



KA205 - Στρατηγικές Συμπράξεις για τη Νεολαία
Fostering Entrepreneurial Mindset in Migrants
through Education –

FEMME

(2019-1-FR02-KA205-015830)

ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΜΕΤΑΝΑΣΤΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ



SIHTASUTUS NOORED TEADUSES JA ETTEVÕTLUSES
YOUTH IN SCIENCE AND BUSINESS FOUNDATION



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Περιεχόμενο

1. Εισαγωγή στο έργο.....	Error! Bookmark not defined.
2. Εισαγωγή στον Οδηγό.....	4
3. Θεωρητική Ενότητα.....	6
Επιχειρηματικές δεξιότητες.....	6
Εξάσκηση.....	8
4. Πρακτικές Ενότητες.....	10
4.1. Προϊόν/Υπηρεσία.....	10
4.2. Ανάλυση αγοράς.....	11
4.3. Μάρκετινγκ.....	16
4.4. Εξυπηρέτηση πελατών.....	18
4.5. ΤΠΕ.....	20
4.6. Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού.....	24
4.7. Νομοθεσία.....	27



1. Εισαγωγή στο έργο

«Πρώθηση της επιχειρηματικής νοοτροπίας στους μετανάστες μέσω της εκπαίδευσης» (FEMME) στόχος είναι η ανάπτυξη της επιχειρηματικής νοοτροπίας και συναφών σκληρών / μαλακών δεξιοτήτων σε γυναίκες μετανάστριες πρώτης και δεύτερης γενιάς ηλικίας 18-25 πιθανών επιχειρηματιών.

Το έργο ανταποκρίνεται στην πρόκληση της ενίσχυσης του επιχειρηματικού πνεύματος και της εκπαίδευσης των νέων στην ΕΕ, προκειμένου να αυξήσει τα ποσοστά δημιουργίας επιχειρήσεων και να παρέχει εναλλακτικές οδούς απασχολησιμότητας και προσωπικής ολοκλήρωσης στη νεολαία, με ιδιαίτερη έμφαση στις νεαρές γυναίκες. Σύμφωνα με τα τελευταία στατιστικά στοιχεία της ΕΚ (βλ. <https://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women-en>), η πρόκληση της γυναικείας επιχειρηματικής συμμετοχής είναι ουσιαστική, με τις γυναίκες να αντιπροσωπεύουν το 52% του συνολικού ευρωπαϊκού πληθυσμού, αλλά μόνο το 34,4% των αυτοαπασχολούμενων στην ΕΕ και το 30% των αρχάριων. Οι ευρωπαϊκές κοινωνίες βρίσκονται επίσης στο επίκεντρο της δυναμικής της μετανάστευσης και των ροών προσφύγων, καθώς και της σχετικής πρόκλησης ενσωμάτωσης τεράστιων μαζών προσφύγων, πολλοί από τους οποίους είναι γυναίκες. Η προαναφερθείσα τάση βρίσκεται ήδη σε λειτουργία, και θα είναι ακόμη περισσότερο στο μέλλον, στον προσανατολισμό της εξέλιξης των ευρωπαϊκών κοινωνιών σε μια πολυπολιτισμική προοπτική. Σήμερα, ο συνολικός πληθυσμός της Ευρώπης αποτελείται από μη υπηκόους έως και 5%. Αντί να αντιπροσωπεύουν εμπόδιο στην ανάπτυξη των φιλοξενούμενων εταιρειών, οι μετανάστες έχουν αποδείξει επανειλημμένα ότι παρέχουν προστιθέμενη αξία στην κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη παρέχοντας μια επιπλέον ομάδα επιχειρηματικών κινήτρων και δυνατοτήτων.

FEMME επιτυγχάνει τον παραπάνω στόχο μέσω των εξής:

- Ερευνητική έκθεση για τον εντοπισμό των εκπαιδευτικών αναγκών των γυναικών μεταναστριών επιχειρηματιών νεολαίας και της σύνδεσής τους με την υπάρχουσα εκπαιδευτική προσφορά.



- Οδηγός για γυναίκες μετανάστριες επιχειρηματίες που ενσωματώνουν μεθοδολογίες αυτο-μάθησης που τις στηρίζουν στη διαμόρφωση και την ανάπτυξη των επιχειρηματικών τους ιδεών.
- Εκπαιδευτική εργαλειοθήκη για εκπαιδευτές που ενσωματώνουν κατευθυντήριες γραμμές και μεθόδους NFE προσαρμοσμένες στις ανάγκες των εργαζομένων νεολαίας που επιθυμούν να εφαρμόσουν εκπαιδευτικά προγράμματα για την ενδυνάμωση των πιθανών γυναικών μεταναστριών επιχειρηματιών.
- Ηλεκτρονικές ενότητες και διαδικτυακή πλατφόρμα που παρέχουν στο στόχο χρήσιμες πληροφορίες και ασκήσεις που τις υποστηρίζουν στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη των δικών τους επιχειρηματικών ιδεών.

2. Εισαγωγή στον Οδηγό

Ο οδηγός για γυναίκες μετανάστριες επιχειρηματίες αποτελείται από δύο ενότητες - θεωρητική και πρακτική ενότητα. Η ανάπτυξη των εννοιών χωρίστηκε μεταξύ των εταίρων.

Θεωρητική ενότητα -ιδέα- πληροφορίες σχετικά με γενικές μαλακές δεξιότητες και ειδικές σκληρές επιχειρηματικές δεξιότητες (με βάση τα αποτελέσματα της ερευνητικής έκθεσης) που συνθέτουν ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό προφίλ κατάλληλο για τις ιδιαίτερες ανάγκες των νέαρών γυναικών μεταναστριών, παράλληλα με μια ατομική άσκηση συγκεκριμένα για την ανάπτυξη των τελευταίων μαλακών/σκληρών δεξιοτήτων.

Πρακτική ενότητα - παρέχει συγκεκριμένη καθοδήγηση και προσανατολισμό στους χρήστες στις διάφορες διαστάσεις των οποίων η καλλιέργεια είναι απαραίτητη για την επιτυχή εγκατάσταση, λειτουργία και ανάπτυξη μιας νεοσύστατης επιχείρησης.

ΘΕΜΑΤΑ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ:

- Προϊόν/ Υπηρεσία,
- Ανάλυση αγοράς,
- Μάρκετινγκ
- Εξυπηρέτηση πελατών,
- ΤΠΕ,



- Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού,
- Νομοθεσία.



3. Θεωρητική Ενότητα

Επιχειρηματικές δεξιότητες

SOFT SKILLS

Leadership skills	● ● ● ● ●
Communication	● ● ● ● ●
Teamwork	● ● ● ● ●
Time Management	● ● ● ● ●
Decision Making	● ● ● ● ●
Problem Solving	● ● ● ● ●
Flexibility/ Adaptability	● ● ● ● ●
Self-Confidence	● ● ● ● ●
Self-Motivated	● ● ● ● ●
Critical Thinking	● ● ● ● ●

HARD SKILLS

Marketing Campaign Management	● ● ● ● ●
Marketing	● ● ● ● ●
Language skills	● ● ● ● ●
Accounting	● ● ● ● ●
Presentation skills	● ● ● ● ●
Business Management skills	● ● ● ● ●
Project Management skills	● ● ● ● ●

Όπως μπορείτε να δείτε στην παραπάνω φωτογραφία – αναφέρονται μαλακές και σκληρές δεξιότητες που χρειάζονται οι επιχειρηματίες για να ξεκινήσουν την επιχείρηση. Ποια είναι η διαφορά μεταξύ των «μαλακών» και των «σκληρών» δεξιοτήτων;

"Οι μαλακές δεξιότητες είναι προσωπικές συνήθειες και χαρακτηριστικά που διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο εργάζεστε, μόνοι σας και με άλλους. Η αποτελεσματική επικοινωνία, για παράδειγμα, είναι μια βασική μαλακή ικανότητα που αναζητούν πολλοί εργοδότες. Ορισμένα άλλα περιλαμβάνουν αξιοπιστία, αποτελεσματική ομαδική εργασία και ενεργή ακρόαση.

Οι σκληρές δεξιότητες είναι τεχνικές γνώσεις ή κατάρτιση που έχετε αποκτήσει μέσω οποιασδήποτε εμπειρίας ζωής, συμπεριλαμβανομένης της καριέρας ή της εκπαίδευσής σας."¹

Όπως μπορούμε να δούμε όλες οι μαλακές δεξιότητες που αναφέρονται είναι δεξιότητες που εξαρτώνται είτε από τον τύπο της προσωπικότητάς μας είτε από δεξιότητες που μπορούμε να μάθουμε τον εαυτό μας μέσω της εμπειρίας και δουλεύοντας σε αυτό. Όλες οι δεξιό-

¹ Hard skills vs Soft skills - <https://www.indeed.com/career-advice/resumes-cover-letters/hard-skills-vs-soft-skills>



τητες που αναφέρονται είναι σημαντικές επειδή ένας επιχειρηματίας όχι μόνο πρέπει να έχει μια μεγάλη επιχειρηματική ιδέα και να είναι δημιουργικός, πρέπει να έχει την ικανότητα να προσαρμόζεται και να είναι ευέλικτος, αλλά πρέπει επίσης να είναι σε θέση να καθοδηγήσει μια ομάδα, να επικοινωνήσει με επιτυχία, να λάβει σημαντικές αποφάσεις και να λύσει προβλήματα που προκύπτουν κατά τη λειτουργία της επιχείρησης. Επίσης, κάθε μία από αυτές τις δεξιότητες αλληλοσυμπληρώνουν η μία την άλλη και σχετίζονται κατά κάποιο τρόπο μεταξύ τους. Για παράδειγμα, για να παρθούν οι σωστές αποφάσεις για την επιχείρηση, ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι σε θέση να σκέφτεται κριτικά. Επίσης, απαιτείται αυτοπεποίθηση για να μπορέσετε να καθοδηγήσετε μια ομάδα και να επικοινωνήσετε με αυτή.

Ωστόσο, οι σκληρές δεξιότητες είναι διαφορετικές από τις μαλακές δεξιότητες. Οι σκληρές δεξιότητες είναι αυτές που μελετούνται ξεχωριστά. Βασίζονται σε πολλές θεωρητικές πληροφορίες που κανονικά πρέπει να κατανοηθούν πρώτα για να μπορέσουν οι άνθρωποι να χρησιμοποιήσουν αυτήν την ικανότητα στην πράξη. Για παράδειγμα, οι γλωσσικές δεξιότητες είναι μία από τις πιο σημαντικές για τους μετανάστες για να μπορούν να ανοίξουν μια επιχείρηση σε άλλη χώρα, καθώς το μεγαλύτερο μέρος της γραφειοκρατίας και των νόμων είναι στην τοπική γλώσσα. Οι δεξιότητες μάρκετινγκ είναι απαραίτητες για να μπορέσει να διαδωθεί και να πουληθεί ένα προϊόν ή υπηρεσία. Οι δεξιότητες διοίκησης επιχειρήσεων είναι σημαντικές για να μπορούν να κατανοηθούν οι διάφορες διαδικασίες που αντιμετωπίζει κάποιος κατά το άνοιγμα και τη λειτουργία μιας επιχείρησης. Οι δεξιότητες διαχείρισης έργου είναι ζωτικής σημασίας για τον διαμοιρασμό των αρμοδιοτήτων και των καθηκόντων στους υπαλλήλους. Είναι επίσης σημαντικό να δούμε ποιες είναι οι ισχυρές πλευρές κάθε ατόμου που εμπλέκονται στην επιχείρηση και βάσει αυτών – να μοιραστούν οι ευθύνες / τα καθήκοντα. Οι δεξιότητες παρουσίασης αναφέρονται ως σκληρή δεξιότητα, επειδή είναι κάτι που μπορείτε να αναπτύξετε και να μάθετε να κάνετε.

Εδώ έχουμε ολοκληρώσει τη λίστα των δεξιοτήτων που χρειάζονται για να ανοίξετε μια επιχείρηση ως μετανάστης. Στο επόμενο μέρος, θα βρείτε ασκήσεις για να αναπτύξετε ορισμένες από αυτές τις δεξιότητες.



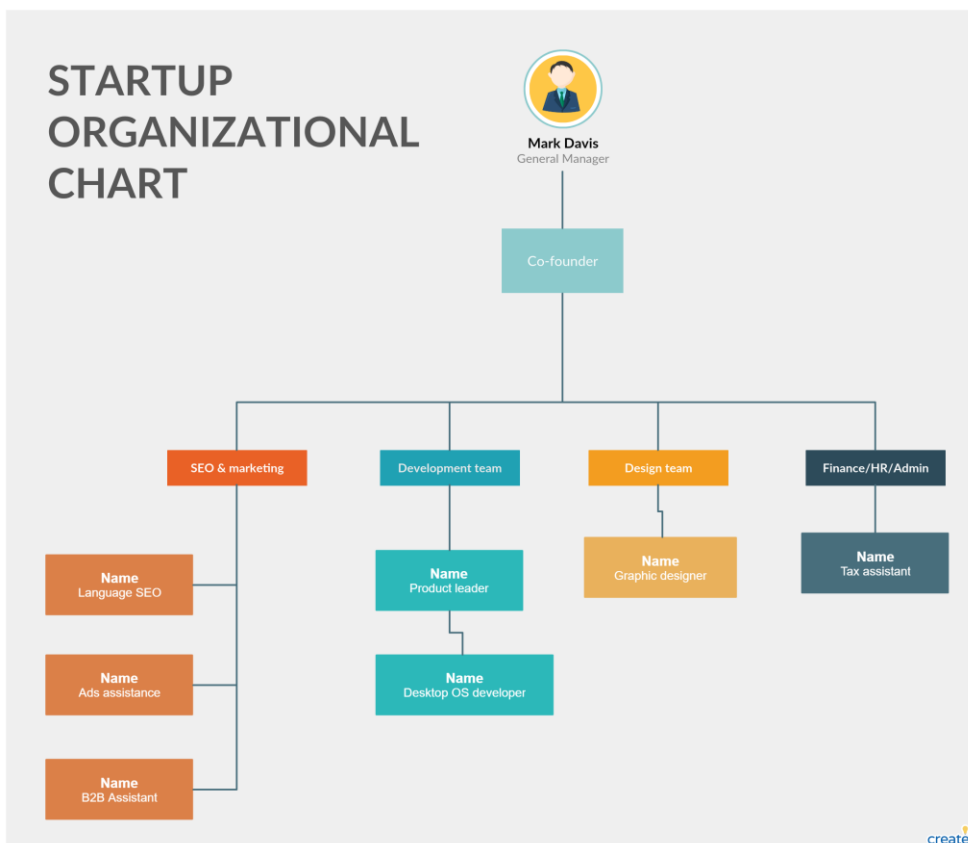
Εξάσκηση

Δεξιότητες Διοίκησης Επιχειρήσεων

Για να αναπτύξει επιτυχώς τις επιχειρήσεις, ο επιχειρηματίας χρειάζεται δεξιότητες διοίκησης επιχειρήσεων. Πρώτον, είναι σημαντικό να κατανοήσετε πώς να κτίσετε μια δομή της επιχείρησης και να διαμοιράσετε τις ευθύνες σε κάθε εμπλεκόμενο άτομο. Θα είναι ευκολότερο να διαχειριστείτε τις επιχειρήσεις εάν οι ευθύνες είναι σαφείς σε όλους. Θα σας βοηθήσει επίσης να δείτε, τι είδους άτομα πρέπει να προσλάβετε.

Απαραίτητα υλικά – Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το <https://app.creately.com/diagram/gxYA61Z4x1s/edit> για να δημιουργήσετε Οργανογράφημα της επιχείρησής σας (Επίσης, έχετε την επιλογή να προσθέσετε πληροφορίες σχετικά με τις ευθύνες για κάθε άτομο).

Διαφορετικό μέλος του Οργανισμού





Όπως μπορούμε να δούμε στην παραπάνω φωτογραφία - υπάρχουν πολλά διαφορετικά μέλη σε κάθε οργανισμό. Επίσης, η δομή μπορεί να είναι διαφορετική.

Μέλη του οργανισμού:

- ✓ CEO - κύριο άτομο υπεύθυνο για τη διαχείριση της εταιρίας,
- ✓ Διευθυντής Μάρκετινγκ - ελέγχει την επικοινωνία μεταξύ εταιρείας και πελατών,
- ✓ Διευθυντής IT – εφαρμόζει και διατηρεί την IT υποδομή,
- ✓ Διευθυντής πωλήσεων – καθοδηγεί μια ομάδα πωλητών στον οργανισμό,
- ✓ Διευθυντής Ανθρώπινου Δυναμικού - υπεύθυνος για την απασχόληση, την κατάρτιση, την υποστήριξη, τα αρχεία κ.λπ.
- ✓ Διευθυντής υποστήριξης - καθορισμός και εφαρμογή συγκεκριμένων τεχνικών αναγκών και προτεραιοτήτων ενός οργανισμού,
- ✓ Διευθυντής Οικονομικών - υπεύθυνος για την οικονομική υγεία ενός οργανισμού.

Για να καταλάβετε ευκολότερα τι θα είναι / πρόκειται να είναι η δομή της εταιρείας σας, είναι σημαντικό να δημιουργήσετε Οργανογράφημα.

Οργανογράφημα = Οργανωτικό γράφημα είναι ένα διάγραμμα που δείχνει πώς ένας οργανισμός είναι δομημένος και πώς οι θέσεις στον οργανισμό σχετίζονται μεταξύ τους.

Περιλαμβάνει:

- ✓ Τους τίτλους εργασίας,
- ✓ Ονόματα,
- ✓ Τομείς ευθύνης για τους εργαζομένους.

Είναι σημαντικό να διευκολυνθεί ο σχεδιασμός και να καθοριστεί η οργανωτική δομή, η κουλτούρα και το ύφος, δείχνοντας παράλληλα τη γραμμή εξουσίας και ευθύνης όλων των ατόμων στον οργανισμό.

Περισσότερες πληροφορίες - <https://www.orgcharting.com/organogram-definition-purpose/>



4. Πρακτικές Ενότητες

4.1. Προϊόν/Υπηρεσία

Επωνυμία προϊόντος / υπηρεσίας	
Μαθησιακά αποτελέσματα:	Οι εκπαιδευόμενοι θα αποκτήσουν πληροφορίες σχετικά με το θεωρητικό υπόβαθρο που απαιτείται για την επωνυμία της επιχείρησής τους ή ενός προϊόντος. Μετά από αυτό, θα τους δοθεί μια πρακτική δραστηριότητα που μπορεί να είναι χρήσιμη στις προσωπικές τους επιχειρήσεις.
Θεωρητικό περιεχόμενο:	Η καθιέρωση επωνυμίας, είτε ενός προϊόντος είτε μιας υπηρεσίας, δεν είναι εύκολη υπόθεση, ειδικά αν είναι από το μηδέν. Ο κύριος στόχος του branding είναι να εξοικειωθεί το κοινό με το όνομα και το λογότυπό σας. Με άλλα λόγια, σημαίνει να ξεχωρίσεις από το πλήθος. Για να το επιτύχετε αυτό, πρέπει να περάσετε από διάφορα στάδια. Πρώτον, πρέπει να κατανοήσετε την τρέχουσα κατάσταση στην αγορά, δηλαδή να μάθετε ποιος είναι το κοινό-στόχος σας. Μόλις το κάνετε αυτό, πρέπει να επιλέξετε που θα επικεντρωθείτε και την προσωπικότητά σας - τον τρόπο που θα παρουσιάσετε τον εαυτό σας. Μετά από αυτό, θα πρέπει να επιλέξετε το όνομα της επιχείρησής σας και υπάρχουν διάφορες στρατηγικές πώς να το κάνετε αυτό (περαιτέρω ανάγνωση). Προκειμένου να προωθήσετε το όνομά σας, θα πρέπει επίσης να έχετε ένα σύνθημα, μερικές πιασάρικες λέξεις που θα γίνουν το σήμα σας. Στη συνέχεια, θα πρέπει να τα κάνετε οπτικά, δηλαδή να επιλέξετε γραμματοσειρές και χρώματα της επωνυμίας ή του προϊόντος σας και να τα τοποθετήσετε στην πλατφόρμα σας (ιστότοπος, κοινωνικά μέσα). Μετά από αυτό, θα πρέπει να δώσετε έμφαση στο λογότυπό σας, γιατί θα είναι το πρώτο πράγμα που θα συνδέσουν οι άνθρωποι με την επιχείρησή σας. Λάβετε υπόψη ότι πρέπει να είναι κάτι μοναδικό και να σχετίζεται μόνο με την επιχείρησή σας. Τελευταίο, αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, θα πρέπει να φιλοδοξείτε να εφαρμόσετε την επωνυμία σας στην επιχείρησή σας. Θα πρέπει να έχετε μια ιστορία που θα δίνει λεπτομέρειες σχετικά με την επιχείρησή σας και τι σημαίνει.
Πρακτική άσκηση:	Θα δοθεί στους εκπαιδευόμενους ένα προϊόν που υποτίθεται ότι θα διαφημίσουν. Τα προϊόντα αποτελούν μέρος μιας βιομηχανίας τροφίμων (σοκολάτες με διάφορες γεύσεις - ξηρούς καρπούς, μπανάνα, βρώμη κ.λπ.) Κάθε συμμετέχων παίρνει ένα προϊόν και αναλαμβάνει την επωνυμία του. Πρέπει να περάσουν από κάθε στάδιο που περιγράφεται παραπάνω (στη θεωρητική ενότητα) και να εφαρμόσουν αυτά τα βήματα στο προϊόν τους (όνομα, λογότυπο, κοινό κ.λπ.). Μόλις ολοκληρώσουν, θα κάνουν μια παρουσίαση της επιχείρησής / του προϊόντος τους μπροστά από άλλους συμμετέχοντες (και έναν λέκτορα). Κατά την ακρόαση, οι άλλοι



	συμμετέχοντες και ο λέκτορας θα σημειώσουν τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες της στρατηγικής branding του παρουσιαστή και στη συνέχεια θα δώσουν εποικοδομητικά σχόλια.
Περαιτέρω αναγνώσεις:	https://www.shopify.com/blog/how-to-build-a-brand https://freshsparks.com/successful-brand-building-process/

4.2. Ανάλυση αγοράς

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ	
Μαθησιακά αποτελέσματα:	<p>Με την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα μπορούν να:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ορίσουν την ανάλυση αγοράς• παραθέσουν βασικά βήματα στην ανάλυση αγοράς• Κατανοήσουν τα βασικά στοιχεία της ανάλυσης αγοράς• Πραγματοποιούν ανάλυση αγοράς για τις πιθανές επιχειρήσεις τους
Θεωρητικό περιεχόμενο:	<p>Τι είναι η ανάλυση της αγοράς;</p> <p>Ο όρος ανάλυση αγοράς αναφέρεται στην ποσοτική και ποιοτική αξιολόγηση μιας αγοράς. Αποτελείται από την ανάλυση του μεγέθους της αγοράς, τόσο σε όγκο όσο και σε αξία, τα διάφορα τμήματα των πελατών και τα πρότυπα αγοράς, τον ανταγωνισμό και το οικονομικό περιβάλλον όσον αφορά τα εμπόδια εισόδου και ρύθμισης. Ως εργαλείο αξιολόγησης, η ανάλυση αγοράς σας επιτρέπει να προσδιορίσετε πόσο κατάλληλη είναι μια συγκεκριμένη αγορά για τη βιομηχανία σας.</p> <p>Είτε θέλετε να ξεκινήσετε μια νεοσύστατη εταιρεία, είτε θέλετε να επεκτείνετε την υπάρχουσα επιχείρησή σας, είτε να επανεκτιμήσετε την τρέχουσα αγορά σας, η διεξαγωγή ανάλυσης αγοράς θα σας βοηθήσει να εντοπίσετε την ελκυστικότητα μιας αγοράς, καθώς και τους τρέχοντες και μελλοντικούς κινδύνους.</p> <p>Τα βασικά στοιχεία της ανάλυσης αγοράς αποτελούνται από διάφορα εργαλεία αξιολόγησης, όπως συζήτηση για τη βιομηχανία σας και τις προοπτικές της στην αγορά, ανάλυση της αγοράς-στόχου, ανταγωνιστική ανάλυση και προσδιορισμό πολιτιστικών και νομικών κανονισμών.</p> <p>Γιατί να κάνετε μια ανάλυση αγοράς;</p> <p>Για να είναι επιτυχές το επιχειρηματικό σας σχέδιο, θα πρέπει να πραγματοποιήσετε ανάλυση αγοράς. Μια ολοκληρωμένη ανάλυση της αγοράς είναι το θεμέλιο μιας συγκεκριμένης στρατηγικής μάρκετινγκ και σταθερών μέτρων μάρκετινγκ.</p>



Επιπλέον, μια ανάλυση αγοράς παρέχει:

- Δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας για την επιχειρηματική σας ιδέα με αριθμούς, δεδομένα και γεγονότα, αναπτύσσοντας έτσι ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό σχέδιο.
- Ικανότητα αναγνώρισης της προοπτικής μιας αγοράς σε πρώιμο στάδιο και αποφυγή λανθασμένων αποφάσεων,
- Ικανότητα εντοπισμού τυχόν υφιστάμενων κενών γνώσεων και συμπλήρωσής τους εγκαίρως,
- Μια εικόνα για τα ανταγωνιστικά προϊόντα που υπάρχουν ήδη στην αγορά,
- Ικανότητα αναγνώρισης του εμποδίου εισόδου στην αγορά και εκτίμησης της ελκυστικότητας της αγοράς.

Διεξαγωγή ανάλυσης αγοράς

Όταν πραγματοποιείτε ανάλυση αγοράς, θα εξετάσετε διάφορα χαρακτηριστικά σε διαφορετικές διαστάσεις της αγοράς που σας ενδιαφέρει να εισέλθετε. Αυτά τα χαρακτηριστικά θα σας βοηθήσουν να κατανοήσετε καλύτερα την αγορά στην οποία θέλετε να εργαστείτε και θα σας βοηθήσουν να προσδιορίσετε πόσο κατάλληλη είναι η βιομηχανία σας για την αγορά. Αυτές οι διαστάσεις περιλαμβάνουν:

Το μέγεθος της αγοράς:

- Πόσο μεγάλη είναι η αγορά;
- Πώς πρέπει να τιμολογήσετε το προϊόν / την υπηρεσία σας ανάλογα με το μέγεθος της αγοράς;

Ποσοστό ανάπτυξης της αγοράς:

- Πόσο θα κρατήσει χρονικά η αγορά;
- Θα αναπτυχθεί η αγορά;

Τάσεις της αγοράς:

- Ποια είναι η τρέχουσα τάση;
- Τι αρέσει στους πελάτες;
- Πόσο είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν οι πελάτες;
- Ποιες άλλες τάσεις μπορεί να προσελκύσουν την προσοχή των πελατών;

Κερδοφορία στην αγορά:

- Θα έχει η επιχείρησή μου κέρδος επενδύοντας σε αυτήν την αγορά;
- Για να υπολογιστεί η κερδοφορία της αγοράς, πρέπει να ληφθούν υπόψη τα ακόλουθα: αγοραστική δύναμη, δύναμη προμηθευτή, εμπόδια εισόδου.



Βασικοί παράγοντες επιτυχίας:

- Οι βασικοί παράγοντες επιτυχίας είναι εκείνα τα στοιχεία που βοηθούν την επιχείρηση να επιτύχει μεγάλη επιτυχία στην αγορά, όπως η τεχνολογική πρόοδος, οι οικονομίες κλίμακας, η αποτελεσματική χρήση των πόρων.

Κανάλια διανομής:

- Πόσο καλά λειτουργούν τα κανάλια διανομής;
- Είναι επιτυχημένα τα υπάρχοντα κανάλια διανομής ή θα πρέπει να αναπτύξετε νέα;
- Πρέπει να βρείτε νέα κανάλια όπως το διαδικτυακό μάρκετινγκ;

Δομή κόστους βιομηχανίας:

- Πόσο κόστος απαιτείται για την πώληση των προϊόντων σας;
- Πώς μπορείτε να μειώσετε το κόστος και να αποκτήσετε μεγαλύτερο κέρδος χωρίς να αυξήσετε την τιμή αγοράς;

7 Χρήσιμα εργαλεία για τη διεξαγωγή ανάλυσης αγοράς

Βρείτε παρακάτω μια λίστα με συμβουλές που θα σας βοηθήσουν να πραγματοποιήσετε μια επιτυχημένη και ολοκληρωμένη ανάλυση αγοράς για το δικό σας επιχειρηματικό σχέδιο:

1. **Χρησιμοποιήστε το Διαδίκτυο:** Το Διαδίκτυο είναι ένα εξαιρετικό μέρος για να ξεκινήσετε, καθώς παρέχει δημογραφικά δεδομένα, πληροφορίες για τον ανταγωνισμό σας και τη δυνατότητα διεξαγωγής μέρους της έρευνας αγοράς σας στο διαδίκτυο.
2. **Γίνετε ο Πελάτης:** Είναι σημαντικό να κοιτάξετε τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας μέσα από τα μάτια ενός πελάτη. Αυτή η προοπτική θα σας βοηθήσει να εντοπίσετε προβλήματα που χρειάζονται λύσεις, πώς ο ανταγωνισμός αντιμετωπίζει ορισμένα ζητήματα και θα σας προσφέρει νέες και πιο αποτελεσματικές λύσεις.
3. **Μπείτε στο «ψητό»/θέμα:** Κατά τη σύνταξη του επιχειρηματικού σας σχεδίου, συμπεριλάβετε μια σύνοψη της ανάλυσης αγοράς προτού ανατρέξετε στις λεπτομέρειες. Αυτό θα παρέχει στον αναγνώστη μια γενική ιδέα για το τι θα έρθει και θα τους βοηθήσει να επικεντρωθούν καλύτερα στα πιο σημαντικά σημεία.
4. **Διεξαγωγή διεξοδικής έρευνας αγοράς:** Επενδύστε χρόνο στην αρχική φάση εξερεύνησης για να ερευνησετε την αγορά και να συγκεντρώσετε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες: Μπορείτε να το κάνετε αυτό κοινοποιώντας έρευνες, πραγματοποιώντας ομάδες εστίασης και ζητώντας σχόλια όταν μπορείτε. Τα δεδομένα που συλλέγονται θα χρησιμοποιηθούν ως υποστηρικτικά υλικά για την ανάλυση της αγοράς σας.
5. **Χρησιμοποιήστε οπτικά βοηθήματα:** Είναι ευκολότερο για το κοινό να κατανοήσει πληροφορίες που βασίζονται σε μεγάλο αριθμό,



όπως στατιστικά στοιχεία και μετρήσεις, όταν παρουσιάζονται σε οπτική μορφή. Μπορείτε να το επιτύχετε χρησιμοποιώντας διαγράμματα και γραφήματα για να απεικονίσετε δεδομένα και αριθμούς στην ανάλυση αγοράς σας.

6. **Να είστε συνοπτικοί:** Γενικά, όσοι διαβάζουν το επιχειρηματικό σας σχέδιο έχουν ήδη κάποια κατανόηση της αγοράς. Επομένως, είναι πιο αποτελεσματικό να συμπεριλάβετε τα πιο σημαντικά δεδομένα και αποτελέσματα στην ενότητα ανάλυσης αγοράς του επιχειρηματικού σας σχεδίου, ενώ μεταφέρετε την τεκμηρίωση και τα στατιστικά στοιχεία υποστήριξης στο παράρτημα.
7. **Σχετικά με την επιχείρησή σας:** Όλα τα στατιστικά στοιχεία και τα δεδομένα που ενσωματώνετε στην ανάλυση της αγοράς σας θα πρέπει να σχετίζονται με την εταιρεία σας και τις υπηρεσίες ή / και τα προϊόντα που παρέχει. Όταν περιγράφετε τις ανάγκες της αγοράς-στόχου, επισημάνετε τους καινοτόμους τρόπους με τους οποίους η εταιρεία σας θα εκπληρώσει αυτές τις ανάγκες.

Συμπέρασμα:

Η ανάλυση αγοράς είναι ένα ισχυρό εργαλείο για τις επιχειρήσεις ώστε να αποκτήσουν πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με μια συγκεκριμένη αγορά. Λειτουργεί ως το θεμέλιο στο οποίο μπορείτε να αναπτύξετε συγκεκριμένες στρατηγικές μάρκετινγκ και να εφαρμόσετε με επιτυχία την επιχειρηματική σας ιδέα.

Πρακτική άσκηση:

Σε αυτήν την πρακτική άσκηση, θα εξετάσουμε ένα παράδειγμα ανάλυσης αγοράς της βιομηχανίας smartphone. Μέχρι το τέλος αυτής της άσκησης, θα κατανοήσετε τα βασικά στοιχεία της ανάλυσης αγοράς και πώς μπορείτε να πραγματοποιήσετε ένα για το επιχειρηματικό σας σχέδιο.

Επιλεγμένη αγορά

Όπως προαναφέρθηκε, η επιλεγμένη αγορά για αυτό το παράδειγμα ανάλυσης αγοράς είναι η βιομηχανία smartphones, καθώς τα smartphone έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής.

Σκοπός της ανάλυσης

Είναι σημαντικό να ορίσετε έναν σκοπό για μια ανάλυση αγοράς, καθώς ξεκαθαρίζει ό,τι ελπίζετε να μάθετε από αυτήν και την καθιστά χρήσιμη για την επιχείρησή σας.

Μια ανάλυση αγοράς πραγματοποιείται συχνά για δύο βασικούς λόγους και σε δύο φάσεις:

1. *Για να εκτιμήσετε τη βιωσιμότητα (πριν εισέλθετε σε νέα αγορά)*

Η ανάλυση της αγοράς πραγματοποιείται πριν από την είσοδο στην αγορά και σας βοηθά να αποφασίσετε εάν παίρνετε μια έξυπνη επιχειρηματική απόφαση.

2. *Να ευδοκιμήσει (ενώ λειτουργεί σε μια αγορά)*



Μια ανάλυση αγοράς πραγματοποιείται όταν η επιχείρησή σας λειτουργεί ήδη στην αγορά και σας βοηθά να βελτιστοποιήσετε την επιχείρησή σας.

Για αυτήν την άσκηση, θα υποθέσουμε ότι θέλετε να αξιολογήσετε τη βιωσιμότητα της εισόδου στην αγορά smartphone.

Παράγοντες ανάλυσης αγοράς (Βιομηχανία smartphone)

Για τους σκοπούς αυτού του παραδείγματος ανάλυσης αγοράς, θα επικεντρωθούμε στις πέντε μεταβλητές όπως περιγράφεται στο θεωρητικό μέρος αυτής της ενότητας.

Ποσοτικοί παράγοντες:

- Ποσότητα

Μια γρήγορη αναζήτηση στο Google παρέχει εκτίμηση για πάνω από 1,5 δισεκατομμύριο smartphones που πωλούνται σε τελικούς καταναλωτές κάθε χρόνο.

- Αξία

Η ίδια αναζήτηση θα παρέχει μια εκτίμηση της αξίας της αγοράς smartphone σε μόλις κάτω από 480 δισεκατομμύρια δολάρια με βάση τα ετήσια έσοδα.

Ποιοτικοί παράγοντες:

- Ανάγκη αγοράς

Δεν υπάρχει τυπική διαδικασία για την αξιολόγηση της ανάγκης για smartphone, αλλά η προσωπική εμπειρία αποκαλύπτει τη συνάφεια των smartphone.

- Ανταγωνισμός

Υπάρχει ένας τεράστιος αριθμός κατασκευαστών smartphone, με τους πιο δημοφιλείς να είναι η Apple και η Samsung. Είναι πιο σημαντικό να αξιολογήσετε ποιοτικά εάν το smartphone σας θα είναι σε θέση να ανταγωνιστεί αυτές τις μεγάλες εταιρείες παρά να εκτιμήσει το μερίδιο αγοράς που καταλαμβάνουν.

- Κανόνες

Στον κλάδο των smartphone, οι κανόνες δεν αποτελούν μείζονα ανησυχία, καθώς δεν υπάρχουν αυστηροί νόμοι για τα smartphones, σε αντίθεση με άλλες αγορές, όπως για τρόφιμα ή φαρμακευτικά προϊόντα.

Αφού εξετάσουμε τα παραπάνω, είναι σαφές ότι η βιομηχανία smartphone θα μπορούσε να έχει τεράστιες δυνατότητες για ορισμένους επιχειρηματίες. Ωστόσο, ο έντονος ανταγωνισμός σε αυτόν τον κλάδο δείχνει ότι είναι δυσκολότερο για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.



	<p>Τελικές σκέψεις</p> <p>Όπως δείχνει αυτή η άσκηση, η διεξαγωγή ανάλυσης αγοράς είναι απλή και δεν χρειάζεται να ακολουθεί μια άκαμπτη δομή. Ωστόσο, παρέχει πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τις νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ως μελλοντικός επιχειρηματίας, σκεφτείτε πόσο χρόνο και χρήματα εξοικονομήσατε, αποφεύγοντας αυτό το μη ρεαλιστικό εγχείρημα!</p>
Περαιτέρω αναγνώσεις:	<p>Blake, D. (1990). Financial market analysis (p. 130). London: McGraw-Hill.</p> <p>Day, G. S. (1981). Strategic market analysis and definition: an integrated approach. Strategic Management Journal, 2(3), 281-299.</p> <p>Mortensen, D. T. (1986). Job search and labor market analysis. Handbook of labor economics, 2(15), 02005-02009.</p>

4.3. Μάρκετινγκ

Μάρκετινγκ - Πώς να δομήσετε ένα καλό πλάνο μάρκετινγκ	
Μαθησιακά αποτελέσματα:	<p>Μετά την επόμενη ενότητα, ο αναγνώστης θα εξοικειωθεί με τα βασικά του σχεδιασμού μάρκετινγκ, τα βασικά μέρη και τη δομή του. Αυτή η εισαγωγή θα κάνει την περαιτέρω πρόοδο σε αυτόν τον τομέα πιο άνετη, καθώς και τη διαδικασία σύνταξης ενός πλάνου μάρκετινγκ μόνος του.</p>
Θεωρητικό περιεχόμενο:	<p>Η πιο ζωτική πτυχή κάθε επιχείρησης είναι το πλάνο μάρκετινγκ. Ένα πλάνο μάρκετινγκ μπορεί να είναι τόσο σύντομο όσο μια σελίδα και επίσης να επεκταθεί σε πολλές σελίδες, αλλά οι κύριες πτυχές του πρέπει να απαντήσουν σε ερωτήσεις όπως πού είμαστε τώρα; πού πηγαίνουμε και πώς φτάνουμε εκεί; Όταν ξεκινάτε ένα πλάνο μάρκετινγκ, το σημείο εκκίνησης πρέπει να είναι η συνοπτική έκθεση, μια επισκόπηση της εταιρείας σας και όλα σχετικά με αυτήν (Οι αξίες της εταιρείας σας, η αποστολή και το όραμά σας). Σε αυτήν την παράγραφο, μπορείτε επίσης να γράψετε σύντομα για τη λειτουργία της επιχείρησής σας και τον σκοπό του πλάνου μάρκετινγκ, τα προηγούμενα επιτεύγματα και τους μελλοντικούς στόχους. Αυτό το μέρος του πλάνου μάρκετινγκ θα πρέπει να είναι πολύ συγκεκριμένο και σύντομο.</p> <p>Το επόμενο βήμα είναι να δείξετε και να ορίσετε τις γνώσεις και την κατανόησή σας για την αγορά στην οποία ανταγωνίζεστε κάνοντας την ανάλυση SWOT. Η ανάλυση SWOT είναι μια εύκολη τεχνική στρατηγικού σχεδιασμού που αποτελείται από:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Strengths (Δυνατά σημεία) - ποια είναι τα δυνατά σημεία της επιχείρησής σας,



2. **Weaknesses (Αδυναμίες)** - ποιες είναι οι αδυναμίες της επιχείρησής σας,
3. **Opportunities (Ευκαιρίες)** - ευκαιρίες στο μέλλον,
4. **Threats (Απειλές)** - απειλές στο μέλλον

Μετά πρέπει να καθορίσουμε τους **στόχους μάρκετινγκ**: τι ελπίζουμε να επιτύχουμε με το πλάνο μάρκετινγκ; πρέπει να είμαστε συγκεκριμένοι με τους πραγματικούς αριθμούς και συγκεκριμένους στόχους (για παράδειγμα αύξηση του engagement στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά 30% έως τον Δεκέμβριο του 2021).

Οι στόχοι πρέπει πάντα να είναι **SMART**:

- **Specific (συγκεκριμένοι)** - Για παράδειγμα, μπορείτε να ορίσετε έναν στόχο να λάβετε δέκα νέους πελάτες.
- **Measurable (μετρήσιμοι)** - Όποιος και αν είναι ο στόχος σας, πρέπει να είστε σε θέση να ελέγχετε εάν τον έχετε φτάσει ή όχι όταν ελέγχετε το πλάνο σας.
- **Achievable (επιτεύξιμοι)** - πρέπει να έχετε τους πόρους που χρειάζεστε για να επιτύχετε τον στόχο (Οι βασικοί πόροι είναι συνήθως άνθρωποι και χρήματα).
- **Realistic (ρεαλιστικοί)** - οι στόχοι πρέπει να σας τεντώσουν, όχι να σας αποθαρρύνουν επειδή είναι παράλογοι.
- **Time-bound (χρονικό όριο)** - πρέπει να ορίσετε μια προθεσμία για την επίτευξη του στόχου. Για παράδειγμα, μπορείτε να στοχεύσετε να αποκτήσετε δέκα νέους πελάτες εντός των επόμενων 12 μηνών.

Το ακόλουθο βήμα είναι να προσδιορίσετε τον **ιδανικό αγοραστή** σας:

1. **δημογραφικά** στοιχεία όπως η ηλικία, το εισόδημα και η τοποθεσία τους,
2. **Προφίλ αγοραστών** - πιο ακριβείς πληροφορίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά τους (γιατί θα αγόραζαν το προϊόν σας;), συνήθειες και ενδιαφέροντα

Μετά πρέπει να γράψουμε μια **στρατηγική μάρκετινγκ** που αποτελείται από:

1. **Προϊόν** - όλες τις πληροφορίες για το ίδιο το προϊόν και τι θέλετε να γνωστοποιήσετε με το σωστό μάρκετινγκ (όπως τα εξαιρετικά χαρακτηριστικά και τα οφέλη του).
2. **Τιμή** - τι θέλουμε να κάνουμε μέσω του μάρκετινγκ σε τιμές (για παράδειγμα, ορίστε ανταγωνιστικές τιμές για υπάρχοντα προϊόντα στην αγορά),
3. **Πρώθηση** - με ποιον θα θέλατε να συνεργαστείτε,
4. **Μέρος** - Πού θέλετε να προωθήσετε το προϊόν σας (στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στην τηλεόραση ...).



	<p>Το τελευταίο βήμα είναι να ορίσετε τον προϋπολογισμό παρουσιάζοντας πολύ λεπτομερείς δαπάνες - πόσο θα κοστίσει για την επίτευξη του στόχου μάρκετινγκ;</p> <p>Επίσης, το κρίσιμο μέρος είναι η σωστή παρουσίαση - οπτικοποιήστε το πλάνο σας για να είναι πιο ξεκάθαρο, χωρίστε το σε βήματα και φάσεις.</p>
Πρακτική άσκηση:	<p>Για να εξασκήσετε τη γνώση</p> <ol style="list-style-type: none">1. προσπαθήστε να γράψετε την ανάλυση SWOT της μελλοντικής σας εταιρείας (Αν όχι μελλοντική, αγαπημένη),2. Ορίστε τον ιδανικό αγοραστή,3. Γράψτε τη στρατηγική μάρκετινγκ (Προϊόν, Τιμή, Προώθηση, Μέρος)
Περαιτέρω αναγνώσεις:	<p>Οδηγός για τη σύνταξη ενός πλάνου μάρκετινγκ https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/write-a-marketing-plan/#1</p> <p>Πώς να γράψετε ένα πλάνο μάρκετινγκ: Ένας περιεκτικός οδηγός [με Templates]: https://vtl.design.com/digital-marketing/digital-marketing-strategy/how-to-write-marketing-plan-template</p>

4.4. Εξυπηρέτηση πελατών

Εξυπηρέτηση πελατών	
Μαθησιακά αποτελέσματα:	Εξυπηρέτηση πελατών => μέσα / κανάλια για εξυπηρέτηση πελατών
Θεωρητικό περιεχόμενο:	<p>7 κανάλια υποστήριξης πελατών για διαδικτυακές επιχειρήσεις:</p> <p>1) Email – Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο Στις διαδικτυακές επιχειρήσεις, η εξυπηρέτηση πελατών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου θα είναι ένα μη διαπραγματεύσιμο κανάλι για τις περισσότερες εταιρείες. Στην πραγματικότητα, το 91% των καταναλωτών χρησιμοποιούν email κάθε μέρα. Όσον αφορά τα κανάλια με ευρεία διανομή, δεν υπάρχουν πολλά που πλησιάζουν.</p> <p>2) Κοινωνικά δίκτυα Ανάλογα με το ποιο είναι οι πελάτες σας, σχεδόν σίγουρα περνούν χρόνο κάθε μέρα σε τουλάχιστον ένα κοινωνικό δίκτυο. Μόλις καταλάβετε ποιο είναι, μπορείτε να επιτύχετε μερικές μεγάλες νίκες παρέχοντας μεγάλη υποστήριξη σε αυτό το κανάλι. Αυτό είναι ένα αρκετά ισχυρό επιχείρημα για τη συμπερίληψη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη στρατηγική υποστήρισής σας. Αλλά μην υποθέσετε ότι το Twitter και το Facebook είναι τα μόνα δίκτυα που</p>



ενδέχεται να χρησιμοποιούν οι πελάτες σας.

Για παράδειγμα, η KLM Airlines γνωρίζει ότι πολλοί από τους πελάτες τους είναι επαγγελματίες που χρησιμοποιούν το LinkedIn. Έτσι, η αεροπορική εταιρεία ξεκίνησε μια ειδική ομάδα LinkedIn που προσφέρει 24/7 υποστήριξη πελατών σε επιβάτες KLM.

3) Φόρουμ / πίνακες μηνυμάτων

Είναι εύκολο να ξεχνάμε ότι πολλοί από τους πελάτες μας έχουν παρόμοια ενδιαφέροντα.

Για παράδειγμα, πολλοί πελάτες του Groove είναι εταιρείες και νεοσύστατες εταιρείες SaaS, των οποίων οι υπάλληλοι διαβάζουν και συμμετέχουν συχνά σε διαδικτυακά φόρουμ όπως το Stack Exchange.

Ίσως διαπιστώσετε ότι έχετε παρόμοιες "κοινές κοινότητες" όπου πολλοί από τους πελάτες σας είναι ενεργοί.

Το εργαλείο KVS είναι μια εφαρμογή που χρησιμοποιείται από συχνά φυλλάδια για την παρακολούθηση της διαθεσιμότητας των πτήσεων. Επομένως, είναι λογικό ότι πολλοί από τους πελάτες τους δραστηριοποιούνται στο FlyerTalk, τη μεγαλύτερη κοινότητα συχνών πτήσεων στο διαδίκτυο.

4) Τηλέφωνο

Ενώ ορισμένοι βλέπουν την τηλεφωνική υποστήριξη ως πιο παλιομοδίτικη από το email, η πραγματικότητα είναι ότι οι περισσότεροι πελάτες ακόμα το περιμένουν.

Στην πραγματικότητα, τα τηλέφωνα εξακολουθούν να αντιπροσωπεύουν το 68% όλων των αλληλεπιδράσεων υποστήριξης.

Πολλοί πελάτες προτιμούν την ταχύτητα και την ευκολία να μπορούν να πάρουν το τηλέφωνο και να λάβουν απάντηση αμέσως.

5) Ζωντανή συζήτηση

Με την ταχύτητα της τηλεφωνικής υποστήριξης, αλλά με πολύ μεγαλύτερη ευκολία για τους πελάτες που προτιμούν το πρόγραμμα περιήγησης ιστού από το τηλέφωνό τους, η ζωντανή συνομιλία έχει αναπτυχθεί μαζικά ως κανάλι υποστήριξης για όσους δραστηριοποιούνται στο διαδίκτυο.

Στην πραγματικότητα, το 44% των διαδικτυακών καταναλωτών δηλώνουν ότι η απάντηση σε ερωτήσεις από ζωντανό άτομο ενώ βρίσκεται στη μέση μιας διαδικτυακής αγοράς είναι μια από τις πιο σημαντικές δυνατότητες που μπορεί να προσφέρει ένας ιστότοπος.

6) Γνωστική βάση αυτοεξυπηρέτησης

Μια διαδικτυακή βάση γνώσεων μπορεί να είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για να βοηθήσει τους πελάτες σας να βοηθήσουν τον εαυτό τους.

Με απαντήσεις σε συνήθεις ερωτήσεις, μια βάση γνώσεων σας επιτρέπει να παρέχετε υποστήριξη 24/7, ακόμη και με μια μικρή ομάδα.



	<p>7) Γραφικά στοιχεία υποστήριξης στη σελίδα Τα γραφικά στοιχεία υποστήριξης στη σελίδα μετατρέπουν τον ιστότοπό σας σε κανάλι υποστήριξης.</p> <p>Πηγή: https://www.groovehq.com/blog/customer-service-channels</p>
Πρακτική άσκηση:	Για κάθε σημείο που αναφέρεται παραπάνω, σκεφτείτε πώς θα μπορούσατε να το χρησιμοποιήσετε για υποστήριξη πελατών. Τι είδους πληροφορίες χρειάζεστε; Πόσο αποτελεσματικό μπορεί να είναι; Ποιες είναι οι ανάγκες του πελάτη; Πώς θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε αυτά τα εργαλεία για το καλύτερο;
Περαιτέρω αναγνώσεις:	“Nudge” by Richard Thaler and Cass Sunstein “The Thank You Economy” by Gary Vaynerchuk “The Paradox of Choice” by Barry Schwartz

4.5. ΤΠΕ

ΤΠΕ	
Μαθησιακά αποτελέσματα:	ΤΠΕ => πώς να εκμεταλλευτείτε ψηφιακά εργαλεία για την προώθηση / διαχείριση της επιχείρησής σας
Θεωρητικό περιεχόμενο:	<p>Ομαδική επικοινωνία</p> <p>Ορισμένα εργαλεία για να βοηθήσουν την ομάδα σας να επικοινωνεί:</p> <p>1. Slack Το Slack είναι ένα από τα κορυφαία εργαλεία ανταλλαγής μηνυμάτων στην αγορά. Βοηθά τις ομάδες σας να περιορίσουν τον θόρυβο των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, των μηνυμάτων κειμένου, των τηλεφωνικών κλήσεων και όλων των άλλων τρόπων με τους οποίους διατηρείτε επαφή για να έχετε ένα κεντρικό μέρος επικοινωνίας. Τα κανάλια του Slack σας προσφέρουν πλήρη προσαρμογή των μηνυμάτων της ομάδας σας. Μεμονωμένες ομάδες μπορούν να δημιουργήσουν κανάλια για να συζητήσουν καθημερινές λειτουργίες ή συγκεκριμένα έργα, ενώ μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε κανάλια σε ολόκληρη την εταιρεία για να ενθαρρύνετε τα σχόλια, να δημοσιεύετε ενημερώσεις εταιρείας και άλλα.</p> <p>2. Zoom Μετά το αρχικό lockdown COVID-19 στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Zoom χρησιμοποιείται και στα σπίτια. Η τηλεδιάσκεψη είναι ένας πολύ καλός</p>



τρόπος για τις οικογένειες να διατηρούν επαφή μεταξύ τους, αλλά το Zoom είναι επίσης ένα πολύτιμο εργαλείο για να συνδεθούν οι ομάδες ενώ εργάζονται εξ αποστάσεως. Ωστόσο, υπάρχουν και άλλα παρόμοια εργαλεία.

3. Doodle

Εάν η ομάδα σας διαθέτει μια ενοποιημένη εφαρμογή ημερολογίου με πρόσβαση στα προγράμματα όλων, αυτό είναι υπέροχο. Εάν δεν είστε έτοιμοι να πραγματοποιήσετε αυτήν την επένδυση, το Doodle είναι μια εναλλακτική λύση ποιοτικού προγραμματισμού. Είτε προσπαθείτε να σχεδιάσετε μια (εικονική) ευχάριστη ώρα σε όλη την εταιρεία είτε θέλετε απλώς να επικοινωνήσετε με την ομάδα μάρκετινγκ, το Doodle μετατρέπει τον προγραμματισμό σε δημοσκόπηση. Στείλτε ένα Doodle και όλοι οι προσκεκλημένοι σας μπορούν να το συμπληρώσουν όταν είναι διαθέσιμοι, ώστε να μπορείτε να εξαλείψετε το μπρος-πίσω.

Πωλήσεις και μάρκετινγκ

Το 85% των υπαλλήλων δηλώνουν ότι δεν είναι δυνατόν να αποκτήσετε μια προβολή των πελατών 360 μοιρών από ένα μόνο σύστημα. Αυτό είναι ένα πρόβλημα σε ένα απομακρυσμένο περιβάλλον εργασίας. Η σχέση πελάτη εξαρτάται από τη σαφή επικοινωνία και τα συστήματα, ειδικά όταν δεν υπάρχει γραφείο για τη διοργάνωση συσκέψεων.

Μερικά εργαλεία:

1. Salesforce

Το Salesforce είναι το κορυφαίο σύστημα διαχείρισης σχέσεων πελατών (ΔΣΠ) στον κόσμο, υποστηρίζοντας περισσότερες από 150.000 εταιρείες. Είναι ακριβό, αλλά η τιμή είναι δικαιολογημένη. Το Salesforce προσαρμόζεται στις ανάγκες της εταιρείας σας, δίνοντάς σας θέσεις για όσους πελάτες και υπαλλήλους θέλετε και δημιουργώντας ένα μοναδικό σύστημα για την επιχείρησή σας. Παρέχει και υψηλού επιπέδου όσο και λεπτομερείς προβολές στις πωλήσεις και τις λειτουργίες της εταιρείας σας.

2. Mailchimp

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι ένα σημαντικό κανάλι μάρκετινγκ για οποιαδήποτε επιχείρηση, αλλά η συνεργασία σε μια στρατηγική ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι δύσκολη όταν οι άνθρωποι είναι απομακρυσμένοι. Το Mailchimp καθιστά τη ζωή λίγο πιο εύκολη, ωστόσο, παρέχοντας μια σειρά από εύχρηστα χαρακτηριστικά. Μεταξύ ελκυστικών προτύπων, προηγμένων αναλυτικών στοιχείων και εξατομίκευσης με ένα



κλικ, το Mailchimp διευκολύνει μια ολόκληρη ομάδα να δημιουργήσει και να ξεκινήσει στοχευμένες καμπάνιες ταυτόχρονα.

3. Hootsuite

Συχνά θεωρούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως ατομική προσπάθεια, αλλά το επιτυχημένο μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης απαιτεί συνεργασία. Όχι μόνο το Hootsuite διευκολύνει τη συνεργασία των ομάδων, αλλά απλοποιεί επίσης τη στρατηγική σας. Με το Hootsuite, μπορείτε να διαχειριστείτε πολλά κοινωνικά προφίλ από έναν πίνακα ελέγχου, να προγραμματίζετε αναρτήσεις, να παρακολουθείτε αναφορές και να αλληλεπιδράτε με ακόλουθους. Είτε έχετε μια ομάδα που διαχειρίζεται λογαριασμούς σε διαφορετικές ώρες είτε πολλά άτομα διαχειρίζονται πολλούς λογαριασμούς ταυτόχρονα, το Hootsuite είναι ένα πολύτιμο πλεονέκτημα. Έχει επίσης ένα υπέροχο δωρεάν πρόγραμμα.

4. Google Analytics

Κάθε επιχείρηση χρειάζεται εργαλεία ανάλυσης για να κατανοήσει τι λειτουργεί και τι δεν λειτουργεί. Το Google Analytics είναι μια από τις καλύτερες πλατφόρμες για μικρές επιχειρήσεις, επειδή είναι εντελώς δωρεάν, με εύκολη πρόσβαση για ολόκληρη την ομάδα σας. Υπάρχει μια μικρή καμπύλη μάθησης, αλλά μόλις καταλάβετε πώς λειτουργεί, θα αναπτύξετε μια λεπτομερή κατανόηση των προσπαθειών ψηφιακού μάρκετινγκ και θα αντλήσετε πληροφορίες για να βοηθήσετε την εταιρεία σας να αναπτυχθεί.

Παραγωγικότητα

Σύμφωνα με μια μελέτη, οι απομακρυσμένοι εργαζόμενοι συμπληρώνουν 1,4 περισσότερες ημέρες εργασίας ανά μήνα από τους αντίστοιχους στο γραφείο τους. Αυτός είναι ένας μεγάλος αριθμός, αλλά διευκολύνεται επίσης από εξαιρετική εταιρική τεχνολογία. Αυτά τα εργαλεία μπορούν να υποστηρίξουν την παραγωγικότητα των υπαλλήλων σας.

Μερικά εργαλεία:

1. Trello

Το Trello απλοποιεί τη διαχείριση έργων δημιουργώντας έξυπνες, εξαιρετικά προσαρμόσιμες λίστες υποχρεώσεων. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το Trello για να δημιουργήσετε και να διαχειριστείτε ένα ημερολόγιο περιεχομένου, να παρακολουθήσετε μια κυκλοφορία προϊόντων, να διαχειριστείτε καμπάνιες μάρκετινγκ και σχεδόν οτιδήποτε άλλο μπορείτε να σκεφτείτε. Επειδή είναι τόσο προσαρμόσιμο, το Trello βοηθά τους υπαλλήλους να παραμένουν συγκεντρωμένοι και παραγωγικοί σε ό,τι πρέπει να κάνουν σε ένα δεδομένο χρονικό πλαίσιο. Μπορούν να



παρακολουθούν την πρόοδο σε μεμονωμένες εργασίες, να βλέπουν τι ολοκληρώθηκε κάθε μέρα και να ορίζουν υπενθυμίσεις όταν είναι ώρα να επανεξετάσουν ή να ενημερώσουν ένα συγκεκριμένο στοιχείο.

2. Google Drive

Το Google Drive είναι ένα από τα καλύτερα εργαλεία συνεργασίας που εφευρέθηκε ποτέ. Προσφέρει σχεδόν όλα τα ίδια πλεονεκτήματα του Microsoft Office, εκτός από το ότι είναι προσβάσιμο σε πραγματικό χρόνο από οποιονδήποτε έχετε δώσει πρόσβαση. Προσφέρει ακόμη και συγχρονισμό εκτός σύνδεσης, ώστε να μπορείτε να ενημερώσετε έγγραφα, υπολογιστικά φύλλα, παρουσιάσεις και πολλά άλλα χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο. Πολλά άτομα μπορούν να εργαστούν στο ίδιο έγγραφο χωρίς να διακινδυνεύσουν να αντικαταστήσουν μια παλιά έκδοση και, εάν συμβεί αυτό, η Google διατηρεί εύκολα διαθέσιμα αντίγραφα ασφαλείας και ιστορικά εκδόσεων. Το Google Drive είναι δωρεάν για μεμονωμένα άτομα, αλλά αν θέλετε να παρέχετε όλα τα επιχειρηματικά εργαλεία της Google στην ομάδα σας, κοστίζει μόλις 6\$ ανά χρήστη ανά μήνα.

3. Dropbox

Μιλώντας για συνεργασία, εάν η εταιρεία σας ασχολείται με πολλά μεμονωμένα αρχεία και φακέλους, το Dropbox είναι ένα από τα κορυφαία εργαλεία αποθήκευσης και συνεργασίας cloud στην αγορά. Παρέχοντας στα άτομα πρόσβαση στον εταιρικό λογαριασμό σας, μπορούν να αποθηκεύσουν με ασφάλεια αρχεία της εταιρείας στην υπηρεσία Dropbox και να προσκαλέσουν πελάτες ή συμπαίκτες να ενημερώσουν, να παρέχουν σχόλια ή να τα μοιραστούν με τα σχετικά μέρη.

Πηγή: <https://www.allbusiness.com/digital-tools-to-help-you-run-successful-remote-company-131542-1.html>

Πρακτική άσκηση:

Για τη λίστα που παρουσιάζεται παραπάνω, γράψτε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους. Ποιο θα χρησιμοποιούσατε και γιατί; Ξέρετε άλλα εργαλεία που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε; Πώς μπορούν τα ψηφιακά εργαλεία να είναι χρήσιμα για την επιχείρησή;

Περαιτέρω αναγνώσεις:

“Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation” by George Westerman, Didier Bonnet, and Andrew McAfee

“The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age” by David Rogers

“Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business” by Sunil Gupta

“See Sooner, Act Faster: How Vigilant Leaders Thrive in an Era of Digital Turbulence (Management on the Cutting Edge)” by George Day and Paul Schoemaker



“Driving Digital: The Leader’s Guide to Business Transformation Through Technology” by Isaac Sacolick

“Digital Transformation: Survive and Thrive in an Era of Mass Extinction” by Tom Siebel

“The Technology Fallacy: How People Are the Real Key to Digital Transformation (Management on the Cutting Edge)” by Gerald Kane, Anh Nguyen Phillips, Jonathan Copulsky, and Garth Andrus

“MicroMarketing: Get Big Results by Thinking and Acting Small” by Greg Verdino

4.6. Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού

Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού	
Μαθησιακά αποτελέσματα:	Κατανόηση ολόκληρου του κύκλου διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού
Θεωρητικό περιεχόμενο:	<p style="text-align: center;"><u>Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού</u></p> <p>Τι είναι το «Ανθρώπινο Δυναμικό»; Για να το θέσουμε απλά, είναι άνθρωποι. Το «Ανθρώπινο Δυναμικό» είναι όλοι οι εργαζόμενοι που εργάζονται ή συνεισφέρουν σε έναν οργανισμό ή μια επιχείρηση.</p> <p>Τι είναι η διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού (ΔΑΔ); Το ΔΑΔ αναφέρεται σε ολόκληρη τη διαδικασία <u>σχεδιασμού</u> της εργασίας των υπαλλήλων σας, <u>πρόσληψης</u> νέων υπαλλήλων για την επιχείρησή σας, <u>ανάπτυξης</u> των ικανοτήτων των υπαλλήλων σας μέσω συνεχούς εκπαίδευσης, <u>εύρεση στρατηγικών</u> για τη <u>διατήρηση</u> των υπαλλήλων σας (αποτροπή της αποχώρησής τους) και <u>μέτρηση</u> της απόδοσης και της λειτουργικότητάς τους στην επιχείρηση.</p> <div style="text-align: center;"> <p>Plan Determining how human resources will be used to achieve goals and objectives</p> <p>Recruit Selecting, deploying, evaluating human resources</p> <p>Develop Developing the knowledge and capabilities of human resources</p> <p>Retain Retaining human resources</p> <p>Measure (Performance) Evaluating the Human Resource Management function</p> </div>



1. Σχέδιο/Πλάνο

Σχεδιασμός σημαίνει προσδιορισμός των τρεχουσών και μελλοντικών αναγκών ανθρώπινων πόρων για έναν οργανισμό / επιχείρηση για την επίτευξη των στόχων του. Ο σχεδιασμός είναι μια συνεχής διαδικασία: είναι θέμα αξιολόγησης της υπάρχουσας κατάστασης και καθορισμού του τι απαιτείται για τη βελτίωσή του (συμπεριλαμβανομένου του προσδιορισμού του τρόπου με τον οποίο οι υπάρχοντες ανθρώπινοι πόροι ταιριάζουν καλύτερα στις θέσεις εργασίας τους).

2. Να προσλάβεις

Η πρόσληψη είναι η διαδικασία αναζήτησης μελλοντικών υπαλλήλων που έχουν τις ικανότητες και τις στάσεις που απαιτούνται για να βοηθήσουν τον οργανισμό να επιτύχει τους στόχους του. Για να ξεκινήσετε μια διαδικασία πρόσληψης, θα θελήσετε να σκεφτείτε:

- ποιες είναι οι θέσεις εργασίας που θέλετε να συμπληρώσετε,
- ποιος είναι ο αριθμός των ατόμων που θα χρειαστεί για να τις συμπληρώσετε,
- ποια θα είναι τα καθήκοντά τους;
- ποια προσόντα απαιτούν αυτά τα καθήκοντα.

Με βάση αυτές τις πληροφορίες, θα πρέπει να προετοιμάσετε την προσφορά εργασίας (συμπεριλαμβανομένης της περιγραφής της εργασίας), να διαφημίσετε την προσφορά, να προεπιλέξετε τους υποψηφίους μεταξύ εκείνων που απαντούν, να τους συνεντεύξετε και να κάνετε την τελική επιλογή.

Συγχαρητήρια! Έχετε προσλάβει έναν νέο υπάλληλο!

3. Ανάπτυξη

Μόλις έχετε το σύνολο των υπαλλήλων σας, θα θελήσετε να τους βοηθήσετε να αναπτύξουν τις δεξιότητες, τις γνώσεις και τις ικανότητές τους.

Μπορείτε να το επιτύχετε με:

- επίσημη εκπαίδευση (τάξεις μαθημάτων, σεμινάρια κ.λπ.)
- άτυπη μάθηση (μέσω καθοδήγησης, συνεργασίας κ.λπ.)

Αυτό με τη σειρά του θα βελτιώσει την αποτελεσματικότητα του οργανισμού / της επιχείρησής σας.

4. Διατήρηση

Είναι πιο αποτελεσματικό να διατηρείτε έναν ποιοτικό υπάλληλο στην εργασία παρά να προσλαμβάνετε και να εκπαιδεύετε έναν νέο. Έτσι, είναι σημαντικό να εφαρμόζετε στρατηγικές για τη διατήρηση των υπαλλήλων σας. Αυτές περιλαμβάνουν:

- Βεβαιωθείτε ότι οι εργαζόμενοι γνωρίζουν τι περιμένετε από αυτούς,
- παροχή δίκαιης και ίσης μεταχείρισης,



- παροχή ποιοτικής διαχείρισης ή εποπτείας,
- επιτρέποντας στους υπαλλήλους να χρησιμοποιούν τα ταλέντα και τις δεξιότητές τους.

5. Μέτρηση

Θα θελήσετε να παρακολουθείτε συνεχώς και να μετράτε την απόδοση των υπαλλήλων σας, να γνωρίζετε πότε και πού να κάνετε τις ενέργειες που απαιτούνται για τη βελτίωση ή τη διατήρηση της ποιότητας. Θα θελήσετε επίσης να αξιολογήσετε την ευημερία του προσωπικού σας (δηλ. Πώς λειτουργούν στη δουλειά και στο περιβάλλον του οργανισμού), ζητώντας επίσης τα σχόλια τους. Βεβαιωθείτε ότι γνωρίζουν ότι ενδιαφέρεστε για το περιεχόμενο και την ευημερία τους!

Πρακτική άσκηση:

Ο γραμματέας σας έφυγε και τώρα έχετε μια κενή δουλειά στην επιχείρησή σας.

Πρέπει να ξεκινήσετε τη διαδικασία πρόσληψης και να βρείτε κάποιον που θα τον αντικαταστήσει.

1. Γράψτε μια επαγγελματική περιγραφή εργασίας.

Σκεφτείτε τη θέση εργασίας.

Αναρωτηθείτε: ποια είναι τα καθήκοντα του γραμματέα; Ποιες είναι οι αναμενόμενες ώρες εργασίας; Τι είδους συμβόλαιο πρέπει να προτείνω;

2. Καταγράψτε την προσφορά εργασίας σας.

Αναρωτηθείτε: ποια είναι τα προσόντα και άλλες απαιτήσεις που χρειάζονται; Τι είδους άτομο θα ήθελα να προσλάβω ως γραμματέας; Ποιες είναι οι «μαλακές δεξιότητες» και οι τεχνικές δεξιότητες που ψάχνω;

3. Κάντε ένα σχέδιο πρόσληψης.

Αναρωτηθείτε: ποιες μεθόδους θα χρησιμοποιήσω για την πρόσληψη; Θα στραφώ σε γραφείο εργασίας; Ποια είναι τα κριτήρια επιλογής που θα χρησιμοποιήσω; Πόσους υποψηφίους θα προεπιλέξω για συνέντευξη; Δημιουργήστε μια λίστα με ερωτήσεις που θα θέλατε να κάνετε κατά τη διάρκεια της συνέντευξης για να κατανοήσετε τις δεξιότητες και την προσωπικότητα του υποψηφίου.

4. Δημιουργήστε ένα σχέδιο ανάπτυξης.

Τώρα έχετε προσλάβει τον νέο σας γραμματέα. Κάντε ένα σχέδιο για να ξεκινήσετε την ανάπτυξη του νέου σας πόρου.

Αναρωτηθείτε: τι είδους τυπική εκπαίδευση θα χρειαστεί ο νέος πόρος; Θα χρειαστεί καθοδήγηση; Θα πρέπει να οργανώσω κάποιες δραστηριότητες δημιουργίας ομάδων?

Γράψτε τι περιμένετε από αυτούς.

Δημιουργήστε μια λίστα με όλα τα οφέλη και τα κίνητρα που θα τους προσφέρετε.



Περαιτέρω αναγνώσεις:	https://sites.google.com/site/sengvanna126/hrm-recruitment
	http://www.hreonline.com/HRE/story.jsp?storyId=379096509
	https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/chapter/1-1-what-is-human-resources/#:~:text=Human%20resource%20management%20is%20the,developing%20strategies%20to%20retain%20employees
	https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/part/chapter-8-training-and-development/
	https://uclgafrica-alga.org/wp-content/uploads/2019/06/HRMM.pdf

4.7. Νομοθεσία

Νομοθεσία	
Χώρα:	Γαλλία
Απαιτήσεις για άνοιγμα επιχείρησης:	<p>Για να ξεκινήσετε μια επιχείρηση στη Γαλλία πρέπει να έχετε άδεια διαμονής ή να είστε πολίτης της ΕΕ.</p> <p>Μπορεί επίσης να χρειάζεστε προσόντα ή πτυχία που αναγνωρίζουν οι γαλλικές αρχές ανάλογα με την εξειδίκευσή σας. Για παράδειγμα, οι λογιστές, οι κτηνίατροι, οι κομμωτές, οι οικοδόμοι, οι έμποροι κρασιού είναι κατοχυρωμένα επαγγέλματα.</p> <p>Στη συνέχεια, θα πρέπει να επιλέξετε τον τύπο της δομής της εταιρείας για την επιχείρησή σας.</p> <p>Όσον αφορά έναν επιχειρηματία και μια επιχείρηση που ανήκει σε ένα μόνο άτομο στη Γαλλία, υπάρχει μια εταιρεία τύπου EURL (που ανήκει σε ένα άτομο και λειτουργεί ως εταιρεία μετοχικού κεφαλαίου περιορισμένης ευθύνης).</p> <p>Υπάρχει μια απλή επιχειρηματική κατάσταση διαθέσιμη σε όσους θέλουν απλώς να ιδρύσουν μια μικρή επιχείρηση στη Γαλλία, η οποία ονομάζεται Micro-Enterprise. Η εγγραφή μπορεί να γίνει διαδικτυακά και οι φορολογικοί και λογιστικοί κανόνες απλοποιούνται, η Micro-Enterprise είναι επίσης γνωστή ως Auto-Entrepreneur. Πρέπει να είστε σε θέση να μιλήσετε / διαβάσετε γαλλικά για να το κάνετε αυτό, οπότε βεβαιωθείτε ότι έχετε καταλάβει τα πάντα πριν συμπληρώσετε τις φόρμες, τα λάθη θα καθυστερήσουν τη διαδικασία και θα κάνουν τα πάντα περίπλοκα.</p> <p>Γαλλικές επιχειρηματικές κατηγορίες:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Εμπορικά ή βιομηχανικά όπως η λειτουργία ενός καφενείου ή



	<p>εργοστασίου, 2. Εμπόριο / τεχνίτης, όπως κτίρια, κατασκευή, 3. Ανεξάρτητος ή ανεξάρτητος επαγγελματίας (εργάζεται ανεξάρτητα, παρέχοντας μια υπηρεσία όπως οδοντίατρος, μουσικός, συγγραφέας), 4. Εμπορικός αντιπρόσωπος, όπου ενεργείτε για λογαριασμό άλλης εταιρείας (για παράδειγμα, διαπραγματεύεστε ή πουλάτε), 5. Αγροτικές.</p> <p>Κάθε κατηγορία έχει το κέντρο εγγραφής της (Center de Formalites des Entreprises - CFE), πρέπει να εγγράψετε την επιχείρησή σας μέσω του κατάλληλου CFE και να τους ενημερώσετε για τυχόν αλλαγές.</p> <p>Μπορείτε να δηλώσετε τους κανονισμούς σας με τη βοήθεια ενός εγγεγραμμένου αντιπροσώπου σχηματισμού εταιρείας, ο οποίος είναι φθηνότερος από τη βοήθεια δικηγόρου. Αλλά εξαρτάται από εσάς, μπορείτε να επιλέξετε μεταξύ τους, λαμβάνοντας υπόψη ότι η βοήθεια ενός δικηγόρου είναι πολύ πιο ακριβή.</p> <p>Επικοινωνήστε με το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο ή το Επιμελητήριο Τεχνών και Χειροτεχνίας στην περιοχή σας. Παρέχουν δωρεάν συμβουλές, οργανώνουν εκπαίδευση και προσφέρουν λύσεις εφοδιασμού σε άτομα που ξεκινούν εταιρείες.</p>
Έγγραφα γραφειοκρατίας για άνοιγμα επιχείρησης:	<p>Απαιτούνται έγγραφα για το άνοιγμα μιας επιχείρησης στη Γαλλία:</p> <ul style="list-style-type: none">• τη φόρμα κράτησης ονόματος εταιρείας που συμπληρώνεται με την εμπορική εγγραφή• το αντικείμενο δραστηριότητας της εταιρείας με περιγραφή• τα ονόματα των μετόχων, τις διευθύνσεις τους και τα διαβατήρια• τα ονόματα των διευθυντών, τα διαβατήριά τους ή άλλα έγγραφα ταυτότητας,• πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των μετοχών στην εταιρεία <p>μπορείτε να ελέγξετε online και δωρεάν εάν το όνομα που θέλετε να χρησιμοποιήσετε για την εταιρεία σας έχει ήδη ληφθεί από άλλη εταιρεία μέσω του Institut National de la Propriété Industrielle (INPI). Εάν θέλετε να προστατεύσετε το όνομα και το λογότυπο της εταιρείας σας, πρέπει να το καταχωρίσετε ως εμπορικό σήμα (dépôt de marque) επίσης μέσω του INPI.</p>
Εθνικές επιχορηγήσεις:	<p>Υπάρχουν πολλά προγράμματα που βοηθούν τους ανθρώπους να ξεκινήσουν επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, η κίνηση για νέους και φοιτητές επιχειρηματίες (MoonJee) που υποστηρίζει τους νέους που ξεκινούν εταιρείες μέσω ενός προγράμματος καθοδήγησης και ενός διαγωνισμού. Επίσης, υπάρχει ένα δίκτυο ομάδων δημιουργών που παρέχει υποστήριξη σε νέους επιχειρηματίες ηλικίας 16 έως 25 ετών.</p> <p>Στη Γαλλία, υπάρχει μια πρωτοβουλία «γαλλικής τεχνολογίας» που ξεκίνησε</p>



από το υπουργείο οικονομικών που επιδιώκει να προωθήσει την ανάπτυξη νεοσύστατων επιχειρήσεων. Ο ρόλος του είναι να συγκεντρώσει δίκτυα νεοσύστατων επιχειρήσεων, να επιταχύνει την ανάπτυξή τους και να προωθήσει τη φήμη τους.

Το **Brifrance** παίζει βασικό ρόλο στην ενθάρρυνση των νεοσύστατων επιχειρήσεων. Έχει το **δάνειο εκκίνησης (Prêt d'amorçage)**, που εφαρμόζεται σε μικρές καινοτόμες εταιρείες (με λιγότερους από 50 υπαλλήλους και ισολογισμό ή κύκλο εργασιών κάτω των 10 εκατομμυρίων ευρώ) ηλικίας κάτω των 5 ετών, κατά τη φάση εκκίνησης και έχει επωφεληθεί από τη δημόσια υποστήριξη για καινοτομία. Το δάνειο κυμαίνεται μεταξύ 50.000 και 100.000 ευρώ εάν πραγματοποιείται μόνο από την Brifrance, αλλά μπορεί να φτάσει τα 300.000 ευρώ σε περίπτωση δέσμευσης από την Περιφέρεια.

Νομοθεσία

Χώρα:

Ιταλία

Απαιτήσεις για άνοιγμα επιχείρησης:

1. Ένα καλά δομημένο και λεπτομερές επιχειρηματικό σχέδιο
2. Προσωπικές απαιτήσεις

Ο επιχειρηματίας **δεν** θα:

- έχει κηρυχθεί σε πτώχευση,
- έχει καταδικαστεί για εγκλήματα ή φυλάκιση,
- υπόκεινται σε ειδική επιτήρηση, απαγόρευση ή υποχρέωση παραμονής,
- έχει χαρακτηριστεί "συνήθης παραβάτης".

Από την άλλη πλευρά, ο επιχειρηματίας πρέπει:

- να έχει νόμιμη ηλικία,
- να διαμένει στην Ιταλία,
- άδεια διαμονής για μη Ευρωπαίους πολίτες.

3. Πιθανό μάθημα για τη διαχείριση τροφίμων και ποτών που εκδίδονται από την ASL

4. Πιθανή απόδειξη πληρωμής ή σύμβαση εργασίας πλήρους απασχόλησης για εξαίρεση από τις εισφορές κοινωνικής ασφάλισης

5. Πιστοποιημένο E-Mail Box - PEC

Εγγραφα γραφειοκρατίας για άνοιγμα επιχείρησης:

Για κάθε τύπο δραστηριότητας, η βασική γραφειοκρατική διαδικασία θα είναι πάντα:

- άνοιγμα Αριθμού ΦΠΑ,
- εγγραφή στο Μητρώο Εταιρειών στο Εμπορικό Επιμελητήριο.



	<ul style="list-style-type: none">• Θέσεις προσαρμογής INPS και INAIL (κοινωνική ασφάλιση και εγγύηση),• ανακοίνωση έναρξης δραστηριότητας στο δήμο (τουλάχιστον 30 ημέρες πριν από την έναρξη),• Αντίγραφο μπροστά / πίσω εγγράφου ταυτότητας του κατόχου,• Αντίγραφο του φορολογικού κώδικα του κατόχου,• Διεύθυνση και όνομα της δραστηριότητας.
Εθνικές επιχορηγήσεις:	<ul style="list-style-type: none">• NUOVE IMPRESE A TASSO ZERO-https://www.lgandpartners.it/nuove-impres-a-tasso-zero-2020-guida-al-bando-per-le-startup-di-giovan-e-donne/• MICROCREDITO PMI - https://www.contributipmi.it/microcredito-aziende/• RESTO AL SUD - https://www.contributipmi.it/resto-al-sud-finanziamenti-impresa-per-under-46/• Grant “Selfiemployment” https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/selfiemployment• Garanzia Giovani Garanzia Giovani• Incentivi Impresa (to ask a professional to check your business plan) https://www.incentivimpresa.it/• INVITALIA Invitalia: l'Agenzia nazionale per lo sviluppo d'impresa - Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa

Νομοθεσία

Χώρα:	Κροατία
Απαιτήσεις για άνοιγμα επιχείρησης:	<p>Η όλη διαδικασία έναρξης μιας επιχείρησης στην Κροατία διαρκεί περίπου 10 έως 15 ημέρες. Θα πρέπει πρώτα να επιλεγεί ποιο είδος επιχείρησης θέλουν να ξεκινήσουν. Στην Κροατία υπάρχουν συνήθως τρεις τύποι: χειροτεχνία, εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (d.o.o.) και απλή εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (j.d.o.o.). Αυτά τα τρία διαφέρουν ως προς τις επιχειρηματικές τους πτυχές και το ποσό του κεφαλαίου που πρέπει να έχετε κατά την εκκίνηση τους. Για παράδειγμα, εάν θέλετε να ξεκινήσετε μια απλή εταιρεία περιορισμένης ευθύνης, θα πρέπει να επενδύσετε έως και 25.000 HRK - 3.300 €. Μόλις εγκατασταθεί η εταιρεία σας, πρέπει να επιλέξετε ποιούς τύπους εργασίας θα κάνετε εντός αυτής. Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερους από έναν τύπους εργασιών μόνο (κάτι που συνιστάται επίσης γιατί κάθε επόμενη φορά που θέλετε να προσθέσετε ένα άλλο, θα πρέπει να πληρώσετε 2.500 HRK - 330 €). Συνιστάται επίσης η πρόσληψη νομικού προσώπου (δικηγόρου) που θα φροντίζει για όλα τα έγγραφα και την εγκυρότητά τους. Το πιο σημαντικό πράγμα που πρέπει να</p>



	<p>θυμάστε είναι οι πιθανοί πελάτες που θα εξασφαλίσουν το κέρδος τους πρώτους μήνες μετά την έναρξη μιας επιχείρησης.</p>
Εγγραφα γραφειοκρατίας για άνοιγμα επιχείρησης:	<p>Υπάρχουν πολλά χαρτιά που πρέπει να έχει κανείς για να ξεκινήσει μια επιχείρηση στην Κροατία. Πρώτα απ' όλα, χρειάζεστε επιβεβαίωση από συμβολαιογράφο, ώστε να μπορείτε να υποβάλετε αίτηση για Εμπορικό Δικαστήριο (κοστίζει περίπου 2.500 HRK - 330 €). Στη συνέχεια, χρειάζεστε μια δήλωση σχετικά με τη δημιουργία της δικής σας επιχείρησης. Χρειάζεστε επίσης έναν λογιστή, κάποιον που θα είναι υπεύθυνος για τα χαρτιά σας (και θα πληρώνεται αυτό το άτομο κάθε μήνα). Πρέπει να ανοίξετε έναν τραπεζικό λογαριασμό. Θα πρέπει να αναφέρετε την εταιρεία σας στο φορολογικό τμήμα και το γραφείο στατιστικών. Είναι επίσης απαραίτητο να συνάψετε συμβόλαιο για τη μίσθωση επιχειρηματικού χώρου. Πρέπει να εκδώσετε ένα έγγραφο με τον επίσημο αριθμό της εταιρείας / της επιχείρησής σας. Πρέπει να εισαγάγετε την επιχείρησή σας στο δικαστήριο. Οι εργαζόμενοι και ο εργοδότης πρέπει να είναι εγγεγραμμένοι και να έχουν έγκυρες συμβάσεις. Οι εργοδότες πρέπει επίσης να ενταχθούν στην ασφάλιση υγείας και σύνταξης.</p>
Εθνικές επιχορηγήσεις:	<p>Οι εθνικές επιχορηγήσεις μπορούν να δοθούν τόσο σε άτομα που δεν εργάζονται ή που θέλουν να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους. Πρέπει, ωστόσο, να πληρούν πολλά κριτήρια για να δικαιολογήσουν την επιχορήγηση.</p> <p>Εδώ είναι ο σύνδεσμος με τους όρους: http://mjere.hr/mjere/potpore-za-samozaposljavanje/</p>

Νομοθεσία

Χώρα:	Κύπρος
Απαιτήσεις για άνοιγμα επιχείρησης:	<p>Σύμφωνα με το εταιρικό δίκαιο, υπάρχει ένας αριθμός απαιτήσεων που πρέπει να πληρούνται για να ανοίξει μια επιχείρηση στην Κύπρο. Πριν από την πραγματική διαδικασία εγγραφής, ο επιχειρηματίας πρέπει να επιλέξει το επιχειρηματικό έντυπο με το οποίο θα ολοκληρώσει τις οικονομικές δραστηριότητες της εταιρείας. Μόλις ολοκληρωθεί αυτό το σημαντικό βήμα, τα βήματα για το άνοιγμα μιας επιχείρησης στην Κύπρο είναι τα ακόλουθα:</p> <ul style="list-style-type: none">• Κράτηση εμπορικής επωνυμίας για την εταιρεία (το όνομα πρέπει να είναι μοναδικό και να αντικατοπτρίζει τη δραστηριότητα της επιχείρησης). Για να βεβαιωθείτε ότι το επιλεγμένο όνομα έχει εγκριθεί, συνιστάται να υποβάλετε τουλάχιστον 3 προτάσεις ονομάτων, μεταξύ των οποίων η επιθυμητή. Σε αυτό το σημείο, η



καταχώριση εμπορικών σημάτων στην Κύπρο για το όνομα της επιχείρησης πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη.

- Προετοιμασία μιας σειράς εγγράφων μεταξύ των οποίων το Υπόμνημα και το Καταστατικό της εταιρείας,
- Η εταιρεία, ανεξάρτητα από τη μορφή της, πρέπει να έχει νόμιμη διεύθυνση ή εγγεγραμμένη διεύθυνση στην Κύπρο - εικονικά γραφεία είναι διαθέσιμα για το σκοπό αυτό,
- Άνοιγμα εταιρικού τραπεζικού λογαριασμού σε τοπική τράπεζα στην οποία θα κατατεθεί το μετοχικό κεφάλαιο,
- Διορισμός αξιωματούχων της εταιρείας - ο διευθυντής και ο γραμματέας της εταιρείας (όλες οι εταιρείες στην Κύπρο πρέπει να έχουν γραμματείς),
- Υποβολή των εγγράφων που σχετίζονται με τη διαδικασία εγγραφής της εταιρείας στο Cyprus Companies House,
- Εγγραφή της εταιρείας για σκοπούς φορολογίας, ΦΠΑ και κοινωνικής ασφάλισης και σύνταξης,
- Απόκτηση των απαραίτητων επιχειρηματικών αδειών που θα επιτρέψουν την έναρξη των οικονομικών δραστηριοτήτων.

Μόλις ολοκληρωθούν όλες οι παραπάνω απαιτήσεις και ληφθεί το Πιστοποιητικό Εγγραφής της επιχείρησης, η εταιρεία μπορεί να προσλάβει προσωπικό και να ξεκινήσει τις δραστηριότητές της.

Εγγραφα γραφειοκρατίας για άνοιγμα επιχείρησης:

Όπως περιγράφεται παραπάνω, για να προχωρήσετε στην ενσωμάτωση της εταιρείας σας, πρέπει πρώτα να αποφασίσετε:

- τον τύπο της εταιρείας σας,
- το όνομα της εταιρείας σας,
- τη διεύθυνση του εγγεγραμμένου γραφείου,
- τους διευθυντές και τον γραμματέα,
- τα μέλη και το μετοχικό κεφάλαιο,
- τα αντικείμενα της εταιρείας,
- το Υπόμνημα και το καταστατικό της εταιρείας.

Για εταιρείες περιορισμένης ευθύνης, τα πιο σημαντικά έγγραφα που πρέπει να υποβληθούν είναι το Υπόμνημα και το Καταστατικό. Όλα τα νόμιμα έγγραφα πρέπει να συνταχθούν στα ελληνικά ή στα αγγλικά και πρέπει επίσης να είναι συμβολαιογραφικά.

Η διαδικασία εγγραφής φόρου είναι επίσης μέρος της διαδικασίας ανοίγματος μιας επιχείρησης στην Κύπρο, που σημαίνει ότι θα ολοκληρωθεί μαζί με τη διαδικασία ενσωμάτωσης της εταιρείας. Ο αριθμός φορολογικού μητρώου θα εκδοθεί μαζί με το πιστοποιητικό εγγραφής, ωστόσο, όταν πρόκειται για εγγραφή ΦΠΑ, η διαδικασία πρέπει να ολοκληρωθεί ξεχωριστά, επειδή δεν είναι υποχρεωτική.

Η εγγραφή ΦΠΑ καθίσταται υποχρεωτική όταν η εταιρεία φτάσει το όριο πώλησης εξ αποστάσεως 35.000 ευρώ. Με βάση τον αριθμό ΦΠΑ, οι



εταιρείες με εμπορικές δραστηριότητες εντός της ΕΕ μπορούν επίσης να λάβουν αριθμούς EORI και έτσι να διευκολύνουν τις διαδικασίες διαπραγμάτευσης.

Μόλις εγκριθεί το προτεινόμενο όνομά σας και με την προϋπόθεση ότι έχετε λάβει τις σχετικές αποφάσεις σχετικά με την ίδρυση της εταιρείας σας, μπορείτε να προχωρήσετε στην υποβολή της αίτησης για ένταξη της εταιρείας, είτε μέσω e-filing είτε με το χέρι / μέσω ταχυδρομείου. Για να μπορέσετε να ενσωματώσετε την εταιρεία σας στο διαδίκτυο, πρέπει πρώτα να εγγραφείτε στο σύστημα e-Filing of Documents.

Ηλεκτρονική εγγραφή εταιρείας

Ανεξάρτητα από τον τύπο της εταιρείας που έχετε επιλέξει, μπορείτε να υποβάλετε το αίτημά σας μέσω Διαδικτύου μέσω του συστήματος ηλεκτρονικής κατάθεσης του Καταχωρητή Εταιρειών, μαζί με:

- μια νόμιμη δήλωση (έντυπο HE1) υπογεγραμμένη και ορκισμένη ενώπιον του δικαστηρίου από τον εμπιστευμένο δικηγόρο,
- το Υπόμνημα και το καταστατικό σύμφωνα με τον προτεινόμενο τύπο της εταιρείας, σωστά υπογεγραμμένο στην ελληνική γλώσσα. Σημειώνεται ότι, σε περίπτωση που μια ιδιωτική ή δημόσια εταιρεία περιορισμένης ευθύνης με μετοχές επιλέξει να υιοθετήσει, ως καταστατικό της, τους κανονισμούς που περιλαμβάνονται στον Πίνακα Α του Παραρτήματος Ι του περί Εταιρειών Νόμου, θα πρέπει να υποβληθεί σχετικό έγγραφο το οποίο αναφέρεται στον τίτλο των κανονισμών που εγκρίνονται,
- την επίσημη δήλωση μάρτυρα υπογραφών,
- επικυρωμένη μετάφραση του μνημονίου και του καταστατικού σε γλώσσα άλλη από την ελληνική, είτε με ένορκη δήλωση είτε από ορκωτό μεταφραστή της Κυπριακής Δημοκρατίας, σε περίπτωση που θέλετε να δημιουργήσετε ένα αρχείο μεταφράσεων για την απόκτηση επικυρωμένων αντιγράφων του Υπομνήματος και καταστατικού σε ξένη γλώσσα,
- άδεια, συγκατάθεση ή προέγκριση από την αρμόδια κυβερνητική αρχή ή τον κατάλληλο φορέα σε περίπτωση που είναι απαραίτητο για τη χρήση λέξεων ή φράσεων ή / και λόγω της φύσης της επιχείρησης αντίστοιχα, σε περίπτωση που δεν έχει ήδη υποβληθεί με την αίτηση για έγκριση ονόματος, και
- το ποσό των εκατόν εξήντα πέντε ευρώ (165 ευρώ) ή το ποσό των διακόσια τριάντα πέντε ευρώ (235 ευρώ) στην περίπτωση εταιρείας χωρίς μετοχικό κεφάλαιο, πληρωτέο με πιστωτική κάρτα.
- Για να επιταχυνθεί η διαδικασία εγγραφής της εταιρείας, καταβάλλεται επιπλέον χρέωση 100 ευρώ (100 €). Σε περίπτωση δημιουργίας αρχείου μεταφράσεων, καταβάλλεται επιπλέον χρέωση εκατόν εξήντα ευρώ (160 €).
- Σε περίπτωση που θα ενσωματωθεί μια δημόσια εταιρεία, απαιτείται επίσης η υποβολή του εντύπου HE5, με την καταβολή πρόσθετης



αμοιβής είκοσι ευρώ (20 €).

Εγγραφή εταιρείας με το χέρι / ταχυδρομείο

Μπορείτε να εγγράψετε μια εταιρεία με το χέρι / ταχυδρομείο υποβάλλοντας τα παρακάτω έγγραφα:

- μια νόμιμη δήλωση (έντυπο HE1) υπογεγραμμένη και ορκισμένη από τον αρμόδιο δικηγόρο ενώπιον του δικαστηρίου,
- ειδοποίηση για την εγγεγραμμένη διεύθυνση της εταιρείας (έντυπο HE2),
- ειδοποίηση σχετικά με τις πληροφορίες των πρώτων διευθυντών και γραμματέων της εταιρείας (έντυπο HE3),
- το Υπόμνημα και το καταστατικό σύμφωνα με τον προτεινόμενο τύπο εταιρείας, δεόντως υπογεγραμμένο στην ελληνική γλώσσα. Σημειώνεται ότι σε περίπτωση που μια ιδιωτική ή δημόσια εταιρεία περιορισμένης ευθύνης με μετοχές επιλέξει να υιοθετήσει ως καταστατικό της τους κανονισμούς που περιλαμβάνονται στον Πίνακα Α του Παραρτήματος Ι του περί Εταιρειών Νόμου, θα πρέπει να υποβληθεί σχετικό έγγραφο που να αναφέρεται στον τίτλο των κανονισμών που εγκρίνονται,
- επικυρωμένη μετάφραση του Υπομνήματος και του καταστατικού σε γλώσσα άλλη από την ελληνική, είτε με ένορκη δήλωση είτε από ορκωτό μεταφραστή της Κυπριακής Δημοκρατίας, σε περίπτωση που θέλετε να δημιουργήσετε ένα αρχείο μεταφράσεων για την απόκτηση επικυρωμένων αντιγράφων του Υπομνήματος και καταστατικού σε ξένη γλώσσα,
- άδεια, συγκατάθεση ή προέγκριση από την αρμόδια κυβερνητική αρχή ή τον κατάλληλο φορέα σε περίπτωση που είναι απαραίτητη για τη χρήση λέξεων ή φράσεων ή / και λόγω της φύσης της επιχείρησης αντίστοιχα, σε περίπτωση που δεν έχει ήδη υποβληθεί με την αίτηση για έγκριση ονόματος, και
- χρέωση εκατόν εξήντα πέντε ευρώ (165 ευρώ) και μια επιπλέον χρέωση εκατό ευρώ (100 ευρώ), σε περίπτωση που απαιτείται ταχεία διαδικασία. Οι πληρωμές μπορούν να γίνουν, σε μετρητά, με επιταγή, μέσω λογαριασμού που διατηρείται στο Τμήμα Εγγεγραμμένων Εταιρειών ή μέσω τραπεζικού εμβάσματος.
- Σε περίπτωση που έχει συσταθεί δημόσια εταιρεία, απαιτείται επίσης η υποβολή του εντύπου HE5, με την καταβολή πρόσθετης χρέωσης είκοσι ευρώ (20 €).

Εθνικές επιχορηγήσεις:

Κρατικές επιχορηγήσεις

Η κυπριακή κυβέρνηση προσφέρει σημαντικά προγράμματα χρηματοδότησης για την υποστήριξη έναρξης νεοσύστατων επιχειρήσεων καθ' όλη τη διάρκεια της ανάπτυξής τους.

Ίδρυμα Έρευνας και Καινοτομίας (IEK)



Οι δύο βασικοί πυλώνες δραστηριοτήτων των δραστηριοτήτων του ΙΕΚ είναι οι εξής:

- a) Η ανάπτυξη και διαχείριση εθνικών προγραμμάτων έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και καινοτομίας στην Κύπρο,
- b) Η προώθηση κυπριακών ερευνητικών οργανισμών, επιχειρήσεων και ερευνητών σε ευρωπαϊκά και άλλα διεθνή προγράμματα έρευνας και καινοτομίας.

Υπηρεσία Βιομηχανίας και τεχνολογίας

Η Υπηρεσία Βιομηχανίας και Τεχνολογίας (μέρος του Υπουργείου Ενέργειας, Εμπορίου και Βιομηχανίας) διαχειρίζεται και διανέμει κεφάλαια σε διάφορα προγράμματα. Πρόσφατα παραδείγματα περιλαμβάνουν:

- Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ στον μεταποιητικό τομέα και άλλες ειδικές οικονομικές δραστηριότητες,
- Γυναικεία επιχειρηματικότητα,
- Επιχειρηματικότητα νέων,
- Παραγωγή / εμπορία / ανάπτυξη γεωργικών προϊόντων,
- Ενθάρρυνση της επενδυτικής δραστηριότητας και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας στη βιομηχανία οίνου,
- Ενίσχυση της επιχειρηματικής καινοτομίας.

Επιχορηγήσεις πρωτογενούς τομέα

Η βοήθεια για επιχειρηματίες μπορεί επίσης να βρεθεί μέσω του Υπουργείου Γεωργίας και του Κυπριακού Οργανισμού Γεωργικών Πληρωμών, ο οποίος διαχειρίζεται και διανέμει επιδοτήσεις για τον πρωτογενή τομέα.

Κυπριακή Κυβέρνηση και Ευρωπαϊκή Ένωση Start-up incubators

Το οικοσύστημα εκκίνησης υποστηρίζεται από ιδιωτικούς και δημόσιους οργανισμούς που επιθυμούν να εκκολάψουν ή να χρηματοδοτήσουν πρωτοβουλίες εκκίνησης που δημιουργούν καινοτομία στις επιστήμες, την οικονομία και την ψυχαγωγία.

Ο κύριος φορέας για τη χρηματοδότηση της έρευνας των επιχειρήσεων και την επιδότηση της ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων με παγκόσμια εμβέλεια είναι το Ίδρυμα Έρευνας και Καινοτομίας (ΙΕΚ).

Συγχρηματοδοτούμενο από την κυπριακή κυβέρνηση και τα διαρθρωτικά ταμεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το ΙΕΚ προσφέρει προγράμματα (βάσει κριτηρίων επιλεξιμότητας και ποιοτικών κριτηρίων) χρηματοδότησης επιχειρήσεων για έρευνα και αρχική ανάπτυξη. Οι επιχορηγήσεις καλύπτουν έως και το 85% του επενδυμένου κεφαλαίου.



Νομοθεσία

Χώρα:	Εσθονία
Απαιτήσεις για άνοιγμα επιχείρησης:	<p>Οι κάτοχοι δελτίου ταυτότητας της Εσθονίας ή της κάρτας e-Residency και ένας αυξανόμενος αριθμός κατόχων δελτίων ταυτότητας των κρατών μελών της ΕΕ μπορούν να ιδρύσουν μια ιδιωτική εταιρεία περιορισμένης πρόσβασης στο διαδίκτυο. Εάν δεν υπάρχει δελτίο ταυτότητας ή e-Residency, απαιτείται επίσκεψη σε συμβολαιογράφο στην Εσθονία για την επαλήθευση των εγγράφων ιδρύματος.</p> <p>Εκτός από τη δυνατότητα ίδρυσης επιχειρηματικής οντότητας, είναι δυνατό για κάθε φυσικό πρόσωπο να ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα ως μοναδικός ιδιοκτήτης που πρέπει να εγγραφεί στο Κεντρικό Εμπορικό Μητρώο πριν ξεκινήσει με μόνιμη επιχειρηματική δραστηριότητα.</p> <p>Οι ξένες εταιρείες μπορούν επίσης να προσφέρουν τα αγαθά ή τις υπηρεσίες τους δημιουργώντας ένα υποκατάστημα. Το υποκατάστημα πρέπει να εγγραφεί στο Εμπορικό Μητρώο της Εσθονίας υποβάλλοντας αίτηση και άλλα απαιτούμενα έγγραφα. Πρέπει να θεωρηθεί ότι ένα υποκατάστημα δεν είναι επιχειρηματική οντότητα και η ξένη επιχείρηση είναι υπεύθυνη για υποχρεώσεις που απορρέουν από τις δραστηριότητες του υποκαταστήματος.</p> <p>Οι περισσότερες κοινές μορφές επιχειρηματικών οντοτήτων στην Εσθονία είναι η ιδιωτική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (ΟÜ) και η δημόσια εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (AS). Λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με άλλους τύπους εταιρειών διατίθενται στον εμπορικό κώδικα.</p>
Εγγραφα γραφειοκρατίας για άνοιγμα επιχείρησης:	<p>Σύμφωνα με τον εμπορικό κώδικα, υπάρχουν πέντε μορφές επιχειρηματικών οντοτήτων στην Εσθονία:</p> <ol style="list-style-type: none">1. ιδιωτική εταιρία περιορισμένης ευθύνης (ΟÜ)2. δημόσια εταιρία περιορισμένης ευθύνης (AS)3. γενικός συνεταιρισμός (TÜ)4. περιορισμένος συνεταιρισμός (UÜ)5. εμπορική ένωση (ühistu) <p>Ίδρυση ιδιωτικής εταιρείας περιορισμένης ευθύνης:</p> <ul style="list-style-type: none">• Επιλέξτε ένα όνομα για την επιχείρησή σας και βεβαιωθείτε ότι είναι διαθέσιμο. Για να ελέγξετε τη διαθεσιμότητα, χρησιμοποιήστε το δωρεάν εργαλείο στον ιστότοπο του Μητρώου e-Business.• Εάν δεν διαθέτετε εσθονική διεύθυνση, επικοινωνήστε με έναν πάροχο υπηρεσιών επιχείρησης για να λάβετε μια νόμιμη διεύθυνση.



- Καταχωρήστε την εταιρεία διαδικτυακά στην πύλη εγγραφής της εταιρείας. Μπορείτε να πληρώσετε την κρατική χρέωση (190 €) και να μοιραστείτε κεφάλαιο μέσω της κρατικής πύλης κατά την υποβολή της αίτησής σας ή να επιλέξετε να αναβάλλετε την πληρωμή του μετοχικού κεφαλαίου.
- Λάβετε επιβεβαίωση. Η υποβληθείσα αίτησή σας θα ελεγχθεί έως και μία εργάσιμη ημέρα και τυχόν ειδοποιήσεις θα σταλούν μέσω e-mail.
- Εάν / όταν η εταιρεία σας έχει υπαλλήλους, καταχωρίστε τους υπαλλήλους στο μητρώο εργασίας στον ιστότοπο του Φορολογικού και Τελωνειακού Συμβουλίου.
- Εάν ο τομέας δραστηριότητας υπόκειται σε ειδικές απαιτήσεις, πρέπει να ληφθεί άδεια. Πληροφορίες για τους τομείς δραστηριότητας και την ηλεκτρονική εγγραφή μπορούν να βρεθούν στον ιστότοπο του Μητρώου Οικονομικών Δραστηριοτήτων.
- Εάν χρειαστεί, η εταιρεία θα πρέπει να εγγραφεί ως πληρωτής ΦΠΑ στον ιστότοπο του Φορολογικού και Τελωνειακού Συμβουλίου.

Θα πρέπει να εγγράψετε την εταιρεία μέσω συμβολαιογράφου εάν:

- η συνεισφορά του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας δεν είναι χρηματική, αλλά μάλλον ένα νομικά αξιόλογο πράγμα ή ιδιόκτητο δικαίωμα μεταβίβασης στην ιδιωτική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (όπως εξοπλισμός, λογισμικό κ.λπ.),
- Οι ιδρυτές της εταιρείας δεν μπορούν να υπογράψουν ψηφιακά έγγραφα.

Απομακρυσμένη πιστοποίηση και αναγνώριση προσώπου

Η απομακρυσμένη πιστοποίηση επιτρέπει τη διεξαγωγή συμβολαιογραφικών πράξεων μέσω μιας γέφυρας βίντεο που δημιουργήθηκε μεταξύ του συμβολαιογράφου και του πελάτη. Αυτός ο έλεγχος ταυτότητας ισοδυναμεί με έλεγχο ταυτότητας στο γραφείο του συμβολαιογράφου. Ο απομακρυσμένος έλεγχος ταυτότητας είναι μια ευκαιρία και όχι υποχρέωση.

Για να πραγματοποιήσετε μια πράξη χρησιμοποιώντας απομακρυσμένη πιστοποίηση και να λάβετε τις σχετικές συμβουλές, θα πρέπει πρώτα να επικοινωνήσετε με το γραφείο του συμβολαιογράφου. Μπορείτε επίσης να εκτελέσετε την απαιτούμενη πράξη μέσω της πύλης αυτοεξυπηρέτησης του Επιμελητηρίου Συμβολαιογράφων στη διεύθυνση iseteenindus.notar.ee (EE). Ένα δελτίο ταυτότητας της Δημοκρατίας της Εσθονίας, μια ψηφιακή ταυτότητα, μια ταυτότητα του κινητού ή μια κάρτα e-Residency μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη σύνδεση στην πύλη και για την υπογραφή εγγράφων για έλεγχο ταυτότητας.

Ταυτόχρονα, είναι δυνατή η ίδρυση εταιρείας στην Εσθονία, εξουσιοδοτώντας έναν αντιπρόσωπο στο εξωτερικό που μπορεί να έρθει σε συμβολαιογράφο στην Εσθονία ή εάν ο εκπρόσωπος έχει ψηφιακή ταυτότητα που έχει εκδοθεί



	<p>από τη Δημοκρατία της Εσθονίας, αυτός ή αυτή μπορεί να ιδρύσει εταιρεία μέσω απομακρυσμένης πιστοποίησης.</p> <p>Αν και η διαδικασία είναι αρκετά απλή, υπάρχουν επίσης πολλές ιδιωτικές εταιρείες που μπορούν να σας βοηθήσουν σε όλα τα βήματα. Εάν χρησιμοποιείτε το e-Residency, μπορείτε επίσης να στραφείτε σε έναν πιο συγκεκριμένο οδηγό βήμα προς βήμα που απευθύνεται σε χρήστες του e-Residency.</p> <p>Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε: https://investinestonia.com/business-in-estonia/establishing-company/process</p>
Εθνικές επιχορηγήσεις:	<p>EEA and Norway Grants Norway Grants Green ICT Program Enterprise Estonia services Horizon 2020 in Estonia Archimedes Structural Funds in Estonia</p> <p>Για περισσότερες πληροφορίες, επισκεφθείτε: http://necc.ee/business-in-estnor/funds-and-grants-in-estonia/ Για να δείτε τα προγράμματα στην Εσθονία στο πλαίσιο EEA and Norway Grants 2014-2021, επισκεφθείτε: https://eeagrants.org/countries/estonia</p>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."