

## Επιχειρηματικότητα 4



Τι πρέπει να γνωρίζουν οι Επιχειρηματίες πριν αρχίσουν: Απόκτηση και Ερμηνεία των πληροφοριών σχετικά με τις αγορές, τους ανταγωνιστές και το νομοθετικό πλαίσιο

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

“Οι πληροφορίες μπορούν να μας πουν τα πάντα. Έχουν όλες τις απαντήσεις. Αλλά είναι απαντήσεις σε ερωτήσεις που δεν έχουμε κάνει, και οι οποίες αναμφίβολα ούτε καν προκύπτουν.”

--Jean Baudrillard

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-2

## Πληροφορίες που χρειάζεσαι

- Δυνητικές αγορές
- Τωρινοί και δυνητικοί ανταγωνιστές
- Ικανότητα σου να ξεκινήσεις και να λειτουργήσεις μια νέα επιχείρηση
- Κρατικοί κανονισμοί και πολιτικές
- Κεφαλαία: Πόσα? Από πού?

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-3

## Τα συστατικά του εφικτού (Feasibility Analysis)

- Απάντησε στην ερώτηση: Είναι η ιδέα εφικτή/βιώσιμη;
- Ποια η πιθανότητα υλοποίησης προϊόντος ή υπηρεσίας;
- Ποια η δυνατότητα επίτυχίας στην βιομηχανία/αγορά;
- Ανταγωνιστές: Ποιοι είναι, ποιοι πιθανά θα είναι;
- Οργανωτικά πραγματοποιήσιμο;
- Οικονομικά εφικτό;



Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-4

## Δοκιμή της Ιδέας

Παρουσίασε ένα προϊόν ή υπηρεσία σε υποψήφιους χρήστες για να αξιολογήσεις το ενδιαφέρον τους



Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-5

## Ανάλυση Ανταγωνισμού

- Φήμη
- Φυσικοί πόροι
- Πόροι διαφήμισης/marketing
- Οικονομικοί πόροι
- Τεχνικοί πόροι
- Ανθρώπινοι πόροι
- Σχετική ποιότητα των προϊόντων

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-6

## Άμεσες Τεχνικές

- Έρευνα/Δημοσκοπήση
- Αντιληπτική χαρτογράφηση
- Ομάδες εστίασης (target group)



Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-7

## Δημοσκοπήση Πελατών

- Πιθανοί πελάτες συγκρίνουν το προϊόν σου με τα υπάρχοντα
- Η ομάδα εστίασης αξιολογεί διάφορες απόψεις του προϊόντος σε μια κλίμακα από 0 έως 10
- Υποτίθεται πως γνωρίζεις τις απόψεις που χρησιμοποιούν οι πελάτες για να αξιολογήσουν τα προϊόντα

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-8

## Αντιληπτική χαρτογράφηση

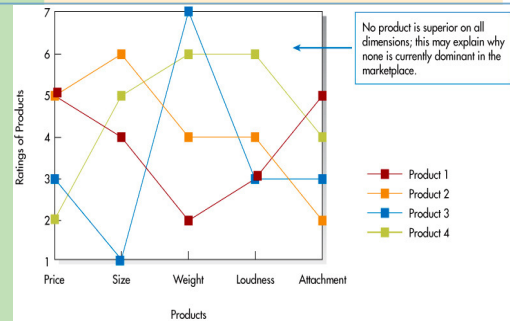
Ένας χάρτης που δείχνει τις βασικές απόψεις (διαστάσεις) με βάση τις οποίες οι δυνητικοί πελάτες αντιλαμβάνονται και αξιολογούν τα προϊόντα



Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-9

## Αντιληπτικοί χάρτες για την εύρεση νέων επιδιώξεων



Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-10

## Ομάδες εστίασης

- Ομάδες των 8 έως 12 ατόμων παρόμοια με τους υποψήφιους πελάτες
- Συνάντηση μαζί τους για μία με δύο ώρες για να περιγράψουν τις αντιλήψεις και αντιδράσεις τους σε σχετικά προϊόντα
- Προσδιορίστε τις βασικές διαστάσεις με βάση τις οποίες τα μέλη της ομάδας αντιλαμβάνονται και αξιολογούν τα διάφορα προϊόντα

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-11

## Ρεπερτόριο Πλέγματος

- Κάθε προϊόν περιλαμβάνεται σε ξεχωριστή κάρτα
- Επιλέγονται τρεις κάρτες
- Τα μέλη της ομάδας περιγράφουν τους τρόπους με τους οποίους κάθε δύο προϊόντα είναι παρόμοια και το τρίτο είναι διαφορετικό
- Αναγνωρίζει τις απόψεις με βάση τις οποίες οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται το προϊόν

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-12

## Έμμεσες Τεχνικές

Μελέτησε δευτερεύοντα δεδομένα, όπως

- Πωλήσεις ανταγωνιστικών προϊόντων
- Δημογραφικά δεδομένα
- Τάσεις (οικονομικές, του τρόπου ζωής(lifestyle), κλπ.)

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-13

## Κυβερνητικοί κανονισμοί και πολιτικές

- Μπορεί να καταστήσουν δυσκολότερη ή ευκολότερη την έναρξη και τη λειτουργία μιας νέας επιχείρησης
- Συλλέξε τις σχετικές πληροφορίες για τις κυβερνητικές πολιτικές και κανονισμούς, που θα επηρεάσουν μια νέα επιχείρηση

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-14

## Φόροι

Μείωση των οριακών φορολογικών συντελεστών



Ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-15

## Νομικές μορφές και φόροι

- ΑΕ, ΕΠΕ, ΟΕ, ΕΕ, Προσωπική
- Εταιρία κατηγορίας Γ – τα κέρδη και οι ζημιές παραμένουν στην εταιρεία και η εταιρεία πληρώνει φόρους
- Εταιρία υποκατηγορίας Σ – τα κέρδη και οι ζημιές μεταφέρονται στους μετόχους και αυτοί πληρώνουν τους φόρους

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-16

## Φορολογικά κίνητρα

- Αποσβέσεις
- Η τοποθέτηση σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές
- Ανακαίνιση και βελτίωση των παλαιότερων κτιρίων
- Φορολογικές εκπτώσεις για την έρευνα και ανάπτυξη

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-17

## Κυβερνητική πολιτική

- Κανονιστική πράξη επιβολής ισότητας μικρών επιχειρήσεων
- Πρόγραμμα καινοτομικής έρευνας μικρών επιχειρήσεων
- Πρόγραμμα ανάπτυξης επιχειρήσεων
- Πρόγραμμα ενδυνάμωσης συμβολαίων
- Δ'- ΚΠΣ / ΕΣΠΑ

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-18

## Υγεία και Ασφάλεια

- Ο νόμος περί ασφάλειας και υγείας απαιτεί από τους εργοδότες να
- Να παρέχουν ένα ασφαλές και υγιές εργασιακό περιβάλλον
  - Να συμμορφώνονται με συγκεκριμένες προδιαγραφές
  - Να τηρούν αρχεία με τα εργατικά ατυχήματα και παθήσεις

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-19

## Διακρίσεις

- Νόμοι που απαγορεύουν στους εργοδότες να λαμβάνουν αποφάσεις σε θέματα απασχόλησης με βάση την εθνική καταγωγή, το χρώμα, τη θρησκεία ή το φύλλο
- Νομολογία για άτομα με ειδικές ανάγκες που απαγορεύει τις διακρίσεις κατά ατόμων αυτών

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-20

## Πράξη για άτομα με ειδικές ανάγκες

- Προστατεύει τα άτομα με ειδικές ανάγκες τα οποία είναι ικανά να πράξουν τις βασικές εργασίες του συγκεκριμένου επαγγέλματος
- Απαιτεί οι εργοδότες να παρέχουν τις κατάλληλες υποδομές για τέτοια άτομα



Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-21

## Παγίδες στις ομαδικές λήψεις αποφάσεων

- Πόλωση ομάδας – τάση στροφής σε πιο ακραίες απόψεις
- Ομαδική σκέψη – οι ομάδες συγκεντρώνονται γύρω από μια συγκεκριμένη απόφαση, απορρίπτοντας πληροφορίες για το αντίθετο
- Επεξεργασία πληροφοριών με προκατάληψη

Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-22

## Βελτιώνοντας τις ομαδικές λήψεις αποφάσεων

- Τεχνική του συνηγόρου του διαβόλου
- Πραγματική διαφωνία
- Ανάθεση άτομα με τεχνική ή επαγγελματική εμπειρία σε μία ομάδα συμβούλων (Board of Advisors)



Δρ. Κώστας Χρυσάγης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

4-23