

#8



GECON NewsLetter
Μάρτιος 2007





Editorial



ΣΤΟΝ «ΑΣΤΕΡΙΣΜΟ» ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ Η «Η ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΕΥΚΑΙΡΙΑ»;

Όλοι εμείς οι εμπλεκόμενοι στο «μετερίζι» της επιχειρηματικότητας, ευελπιστούμε και προσδοκούμε για καλύτερες, πιο αποδοτικές και πιο επενδυτικές μέρες. Οι μηχανισμοί και τα εργαλεία υπάρχουν. Για όλα αυτά θα διαβάσετε στο σημερινό ηλεκτρονικό μας Newsletter, μέσα από την συνέντευξη του κ. Ι. Τσιτσόπουλου. Ετοιμάζουμε όμως και σχετική εκδήλωση για τους φίλους, πελάτες και συνεργάτες μας για την Τετάρτη 25/4/2007.

Το ζητούμενο είναι, εάν οι επιχειρηματίες είναι ΕΤΟΙΜΟΙ να «εμπλακούν» στην διαδικασία υποβολής αιτημάτων για τις προσφερόμενες επενδυτικές ευκαιρίες, ΕΑΝ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΤΙ ΘΕΛΟΥΝ... Από τις μακρές συζητήσεις που είχαμε με τον scientific officer της Directorate General for Research της Ε.Ε. στις Βρυξέλλες κ. Παύλο Μουρατίδη, φάνηκε ότι η απορροφητικότητα από τα κονδύλια του 6^{ου} Προγράμματος Πλαισίου Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης, δεν ξεπέρασε στην Ελλάδα το 2,5%.

Προκηρύχθηκε το 7^ο. Θα καταφέρουμε να αυξήσουμε την εισροή κονδυλίων στην αγορά μας; Πρέπει να είμαστε αισιόδοξοι και με θετική σκέψη.

Καλή Ανάσταση και Καλό Πάσχα σε όλους σας. Με υγεία ...

Κ. Γεωργάκας

Σε αυτό το τεύχος...



Editorial	σελ.2
Νέα της GECON	σελ.3, 4
Νέα της αγοράς	σελ.4
Περί υγείας ο λόγος...	
ΠΩΣ ΝΑ ΚΑΤΑΝΙΚΗΣΕΤΕ ΤΗΝ ΑΝΙΑ ΠΟΥ ΟΔΗΓΕΙ ΣΤΗΝ ΚΟΥΡΑΣΗ	σελ.4
Συνέντευξη του μήνα:	
ΝΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΟΥΜΕ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΔΙΝΟΝΤΑΣ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΘΑ ΧΡΕΙΑΣΤΟΥΜΕ	σελ.5, 6, 7
Συμβουλή του μήνα:	
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΕΙΤΕ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΑ ΤΙΣ ΚΡΙΣΕΙΣ! Ο ΔΕΚΑΛΟΓΟΣ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ	σελ.8

Το επόμενο Newsletter θα κυκλοφορήσει τον Ιούνιο του 2007



PEKOP εμπορικής επισκεψιμότητας, με τριπλασιασμό των εμπορικών επισκεπτών, κατέγραψε η 19^η Διεθνής Έκθεση Τροφίμων, Ποτών, Μηχανημάτων και Εξοπλισμού **DETROP**, σύμφωνα με τις υπηρεσίες της **HELEXPO**. Τις τρεις πρώτες ημέρες λειτουργίας της **DETROP** και της **ΟΙΝΟΣ** καταγράφηκε αύξηση εμπορικής επισκεψιμότητας 200% καθώς οι εμπορικοί επισκέπτες ανήλθαν σε 10.208, έναντι 3.454 τις αντίστοιχες ημέρες της προηγούμενης (2005), προερχόμενοι από κάθε γωνιά του πλανήτη.



«Τρέχουν» οι προκηρύξεις για διαγωνισμούς. Την προκήρυξη έργων συνολικού προϋπολογισμού 604 εκ. ευρώ τα οποία θα υλοποιηθούν με Συμπράξεις Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα (**ΣΔΙΤ**), σχεδιάζει η κυβέρνηση για το προσεχές εξάμηνο. Ο νέος θεσμός για την υλοποίηση δημόσιων έργων «εγκαινιάστηκε» πρόσφατα με την προκήρυξη του διαγωνισμού για την κατασκευή 7 νέων κτιρίων του Πυροσβεστικού Σώματος.



**ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ: ...**

▪ Η χώρα μας βρίσκεται σε κομβικό σημείο ανάπτυξης και αξιοποίησης ευκαιριών χρηματοδότησης καθώς ήδη έχουν ξεκινήσει όπως είναι γνωστό οι διαδικασίες σχεδιασμού **της νέας προγραμματικής περιόδου 2007-2013, όπου στο Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς** της Ελλάδας περιγράφονται οι κύριοι αναπτυξιακοί στόχοι της χώρας μας σε εθνικό, τομεακό και περιφερειακό επίπεδο και που θα ακολουθήσει την υλοποίηση του τρέχοντος ΚΠΣ 2000-2006.

▪ **Ταυτόχρονα έχει προκηρυχθεί και το 7^ο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα και την Τεχνολογική Ανάπτυξη (7ο ΠΠ) αποτελεί το κύριο μέσο της ΕΕ για τη χρηματοδότηση της έρευνας στην Ευρώπη και θα διαρκέσει για τη χρονική περίοδο από το 2007 μέχρι το 2013.**

▪ **Επίσης σύμφωνα με το Νέο Κανόνα De Minimis , αυξάνεται το όριο της ενίσχυσης που μπορεί να χορηγηθεί βάσει του De Minimis σε μικρομεσαία επιχείρηση στα 200.000 € ανά τριετία (από 100.000 € που ήταν)**



Άμεσα αναμένεται να ενεργοποιηθούν:



▪ **Ο Αναπτυξιακός Νόμος 3299/04**, καθώς αναμένονται οι υπουργικές που θα ενεργοποιούν τον νόμο και θα προσδιορίζουν επακριβώς και το ύψος των επιχορηγήσεων ανάλογα με το είδος των επενδυτικών σχεδίων, την περιοχή και το μέγεθος της επιχείρησης. Ωστόσο ήδη οι έχει ξεκινήσει η προετοιμασία των επιχειρήσεων για υπαγωγή στο νέο ευνοϊκό Αναπτυξιακό Νόμο.

▪ Το πρόγραμμα ενίσχυσης επενδυτικών σχεδίων επιχειρήσεων του **τριτογενούς τομέα, δηλαδή στις θεματικές ενότητες Εμπορίου και Παροχής Υπηρεσιών**, εντός του 2007.

▪ Το πρόγραμμα ενίσχυσης επενδυτικών σχεδίων **Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων**, στο πλαίσιο υλοποίησης των **Επιχειρησιακών Προγραμμάτων της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας URBAN II**.

▪ **Ανάπτυξη γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας (Δράση 3.3)**



Περί υγείας ο λόγος...

ΠΩΣ ΝΑ ΚΑΤΑΝΙΚΗΣΕΤΕ ΤΗΝ ΑΝΙΑ ΠΟΥ ΟΔΗΓΕΙ ΣΤΗΝ ΚΟΥΡΑΣΗ

Μία από τις κύριες αιτίες της κούρασης είναι η ανία. Σπάνια κουραζόμαστε όταν ασχολούμαστε με κάτι που βρίσκουμε ενδιαφέρον, μιας και όλη η ενέργειά μας βρίσκεται εκεί που βρίσκονται τα ενδιαφέροντά μας.

Όταν καθημερινά είμαστε αναγκασμένοι να κάνουμε μια δουλειά, πνευματική ή σωματική, που δεν είναι ενδιαφέρουσα, τότε μπορούμε στην καλύτερη περίπτωση να την κάνουμε ενδιαφέρουσα και στη χειρότερη να συμπεριφερθούμε λες και είναι ενδιαφέρουσα. Η φιλοσοφία του "λες και" του καθηγητή Χανς Βάινγκερ είναι μια απίστευτα σημαντική ανακάλυψη, γιατί αν συμπεριφερόμαστε "λες και" η δουλειά μας είναι ενδιαφέρουσα, τότε σταδιακά θα αρχίσει να γίνεται ενδιαφέρουσα και στην πραγματικότητα. Έτσι, θα μειώσει την ανία μας και επομένως και την κούραση, την ένταση και τις ανησυχίες μας. Ο Μάρκος Αυρήλιος έγραφε στους στοχασμούς του: "Η ζωή μας είναι αυτό που την κάνουν οι σκέψεις μας". Μιλώντας στον εαυτό μας για τα πράγματα που θα έπρεπε να νιώθουμε τυχεροί, γεμιζουμε το μυαλό μας με σκέψεις ήρεμες και θετικές. Τις περισσότερες φορές αυτό που χρειαζόμαστε είναι μία αλλαγή της στάσης μας απέναντι στα πράγματα και στην προκειμένη περίπτωση, απέναντι σε μία ανιαρή δουλειά, λίγο περισσότερο πείσμα, πάθος και ενθουσιασμό για να τη μετατρέψουμε σε πιο ενδιαφέρουσα ή περισσότερο υποφερτή.

Πηγή: Περιοδικό Business Woman

Νέα της αγοράς



Η GECON ΕΠΕ, στο πλαίσιο της συνεχούς ενημέρωσης για τα επενδυτικά προγράμματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, διοργανώνει **Εκδήλωση** που αφορά στις νέες επενδυτικές προκλήσεις & ευκαιρίες, όπως διαμορφώνονται για τις επιχειρήσεις της Βόρειας Ελλάδας. Η εκδήλωση θα πραγματοποιηθεί στις 25 Απριλίου 2007, στο συνεδριακό χώρο ΔΙΑΚΟΝΙΑ CONVENTION CENTER στην Πυλαία και ώρα 18:00 μ.μ. Την εκδήλωση θα καλύψουν με εισηγήσεις **γνωστοί εκπρόσωποι Φορέων Διαχείρισης Επιδοτούμενων Προγραμμάτων, οι οποίοι θα μεταφέρουν όλη την πληροφόρηση για επενδύσεις και επιδοτήσεις σχετικά με τον Νέο Αναπτυξιακό, Δ' ΚΠΣ, 7^ο Πρόγραμμα Πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και επενδυτικές ευκαιρίες στο εξωτερικό από την World Bank. Πολύ σύντομα θα αποσταλεί πρόσκληση με όλες τις λεπτομέρειες στις ηλεκτρονικές επαφές της GECON.** Μέρος των εσόδων της εκδήλωσής μας θα διατεθεί για την ενίσχυση του έργου της οργάνωσης «Γιατροί του Κόσμου». Ευχαριστούμε τον χορηγό μας, εταιρία VIMATEC N. ΒΙΔΑΛΛΗΣ Α.Ε.



Την εκπόνηση Marketing Plan ανέλαβε η **GECON** τον Ιανουάριο του 2007 για λογαριασμό του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης, το οποίο αφορούσε στην τουριστική προώθηση των «Περιοχών του Νερού» Θεσσαλονίκης (περιοχές ρυζοκαλλιέργειας) – Έργο "Terre d' eau" (INTEREG IIIB MEDOCC). Η μελέτη εκπονήθηκε στη γαλλική γλώσσα και παραδόθηκε στις 27 Μαρτίου 2007. Η παρουσίαση της θα γίνει σε ειδική εκδήλωση που διοργανώνει το ΕΒΕΘ στις 16 Απριλίου 2007, στην οποία θα συμμετάσχουν αντιπροσωπείες επιχειρηματιών και φορέων από τις αντίστοιχες περιοχές ρυζοκαλλιέργειας της Ισπανίας, Ιταλίας και Γαλλίας.



Διήμερο εκπαιδευτικό πρόγραμμα πραγματοποίησε η **GECON EDUCATION** στο ιατρικό επιστημονικό προσωπικό και στα διευθυντικά στελέχη του Γενικού Νοσοκομείου Θεσσαλονίκης ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ, στις 27 και 29 Μαρτίου 2007. Το αντικείμενο των εκπαιδευτικών συναντήσεων ήταν «Βασικά θέματα Management για την αποτελεσματική διαχείριση της αποτελεσματικότητάς σας».

Αποτυχία είναι η ευκαιρία που μας δίνεται να ξεκινήσουμε ξανά με περισσότερη γνώση. Ο δρόμος προς την επιτυχία είναι στρωμένος με αποτυχίες. Για να μπορέσουμε να τις μετατρέψουμε σε χρήσιμες εμπειρίες που θα μας βοηθήσουν να βελτιωθούμε και να ξεχωρίσουμε, πρέπει να αντικαταστήσουμε τη λέξη "απέτυχα" με τη λέξη "έμαθα".

(Henry Ford)



Η Συνέντευξη του μήνα



Γιάννης Τσιτσόπουλος
Υπεύθυνος Δημοσιότητας και Προβολής
του Κέντρου Επιχειρηματικής & Πολιτιστικής Ανάπτυξης (ΚΕΠΑ)*

GN: Κάνοντας έναν απολογισμό για τα εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα και ενόψει των επενδυτικών προγραμμάτων που αναμένονται στο πλαίσιο του Δ' ΚΠΣ και του 7^{ου} Προγράμματος Πλαίσιο της Ε.Ε., πιστεύεται ότι οι επιχειρήσεις έχουν αξιοποιήσει σε ικανοποιητικό βαθμό τις ευκαιρίες χρηματοδότησης που παρουσιάζονται;

Γ. Τσιτσόπουλος: Εξετάζοντας το σύνολο των μέχρι σήμερα αποτελεσμάτων πιστεύω ότι τις έχουν αξιοποιήσει σε ικανοποιητικό βαθμό. Χαρακτηριστικά αναφέρω ότι στο πλαίσιο του Ε.Π. «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ» (ΕΠΑΝ) που αποτελεί το κατεξοχήν πρόγραμμα στήριξης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜμΕ) έχουν ωφεληθεί πάνω από 30.000 επιχειρήσεις ενώ παράλληλα έχουν καταρτισθεί περίπου



60.000 εργαζόμενοι και άνεργοι. Επίσης πολύ καλά και ενθαρρυντικά αποτελέσματα έχει

επιφέρει και η υλοποίηση του Αναπτυξιακού Νόμου. Βέβαια ο βαθμός αξιοποίησης των προγραμμάτων εξαρτάται από τις προτεραιότητες που θέτει για την ανάπτυξη της η κάθε επιχείρηση καθώς επίσης από την ταυτότητα, τους όρους ένταξης και το διαχειριστικό πλαίσιο του κάθε προγράμματος. Υπάρχουν προγράμματα που δεν αξιοποιήθηκαν από σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων παρά τον ελκυστικό τους χαρακτήρα (π.χ. πρόγραμμα μετεγκατάστασης σε ΒΙΠΕ). Πιστεύω απόλυτα, ότι με την ευκαιρία του νέου Ε.Π. «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ-ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ» για την περίοδο 2007-2013 θα υπάρχει εξ

ΝΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΟΥΜΕ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΔΙΝΟΝΤΑΣ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΘΑ ΧΡΕΙΑΣΤΟΥΜΕ

αρχής ο κατάλληλος σχεδιασμός και στοχοποίηση των προτεραιοτήτων, σε συνδυασμό με το αναγκαίο διαχειριστικό πλαίσιο, προκειμένου να υπάρχουν τα κατάλληλα προγράμματα που να ικανοποιούν όσο το δυνατόν περισσότερο τις βασικές αλλά και σύγχρονες ανάγκες των επιχειρήσεων.

GN: Εμφανίζεται πολύ συχνά το φαινόμενο ενώ μία

επιχείρηση έχει χρηματοδοτηθεί σημαντικά για μία επένδυση, τελικά να αποσύρεται από την υλοποίηση της. Γιατί κατά τη γνώμη σας να συμβαίνει αυτό;

Γ. Τσιτσόπουλος: Οι αιτίες οφείλονται τόσο σε εσωτερικούς όσο και εξωτερικούς παράγοντες. Ο κακός προγραμματισμός, η εκ των υστέρων έλλειψη της αναγκαίας ίδιας συμμετοχής απόρροια της κακής χρηματοοικονομικής εκτίμησης για τη βιωσιμότητα της επένδυσης, η έλλειψη κατάλληλης οργανωτικής υποδομής για την ανταπόκριση στις απαιτήσεις των προγραμμάτων και τη συνεργασία με πιθανούς εξωτερικούς συνεργάτες π.χ. συμβούλους αποτελούν του βασικούς παράγοντες. Σε μικρότερο βαθμό υπάρχουν περιπτώσεις που οφείλονται σε εξωγενείς παράγοντες όπως πχ. στον ανταγωνισμό από επιχειρήσεις χαμηλού κόστους, στην υφιστάμενη κατάσταση του κλάδου που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις, σε διαφοροποίηση της ζήτησης από τους πελάτες-καταναλωτές καθώς και τη σε ορισμένες περιπτώσεις αύξηση του κόστους πρώτων υλών με αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους παραγωγής και την επιβάρυνση χρηματοοικονομική εικόνα της επιχείρησης. Δράττομαι της ευκαιρίας να πω



συνέχεια της συνέντευξης....

σε συνδυασμό και με την προηγούμενη ερώτησή σας, ότι τα προγράμματα δεν φτιάχνουν επιχειρήσεις αλλά βοηθούν στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Κατά συνέπεια δεν θα πρέπει να θεοποιούμε τις επιχορηγήσεις, Πολύ περισσότερο θα πρέπει να κάνουμε το σωστό προγραμματισμό κυρίως ως προς τη χρηματοοικονομική μας διαθεσιμότητα, προτού λάβουμε μέρος σε ένα πρόγραμμα καθώς εδώ δεν ισχύει όπως τη γνωρίζουμε η έννοια περί του επιχειρηματικού ρίσκου. Γι' αυτές τις περιπτώσεις η φράση «μη ράβεις κοστούμι μεγαλύτερο από το νούμερο σου» υπό το πρίσμα του «ορθώς επιχειρείν» νομίζω ότι ταιριάζει απόλυτα!

GN: Πιστεύεται ότι τόσο Αναπτυξιακός Νόμος όσο και το Δ' ΚΠΣ αποτελούν πρόκληση για το νέο επενδυτικό κλίμα που διαμορφώνεται και θα ωθήσουν στη νέα εποχή της Καινοτομίας τις Ελληνικές επιχειρήσεις;



Γ. Τσιτσόπουλος: Σίγουρα θα βοηθήσουν σε σημαντικό βαθμό καθώς αποτελούν πολύ σημαντικό χρηματοδοτικό εργαλείο στην προσπάθεια μίας επιχείρησης να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της μέσω της

καινοτομίας. Δεν αρκεί όμως αυτό. Η ουσιαστική πρόκληση είναι οι ελληνικές επιχειρήσεις να υιοθετήσουν μία διαφορετική επιχειρηματική και στρατηγική σκέψη στην επιχειρηματική τους πρακτική. Μέσα στο νέο διεθνές και εγχώριο επιχειρησιακό περιβάλλον θα πρέπει να αξιοποιήσουν στο έπακρο τις δυνατότητές τους και τις ευκαιρίες για τη διαφοροποίησή τους (προϊόν, διαδικασίες, κ.λ.π.) στην αγορά που τοποθετούνται. Χρειάζεται μία αλλαγή πλευσης, μία διαμόρφωση άλλης κουλτούρας με τη σημαντική συμβολή των επιχειρηματικών φορέων και της πολιτείας.

GN: Ποιος πιστεύεται ότι είναι και θα πρέπει να είναι ο ρόλος του Συμβούλου Επιχειρήσεων σήμερα ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των επιχειρήσεων; Υπάρχουν σημεία στα οποία θα πρέπει να εστιάσουν την προσοχή τους οι επιχειρήσεις ως προς την επιλογή τους;

Γ. Τσιτσόπουλος: Ξεκινώ την απάντησή μου επισημαίνοντας ότι η έννοια του συμβούλου επιχειρήσεων, είτε ως φυσικό είτε ως Νομικό Πρόσωπο, περιλαμβάνει μέσα της τη βαθιά γνώση του αντικειμένου, την επαρκή τεκμηρίωση, τη διάθεση για στήριξη και υποστήριξη των επιχειρήσεων, την εμπειρία, την αναζητήση για το καλύτερο, τη δημιουργικότητα και πρωτοποριακή σκέψη και τέλος το υψηλό αίσθημα ευθύνης καθώς από τα λόγια και τις πράξεις μας επηρεάζεται μία

επιχειρηματική απόφαση. Ιδιαίτερα για τις ΜμΕ, οι σύμβουλοι επιχειρήσεων καλούνται να διαδραματίσουν ένα πολυσύνθετο και συνάμα σημαντικό ρόλο στην εφαρμογή του εκάστοτε στρατηγικού και επιχειρησιακού σχεδιασμού τους. Όμως το άριστο αποτέλεσμα βασίζεται στην αρμονική



συνεργασία και κατανόηση για το ρόλο του καθενός ανάμεσα στο σύμβουλο και την επιχείρηση. Από τη μία μεριά, η επιχείρηση θα πρέπει να κατανοήσει ότι ο σύμβουλος επιχειρήσεων δεν θα υποκαταστήσει το ρόλο των ατόμων που εργάζονται στην επιχείρηση και από την άλλη ο σύμβουλος θα πρέπει να διαγνώσει τις πραγματικές ανάγκες της επιχείρησης προτείνοντας τις όποιες λύσεις με γνώμονα το συμφέρον αυτής και όχι το προσωπικό του κέρδος. Γίνεται λοιπόν φανερό ότι η επιλογή του συμβούλου, ή της επιχείρησης πελάτη προϋποθέτει την αμοιβαία εμπιστοσύνη μεταξύ τους και μία διαδικασία προσεκτικής επιλογής.

Στην Ελλάδα η αγορά των συμβούλων, διαθέτει πέραν των άλλων επιχειρήσεις ή πρόσωπα, που διαθέτουν τα χαρακτηριστικά που ανέφερα στην αρχή της απάντησής μου και αναπτύσσουν



συνέχεια της συνέντευξης....

τη δραστηριότητά τους σε επιχειρήσεις και φορείς- ακόμα και στο ίδιο το κράτος- είτε πάνω σε όλο το φάσμα της επιχειρησιακής λειτουργίας αυτών, είτε σε συγκεκριμένα



θεματικά πεδία και σε συμβούλους οι οποίοι κυρίως εξαρτώνται από τα εκάστοτε χρηματοδοτικά προγράμματα. Ιδιαίτερα επισημαίνω ότι στο πλαίσιο του Β' και Γ' ΚΠΣ δημιουργήθηκε πληθώρα μελετητικών-συμβουλευτικών γραφείων για την υποστήριξη των ΜμΕ, που θέλουν να ενταχθούν σε αυτά.

Δυστυχώς η ευκολία έναρξης του επαγγέλματος του συμβούλου επιχειρήσεων χωρίς κανένα τυπικό έστω περιορισμό οδήγησε στην ανάπτυξη δυσάρεστων φαινομένων καθώς ορισμένοι αυτοπροσδιορίζοντας τον εαυτό τους ως "φωτεινό παντογνώστη της επιχειρηματικότητας" και εκμεταλλευόμενοι την αδυναμία και την έλλειψη γνώσεων και διαδικασιών από τους Μικρομεσαίους Επιχειρηματίες και υποσχόμενοι χωρίς καμία υπευθυνότητα τη σιγουριά της έγκρισης της επιχορήγησης, έχουν καταφέρει να μειώσουν την αξία του επαγγέλματος και να οδηγήσουν σε πολλές περιπτώσεις τις επιχειρήσεις σε

λάθος δρόμο με αποτέλεσμα την απώλεια κοινοτικών πόρων μίας και μιλάμε για προγράμματα μέσω των ΚΠΣ. Αυτό έχει ως συνέπεια οι επιχειρήσεις να προσάπτουν στην έννοια σύμβουλος χαρακτηρισμούς που σε καμία περίπτωση δεν κοσμούν απεναντίας αδικούν το χώρο των συμβούλων.

Βέβαια φέρουν και οι ίδιοι οι επιχειρηματίες την ευθύνη της επιλογής τους καθώς δε λείπουν οι περιπτώσεις που στο πλαίσιο της απορρόφησης και κακής αντίληψης τους για την αξιοποίηση των πόρων συναινούν στην υιοθέτηση ενεργειών πέρα από κάθε δεοντολογία και νομιμότητα.

Θα πρέπει κατά τη γνώμη μου ο ΣΕΣΜΑ σε συνεργασία με τους ίδιους τους επιχειρηματίες, τους επιχειρηματικούς φορείς και την Πολιτεία να θέσουν από κοινού συγκεκριμένες προϋποθέσεις και μέτρα για την εξάλειψη των φαινομένων που ανέφερα προηγουμένως. Θα πρέπει και οι ίδιες οι εταιρείες συμβούλων να το επιδιώξουν.



Η αγορά είναι ελεύθερη για να δραστηριοποιείται κάποιος, αλλά σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να λειτουργεί με κανόνες ασυδοσίας και αναρχίας.

Τα μέτρα που έχει λάβει η Πολιτεία όπως π.χ. η προσπάθεια θέσπισης μητρώου συμβούλων και η ίδρυση των ΚΕΠΑ είναι σε θετική κατεύθυνση όμως θα πρέπει να συνδυαστούν και με άλλες πρωτοβουλίες τις οποίες πιστεύω ότι θα λάβει. Υπάρχει χρόνος και πρέπει να τον αξιοποιήσουμε.

*** Οι απαντήσεις εκφράζουν τις προσωπικές απόψεις του ερωτώμενου**

Το Κέντρο Επιχειρηματικής και Πολιτιστικής Ανάπτυξης (ΚΕΠΑ) είναι Αστική μη κερδοσκοπική εταιρεία με εξ' ημισείας εταίρους το ΣΒΒΕ και το ΣΒΕΕ.

Από το 1993 δραστηριοποιείται ως Ενδιάμεσος Φορέας Διαχείρισης Προγραμμάτων, διαθέτοντας τεράστια εμπειρία και τεχνογνωσία. Στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ το ΚΕΠΑ έχει αναλάβει τη διαχείριση δράσεων και προγραμμάτων του ΕΠΑΝ για την Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας προϋπολογισμού περίπου 600 εκ. €.

Ο Φορέα είναι πιστοποιημένος με το πρότυπο ISO 9001:2000.



ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΕΙΤΕ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΑ ΤΙΣ ΚΡΙΣΕΙΣ! Ο ΔΕΚΑΛΟΓΟΣ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ



- 1. Καθορίστε την ομάδα διαχείρισης κρίσεων.** Μία μικρή ομάδα ανώτατων στελεχών θα πρέπει να καθοριστεί για να αποτελέσει την ομάδα διαχείρισης κρίσεων. Ιδανικά, θα πρέπει να είναι υπό την ευθύνη του διευθύνοντος συμβούλου, με το σύμβουλο δημοσίων σχέσεων της εταιρίας και το νομικό σύμβουλο.
- 2. Καθορίστε εταιρικούς εκπροσώπους στα μέσα.** Μέσα σε κάθε ομάδα θα πρέπει να υπάρχουν στελέχη τα οποία θα πρέπει να είναι εξουσιοδοτημένα να μιλάνε για λογαριασμό της εταιρίας.
- 3. Εκπαίδευση των εταιρικών εκπροσώπων στα μέσα.** Δύο τυπικές δηλώσεις από στελέχη πολυεθνικών εταιριών συνοψίζουν τους λόγους γιατί οι εταιρικοί εκπρόσωποι στα μέσα θα πρέπει να εκπαιδευτούν επαγγελματικά όσον αφορά στον τρόπο που θα χειρίζονται τα μέσα ζωντανά: "Μίλησα με αυτό τον υπέροχο δημοσιογράφο για περισσότερο από μία ώρα και δημοσίευσε τα πιο σημαντικά νέα της εταιρίας μας". "Έχω μιλήσει δημοσίως πάρα πολλές φορές. Δεν θα έχω κανένα πρόβλημα να μιλήσω στον Τύπο". Όσον αφορά στο πρώτο παράδειγμα, τα περισσότερα στελέχη που έχουν δώσει συνεντεύξεις δεν έχουν μάθει ποτέ πώς να σιγουρεύουν την αποτελεσματική επικοινωνία των σημαντικών νέων τους στο δημοσιογράφο. Σχετικά με το δεύτερο στέλεχος, απλά παρατηρήστε τα στελέχη των εταιριών που μιλάνε στα ΜΜΕ.
- 4. Καθορίστε επικοινωνιακές διαδικασίες.** Η αρχική εμφάνιση της κρίσης μπορεί να γίνει

αντιληπτή από οποιοδήποτε ιεραρχικό επίπεδο. Η ερώτηση που προκύπτει είναι ποιος πρέπει να ενημερωθεί και που θα βρεθεί. Είναι απαραίτητη η δημιουργία ενός επικοινωνιακού δένδρου κρίσεων.

5. Καθορίστε και γνωρίστε το κοινό σας. Ποια είναι τα κοινά που έχουν βαρύτητα για την εταιρία σας; Οι περισσότερες εταιρίες ενδιαφέρονται για τα μέσα και τους πελάτες, ίσως και επενδυτές. Μπορεί, ωστόσο, να υπάρχει και ανάγκη ενημέρωσης της τοπικής αυτοδιοίκησης, των κρατικών αρχών, φορέων κ.α.

6. Αποδεχτείτε τις κρίσεις. Εάν έχετε αναλάβει πρωτοβουλίες προετοιμασίας για την κρίση, συγκεντρώστε την ομάδα διαχείρισης κρίσεων για μακρόχρονα brainstorming σε πιθανές κρίσεις του τομέα τους.

7. Αξιολογήστε την κατάσταση κρίσης. Εάν έχετε κάνει όλα τα προηγούμενα, είναι σχετικά απλό να έχετε την ομάδα διαχείρισης κρίσεων, με όλους τους μηχανισμούς και τα σενάρια επικοινωνίας τα οποία και θα αποφασίσετε αν τα υλοποιήσετε με τον Α ή Β τρόπο. Έχοντας αξιολογήσει την κατάσταση, είναι το πρώτο επικοινωνιακό βήμα προς όφελός σας. Εάν, όμως, δεν έχετε προετοιμαστεί προκαταβολικά, η αντίδρασή σας μπορεί να καθυστερήσει για να προετοιμαστείτε. Επιπλέον, η βιαστική δημιουργία στρατηγικής διαχείρισης κρίσεων,

δημιουργίας ομάδας και εκπαίδευσης στελεχών για την επικοινωνία στα μέσα δεν θα είναι ποτέ τόσο αποτελεσματική, όσο εάν έχει προετοιμαστεί και έχει γίνει εκπαίδευση εκ των προτέρων.

8. Καθορίστε μηνύματα – κλειδιά. Γνωρίζετε ήδη το είδος της πληροφόρησης που χρειάζονται τα κοινά σας. Τώρα, εσείς τι θέλετε να γνωρίζουν για αυτήν την κρίση; Επικοινωνήστε όχι περισσότερα από 3 μηνύματα για όλα τα κοινά σας.

9. Αποφασίστε τις επικοινωνιακές μεθόδους. Υπάλληλοι, πελάτες, επενδυτές κ.α. μπορούν να ενημερωθούν με επιστολές, προσωπική επικοινωνία, newsletters, fax κ.ο.κ. Τα μέσα μπορεί να λάβουν Δελτία Τύπου και επεξηγηματικές πληροφορίες ή να συμμετάσχουν σε Συνεντεύξεις Τύπου.

10. Βγαίνοντας έξω από την καταιγίδα. Ανεξάρτητα από τη φύση της κρίσης, ανεξάρτητα από το πόσο καλά ή όχι προετοιμαστήκατε και ανταποκριθήκατε, μερικά από τα κοινά σας δεν θα αντιδράσουν όπως εσείς θέλετε. Τι μπορείτε να κάνετε;

- Πάρτε μία αντικειμενική οπτική στην αντίδραση ενός θέματος. Είναι δικό σας λάθος ή δική τους παράφραση;
- Αποφασίστε εάν ένας άλλος τρόπος επικοινωνίας σε αυτό το κοινό, είναι πιθανό να αλλάξει την εντύπωση προς το καλύτερο.
- Αποφασίστε εάν η νέα επικοινωνιακή ενέργεια, αξίζει πραγματικά τον κόπο.

Πηγή: Περιοδικό Retail Business

