

ΔΕΚΑΠΛΑΣΙΑΣΤΗΚΑΝ ΟΙ ΡΥΘΜΟΙ ΑΠΟΡΡΟΦΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΣΠΑ, ΑΛΛΑ...

Δεκαπλασιάστηκαν οι ρυθμοί απορρόφησης του Ε.Σ.Π.Α. την τελευταία 2ετία, σύμφωνα με το Υπουργείο Ανάπτυξης: από το 3% επί του συνόλου των κοινοτικών κονδυλίων των 16,7 δις, η απορροφητικότητα του Ε.Σ.Π.Α. έφτασε σήμερα στο 30%! Εξάλλου, ο αρμόδιος Επίτροπος της Ε.Ε. Γ. Χαν δήλωσε ότι η χώρα μας βρίσκεται ήδη στον κοινοτικό μέσο όρο, αναφορικά με τις απορροφήσεις των κοινοτικών κονδυλίων.

Ωστόσο, τα προβλήματα δεν είναι λίγα. Ενώ το τελευταίο 6μηνο εντάχθηκαν 1.872 νέα έργα, η πορεία ενεργοποίησής τους υπήρξε χαμηλή, καθώς επί συνόλου 7.021 έργων, τα 4.762 είναι ουσιαστικά ανενεργά, αφού δεν έχουν καν δημοπρατηθεί! Τα περισσότερα ανενεργά έργα εντοπίζονται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση (2.093 έργα), στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Μακεδονίας - Θράκης (525 έργα) και στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αττικής (297 έργα). Τέλος, ιδιαίτερα σημαντικό πρόβλημα, είναι και ο μεγάλος χρόνος από την έναρξη έως την πληρωμή ενός έργου, που κατά μέσο όρο φτάνει τους 18,5 μήνες!

Πάντως, έχει προβλεφθεί εφεξής, ότι απαραίτος όρος για όλους τους φορείς διαχείρισης και τους φορείς υλοποίησης των έργων, θα είναι η δημοπράτηση να ολοκληρώνεται εντός τριμήνου, από την ημερομηνία έναρξης μιας δράσης, διαφορετικά η πράξη θα απεντάσσεται αυτόματα. Οψόμεθα...🌀



5 ΝΕΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΗΝ ΤΡΕΧΟΥΣΑ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ

Άλλα 5 νέα προγράμματα προκηρύχθηκαν το τελευταίο 3μηνο για υπό σύσταση ή υφιστάμενες επιχειρήσεις:

1. Digi Mobile: Το πρόγραμμα αφορά στην ενίσχυση επιχειρήσεων για την ανάπτυξη και αξιοποίηση καινοτόμων εφαρμογών σε «έξυπνες» συσκευές κινητών επικοινωνιών και υπολογιστές-ταμπλέτες (tablet-pc).
2. Ολοκληρωμένο σχέδιο παρέμβασης για την στήριξη των επιχειρήσεων και των εργαζομένων τους - Δράση 1: Το πρόγραμμα αφορά στην ενίσχυση ανέργων για την ίδρυση της δικής τους επιχείρησης.
3. Ολοκληρωμένο σχέδιο παρέμβασης για την στήριξη των επιχειρήσεων και των εργαζομένων τους - Δράση 2: Το πρόγραμμα στοχεύει στην ενίσχυση υφιστάμενων επιχειρήσεων, μέσω δράσεων συμβουλευτικής και κατάρτισης.
4. Εκσυγχρονισμός χερσαίων εμπορευματικών οδικών μεταφορών: το πρόγραμμα αφορά στην ενίσχυση υφιστάμενων επιχειρήσεων μεταφορών για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους.
5. Επιταγή επανένταξης στην αγορά εργασίας: το πρόγραμμα αφορά στην ενίσχυση της απασχόλησης επιδοτούμενων ανέργων, με την καταβολή ποσού ίσου προς το επίδομα ανεργίας, ως επιδόματος απασχόλησης στις επιχειρήσεις που προσλαμβάνουν ανέργους.

Περισσότερες πληροφορίες για όλα τα τρέχοντα προγράμματα επιχειρησιακών ενισχύσεων στην ιστοσελίδα της Spiral στο www.spiral.com.gr/Pliroforisi.htm.🌀

ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ; ΘΕΛΩ ΤΟΥΣ ΚΑΛΥΤΕΡΟΥΣ!

Η επιλογή συμβούλου επιχειρήσεων υπήρξε πάντοτε μία πολύ δύσκολη απόφαση για τον έλληνα επιχειρηματία. Αφενός η πολυπλοκότητα του επαγγέλματος (πολλές ειδικότητες, όπως μάρκετινγκ, πληροφοριακά συστήματα, συστήματα ποιότητας, επιχειρηματικά σχέδια κ.ά.), αφετέρου το ανύπαρκτο θεσμικό περιβάλλον (οποιοσδήποτε μπορεί να ασκεί το επάγγελμα), δημιουργούν μία έντονη αίσθηση ανασφάλειας ως προς την εκάστοτε επιλογή, ακόμη και ως προς τον ίδιο το θεσμό.

Είναι γνωστό ότι η συμβουλευτική των επιχειρήσεων ξεκινά από τα κάτωθι αξιώματα:

1. Οι δραστηριότητες των επιχειρήσεων είναι εφικτό να κωδικοποιηθούν, τόσο αναφορικά με τις επιτυχίες τους, όσο και με τις αποτυχίες τους και υπόκεινται σε κανόνες, που είναι εφαρμόσιμοι σε κάθε επιχείρηση
2. Για το λόγο αυτό είναι επίσης εφικτό να συμβουλευτεί κανείς τις επιχειρήσεις τον καλύτερο τρόπο, ώστε να εφαρμόσει αυτούς τους κανόνες.

Ποιος όμως είναι ο κατάλληλος άνθρωπος και βάσει ποιων χαρακτηριστικών θα πρέπει να επιλεγθεί, ώστε να εφαρμοστούν αυτοί οι κανόνες επιτυχίας;



Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των συμβούλων

Οι σύμβουλοι επιχειρήσεων, είτε ως επιχειρήσεις, είτε ως άτομα, θα πρέπει να ικανοποιούν μία σειρά παραδοχών:

1. Να έχουν εμπειρία στα αντικείμενα εργασιών που πρόκειται να αναλάβουν και μάλιστα σε ομοειδείς επιχειρήσεις, προϊόντα ή τεχνολογίες (π.χ. είναι διαφορετικές οι απαιτήσεις επιτυχίας ενός σχεδίου μάρκετινγκ για μία επιχείρηση λιανικών πωλήσεων μέσω ιντερνέτ και ενός σχεδίου μάρκετινγκ για μία επιχείρηση χονδρικής).
2. Να μπορούν να παρέχουν επαρκείς διαβεβαιώσεις για την ολοκλήρωση του έργου τους, σύμφωνα με τις προδιαγραφές και να περιγράφουν συγκεκριμένους τρόπους, μέσω των οποίων ο εκάστοτε σκοπός θα επιτευχθεί (π.χ. ένα επιχειρηματικό πλάνο δεν μπορεί να περιορίζεται στις ενότητες που το απαρτίζουν, αλλά

απαιτείται και πλήρης περιγραφή και προσδιορισμός των ποιοτικών και ποσοτικών χαρακτηριστικών των περιεχομένων του).

3. Το προσωπικό που επρόκειτο να εμπλακεί στην εργασία θα πρέπει να έχει τόσο το κατάλληλο θεωρητικό υπόβαθρο, όσο και την κατάλληλη εμπειρία (π.χ. κατά την υποβολή αιτήματος υπαγωγής σε πρόγραμμα επιδότησης, είναι ιδιαίτερα σημαντική η ικανότητα του προσωπικού να συλλέγει και να αξιολογεί την επάρκεια των εγγράφων δικαιολογητικών).
4. Να μπορούν να παραθέσουν μία αξιολογη σειρά ομοειδών εργασιών, που έχουν ολοκληρώσει στο παρελθόν, κατά αντιστοίχιση με καλές αναφορές από τους πελάτες τους (π.χ. μία σειρά πετυχημένων εισόδων στην αγορά νέων προϊόντων ή υπηρεσιών)
5. Να αμείβονται κατά τρόπο, που να συνάδει με το μέγεθος και τη δομή της εργασίας τους, καθώς και με το σκοπό της (π.χ. σε ένα έργο εγκατάστασης συστήματος ποιότητας, η αμοιβή θα πρέπει να συμβαδίζει με την εργασία και τα αποτελέσματά της).
6. Να είναι αμερόληπτοι και ανεξάρτητοι. Να μην υπάρχουν αντικρουόμενα συμφέροντα για τον σύμβουλο και τον πελάτη, που δημιουργούνται συχνά από άλλες επαγγελματικές σχέσεις (πελάτες, συνεργάτες κ.λ.π.).
7. Να έχουν διαθεσιμότητα πόρων. Οι άνθρωποι που θα εμπλακούν στην υλοποίηση της εργασίας θα πρέπει να έχουν διαθέσιμο και επαρκή χρόνο, ώστε η παράλληλη ευθύνη για τυχόν άλλες αναληφθείσες εργασίες να μην περιορίζει την απόδοσή τους.
8. Να είναι κατά το δυνατόν προσβάσιμοι. Η απόσταση από την έδρα του πελάτη ενδέχεται να δυσχεράνει τις συνθήκες υλοποίησης της εργασίας, αφού μπορεί να περιορίσει τη διαθεσιμότητα το συμβούλου (π.χ. η οργάνωση ενός τμήματος πωλήσεων έχει περισσότερες απαιτήσεις υποστήριξης σε πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία, σε σχέση με τον σχεδιασμό ενός προγράμματος online πωλήσεων).



9. Να χαρακτηρίζεται από έναν κώδικα ηθικής που να ανταποκρίνεται στον κώδικα ηθικής του πελάτη.
10. Τα προσωπικά του χαρακτηριστικά (κουλτούρα, ικανότητα συνεργασίας και διαπραγμάτευσης, η μαθησιακή ικανότητα, η αντίληψη και ικανότητα συνδυασμού) θα πρέπει ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της υπό ανάληψης εργασίας (π.χ. κατά την εργασία αναδιοργάνωσης μιας επιχείρησης είναι πολύ σημαντικό ο σύμβουλος να εμπνέει τους εργαζομένους).



Ένα εργαλείο αξιολόγησης των συμβούλων

Εφόσον είναι δυνατή η αξιολόγηση των συμβούλων επιχειρήσεων βάσει αντικειμενικών παραγόντων, η δημιουργία και χρήση ενός εύχρηστου εργαλείου καθίσταται απαραίτητη, ώστε να διευκολύνεται ο κάθε επιχειρηματίας ή μάνατζερ στη λήψη σχετικών αποφάσεων.

Το εργαλείο που δημιουργήσαμε βασίζεται στη διαπίστωση της επάρκειας του κάθε αξιολογούμενου συμβούλου, βάσει των προαναφερόμενων παραδοχών – παραγόντων και παρατίθεται δωρεάν στην ιστοσελίδα της Spiral και τη διεύθυνση www.spiral.com.gr/AxiologisiSymboulouEpixeiriseon.pdf.



Μετά την επιλογή

Μπορεί η επιλογή του καταλληλότερου συμβούλου να είναι μία ιδιαίτερα σημαντική απόφαση, ωστόσο εξαιρετικά σημαντικό είναι να ξέρει κανείς τον τρόπο με τον οποίο καλείται να συνεργαστεί με τον εκάστοτε σύμβουλο, ώστε να μεγιστοποιηθούν τα αποτελέσματα της επιλογής του. Ακολουθείστε μερικές από τις συμβουλές μας και θα βγείτε μόνο κερδισμένοι!

1. Όπως κάθε εργασία έχει θετικά και αρνητικά, έτσι και συνεργασία με έναν σύμβουλο έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Εξοικειωθείτε και με τα δύο. Διαμορφώστε μία θετική προοπτική προόδου και επιτυχίας, αλλά η επιτυχία δεν πρέπει να θεωρείται πάντοτε δεδομένη.
2. Τόσο ο σύμβουλος, όσο και ο επιχειρηματίας δεν μπορούν να τα γνωρίζουν όλα. Είναι εξαιρετικά σημαντική η αμοιβαία κατανόηση των προσδοκιών του πελάτη, καθώς και οι φυσικοί περιορισμοί του εκάστοτε έργου.
3. Εφόσον έχετε διαμορφώσει ένα σαφές πλαίσιο αμοιβών, τηρείστε το με ευλάβεια. Η επαγγελματική σχέση που έχει δημιουργηθεί θα πρέπει να βασίζεται στην καλή πίστη και το αμοιβαίο όφελος.
4. Υπογράψτε ένα συμβόλαιο. Ένα συμβόλαιο που περιλαμβάνει με σαφήνεια υποχρεώσεις και δικαιώματα και των δύο πλευρών, αποτελεί τη βάση για μία επιτυχημένη επαγγελματική συνεργασία.
5. Διατηρείστε τον εαυτό σας και το σύμβουλό σας εστιασμένους στην εργασία. Είναι πολύ εύκολο και για τις δύο πλευρές στη μέση ενός έργου να χαλαρώσουν, εξαιτίας άλλων καθηκόντων ή υποχρεώσεων που έχουν προκύψει.
6. Δώστε τον καλύτερο εαυτό σας. Η συνεργασία σας με ένα σύμβουλο μπορεί να αποτελέσει μία πολύτιμη πηγή αξίας για την επιχείρηση και τις αποφάσεις σας. Καλλιεργήστε τη σχέση σας πρωτίστως επαγγελματικά, χωρίς όμως να αδιαφορείτε για τη σημασία μίας ενδεχόμενης φιλικής σχέσης. Αυτή θα κρατήσει σε έναν υψηλό επίπεδο το ενδιαφέρον και των δύο για την επιτυχία του έργου, εφόσον σας δεσμεύει να καταβάλλετε τη μέγιστη δυνατή προσπάθεια.🌀




ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ TIPS

Το μείγμα του μάρκετινγκ

Το μείγμα του μάρκετινγκ περιλαμβάνει τις εξής τέσσερεις μεταβλητές: τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θα διαθέσει η επιχείρηση στην αγορά, την τιμολογιακή πολιτική, τη στρατηγική διανομής των προϊόντων στα σημεία πώλησης που θα ακολουθήσει και τον τρόπο προβολής και προώθησης των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων. Οι εν λόγω μεταβλητές –προϊόν, τιμή, διανομή, προώθηση- είναι γνωστές ως 4P's, από τα αρχικά των λέξεων Product, Price, Place και Promotion.

Οι στρατηγικές αποφάσεις για κάθε μεταβλητή μπορούν να ληφθούν ανεξάρτητα και είναι ευνόητο ότι υπάρχει έντονη αλληλεξάρτηση, η οποία περικλείει και τον συνολικό επιχειρηματικό σχεδιασμό. Ο σχεδιασμός, με τις σημερινές απαιτήσεις, έχει κάνει το ίδιο μείγμα να τροποποιηθεί και να εξελιχθεί ανάλογα με τα εκάστοτε θεωρητικά μοντέλα, όπου προστίθενται άλλοι παράγοντες όπως *people, process, physical evidence* και *power* (άνθρωποι, διαδικασίες, περιβάλλον και δύναμη). Όλα αυτά δείχνουν την ανησυχία του marketer να συμπεριλάβει όλες τις δυναμικά παραμέτρους που καθορίζουν την αγορά του προϊόντος.



Η βαρύτητα που δίνεται σε κάθε στοιχείο του μίγματος μάρκετινγκ διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση και υπαγορεύεται από τους στόχους του μάρκετινγκ, τους γενικότερους στόχους της επιχείρησης και βεβαίως από τις συνθήκες του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. 

**ΠΛΗΡΩΝΕΤΕ ΠΟΛΥ
ΓΙΑ ΘΕΡΜΑΝΣΗ;
ΦΤΑΝΕΙ ΠΙΑ.**



Η λύση στην κρίση.

Τέλος στην ακρίβεια του πετρελαίου και του αερίου.

Τοποθετήστε **ceramic sun** στο χώρο σας και λύστε το πρόβλημα της θέρμανσης σας με αξιόπιστο και πολύ οικονομικό τρόπο.



ceramic sun HOME

Για το σπίτι.

Για εξοικονόμηση ενέργειας μέχρι 60%.



ceramic sun BUSINESS

Για το γραφείο και την επιχείρηση.

Για εξοικονόμηση ενέργειας μέχρι 60%.

Επικοινωνήστε μαζί μας!

 **SPIRAL**
consulting group

Η ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ
ΤΩΝ ΜΙΚΡΩΝ & ΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κίμωνος Βόγα 32-34 & Μαυροκορδάτου
Θεσσαλονίκη

Τ.Θ. 20164, Τ.Κ. 55110

Τηλ. 2310 214971 & 2310 850588

Fax: 2310 850577

e-mail: spiral@spiral.com.gr

Web: www.spiral.com.gr