελεσματικότητας	53,00%	38,10%
Μέσος όρος χωρών καινοτομίας	41,90%	43,10%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Φόβος αποτυχίας ως αποτρεπτικός παράγοντας στην έναρξη επιχείρησης



—■— Φόβος αποτυχίας

—■— Διαχρονικός Μ.Ο.

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα

Χώρες	Διακοπή-Αναστολή Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (% πληθυσμού)
Χώρες Α	12,6
Χώρες Β	4,2
Βέλγιο	1,9
Καναδάς	4,4
Τσεχία	3,4
Φινλανδία	2
Γαλλία	1,9
Γερμανία	1,5
Ελλάδα	5
Ιρλανδία	2,5
Ισραήλ	4,8
Ιταλία	1,9
Ιαπωνία	1,5
Κορέα	2,5
Λουξεμβούργο	2,8
Ολλανδία	2,1
Νορβηγία	1,6
Πορτογαλία	2,8
Πουέρτο Ρίκο	1,8
Σιγκαπούρη	3,3
Σλοβενία	2,6
Ισπανία	1,9
Σουηδία	2,4
Ελβετία	2,3
Ταϊβάν	5
Τρινιτάτ & Τομπάκο	4,1
Ηνωμένο Βασίλειο	1,9
ΗΠΑ	3,8
Χώρες Γ	2,8
Μ.Ο. GEM	5,2

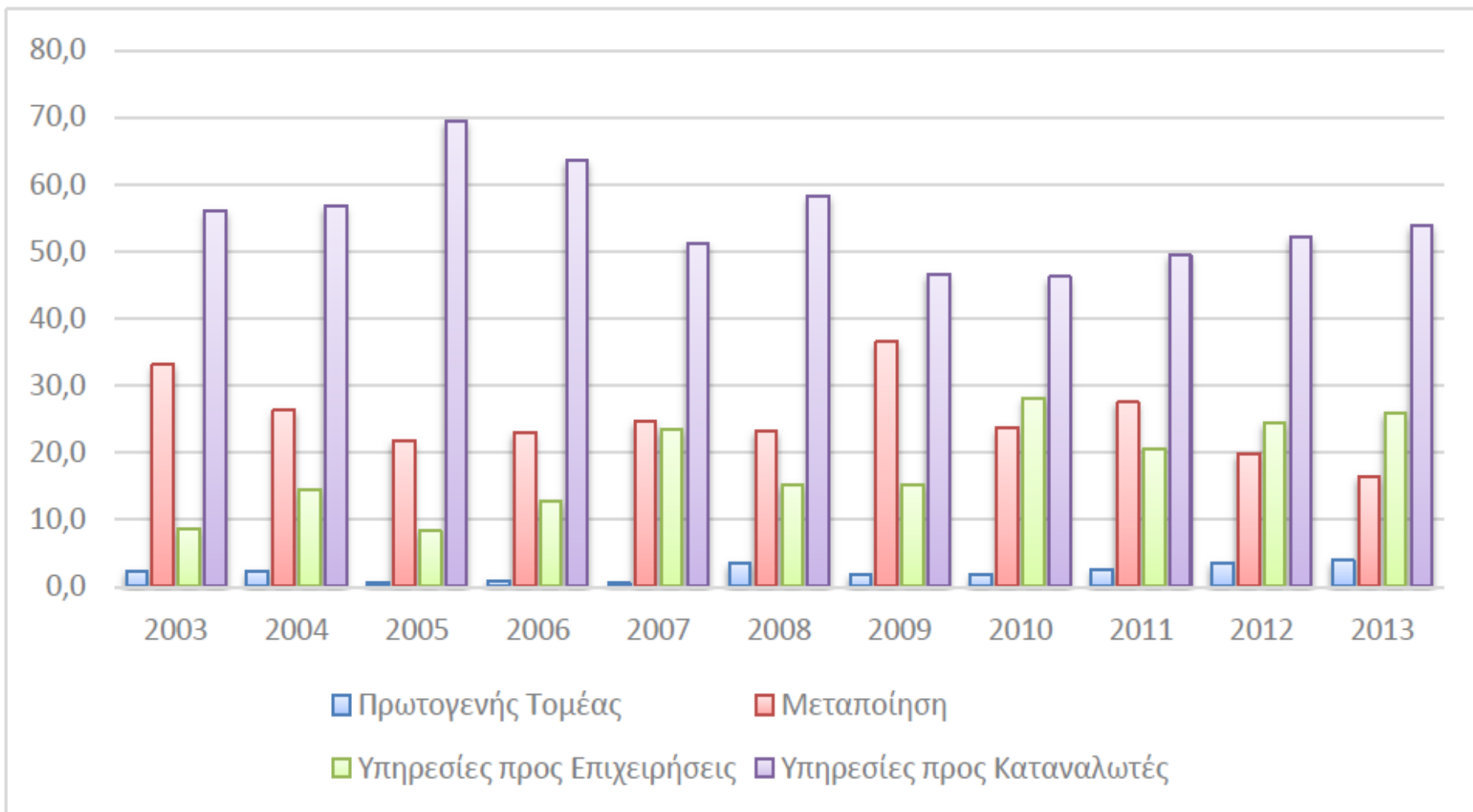
Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (2013)

Χώρες	Πρωτογενής Τομέας	Μεταποιητική δραστηριότητα	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές
Χώρες Α	8.0	17.1	6.1	68.8
Χώρες Β	8.0	27.0	12.6	52.4
ΗΠΑ	4.0	16.5	37.2	42.3
Ελλάδα	3.4	16.6	27.0	53.0
Ολλανδία	5.3	19.5	32.1	43.1
Βέλγιο	3.5	19.3	28.3	48.8
Γαλλία	7.0	17.7	30.1	45.2
Ισπανία	3.5	14.9	27.9	53.6
Ιταλία	12.8	30.1	24.6	32.5
Ελβετία	3.2	14.4	31.0	51.4
ΗΒ	0.3	18.5	35.8	45.3
Σουηδία	4.9	16.3	40.4	38.5
Νορβηγία	8.3	25.8	35.8	30.0
Γερμανία	0.1	15.9	30.1	54.0
Σιγκαπούρη	0.9	11.1	25.3	62.7
Ιαπωνία	1.2	16.5	23.5	58.8
Κορέα	2.3	31.3	19.5	47.0
Καναδάς	4.0	20.2	42.6	33.2
Πορτογαλία	10.0	17.5	28.0	44.4
Λουξεμβούργο	1.7	16.4	38.4	43.5
Ιρλανδία	2.4	22.1	20.5	55.0
Φινλανδία	10.5	24.0	26.1	39.4
Σλοβενία	3.4	29.7	36.9	30.0
Τσεχία	2.7	27.8	28.2	41.4
Πουέρτο Ρίκο	0.0	31.0	6.8	62.2
Τρινιντάτ και Τομπάγκο	7.2	39.5	3.0	50.3
Ταϊβάν	1.3	17.8	16.3	64.6
Ισραήλ	1.5	13.2	31.9	53.4
Χώρες Γ	4.0	20.9	28.0	47.1
Μ.Ο. GEM	6.5	22.9	17.1	53.5

Χώρες Α: Χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

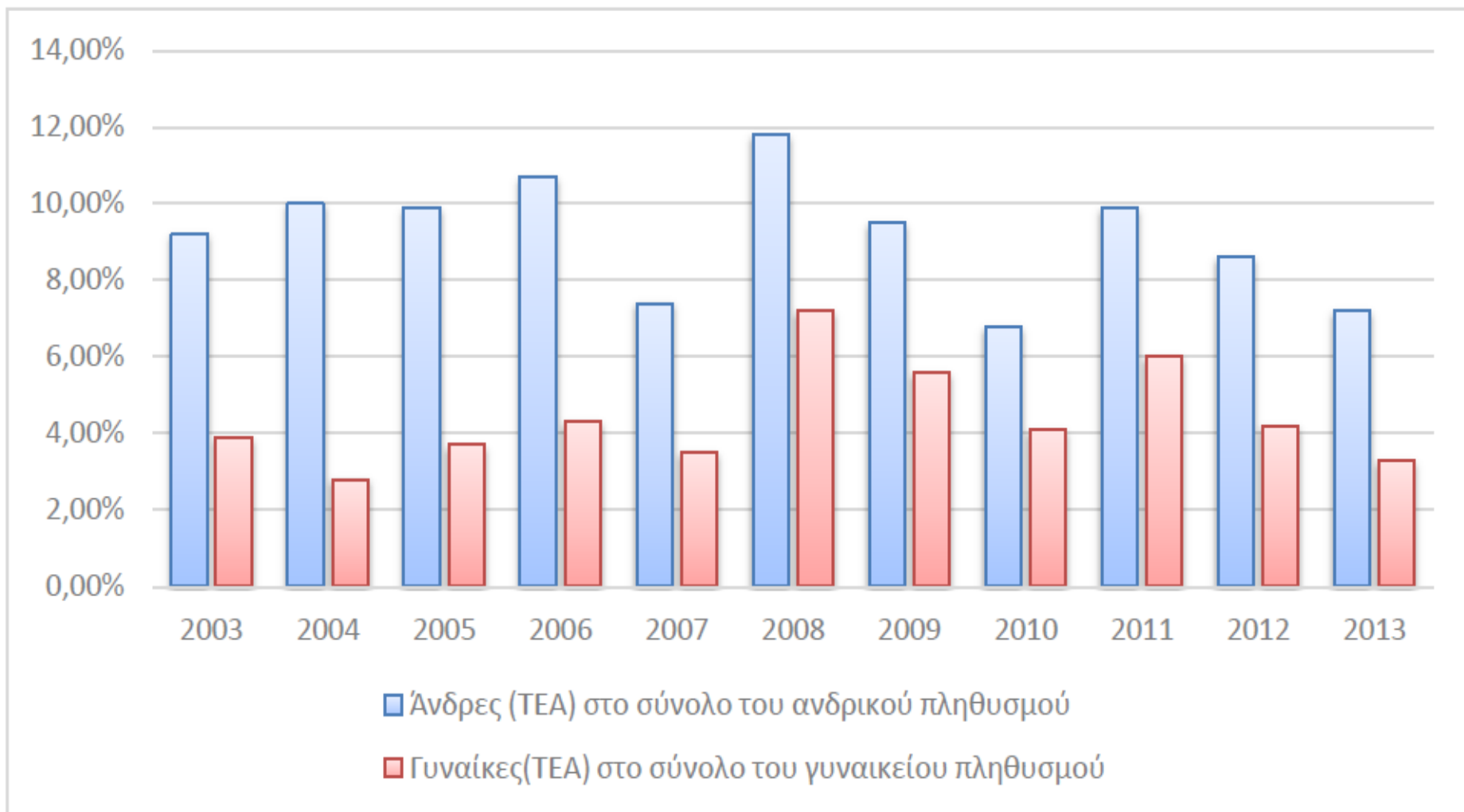
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



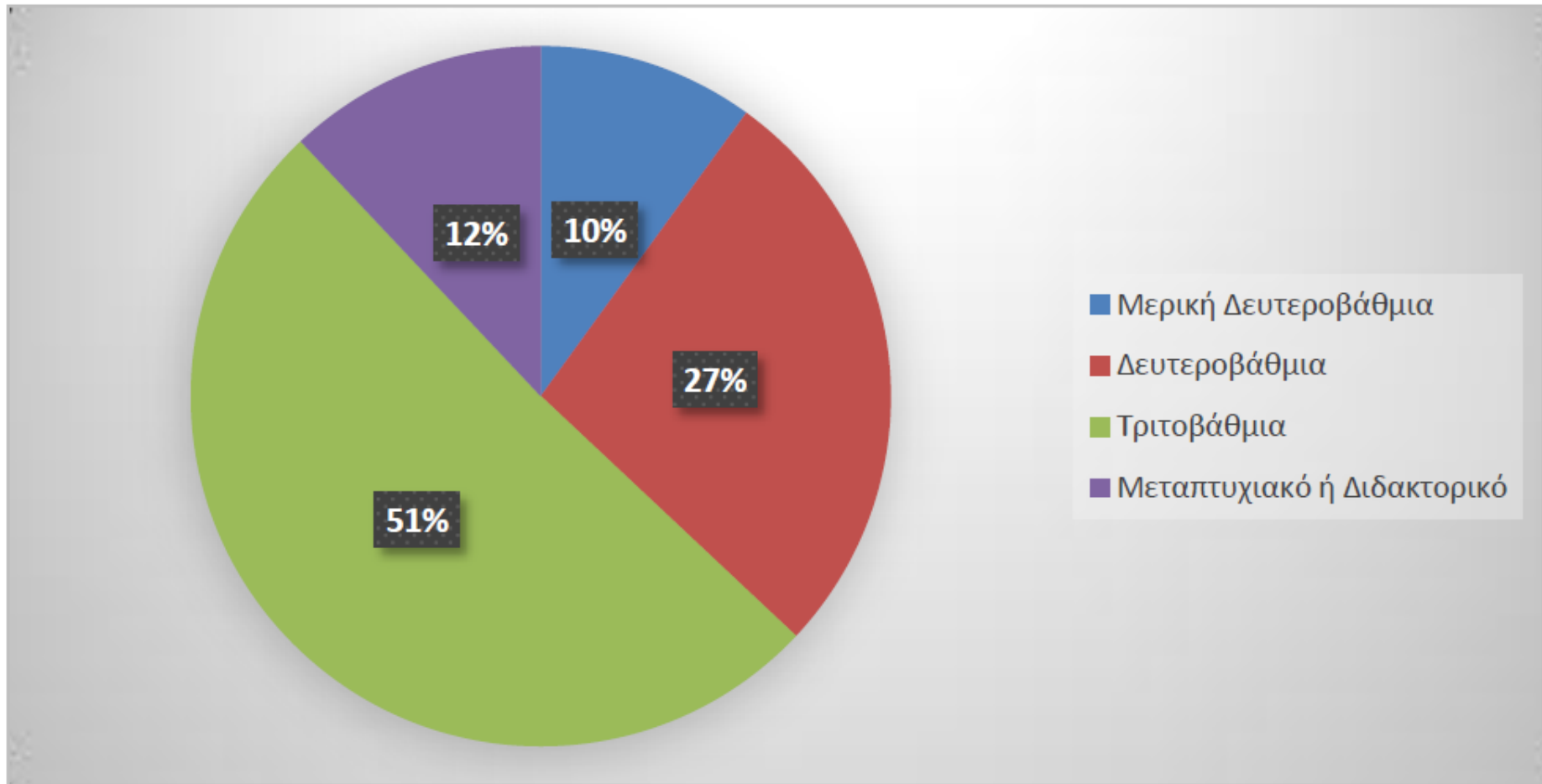
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό επίπεδο



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

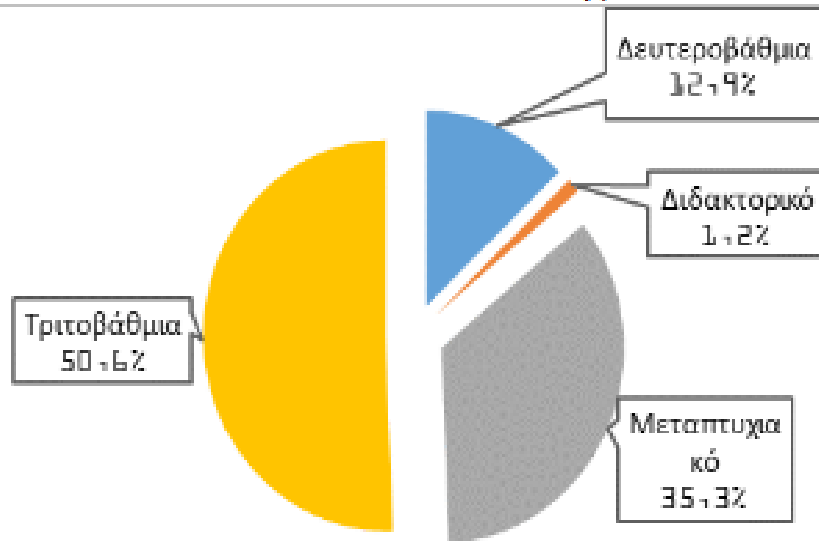
Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟ 2016

Θετικές επιδόσεις κατέγραψε και πάλι η γυναικεία επιχειρηματικότητα το 2016, γεγονός που πιστοποιείται από την σχετική μελέτη της ICAP Group, η οποία και συμπεριλαμβάνεται στην ετήσια έκδοση "*Leading Women in Business*".

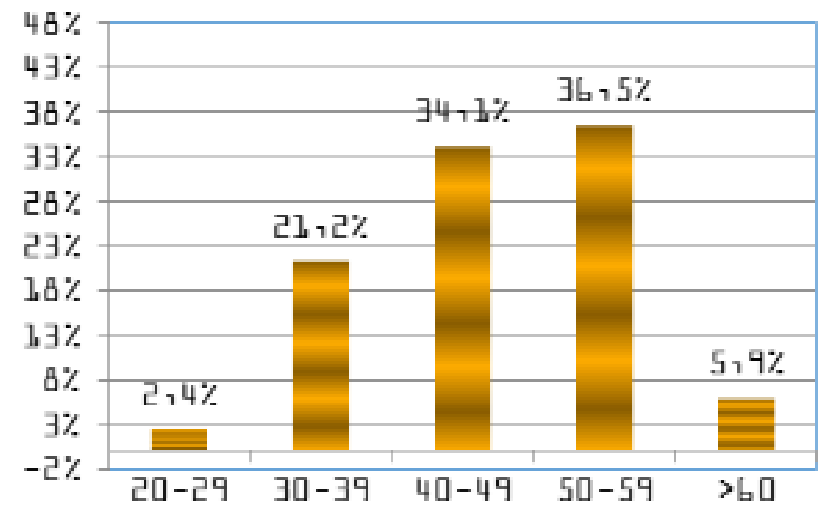
Σύμφωνα με την μελέτη «ενδυναμώνεται η τάση διείσδυσης των γυναικών στις ανώτερες βαθμίδες της ελληνικής επιχειρηματικής σκηνής, επιβεβαιώνοντας τη σταδιακά αυξανόμενη αποδοχή των γυναικών στις διοικήσεις των επιχειρήσεων». Έτσι, σήμερα 3.757 εταιρείες έχουν στο τιμόνι τους γυναίκες (ποσοστό 22,4% επί συνόλου 16.773 εταιρειών που δημοσίευσαν ισολογισμό), μερίδιο αυξημένο σε σχέση με πέρσι (21,1% του συνόλου).

Βασικό χαρακτηριστικό της γυναικείας παρουσίας στο τιμόνι των επιχειρήσεων είναι ότι, αυτή εντοπίζεται κυρίως σε εταιρείες μικρότερου μεγέθους. Έτσι, συναντάμε Γυναίκες στην κορυφή στο 25% του συνόλου των πολύ μικρών εταιρειών (με κύκλο εργασιών <2 εκατ.), ενώ στις μεγάλες εταιρείες (>50 εκατ.), το ποσοστό των γυναικών που διοικούν περιορίζεται σε 11%.

Επίπεδο Εκπαίδευσης

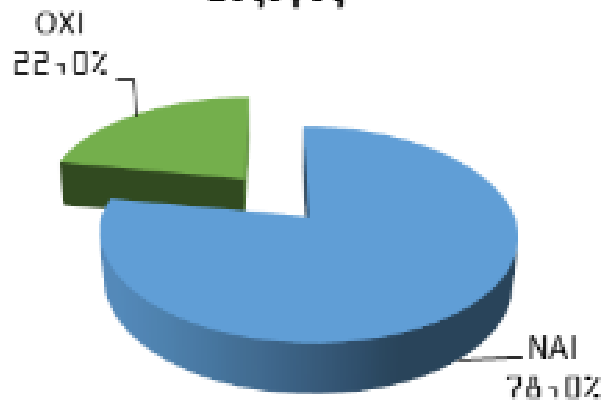


Ηλικία

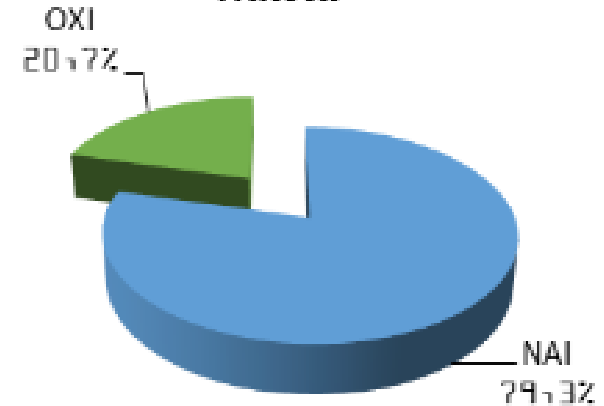


Οικογενειακή Κατάσταση

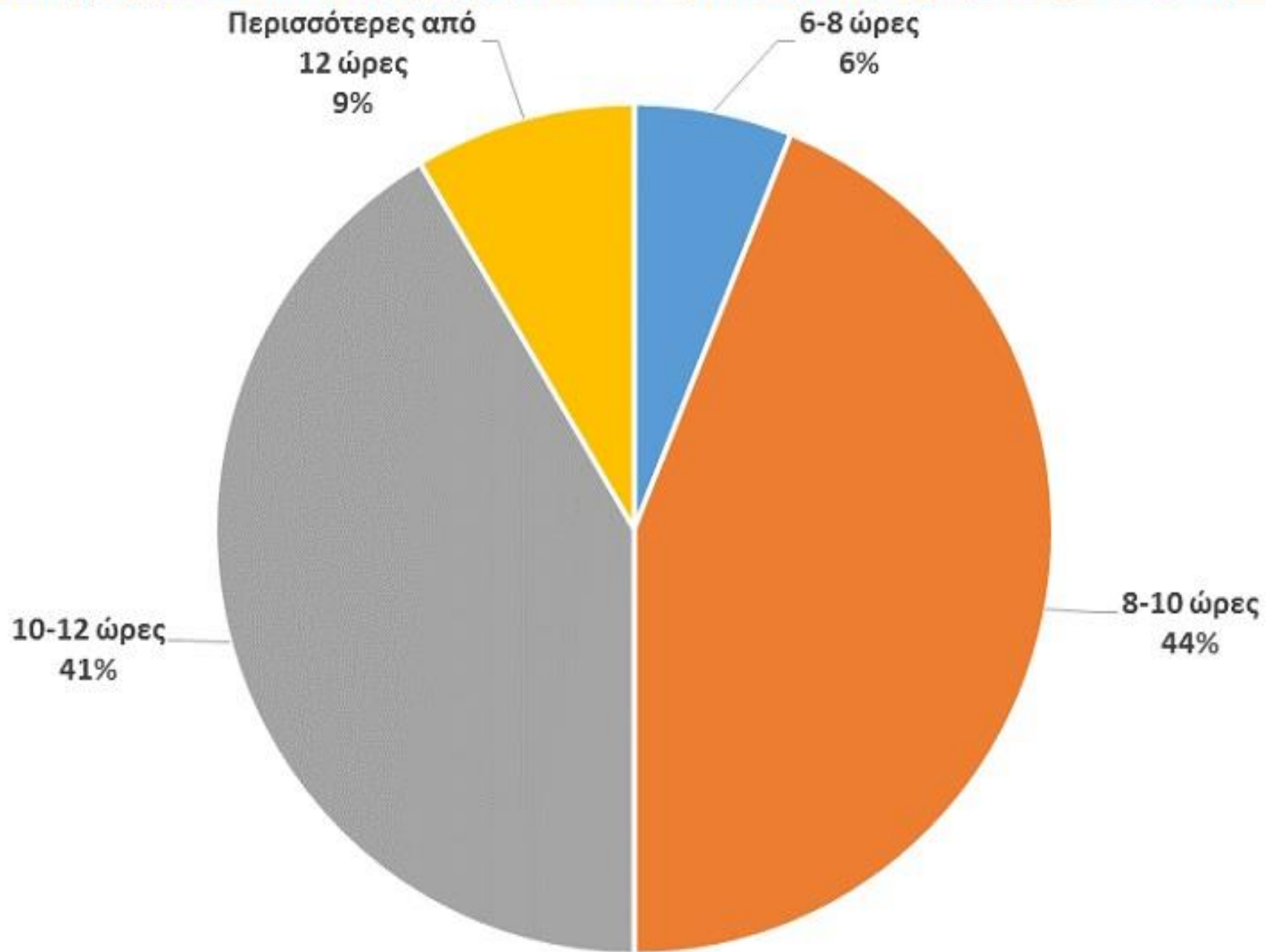
Σύζυγος



Παιδιά



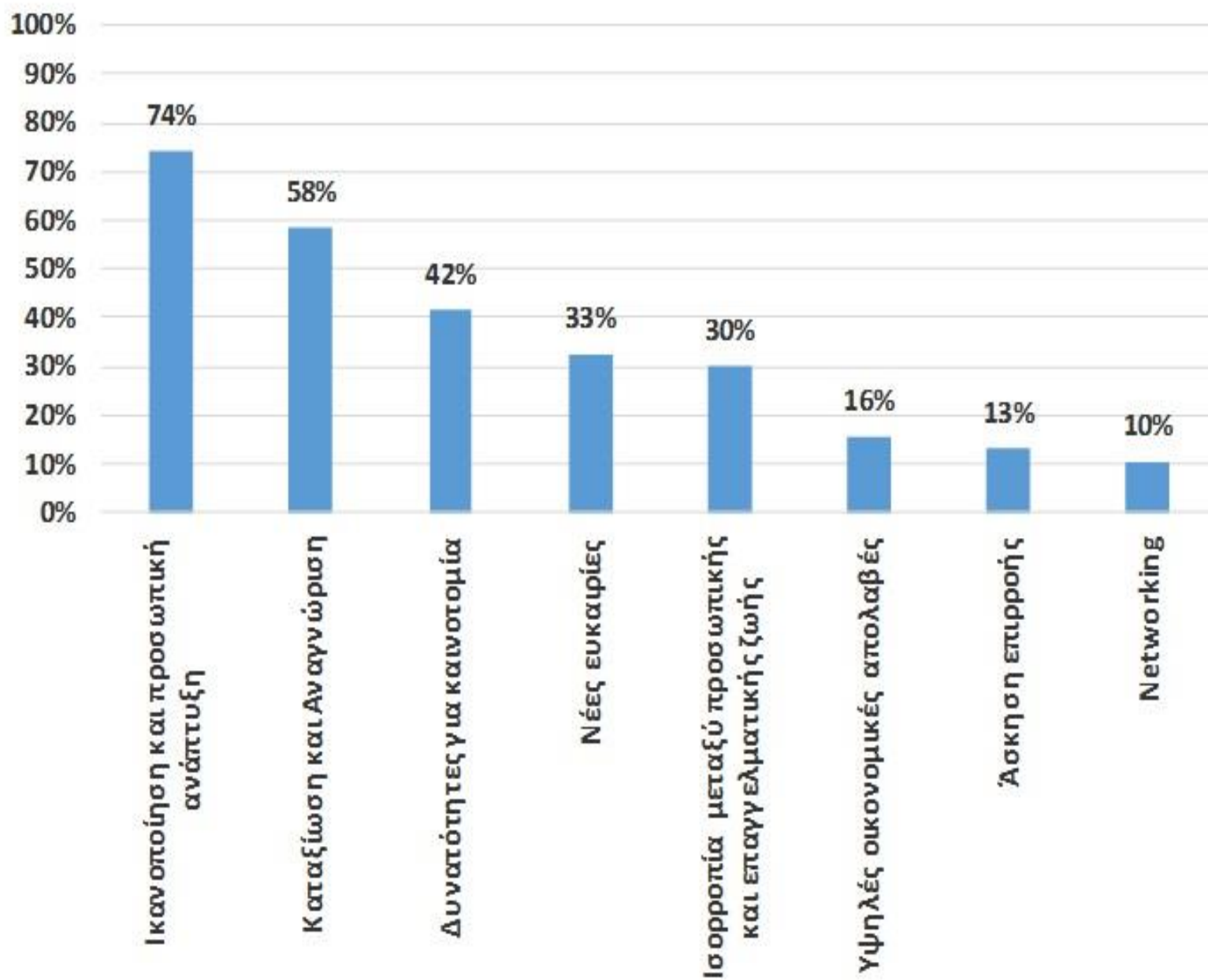
Διάγραμμα 1. Πόσες ώρες εργάζεστε κατά μέσο όρο την ημέρα στην εταιρεία;



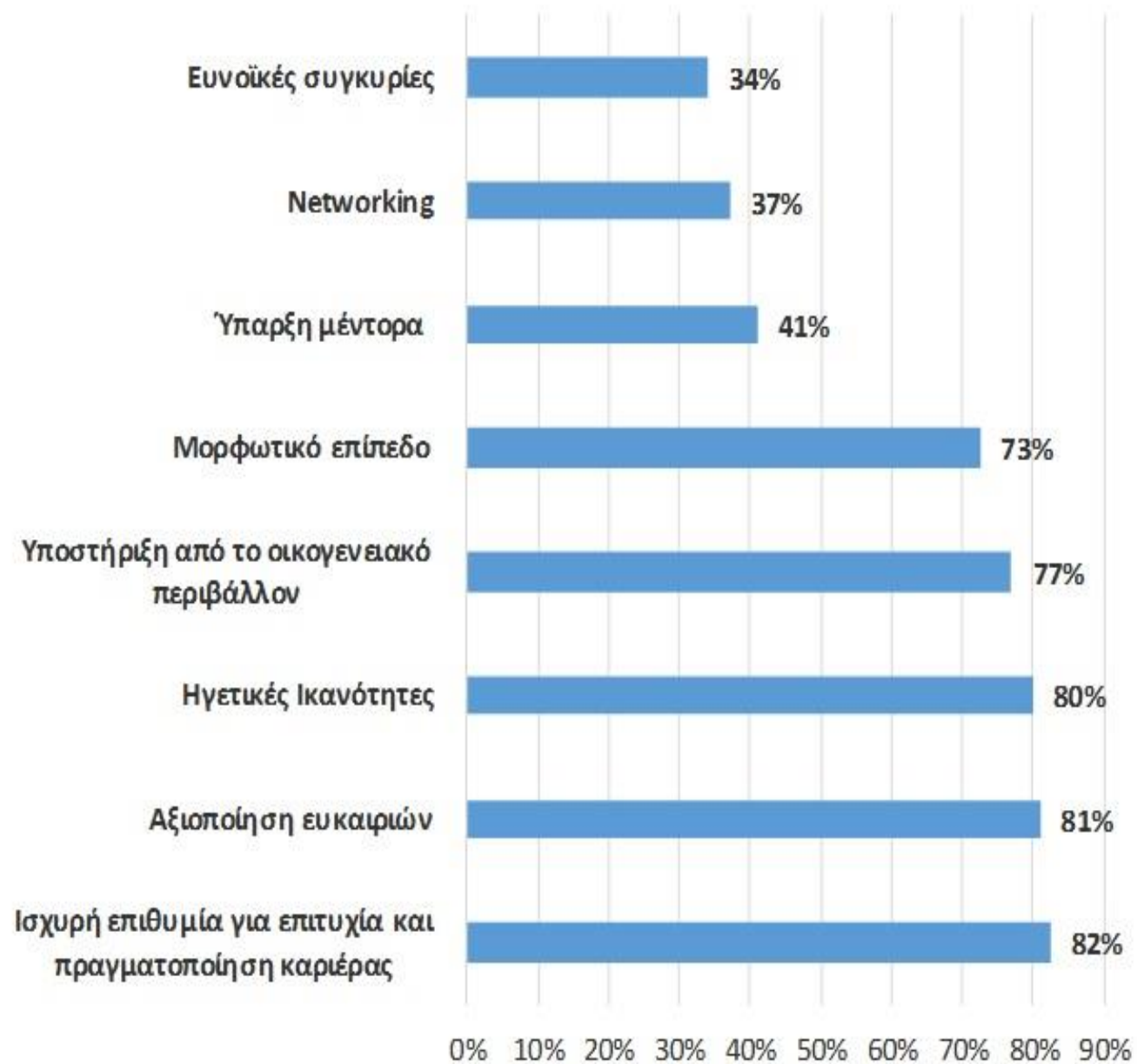
Διάγραμμα 2. Ποια από τα παρακάτω χαρακτηριστικά σας διακρίνουν; (Επιλέξτε έως 5 από τα παρακάτω)



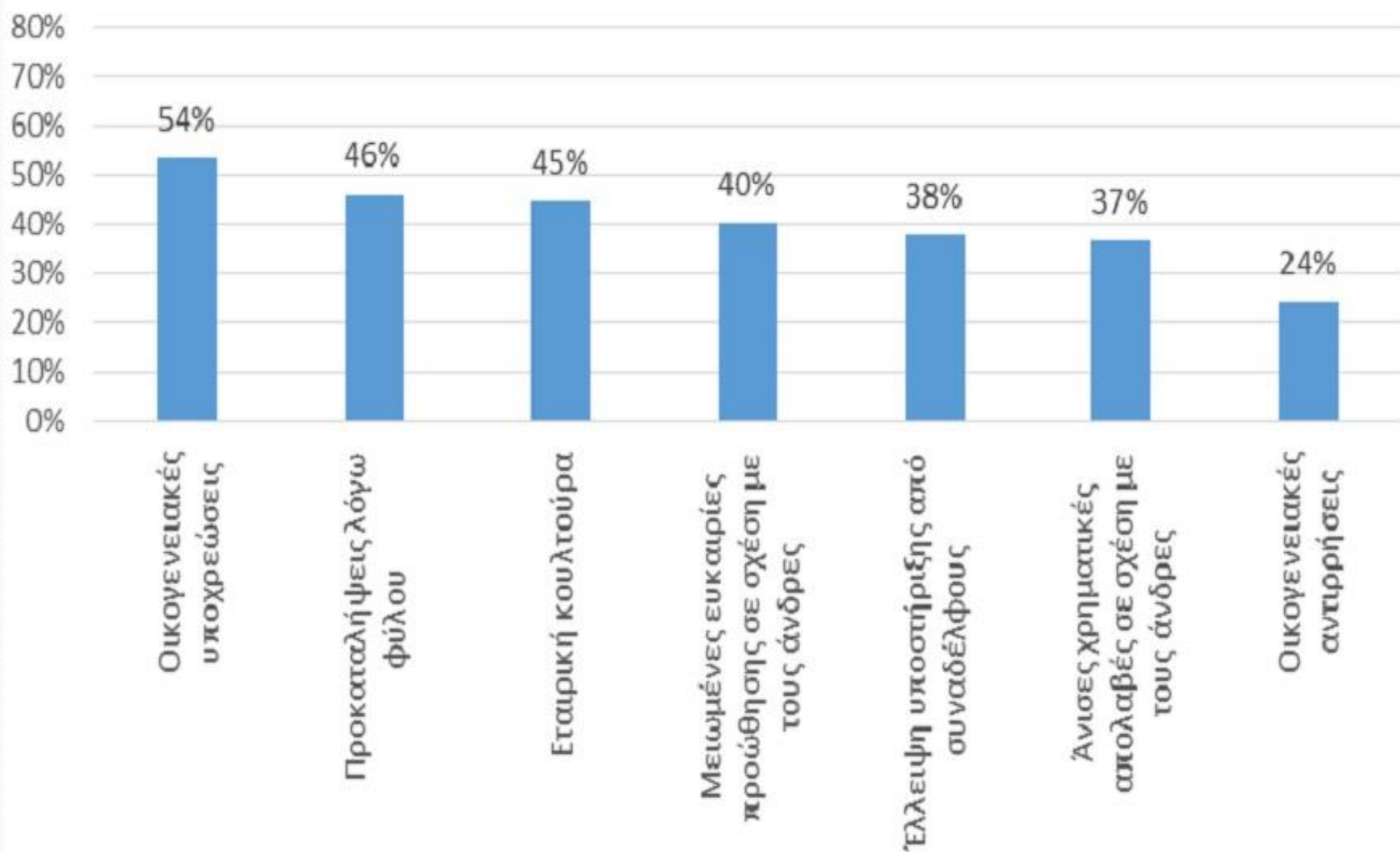
Διάγραμμα 3. Ποια από τα παρακάτω σας προσφέρει η επαγγελματική σας θέση; (Επιλέξτε έως 3 από τα παρακάτω)



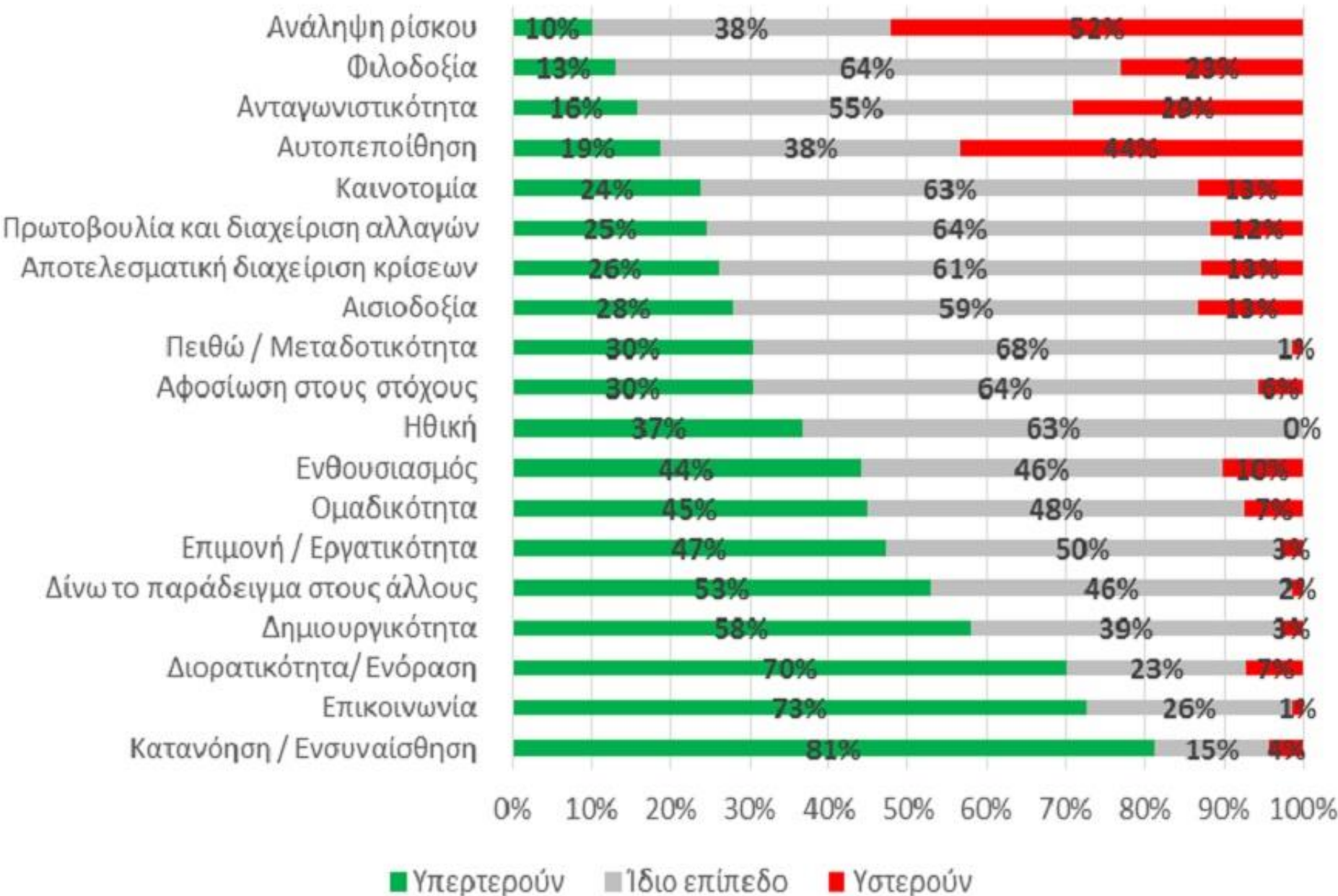
Διάγραμμα 4. Σε τι βαθμό οι παρακάτω παράγοντες έχουν συμβάλει στην επαγγελματική σας καταξίωση;



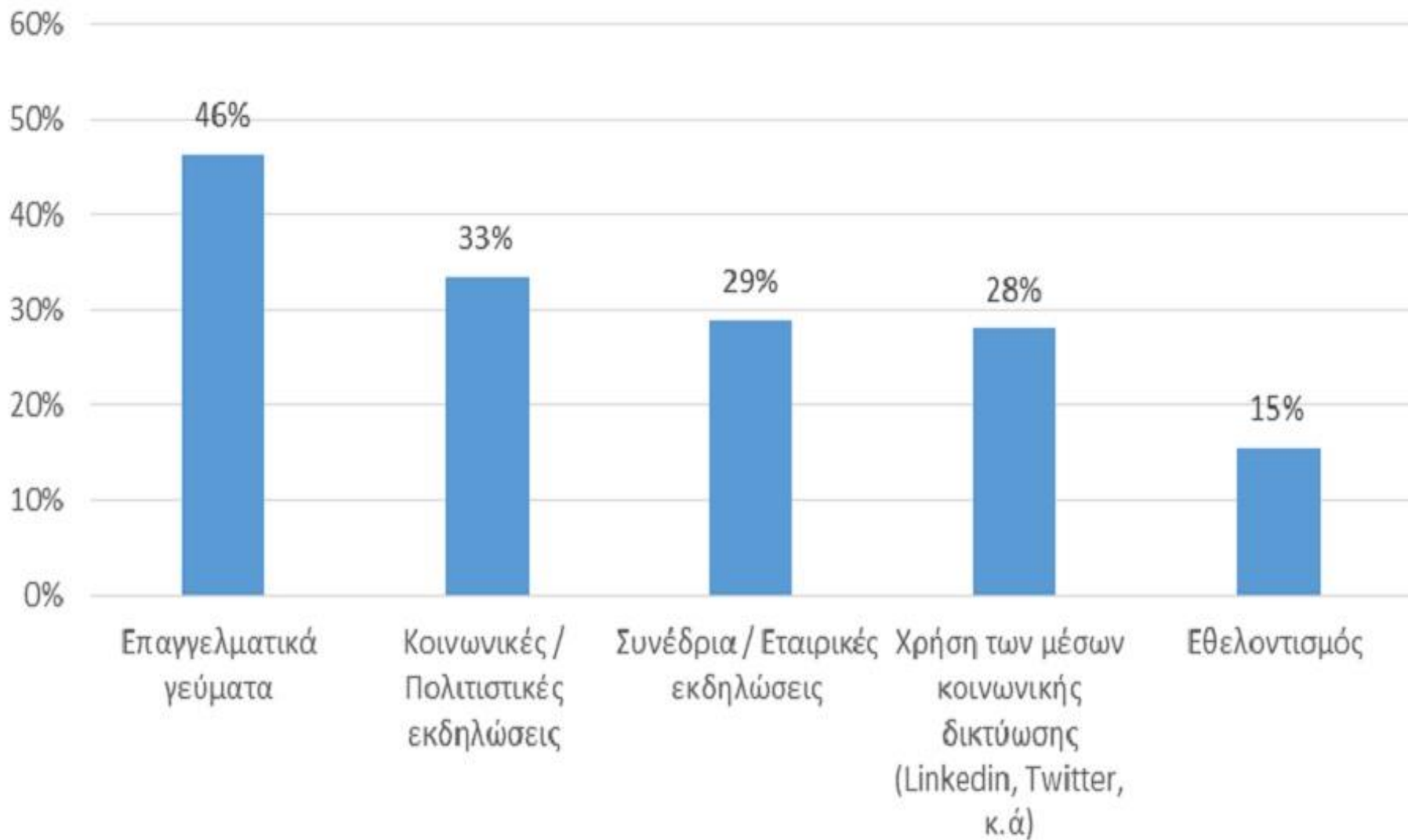
Διάγραμμα 5. Ποια είναι τα εμπόδια που αντιμετωπίσατε κατά τη διάρκεια της επαγγελματικής σας ανέλιξης;



Διάγραμμα 6. Σε ποιους τομείς θεωρείτε ότι υπερτερούν ή υστερούν οι γυναίκες ανώτατα στελέχη έναντι των ανδρών;



Διάγραμμα 7. Ποια μέσα χρησιμοποιείτε για την επαγγελματική σας δικτύωση;



ΑΤΥΠΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ

Ένα άτομο υποστηρίζει μέσω χρηματοδότησης κάποιον άλλο προκειμένου να ξεκινήσει μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, στο οποίο ο χρηματοδότης δεν εμπλέκεται και δεν δραστηριοποιείται άμεσα, δηλαδή δεν είναι ούτε ιδιοκτήτης αλλά ούτε ασκεί καθήκοντα διοίκησης στη νέα επιχείρηση.

Ποσοστό άτυπων επενδυτών στο σύνολο του πληθυσμού απόμων 18-64 ετών ανά χώρα (2013)

Χώρες	Άτυποι επενδυτές ως % του πληθυσμού
Χώρες Α	11,49
Χώρες Β	5,70
ΗΠΑ	4,63
Ελλάδα	2,47
Ολλανδία	3,53
Βέλγιο	2,83
Γαλλία	3,29
Ισπανία	3,3
Ιταλία	1,69
Ελβετία	6,37
Ηνωμένο Βασίλειο	2,09
Σουηδία	5,94
Νορβηγία	3,25
Γερμανία	3,43
Σιγκαπούρη	3,87
Ιαπωνία	1,3
Κορέα	3,19
Καναδάς	5,66
Πορτογαλία	2,43
Λουξεμβούργο	5,62
Ιρλανδία	3,42
Φινλανδία	2,95
Σλοβενία	3,72
Τσεχία	7,66
Πουέρτο Ρίκο	1,22
Τρινιντάτ και Τομπάκο	6,81
Ταϊβάν	6,11
Ισραήλ	4,97
Χώρες Γ	3.91
Μ.Ο. GEM	6,11

Χώρες Α: Χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σχέση επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και άτυπων επενδυτών

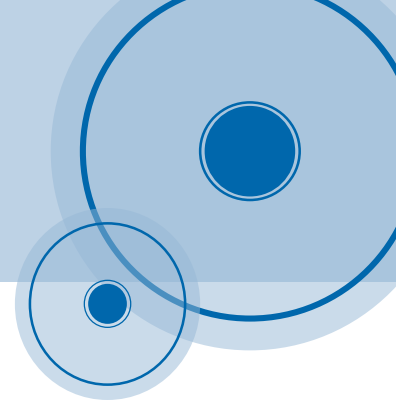
Έτος	Ποια ήταν η σχέση με το άτομο που έλαβε την πιο πρόσφατη προσωπική σας επένδυση;				
	Κοντινό μέλος της οικογένειας (σύζυγος, αδελφός, παιδί, γονέας ή εγγόνι)	Άλλος συγγενής (εξ αίματος ή εξ αγχιστείας)	Συνάδελφος	Φίλος ή γείτονας	Άγνωστος που είχε μια καλή επιχειρηματική ιδέα
2007	32,8%	10,3%	27,6%	25,9%	-
2008	32,4%	10,8%	-	32,4%	5,4%
2009	65,9%	14,6%	-	19,5%	0,0%
2010	53,1%	19,4%	5,1%	21,4%	1,0%
2011	58,6%	11,4%	8,6%	18,6%	2,9%
2012	61,7%	10,0%	1,7%	23,3%	3,3%
2013	62,7%	23,5%	-	9,8%	3,9%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

4. Επιχειρηματική Ευκαιρία



Επιχειρηματική ευκαιρία

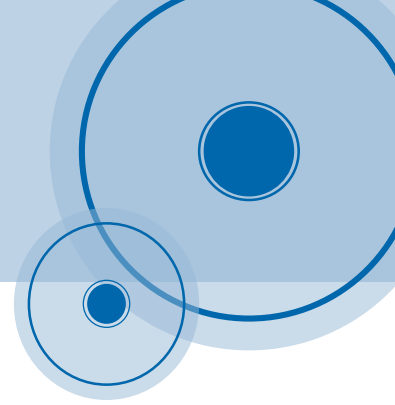


Οι Christensen, Madsen και Peterson έχουν ορίσει τον εντοπισμό της ευκαιρίας ως:

- Αντίληψη της πιθανότητας για δημιουργία μίας νέας επιχείρησης, ή
- Δυνατότητα βελτίωσης της θέσης μίας υπάρχουσας επιχείρησης

Με την προϋπόθεση και οι δύο παραπάνω περιπτώσεις να οδηγούν στην επίτευξη κέρδους.

Επιχειρηματική Ευκαιρία II



Καθώς η ιδέα αυτή αναπτύσσεται, γίνεται πιο πολύπλοκη και περιλαμβάνει:

- Το προϊόν/ υπηρεσία που θα παραχθεί
- Τους πελάτες στους οποίους θα απευθύνεται
- Πώς το προϊόν/ υπηρεσία θα φτάσει στους πελάτες (σχεδιασμός εφοδιαστικής αλυσίδας και μάρκετινγκ)

Επιχειρηματική Ευκαιρία III

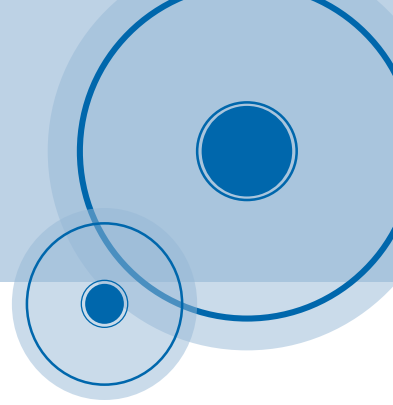
Πηγές Επιχειρηματικής Ευκαιρίας

- Παγκόσμιες Πηγές
- Μακροοικονομικό Περιβάλλον
- Βιομηχανικό και Εταιρικό Περιβάλλον

Αξιολόγηση

- ❖ Η αξιολόγηση είναι το στάδιο όπου εξετάζεται η εφικτότητα της επιχειρηματικής ευκαιρίας
- ❖ Η βασική ερώτηση είναι: «Είναι η επιχειρηματική ιδέα αξιόλογη;»
- ❖ Στο στάδιο όμως της αξιολόγησης, η διαδικασία συνήθως παύει να είναι ατομική και προσωπική και η ευκαιρία γίνεται αντικείμενο αξιολόγησης και από άλλους.

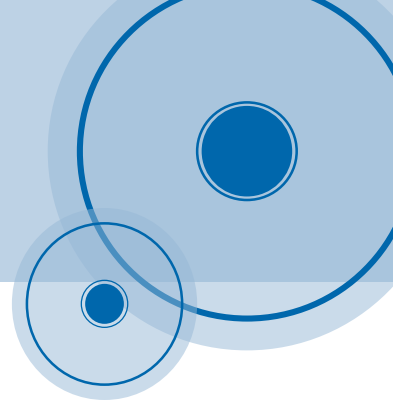
Επιχειρηματική Ευκαιρία IV



Έρευνες Αγοράς

το κλειδί για την επιτυχία της επιχείρησης βρίσκεται στην κατανόηση και στην παροχή αυτών που οι καταναλωτές έχουν ανάγκη ή επιθυμούν.

Επιχειρηματική Ευκαιρία V



Ο Διεθνής Ορίζοντας της Επιχειρηματικότητας

Το νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον που διαμορφώνεται από τις τεχνολογικές εξελίξεις και την αυξανόμενη διεθνοποίηση των αγορών παρουσιάζει πολλές προκλήσεις, αλλά και σημαντικές ευκαιρίες για τους επιχειρηματίες.

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΚΗΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (2003-2013)

Στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM και στο πλαίσιο ανάλυσης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων γίνεται προσπάθεια να εντοπιστούν και να ποσοτικοποιηθούν τα βασικά κίνητρα που κινητοποιούν την απόφαση ενός ατόμου να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό εγχείρημα. Στο πλαίσιο αυτό οι δύο βασικοί τύποι κινήτρων επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αφορούν:

α) την *επιχειρηματικότητα ευκαιρίας*, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο και αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντός του και η οποία προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία και

β) την *επιχειρηματικότητα ανάγκης*, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο «απειλείται» με συρρίκνωση.²

Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας



- Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας
- - - Διαχρονικός Μ.Ο.

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΚΗΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (2003-2013)

- Οι δείκτες επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας το 2013 στην Ελλάδα διαμορφώθηκαν περίπου στο 23% και στο 35% αντίστοιχα.
- Δηλαδή η ελληνική επιχειρηματικότητα που κινητοποιείται από τον εντοπισμό ευκαιριών κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (53%), ενώ το ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα λόγω ανάγκης είναι εμφανώς υψηλότερο (7 περίπου ποσοστιαίες μονάδες) συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας.
- Με άλλα λόγια, η συνεχιζόμενη ύφεση οδηγεί, συγκριτικά με άλλες χώρες, περισσότερους Έλληνες στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη, παρά για λόγους εκμετάλλευσης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών.

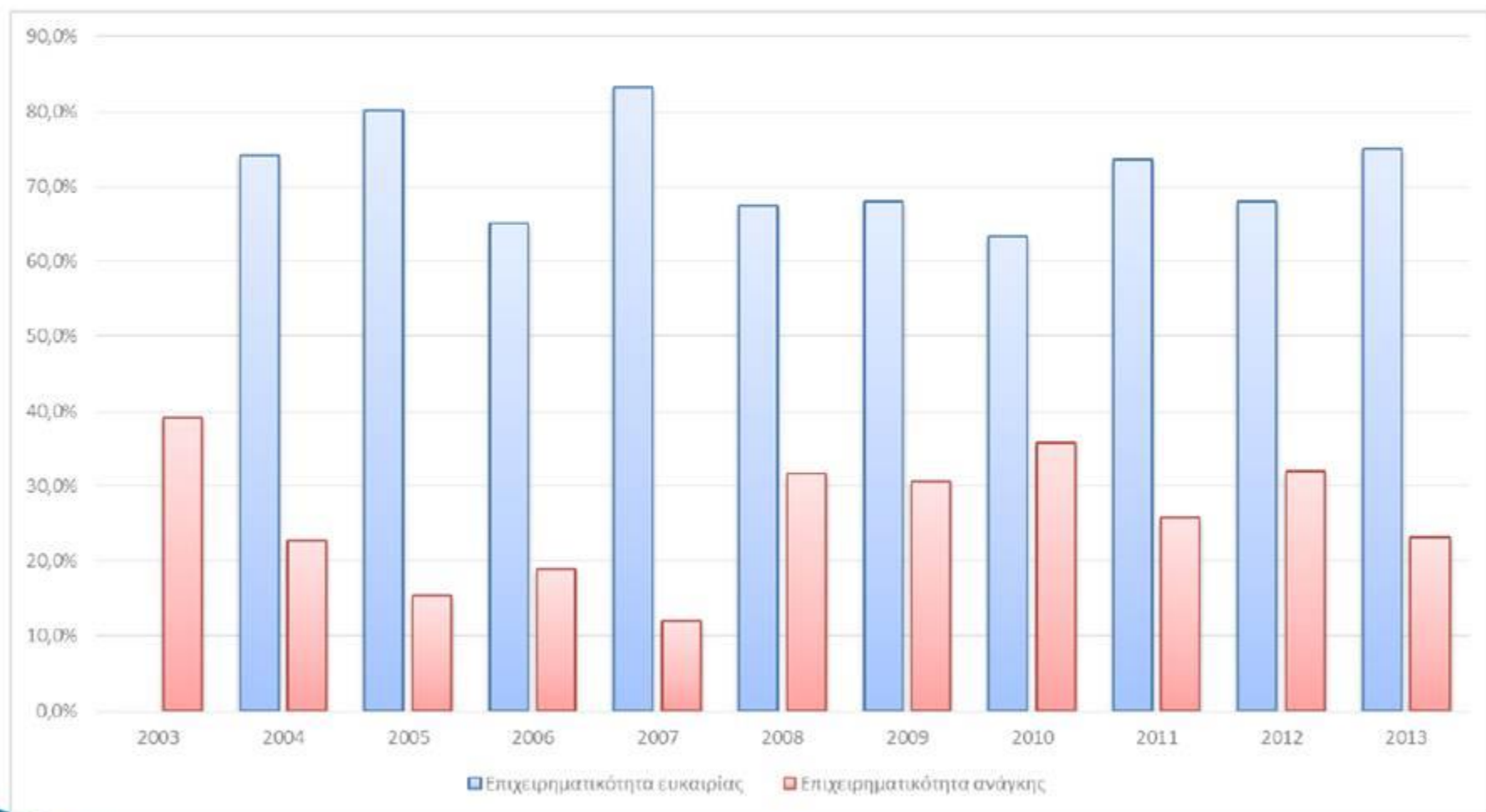
Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα (2013)

Χώρες	Επιχειρηματικότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για τη βελτίωση του εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)
Χώρες Α	30,3	46
Χώρες Β	28,8	42
Βέλγιο	29	43,9
Καναδάς	15,1	66,9
Τσεχία	22,7	60,3
Φινλανδία	17,9	66
Γαλλία	15,7	60,9
Γερμανία	18,7	55,7
Ελλάδα	23,5	35,8
Ιρλανδία	18	43,8
Ισραήλ	17,4	49,2
Ιταλία	18,7	18,4
Ιαπωνία	25	59,6
Κορέα	36,5	51,1
Λουξεμβούργο	5,6	56,6
Ολλανδία	8	67,1
Νορβηγία	4	60,8
Πορτογαλία	21,4	50,7
Πουέρτο Ρίκο	21,5	42,9
Σιγκαπούρη	8,4	68,8
Σλοβενία	24,1	53,4
Ισπανία	29,2	33,2
Σουηδία	9,7	58,4
Ελβετία	7,5	67,2
Ταϊβάν	28,7	45,8
Τρινιντάτ & Τομπάκο	11,2	76
Ηνωμένο Βασίλειο	16,1	45,2
ΗΠΑ	21,2	57,4
Χώρες Γ	18,3	53,7
Μ.Ο. GEM	24,9	47,2

Χώρες Α: Χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

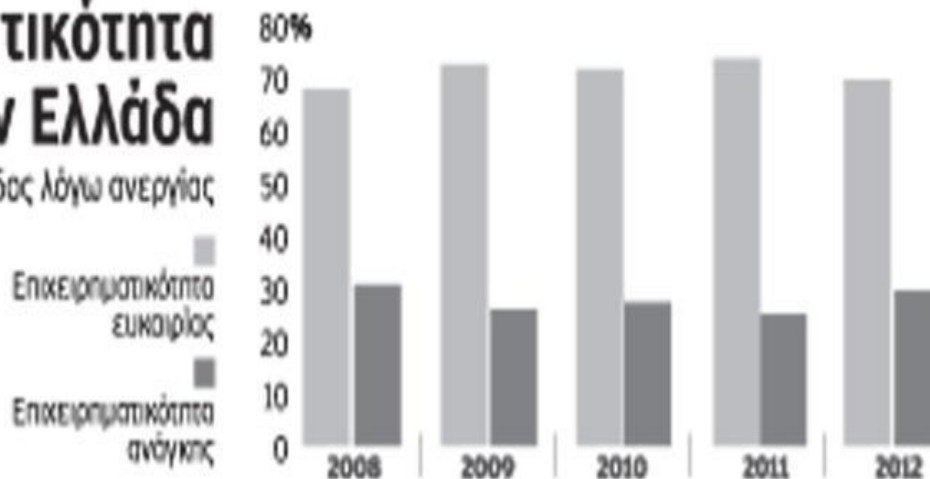
Εξέλιξη κατανομής σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας (2003-2013)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Ευκαιρία ή διέξοδος λόγω ανεργίας



Το προφίλ του ελληνικού επιχειρείν

Εξαγωγικός προσανατολισμός

Πελάτες από Ελλάδα

51,3%

εξωτερικά
48,7%

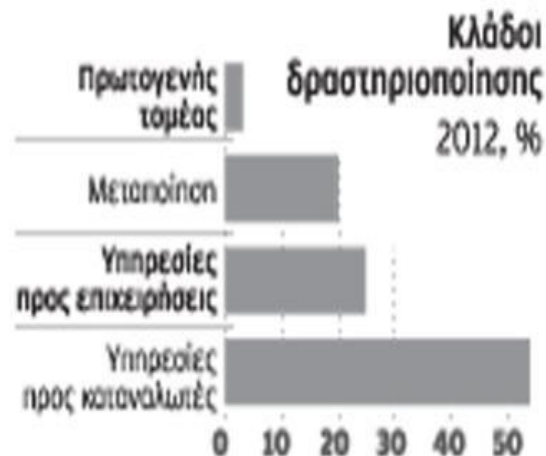


Χρήση τεχνολογιών

10% ▶ Εντελώς νέες

35,3% ▶ Νέες

54,7% ▶ Παλαιότερες



5. Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας

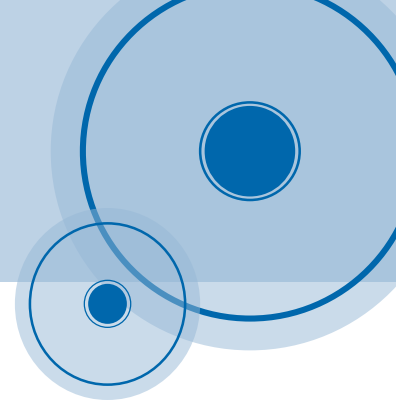


Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας

Ο καταναλωτής είναι αυτός ο οποίος θα κρίνει την προσφορά με βάση τρία στοιχεία:

- Τα χαρακτηριστικά και την ποιότητα του προϊόντος
- Το μίγμα και την ποιότητα των υπηρεσιών
- Την προσιτότητα της τιμής του προϊόντος

Ο συνδυασμός των τριών αυτών στοιχείων έχει σαν στόχο την προσφορά ενός ανταγωνιστικά ελκυστικού προϊόντος/ υπηρεσίας.



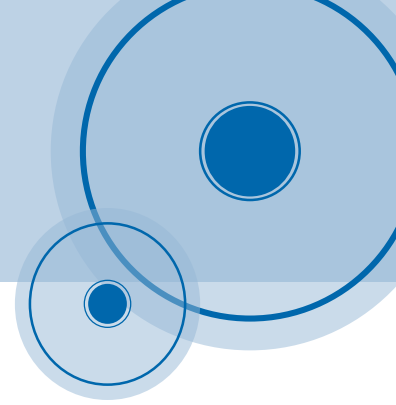
Ένα προϊόν ή υπηρεσία περιλαμβάνει:

- A) Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα
- B) Τα πλεονεκτήματα
- Γ) Τα οφέλη

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας II

- 1. Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα:** Δηλαδή, κάθε φυσικό χαρακτηριστικό του προϊόντος ή της υπηρεσίας, που απαντά στην ερώτηση «Τι είναι;». Τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα ενός κλιματιστικού είναι π.χ. ότι έχει κατασκευαστεί από ανοξείδωτο χάλυβα ότι έχει πλαστικό περίβλημα και ότι περιλαμβάνει αντλία, σωλήνα, πτερύγια κ.α.
- 2. Τα πλεονεκτήματα:** Δηλαδή ποιες είναι οι δυνατότητες του προϊόντος και πώς μπορεί να εξυπηρετήσει τον καταναλωτή, στη σκέψη του οποίου κυριαρχεί η ιδέα «απόδειξέ μου το». Στην περίπτωση του κλιματιστικού μηχανήματος της X' μάρκας, το πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστικών μαρκών μπορεί να είναι ότι έχει μικρότερη κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος.
- 3. Τα οφέλη:** Όφελος είναι το ευνοϊκό αποτέλεσμα που δέχεται ο καταναλωτής από ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, επειδή το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία έχει την ικανότητα να ικανοποιεί μια συγκεκριμένη ανάγκη του. Συνεπώς, το όφελος που δέχεται ο καταναλωτής από το κλιματιστικό μηχάνημα είναι η ψύξη/θέρμανση και η εξοικονόμηση ηλεκτρικής ενέργειας κατά 20%.

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας III



Επίπεδα Προϊόντος

- Κεντρικό Προϊόν
- Πραγματικό Προϊόν
- Επαυξημένο Προϊόν

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας

III

A. Το κεντρικό προϊόν απαντά στο ερώτημα τι είναι αυτό που πραγματικά αγοράζει ο αγοραστής και εμπεριέχει το πλεονέκτημα που αποκομίζει ο πελάτης από την αγορά του αγαθού.

- **Για παράδειγμα**, η αγορά ενός κραγιόν από μια γυναίκα δεν σημαίνει ότι πραγματοποιείται απλά και μόνο για το χρώμα του αλλά και για την ελπίδα της όμορφης εξωτερικής εμφάνισης.

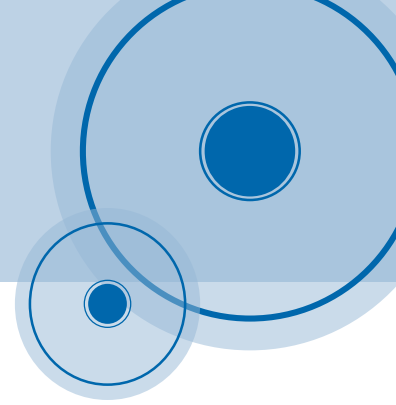
B. Γύρω από το κεντρικό προϊόν βρίσκεται **το πραγματικό προϊόν** που αποτελείται από στοιχεία ποιότητας, ιδιαίτερων ιδιοτήτων, σχεδίου, εμπορικής επωνυμίας και συσκευασίας.

- **Για παράδειγμα**, η βιντεοκάμερα της Sony συνιστά ένα πραγματικό προϊόν. Το όνομα, τα εξαρτήματα, το στυλ, τα ιδιαίτερα τεχνικά χαρακτηριστικά, η συσκευασία κλπ. έχουν συνδυαστεί για να προσφέρουν το κεντρικό πλεονέκτημα, δηλαδή έναν άνετο και υψηλής ποιότητας τρόπο καταγραφής σημαντικών στιγμών.

Γ. Τέλος γύρω από το πραγματικό προϊόν βρίσκεται **το επαυξημένο προϊόν** που εμπλουτίζει το πραγματικό προϊόν με πρόσθετες υπηρεσίες και ωφέλειες.

- **Για παράδειγμα**, η Sony προσφέρει στους πελάτες της εγγύηση αντικατάστασης της κάμερας σε περίπτωση σοβαρής βλάβης, καθώς και γρήγορη εξυπηρέτηση.

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας IV



Ταξινόμηση Προϊόντων

Με βάση τα αγοραστικά πρότυπα των καταναλωτών,
τα προϊόντα και οι υπηρεσίες έχουν ταξινομηθεί:

- Προϊόντα και υπηρεσίες ευρείας κατανάλωσης
- Επιλεγόμενα προϊόντα και υπηρεσίες
- Ειδικά προϊόντα και υπηρεσίες

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας IV

Προϊόντα και υπηρεσίες ευρείας κατανάλωσης

Προϊόντα και υπηρεσίες ευρείας κατανάλωσης είναι αυτά τα οποία αγοράζει ο καταναλωτής με την ελάχιστη δυνατή ζήτηση.

-Τα προϊόντα της κατηγορίας αυτής έχουν ελάχιστη ζήτηση, αγοράζονται συχνά και συνήθως έχουν χαμηλή τιμή.

-Αφού οι αγοραστές περιμένουν να αγοράσουν τα προϊόντα αυτά με την ελάχιστη προσπάθεια, πρέπει να διατίθενται από όσο το δυνατόν περισσότερα καταστήματα λιανικής πώλησης.

-Πολλοί καταναλωτές κατατάσσουν το γάλα, το ψωμί, τα τσιγάρα, τα ψιλικά, τα περιοδικά στα είδη ευρείας κατανάλωσης.

-Οι παραγωγοί των προϊόντων της κατηγορίας αυτής προτιμούν, λόγω της οργάνωσης και των μεγάλων κεφαλαίων που απαιτούνται, να αναθέτουν σε ειδικευμένους χονδρέμπορους τη διανομή των προϊόντων τους.

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας IV

Επιλεγόμενα προϊόντα και υπηρεσίες

Επιλεγόμενα προϊόντα είναι εκείνα για τα οποία η αναμενόμενη ωφέλεια για τον καταναλωτή, που θα προκύψει από τη σύγκριση ομοειδών προϊόντων ως προς την ποιότητα και την τιμή τους, είναι σχετικά μεγάλη.

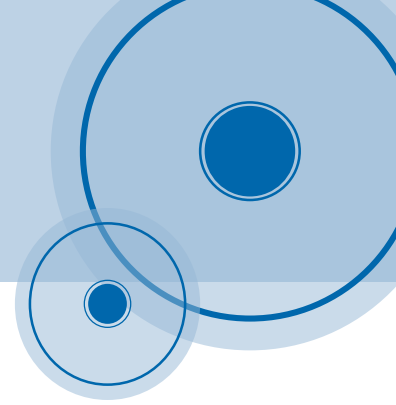
-Η ζήτηση για τα επιλεγόμενα προϊόντα και υπηρεσίες τείνει να γίνει πολύ ελαστική.

-Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται τα έπιπλα, τα αυτοκίνητα, τα ηλεκτρικά είδη οικιακής κ.α.

-Τα είδη αυτά τοποθετούνται σε καταστήματα συγκεντρωμένα σε ορισμένες περιοχές της πόλης, έτσι ώστε να δίνεται στον πελάτη η δυνατότητα σύγκρισης.

-Ο παραγωγός δεν ενδιαφέρεται τόσο για τον αριθμό των καταστημάτων στα οποία θα διανεμηθεί το προϊόν του, όσο για την ποιότητα και τη φήμη του καταστήματος. Έτσι, ο μικρός αριθμός των καταστημάτων με τα οποία πρέπει να συνεργαστεί ο παραγωγός τού επιτρέπει να πραγματοποιεί άμεση διανομή των προϊόντων του, αποφεύγοντας με αυτό τον τρόπο τη διαμεσολάβηση του χονδρεμπορίου.

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας IV



Ειδικά προϊόντα και υπηρεσίες

Ειδικά προϊόντα καλούνται τα προϊόντα εκείνα για τα οποία ο καταναλωτής διαθέτει σημαντικό χρόνο, προσπάθεια και πολλές φορές χρήμα, για να αποκτήσει.

-Συνήθως, τα ειδικά προϊόντα είναι μοναδικά προϊόντα, τα οποία φέρουν σήμα και για τα οποία ορισμένοι αγοραστές δε δέχονται υποκατάστατα. Δηλαδή, αν το κατάστημα δε διαθέτει το συγκεκριμένο είδος, δύσκολα ο καταναλωτής αγοράζει κάποιο άλλο στη θέση του.

-Η ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες αυτές τείνει να καταστεί λίαν ανελαστική.

-Παραδείγματα τέτοιου είδους προϊόντων είναι τα είδη σπορ, τα καλλιτεχνήματα, τα υψηλής ποιότητας ενδύματα κ.α.

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας V

Κατάταξη Προϊόντων

- ✓ Προϊόντα περιορισμένης αντοχής
- ✓ Προϊόντα αντοχής
- ✓ Υπηρεσίες

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας

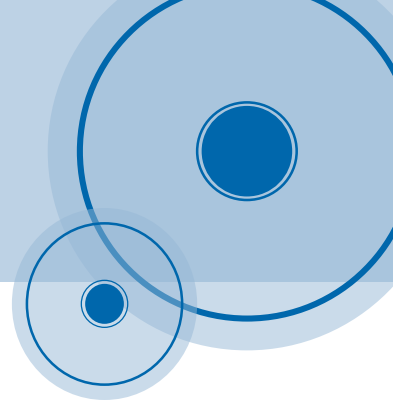
V

A. Προϊόντα περιορισμένης αντοχής: Τα προϊόντα αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν μία έως και μερικές φορές. Εφόσον τα προϊόντα αυτά καταναλώνονται γρήγορα και αγοράζονται σε τακτά χρονικά διαστήματα, η κατάλληλη στρατηγική που θα μπορούσε να εφαρμοστεί, θα ήταν η διαθεσιμότητά τους σε διάφορα σημεία της αγοράς, με μια μικρή αύξηση των τιμών και μια πλούσια διαφημιστική εκστρατεία.

B. Προϊόντα αντοχής: Τα προϊόντα αυτά έχουν πολλαπλή χρήση. Τα προϊόντα αυτά επιφέρουν περισσότερο κέρδος και απαιτούν περισσότερες εγγυήσεις.

Γ. Υπηρεσίες: Οι υπηρεσίες είναι μη χειροπιαστές, μεταβλητές, αχώριστες και φθαρτές. Απαιτούν μεγαλύτερο έλεγχο ποιότητας, μεγαλύτερη αξιοπιστία του προμηθευτή και ικανότητα προσαρμογής.

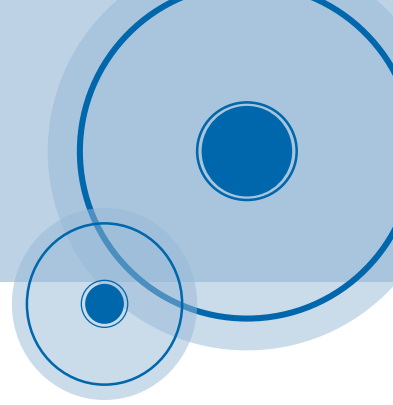
Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας VI



Κύκλος Ζωής του Προϊόντος

- Τα προϊόντα έχουν περιορισμένη διάρκεια ζωής.
- Οι πωλήσεις του προϊόντος περνάνε από ευδιάκριτα στάδια, το καθένα από τα οποία δημιουργεί διαφορετικές προκλήσεις, ευκαιρίες και προβλήματα στον πωλητή. Τα κέρδη αυξάνονται και μειώνονται σε διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής του προϊόντος.
- Τα προϊόντα απαιτούν διαφορετικές στρατηγικές όσον αφορά το Μάρκετινγκ, την παραγωγή, την αγοραστική απόφαση, τα οικονομικά της επιχείρησης και τη διαχείριση των ανθρωπίνων πόρων, σε κάθε στάδιο τους στον κύκλο της ζωής.

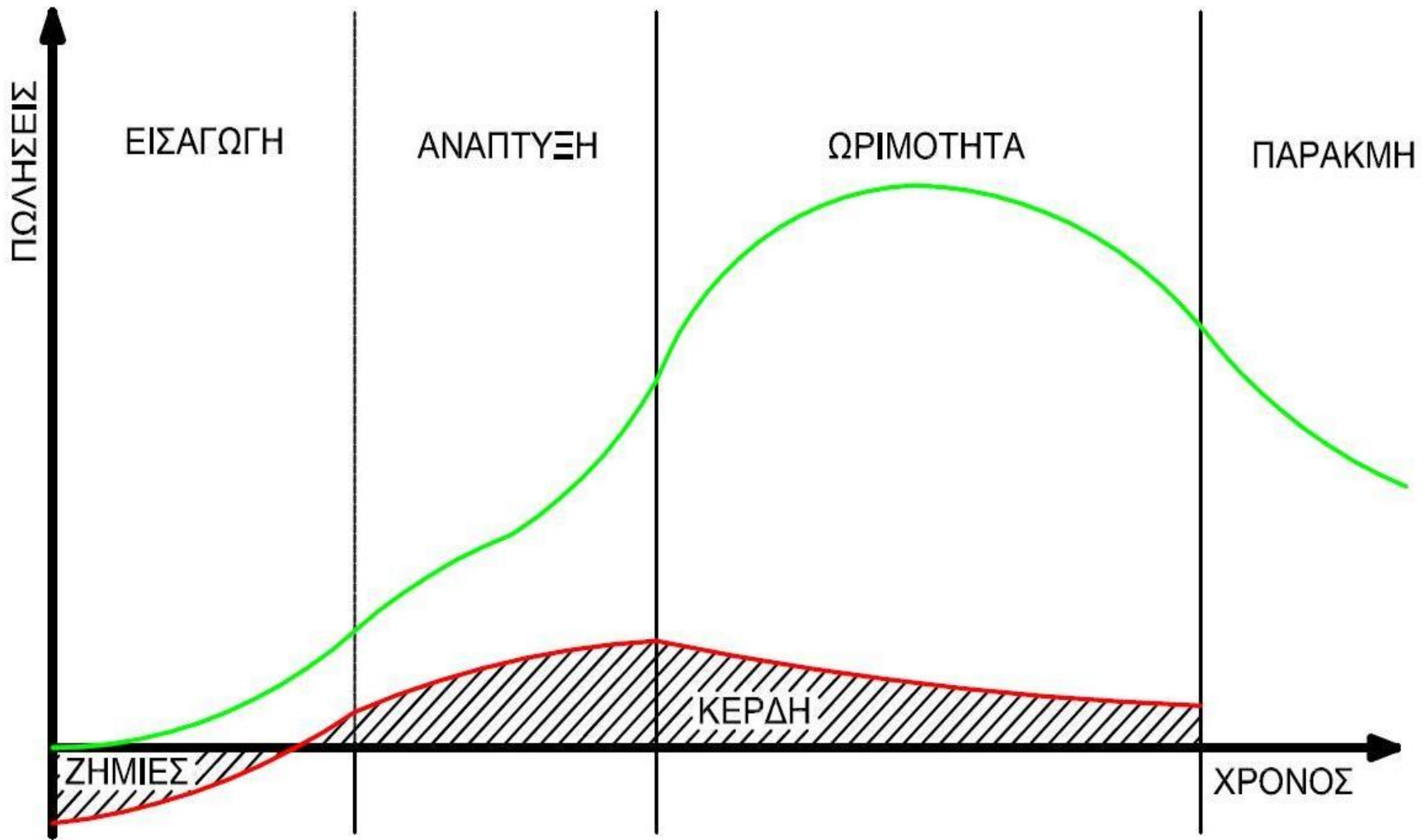
Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας VII



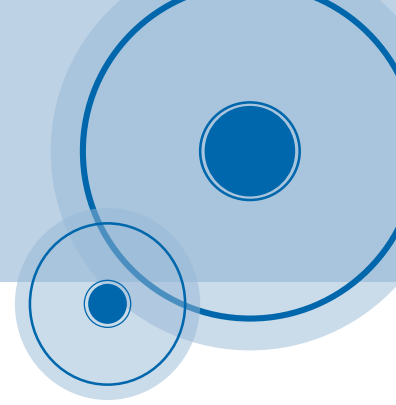
Τα στάδια ζωής του προϊόντος είναι τα εξής:

- Εισαγωγή
- Ανάπτυξη
- Ωριμότητα
- Παρακμή

Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας VII



Καθορισμός Προϊόντος και Υπηρεσίας VIII



Λόγοι αποτυχίας ενός προϊόντος

- Το προϊόν δεν πέτυχε την αναμενόμενη αναγνώριση στην αγορά.
- Το προϊόν είναι ελαττωματικό
- Το προϊόν ήλθε στην αγορά στην αγορά σε ακατάλληλο χρόνο
- Λανθασμένη κοστολόγηση
- Το προϊόν δε συμφωνεί με τη φήμη της επιχείρησης

6. Προσδιορισμός Τόπου Εγκατάστασης

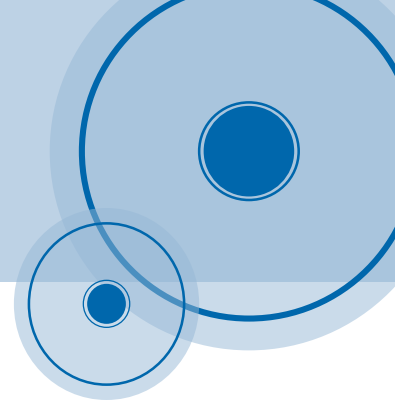


Προσδιορισμός Τόπου Εγκατάστασης

Σημαντικά ερωτήματα:

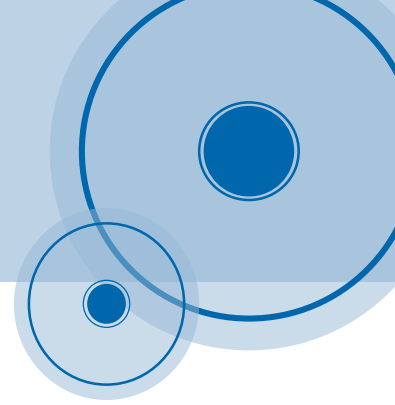
- Ποιοι είναι οι **θεμελιώδεις παράγοντες** που επιδρούν στην απόφαση επιλογής (ή απόρριψης) ενός συγκεκριμένου τόπου εγκατάστασης;
- Ποια είναι τα **ειδικά γνωρίσματα** της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δράσης και πώς αυτά συνδέονται με μία τοποθεσία ή ένα χώρο εγκατάστασης;
- Ποιες είναι οι **λειτουργικές προδιαγραφές** του χώρου εγκατάστασης που θα εγγυηθούν το καλύτερο οικονομικό αποτέλεσμα σε σύντομο χρονικό διάστημα;

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης II



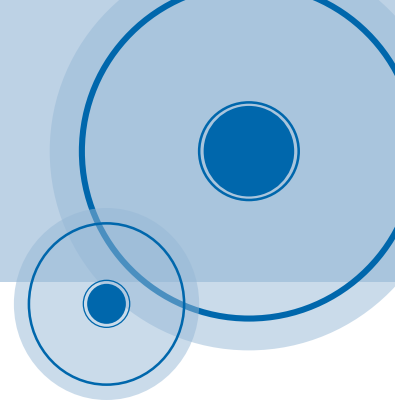
- Διαθεσιμότητα πρώτων υλών και άρα εξασφάλιση εγγύτητας προς τους βασικούς προμηθευτές.
- Γειτνίαση με τα βασικά καταναλωτικά κέντρα, στα οποία απευθύνεται το μεγαλύτερο μέρος της παραγόμενης ποσότητας.
- Ύπαρξη του κατάλληλου εργατικού δυναμικού, που έχει τις απαραίτητες δεξιότητες/ γνώσεις για να προσληφθεί στην εταιρεία.

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης III



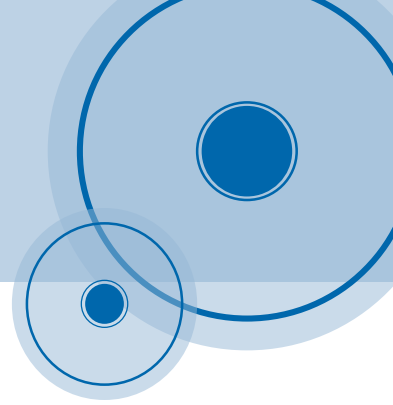
- **Ύπαρξη των κατάλληλων τεχνικών υποδομών** που διασφαλίζουν τη μεταφορά των προϊόντων με το χαμηλότερο δυνατό κόστος.
- **Κόστος αγοράς οικοπέδου / κτιριακών εγκαταστάσεων** σε εναλλακτικά σημεία.
- **Ύπαρξη επενδυτικών κινήτρων** για τη συγκεκριμένη μορφή οικονομικής δράσης.

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης IV



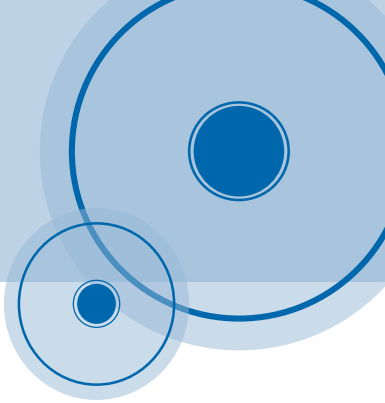
- **Κόστος προετοιμασίας οικοπέδου / κτιριακών εγκαταστάσεων** για την εύρυθμη λειτουργία της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δράσης.
- Εγκατάσταση παρεμφερών οικονομικών δραστηριοτήτων από **ανταγωνιστές**.
- **Αποδοχή της συγκεκριμένης δραστηριότητας** από την τοπική κοινωνία.

Προσδιορισμός Τόπου Εγκατάστασης V



- Δυνατότητα λειτουργίας της εταιρείας με βάση τις **προδιαγραφές υγιεινής** που θέτει η οικεία νομαρχία.
- **Απρόβλεπτα έξοδα**, δηλαδή δαπάνες που μπορεί να προκληθούν από την ανάγκη περαιτέρω βελτίωσης των κτιριακών εγκαταστάσεων ή του οικοπέδου.

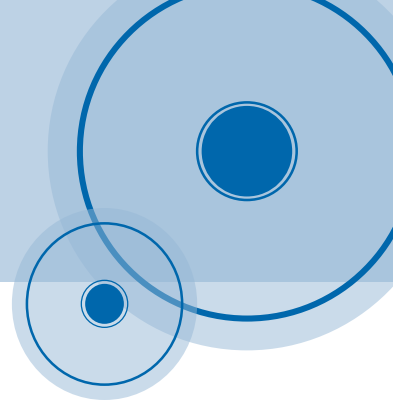
Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης VI



Ποιά είναι τα νέα Επενδυτικά Κίνητρα (Νόμος 3299/2004)

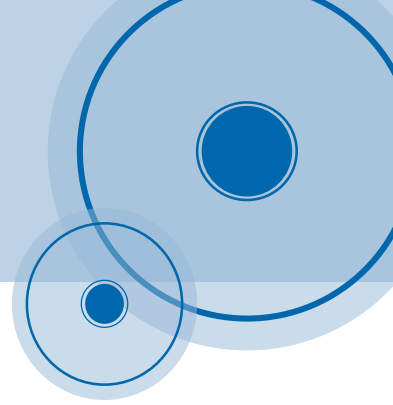
«Είδη Ενισχύσεων από τον Νέο Επενδυτικό Νόμο»

- Επιχορήγηση που συνίσταται στη δωρεάν παροχή από το Δημόσιο χρηματικού ποσού για την κάλυψη τμήματος της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου.
- Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο τμήματος των καταβαλλόμενων δόσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνάπτεται για την απόκτηση καινούργιου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού.



- **Φορολογική απαλλαγή** ύψους μέχρι ενός ποσοστού ή του συνόλου της αξίας της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου ή της αξίας της χρηματοδοτικής μίσθωσης καινούργιου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού, του οποίου αποκτάται η χρήση.
- **Επιδότηση του κόστους εργασίας.**

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης VIII



Γενικά προσφέρονται:

- Επιχορήγηση ή και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης.
- Φορολογική Απαλλαγή.
- Επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης.

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης ΙΧ

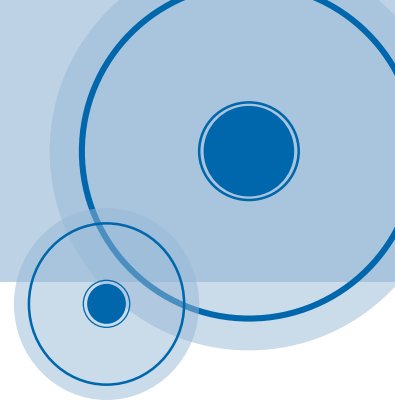
- **ΠΕΡΙΟΧΗ Α΄:** Περιλαμβάνει τους Νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης πλην των Βιομηχανικών Επιχειρηματικών περιοχών και των νησιών των νομών που εντάσσονται στην ΠΕΡΙΟΧΗ Β΄.
- **ΠΕΡΙΟΧΗ Β΄:** Θεσσαλίας, Νοτίου Αιγαίου, Ιονίων Νήσων, Κρήτης, Κεντρικής Μακεδονίας, Δυτικής Μακεδονίας και Στερεάς Ελλάδας.
- **ΠΕΡΙΟΧΗ Γ΄:** Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης, Ηπείρου, Βορείου Αιγαίου, Πελοποννήσου και Δυτικής Ελλάδας (Αχαΐα, Αιτωλοακαρνανία, Ηλεία).

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης Χ

Υπαγόμενα Επενδυτικά Σχέδια

- Επενδυτικά σχέδια στον Πρωτογενή Τομέα
- Επενδυτικά σχέδια στο Δευτερογενή Τομέα
- Επενδυτικά σχέδια στον Τριτογενή Τομέα
- Επενδυτικά σχέδια στον Τριτογενή Τομέα, που αφορούν δημιουργία εμπορευματικών κέντρων
- Ειδικά επενδυτικά σχέδια που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης XI



Χρηματοδοτούνται:

- Κατασκευή, επέκταση, εκσυγχρονισμό κτιριακών εγκαταστάσεων.
- Αγορά πάγιων στοιχείων ενεργητικού.
- Αγορά βιοτεχνικών χώρων σε βιομηχανικές περιοχές ή τεχνολογικά πάρκα.
- Αγορά σύγχρονων μηχανημάτων.
- Δαπάνες μελετών για ανάπτυξη σύγχρονης τεχνολογίας.
- Αγορά καινούργιων μεταφορικών μέσων μαζικής μεταφοράς προσωπικού.
- Δαπάνες σύνδεσης με το δίκτυο Δ.Ε.Η.
- Δαπάνες αγοράς και εγκατάστασης εξοπλισμού και μέσων μεταφοράς υγρών καυσίμων και υγραερίων στα νησιά.

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης XII

Παρεχόμενες Ενισχύσεις

- ΠΕΡΙΟΧΗ Α΄: Κατηγορίες 3, 4, 5 20%
Κατηγορίες 1, 2 15%
- ΠΕΡΙΟΧΗ Β΄: Κατηγορίες 3, 4, 5 30%
Κατηγορίες 1, 2 25%
- ΠΕΡΙΟΧΗ Γ΄: Κατηγορίες 3, 4, 5 40%
Κατηγορίες 1, 2 35%

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης XIII

ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΗ ΑΠΑΛΛΑΓΗ

- ΠΕΡΙΟΧΗ Α΄: Κατηγορίες 3, 4, 5 60%
Κατηγορίες 1, 2 50%
- ΠΕΡΙΟΧΗ Β΄: Κατηγορίες 3, 4, 5 100%
Κατηγορίες 1, 2 100%
- ΠΕΡΙΟΧΗ Γ΄: Κατηγορίες 3, 4, 5 100%
Κατηγορίες 1, 2 100%

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης XIV

Προϋποθέσεις, περιορισμοί, όροι χορήγησης Ενισχύσεων

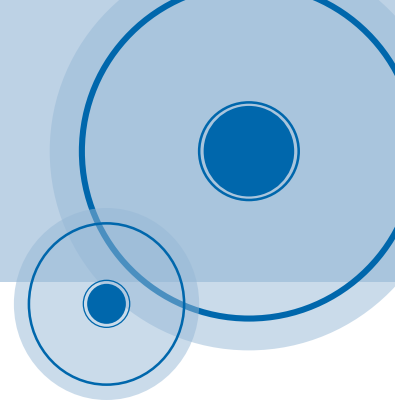
- α) Για μεγάλες επιχειρήσεις 500.000 ευρώ
- β) Για μεσαίες επιχειρήσεις 250.000 ευρώ
- γ) Για μικρές επιχειρήσεις 150.000 ευρώ
- δ) Για πολύ μικρές επιχειρήσεις 100.000 ευρώ

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης XV

Κριτήρια αξιολόγησης Επενδυτικού φορέα

- η εμπειρία,
- τα αποτελέσματα δραστηριοτήτων στο παρελθόν,
- η φερεγγυότητά,
- ο δυναμισμός του,
- η δυνατότητα διάθεσης των ιδίων κεφαλαίων για την κάλυψη των χρηματοδοτικών αναγκών της εταιρείας.
- η πληρότητα του επιχειρηματικού σχεδιασμού,

Προσδιορισμός Τύπου Εγκατάστασης XVI

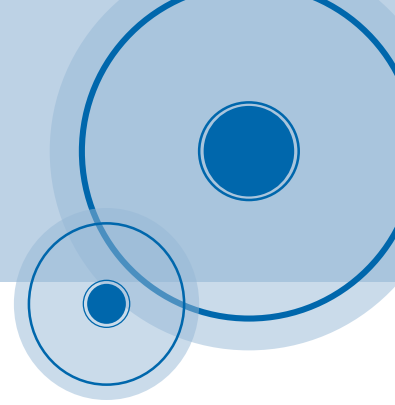


- Το 50% του ποσού της επιχορήγησης καταβάλλεται μετά την υλοποίηση του 50% της επένδυσης και το υπόλοιπο 50% με την έναρξη παραγωγικής λειτουργίας. Η καταβολή επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης καταβάλλεται εφόσον το σύνολο του μισθωμένου εξοπλισμού βάσει της σύμβασης χρηματοδοτικής μίσθωσης έχει εγκατασταθεί στη μονάδα.

7. Νομική μορφή εταιρειών και τρόποι φορολόγησης

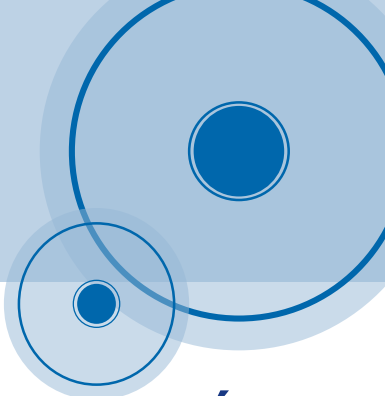


Νομική Μορφή Εταιρειών και τρόπος φορολόγησης



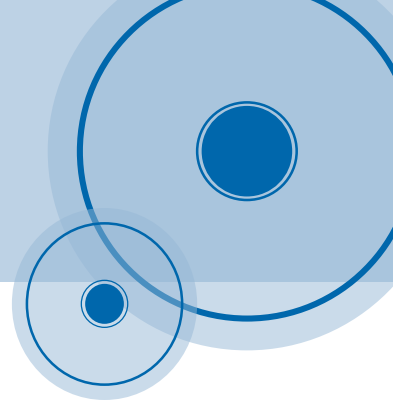
- Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ)
- Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)
- Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ)
- Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ)
- Ατομική Επιχείρηση
- Υποκατάστημα αλλοδαπής Εταιρείας.

Νομική Μορφή Εταιρειών και τρόπος φορολόγησης II



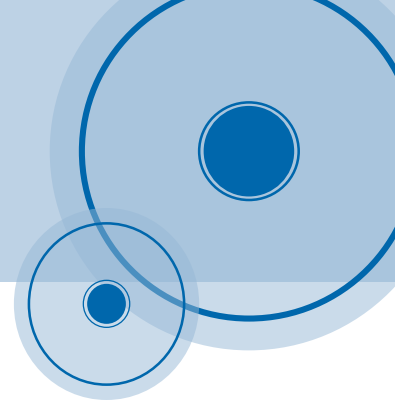
- **Ομόρρυθμη Εταιρία** θα συστήσουν δύο φυσικά πρόσωπα που έχουν στενούς φιλικούς ή συγγενικούς δεσμούς και πλήρη εμπιστοσύνη μεταξύ τους.
- **Ετερόρρυθμη Εταιρία.** Ο τύπος αυτός της προσωπικής εταιρίας προτιμάται, όταν μεταξύ των μελών της θα συμπεριληφθούν και πρόσωπα, τα οποία δεν επιθυμούν να ευθύνονται αλληλεγγύως και απεριορίστως, δηλαδή, με ολόκληρη την προσωπική τους περιουσία.

Νομική Μορφή Εταιρειών και τρόπος φορολόγησης III



- *Ανώνυμη Εταιρία.* Είναι ο τύπος της κατ' εξοχήν κεφαλαιουχικής εταιρίας.
- *Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης.* Η εταιρία περιορισμένης ευθύνης είναι κατά κάποιο τρόπο ένας ενδιάμεσος εταιρικός τύπος ανάμεσα στις προσωπικές εταιρίες και τις ανώνυμες.

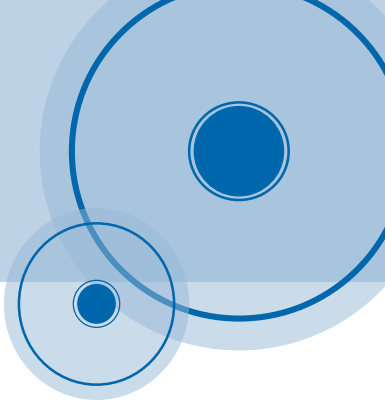
Νομική Μορφή Εταιρειών και τρόπος φορολόγησης IV



Φορολογία Ομόρρυθμης Εταιρίας (Ο.Ε.)

Οι ομόρρυθμες εταιρίες υποχρεούνται να υποβάλλουν, κάθε έτος, στη Δ.Ο.Υ. της έδρας τους δήλωση για τα αποτελέσματα τους, τα οποία προέκυψαν κατά τη διάρκεια της διαχειριστικής περιόδου που έληξε και για την κατανομή των αποτελεσμάτων (κερδών ή ζημιών) μεταξύ των εταίρων.

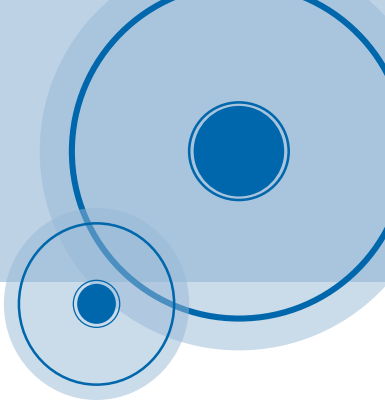
Νομική Μορφή Εταιρειών και τρόπος φορολόγησης V



Φορολογία Ετερόρρυθμης Εταιρίας (Ε.Ε.)

Η ετερόρρυθμη εταιρία ως προς τον τρόπο σύστασης της και φορολογίας της είναι ίδια με αυτή της Ομόρρυθμης Εταιρίας με την μόνη διαφορά ότι στην φορολογία του εισοδήματος της οι Ετερόρρυθμοι Εταίροι δεν δικαιούνται ποσό επιχειρηματικής αμοιβής.

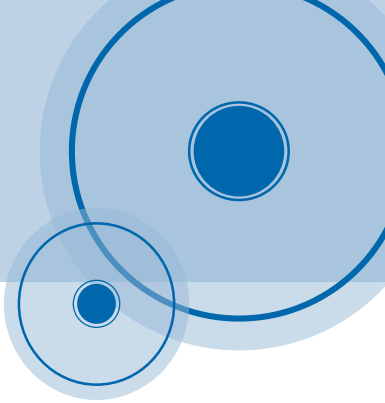
Νομική Μορφή Εταιρειών και τρόπος φορολόγησης VI



Φορολογία των κερδών ημεδαπών ΑΕ

Ο φόρος εισοδήματος των **ανωνύμων εταιριών** υπολογίζεται με συντελεστή 25% επί του συνολικού φορολογητέου εισοδήματος της εταιρίας πριν από την αφαίρεση των πάσης φύσεως διανεμομένων κερδών.

Νομική Μορφή Εταιρειών και τρόπος φορολόγησης VII



Φορολογία των κερδών Ε.Π.Ε.

- Υποχρεούται να υποβάλλει δήλωση φορολογίας εισοδήματος κάθε έτος στη Δ.Ο.Υ. της έδρας της, δήλωση για τα αποτελέσματα τους, τα οποία προέκυψαν κατά τη διάρκεια της διαχειριστικής περιόδου που έληξε
- Τα κέρδη της Ε.Π.Ε. φορολογούνται με συντελεστή 25% για τη χρήση του 2007 πλέον προκαταβολής φόρου 65%

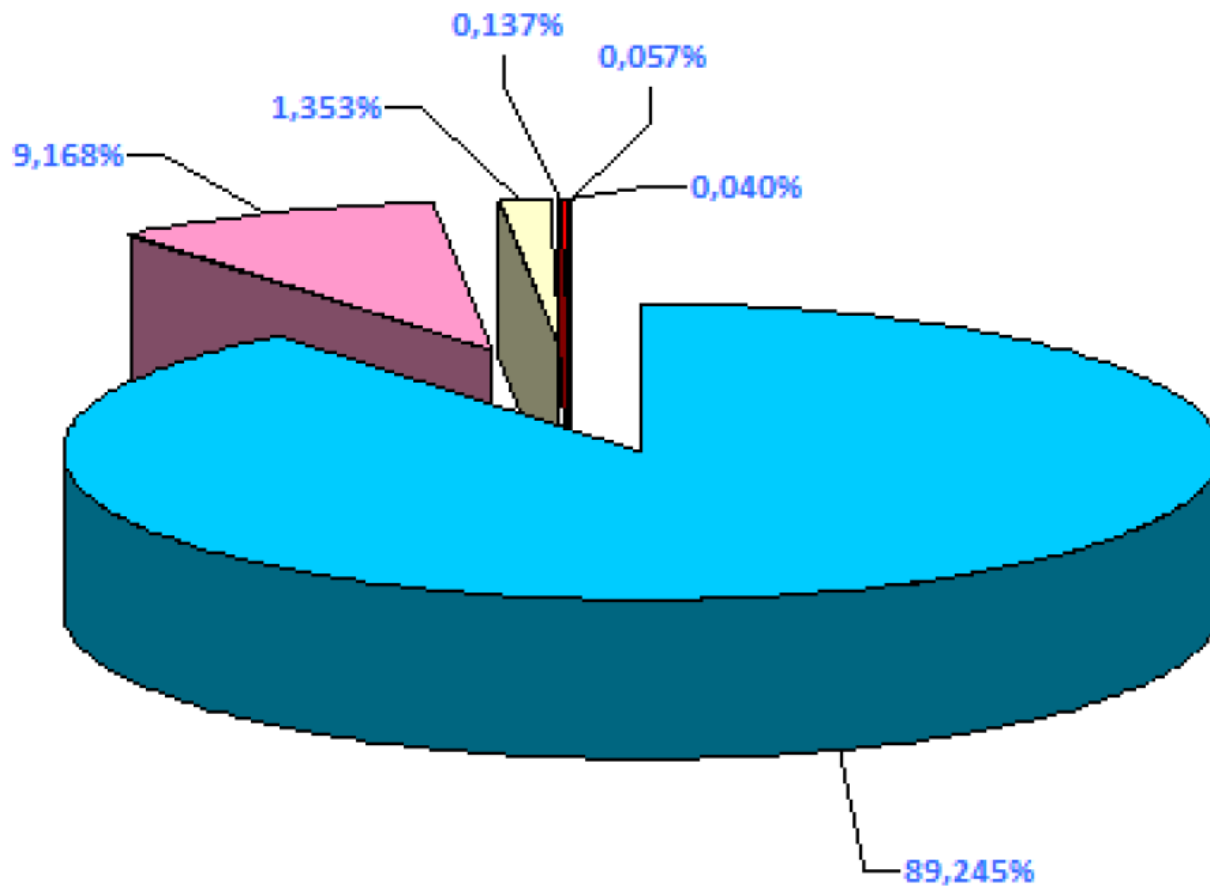
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης δημοσιοποιεί τα αποτελέσματα της ετήσιας κατάθεσης των καταστάσεων προσωπικού του συνόλου των επιχειρήσεων της χώρας που απασχολούν εργαζόμενους με σχέση εξαρτημένης εργασίας ιδιωτικού δικαίου, όπως αυτές κατατέθηκαν ηλεκτρονικά κατά το διάστημα από 1 έως 21 Οκτωβρίου 2015 και αφορούν το έτος 2016.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΑ1: Αριθμός επιχειρήσεων κατά τάξεις μεγέθους (με βάση τον αριθμό εργαζομένων που απασχολούν)

ΕΥΡΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ					
	Αριθμός εργαζομένων	2015 (1)	% επί του συνόλου	2014 (2)	% επί του συνόλου	ΔΙΑΦΟΡΑ (1 - 2)
1-10	198.375	89,245	192.054	89,574	6.321	3,291
11-50	20.379	9,168	18.973	8,849	1.406	7,411
51-250	3.008	1,353	2.869	1,338	139	4,845
251-500	305	0,137	297	0,139	8	2,694
501-1.000	126	0,057	137	0,064	-11	-8,029
1.001-1.500	41	0,018	36	0,017	5	13,889
1.501-2.000	17	0,008	18	0,008	-1	-5,556
2.001-2.500	5	0,002	5	0,002	0	0,000
2.501-3.000	4	0,002	2	0,001	2	100,000
3.001-4.000	3	0,001	3	0,001	0	0,000
≥4.001	18	0,008	15	0,007	3	20,000
ΣΥΝΟΛΟ	222.281	100	214.409	100	7.872	+ 3,671

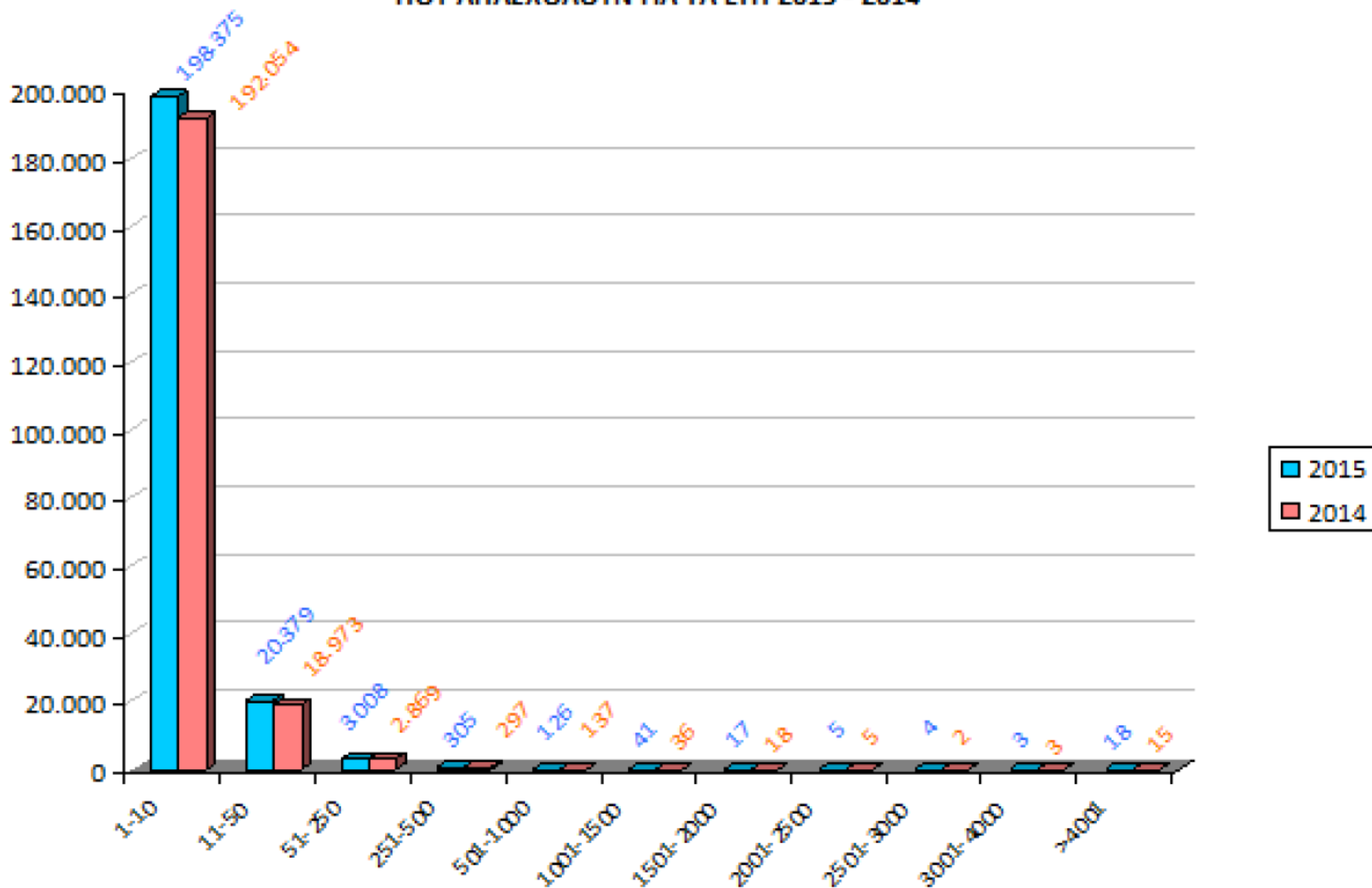
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ



0-10 11-50 51-250 251-500 501-1000 1000+ Σύνηγορος του Π

Updates: 73

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΤΑΞΕΙΣ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΑΡΙΘΜΟ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
ΠΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΝ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 2015 - 2014



ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΑ2: Απασχολούμενο προσωπικό ανά μέγεθος επιχείρησης

ΕΥΡΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)
1-4	165.886	290.619	17,36
5-9	29.689	192.973	11,53
10-49	23.094	435.401	26,01
50-249	3.089	307.551	18,38
>250	523	447.188	26,72
ΣΥΝΟΛΟ	222.281	1.673.732	100,00

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΑ3: Αριθμός επιχειρήσεων ιδιωτικού και δημοσίου τομέα που απασχολούν εργαζόμενους με σχέση εργασίας ιδιωτικού δικαίου

ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ	ΔΗΜΟΣΙΟΣ & ΕΥΡΥΤΕΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ	Ν.Π.Δ.Δ.	Ν.Π.Ι.Δ.	ΟΤΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
219.713	227	1.068	1.001	275	222.284

ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	124.615
ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (ΟΕ)	35.566
ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (ΑΕ)	20.887
ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (ΕΕ)	12.149
ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (ΕΠΕ)	8.026
ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ	4.282
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ (ΙΚΕ)	2.527
ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ (ΙΚΕ)	1.379
ΣΩΜΑΤΕΙΟ	1.326
ΕΤΑΙΡΕΙΑ Α.Ν. 89/67	1.189
ΝΟΜΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ	1.001
ΑΣΤΙΚΗ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	872
ΣΥΛΛΟΓΟΣ	768
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΤΙΡΙΩΝ (ΠΟΛΥΚΑΤΟΙΚΙΕΣ ΚΛΠ)	759
ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΣΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ	706
ΝΟΜΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΟ ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ	633
ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ	543
ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΑΛΛΟΔΑΠΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	471
ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ	469
ΙΕΡΟΣ ΝΑΟΣ	435
ΑΣΤΙΚΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	376
ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΛΗΡΟΝΟΜΩΝ	314
ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ	271
ΟΤΑ - ΔΗΜΟΙ	268
ΑΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΣ	264
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	242
ΙΔΡΥΜΑ	242
ΦΥΣΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΟ	216
ΑΛΛΗ ΕΝΩΣΗ ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ	198
ΝΑΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ Ν.959/79	179
ΔΗΜΟΣΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ (ΔΗΜΟΣΙΟ)	117
ΣΧΟΛΙΚΕΣ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ	107
ΙΔΙΟΥΤΥΠΗ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ (ΙΜΕ) ΕΠΕ	97
ΑΛΛΗ ΕΝΩΣΗ ΠΡΟΣΩΠΩΝ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ	85
ΑΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΣ	83
ΣΥΜΠΛΟΙΟΚΤΗΣΙΑ	69
ΑΛΛΟΔΑΠΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΧΩΡΙΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	65
ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ (ΕΑΣ)	59

ΑΛΛΟΔΑΠΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΕ ΣΥΜΒΑΣΗ ΕΡΓΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	57
ΠΡΕΣΒΕΙΕΣ	54
ΑΛΛΟΔΑΠΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΑΚΙΝΗΤΟΥ	36
ΑΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΟ	35
ΚΤΕΛ	34
ΓΡΑΦΕΙΟ ΑΛΛΟΔΑΠΗΣ ΕΜΠΟΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	31
ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	30
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΚΟΙΝΗΣ ΟΦΕΛΕΙΑΣ	23
ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΣΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ	21
ΣΥΝΑΠΑΣΧΟΛΙΣΗ	13
ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΑΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ	12
ΟΙΚΙΑ	11
ΠΟΛΙΤΙΚΑ ΚΟΜΜΑΤΑ	10
ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ	8
ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΗ	7
ΔΙΑΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	7
ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ	7
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	6
ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	4
ΕΝΩΣΗ ΑΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ	4
ΔΗΜΟΣΙΟ ΣΧΟΛΕΙΟ	3
ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	3
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΝΩΣΗ (ΚΕΣΕ)	3
ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΡΑΝΩΝ	2
ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ	2
ΠΡΟΞΕΝΕΙΑ	2
ΝΑΥΤ. ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΛΟΙΩΝ ΑΝΑΨ. Ν.3182/2003	1
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	1
ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΑΣΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ	1
ΟΤΑ - ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ	1
ΣΥΝΟΛΟ	222.284

ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)
Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	39.957	17,98
Δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης	29.486	13,27
Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	23.588	10,61
Δραστηριότητες ανθρώπινης υγείας	10.484	4,72
Χερσαίες μεταφορές και μεταφορές μέσω αγωγών	9.342	4,20
Νομικές και λογιστικές δραστηριότητες	9.078	4,08
Εκπαίδευση	8.745	3,93
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο· επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	8.192	3,69
Βιομηχανία τροφίμων	7.240	3,26
Άλλες δραστηριότητες παροχής προσωπικών υπηρεσιών	7.150	3,22
Καταλύματα	6.401	2,88
Εξειδικευμένες κατασκευαστικές δραστηριότητες	4.876	2,19
Αρχιτεκτονικές δραστηριότητες και δραστηριότητες μηχανικών· τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις	3.055	1,37
Δραστηριότητες οργανώσεων	2.847	1,28
Αποθήκευση και υποστηρικτικές προς τη μεταφορά δραστηριότητες	2.721	1,22
Αθλητικές δραστηριότητες και δραστηριότητες διασκέδασης και ψυχαγωγίας	2.607	1,17
Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, με εξαίρεση τα μηχανήματα και τα είδη εξοπλισμού	2.278	1,02
Δραστηριότητες κεντρικών γραφείων· δραστηριότητες παροχής συμβουλών διαχείρισης	2.008	0,90
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας	1.923	0,87
Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών σε κτίρια και εξωτερικούς χώρους	1.914	0,86

Δραστηριότητες συναφείς προς τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και τις ασφαλιστικές δραστηριότητες	1.908	0,86
Τυχερά παιχνίδια και στοιχήματα	1.887	0,85
Δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων, γραφείων οργανωμένων ταξιδιών και υπηρεσιών κρατήσεων και συναφείς δραστηριότητες	1.672	0,75
Κατασκευές κτιρίων	1.655	0,74
Δραστηριότητες κοινωνικής μέριμνας χωρίς παροχή καταλύματος	1.327	0,60
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες	1.244	0,56
Κατασκευή ειδών ένδυσης	1.213	0,55
Δραστηριότητες ενοικίασης και εκμίσθωσης	1.206	0,54
Παραγωγή άλλων μη μεταλλικών ορυκτών προϊόντων	1.190	0,54
Επισκευή και εγκατάσταση μηχανημάτων και εξοπλισμού	1.140	0,51
Έργα πολιτικού μηχανικού	1.085	0,49
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	1.082	0,49
Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού π.δ.κ.α.	1.036	0,47
Άλλες μεταποιητικές δραστηριότητες	1.022	0,46
Εκτοπώσεις και αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	993	0,45
Κατασκευή επίπλων	910	0,41
Εκδοτικές δραστηριότητες	901	0,41
Άλλες επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες	867	0,39
Διοικητικές δραστηριότητες γραφείου, γραμματειακή υποστήριξη και άλλες δραστηριότητες παροχής υποστήριξης προς τις επιχειρήσεις	847	0,38
Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες	841	0,38
Επισκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών και ειδών ατομικής ή οικιακής χρήσης	776	0,35
Πλωτές μεταφορές	747	0,34
Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού	740	0,33

Τηλεπικοινωνίες	728	0,33
Ταχυδρομικές και ταχυμεταφορικές δραστηριότητες	658	0,30
Δημόσια διοίκηση και άμυνα· υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	635	0,29
Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	605	0,27
Κατασκευή προϊόντων από ελαστικό (καουτσούκ) και πλαστικές ύλες	605	0,27
Παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών υλών	580	0,26
Βιομηχανία ξύλου και κατασκευή προϊόντων από ξύλο και φελλό, εκτός από έπιπλα· κατασκευή ειδών καλαθοποιίας και σπαρτοπλεκτικής	543	0,24
Δραστηριότητες παροχής προστασίας και έρευνας	486	0,22
Παραγωγή χημικών ουσιών και προϊόντων	483	0,22
Κατασκευή ηλεκτρολογικού εξοπλισμού	440	0,20
Ποτοποιία	403	0,18
Δραστηριότητες βοήθειας με παροχή καταλύματος	392	0,18
Χαρτοποιία και κατασκευή χάρτινων προϊόντων	377	0,17
Συλλογή, επεξεργασία και διάθεση απορριμμάτων· ανάκτηση υλικών	362	0,16
Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη	360	0,16
Ασφαλιστικά, αντασφαλιστικά και συνταξιοδοτικά ταμεία, εκτός από την υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	344	0,15
Δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	336	0,15
Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις	315	0,14
Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λοιπές πολιτιστικές δραστηριότητες	290	0,13
Δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών	287	0,13
Κτηνιατρικές δραστηριότητες	277	0,12
Συλλογή, επεξεργασία και παροχή νερού	273	0,12

Δραστηριότητες χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, με εξαίρεση τις ασφαλιστικές δραστηριότητες και τα συνταξιοδοτικά ταμεία	260	0,12
Βιομηχανία δέρματος και δερμάτινων ειδών	233	0,10
Αλιεία και υδατοκαλλιέργεια	220	0,10
Κατασκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών, ηλεκτρονικών και οπτικών προϊόντων	188	0,08
Λοιπά ορυχεία και λατομεία	185	0,08
Παραγωγή βασικών μετάλλων	179	0,08
Κατασκευή μηχανοκίνητων οχημάτων, ρυμουλκούμενων και ημρυμουλκούμενων οχημάτων	175	0,08
Κατασκευή λοιπού εξοπλισμού μεταφορών	132	0,06
Επεξεργασία λυμάτων	131	0,06
Έλλειψη δραστηριότητας	117	0,05
Δραστηριότητες απασχόλησης	116	0,05
Δασοκομία και υλοτομία	104	0,05
Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων και φαρμακευτικών σκευασμάτων	76	0,03
Αεροπορικές μεταφορές	65	0,03
Δραστηριότητες εξωχώριων οργανισμών και φορέων	43	0,02
Παραγωγή οπτάνθρακα και προϊόντων διύλισης πετρελαίου	26	0,01
Δραστηριότητες νοικοκυριών ως εργοδοτών οικιακού προσωπικού	17	0,01
Δραστηριότητες εξυγίανσης και άλλες υπηρεσίες για τη διαχείριση αποβλήτων	15	0,01
Εξόρυξη μεταλλευμάτων	13	0,01
Παραγωγή προϊόντων καπνού	8	0,00
Υποστηρικτικές δραστηριότητες εξόρυξης	8	0,00
Δραστηριότητες ιδιωτικών νοικοκυριών, που αφορούν την παραγωγή μη διακριτών αγαθών -και υπηρεσιών- για ίδια χρήση	6	0,00
Εξόρυξη άνθρακα και λιγνίτη	4	0,00
ΣΥΝΟΛΟ	222.281	100,00

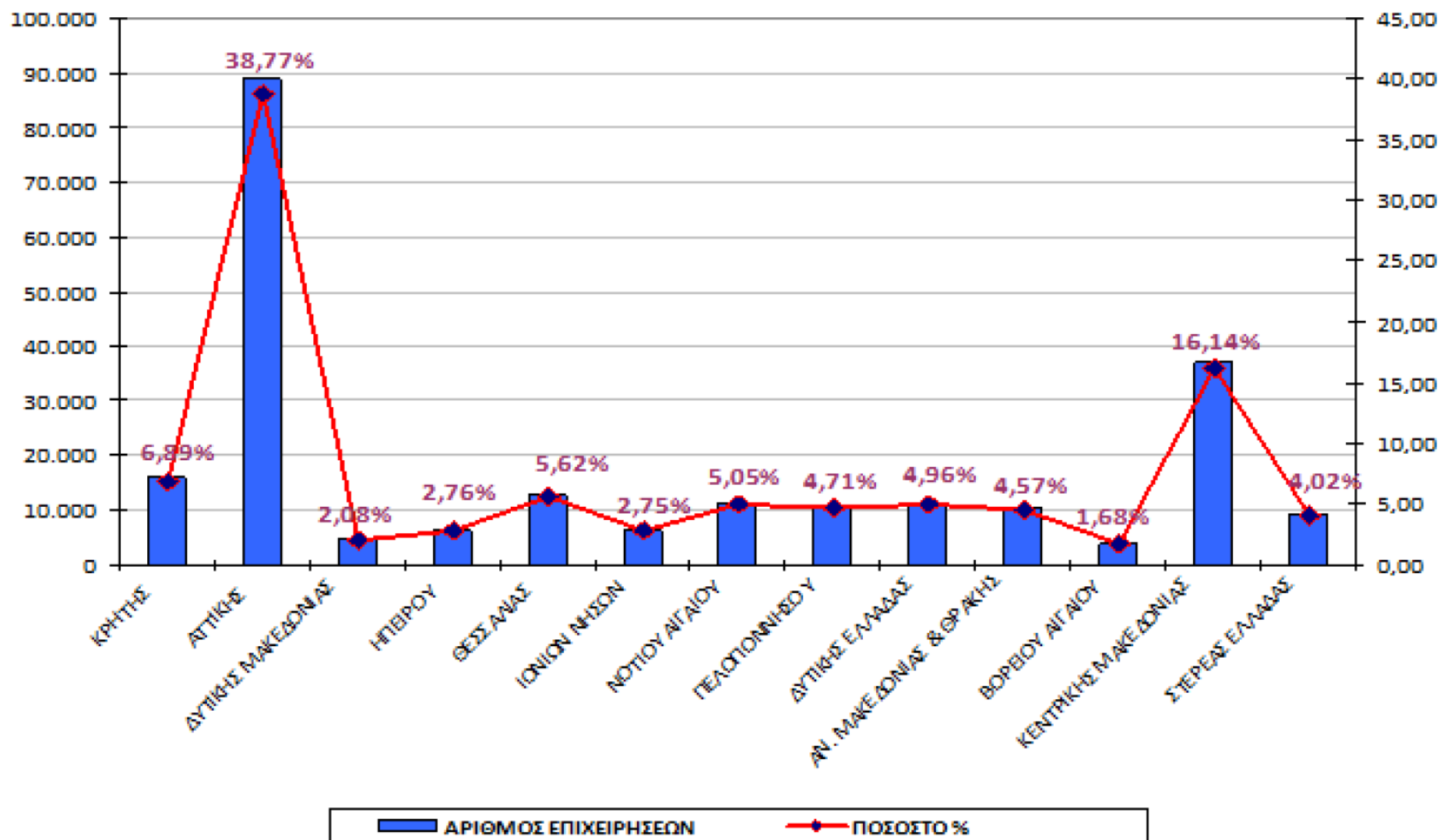
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΑ1: Αριθμός επιχειρήσεων και παραρτημάτων αυτών, που δραστηριοποιούνται ανά Περιφέρεια

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΩΝ
ΚΡΗΤΗΣ	18.306
ΗΠΕΙΡΟΥ	7.111
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	14.402
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	6.968
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ	11.960
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	4.365
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	42.578
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	10.248
ΑΤΤΙΚΗΣ	102.303
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	5.417
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	13.086
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	12.104
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	12.775
ΣΥΝΟΛΟ	261.623

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΑ2: Αριθμός επιχειρήσεων ανά Περιφέρεια

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)
ΚΡΗΤΗΣ	15.793	6,89
ΑΤΤΙΚΗΣ	88.897	38,77
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	4.766	2,08
ΗΠΕΙΡΟΥ	6.334	2,76
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	12.879	5,62
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	6.305	2,75
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	11.587	5,05
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	10.812	4,71
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	11.377	4,96
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ	10.477	4,57
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	3.857	1,68
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	37.009	16,14
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	9.220	4,02
ΣΥΝΟΛΟ	229.313	100,00

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

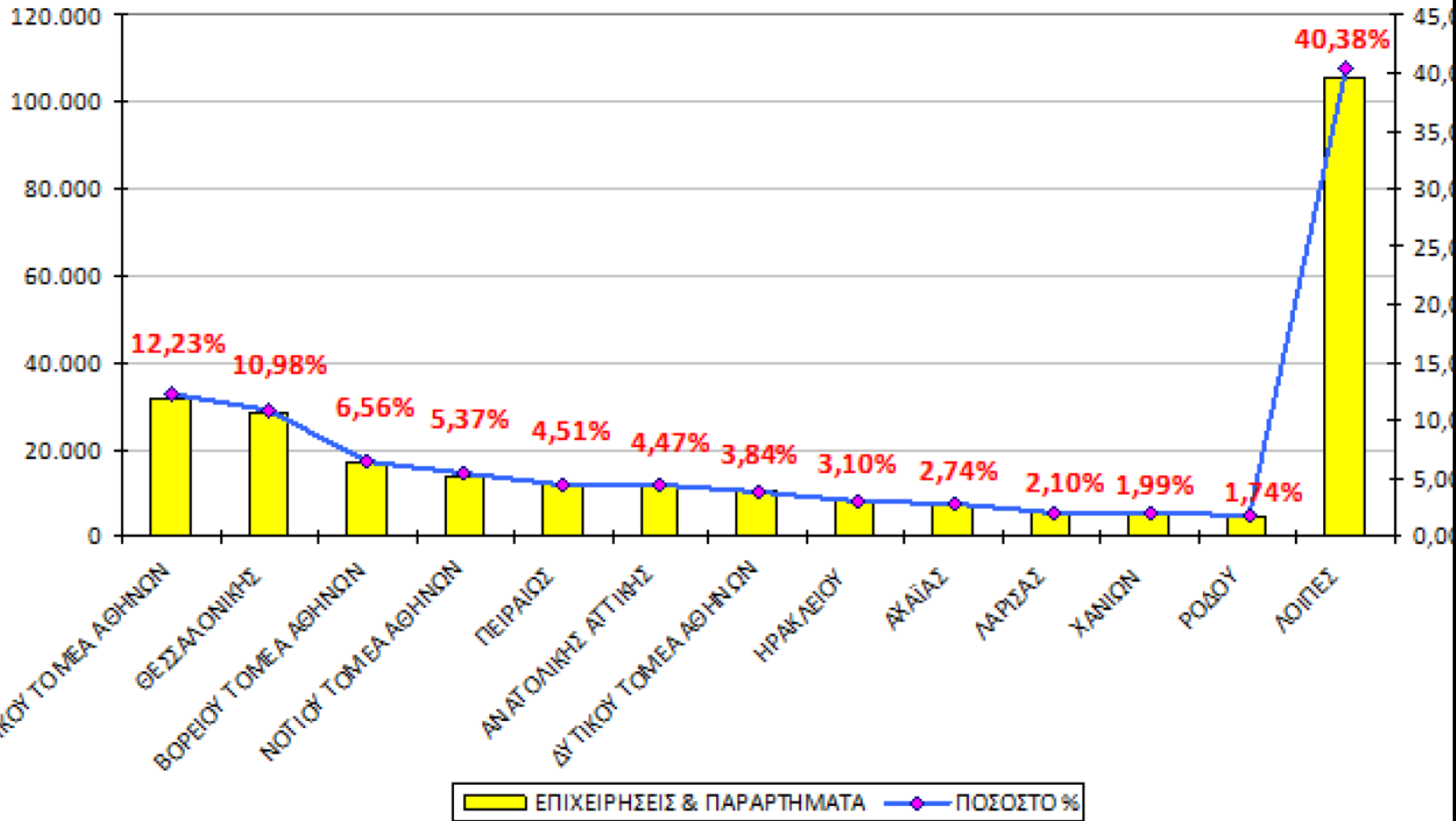


ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΑ1: Επιχειρήσεις και Παραρτήματα που δραστηριοποιούνται ανά Περιφερειακή Ενότητα

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ & ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ)
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ	ΔΡΑΜΑΣ	1.964	0,75
	ΕΒΡΟΥ	2.815	1,08
	ΘΑΣΟΥ	439	0,17
	ΚΑΒΑΛΑΣ	2.839	1,09
	ΞΑΝΘΗΣ	1.970	0,75
	ΡΟΔΟΠΗΣ	1.933	0,74
ΑΤΤΙΚΗΣ	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	11.686	4,47
	ΒΟΡΕΙΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	17.151	6,56
	ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	4.208	1,61
	ΔΥΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	10.056	3,84
	ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	32.000	12,23
	ΝΗΣΩΝ	1.356	0,52
	ΝΟΤΙΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	14.059	5,37
	ΠΕΙΡΑΙΩΣ	11.787	4,51
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΙΚΑΡΙΑΣ	151	0,06
	ΛΕΣΒΟΥ	1.763	0,67
	ΛΗΜΝΟΥ	327	0,12
	ΣΑΜΟΥ	821	0,31
	ΧΙΟΥ	1.303	0,50
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	3.329	1,27
	ΑΧΑΪΑΣ	7.162	2,74
	ΗΛΕΙΑΣ	2.284	0,87
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΓΡΕΒΕΝΩΝ	479	0,18
	ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	1.140	0,44
	ΚΟΖΑΝΗΣ	2.945	1,13
	ΦΛΩΡΙΝΑΣ	853	0,33
ΗΠΕΙΡΟΥ	ΑΡΤΑΣ	1.120	0,43
	ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	965	0,37
	ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	3.861	1,48
	ΠΡΕΒΕΖΑΣ	1.165	0,45
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	1.857	0,71
	ΛΑΡΙΣΑΣ	5.507	2,10
	ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	4.117	1,57

ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	ΣΠΟΡΑΔΩΝ	411	0,16
	ΤΡΙΚΑΛΩΝ	2.510	0,96
	ΖΑΚΥΝΘΟΥ	1.438	0,55
	ΙΘΑΚΗΣ	71	0,03
	ΚΕΡΚΥΡΑΣ	3.626	1,39
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	1.063	0,41
	ΛΕΥΚΑΔΑΣ	770	0,29
	ΗΜΑΘΙΑΣ	2.486	0,95
	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	28.715	10,98
	ΚΙΛΚΙΣ	1.205	0,46
	ΠΕΛΛΑΣ	2.206	0,84
	ΠΙΕΡΙΑΣ	2.463	0,94
	ΣΕΡΡΩΝ	2.699	1,03
	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	2.804	1,07
ΚΡΗΤΗΣ	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	8.102	3,10
	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	2.312	0,88
	ΡΕΘΥΜΝΟΥ	2.695	1,03
	ΧΑΝΙΩΝ	5.197	1,99
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΑΝΔΡΟΥ	240	0,09
	ΘΗΡΑΣ	1.880	0,72
	ΚΑΛΥΜΝΟΥ	624	0,24
	ΚΑΡΠΑΘΟΥ	187	0,07
	ΚΕΑΣ-ΚΥΘΟΥ	127	0,05
	ΚΩ	1.641	0,63
	ΜΗΛΟΥ	398	0,15
	ΜΥΚΟΝΟΥ	886	0,34
	ΝΑΞΟΥ	716	0,27
	ΠΑΡΟΥ	770	0,29
	ΡΟΔΟΥ	4.558	1,74
	ΣΥΡΟΥ	748	0,29
ΤΗΝΟΥ	311	0,12	
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	2.459	0,94
	ΑΡΚΑΔΙΑΣ	1.659	0,63
	ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	3.135	1,20
	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	1.614	0,62
	ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	3.237	1,24
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΒΟΙΩΤΙΑΣ	2.479	0,95
	ΕΥΒΟΙΑΣ	4.147	1,59
	ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	249	0,10
	ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	2.765	1,06
	ΦΩΚΙΑΔΑΣ	608	0,23
ΣΥΝΟΛΟ		261.623	100,00

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ, ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ



8. Αναζήτηση και επιλογή εργαζομένων



Ο ρόλος των ΜΜΕ

Στην Ε. Ένωση τα **23 εκ. ΜΜ**
Επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν το **99%**
του συνόλου των επιχειρήσεων και
παρέχουν περισσότερες από **100 εκ.**
θέσεις εργασίας.

Στην Ελλάδα –τη χώρα των ΜΜΕ- το
99,9% από αυτές **απασχολούν λιγότερο**
από **100 υπαλλήλους.**

Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ)

Είναι εκείνες που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζόμενους και είναι ανεξάρτητες από μεγαλύτερες εταιρίες ($\geq 25\%$ του κεφαλαίου, ή των δικαιωμάτων ψήφου δεν ανήκουν σε μη ΜΜΕ).

Ο ετήσιος Κύκλος Εργασιών τους δεν υπερβαίνει τα 50 εκ. € και/ ή ο ετήσιος συνολικός ισολογισμός τους δεν υπερβαίνει τα 43 εκ. €.

Μάνατζμεντ & ΜΜ Επιχείρηση

Στη **συντριπτική** τους πλειοψηφία οι ΜΜ Επιχειρήσεις, **διοικούνται** από τους **ιδιοκτήτες** τους.

Η **ποιότητα** των **προσωπικών** τους **χαρακτηριστικών** και της **παιδείας** τους προσδιορίζει, τόσο **το ύψος** του **μάνατζμεντ**, όσο και την **ποιότητα** των **στελεχών** τους.

Το Μάνατζμεντ

«Είναι η τέχνη και η επιστήμη της οργάνωσης των ανθρώπινων και φυσικών πόρων, προκειμένου να τεθούν και να επιτευχθούν οι στόχοι των επιχειρήσεων με αποδοτικότητα, αποτελεσματικότητα και ηθική»

Η στελέκωση των ΜΜΕ

Το στυλ του μανάτζμεντ επηρεάζεται από το όραμα του ιδιοκτήτη της επιχείρησης και με βάση αυτό που ονειρεύεται για αυτήν, καλύπτει τις θέσεις εργασίας με το κατάλληλο στελεχιακό δυναμικό.

Κάθε μανάτζερ/ ιδιοκτήτης πλαισιώνεται από τους ανθρώπους που του ταιριάζουν.

Όσο δε βραχυκρόνιος είναι ο ορίζοντας σχεδιασμού του, τόσο πιο επιπόλαια είναι και η επιλογή τους.

Η Εξέλιξη στο Management

Αυταρχικό
Μάνατζμεντ

Συμμετοχικό
Μάνατζμεντ



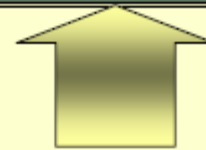
Ο Μάνατζερ
αποφασίζει
και
**ανακοινώ-
νει**



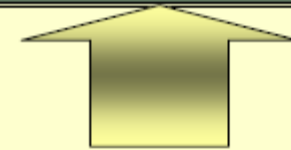
Ο Μάνατζερ
αποφασίζει
και
εξηγεί



Ο Μάνατζερ
παρουσιάζει το
πρόβλημα και
ακούει
προτάσεις



Ο Μάνατζερ
καθορίζει το
πλαίσιο
και
ζητά απόφαση
της ομάδας



Ο Μάνατζερ
ενθαρρύνει
τους **συνεργάτες** του
να **λειτουργούν**
μέσα στο
πλαίσιο αρχών
της επιχείρησης

Η Επιλογή Προσωπικού

- Η διαδικασία της επιλογής των κατάλληλων ανθρώπων για μια ΜΜ Επικείρηση, αποτελεί σημαντική παράμετρο της επιτυχίας της.
- Η περιγραφή της θέσης εργασίας, τόσο με βάση τα άμεσα καθήκοντα, όσο και τα μελλοντικά, αποτελεί το πρώτο σημαντικό βήμα για την πρόσληψη νέων στελεχών.

Η Επιλογή Προσωπικού

- Μια **επιπόλαια πρόσληψη** συνεπάγεται απόλυση και αποζημίωση του συνεργάτη, αλλά και απώλειες λόγω του κόστους εκπαίδευσης/ κατάρτισής του και της υστέρησης λειτουργιών της επιχείρησης.
- Η **επιπόλαια πρόσληψη** και τοποθέτηση ενός στελέχους **μειωμένων προσόντων** σε θέση που απαιτεί **αυξημένες ικανότητες**, αποτελεί το **μέτρο της αποτελεσματικότητας** και της **ανταγωνιστικότητας** για την επιχείρηση.

«Μπορείς να αγοράσεις τη φυσική παρουσία ενός ανθρώπου όπως και έναν αριθμό μυϊκών κινήσεών του, σε ένα συγκεκριμένο χώρο και για ορισμένο χρόνο.

Αυτό που δεν μπορείς να αγοράσεις, παρότι είναι το πλέον απαραίτητο για να επιτύχεις υψηλή απόδοση, είναι η πίστη, ο ζήλος και η αφοσίωση των ανθρώπων σου. Αυτά δεν αγοράζονται, κερδίζονται» για την *General Foods Industry*.

Πολλές αν όχι όλες οι επιχειρήσεις μπορούν, με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, να **εξασφαλίσουν** πηγές για τη λειτουργία τους, **καμία** όμως, δεν μπορεί να **αντιγράψει** τις **προσωπικότητες** των στελεχών της άλλης.

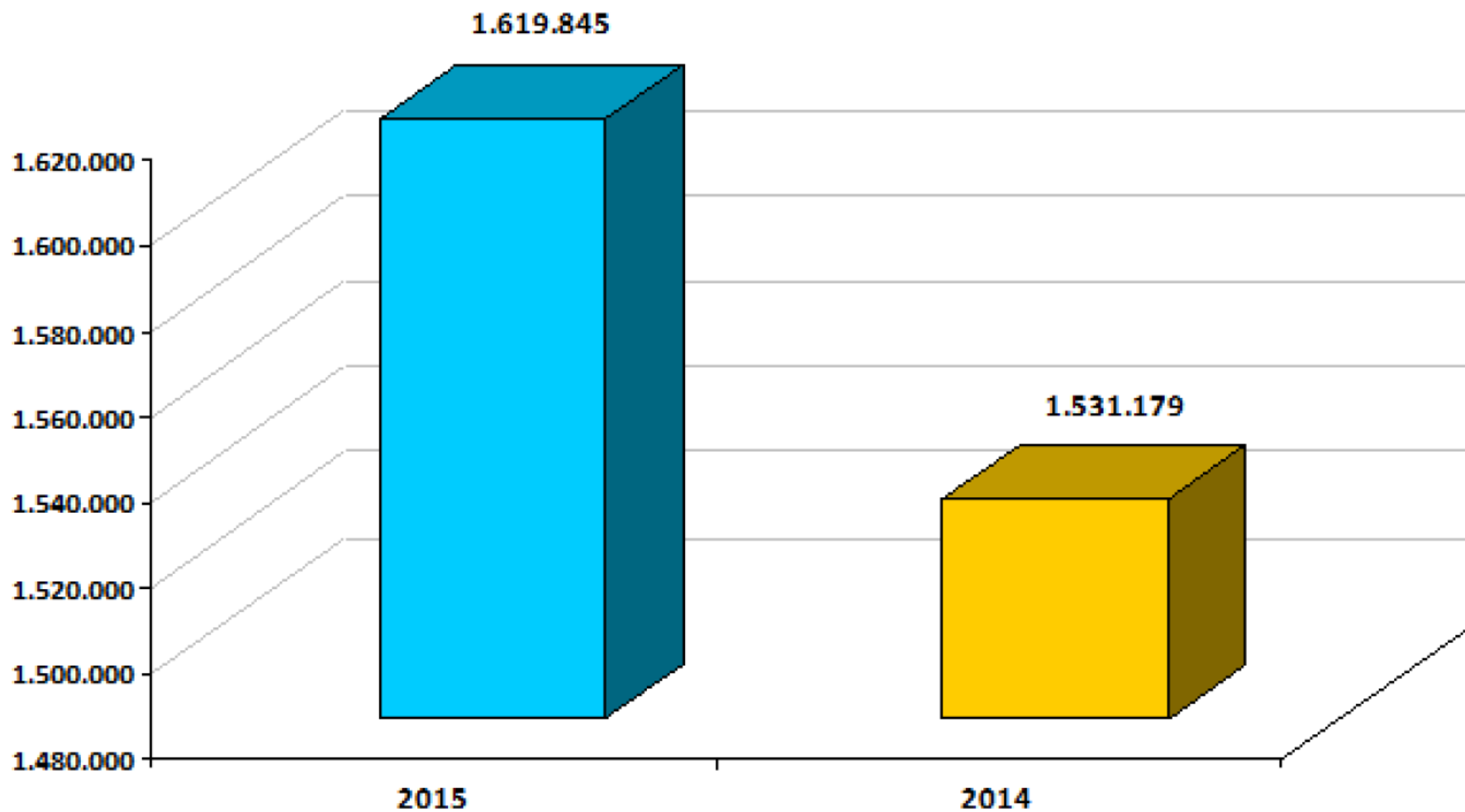
Η **αντιγραφή** της **τεχνολογίας** είναι κάτι που **συμβαίνει**.

Η **αντιγραφή** (*replication*) όμως, ενός ατόμου, παραμένει ακόμα στον τομέα της **φαντασίας**.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ – ΜΙΣΘΩΤΩΝ ΜΕ ΣΧΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ

Το Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης δημοσιοποιεί τα αποτελέσματα της ετήσιας κατάθεσης των καταστάσεων προσωπικού του συνόλου των επιχειρήσεων της χώρας που απασχολούν εργαζόμενους με σχέση εξαρτημένης εργασίας ιδιωτικού δικαίου, όπως αυτές κατατέθηκαν ηλεκτρονικά κατά το διάστημα από 1 έως 21 Οκτωβρίου 2015 και αφορούν το έτος 2016.

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ ΜΕ ΣΧΕΣΗ ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΔΙΚΑΙΟΥ ΚΑΤΑ ΤΑ ΕΤΗ 2015 - 2014



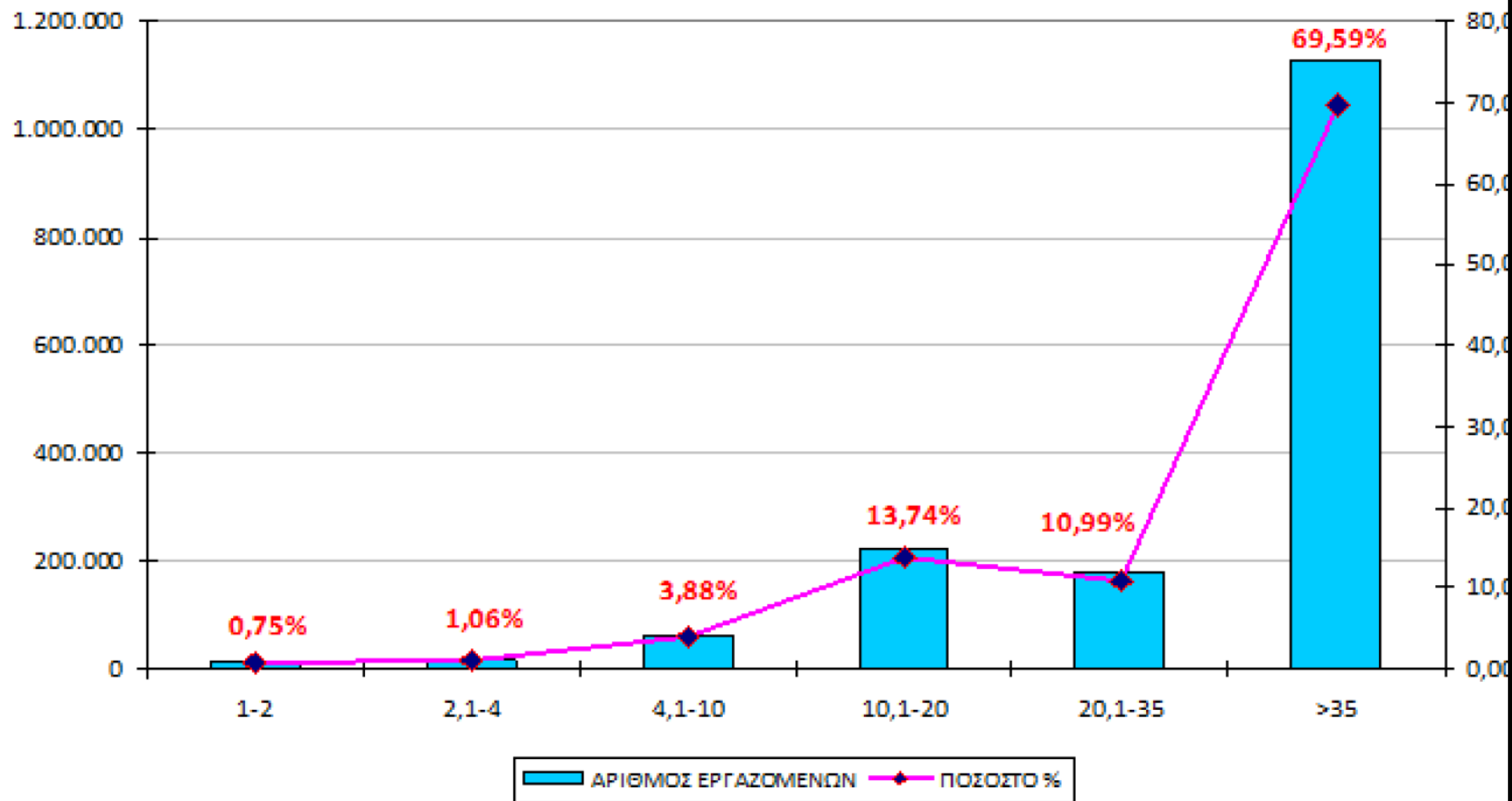
ΠΙΝΑΚΑΣ IB1: Αριθμός εργαζομένων ανά φύλο

ΦΥΛΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ 2015	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ 2014	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)	ΔΙΑΦΟΡΑ (2015 - 2014)	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)
ΑΝΤΡΕΣ	863.837	53,33	811.697	53,01	52.140	6,42
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	756.008	46,67	719.482	46,99	36.526	5,08
ΣΥΝΟΛΟ	1.619.845	100,00	1.531.179	100,00	88.666	+ 5,79

ΠΙΝΑΚΑΣ IB2: Αριθμός εργαζομένων ανά εβδομαδιαίες ώρες απασχόλησης

ΕΥΡΟΣ	ΕΤΟΣ 2015 ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (στο σύνολο των εργαζομένων)	ΕΤΟΣ 2014 ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (στο σύνολο των εργαζομένων)	ΔΙΑΦΟΡΑ (2015 - 2014)	ΠΟΣΟΣΤΟ % (στο σύνολο των εργαζομένων)
1-2	12.127	0,75	11.982	0,78	145	1,21
2,1-4	17.112	1,06	15.313	1,00	1.799	11,75
4,1-10	62.884	3,88	60.489	3,95	2.395	3,96
10,1-20	222.504	13,74	216.994	14,17	5.510	2,54
20,1-35	177.961	10,99	162.633	10,62	15.328	9,42
>35	1.127.257	69,59	1.063.768	69,47	63.489	5,97
ΣΥΝΟΛΟ	1.619.845	100,00	1.531.179	100,00	88.666	+ 5,79

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΩΝ ΩΡΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



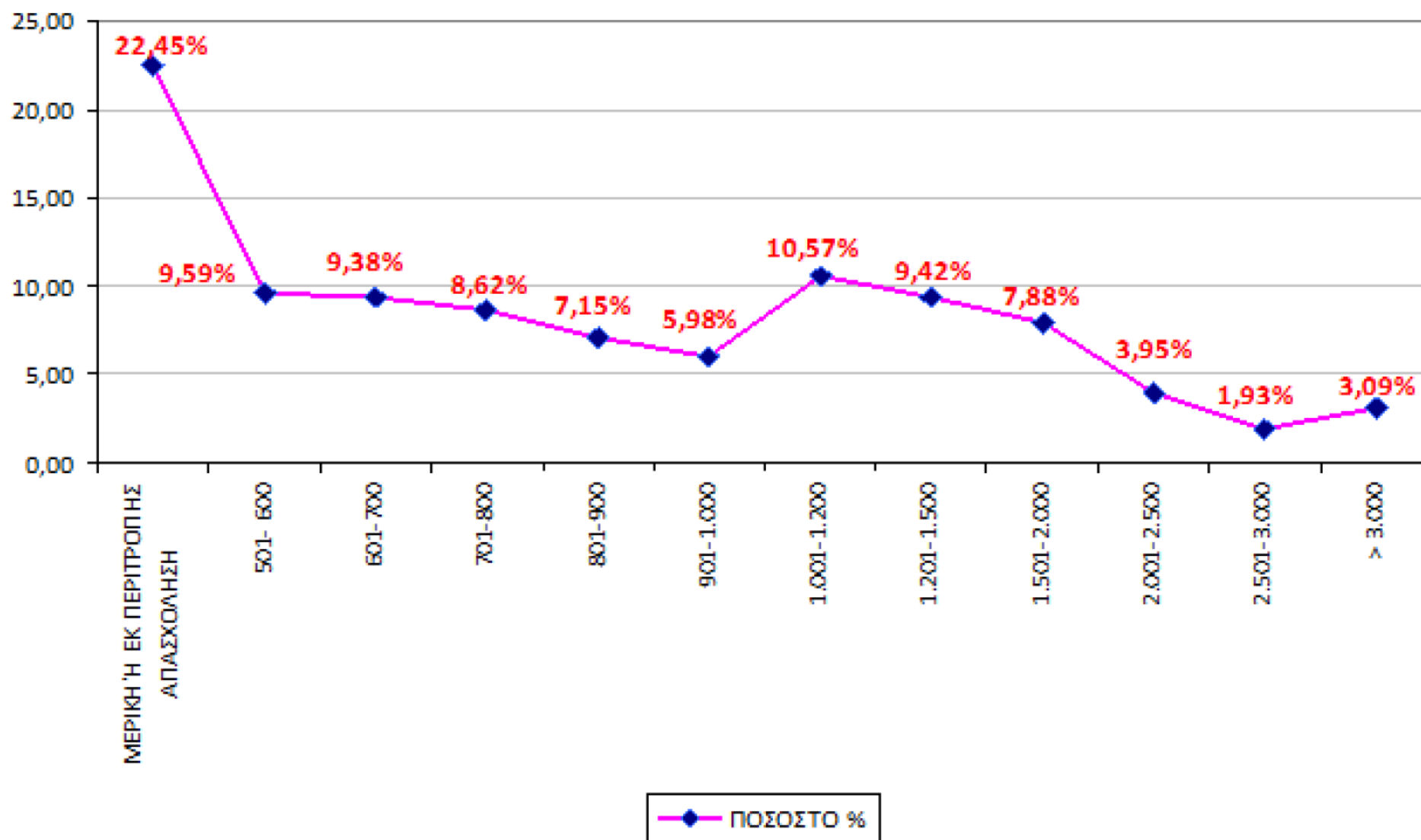
ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΒ3: Αριθμός εργαζομένων ανά εύρος μηνιαίων αποδοχών

ΕΥΡΟΣ ΜΗΝΙΑΙΟΥ ΜΙΣΘΟΥ (ΣΕ €)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ 2015	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ 2014	ΠΟΣΟΣΤΟ %	ΔΙΑΦΟΡΑ (2015-2014)	ΠΟΣΟΣΤΟ %
		(στο σύνολο των εργαζομένων)		(στο σύνολο των εργαζομένων)		(στο σύνολο των εργαζομένων)
ΜΕΡΙΚΗ Ή ΕΚ ΠΕΡΙΤΡΟΠΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	363.710	22,45	333.918	21,81	29.792	8,92
501- 600	155.266	9,59	137.113	8,95	18.153	13,24
601-700	151.887	9,38	137.376	8,97	14.511	10,56
701-800	139.596	8,62	129.257	8,44	10.339	8,00
801-900	115.777	7,15	110.434	7,21	5.343	4,84
901-1.000	96.857	5,98	94.585	6,18	2.272	2,40
1.001-1.200	171.139	10,57	171.139	11,18	0	0,00
1.201-1.500	152.648	9,42	151.282	9,88	1.366	0,90
1.501-2.000	127.662	7,88	125.953	8,23	1.709	1,36
2.001-2.500	63.958	3,95	62.448	4,08	1.510	2,42
2.501-3.000	31.217	1,93	29.949	1,96	1.268	4,23
> 3.000	50.128	3,09	47.725	3,12	2.403	5,04
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	1.256.135	77,55	1.197.261	78,19	58.874	4,92
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	1.619.845	100,00	1.531.179	100,00	88.666	+ 5,79

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΒ4: Μέσος όρος μικτών μηνιαίων αποδοχών.

ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΜΙΚΤΩΝ ΜΗΝΙΑΙΩΝ ΑΠΟΔΟΧΩΝ 2015	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΜΙΚΤΩΝ ΜΗΝΙΑΙΩΝ ΑΠΟΔΟΧΩΝ 2014	ΔΙΑΦΟΡΑ (2015 - 2014)	ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ % ΔΙΑΦΟΡΑ
1.651.049.244	1.595.727.438	55.321.806	3.47

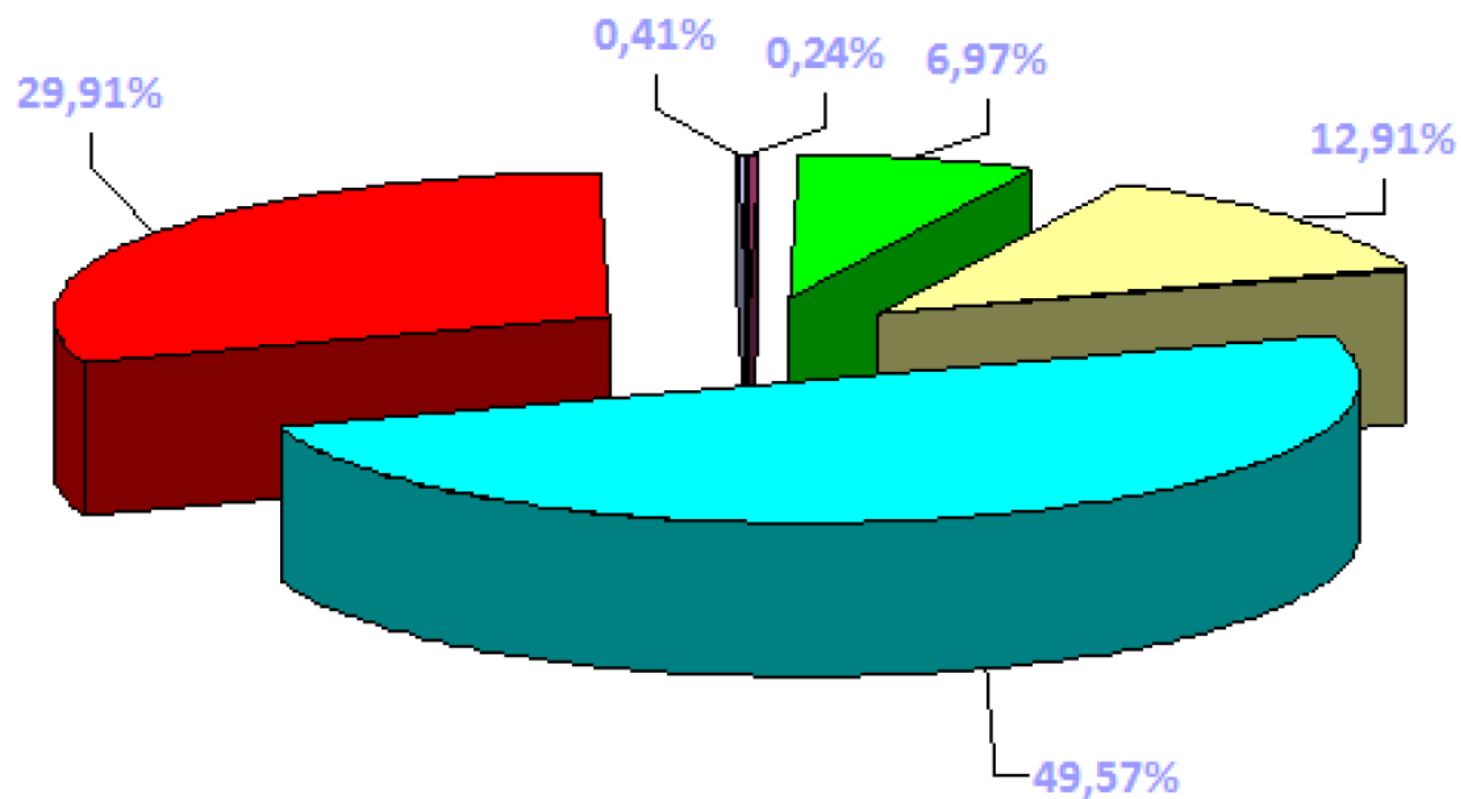
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΕΥΡΟΣ ΜΗΝΙΑΙΩΝ ΑΠΟΔΟΧΩΝ ΣΕ (€)



ΠΙΝΑΚΑΣ IB5: Αριθμός εργαζομένων ανά ηλικιακή ομάδα

ΕΥΡΟΣ ΗΛΙΚΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ 2015	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ 2014	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)	ΔΙΑΦΟΡΑ (2015 - 2014)	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)
<19	3.837	0,24	3.477	0,23	360	10,35
19-24	112.836	6,97	105.782	6,91	7.054	6,67
25-29	209.047	12,91	204.058	13,33	4.989	2,44
30-44	803.014	49,57	777.073	50,75	25.941	3,34
45-64	484.502	29,91	435.294	28,43	49.208	11,30
>64	6.609	0,41	5.495	0,36	1.114	20,27
ΣΥΝΟΛΟ	1.619.845	100,00	1.531.179	100,00	88.666	5,79

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ



■ <19 ■ 19-24 ■ 25-29 ■ 30-44 ■ 45-64 ■ >64

ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)
Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	218.193	13,21
Δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης	171.402	10,38
Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	167.204	10,13
Βιομηχανία τροφίμων	79.738	4,83
Εκπαίδευση	69.458	4,21
Καταλύματα	66.667	4,04
Δραστηριότητες ανθρώπινης υγείας	51.597	3,12
Δραστηριότητες χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, με εξαίρεση τις ασφαλιστικές δραστηριότητες και τα συνταξιοδοτικά ταμεία	50.942	3,09
Δημόσια διοίκηση και άμυνα· υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	45.251	2,74
Χερσαίες μεταφορές και μεταφορές μέσω αγωγών	38.701	2,34
Αποθήκευση και υποστηρικτικές προς τη μεταφορά δραστηριότητες	35.242	2,13
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο· επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσικλετών	29.032	1,76
Δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών σε κτίρια και εξωτερικούς χώρους	28.364	1,72
Νομικές και λογιστικές δραστηριότητες	24.785	1,50
Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού	23.361	1,41

Τηλεπικοινωνίες	21.770	1,32
Άλλες δραστηριότητες παροχής προσωπικών υπηρεσιών	21.147	1,28
Δραστηριότητες κεντρικών γραφείων· δραστηριότητες παροχής συμβουλών διαχείρισης	20.033	1,21
Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, με εξαίρεση τα μηχανήματα και τα είδη εξοπλισμού	18.446	1,12
Δραστηριότητες παροχής προστασίας και έρευνας	18.348	1,11
Εξειδικευμένες κατασκευαστικές δραστηριότητες	17.678	1,07
Δραστηριότητες κοινωνικής μέριμνας χωρίς παροχή καταλύματος	16.250	0,98
Έργα πολιτικού μηχανικού	15.940	0,97
Δραστηριότητες οργανώσεων	15.598	0,94
Ταχυδρομικές και ταχυμεταφορικές δραστηριότητες	14.235	0,86
Αθλητικές δραστηριότητες και δραστηριότητες διασκέδασης και ψυχαγωγίας	13.802	0,84
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες	13.497	0,82
Αρχιτεκτονικές δραστηριότητες και δραστηριότητες μηχανικών· τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις	12.701	0,77
Παραγωγή χημικών ουσιών και προϊόντων	11.883	0,72
Παραγωγή άλλων μη μεταλλικών ορυκτών προϊόντων	11.527	0,70

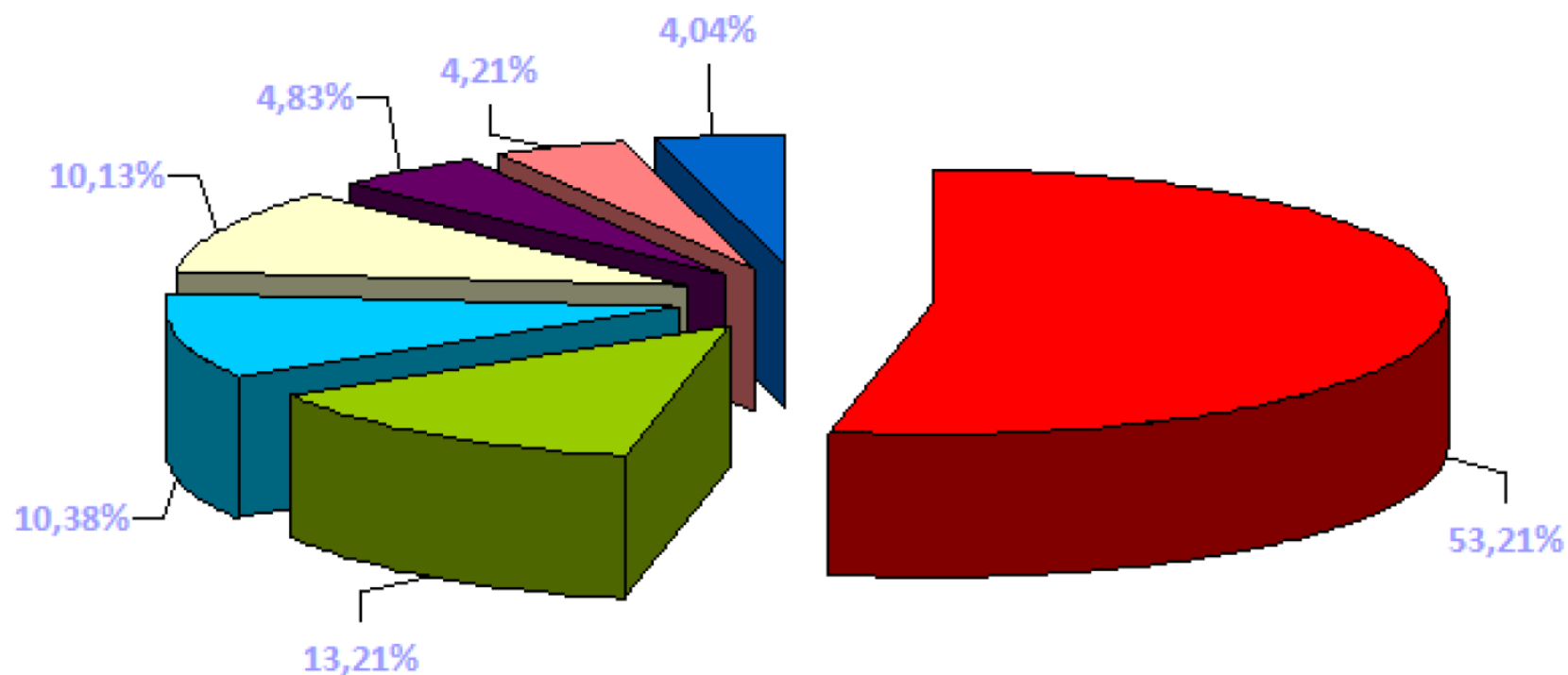
Διοικητικές δραστηριότητες γραφείου, γραμματειακή υποστήριξη και άλλες δραστηριότητες παροχής υποστήριξης προς τις επιχειρήσεις	10.855	0,66
Δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων, γραφείων οργανωμένων ταξιδιών και υπηρεσιών κρατήσεων και συναφείς δραστηριότητες	10.479	0,63
Εκδοτικές δραστηριότητες	10.418	0,63
Κατασκευή ειδών ένδυσης	10.214	0,62
Κατασκευή προϊόντων από ελαστικό (καουτσούκ) και πλαστικές ύλες	10.180	0,62
Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων και φαρμακευτικών σκευασμάτων	9.627	0,58
Άλλες επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες	9.463	0,57
Δραστηριότητες βοήθειας με παροχή καταλύματος	9.339	0,57
Διαφήμιση και έρευνα αγοράς	9.134	0,55
Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού π.δ.κ.α.	8.986	0,54
Δραστηριότητες απασχόλησης	8.816	0,53
Δραστηριότητες συναφείς προς τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και τις ασφαλιστικές δραστηριότητες	8.534	0,52
Κατασκευές κτιρίων	8.498	0,51
Τυχερά παιχνίδια και στοιχήματα	8.464	0,51
Πλωτές μεταφορές	8.338	0,50
Ασφαλιστικά, αντασφαλιστικά και συνταξιοδοτικά ταμεία, εκτός από την υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	8.099	0,49
Ποτοποιία	8.058	0,49

Συλλογή, επεξεργασία και παροχή νερού	8.037	0,49
Δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοηλεκτρονικών εκπομπών	7.609	0,46
Παραγωγή βασικών μετάλλων	7.569	0,46
Χαρτοποιία και κατασκευή χάρτινων προϊόντων	7.504	0,45
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας	7.236	0,44
Παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών υλών	6.974	0,42
Εκτυπώσεις και αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	6.971	0,42
Επισκευή και εγκατάσταση μηχανημάτων και εξοπλισμού	6.779	0,41
Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες	6.356	0,38
Κατασκευή ηλεκτρολογικού εξοπλισμού	6.222	0,38
Δραστηριότητες ενοικίασης και εκμίσθωσης	6.165	0,37
Κατασκευή επίπλων	5.703	0,35
Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	5.567	0,34
Συλλογή, επεξεργασία και διάθεση απορριμμάτων· ανάκτηση υλικών	5.141	0,31
Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη	4.606	0,28
Άλλες μεταποιητικές δραστηριότητες	4.354	0,26
Αλιεία και υδατοκαλλιέργεια	4.150	0,25
Κατασκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών, ηλεκτρονικών και οπτικών προϊόντων	3.847	0,23
Αεροπορικές μεταφορές	3.777	0,23
Δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας	3.734	0,23
Παραγωγή οπάνθρακα και προϊόντων διύλισης πετρελαίου	3.729	0,23

Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λοιπές πολιτιστικές δραστηριότητες	3.458	0,21
Κατασκευή λοιπού εξοπλισμού μεταφορών	3.448	0,21
Βιομηχανία ξύλου και κατασκευή προϊόντων από ξύλο και φελλό, εκτός από έπιπλα· κατασκευή ειδών καλαθοποιίας και σπαρτοπλεκτικής	3.108	0,19
Λοιπά ορυχεία και λατομεία	2.756	0,17
Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις	2.628	0,16
Εξόρυξη μεταλλευμάτων	2.233	0,14
Επισκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών και ειδών ατομικής ή οικιακής χρήσης	2.007	0,12
Βιομηχανία δέρματος και δερμάτινων ειδών	1.916	0,12
Κατασκευή μηχανοκίνητων οχημάτων, ρυμουλκούμενων και ημρυμουλκούμενων οχημάτων	1.459	0,09
Εξόρυξη άνθρακα και λιγνίτη	1.444	0,09
Παραγωγή προϊόντων καπνού	1.219	0,07
Επεξεργασία λυμάτων	661	0,04
Έλλειψη δραστηριότητας	619	0,04
Δασοκομία και υλοτομία	492	0,03
Κτηνιατρικές δραστηριότητες	486	0,03
Δραστηριότητες εξωχώριων οργανισμών και φορέων	320	0,02
Υποστηρικτικές δραστηριότητες εξόρυξης	311	0,02
Δραστηριότητες εξυγίανσης και άλλες υπηρεσίες για τη διαχείριση αποβλήτων	259	0,02

Δραστηριότητες νοικοκυριών ως εργοδοτών οικιακού προσωπικού	22	0,00
Δραστηριότητες ιδιωτικών νοικοκυριών, που αφορούν την παραγωγή μη διακριτών αγαθών -και υπηρεσιών- για ίδια χρήση	6	0,00
ΣΥΝΟΛΟ	1.651.176	100,00

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ



■ Λοιποί κλάδοι
□ Χονδρικό εμπόριο
■ Καταλύματα

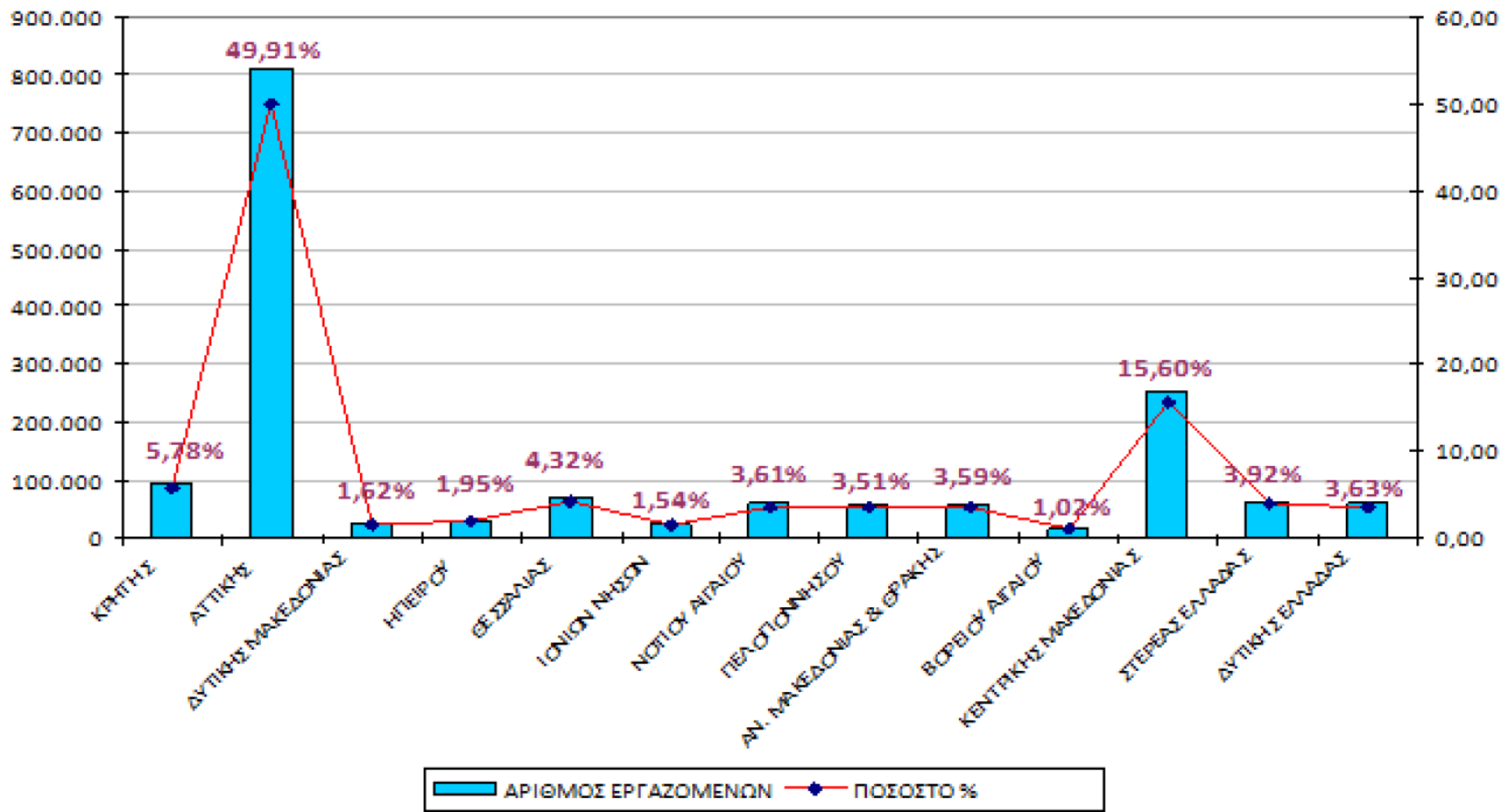
■ Λιανικό εμπόριο
■ Βιομηχανία τροφίμων

■ Δραστηρ. υπηρεσιών εστίασης
■ Εκπαίδευση

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΒ1: Αριθμός εργαζομένων ανά Περιφέρεια

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)
ΚΡΗΤΗΣ	93.802	5,78
ΑΤΤΙΚΗΣ	810.361	49,91
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	26.343	1,62
ΗΠΕΙΡΟΥ	31.712	1,95
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	70.132	4,32
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	25.002	1,54
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	58.560	3,61
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	56.952	3,51
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ	58.339	3,59
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	16.500	1,02
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	253.303	15,60
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	63.620	3,92
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	58.920	3,63
ΣΥΝΟΛΟ	1.623.546	100,00

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ

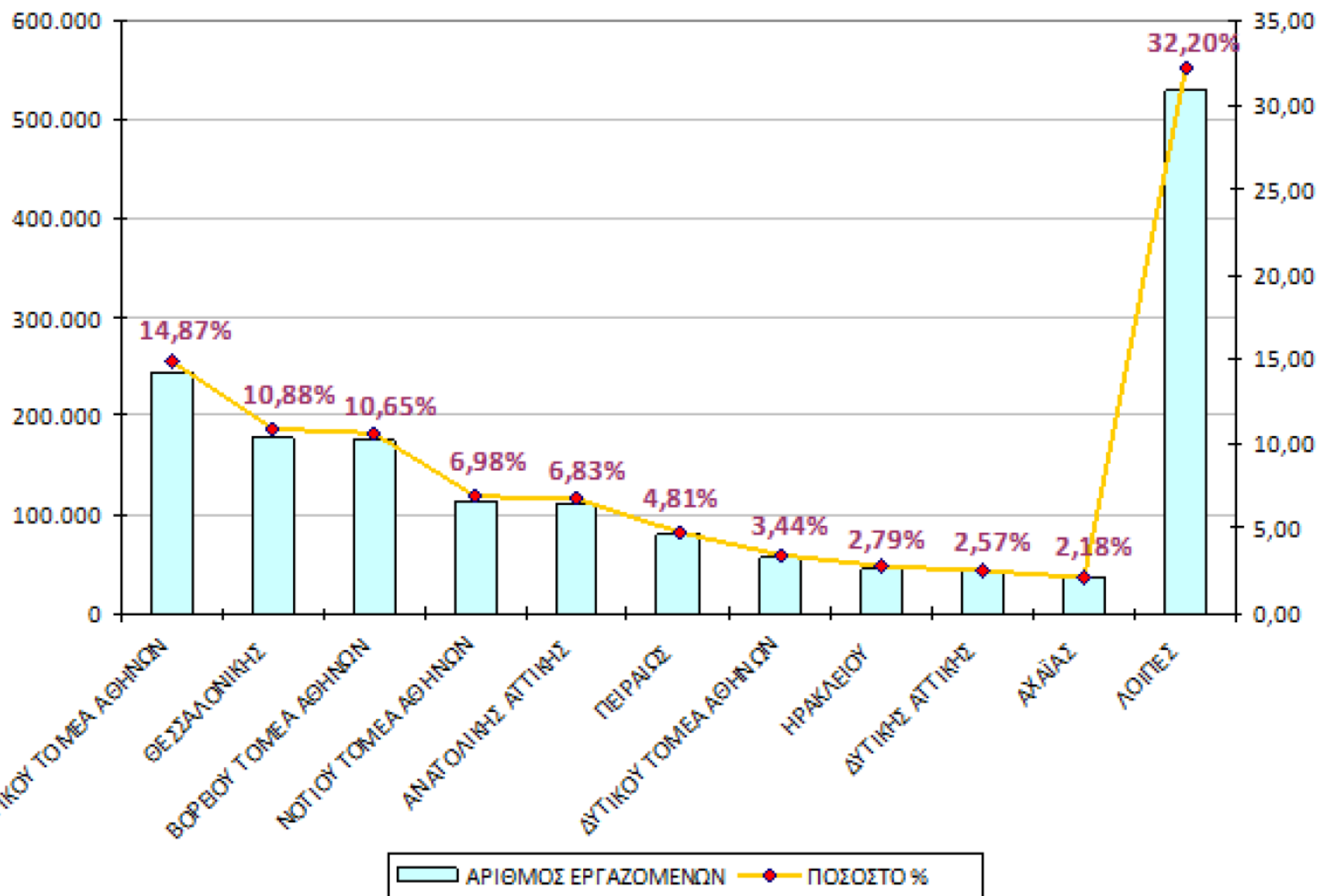


ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΒ1: Αριθμός εργαζομένων ανά Περιφερειακή Ενότητα

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ % (ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ)
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ	ΔΡΑΜΑΣ	9.436	0,57
	ΕΒΡΟΥ	12.778	0,78
	ΘΑΣΟΥ	1.267	0,08
	ΚΑΒΑΛΑΣ	14.336	0,87
	ΞΑΝΘΗΣ	11.416	0,69
	ΡΟΔΟΠΗΣ	9.244	0,56
ΑΤΤΙΚΗΣ	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	112.343	6,83
	ΒΟΡΕΙΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	175.088	10,65
	ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ	42.271	2,57
	ΔΥΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	56.589	3,44
	ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	244.358	14,87
	ΝΗΣΩΝ	4.795	0,29
	ΝΟΤΙΟΥ ΤΟΜΕΑ ΑΘΗΝΩΝ	114.665	6,98
	ΠΕΙΡΑΙΩΣ	79.122	4,81
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΙΚΑΡΙΑΣ	346	0,02
	ΛΕΣΒΟΥ	7.136	0,43
	ΔΗΜΝΟΥ	882	0,05
	ΣΑΜΟΥ	3.036	0,18
	ΧΙΟΥ	5.107	0,31
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	14.350	0,87
	ΑΧΑΪΑΣ	35.854	2,18
	ΗΛΕΙΑΣ	8.766	0,53
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΓΡΕΒΕΝΩΝ	1.871	0,11
	ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	4.975	0,30
	ΚΟΖΑΝΗΣ	15.592	0,95
	ΦΛΩΡΙΝΑΣ	3.959	0,24
ΗΠΕΙΡΟΥ	ΑΡΤΑΣ	5.034	0,31
	ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	3.258	0,20
	ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	19.320	1,18
	ΠΡΕΒΕΖΑΣ	4.140	0,25
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	8.002	0,49
	ΛΑΡΙΣΑΣ	29.458	1,79

	ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	21.024	1,28
	ΣΠΟΡΑΔΩΝ	1.036	0,06
	ΤΡΙΚΑΛΩΝ	10.701	0,65
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	ΖΑΚΥΝΘΟΥ	4.667	0,28
	ΙΘΑΚΗΣ	128	0,01
	ΚΕΡΚΥΡΑΣ	14.535	0,88
	ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	3.393	0,21
	ΛΕΥΚΑΔΑΣ	2.282	0,14
	ΗΜΑΘΙΑΣ	14.051	0,85
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	178.838	10,88
	ΚΙΑΚΙΣ	9.395	0,57
	ΠΕΛΛΑΣ	11.931	0,73
	ΠΕΡΙΑΣ	11.382	0,69
ΚΡΗΤΗΣ	ΣΕΡΡΩΝ	12.867	0,78
	ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	15.375	0,94
	ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	45.809	2,79
	ΛΑΣΙΘΙΟΥ	10.787	0,66
	ΡΕΘΥΜΝΟΥ	12.865	0,78
	ΧΑΝΙΩΝ	24.561	1,49
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΑΝΔΡΟΥ	566	0,03
	ΘΗΡΑΣ	7.191	0,44
	ΚΑΛΥΜΝΟΥ	2.069	0,13
	ΚΑΡΠΑΘΟΥ	437	0,03
	ΚΕΑΣ-ΚΥΘΟΥ	241	0,01
	ΚΩ	9.381	0,57
	ΜΗΛΟΥ	1.206	0,07
	ΜΥΚΟΝΟΥ	3.506	0,21
	ΝΑΞΟΥ	1.970	0,12
	ΠΑΡΟΥ	2.015	0,12
	ΡΟΔΟΥ	26.270	1,60
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	ΣΥΡΟΥ	2.928	0,18
	ΤΗΝΟΥ	808	0,05
	ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	10.020	0,61
	ΑΡΚΑΔΙΑΣ	7.541	0,46
	ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	18.965	1,15
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΛΑΚΩΝΙΑΣ	5.824	0,35
	ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	14.696	0,89
	ΒΟΙΩΤΙΑΣ	25.339	1,54
	ΕΥΒΟΙΑΣ	20.123	1,22
	ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	895	0,05
	ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	14.379	0,87
	ΦΩΚΙΔΑΣ	2.974	0,18
	ΣΥΝΟΛΟ	1.643.765	100,00

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ



8. Αναζήτηση και επιλογή συνεργατών



Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών



Μια επιχείρηση κατά κύριο λόγο, θέλει να συναλλάσσεται μόνον με προμηθευτές και συνεργάτες:

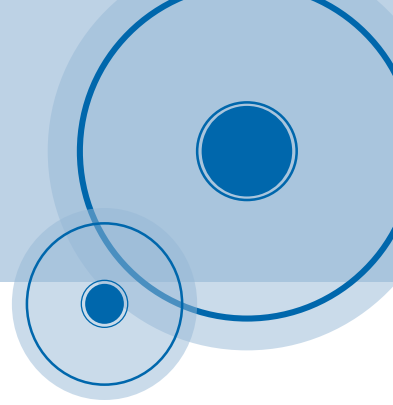
- που απολαμβάνουν καλής φήμης
- είναι διατεθειμένοι να εφαρμόσουν τις ποιοτικές προδιαγραφές της

Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών II

Οι υπεύθυνοι των τμημάτων Εφοδιασμού χρησιμοποιούν τα συστήματα αξιολόγησης προμηθευτών προκειμένου να προσδιορίσουν :

- Ευκαιρίες βελτίωσης των προμηθευτών
- Τάσεις απόδοσης
- Την επιλογή του καλύτερου προμηθευτή, τόσο για τις απαιτήσεις «ρουτίνας», όσο και για κρίσιμα υλικά, η οποία θα έχει σημαντικό όφελος για την επιχείρηση μέσω μακροπρόθεσμων συμφωνιών.

Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών III

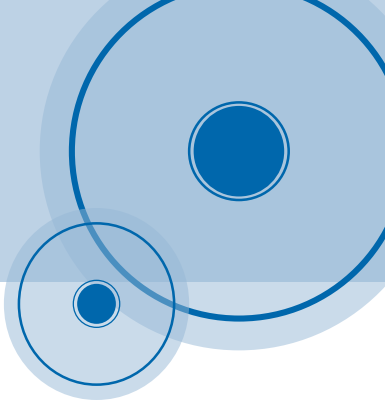


Υπολογισμός Κινδύνου Προμήθειας

Για την λεπτομερή αξιολόγηση του προμηθευτικού κινδύνου κάθε υλικού είναι απαραίτητη η ανάλυση δύο μεταβλητών:

- *της επικοινωνιακής αβεβαιότητας*
 - *της εμπορικής αβεβαιότητας*

Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών IV

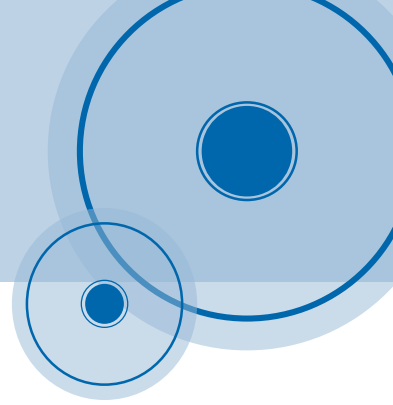


Σημαντικά στοιχεία ανάλυσης:

- Αριθμός Προμηθευτών
- Κίνδυνος Απαξίωσης κατά την Αποθήκευση
- Ανταγωνισμός μεταξύ Προμηθευτών για το Υλικό
- Δύσκολες συχνές αλλαγές Προμηθευτών λόγω της Φύσεως του Εξοπλισμού Της Επιχείρησης
- Δύσκολες Αλλαγές Προμηθευτών λόγω Επιδράσεων στο τελικό Προϊόν/ Πελάτη
- Δύσκολες Αλλαγές Προμηθευτών λόγω Τεχνολογίας, Πατεντών κλπ.
- Το Υλικό είναι Ειδικών Προδιαγραφών
- Το Υλικό πρέπει να έχει Περιβαλλοντική Αξιοπιστία/ Ασφάλεια
- Η Αλλαγή Προμηθευτή είναι δύσκολη λόγω του Δικτύου Μεταφοράς

Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών

V



Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για την εύρεση και επιλογή των κατάλληλων προμηθευτών, όπως:

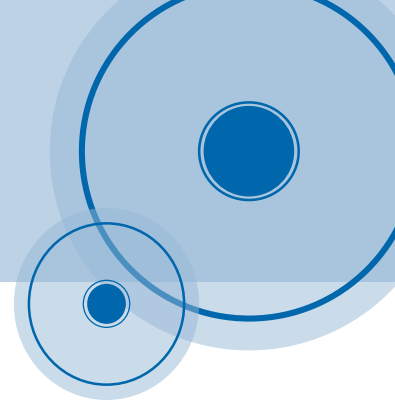
- ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ
- ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΚΛΑΔΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών VI

ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ (ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ)

- Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΤΟΜΕΑΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ
- ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ
- ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΕ ΚΑΤΑΛΛΗΛΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ
ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ
- ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗ ΓΚΑΜΑ

Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών VII



ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ (e-market places)

- Δημοπρασίες (Auctions)
- Αντίστροφες Δημοπρασίες (Reverse Auctions)
- Κατάλογοι (Catalogs)
- Συναλλαγές (Exchanges)

Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών VIII

Παραδοσιακά κανάλια Πωλήσεων:

- Λιανέμπορος
- Χονδρέμπορος
- Τοπικός Αντιπρόσωπος

Αναζήτηση και Επιλογή Συνεργατών IX

Μέθοδοι Πωλήσεων:

- 1) Απευθείας Πώληση
 - ✓ Πρόσωπο με πρόσωπο
 - ✓ Direct mail
 - ✓ Μέσω διαδικτύου
- 2) Μεσάζων
- 3) Συγκέντρωσης Δυνάμεων

9. Μέθοδοι Τιμολόγησης



Μέθοδοι Τιμολόγησης

❖ Για τον καθορισμό της τιμής πώλησης πρέπει να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράγοντες όπως:

- Το συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς στο οποίο στοχεύει η επιχείρηση
- Οι ανταγωνιστές και η τιμολογιακή πολιτική τους
- Η επιστροφή του επενδυθέντος κεφαλαίου
- Τα μακροοικονομικά στοιχεία της οικονομίας
- Η επιβίωση της επιχείρησης (το νεκρό σημείο)
- Η μεγιστοποίηση του κέρδους

Μέθοδοι Τιμολόγησης II

❖ Το τμήμα της αγοράς

- Κοινωνικά και οικονομικά κριτήρια
- Δημογραφικά κριτήρια
- Γεωγραφικά κριτήρια

❖ Ο ανταγωνισμός

- Προσφέρει υποκατάστατα προϊόντα
- Προσφέρει παρόμοια marketing mixes
- Ευρύτερος ανταγωνισμός

❖ Η επιστροφή του κεφαλαίου

- Συνήθως 4 χρόνια

Μέθοδοι Τιμολόγησης III

❖ Τα μακροοικονομικά

- Πληθωρισμός
- Επιτόκια δανεισμού
- Επιτόκια καταθέσεων

❖ Η επιβίωση

- Διάγραμμα πωλήσεων - κερδών

❖ Το κέρδος

- Αρπαγή εναντίον Δεισδυσης
- Ευρώ: επιτρέπει μακροχρόνιο σχεδιασμό

Μέθοδοι Τιμολόγησης IV

❖ Μέθοδοι καθορισμού των τιμών:

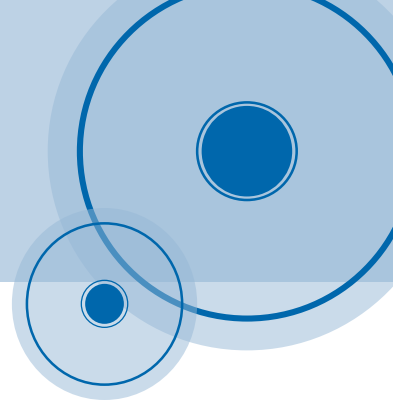
- Κόστος – συν
- Ανάλυση νεκρού σημείου
- Τιμολογιακή πολιτική καθοδικής πορείας
- Τιμολογιακή πολιτική ανοδικής πορείας
- Στρατηγική αμοιβής
- Στρατηγική διείσδυσης
- Στρατηγική ευκαιρίας
- Στρατηγική υπερτίμησης
- Στρατηγική μέσου όρου
- Στρατηγική της καλής τιμής
- Στρατηγικές σχετικές με χαμηλή ποιότητα

Μέθοδοι Τιμολόγησης V

❖ Κόστος – συν

- Η πιο απλή και πιο διαδεδομένη μέθοδος καθορισμού των τιμών.
 - Η επιχείρηση αντιλαμβάνεται καλύτερα την έννοια του κόστους παρά την έννοια της ζήτησης.
 - Προσθέτουμε ένα ποσοστό μεικτού κέρδους πάνω στο κόστος μας.
 - Οι τιμές γίνονται πιο ανταγωνιστικές.
 - Αγνοεί τη ζήτηση.
 - Αγνοεί τον ανταγωνισμό.

Μέθοδοι Τιμολόγησης VI



❖ Ανάλυση νεκρού σημείου

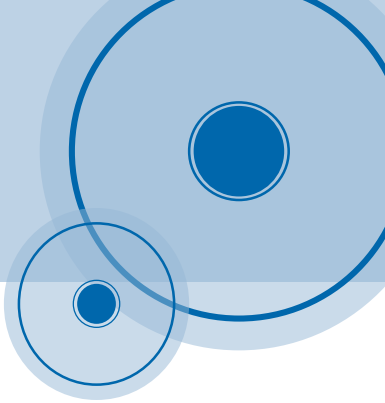
- Λαμβάνει υπόψη της τις ιδιαίτερες ανάγκες της επιχείρησης
- Προϋποθέτει αναλυτική κοστολόγηση
- Η επιχείρηση αντιλαμβάνεται το νεκρό σημείο και πράττει ανάλογα

Μέθοδοι Τιμολόγησης VII

❖ Τιμολογιακή πολιτική καθοδικής πορείας

- Παρουσιάζεται ένα νέο προϊόν, το οποίο καλύπτει τις ανάγκες των υψηλά ιστάμενων κοινωνικό-οικονομικών ομάδων
- Το προϊόν παρουσιάζεται στην αρχή σε μία υψηλή τιμή. Στη συνέχεια η τιμή ή παραμένει για μεγάλο χρονικό διάστημα στο ίδιο επίπεδο, οπότε ο πληθωρισμός δημιουργεί συνθήκες μείωσης της πραγματικής αξίας ή η επιχείρηση μειώνει την τιμή πώλησης του προϊόντος.
 - Το προϊόν καθίσταται προσιτό και στις υπόλοιπες κοινωνικό-οικονομικές ομάδες.
 - Π.χ. Τηλεοράσεις, κινητά τηλέφωνα

Μέθοδοι Τιμολόγησης VIII



❖ Τιμολογιακή πολιτική ανοδικής πορείας

- Η επιχείρηση παρουσιάζει το προϊόν της σε χαμηλή τιμή.
- Στη συνέχεια ακολουθεί τις πληθωριστικές τάσεις της Αγοράς.
- Η τιμή πώλησης παρουσιάζεται στην αρχή χαμηλή, προκειμένου να γίνει αποδεκτό από την χαμηλή κοινωνικό-οικονομική ομάδα και στη συνέχεια με την ύψωση της τιμής του προϊόντος, γίνεται αποδεκτό από και από τις υψηλότερες ομάδες.
- Η πολιτική αυτή εφαρμόζεται σε πάρα πολλά προϊόντα και συντελεί στην αύξηση των πληθωριστικών δυνάμεων της αγοράς.

Μέθοδοι Τιμολόγησης ΙΧ

❖ Στρατηγική αμοιβής

- Υψηλή ποιότητα σε υψηλή τιμή
- Η επιχείρηση βρίσκεται στην αγορά μεγάλο χρονικό διάστημα, έχει δημιουργήσει μια πολύ καλή φήμη, διαθέτει λογότυπο (ποιοτική εγγύηση), είναι ηγέτης της αγοράς και για τις υπηρεσίες της αυτές "εισπράττει" την υψηλή τιμή από τα προϊόντα της

Μέθοδοι Τιμολόγησης XI

❖ Στρατηγική διείσδυσης

- Υψηλή ποιότητα σε μεσαία τιμή.
- Η επιχείρηση δεν είναι ηγέτης της αγοράς, αλλά ακολουθεί τον ηγέτη στο μερίδιο αγοράς, ακολουθεί την ποιότητα των προϊόντων του ηγέτη, διαθέτει το προϊόν σε χαμηλότερη τιμή πώλησης ώστε να δράσει ως πόλος έλξης για τις χαμηλότερες κοινωνικο-οικονομικές ομάδες.

Μέθοδοι Τιμολόγησης XII

❖ Στρατηγική ευκαιρίας

- Υψηλή ποιότητα σε χαμηλή τιμή:
 - Η επιχείρηση εμφανίζεται στην αγορά με μία δυναμική πολιτική, που μπορεί να φτάσει σε απευθείας σύγκρουση με τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις
 - Η σύγκρουση με τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις μπορεί να εξελιχθεί σε πόλεμο τιμών, αφού επίκεντρο της διαφωνίας θα είναι η διαφορά της πώλησης για προϊόντα ίσης αξίας από τεχνικής πλευράς, όχι όμως και από ολικής ποιότητας αφού η τιμή πώλησης αποτελεί έναν παράγοντα ο οποίος συμμετέχει στη διαμόρφωση της ολικής ποιότητας.

Μέθοδοι Τιμολόγησης XIII

❖ Στρατηγική υπερτίμησης

- Μεσαία ποιότητα σε υψηλή τιμή
- Μέσω της τιμής πώλησης προσπαθεί η επιχείρηση να επιβάλλει την ποιότητα του προϊόντος στην αγορά, πείθοντας τους καταναλωτές στο σημείο αυτό.
- Συχνά συναντάται στην αγορά με θετικά αποτελέσματα, αφού η τιμή πώλησης για αρκετούς υποψήφιους αγοραστές αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τον προσδιορισμό της ποιότητας ενός προϊόντος.
- Μέσω της υψηλής τιμής πώλησης, διαμορφώνεται μία εικόνα για το προϊόν που δεν ανταποκρίνεται άμεσα στην Πραγματικότητα.

Μέθοδοι Τιμολόγησης XIV

❖ Στρατηγική μέσου όρου

- Μεσαία ποιότητα σε μεσαία τιμή
- Αγορά στόχο αποτελεί η χαμηλότερη κοινωνικό-οικονομική ομάδα
 - Για να έχει θετικά αποτελέσματα πρέπει να συνοδεύεται από μία προσεκτική τοποθέτηση του προϊόντος σε ανάλογα καταστήματα λιανικής πώλησης με συγκεκριμένο πλάνο γεωγραφικής κατανομής.

Μέθοδοι Τιμολόγησης XV

❖ Στρατηγική της καλής τιμής

- Μεσαία ποιότητα σε χαμηλή τιμή
- Στόχος της αγοράς είναι η χαμηλή κοινωνικό-οικονομική ομάδα με προεκτάσεις στις λίγο υψηλότερες αντίστοιχα στα άκρα της πολιτικής αυτής.
- Το προϊόν εδώ παρουσιάζεται με γεωγραφικά κριτήρια σε περιοχές που κυριαρχούνται από τις παραπάνω ομάδες που καλύπτουν τις ανάγκες τους στην τοπική αγορά.

Μέθοδοι Τιμολόγησης XVI

❖ Στρατηγικές σχετικές με χαμηλή ποιότητα

□ Στρατηγική της υπερβολικής τιμολόγησης

- Χαμηλή ποιότητα σε υψηλή τιμή
- Δύσκολα εφαρμόζεται σε προϊόντα, συνήθως εφαρμόζεται σε υπηρεσίες

□ Στρατηγική της υψηλής τιμής

- Χαμηλή ποιότητα σε μεσαία τιμή
- Χτυπάω και φεύγω

Μέθοδοι Τιμολόγησης XVII

- Στρατηγική της χαμηλής τιμής
 - Χαμηλή ποιότητα σε χαμηλή τιμή
 - Προσωρινή κάλυψη αναγκών μόνο από την κατώτερη κοινωνικό-οικονομική ομάδα
 - Η τιμή δένει με το προϊόν

10. Πολιτικές Προώθησης



Η Προώθηση *(Προβολή & Επικοινωνία)*



Είναι ο καθορισμός της ομάδας-στόχου για την επικοινωνία, προκειμένου να ενημερωθεί και κατατοπιστεί τόσο για την ίδια την επιχείρηση, όσο και για τα προϊόντα της.

Όπλα της Προώθησης *(Ελεγχόμενη επικοινωνία)*



είναι:

- η **διαφήμιση**,
- οι **πωλήσεις** και η **προώθηση** πωλήσεων,
- οι **δημόσιες σχέσεις**,
- τα **μηνύματα** (σλόγκαν),
- οι **άμεσες πωλήσεις** και τα **media**,
- ο **προϋπολογισμός** των παραπάνω, κλπ.

Η διαφήμιση



Ο στόχος της διαφήμισης είναι να μεταδώσει το μήνυμα που θα υποκινήσει τον δυνητικό πελάτη να προχωρήσει στην αγορά του διαφημιζόμενου, ή κάποιου άλλου προϊόντος/ υπηρεσίας της επιχείρησης.

Τα Μέσα της Διαφήμισης



είναι:

- **Τηλεόραση- Ραδιόφωνο- Κινηματογράφος**
- **Εφημερίδες- Περιοδικά**
- **Υπαιθρια Διαφήμιση**
- **Άμεση Διαφήμιση**

Πωλήσεις



- Μέσω επισκέψεων,
- Μέσα στο κατάστημα,
- Μέσω τηλεφώνου

Προώθηση πωλήσεων



- Διακόσμηση καταστημάτων,
- Συμμετοχή σε Εκθέσεις
- Ειδικές εκπτώσεις/ Διανομή δειγμάτων
- Απονομή βραβείων

Δημόσιες Σχέσεις



- **Συνεντεύξεις & Δελτία Τύπου**
- **Χορηγίες**
- **Οργάνωση Επισκέψεων**
(καταναλωτών, προμηθευτών, συνεργατών, δημοσιογράφων, κλπ. στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης)
- **Δραστηριότητες εντός της επιχείρησης**
(εγκαίνια, παρουσιάσεις, δεξιώσεις, κατάρτιση, κλπ.)

Άμεσες Πωλήσεις



- Άμεσο Ταχυδρομείο
- Τηλεμάρκετινγκ
- Άμεση Πώληση
- Ηλεκτρονική Πώληση

Όπλα της Προώθησης **(Μη Ελεγχόμενη επικοινωνία)**



Είναι η από στόμα σε στόμα **θετική** ή **αρνητική προβολή** της επιχείρησης
(*Mouth Marketing*).

Θετικά επηρεάζονται πολύ λίγοι!

(**Αρκετοί** θα αναρωτηθούν για το συμφέρον που υποκρύπτεται)

Αρνητικά επηρεάζονται πάρα πολλοί!

(**Σχεδόν κανείς** δεν θα ρωτήσει για το συμφέρον που υποκρύπτεται)

Η δύναμη της φήμης επιτείνεται ακόμα περισσότερο, αφού τα σύγχρονα μέσα διάδοσης και η αυξανόμενη εξοικείωση με τη χρήση του διαδικτύου,

με τα **blogs** (προσωπικό ηλεκτρονικό ημερολόγιο επιδεχόμενο παρεμβάσεις από κάθε επισκέπτη),

με τα **chatrooms** (σελίδες ηλεκτρονικής συζήτησης επί συγκεκριμένου θέματος με εξουσιοδοτημένη πρόσβαση),

με τα **wikis** (ιστοσελίδα που διαμορφώνεται συλλογικά, από όσους έχουν εξουσιοδότηση πρόσβασης) και με τα **κοινωνικά δίκτυα**,

αναδεικνύουν τη φήμη όσο ποτέ άλλοτε, λειτουργώντας ως **πρότυποι μηχανισμοί διαφήμισης**.



12. Επιχειρηματικότητα, Αγοραπωλησίες Επιχειρήσεων, Franchising



Επιχειρηματικότητα είναι:

**μια διαδικασία δημιουργίας,
ή αρπαγής μιας ευκαιρίας και
η επιδίωξη εκμετάλλευσής της,
ανεξάρτητα από τον έλεγχο,
ή την κατοχή των μέσων
υλοποίησής της.**

(Harvard Business School)

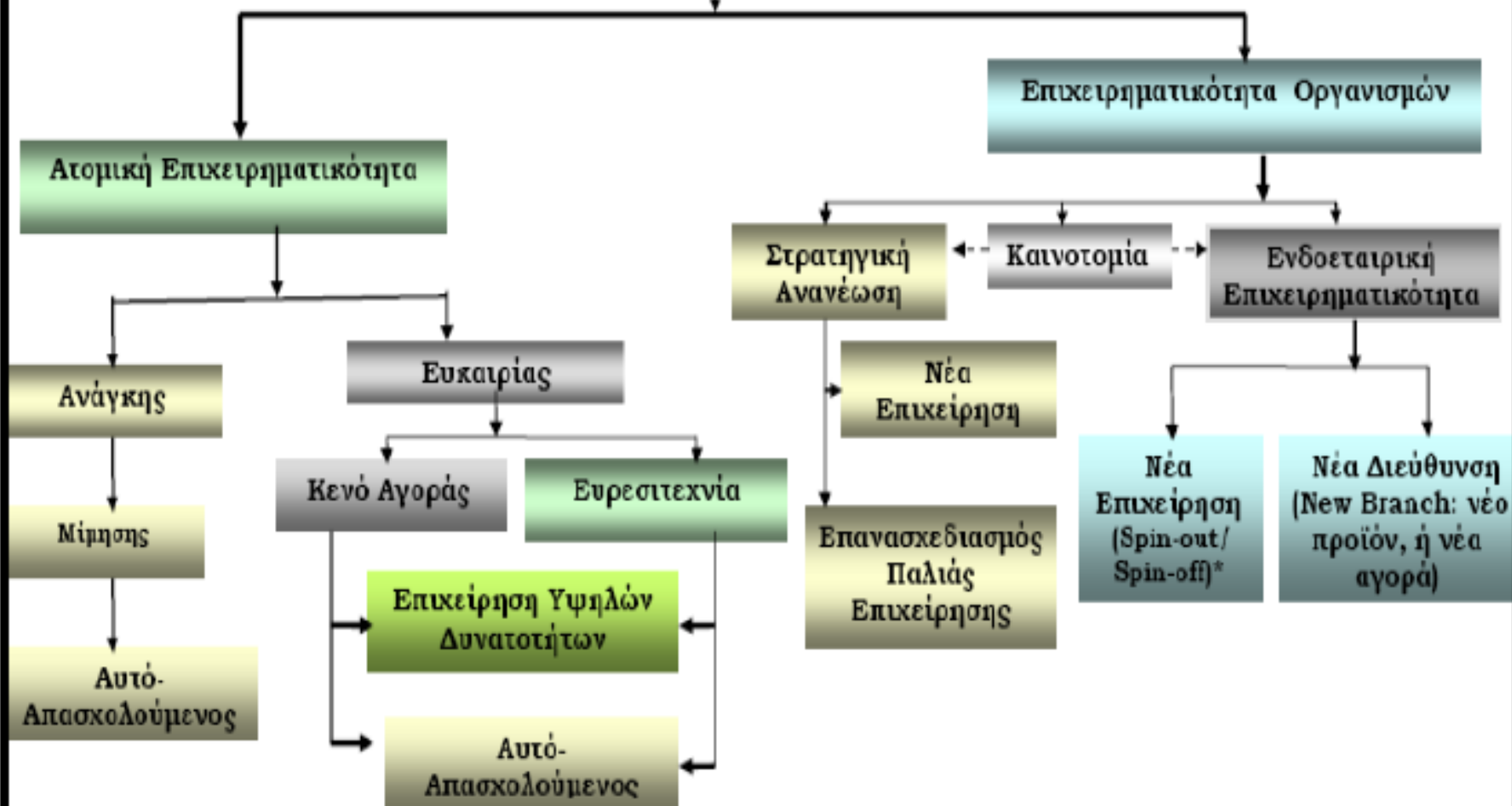
Η Επιχειρηματική Δραστηριότητα

είναι η δραστηριότητα των ανθρώπων που έχουν σαν στόχο **την οικονομική και προσωπική τους εξέλιξη**, μέσα από την **αυτο-απασχόληση**, ή τους **συνδυασμούς πόρων** (*ανθρώπων, κεφαλαίου, μηχανών*) **και ενεργειών** (*αποφάσεων, επιχειρηματικού κινδύνου, κ.λπ.*)

Ο Επιχειρηματίας

είναι εκείνος που **αναλαμβάνει την ευθύνη** για να **στήσει** μια επιχείρηση, να τη **λειτουργήσει** και να την **αναπτύξει** στηριζόμενος στην **ικανότητά** του να λαμβάνει **αποφάσεις**, να **διακρίνει τις ευκαιρίες** για την **επιτυχία** και να **αναλαμβάνει τις συνέπειες** επέλευσης των **κινδύνων** που συνεπάγεται η **παραπάνω λειτουργία**, με στόχο την **αποκόμιση οφέλους**.

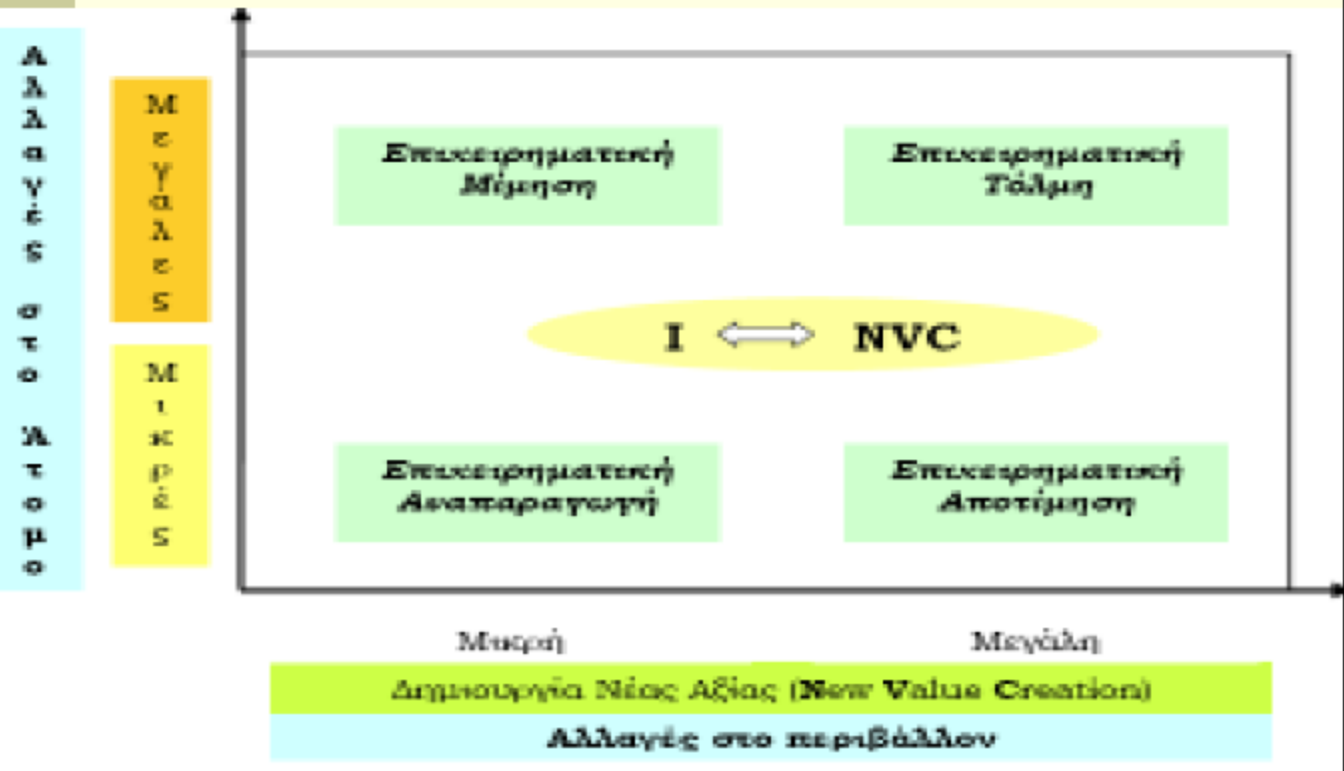
Επιχειρηματικότητα



*Spin-out: Οντότητα που ιδρύει, προς ίδιο συμφέρον, ένας εργαζόμενος σε μια υφιστάμενη επιχείρηση (employee entrepreneurship) από την οποία βέβαια και αποχωρεί για να διαχειριστεί τη δική του επιχείρηση.

Spin-off: Οντότητα που προκύπτει από την πώληση τμήματος, ή μιας διεύθυνσης παλαιάς από υφιστάμενη επιχείρηση, σε τρίτους.

Το Ετερογενές Πεδίο της Επιχειρηματικότητας



Πηγή: Brugnot & Julien, 2000.

■ **Επιχειρηματική Αναπαραγωγή** (*reproduction*)

κατά την οποία υπάρχει πολύ μικρή παραγωγή νέας αξίας, χωρίς καινοτομία και με μικρή αλλαγή για τον επίδοξο επιχειρηματία.

■ **Επιχειρηματική Μίμηση** (*imitation*)

όπου, αν και δεν υπάρχει σημαντική παραγωγή νέας αξίας, ο επίδοξος επιχειρηματίας επιδιώκει την αλλαγή μέσω της δημιουργίας σχέσεων, της απόκτησης τεχνογνωσίας, κλπ., προκειμένου να ιδρύσει τη δική του επιχείρηση με αρκετό κίνδυνο και υψηλό κόστος μάθησης.

■ **Επιχειρηματική Αποτίμηση** (*valorization*)

στην οποία υπάρχει σημαντική καινοτομία και δημιουργία νέας αξίας.

■ **Επιχειρηματική Τόλμη** (*venture*)

που οδηγεί στην ίδρυση επιχείρησης η επιτυχία της οποίας συνεπάγεται ριζικές αλλαγές στο περιβάλλον, μέσα από την καινοτομία και τη δημιουργία σημαντικής νέας αξίας (προστιθέμενης, ή μη υφιστάμενης πριν την εμφάνιση του νέου προϊόντος), καθώς και ενός νέου οικονομικού κλάδου, μερικές φορές.

Μορφές Ανάπτυξης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

1. Εξαγορά Υφιστάμενης Επιχείρησης

α. Πλεονεκτήματα

- Εξοικονόμηση πόρων,
- Αξιοποίηση υφιστάμενου πελατολογίου,
- Αξιοποίηση της εμπειρίας των στελεχών,
- Αξιοποίηση της τεχνολογική υποδομής,
- Αξιοποίηση τη άυλης περιουσίας και της φήμης των επιχειρήσεων αυτών.

Εξαγορά Υφιστάμενης Επιχείρησης

β. Μειονεκτήματα

- **Δυσκολία αποτίμησης** των προς τρίτους υποχρεώσεων της επιχείρησης,
- **Ασαφές καθεστώς φορολογίας** (πιθανή φορολογική ομηρία του νέου ιδιοκτήτη),
- **Πρακτική αδυναμία παράδοσης της επιχείρησης «καθαρής» στον νέο ιδιοκτήτη** (το θεσμικό πλαίσιο πρέπει να απαλλάσσει τον νέο από τα «αμαρτήματα» του προηγούμενου ιδιοκτήτη ο οποίος οφείλει να τα καλύψει με το προϊόν της πώλησης).

**Κατά την Ε. Επιτροπή (2003),
στα επόμενα δέκα χρόνια το 1/3
των υφιστάμενων επιχειρήσεων
θα χρειάζεται νέα ιδιοκτησία.**

Μορφές Ανάπτυξης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

2. Δικαιόχρηση (*Franchise*)

είναι η παρεχόμενη από τον **Δικαιοπάροχο** (**Franchiser**) στον **Δικαιοδόχο** (**Franchisee**) **τεχνογνωσία λειτουργίας** της επιχείρησης του **Δικαιοδόχου** που αφορά:

α) στη **διαμόρφωση ενιαίου & εύκολα αναγνωρίσιμου τύπου καταστήματος**

(χρήση πρωτότυπων ονομάτων, σημάτων, χρωμάτων και λοιπών διακριτικών γνωρισμάτων)

Η Δικαιόχρηση (*Franchise*) αφορά

- β) στον καθορισμό & στη διατήρηση μιας ανταγωνιστικής γκάμας προϊόντων, ή υπηρεσιών προς διάθεση, (συνεχής & εμπεριστατωμένη έρευνα, διαμόρφωση μεθόδων και τεχνικών σχετικά με την πώληση των προϊόντων ή την παροχή των υπηρεσιών αυτών).
- γ) στη διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου & αποδοτικού συστήματος οργάνωσης, διοικητικής & οικονομικής διαχείρισης & ανάπτυξης της επιχείρησης του Δικαιοδόχου.

Η Δικαιόχρηση (Franchise) επίσης, αφορά

- δ) στη διαμόρφωση μεθόδων και τρόπων επικοινωνίας και συναλλαγής με το καταναλωτικό κοινό.**
- ε) στον καθορισμό ενιαίου και αποτελεσματικού διαφημιστικού προγράμματος.**
- ζ) στην καθιέρωση συστήματος παρακολούθησης και βελτίωσης των καταστημάτων των Δικαιοδόχων, μέσω συνεχούς ελέγχου και υποστήριξης.**

Πλεονεκτήματα της Δικαιόχρησης

- Δημιουργεί ισχυρά εμπορικά σήματα, απασχόληση, μεταφέρει τεχνογνωσία, επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας και καθιερώνει στην αγορά υψηλότερα πρότυπα.
- Παρέχει ευκαιρίες δραστηριοποίησης σε νέους με επιχειρηματικές φιλοδοξίες και σε στελέχη επιχειρήσεων μέσης ηλικίας με πείρα στο αντικείμενο.

ΠΗΓΗ: ΚΕΠΕ

Πλεονεκτήματα της Δικαιόχρησης

- Οι Δικαιοδόχοι, κατά κανόνα, **επιβιώνουν** επί πολύ περισσότερα χρόνια από τα αντίστοιχα ανεξάρτητα καταστήματα, γεγονός που **δημιουργεί συνθήκες σταθερότητας** στην αγορά.

Πλεονεκτήματα της Δικαιόχρησης

- Τα **οικονομικά αποτελέσματα** των συστημάτων Δικαιόχρησης **είναι**, στο σύνολό τους, **ευνοϊκότερα** από τον μέσο όρο των αντίστοιχων ανεξάρτητων επιχειρήσεων.
- Η **συνολική ζήτηση** για Δικαιόχρηση προβλέπεται να παραμείνει **ισχυρή** και κατά τα αμέσως επόμενα χρόνια, τόσο στην Ελλάδα όσο και στις γειτονικές προς αυτήν χώρες, **κυρίως στον τομέα των υπηρεσιών.**

Μειονεκτήματα της Δικαιόχρησης

- Δεν έχουν **θεαματικά** οικονομικά αποτελέσματα.
- **Περιορίζουν** την **επιχειρηματικότητα** του Δικαιοδόχου (*Franchisee*).
- Δεν έχουν, πολλές φορές, **σαφή επιχειρηματική φιλοσοφία** (*concept*),
- Δεν διαθέτουν κατάλληλη **υποδομή** και επαρκή προετοιμασία.

Μειονεκτήματα της Δικαιόχρησης

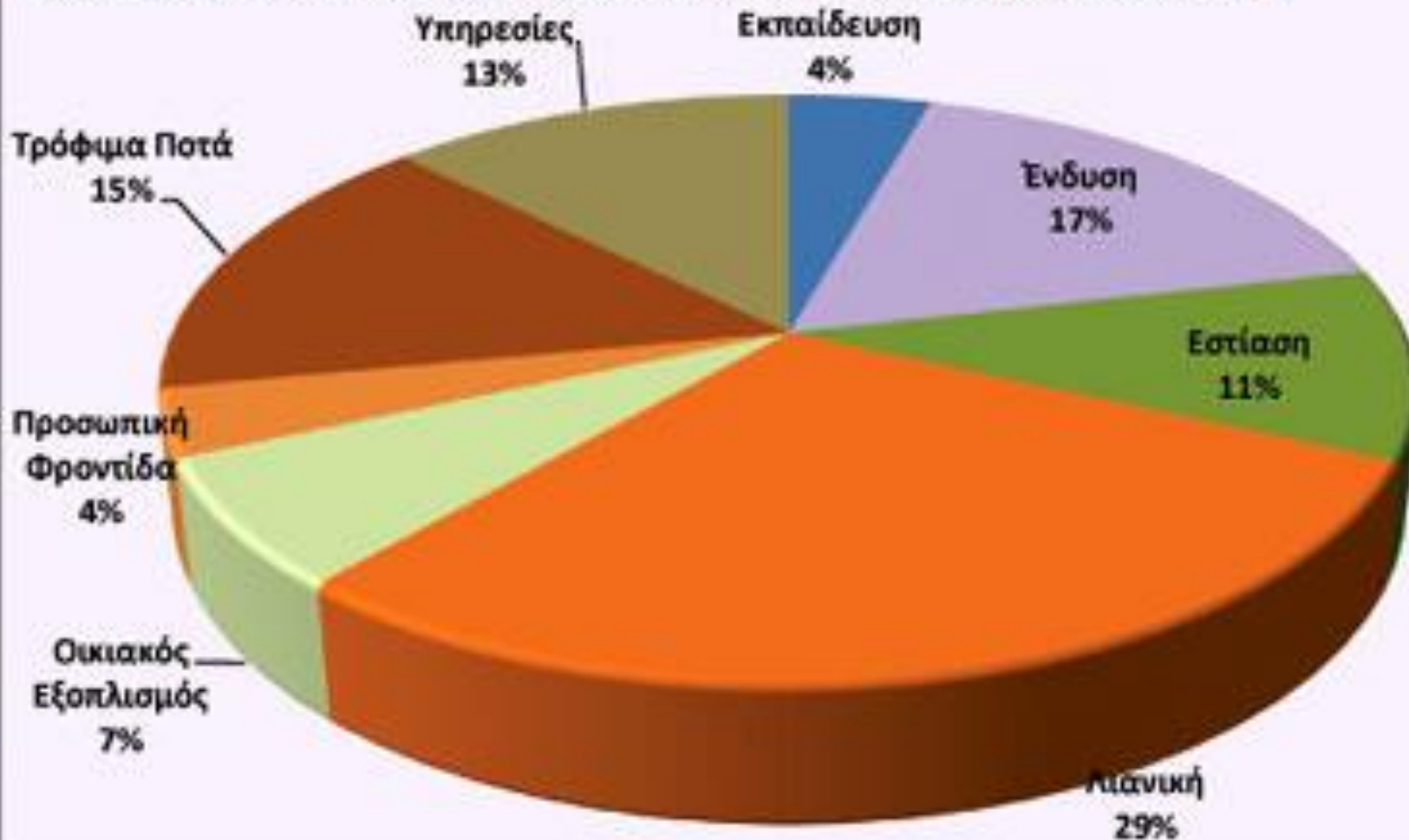
- Η ισχυρή νομοθετική και διοικητική παρέμβαση μπορεί να αποθαρρύνει τους εμπλεκόμενους.
- Η πλήρης απουσία παρέμβασης αφήνει απροστάτευτους κυρίως τους Δικαιοδόχους, αλλά και το καταναλωτικό κοινό.
- Η ελλιπής παροχή στοιχείων σχετικά με τον Δικαιοπάροχο, προς τον υποψήφιο Δικαιοδόχο.

Μειονεκτήματα της Δικαιόχρησης

- Η **ελλιπής επιμόρφωση** του υποψήφιου Δικαιοδόχου σε **θέματα Δικαιόχρησης**.
- Η **έλλειψη** ενός Κώδικα Δεοντολογίας, καθώς και Μητρώου Δικαιοπαρόχων.
- Το **σχετικά υψηλό** κεφάλαιο εκκίνησης της συνεργασίας.
- Η **εξαιρέση** από το **Μέτρο 2.8** του προγράμματος "**Ανταγωνιστικότητα**" που αφορά σε νέους επιχειρηματίες.

ΓΡΑΦΗΜΑ 1

FRANCHISE 2011-1ο Εξάμηνο: Ποσοστιαία κατανομή Δείγματος (Σημεία πώλησης)



Πηγή: Franchiseblog.gr

* Η έρευνα αφορά τον Ιούλιο του **2011**, με επιλογή δείγματος **91 ενεργών συστημάτων Franchise** από όλους τους κλάδους και συγκέντρωση των στοιχείων των δικτύων τους.

ΕΤΟΣ 2015

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΛΥΣΙΔΩΝ	(%)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ	(%)
ΕΝΔΥΣΗ	94	19,6%	2.660	15,6%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	41	8,6%	1.099	6,4%
ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ	40	8,4%	3.182	18,6%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	56	11,7%	2.902	17,0%
ΕΣΤΙΑΣΗ	101	21,1%	2.888	16,9%
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ	48	10,0%	461	2,7%
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	39	8,1%	809	4,7%
ΛΙΑΝΙΚΗ	60	12,5%	3.097	18,1%
ΣΥΝΟΛΟ	479	100,0%	17.098	100,0%

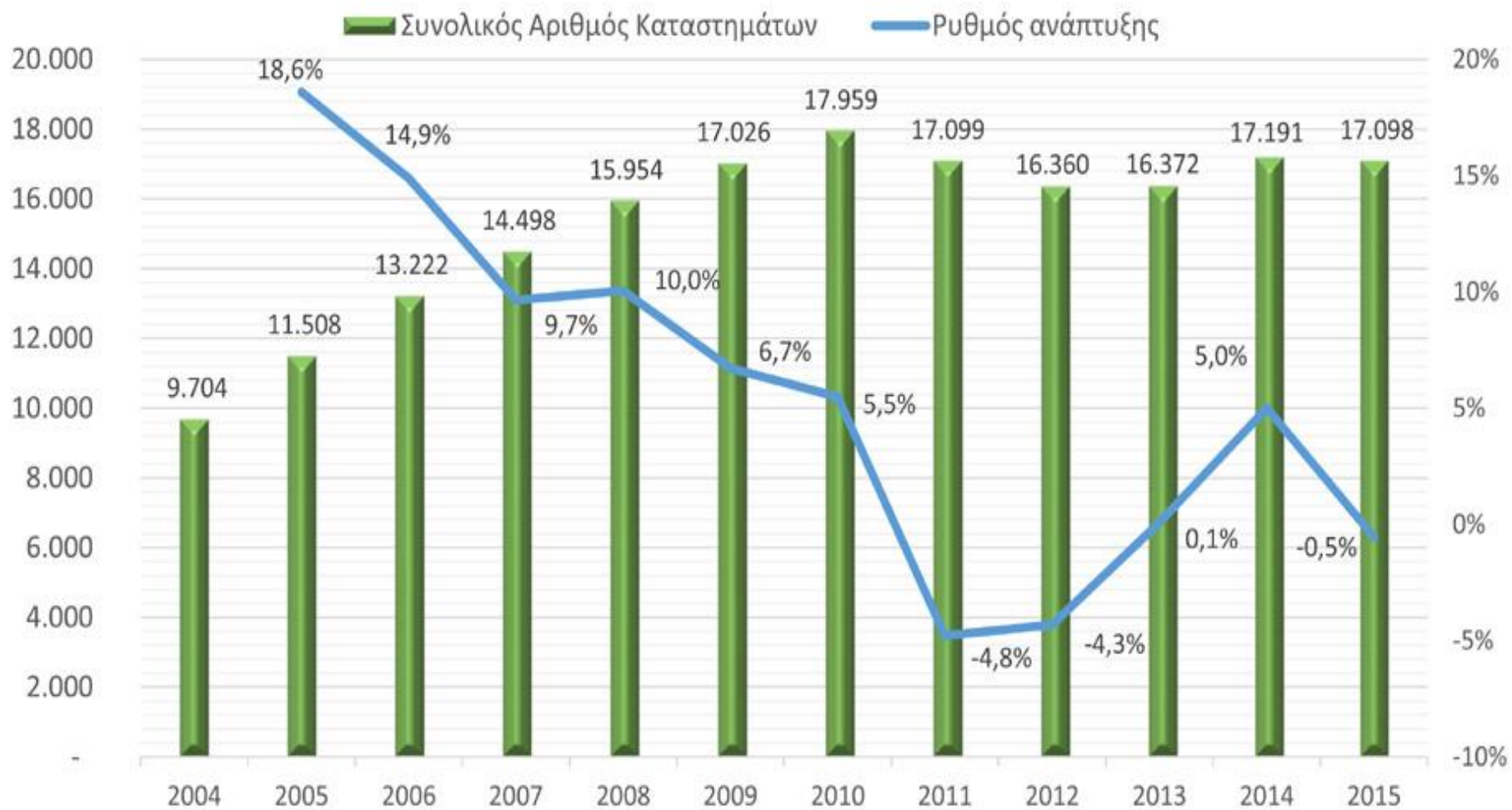
Πηγή: Franchise-success.gr

ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

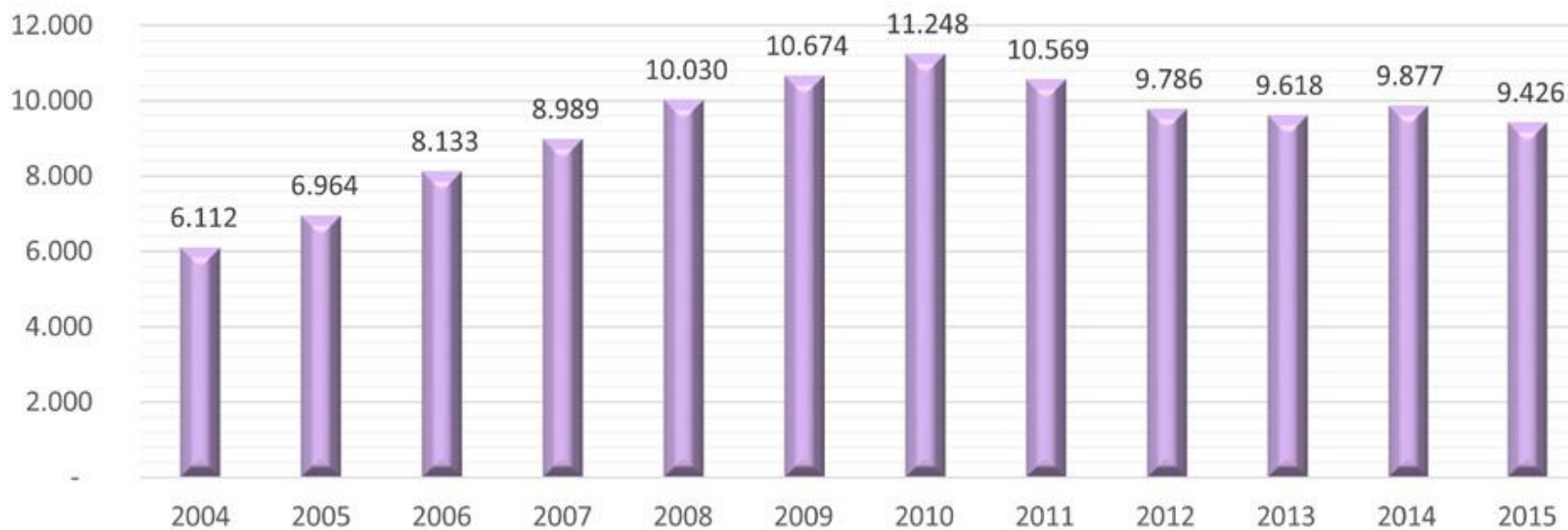
	ΕΤΑΙΡΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ FRANCHISE	SHOP IN A SHOP	CORNERS	ΣΥΝΟΛΟ
2004	2.441	6.112	837	315	9.704
2005	3.124	6.964	1.019	421	11.508
2006	3.366	8.133	1.208	535	13.222
2007	3.378	8.989	1.414	710	14.498
2008	3.464	10.030	1.451	997	15.954
2009	3.532	10.674	1.514	1.253	17.026
2010	3.922	11.248	1.329	1.544	17.959
2011	3.710	10.569	1.050	1.770	17.099
2012	3.702	9.786	953	1.915	16.360
2013	3.699	9.618	911	2.140	16.372
2014	4.004	9.877	922	2.377	17.191
2015	4.119	9.426	887	2.660	17.098

ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

	ΕΤΑΙΡΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ FRANCHISE	SHOP IN A SHOP	CORNERS	ΣΥΝΟΛΟ
2004	25,2%	63,0%	8,6%	3,2%	100,0%
2005	27,1%	60,5%	8,9%	3,7%	100,0%
2006	25,5%	61,5%	9,1%	4,0%	100,0%
2007	23,3%	62,0%	9,8%	4,9%	100,0%
2008	21,7%	62,9%	9,1%	6,2%	100,0%
2009	20,7%	62,7%	8,9%	7,4%	100,0%
2010	21,8%	62,6%	7,4%	8,6%	100,0%
2011	21,7%	61,8%	6,1%	10,4%	100,0%
2012	22,6%	59,8%	5,8%	11,7%	100,0%
2013	22,6%	58,7%	5,6%	13,1%	100,0%
2014	23,3%	57,5%	5,4%	13,8%	100,0%
2015	24,1%	55,1%	5,2%	15,6%	100,0%



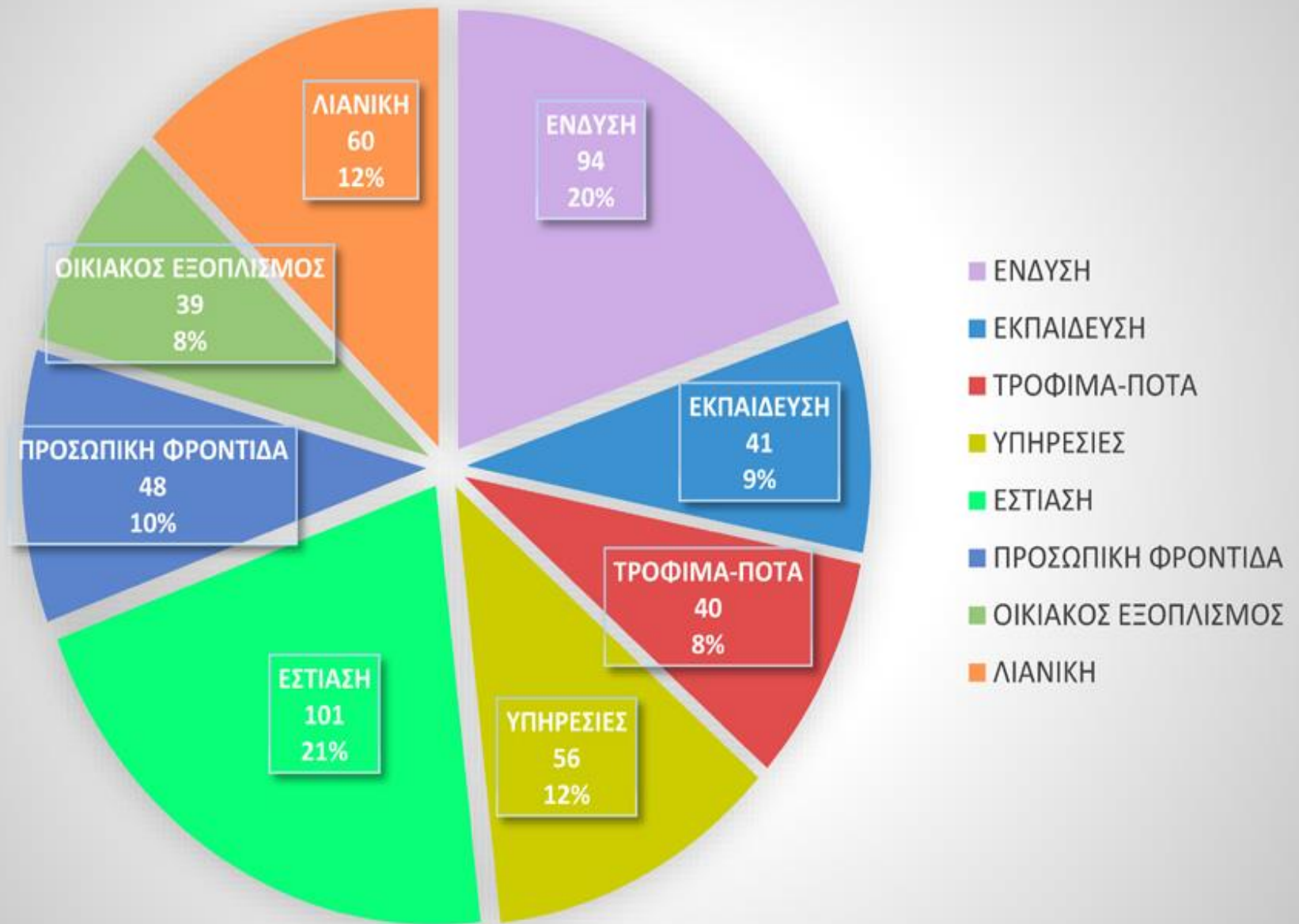
ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ FRANCHISE ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ



FRANCHISE SUCCESS DATABASE

■ Franchise Καταστήματα

Κατανομή Συστημάτων Franchise 2015



13. Καινοτομία, Ευρεσιτεχνία, Κατοχύρωση



Καινοτομία

για την Ε. Ένωση. είναι:

- 1. η ανανέωση και η μεγέθυνση του εύρους των προϊόντων, των υπηρεσιών και των αγορών τους,**

Καινοτομία
επίσης είναι:

**2. η εγκαθίδρυση νέων
μεθόδων παραγωγής,
προσφοράς και διανομής,**

καθώς και:

3. η εισαγωγή αλλαγών στο
μάνατζμεντ,

- στην οργανωτική δομή,
- στις συνθήκες εργασίας
και
- στις δεξιότητες των
εργαζομένων.

Η καινοτομία
εμφανίζεται σαν:

■ **«ριζική ή ριζοσπαστική»
καινοτομία**

από την οποία
**προκαλούνται μεγάλες
διεθνείς αλλαγές**

Η Καινοτομία

εμφανίζεται επίσης, σαν:

- **«βαθμιαία ή σταδιακή»
καινοτομία**

η οποία **επηρεάζει σε συνεχή
βάση** τις παραπάνω αλλαγές

Μπορεί να είναι, είτε:

■ «**τεχνολογική** καινοτομία»

□ **Προϊόντος** &

□ **Διαδικασίας**

Είτε:

- «**μη τεχνολογική** καινοτομία»
 - **Οργανωτική & Διοικητική**
(Διαφοροποιημένες
οργανωτικές δομές και
επιχειρησιακές στρατηγικές)

Πηγές Καινοτομίας

(Porter & Stern)

Εθνική Υποδομή

Δίκτυο Επιχειρήσεων
Clusters

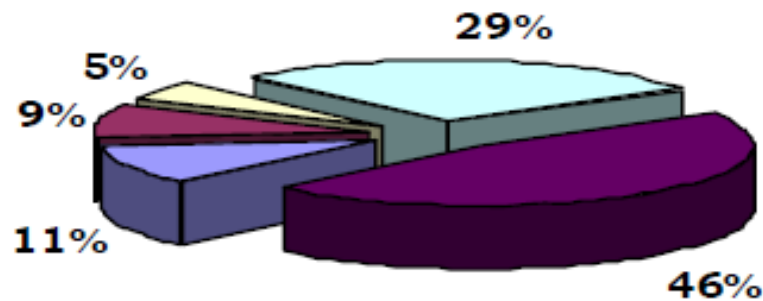
Ε&Α,
Πολιτικές
Υποστήριξης,
Διαθεσιμότητα
Κεφαλαίων
Εκπαίδευση,
Πληροφορική/
Επικοινωνίες
Πατέντες
κλπ.

Ποιότητα Συνδέσμων
π.χ. έρευνας &
παραγωγής

Διάχυση
Αποτελεσμάτων μεταξύ
Κλάδων &
Δικτύων

ΠΗΓΗ: Porter, M.& Stern, S., *The New Challenge to America's Prosperity: Findings from the Innovation Index*, 1999.

Η Πίτα της Καινοτομίας



- Ειδικοί
- Ε & Α
- Ανταγωνιστές
- Εργαζόμενοι
- Πελάτες, Προμηθευτές, Αγορά

Ο Επιχειρηματίας ή το Στέλεχος

- Σκέφτεται προς κάθε κατεύθυνση: **Πλάγια, Κάθετα** και **Οριζόντια**.
- Εκπαιδεύει, **Ερευνά,** **Εξετάζει** και **Επανασυνθέτει** (τα 4Ε)

Η καινοτομία είναι άθλημα ομαδικό

Και,

- Το να σκέφτεται κανείς νέα πράγματα είναι δημιουργικό,
- Το να κάνει νέα πράγματα είναι καινοτομικό.

Η πνευματική ιδιοκτησία

**Είναι προϊόν των πνευματικών
προσπαθειών και της έρευνας.**

**Είναι άυλη και μη απτή, όπως
οι ιδέες, οι συνταγές, οι
εκφράσεις ή δηλώσεις και κάθε
άλλη διανοητική δημιουργία.**

Διανοητικό Κεφάλαιο της Επιχείρησης

**Διανοητικό
Κεφάλαιο**

=

**Ανθρώπινο
Κεφάλαιο**

*(οι γνώσεις που
παίρνει μαζί του
ο συνεργάτης,
όταν αποχωρεί)*

+

**Διαρθρωτικό
Κεφάλαιο**

*(αυτό που μένει στην
επιχείρηση κάθε
μέρα)*

+

**Κεφάλαιο
Αγοράς**

*(οι εξωτερικές
σχέσεις της
επιχείρησης)*

Πηγή: Ε.Ε. - Διανοητική Ιδιοκτησία - Οδηγός Καλής Πρακτικής

Άυλα Περιουσιακά Στοιχεία της Επιχείρησης

Μάρκετινγκ	Πελάτες	Καλλιτεχνικά	Συμβάσεις	Τεχνολογίας
Εμπορικά Σήματα & Ονόματα	Λίστες	Μπαλέτα	Άδειες Χρήσης	Πατέντες
Σήματα Σέρβις	Συμβόλαια	Βιβλιογραφία (βιβλία, άρθρα, κλπ)	Διαφήμισης, ή εξυπηρέτησης	Λογισμικό Η/Υ
Εμπορική Εμφάνιση	Σχέσεις	Μουσική (όπερα, ορχηστρική, κλπ)	Leasing	Χωρίς Πατέντα
Τίτλοι Εφημερίδων	Συμφωνίες	Σινεμά, Φωτογραφίες	Άδειες Κατασκευών	Βάσεις Δεδομένων
Ονοματολογία Διαδικτύου		Video & Οπτικοακουστικό Υλικό	Δικαιωμάτων Λειτουργίας & Εκπομπής	Εμπορικά Μυστικά & Φόρμουλες
			Άδειες Εργασίας	

Μορφές Διανοητικής Ιδιοκτησίας

Είναι:

- οι **ευρεσιτεχνίες** ή **πατέντες** (*patents*) με δυνατότητα προστασίας μέχρι 20 χρόνια,
- τα **πνευματικά δικαιώματα** (*copyrights*): λογοτεχνικά, θεατρικά, κινηματογραφικά, μουσικά, κλπ. έργα. Η διάρκεια προστασίας τους φθάνει τα 70 χρόνια από το θάνατο του δημιουργού τους,

- τα **εμπορικά σήματα** (*trademarks*) τα **σύμβολα** δηλαδή, που αφορούν το **λογότυπο**, ή τη συσκευασία για τον **προσδιορισμό της ταυτότητας** και τη **δημιουργία φήμης**, με τα οποία καθίσταται **αναγνωρίσιμη** μια επιχείρηση,
- τα **εμπορικά μυστικά ή φόρμουλες** (*trade secrets/ formulae*), για τα οποία δεν υπάρχει συγκεκριμένο καθεστώς προστασίας αλλά **εξαρτώνται** από τις **δυνατότητες της επιχείρησης** να τα διαφυλάξει και να τα αξιοποιήσει.

Η Ευρεσιτεχνία

Συνδέεται με τη συνταγματική και αστική προστασία της ανθρώπινης προσωπικότητας και των προϊόντων της ανθρώπινης διάνοιας.

Εκδηλώνεται πρακτικά, με τη δημιουργία νέων προϊόντων ή νέων μεθόδων παραγωγής.

Το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας

Είναι ένας τίτλος προστασίας που χορηγείται στον ευρεσιτέχνη.

«Για να επιδέχεται διπλώματος ευρεσιτεχνίας μια εφεύρεση, πρέπει να έχει μια τεχνική συνεισφορά, δηλαδή, μια συνεισφορά σε ένα τεχνικό τομέα η οποία δεν είναι προφανής σε πρόσωπα ειδικευμένα στον τομέα αυτό» Ε.Ε.

Ευρεσιτεχνία & Διάχυση της Τεχνολογίας

**Η προστασία των δικαιωμάτων
αφορά στη χρήση και όχι στη
γνώση που περικλείεται σε μια
ευρεσιτεχνία.**

Στρατηγικές Ευρεσιτεχνίας

Με Πατέντα

Χωρίς Πατέντα

Μ
ε
σ
τ
ι
κ
ό
τ
η
τ
α

Με

Στρατηγική Πατέντας & Μυστικότητας

(Καθιστάς σύνθετες κρήσεις μυστικότητας και ευρεσιτεχνίας για επιμήτρηση του χρόνου δημοσιοποίησής της)

Στρατηγική Μυστικότητας

(Εμπορικά Μυστικά, Αναμονή "patent pending" ή Αδυναμία Διαδικασίας Καταχώρισης)

Χ
ω
ρ
ι
ς

Μ
ε
σ
τ
ι
κ
ό
τ
η
τ
α

Στρατηγική Πατέντας

(Αντίστροφη Μηχανική Λύση του Προϊόντος για αποκωδικοποίηση της τεχνολογίας που κηλεύεται)

Στρατηγική Δημοσιοποίησης

(Μικρές Αξίες, Χωρίς Προστασία, Αποφυγή εμπλοκών)

ΠΗΓΗ: St. Graham, 2004.

Έρευνα & Καινοτομία Στην Ελλάδα - Μια Μελέτη

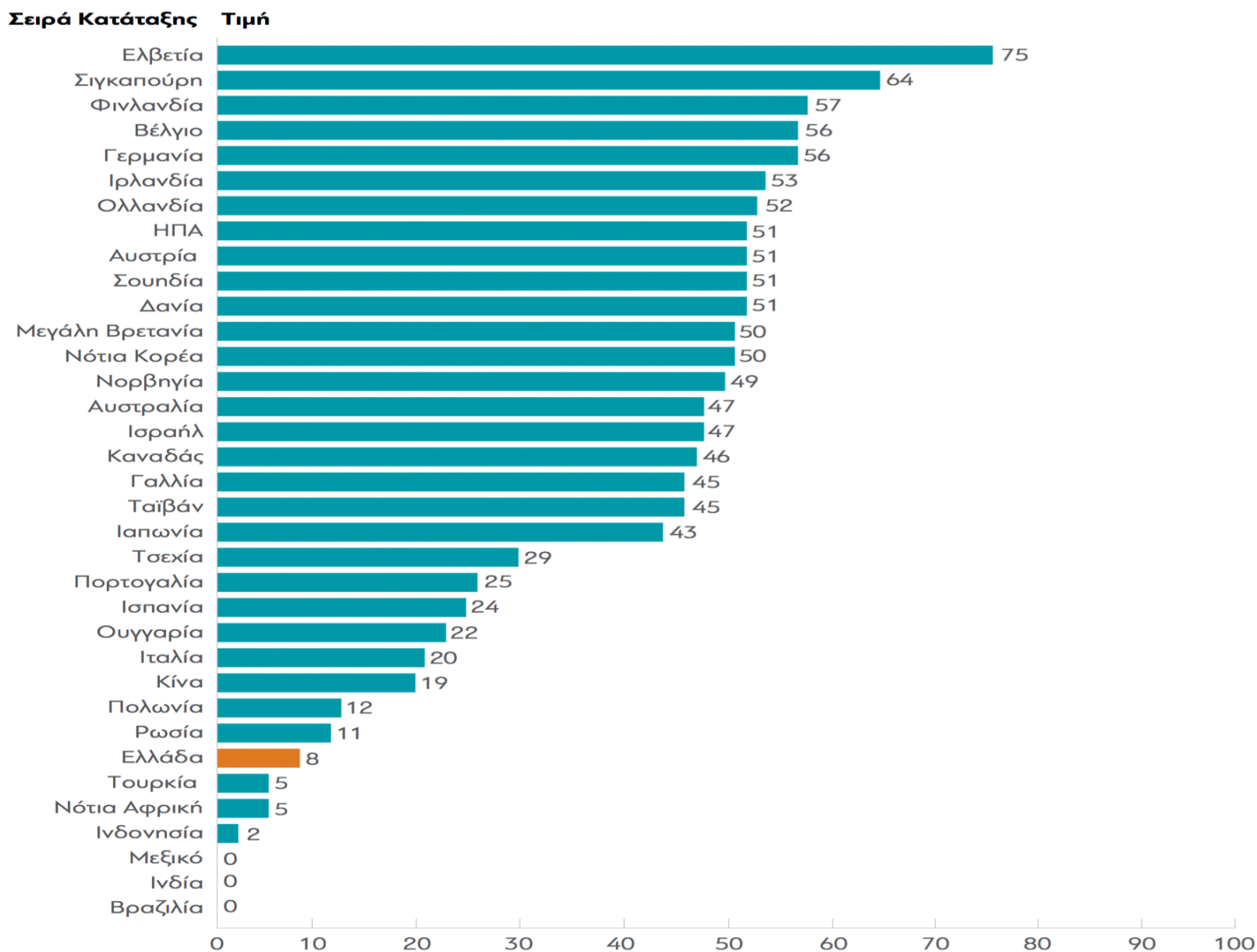
Το Γερμανικό Ινστιτούτο Οικονομικών Ερευνών «Econ Berlin» για να περιγράψει τη σημερινή κατάσταση -και τις σημαντικές αδυναμίες- του ελληνικού συστήματος καινοτομίας έχει αναπτύξει **ένα Δείκτη Καινοτομίας για την αξιολόγηση των ανά τον κόσμο συστημάτων καινοτομίας**. Η τιμή του εξαρτάται από τις επιδόσεις του κάθε συστήματος (μιας χώρας, μιας πόλης, μιας περιοχής) σε μια σειρά από τομείς:

- Εκπαίδευση
- Έρευνα και Ανάπτυξη
- Δικτύωση
- Χρηματοδότηση
- Ρύθμιση
- Ποιότητα διακυβέρνησης & ζήτηση για καινοτομία

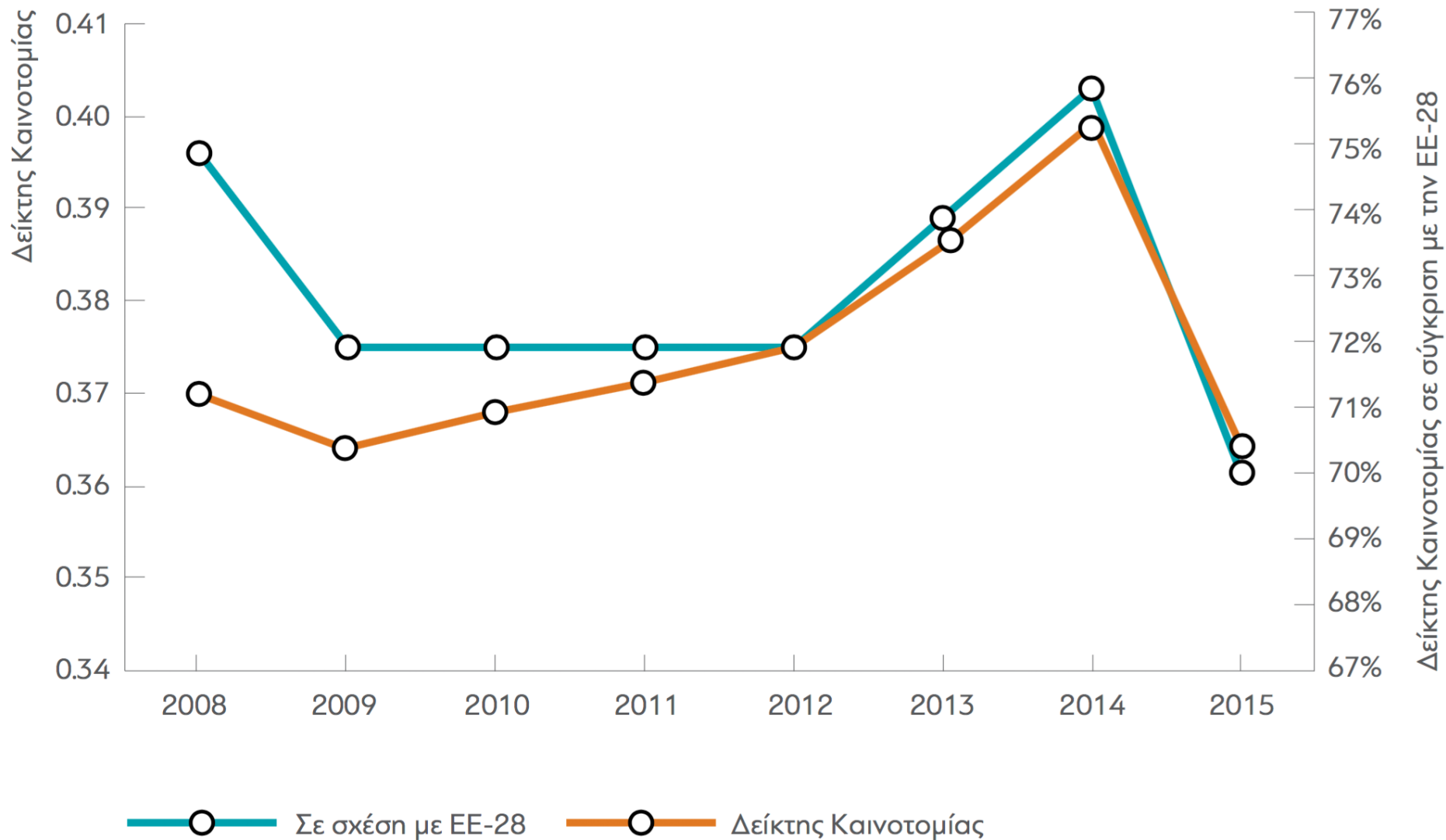
Πίνακα 4.1: Δείκτες Καινοτομίας που περιγράφουν τα Έξι Υποσυστήματα (πηγή δεδομένων σε παρένθεση)

Εκπαίδευση	E&A	Δικτύωση	Χρηματοδότηση	Ρύθμιση	Διακυβέρνηση και Ζήτηση για Καινοτομία
Ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος – Έκθεση για την Παγκόσμια Ανταγωνιστικότητα 2015, WEF (Διάγραμμα 5.2)	Ένταση E&A – Eurostat (Διάγραμμα 5.4)	Καινοτόμες επιχειρήσεις που συνεργάζονται με ερευνητικά Ιδρύματα Community Innovation Survey, Eurostat (Διάγραμμα 5.7)	Ευκολία πρόσβασης σε δανειοδότηση – Innovation Union, Scoreboard 2015, EC (Διάγραμμα 5.9)	"Ease of Doing Business" – Παγκόσμια Τράπεζα (Διάγραμμα 5.10)	Πολιτική σταθερότητα και μη βία – Δείκτες Διακυβέρνησης Παγκοσμίως, Παγκόσμια Τράπεζα (Διάγραμμα 5.12)
Απόφοιτοι διδακτορικού επιπέδου – Eurostat (Διάγραμμα 5.3)	Επιστημονικές δημοσιεύσεις στο κορυφαίο 10% των δημοσιεύσεων με τις περισσότερες αναφορές παγκοσμίως – Innovation Union, Scoreboard 2015, EC (Διάγραμμα 5.5)	Συνδημοσιεύσεις (co-publications) δημοσίου και ιδιωτικού τομέα – Innovation Union, Scoreboard 2015, EC (Διάγραμμα 5.8)	Διαθεσιμότητα επιχειρηματικών κεφαλαίων – Innovation Union, Scoreboard 2015, EC (Διάγραμμα 5.9)	Επίπεδο Διαφθοράς – Παγκόσμια Τράπεζα και Transparency International (Διαγράμματα 5.11 και Α.5)	Αποτελεσματική Διακυβέρνηση – Παγκόσμιοι Δείκτες Διακυβέρνησης, Παγκόσμια Τράπεζα (Διάγραμμα 5.12)
Μέση τιμή αποτελεσμάτων της PISA σε φυσικές επιστήμες, κατανόηση κειμένου και μαθηματικά – ΟΟΣΑ (Διάγραμμα Α.1)	Αιτήσεις κατοχύρωσης ευρεσιτεχνίας, σύμφωνα με τη Συνθήκη για τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας (PCT) – Innovation Union, Scoreboard 2015, EC (Διάγραμμα 5.6)	Διεθνείς επιστημονικές Συνδημοσιεύσεις (co-publications) – Innovation Union, Scoreboard 2015, EC (Διάγραμμα Α.4)		Ρυθμιστική Ποιότητα – Παγκόσμιοι Δείκτες Διακυβέρνησης, Παγκόσμια Τράπεζα (Διάγραμμα Α.6)	Ζήτηση για τεχνολογία και καινοτομία – Έκθεση για την Παγκόσμια Ανταγωνιστικότητα 2015, WEF (Διάγραμμα 5.13)
	Ποιότητα των ερευνητικών ιδρυμάτων – Έκθεση για την Παγκόσμια Ανταγωνιστικότητα 2015, WEF (Διάγραμμα Α.2)			Ρύθμιση Αγοράς Προϊόντων – ΟΟΣΑ (Διάγραμμα Α.7)	Ικανότητα προσέλκυσης ταλέντων ανά χώρα – Έκθεση για την Παγκόσμια Ανταγωνιστικότητα 2015, WEF (Διάγραμμα 5.14)
	Δαπάνες E&A στον δημόσιο τομέα – Eurostat (Διάγραμμα Α.3)				Ικανότητα συγκράτησης ταλέντων ανά χώρα – Έκθεση για την Παγκόσμια Ανταγωνιστικότητα 2015, WEF (Διάγραμμα Α.8)

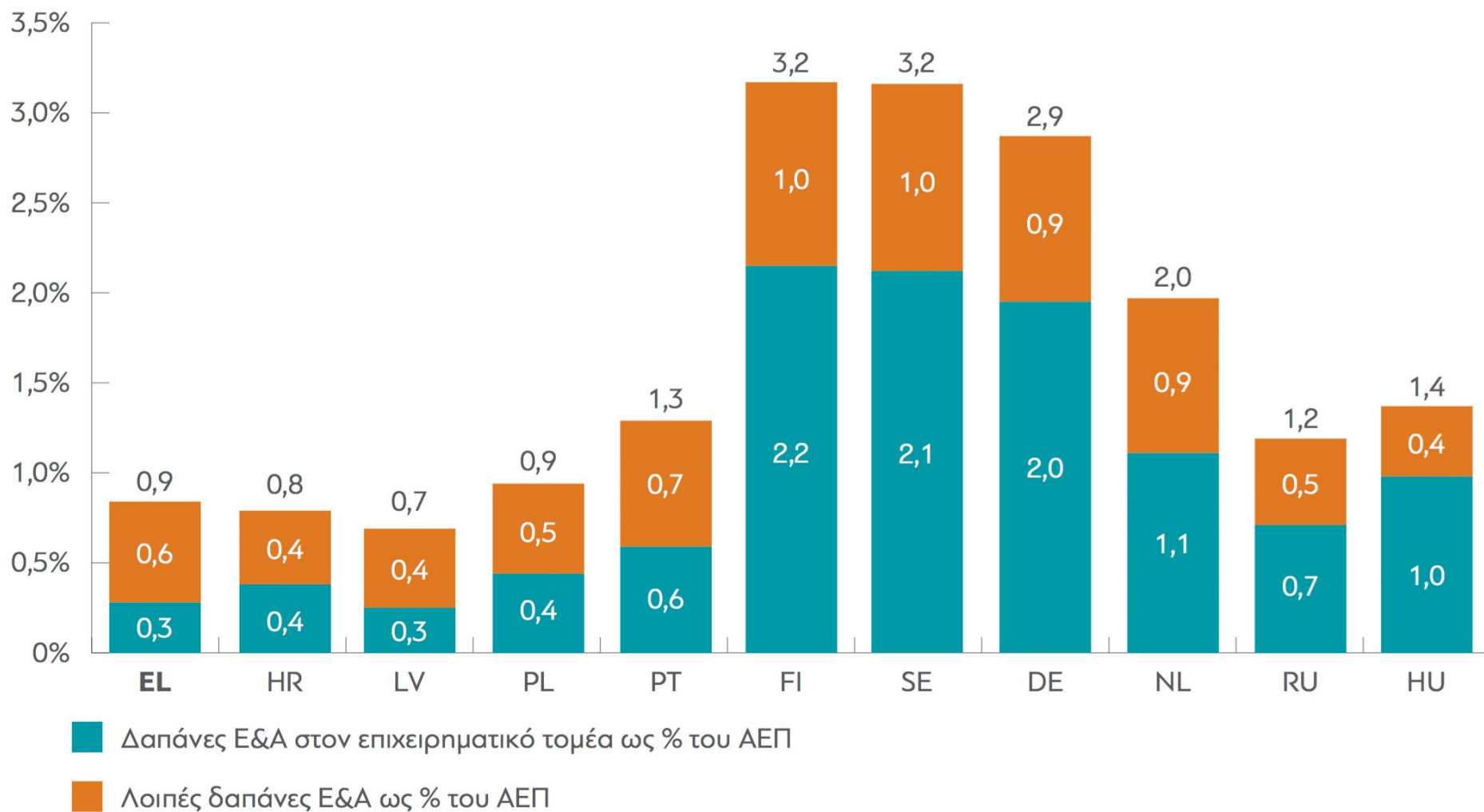
Συνολικό Αποτέλεσμα του Δείκτη Καινοτομίας



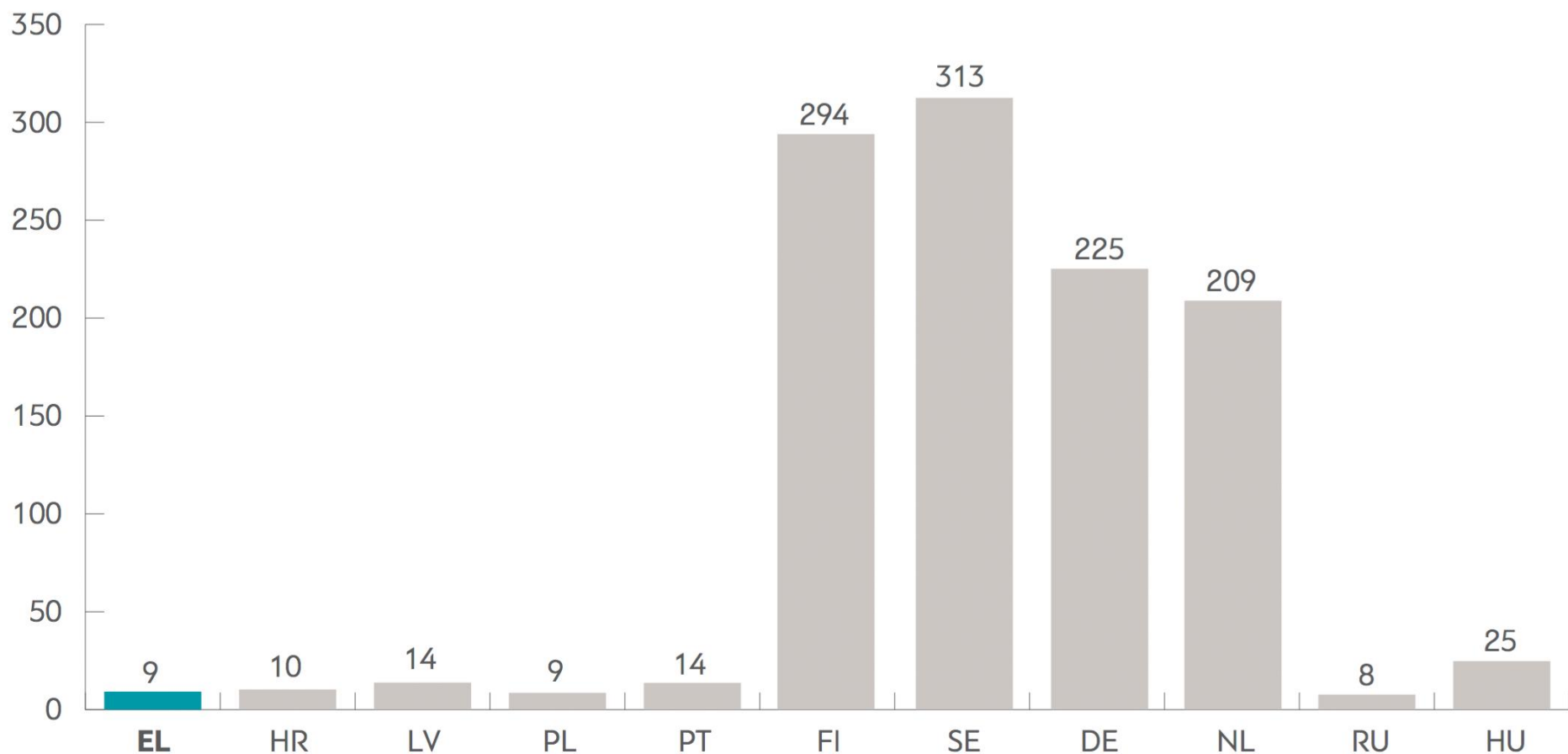
Διάγραμμα 5.1: Επιδόσεις στην Καινοτομία – Ελλάδα, 2008-2015



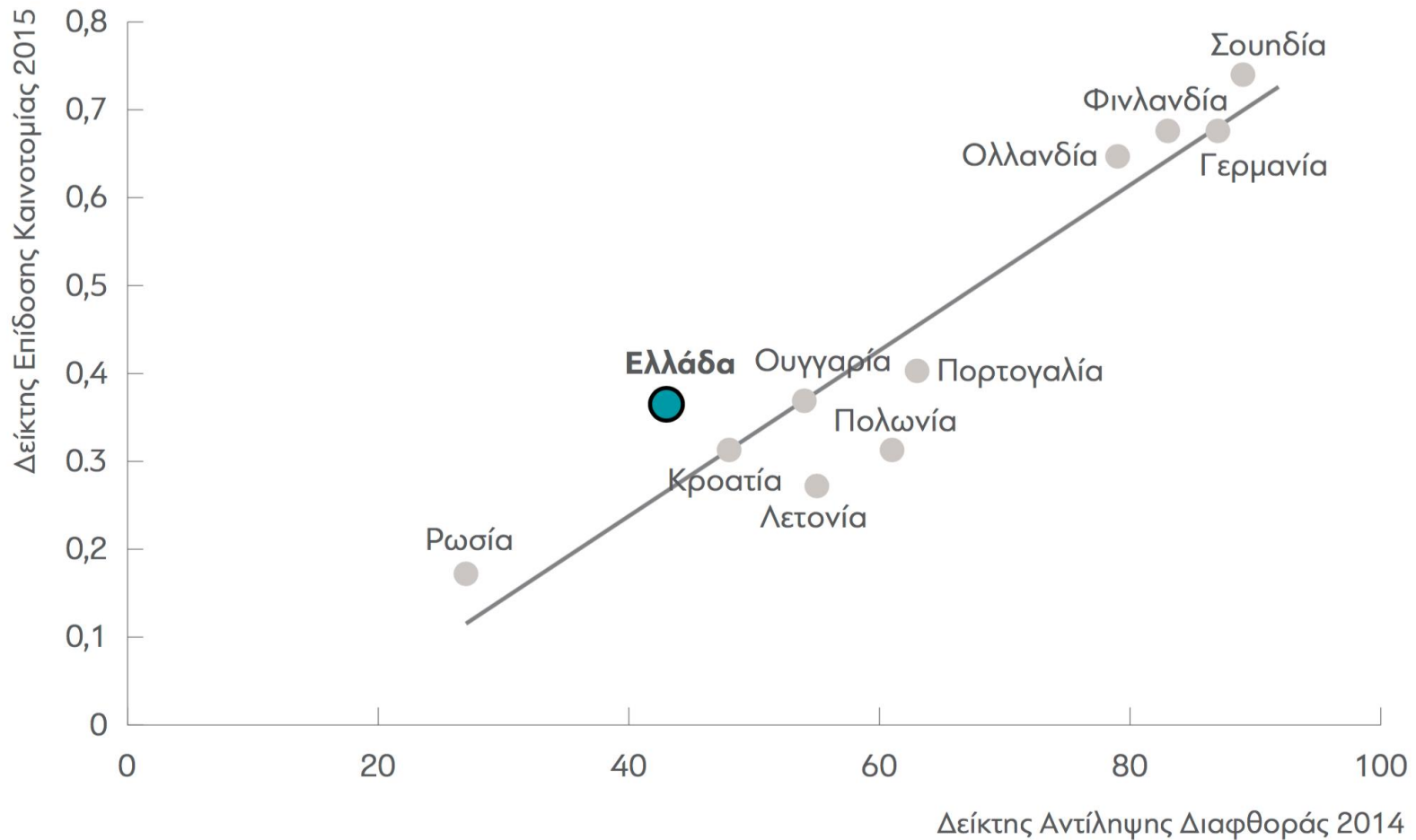
Διάγραμμα 5.4: Δαπάνες Ε&Α ως ποσοστό του ΑΕΠ, 2014



Διάγραμμα 5.6: Αιτήσεις Κατοχύρωσης Ευρεσιτεχνίας σύμφωνα με τη Συνθήκη Συνεργασίας για τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας (PCT) ανά εκατομμύριο Πληθυσμού, Μέση Τιμή 2011-2012



Διάγραμμα 6.4: Επιδόσεις στην Καινοτομία και στη Διαφθορά

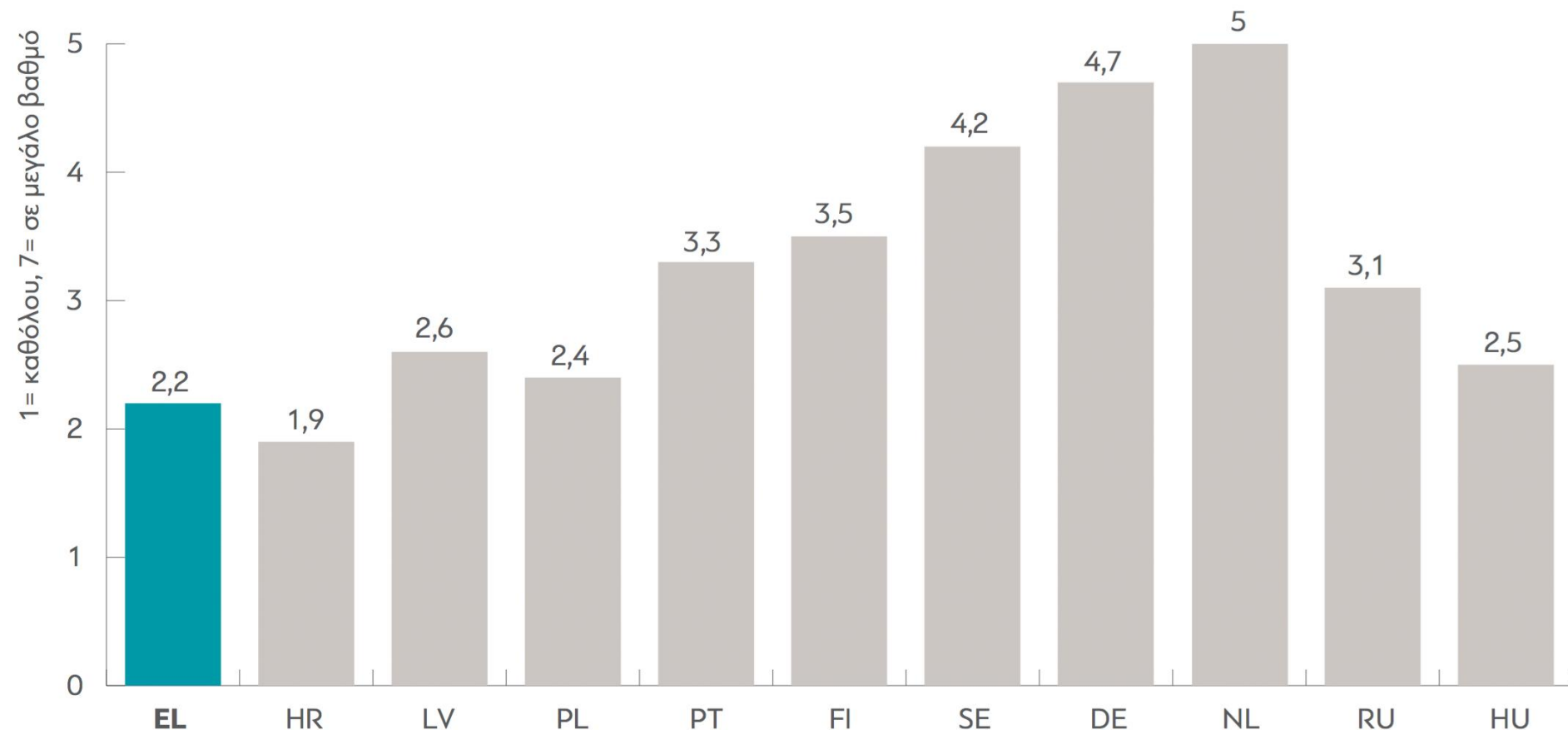


Σημείωση: Υψηλότερος δείκτης αντίληψης διαφθοράς αντιστοιχεί σε χαμηλότερο επίπεδο διαφθοράς σε μια χώρα.

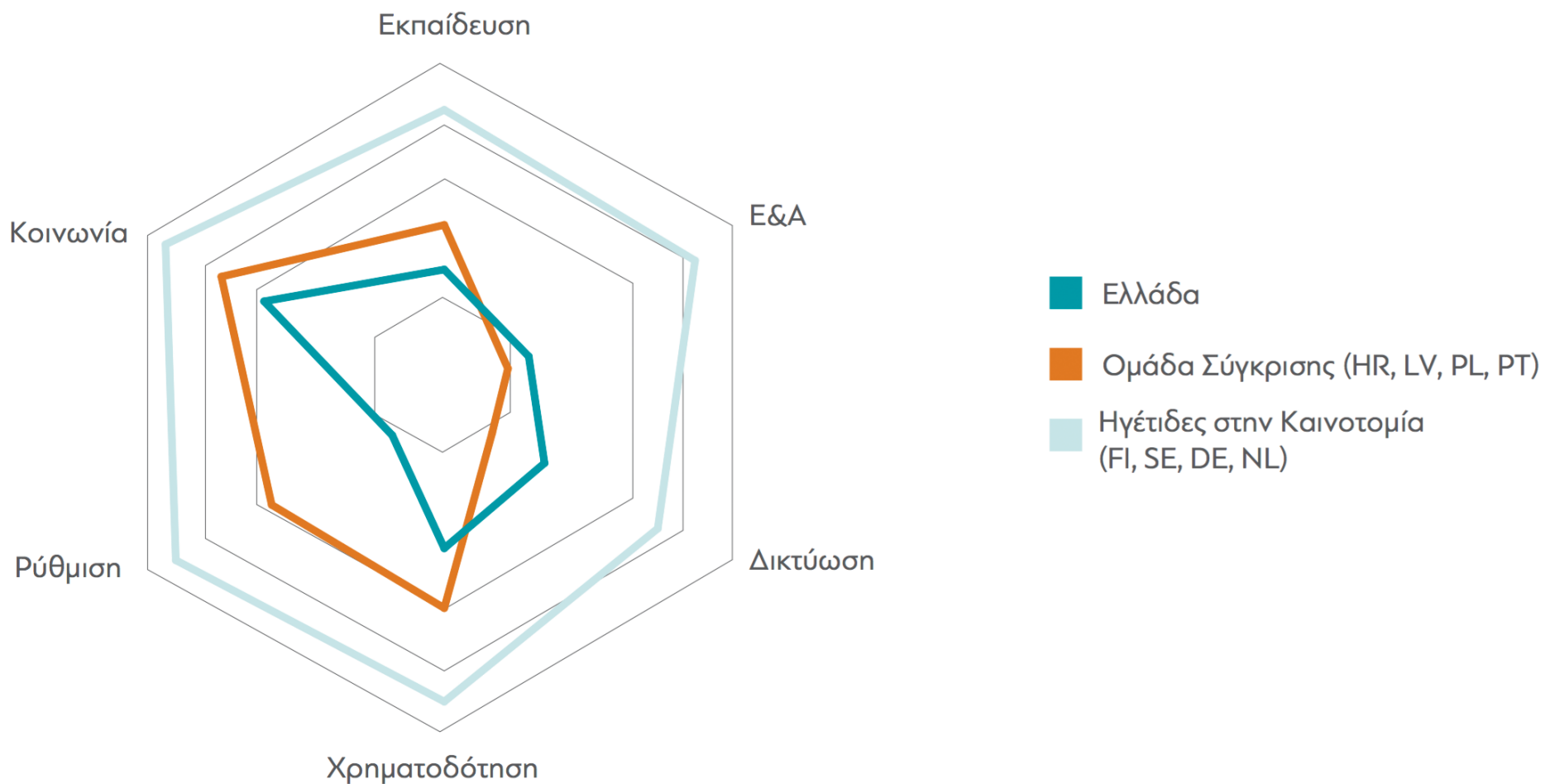
Πηγή: European Innovation Scoreboard 2015 - Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2016), Transparency International (2015)

Διάγραμμα 5.14: Ικανότητα Προσέλκυσης Ταλέντων ανά Χώρα, 2014-2015

«Σε ποιο βαθμό η χώρα σας προσελκύει ταλαντούχους ανθρώπους από το εξωτερικό;»



Διάγραμμα 5.15: Επιδόσεις στην Καινοτομία ανά Σύστημα



Σημείωση: Για τον υπολογισμό των επιδόσεων κάθε χώρας στην καινοτομία, οι παραπάνω δείκτες καινοτομίας κανονικοποιήθηκαν. Για κάθε υποσύστημα, υπολογίσαμε στη συνέχεια τον μέσο όρο των αντίστοιχων μεμονωμένων δεικτών και βγάλαμε τον μέσο όρο των αποτελεσμάτων για τις χώρες σύγκρισης και τους Ηγέτες στην Καινοτομία.

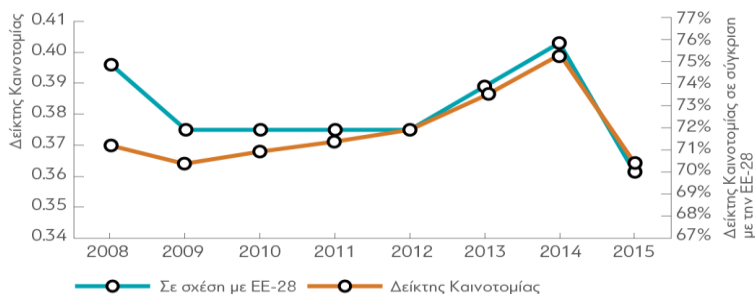
Πηγή: Υπολογισμοί της DIW Econ

α στην Ελλάδα

Ποια είναι η κατάσταση σήμερα;

1. Στις αξιολογήσεις καινοτομίας οι επιδόσεις της Ελλάδας βρίσκονται **κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ**.
2. Οι δημόσιες και πολύ περισσότερο οι ιδιωτικές επενδύσεις σε Ε&Α είναι **πολύ χαμηλές**.
3. **Δεν υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός οργανωμένων δικτύων συνεργασίας** ανάμεσα στη βασική έρευνα, στην εφαρμοσμένη έρευνα και στις επιχειρήσεις.
4. Ο χρηματοπιστωτικός τομέας **δεν παρέχει επαρκή επιχειρηματικά κεφάλαια** για νεοφυείς εταιρείες και δάνεια για υφιστάμενες εταιρείες.
5. Το ρυθμιστικό πλαίσιο και το πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον **δεν υποστηρίζουν και συχνά παρεμποδίζουν** την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα.

Επιδόσεις στην Καινοτομία – Ελλάδα, 2008-2015



Πηγή: European Innovation Scoreboard 2016 – European Commission (2016)

Παρά τις αδυναμίες αυτές, **η Ελλάδα διαθέτει ορισμένα πλεονεκτήματα** που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην **αναβάθμιση της ποιότητας συστήματος καινοτομίας** της:

1. Αξιοσημείωτο επιστημονικό δυναμικό.
2. Υψηλού επιπέδου ερευνητικούς οργανισμούς.
3. Το 9% των ελληνικών επιστημονικών δημοσιεύσεων κατατάσσεται μεταξύ αυτών με τις περισσότερες αναφορές παγκοσμίως.
4. Έναν μικρό αριθμό επιχειρήσεων μέσης και υψηλής τεχνολογίας.
5. Μια υψηλού επιπέδου διασπορά.
6. Ελκυστικό κλίμα και υψηλό βιοτικό επίπεδο.

Τι πρέπει να γίνει;

Η έρευνα καταλήγει σε μια σειρά από παρεμβάσεις σε συγκεκριμένους τομείς για την αναβάθμιση του ελληνικού συστήματος καινοτομίας. Ενδεικτικά:

1. Δημιουργία φιλικού επιχειρηματικού κλίματος
2. Μεταρρύθμιση του συστήματος Ε&Α
3. Εκσυγχρονισμός του εκπαιδευτικού συστήματος
4. Βελτίωση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση
5. Ανάπτυξη συνεργατικών σχηματισμών

Όλα τα παραπάνω προϋποθέτουν τη δημιουργία ενός κατάλληλου πολιτικού και κοινωνικού περιβάλλοντος και τη στροφή του μοντέλου της ελληνικής οικονομίας σε ένα εξωστρεφές και καινοτόμο πρότυπο.

Τέλος Ενότητας!!!

