



Μηχανισμός Υποστήριξης Επιχειρήσεων

στον Δήμο Αθηναίων

Εξατομικευμένες Συμβουλευτικές Υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις του
Δήμου Αθηναίων

Κίμων Ανεστιάδης, Σύμβουλος Επιχειρήσεων



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Το έργο

Ο **Μηχανισμός Υποστήριξης Επιχειρήσεων** αποτελεί πρωτοβουλία του Δήμου Αθηναίων, η οποία υλοποιείται στο πλαίσιο του Υποέργου 1 της Πράξης : «Υποστήριξη της Εκκόλαψης Νέων Επιχειρήσεων σε κλάδους της RIS με αξιοποίηση των κλειστών καταστημάτων στο κέντρο της Αθήνας (εμπορικό τρίγωνο)». Φορέας υλοποίησης του έργου είναι η Εταιρεία Ανάπτυξης & Τουριστικής Προβολής του Δήμου Αθηναίων (ΕΑΤΑ) και Ανάδοχος του έργου η ICAP Advisory.

Το έργο συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο - ΕΚΤ) και από εθνικούς πόρους μέσω του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων.



Μηχανισμός Υποστήριξης
Επιχειρήσεων

στον Δήμο Αθηναίων

Αποτελεί έναν **μηχανισμό επιχειρηματικής εκκόλαψης και περαιτέρω ανάπτυξης & βελτίωσης** των ικανοτήτων αυτοαπασχολούμενων και επιχειρηματιών στην περιοχή παρέμβασης της δράσης, με στόχο:

- τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων
- τη βελτίωση της λειτουργίας των υφιστάμενων επιχειρήσεων
- τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στο Δήμο Αθηναίων
- την προώθηση της αυτοαπασχόλησης νέων επιστημόνων υψηλών προσόντων, ιδίως στους τομείς της Περιφερειακής Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης (ΠΣΕΕ)
- την ενίσχυση της εξωστρέφειας της τοπικής οικονομίας
- την προσέλκυση επενδύσεων

Αντικείμενο του Μηχανισμού Υποστήριξης Επιχειρήσεων



Η λειτουργία του Μηχανισμού Υποστήριξης Επιχειρήσεων αφορά:

- Στην **εκπόνηση εξειδικευμένων μελετών και ερευνών** για επιμέρους τομείς οικονομικής δραστηριότητας με σημαντική παρουσία αλλά και υψηλές δυνατότητες ανάπτυξης, στον Δήμο Αθηναίων και στην περιοχή παρέμβασης ΟΧΕ ΣΒΑΑ Αθήνας
- Στην **παροχή δωρεάν εξατομικευμένης συμβουλευτικής υποστήριξης** σε υφιστάμενες, νεοφυείς ή υπό σύσταση μικρομεσαίες επιχειρήσεις του Δήμου Αθηναίων, προκειμένου να αξιοποιήσουν νέες ιδέες και να αναπτύξουν υψηλής ποιότητας προϊόντα και υπηρεσίες. Οι οριζόντιες υπηρεσίες του ΜΥΕ εμπίπτουν στον Κανονισμό “de minimis”
- Στην **ανάπτυξη σετ κριτηρίων ποιότητας** ανά κλάδο ενδιαφέροντος, **πιλοτική εφαρμογή** τους σε επιχειρήσεις και ανάπτυξη **εργαλείου αυτό-αξιολόγησης**

Πληροφορίες για τις υπηρεσίες που παρέχει ο ΜΥΕ, αποτελέσματα μελετών/ερευνών που εκπονούνται από τον ΜΥΕ, εκδηλώσεις, νέα και σειρά εύχρηστων εργαλείων (ηλεκτρονική υποβολή αιτήσεων, help desk) παρέχονται μέσω της **Διαδικτυακής πύλης του Μηχανισμού** (mie-developathens.gr). Συνδυαστικά, χρησιμοποιούνται οι λογαριασμοί **Social media** (Linkedin, Facebook, Instagram), ως μέσο προβολής του έργου και των υπηρεσιών που παρέχει ο ΜΥΕ.



Εξατομικευμένες Συμβουλευτικές Υπηρεσίες



Υποστήριξη επιχειρήσεων

Το αντικείμενο της υποστήριξης είναι:

- ✓ Η δωρεάν παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών με την καθοδήγηση έμπειρων και εξειδικευμένων συμβούλων και την αξιοποίηση σύγχρονων εργαλείων συμβουλευτικής σε θέματα επιχειρηματικότητας σε επιχειρήσεις (ΜμΕ) που δραστηριοποιούνται στον Δήμο Αθηναίων.
- ✓ Οι υπηρεσίες παρέχονται από τον Μηχανισμό ως έμμεση ενίσχυση και εμπίπτουν στον κανόνα “de minimis”.



Επιλογή Επιχειρήσεων

- ⇒ Οι επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να ωφεληθούν από τις υπηρεσίες της εξατομικευμένης συμβουλευτικής υποστήριξης καλούνται να υποβάλλουν την σχετική αίτηση
- ⇒ Η εξέταση των αιτήσεων γίνεται με σειρά προτεραιότητας όπως επιβεβαιώνεται από τα στοιχεία υποβολής της αίτησης στήριξης
- ⇒ Μετά την εξέταση τη αίτησης της, η επιχείρηση λαμβάνει ενημερωτική επιστολή αναφορικά με τα αποτελέσματα ένταξης στη Δράση

- ✓ Η συμβουλευτική υποστήριξη εξατομικεύεται βάσει του σταδίου ανάπτυξης της επιχείρησης, της μορφής και των ιδιαίτερων αναγκών της και περιλαμβάνει υπηρεσίες:
 - Διαγνωστικής αναγκών
 - Ανάπτυξης στρατηγικού - επιχειρηματικού σχεδίου
 - Εκπόνησης μελέτης αγοράς
 - Ανάπτυξης marketing plan
 - Αναδιοργάνωσης και βελτίωσης λειτουργίας της επιχείρησης
 - Δικτύωσης και ανάπτυξης συνεργασιών
 - Κοστολόγησης υπηρεσιών και προϊόντων
 - Αναζήτησης χρηματοδότησης
 - Coaching – mentoring
 - Προσέλκυσης επενδυτών



Επιχειρηματικό σχέδιο: Τι είναι;

Ορισμός του επιχειρηματικού σχεδίου

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα δυναμικό εργαλείο προγραμματισμού και ελέγχου της μελλοντικής δραστηριότητας μιας επιχείρησης σε μια καθορισμένη χρονική περίοδο.

Η **δραστηριότητα** αυτή μπορεί να αναφέρεται :

- στα πρώτα βήματα μιας νεοσύστατης ή υπό σύστασης επιχείρησης
- στο σύνολο των λειτουργιών μιας μικρής ή μιας μεγάλης επιχείρησης
- σε τμήμα/διεύθυνση μιας μικρής ή μεγάλης επιχείρησης
- σε μια εμπορική επένδυση

Ως **καθορισμένη χρονική περίοδο** μπορούμε να θεωρήσουμε :

- τα πρώτα έτη δραστηριοποίησης μιας νεοσύστατης επιχείρησης,
- τα επόμενα 3 με 5 χρόνια λειτουργίας μιας εταιρείας ή ακόμα ολόκληρη τη διάρκεια ζωής μιας επένδυσης

Ορισμός του επιχειρηματικού σχεδίου



Το **Επιχειρηματικό Σχέδιο** είναι μία γραπτή περιγραφή - αναφορά του επιχειρησιακού μοντέλου που η επιχείρηση προβλέπεται να ακολουθήσει συστηματικά στο μέλλον.

Σκοπός του είναι η **ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης**, τόσο της αγοράς όσο και της επιχείρησης ή της επιχειρηματικής ιδέας, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις πιθανές παραμέτρους που μπορούν να επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά, την οικονομική ανάπτυξη και βιωσιμότητα της επιχείρησης.





Γιατί είναι απαραίτητη η σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου;



Για μια υφιστάμενη επιχείρηση:

- ✓ Συμβάλει στη αποτύπωση και κατανόηση της δομής και την καλύτερη οργάνωση της επιχείρησης
- ✓ Παρέχει μία ξεκάθαρη εικόνα για την αγορά, τους πελάτες και τους ανταγωνιστές της
- ✓ Δείχνει τις αδυναμίες αλλά και τα δυνατά σημεία της επιχείρησης στον κλάδο που δραστηριοποιείται
- ✓ Συμβάλλει στον εντοπισμό ευκαιριών και τον ανασχεδιασμό των λειτουργιών σε περίπτωση λαθών
- ✓ Βοηθάει στη λήψη αποφάσεων με βάση τους στόχους και την στρατηγική της επιχείρησης
- ✓ Αποτελεί σημείο αναφοράς για τον έλεγχο της επίτευξης ή όχι των στόχων της επιχείρησης
- ✓ Θεωρείται πλέον απαραίτητο εργαλείο για τη σύναψη δανείων, ανάληψη εθνικών και ευρωπαϊκών επιδοτήσεων και προσέλκυση επενδυτών



Για μια νέα/υπό σύσταση επιχείρηση:

- ✓ Συμβάλει στη σαφή αποτύπωση της επιχειρηματικής ιδέας και βάζει τους συμμετέχοντες στην διαδικασία να σκεφτούν το επιχειρηματικό εγχείρημα με συστηματικό τρόπο
- ✓ Αποτυπώνει τις ικανότητες και τα προσόντα της επιχειρηματικής ομάδας (ουσιαστικά την πρώτη χειροπιαστή άποψη για την επιχείρηση)
- ✓ Αποκαλύπτει τυχόν κενά στην γνώση των διάφορων πτυχών ανάπτυξης της νέας επιχείρησης (διαχείριση, μάρκετινγκ, ανθρώπινο δυναμικό, οικονομικά κλπ)
- ✓ Αναγνωρίζει τα δυνατά και αδύνατα σημεία της, ενώ συγκεκριμενοποιεί ανάγκες και προβλήματα που πιθανώς να μην γινόταν αντιληπτά, επιβάλλει την λήψη αποφάσεων και την υιοθέτηση μιας «εστιασμένης» προσέγγισης
- ✓ Αποτυπώνει τους αναγκαίους πόρους για την ανάπτυξη της επιχείρησης και το απαιτούμενο όγκο πωλήσεων που θα εξασφαλίσει την βιωσιμότητα της
- ✓ Αποτελεί σημείο αναφοράς για την σύναψη συνεργασιών, την εύρεση πιθανών επενδυτών ή χρηματοδότησης από άλλους φορείς

Πιθανοί αποδέκτες

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να αποτελέσει ένα ισχυρό **εργαλείο επικοινωνίας** σχεδιασμένο να μεταφέρει πληροφορίες για την επιχείρηση σε **πιθανούς ενδιαφερόμενους αποδέκτες**. Οι αποδέκτες αυτοί μπορεί να είναι:

Αποδέκτες	Επιχειρηματικό σχέδιο
Η ίδια επιχείρηση, η διοικητική ομάδα, το προσωπικό	Ως έκφραση της στρατηγικής της επιχείρησης και ένα αποτελεσματικό μέσο για την λήψη στρατηγικών αποφάσεων.
Δυνητικοί συνεργάτες	Ως εργαλείο προώθησης σε προμηθευτές, πελάτες και συνεργάτες στρατηγικής σημασίας αλλά και μέσο προσέλκυσης για ικανά στελέχη από την αγορά εργασίας.
Δυνητικοί επενδυτές, τραπεζικά ιδρύματα, κρατικοί φορείς	Ως εργαλείο για την άντληση εξωτερικής χρηματοδότησης, για την προσέλκυση επενδυτών ή και νέων μετόχων.

Ανάλογα τον σκοπό που συντάσσεται...

Αν πρόκειται για υφιστάμενη επιχείρηση να απαντάει στα ερωτήματα:

- Ποια είναι η επιχείρηση μας και πως αυτή οργανώνεται;
- Ποιους στόχους έχουμε καταφέρει μέχρι σήμερα και που σκοπεύουμε να φτάσουμε;
- Ποιο είναι το προϊόν μας και πως αυτό θα το αναπτύξουμε περαιτέρω;
- Σε ποια αγορά δραστηριοποιούμαστε και ποιες είναι οι προοπτικές;
- Αξιολόγηση της επιχείρησής μας (δυνατά σημεία, αδυναμίες, ευκαιρίες και απειλές)
- Ποια είναι η στρατηγική μας και ποιοι οι βραχυπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι στόχοι;
- Χρειάζεται να κάνουμε νέες επενδύσεις;
- Είναι η επιχείρηση μας βιώσιμη; (οικονομικά αποτελέσματα, προβλέψεις βιωσιμότητας για τα επόμενα χρόνια)



Marketing plan: Τι είναι;

Ορισμός του marketing plan

Ο σχεδιασμός μάρκετινγκ είναι μια διαδικασία που ακολουθεί η επιχείρηση προκειμένου να μπορεί να προσαρμόζεται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και του περιβάλλοντος μάρκετινγκ. Αποτέλεσμα της διαδικασίας αυτής αποτελεί το **Σχέδιο μάρκετινγκ (marketing plan)**.

Το marketing plan είναι ένα δυναμικό εργαλείο προγραμματισμού και ελέγχου της μελλοντικής δραστηριότητας μιας επιχείρησης σε μια καθορισμένη χρονική περίοδο.

Η **δραστηριότητα** αυτή μπορεί να αναφέρεται:

- Στα πρώτα βήματα μιας νεοσύστατης ή υπό σύστασης επιχείρησης
- Στο σύνολο των λειτουργιών μιας μικρής ή μιας μεγάλης επιχείρησης
- Σε τμήμα / εμπορική διεύθυνση μιας μικρής ή μεγάλης επιχείρησης

Ως **καθορισμένη χρονική περίοδο** μπορούμε να θεωρήσουμε:

- Τα πρώτα έτη δραστηριοποίησης μιας νεοσύστατης επιχείρησης ή της ανάπτυξης μιας νέας δραστηριότητας (εισαγωγή νέου προϊόντος, εισαγωγή σε νέα αγορά)
- Τα επόμενα 2 με 5 χρόνια λειτουργίας μιας εταιρείας

Ορισμός του marketing plan

Το **Σχέδιο μάρκετινγκ (Marketing Plan)** είναι συνυφασμένο με τη στρατηγική μάρκετινγκ και το επιχειρηματικό σχέδιο (Business plan). Η στρατηγική μάρκετινγκ είναι μια μέθοδος εστίασης των ενεργειών και των πόρων μιας επιχείρησης σε ένα σύνολο δράσεων που μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένες πωλήσεις και επικράτηση μιας στοχευόμενης θέσης στην αγορά

Στόχος του σχεδίου μάρκετινγκ είναι να απαντήσει σε βασικά ερωτήματα της στρατηγικής μάρκετινγκ και να κατευθύνει τις προσπάθειες μάρκετινγκ της επιχείρησης:

- ✓ Πώς φθάσαμε ως εδώ;
- ✓ Πού βρισκόμαστε τώρα;
- ✓ Πού θέλουμε να πάμε στο μέλλον;
- ✓ Πώς θα πάμε εκεί που θέλουμε;



**Γιατί είναι απαραίτητη η σύνταξη ενός
σχεδίου μάρκετινγκ;**

Οφέλη για μια υφιστάμενη επιχείρηση

- Συμβάλει στην ανάδειξη των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της επιχείρησης
- Παρέχει μία ξεκάθαρη εικόνα για την αγορά, τους πελάτες και τους ανταγωνιστές της επιχείρησης
- Βοηθάει στην κατανόηση των αναγκών και της πιστότητας των πελατών
- Δημιουργεί σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες
- Δείχνει τις αδυναμίες αλλά και τα δυνατά σημεία της επιχείρησης στον κλάδο που δραστηριοποιείται
- Συμβάλλει στον εντοπισμό ευκαιριών διείσδυσης στην αγορά – στόχο και τον ανασχεδιασμό των λειτουργιών σε περίπτωση λαθών
- Βοηθάει στη λήψη αποφάσεων με βάση τους στόχους και τη στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης
- Συμβάλει στην αύξηση των πωλήσεων και της κατανάλωσης των πελατών
- Ενισχύει την εταιρική εικόνα της επιχείρησης
- Αναδεικνύει την ωριμότητα της επιχείρησης και την ευελιξία της στις προκλήσεις που προκύπτουν από τον ανταγωνισμό

Οφέλη για μια νέα / υπό σύσταση επιχείρηση

- Συμβάλει στη σαφή αποτύπωση των στόχων μάρκετινγκ και βάζει τους συμμετέχοντες στην διαδικασία να σκεφτούν το μήνυμα που θέλουν να περάσουν στους δυνητικούς καταναλωτές
- Αποτυπώνει τις ικανότητες και τα προσόντα της επιχειρηματικής ομάδας
- Αποκαλύπτει τυχόν κενά στη γνώση των διάφορων τακτικών μάρκετινγκ
- Αναγνωρίζει τα δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησης, ενώ προσδιορίζει ανάγκες και προβλήματα που πιθανώς να μην γινόταν αντιληπτά
- Αναγνωρίζει την κατάλληλη αγορά – στόχο για την τοποθέτηση του προϊόντος της επιχείρησης και αναδεικνύει τα βέλτιστα επικοινωνιακά εργαλεία για την προσέγγισή της
- Αποτυπώνει τους αναγκαίους πόρους για την ανάπτυξη της επιχείρησης και το απαιτούμενο όγκο πωλήσεων που θα εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά της
- Συμβάλει στην προσέλκυση και τη διατήρηση καταναλωτών
- Συντελεί στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

Πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί;

Ένα σχέδιο μάρκετινγκ μπορεί να αποτελέσει ένα ισχυρό εργαλείο επικοινωνίας σχεδιασμένο να μεταφέρει πληροφορίες (εταιρική εικόνα, όραμα – αποστολή, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κτλ.) για την επιχείρηση σε πιθανούς ενδιαφερόμενους αποδέκτες

Πιθανοί αποδέκτες

Η ίδια επιχείρηση, η διοικητική ομάδα, το προσωπικό

- Ως έκφραση της στρατηγικής μάρκετινγκ της επιχείρησης και ένα αποτελεσματικό μέσο για τη λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ
- Ως εργαλείο κατανόησης και υιοθέτησης της στρατηγικής μάρκετινγκ από όλα τα μέλη της επιχείρησης

Υφιστάμενοι ή δυνητικοί καταναλωτές

- Ως εργαλείο ενίσχυσης της εταιρικής εικόνας της επιχείρησης αλλά και μέσο αύξησης των πωλήσεων (ενίσχυση επαναγοράς προϊόντος, αύξηση κατανάλωσης)
- Ως μέσο διατήρησης των υφιστάμενων πελατών και προσέλκυσης νέων



Τι πρέπει να περιλαμβάνει;

Αν πρόκειται για νέα/υπό σύσταση επιχείρηση

Αν πρόκειται για νέα / υπό σύσταση επιχείρηση το σχέδιο μάρκετινγκ πρέπει να απαντάει στα ερωτήματα:

- ❖ Ποιοι είμαστε; (έμφαση στην επιχειρηματική ομάδα)
- ❖ Τι σκοπεύουμε να κάνουμε και που βρισκόμαστε τώρα;
- ❖ Ποιες ανάγκες της αγοράς σκοπεύουμε να καλύψουμε;
- ❖ Γιατί έχουμε πλεονέκτημα σε σχέση με τους ανταγωνιστές μας;
- ❖ Τι χρειαζόμαστε για να αναπτυχθούμε; (αναγκαίοι πόροι, επιλογή βέλτιστου μείγματος μάρκετινγκ, κατάλληλη αγορά – στόχος)
- ❖ Γιατί η ιδέα μας είναι βιώσιμη; (ισχυρή εταιρική εικόνα, περίοδος - αποτελέσματα υλοποίησης σχεδίου μάρκετινγκ)

Τα σημεία που πρέπει να δώσει έμφαση η επιχείρηση κατά την κατάρτιση του σχεδίου μάρκετινγκ διαφοροποιούνται και προσαρμόζονται ανάλογα με το σκοπό που δημιουργείται και τον αποδέκτη στον οποίο απευθύνεται

Αν πρόκειται για υφιστάμενη επιχείρηση

Αν πρόκειται για υφιστάμενη επιχείρηση το σχέδιο μάρκετινγκ πρέπει να απαντάει στα ερωτήματα:

- ❖ Ποια είναι η επιχείρησή μας και πως αυτή οργανώνεται;
- ❖ Ποιους στόχους μάρκετινγκ έχουμε καταφέρει μέχρι σήμερα και που σκοπεύουμε να φτάσουμε;
- ❖ Ποιο είναι το προϊόν μας και πως αυτό θα το αναπτύξουμε περαιτέρω;
- ❖ Ποιοι είναι οι υφιστάμενοι πελάτες μας και τι ικανοποίηση λαμβάνουν από την προσφορά του προϊόντος μας;
- ❖ Σε ποια αγορά δραστηριοποιούμαστε και ποιες είναι οι προοπτικές;
- ❖ Αξιολόγηση της επιχείρησής μας (δυνατά σημεία, αδυναμίες, ευκαιρίες και απειλές)
- ❖ Ποια είναι η υφιστάμενη στρατηγική μάρκετινγκ και ποιοι οι βραχυπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι στόχοι μας;



Μελέτη αγοράς: Τι είναι;

Ορισμός της μελέτης αγοράς

Η εκπόνηση της **Μελέτης Αγοράς** αφορά στο σύνολο των εργασιών εκείνων που ως στόχο έχουν την υποστήριξη της επιχείρησης **στην αναγνώριση της αγοράς που δραστηριοποιείται.**

Μέσω της Μελέτης Αγοράς παρέχονται προς την ωφελούμενη επιχείρηση:

- **εξειδικευμένα στοιχεία πληροφόρησης** αναφορικά με τις συνθήκες τις εξελίξεις και τις τάσεις της αγοράς
- **καθοδήγηση** της επιχείρησης στην αξιοποίηση των παρεχόμενων στοιχείων

Για την εκπόνηση της μελέτης αγοράς οι εξειδικευμένοι Σύμβουλοι του ΜΥΕ προβαίνουν στις παρακάτω ενέργειες:

- Έρευνα - Συλλογή δευτερογενών στοιχείων
- Επεξεργασία και αξιολόγηση δεδομένων
- Χρηματοοικονομική ανάλυση των επιχειρήσεων του κλάδου
- Παρουσίαση δεδομένων / αποτελεσμάτων



Τι πρέπει να περιλαμβάνει;

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- Περιγράφεται το περιεχόμενο του παραδοτέου
- Αποτυπώνονται συνοπτικά στοιχεία για την επιχείρηση και για τις ανάγκες που προέκυψαν από την διαγνωστική αναγκών.

2. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟΥ ΚΛΑΔΟΥ/ΑΓΟΡΑΣ

Η αγορά που θα εξεταστεί καθορίζεται μετά από συζήτηση με την ωφελούμενη επιχείρηση σε σχέση με τους στόχους και με τι ακριβώς χρειάζεται να εντοπίσει αναφορικά με την εξέλιξη της ενδιαφερόμενης αγοράς-κλάδου.

3. ΖΗΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟΥ ΚΛΑΔΟΥ/ΑΓΟΡΑΣ

- Τα στοιχεία θα αντλούνται από δευτερογενείς πηγές δεδομένων (π.χ. ΕΛ.ΣΤΑΤ, Eurostat), κλαδικές μελέτες που εκπονεί ο ΜΥΕ ή άλλες διαθέσιμες μελέτες του ΜΥΕ ή άλλων φορέων.
- Τα στοιχεία παρατίθενται με την χρήση πινάκων και διαγραμμάτων

4. ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟΥ ΚΛΑΔΟΥ/ΑΓΟΡΑΣ

Εντοπίζονται και εξετάζονται οι κυριότερες επιχειρήσεις του κλάδου/ αγοράς

5. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ/ ΑΓΟΡΑΣ

- Εξάγεται αντιπροσωπευτικό δείγμα επιχειρήσεων της εξεταζόμενης αγοράς με διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία της τελευταίας 5ετίας. Τα στοιχεία παρατίθενται με την χρήση πινάκων και διαγραμμάτων
- Πραγματοποιείται χρηματοοικονομική ανάλυση του κλάδου. Οι δείκτες που χρησιμοποιούνται αφορούν την αποδοτικότητα, την κερδοφορία, τη ρευστότητα, τη χρηματοοικονομική διάρθρωση και δραστηριότητα, των επιλεγμένων επιχειρήσεων του κλάδου.
- Γίνεται και συγκριτική αξιολόγηση ανά ομάδες επιχειρήσεων κατανεμημένων βάσει επιλεγμένων λογαριασμών ή δεικτών.
- Εντοπίζεται η θέση της ωφελούμενης επιχείρησης όσο αναφορά οικονομικά μεγέθη σε σχέση με τις επιχειρήσεις του κλάδου

6. Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

- Τα στοιχεία θα αντλούνται από δευτερογενείς πηγές δεδομένων (π.χ. ΕΛ.ΣΤΑΤ, Eurostat, αρμόδια Υπουργεία, κλαδικοί φορείς), κλαδικές μελέτες που εκπονεί ο ΜΥΕ ή άλλες διαθέσιμες μελέτες του ΜΥΕ ή άλλων φορέων.
- Τα στοιχεία παρατίθενται με την χρήση πινάκων και διαγραμμάτων

7. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Γίνεται ανάλυση του ανταγωνισμού της αγοράς και των υπολοίπων ανταγωνιστικών δυνάμεων στο κλάδο δραστηριοποίησης (πελάτες, προμηθευτές, ανταγωνιστές, ένταση ανταγωνισμού, εμπόδια εισόδου) - εξέταση των 5 δυνάμεων του Porter.

- Είσοδος Νέων Ανταγωνιστών
- Κίνδυνοι από Υποκατάστατα Προϊόντα
- Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών
- Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών
- Ανταγωνισμός μεταξύ Επιχειρήσεων του Κλάδου

8. ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟΥ ΚΛΑΔΟΥ/ΑΓΟΡΑΣ

Εξετάζονται τα Δυνατά (Strengths) και Αδύνατα σημεία (Weaknesses) μιας επιχείρησης, οι Ευκαιρίες (Opportunities) και Απειλές (Threats) από το περιβάλλον που δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Χρησιμοποιείται προκειμένου να αξιολογηθεί η υφιστάμενη κατάσταση και να ληφθούν αποφάσεις που διαμορφώσουν την μελλοντική στρατηγική της.

9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Αποτυπώνονται τα βασικά συμπεράσματα της μελέτης και οι τάσεις που διαφαίνονται για τα επόμενα χρόνια.

Ο **Μηχανισμός Υποστήριξης Επιχειρήσεων** εστιάζει στην παροχή εξατομικευμένης συμβουλευτικής υποστήριξης υψηλής προστιθέμενης αξίας σε υφιστάμενες/υπο σύσταση επιχειρήσεις και αυτοαπασχολούμενους του Δήμου Αθηναίων, στοχεύοντας στα κάτωθι:

- ✓ στη δημιουργία νέων λειτουργικών, βιώσιμων και κερδοφόρων επιχειρήσεων
- ✓ στην ανάπτυξη της απασχόλησης και την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας πρώιμων σταδίων
- ✓ στην προώθηση της αυτοαπασχόλησης νέων επιστημόνων υψηλών προσόντων
- ✓ στη βελτίωση των ικανοτήτων και δεξιοτήτων των αυτοαπασχολούμενων και των επιχειρηματιών

Στοιχεία επικοινωνίας



Τηλέφωνο:
+30 210 2208270



E-mail:
info@mie-developathens.gr



Ηλεκτρονική φόρμα αιτήσεων
<https://mie-developathens.gr/aitisi/>



Γραφεία ΜΥΕ
Σεράφειο Δήμου Αθηναίων, Εχελιδών 19
& Πειραιώς 144, 118 54, Αθήνα



**Μπορείτε να
επικοινωνήσετε με τον
ΜΥΕ**





Σας ευχαριστώ για την προσοχή!