

Επιχειρείν

6

ΔΥΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΧΑΜΗΛΟΤΟΚΑ ΔΑΝΕΙΑ

Δύο προγράμματα στηρίζουν οικονομικά τις διαδικτυακές πωλήσεις και προωθούν την καινοτομία την εποχή της κρίσης. Ο λόγος για το «Jeremie ICT» και τη «Νησιωτική Επιχειρηματικότητα».

Το «Jeremie ICT» παρέχει χαμηλότοκα δάνεια, ύψους από 25.000 ευρώ έως και 500.000 ευρώ, σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις όλης της χώρας που θέλουν να κάνουν επενδύσεις σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών.

Απευθύνεται σε επιχειρήσεις και ελεύθερους επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στους τομείς της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών.

Επιπλέον, αφορά επιχειρήσεις και ελεύθερους επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται σε όλους τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας, με σκοπό τη χρηματοδότηση για την απόκτηση παγίων στοιχείων, που θα σφραγίσουν δαπάνες για τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών.

Η περίοδος υποβολής των αιτημάτων ολοκληρώνεται την Τετάρτη 30 Οκτωβρίου του 2013, υπό την προϋπόθεση ότι ο προϋπολογισμός του προγράμματος ανά γεωγραφική περιοχή δεν έχει εξαντληθεί νωρίτερα.

Παράλληλα, το πρόγραμμα «Νησιωτικής Επιχειρηματικότητας» παρέχει ευνοϊκά δάνεια, ύψους από 10.000 έως 30.000 ευρώ, σε πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις σε νησιωτικές περιοχές της χώρας για επενδύσεις και κεφάλαιο κίνησης.

Η δράση θα παραμείνει «ανοικτή» μέχρις εξαντλήσεως του προϋπολογισμού - θεωρητικά έως τις 31 Δεκεμβρίου 2013.

Τα δάνεια έχουν τετραετή περίοδο αποπληρωμής και σταθερό επιτόκιο 2,8 %, ενώ για τα νησιώτικα μικρότερο των 3.100 κατοίκων θα είναι άτοκα.

Για δάνεια κεφαλαίου κίνησης η έδρα της επιχείρησης πρέπει να βρίσκεται υποχρεωτικά σε νησί, ενώ για τα επενδυτικά, οι επιχειρήσεις μπορούν να έχουν έδρα οπουδήποτε στην Ελλάδα, ωστόσο η επένδυση πρέπει να πραγματοποιηθεί σε νησί.

Ενδεικτικά, μερικά από τους επιλέξιμους κλάδους δραστηριότητας του προγράμματος που αφορούν τις ηλεκτρονικές πωλήσεις είναι το λιανικό εμπόριο φρούτων, λαχανικών, κρέατος, ψαριών, προϊόντων αρτοποιίας, γαστρονομικών προϊόντων και αυγών μέσω διαδικτύου, καθώς και το λιανικό εμπόριο πιστών και καρτών μέσω διαδικτύου.

e-shop: ιδανική επιχείριση

Τα μυστικά για να φτιάξεις το δικό σου ηλεκτρονικό κατάστημα

Της Ιωάννας Φεντούρη
jofentouri@gmail.com

Η δανική επιχειρηματική επιλογή με μηδενικό κόστος αποτελεί το e-shop. Από χειροποίητο κόσμημα και ρούχα έως κοκτέιλ και κρεοπώλιο, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που βρίσκουν «διέξοδο» στη διαδικτυακή πώληση είναι αμέτρητα.

Παράλληλα, δύο προγράμματα που «τρέχουν» αυτή τη στιγμή δίνουν ευνοϊκά και χαμηλότοκα δάνεια για να ξεκινήσει κάποιος τη δική του επιχείρηση. «Το πρώτο πράγμα που θα πρέπει να κάνει όποιος θέλει να αποκτήσει e-shop είναι να ορίσει ποιο είναι το προϊόν που θα διαθέτει, όπως, δηλαδή, θα έκανε σε ένα "πραγματικό" κατάστημα. Αυτή η παράμετρος είναι εξαιρετικής σημασίας για να ορίσει το αγοραστικό του κοινό», τονίζει ο ιδιοκτήτης της «Internew», ε-

ταιρείας που ειδικεύεται στη δημιουργία e-shop, Μενέλαος Γιαννέλος, και εξηγεί: «Για παράδειγμα, αν είναι ένα e-shop που απευθύνεται σε ηλικιωμένους ανθρώπους θα πρέπει να έχει απλές εφαρμογές. Αν πάλι το αγοραστικό κοινό είναι π-

λικιακά νέο, θα πρέπει να δοθεί μεγάλη έμφαση στο γραφιστικό κομμάτι, δηλαδή στον τρόπο που θα προβληθεί το προϊόν».

Η υπεύθυνα παραγωγή της ίδιας εταιρείας, Εύα Δελγιάννη, σημειώνει ότι «αφού επιλεγεί και κατοχυρωθεί το

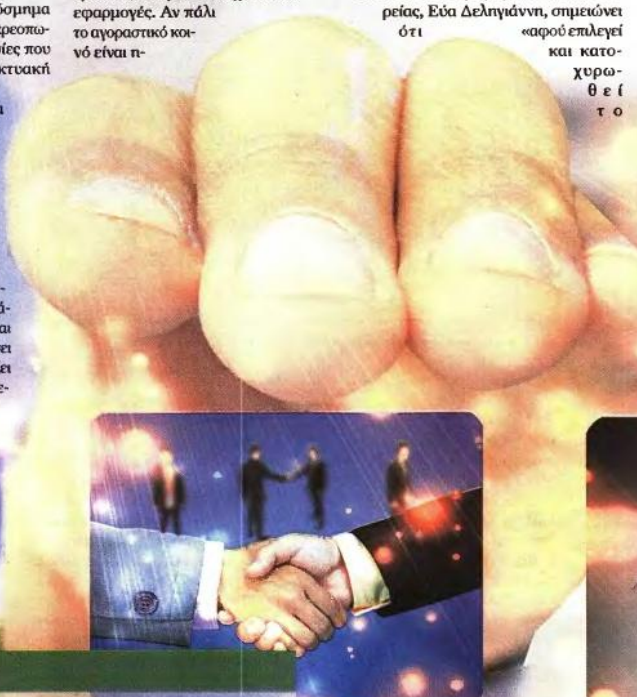
όνομα του e-shop, θα πρέπει να δοθεί έμφαση στην αισθητική του. Όπως το κατάστημα έχει μεγάλη αξία η διακόσμηση, κάτι αντίστοιχο ισχύει και για το e-shop».

Πολύ σημαντικό είναι, επίσης, αυτοί που θα φτιάξουν το e-shop να διασφαλίσουν ότι θα είναι ευέλικτο και θα ακολουθήσει την εξέλιξη του Internet.

«Για να φτιάξει κανείς ένα e-shop, το budget ξεκινάει από 1.500 ευρώ. Είναι μία καλή επιχειρηματική λύση», ενώ φέρει ο κ. Γιαννέλος.

Η κ. Δελγιάννη από την πλευρά της λέει: «Ο ιδιοκτήτης του e-shop θα πρέπει να έχει εξυπνες και καινοτομικές ιδέες, όχι απαραίτητα από το χώρο της τεχνολογίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το e-shop «Ρεσπολείου».

Το e-shop πρέπει να έχει ορισμένες δίδυμες μηχανές αναζήτησης για καλύτερες προοπτικές. Εξίσου σημαντικό είναι να φτιά-



INFO

ΠΟΤΕ ΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ «ΚΕΡΔΙΖΕΙ» ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ

Μου προσφέρει ασφαλή τρόπο πληρωμής μέσω γνωστού φορέα	71%
Εχει ξεκάθαρους όρους χρήσης π.χ. επιστροφή προϊόντων	50%
Είναι γρήγορο και εύκολο στην πλοήγηση και εύρεση αυτών που προσφέρει	47%
Με εξυπηρετεί άμεσα κατά τη διάρκεια, αλλά και μετά την αγορά	45%
Εχει ένα εύχρηστο και καθαροεξοπλισμένο site	45%
Υπάρχει και αντίστοιχο φυσικό κατάστημα για εξυπηρέτηση	35%
Εχει γνωστό όνομα - ανήκει σε μεγάλη-γνωστή εταιρία	33%
Εχει καλές κριτικές σε blogs, forums κ.λπ.	31%
Είναι πιστοποιημένο από γνωστό ανεξάρτητο φορέα	31%
Το συστήνουν φίλοι	17%
Με ενημερώνει άμεσα για προϊόντα που σχετίζονται με τις προτιμήσεις μου	14%
Κάνει μεγάλη διαφημιστική καμπάνια για να το γνωρίσει ο κόσμος	5%

Πηγή: Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ELTRUN - Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

2,9 δισ. ευρώ ο τζίρος του η Η Ελλάδα δεύτερη πιο αναπτυσσόμενη χώρα στο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο «ανεβάζει» ταχύτητες και γεννά ελπίδες για την αύξηση του τζίρου κλάρου στην κρίση. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο τζίρος των ηλεκτρονικών αγορών στην Ελλάδα κατέγραψε νέα αύξηση το 2012 και ανήλθε σε 2,9 δισ. ευρώ, αφού υπολογίζεται ότι 1,9 εκατ. Έλληνες αγόρασαν online προϊόντα και υπηρεσίες. Η ίδια δυναμική συνεχίζεται το πρώτο τρίμηνο της φετινής χρονιάς, αφού σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, οι πωλήσεις «εκτός καταστημάτων», στις οποίες εντάσσονται κυρίως οι διαδικτυ-

ακές πωλήσεις, καταγράφουν σταθερά αύξηση του τζίρου. Αυτή η «στροφή» του Έλληνα στη διαδικτυακή αγορά έχει αναδείξει τη χώρα μας στη δεύτερη πιο αναπτυσσόμενη στο χώρο των ηλεκτρονικών αγορών στην Ευρώπη. Πιο συγκεκριμένα, στην έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ για το δείκτη κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο το μήνα Μάρτιο 2013 οι πωλήσεις «εκτός καταστημάτων» σημείωσαν αύξηση του τζίρου κατά 4%, συγκριτικά με τον αντίστοιχο μήνα του 2012. Η κατηγορία αυτή περι-

ηση με χαμηλό κόστος

Πληρώνουν με αντικαταβολή οι Έλληνες

Χρήσιμα συμπεράσματα για την «εικόνα» των ελληνικών e-shops προκύπτουν από την ετήσια έρευνα καταγραφής και αξιολόγησης των ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων, που πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Τα 228 ηλεκτρονικά καταστήματα που συμμετείχαν στην έρευνα αξιολογήθηκαν με βάση τους τέσσερις κύριους άξονες που επηρεάζουν την επιτυχία των ηλεκτρονικών καταστημάτων σε σχέση με τους on line καταναλωτές:

1. Προστασία των καταναλωτών σε σχέση με την ύλη επιχειρησιο-συναλλαγής

2. Υψηλή αισθητική και ευκολία πλοήγησης στο site

3. Δυνατότητες και ασφάλεια πληρωμών

4. Προχωρημένες υπηρεσίες για τους on line καταναλωτές

Σε γενικές γραμμές, από τα 3.000-3.500 ελληνικά e-shops που λειτουργούν, τα 2/3 προσφέρουν όλες τις αναγκαίες υπηρεσίες και δυνατότητες στους καταναλωτές για μια άνετη και αξιόπιστη συναλλαγή, επιπέδου αντίστοιχου γνωστών e-shops του εξωτερικού.

Ένα στα δέκα e-shops δεν αναφέρουν τις βασικές πληροφορίες της επιχειρησής τους (δηλαδή διεύθυνση, στοιχεία επικοινωνίας κ.λπ.), ενώ μόνο έξι στα δέκα έχουν ξεκάθαρη σελίδα που αναφέρονται οι όροι σε σχέση με την πολιτική τους για το απόρρητο και τα προσωπικά δεδομένα.

Όσον αφορά την αισθητική, το 63% των e-shops παρουσιάζει συνέπεια στον τρόπο εμφάνισης του site σε όλες τις σελίδες (δομή, χρώματα) και οι εικόνες είναι υψηλής ανάλυσης.

Τέλος, η on line πληρωμή είναι επίσης ένα σοβαρό στοιχείο που απηγορεύει τους Έλληνες καταναλωτές. Υψηλό ποσοστό (87%) e-shops προσφέρουν πολλαπλές δυνατότητες για πληρωμή, ενώ 1 στα 3 e-shops προσφέρουν ακόμη και τρεις συμπληρωματικούς τρόπους πληρωμής. Οι πιο δημοφιλείς τρόποι πληρωμής είναι η αντικαταβολή (71%) και η κατάθεση σε λογαριασμό (62%), που αντικατοπτρίζεται τη συνήθεια των Ελλήνων on line καταναλωτών και τον προβληματισμό τους για την ασφάλεια των πληρωμών.

Το γεγονός ότι μόλις το 52% των e-shops δίνει τη δυνατότητα για πληρωμή με πιστωτική κάρτα αποτελεί μια επιχειρησιακή ευκαιρία για τις τράπεζες μέσω των ασφαλών υπηρεσιών τους. Σημαντικό ποσοστό (29%) προσφέρει τη δυνατότητα πληρωμών μέσω PayPal.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ E-SHOP

ΑΝΑΛΥΣΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ

1. ΔΟΜΗΝΗ NAME ΚΑΤΑΛΗΞΗΣ - 6Ρ 35€ (ΤΑ ΔΥΟ ΧΡΟΝΙΑ)	
2. ΚΑΤΑΣΧΕΥΗ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΒΑΣΙΚΟΥ ΠΕΡΙΣΧΟΜΕΝΟΥ	2.000€
3. ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΣΕ ΞΗΝΗ ΕΠΙΛΟΓΗ SERVER	100€
4. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΜΗΧΑΝΗΣ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ	300€
5. ΕΣΔΔΑ ΕΝΑΡΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	300€
ΣΥΝΟΛΟ	2.736€

ΕΝΑΡΞΗ ΕΠΙΓΕΛΜΑΤΟΣ

1. Προεγγραφή στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο
2. Εγγραφή σε ασφαλιστικό ταμείο
3. Δήλωση έναρξη επαγγέλματος στη ΔΟΥ
4. Ολοκλήρωση εγγραφής σε ασφαλιστικό ταμείο
5. Θεώρηση από ΔΟΥ Βεβλίων-στοιχείων



Μ. ΓΙΑΝΝΕΛΟΣ
INTERNET

Το e-shop έχει μεγάλη ζήτηση τα τελευταία χρόνια. Εμποροι που έχουν ένα συνοικιακό μαγαζί, ξαφνικά απευθύνονται σε ολόκληρη τη χώρα

ναι κανείς εύκολα στο καλάθι αγοράς, δηλαδή να αποφευχθεί μια κουραστική διαδικασία που θα αποτρέψει τον καταναλωτή από το να ολοκληρώσει την αγορά. Όσον αφορά τους τρόπους πληρωμής, οι Έλληνες προτιμούν την αντικαταβολή και τις τηλεφωνικές παραγγελίες, ενώ για θέματα ασφαλείας, κατά την πληρωμή, καλό θα είναι να έχει γίνει πρόβλεψη -κατά το σχεδιασμό του e-shop- για μεταφορά του καταναλωτή στο περιβάλλον της τράπεζας. Εναλλακτικά, ένα πολύ ασφαλές σύστημα πληρωμής διεθνώς αναγνωρισμένο για την ασφάλειά του είναι το PayPal.

Όπως επισημαίνει ο κ. Παννέλος: «Η κατασκευή e-shop έχει μεγάλη ζήτηση τα τελευταία χρόνια. Στην επιχειρησία μας έχουμε απευθυνθεί τόσο νέοι άνθρωποι που δεν έχουν δικό τους κατάστημα και θέλουν να ξεκινήσουν κάτι όσο και άνθρωποι που είναι ήδη έμποροι και εκεί που έχουν ένα μαγαζί στην τάδε οδό, ξαφνικά απευθύνονται σε ολόκληρη τη χώρα».



ηλεκτρονικού εμπορίου στη χώρα μας το 2012

χώρο των ηλεκτρονικών αγορών στην Ευρώπη

βάνει κυρίως διαδικτυακές πωλήσεις αλλά και πωλήσεις σε πάγκους και πάισαγορές. Η Ελλάδα, ανοδική (1,2%) ήταν η πείρα των πωλήσεων «εκτός καταστημάτων» τον Μάρτιο, συγκριτικά με Φεβρουάριο.

Η έρευνα του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών έδειξε ότι ο κύριος των ηλεκτρονικών αγορών (επιχείρηση προς καταναλωτή) στην Ελλάδα άγγιξε τα 2,9 δισεκατομμύρια ευρώ το 2012 έναντι 1,8 δισεκατομμύ-

ρια ευρώ την περασμένη χρονιά. Αναλυτικότερα, το 2012 συνολικά 1,9 εκατ. Έλληνες (από 1,5 εκατ. το 2011) αγόρασαν on line προϊόντα ή υπηρεσίες, ενώ κατά μέσο όρο οι καταναλωτές πραγματοποίησαν σε ετήσια βάση 20 αγορές μέσω διαδικτύου, συνολικής αξίας 1.600 ευρώ (από 15 αγορές συνολικής αξίας 1.200 ευρώ το 2011). Οι βασικοί δείκτες μέτρησης της on line αγοράς είχαν αύξηση της τάξεως του 25-35%, ενώ στις συνολικές αγορές η αύξηση ήταν πάνω από 50% συγκριτικά με το 2011.

Μάλιστα, λαμβάνοντας υπόψη την εξέλιξη του τζίρου των ηλεκτρονικών αγορών κατά την πενταετία 2008-2012, η αύξηση είναι θεαματική, καθώς φθάνει το 480%. Η μεγάλη σημασία του διαδικτύου για τις αγορές καταγράφηκε επίσης και από την τάση που παρουσίασαν οι on-line καταναλωτές, οι οποίοι για το 50% των αγορών τους που έκαναν το 2012 σε φυσικά καταστήματα είχαν ψάξει, συγκρίνει προϊόντα και είχαν κάνει έρευνα αγοράς στο ίντερνετ προτού κάνουν την αγορά. Η σημαντικότερη αύξηση παρατηρήθηκε

στις ταξιδιωτικές υπηρεσίες και στα είδη ένδυσης και υποδήσης. Αξιοσημείωτη ήταν η εμφάνιση για πρώτη φορά μίας νέας μεγάλης κατηγορίας υπηρεσιών γύρω από τις τηλεπικοινωνίες, ασφάλειες, νοικοκυριό-πώληση, χρηματοοικονομικά-νομικά.

Επιπλέον, η ετήσια έρευνα του E-commerce Europe αναφέρει ότι η Ελλάδα παρουσιάζει το δεύτερο μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης στην Ευρώπη (61%) για το 2012 σε ό,τι αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο, πίσω από την Τουρκία (75%).