

Cooperation Programme
Interreg V-A Greece-Bulgaria 2014-2020

“Market Changer”

“MarCh”

MIS Code: 5070788

Project Website: <http://marchproject.eu>

Πακέτο Εργασίας 5 – Πιλοτική Εφαρμογή
(Pilot Application)

Παραδοτέο 5.1.1 Διάγνωση ισχυρών σημείων και
αδυναμιών για 50 επιχειρήσεις
(Strengths' Weaknesses' Diagnoses for 50 enterprises)

Τίτλος Αναδόχου ΕΛΚΕ ΔΙΠΑΕ

Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020”



Περιεχόμενα

Σχετικά με το έργο	4
English Summary	6
Κεφάλαιο 1 Απολογιστική έκθεση πεπραγμένων του Επιστημονικού Υπεύθυνου	9
Κεφάλαιο 2 Ανάλυση και περιγραφή των ισχυρών σημείων και αδυναμιών για τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις με προτάσεις βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας τους.....	11
2.1. ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΑ ΓΡ ΜΠΕΛΛΑΣ ΕΕ	13
2.2. ΒΗΡΑ ΦΑΡΜΑ	14
2.3. ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΞΑΝΘΗΣ «ΜΙΤΑΤΟ»	15
2.4. ΖΟΥΡΑΣ ΦΑΡΜ	16
2.5. ΣΑΜΥΘΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ.....	17
2.6. ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΟΔΡΥΣΕΣ	18
2.7. ΤΣΕΛΙΓΚΑΤΟ ΣΟΥΦΛΙΟΥ.....	19
2.8. ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΘΡΑΚΗΣ ΑΒΕΕ.....	20
2.9. ΑΦΟΙ ΜΟΥΤΛΙΑ Α.Ε.....	21
2.10. ΖΑΜΠΙΤΟΓΛΟΥ	23
2.11. ΜΕΛΛΗΝΙΚΟΝ	24
2.12. ΑΝΤ ΔΕΛΗΠΟΥΛΙΟΣ ΑΕ.....	25
2.13. ΑΡΧΟΝΤΙΔΗΣ ΦΩΤΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.....	27
2.14. ΚΑΒΕΙΡΟΣ	29
2.15. ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗ	30
2.16. ΜΈΛΙ ΜΙΚΡΟΥ ΔΕΡΕΙΟΥ	31
2.17. ΑΤΛΑΜΑΖΟΓΛΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	32
2.18. Ελληνικά Γαλακτοκομεία Α.Ε.....	33
2.19. Grizo & Prasino	35
2.20. ΘΡΑΚΙΩΤΙΚΗ ΖΥΜΗ	37
2.21. ΑΦΟΙ ΓΕΩΡΓΑΚΟΥΔΗ ΟΕ	38
2.22. ΒΟΛΕΡΟ ΖΑΧΑΡΩΔΗ ΘΡΑΚΗΣ ΑΕ.....	39
2.23. ΓΕΩΘΕΡΜΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ ΙΚΕ.....	41
2.24. ΤΟ ΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΗ	42
2.25. ΣΠΑΝΙΔΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ	44
2.26. ΚΕΪΒΑΝΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	45
2.27. ΕΒΡΟΣΟΠ ΟΕ.....	46
2.28. CAMPUS ΜΟΝ. Α.Ε.....	47
2.29. Faos Superfoods	48

2.30.	Θερμοκηπια Κάκος	49
2.31.	Μέλιδρον - Βιολογικά Προϊόντα Μέλισσας	51
2.32.	CALYPSO EXTRA VIRGIN OLIVE OIL	52
2.33.	Σοφίας Γεύσεις	54
2.34.	ΚΟΝΟΣ ΚΤΗΜΑ ΜΙΧΕΛΗ	56
2.35.	ΓΙΑΧΑΝΑΣ.....	58
2.36.	ΜΥΡΩΔΑΤΟ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ.....	59
2.37.	Yiota Farm.....	61
2.38.	ΠΤΗΝΟΤΡΟΦΕΙΑ ΑΦΟΙ ΚΥΡΙΑΚΙΔΗ Α.Ε.....	62
2.39.	Οινοποιείο Μπασδάνη	64
2.40.	ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΓΚΟΥΤΣΙΔΗ	66
2.41.	Μέλι Ορμενίου	67
2.42.	Η Θρακιώτισσα.....	68
2.43.	ΟΥΛΙΑΝΟΥΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	69
2.44.	Παπαδοπούλου Φωτεινή	71
2.45.	Άρωμα Έβρου	72
2.46.	Telios evrosnuts	74
2.47.	ΟΙΚΟΣ ΜΕΤΑΞΙΟΥ ΤΣΙΑΚΙΡΗ ΙΚΕ.....	75
2.48.	ΕΒΡΟΘΗΡΑΜΑ ΑΕ.....	77
2.49.	Α. & Ι. ΤΙΑΚΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ.....	78
2.50.	ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΗΤΡΑ ΑΕ.....	79
	Παραρτήματα	80

Παράρτημα 1 Λίστα των επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα στις οποίες εστάλη πρόσκληση ενδιαφέροντος

Παράρτημα 2 Λίστα των επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα στις οποίες έγινε διερεύνηση των ισχυρών σημείων και των αδυναμιών τους

Παράρτημα 3 Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε

Παράρτημα 4 Διαγνωστικές εκθέσεις των επιχειρήσεων

Παράρτημα 5 Οι προτάσεις βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας για κάθε επιχείρηση που διατυπώθηκαν

Σχετικά με το έργο

Οι επιχειρήσεις ιδιαίτερα στην περιφέρεια της ΕΕ έχουν επηρεαστεί σοβαρά από την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας τα τελευταία 20 χρόνια, καθώς το παγκόσμιο λιανικό εμπόριο έχει συγκεντρωθεί σε μικρό αριθμό πολυεθνικών αλυσίδων ενώ πολυεθνικές επιχειρήσεις διείσδυσαν στις τοπικές αγορές. Ως αποτέλεσμα ήταν οι τοπικές επιχειρήσεις να χάσουν σημαντικά μερίδια αγοράς, ολόκληρες αλυσίδες εφοδιασμού να καταρρεύσουν και ο τοπικός παραγωγικός και οικονομικός ιστός να διαταραχθεί. Ειδικά σε απομακρυσμένες και λιγότερο ανταγωνιστικές περιοχές, όπως οι 2 περιοχές που συμμετέχουν στο MarCh (περιοχή Θράκης στην Ελλάδα και Επαρχία Κάρτζαλι στη Βουλγαρία), η συγκεκριμένη εξέλιξη είχε ιδιαίτερη έξαρση. Κλείσιμο επιχειρήσεων, χαμηλά εισοδήματα, υψηλά ποσοστά ανεργίας, μετανάστευση ειδικευμένου εργατικού δυναμικού και οικονομική κρίση ήταν τα αποτελέσματα αυτού του φαινομένου.

Από την άλλη, είναι παρήγορο το γεγονός ότι οι πολυεθνικές αλυσίδες εφαρμόζουν διαφορετικές στρατηγικές στα μοντέλα ανάπτυξής τους, άλλες δίνοντας έμφαση στους φθηνούς συντελεστές παραγωγής, άλλες στην αποτελεσματική απόκριση στην αγορά κλπ., αφήνοντας έτσι περιθώρια σε άλλες επιχειρήσεις να αναπτύξουν τις δικές τους στρατηγικές για ανάπτυξη.

Για τις τοπικές επιχειρήσεις, θεωρώντας ότι παρέχουν μια σειρά από συγκριτικά πλεονεκτήματα, όπως π.χ. μακροχρόνια παρουσία στην περιοχή, εγγύτητα και σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες, μαζί με μια σειρά από περαιτέρω χαρακτηριστικά (ποιότητα προϊόντος, χαμηλές τιμές κλπ.), το τελευταίο σημαίνει τον εντοπισμό των δυνατών σημείων και των αδυναμιών τους και τον σχεδιασμό κατάλληλων στρατηγικών για την ανταγωνιστικότητά τους. Για να επιτευχθεί αυτό, ωστόσο, απαιτείται εξωτερική υποστήριξη, καθώς τα ενδογενή εμπόδια (μικρό μέγεθος μονάδων, έλλειψη γνώσεων, ελλείψεις σε δεξιότητες και πόρους, απουσία καινοτομίας κλπ.) τους εμποδίζουν να δράσουν έξω από το τρέχον πλαίσιο. Στο σημείο αυτή, ο ρόλος των συλλογικών επιχειρηματικών φορέων καθίσταται κρίσιμος. Αναλύοντας τα πλεονεκτήματα των περιοχών τους μπορούν να διαμορφώσουν οράματα για αυτές και να κινητοποιήσουν τις τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες για την πραγματοποίησή τους. Εντοπίζοντας δυνατά και αδύνατα σημεία μπορούν να σχεδιάσουν στρατηγικές και να καθοδηγήσουν τα μέλη τους στην εφαρμογή τους. Απευθυνόμενοι στο σύνολο της επιχειρηματικής κοινότητας μπορούν να της παρέχουν βοήθεια και καθοδήγηση για την εφαρμογή των στρατηγικών. Παράλληλα, είναι σε θέση να θεσπίσουν οριζόντιες δομές για τη διευκόλυνση της λειτουργίας των επιχειρήσεων και για την κάλυψη των αδυναμιών τους.

Η 6η Πρόσκληση στο πλαίσιο του Προγράμματος Συνεργασίας Interreg V Ελλάδα – Βουλγαρίας είναι απλώς ένα έναυσμα για τους εταίρους του έργου να μεταφέρουν κοινά οράματα και μεθοδολογίες στην πράξη, ιδίως σε ορισμένες από τις πιο μειονεκτικές περιοχές των χωρών τους και σε μια διασυνοριακή προσέγγιση.

Για να καλύψει τις παραπάνω ελλείψεις, το MarCh σχεδιάζει τοπικές αναπτυξιακές στρατηγικές και οράματα, εντοπίζει δυνατά και αδύνατα σημεία στις τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες και δημιουργεί Δομές Υποστήριξης Επιχειρήσεων (BuSSes) στις 2 περιοχές που υλοποιείται. Για έναν πιλοτικό τομέα, τον αγροδιατροφικό τομέα, μια δέσμη δραστηριοτήτων (δυνατά σημεία – διαγνώσεις αδυναμιών, επιχειρηματικά σχέδια για υφιστάμενες επιχειρήσεις και start-ups, καθοδήγηση και συμβουλευτική μαζί με εκπαιδευτικά σεμινάρια) στοχεύει στην αναβάθμιση της επιχειρηματικής απόδοσης και ανταγωνιστικότητας, ενώ μια σειρά εργαλείων (πλατφόρμα e-market, ψηφιακή βάση δεδομένων για έμπειρους επαγγελματίες, πλατφόρμα ηλεκτρονικής αγοράς εργασίας) βελτιώνουν το επιχειρηματικό περιβάλλον στις 2 περιοχές του έργου και διευκολύνουν την επιχειρηματικότητα.

Σε πρώτο στάδιο, το MarCh απευθύνεται στις τοπικές επιχειρηματικές κοινότητες στις 2 περιοχές του έργου, δίνοντας έμφαση σε νέες και νεοφυείς επιχειρήσεις στον τομέα των αγροδιατροφικών προϊόντων. Ωστόσο, ολόκληρη η επιχειρηματική κοινότητα θα ωφεληθεί από το έργο, καθώς τα αποτελέσματά του θα διαδοθούν και θα αναπαραχθούν και σε άλλους τομείς. Παράλληλα, η εμπειρία από το MarCh θα αξιοποιηθεί από τους εταίρους εθνικής κλίμακας (Εταίρος 2/ΚΑΕΛΕ (ΕΣΕΕ – GR) και Εταίρος 3 / BICA – Βουλγαρία) και θα μεταφερθεί σε άλλες περιοχές στις συμμετέχουσες χώρες.

Το έργο πραγματοποιείται από σύμπραξη 5 οργανισμών (Δικαιούχων):

- TRANSCOOP – Εταιρία Διεθνικής Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης, ως κύριος δικαιούχος της εταιρικής σχέσης
- Κέντρο Ελληνικού Εμπορίου και Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας (ΚΑΕΛΕ)
- Βουλγαρική Ένωση Βιομηχανικού Κεφαλαίου (BICA)
- Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης (ΟΕΕΘ)
- Περιφερειακός Σύνδεσμος Βιομηχανιών – Kardzhali

English Summary

The objective of the activity (5.1.1) was the preparation of a diagnostic report for each of 50 manufacturing businesses in the agro-food sector of Thrace in order to highlight their strong and weak points. By this way the diagnostic report could be an aid to the entrepreneurs in the context of improving the competitiveness of their businesses.

The activity included the selection of 50 businesses in the 3 Regional Units of Thrace (Xanthi, Rhodopi and Evros).

The Contractor, through the Scientific Officer, undertook to find the companies in question, cooperated with their representatives, collected and processed the necessary data in order to prepare each diagnostic report on the weaknesses that he identified and on the ways for improving the performance of each company.

The data that were examined and mentioned in the relevant diagnostic reports, prepared for each company, are indicatively, as follows:

- The objectives of the business,
- The product/s quality data,
- The target market/s,
- The sales/distribution network,
- The raw materials and their origin,
- The evaluation of the financial data of the business operation
- The employed potential: people, specializations, adequacy in relation to the company's strategy,
- Its machinery,
- Innovation elements of the enterprise,
- Its strategy and potential exploitation of the area's advantages,
- The company's weak points,
- The possibilities of improvement of the company

During the implementation of the activity, 3 meetings were held with representatives of each company. Initially the businesses were divided into the three Regional Units (Evros, Xanthi, Rhodopi) and were invited by phone.

The total number of companies that participated was 50, 36 from the Evros Regional Unit, 7 from the Xanthi Regional Unit, 7 from the Rodopi Regional Unit.

Then, the phase - 1st meeting with the businesses in each Regional Unit took place, where they were informed about the project and the questionnaire, that the consultants would use, was presented to them.

For Evros Regional Unit, the meeting was held at the Trade and Entrepreneurship Federation of Thrace in Alexandroupolis. For Xanthi Regional Unit, the meeting was held at the Trade and Entrepreneurship Federation of Thrace at the Xanthi branch.

And finally, for the Rhodope Regional Unit, the meeting was held at the Rhodope Chamber in Komotini.

Then, during the 2nd phase, the consultants visited the companies at their premises, on specific dates, where the questionnaire was filled in the form of an interview.

Finally, in the 3rd phase, the consultants visited again the companies at their headquarters and discussed with them the conclusions of the diagnostic reports as well as the suggestions for improvement for the competitiveness of each company.

A description of strengths and weaknesses as well as proposals to improve competitiveness, were prepared for each business.

The diagnostic reports (on each company) referred to the attributes of each individual business however certain common findings can be presented as applying to all of the businesses.

Strengths

- ◆ Several businesses have a strong local profile and competitive advantages that allow them to stand out
- ◆ The special characteristics of the area and the high quality of the products are two key strengths for some businesses, providing them with a competitive advantage in the market
- ◆ Some businesses have succeeded in maintaining a permanent clientele that appreciates their products
- ◆ Some businesses have a high level of know-how and expertise that makes them stand out

Weaknesses

- ◆ Many enterprises referred to the increasing production costs due to increasing precision in raw materials, increasing energy costs, which affect the production costs and the sales prices of the companies' products making them uncompetitive
- ◆ Many enterprises referred to the lack of trained and specialized personnel that prevents them from operating effectively
- ◆ Many enterprises mentioned the changes in climate, the natural disasters and the changes in the environment that have direct impact on raw materials and therefore on the product quality.
- ◆ Many businesses cited a lack of the marketing activities, which is a sector that needs more attention and investment in order for the business to improve their market presence, their expansion into new markets
- ◆ Some businesses pointed out that the distance of their business from the centers increases the cost of transportation and distribution

- ◆ Some companies referred to the short life span of their product as a weak point as it may limit long-term competitiveness
- ◆ Some businesses mentioned as weakness their limited production capacity, as they produce limited quantities of products, or their delay in creating new products to meet new needs of consumers
- ◆ Several companies mentioned that the entrepreneurship support measures that have been provided so far (such as grants, loans, etc.) have not met the needs and expectations of the businesses.

Κεφάλαιο 1 Απολογιστική έκθεση πεπραγμένων του Επιστημονικού Υπεύθυνου

Αντικείμενο της παρούσας δράσης (5.1.1) ήταν η εκπόνηση διαγνωστικής έκθεσης για 50 μεταποιητικές επιχειρήσεις του αγροδιατροφικού τομέα της Θράκης με σκοπό να επισημανθούν τα ισχυρά και αδύνατα σημεία τους, ώστε η έκθεση να αποτελέσει βοήθημα για τους επιχειρηματίες στη λογική της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων τους.

Ειδικότερα η δράση περιλάμβανε την επιλογή των 50 επιχειρήσεων με κατά το δυνατόν ισομερή κατανομή στις 3 Περιφερειακές Ενότητες της Θράκης (Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου).

Ο Ανάδοχος δια του Επιστημονικού Υπευθύνου ανέλαβε να βρει τις εν λόγω επιχειρήσεις, συνεργάστηκε με τους εκπροσώπους τους, συγκέντρωσε και επεξεργάστηκε τα απαραίτητα στοιχεία ώστε να εκπονήσει την παρούσα έκθεση σχετικά με τις αδυναμίες που εντόπισε και τα περιθώρια βελτίωσης της επίδοσης της κάθε μιας επιχείρησης. Η έκθεση έχει ρεαλιστική προσέγγιση σε ότι αφορά τις προτάσεις που διατυπώνει και βασίζεται στις διαπιστώσεις και τα στοιχεία που κατέγραψε και επεξεργάστηκε η Ομάδα Έργου του Αναδόχου.

Τα στοιχεία τα οποία εξετάστηκαν και αναφέρονται στις σχετικές εκθέσεις (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4) που εκπονήθηκαν για κάθε μία επιχείρηση, ενδεικτικά, είναι:

- Το αντικείμενο της επιχείρησης,
- Στοιχεία ποιότητας προϊόντος/ων,
- Η αγορά στην οποία απευθύνεται/ονται,
- Το δίκτυο πωλήσεων / διανομής,
- Οι πρώτες ύλες και η προέλευση τους,
- Αξιολόγηση των οικονομικών στοιχείων της λειτουργίας της επιχείρησης,
- Το απασχολούμενο δυναμικό: άτομα, ειδικότητες, επάρκεια σε σχέση με την στρατηγική των επιχειρήσεων,
- Ο μηχανολογικός της εξοπλισμός,
- Στοιχεία καινοτομίας της επιχείρησης,
- Η στρατηγική της και η τυχόν αξιοποίηση πλεονεκτημάτων της περιοχής,
- Τα ασθενή σημεία της επιχείρησης,
- Οι δυνατότητες βελτίωσης τους.

Κατά τη διάρκεια της τρέχουσας δράσης πραγματοποιήθηκαν 3 συναντήσεις με εκπροσώπους κάθε επιχείρησης (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5). Αρχικά οι επιχειρήσεις χωρίστηκαν στις τρεις Περιφερειακές Ενότητες (Έβρου, Ξάνθης, Ροδόπης) και προσκαλέστηκαν τηλεφωνικά, σύμφωνα με την επισυναπτόμενη λίστα (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2).

Ο συνολικός αριθμός των επιχειρήσεων που συμμετείχαν ήταν 36 από την Περιφερειακή Ενότητα Έβρου, 7 από την Περιφερειακή Ενότητα Ξάνθης, 7 από την Περιφερειακή Ενότητα Ροδόπης.

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε η 1^η συνάντηση με τις επιχειρήσεις σε κάθε Περιφερειακή Ενότητα, όπου ενημερώθηκαν σχετικά με το έργο και τους παρουσιάστηκε το ερωτηματολόγιο που θα χρησιμοποιούσαν οι σύμβουλοι.

Για την Περιφερειακή Ενότητα Έβρου η συνάντηση πραγματοποιήθηκε στην Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης στην Αλεξανδρούπολη. Για την Περιφερειακή Ενότητα Ξάνθης η συνάντηση διεξήχθη στην Ομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Θράκης στο παράρτημα της Ξάνθης. Και τέλος, για την Περιφερειακή Ενότητα Ροδόπης η συνάντηση πραγματοποιήθηκε στο Επιμελητήριο Ροδόπης στην Κομοτηνή.

Στη συνέχεια, κατά την 2^η συνάντηση, οι σύμβουλοι, σε συγκεκριμένες ημερομηνίες, επισκέφτηκαν τις επιχειρήσεις στην έδρα τους όπου συμπληρώθηκε το ερωτηματολόγιο με την μορφή συνεντεύξεων.

Τέλος, στην 3^η συνάντηση οι σύμβουλοι ξανά επισκέφτηκαν τις επιχειρήσεις στην έδρα τους και συζήτησαν μαζί τους τα συμπεράσματα των διαγνωστικών εκθέσεων καθώς και τις προτάσεις βελτίωσης για την ανταγωνιστικότητα της κάθε επιχείρησης.

Κεφάλαιο 2 Ανάλυση και περιγραφή των ισχυρών σημείων και αδυναμιών για τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις με προτάσεις βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας τους

Η ανάλυση S.W.O.T. δημιουργήθηκε από τον Albert Humphrey στο πανεπιστήμιο του Stanford στη δεκαετία του 1960 . Το όνομα που δόθηκε αρχικά στην ανάλυση ήταν S.O.F.T. , τα αρχικά για Strengths (Πλεονεκτήματα), Opportunities (Ευκαιρίες), Faults (Λάθη) , Threats (Απειλές) , αλλά το 1964 η ονομασία της άλλαξε σε SWOT που σημαίνει Strengths (Πλεονεκτήματα), Weaknesses (Μειονεκτήματα) , Opportunities (Ευκαιρίες), Threats (Απειλές).

Η ανάλυση SWOT είναι μια διαδικασία που αναγνωρίζει τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα, τις ευκαιρίες και τις απειλές μιας επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα η ανάλυση SWOT είναι ένα αναλυτικό πλαίσιο που αξιολογεί τις ικανότητες και τις δυσκολίες ενός οργανισμού, καθώς και ευκαιρίες ή απειλές που υπάρχουν. Όλα αυτά τα δεδομένα συλλέγονται από μια ανάλυση του περιβάλλοντος της επιχείρησης και τα χωρίζουμε σε δυο κατηγορίες εσωτερικό περιβάλλον (πλεονεκτήματα/ μειονεκτήματα) και εξωτερικό περιβάλλον (ευκαιρίες/απειλές). Μετά συνοψίζει τα σημαίνοντα ζητήματα του οργανισμού τα οποία είναι πιθανότερο να επηρεάσουν την ανάπτυξη στρατηγικής της επιχείρησης. Η ανάλυση SWOT καθορίζει ποιες ενέργειες πρέπει να γίνουν για να επιτευχθούν οι στόχοι της εταιρείας και τι εμπόδια πρέπει να ξεπεραστούν ή να ελαχιστοποιηθούν ώστε να φθάσουμε σε ένα επιθυμητό αποτέλεσμα.

Πλεονεκτήματα (Strengths):

Περιγράφουν σε ποιους τομείς ο οργανισμός υπερέχει των ανταγωνιστών, έτσι παίρνουμε αποφάσεις για το πώς θα αποκτήσουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Είναι τα θετικά στοιχεία της επιχείρησης (εσωτερικός παράγοντας), δηλαδή είναι από κάτω από τον έλεγχο μας και εμείς αποφασίζουμε πως θα τα χρησιμοποιήσουμε ώστε να επωφεληθούμε από αυτά.

Μειονεκτήματα (Weaknesses):

Είναι οι αδυναμίες που μειώνουν την πρόοδο του οργανισμού ή δίνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στους ανταγωνιστές. Μια επιχείρηση πρέπει να μειώσει αυτούς τους παράγοντες στο ελάχιστο και να σχεδιάσει πως αυτές μπορούν να διορθωθούν ή να καταλήξει σε μια στρατηγική που εστιάζει λιγότερο σε αυτούς. Όπως και τα πλεονεκτήματα είναι εσωτερικός παράγοντας, αλλά παρότι είναι στον έλεγχο μας, αποτρέπει τον οργανισμό να λειτουργεί στο μέγιστο.

Ευκαιρίες (Opportunities):

Οι ευκαιρίες είναι εξωτερικοί παράγοντες που μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει προς το όφελος της. Αν χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά , έχουν την δυνατότητα να δημιουργούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα απέναντι στους

ανταγωνιστές μας. Οι παράγοντες που μπορούν να δημιουργήσουν ευκαιρίες για μια επιχείρηση είναι πολιτικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί, τεχνολογικοί, περιβαλλοντικοί, νομικοί.

Απειλές (Threats): Όπως και οι ευκαιρίες, έτσι και οι απειλές αναφέρονται στους ίδιους εξωτερικούς παράγοντες με την διαφορά ότι τώρα έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν αρνητικά τον οργανισμό. Είναι συνετό μια επιχείρηση να έχει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο έκτακτης ανάγκης που αντιμετωπίζει πιθανούς κίνδυνους και καθορίζει τρόπους αντιμετώπισης τους.

Όταν ένας οργανισμός χρησιμοποιεί την ανάλυση SWOT θα πρέπει να είναι απόλυτα ρεαλιστικός σχετικά με την αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του, διότι βάση αυτών θα σχηματίσουμε την εικόνα της επιχείρησης, την οποία θα εξετάσουμε ώστε να καταλήξουμε στις κατάλληλες δράσεις.

Ακολουθεί η ανάλυση και περιγραφή των ισχυρών σημείων και αδυναμιών για τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις με προτάσεις βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας τους.

2.1. ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΑ ΓΡ ΜΠΕΛΛΑΣ ΕΕ

Η εταιρεία ΜΠΕΛΛΑΣ ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1994. Ολοκλήρωσε την κατασκευή του οινοποιείου και αποσταγματοποιείου της στην περιοχή Αλάνια στο Σουφλί το 1997. Το οινοποιείο- αποσταγματοποιείο, οι αμπελώνες και το κτήμα Αλάνια καταλαμβάνουν έκταση περίπου 500 στρ.

Σύμφωνα με την επιχείρηση, δυνατά σημεία είναι η έλλειψη ανταγωνιστών, η δυνατότητα παραγωγής των αναγκαίων α' υλών που χρησιμοποιούνται καθώς και ο τρόπος διάρθρωσης της παραγωγικής διαδικασίας με γνώμονα τη μείωση του κόστους παραγωγής ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητά της.

Ενώ η επιχείρηση διαθέτει σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, υπάρχουν και ορισμένες αδυναμίες που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Η απόσταση της επιχείρησης από τα κέντρα αυξάνει το κόστος μεταφοράς και διανομής, ενώ η έλλειψη εκπαιδευμένου και εξειδικευμένου προσωπικού αποτελεί μια από τις προκλήσεις που πρέπει η επιχείρηση να διαχειριστεί.

Για ένα οινοποιείο, οι μελλοντικοί κίνδυνοι και ευκαιρίες πρέπει να αξιολογηθούν με προσοχή, λαμβάνοντας υπόψη την τοπική και παγκόσμια αγορά, τις τάσεις του κλάδου και τις εσωτερικές παραμέτρους της επιχείρησης. Ενδεχομένως, ένας σημαντικός κίνδυνος που αντιμετωπίζει το οινοποιείο είναι η έλλειψη εργαζομένων στην περιοχή. Έτσι η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού μπορεί να απειλήσει την ικανότητα της επιχείρησης να διατηρήσει και να επεκτείνει τις δραστηριότητές της.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχει μια σημαντική ευκαιρία που μπορεί να αξιοποιήσει η επιχείρηση, διότι παρατηρείται αυξανόμενη ζήτηση για τον οίνο στην αγορά. Ο κόσμος ενδιαφέρεται όλο και περισσότερο για ποιοτικούς οίνους και η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει αυτήν την τάση, προσφέροντας προϊόντα υψηλής ποιότητας και ενημερώνοντας τους πελάτες για τα μοναδικά χαρακτηριστικά των οίνων της.

Συμπερασματικά το οινοποιείο ΜΠΕΛΛΑΣ διαθέτει ένα ισχυρό τοπικό προφίλ και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που του επιτρέπουν να ξεχωρίζει στον τομέα της οινοποιίας. Η ικανότητά του οινοποιείου να μειώνει το κόστος παραγωγής μέσω της παραγωγής των αναγκαίων α' υλών, δείχνουν μια εταιρεία που προσαρμόζεται και εξελίσσεται με τις αγοραστικές συνθήκες. Ωστόσο, η ανάγκη για εξειδικευμένο προσωπικό αναδεικνύει τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει. Τέλος, με την τρέχουσα τάση προς τον ποιοτικό οίνο, το οινοποιείο έχει την ευκαιρία να επεκτείνει την αγοραστική της παρουσία και να διαμορφώσει το μέλλον της στον τομέα.

2.2. ΒΗΡΑ ΦΑΡΜΑ

Η ΒΗΡΑ ΦΑΡΜΑ είναι μια πρότυπη καθετοποιημένη μονάδα βιολογικής παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων στις Φέρες Έβρου

Η ΒΗΡΑ ΦΑΡΜΑ έχει τις δικές της εκτάσεις για την παραγωγή βιολογικών ζωοτροφών και το δικό της τυροκομείο για την παραγωγή βιολογικής φέτας σε 6 γεύσεις και παράγει τις παρακάτω γεύσεις: Φέτα με γλυκιά και καυτερή πιπεριά, Φέτα με ρίγανη, Φέτα με ελιά πράσινη, Φέτα με δυόσμο, Φέτα με βασιλικό, Φέτα με μόνο πρόβειο γάλα, Φέτα με μόνο γίδινο γάλα, Φέτα ανάμεικτη με πρόβειο και γίδινο γάλα.

Η επιχείρηση αναγνωρίζει ως δυνατά της σημεία την υψηλή τεχνογνωσία και την εξειδίκευση που διαθέτει στον τομέα της καθώς και την ιδιοπαραγωγική ικανότητα διότι η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να παράγει τις αναγκαίες πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται.

Τα αδύνατα σημεία περιλαμβάνουν το γεγονός ότι πρόκειται για οικογενειακή επιχείρηση και αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό σε τοπικό επίπεδο, που μπορεί να περιορίζει τις δυνατότητες ανάπτυξής της.

Για μια επιχείρηση που παράγει τυροκομικά προϊόντα, οι μελλοντικοί κίνδυνοι και ευκαιρίες είναι πολυάριθμοι και διαφοροποιημένοι. Από τη μία πλευρά, υπάρχει ο κίνδυνος των φυσικών καταστροφών που μπορούν να προκαλέσουν σημαντικές ζημιές στις υποδομές της εταιρείας και να διακόψουν την παραγωγή. Επιπλέον, η παγκόσμια οικονομική κατάσταση και η πιθανότητα ύφεσης, ιδιαίτερα χωρίς την κατάλληλη οικονομική υποστήριξη, αποτελεί έναν ακόμη κίνδυνο για την επιχείρηση.

Από την άλλη πλευρά, οι ευκαιρίες που προβλέπονται είναι ενθαρρυντικές. Η ανάπτυξη και προώθηση νέων προϊόντων που έχουν τη δυνατότητα να γίνουν ευρέως αποδεκτά από το κοινό, μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην επέκταση του πελατολογίου και στην αύξηση των πωλήσεων. Η επιχείρηση έχει την ευκαιρία να καινοτομήσει, να προσαρμοστεί στις ανάγκες της αγοράς και να αναδείξει την ποιότητα και την ποικιλία των προϊόντων της.

Ανακεφαλαιώνοντας η ΒΗΡΑ ΦΑΡΜΑ ως οικογενειακή επιχείρηση με ειδίκευση στα βιολογικά τυροκομικά προϊόντα, κατέχει μια ξεχωριστή θέση στην αγορά λόγω της ιδιοπαραγωγικής της ικανότητας και της τεχνογνωσίας της. Ωστόσο, αντιμετωπίζει προκλήσεις που προέρχονται από την έντονη τοπική ανταγωνιστικότητα. Παρ' όλα αυτά, οι προοπτικές της είναι ενθαρρυντικές, καθώς η αγορά δείχνει αυξημένο ενδιαφέρον για ποιοτικά βιολογικά προϊόντα, προσφέροντας της την ευκαιρία για καινοτομία και διαρκή εξέλιξη.

2.3. ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΞΑΝΘΗΣ «MITATO»

Η μονάδα καλλιέργειας μανιταριών βρίσκεται εγκατεστημένη στον οικισμό Σούνιο, του Δήμου Αβδήρων, Νομού Ξάνθης και λειτουργεί από το 2011. Εξασφαλίζει συνθήκες υψηλής υγιεινής και μειωμένου ρίσκου επιμολύνσεων κατά την διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας και της συσκευασίας.

Η τοποθεσία, έχει επιλεγεί με αυστηρά περιβαλλοντικά κριτήρια και έχει το κατάλληλο μικροκλίμα για την ανάπτυξη των μανιταριών. Το βιολογικό άχυρο σκληρού σιταριού και η ειδική επεξεργασία του, με υψηλά πρότυπα (επιτόπιους δειγματοληπτικούς ελέγχους, καθώς και φυσικοχημικές αναλύσεις σε διαπιστευμένα εργαστήρια) από τους συνεργάτες τους, αποτελεί την «τροφή» για το μανιτάρι και εγγυάται την ασφάλεια του προϊόντος.

Το προϊόν και η τεχνογνωσία αποτελούν σημαντικά δυνατά σημεία της επιχείρησης, επιτρέποντάς της να ξεχωρίσει στην αγορά. Επιπλέον, η χρήση τοπικών α' υλών συμβάλλει θετικά στην ποιότητα του προϊόντος και στη μείωση του κόστους παραγωγής.

Από την άλλη πλευρά, το μικρό εύρος ζωής του προϊόντος αποτελεί αδύνατο σημείο καθώς μπορεί να περιορίσει τη μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.

Οι μονάδες καλλιέργειας μανιταριών είναι ευαίσθητες σε διάφορους περιβαλλοντικούς και οικονομικούς παράγοντες. Σε αυτό το πλαίσιο, η επιχείρηση αντιμετωπίζει φυσικούς κινδύνους καθημερινά που μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την παραγωγή. Επίσης, η περιορισμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών αποτελεί έναν ακόμη παράγοντα που μπορεί να περιορίσει τις πωλήσεις της επιχείρησης.

Αντίθετα, εάν η επιχείρηση καταφέρει να λάβει υποστήριξη από το κράτος μέσω ειδικών προγραμμάτων και αν τα μανιτάρια κατοχυρωθούν ως προϊόν αγροτικής παραγωγής, τότε υπάρχει η δυνατότητα για σημαντική ανάπτυξη και διεύρυνση της αγοράς της επιχείρησης.

Εν κατακλείδι η επιχείρηση έχει καταφέρει να δημιουργήσει έναν ισχυρό συνδυασμό τεχνογνωσίας, ποιότητας προϊόντος και οικολογικής συνείδησης. Εκτός από τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που έχουν ήδη αναφερθεί, η επιχείρηση μπορεί να αντλήσει πρόσθετα οφέλη μελλοντικά επενδύοντας στην Έρευνα και Ανάπτυξη. Αυτό θα της επιτρέψει να διατηρήσει μια καινοτόμο στάση στον τομέα της και να προσαρμόζεται σε νέες τεχνολογικές εξελίξεις, ενισχύοντας την ανταγωνιστική της θέση. Επιπρόσθετα, η υιοθέτηση στρατηγικών διαφήμισης και μάρκετινγκ μπορεί να αυξήσει την επίγνωση του κοινού για τα προϊόντα της, καταστέλλοντας έτσι τους ανταγωνιστικούς περιορισμούς και διευρύνοντας το πελατολόγιο της.

2.4. ΖΟΥΡΑΣ ΦΑΡΜ

Η ΖΟΥΡΑΣ ΦΑΡΜ είναι μια κορυφαία εταιρεία στον τομέα της παραγωγής αυγών στη χώρα. Αναλαμβάνει όλα τα στάδια της διαδικασίας, από την ανατροφοδότηση των πουλιών μέχρι την εκκόλαψη και την παραγωγή των αυγών. Με υψηλό επίπεδο τεχνογνωσίας και τεχνολογικά προηγμένες διαδικασίες, εξασφαλίζει ότι τα αυγά που παράγονται στις εγκαταστάσεις της είναι υψηλής ποιότητας. Ετησίως παράγονται πάνω από 150 εκατομμύρια αυγά.

Το 2011, ολοκληρώθηκε η κατασκευή μιας υπερσύγχρονης μονάδας επεξεργασίας αυγού στην Αλεξανδρούπολη, η οποία είναι σε θέση να επεξεργάζεται πάνω από 2 εκατομμύρια αυγά ημερησίως. Η μονάδα διαθέτει πλήρως αυτοματοποιημένες εγκαταστάσεις αποθήκευσης με χωρητικότητα έως και 75 εκατομμύρια αυγά τη φορά. Επιπλέον, η εταιρεία έχει λάβει πιστοποιήσεις ISO 22000 και BRC και είναι μέλος της ΕΕΡΑ (Ευρωπαϊκή Ένωση Επιχειρήσεων Επεξεργασίας Αυγών).

Ένα από τα βασικά της δυνατά σημεία είναι η συνεργασία της με έμπειρο προσωπικό, πράγμα που εγγυάται την ποιότητα των προϊόντων της και την αποτελεσματικότητα των λειτουργικών της διαδικασιών.

Ωστόσο, υπάρχουν και αδύνατα σημεία όπως η αντιμετώπιση του υψηλού όγκου παραγωγής και η έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού.

Στον τομέα της παραγωγής αυγών, το μέλλον φαίνεται να επιφυλάσσει σημαντικές προκλήσεις και ευκαιρίες. Από τη μία πλευρά, οι αυξανόμενες απαιτήσεις για την ευζωία των ζώων αναμένεται να επιφέρουν αλλαγές στις συνθήκες και τις μεθόδους παραγωγής, θέτοντας προκλήσεις στις υφιστάμενες επιχειρηματικές δομές. Από την άλλη πλευρά, η ανάγκη για άμεση ανταπόκριση στις αλλαγές, μέσω της εξεύρεσης εναλλακτικών τρόπων παραγωγής πρωτεΐνης, μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία, οδηγώντας σε καινοτόμες πρακτικές και στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

Συνεπώς, η επιχείρηση έχει καταφέρει να διασφαλίσει την ποιότητα των προϊόντων της μέσω της συνεργασίας με έμπειρο προσωπικό. Παρά τις προκλήσεις που σχετίζονται με τον υψηλό όγκο παραγωγής και την περιορισμένη δυναμική εργατικού δυναμικού, η επιχείρηση βρίσκεται σε θέση να ανταποκριθεί σε μελλοντικές ανάγκες και να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται, προσαρμόζοντας τις πρακτικές της στις νέες απαιτήσεις της αγοράς.

2.5. ΣΑΜΥΘΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Με έδρα στην Αλεξανδρούπολη και με μια εργοστασιακή μονάδα στα Βρυσικά Έβρου, η εταιρεία ΣΑΜΥΘΟΣ διακρίνεται για την πρωτοποριακή παραγωγή τόσο παραδοσιακών όσο και καινοτόμων προϊόντων σουσαμιού. Αξιοποιώντας το σουσάμι υψηλής ποικιλίας από την περιοχή του Έβρου, το οποίο καλλιεργείται αποκλειστικά σε βιολογικά, ιδιόκτητα αγροκτήματα της ΣΑΜΥΘΟΣ - τα οποία βρίσκονται εντός του Δικτύου Natura, ενός ευρωπαϊκού οικολογικού δικτύου περιοχών που φιλοξενούν σπάνια και πολύτιμη χλωρίδα και πανίδα.

Στον τομέα της παραγωγής προϊόντων σουσαμιού, η επιχείρησή έχει κάποια καθοριστικά δυνατά σημεία. Κεντρικό ρόλο παίζει το σουσάμι ως πρωταρχική ύλη του έβρου, προσφέροντας μια σειρά από δυνατότητες χάρη στην ολοκληρωμένη τροφική του αξία. Αυτό δίνει στην εταιρεία ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και τη δυνατότητα να προσφέρει προϊόντα υψηλής ποιότητας.

Ωστόσο, υπάρχουν και αδύνατα σημεία που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Ο χαμηλός όγκος παραγωγής της πρώτης ύλης και η ανάγκη για επέκταση του δικτύου αποτελούν σημαντικά αδύνατα σημεία. Είναι ζωτικής σημασίας για την επιχείρησή να καλύψει τις ανάγκες ενός κοινού που γίνεται όλο και πιο συνειδητοποιημένο στις διατροφικές του επιλογές.

Στον τομέα της η επιχείρηση βρίσκεται επίσης αντιμέτωπη με ορισμένους σημαντικούς κινδύνους. Οι φυσικές καταστροφές έχουν προκαλέσει σοβαρές ζημιές, προβάλλοντας την ανάγκη για συνεχή εγρήγορση και προσαρμογή στις νέες προκλήσεις. Παρά τα εμπόδια, η εταιρεία πιστεύει ότι βρίσκεται στην αιχμή της καινοτομίας, με την ικανότητα να προσαρμόζεται γρήγορα στις αναδυόμενες αγοραστικές τάσεις. Κοιτάζοντας προς το μέλλον, η επιχείρηση βλέπει την ανάπτυξη της αμερικανικής αγοράς ως μια σημαντική ευκαιρία, ιδιαίτερα στον τομέα των συμπληρωμάτων διατροφής. Επιπλέον, διάφορα πειραματικά έργα δημιουργούν προοπτικές για διεύρυνση και διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων της.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η επιχείρηση πρέπει να επικεντρωθεί στην καινοτομία και την προσαρμογή για να ανταπεξέλθει στις διαρκώς μεταβαλλόμενες αγοραστικές τάσεις.

2.6. ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΟΔΡΥΣΕΣ

Το οινοποιείο λειτουργεί ως ένα σύγχρονο εργαστήριο παραγωγής και ωρίμανσης οίνων, εξοπλισμένο με σύγχρονα μηχανήματα. Διαθέτει έναν χώρο ωρίμανσης με συνθήκες θερμοκρασίας και υγρασίας που ελέγχονται. Οι πρώτες φυτεύσεις περιλάμβαναν τις διεθνείς ποικιλίες Cabernet Sauvignon, Merlot και Syrah, από τις οποίες παράγονται είτε μονοποικιλιακοί οίνοι είτε οίνοι που αποτελούνται από ανάμειξή τους.

Μετά το 2009, πραγματοποιήθηκε η φύτευση περίπου 50 στρεμμάτων με την τοπική ποικιλία Μαυρούδι Θράκης. Επιλέγηκαν προέρχονται από κλωνική προέλευση και, αφού επιβεβαιώθηκε η καθαρότητά τους, χρησιμοποιήθηκαν ως βάση για το γενετικό υλικό των αμπελώνων.

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής και η υψηλή ποιότητα των προϊόντων αποτελούν δύο βασικά δυνατά σημεία για την επιχείρηση, δίνοντας της ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Αυτά τα στοιχεία μπορούν να τραβήξουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών και να καταστήσουν τα προϊόντα της πιο ελκυστικά.

Ωστόσο, η επιχείρηση αντιμετωπίζει αδυναμίες στην ανάπτυξη δικτύων διανομής, κάτι που θα μπορούσε να περιορίσει την ικανότητά της να επεκτείνει την παρουσία της σε νέες αγορές ή να αυξήσει τις πωλήσεις της στις υπάρχουσες. Αντιμετωπίζοντας αυτές τις αδυναμίες, είναι σημαντικό να εξεταστούν στρατηγικές για τη βελτίωση της διανομής και την επέκταση του δικτύου της εταιρείας.

Η επιχείρηση βρίσκεται ενώπιον ορισμένων σημαντικών κινδύνων και ευκαιριών. Ενώ οι χαμηλές τιμές των προϊόντων μπορεί να προκαλέσουν πιέσεις στα οικονομικά της και να μειώσουν τα κέρδη, υπάρχει επίσης η δυνατότητα για σημαντική ανάπτυξη μέσω των εξαγωγών.

Επομένως η διείσδυση σε διεθνείς αγορές και η προώθηση των ποιοτικών προϊόντων της εταιρείας μπορεί να αποτελέσει στρατηγική που θα δημιουργήσει νέες ευκαιρίες και θα ενισχύσει τη θέση της στον ανταγωνισμό. Είναι ζωτικής σημασίας η επιχείρηση να παρακολουθεί τις τάσεις της αγοράς και να προσαρμόζεται ανάλογα, ώστε να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες και να αντιμετωπίσει τους κινδύνους.

2.7. ΤΣΕΛΙΓΚΑΤΟ ΣΟΥΦΛΙΟΥ

Στον λόφο του Προφήτη Ηλία, λίγο έξω από το Σούφλι, βρίσκεται η οικογενειακή φάρμα "Τσελιγκάτο Σούφλιου" της οικογένειας Στεργιάννη, που τηρεί τη σαρακατσάνικη κτηνοτροφική παράδοση επί πολλές γενιές. Αυτή η μικρή, οικογενειακή μονάδα, πλήρως εξειδικευμένη, διαθέτει δικό της τυροκομείο από το 2016. Τα τυριά που παράγει είναι ευρέως γνωστά σε όλο τον νομό, αλλά η παραγωγή τους είναι περιορισμένη. Το "Τσελιγκάτο" ειδικεύεται στα κατσικίσια τυριά, παράγοντας ένα υπέροχο, δροσερό και πιπεράτο λευκό κατσικίσιο τυρί άλμης, ένα μαλακό κατσικίσιο τυρί με 40% λιγότερο αλάτι, μια παραλλαγή ανάλογη του σεβρ, καθώς και αρωματισμένα κατσικίσια τυριά με καυτερή πιπεριά, γλυκιά πιπεριά και ρίγανη. Επιπλέον, παράγουν παραδοσιακό πρόβειο γιαούρτι. Η φάρμα τους διακρίνεται για το ότι σέβεται την εποχικότητα και δεν παράγει τυρί εκτός της γαλακτοκομικής περιόδου.

Το "Τσελιγκάτο Σούφλιου" αποτελεί έναν ξεχωριστό παράγοντα στην αγορά χάρη στα ιδιαίτερα δυνατά σημεία που διαθέτει. Καταρχάς, τα τυριά που παράγει η εταιρεία διακρίνονται για την υψηλή ποιότητα. Επιπλέον, η άμεση και αποτελεσματική επικοινωνία της εταιρείας με τους πελάτες της ενισχύει τη θέση της στην αγορά.

Ωστόσο, παρά τα δυνατά σημεία, το τυροκομείο αντιμετωπίζει την πρόκληση της περιορισμένης παραγωγικής του ικανότητας, καθώς παράγει περιορισμένες ποσότητες προϊόντων.

Το τυροκομείο βρίσκεται ενώπιον συγκεκριμένων κινδύνων αλλά και δυνητικών ευκαιριών. Ένας από τους πιο εμφανείς κινδύνους που αντιμετωπίζει είναι το αυξανόμενο κόστος παραγωγής, το οποίο μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τη λειτουργία και τα οικονομικά της επιχείρησης. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν ακόμα ανεξερεύνητες ευκαιρίες στην αγορά, των οποίων η αξιοποίηση μπορεί να αποτελέσει το κλειδί για την επιτυχία και τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς της.

Οι προοπτικές για τον κλάδο είναι δύσκολο να εκτιμηθούν, καθώς εξαρτώνται από πληθώρα παραγόντων. Ωστόσο, για την επιχείρηση, η προοπτική είναι η μεγιστοποίηση της ενεργειακής και παραγωγικής αυταρκειάς. Τέλος, τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν ληφθεί μέχρι στιγμής δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες και προσδοκίες της επιχείρησης.

Συνεπώς, είναι ζωτικής σημασίας η επιχείρηση να αναλύσει και να αξιολογήσει τις ενδεχόμενες ευκαιρίες, ενώ ταυτόχρονα να βρει τρόπους να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που προκύπτουν.

2.8. ΠΟΤΟΠΟΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΘΡΑΚΗΣ ΑΒΕΕ

Η εταιρεία Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης ξεκίνησε την ιστορία της το 1893, στο Βορειοανατολικό άκρο της Ελλάδας, στη μικρή πόλη της Κομοτηνής. Εκεί, πιστοί συνέχισαν μια παράδοση παραγωγής και εμφιάλωσης Ούζου, ξεκινώντας με απλά μέσα. Για πολλές γενιές, η εταιρεία συνέχισε να παράγει προϊόντα υψηλής ποιότητας σε οικογενειακά ποτοποιεία, εξυπηρετώντας την περιοχή με προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας.

Η εταιρεία Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης Α.Β.Ε.Ε. εδρεύει στην πρωτεύουσα της Θράκης, την Κομοτηνή, και διαθέτει ιδιόκτητες εγκαταστάσεις συνολικής επιφάνειας 20.000 τετραγωνικών μέτρων, με κτήρια 7.300 τετραγωνικών μέτρων στη Βιομηχανική Περιοχή της Κομοτηνής. Ο εξοπλισμός της περιλαμβάνει 6 παραδοσιακούς αμβύκες παραγωγής αποσταγμάτων Ούζου και 4 αποστάξεις Τσίπουρου, με χωρητικότητα 1.000 χιλιάδες λίτρα η καθεμία, καθώς και τρεις υπερσύγχρονες γραμμές εμφιαλώσεων με παραγωγική δυναμικότητα 12.000 φιάλες ανά ώρα. Επιπλέον, διαθέτει ανοξείδωτες δεξαμενές αποθήκευσης με συνολική χωρητικότητα 1.500.000 λίτρα. Η εταιρεία διαθέτει επίσης υποκατάστημα στις Συκιές της Θεσσαλονίκης, με ένα δίκτυο διανομής.

Η Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης Α.Β.Ε.Ε. καταλαμβάνει μια από τις πρώτες θέσεις στις εξαγωγές αλκοολούχων ποτών, με σημαντικό όγκο εξαγωγών σε περισσότερες από 30 χώρες παγκοσμίως.

Δυνάμεις:

1. Ποιότητα και ανταγωνιστικές τιμές: Η εταιρεία διαθέτει εξαιρετική ποιότητα προϊόντων σε προσιτές τιμές, εκτιμώντας την μακρόχρονη παράδοση και την ποιοτική παραγωγή.
2. Πλούσια γκάμα προϊόντων: Η εταιρεία προσφέρει ευρεία γκάμα προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων Ούζων, Τσίπουρων, Αποσταγμάτων, Ηδύποτων και Ποτών, καθιστώντας την ανταγωνιστική στην αγορά.

Αδυναμίες:

1. Περιορισμένη υποδομή και παραγωγική ικανότητα: Η εταιρεία δεν διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές για μεγαλύτερη παραγωγική ικανότητα, κάτι που μπορεί να περιορίζει την ανταγωνιστικότητά της στην αγορά.

Η συγκεκριμένη επιχείρηση δεν αντιλαμβάνεται ιδιαίτερους κινδύνους που μπορεί να απειλήσουν τη λειτουργία της στο μέλλον. Αυτό είναι θετικό, καθώς επιτρέπει στην επιχείρηση να εστιάσει στην εκμετάλλευση των δυνητικών ευκαιριών που παρουσιάζονται. Συγκεκριμένα, υπάρχει προοπτική για δημιουργία νέων προϊόντων και επέκταση σε νέες αγορές εξωτερικού.

Η εξερεύνηση αυτών των ευκαιριών μπορεί να αποτελέσει το κλειδί για περαιτέρω ανάπτυξη και επιτυχία της επιχείρησης στο μέλλον.

2.9. ΑΦΟΙ ΜΟΥΤΛΙΑ Α.Ε.

Η εταιρεία Αφοί Μούτλια Α.Ε. ειδικεύεται στην παραγωγή και την επεξεργασία κρέατος και λειτουργεί ως οικογενειακή επιχείρηση με μια παράδοση που διατηρείται εδώ και τέσσερις δεκαετίες στα αλλαντικά της περιοχής Σουφλίου.

Τα προϊόντα της εταιρείας έχουν καθιερωθεί για την υψηλή ποιότητα και την αξεπέραστη γευστική απόλαυσή τους. Κατασκευάζονται με χρήση κρεάτων που προέρχονται από δικές τους εγκαταστάσεις, καθώς το 1974 διατηρούν τόσο μια χοιροτροφική μονάδα όσο και ένα κρεοπωλείο στην πόλη του Σουφλίου.

Το 1998, επέκτειναν τις δραστηριότητές τους με τη λειτουργία μιας σύγχρονης χοιροτροφικής μονάδας που βρίσκεται στον δρόμο Σουφλίου - Ορεστιάδας στο 1ο χιλιόμετρο. Το 2006, δημιούργησαν ένα εργαστήριο και ένα κατάστημα στην κεντρική πλατεία της πόλης.

Η πολυετής εμπειρία τους, σε συνδυασμό με σύγχρονες μεθόδους παραγωγής και τη διατήρηση της παράδοσης, καθιστούν την εταιρεία μία από τις μεγαλύτερες στον χώρο της παραγωγής και επεξεργασίας κρεάτων στην περιοχή.

Δυνατά σημεία:

1. Παραδοσιακή παραγωγή: Η εταιρεία διατηρεί την παραδοσιακή μέθοδο παραγωγής και ακολουθεί μακρά παράδοση στην παρασκευή αλλαντικών. Αυτό μπορεί να την καθιστά μοναδική και αυθεντική.
2. Ποιότητα προϊόντων: Η εταιρεία είναι γνωστή για την υψηλή ποιότητα και την απίστευτη γευστική αξία των προϊόντων της, τα οποία προέρχονται από τη δική της παραγωγή κρέατος.
3. Πλούσια γκάμα προϊόντων: Η εταιρεία προσφέρει μια ευρεία γκάμα αλλαντικών και κρεατοσκευασμάτων, καλύπτοντας έτσι τις διάφορες γευστικές προτιμήσεις των πελατών.

Αδυναμίες:

1. Η Τοποθεσία

Επίσης, η επιχείρηση βρίσκεται αντιμέτωπη με συγκεκριμένες προκλήσεις. Ο πιο σημαντικός κίνδυνος που αναδεικνύεται είναι η αυξανόμενη ακρίβεια στις πρώτες ύλες, που μπορεί να επηρεάσει το κόστος παραγωγής και την τιμολόγηση των προϊόντων. Ενώ η εταιρεία δεν αναγνωρίζει σημαντικές ευκαιρίες για το μέλλον, είναι ουσιώδες να παρακολουθεί στενά τις αγοραστικές τάσεις και να προσαρμόζεται ανάλογα για να διασφαλίσει την βιωσιμότητά της.

Η εταιρεία υπογραμμίζει την παραδοσιακή της προσέγγιση και την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων της, θέτοντας την ως μία από τις κορυφαίες επιλογές στον χώρο. Η πλούσια γκάμα προϊόντων εγγυάται την κάλυψη ενός ευρέος φάσματος γευστικών προτιμήσεων. Ωστόσο, οι προκλήσεις που συνδέονται με το κόστος των πρώτων υλών αποτελούν ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Η στρατηγική προσαρμογή και η συνεχής παρακολούθηση της αγοράς θα είναι κρίσιμη για τη διατήρηση της ηγετικής της θέσης.

2.10. ΖΑΜΠΙΤΟΓΛΟΥ

Η εταιρεία ασχολείται με την καλλιέργεια μήλων, κερασιών, ροδακινών και καρυδιών. Πρόκειται για μια ατομική επιχείρηση που εργάζεται εδώ και έξι χρόνια, και ο κύριος μηχανολογικός εξοπλισμός αποτελείται κυρίως από τρακτέρ. Τα βασικά υλικά που χρησιμοποιούνται στις καλλιέργειες είναι λίπασμα, νερό και φυτοφάρμακα.

Όσον αφορά τα δυνατά σημεία της επιχείρησης, η υψηλή ποιότητα των προϊόντων θεωρείται κύριος παράγοντας ανταγωνιστικότητας στην αγορά. Ωστόσο, η εταιρεία αντιμετωπίζει κάποιες προκλήσεις, και συγκεκριμένα την έλλειψη εξειδίκευσης και κατάρτισης του προσωπικού, που θα μπορούσε να περιορίσει την ανάπτυξη και την αποδοτικότητα των λειτουργιών της.

Οι φυσικές καταστροφές αποτελούν έναν από τους κύριους κινδύνους που μπορούν να επηρεάσουν την παραγωγή και την ποιότητα της συγκομιδής. Ωστόσο, η εταιρεία βλέπει σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης μέσω της συνεργασίας με ξενοδοχεία, προσφέροντας φρέσκα και υψηλής ποιότητας φρούτα για τους επισκέπτες τους. Αυτή η στρατηγική μπορεί να δημιουργήσει μια σταθερή αγορά για τα προϊόντα της και να αναδείξει το όνομα της εταιρείας σε ευρύτερο κοινό.

Μια σημαντική προοπτική για τον κλάδο είναι η μεταποίηση των προϊόντων, η οποία μπορεί να προσφέρει πρόσθετη αξία στα προϊόντα και να αυξήσει τα κέρδη.

Όσον αφορά την επιχείρηση, αναμένεται να έχει θετική ανάπτυξη στο μέλλον. Αυτό μπορεί να σημαίνει αύξηση στις πωλήσεις, επέκταση στην αγορά, περισσότερα κέρδη ή οποιαδήποτε άλλη θετική εξέλιξη που θα βοηθήσει την επιχείρηση να εξελιχθεί. Οι υπεύθυνοι της επιχείρησης είναι αισιόδοξοι για το μέλλον και έχουν θετικές προσδοκίες.

Κατά συνέπεια με τη σωστή στρατηγική και προσαρμογή, η εταιρεία έχει τη δυνατότητα να αναπτυχθεί και να διατηρηθεί ως ένας ηγετικός παίκτης στον τομέα της.

2.11. ΜΕΛΛΗΝΙΚΟΝ

Το ΜΕΛΛΗΝΙΚΟΝ είναι μια μικρή, οικογενειακή επιχείρηση που προέκυψε από την αγάπη για τη μέλισσα και τη φύση. Εκτός από τα προϊόντα μελισσοκομίας, παράγει επίσης προϊόντα οικοτεχνίας, όπως κεριά και ελαιόλαδο. Οι τρεις βασικές πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται είναι το μέλι, το κεριά και το λάδι, ενώ η προσθήκη εκχυλίσματος σαλιγκαριού και υαλουρονικού στις κηραλοιφές αναβαθμίζει την ποιότητα των προϊόντων με καινοτόμο τρόπο.

Στα κυρίαρχα δυνατά σημεία της εταιρείας συμπεριλαμβάνεται η ικανότητα καινοτομίας πάνω σε παραδοσιακά προϊόντα, προσφέροντας της ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά.

Ωστόσο, τα αδύνατα σημεία της εταιρείας σχετίζονται με τις δυσκολίες στη χρηματοδότηση και στο ειδικό καθεστώς που αφορά την έκδοση τιμολογίων, το οποίο μπορεί να επιφέρει συγκεκριμένες προκλήσεις στη λειτουργία της επιχείρησης.

Επίσης υπάρχουν και ορισμένοι κίνδυνοι που μπορεί να απειλήσουν τη βιωσιμότητα της επιχείρησης, όπως οι φυσικές καταστροφές που μπορούν να έχουν επιπτώσεις στο ζωικό και φυτικό κεφάλαιο της εταιρείας.

Παρά τις προκλήσεις, η εταιρεία προβλέπει και ευκαιρίες για το μέλλον. Η δημιουργία ενός εργαστηρίου-παρασκευαστηρίου μπορεί να αποτελέσει το βήμα που θα της επιτρέψει να προσθέσει αξία στα προϊόντα της, ενισχύοντας έτσι τη θέση της στην αγορά και επεκτείνοντας το πελατολόγιό της.

Ο κλάδος του μελιού είναι ανερχόμενος, με προοπτικές για το μέλλον. Η τάση προς τα φυτικά προϊόντα και η αναγνώριση των οφελών του μελιού από τους καταναλωτές ενισχύει τη θέση του στην αγορά. Στο πλαίσιο αυτό, η επιχείρηση βλέπει την εξέλιξή της με θετικό τρόπο.

Ωστόσο, τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν παρασχεθεί μέχρι στιγμής (όπως επιχορηγήσεις, δάνεια κλπ.) δεν έχουν ανταποκριθεί στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησης. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει χώρος για βελτίωση στην πολιτική υποστήριξης των επιχειρήσεων στον συγκεκριμένο κλάδο.

Η συνεχής προσαρμογή και εξέλιξη είναι κρίσιμες για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας και την αντιμετώπιση των προκλήσεων της αγοράς.

2.12. ANΤ ΔΕΛΗΠΟΥΛΙΟΣ ΑΕ

Η ANΤ. ΔΕΛΗΠΟΥΛΙΟΣ Α.Ε. είναι μια από τις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες παράγωγης ξηρών καρπών και snack, με κυρίαρχη θέση στην ελληνική αγορά και σημαντική παρουσία στη διεθνή. Με την πλέον των σαράντα ετών εμπειρία και επιδεικνύοντας όλα αυτά τα χρόνια υψηλό επίπεδο επαγγελματισμού, η εταιρία πέτυχε γόνιμες και μακροχρόνιες συνεργασίες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Η φιλοσοφία της εταιρείας βασίζεται στην επιλογή των προϊόντων από όλο τον κόσμο, με γνώμονα την ποιότητα και την γευστική τους υπεροχή, έχοντας πάντα σαν στόχο να προσφέρουμε καρπούς ανώτερης ποιότητας.

Η παραγωγή και εμπορία προϊόντων κορυφαίας ποιότητας αποτελεί κυρίαρχο στόχο της διοίκησης και των εργαζομένων της εταιρείας.

Στην παραγωγική διαδικασία εφαρμόζεται το Σύστημα Διαχείρισης και Ασφάλειας Τροφίμων EN ISO 22000:2005, με στόχο την παραγωγή ασφαλών τροφίμων, καθώς και την διασφάλιση της υγείας των καταναλωτών.

Για το σκοπό αυτό, η εταιρεία προμηθεύεται άριστες πρώτες ύλες και τις συσκευάζει ή τις επεξεργάζεται σε υπερσύγχρονα μηχανήματα με οπτικούς διαλογείς, υλοποιώντας τους αυστηρούς ποιοτικούς ελέγχους σε όλα τα στάδια, σύμφωνα με τις προδιαγραφές και τα Διεθνή Πρότυπα Διασφάλισης της Ποιότητας.

Οι επιθεωρήσεις στην παραγωγή, πραγματοποιούνται σύμφωνα με τις διαδικασίες πιστοποίησης από την διεθνώς αναγνωρισμένη εταιρεία πιστοποίησης TÜV AUSTRIA HELLAS.

Δυνατά σημεία:

1. Εμπειρία και ποιότητα προϊόντων: Η εταιρεία διακρίνεται για την παραγωγή υψηλής ποιότητας ξηρών καρπών, η οποία της παρέχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και τη βοηθά να αποκτήσει την εμπιστοσύνη των πελατών της. Επιπλέον, διαθέτει εκτεταμένη εμπειρία στον κλάδο.
2. Εξαγωγική δραστηριότητα: Η εταιρεία διευρύνει την δραστηριότητά της στο εξωτερικό, προσφέροντας προϊόντα από διάφορες χώρες. Αυτό δημιουργεί ευκαιρίες για αύξηση των εσόδων και την είσοδο σε νέες αγορές.
3. Οικονομική θέση: Η εταιρεία κατέχει σημαντικό μερίδιο της αγοράς και επιτυγχάνει σημαντικά κέρδη.

Αδυναμίες:

1. Περιορισμοί επέκτασης: Η επέκταση σε νέες αγορές μπορεί να περιορίζεται λόγω διαφόρων παραγόντων.
2. Υψηλό διαμετακομιστικό κόστος: Το κόστος μεταφοράς προϊόντων από διάφορες περιοχές μπορεί να αυξάνει τα λειτουργικά έξοδα της εταιρείας.

Η εταιρεία μπορεί να αντιμετωπίσει σημαντικούς κινδύνους. Ειδικότερα, η πιθανή απαγόρευση επέκτασης των καλλιεργειών και η μειούμενη παραγωγή αγροτικών προϊόντων από τους Έλληνες αγρότες θέτουν σοβαρές προκλήσεις για την προμήθεια και τη σταθερότητα του εφοδιασμού.

Ωστόσο, στο εγγύς μέλλον, η εταιρεία θα μπορούσε να αντλήσει σημαντικές ευκαιρίες από τη δυνατότητα επέκτασης στις διεθνείς αγορές, ενώ η αξιοποίηση των ήδη υφιστάμενων διεθνών σχέσεων της θα μπορούσε να αποτελέσει καταλύτη για την απόκτηση νέων αγοραστικών δυνατοτήτων.

Η επιτυχημένη προσαρμογή σε αυτές τις αλλαγές και η αναζήτηση στρατηγικών επέκτασης θα είναι κρίσιμες για την επιβίωση και την ανάπτυξη της εταιρείας στο μέλλον.

2.13. ΑΡΧΟΝΤΙΔΗΣ ΦΩΤΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.

Η εταιρεία "Αρχοντίδης Φώτης και Σια Ε.Ε." με διακριτικό τίτλο "Σαλιγκάρια Θράκης Ο.Ε.," ιδρύθηκε το 2009 από τον κ. Τριαντάφυλλο Μαματσόπουλο (Χημικό Μηχανικό και Οικονομολόγο) και τον κ. Φώτη Αρχοντίδη (Οικονομολόγο - Φοροτεχνικό) με έδρα την Αλεξανδρούπολη. Η επιχείρηση αυτή ειδικεύεται στην παραγωγή και τυποποίηση προϊόντων σαλιγκαριού.

Μέσα από συνεχή απόκτηση τεχνογνωσίας και συνεχή ανάπτυξη, η εταιρεία διαθέτει σήμερα ένα εκτροφείο σαλιγκαριών ανοιχτού τύπου, με έκταση 5 στρεμμάτων και παραγωγική δυναμικότητα που υπερβαίνει τους 10 τόνους σαλιγκαριών ετησίως.

Το εκτροφείο λειτουργεί σε μια περιοχή χωρίς ρύπους και βιομηχανικά απόβλητα στις Φέρες Έβρου, πολύ κοντά στον Βιότοπο του Δέλτα του Έβρου. Έχει λάβει όλες τις απαραίτητες άδειες από την Νομοθεσία, συμπεριλαμβανομένης της άδειας εκτροφείου από την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης (EL-71-SN-002). Τα εκτρεφόμενα σαλιγκάρια ανήκουν στο είδος *Helix Aspersa*, και κατά τη διάρκεια της εκτροφής δεν χρησιμοποιούνται φυτοφάρμακα, αντιβιοτικά ή ορμόνες. Επιπλέον, η τροφή που παρέχεται προέρχεται από πιστοποιημένη επιχείρηση.

Επιπλέον, η επιχείρηση διαθέτει ένα εργαστήριο τυποποίησης, μεταποίησης, κατάψυξης και συσκευασίας των σαλιγκαριών της. Το εργαστήριο παράγει κατεψυγμένα προβρασμένα σαλιγκάρια σε συσκευασίες των 340 γραμμαρίων και του ενός κιλού, καθώς και φιλέτο σαλιγκαριού σε συσκευασίες των 250 γραμμαρίων. Σύντομα αναμένεται επίσης η παραγωγή προϊόντων σαλιγκαριού σε βαζάκια με άλμη ή ελαιόλαδο. Το εργαστήριο λειτουργεί στην περιοχή Απαλού Αλεξανδρούπολης και έχει πλήρη αδειοδότηση από τις αρμόδιες υπηρεσίες της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης, συμπεριλαμβανομένης της άδειας λειτουργίας από την Κτηνιατρική Υπηρεσία και την άδεια τεχνικής λειτουργίας από τη Διεύθυνση Ανάπτυξης. Επιπλέον, λειτουργεί με βάση το σύστημα HACCP (ISO 22000), το οποίο είναι εγκεκριμένο από την αρμόδια Κτηνιατρική Υπηρεσία της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης.

Στα βασικά δυνατά σημεία της επιχείρησης ανήκει η ιδιαιτερότητα του προϊόντος, δίνοντας της ένα προνομιακό χαρακτηριστικό στην αγορά και τη δυνατότητα να δημιουργήσει μια δυνατή ταυτότητα της μάρκας.

Ωστόσο, μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η επιχείρηση είναι η διάθεση και η προώθηση του προϊόντος.

Η επιχείρηση εντοπίζει καθοριστικούς κινδύνους για το μέλλον της, με πρωταρχικό αυτόν της ελλείψεως παραγωγής, που μπορεί να οδηγήσει σε προβλήματα στον εφοδιασμό και την αγοραστική διαθεσιμότητα των προϊόντων της.

Αντιθέτως, υπάρχουν ευκαιρίες που περιμένουν να αξιοποιηθούν, κυρίως στον τομέα των εξαγωγών. Η δυνατότητα αύξησης των πωλήσεων προς το εξωτερικό

μπορεί να αποτελέσει τον καταλύτη για την ανάπτυξη και τη σταθεροποίηση της εταιρείας σε μια διεθνώς ανταγωνιστική αγορά.

Είναι, λοιπόν, ζωτικής σημασίας για την εταιρεία να επενδύσει στη στρατηγική της, αξιοποιώντας τα δυνατά της σημεία και αντιμετωπίζοντας προκλήσεις με καινοτόμες προσεγγίσεις.

2.14. ΚΑΒΕΙΡΟΣ

Η επιχείρηση δραστηριοποιείται στην εμπορία ποτών. Το κύριο δυνατό της σημείο είναι η ποιότητα των προϊόντων που προσφέρει. Αυτό επιβεβαιώνεται από την υψηλή ποιότητα των ποτών που εμπορεύεται, καθιστώντας την επιχείρηση ξεχωριστή και διαφορετική από τους ανταγωνιστές της. Επιπλέον, η εξαιρετική εξυπηρέτηση που προσφέρει στους πελάτες της είναι ακόμη ένα δυνατό σημείο, το οποίο συμβάλλει στη δημιουργία μιας θετικής εικόνας για την επιχείρηση και την ενθάρρυνση των πελατών να επιστρέφουν.

Ωστόσο, όπως κάθε επιχείρηση, υπάρχουν και ορισμένα αδύνατα σημεία. Το πιο σημαντικό είναι το μέγεθός της στην αγορά. Όντας μικρή επιχείρηση δεν έχει την ίδια αναγνωρισιμότητα ή τη δύναμη των μεγαλύτερων ανταγωνιστών της, πράγμα που θα μπορούσε να επηρεάσει τις πωλήσεις και την ανάπτυξή της.

Η επιχείρηση δραστηριοποιείται σε έναν ανταγωνιστικό κλάδο, όπου η παρουσία μεγαλύτερων επιχειρήσεων μπορεί να αποτελέσει σημαντικό κίνδυνο. Αυτές οι επιχειρήσεις μπορούν να εξασφαλίσουν καλύτερες τιμές αγοράς, να έχουν πιο εκτεταμένες καμπάνιες μάρκετινγκ και να επεκτείνονται γρηγορότερα, αποτελώντας έτσι απειλή για τις μικρότερες εταιρείες.

Παρ' όλα αυτά, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό, επικεντρώνοντας στην εξέλιξη των προϊόντων της. Η δημιουργία και προώθηση πρωτότυπων και καινοτόμων ποτών, που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες γευστικές προτιμήσεις των καταναλωτών, μπορεί να της δώσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ο κλάδος της εμπορίας ποτών έχει προοπτικές ανάπτυξης, ειδικά στον τομέα της μεταποίησης. Η επέκταση του φάσματος των προϊόντων και η προσθήκη νέων επεξεργασμένων ποτών μπορούν να αποτελέσουν μια καλή ευκαιρία για την επιχείρηση. Επιπλέον, η επιχείρηση βλέπει το μέλλον της με αισιοδοξία, προβλέποντας μια ανοδική τάση για την εξέλιξή της.

Ωστόσο, τα μέχρι τώρα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας δεν έχουν καλύψει τις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησης. Για να βελτιωθεί η θέση της επιχείρησης, θεωρεί ότι θα μπορούσαν να παρασχεθούν άτοκα δάνεια, πράγμα που θα της επέτρεπε να χρηματοδοτήσει την ανάπτυξη και την καινοτομία της χωρίς το βάρος των τόκων.

Με την σωστή στρατηγική, η επιχείρηση μπορεί να καταστεί πρωτοπόρος σε νέες αγοραστικές τάσεις, κερδίζοντας έτσι μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

2.15. ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗ

Η Οικοτεχνία Πορτοκαλλίδη ιδρύθηκε το 2017 σε μια ακριτική περιοχή της Ελλάδας, τις Φέρες του νομού Έβρου. Ασχολείται με την παρασκευή παραδοσιακής σάλτσας ντομάτας. Είναι αγρότες τρίτης γενιάς και έχουν μεγάλη εμπειρία στην παραγωγή ποιοτικών αγροτικών προϊόντων. Με προσωπική δουλειά, αγάπη για την παράδοση και με τις πιο αυστηρές προδιαγραφές για τη σωστή καλλιέργεια και διαλογή της ντομάτας, έχουν από την αφετηρία, άριστη ποιότητα πρώτης ύλης.

Από τα δυνατά της σημεία, ξεχωρίζει η ποιότητα των προϊόντων της. Η επιλογή να παράγει παραδοσιακά προϊόντα εγγυάται την αυθεντικότητα και την πραγματική γεύση της ντομάτας. Επιπλέον, η επιχείρηση προσφέρει τα προϊόντα της σε πολύ καλές τιμές, κάτι που την καθιστά ανταγωνιστική στην αγορά.

Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν και κάποιοι περιορισμοί. Οι γεωγραφικοί περιορισμοί ενδέχεται να περιορίζουν την ικανότητα της επιχείρησης να επεκτείνεται σε νέες αγορές ή να προσφέρει τα προϊόντα της σε περιοχές που είναι πιο μακριά από την έδρα της. Αυτό, μαζί με το αυξημένο κόστος μεταφοράς, μπορεί να αυξήσει το τελικό κόστος του προϊόντος για τον καταναλωτή και να επηρεάσει τη ζήτηση.

Η επιχείρηση βρίσκεται σε μια ιδιαίτερη θέση στην αγορά, αφού τα παραδοσιακά προϊόντα έχουν πάντα την δική τους αξία. Ωστόσο, αντιμετωπίζει κινδύνους, όπως οι φυσικές καταστροφές. Αυτές μπορούν να επηρεάσουν την παραγωγή ντομάτας, μειώνοντας έτσι τη διαθεσιμότητα των πρώτων υλών για την παρασκευή της σάλτσας.

Όμως, ο τομέας παρουσιάζει και ευκαιρίες. Με το αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών για γνήσια και παραδοσιακά προϊόντα, δημιουργούνται νέες αγορές. Συνεπώς η εταιρεία μπορεί να εκμεταλλευτεί αυτήν την τάση, διευρύνοντας την παρουσία της σε νέες αγορές, τόσο εθνικά όσο και διεθνώς, και να καθιερωθεί ως μια αναγνωρισμένη μάρκα παραδοσιακής σάλτσας ντομάτας.

Ο κλάδος της παραδοσιακής σάλτσας ντομάτας έχει προοπτικές ανάπτυξης, με τη δημιουργία και άλλων προϊόντων για μεταποίηση. Αυτό σημαίνει ότι η επέκταση της γκάμας των προϊόντων μπορεί να αποτελέσει μια ευκαιρία για την επιχείρηση. Όσον αφορά την επιχείρηση, η προοπτική είναι η δημιουργία νέων προϊόντων, επεκτείνοντας έτσι το φάσμα των προσφερόμενων προϊόντων στους πελάτες.

Τέλος, τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν ληφθεί μέχρι τώρα, όπως τα δάνεια, φαίνεται να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησης.

2.16. ΜΕΛΙ ΜΙΚΡΟΥ ΔΕΡΕΙΟΥ

Η επιχείρηση παράγει και εμπορεύεται προϊόντα κυψέλης όπως μέλι, πρόπολη και γύρη. Αυτά τα προϊόντα, πέρα από τη γευστική τους αξία, φέρουν και θεραπευτικές ιδιότητες που τα καθιστούν ιδιαίτερα δημοφιλή στους καταναλωτές.

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης ανήκει η υψηλή ποιότητα των προϊόντων που παράγει. Η επιλογή να δίνει έμφαση στην ποιότητα εξασφαλίζει την αξιοπιστία της εταιρείας στην αγορά και τη διατήρηση ενός σταθερού πελατολογίου που εκτιμά τα προϊόντα της.

Ωστόσο, υπάρχουν και αδύνατα σημεία. Ένα αδύνατο σημείο είναι η μεταπώληση των προϊόντων, δηλαδή υπάρχει δυσκολία η επιχείρηση να βρει αξιόπιστους συνεργάτες για τη διανομή των προϊόντων της σε μεγαλύτερη κλίμακα. Επιπλέον, το κόστος μετακινήσεων μπορεί να επιβαρύνει την επιχείρηση, ειδικά αν οι προμηθευτές ή οι καταναλωτές βρίσκονται σε μακρινές περιοχές.

Σε ό,τι αφορά τους κινδύνους, η επιχείρηση αντιμετωπίζει προκλήσεις από φυσικές καταστροφές και την κλιματική αλλαγή. Η κλιματική αλλαγή μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τις συνθήκες ανάπτυξης των φυτών από τα οποία τρέφονται οι μέλισσες, με αποτέλεσμα τη μείωση της παραγωγής μελιού.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν ευκαιρίες που προσφέρονται από τα επενδυτικά προγράμματα. Η χρηματοδότηση από αυτά τα προγράμματα μπορεί να δώσει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να επεκτείνει την παραγωγή της, να αναβαθμίσει τον εξοπλισμό της και να βελτιώσει τις τεχνικές παραγωγής μελιού.

Ο κλάδος του μελιού είναι ανερχόμενος, με προοπτικές για το μέλλον. Η τάση προς τα φυτικά προϊόντα και η αναγνώριση των οφελών του μελιού από τους καταναλωτές ενισχύει τη θέση του στην αγορά.

Ως προς την εξέλιξη της επιχείρησης, οι ιδιοκτήτες φαίνεται να είναι αισιόδοξοι διατηρώντας μια θετική στάση, προσπαθώντας για το καλύτερο, παρά τις αντιξοότητες.

Τέλος, τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν ληφθεί μέχρι τώρα, όπως επιχορηγήσεις και δάνεια, φαίνεται να ανταποκρίνονται μετριοπαθώς στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησης. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι υπάρχει χώρος για βελτίωση σε αυτόν τον τομέα.

Συμπερασματικά, παρά τους κινδύνους, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει τις διαθέσιμες ευκαιρίες και να ενισχύσει τη θέση της στην αγορά. Είναι σημαντικό να επενδύσει σε βιώσιμες πρακτικές και να εξετάσει τις δυνατότητες χρηματοδότησης για την ανάπτυξη της επιχείρησης.

2.17. ΑΤΛΑΜΑΖΟΓΛΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

Η εταιρεία παράγει και εμπορεύεται αλλαντικά και κυρίως παστουρμά, σουτζούκι, χοιρινό λουκάνικο.

Όσον αφορά τα δυνατά σημεία της επιχείρησης, το κύριο πλεονέκτημα είναι η δυνατότητα παραγωγής των προϊόντων. Η εταιρεία διαθέτει τη γνώση και την εμπειρία για την παραγωγή αυθεντικών και ποιοτικών αλλαντικών. Επιπλέον, η ιδιαιτερότητα των προϊόντων της προσθέτει μια εξαιρετική αξία στην αγορά, ενώ η εταιρεία είναι γνωστή για την αξιοπιστία της και έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών της.

Τα αδύνατα σημεία της εταιρείας περιλαμβάνουν την περιορισμένη δυνατότητα παραγωγής, που μπορεί να επηρεάσει την ικανότητά της να ανταποκριθεί στη ζήτηση της αγοράς. Επίσης, η εταιρεία αντιμετωπίζει προκλήσεις σχετικά με το δίκτυο διανομής της, που μπορεί να περιορίσει την πρόσβαση σε νέες αγορές. Τέλος, η έλλειψη χρηματοδότησης μπορεί να περιορίσει τη δυνατότητα της εταιρείας να επεκταθεί ή να επενδύσει σε νέες τεχνολογίες και πρωτοβουλίες.

Η εταιρεία, βρίσκεται αντιμέτωπη με συγκεκριμένους κινδύνους και ευκαιρίες στην αγορά. Στους κινδύνους που μπορεί να αντιμετωπίσει στο μέλλον περιλαμβάνεται η αύξηση του κόστους ενέργειας, που θα μπορούσε να επηρεάσει το κόστος παραγωγής και τις τιμές πώλησης των προϊόντων της. Επιπλέον, τα προϊόντα της μπορεί να θεωρούνται προϊόντα πολυτελείας στην αγορά, καθιστώντας έτσι το μερίδιο της εταιρείας στην αγορά περιορισμένο, λόγω της μικρότερης ζήτησης. Ωστόσο, η εταιρεία διαθέτει σημαντικές ευκαιρίες για το μέλλον. Η ανάπτυξη νέων κωδικών για προϊόντα πιο ευρείας κατανάλωσης μπορεί να της προσφέρει τη δυνατότητα να προσεγγίσει ένα ευρύτερο κοινό και να αυξήσει τις πωλήσεις της.

Ο έντονος ανταγωνισμός από μεγάλες εταιρείες είναι ένας από τους βασικούς φραγμούς που δυσκολεύει την ανάπτυξη των μικρότερων και πιο παραδοσιακών επιχειρήσεων. Ωστόσο, οι προοπτικές για τον κλάδο των αλλαντικών φαίνεται να είναι θετικές.

Τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν υιοθετηθεί μέχρι στιγμής δεν φαίνεται να καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες της επιχείρησης.

Για τη βελτίωση της θέσης της επιχείρησης, θεωρείται ότι φορείς όπως τα επιμελητήρια και η συμμετοχή σε διεθνής και τοπικές εκθέσεις μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησης. Η επαφή με τον καταναλωτή μέσω των εκθέσεων, καθώς και η υποστήριξη και η καθοδήγηση από τα επιμελητήρια, μπορούν να ενισχύσουν την παρουσία και τον ανταγωνιστικό χαρακτήρα της επιχείρησης στην αγορά.

Επομένως, παρά τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει, η εταιρεία έχει την ευκαιρία να αναπτύξει και να διευρύνει την παρουσία της στην αγορά, επενδύοντας σε νέα προϊόντα αντιμετωπίζοντας έτσι τον ανταγωνισμό.

2.18. Ελληνικά Γαλακτοκομεία Α.Ε.

Η ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε. είναι μία οικογενειακή επιχείρηση 3ης γενιάς, που δραστηριοποιείται στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων συνεχίζοντας την αδιάκοπη λειτουργία της με προσφορά στην ελληνική οικονομία και στην πρωτογενή παραγωγή. Έχει παρουσία τόσο στην ελληνική αγορά όσο και σε 47 χώρες του εξωτερικού.

Σημαντικό ρόλο αποτελεί η ανάπτυξη νέων καινοτόμων προϊόντων. Συνδυάζοντας τις εξαιρετες πρώτες ύλες, την υψηλή τεχνολογία, τις αυστηρές συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας στην παραγωγή καθώς και το μεράκι 800 εργαζομένων, η εταιρεία προσφέρει ολοκληρωμένη σειρά γαλακτοκομικών προϊόντων με την αυθεντική παραδοσιακή γεύση, τα οποία έχουν κατακτήσει τις καρδιές των καταναλωτών.

Παράλληλα, για την ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε., η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αποτελεί κομμάτι μιας μακροχρόνιας στρατηγικής. Χαρακτηριστικά, είναι η μοναδική γαλακτοκομική εταιρεία στην Ν.Α. Ευρώπη που έχει εγκαταστήσει ολοκληρωμένο συγκρότημα επεξεργασίας αποβλήτων συμπεριλαμβάνοντας μονάδα παραγωγής βιοαερίου. Πιο συγκεκριμένα, η εγκατάσταση της παραγωγής βιοαερίου αποτελεί μια καινοτόμα επένδυση, μοναδική στην Ευρώπη στο χώρο της γαλακτοκομίας, αξίας 10 εκ. ευρώ, που στοχεύει στην αποτελεσματική επεξεργασία όλων των υγρών αποβλήτων που προκύπτουν από τις παραγωγικές δραστηριότητες του εργοστασίου.

Το έργο αυτό, της εγκατάστασης παραγωγής πράσινης ενέργειας, αποδεικνύει έμπρακτα την εταιρική ευθύνη απέναντι στο περιβάλλον και στην κοινωνία μειώνοντας απόβλητα, συμβατική ενέργεια, διοξείδιο του άνθρακα και ρύπανση, συμβάλλοντας έτσι στη γενικότερη προσπάθεια για μια καλύτερη ποιότητα ζωής για τις επόμενες γενιές.

Από τα δυνατά σημεία της εταιρείας ξεχωρίζει η ποιότητα των προϊόντων της. Αυτό αναγνωρίζεται τόσο από την εγχώρια αγορά όσο και από τους διεθνείς συνεργάτες της.

Ωστόσο, η εταιρεία, υποστηρίζει ότι δεν αντιμετωπίζει κάποια αδύνατα σημεία. Αυτό καταδεικνύει την αυτοπεποίθηση και τον συνεχή επαγγελματισμό της στον τομέα της.

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων έρχονται αντιμέτωπες με διάφορους κινδύνους και ευκαιρίες, που καθορίζουν την πορεία τους στην αγορά.

Η παγκόσμια οικονομική αστάθεια μπορεί να επηρεάσει τη ζήτηση γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς οι καταναλωτές μπορεί να περιορίσουν τις αγορές τους σε βασικά είδη. Επιπλέον, η αύξηση του κόστους ενέργειας και των πρώτων υλών μπορεί να αυξήσει το κόστος παραγωγής, μειώνοντας τα κέρδη της επιχείρησης.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες για ανάπτυξη. Οι νέες επενδύσεις σε σύγχρονο εξοπλισμό και τεχνολογία μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα και την ποιότητα των προϊόντων. Η είσοδος σε νέες αγορές, ειδικά στο εξωτερικό, και η ανάπτυξη νέων προϊόντων μπορεί να αυξήσει τον όγκο των πωλήσεων και τα κέρδη της επιχείρησης.

Συμπερασματικά, αν και ο τομέας των γαλακτοκομικών προϊόντων αντιμετωπίζει σημαντικούς κινδύνους, υπάρχουν και σημαντικές ευκαιρίες για ανάπτυξη. Η επιχείρηση πρέπει να είναι προετοιμασμένη για τις αλλαγές και να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται.

2.19. Grizo & Prasino

Η εταιρεία έχει έδρα στην Κομοτηνή και δραστηριοποιείται με την παραγωγή, μεταποίηση και εμπορεία αρωματικών φυτών.

Η ιστορία της ξεκίνησε το 2012 όταν οι ιδρυτές της, ο Κώστας Παπάζογλου και η Αγγελική Δράκου συναντιούνται επαγγελματικά ιδρύοντας τη «δρόγη βιολογικά βότανα» στην Θράκη με στόχο τα βότανα τους να εμπνεύσουν τους γύρω τους να βρίσκουν χρόνο, να εκτιμούν το χρόνο και να μοιράζονται στιγμές και υγιεινά ροφήματα με τους αγαπημένους τους. Το 2013 η παραγωγή οργανώνεται καλύτερα και αυξάνεται σταδιακά ενώ στον μηχανολογικό εξοπλισμό προστίθεται ένα σύγχρονο ξηραντήριο που επιτρέπει να ελεγχθούν περισσότερες παράμετροι ποιότητας. Το επόμενο έτος τα βότανα γίνονται βιολογικά ροφήματα που προσφέρονται για πρώτη φορά σε ένα μικρό καφέ της Κομοτηνής και ύστερα και σε άλλα όπου το 2015 αρχίζουν οι εξαγωγές. Παράγονται στην Κομοτηνή αλλά καταναλώνονται με επιτυχία στη Γαλλία, την Αγγλία και την Κύπρο. Το 2016 βραβεύονται με τα 3 πρώτα αστέρια τους στα great taste awards.

Το 2017 η εταιρεία μετονομάζεται σε Grizo & Prasino και στο 2019 ξεκίνησε η παραγωγή και κρύων βοτανικών ροφημάτων. Το 2020 φέρνουν στην Ελλάδα design σκεύη που μετατρέπουν την παρασκευή ενός βοτανικού ροφήματος σε εμπειρία. Στόχος είναι να προτείνουν ολοκληρωμένες βοτανικές εμπειρίες, που θα εμπνέουν τους ανθρώπους να βρίσκουν χρόνο για τους εαυτούς τους και τους αγαπημένους τους.

Αναγνωρίζοντας πόσο σημαντική είναι η άριστη ποιότητα σε αυτόν τον τομέα, βασικό δυνατό σημείο της εταιρείας είναι η υψηλή ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων. Επιπλέον, η εξαιρετική επικοινωνία με τους πελάτες και η προσεγμένη αισθητική των προϊόντων της είναι από τα κύρια δυνατά σημεία της επιχείρησης.

Ωστόσο, όπως κάθε επιχείρηση, υπάρχουν και στοιχεία που απαιτούν βελτίωση. Ο μη επαρκής μηχανολογικός εξοπλισμός μπορεί να περιορίσει την παραγωγική της ικανότητα, ενώ η κακή χρηματοοικονομική διαχείριση ενδέχεται να δημιουργήσει οικονομικά εμπόδια για την ανάπτυξη της εταιρείας. Τέλος, οι γεωγραφικοί περιορισμοί, ενδέχεται να περιορίζουν την πρόσβαση της εταιρείας σε μεγαλύτερες αγορές, απαιτώντας περισσότερο χρόνο και πόρους για τη μεταφορά των προϊόντων. Ωστόσο, με τη σωστή στρατηγική και την υιοθέτηση καινοτόμων λύσεων, η εταιρεία έχει τη δυνατότητα να ξεπεράσει αυτά τα εμπόδια και να συνεχίσει την ανοδική της πορεία.

Η εταιρεία μπορεί να αντιμετωπίσει σημαντικούς κινδύνους λόγω της κλιματικής αλλαγής, η οποία επηρεάζει την ανάπτυξη και ποιότητα των φυτών. Παράλληλα, η έλλειψη προστασίας και υποστήριξης από το κράτος μπορεί να δυσχεραίνει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ωστόσο, οι ευκαιρίες για επέκταση των προϊόντων

και την είσοδο σε νέες αγορές μέσω των εξαγωγών προσφέρουν θετικές προοπτικές για το μέλλον της επιχείρησης.

Για την αντιμετώπιση των προκλήσεων, η εταιρεία μπορεί να ενισχύσει τον μηχανολογικό εξοπλισμό, να βελτιώσει τη χρηματοοικονομική διαχείριση και να αναζητήσει συνεργασίες για την επέκταση των εξαγωγών της.

2.20. ΘΡΑΚΙΩΤΙΚΗ ΖΥΜΗ

Η οικογένεια Οικονόμου το 2004 δημιούργησε το εργαστήριο παραδοσιακών ζυμαρικών "Θρακιώτικη Ζύμη". Σκοπός της η διατήρηση και εξάπλωση συνταγών και γεύσεων που προσφέρει η πλούσια θρακιώτικη γευστική παράδοση.

Το εργαστήριο βρίσκεται στην Αίγειρο, λίγα χιλιόμετρα έξω από την πόλη της Κομοτηνής. Είναι η δεύτερη γενιά της οικογένειας που με πολύ μεράκι και επιμονή στην ποιότητα συνεχίζει να φέρνει την παράδοση στο πιάτο των καταναλωτών.

Για την παραγωγή των προϊόντων επιλέγονται οι ποιοτικότερες πρώτες ύλες, οι παραδοσιακές συνταγές του τόπου και ο πλέον σύγχρονος εξοπλισμός.

Την ποιότητα, την παραγωγική διαδικασία και την ιχθυλασιμότητα των προϊόντων, διασφαλίζει το πρότυπο πιστοποιητικό αξιολόγησης ISO 2200:2005 καθώς και οι συνεχείς εργαστηριακοί έλεγχοι νερού και τελικών προϊόντων.

Τα προϊόντα αποτελούν πλέον μέρος της διατροφικής παράδοσης του τόπου και επιλογή ακόμα και των μεγαλύτερων πολυεθνικών εταιριών τροφίμων.

Ένα από τα βασικά δυνατά σημεία της εταιρείας είναι η υψηλή ποιότητα των προϊόντων της. Η συνέπεια στην παραγωγή και οι λογικές τιμές ενισχύουν περαιτέρω τη θέση της στην αγορά.

Από την άλλη πλευρά, η εταιρεία αντιμετωπίζει την πρόκληση της αυτοματοποίησης. Η επένδυση σε περαιτέρω αυτοματοποίηση των διαδικασιών παραγωγής θα μπορούσε να ενισχύσει την αποτελεσματικότητα και να αυξήσει την παραγωγική της ικανότητα.

Η εταιρεία αντιμετωπίζει τον κίνδυνο της ακρίβειας και της ενεργειακής κρίσης, που μπορεί να αυξήσει το κόστος παραγωγής και να μειώσει τα κέρδη. Ωστόσο, η ευκαιρία εντάξεως σε μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ μπορεί να ανοίξει νέους δρόμους για την επέκταση της αγοραστικής της δύναμης και της πελατείας της.

Το εργαστήριο "Θρακιώτικη Ζύμη" εκπροσωπεί μια επιτυχημένη προσπάθεια διατήρησης παραδοσιακών τεχνικών και σύγχρονων προτύπων παραγωγής. Παρ' όλους τους προκλητικούς κινδύνους, η εταιρεία έχει το δυναμικό να εκμεταλλευτεί νέες ευκαιρίες, ενισχύοντας την παρουσία της στην αγορά μέσω της ποιότητας και της αυθεντικότητας των προϊόντων της. Η επέκταση σε μεγαλύτερες αγορές και η συνεχής καινοτομία είναι ο δρόμος για τη μελλοντική της επιτυχία.

2.21. ΑΦΟΙ ΓΕΩΡΓΑΚΟΥΔΗ ΟΕ

Η κτηνοτροφική επιχείρηση ΑΦΟΙ ΓΕΩΡΓΑΚΟΥΔΗ ΟΕ έχει έδρα στο Κόσμιο Ροδόπης. Η μονάδα ξεκίνησε το 1992 με 40 αγελάδες φυλής Χολστάιν και σταδιακά δημιουργήθηκαν 450 θέσεις.

Η κτηνοτροφική επιχείρηση με την πολυετή της παρουσία στον κλάδο έχει αποκτήσει πολύτιμη εμπειρία και γνώση στην παραγωγή γάλακτος. Αυτό αποτελεί ένα σημαντικό δυνατό σημείο, καθώς η εμπειρία και η γνώση είναι ζωτικής σημασίας για την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων και τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας στην αγορά.

Από την άλλη πλευρά, η ανάγκη για περισσότερες εκτάσεις για την καλλιέργεια ζωοτροφών υποδηλώνει ότι η επιχείρηση εξαρτάται από τρίτους προμηθευτές για την προμήθεια των ζωοτροφών. Αυτό μπορεί να έχει επιπτώσεις στο κόστος παραγωγής και στη σταθερότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η αυτοεπάρκεια στις ζωοτροφές μπορεί να βοηθήσει την επιχείρηση να ελέγχει καλύτερα το κόστος και την ποιότητα των προϊόντων της.

Η επιχείρηση βρίσκεται στον δυναμικό κλάδο της παραγωγής γάλακτος. Ένας πιθανός κίνδυνος για την επιχείρηση είναι η μείωση της ζήτησης από την εταιρεία που αγοράζει το γάλα της, λόγω των δυσκολιών της στη διοχέτευση του προϊόντος στην αγορά. Αυτό θα μπορούσε να έχει επιπτώσεις στα οικονομικά της επιχείρησης και στη σταθερότητα της παραγωγής.

Ωστόσο, υπάρχουν και θετικές προοπτικές. Η προσανατολισμένη προς τη βιολογική γεωργία τάση της αγοράς ανοίγει νέες δυνατότητες για την εταιρεία. Η παραγωγή βιολογικού γάλακτος μπορεί να αποτελέσει μια ευκαιρία για διαφοροποίηση του προϊόντος και πρόσβαση σε νέες αγορές που αναζητούν πιο φυσικά και οργανικά προϊόντα.

Όσον αφορά τους φραγμούς και τα προβλήματα του κλάδου, στο επίκεντρο βρίσκεται το υψηλό κόστος παραγωγής του αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα, το οποίο οφείλεται σε πολλούς παράγοντες, όπως η φορολογία, το κόστος ενέργειας, αλλά και η ανταγωνιστικότητα μεγάλων εταιρειών. Επίσης, η παραπλανητική παρουσίαση του εισαγόμενου γάλακτος ως Ελληνικού αποτελεί ένα μείζον ζήτημα, καθώς υπονομεύει την εγχώρια παραγωγή. Παρ' όλα αυτά, η περιοχή φαίνεται να προσφέρει περιθώρια για ανάπτυξη του κλάδου της κτηνοτροφίας, εάν ληφθούν υπόψη τα κατάλληλα μέτρα.

Σε ό,τι αφορά την επιχείρηση, παρά τις δυσκολίες, υπάρχει η βούληση για εξέλιξη και ανάπτυξη νέων προϊόντων. Τα μέτρα ενίσχυσης που έχουν υιοθετηθεί μέχρι στιγμής φαίνεται να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της επιχείρησης σε ικανοποιητικό βαθμό.

2.22. BOLERO ΖΑΧΑΡΩΔΗ ΘΡΑΚΗΣ ΑΕ

Η εταιρεία Bolero ιδρύθηκε το 1987 και παράγει κυρίως σοκολατούχα προϊόντα, όπως μπάρες σοκολάτας και φρούτα και ξηρούς καρπούς επικαλυμμένα με σοκολάτα. Η εταιρεία γρήγορα διεύρυνε τις επιχειρήσεις της περιλαμβάνοντας στη γκάμα των προϊόντων της Βιεννέζικες Βάφλες, παραδοσιακό Λουκούμι, μπάρες σιγαμίου και ξηρών καρπών, καθώς και αλείμματα κακάο με φουντούκι.

Η Bolero είναι κυρίως μια εξαγωγική εταιρεία και κατά τη διάρκεια των χρόνων λειτουργίας της έχει καταφέρει να ικανοποιήσει τις υψηλές απαιτήσεις ενός διεθνούς μάρκετινγκ. Το 80% έως 90% της παραγωγής της εξάγεται σε περισσότερες από πενήντα χώρες σε όλο τον κόσμο, από την Ευρώπη, την Αφρική και τη Μέση Ανατολή μέχρι την Ασία, την Αυστραλία και την Αμερική. Το 2000, η Bolero μετέφερε την έδρα της στη Βιομηχανική Περιοχή της Κομοτηνής.

Ένα από τα βασικά δυνατά σημεία της εταιρείας είναι η υψηλή ποιότητα των προϊόντων της. Η επιλογή των καλύτερων υλικών και η συνεχής παρακολούθηση της ποιότητας της παραγωγής καθιστούν τα προϊόντα της εταιρείας αναγνωρίσιμα και δημοφιλή στην αγορά. Από την άλλη πλευρά, η εταιρεία δεν θεωρεί πως έχει αδύνατα σημεία και δεν προβλέπει κανέναν κίνδυνο που να την απειλεί στο μέλλον.

Αν και δεν προβλέπονται από την εταιρεία ευκαιρίες για το μέλλον, αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν. Η αγορά αλλάζει διαρκώς και η εταιρεία ίσως βρει ευκαιρίες για διαφοροποίηση των προϊόντων της ή για είσοδο σε νέες αγορές.

Στη βιομηχανία τροφίμων, οι φραγμοί και τα προβλήματα είναι πολλαπλά, και ένα από τα κυριότερα είναι το οικονομικό περιβάλλον. Είναι γεγονός ότι οι επιχειρήσεις στον τομέα αυτό χρειάζονται σημαντική χρηματοδότηση για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν στην παγκόσμια αγορά και να προσαρμοστούν στις συνεχείς αλλαγές.

Οι προοπτικές στο εσωτερικό φαίνεται να είναι περιορισμένες, αλλά η εξωστρέφεια της εταιρείας μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό πλεονέκτημα. Η αναζήτηση νέων αγορών και η διεύρυνση των εξαγωγών είναι βασικοί στόχοι για τη βελτίωση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά.

Ωστόσο, τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν ληφθεί μέχρι στιγμής δεν φαίνεται να καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες της εταιρείας. Υπάρχει ανάγκη για περισσότερη χρηματοδότηση για να μπορέσει να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της. Η παροχή άτοκων δανείων, επιχορηγήσεων ή άλλων μορφών χρηματοδότησης για τις εξαγωγικές επιχειρήσεις μπορεί να αποτελέσει κρίσιμο παράγοντα για την επιτυχία τους στην παγκόσμια αγορά.

Σαν συμπέρασμα θα μπορούσαμε να πούμε ότι η εταιρεία έχει καταφέρει να δημιουργήσει προϊόντα υψηλής ποιότητας και να διατηρήσει τη φήμη της στην αγορά. Η σταθερότητα και η συνέπεια στην ποιότητα της παραγωγής είναι οι

πυλώνες της επιτυχίας της. Ωστόσο, είναι σημαντικό για κάθε επιχείρηση να παραμένει ευέλικτη και να είναι έτοιμη να προσαρμοστεί στις αλλαγές της αγοράς.

2.23. ΓΕΩΘΕΡΜΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ ΙΚΕ

Η Γεωθερμική Ελλάδος είναι μία πρωτοπόρος επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον πρωτογενή τομέα, και ασχολείται με την αφυδάτωση και επεξεργασία των πιο εκλεκτών φρούτων και λαχανικών της ελληνικής γης.

Η εταιρία ιδρύθηκε το 1996 και έκτοτε αναπτύσσεται συνεχώς αφουγκραζόμενη τις εξελίξεις στην αγοράς τροφίμων. Οι εγκαταστάσεις βρίσκονται στο Νέο Εράσμιο του νομού Ξάνθης στο Δέλτα του ποταμού Νέστου σε μία περιοχή ξεχωριστής ομορφιάς (natura 2000), με πλούσιες και γόνιμες καλλιεργήσιμες εκτάσεις.

Επιπλέον, η περιοχή αυτή φημίζεται για τα πλούσια ενεργειακά αποθέματα του υπεδάφους με την μορφή γεωθερμικής ενέργειας. Με οδηγό την αγάπη και τον σεβασμό για το περιβάλλον και τους φυσικούς πόρους, χρησιμοποιούν την γεωθερμική ενέργεια της περιοχής με έναν βιώσιμο τρόπο για την ήπια αφυδάτωση αγροτικών προϊόντων.

Προφέρουν τα προϊόντα τους στους πελάτες τους που δραστηριοποιούνται σε όλα τα επίπεδα της αγοράς, από την μικρή λιανική μέχρι το foodservice και την βιομηχανία.

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης μπορεί να συμπεριληφθεί το γεγονός ότι η εταιρεία κατέχει ένα σημαντικό πλεονέκτημα στον τομέα της αφυδάτωσης χάρη στην καινοτομία και την τεχνογνωσία της. Επίσης η εξαιρετική σχέση και η συνεχής επικοινωνία με τους πελάτες, καθώς και η προθυμία για άριστη εξυπηρέτηση, την καθιστούν αξιόπιστη και αναγνωρίσιμη στην αγορά.

Η εταιρεία έχει και κάποια αδύνατα σημεία όπως ο αποσβεσμένος εξοπλισμός και η ανάγκη για ανανέωση του παραγωγικού της εξοπλισμού. Επίσης, υπάρχει η ανάγκη για προσέλκυση και κατάρτιση εξειδικευμένου προσωπικού.

Αν και η εταιρεία δεν βλέπει συγκεκριμένους κινδύνους για το μέλλον, είναι πάντα σημαντικό να παραμένει ενήμερη για τις εξελίξεις της αγοράς.

Όσον αφορά τις ευκαιρίες, η αγορά όπου δραστηριοποιείται είναι μια αγορά με μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης. Υπάρχει δυνατότητα για την εταιρεία να αναπτύξει νέα προϊόντα, να εισέλθει σε νέες αγορές και να επεκτείνει το δίκτυο διανομής της.

Συνοψίζοντας η Γεωθερμική Ελλάδος είναι μια εταιρεία με σταθερή παρουσία στον τομέα της αφυδάτωσης, διαθέτοντας την τεχνογνωσία και την καινοτομία που της επιτρέπει να παράγει ποιοτικά προϊόντα. Με τη σωστή στρατηγική και τις σωστές επενδύσεις, μπορεί να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς και να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που προκύπτουν.

2.24. ΤΟ ΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΗ

Η οικοτεχνία «ΤΟ ΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΗ» έχει έδρα στο Ελληνοχώρι Έβρου και ιδρύθηκε το Νοέμβριο του 2013. Στις καλλιέργειες τους πρωταγωνιστούσαν το σιτάρι και ο ηλιόσπορος, αλλά αποφάσισαν πριν από έξι χρόνια να δοκιμάσουν το σουσάμι. Έσπειραν 2,5 στρέμματα από παραδοσιακή ποικιλία. Έμειναν ικανοποιημένοι από την ποιότητα και την παραγωγή και διαπίστωσαν πως την ίδια γνώμη είχαν και όσοι το δοκίμασαν.

Δημιούργησαν εργαστήριο, έφτιαξαν έναν ξυλόφουρνο, ένα πλυντήριο, αγόρασαν από πετρόμυλο που φτιάχνει ταχίνι και ένα τριόρι που καθαρίζει τους ξένους σπόρους από το σουσάμι και την επόμενη χρονιά επέκτειναν την παραγωγή τους σπέρνοντας 60 στρέμματα.

Τοποθέτησαν τα προϊόντα τους σε τοπικά καταστήματα και σούπερ μάρκετ, στο Διδυμότειχο και στην Αλεξανδρούπολη. Στη συνέχεια επεκτάθηκαν στην Αθήνα και το εξωτερικό. Τα προϊόντα τους προωθούνται σε τοπικά μάρκετ και σε καταστήματα delicatessen σε Ελλάδα, Γερμανία και Ελβετία.

Το σουσάμι άνοιξε τον κύκλο της μεταποίησης με την παρασκευή ταχινιού και λόγω της θερμής ανταπόκρισης που συνάντησαν αποφάσισαν να εμπλουτίσουν τις καλλιέργειες και τις ετικέτες των μεταποιημένων προϊόντων. Έσπειραν φιστίκι αραχίδα ώστε να παράγουν και φιστικοβούτυρο. Δημιουργήσαν εργαστήριο για τραχανά και παρασκευάζουν κόκκινο ξινό, κόκκινο ξινό καυτερό και γαλατένιο. Ο τραχανάς βασίζεται σε ντόπια παραδοσιακή συνταγή. Επίσης δημιούργησαν και μια μεγάλη ποικιλία από χυλοπίτες με γεύσεις.

Τα τελευταία δύο χρόνια παρασκευάζουν χειροποίητο κους κους στη σκάφη, με τον παλιό παραδοσιακό τρόπο. Το 2022 παρασκεύασαν φυστικοβούτυρο με bueno και ταχίνι με σοκολάτα, που βρήκαν μεγάλη απήχηση. Επίσης, καλλιεργούν φακές, φασόλια και ρεβίθια βιολογικής καλλιέργειας, χωρίς φάρμακα, εδώ και πέντε χρόνια. Τα συσκευάζουν σε μονόκιλα και τα διαθέτουν σε καταστήματα και λαϊκές αγορές.

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι ότι η επιχείρηση καταφέρνει να διατηρεί υψηλά πρότυπα ποιότητας, προσφέροντας προϊόντα με εξαιρετική γεύση. Επιπλέον, η φιλική εξυπηρέτηση προς τους πελάτες ενισχύει τη θετική της εικόνα στην αγορά.

Όμως, σαν αδύνατο σημείο μπορεί να θεωρηθεί η ελλιπής διαφήμιση η οποία μπορεί να περιορίζει την αναγνωρισιμότητα της εταιρείας και να μειώνει τις πωλήσεις της, ενώ άλλοι ανταγωνιστές μπορεί να έχουν περισσότερη παρουσία στην αγορά.

Προβλεπόμενοι κίνδυνοι είναι οι κλιματικές αλλαγές όπου μπορούν να επηρεάσουν την παραγωγή των φυτικών προϊόντων που χρησιμοποιούνται ως πρώτες ύλες. Αυξημένα κόστη παραγωγής και φυτικού κεφαλαίου μπορεί επίσης να απειλήσουν την κερδοφορία της επιχείρησης.

Ενώ ευκαιρίες για την εταιρεία είναι η αγορά νέου εξοπλισμού γιατί μπορεί να ανοίξει νέες δυνατότητες για την επιχείρηση, βελτιώνοντας την παραγωγική της ικανότητα και την αποτελεσματικότητα των διαδικασιών της.

Εν κατακλείδι, η επιχείρηση παρόλο που διαθέτει ισχυρά δυνατά σημεία, πρέπει να αντιμετωπίσει τους κινδύνους που προκύπτουν και να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται ώστε να διατηρηθεί η θέση της στην αγορά και να συνεχίσει την ανάπτυξή της.

2.25. ΣΠΑΝΙΔΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ

Η επιχείρηση ΣΠΑΝΙΔΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ δραστηριοποιείται στο εμπόριο Α' υλών Αρτοποιίας, Ζαχαροπλαστικής και Παγωτού. Έχει έδρα στην Αλεξανδρούπολη και ιδρύθηκε πριν 19 έτη.

Η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών αποτελεί ένα από τα κύρια δυνατά σημεία της εταιρείας, καθώς και η βαθιά γνώση της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται.

Παρ' όλα αυτά, οι υψηλές τιμές των προϊόντων της εταιρείας μπορεί να αποθαρρύνουν κάποιους πελάτες, ειδικά σε μια περίοδο όπου η οικονομική σταθερότητα μπορεί να μην είναι εγγυημένη. Επιπλέον, η αύξηση του ανταγωνισμού και η πιθανή είσοδος μεγάλων ανταγωνιστικών εταιρειών στην αγορά αποτελούν σημαντικούς κινδύνους για τη σταθερότητα και την ανάπτυξη της εταιρείας.

Ωστόσο υπάρχουν επίσης και θετικές προεκτάσεις. Η αυξανόμενη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής προσφέρει τη δυνατότητα επέκτασης της υφιστάμενη αγοράς, προσελκύοντας νέους πελάτες και αυξάνοντας τη ζήτηση για τα προϊόντα της.

Επίσης, ένας σημαντικός φραγμός είναι το υψηλό μεταφορικό κόστος, το οποίο επιβαρύνει τις λειτουργικές δαπάνες, ενώ η μικρή αγορά περιορίζει τις δυνατότητες ανάπτυξης.

Η τουριστική ανάπτυξη και η γεωγραφική θέση της περιοχής στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση μπορούν να προσφέρουν ευκαιρίες για επέκταση της αγοράς.

Αναφορικά με την εξέλιξη της επιχείρησης, οι προοπτικές είναι θετικές. Εν τούτοις, τα υφιστάμενα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας δεν φαίνεται να ανταποκρίνονται πλήρως στις ανάγκες της εταιρείας. Για τη βελτίωση της θέσης της επιχείρησης, φορείς όπως η Περιφέρεια, οι τράπεζες και το εμπορικό επιμελητήριο μπορούν να συμβάλλουν θετικά με συγκεκριμένες ενέργειες και δράσεις.

2.26. ΚΕΪΒΑΝΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.

Η μονάδα Παραγωγής τροφίμων και γλυκών ΜΟΚΑ, βρίσκεται στο 13ο χλμ Αλεξανδρούπολης- Φερών στην περιοχή Λουτρά. Είναι ένας χώρος 5 στρεμμάτων με κτιριακές εγκαταστάσεις 600 τετραγωνικών.

Οι καλύτερες πρώτες ύλες, η άρτια κατάρτιση, η παρασκευή υπό αυστηρές συνθήκες υγιεινής (ISO22000 & HACCP), τα αγνά υλικά, οι παραδοσιακές και οι πρωτοποριακές συνταγές, φέρνουν μια ατελείωτη ποικιλία από τα καλύτερα γλυκά *patisserie*, κεράσματα σοκολάτας, σιροπιαστά, παγωτά, βουτήματα, μπισκότα, κέικ, τσουρέκια, πίτες, *sandwich* και αρτοποιήματα.

Ένα από τα βασικά δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι τα αρκετά σημεία λιανικής πώλησης που διαθέτει, τα οποία παρέχουν ευρεία πρόσβαση στον καταναλωτή. Επιπλέον, η ποικιλία των προϊόντων προσφέρει στην επιχείρηση τη δυνατότητα να καλύψει ένα ευρύ φάσμα γευστικών προτιμήσεων των καταναλωτών.

Παρόλο που τα πολλά σημεία λιανικής πώλησης και η ποικιλία προϊόντων είναι δυνατά σημεία, σε άλλο πλαίσιο μπορούν να θεωρηθούν και αδύνατα. Το να διατηρηθούν τόσα καταστήματα μπορεί να οδηγήσει σε υψηλά λειτουργικά κόστη. Επίσης, η ρευστότητα μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα, ειδικά αν δεν υπάρχει σταθερή ταμειακή ροή.

Ορισμένοι σημαντικοί κίνδυνοι που μπορεί να αντιμετωπίσει η επιχείρηση στο μέλλον είναι περιβαλλοντικοί και διατροφικοί. Περιβαλλοντικοί κίνδυνοι μπορεί να είναι παράγοντες όπως οι κλιματικές αλλαγές, οι οποίες μπορεί να επηρεάσουν την ποιότητα ή τη διαθεσιμότητα των πρώτων υλών, η μη βιώσιμη χρήση φυσικών πόρων που θα μπορούσε να οδηγήσει σε προβλήματα στο μέλλον κ.α. Σε ό,τι αφορά τους διατροφικούς κινδύνους, αυτοί μπορούν να περιλαμβάνουν ζητήματα σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων, όπως η ποιότητα των πρώτων υλών, η παρουσία αλλεργιογόνων ή άλλων επικίνδυνων συστατικών, και η τήρηση των κανόνων υγιεινής που είναι κρίσιμη για την ασφάλεια των τροφίμων.

Άλλος ένας κίνδυνος είναι η έλλειψη εργατικού δυναμικού μπορεί να επηρεάσει τη λειτουργία και την απόδοση της επιχείρησης.

Παρά τους προαναφερθέντες κινδύνους, υπάρχουν ευκαιρίες για την επιχείρηση. Η βελτίωση της τοπικής τουριστικής οικονομίας μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ζήτησης για τα προϊόντα της.

Όσον αφορά τους φραγμούς και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση είναι η ευαισθησία των προϊόντων που έχουν μικρή διάρκεια ζωής, οι αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες του κοινού καθώς και η αύξηση των τιμών των πρώτων υλών και των λειτουργικών δαπανών. Ωστόσο, οι προοπτικές για τον κλάδο είναι καλές, εφόσον υπάρχει η δυνατότητα προσαρμογής και ευελιξίας.

2.27. ΕΒΡΟΣΟΠ ΟΕ

Το Enroshop είναι ένα κατάστημα που εμπορεύεται μια μεγάλη γκάμα με προϊόντα απ' τον Έβρο. Ανήκει στην εταιρεία ΕΒΡΟΣΟΠ Ο.Ε. που δημιουργήθηκε από τον Αρίωνα Βαραγιάννη και τον Μανόλη Βουκουρεσλή, δυο ανθρώπους με βαθιά γνώση του Έβρου, των ανθρώπων και των προϊόντων του.

Στο enroshop.gr θα βρείτε εξαιρετικά τοπικά παραγόμενα προϊόντα με παραδοσιακές μεθόδους και αγνές πρώτες ύλες, από ανθρώπους με μεράκι και αγάπη γι' αυτό που κάνουν. Ανάμεσα τους ξεχωρίζουν τα αγνά ελαιόλαδα και τα παράγωγα τους, μαρμελάδες, τα τοπικά ποτά, τα αγνά παράγωγα της περιοχής όπως τα όσπρια και τα ζυμαρικά, αλλά και τα φρέσκα βότανα.

Ακόμη, στο κατάστημα υπάρχουν τα μοναδικά μεταξωτά Σουφλίου, σε ποικιλία από μαντήλια, φουλάρια, γραβάτες κ.α. Όραμα του enroshop.gr είναι η παραγωγή και διάθεση στην Ελληνική και Παγκόσμια αγορά εξαιρετικών και καινοτόμων προϊόντων. Το κατάστημα της επιχείρησης βρίσκεται στο κέντρο της Αλεξανδρούπολης

Ένα από τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η εξαιρετική σχέση ποιότητας-τιμής που προσφέρει, το οποίο είναι καθοριστικό στοιχείο για την επιτυχία στην αγορά. Ωστόσο, ένα αδύνατο σημείο είναι η αργή ανταπόκριση ή εξυπηρέτηση προς τους πελάτες, κάτι που θα μπορούσε να επηρεάσει αρνητικά τη φήμη και τη θέση της στην αγορά.

Όσον αφορά τους κινδύνους που αντιμετωπίζει, το κόστος των προϊόντων, οι πιθανοί πόλεμοι και οι πανδημίες είναι σημαντικοί παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν την επιχείρηση. Ωστόσο, υπάρχουν πολλές ευκαιρίες στο μέλλον, ίσως λόγω της αναγνώρισης της αξίας των τοπικών προϊόντων και της συνεχούς αναζήτησης από τους καταναλωτές για αυθεντικές και ποιοτικές επιλογές.

Η επιχείρησή αντιμετωπίζει φραγμούς και προβλήματα στον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται. Ένα από τα βασικά ζητήματα είναι η ποιότητα των υπηρεσιών των εταιριών μεταφορών στην Ελλάδα, η οποία, κατά την επιχείρηση είναι ανεπαρκής.

Παρά τα εμπόδια, η προοπτική για μελλοντική ανάπτυξη είναι θετική, εάν η επιχείρηση προσαρμοστεί αποτελεσματικά στο περιβάλλον και εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται. Είναι σημαντικό να συνεχίσει τις προσπάθειες για βελτίωση, να ανταποκριθεί στις αλλαγές της αγοράς και να διατηρήσει την υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων της.

2.28. CAMPUS MON. A.E

Η CAMPUS MON. A.E ανήκει στον όμιλο ΕΒΡΟΦΑΡΜΑ. Όραμα τους είναι να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα γάλακτος, έχοντας τον απόλυτο έλεγχο των πρώτων υλών που προκύπτει από την καθετοποιημένη παραγωγή. Με σεβασμό στον άνθρωπο, την κοινωνία και το φυσικό περιβάλλον, προσπαθούν να δημιουργήσουν υπεραξία για τον καταναλωτή και την ελληνική οικογένεια .

Το εργοστάσιο βρίσκεται στο Διδυμότειχο Έβρου, μέσα σε ένα απόλυτα φυσικό περιβάλλον δείχνει σαν να είναι η συνέχεια της φύσης. Οι εγκαταστάσεις είναι ανθρωποκεντρικές ώστε να ομορφαίνουν την καθημερινότητα των εργαζομένων και να συνυπάρχουν αρμονικά με τη φύση και την τοπική κοινωνία.

Η επιχείρηση έχει στερεές βάσεις χάρη στη βαθιά γνώση της δουλειάς, το σταθερό προσωπικό και την αδιάλειπτη μέριμνα και προληπτική στάση της διοίκησης. Αυτά τα δυνατά σημεία είναι ουσιαστικά για την ανάπτυξη και τη σταθερότητα στον τομέα.

Ωστόσο, η γεωγραφική τοποθέτηση της επιχείρησης, η οποία είναι μακριά από τα αστικά κέντρα, μπορεί να αποτελεί αδύνατο σημείο σε θέματα πρόσβασης και διανομής.

Παρ' όλα αυτά, φαίνεται ότι η επιχείρηση δεν αντιλαμβάνεται σημαντικούς κινδύνους στον ορίζοντα, ενώ αναγνωρίζει τις ευκαιρίες που μπορεί να αναδυθούν μελλοντικά.

Η επιχείρηση αντιμετωπίζει συγκεκριμένες προκλήσεις στον τομέα όπου δραστηριοποιείται. Ένας από τους βασικούς φραγμούς είναι η έλλειψη εξειδικευμένης τεχνογνωσίας, που αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στη δυνατότητα της επιχείρησης να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά στην αγορά. Ωστόσο, η γενική προοπτική για τον τομέα φαίνεται να είναι θετική.

Αναφορικά με την εξέλιξη της επιχείρησης, προβλέπεται μια αύξηση του τζίρου, που είναι ένα ενθαρρυντικό σημείο. Σχετικά με τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν λάβει μέχρι στιγμής, η ανταπόκριση στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής χαρακτηρίζεται ως μέτρια. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει χώρος για βελτίωση και περισσότερη υποστήριξη από τους αρμόδιους φορείς.

Η προοπτική για την επιχείρηση φαίνεται να είναι θετική, με τις κατάλληλες στρατηγικές κινήσεις.

2.29. Faos Superfoods

Η επιχείρηση ασχολείται με την καλλιέργεια, μεταποίηση και πώληση προϊόντων υποφαές. Στο αγρόκτημα, το οποίο βρίσκεται λίγο έξω από την Αλεξανδρούπολη, καλλιεργούνται περίπου 1000 δέντρα υποφαές με βιολογικό και μόνο τρόπο. Με στόχο την παραγωγή προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας δημιούργησαν στον ίδιο χώρο και το εργαστήριο της οικοτεχνίας. Είναι έτσι σε θέση να παράγουν προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας τα οποία μπορούν να συμβάλλουν στην υγεία των καταναλωτών. Στο εργαστήριο γίνεται η συσκευασία των προϊόντων υποφαές. Εμπνευστήκαν το FAOS από το δεύτερο συνθετικό της λέξης υποφαές που προέρχεται από το αρχαιοελληνικό φάος και σημαίνει φως αλλά και λάμψη.

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης συγκαταλέγεται το μονοπώλιο που έχει στην αγορά, καθώς και η υψηλή ποιότητα του προϊόντος. Η υψηλή ποιότητα του προϊόντος της εξασφαλίζει την πίστη και την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Αυτό σημαίνει ότι οι πελάτες είναι πιθανότερο να επιλέξουν το προϊόν της επιχείρησης αντί για άλλα εναλλακτικά προϊόντα στην αγορά. Επομένως, η συνδυασμένη δύναμη του μονοπωλίου και της ποιότητας του προϊόντος δημιουργεί ένα ισχυρό οικονομικό αντίκτυπο για την επιχείρηση.

Ωστόσο, η επιχείρηση επικεντρώνεται στην παραγωγή και προσφορά ενός προϊόντος που απευθύνεται σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς: τους καταναλωτές που είναι πιο ενημερωμένοι για θέματα υγείας και επιθυμούν να εντάξουν στη διατροφή τους προϊόντα που προάγουν την ευεξία και την καλή υγεία. Αυτό το τμήμα της αγοράς είναι συνήθως πιο ενημερωμένο, διαβάζει ετικέτες προϊόντων, αναζητά πληροφορίες και δίνει περισσότερη προτεραιότητα στην ποιότητα παρά στην τιμή. Δεδομένου ότι το προϊόν απευθύνεται σε αυτό το ειδικό κοινό, η επιχείρηση πρέπει να διασφαλίσει ότι οι στρατηγικές μάρκετινγκ και προώθησης είναι στοχευμένες, ώστε να προσελκύει τους σωστούς καταναλωτές. Επιπλέον, το προϊόν πρέπει να παρέχει όλα τα απαραίτητα στοιχεία και πληροφορίες για να εξυπηρετεί τις ανάγκες αυτού του κοινού, διασφαλίζοντας την πιστότητα των πελατών και την επιτυχή τοποθέτηση του προϊόντος στην αγορά.

Στους κινδύνους συγκαταλέγονται η γραφειοκρατία και τα υψηλά έξοδα συντήρησης, όπως ασφάλειες, λογιστές, φόροι κ.λπ. Από την άλλη πλευρά, όμως η επιχείρηση προβλέπει μεγάλες ευκαιρίες για το μέλλον, κυρίως μέσα από την περαιτέρω επέκταση των εργασιών της.

Η ικανότητα προσαρμογής, η καινοτομία και η δυνατότητα να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς θα είναι κρίσιμες για την επιτυχία της επιχείρησης σε αυτό το δύσκολο περιβάλλον.

2.30. Θερμοκηπια Κάκος

Η επιχείρηση βρίσκεται στις Καστανιές Έβρου και δραστηριοποιείται στην καλλιέργεια λαχανικών τα τελευταία 16 χρόνια.

Η επιχείρηση διαθέτει ορισμένα πολύ ισχυρά χαρακτηριστικά. Η ποιότητα των προϊόντων και οι ανταγωνιστικές τιμές τους την καθιστούν ξεχωριστή στην αγορά. Η καλλιέργεια των λαχανικών γίνεται με μεγάλη προσοχή και επαγγελματισμό, εξασφαλίζοντας υψηλά πρότυπα ποιότητας. Η επιλογή των σπόρων, οι μέθοδοι καλλιέργειας και οι τεχνικές συγκομιδής είναι όλες προσεκτικά σχεδιασμένες για να παράγουν λαχανικά που είναι θρεπτικά, νόστιμα και φρέσκα. Παρά την υψηλή ποιότητα των προϊόντων, η επιχείρηση έχει καταφέρει να διατηρήσει τις τιμές της σε ανταγωνιστικά επίπεδα. Αυτό είναι εφικτό λόγω των αποδοτικών μεθόδων παραγωγής, της οικονομίας κλίμακας και της στρατηγικής τιμολόγησης που υιοθετεί η επιχείρηση. Αυτό της επιτρέπει να προσελκύει περισσότερους πελάτες, προσφέροντάς τους ποιοτικά προϊόντα σε προσιτές τιμές. Συνολικά, αυτοί οι δύο παράγοντες - η ποιότητα και οι τιμές - δημιουργούν έναν ισχυρό συνδυασμό που ξεχωρίζει την επιχείρηση από τους ανταγωνιστές της και την τοποθετούν σε προνομιακή θέση στην αγορά.

Ωστόσο, υπάρχουν και ορισμένα σημεία που χρειάζονται βελτίωση, όπως η έλλειψη κατάρτισης του προσωπικού και η δυσκολία στην πρόσληψη εργατικού δυναμικού. Ο τομέας εξελίσσεται συνεχώς, με νέες τεχνολογίες και μεθόδους που μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα και την ποιότητα των προϊόντων. Ωστόσο, η εκπαίδευση και η κατάρτιση του προσωπικού είναι απαραίτητες για να εκμεταλλευτούν πλήρως αυτές οι νέες ευκαιρίες. Η επιχείρηση θα πρέπει να επενδύσει σε προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης για το προσωπικό της, προκειμένου να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της. Επίσης, η εργασία στον αγροτικό τομέα μπορεί να είναι φυσικά απαιτητική και συχνά υπό συνθήκες που δεν είναι ιδανικές. Αυτό, σε συνδυασμό με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό για εργατικό δυναμικό σε άλλους τομείς, καθιστά δύσκολη την πρόσληψη και διατήρηση των εργαζομένων. Η επιχείρηση θα πρέπει να εξετάσει τρόπους βελτίωσης των συνθηκών εργασίας, προσφοράς πρόσθετων κινήτρων ή ευελιξίας στο ωράριο για να προσελκύσει και να διατηρήσει ταλαντούχο προσωπικό.

Η επιχείρηση αντιμετωπίζει κάποιους κινδύνους που πρέπει να λάβει υπόψη της. Οι κλιματικές αλλαγές μπορούν να επηρεάσουν την παραγωγή και να αυξήσουν το κόστος, λόγω των αναγκαίων προσαρμογών που θα πρέπει να γίνουν. Μια από τις κύριες προοπτικές που εμφανίζεται στον κλάδο είναι η μεταποίηση των προϊόντων. Η μεταποίηση μπορεί να προσφέρει μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία, επεκτείνοντας τη ζήτηση μέσω της παραγωγής νέων προϊόντων. Αυτό μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία για τις επιχειρήσεις να διευρύνουν την αγορά τους και να αυξήσουν τα έσοδά τους. Όσον αφορά την εξέλιξη της συγκεκριμένης επιχείρησης, η προοπτική φαίνεται ανοδική. Με τη σωστή διαχείριση, την επενδυτική στρατηγική

και την ανάπτυξη νέων προϊόντων, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αναπτυχθεί και να κερδίσει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

2.31. Μέλιδρον - Βιολογικά Προϊόντα Μέλισσας

Η ιστορία της εταιρείας Μέλιδρον ξεκινάει στο 1992 στα χωριά Ταύρη και Θυμαριά του νόμου Έβρου. Ο ιδρυτής της “Μέλιδρον” Νικόλαος Αγοράκης ξεκίνησε την πρώτη του επαφή με τον κόσμο της μελισσοκομίας στην ηλικία των 5 ετών. Συμμετέχοντας και βοηθώντας στις διαδικασίες επιθεώρησης και τρύγου, παρέα με το θείο του ο οποίος ήταν μελισσοκόμος, αποφάσισε μεγαλώνοντας να συνεχίσει και να επεκτείνει το έργο του. Παρά την απρόσμενη εξέλιξη μιας αλλεργίας στο τσίμπημα της μέλισσας, δεν το έβαλε κάτω, το αντιμετώπισε με θεραπεία και εξελίχθηκε σε ιδρυτή της εταιρείας “Μέλιδρον”.

Η “Μέλιδρον” παράγει μοναδικές ποικιλίες βιολογικού μελιού που συλλέγονται σε παρθένα δάση και σημεία της Βορείου Ελλάδος. Ιδιαίτερη γεύση καθορίζει το μέλι της, καθώς δημιουργείται από φυτά που ευδοκιμούν μόνο σε ορεινά μέρη με μεγάλα υψόμετρα και μακριά από κάθε μορφής ρύπους.

Η επιχείρηση διαθέτει ξεχωριστά δυνατά σημεία, με την ποιότητα του προϊόντος να καταλαμβάνει πρωταγωνιστικό ρόλο. Η επιχείρηση έχει επενδύσει στην παραγωγή υψηλής ποιότητας μελιού, πράγμα που της προσδίδει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά.

Εντούτοις, αντιμετωπίζει προκλήσεις στον τομέα της εξωστρέφειας και του μάρκετινγκ, που προϋποθέτουν ιδιαίτερη προσοχή και επένδυση.

Στο μέλλον, υπάρχουν κίνδυνοι που σχετίζονται με τις κλιματικές αλλαγές και την οικονομική κατάσταση, οι οποίοι θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στην επιχειρηματική στρατηγική. Ωστόσο, υπάρχουν και ευκαιρίες για επέκταση, μέσω της συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις και της ενίσχυσης των πωλήσεων τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό.

Γενικότερα, ο κλάδος της μελισσοκομίας αντιμετωπίζει διάφορα προβλήματα όπως την κλιματική κρίση. Οι αλλαγές στο κλίμα επηρεάζουν την ανθοφορία, μειώνοντας την ποσότητα και την ποιότητα του νέκταρ που είναι διαθέσιμο για τις μέλισσες. Αυτό μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της παραγωγής μελιού. Ένα άλλο πρόβλημα είναι η εύρεση κατάλληλου εξειδικευμένου προσωπικού. Η μελισσοκομία απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες. Η εύρεση προσωπικού με την απαραίτητη κατάρτιση και εμπειρία μπορεί να είναι δύσκολη.

Όσον αφορά τις προοπτικές, ο τομέας της μελισσοκομίας παραμένει ένας από τους πιο ελκυστικούς στην αγροδιατροφική αγορά. Η διεθνής αγορά δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για προϊόντα υψηλής ποιότητας.

Με την ενίσχυση της επιχείρησης μέσω χρηματοδότησης για το μάρκετινγκ, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα επέκτασης των δραστηριοτήτων της, τόσο εγχώρια όσο και διεθνώς. Επιπλέον, η προβολή του προϊόντος σε νέες αγορές μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις και την αναγνωρισιμότητα του.

2.32. CALYPSO EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

Ο Ελαιώνας βρίσκεται στη Μάκρη Αλεξανδρούπολης. Προσφέρουν στους λάτρεις του καλού φαγητού το καλύτερο δώρο των ελαιόδεντρων και της γης τους. Εφαρμόζοντας τις παραδοσιακές μεθόδους συγκομιδής που ακολουθεί η οικογένειά τους εδώ και τέσσερις γενιές, καλλιεργούν 1.000 ελαιόδεντρα ακολουθώντας τις αρχές της αγροοικολογίας, με πιστοποιημένη βιολογική καλλιέργεια από το 2013.

Η παραγωγή του Μονοποικιλιακού Βιολογικού Έξαιρετικού Παρθένου Ελαιολάδου Calypso και η ανάδειξη της αυτόχθονης ποικιλίας ελιάς Μάκρης είναι για εκείνους σκοπός ζωής. Αφοσιωμένοι στη συνεχή εξέλιξη και βελτίωση της γευστικής ποιότητας των προϊόντων τους, είναι ενήμεροι πάνω στις τελευταίες γαστρονομικές τάσεις και τεχνολογίες σχετικά με το ελαιόλαδο. Στόχος τους είναι ο συνδυασμός της εξωστρεφούς επιχειρηματικής συμπεριφοράς με τη βαθιά γνώση των τοπικών παραδόσεων της ελαιοκομίας, την οποία συνεχώς ανακαλύπτουν εκ νέου, μέσω συστηματικής εθνογραφικής και εθνοβοτανικής έρευνας.

Όραμά τους είναι να προσφέρουν το Μονοποικιλιακό Έξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο Calypso στις καλύτερες αγορές του κόσμου, ακολουθώντας έναν κώδικα δεοντολογίας που βασίζεται στις αρχές της αειφορίας, την αγάπη για τη φύση και το σεβασμό στον άνθρωπο. Από τον ελαιώνα στο πιάτο σας, το Calypso είναι φτιαγμένο με σκέψη, αγάπη και σεβασμό.

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης συγκαταλέγονται η υψηλή ποιότητα και η παράδοση. Η ποιότητα του ελαιόλαδου είναι κρίσιμη για την ανταγωνιστικότητα στην αγορά, και η επιχείρηση τονίζει αυτό το στοιχείο. Επιπλέον, η δέσμευση στην παράδοση και ο σεβασμός στις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής αναδεικνύει την αυθεντικότητα και την αξία του προϊόντος.

Ωστόσο υπάρχουν και αδύνατα σημεία όπως η έλλειψη εργατικού δυναμικού, όπου ιδίως κατά τις περιόδους συγκομιδής μπορεί να προκαλέσει καθυστερήσεις και προβλήματα στην παραγωγή. Επιπλέον, το χρονικό περιθώριο που απαιτείται για τη συγκομιδή είναι συγκεκριμένο και αμετάβλητο, γεγονός που αυξάνει την πίεση.

Οι καιρικές συνθήκες και οι ακραίες κλιματικές συνθήκες (π.χ. παγετός, ξηρασία) αποτελούν σημαντικό κίνδυνο για την ελαιοκομία. Οι αλλαγές στο κλίμα μπορούν να επηρεάσουν την ανάπτυξη των ελαιόδεντρων και την παραγωγή ελαιόλαδου.

Όμως υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες για τη διεύρυνση του πελατολογίου. Επιπλέον, με τις κατάλληλες στρατηγικές μάρκετινγκ και προώθησης, η επιχείρηση μπορεί να καθιερωθεί σε μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς.

Οι προοπτικές για τον κλάδο φαίνονται ευοίωνες διότι υπάρχει μια αυξανόμενη τάση στην αγορά για υψηλής ποιότητας βιολογικό έξτρα παρθένο ελαιόλαδο. Οι καταναλωτές γίνονται όλο και πιο ενημερωμένοι για τα οφέλη της υγιεινής διατροφής και προτιμούν προϊόντα που παράγονται με βιώσιμο και οικολογικό τρόπο.

Βλέποντας το μέλλον, οι προοπτικές για την επιχείρηση φαίνονται ανοδικές. Η αναγνώριση της ποιότητας και της παράδοσης των προϊόντων, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ζήτηση για βιολογικά προϊόντα, δημιουργεί ιδανικές προϋποθέσεις για την επέκταση και την ανάπτυξη της επιχείρησης.

2.33. Σοφίας Γεύσεις

Στους πρόποδες της οροσειράς της Ροδόπης και βορειοδυτικά της λίμνης Βιστωνίδας, στο Σούνιο Ξάνθης, δημιουργήθηκε το εργαστήριο παρασκευής παραδοσιακών ζυμαρικών με την ονομασία «ΣΟΦΙΑΣ ΓΕΥΣΕΙΣ». Προϊόντα τα οποία παρασκευάζονται αποκλειστικά και μόνο με αγνά υλικά, χωρίς συντηρητικά και χρωστικές τα οποία και αποτελούν μια υγιεινή διατροφή για όλες τις ηλικίες.

Φιλοδοξώντας να αναβιώσουν τη Θρακική γαστρονομία παρασκευάζουν ζυμαρικά όπως χυλοπίτες, τραχανάδες, κους κους, χυλοπίτες λαχανικών κλπ, όπως τα φτιάχνανε παλιά χρησιμοποιώντας αγνά τοπικά υλικά ικανοποιώντας και τα πιο απαιτητικά γούστα.

Το εργαστήριό είναι βασισμένο σε αυστηρούς κανόνες υγιεινής και ασφάλειας των τροφίμων, σύμφωνα με τις οδηγίες οργανισμού πιστοποίησης. Είναι ένα σύγχρονο εργαστήριο, όπου χρησιμοποιούν άριστα την τεχνολογία για την παραγωγή παραδοσιακών ζυμαρικών, με μηχανήματα πιστοποιημένα σύμφωνα με τις οδηγίες της Ε.Ε.

Δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η υψηλής ποιότητας προϊόντα, τα οποία παρασκευάζονται με προσήλωση στην παράδοση. Η συσκευασία και το λογότυπο της επιχείρησης είναι ακόμη δύο σημαντικά δυνατά σημεία που την διακρίνουν και προσδίδουν έναν αέρα ποιότητας και αξιοπιστίας.

Παρόλο αυτά, ένας σημαντικός παράγοντας που περιορίζει την επιχείρηση είναι η γεωγραφική της τοποθεσία. Το να βρίσκεται μακριά από τα μεγάλα αστικά κέντρα σημαίνει ότι υπάρχουν αυξημένα έξοδα για την αποστολή των προϊόντων, κάτι που ενδεχομένως να αναγκάζει την επιχείρηση να αυξάνει τις τιμές της ή να μειώνει τα κέρδη της.

Ο ανταγωνισμός στον κλάδο μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική απειλή, ειδικά αν οι ανταγωνιστές προσφέρουν προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές. Επιπλέον, η συνεχής αύξηση των κόστους των κυρίων αγαθών, όπως η ενέργεια, μπορεί να επηρεάσει τη λειτουργία και τα οικονομικά της επιχείρησης.

Παρά τους υπάρχοντες κινδύνους, η επιχείρηση έχει την ευκαιρία να διευρύνει το πελατολόγιο της και να καθιερωθεί σε μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς. Με την κατάλληλη στρατηγική και τις σωστές επενδύσεις, η επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί αυτές τις ευκαιρίες για την περαιτέρω ανάπτυξη και επέκτασή της.

Ο κλάδος των παραδοσιακών ζυμαρικών αντιμετωπίζει πολλές προκλήσεις. Πρώτα απ' όλα, η αγορά είναι κορεσμένη με εργαστήρια που παράγουν μαζικά προϊόντα με επίκεντρο την ποσότητα και όχι την ποιότητα. Αυτό οδηγεί σε ανταγωνιστικές τιμές στο ράφι, πολλές φορές χωρίς την ανταπόκριση στην πραγματική αξία του προϊόντος.

Συνοψίζοντας, είναι σημαντικό για την επιχείρηση να παραμείνει ενημερωμένη, να προσαρμόζεται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες και να βρίσκει νέους τρόπους για να διακρίνεται στην αγορά.

2.34. ΚΟΝΟΣ ΚΤΗΜΑ ΜΙΧΕΛΗ

Στο βορειότερο σημείο της Ελλάδας καλλιεργούν, εδώ και τέσσερις γενιές, την τοπική ποικιλία Μάκρης στον παραδοσιακό τους ελαιώνα. Τα τελευταία χρόνια, έχουν τη δυνατότητα εξαγωγής «εν ψυχρώ» του ελαιολάδου τους, στο ιδιόκτητο διφασικό ελαιοτριβείο, λίγες μόλις ώρες από τη συγκομιδή των ελιών. Τα τελικά προϊόντα ελαιολάδου αποθηκεύονται σε ανοξειδωτες δεξαμενές σε ελεγχόμενο περιβάλλον μέχρι και την εμφιάλωσή τους. Οι επιτραπέζιες ελιές επεξεργάζονται με φυσικό τρόπο και τα τελικά προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας, μαρτυρούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ποικιλίας Μάκρης και του λόφου Κώνου (Κονος).

Ο Παραδοσιακός ιδιόκτητος ελαιώνας με ελαιόδεντρα ηλικίας της γηγενούς ποικιλίας Μάκρης, ηλικίας 200 και πλέον ετών καθώς και νεότερων αποτελούν την κληρονομιά της οικογενείας Μιχελή. Εφαρμόζονται ορθές καλλιεργητικές πρακτικές για τα δέντρα και φιλικές προς το περιβάλλον. Στη διαμόρφωση των τελικών προϊόντων που καλλιεργούν καθοριστικό ρόλο παίζουν τόσο το ιδιαίτερο μικροκλίμα όσο και το σχιστολιθικό υπέδαφος του λόφου. Από τη μια το υψόμετρο και από την άλλη η αύρα του θρακικού πελάγους, το οποίο απέχει μόλις τρία χιλιόμετρα από το κτήμα, αποτελούν τη βάση του μικροκλίματος της περιοχής.

Η επιχείρηση διακρίνεται για την ποιότητα των προϊόντων της και τη φιλοσοφία που ακολουθεί. Οι καταναλωτές εκτιμούν τα προϊόντα που παράγονται με μια σαφή και ειλικρινή φιλοσοφία πίσω από αυτά, και αυτό είναι κάτι που μπορεί να προσφέρει μια σημαντική ανταγωνιστική πλεονεκτηματικότητα. Αν και η επιχείρηση έχει πολλά δυνατά σημεία, η προβολή της είναι κάτι που χρειάζεται βελτίωση. Η ορατότητα είναι κρίσιμη για την επιτυχία, ειδικά σε μια αγορά με πολλούς ανταγωνιστές.

Το περιβάλλον και οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής είναι ένας σημαντικός κίνδυνος για την επιχείρηση, καθώς μπορεί να επηρεάσει την παραγωγή και την ποιότητα των προϊόντων.

Η επιχείρηση μπορεί να αντλήσει ευκαιρίες από την αγορά, είτε μέσω νέων καναλιών διανομής, είτε μέσω της επέκτασης σε νέες αγορές ή ακόμη και της προσφοράς νέων προϊόντων που ανταποκρίνονται στις αλλαγές της αγοράς.

Όσον αφορά τους φραγμούς και τα προβλήματα η επιχείρηση αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εξαιτίας της άμεσης εξάρτησής της από τη φύση και το περιβάλλον. Οι αλλαγές στο κλίμα, οι φυσικές καταστροφές και οι αλλαγές στο περιβάλλον μπορούν να έχουν αμεσσότερες επιπτώσεις στην παραγωγικότητα και την ποιότητα των προϊόντων.

Μετά από την καταστροφή που υπέστη η επιχείρηση στις πυρκαγιές, η πρώτη προτεραιότητα της επιχείρησης πρέπει να είναι η επιβίωση και η ανάκαμψη. Η ανασυγκρότηση μπορεί να είναι δύσκολη και χρονοβόρα, αλλά με τη σωστή υποστήριξη και την προσαρμογή στις νέες συνθήκες, η επιχείρηση μπορεί να βρει τρόπους να προχωρήσει μπροστά.

2.35. ΓΙΑΧΑΝΑΣ

Το εργαστήριο “Γιαχανάς” είναι μια σύγχρονη εταιρεία παραγωγής προϊόντων από ελαιούχους σπόρους η όποια δραστηριοποιείται στην περιοχή της Ορεστιάδας.

Έχοντας ως προτεραιότητα τον καταναλωτή η περισυλλογή των σπόρων οι οποίοι επεξεργάζονται, γίνεται με την προσεκτική διαλογή από τις έφορες πεδιάδες της θρακικής γης διασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο την αξιοπιστία και την ποιότητα των προϊόντων.

Η επεξεργασία παραγωγή και εμφιάλωση των προϊόντων πραγματοποιείται με την φυσική μέθοδο της ψυχρής έκθλιψης πληρώντας όλες τις απαραίτητες προδιαγραφές για την παραγωγή φυσικών βρώσιμων προϊόντων πιστοποιημένα με ISO 22000.

Η ποιότητα των προϊόντων είναι ένα από τα κυριότερα δυνατά σημεία της επιχείρησης, αναδεικνύοντας την αφοσίωση στην εξαιρετική παραγωγή και την προσήλωση στην ικανοποίηση του πελάτη.

Η τεχνολογία αναγνωρίζεται ως ένα αδύναμο σημείο. Η τεχνολογία είναι ένας από τους πιο κρίσιμους παράγοντες σε πολλούς τομείς της παραγωγής και της διαχείρισης μιας επιχείρησης. Όταν μια επιχείρηση δεν επενδύει ή δεν ενημερώνεται σχετικά με τις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις, μπορεί να βρεθεί πίσω από τους ανταγωνιστές της. Τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν λόγω των τεχνολογικών ελλείψεων είναι η ανεπαρκής Παραγωγικότητα, το αυξημένο Κόστος, η έλλειψη Συμβατότητας κ.α.

Η οικονομική κρίση και αύξηση του κόστους ζωής είναι δύο κύριοι κίνδυνοι που αναμένεται να απειλήσουν την επιχείρηση στο μέλλον, επηρεάζοντας την κερδοφορία και την ικανότητα της επιχείρησης να παραμείνει ανταγωνιστική.

Υπάρχει αναγνώριση της ευκαιρίας για διάθεση των προϊόντων στο εξωτερικό, προσφέροντας μια πηγή επέκτασης και αύξησης των εσόδων.

Η αύξηση των μεταφορικών και των πρώτων υλών αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για τον κλάδο, καθώς αυξάνει το κόστος παραγωγής και μειώνει τα κέρδη των επιχειρήσεων. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένες τιμές για τον καταναλωτή και, ενδεχομένως, σε μείωση της ζήτησης.

Παρόλα αυτά, ο κλάδος φαίνεται να έχει μεγάλες προοπτικές. Η αυξημένη ενημέρωση των καταναλωτών για τα οφέλη αυτών των προϊόντων, η τάση προς έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής και η αναζήτηση γαστρονομικών διαφορετικοτήτων μπορούν να συμβάλλουν στην αύξηση της ζήτησης.

Για την επιχείρηση, οι προοπτικές φαίνονται εξίσου μεγάλες. Είναι σημαντικό να επικεντρωθεί στη διατήρηση της υψηλής ποιότητας των προϊόντων, να ενημερώνει τους πελάτες για τα οφέλη τους και να αναζητήσει τρόπους για να μειώσει τα λειτουργικά κόστη, όπως τα μεταφορικά και το κόστος των πρώτων υλών.

2.36. ΜΥΡΩΔΑΤΟ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ

Η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ ΜΥΡΩΔΑΤΟ δραστηριοποιείται στον Αγροτοδιατροφικό τομέα δημιουργώντας υψηλής ποιότητας τρόφιμα από αγνές πρώτες ύλες.

Η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ στεγάζεται σε πλήρες διαμορφωμένο εργαστήριο 250 m² σύμφωνα με τους προβλεπόμενους κανονισμούς του Ε.Φ.Ε.Τ σε οικόπεδο 2.5 στρεμμάτων. Διαθέτει πλυντήριο καθαρισμού – πλυσίματος πρώτων υλών , 2 μύλους άλεσης , αποφλοιωτή 2 αεροθερμικούς περιστροφικούς φούρνους αερίου , καζάνι INOX με μίκτη χωρητικότητας 400 κιλών.

Η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ αποτελεί ένα διαφορετικό μοντέλο ανάπτυξης της οικονομίας . Αξιοποιεί τις κοινωνικές δυνάμεις και ωθεί σε μια πιο δημιουργική προοπτική που παράγει αγαθά. Στην Ελληνική διατροφική παράδοση το γευστικό αποτέλεσμα , συνδυάζεται αρμονικά με την υψηλή διατροφική αξία.

Τα τοπικά προϊόντα αποτελούν ένα σημαντικό δυνατό σημείο, καθώς οι καταναλωτές ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για τα προϊόντα που προέρχονται από την περιοχή τους, τα οποία συχνά συνδέονται με πιο φρέσκα, πιο αυθεντικά και πιο υγιεινά προϊόντα.

Ωστόσο, η χρηματοδότηση είναι ένα σημαντικό αδύνατο σημείο της ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. Είναι σημαντικό για την ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ να εξετάσει τις διαθέσιμες επιλογές της, να αναπτύξει σχέδια για τη βελτίωση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση και να προσαρμόσει τη στρατηγική της ανάλογα.

Οι προβληματισμοί για την επαγγελματική στέγη, ίσως συνδέονται με την ανάγκη για έναν πιο κατάλληλο χώρο παραγωγής ή την ανάγκη να προσαρμοστεί η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. σε νέες ρυθμίσεις και προδιαγραφές.

Αν και η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ δεν προβλέπει συγκεκριμένες ευκαιρίες για το μέλλον, είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι οι προκλήσεις μπορεί να αναδείξουν ακριβώς τις ευκαιρίες. Η αναγνώριση των αδυναμιών και των κινδύνων είναι το πρώτο βήμα για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής που μπορεί να αντιμετωπίσει αυτά τα ζητήματα. Η δυσκολία στη χρηματοδότηση, για παράδειγμα, μπορεί να οδηγήσει σε πιο δημιουργικές λύσεις για την παραγωγή ή τη διανομή. Επίσης, η αναγνώριση της ανάγκης για βελτιωμένη τεχνολογία μπορεί να οδηγήσει σε συνεργασίες με τεχνολογικές εταιρείες ή ερευνητικά ινστιτούτα. Ακόμη και στις πιο δύσκολες περιόδους, η ικανότητα να βλέπουμε πέρα από τα προβλήματα και να αναζητούμε νέους τρόπους για να προσαρμοζόμαστε και να αναπτυσσόμαστε είναι ζωτικής σημασίας.

Τέλος, ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ παρουσιάζει σημαντικές προοπτικές στον τομέα των εξαγωγών. Η διεθνής αγορά αναζητά συνεχώς τοπικά προϊόντα που χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα και παραδοσιακές μεθόδους

παραγωγής. Ειδικά τα προϊόντα που παράγονται με φυσικές διαδικασίες, χωρίς τη χρήση χημικών πρόσθετων, αποτελούν προτεραιότητα για τους καταναλωτές σε πολλές αγορές, όπως η Ευρώπη, η Βόρεια Αμερική, αλλά και η Ασία.

2.37. Yiota Farm

Η επιχείρηση Yiota Farm παράγει αυγά ελευθέρως βοσκής και λειτουργεί από το 2015. Το αγρόκτημα βρίσκεται στο 6ο χλμ. Αλεξανδρούπολης – Μάκρης.

Ένα δυνατό στοιχείο της επιχείρησης είναι η ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων. Οι καταναλωτές σήμερα είναι πιο ενημερωμένοι και αναζητούν προϊόντα που παράγονται με βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές, κάτι που τα αυγά ελευθέρως βοσκής προσφέρουν.

Ωστόσο, ένα αδύναμο σημείο είναι η τιμή. Τα αυγά ελευθέρως βοσκής, λόγω των πιο εξειδικευμένων και βιώσιμων μεθόδων παραγωγής τους, τείνουν να είναι πιο ακριβά σε σύγκριση με τα συμβατικά αυγά. Αυτό μπορεί να επηρεάσει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης στην αγορά, ειδικά αν οι καταναλωτές δεν είναι πλήρως ενημερωμένοι για τα πλεονεκτήματα των αυγών ελευθέρως βοσκής.

Είναι ενδιαφέρον να σημειώσουμε ότι η επιχείρηση δεν αναφέρει κάποιους ενδεχόμενους κινδύνους ή ευκαιρίες για το μέλλον της επιχείρησης. Αυτό μπορεί να ερμηνευτεί ως ένδειξη σταθερότητας και αυτοπεποίθησης στην τρέχουσα στρατηγική της. Η έμφαση στα τοπικά προϊόντα και η υψηλή ποιότητα τους ίσως έχει καθιερώσει την επιχείρηση ως έναν αξιόπιστο προμηθευτή στην αγορά. Ωστόσο, η απουσία προβληματισμού για το μέλλον μπορεί να αντικατοπτρίζει είτε μια πλήρη κατανόηση της αγοράς και των προκλήσεών της, είτε μια πιθανή υπερβολική αυτοπεποίθηση.

Η εταιρεία μπορεί να επωφεληθεί εξετάζοντας νέες τεχνικές και πρακτικές για να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά της, βελτιώνοντας την επικοινωνία της με τους πελάτες και αξιοποιώντας τις τελευταίες τεχνολογικές τάσεις για να παρέχει γρηγορότερη και πιο αποτελεσματική εξυπηρέτηση.

Συνολικά, η επιχείρηση φαίνεται να έχει μια σταθερή βάση με έμφαση στην ποιότητα, αλλά θα μπορούσε να ωφεληθεί από μια πιο βαθιά ανάλυση της αγοράς και των οικονομικών της. Είναι σημαντικό για την επιχείρηση να παρακολουθεί συνεχώς τις ανάγκες της αγοράς, να αναζητά καινοτομίες, να επενδύει σε πόρους που θα την βοηθήσουν να βελτιώσει τη θέση της στην αγορά και να προσαρμόζεται αναλόγως, εκμεταλλευόμενη τις δυνατότητές της και αντιμετωπίζοντας τις προκλήσεις που παρουσιάζονται.

2.38. ΠΤΗΝΟΤΡΟΦΕΙΑ ΑΦΟΙ ΚΥΡΙΑΚΙΔΗ Α.Ε.

Τα πτηνοτροφεία Αφοί Κυριακίδη Α.Ε βρίσκονται στο 6ο Χλμ Ξανθης Καβαλας και είναι πλήρως εξοπλισμένα και αυτόνομα. Ιδρύθηκαν το 1960 από τους αδερφούς Κυριακίδη, οικογένεια με παράδοση στην πτηνοτροφία. Εδώ και χρόνια συνεχίζει και λειτουργεί από τους υιούς αυτών, οι οποίοι έχουν αποκτήσει την απαραίτητη εμπειρία στην εκτροφή και διάθεση αυγών.

Τα πτηνοτροφεία Αφοί Κυριακίδη Α.Ε. είναι μία παραγωγική μονάδα, όπου ο μόνος συνεργάτης της είναι η Αυγοδιατροφική Α.Ε. καθημερινά το ωσσκοπικό της κέντρο διαχειρίζεται, αποθηκεύσει και αποστέλλει προς την Αυγοδιατροφική Α.Ε. γύρω στις 50.000 αυγά, τα οποία είναι έτοιμα προς διάθεση από τον στόλο των ιδιόκτητων φορτηγών ψυγείων της. Διαθέτει 3 θαλάμους ωτόκων ζωοτροφών, ένα αναθρεπτήριο νεοσσών, ένα σύγχρονο παρασκευαστήριο ζωοτροφών και ένα ωσσκοπικό κέντρο. Η μονάδα είναι πιστοποιημένη με το απαραίτητο πιστοποιητικό HACCP για την παραγωγή, ωσκόπηση, τυποποίηση, συσκευασία αυγών εφαρμόζοντας όλες τις απαραίτητες αναλύσεις σε κάθε στάδιο της παραγωγής. Διασφαλίζουν πάντα τον πελάτη για την ποιότητα των προϊόντων, με τακτικές αναλύσεις των αυγών, αλλά και με καθημερινούς ελέγχου των πτηνών.

Η επιχείρηση έχει καταφέρει να διασφαλίσει μια υψηλή ποιότητα στην εξυπηρέτηση των πελατών, πράγμα που αποτελεί ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αυτή η ποιότητα εξυπηρέτησης προκύπτει από την εκπαίδευση του προσωπικού, τη γρήγορη ανταπόκριση σε αιτήματα πελατών, την ικανότητα προσαρμογής σε ειδικές ανάγκες καθώς και τη συνεχή αναζήτηση βελτίωσης μέσω της ανατροφοδότησης που λαμβάνει από τους πελάτες. Αυτός ο τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης την ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη και την προτίμηση των πελατών προς τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της.

Ωστόσο, ένα σημαντικό ζήτημα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση είναι οι τιμές των προϊόντων της, που φαίνεται να αποτελούν ένα αδύνατο σημείο. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως τα υψηλά κόστη παραγωγής, που προκύπτουν από την επιλογή να διατηρηθεί η υψηλή ποιότητα των πρώτων υλών ή από τις απαιτήσεις για εξειδικευμένο προσωπικό. Επίσης, η επιχείρηση μπορεί να έχει καθυστερήσει να προσαρμοστεί σε νέες τεχνολογίες ή σε πιο αποτελεσματικές μεθόδους παραγωγής που θα μπορούσαν να μειώσουν τα κόστη. Αυτός ο παράγοντας ενδέχεται να επηρεάζει την ικανότητα της επιχείρησης να ανταγωνίζεται στην αγορά, ειδικά αν οι ανταγωνιστές προσφέρουν παρόμοια ποιότητα προϊόντων σε χαμηλότερες τιμές. Είναι ζωτικής σημασίας για την επιχείρηση να αναλύσει αυτό το θέμα και να εξετάσει τρόπους βελτίωσης της τιμολογιακής της πολιτικής, χωρίς να θυσιάσει την ποιότητα που την χαρακτηρίζει.

Η εταιρεία δεν βλέπει συγκεκριμένους κινδύνους ή ευκαιρίες που μπορεί να επηρεάσουν τη λειτουργία της στο άμεσο μέλλον. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι η επιχείρηση βρίσκεται σε μια φάση σταθερότητας, είναι ικανοποιημένη με την

τρέχουσα κατάσταση της και δεν αναμένει σημαντικές αλλαγές στο προσεχές μέλλον.

2.39. Οινοποιείο Μπασδάνη

Το παραδοσιακό οινοποιείο και αποστακτήριο του Βασίλη Μπασδάνη βρίσκεται στη Νίψα Αλεξανδρούπολης.

Η δημιουργία του αποστακτηρίου αποτελεί μια προσπάθεια του Βασίλη, ενός νέου επιστήμονα και οινοπαραγωγού, και της οικογένειάς του με πολύ προσωπική εργασία και πάνω από όλα μεράκι και αγάπη. Στο παραδοσιακό αποστακτήριο και οινοποιείο λειτουργούν δύο άμβυκες και ακολουθείται πιστά όλη η μυσταγωγία της απόσταξης, δίνοντας αποτέλεσμα που σε ανταμείβει.

Στον κλάδο της οινοποιίας, η ποιότητα του προϊόντος είναι ένας κρίσιμος παράγοντας για την επιτυχία μιας επιχείρησης, και το συγκεκριμένο οινοποιείο φαίνεται να έχει επιτύχει σε αυτόν τον τομέα.

Όμως, τα αδύνατα σημεία της επιχείρησης, όπως το περιορισμένο κεφάλαιο και η έλλειψη δικτύωσης, μπορεί να επηρεάσουν την ικανότητά της να ανταποκρίνεται σε νέες ευκαιρίες ή να αντιμετωπίζει τον ανταγωνισμό. Η οικονομική ευημερία και η δυνατότητα για δικτύωση είναι δύο κρίσιμοι παράγοντες για την ανάπτυξη και τη σταθερότητα μιας επιχείρησης, ειδικά στον ανταγωνιστικό τομέα της οινοποιίας. Όταν μια επιχείρηση αντιμετωπίζει περιορισμούς στο κεφάλαιό της, τα περιθώρια ευελιξίας σε περιόδους οικονομικής αβεβαιότητας ή κατά την εκμετάλλευση νέων ευκαιριών μπορεί να είναι περιορισμένα. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι η επιχείρηση είναι λιγότερο ανταγωνιστική σε σχέση με άλλες που διαθέτουν περισσότερους πόρους. Επιπλέον, η δικτύωση είναι ένας παράγοντας που μπορεί να δημιουργήσει σημαντικές ευκαιρίες για την επιχείρηση. Ένα δυνατό δίκτυο σχέσεων με τους προμηθευτές, τους συνεργάτες και τους πελάτες μπορεί να ανοίξει πόρτες για νέες αγορές, καλύτερες τιμές προμηθειών ή ακόμη και στρατηγικές συνεργασίες. Ωστόσο, η έλλειψη δικτύωσης μπορεί να περιορίσει την πρόσβαση σε αυτές τις ευκαιρίες, καθιστώντας την επιχείρηση πιο ευάλωτη σε απρόβλεπτες αλλαγές στην αγορά.

Η χρηματοδότηση μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία, η οποία θα επιτρέψει στην επιχείρηση να επεκτείνει τις δραστηριότητές της και να ενισχύσει τη θέση της στην αγορά.

Ο κλάδος έχει μεγάλες προοπτικές, με τον οινοτουρισμό και τις εκθέσεις να αποτελούν δύο κύριες πηγές ανάπτυξης. Ο οινοτουρισμός, πέρα από την παρουσίαση των τεχνικών και των διαδικασιών παραγωγής, προσφέρει στους καταναλωτές μια μοναδική εμπειρία, όπου η γεύση του κρασιού συνδυάζεται με την γνώση της προέλευσης και της ιστορίας του. Είναι μια ευκαιρία για τους καταναλωτές να διαπιστώσουν την ποιότητα των προϊόντων, αλλά και για την επιχείρηση να δημιουργήσει μια πιστή βάση πελατών που εκτιμούν τον αυθεντικό χαρακτήρα των προϊόντων της. Από την άλλη πλευρά, οι εκθέσεις δίνουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους σε ένα ευρύτερο κοινό, ανοίγοντας τον δρόμο για νέες αγορές, νέες συνεργασίες και να διευρύνουν

το πελατολόγιο τους. Είναι επίσης μια ευκαιρία να ανταλλάξουν απόψεις και τεχνικές με άλλους παραγωγούς, δημιουργώντας έτσι συνεργασίες που μπορούν να ενισχύσουν τον κλάδο συνολικά.

2.40. ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΓΚΟΥΤΣΙΔΗ

Η ιστορία του οινοποιείου Γκουτσίδη ξεκίνησε το 1997. Στους ιδιόκτητους αμπελώνες, έκτασης 75 στρεμμάτων καλλιεργούνται μερικές από τις σημαντικότερες γηγενείς και ξενικές ποικιλίες. Η οινοποίηση πραγματοποιείται στο μικρό οινοποιείο, σε απόσταση λίγων εκατοντάδων μέτρων από τους αμπελώνες. Το εξαιρετικό terroir των αμπελώνων, η βιολογική καλλιέργεια, οι χαμηλές στρεμματικές αποδόσεις και η ευγενής μεταχείριση του αρωματικού και πολυφαινολικού δυναμικού της κάθε ποικιλίας συμβάλλουν στη δημιουργία οίνων υψηλής ποιότητας και διατροφικής αξίας.

Οι αμπελώνες Γκουτσίδη βρίσκονται στα Δίκαια του Έβρου στο τρίγωνο Ελλάδας-Βουλγαρίας-Τουρκίας. Το αμπελοτόπι αυτό εκτείνεται πάνω σε λόφους όπου βρίσκονται αρχαίοι Θρακικοί τύμβοι γι' αυτό και ονομάζεται «τούμπες αμπελώνων Δικαίων» και είναι καταγεγραμμένο ήδη από το 16ο αιώνα από τον Τούρκο ιστορικό και περιηγητή Εβλιγιά Τσελεμπί.

Τα δυνατά σημεία του οινοποιείου είναι η υψηλής ποιότητας α ύλη και η γκάμα των προϊόντων. Αυτά τα στοιχεία δίνουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση να ξεχωρίζει στην αγορά και να προσφέρει ένα προϊόν που είναι δύσκολο να αντιγραφεί από τον ανταγωνισμό.

Ωστόσο, τα αδύνατα σημεία στην επικοινωνία και την προώθηση είναι σημεία που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Είναι απαραίτητο για κάθε επιχείρηση να επικοινωνεί αποτελεσματικά τις αξίες και τα προϊόντα της, καθώς και να προωθεί το επιχειρηματικό της μοντέλο.

Από την άλλη πλευρά, οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει, όπως η έλλειψη εργατικού δυναμικού, η κλιματική αλλαγή και η συνταξιοδότηση του προσωπικού, είναι προβλήματα που αφορούν τη βιωσιμότητα και τη συνέχιση των λειτουργιών της επιχείρησης στο μέλλον. Παρ' όλα αυτά, η προοπτική αύξησης των πωλήσεων σε μεγαλύτερες αγορές και η ένταξη σε ένα δίκτυο χονδρικής είναι ευκαιρίες που μπορούν να προσφέρουν ανάπτυξη και επέκταση στην επιχείρηση, αντισταθμίζοντας τους υπάρχοντες κινδύνους.

Ο κλάδος αντιμετωπίζει ορισμένους φραγμούς και προβλήματα, ανάμεσα στα οποία ξεχωρίζει η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και η γεωγραφική δυσπρόσιτη τοποθεσία. Οι δυσκολίες στην πρόσληψη και εκπαίδευση ειδικευμένων εργαζομένων μπορεί να επηρεάσουν την ποιότητα της παραγωγής, ενώ η δυσκολία πρόσβασης στην περιοχή μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο για την ευρύτερη διάδοση των προϊόντων. Εν τούτοις, ο κλάδος παρουσιάζει ενδιαφέρουσες προοπτικές, κυρίως μέσω της χρήσης παραδοσιακών ποικιλιών.

2.41. Μέλι Ορμενίου

Το «Μέλι Ορμενίου» ιδρύθηκε πριν από 6 χρόνια από τον Τριαντάφυλλο Μολδοβανίδη.

Η επιχείρηση παράγει και συσκευάζει: Μέλι δάσους, Μέλι λεβάντας, Μέλι ποικίλης ανθοφορίας

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η ποιότητα του μελιού που παράγει, τονίζοντας το φυσικό χαρακτήρα του προϊόντος που προέρχεται από την τοπική χλωρίδα. Επιπλέον, η άμεση επαφή με τον πελάτη και η δυνατότητα συμμετοχής του κοινού στις διαδικασίες παραγωγής αποτελούν μοναδικά στοιχεία που δίνουν προστιθέμενη αξία στο προϊόν.

Σαν αδύνατα σημεία μπορούν να χαρακτηριστούν οι γεωγραφικοί περιορισμοί αλλά και το κόστος του μάρκετινγκ. Πρώτον, οι γεωγραφικοί περιορισμοί της τοποθεσίας της μπορεί να δυσχεραίνουν την είσοδο της εταιρείας σε νέες αγορές ή την επέκτασή της σε περιοχές με μεγαλύτερη καταναλωτική ζήτηση. Αυτό μπορεί να περιορίζει τις ευκαιρίες για αύξηση των πωλήσεων και επέκταση του πελατολογίου. Δεύτερον, το κόστος του μάρκετινγκ αποτελεί επίσης ένα σημαντικό εμπόδιο. Η προώθηση ενός προϊόντος, ειδικά σε έναν τόσο ανταγωνιστικό τομέα, απαιτεί σημαντικές επενδύσεις. Ωστόσο, χωρίς επαρκείς πόρους για διαφήμιση και προώθηση, η εταιρεία μπορεί να βρεθεί σε μειονεκτική θέση σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

Επιπλέον, οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει η επιχείρηση, όπως η κλιματική αλλαγή, το αυξημένο κόστος και τα προβλήματα σχετικά με το ζωικό κεφάλαιο, μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την παραγωγή και την ποιότητα του προϊόντος. Συνεπώς, θα ήταν σημαντικό η επιχείρηση να επενδύσει σε στρατηγικές που θα ενισχύουν την προστασία των μελισσών, να εξετάσετε νέες τεχνικές μάρκετινγκ για να μειώσει το κόστος και να επεκτείνει το δίκτυο διανομής, υπερβαίνοντας τους γεωγραφικούς περιορισμούς.

Η επιχείρηση βλέπει με αισιοδοξία το μέλλον, αναγνωρίζοντας τις ευκαιρίες για μεγαλύτερη ανάπτυξη. Η δυνατότητα επέκτασης των δραστηριοτήτων, η είσοδος σε νέες αγορές, η διεύρυνση του πελατολογίου και η περαιτέρω εκμετάλλευση των δυνατών σημείων της, όπως η ποιότητα των προϊόντων της, μπορούν να αποτελέσουν βασικούς πυλώνες αυτής της ανάπτυξης. Με τη σωστή στρατηγική, την αναγνώριση των αναγκών της αγοράς και την προσαρμογή των προϊόντων και των υπηρεσιών της σε αυτές, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να διατηρηθεί ανταγωνιστική και να αποκτήσει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

2.42. Η Θρακιώτισσα

Η επιχείρηση της Ιντζέ Βασιλικής, «Η Θρακιώτισσα - Εργαστήριο Χειροποίητων Ζυμαρικών», ξεκίνησε τη λειτουργία της το 1988 σαν παραδοσιακό εργαστήριο παραγωγής Προϊόντων Ζύμης και ξεχώρισε για το Χειροποίητο Φύλλο της.

Η βασική αρχή και η φιλοσοφία της επιχείρησης ήταν και είναι μέχρι και σήμερα η παραγωγή του φύλλου να γίνεται με τον ίδιο πάντα αγνό και παραδοσιακό τρόπο, χειροποίητα. Εκεί οφείλεται και η επιτυχία του. Το παραδοσιακό φύλλο που είναι ειδικό για πίτες, παρασκευάζεται με αυστηρές προδιαγραφές υγιεινής, από άριστης ποιότητας αγνά υλικά και χωρίς συντηρητικά.

Το σημαντικότερο δυνατό στοιχείο της επιχείρησης είναι το χειροποίητο φύλλο του το οποίο έχει κερδίσει την αγάπη και την εκτίμηση των πελατών, αποτελώντας το κύριο χαρακτηριστικό της επιχείρησης.

Το κόστος αναδεικνύεται ως το κυρίως αδύνατο σημείο, πιθανώς λόγω της ανάγκης για υψηλή ποιότητα στα υλικά και στην παραγωγική διαδικασία.

Οι κίνδυνοι που αναγνωρίζονται αφορούν κυρίως την έλλειψη εργατικού δυναμικού και την ακρίβεια. Αυτό μπορεί να ερμηνευτεί ως έλλειψη ειδικευμένων εργαζομένων που είναι ικανοί να παράγουν προϊόντα υψηλής ποιότητας, καθώς και δυσκολίες στην διατήρηση της σταθερότητας και της ποιότητας των προϊόντων.

Επίσης, η επιχείρηση δεν αναγνωρίζει ευκαιρίες για μελλοντική ανάπτυξη, κάτι που μπορεί να σημαίνει ότι βλέπει το μέλλον με σκεπτικισμό ή ότι υπάρχει ανάγκη για αναθεώρηση και βελτίωση της στρατηγικής και των λειτουργικών της διαδικασιών. Είναι σαφές ότι υπάρχει ανάγκη για αλλαγές και βελτιώσεις, ώστε να ενισχυθούν τα δυνατά σημεία και να μετριαστούν τα αδύνατα.

Ένας από τους σημαντικότερους φραγμούς στον κλάδο είναι τα υψηλά κόστη, κάτι που αναδεικνύεται ως βασικό πρόβλημα στην ανάπτυξη και επέκταση των επιχειρήσεων του κλάδου. Τα κόστη μπορεί να αφορούν το κόστος των πρώτων υλών αλλά και τις επιπλέον δαπάνες που αφορούν στην παραγωγή και διάθεση των προϊόντων στην αγορά.

Όσον αφορά τις προοπτικές του κλάδου, φαίνεται ότι η τοπική αγορά δεν προσφέρει περιθώρια για ανάπτυξη. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως το μέγεθος της αγοράς και ο ανταγωνισμός.

Σε σχέση με την επιχείρηση, το γεγονός ότι δεν αναγνωρίζει προοπτικές για μελλοντική ανάπτυξη θα μπορούσε να οφείλεται στη δυσκολία διείσδυσης σε νέες αγορές ή και στην έλλειψη πόρων για επένδυση και ανάπτυξη. Είναι σαφές ότι υπάρχει ανάγκη για αναθεώρηση της επιχειρηματικής στρατηγικής και για αναζήτηση νέων δυνατοτήτων και ευκαιριών.

2.43. ΟΥΛΙΑΝΟΥΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Η Η bioaromatics (ΟΥΛΙΑΝΟΥΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ) είναι μια οικογενειακή επιχείρηση με έδρα στο Νομό Έβρου, η οποία δραστηριοποιείται στην βιολογική καλλιέργεια της λεβάντας, της ρίγανης και του βαλσαμόχορτου (σπαθόχορτου) από το 2012.

Όλα τα προϊόντα καλλιεργούνται και τυποποιούνται στην περιοχή της Αλεξανδρούπολης. Στόχος της επιχείρησης είναι η άριστη ποιότητα τόσο σε καθαρότητα όσο και στο άρωμα των προϊόντων, τα οποία είναι ιδανικά και για ιατρική χρήση.

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η υψηλή ποιότητα των προϊόντων που παράγει. Η ποιότητα στα αρωματικά φυτά μπορεί να αναδείξει την επιχείρηση σε έναν σκληρό ανταγωνιστικό τομέα, όπου οι καταναλωτές αναζητούν τα καλύτερα προϊόντα για την υγεία και την ευεξία τους.

Ωστόσο, η δυσκολία εκμηχάνησης της παραγωγής και η επέκταση στις αγορές μπορεί να αποτελέσουν σημαντικά αδύνατα σημεία. Η εκμηχάνηση μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση της παραγωγικότητας και στη μείωση του κόστους, ενώ η επέκταση στις αγορές μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις και τα έσοδα.

Στους προβλεπόμενους κινδύνους περιλαμβάνεται το αυξημένο κόστος υλικών συσκευασίας και το κόστος εξαγωγής του ελαιόλαδου και των αιθέριων ελαίων. Αυτό μπορεί να επηρεάσει την τιμολόγηση των προϊόντων και την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης στην αγορά.

Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν ευκαιρίες για την επιχείρηση σε αγορές του εξωτερικού αλλά και στις τοπικές αγορές. Επίσης, η φαρμακοβιομηχανία μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική αγορά, καθώς η ζήτηση για φυσικά προϊόντα και αιθέρια έλαια συνεχίζει να αυξάνεται.

Οι φραγμοί που αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας στον κλάδο μπορεί να ποικίλουν. Συγκεκριμένα, η δυσκολία προώθησης των προϊόντων στην αγορά μπορεί να αποτελεί ένα σημαντικό εμπόδιο, ιδιαίτερα σε έναν τομέα που έχει πολλούς ανταγωνιστές. Επιπλέον, η έλλειψη χρηματοδότησης της καλλιέργειας των αρωματικών φυτών μπορεί να επηρεάσει την παραγωγή και την ποιότητα των προϊόντων.

Ωστόσο, οι προοπτικές για τον κλάδο είναι πολλά υποσχόμενες. Η χρήση βιολογικών μεθόδων καλλιέργειας προσδίδει αξία στα προϊόντα, ενώ το ιδιαίτερο κλίμα της Ελλάδας προσδίδει μοναδικά χαρακτηριστικά στα αρωματικά φυτά που χρησιμοποιούνται ως πρώτη ύλη.

Από την πλευρά της επιχείρησης, η ποιότητα των προϊόντων μπορεί να αποτελεί το κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την είσοδο σε διεθνείς αγορές. Ενώ η προώθηση των προϊόντων και η εξασφάλιση της χρηματοδότησης μπορεί να

αποτελούν προκλήσεις, η υψηλή ποιότητα των προϊόντων και η βιολογική καλλιέργεια μπορούν να προσφέρουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

2.44. Παπαδοπούλου Φωτεινή

Η επιχείρηση ξεκίνησε τη λειτουργία της πριν από δύο έτη με κύριο αντικείμενο την παραγωγή μελιού και άλλων προϊόντων μέλισσας, καθώς και προϊόντων οικοτεχνίας.

Παράγει μελί ανθέων, δάσους, καθώς και αμιγείς ποικιλίες μελιών όπως ακακία, λεβάντα και ερείκη. Παρασκευάζει βάμμα πρόπολης, κεραλοιφές, ενυδατικά βάλασμα χειλιών και προσώπου και αρωματικά κεριά με πρώτη ύλη το φυσικό κεριό μέλισσας. Τέλος, συλλεγεί και διαθέτει φρέσκια γύρη από τη χλωρίδα της θρακικής γης.

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησής βασίζονται στην προσφορά ποιοτικών προϊόντων, με ιδιαίτερη έμφαση στην άμεση επαφή και την κοντινή σχέση με τον παραγωγό. Αυτό επιτρέπει στην επιχείρηση να κατανοεί τις ανάγκες τους και να προσαρμόζει τα προϊόντα της αναλόγως.

Ωστόσο, υπάρχουν και αδύνατα σημεία. Το μάρκετινγκ είναι ένας τομέας στον οποίο χρειάζεται περισσότερη προσοχή και επένδυση, ώστε να βελτιώσει η επιχείρηση την παρουσία της στην αγορά.

Όσον αφορά τους κινδύνους, η πιθανή αύξηση των τιμών των υλικών ή των εφοδιαστικών μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις στη δυνατότητα της να προσφέρει ανταγωνιστικές τιμές.

Επίσης, για το μέλλον, παρόλο που η επιχείρηση δεν προβλέπει συγκεκριμένες ευκαιρίες θα πρέπει να είναι πάντα ανοιχτή σε νέες ιδέες και ευκαιρίες που μπορεί να προκύψουν.

Ο κλάδος αντιμετωπίζει σημαντικούς φραγμούς και προβλήματα, με κύριο εκ των οποίων την αστάθεια στην παραγωγή και τα έσοδα των μελισσοκόμων τα οποία δεν είναι σταθερά. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε περιβαλλοντικούς παράγοντες, αλλαγές στο κλίμα, αλλά και σε ζητήματα υγείας των μελισσών.

Παρά τις προκλήσεις, υπάρχει μια γενικότερη προοπτική για αύξηση της παραγωγής στον κλάδο. Αυτό μπορεί να οφείλεται στην αυξανόμενη ζήτηση για φυσικά προϊόντα, την ενημέρωση του κοινού για τα οφέλη του μελιού και την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και πρακτικών που βοηθούν στην αειφορία της μελισσοκομίας.

Η επιχείρηση επιδιώκει τη σταθερότητα στην παραγωγή και τις πωλήσεις, ενώ ταυτόχρονα εξετάζει τρόπους για επέκταση, τόσο σε νέα προϊόντα όσο και σε νέες αγορές. Η στενή σχέση με τους μελισσοκόμους και η κατανόηση των αναγκών τους της παρέχει έναν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Επιπλέον, η επιχείρηση θα πρέπει να προβλέψει την ενίσχυση των δράσεων μάρκετινγκ και προώθησης, ώστε να αυξηθεί η αναγνωρισιμότητα της και να προσελκύσει νέο κοινό.

2.45. Άρωμα Έβρου

Η Οικοτεχνία Άρωμα Έβρου δραστηριοποιείται στην παραγωγή, επεξεργασία και συσκευασία Λεβάντας. Βασικό τους μέλημα η άριστη ποιότητα, διατηρώντας αναλλοίωτες τις ιδιότητες του Αρωματικού Φυτού της Λεβάντας, δίνοντας την δυνατότητα στο κάθε πελάτη ξεχωριστά, με τις πιο προσιτές τιμές.

Ένα από τα δυνατά σημεία είναι η επικοινωνία μεταξύ των συνεργατών τους. Η συνεργασία και η επικοινωνία μεταξύ των μελών της επιχείρησης είναι αποτελεσματική και συμβάλλει στην ομαλή λειτουργία της οικοτεχνίας.

Αδύνατο σημείο είναι ο περιορισμένος χρόνος που διαθέτουν οι ιδιοκτήτες για την υλοποίηση πολλών ιδεών. Ο χρόνος μπορεί να αποτελέσει περιοριστικό παράγοντα στην ανάπτυξη και την υλοποίηση καινοτόμων ιδεών.

Ο μεγαλύτερος κίνδυνος που αντιμετωπίζει η επιχείρηση είναι κυρίως εσωτερικός, που προκύπτει από τις αποφάσεις και τις ενέργειες της ίδιας της επιχείρησης.

Σχετικά με τις ευκαιρίες για την επιχείρηση, πάντα υπάρχει πιθανότητα και ελπίδα αυτοβελτίωσης. υπάρχουν ευκαιρίες στο να αναπτύξουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες που να ικανοποιούν τις ανάγκες της αγοράς και να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά της.

Για τον κλάδο όπου δραστηριοποιείται η οικοτεχνία, ένας από τους κύριους φραγμούς είναι ότι δεν ανήκει στους κλάδους πρωταρχικής σημασίας, όπως ο τομέας τροφίμων. Αυτό έχει οδηγήσει σε πτώση της αγοράς, ειδικά με την εμφάνιση του COVID-19 και των συνεπειών του, καθώς και με την τρέχουσα παγκόσμια κατάσταση.

Όμως, παρά τις δυσκολίες, ότι υπάρχουν προοπτικές ανάκαμψης για τον κλάδο. Μερικοί τρόποι με τους οποίους μπορεί να ανακάμψει ο κλάδος είναι μέσω καινοτομίας και κα προϊόντων υψηλής ποιότητας, επέκταση στις νέες αγορές, ψηφιακή προσαρμογή, βελτίωση της απόδοσης καθώς και ενίσχυση της παρουσίας των επιχειρήσεων στα κοινωνικά μέσα και στο διαδίκτυο.

Σχετικά με την εξέλιξη της επιχείρησης, σχεδιάζουν να αυξήσουν τον αριθμό των εργαζομένων και να δημιουργήσουν ακόμα περισσότερα προϊόντα. Υπάρχει αυξημένη ζήτηση για τα προϊόντα τους και σκοπεύουν να επεκτείνουν την παραγωγή για να ικανοποιήσουμε αυτήν την αυξημένη ζήτηση.

Συνολικά, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες που προσφέρονται στον κλάδο της Λεβάντας, αναπτύσσοντας καινοτόμα προϊόντα, διατηρώντας την υψηλής ποιότητας των προϊόντων, βελτιώνοντας τη διαχείριση του χρόνου και αυτοματοποιώντας τις διαδικασίες, επεκτείνοντας την παρουσία της στην αγορά και με την δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών για αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Οι παραπάνω προτάσεις μπορούν να συμβάλλουν στη

βελτίωση της επιχείρησής και στην αντιμετώπιση των προκλήσεων που αντιμετωπίζει, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητά σας στην αγορά.

2.46. Telios evrosnuts

Η επιχείρηση εξειδικεύεται στην παραγωγή και εμπορία ξηρών καρπών, Βιολογικής Γεωργίας. Το 45 στρεμμάτων αγρόκτημα διαθέτει πιστοποιημένα δένδρα καρυδιάς (ποικιλία Chandler) και αμυγδαλιάς (ποικιλιών Vairo, Feragnes και Bueno) τα οποία καλλιεργούνται με φυσικούς τρόπους ώστε ο καρπός να διατηρεί τη φυσική του γεύση και να φτάνει στα χέρια του τελικού καταναλωτή με τη λιγότερη δυνατή επεξεργασία.

Οι ιδιοκτήτες είναι περήφανοι για την διατήρηση ολόκληρου του καρπού στις συσκευασίες αλλά και για το γεγονός ότι το κέλυφος ήδη λαμβάνει εξαιρετικές κριτικές από τους συνεργάτες τους. Σκοπός τους είναι η συστηματική βελτίωση των καλλιεργειών, εφαρμόζοντας φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους και μέσω λεπτομερών ελέγχων για να συνεχίσουν να προσφέρουν ξεχωριστά προϊόντα από την εύφορη γη του Έβρου.

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι τα εξής:

- Υψηλή ποιότητα προϊόντων: Η φυσική καλλιέργεια και η ποικιλία των δένδρων διασφαλίζουν υψηλή ποιότητα των καρπών.
- Βιολογική γεωργία: Η πιστοποίηση βιολογικής γεωργίας αυξάνει την αξία των προϊόντων της επιχείρησης.
- Φυσική διατήρηση γεύσης: Ο καρπός διατηρεί την φυσική του γεύση χωρίς υπερ-επεξεργασία.

Ενώ τα αδύνατα σημεία της επιχείρησης είναι:

- Η έλλειψη χρηματοδότησης: Η ανάπτυξη και η διατήρηση της επιχείρησης απαιτεί σταθερή χρηματοδότηση.
- Περιορισμένη διαθεσιμότητα κεφαλαίου: Η ανάπτυξη της επιχείρησης μπορεί να είναι περιορισμένη λόγω έλλειψης κεφαλαίου.

Παρόλο που η επιχείρηση δεν προβλέπει κινδύνους, η αγορά είναι δυναμική και υπάρχουν πάντα ανεξέλεγκτοι παράγοντες που μπορεί να την επηρεάσουν. Όσον αφορά τις ευκαιρίες αυτές μπορεί να είναι η αύξηση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών για τα βιολογικά προϊόντα αλλά και επέκταση της επιχείρησης σε νέες αγορές. Αυτές οι ευκαιρίες μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη και επιτυχία της επιχείρησης στο μέλλον.

Η έλλειψη υποδομών και στήριξης από το κράτος καθώς και οι περιφερειακές συνθήκες και περιορισμοί μπορεί να επηρεάσουν γενικότερα τη λειτουργία του κλάδου. Ωστόσο, παρά τα προβλήματα, ο κλάδος φαίνεται να έχει πολύ καλές προοπτικές. Συνεπώς, η επιχείρησή έχει πολλές ευκαιρίες για ανάπτυξη και εξέλιξη. Αυτό μπορεί να είναι πολύ θετικό για το μέλλον της επιχείρησης.

2.47. ΟΙΚΟΣ ΜΕΤΑΞΙΟΥ ΤΣΙΑΚΙΡΗ ΙΚΕ

Η Μεταξουργία ΤΣΙΑΚΙΡΗ παράγει από το 1954 γνήσια μεταξωτά προϊόντα βγαλμένα από τη Σουφλιώτικη παράδοση και με τη συνεχή δημιουργία νέων. Η παλαιότερη και μεγαλύτερη σήμερα επιχείρηση μεταξωτών ειδών στην Ελλάδα προσφέρει τόσο στους εμπορικούς της συνεργάτες σε όλη την Ελλάδα, όσο και στους επισκέπτες των καταστημάτων της την μεγαλύτερη σειρά μεταξωτών. Αποτέλεσε για πάρα πολλά χρόνια τον βασικό προμηθευτή όλων των επιχειρήσεων ένδυσης στην Ελλάδα που δημιουργούσαν ρούχα από μετάξι, όλων των επιχειρήσεων που έφτιαχναν μεταξωτά κεντήματα, αλλά και των καταστημάτων σε όλη την Ελλάδα που ήθελαν να έχουν μεταξωτά είδη αξιόπιστης προέλευσης και ποιότητας.

Παρά την κρίση που δημιουργήθηκε στον κλάδο τη δεκαετία του 90 λόγω της αθρόας εισαγωγής φθηνών ειδών από Κίνα και Ινδία, αλλά και την εξάπλωση τεχνητών ινών, όπως το ραιγιόν, η Εταιρεία με συνεχείς επενδύσεις και παραγωγή νέων προϊόντων, κατάφερε όχι μόνο να κρατηθεί, αλλά και να αναπτυχθεί. Εδώ και μερικά χρόνια έχει επεκταθεί και στο χώρο της λιανικής με τα καταστήματα "Μετάξι", που είναι είτε ιδιόκτητα, είτε με franchise.

Αποτελείται από ένα υφαντουργείο μεταξωτών υφασμάτων, το μεγαλύτερο από τα 2-3 που υπάρχουν (όλα στο Σουφλί), και ακόμη από σύγχρονο βαφείο-φινιριστήριο μεταξωτών υφασμάτων και τυποβαφείο. Τα τελευταία χρόνια, είναι η μόνη ελληνική επιχείρηση κλωστοϋφαντουργίας, που πέρασε και στην ψηφιακή εκτύπωση. Έτσι διανοίγονται όλες οι δυνατότητες, που προσφέρει σήμερα η ψηφιακή τεχνολογία: Άπειρα χρώματα, ποικιλία σχεδίων, συνεχής ανανέωση.

Τα Δυνατά Σημεία της επιχείρησης είναι:

Ποιότητα: Η επιχείρηση παράγει γνήσια μεταξωτά προϊόντα, κάτι που μπορεί να θεωρηθεί ως σημαντικό πλεονέκτημα για πελάτες που επιδιώκουν υψηλή ποιότητα.

Πρωτοτυπία: Η συνεχής δημιουργία νέων μεταξωτών προϊόντων αποτελεί ένα δυνατό σημείο, καθώς η επιχείρηση προσφέρει κάτι μοναδικό και ελκυστικό στην αγορά.

Καθετοποιημένη Παραγωγή: Η ικανότητά της επιχείρησης να προσαρμόζεται στις ανάγκες των πελατών με καθετοποιημένη παραγωγή μπορεί να αυξήσει την ικανοποίηση των πελατών και την πιστοποίηση των αναγκών τους.

Τα Αδύνατα Σημεία είναι τα εξής:

Ανταγωνισμός από τις εισαγωγές: Η αδυναμία να ανταγωνιστεί σε ποσότητα τις εισαγωγές από την Κίνα μπορεί να αποτελεί πρόκληση για την επιχείρηση, καθώς ο ανταγωνισμός μπορεί να επηρεάσει τις πωλήσεις.

Για να αντιμετωπίσει την πρόκληση του ανταγωνισμού από τις εισαγωγές, η επιχείρηση μπορεί να επικεντρωθεί στην περαιτέρω αναβάθμιση της ποιότητας, στην επικοινωνία των πλεονεκτημάτων των γνήσιων μεταξωτών προϊόντων και τη

διαφήμιση της πρωτοτυπίας και των εξειδικευμένων προϊόντων που προσφέρει. Επιπλέον, μπορεί να εξετάσει εναλλακτικές αγορές και κανάλια διανομής που μπορεί να επιτρέψουν στην επιχείρησή να αναπτυχθεί και να διαφοροποιηθεί περισσότερο.

Όσον αφορά τους κινδύνους αυτοί περιλαμβάνουν την κλιματική Αλλαγή καθώς και τις εισαγωγές αμφίβολης ποιότητας μεταξιού. Ωστόσο, υπάρχουν επίσης πολλές ευκαιρίες για την επιχείρησή όπως την επέκταση των καταστημάτων σε ολόκληρη την Ελλάδα και αύξηση των εξαγωγών.

Η επιχείρηση για να αντιμετωπίσει τους κινδύνους και να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες, μπορεί να είναι χρήσιμο να εξετάσει προσεκτικά τη στρατηγική της και να δημιουργήσει σχέδια για την προσαρμογή στις μελλοντικές αλλαγές στο περιβάλλον της επιχείρησης.

2.48. ΕΒΡΟΘΗΡΑΜΑ ΑΕ

Στο βορειότερο σημείο της Ελλάδας, στον ακριτικό Πεντάλοφο Έβρου, βρίσκεται η μονάδα εκτροφής θηραμάτων ΕΥΡΩΘΗΡΑΜΑ, η οποία παράλληλα παρέχει υψηλού επιπέδου υπηρεσίες φιλοξενίας. Πρόκειται για μια πρότυπη μονάδα όπου μπορεί κανείς να συνδυάσει μέρες ξεκούρασης και περιπάτων στα μονοπάτια μιας τεράστιας φυσικής, δασώδους έκτασης αλλά και να δει από τα εκθετήρια τα ζώα που εκτρέφονται εκεί. Ο ξενώνας είναι χτισμένος από πέτρα και ξύλο και είναι απόλυτα εναρμονισμένος με το φυσικό περιβάλλον. Τα δωμάτια του, μεγάλα και άνετα, που έχουν παραδοσιακά χρώματα, μπορείτε να απολαύσετε το παραδοσιακό τζάκι που διαθέτουν αλλά και την καταπληκτική θέα η οποία εκτείνεται μέχρι και κάποιες περιοχές της Βουλγαρίας και της Τουρκίας.

Ο έλεγχος όλων των σταδίων παραγωγής και διάθεσης του προϊόντος και το γεγονός ότι παρέχεται μια ολοκληρωμένη εμπειρία στους επισκέπτες, που συνδυάζει την εκτροφή θηραμάτων με την φιλοξενία, είναι ισχυρά πλεονεκτήματα.

Είναι κατανοητό ότι το κόστος παραγωγής μπορεί να αποτελεί ένα αδύνατο σημείο για την επιχείρηση, καθώς η διατήρηση ενός μεγάλου και φυσικά εναρμονισμένου χώρου εκτροφής θηραμάτων και ενός ποιοτικού ξενώνα μπορεί να απαιτεί σημαντικούς πόρους. Ωστόσο, αυτή η επένδυση σε υψηλή ποιότητα και φυσικό περιβάλλον μπορεί να αποτελέσει ένα μεγάλο πλεονέκτημα, καθώς προσελκύει τους επισκέπτες που αναζητούν αυθεντικές και χαλαρωτικές εμπειρίες στη φύση.

Για να αντιμετωπίσει η επιχείρηση το αυξημένο κόστος παραγωγής, μπορεί να εξετάσει τη διαφοροποίηση των τιμών που προσφέρει στους επισκέπτες ή να αναζητήσει επιδοτήσεις και χρηματοδοτική υποστήριξη. Επίσης, μπορεί να εξετάσει την αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό, επεκτείνοντας την παρουσία και το μάρκετινγκ για να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες και πελάτες.

Ένας σημαντικός κίνδυνος που θα μπορούσε να απειλήσει την επιχείρηση είναι η μείωση του τουρισμού στην περιοχή. Η επιχείρηση θα πρέπει να προσπαθήσει να παραμείνει ανθεκτική σε αυτόν τον κίνδυνο μέσω της διαφοροποίησης και της προσαρμογής στις αλλαγές.

Ωστόσο θα μπορούσαν στο μέλλον να αξιοποιηθούν ευκαιρίες, όπως η επέκταση της μονάδας και η περαιτέρω ανάπτυξη του ξενώνα. Εκτρέφοντας περισσότερα ζώα και ανακαινίζοντας τον χώρο, μπορούν να δημιουργηθούν ακόμη πιο ελκυστικές εμπειρίες για τους επισκέπτες και να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης στην αγορά.

2.49. Α. & Ι. ΤΙΑΚΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ

Η σχέση της οικογένειάς ΤΙΑΚΑ με τα αλλαντικά ξεκίνησε το 1950 στο Σουφλί του Έβρου. Πάνω από 70 χρόνια, τρεις γενιές ασχολούνται με την επεξεργασία κρέατος και την παραγωγή παραδοσιακών τοπικών αλλαντικών. Προϊόντα πασίγνωστα στον χώρο όπως ο διάσημος καβουρμάς, η παραδοσιακή Θρακιώτικη μπάμπο και φυσικά τα λουκάνικα που διατηρούν αναλλοίωτη την παραδοσιακή τους γεύση στο πέρασμα του χρόνου αφού η παρασκευή τους γίνεται με την μοναδική συνταγή της οικογένειας Τιάκα. Πρόκειται για μια οικογενειακή επιχείρηση, όπου βασικός στόχος είναι να εξασφαλίσουν την εμπιστοσύνη των πελατών παρέχοντας υπηρεσίες με υψηλό επίπεδο ποιότητας και ξεπερνώντας τις προσδοκίες τους, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται σε νέες προκλήσεις.

Στην επιχείρηση υπάρχουν ορισμένα δυνατά σημεία και αδύνατα. Τα δυνατά σημεία περιλαμβάνουν την υψηλή ποιότητα των προϊόντων και την παράδοση, που αποτελούν σταθερές αξίες. Τα αδύνατα σημεία περιλαμβάνουν το μάρκετινγκ, όπου χρειάζεται να βελτιώσουμε τις προσπάθειές μας.

Το μάρκετινγκ μπορεί να βελτιωθεί με αρκετούς τρόπους όπως πχ. αναγνώριση του κοινού - στόχου, υιοθέτηση στρατηγικής διαφοροποίησης, ανάπτυξη αποτελεσματικών προωθητικών εκστρατειών και διαφημίσεων, εκπαίδευση της ομάδας μάρκετινγκ, θέσπιση μέτρων και μετρήσιμων στόχων για το μάρκετινγκ και τακτική αξιολόγηση.

Στο μέλλον οι κύριοι κίνδυνοι που μπορεί να απειλήσουν την επιχείρηση είναι το αυξανόμενο κόστος παραγωγής και μεταφοράς. Προκειμένου να αντιμετωπιστεί αυτός ο κίνδυνος, θα πρέπει η επιχείρηση να εξετάσει προσεκτικά τις διαδικασίες παραγωγής και διανομής και να αναζητήσει τρόπους για την εξοικονόμηση κόστους.

Ωστόσο, προβλέπονται επίσης ευκαιρίες για την επιχείρησή στο μέλλον, όπως οι εξαγωγές στο εξωτερικό. Αυτό μπορεί να βοηθήσει να αυξηθεί η εισροή των εσόδων.

Για να αντιμετωπιστούν οι κίνδυνοι και να αξιοποιηθούν οι ευκαιρίες, η επιχείρηση μπορεί να σχεδιάσει και να εφαρμόσει στρατηγικές που θα την βοηθήσουν να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της και να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά της στο μέλλον.

2.50. ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΗΤΡΑ ΑΕ

Η ΔΗΜΗΤΡΑ Α.Ε. ιδρύθηκε το 1970 από την επιχειρηματία κα ΔΕΤΣΑΡΙΔΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ. Η έδρα της τότε ήταν στην Αμφιτρίτη, 20 χλμ. έξω από την Αλεξανδρούπολη. Μια μικρή εταιρία τότε με πολύ σκληρή δουλειά, αγάπη και ακλόνητους στόχους, κατόρθωσε να αποκτήσει το 1980 ιδιόκτητους χώρους συνολικής έκτασης 100 στρεμμάτων, στην Άνθεια Αλεξανδρούπολης (απέναντι από το αεροδρόμιο).

Δημιούργησε ένα υπερσύγχρονο εργοστάσιο παραγωγής ζωοτροφών, ένα εργοστάσιο αφυδάτωσης χλωρής μηδικής, σιλό χωρητικότητας 25.000 τόνων για αποθήκευση δημητριακών και άλλων πρώτων υλών, χημείο και αργότερα μονάδα παρασκευής pellets ξύλου. Στον ίδιο χώρο αργότερα το 1990, δημιούργησε νέα μονάδα με την επωνυμία ΒΟΒΟΣ Α.Ε.Β.Ε., παρασκευής τροφών για κατοικίδια ζώα (σκύλους και γάτες) και η οποία εμπορεύεται pellets ξύλου για καυστήρες και σόμπες χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης.

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης περιλαμβάνουν την ποιότητα και το εύρος των προϊόντων, καθώς η επιχείρηση διαθέτει ένα υπερσύγχρονο εργοστάσιο παραγωγής ζωοτροφών και μια σειρά από εγκαταστάσεις για την αποθήκευση δημητριακών και άλλων πρώτων υλών. Επιπλέον, η δυνατότητά να παράγετε pellets ξύλου αποτελεί πρόσθετο πλεονέκτημα.

Ωστόσο, ένα αδύνατο σημείο αναγνωρίζεται στον τομέα του μάρκετινγκ. Η επιχείρηση χρειάζεται βελτίωση στις προσπάθειες μάρκετινγκ.

Για να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει να αναλυθεί προσεκτικά η τρέχουσα κατάσταση, να αναπτυχθεί ένα σαφές σχέδιο μάρκετινγκ, να επενδύσει η επιχείρηση σε διαφήμιση και προβολή, να βελτιωθεί η διαδικτυακή παρουσία της και να διαχειριστεί αποτελεσματικά τα κοινωνικά μέσα και το διαδίκτυο. Η επαγγελματική βοήθεια από ειδικούς στον τομέα του μάρκετινγκ μπορεί επίσης να είναι χρήσιμη για την ανάπτυξη και υλοποίηση μιας αποτελεσματικής στρατηγικής.

Ο κίνδυνος του αυξανόμενου κόστους παραγωγής και μεταποίησης μπορεί να απειλήσει την επιχείρηση στο μέλλον. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε πολλούς παράγοντες, όπως οι αυξανόμενες τιμές των πρώτων υλών, οι αυξημένες ενεργειακές δαπάνες, οι αυξανόμενοι μισθοί και τα κόστη εκμετάλλευσης, καθώς και πιθανές νομικές και φορολογικές αλλαγές.

Σχετικά με τις ευκαιρίες για το μέλλον, μπορούν εξεταστούν οι εξαγωγές και οι συνεργασίες. Αυτές οι ευκαιρίες μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση να αυξήσει τα έσοδα της και να διευρύνει το φάσμα των πελατών της. Είναι σημαντικό να εργαστεί προσεκτικά πάνω σε αυτές τις ευκαιρίες για να εκμεταλλευτεί το πλήρες φάσμα των δυνατοτήτων τους.

Παράρτηματα

Παράρτημα 1 Λίστα των επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού
τομέα στις οποίες εστάλη πρόσκληση ενδιαφέροντος

α/α	ΕΠΩΝΥΜΟ:	ΟΝΟΜΑ :	EMAIL:	ΤΗΛΕΦΩΝΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:	ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:	ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ :	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ :	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ (ΠΟΛΗ):	ΟΔΟΣ/ΑΡΙΘΜΟΣ:	ΜΟΝΑΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (Πολη):
1	ΧΑΡΟΒΑΣ	ΒΑΣΙΛΗΣ	vcharovas@gmail.com	6932469262	ΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ.Σ. & ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ	ΕΒΡΗΤΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ Α.Ε	ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΜΑΡΑΣΙΑ ΕΒΡΟΥ	ΜΑΡΑΣΙΑ ΕΒΡΟΥ	ΜΑΡΑΣΙΑ ΕΒΡΟΥ	ΜΑΡΑΣΙΑ ΕΒΡΟΥ
2	Παπαζηλάκης	Παναγιώτης	PP@EVROPHARMA_GR	6975875733	Διευθυντής παραγωγής	Εβροφαρμα	Α.Ε	Διδυμόταχο	Διδυμόταχο		Διδυμόταχο
3	Ράπτης	Δημήτρης	bioampelos@gmail.com	6977805076	Ιδιοκτήτης	Όδριατες ονοπαιείο		Καρναφωλιά Έβρου	Σουφλι	Βασ Γεωργίου 15	Καρναφωλιά
4	TASIOS	PANAGIOTIS	ptasios@gmail.com	+302343051171	GM	LACTEA SA	SA				ΕΥΖΟΝΟΙ ΚΙΛΚΙΣ - LIMENARIA THASOS - ALEXANDROUPOLIS
5	Μαρμαρά	Μαρίνα	marm.mari@yahoo.gr	6979099693		senon	ατομική επιχείρηση	Μάκρη	Αλεξανδρούπολη		Μάκρη 9ο ΧΛΜ Αλεξανδρούπολης- Σουφλίου
6	ΤΙΑΚΑ	Δωροθέα	dorotiak@yahoo.gr	6977989249	Υπευθύνη Λογιστηρίου- Αντιπτελής Αγορών	Αλέξανδρος & Ιωάννης Τιάκας & ΣΙΑ ΟΕ	Ομόρρυθμη Εταιρία	9ο ΧΛΜ Αλεξανδρούπολης-Σουφλίου	Αλεξανδρούπολη		Αλεξανδρούπολη-Σουφλι
7	ΓΕΜΕΝΕΤΖΗΣ	ΒΑΓΓΕΛΗΣ	v.gemenetzis@greek-ouzo.com	2531098253	Χημικός	ΠΟΤΟΠΟΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΘΡΑΚΗΣ ΑΒΕΕ	ΑΒΕΕ	ΒΙ.ΠΕ. ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ		ΚΟΜΟΤΗΝΗ
8	ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ // αθανασούλας Απόστολος	ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	pkoutoulas@ifantis.gr, apostolos@ifantis.com	6973495013	Commercial Director	Α & Χ. Υφαντής ΑΒΕΕ	ΑΒΕΕ	ΣΕΝΕΚΑ 4 ΚΗΦΙΣΙΑ	ΚΗΦΙΣΙΑ	ΣΕΝΕΚΑ 4	ΑΘΗΝΑ
9	ΣΑΒΒΙΔΗΣ	ΣΤΕΛΙΟΣ	s.sawidis@gmail.com	2551081905	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΣΤ. ΣΑΒΒΙΔΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	4 ΧΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ - ΣΥΝΟΡΩΝ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ		
10	ΓΕΡΑΣΙΔΟΥ	ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ	gerasidouk@xatzopoulos.com	+30 6972291857	ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	Δ. ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε	Ε.Π.Ε	6ο ΧΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ-ΦΕΡΩΝ	ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗ	6οΧΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ-ΦΕΡΩΝ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
11	ΠΑΠΑΡΑΔΗΣ	ΔΗΜΟΣ	papardis@gmail.com	2551034744		ΝΑΤΟΥΡΑ ΑΕ	ΑΕ	2 ΧΛΜ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ ΑΒΑΝΤΟΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
12	ΑΡΝΑΟΥΤΗ	ΜΑΡΙΑ	mritsidi@otenet.gr	2552072247	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ	ΜΥΡΤΣΙΔΗΣ ΚΩΝΙΝΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ	ΕΕ	Ν ΒΥΣΣΑ	ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ	ΝΕΑ ΒΥΣΣΑ	
13	ΚΟΥΜΠΡΙΔΗΣ 2552081431 ΡΑΛΟΥΣΗΣ	ΛΑΜΠΡΟΣ	easorest@otenet.gr	6995763737	ΠΡΟΕΔΡΟΣ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΩΝ ΟΡΕΣΤΙΑΔΟΣ Η ΕΝΩΣΗ	Ι.Δ.	ΣΚΡΑ 19	ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ	ΣΚΡΑ 19 ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ ΤΚ 68200	ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ
14	ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ouzevros@hotmail.gr	2551026350	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ	ΕΕ	11ο ΧΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ - ΣΥΝΟΡΩΝ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	11ο ΧΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ - ΣΥΝΟΡΩΝ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
15	ΚΕΛΙΔΟΥ	ΑΝΑΡΟΝΙΚΗ	info@kyklopas.com	6980214796	ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΔΣ	ΚΥΚΛΟΠΑΣ ΕΛΙΑΟΤΡΙΒΕΙΟ ΑΡΓΥΡΗ ΚΕΛΙΔΗ ΑΕ	ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	11 Ο ΧΛΜ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ - ΜΑΚΡΗΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ		ΜΑΚΡΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ
16	ΚΑΛΟΥΤΣΑΣ	ΣΕΡΑΦΕΙΜ	s.kaloutsas@hellenicdairies.com	2541026525	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ	ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΕΙΑ Α.Ε.	ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	5ο ΧΛΜ ΤΡΙΚΑΛΩΝ ΠΥΛΗΣ	ΤΡΙΚΑΛΑ	5ο ΧΛΜ ΤΡΙΚΑΛΩΝ ΠΥΛΗΣ	ΞΑΝΘΗ
17	ΠΑΝΤΕΛΙΑΔΗΣ	ΚΛΕΑΝΘΗΣ	stran@otenet.gr	2556021101	ΠΡΟΕΔΡΟΣ & ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ	ΨΥΓΕΙΑ ΔΙΑΛΟΓΗΤΗΡΙΑ ΑΡΔΑΣ FROST ΑΕ	ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΚΟΜΑΡΑ ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ Ν.ΕΒΡΟΥ	ΚΟΜΑΡΑ	0	ΚΟΜΑΡΑ
18	ΤΟΚΟΥΤΣΗΣ	ΒΑΣΙΛΗΣ	tokoutsi@otenet.gr	25310-34961	ΜΕΤΟΧΟΣ	ΒΑΣΙΛΗΣ ΤΟΚΟΥΤΣΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΜΟΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΚΟΜΑΡΑ ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ Ν.ΕΒΡΟΥ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ		ΚΟΜΟΤΗΝΗ
19	ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ	ΑΤΑΛΙΩΤΗΣ	ataliotis.ad@hafoods.com	2510389700	ΠΡΟΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ	ΒΟΛΕΡΟ ΖΑΧΑΡΩΔΗ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.	ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΒΙ.ΠΕ. ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ	ΒΙ.ΠΕ. ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ	ΒΙ.ΠΕ. ΚΟΜΟΤΗΝΗ
20	ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	tytokmeiosmothrakis@gmail.com	6974776827	ιδιοκτήτης	παπανικολαου	ατομική	μακρυλιές	αμοθρακή		μακρυλιές
21	ΤΡΙΑΝΤΗΣ	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	ktriantis@thracemills.gr	2551026259	ΛΟΓΙΣΤΗΣ	ΜΥΛΟΙ ΘΡΑΚΗΣ Ι. ΟΥΖΟΥΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	Α.Ε.	2 ΧΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ-ΣΥΝΟΡΩΝ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	2 ΧΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ- ΣΥΝΟΡΩΝ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
22	ΔΗΜΗΣΣΟΥΔΗΣ	ΧΡΗΣΤΟΣ	dimtsoudis@verginabeer.com	2531038715	ΜΕΛΟΣ Δ.Σ.	ΖΥΘΟΠΟΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.	Α.Ε.	ΒΙ.ΠΕ. ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ	Ο.Τ.9	ΚΟΜΟΤΗΝΗ
23	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΛΗΣ	ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	info@evroshop.gr	2551080001	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	evroshop	Ο.Ε.	ΚΟΥΝΤΟΥΡΙΩΤΗ 13	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ		ΚΟΥΝΤΟΥΡΙΩΤΗ 13
24	Stavrianiaki	Anastasia	anastasiastavrianiaki@hotmail.com	6944363047	OwnerAstraea	Astraea	Atomiki	Chora Samothraki	Chora		
25	ΣΤΕΡΓΙΑΝΝΗΣ	ΧΡΗΣΤΟΣ	xrhtosstergianhs@gmail.com	6978625411	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ	ΤΣΕΛΙΓΚΑΤΟ ΣΟΥΦΛΙΟΥ	ΔΕΥΤΕΡΟ ΧΛΜ ΣΟΥΦΛΙΟΥ- ΓΙΑΝΝΟΥΛΗΣ	ΣΟΥΦΛΙ		ΣΟΥΦΛΙ

26	ΓΕΩΡΓΑΚΟΥΔΗ	ΦΩΤΕΙΝΗ	ggeorgakoudi@gmail.com	6981897141	ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ	ΑΦΟΙ ΓΕΩΡΓΑΚΟΥΔΗ	ΟΕ	ΚΟΣΜΙΟ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ
27	ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ	ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ	info@anatolikowinery.gr	2541092092	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΑΦΟΙ ΝΙΚΟΛΑΙΔΗ Ο.Ε.	ΟΜΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΦΕΛΩΝΗ ΞΑΝΘΗΣ	ΞΑΝΘΗ	ΞΑΝΘΗ
28	ΚΥΡΙΑΚΙΔΗΣ	ΣΕΡΑΦΕΙΜ	xanthi@avgodiatriofiki.gr	2541024828	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ	ΑΥΓΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ Α.Ε.	Α.Ε.	Ν.ΣΑΝΤΑ ΚΙΛΚΙΣ (ΥΠΟΚΜΑ ΞΑΝΘΗΣ)	ΚΙΛΚΙΣ	Ν.ΣΑΝΤΑ
29	ΠΑΠΑΖΗΛΑΚΗΣ	ΠΑΥΛΟΣ	pavlos@evrofarma.gr	25530-20020, ΚΩΣΤΙΚΙΔΟΥ 6949104419	farm manager	SAMPUS ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΟΑ.Ε ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΗ-ΕΜΠΟΡΙΚΗ	ΜΟΝ Α.Ε	3οΧΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ-ΣΥΝΟΡΩΝ, ΜΕΣΤΗ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΜΕΣΤΗ
30	ΒΡΙΖΑ	ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ	easalexepid@yahoo.gr	2551306874	ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ	ΑΣΚΓΕ ΣΟΥΦΛΙΩΤΙΚΑ ΚΕΛΑΡΙΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ	3 ΧΙΛΜ ΑΛΕΞ/ΠΟΛΗΣ ΣΥΝΟΡΩΝ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
31	ΙΩΑΝΝΟΥ	ΧΡΗΣΤΟΣ	info@ioannouco.gr	2531021780	Διοικητής	Ι.ΙΩΑΝΝΟΥ & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	ΕΝΑΝΤΙ ΟΙΚΙΣΜΟΥ ΗΦΑΙΣΤΟΥ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ	ΕΝΑΝΤΙ ΟΙΚΙΣΜΟΥ ΗΦΑΙΣΤΟΥ
32	ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ	ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ	mazarakis@aronisevrou.com, basilismobile@gmail.com	6973454867	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΑΡΟΜΑ ΕΒΡΟΥ	ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ	ΒΑΛΤΟΣ ΟΡΕΣΤΙΑΔΑΣ	ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ	ΒΑΛΤΟΣ
33	ΠΑΡΑΣΑΚΗ	ΔΗΜΗΤΡΑ	dimitra@thrakiki.eu	2551051840	ΠΡΟΕΔΡΟΣ	ΘΡΑΚΙΚΗ ΣΠΟΡΟΠΑΡΑΓΩΓΗ	ΑΕ	ΑΝΘΕΙΑ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΝΘΕΙΑ
34	Αγορακός	Νικόλαος	info@meli.shop	6936789253		Μελίδων Βιολογικά Προϊόντα Μελισσός	Ατομική	Φυλής 46 (crystalaki)	Αλεξανδρούπολη	Φυλής 46
35	ΤΣΙΜΑΤΣΙΔΗΣ	ΙΩΑΝΝΗΣ	tzikachrissoiua@gmail.com	6980107039	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΚΑΒΕΙΡΟΣ-εμπόρεια ποτών	ΑΤΟΜΙΚΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΕΛΕΝΗΣ ΦΙΛΙΠΠΙΔΗ 13 ΛΕΩΦΟΡΟΣ ΜΠΑΚΕΡ ΑΤ 2737
36	ΚΑΠΟΥΤΣΗΣ	ΧΡΗΣΤΟΣ	virafarma1@gmail.com	6944538818	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΒΗΡΑ ΦΑΡΜΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	ΦΕΡΕΣ	ΦΕΡΕΣ	ΦΕΡΕΣ
37	ΑΔΑΜΙΔΗΣ	ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	info@konoshill.com	6982169711	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΚΩΝΟΣ - ΜΑΡΙΑ ΜΙΧΕΛΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	6ο ΧΙΛΙΟΜΕΤΡΟ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ ΜΑΚΡΗΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	6ο ΧΙΛΙΟΜΕΤΡΟ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ ΜΑΚΡΗΣ
38	ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΟΣ	ΑΝΔΡΕΑΣ	xotikosamothrakis@hotmail.com	2551098079		ΜΙΚΡΟΖΥΘΟΠΟΙΑ ΣΑΜΟΘΡΑΚΗΣ ΙΚΕ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΖΥΘΟΥ	ΚΑΜΑΡΙΩΤΙΣΣΑ	ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ	ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ
39	ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ	ΙΩΑΝΝΗΣ	ipapadopoulos@komotini.mills.gr	2531071616	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	ΑΛΕΥΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΙΜΙΓ ΔΑΛΟΠΟΙΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ ΑΒΒΕ	ΑΒΒΕ	7ο ΧΛΜ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ - ΙΑΣΜΟΥ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ
40	ΧΑΝΤΗΡΙΔΗΣ	ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ	skordovissas@otenet.gr	2552071161	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΟΥ	Α.Σ.Π.Ε.Ε. ΣΚΟΡΔΟΥ ΒΥΣΣΑΣ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ	ΝΕΑ ΒΥΣΣΑ	ΝΕΑ ΒΥΣΣΑ	ΚΑΒΥΛΗ
41	ΜΟΥΤΛΙΑΣ	ΔΗΜΗΤΡΗΣ	dimmout35@gmail.com	6972503754	Αντιπρόεδρος	Αφεί ΜΟΥΤΛΙΑ και Υία	ΑΕ	Σουφλι	Σουφλι	Πλατεία 25ης Μαρτίου Σουφλι
42	ΔΕΛΗΠΟΥΛΟΣ	ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	delpoulos@otenet.gr	2554023540	Ιδιοκτήτης & Διευθύνων	ΔΕΛΗΠΟΥΛΟΣ ΑΝΤ ΑΕ	Ανώνυμη Εταιρία	2ο ΧΛΜ Σουφλίου - Αλεξανδρούπολης	Σουφλι	Σουφλι Εβρου
43	ΧΑΤΖΗΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ	ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	eurothirama@gmail.com	6944369710	ΠΡΟΕΔΡΟΣ	ΕΥΡΘΗΡΑΜΑ	ΑΕ	ΠΕΝΤΑΛΟΦΟΣ	ΠΕΝΤΑΛΟΦΟΣ ΕΒΡΟΥ	ΠΕΝΤΑΛΟΦΟΣ
44	ΚΟΥΤΡΟΥΛΟΣ	ΒΑΣΙΛΗΣ	vkoutroulos@outlook.com	6994424827		ΑΤ.ΛΑΜΑΖΟΓΛΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	Α.Ε.		ΞΑΝΘΗ	ΞΑΝΘΗ
45	ΝΙΚΟΛΑΪΔΟΥ	ΚΥΡΙΑΚΗ	marzak15@gmail.com	6985631469	ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ	FAOS SUPERFOODS	Α.Ε.		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
46	ΜΠΟΥΡΟΥΤΣΙΔΟΥ	ΘΕΟΔΩΡΑ	dwa2875@gmail.com	6944612241	ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ	ΜΕΛΙ ΜΙΚΡΟΥ ΔΕΡΕΙΟΥ	Α.Ε.		ΣΟΥΦΛΙ	ΣΟΥΦΛΙ
47	ΖΩΪΔΟΥ	ΔΕΣΠΟΙΝΑ	nanazoidou@gmail.com	6997307678		CALYPSO - Single Variety Extra Virgin Olive Oil - Bio	Ατομική		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
48	ΛΙΛΟΠΟΥΛΟΥ	ΠΕΛΑΓΙΑ	klimaliasonias@gmail.com	6934865559	ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ	Μελανικού Μελι Θράκης	Ατομική		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ - ΜΑΚΡΗ
49	ΠΑΥΛΟΥΔΗ	ΜΙΝΑ	mina17780@gmail.gr	6983019818	ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	HELLAS FROST	Α.Ε.		ΜΕΤΕΞΑΔΕΣ	ΜΕΤΕΞΑΔΕΣ
50	ΜΠΑΣΔΑΝΗΣ	ΒΑΣΙΛΗΣ	vasilismpas@gmail.com	6953085167		ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΜΠΑΣΔΑΝΗΣ	Ατομική		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ

51	ΠΑΠΑΜΑΥΡΟΥΔΗ	ΔΕΣΠΟΙΝΑ	papamavroudi@gmail.com	6943968200	ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ	ΤΟ ΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΗ	ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ		ΔΥΔΙΜΟΤΕΙΧΟ		ΔΥΔΙΜΟΤΕΙΧΟ
52	ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ	ΓΙΩΡΓΟΣ	info@passaswinery.gr	6970025110	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ		ΞΑΝΘΗ		ΞΑΝΘΗ
53	ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΥ	ΠΑΡΑΣΧΟΣ	mitatomushrooms@gmail.com	6906459718	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΜΗΤΑΤΟ ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΟΝ ΤΑΣΣΟΥ ΜΕΛΑΧΡΟΙΝΗ- ΚΤΗΜΑ ΚΙΚΛΟΝΕΣ	ΦΠ	ΞΑΝΘΗ	ΞΑΝΘΗ	ΒΟΥΛΓΑΡΟΚΤΟΝΟΥ 25	ΟΙΚΙΣΜΟΣ ΣΟΥΝΙΟ ΔΗΜΟΥ ΑΒΔΗΡΩΝ ΞΑΝΘΗΣ
54	ΤΣΙΡΟΖΗ	ΣΤΕΛΛΑ	WINES@KIKONES.COM	2531083737	ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΚΤΗΜΑ ΚΙΚΛΟΝΕΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ		ΚΟΜΟΤΗΝΗ		ΚΟΜΟΤΗΝΗ
55	ΜΕΤΑΞΟΥΔΗ	ΑΠΟΣΤΟΛΙΑ	giachanas_gr@gmail.com	2552303060	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	ΓΙΑΧΑΝΑΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ	ΤΕΡΜΑ ΠΠΟΚΡΑΤΟΥΣ	ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ		
56	Chatzisaava	Κυριακή	ki@hatzis@gmail.com	6974119186	Owner	Hatzisaava Vineyards	Ατομική επιχείρηση	Περιοχή Αλικής Έσοι Κιόι	Αλεξανδρούπολη	ΑΤ3	Αλεξανδρούπολη
57	ΜΑΝΤΕΝΙΔΗΣ	ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	synaxsoliveoil@gmail.com	6956330313	Ιδιοκτήτης	ΣΥΝΑΞΙΣ	Ατομική	Μαρυμεια		Μαρυμεια 2ο ΧΙΛΙΟΜΕΤΡΟ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ - ΣΥΝΟΡΩΝ	Κομοτηνή
58	ΑΜΕΤ	ΕΡΟΛ	maxoekomotini@gmail.com	2531082760	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΓΙΑΚΟΥΠΙ ΓΙΑΣΕΜΙΝ & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ		ΚΟΜΟΤΗΝΗ		ΚΟΜΟΤΗΝΗ
59	ΧΡΙΣΤΑΚΟΥΔΗΣ	ΓΕΩΡΓΙΟΣ	gchristakoudis@gmail.com	6937032337	ΣΥΝΕΤΑΙΡΟΣ	ΠΑΠΑΡΑΔΗΣ ΔΗΜΟΣ & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 26	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
60	ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗΣ	ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ	info@oikoptotalidis.gr	6948946228	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗ	ΙΔΙΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ		ΦΕΡΕΣ	ΠΑΠΑΦΛΕΣΣΑ 5	ΦΕΡΕΣ
61	ΑΡΧΟΝΤΙΔΗΣ	ΦΩΤΙΟΣ	snalls@race@gmail.com	6937275240	ΚΥΡΙΟΣ ΜΕΤΟΧΟΣ 95%	ΑΡΧΟΝΤΙΔΗΣ ΦΩΤΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	Ε.Ε.	ΑΓΑΛΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 10 ΑΓΑΛΟΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
62	ΓΚΟΥΤΣΙΔΟΥ	ΜΑΡΙΑ	gutsidis_wines@hotmail.com	6979775754, 2556031422	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΓΚΟΥΤΣΙΔΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ		ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ		ΔΙΚΑΙΑ
63	ΙΜΠΡΑΗΜ	ΘΕΒΖΗ	smakkomotini@gmail.com	2531027798	Ιδιοκτήτης	ΑΦΟΙ ΙΜΠΡΑΗΜ Ο.Ε.	Ο.Ε.	ΚΟΣΜΙΟ Ν.ΡΟΔΟΠΗΣ	ΚΟΣΜΙΟ ΚΟΜΟΤΗΝΗ	-	ΚΟΣΜΙΟ ΚΟΜΟΤΗΝΗ
64	ΠΑΥΛΟΥΔΗΣ	ΓΙΑΝΝΗΣ	info@heliosfrost.gr	2533051721	ΠΡΟΕΔΡΟΣ	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΓΕΩΡΤΙΚΗ Α.Ε	ΑΕ	88010 ΜΕΤΑΞΑΔΕΣ	ΜΕΤΑΞΑΔΕΣ	ΜΕΤΑΞΑΔΕΣ	ΜΕΤΑΞΑΔΕΣ
65	ΔΟΥΚΙΔΗΣ	ΣΤΕΦΑΝΟΣ	INFO@DOLUKIDIS.COM	2531038647		Ι ΔΟΥΚΙΔΗΣ ΚΑΙ ΥΙΟΙ ΙΟΕ	ΟΜΜΟΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ		ΒΙ ΠΕ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ		
66	Κεϊβανδης	Χαράλαμπος	info@moka.gr	6948830246	Ιδιοκτήτης	ΚΕΙΒΑΝΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ	Ε.Ε.	Λουτρά	Αλεξανδρούπολη	Λουτρά	Αλεξανδρούπολη
67	ΛΙΑΚΙΔΟΥ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ	askge@otenet.gr	2552071472		ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΣΠΑΡΑΓΓΙΩΝ ΝΕΑΣ ΒΥΣΣΑΣ	ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ	ΝΕΑ ΒΥΣΣΑ	ΟΡΕΣΤΙΑΔΑ		ΝΕΑ ΒΥΣΣΑ
68	ΠΟΥΛΖΟΙΔΗΣ	ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ	info@samythos.gr	6979339248	Ιδρυτής της εταιρίας	ΠΟΥΛΖΟΙΔΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ- ΣΑΜΥΘΟΣ	Προσωπική εταιρεία	ΜΑΖΑΡΑΚΗ 34	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΜΑΖΑΡΑΚΗ/34	ΒΡΥΣΙΚΑ ΕΒΡΟΥ
69	ΖΑΜΠΙΤΟΓΛΟΥ	Ιωάννης	zampiel@gmail.com	6980517017	Ιδιοκτήτης	ΜΗΛΑ ΖΑΜΠΙΤΟΓΛΟΥ	Ελεύθερος Επαγγελματίας κτ	Αμφιτρίτη Έβρου	Αλεξανδρούπολη		Αλεξανδρούπολη 2
70	ΣΒΥΝΤΡΙΔΗΣ	ΔΗΜΗΤΡΗΣ	svintridis@luncheonmeat.gr	2551306500	QA ASSURANCE	ΛΑΝΤΣΙΟΝ ΜΗΤ ΕΒΡΟΥ ΑΕ	ΑΕ	ΒΙ.ΠΕ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ	ΑΘΗΝΑ	ΣΕΝΑΚ 4	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
71	ΔΡΑΚΟΥ	ΑΓΓΕΛΙΚΗ	Info@grizoprasino.com	6972311126	ceo	Grizo & Prasino	2 εταιρικές επιχειρήσεις	Θήβων 5 Κομποτήνη - Ασιμάτος Ροδόπη			
72	ΣΕΒΑΣΤΟΥ	ΣΟΦΙΑ	info@sofiasevseis.gr	2541031630	Ιδιοκτήτρια	ΣΟΦΙΑΣ ΓΕΥΣΕΙΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧ	ΣΟΥΝΙΟ ΞΑΝΘΗΣ	ΞΑΝΘΗ		ΣΟΥΝΙΟ ΔΗΜΟΣ ΑΒΔΗΡΩΝ
73	ΜΑΛΚΟΓΙΑΝΝΙΔΗΣ	ΒΑΛΑΝΤΗΣ	malkoliannidis@bios-agrosystems.gr	6936583312	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ	ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΒΙΟΣ AGROSYSYSTEMS Μ ΑΒΕΕ	Μ ΑΒΕΕ	ΚΟΥΤΣΟ ΞΑΝΘΗΣ	ΣΙΝΔΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	ΚΟΥΤΣΟ ΞΑΝΘΗΣ
74	Μπασιαδακης	Γεωργιος	basiadakisgeo@gmail.com	6945850432		ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΓΕΩΡΤΙΚΗ ΑΕ	ΑΕ	ΜΕΤΑΞΑΔΕΣ ΕΒΡΟΥ	ΜΕΤΑΞΑΔΕΣ ΕΒΡΟΥ	ΜΕΤΑΞΑΔΕΣ	ΜΕΤΑΞΑΔΕΣ
75	ΚΟΛΙΟΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	info@geohermikhellas.gr	6976867603	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ	ΓΕΩΘΕΡΜΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ ΙΚΕ	ΙΚΕ	ΝΕΟ ΕΡΑΣΜΙΟ	ΞΑΝΘΗ	0	ΝΕΟ ΕΡΑΣΜΙΟ

76	ΣΠΑΝΙΔΗΣ	ΑΝΕΣΤΗΣ	an.spanidis@yahoo.gr	6932602611	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΑΝΕΣΤΗΣ ΣΠΑΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ	Ε.Ε.	2 ΧΙΛ ΑΛΕΞΠΟΛΗΣ ΠΑΛΑΓΙΑΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
77	ΚΑΡΥΠΙΔΟΥ	ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	evkaripl@gmail.com	6976456014	ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ	ΚΑΡΥΠΙΔΟΥ Γ. ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
78	ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΗΣ	ΙΩΑΝΝΗΣ	gianalexan@gmail.com	2551033337	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	Γ. & Μ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΙΔΗ	Ο.Ε.Β.Ε.		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
79	ΜΑΝΟΥΣΗ	ΚΑΛΙΟΓΗ	kaliomanous@gmail.com	2551063911	ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ	ΑΓΡΟΚΤΗΜΑ ΜΕΛΜΑΡ	ΕΤΕΡΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ		ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ	ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ
80	Αρβωνίτου	Σωλιγόνα	info@thrakiotikizymu.gr	2531097350	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΘΡΑΚΙΟΤΙΚΗ ΖΥΜΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	ΑΙΓΕΙΡΟΣ	ΚΟΜΟΤΗΝΗ	0
81	Μπουόκας	Χρήστος	boukas@veroinabbeer.com	2531038715	Ο.Φ.Ο.	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ΑΕ	Ανώνυμη Εταιρεία	Βι. Πτ. Κομοτηνής	Κομοτηνή	
82	ΤΑΚΑΣ	ΙΩΑΝΝΗΣ	iohntak@gmail.com	2551045141	Ιδιοκτήτης	ΤΑΚΑΣ ΓΡ. ΙΩΑΝΝΗΣ	Ατομική		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
83	ΤΑΤΣΗΣ	ΒΑΣΙΛΗΣ	alexdiver@windwslive.com	2551021300	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΓΟΥΛΑΣ Α - ΤΑΤΣΗΣ Ν Ε.Ε.	Ε.Ε.	ΑΠΟΛΛΩΝΙΑΔΟΣ 2	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
84	ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΠΑΡΗΣ	parispar93@gmail.com	6972356440	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ ΠΑΡΑΔΕΙΣΗΣ			ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
85	Νηλέως	Φίλιππος	info@bellaterraHELLAS.eu	6970643896	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
86	ΠΑΓΚΛΗ	ΒΑΣΙΛΙΚΗ	vasilikigagi6@gmail.com	6971784356	ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ	Μπακίρα ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ι.Κ.Ε.	Ι.Κ.Ε.		ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
87	ΤΕΜΠΕΚΗΣ	ΘΕΟΔΩΡΟΣ	info@mirodato.com	2541051977	ΤΑΜΙΑΣ	ΚΟΙΝΩΣΙΑ ΜΥΡΩΔΑΤΟ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ	ΞΑΝΘΗ	ΑΒΔΗΡΑ ΞΑΝΘΗΣ	1ο ΧΛΜ ΑΒΔΗΡΩΝ-ΛΙΜΑΝΙ ΑΒΔΗΡΩΝ
88	Ευστρατίου	Παράσχος	mitatomushrooms@gmail.com	6906459718	Ιδιοκτήτης	"Μητάο" Φάρμα Μανιταριών	Φυσικό πρόσωπο	Εβρα: Βοικγαροκτόνου 25 - Ξάνθη & Μονάδα καλλιέργειας ορισμός Σούνο - Δήμου Αβδήρων - Νομού Ξάνθης	Ξάνθη	Βοικγαροκτόνου 25
89	ΜΕΡΜΗΓΚΑ	ΣΤΑΜΑΤΙΑ	matinasoufi@hotmail.gr	6948609170	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΑ ΜΕΡΜΗΓΚΑ	ΔΕΝ ΈΧΕΙ ΜΟΡΦΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	ΑΘ ΦΡΟΝΤΙΣΤΟΥ 47	ΣΟΥΦΛΙ	ΣΟΥΦΛΙ
90	Ζούρας	Δημήτριος	dimitriszouras@gmail.com	6936148414	Ιδιοκτήτης	Ζούρας φαρμ	Ανώνυμη εταιρεία	Αβαντος Αλεξανδρούπολη	Αλεξανδρούπολη	Αβαντος
91	ΛΑΧΤΑΡΑΣ	ΜΕΝΕΛΑΟΣ	lachtaras@yahoo.gr	6947227050	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ	ΘΡΑΣΣΑ	ΣΥΛΛΟΓΟΣ	ΛΥΡΑ	ΛΥΡΑ ΕΒΡΟΥ	ΛΥΡΑ
92	ΤΟΥΛΟΥΜΠΙΔΟΥ	ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ	touloupidou@gmail.com	6944242769	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΤΟΥΛΟΥΜΠΙΔΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ - ΜΑΚΡΗΣ	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ
93	ΜΠΕΛΛΑΣ	ΓΡΗΓΟΡΗΣ	bellas.bros@gmail.com	6947566300	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΓΡ ΜΠΕΛΛΑΣ ΕΕ	ΕΕ	ΣΟΥΦΛΙ	ΣΟΥΦΛΙ	ΑΛΑΝΙΑ
94	ΚΑΚΟΣ	ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	kakoskostas81@gmail.com	6976774840	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ ΚΑΚΟΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ	ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ	ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ	ΚΑΣΤΑΝΙΕΣ
95	ΔΟΚΙΔΗΣ	ΓΙΩΡΓΟΣ	gdokidis@gmail.com	6947203396	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ			ΝΕΑ ΒΥΣΣΑ		
96	ΠΑΝΤΕΛΙΑΔΗΣ	ΚΛΕΑΝΘΗΣ		6972220001	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΚΑΙ ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ	ΑΡΔΑΣ FROST	ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΚΟΜΑΡΑ		
97	ΜΟΛΔΟΒΑΝΙΔΗΣ	ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΣ		6945505670	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	Μετl Ορμένο	Ατομική	Ορμένο		
98	ΘΡΑΚΙΟΤΙΣΣΑ		xristinaintze@hotmail.com	6977247232		ΘΡΑΚΙΟΤΙΣΣΑ				

Παράρτημα 2 Λίστα των επιχειρήσεων του αγροδιατροφικού τομέα στις οποίες έγινε διερεύνηση των ισχυρών σημείων και των αδυναμιών τους

α/α	Επωνυμία της Επιχείρησης	Αντικείμενο της Επιχείρησης	Email Address	Περιφερειακή Ενότητα
1	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΑ ΓΡ ΜΠΕΛΛΑΣ ΕΕ	αμπελοουργια- οινοποιεια-αποσταγματοποια	bellas.bros@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
2	VIRAFARMA	ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΓΑΛΑΚΤΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	virafarma1@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
3	Ζούρας Φάρμ	Γεωργο κτηνοτροφική επιχείρηση	dimitriszouras@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
4	ΣΑΜΥΘΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΣΟΥΣΑΜΟΣΠΟΡΟΥ ΚΑΙ ΥΠΟΠΡΟΙΟΝΤΑ	info@samythos.gr	ΕΒΡΟΣ
5	ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΟΔΡΥΣΕΣ	ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ	bioampelos@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
6	ΤΣΕΛΙΓΚΑΤΟ ΣΟΥΦΛΙΟΥ	ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ	katerinastergianni@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
7	ΑΦΟΙ ΜΟΥΤΛΙΑ	Χοιροτροφία και κρεαταγορα	dimmout35@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
8	Ζαμπιτογλου	Μήλα, Κεράσια, Ροδίκινα, Καρυδιά	gzampis@yahoo.com	ΕΒΡΟΣ
9	Μελληνικον	Μελισσοκομικά Προϊόντα- Προϊόντα οικιακής- Κερί και Ελαιόλαδο	ktimaiasonas@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
10	ΑΝΤ ΔΕΛΗΠΟΥΛΙΟΣ ΑΕ	ΒΙΟΜ ΞΗΡΩΝ ΚΑΡΠΩΝ	delipoulos@otenet.gr	ΕΒΡΟΣ
11	ΑΡΧΟΝΤΙΔΗΣ ΦΩΤΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ - ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΑΛΙΓΚΑΡΙΟΥ	snailsthrece@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
12	ΚΑΒΕΙΡΟΣ	εμποριο ποτων	tzikachrissoula@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
13	ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗ	παρασκευη παραδοσιακής σαλτσας ντοματας	info@oikoportokalidis.gr	ΕΒΡΟΣ
14	ΜΕΛΙ ΜΙΚΡΟΥ ΔΕΡΕΙΟΥ	Προιοντα κυμηλης	dwra2875@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
15	ΤΟ ΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΗ	ταχίνι, ζυμαρικά, φυστικοβουτυρο	papamavroudi@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
16	ΣΠΑΝΙΔΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ	ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	an.spanidis@yahoo.gr	ΕΒΡΟΣ
17	ΚΕΙΒΑΝΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	Παραγωγή γλυκών	info@moka.gr	ΕΒΡΟΣ
18	ΕΒΡΟΣΟΠ ΟΕ	ΔΙΑΔΙΚΤΙΑΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	arivar114@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
19	CAMPUS MON. Α.Ε	ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ	pavlos@evrofarma.gr	ΕΒΡΟΣ
20	Faos Superfoods	Καλλιέργεια, μεταποίηση και πώληση προϊόντων ιπποφαές	marzaki55@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
21	Θερμοκηπια Κάκος	καλλιέργεια λαχανικών	kakoskostas81@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
22	Μέλιδρον - Βιολογικά Προϊόντα Μέλισσας	Παραγωγή Βιολογικών Προϊόντων Μέλισσοκομίας	info@meli.shop	ΕΒΡΟΣ
23	CALYPSO EXTRA VIRGIN OLIVE OIL	βιολογική καλλιέργεια ελιάς , ελασαδο,ελιες , σαπουνια	nanazoidou@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
24	ΚΟΝΟΣ ΚΤΗΜΑ ΜΙΧΕΛΗ	Παραγωγή και τυποποίηση ελαιολάδου και επιτραπέζιων ελιών	beefj4rk@hotmail.com	ΕΒΡΟΣ
25	ΓΙΑΧΑΝΑΣ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΕΛΑΙΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΑΣΤΩΝ ΑΠΟ ΞΗΡΟΥΣ ΚΑΡΠΟΥΣ	giachanas.gr@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
26	Yiota Farm	Αυγά ελευθερας βοσκης	touloupidou@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
27	Οινοποιείο Μπασδανη	Κρασί τσιπουρο	vasilimpsasd@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
28	ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΓΚΟΥΤΣΙΔΗ	Οινοποιείο	gutsidis_wines@hotmail.com	ΕΒΡΟΣ
29	Μέλι Ορμενίου	Μελισσοκόμος	moldovan89@hotmail.com	ΕΒΡΟΣ
30	Η Θρακιώτισσα	Εστιαση	xristinaintze@hotmail.com	ΕΒΡΟΣ
31	ΟΥΛΙΑΝΟΥΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΑΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΦΥΤΩΝ	THIMIOSOULIANOUDIS@yahoo.gr	ΕΒΡΟΣ
32	Άρωμα Έβρου	Παρασκευή βιολογικών προϊόντων	mazarakis@aromaevrou.com	ΕΒΡΟΣ
33	Telios evrosnuts	Παραγωγή και εμπορια ξηρων καρπων	evrosnuts@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
34	ΕΒΡΟΘΗΡΑΜΑ ΑΕ	Φάρμα, Εστιατόριο, Ξενώνες	eurothirama@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
35	A. & I. ΤΙΑΚΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ	Εμπόριο και Επεξεργασία Κρεάτων	tiakas1@otenet.gr	ΕΒΡΟΣ
36	ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΗΤΡΑ ΑΕ	παραγωγή ζωοτροφών-πέλετ	dimitrabobossa@gmail.com	ΕΒΡΟΣ
37	ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΞΑΝΘΗΣ ΜΙΤΑΤΟ	ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ	mitatomushrooms@gmail.com	ΞΑΝΘΗ
38	ΑΤΛΑΜΑΖΟΓΛΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	αλλαντικά	vkoutroulos@outlook.com	ΞΑΝΘΗ
39	ΓΕΩΘΕΡΜΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ ΙΚΕ	παραγωγή αποξηραμενων λαχναικών και φρουτων	info@geothermikihellas.gr	ΞΑΝΘΗ
40	Σοφίας Γεύσεις	Παραγωγή εμπορια παραδοσιακων ζυμαρικων (Χυλοπιτες,τραχαναδες,κουσ κουσ)	sofiageuseis@yahoo.gr	ΞΑΝΘΗ
41	ΜΥΡΩΔΑΤΟ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ	επεξεργασία αγροτικών προϊόντων	myrodatokoi.s.ep@gmail.com	ΞΑΝΘΗ
42	ΠΤΗΝΟΤΡΟΦΕΙΑ ΑΦΟΙ ΚΥΡΙΑΚΙΔΗ Α.Ε.	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΥΓΩΝ	afoikiriakidi@hotmail.com	ΞΑΝΘΗ
43	Παπαδοπουλου Φωτεινη	Μελισσοεφοδια	extoplasmafot@gmail.com	ΞΑΝΘΗ
44	ΠΟΤΟΠΟΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΘΡΑΚΗΣ ΑΒΕΕ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ	v.gemenetzis@greek-ouzo.com	ΡΟΔΟΠΗ
45	Ελληνικά Γαλακτοκομεία Α.Ε.	Βιομηχανία Τροφίμων	s.kaloutsas@hellenicdairies.com	ΡΟΔΟΠΗ
46	Grizo & Prasino	Παραγωγή και μεταποίηση και εμπορεία αρωματικών φυτών	Info@grizoprasino.com	ΡΟΔΟΠΗ
47	ΘΡΑΚΙΩΤΙΚΗ ΖΥΜΗ	Παραδοσιακά ζυμαρικά	info@thrakiotikizimi.gr	ΡΟΔΟΠΗ
48	ΑΦΟΙ ΓΕΩΡΓΑΚΟΥΔΗ ΟΕ	ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	fgeorgakoudi@gmail.com	ΡΟΔΟΠΗ
49	BOLERO ΖΑΧΑΡΩΔΗ ΘΡΑΚΗΣ ΑΕ	ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	ATALIOTIS.A@HAIFOODS.COM	ΡΟΔΟΠΗ
50	ΟΙΚΟΣ ΜΕΤΑΞΙΟΥ ΤΣΙΑΚΙΡΗ ΙΚΕ	παραγωγή μεταξωτών ειδών	info@tsiakiris.gr	ΡΟΔΟΠΗ

Παράρτημα 3 Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε

Αγαπητή κυρία / κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου. Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις. Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησής στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος **MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788)**. Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή του

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος
Θωμάς **Θωμίδης**
Καθηγητής

Η Ερευνητική ομάδα
Αχιλλέας **Κοντογεώργος** (Αν. Καθηγητής)
Αθανασία **Μαυρομμάτη** (Επικ. Καθηγήτρια)

Παρακαλώ συμπληρώστε τα παρακάτω στοιχεία λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

I. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

1. Φύλο

Ανδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία

18 - 34

35 - 49

50 - 64

65+

3. Επίπεδο εκπαίδευσης

Απόφοιτος Γυμνασίου/ Λυκείου

Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.

Απόφοιτος Α.Ε.Ι.

Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου

Άλλο: _____

5. Θέση στην Επιχείρηση

Ιδιοκτήτης

Διευθύνων Σύμβουλος

Άλλο: _____

II. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Επωνυμίας Επιχείρησης

.....
.....
.....

2. Αντικείμενο της Επιχείρησης

.....
.....
.....

3. Νομική Μορφή της Επιχείρησης

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΟΕ

ΑΕ

ΕΕ

Άλλο: _____

4. Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή):

Αριθμός ετών

.....

III. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

5. Ποια είναι τα τρία (3) βασικά προϊόντα της επιχείρησής

ΠΡΟΪΟΝ /ΥΠΗΡΕΣΙΑ (περιγραφή)	
1.	
2.	
3.	
Άλλο:

6. Απαραίτητος Μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων

ΠΡΟΪΟΝ /ΥΠΗΡΕΣΙΑ	Μηχανολογικός εξοπλισμός Παραγωγής (ονομαστικά)	Επάρκεια Εξοπλισμού (ΝΑΙ /ΟΧΙ)	ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΚΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ*	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ
1.				
2.				
3.				

Ιδιοκτησιακό Καθεστώς: Ιδιόκτητο/leasing/Υπεργολαβία/Συνεργασία σε τυχαία ή αποκλειστική βάση

7. Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ναι, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα

.....
.....
.....

8. Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ναι, ποιο/ ποια διαθέτει

.....
.....
.....

9. Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας

1.
2.
3.

10. Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι από

Ελλάδα

Εξωτερικό

Και τα δύο

11. Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ναι, ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα

.....
.....
.....

12. Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας

Τοπική αγορά

Περιφέρεια

Επικράτεια

Εξωτερικό

13. Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας

Δίκτυο διανομής της επιχείρησης

εξωτερικούς συνεργάτες

Και τα δύο

14. Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

IV. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

15. Για την αξιολόγηση του ανταγωνισμού της επιχείρησής σας θα χρησιμοποιηθεί το παρακάτω πλέγμα ανάλυσης ανταγωνισμού. Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις στην περιοχή αλλά και την επιχείρηση που θεωρείτε άμεσο ανταγωνιστή.

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	Άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή	Η επιχείρησή που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας
Τιμές διάθεσης προϊόντων		
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων		
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα		
Αναγνωρησιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά		
Μερίδιο αγοράς		
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ		
Χρήση καναλιών επικοινωνίας		
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών		

16. Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε;

Στάδιο Ανάπτυξης

Στάδιο Σταθερότητας

Στάδιο Ύφεσης

17. Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας

Καλύτερο επίπεδο

Χαμηλότερο επίπεδο

Ίδιο επίπεδο

18. Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε

.....
.....
.....

V. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

19. Διατηρεί η επιχείρησή σας ιστοσελίδα;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

20. Διατηρεί η επιχείρησή σας προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ναι, σε ποια δίκτυα;

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Άλλο

21. Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί
κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε
έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

VI. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

22. Αριθμός /ειδικότητα απασχολούμενων ατόμων:

	ΑΝΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
Αριθμός
Ειδικότητα (περιγραφή)

Άλλο:	

23. Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων ;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες ;

.....
.....
.....

24. Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας ;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

25. Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ); Αν ναι πόσο συχνά;

.....
.....
.....

26. Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας;

.....
.....
.....

VII. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

27. Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησης για την τελευταία τριετία;

≤20.000€

20.001€ – 50.000€

50.001€ – 150.000€

150.001€ – 300.000€

300.001€ – 500.000€

>500.000€

28. Η επιχείρηση κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές;

Κέρδη

Ζημιές

29. Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν ναι, ποιους;

.....
.....
.....

30. Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας;

.....
.....
.....

31. Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα ; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε;

.....
.....
.....

32. Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας;

.....
.....
.....

VII. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

33. Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας;
.....
.....
34. Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας;
.....
.....
35. Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους);
.....
.....
36. Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες);
.....
.....
37. Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποιά τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε;
.....
.....
38. Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε;
.....
.....
39. Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πώς βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας);
.....
.....
40. Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;
.....
.....
41. Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες/ δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;
.....
.....
42. Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης;
.....
.....

Σας ευχαριστούμε πολύ για τη συνεργασία σας

Παράρτημα 4 Διαγνωστικές εκθέσεις των επιχειρήσεων

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

bellas.bros@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΑ ΓΡ ΜΠΕΛΛΑΣ ΕΕ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***αμπελουργια- οινοποιεια-αποσταγματοποια

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

30

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

κρασι, τσιπουρο

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

απορογοτης, οινοποιητης, εμφιαλωτικο αμβικας

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

-

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ισο και έλεγχος απο το γενικό χημείο του κράτους

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

σταφύλλι, στέμφιλλα, αποσταγμα στεμφίλλων σταφυλλής για την παραγωγή του τσίπουρου

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

μοναδικές τοπικές ποικιλίες

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other: ημερίδες, ενημερώσεις

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

10 γυναικες, 6 αντρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

γεωπονος, οινολογος, βοηθοι λογιστών, πωλητριες γυναικες
αποσταγματοποιοι, χειριστες μηχανηματων, καλλιέργεια αμπελώνων αντρες

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

social media, συνδιοικηση

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

οχι χρήζει εκπαίδευσης

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι αυξηση παραγωγης με αγορα μηχανημάτων αυτόματων για μείωση κόστους

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

στο άμεσο μέλλον

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ίδια κεφάλαια

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

δεν έχει άλλους ανταγωνιστές, δυνατότητα παραγωγής α ύλων της εταιρείας, διαρθρωση της παραγωγικής διαδικασίας για μειωμένο κοστολόγιο παραγωγής

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

μακρια απο τα κέντρα και αυξημένο κόστος μεταφοράς και διανομής, δεν εχουμε εκπαιδευμένο και εξειδικευμένο προσωπικο

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

να μην υπαρχουν υπάλληλοι στην περιοχη

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

μεγάλη ζήτηση του προϊόντος γενικώς

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

γραφειοκρατία, εντεχνη εισαγωγή εμποδίων εισόδου στην αγορά

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

μεγάλη ζήτηση του προϊόντος γενικώς

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πώς βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

μεγάλη ζήτηση του προϊόντος γενικώς

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

επιδότησεις για αγορά εξοπλισμού, υπουργείο αναπτυξης

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

αρνητικό

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

virafarma1@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Επωνυμία της Επιχείρησης *

VIRAFARMA

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΓΑΛΑΚΤΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

23

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ, ΓΑΛΑΚΤΟΜΙΚΑ & ΖΩΙΚΑ, ΦΥΤΙΚΑ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΠΑΣΤΕΡΙΩΣΗ, ΑΝΤΛΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ, ΕΛΚΥΣΤΗΡΑΣ, ΠΑΡΕΛΚΟΜΕΝΑ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΑ ΓΙΑΟΥΡΤΑΚΙΑ ΕΙΝΑΙ Ο ΒΡΑΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΠΑΣΤΕΡΙΩΣΗ ΤΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟ ΣΤΡΑΓΓΙΣΜΑ ΣΤΗ ΤΣΑΝΤΙΛΑ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ΟΧΙ ΑΚΟΜΑ ΑΛΛΑ ΘΑ ΤΟ ΒΑΛΕΙ

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΓΑΛΑ, ΑΙΓΟΠΡΟΒΑΤΑ, ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ ΖΩΩΝ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ ΕΧΟΥΜΕ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ 2 ΑΝΤΡΕΣ ΚΑΙ 4 ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΕΡΓΑΤΕΣ ΚΑΙ ΜΑΣΤΟΡΕΣ, ΚΑΙ Η ΚΟΡΗ ΓΕΩΠΟΝΟΣ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΟΛΕΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ ΜΟΝΟ ΤΟ ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΚΑΛΑ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΟΧΙ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΥΠΑΡΧΕΙ ΝΕΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

250% ΕΧΕΙ ΞΕΚΙΝΗΣΕΙ ΗΔΗ, ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΟΥΤΕ ΜΕΣΩ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑ ΚΑΙ Η ΙΔΙΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΜΙΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΜΟΝΑΔΑ ΠΟΥ ΠΑΛΕΥΕΙ ΜΕ ΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΦΥΣΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ, ΥΦΕΣΗ ΧΩΡΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΜΕΓΑΛΗΣ ΑΠΗΧΗΣΗΣ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΛΟΓΩ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ
ΕΝΩ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΝΑ ΑΝΑΠΤΥΧΘΕΙΤΕ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΜΕΣΑ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕ ΝΕΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.)
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΒΟΗΘΕΙΑ ΚΑΜΙΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΓΙΑ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΜΙΚΑ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην
βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΑΙ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΛΟΓΩ ΠΟΛΛΩΝ ΟΙΚΟΤΕΧΝΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΝ ΥΠΗΡΧΕ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΕ ΝΑ ΥΠΑΡΧΕΙ
ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΝΑ ΓΙΝΟΥΝ ΠΙΟ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΣ.

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

mitatomushrooms@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΞΑΝΘΗΣ ΜΙΤΑΤΟ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

13

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΔΕΚΑ ΠΟΙΚΙΛΙΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΕΙΣ, ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ & ΔΙΑΘΕΣΗΣ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΟΙ ΚΑΤΑΛΛΗΛΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΡΟΥΦΩΝ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO22000 (2001)

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΜΥΚΗΛΙΟ (ΣΠΟΡΟΣ), ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΑΧΥΡΟ ΣΙΤΑΡΙΟΥ, ΝΑΥΛΟΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΤΟΠΙΚΟ ΛΑΔΙ, ΤΟΠΙΚΟ ΣΚΟΡΔΟ ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΑ, ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΑΠΟ ΚΑΦΕ ΑΠΟΒΛΗΤΑ ΑΝΤΙ ΓΙΑ ΑΧΥΡΟ ΣΤΗΝ ΑΠΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΔΙΟΞΕΙΔΙΟΥ ΑΝΘΡΑΚΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΣΠΑΣΗ ΑΝΤΙ ΝΑ ΤΟ ΔΙΑΣΠΑ ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΑ ΤΟ ΜΑΝΙΤΑΡΙ ΕΙΝΑΙ ΦΥΣΙΚΟΣ ΔΙΑΣΠΑΣΤΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΜΕΝΕΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΛΙΠΑΣΜΑ. ΞΕΧΩΡΙΣΤΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΛΙΠΑΣΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΜΗΝ ΠΕΤΙΕΤΑΙ Ο ΚΑΦΕΣ ΓΙΑΤΙ ΑΠΟΒΑΛΕΙ ΜΕΘΑΝΙΟ.

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΕΧΟΥΜΕ ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΠΡΟΙΟΝ ΜΕ ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ, ΜΕ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΕΜΠΟΡΟΥΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΜΑΣ ΕΧΟΥΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙ ΑΠΟ ΤΗ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΗ ΣΧΟΛΗ, ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΣΧΟΛΗ. ΛΟΓΩ ΤΟΥ ΤΡΟΠΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΚΑΙ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other: Wikifarmer, και αλλα κλαδικά

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter

Other:

ΦΙΛΑΝΘΡΩΠΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ, ΔΙΝΟΥΝ ΚΑΙ ΔΩΡΕΑΝ ΣΕ ΦΤΩΧΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ, ΚΑΙ ΤΑ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ, γιορτες μανιταρόφιλων και άλλων εκδηλώσεων , φεστιβάλ στην ξάνθη και Δράμα

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

ΕΞΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΚΑΙ 1 ΑΝΔΡΑΣ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΕΡΓΑΤΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΚΑΙ Ο ΑΝΔΡΑΣ ΣΤΗΝ ΔΙΑΝΟΜΗ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΠΡΟΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ.

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΠΡΟΣΠΑΘΕΙ ΑΛΛΑ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΓΕΓΟΝΟΣ ΟΤΙ Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΔΕΝ ΒΟΗΘΑΕΙ ΔΕΝ ΜΕΝΟΥΝ, ΚΑΙ ΦΕΥΓΟΥΝ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΖΕΤΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΕΤΑΙ, ΝΑ ΞΕΡΕΙ ΠΟΤΕ ΝΑ ΚΑΘΑΡΙΣΕΙ ΝΑ ΜΑΖΕΨΕΙ ΕΓΚΑΙΡΑ ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ ΚΑΙ ΝΑ ΤΟ ΣΥΣΚΕΥΑΣΕΙ ΔΙΟΤΙ ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΜΕΓΑΛΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΖΩΗΣ. ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΡΟΣΕΞΟΥΝ ΣΤΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΥΤΟ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΜΕΝΕΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΔΕΙΚΤΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΠΩΣ ΠΑΕΙ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΤΟ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΜΑΝΙΤΑΡΙ ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΚΑΦΕ, ΕΠΙΣΤΡΕΦΟΥΜΕ ΤΟΝ ΚΑΦΕ ΑΠΟ ΕΚΕΙ ΠΟΥ ΞΕΚΙΝΗΣΕ. ΜΟΝΟ 2% ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΚΑΦΕ ΜΑΣ ΕΣΠΡΕΣΣΟ ΚΑΙ ΑΥΤΟΣ ΠΑΙΡΝΕΙ ΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΑΙ ΘΑ ΤΟ ΚΑΝΕΙ ΛΙΠΑΣΜΑ

ΕΠΕΙΔΗ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΠΤΥΓΜΕΝΟΣ ΚΛΑΔΟΣ, ΔΕΝ ΑΠΟΖΗΜΙΩΝΟΝΤΑΙ ΤΑ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΝΤΑΓΜΕΝΟ ΩΣ ΠΡΟΙΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΩΣ ΠΑ ΑΓΡΟΠΡΟΙΟΝ, ΟΠΩΣ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΑΤΕΝΤΑΣ, ΝΑ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙ ΤΑ ΚΑΦΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΤΟΥ ΚΑΦΕ, ΚΑΙ ΣΕ ΒΑΘΟΣ 5ΕΤΙΑΣ.

ΕΠΕΙΔΗ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΠΤΥΓΜΕΝΟΣ ΚΛΑΔΟΣ, ΔΕΝ ΑΠΟΖΗΜΙΩΝΟΝΤΑΙ ΤΑ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΓΙΑΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΝΤΑΓΜΕΝΟ ΩΣ ΠΡΟΙΟΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΩΣ ΠΑ ΑΓΡΟΠΡΟΙΟΝ. ΟΠΩΣ ΣΤΟ COVID.

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ, ΨΑΧΝΟΥΜΕ ΑΝΘΡΩΠΟ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΝΑ ΒΟΗΘΗΣΟΥΝ ΣΤΗΝ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΠΛΕΥΡΩΤΟΥΣ ΑΠΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΚΑΦΕ ΕΣΠΡΕΣΣΟ ΩΣΤΕ ΝΑ ΕΧΟΥΜΕ ΜΗΔΕΝΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΝΑΠΟΘΕΣΗ ΤΟΥ ΚΑΦΕ ΕΣΠΡΕΣΣΟ ΣΤΙΣ ΧΩΜΑΤΕΡΕΣ. ΓΙΑΤΙ Ο ΚΑΦΕΣ ΟΤΑΝ ΔΙΑΣΠΑΤΑΙ ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΑ ΑΠΟ ΤΟ ΜΑΝΙΤΑΡΙ ΕΙΝΑΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΛΙΠΑΣΜΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΟ ΜΙΚΡΟ ΕΥΡΟΣ ΖΩΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ, ΔΕΝ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΦΥΣΙΚΟΥΣ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ, ΟΧΙ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες); *

ΑΝ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ ΜΑΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΕΙ ΜΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΝ ΚΑΤΟΧΥΡΩΘΕΙ ΤΟ ΜΑΝΙΤΑΡΙ ΩΣ ΠΡΟΙΟΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΑΛΛΑ ΟΧΙ ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήσατε; *

ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΟΥ COVID ΠΟΥ ΠΟΥΛΟΥΣΑΜΕ ΣΤΙΣ ΤΑΒΕΡΝΕΣ ΔΕΝ ΑΠΟΖΗΜΙΩΘΗΚΑΝ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήσατε; *

ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΤΟ ΜΑΝΙΤΑΡΙ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΕΙ ΩΣ ΦΑΡΜΑΚΟ. ΤΟΝ ΕΧΟΥΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙ ΑΝ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ ΕΙΧΕ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΝΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΟΥΝ ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ. ΑΠΛΑ ΕΝΩ ΕΙΝΑΙ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ ΑΠΛΑ ΔΕΝ ΤΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΟΥΝ ΜΕ ΤΟ ΝΑ ΔΩΣΟΥΝ ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΜΕ ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΑΠΟ ΓΕΩΠΟΝΟΥΣ ΣΤΟΥ ΑΓΡΟΤΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΘΕΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΝ ΒΡΕΙ ΕΝΑΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΟΠΩΣ Η ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΘΑ ΠΑΕΙ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΜΗΔΕΝΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΟΥΤΕ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΕΙ ΤΟΥΣ ΑΓΡΟΤΕΣ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΩΣ ΤΟΠΟΣ ΕΧΕΙ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΛΛΑ ΔΕΝ ΠΡΟΣΕΛΚΥΕΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ. ΚΑΤΩ ΤΟΥ 10% ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ. ΟΤΑΝ ΕΡΧΕΤΑΙ ΕΝΑΣ ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ ΝΑ ΒΑΛΕΙ ΑΝΕΜΟΓΕΝΝΗΤΡΙΕΣ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΣΥΓΚΡΙΘΕΙ ΜΕ ΕΝΑΝ ΜΙΚΡΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΗ ΩΣ ΑΠΟΔΟΣΗ. ΔΕΝ ΤΟΥΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΝΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΟΥΝ ΜΙΚΡΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΜΟΝΟ ΜΕΓΑΛΟΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΠΟΥ ΟΜΩΣ ΔΕΝ ΑΦΗΝΟΥΝ ΑΠΟΔΟΣΗ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ. Ο ΔΗΜΟΣ ΑΝΤΙ ΝΑ ΧΩΡΙΣΕΙ ΕΝΑ ΧΩΡΑΦΙ ΓΙΑ ΝΑ ΤΟ ΔΩΣΕΙ ΣΕ ΜΙΚΡΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΕΣ ΚΑΙ ΝΑ ΠΑΡΑΓΟΥΝ ΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝ ΠΧ ΜΕΝΤΑ. ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΕΝΤΑΣ. Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΕΝ ΙΔΙΑ ΓΙΑ ΟΛΟ ΤΟΝ ΤΟΠΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

dimitriszouras@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Ζούρας Φάρμ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Γεωργο κτηνοτροφική επιχείρηση

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

70

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Αυγά, Γενετικό υλικό (νεοσσοί πουλάδες, Προϊόντα αυγού)

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Εξοπλισμός πτηνοτροφικός, Εκκολαπτήριο , Μονάδα Παστερίωσης

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Εμπειρία , know how, εξελιγμένα μηχανήματα

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

FSSC ,BRC ,ISO ,AGROVET

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Καλαμπόκι ,Στάρι , Σόγια

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

-

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Αθέμιτος ανταγωνισμός και ελληνοποιήσεις

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

150

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

-

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Σε διευθυντικές θέσεις

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Παρατηρούνται συχνά

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Υπάρχουν διάφορες ιδέες καινοτόμες

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Υψηλό κοστολόγιο

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Τραπεζικό δανεισμό και ιδία κεφάλαια

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Συνεργασία εμπειρία προσωπικό

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Μεγάλος όγκος δουλειάς με μικρό αριθμό προσωπικού

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Αλλαγή συνθηκών ευζωίας των ζώων

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

-

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

-

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Δυσοίωνες συρρίκνωση του κλάδου

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Άμεση εύρεση εναλλακτικού τρόπου παραγωγής της πρωτεΐνης

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Είναι πενιχρά

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Επιμελητήριο, υπουργείο, κρατικοί φορείς, κτηνιατρική

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Αδύναμα αρκετά

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

info@samythos.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΣΑΜΥΘΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΣΟΥΣΑΜΟΣΠΟΡΟΥ ΚΑΙ ΥΠΟΠΡΟΙΟΝΤΑ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

3 ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΣΕ ΜΕ ΑΛΛΗ ΜΟΡΦΗ

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΣΟΥΣΑΜΙ, ΤΑΧΙΝΙ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΩΜΟ, ΦΙΛΤΡΟΥ ΚΛΠ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΤΡΙΟΡΙ ΓΙΑ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟ, Ο ΜΥΛΟΣ ΓΙΑ ΤΟ ΤΑΧΙΝΙ, ΓΕΜΙΣΤΙΚΟ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

TAXINI EXEI EIDIKOYΣ THΛAMOYΣ, KAI XPEIAZETAI THN EIDIKH ΘEPMOKPAΣIA, EIDIKO ΠΛYNTHPIO

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ΟΧΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ISO 22000 (ΕΧΕΙ ΤΟΥΣ ΦΑΚΕΛΟΥΣ), ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ, ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΗΝ HACCP

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΣΟΥΣΑΜΙ, ΚΑΙ ΜΕΙΓΜΑΤΑ ΤΑΧΙΝΙ ΨΥΧΡΗΣ ΜΕ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΕΛΙ. ΕΙΔΙΚΟΣ ΣΠΟΡΟΣ ΣΕ ΔΙΚΗ ΤΟΥΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΜΕ ΕΙΔΙΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΒΙΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ/

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΣΟΥΣΑΜΙ ΕΒΡΟΥ ΤΟΠΙΚΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΚΟΡΥΦΑΙΑ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ.

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΕΙΜΑΣΤΕ 40% ΠΙΟ ΑΚΡΙΒΟΙ ΑΛΛΑ ΕΧΟΥΜΕ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΙΟΤΗΤΑ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΚΑΙ ΝΑ ΚΑΝΟΥΜΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΑΔΙΚΟΣ ΣΕΒΟΜΕΝΟΣ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑ.
ΔΡΑΣΤΗΡΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΣΤΗ ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ ΚΑΙ ΑΜΕΡΙΚΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρησή σας ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

10 ΑΤΟΜΑ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΕΙΝΑΙ 7 ΚΑΙ 3 ΑΝΤΡΕΣ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΜΟΡΙΑΚΗ ΒΙΟΛΟΓΟΣ (ΓΥΝΑΙΚΑ), ΓΕΩΠΟΝΟΣ (ΙΔΙΟΣ), ΔΙΑΤΡΟΦΟΛΟΓΟΣ (ΚΟΡΗ), ΕΡΓΑΤΕΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ (ΜΕΙΚΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ 4 ΓΥΝΑΙΚΕΣ 3 ΑΝΤΡΕΣ)

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ, ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΠΡΟΙΟΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΣΥΧΝΕΣ ΣΤΗΝ ΕΠΤΑΕΤΙΑ ΜΟΝΟ 2 ΑΛΛΑΓΕΣ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΕΙΝΑΙ ΕΠΑΡΚΩΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΜΕΝΟ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΝΑΙ ΣΑΦΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΕΣΟΔΩΝ ΕΞΟΔΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΤΗΡΟΥΝ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΟΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΠΟΛΥ ΠΙΘΑΝΟ ΣΤΗΝ ΠΕΝΤΑΕΤΙΑ, ΜΙΛΑΕΙ ΜΕ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ, ΓΙΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ, ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΝΑ ΒΑΣΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΔΙΑΤΗΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΟΡΦΗ ΠΟΥ ΘΕΛΕΙ, ΜΙΚΡΗ ΠΕΡΙΟΔΟ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗΣ (ΜΙΚΡΟ LIFE SPAN)

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ, ΚΑΙ ΔΑΝΕΙΟΔΟΤΗΣΗ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ΤΟ ΣΟΥΣΑΜΙ ΩΣ ΠΡΩΤΗ ΥΛΗ ΤΟΥ ΕΒΡΟΥ, ΕΧΕΙ ΠΟΛΛΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΕΙΝΑΙ ΠΛΗΡΕΣ ΤΡΟΦΙΜΑ ΜΟΝΟ ΕΝΑ ΑΜΙΝΟΕΞΙ,

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

ΑΔΥΝΑΜΙΑ Ο ΧΑΜΗΛΟΣ ΟΓΚΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΥΛΗΣ ΚΑΙ ΣΑΦΩΣ ΕΝΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΔΙΚΤΥΟ. ΚΑΛΥΠΤΟΥΝ ΑΝΑΓΚΕΣ ΑΝΘΡΩΠΩΝ ΣΥΝΕΙΔΗΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ.

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΠΥΡΓΑΓΙΕΣ ΦΕΤΟΣ , ΖΗΜΙΕΣ. ΘΕΩΡΕΙ ΟΤΙ ΕΙΜΑΣΤΕ ΣΤΗΝ ΑΙΧΜΗ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΝΑ ΕΙΜΑΣΤΕ ΣΕ ΕΓΡΗΓΟΡΣΗ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ. ΠΟΛΛΑ ΠΡΟΤΖΕΚΤ ΟΧΙ
ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΣΟΥΣΑΜΙ ΣΕ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΣΤΑΔΙΟ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΩΣΤΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΩΣ ΤΗΝ ΑΞΙΑ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΕΙΔΗ ΕΧΕΙ ΔΙΑΦΟΡΑ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΩΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΝΑ ΑΣΧΟΛΗΘΟΥΝ ΝΑ ΧΑΜΗΛΩΣΟΥΝ ΤΟ
ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ.

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΘΑ ΕΧΟΥΜΕ ΔΙΟΤΙ ΤΟ ΣΟΥΣΑΜΙ ΕΧΕΙ ΤΙΣ ΚΑΛΥΤΕΡΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ.

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΤΖΕΚΤ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.)
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΝΟΝΤΑΝ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΚΑΙ ΤΟ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΝΑ ΥΠΑΡΞΕΙ ΣΟΒΑΡΗ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΝΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΗΣΟΥΝ ΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ. ΘΡΕΠΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΑΘΕΙ Ο ΚΟΣΜΟΣ. ΝΑ ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ ΕΘΝΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ. ΚΑΙ Ο ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΤΟΥ ΣΟΥΣΑΜΙΟΥ ΜΕ ΤΗ ΣΑΛΜΟΝΕΛΑ ΕΙΝΑΙ ΜΕΓΑΛΟΣ. ΕΙΝΑΙ Η ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΕ ΕΝΔΕΙΞΗ ΣΤΗΝ ΕΤΙΚΕΤΤΑ ΜΕ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΣΑΛΜΟΝΕΛΑ. ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΘΕΙ Ο ΚΟΣΜΟΣ ΓΙ ΑΥΤΟ. ΕΙΝΑΙ ΣΟΒΑΡΟ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ. ΕΝΑ ΣΤΑ ΔΥΟ ΦΟΡΤΙΑ ΕΛΕΓΧΟΝΤΑΙ. ΨΗΝΟΝΤΑΙ ΣΕ ΜΕΓΑΛΕΣ ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΕΣ ΓΙ ΑΥΤΟ ΧΑΝΕΙΣ ΣΕ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ. ΕΥΛΑΤΟΞΙΝΗ ΑΚΡΩΣ ΚΑΡΚΙΝΟΓΟΝΟΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΑΠΟΒΑΛΛΕΤΑΙ ΤΕΛΕΙΩΣ ΠΑΡΑΜΕΝΕΙ. ΕΜΕΙΣ ΑΠΟΦΕΥΓΟΥΜΕ ΑΥΤΑ ΓΙΑΤΙ ΕΛΕΓΧΟΥΜΕ ΤΗ ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΟΠΩΣ ΕΙΝΑΙ ΕΤΣΙ Η ΑΓΟΡΑ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ. ΜΟΝΟ ΑΝ ΔΡΑΣΤΗΡΟΠΟΙΗΣΕ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΓΟΡΑ. ΛΟΓΩ ΤΟΥ ΙΝΤΕΡΝΕΤ ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΕΧΟΥΝ ΜΕΙΩΘΕΙ ΚΑΙ Ο ΤΟΠΙΚΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΘΕΙ ΚΑΙ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

bioampelos@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

 Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

 Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Επωνυμία της Επιχείρησης *

ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΟΔΡΥΣΕΣ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other: ΓΕΩΡΓΙΚΗ

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

8

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΟΙΝΟΣ-ΠΕΤΙΜΕΖΙ-ΑΠΟΣΤΑΓΜΑ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΑΠΟΡΡΑΓΙΣΤΗΡΕΣ -ΔΕΞΑΜΕΝΕΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗΣ -ΖΥΜΩΣΗΣ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΙΣΤΙΠΟΙΗΣΗ

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΣΤΑΦΥΛΙΑ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΑΜΠΕΛΟΥ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΔΙΑΦΟΡΑ ΜΕΤΑΞΥ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

1

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΟΧΙ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ -ΥΠΟΔΟΜΕΣ- ΑΓΟΡΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΠΟΛΥ ΠΙΘΑΝΟΝ-ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ+ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΑ ΠΕΡΙΟΧΗΣ , ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΔΙΚΤΙΩΝ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΥΨΗΛΟ ΚΟΣΤΟΣ -ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ ΠΩΛΗΣΗΣ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΚΑΛΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΑΠΟΛΥΤΑ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ -ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΠΟΛΥ ΚΑΛΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

katerinastergianni@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΤΣΕΛΙΓΚΑΤΟ ΣΟΥΦΛΙΟΥ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***ΤΥΡΟΚΟΜΕΙΟ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

10

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΚΑΤΣΙΚΙΣΙΟ ΤΥΡΙ , ΠΡΟΒΕΙΟ ΓΙΑΟΥΡΤΙ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΠΑΓΟΛΕΚΑΝΗ, ΠΑΣΤΕΡΙΩΤΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ [ΒΡΑΣΤΗΡΑΣ], ΨΥΚΤΗΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΗΣ, ΘΑΛΑΜΟΣ ΝΤΟΥΛΑΠΑ ΓΙΑΟΥΡΤΗΣ, ΚΑΖΑΝΙ ΠΗΞΕΩΣ, ΤΥΡΟΤΡΑΠΕΖΑ, ΚΑΛΟΥΠΙΑ ΜΕΓΑΛΑ ΤΣΑΝΤΙΛΑΣ, ΑΝΤΛΙΕΣ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

-

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΠΡΟΒΕΙΟ ΝΩΠΟ ΓΑΛΑ, ΓΙΔΙΝΟ ΝΩΠΟ ΓΑΛΑ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

-

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

2 [ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟ ΕΜΕΝΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΥΙΟ ΜΟΥ, ΗΤΟΙ ΔΥΟ ΑΝΔΡΕΣ]

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΤΥΡΟΚΟΜΟΙ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΠΛΗΡΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΚΙΝΗΣΕΩΝ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

-

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

-

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

-

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΠΑΡΑΓΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ , ΑΜΕΣΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΠΑΡΑΓΩΜΕΝΗΣ ΜΕΤΑΠΟΙΟΥΜΕΝΗΣ ΠΡΩΤΗΣ ΥΛΗΣ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΟΛΩΣ ΑΥΞΑΝΟΜΕΝΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΑΓΝΩΣΤΟΝ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΑΝΕΠΑΡΚΗΣ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΤΟΜΕΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΞΑΡΤΩΝΤΑΙ ΑΠΟ ΠΛΗΘΩΡΑ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΩΣ ΕΚ ΤΟΥΤΟΥ ΔΕΝ ΔΥΝΑΝΤΑΙ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΘΟΥΝ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πώς βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΑΥΤΑΡΚΕΙΑΣ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, Ο.Τ.Α. ΜΕ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΝ ΑΚΡΙΤΙΚΟ ΕΒΡΟ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΜΕ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΞΕΛΙΞΗΣ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

v.gemenetzis@greek-ouzo.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other: Χημικός**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΠΟΤΟΠΟΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΘΡΑΚΗΣ ΑΒΕΕ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other: ABEE

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

50

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΟΥΖΟ, ΤΣΙΠΟΥΡΟ, BRANDY

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΑΠΟΣΤΑΚΤΗΡΕΣ, ΕΜΦΙΑΛΩΤΙΚΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ, ΕΓΚΕΙΒΩΤΙΣΤΕΣ, ΑΝΑΜΕΙΚΤΕΣ, ΑΝΤΛΙΕΣ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΟΧΙ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO22000, IFS, ISO9001

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΑΙΘΥΛΙΚΗ ΑΛΚΟΟΛΗ, ΓΛΥΚΑΝΙΣΟΣ, ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

OK

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

80

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ, ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΕΙΔΙΚΕΥΤΟΙ, ΜΙΚΤΑ ΑΝΔΡΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

-

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

-

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

-

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΙΜΕΣ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΟΧΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ, ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Ο ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ ΕΛΕΓΧΩΝ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΜΕΤΡΙΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

dimmout35@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other: Μελος**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΑΦΟΙ ΜΟΥΤΛΙΑ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Χοιροτροφία και κρεαταγορα

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

48

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Χοιρινά,λουκάνικα.μοσχάρια

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Χοροστάσιο,ψυγεία.ζυμωτήριο,μηχανές κοπής.

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Οχι

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Κανένα

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Στάρι καλαμπόκι κριθαρι

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Καλύτερη ποιότητα κρεατος

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Κανένα

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

5 άνδρες, 1 γυναίκα

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Οι άνδρες πωλητές οδηγοί, η γυναίκα πωλητής

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Πρόεδρος μελη

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Κανένα

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Γραφειοκρατία

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Προγραμμα

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Φήμη ποιότητα

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Τοποθεσία

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Ακρίβεια στις πρώτες υλές

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Οχι

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Ακρίβεια

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Σταθερες

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Ανοδικη

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Πριγραμματα

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Χαμηλο

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

gzampis@yahoo.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Ζαμπιτογλου**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Μήλα, Κερασια, Ροδικινα, Καρυδια

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

6

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Μήλα κερασια ροδάκινα

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Τρακτερ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Αντιχλαζικό δικτυ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

λιπασμα, φυτοφαρμα νερό

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Ζεόλιθο

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

πολυ καλός ανταγωνισμός

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other: από στόμα σε στόμα

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

2-6 άτομα, 4 γυναίκες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

εργάτες

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

-

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

όχι αλλά δεν υπάρχουν επιλογές

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι- χυμός μηλου

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

εφαρμοζεται

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

χρηματοδοτεται

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

προιον, ποιότητα

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

ελλειψη περαιτερω εξειδικευσης καταρτησης

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

φυσικες καταστροφες,

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

σιγουρα- ξενοδοχεία

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

κοστος παραγωγής, λιπασματα φυτοφαρμακα, νερο

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

μεταποίηση

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ανωδική

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) *
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;

δεν εχω φαξει

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην *
βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;

οχι

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

πολύ κακό, θέλει βελτίωση και τύχη

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

ktimaiasonas@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Μελληνικον**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Μελισσοκομικά Προϊόντα- Προϊόντα οικοτεχνίας- Κερί και Ελαιόλαδο

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other: Αγρότης ειδικού καθεστώτος

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

4

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Μέλι, Κεραλοιφές, Σαπούνια

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Καλούπια, Μελιττοεξαγωγέας, Μπεν μαρί

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Προσθήκη υαλουρονικού και εγχυμα σαλιγκαριού σε κεραλοιφές

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

*

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

μέλι, κερί, λάδι

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

*

ελαιόλαδο

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *
δεν χρησιμοποιούν τοπικές ποιοτικές ύλες, καινοτομία

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1 γυναίκα, 1 αντρας

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

αγρότισσα

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

-

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

όχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

χρηματοδότηση

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

δεν γνωρίζω

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

καινοτομία σε παραδοσιακά

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

χρηματοδότηση, ειδικό καθεστώς μη εκδοση τιμολογίων

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

φυσικές καταστροφές, ζωικό κεφάλαιο, φυτικό κεφάλαιο

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι, δημιουργία εργαστηρίου - παρασκευαστηρίου

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

υποχρηματοδότηση, φορολογία

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ανερχομενος κλαδος, προοπτικές, φυτικά προϊόντα

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

αναπτυξη της επιχείρησής, δημιουργία εργαστηρίου

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

δεν γνωρίζω

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

δεν υπάρχουν προοπτικές

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

delipoulios@otenet.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης *****ANT ΔΕΛΗΠΟΥΛΙΟΣ ΑΕ**
.....**Αντικείμενο της Επιχείρησης *****ΒΙΟΜ ΞΗΡΩΝ ΚΑΡΠΩΝ**
.....

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

26

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΚΟΛΟΚΥΘΟΣΠΟΡΟΣ , ΗΛΙΟΣΠΟΡΟΣ , ΑΜΥΓΔΑΛΑ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΜΗΧΑΝΗ ΚΑΘΑΡΙΣΜΑΤΟΣ , ΜΗΧΑΝΗ ΟΠΤΙΚΟΥ ΔΙΑΛΟΓΕΑ , ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΧΡΗΣΗ ΟΠΤΙΚΟΥ ΔΙΑΛΟΓΕΑ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO 22000

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΚΟΛΟΚΥΘΟΣΠΟΡΟΣ , ΗΛΙΟΣΠΟΡΟΣ , ΑΜΥΓΔΑΛΑ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΚΟΛΟΚΥΘΟΣΠΟΡΟΣ & ΗΛΙΟΣΠΟΡΟΣ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

25

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ , ΛΟΓΙΣΤΗΣ . ΑΠΟΘΗΚΑΡΙΟΣ , ΠΩΛΗΤΗΣ , ΟΔΗΓΟΣ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΛΟΓΙΣΤΗΣ , ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ , ΠΩΛΗΤΗΣ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ ΔΙΟΤΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ ΚΑΙ ΣΕ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ , ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ , ΕΒΙΔΑ ΚΤΛΠ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΜΕ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΑΣ ΓΙΑΤΙ Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΟΥ ΒΡΙΣΚΟΜΑΣΤΕ ΕΧΕΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΕΙ ΩΣ ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΚΑΙ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ ΟΡΙΑ ΔΟΜΗΣΗΣ (ΜΕΧΡΙ 4,5 ΜΕΤΡΑ ΥΨΟΣ...ΜΕ ΚΕΡΑΜΟΣΚΕΠΗ) ΚΑΙ ΑΝΑΜΕΝΟΥΜΕ ΝΑ ΛΥΘΕΙ ΟΠΩΣ ΜΑΣ ΕΧΟΥΝ ΔΙΑΒΕΒΑΙΩΣΕΙ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΜΕ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΗΣ ΘΕΣΗΣ , Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΟ ΕΙΔΟΣ & ΟΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΕΠΤΥΞΕ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Η ΑΔΥΝΑΜΙΑ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΟΠΩΣ ΑΝΑΦΕΡΑΜΕ ΚΑΙ ΤΟ ΑΚΡΙΒΟ ΔΙΑΜΕΤΑΚΟΜΙΣΤΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΟΥ ΕΧΕΙ (ΕΧΟΥΜΕ ΖΗΤΗΣΕΙ ΝΑ ΜΑΣ ΔΩΣΟΥΝ ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΟ ΙΣΟΔΥΝΑΜΟ ΟΠΩΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ)

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΝΑΙ ΕΑΝ ΙΣΧΥΣΕΙ Η ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ , Η ΟΛΟΕΝΑ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΤΕΡΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΕΣ ΑΓΡΟΤΕΣ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΝΑΙ ΕΑΝ ΕΠΕΚΤΑΘΟΥΜΕ ΚΑΙ ΜΠΟΡΕΣΟΥΜΕ ΝΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΟΥΜΕ ΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΑΣ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Η ΟΛΟΕΝΑ ΚΑΙ ΜΙΚΡΟΤΕΡΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΕΣ ΑΓΡΟΤΕΣ . Η ΕΛΛΕΙΨΗ ΕΡΓΑΤΙΚΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΚΑΛΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΕΑΝ ΕΠΕΚΤΑΘΟΥΜΕ ΚΑΙ ΜΠΟΡΕΣΟΥΜΕ ΝΑ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΟΥΜΕ ΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΑΣ ΘΑ ΔΙΕΥΡΥΝΟΥΜΕ ΤΟΝ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ ΓΙΑΤΙ ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΜΕΓΑΛΕΣ ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΕΓΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΚΑΤΑΒΟΛΕΣ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΚΑΝΕΝΑΣ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΚΑΚΟ ΛΟΓΩ ΑΠΟΥΣΙΑΣ ΙΣΧΥΡΩΝ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΚΑΙ ΑΝΤΑΠΟΔΟΤΙΚΩΝ ΜΕΤΡΩΝ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

snailsthrace@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΑΡΧΟΝΤΙΔΗΣ ΦΩΤΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ - ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΑΛΙΓΚΑΡΙΟΥ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

13

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Κ/Ψ ΣΑΛΙΓΚΑΡΙΑ ΜΕ ΚΕΛΥΦΟΣ

ΜΠΙΦΤΕΚΙ ΣΑΛΙΓΚΑΡΙΩΝ

ΦΙΛΕΤΟ - ΚΙΜΑΣ

.....

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΤΑΧΥΚΑΤΑΨΥΚΤΗΣ

ΒΡΑΣΤΗΡΑΣ 150 ΛΙΤ

ΣΥΣΚΕΥΗ ΑΦΑΙΡΕΣΗΣ ΑΕΡΑ (VACUUM)

.....

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΣΥΝΤΑΓΗ ΒΡΑΣΙΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΙΛΕΤΟΥ ΣΕ ΚΙΜΑ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

HACCP

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΣΑΛΙΓΚΑΡΙ ΕΚΤΡΟΦΕΙΟΥ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

XXX

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΤΑ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΑΔΙΚΑ ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1 ΑΝΔΡΑΣ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΑΝΕΔΙΚΕΥΤΟΣ ΕΡΓΑΤΗΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΚΑΘΗΚΟΝΤΩΝ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

XXX

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

XXX

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ - ΠΡΟΩΘΗΣΗ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΟ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟ ΠΡΟΙΟΝ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΗΝ ΔΙΑΘΕΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΕΛΛΕΙΨΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΝΑΙ, ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Η ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ Σ/Μ, ΚΑΙ ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΑ ΜΑΡΚΕΤ ΛΟΓΩ Κ/Ψ , Η ΕΛΛΕΙΨΗ ΑΠΟ ΜΕΡΟΥΣ ΜΟΥ ΔΙΑΦΗΜΗΣΗΣ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΜΙΚΡΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΜΕ ΝΕΟ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ ΘΑ ΗΤΑΝ ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ, ΚΑΘΟΛΟΥ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ, ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΘΗΣΗ ΕΝΟΣ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΥΡΥ ΣΤΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΚΟΙΝΟ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΠΟΛΥ ΠΟΛΥ ΧΑΜΗΛΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

tzikachrissoula@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΚΑΒΕΙΡΟΣ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***εμπορειο ποτων

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

5

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

κρασιά, αποστάγματα

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

-

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

-

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

-

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

σταφυλια

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1 ανδρας 1 γυναικα

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

πωλητής, βοηθητικό προσωπικό

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ιδιοκτητης

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

-

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πολυ πιθανόν

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

μικρή επένδυση οποτε απο τους ιδιους

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιότητα-εξυπηρετηση

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

μικροι στην αγορα

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

μεγαλυτερες επιχειρησεις

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι- εξελιξη προιοντων

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

τροπος λειτουργιας, χρωστουμενα

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ανάπτυξη προιοντων μεταποιηση

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ανοδικη

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ατοκα δάνεια

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

δυσμενες

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

info@oikoportokalidis.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

παρασκευή παραδοσιακής σαλτσας ντοματας

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

5

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

σαλτσα ντομάτας

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ραφινέζα, γεμιστικό ετικετεζα

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

-

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO 22000

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ιδιοπαραγωγόμενα ντομάτα

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ντομάτα

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

13 άτομα- 7 άντρες, 6 γυν

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

εργάτες

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ιδιοκτήτης

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

εποχιακοι, δυστυχως ναι, ψαχνοει για εργατες

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ανειδίκευτοι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πολυ πιθανον, λυθηκε το προβλημα της στέγασης, βελτιωση

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

LEADER

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιότητα, καλή τιμή

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

γεωγραφικοί περιορισμοί, κόστος μεταφοράς

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

φυσικές καταστροφές

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

υπάρχουν, δημιουργούνται νέες αγορες

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

κοστος μεταφορών

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

και αλά προϊόντα για μεταποίηση

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

νεα προιοντα

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ναι- δανειο

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

εκθέσεις της περιφέρειας

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

πολύ δύσκολο, μαύρα

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

dwra2875@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΜΕΛΙ ΜΙΚΡΟΥ ΔΕΡΕΙΟΥ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

Προιοντα κυψελις

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

11

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

μελι, προπολη, γυρη

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

μελιτοεξαγωγεας, γυρεοπαγιδες, σιτες προπολης

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

-

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

φυτικό κεφάλαιο, καθαρή αλκοολη για προπολη

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

-

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1 γυναίκα

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ιδιοκτητρια

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ιδιοκτητρια

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι- ενταξη σε Leader

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πολυ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Leader

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιότητα προϊόντων, αξιοπιστία

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

μεταπώληση

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

φυσικές καταστροφες, κλιματική αλλαγή

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

χρηματοδότηση απο επενδυτικα προγραμματα

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

κόστος μετακινήσεων, τροφών

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

δεν διαφαινονται

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

προσπαθω για το καλύτερο

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) *
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;

μετρια

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην *
βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;

leader

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

οχι καλό

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

vkoutroulos@outlook.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other: Υπεύθυνος παραγωγής**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΑΤΛΑΜΑΖΟΓΛΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

αλλαντικά

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

5

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

παστουρμάς, σουτζούκι, χοιρινό λουκάνικο

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ψυγεια, μηχανή κιμά, γεμιστικό κανόνι, τρεσσα, θαλαμος ωρίμανσης

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

δεν χρησιμοποιουνε συντηρητικά

Διαθέτει η επιχείρηση σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

HASC, ISO 22000

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

μοσχαρι χοιρινό , μπαχαρικά

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ελληνικά κρεατα

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

4, 2 ανδρες, 2 γυναικες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

λογιστης, υπ. παραγωγης, βοηθος παραγωγης, υπ. προβολης κ διαφημισης

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

υπ. παραγωγης

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

υπαρχει περιθωριο βελτιωσης

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

πολλες, νέα προϊόντα

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πιθανον, χρηματοδοτηση

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

μεσα απο καποιο προγραμμα ή ίδια κεφαλαια

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

παραγωγή, ιδιαιτεροτητα προϊόντων, αξιοπιστια

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

μικρή δυνατοτητα παραγωγής, δικτυο διανομής, ελειψη χρηματοδότησης

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

αυξηση κοστους ενεργειας, μικρο μεριδιο αγορας (προϊόντα πολυτελιας)

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

αναπτυξη νεων κωδικών για προιοντα καθημερινης χρησης

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

εντονος ανταγωνισμός από μεγαλες εταιρειες

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

καθημερινα προιοντα μικροτερο κοστος ντελικατεσσεν

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

αναπτυξη νεων κωδικων

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

επιμελητηρια, εκθεσεις τοπικες

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

δυσκολο κλιμα και αστάθεια

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

s.kaloutsas@hellenicdairies.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other: Διευθυντής**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Ελληνικά Γαλακτοκομεία Α.Ε.**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Βιομηχανία Τροφίμων

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

7

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Φυτικά ροφήματα, φυτικά επιδόρπια, ζωικά επιδόρπια.

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Επεξεργασία πρώτης ύλης και συσκευαστικές μηχανές τελικών προϊόντων.

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Δεν υπάρχει κάποια διαδικασία που να δίνει κάποιο πλεονέκτημα.

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001, BRC, IFS, Non GMO

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Καρποί, δημητριακά, ρύζι.

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Όχι.

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Όχι.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

58 (52 άνδρες και 6 γυναίκες)

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Άνδρες: υπεύθυνοι παραγωγής, υπεύθυνοι τεχνικού τμήματος, logistics, πωλητές, αγοραστές, εργατικό προσωπικό. Γυναίκες: Ποιοτικός έλεγχος, πωλήτριες, εργατικό προσωπικό.

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Υπεύθυνοι παραγωγής, υπεύθυνοι τεχνικού τμήματος.

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Παρατηρούνται, όχι αρκετά συχνά.

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Ναι.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

EBITDA

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Όχι.

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Όχι

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Όχι.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Η ποιότητα των προϊόντων.

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Δεν έχει.

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Ναι, παγκόσμια οικονομική αστάθεια, αυξήσεις ενέργειας, πρώτων υλών κ.ά.

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Ναι, νέες επενδύσεις, νέες αγορές, νέα προϊόντα.

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Η παγκόσμια οικονομική αστάθεια και η κλιματική κρίση.

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Γενικά καλές προοπτικές επειδή είναι στον κλάδο των τροφίμων.

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Ανάπτυξη σε όλους τους τομείς.

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Ναι, θα μπορούσαν να είναι και καλύτερα.

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Το υπουργείο Ανάπτυξης με περαιτέρω επιδοτήσεις και το υπουργείο Οικονομικών με ευνοϊκότερη φορολογία.

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Μέτριο έως υποτονικό.

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

Info@grizoprasino.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Grizo & Prasino**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Παραγωγή και μεταποίηση και εμπορεία αρωματικών φυτών

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

7

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

δρογη για τσαι, εμφιαλωμένο κρυο τσαι βοτανων και σιροπι

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ετικετεζα, καζάνι με βρυσάκια, ξηραντήριο

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

βιολογική πιστοποίηση, συσκευασία ολοκληρωμένου φυτού και των ανθέων, ροφήματα από βότανα real brew

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

HASC, ISO

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

βότανα,υλικά συσκευασίας

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

βοτανα

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

πολλές παρόμοιες επιχειρήσεις αλλά μόνο 3-4 με ποιοτικό προϊόν παρόλη την καλή α υλη

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

6 γυναίκες, 3 ανδρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

CEO, social media, marketing, εποχιακές, παραγωγή, διαχειριστικά (γυναίκες), Διευθυνων συμβουλος, λογιστης , αποθηκαριος εποχιακοι (αντρες)

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Ceo, marketing, λογιστης, διευθύνων

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

αποχωρήσεις, συνέβη 4 φορές

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

οχι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πολύ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ίδια κεφάλαια, προτάσεις για χρηματοδότηση απο ευρωπαϊκά προγράμματα

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιότητα, επικοινωνία, αισθητική

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

μηχανολογικός εξοπλισμός, κακή χρηματοοικονομική διαχείριση, γεωγραφικοί περιορισμοί

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

κλιματική αλλαγή, έλλειψη προστασίας από το κράτος

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι επέκταση κωδικών και εξαγωγές

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

εκπαίδευση, μεταφορές προϊόντων, ταυτοποίηση προέλευσης πολλαπ/στικού και παραγόμενου υλικού

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

καλές, μεταποίηση

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

καλές , αρκεί να αντεξομμε

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) *

ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;

οχι, γιατί εξαιρούνται πολλές επιχειρήσεις λόγω περιορισμών στις προσκλήσεις, μικρή χρηματοδότηση (50%) κα

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην *

βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;

συνεταιρισμοί- συνέργειες αν στηθούν από επιχειρήσεις, πχ (ιδρυμα σταυρος νιαρχος)

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

δυσμενές, δεν υπάρχει επιχειρηματικότητα, χρειάζεται πολύ επιμονή και μεγαλύτερη χρηματοδότηση, ακόμη από μεγαλύτερες επιχειρήσεις

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

info@thrakiotikizimi.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΘΡΑΚΙΩΤΙΚΗ ΖΥΜΗ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Παραδοσιακά ζυμαρικά

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

20

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

χυλοπιτες, κουσκους, τραχανας

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

μηχανη παραγωγής ζυμαρικων ξηραντήρια συσκευαστικά

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

δεν εχουν συντηρητικα και υποκαταστατα

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

FSSE

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

αλευρι σιμιγδαλι αυγα γαλα

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

σουσαμι

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

3- 2 αντρες 1 γυναικα

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

παραγωγή και συσκευασία όλοι

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

παραγωγή και συσκευασία

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

γενικά όχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

πολλές

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ναι, προβλήματα ρευστότητας

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ιδιους πόρους

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

πολύ καλή ποιότητα, συνέπεια, λογικές τιμές

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

περαιτέρω αυτοματοποίηση

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ακρίβεια, ενεργειακή κρίση

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι, ενταξη σε μεγάλες αλυσιδες σουπερ μαρκετ αγορων κτλ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

εργατικό δυναμικό

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

εξαγωγές

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

μεγαλες αλυσιδες

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

δεν γνωρίζω

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

βαρύ κλίμα και δύσκολα

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

fgeorgakoudi@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other: Υπεύθυνη Λογιστηρίου**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΑΦΟΙ ΓΕΩΡΓΑΚΟΥΔΗ ΟΕ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

26

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΝΩΠΟ ΓΑΛΑ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟ, ΚΡΕΑΣ ΒΟΙΟ, ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΑΜΕΛΚΤΗΡΙΟ, ΓΕΩΡΓΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΡΟΜΠΟΤΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΣΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΤΑΙΣΜΑΤΟΣ ΜΙΚΡΩΝ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΩΝ ΖΩΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΡΜΕΓΗ ΤΟΥΣ. ΑΥΤΟ ΜΑΣ ΒΟΗΘΑΕΙ ΝΑ ΠΑΡΑΓΟΥΜΕ ΣΤΑΘΕΡΟ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΜΕΤΡΗΤΕΣ ΣΤΟ ΑΜΕΛΚΤΗΡΙΟ ΠΟΥ ΜΕΤΡΑΝΕ ΚΑΙ ΕΞΑΣΦΑΛΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΝΩΠΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ, ΚΤΗΝΙΑΤΡΙΚΑ ΦΑΡΜΑΚΑ, ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ ΤΩΝ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝ. ΜΑΚ. ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ. ΓΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΥΟΜΑΣΤΕ ΒΥΝΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕ ΣΑΝ ΖΩΟΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΑΥΤΟ ΒΟΗΘΑΕΙ ΣΤΗΝ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΑΣ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΣΤΗΝ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ ΓΙΑ ΝΑ ΕΙΣΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΒΡΙΣΚΕΙΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΝΑ ΠΑΡΑΓΕΙΣ ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΕΙ ΚΑΙ Ο ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΣ ΣΟΥ ΣΕ ΟΣΟ ΤΟ ΔΥΝΑΤΟΝ ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΙ ΜΕ ΤΑ ΥΨΗΛΟΤΕΡΑ ΔΥΝΑΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρησή σου ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter

Other:

ΔΕ ΧΡΕΙΑΖΟΜΑΣΤΕ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΔΙΟΤΙ Ο ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΑΣ ΠΕΛΑΤΗΣ ΕΙΝΑΙ ΕΝΑΣ ΚΑΙ ΠΑΙΡΝΕΙ ΟΛΗ ΤΗΝ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΝΩΠΟΥ ΑΓΕΛΑΔΙΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΟΥΜΕ

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

13 (12 ΑΝΤΡΕΣ 1 ΓΥΝΑΙΚΑ)

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΚΤΗΝΙΑΤΡΟΣ , ΤΕΧΝΟΛΟΓΟΣ ΓΕΩΠΟΝΟΣ, ΛΟΓΙΣΤΡΙΑ, ΕΡΓΑΤΕΣ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑΣ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΚΤΗΝΙΑΤΡΟΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΟΣ ΓΕΩΠΟΝΟΣ ΕΙΝΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΛΗ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ ΣΥΧΝΑ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

B

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΘΑ ΓΙΝΕΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΕ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ , ΖΩΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΕΙΜΑΣΤΕ ΣΤΗΝ ΦΑΣΗ ΤΩΝ ΑΔΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΙΤΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΝΕΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΜΕ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ, ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ, LEASING ΓΙΑ ΤΟΝ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΕΙΜΑΣΤΕ ΠΟΛΛΑ ΧΡΟΝΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΞΕΡΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΚΑΛΑ ΠΩΣ ΝΑ ΚΑΝΟΥΜΕ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΘΑ ΘΕΛΑΜΕ ΝΑ ΚΑΛΛΙΕΡΓΟΥΜΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΧΩΡΑΦΙΑ ΩΣΤΕ ΝΑ ΚΑΛΥΠΤΟΥΜΕ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ ΤΩΝ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ ΜΑΣ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΙΣΩΣ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΟΥ ΜΑΣ ΑΓΟΡΑΖΕΙ ΤΟ ΓΑΛΑ ΝΑ ΘΕΛΕΙ ΝΑ ΜΕΙΩΘΕΙ Η ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΑΡΑΓΩΜΕΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΜΑΣ ΔΙΟΤΙ ΚΑΙ ΑΥΤΗ ΜΕ ΤΗΝ ΣΕΙΡΑ ΤΗΣ ΙΣΩΣ ΝΑ ΜΗ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΤΟ ΔΙΟΧΕΤΕΥΣΕΙ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΙΣΩΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Το κόστος παραγωγής αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα είναι ένα από τα μεγαλύτερα της Ευρώπης δεδομένων των υψηλών συντελεστών έμμεσης και άμεσης φορολόγησης καθώς και του αυξημένου κόστους ενέργειας.

Συχνά παρουσιάζεται το εισαγόμενο γάλα ως Ελληνικό. Αυτές οι Ελληνοποιήσεις του εισαγόμενου γάλακτος μόνο προβλήματα μπορεί να φέρουν στην κτηνοτροφία.

Τέλος, λόγω τις ιδιαιτερότητας αλλά και του δύσκολου ωραρίου εργασίας σε μία κτηνοτροφική εκμετάλλευση είναι δύσκολο και να βρεθεί εργατικό δυναμικό. Ημεδαποί δεν δείχνουν ενδιαφέρον για εργασία στην κτηνοτροφία γι' αυτό το λόγω συνήθως απασχολούνται αλλοδαποί οι οποίοι έρχονται στην χώρα μας προς αναζήτηση εργασίας. Όμως οι διαδικασίες πρόσληψης για την εργασία σε κτηνοτροφική επιχείρηση είναι αρκετά περίπλοκες για τα συγκεκριμένα άτομα.

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

θα ήθελα να επισημάνω ότι η περιοχή ενδείκνυται για ανάπτυξη του κλάδου έχοντας περιθώρια βελτίωσης. Γι' αυτό και η Πολιτεία θα πρέπει να είναι αρωγός σε αυτή την προσπάθεια κάνοντας πιο εύκολη την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στον τομέα της κτηνοτροφίας.

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Το ίδιο με παραπάνω ισχύει και για την εξέλιξη της δικής μας επιχείρησής

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΣΕ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΝΑΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΔΕ ΓΝΩΡΙΖΩ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΚΑΛΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

ATALIOTIS.A@HAIFOODS.COM



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***BOLERO ΖΑΧΑΡΩΔΗ ΘΡΑΚΗΣ ΑΕ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

29

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΠΟΥΡΑΚΙΑ, ΠΡΑΛΙΝΑ, ΠΑΣΤΕΛΙ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΟΥΡΑΚΙΩΝ, ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΑΛΙΝΑΣ, ΓΡΑΜΜΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΑΣΤΕΛΙΟΥ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΟΧΙ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO9001, ISO14001, HACCP

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΣΗΣΑΜΙ, ΓΛΥΚΟΖΗ, ΖΑΧΑΡΗ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΟΧΙ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΟΧΙ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

165

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ ΚΑΙ ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΕΣ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΩΝ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΟΧΙ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΡΚΕΤΑ ΜΕΓΑΛΗ ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΟΧΙ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΟΧΙ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΟΧΙ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΗΣ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

ΚΑΝΕΝΑ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΟΧΙ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΟΧΙ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΙΝΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΓΙ'ΑΥΤΟ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΑΣ
ΕΓΙΝΕ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΕΞΩΣΤΡΕΦΗΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πώς βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΣΤΟΧΟΙ ΕΙΝΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΙ Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.)
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην
βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΚΥΡΙΩΣ Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΔΕΝ ΕΧΩ ΑΠΟΨΗ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

info@geothermikihellas.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΓΕΩΘΕΡΜΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ ΙΚΕ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***παραγωγή αποξηραμενων λαχναικών και φρουτων

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

28

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

αφυδατωμένα ντομάτα πορτοκαλι πιπερια

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ξηραντήριο, γραμμή πλύσης διαλογής κοπής με μάντες, αλεστικά και δονούμενα κόσκινα

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

αφυδάτωση προϊόντων με γεωθερμική ενέργεια, μειωμένο κόστος παραγωγής, χρήση ΑΠΕ, διατήρηση ποιότητας

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO 2200

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

νωπα προϊόντα, υλικά συσκευασίας

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

οπωροκηπευτικά από την περιοχή και όπου δεν υπάρχει από Ελλάδα

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

δεν υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός στην Ελλάδα αλλά στο εξωτερικό υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρησή σας ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

8 άτομα-6 γυναίκες, 2 άντρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

γυναίκες: παραγωγή συσκευασίας, άντρες συντήρηση και βοήθεια στη παραγωγή

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

-

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

οχι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

πολλές

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πολύ, υποβάλλαμε ήδη σχέδια υλοποίησης

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

μέσω ταμείου ανάπτυξης

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

καινοτομία- τεχνογνωσία στην αφυδάτωση, καλή εξυπηρέτηση και σχέση με τον πελάτη, διαθεση για εξυπηρέτηση

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

αποσβεσμένος εξοπλισμός , ανανέωση παραγωγικού εξοπλισμού, ελλειψη καταρτισμένου προσωπικού

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

οχι

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι είναι μια αγορά με μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

χρηματοοικονομική ρευστότητα, μεγάλη καθύστερηση σε επενδυτικές διαδικασίες

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

νέοι κωδικοί, μεγαλύτερη παραγωγή

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πώς βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ανοδικές

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ναι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΓΓ βιομηχανίας, ΕΦΕΠΑΕ, επενδυτικά

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

θετικό, τάση ενίσχυσης επιχειρήσεων σε απομακρυσμένες περιοχές.

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

papamavroudi@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other: οικοτεχνεια

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΤΟ ΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΗ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

ταχίни, ζυμαρικά, φυστικοβουτυρο

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

7

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ταχινι φυστικοβουτυρο τραχανα

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ξυλόφουρνο, μυλόπετρα, ξηραντήριο, ψυγεία

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

χρήση ξυλόφουρνου

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

φυστικια, σουσάμι σιτάρι

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

α υλες παραγωγης μας

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

3- 2αντρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

τα παντα

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

-

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

-

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

αρκετα, ρευστοτητα

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ιδιους πορους

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιοτητα, γευση, φιλικη εξυπηρετηση

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

διαφημιση

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

κλιματικη αλλαγη, κοστη παραγωγης φυτικο κεφαλαιο

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι- νεος εξοπλισμος

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

κοστος ενεργειας

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

αυξηση χονδρικής

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

σταθερη

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) *
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;

οχι ολα με ιδιους πορους

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην *
βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;

υπαρχουν δεν υπαρχει αποτελεσμα

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

στασιμη- δυσκολη, τα επενδυτικα προγραμματα εχουν παραλογες απαιτησεις

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

an.spanidis@yahoo.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΣΠΑΝΙΔΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ

.....**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***

ΕΜΠΟΡΙΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

.....

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

19

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ - ΜΕΤΑΦΟΡΑ - ΔΙΑΝΟΜΗ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΟΧΗΜΑΤΑ - ΨΥΚΤΙΚΟΙ ΘΑΛΑΜΟΙ - ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

.....

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Δεν υπάρχει

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΜΙΓΜΑΤΑ ΑΡΟΠΟΙΙΑΣ - ΚΑΤΕΨΥΓΜΕΝΗ ΣΦΟΛΙΑΤΑ - ΠΡΑΛΙΝΑ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Όχι δεν υπάρχει κάποια τοπική πρώτη ύλη που να δίνει κάποιο πλεονέκτημα

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Ο ανταγωνισμός είναι πολύ έντονος πλέον , με βασικό κριτήριο την τιμή

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

4 άνδρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

οδηγοί αποθηκάριος πωλητής

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Οδηγοί, πωλητής

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Όχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Όχι δεν χρησιμοποιώ άλλους δείκτες

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Ναι η κατασκευή ιδιόκτητων εγκαταστάσεων

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Αρκετά πιθανό

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Με τραπεζικά δάνεια

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών , καλή γνώση τη; αγορά;

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Υψηλές τιμές προϊόντων

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Αύξηση του ανταγωνισμού . είσοδος στην αγορά μεγάλων ανταγωνιστικών εταιριών

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Ναι αύξηση της υφιστάμενης αγοράς λόγω τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Υψηλό μεταφορικό κόστος , μικρή αγορά

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Καλές λόγω τουριστικής ανάπτυξης και γεωγραφικής θέσης

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Θετικές

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Όχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Περιφέρεια , τράπεζες , εμπορικό επιμελητήριο

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Μέτρια - χαμηλή

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

info@moka.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΚΕΪΒΑΝΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Παραγωγή γλυκών

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

22

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Γλυκά, παγωτά, αρτοποιήματα

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Φούρνοι, σοκολατομηχανή, παγωτό μηχανή, μίξερ, κουλουρομηχανή, καταψυξεις, ψυγεία

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

-

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

HACCP

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Ζάχαρη, σοκολάτα, προϊόντα γάλακτος

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

-

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Αντίστοιχου μεγέθους και δυναμικής ατομικές επιχειρήσεις και εταιρείες οικογενειακού χαρακτήρα

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρησή σας ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other: TripAdvisor

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

4 άντρες , 22 γυναίκες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Άνδρες : αποθηκάριος, οδηγός

Γυναίκες: Εργατοτεχνίτες, ζαχαροπλάστες, καθαρίστρια, πωλήτρια

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Παραγγελιοληψία, παραγγελιοδωσία

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Ναι πολύ συχνά στον τομέα των καταστημάτων λιανικής πώλησης. Καθόλου στον χώρο παραγωγής.

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Επαρκώς ναι, πλήρως όχι.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Annual cost structure, τάση πλήθους πελατών, ύψος δαπάνης/πελάτη

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Ναι στον τομέα των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Πολύ πιθανόν. Προβλήματα: χρηματοδότηση, μάρκετινγκ, συσκευασία,

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Ίδια κεφαλαία και πιθανά χρηματοδοτικά επενδυτικά προγράμματα.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Αρκετά Σημεία λιανικής πώλησης, ποικιλία προϊόντων

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Αρκετά σημεία λιανικής πώλησης, ποικιλία προϊόντων, ρευστότητα

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Περιβαλλοντικούς, διατροφικούς, έλλειψη εργατικού δυναμικού.

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες); *

Βελτίωση τοπικής τουριστικής οικονομίας.

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Ευαισθησία προθύμως με μικρή διάρκεια ζωής. Αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες. Αύξηση τιμών πρώτων υλών και λειτουργικών.

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Καλές αν υπάρχει η δυνατότητα προσαρμογής και ευελιξίας.

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Θετικές αν γίνουν διορθωτικές κινήσεις στην δομή της και καινοτομίες στα προϊόντα και υπηρεσίες.

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Έχουμε λάβει βοηθήματα, αλλά όχι όσα θα έπρεπε και με την ευκολία που θα έπρεπε.

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Αγροδιατροφικής σύμπραξη περιφέρειας, προώθηση προϊόντων στις αγορές.

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Πολλές οι δυσκολίες λόγω γεωγραφικών περιορισμών.

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

arivar114@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

 Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

 Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Επωνυμία της Επιχείρησης *

ΕΒΡΟΣΟΠ ΟΕ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

ΔΙΑΔΙΚΤΙΑΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

8

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΑΛΕΥΡΙ ΖΕΑΣ/ ΜΕΤΑΞΩΤΑ ΣΟΥΦΛΙΟΥ/ ΤΑΧΙΝΙ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΚΑΝΕΝΑΣ ΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΩΜΑΣΤΕ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΤΟΠΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ΤΟΠΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΑΛΕΥΡΙ ΖΕΑΣ/ ΜΕΤΑΞΩΤΑ ΣΟΥΦΛΙΟΥ/ ΤΑΧΙΝΙ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΤΟΠΙΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΔΕΝ ΕΧΟΥΜΕ ΒΑΣΙΚΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other: TIK TOK GOOGLE

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other: _____

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

2

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΣΥΝΕΤΑΙΡΟΙ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΣΥΝΕΤΑΙΡΟΙ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

GOOGLE ANALYTICS

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΠΟΛΛΕΣ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΖΟΥΜΕ ... ΑΠΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΑΛΛΟ ΤΙ...

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ΕΞΕΡΕΤΙΚΗ ΣΧΕΣΗ ΠΟΙΟΤΙΤΑΣ ΤΙΜΗΣ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

ΕΙΜΑΣΤΕ ΠΟΛΥ ΑΡΓΟΙ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΑΚΡΙΒΕΙΑ, ΠΟΛΕΜΟΙ, ΠΑΝΔΗΜΙΕΣ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΠΑΡΑ ΠΟΛΛΕΣ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΟΙ COURRIER ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΠΑΝ ΑΠ ΤΟ ΚΑΚΟ ΣΤΟ ΧΕΙΡΟΤΕΡΟ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΜΗΔΕΣ=N

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΟΛΟΙ: ΝΑ ΜΗΝ ΜΠΑΙΝΟΥΝ ΣΤΑ ΠΟΔΑΡΙΑ ΜΑΣ.

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΧΕΙΡΙΣΤΟ.

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

pavlos@evrofarma.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***CAMPUS MON. A.E**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

25

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΓΑΛΛΑ/ΚΡΕΑΣ/ΕΜΠΟΡΙΟ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΑΡΜΕΚΤΗΡΙΟ/ΤΡΑΚΤΕΡ/ΦΟΡΤΩΤΗΣ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Σ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO 14001:2015

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ/ΜΗΔΙΚΗ/ΒΑΜΒΑΚΟΣΠΟΡΟΣ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΣΣΣΣΣΣΣΣ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

24 ΑΝΤΡΕΣ 4 ΓΥΝΑΙΚΕΣ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΤΕΧΝΙΚΟΙ, ΕΡΓΑΤΕΣ ΓΗΣ, ΛΟΓΙΣΤΕΣ, ΚΤΗΝΙΑΤΡΟΙ, ΓΕΟΠΩΝΟΙ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

MANAGEMENT

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΣΣΣΣΣΣΣΣΣΣΣΣΣΣ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΠΟΛΥ ΠΙΘΑΝΟ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΔΑΝΕΙΟ ΚΑΙ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΓΝΩΣΗ ΤΗΣ ΔΟΥΛΕΙΑΣ , ΣΤΑΘΕΡΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ, ΜΕΡΙΜΝΑ ΚΑΙ ΠΡΟΛΗΩΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΜΑΚΡΙΑ ΑΠΟ ΤΑ ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΟΧΙ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΝΑΙ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΟΥΝ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΚΑΛΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΑΥΞΗΣΗ ΤΖΙΡΟΥ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΜΕΤΡΙΑ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΚΑΛΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

marzaki55@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Faos Superfoods**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Καλλιέργεια, μεταποίηση και πώληση προϊόντων ιπποφαές

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

3

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Κάπρος ιπποφαές, 100% χυμός ιπποφαές, χυμός με90% ιπποφαές-10% μέλι

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Αποχυμητής, γεμιστικό, καταψυξη

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Καλύτερη παραγωγική διαδικασία(πχ με αυτοματοποιημένο σύστημα) άρα γρηγορότερα αποτελέσματα

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Δοκιμή του χυμού πριν μπει σε μπουκάλια και ανά μερικούς χυμούς για δείγμα και δοκιμή

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Ιπποφαές και μελι

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Οχι

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Δεν υπάρχει ανταγωνιστής στην τοπική αγορά! Είναι μονοπώλιο

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

Είναι 3 άντρες και εγώ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Γυναίκα ιδιοκτήτης και τρέχω όλα τα σσοσιαλ, τα μαγαζιά και γενικώς ότι έχει να κάνει με logistics. Άντρες κυρίως στην χειρονακτική εργασία.

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Σε κάποιες αποφάσεις σχετικά με σοβαρά θέματα

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Όχι, είναι οικογενειακή επιχείρηση

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Αυτό είναι σχετικό..

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Όχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Γραφειοκρατία και μεγάλα έξοδα

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Με την πρώτη μου δουλειά

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Το μονοπώλιο και το καλό προϊόν

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Το προϊόν έχει συγκεκριμένο κοινό το οποίο θέλει να επενδύσει στην υγεία του

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Ναι η τεράστια γραφειοκρατία, τα τεράστια έξοδα συντήρησης (ασφάλειες λογιστές φόροι κλπ)

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Ναι η μεγάλη επέκταση που μπορούμε να κάνουμε

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Πέρα από τους τεράστιους φόρους, την μεγάλη ασφάλεια δεν υπάρχει κανένα πρόγραμμα υποστήριξης για μικρες επιχειρήσεις

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Δύσκολες

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Αυτό είναι σχετικό

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Ούτε καν

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Ενημέρωση

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Όταν έχω αρκετή επαφή θα μπορέσω να αξιολογήσω, προς το παρόν δεν έχω κάτι να πω.

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

kakoskostas81@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Θερμοκηπια Κάκος**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***καλλιέργεια λαχανικών

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

16

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ντοματα αγγουρια πιπερια

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

τρακτερ, σπαρτικες μηχανές

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

γεωργία ακριβείας, GPS, ζεολιθο

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ISO 2001

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

φυτόχωμα βιολογικό, ζεόλιθο

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ζεόλιθος, παραδοσιακοί σπόροι

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

10- 5 αντρες, 5 γυναικες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

εποχιακοι, οδηγοί , λογιστές, θερμοκήπια

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

-

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

οχι αλλα το μαθαινουν

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

μεταποίηση προϊόντων

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πιθανόν- χρηματοδότηση

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ιδία χρηματοδότηση

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ποιότητα, τιμές

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

έλλειψη κατάρτισης, έλλειψη εργατικού δυναμικού

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

κλιματική αλλαγή, κόστος παραγωγής

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι στην μεταποίηση αλλα όλα με ιδίους πόρους

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ελλειψη εργατικού δυναμικού

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

μεταποίηση

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ανοδική

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

κανείς

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

είμαστε ξεχασμένοι

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

info@meli.shop



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Μέλιδρον - Βιολογικά Προϊόντα Μέλισσας**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Παραγωγή Βιολογικών Προϊόντων Μελισσοκομίας

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

10

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Βιολογικό Μέλι, Πρόπολη , Β. Πολτός

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Μελιτοεξαγωγέας, Ανοξειδωτα Πάγκοι , Καταψύκτης

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

οχι

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

οχι

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Βάζα γυάλινα, Ετικέτες ένδειξης χάρτινες, δοχεία ωρίμανσης πλαστικά για τρόφιμα

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

οχι

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Παρόμοιες Ποικιλίες Μελιού

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1 Αντρας

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Ατομική προσωπική εργασία

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

οχι

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

οχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Κόστος Υλοποίησης

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

20000

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Ποιότητα προϊόντος

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Εξωστρέφεια, Μάρκετινγκ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Κλιματική κρίση, οικονομική κρίση

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι, διεθνείς εκθέσεις, πώληση στην εγχώρια αγορά και στο εξωτερικό

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Κλιματική κρίση, αναζήτηση ειδικευόμενο προσωπικό

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Ο αγροδιατροφικός τομέας και κλάδος της μελισσοκομίας έχει πολύ καλές προοπτικές στην αγορά του εξωτερικού.

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πώς βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Με ενυσχηση της επιχείρησής με χρηματοδότηση για μαρκετινγκ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Περιφέρεια, Δήμος, Υπουργεία Αγροτικής Ανάπτυξης, Τουρισμού, Εσωτερικών

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Μέτριο

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

nanazoidou@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**Επωνυμία της Επιχείρησης ***

CALYPSO EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

βιολογική καλλιέργεια ελιάς ,ελαολαδο,ελιες , σαπουνια

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

14

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

βιολογικο ελαιολαδο, ελιες , σαπουνια, παστα ελιας

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

μηχανηματα διαλογης

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Βιολογική καλλιέργεια

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Πιστοποίηση από την τυν

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

λαδι,ελιες .σαπουνι

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

βιολογικο

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Στην περιοχή μας δεν καλλιεργούν οι παραγωγοί με βιολογικό τρόπο

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

2 άνδρες και μια γυναίκα

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

άνδρες εργατες γης, γυναικες . επιτηρηση διαθεση τυποποιηση

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

προωθηση, πωλησεις

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι συχνα

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

οχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πολυ πιθανον

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Μεσω προγραμμάτων και ιδία κεφάλαια

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Την ποιότητα , την παραδοση ,

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ελλειψη εργατων γης σε δεδομενα χρονικα περιθωρια

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Οι καιρικές συνθήκες

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Φυσικα ,διευρυνση πελατολογιου και καθιερωση σε μεγαλυτερο μεριδιο της αγορας

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Οι καιρικες συνθηκες κυριως , η αδιαφορια αλλων παραγωγων για τα βιολογικα προιοντα

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Θεωρω οτι ειναι ευσιωνες διοτι ολο και μεγαλυτερο μεριδιο της αγορας προτιμα εξτρα παρθενα βιολογικο ελαιολαδο

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

αΝΟΔΙΚΗ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) *

ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;

Ανταποκρινονται οσον αφορα το καλλιεργητικο κομματι με την ενταξη μας σε σχεδια βελτιωσης για τον απαραιτητο εξοπλισμο

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην *

βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;

Η Νομαρχεια ,ο Δημοσ το επιμελητηριο ,αλλα κυριως η αλλαγη νοοτροπιας των παραγωγων

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Οχι ιδιαιτερα θετικα , παρ ολο που γινεται καποια προσπαθεια.Θεωρω οτι δεν ειναι στοχευμενη .

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

sofiasgeuseis@yahoo.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Σοφίας Γεύσεις**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Παραγωγή εμπορία παραδοσιακών ζυμαρικών(Χυλοπιτες,τραχανάδες,κουσ κουσ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

ΕΝΤΕΚΑ(11)

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΧΥΛΟΠΙΤΕΣ,ΤΡΑΧΑΝΑΔΕΣ,ΚΟΥΣΚΟΥΣ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΜΗΧΑΝΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ /ΞΗΡΑΝΤΗΡΙΟ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Α΄ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΑΛΕΥΡΩΝ ΚΑΙ ΣΙΜΙΓΔΑΛΙΑ ,ΛΑΧΑΝΙΚΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΑΣ ΕΙΤΕ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ ΓΕΥΣΕΙΣ ΒΑΣΙΣΜΕΝΕΣ ΣΕ ΠΑΤΡΟΠΑΡΑΔΟΤΕΣ ΣΥΝΤΑΓΕΣ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ΕΧΟΥΜΕ ΤΗΝ ΜΕΛΕΤΗ ISO 22000 ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΜΕ ΣΤΑ ΠΡΩΤΥΠΑ ΤΟΥ ISO

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΣΙΜΙΓΔΑΛΙ, ΑΛΕΥΡΙ, ΑΥΓΑ ΓΑΛΑ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΣΥΝΕΡΓΑΣΕΙΑ ΜΕ ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥΣ (ΓΑΛΑ, ΑΥΓΑ, ΛΑΧΑΝΙΚΑ)

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΧΑΜΗΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ,ΜΕΤΡΙΟ ΠΡΟΦΙΛ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1 ΓΥΝΑΙΚΑ 2 ΑΝΔΡΕΣ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΓΥΝΑΙΚΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΕΝΑΣ ΑΝΔΡΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΙΑΝΟΜΗ ΔΕΥΤΕΡΟΣ ΑΝΔΡΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΕΝΑΣ ΑΝΔΡΑΣ ΠΤΥΧΙΟΥΧΟΣ ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΟΙΚΗΣΗΣ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΕΙΜΑΣΤΕ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΟΧΙ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ ΜΕΤΕΣΤΕΓΑΣΗ ΚΑΙ ΝΕΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΣΚΕΨΗ ΧΡΕΙΑΖΕΤΕ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΜΕΓΑΛΟ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΠΙΘΑΝΟΝ ΑΠΟ ΚΑΠΟΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ!!!!!! ΚΑΙ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ??????

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΜΑΣ, ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΥΠΟ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΟΤΙ ΒΡΗΣΚΟΜΑΣΤΕ ΜΑΚΡΙΑ ΑΠΟ ΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ(ΑΘΗΝΑ) ΚΑΙ ΕΧΟΥΜΕ ΑΝΕΒΑΣΜΕΝΑ ΕΞΟΔΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΥΝΕΠΑΓΕΤΑΙ ΡΑΦΙ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΚΑΚΟΣ - ΦΤΩΧΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΥΝΕΧΕΙΣ ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΚΥΡΙΩΝ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΩΝ ΑΎΛΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΝΑΙ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΠΑΡΑ ΠΟΛΛΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΠΑΡΑΓΟΥΝ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΧΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΜΕ ΤΙΜΕΣ ΣΤΟ ΡΑΦΙ ΟΤΙ ΝΑΝΕ ΚΑΙ ΤΑ ΠΑΖΑΡΙΑ (ΛΑΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ) ΟΠΟΥ Ο ΚΑΘ'ΕΝΑΣ ΜΠΟΡΕΙ ΚΑΙ ΠΟΥΛΑΕΙ ΖΥΜΑΡΙΚΑ ΧΩΡΙΣ ΕΠΙΣΥΜΑΝΣΗ- ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΚΑΤΙ ΠΟΥ ΕΙΜΑΣΤΕ ΥΠΟΧΡΕΩΜΕΝΟΙ ΕΜΕΙΣ ΝΑ ΤΗΡΟΥΜΕ ΚΑΙ ΝΑ ΕΙΜΑΣΤΕ ΥΠΟΛΟΓΟΙ ΣΕ ΚΑΘΕ ΕΛΕΝΧΟ ΦΟΡΕΑ.

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΔΕΝ ΞΕΡΩ ΤΙ ΕΠΙΦΥΛΑΣΕΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΑΓΝΩΣΤΟ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ ΟΙ ΟΡΟΙ ΠΟΥ ΘΕΤΕΙ ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΕΝ ΕΥΝΟΟΥΝ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

METPIO

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

beefj4rk@hotmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***KONOS KTHMA MIXELH**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Παραγωγή και τυποποίηση ελαιολάδου και επιτραπέζιων ελιών

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

7

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Ελαόλαδο, ελιές

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Ελαιοτριβείο

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Ελαιοτριβείο ψυχρής έκθλιψης, δυφασικό

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

HACCP

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Καρπός ελαιοδένδρων

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Οι ελίες προέρχονται από τον δικό μας ιδιόκτητο ελαιώνα

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΔΕΝ ΘΕΛΩ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

2

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΓΕΩΠΟΝΟΣ (ΤΕΧΝΟΛΟΓΟΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ) ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΟΣ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΓΕΩΡΓΙΚΟ - ΚΑΛΙΕΡΓΗΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΔΕΝ ΧΡΗΣΙΜΠΟΙΩ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΙΣΩΣ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΠΙΘΑΝΟ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ Η ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΜΑΣ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΡΟΒΟΛΗ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟ ΙΔΙΟ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΙΣΩΣ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΠΟΥ ΕΧΕΙ ΑΜΕΣΗ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΙΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΤΗΣ ΙΔΙΑΣ ΤΗΣ ΦΥΣΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΚΑΛΥΤΕΡΟ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πώς βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΓΙΑ ΕΞΕΛΙΞΗ ΑΛΛΑ ΓΙΑ ΕΠΙΒΙΩΣΗ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΚΑΛΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

giachanas.gr@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΓΙΑΧΑΝΑΣ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΕΛΑΙΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΑΣΤΩΝ ΑΠΟ ΞΗΡΟΥΣ ΚΑΡΠΟΥΣ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

10

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΗΛΙΕΛΑΙΟ ΨΥΧΡΗΣ ΣΙΜΠΙΕΣΗΣ ,ΤΑΧΙΝΙ ,ΚΟΛΟΚΥΘΕΛΑΙΟ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΠΙΕΣΤΗΡΙΟ ΦΟΥΡΝΟΣ ΤΡΙΟΡΙ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

HASP ISSO

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΗΛΙΟΣΠΟΡΟ ΣΟΥΣΑΜΙ ΚΟΛΟΚΥΘΟΣΠΟΡΟ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΝΤΟΠΙΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΠΟΙΟΤΗΤΑ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρησή σας ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρησή σας προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΗΣ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΟΧΙ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΟΧΙ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΠΟΛΥ ΠΙΘΑΝΟ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΔΑΝΕΙΟ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΝΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΑΥΞΗΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΖΩΗΣ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΝΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΑΥΞΗΣΗ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΑΡΚΕΤΑ ΜΕΓΑΛΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΑΡΚΕΤΑ ΜΕΓΑΛΕΣ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΚΡΑΤΟΣ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΜΕΙΩΣΗ ΡΕΥΜΑΤΟΣ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΠΟΛΥ ΜΕΤΡΙΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

myrodatokoi.s.ep@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other: μελος του συνεταιρισμου**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΜΥΡΩΔΑΤΟ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***επεξεργασία αγροτικών προϊόντων

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other: ΠΟΙΝ.Σ.ΕΠ

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

6

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΤΑΧΙΝΙ ΦΙΣΤΙΚΟΒΟΥΤΙΡΟ ΑΜΥΓΔΑΛΟΒΟΥΤΙΡΟ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΦΟΥΡΝΟΣ ΨΙΣΙΜΑΤΟΣ ΜΥΛΟΣ ΑΛΕΣΗΣ ΓΕΜΙΣΤΙΚΟ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

οχι

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

οχι

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΣΟΥΣΑΜΙ ΑΡΑΠΙΚΟ ΦΙΣΤΙΚΗ ΑΜΥΓΔΑΛΟ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Η ΓΕΥΣΗ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

οχι

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1 ΑΝΔΡΑΣ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΕΡΓΑΤΗΣ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΕΡΓΑΤΗΣ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

οχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

οχι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

οχι

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

οχι

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΕΠΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΣΤΕΓΗ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΟΧΙ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΜΑΥΡΑ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΑΓΝΩΣΤΟ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΧΑΛΙΑ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

touloupidou@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***

Yiota Farm

.....**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***

Αυγά ελευθερας βοσκης

.....

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

2015

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Αυγα

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Ωροσκόπιο

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Οχι

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Οχι

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Τροφή

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Οχι

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Οχι

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

0

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Οχι

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Οχι

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Οχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Οχι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Οχι

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Οχι

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Ποιοτητα

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Τιμη

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Οχι

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Οχι

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Οχι

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Οχι

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Οχι

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Δε ξέρω

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

?

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

afoikiriakidi@hotmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΠΤΗΝΟΤΡΟΦΕΙΑ ΑΦΟΙ ΚΥΡΙΑΚΙΔΗ Α.Ε.

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΥΓΩΝ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

35

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΑΥΓΑ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΚΛΟΥΒΙΑ, ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΟ ΖΩΟΤΡΟΦΩΝ,ΩΟΣΚΟΠΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΟΧΙ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

ΟΧΙ

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ ΣΟΦΙΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΚΑΛΑΜΠΟΚΙ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΙ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

4 ΑΝΤΡΕΣ 2 ΓΥΝΑΙΚΕΣ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΕΡΓΑΤΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΟΧΙ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΕΧΕΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΟΧΙ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΤΡΑΠΕΖΑ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΙΜΕΣ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΟΧΙ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΟΧΙ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΧΑΜΗΛΕΣ ΤΙΜΕΣ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΚΑΛΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΝΑ ΥΠΑΡΧΕΙ ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

ΝΑ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΟΧΙ ΚΑΛΟ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

vasilimpasd@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Οινοποιείο Μπασδανη**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Κρασί τσιπουρο

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

4

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Σταφύλια κρασί κ τσιπουρο

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Τρακτέρ κ παρελκόμενα , δεξαμενές οινοποίησης, αμβυκας αποσταξης

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Δεν υπάρχει

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Όχι

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Σταφύλια

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Ποικιλίες σταφυλιών

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Όχι

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Αμπελουργός κ οινοποιος

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Οχι

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Κενο

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Όχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Επέκταση

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Πολυ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Επιδοτούμενα προγράμματα

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Ποιοτητα

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Κεφάλαιο κ δικτύωση

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Όχι

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες); *

Ναι , χρηματοδότηση γ επέκταση

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Κεφάλαιο κ άμεση πραγματοποίηση προγραμμάτων

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Οινοτουρισμό κ εκθεσεις

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Πιθανή επέκταση

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Όχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Δήμος κ περιφέρεια με εκθέσεις κ προώθηση τοπικών προϊόντων

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Μετριο

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

gutsidis_wines@hotmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΓΚΟΥΤΣΙΔΗ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Οινοποιείο

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

19

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

κρασιά

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

αποβοστρυχωτή, στροφυλιά αντλιες δεξαμενες

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

παραδοσιακές ποικιλίες, βιολογική καλλιέργεια, "πράσινος τρύγος", καολίνη

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

*

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

σταφύλι

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

*

τοπικές ποικιλίες αμπέλου

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

6 γυναίκες-2 άντρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

τρυγος κλαδευσεις εμφιαλωσεις ετικετες

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

-

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

εποχιακοί εργάτες

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

οχι αλλα εκπαιδευονται από εμένα

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

οχι ελλειψη κεφαλαιων

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ελλειψη κεφαλαιων

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ελλειψη κεφαλαιων

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιοτική α ύλη και γκάμα προιοντων

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

επικοινωνία, προωθηση

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

ελλειψη εργατικού δυναμικού, κλιματική αλλαγή, συνταξιοδότηση

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες); *

αυξηση πωλήσεων σε μεγαλύτερες αγορες, σε κάποιο δίκτυο χονδρικής

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

έλλειψη εξειδικευμενου προσωπικού, δυσκολη περιοχή γεωγραφικά

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

χρήση παραδοσιακών ποικιλιών

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ίσως

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) *
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;

δεν εχουν βοηθήσει

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην *
βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;

οι τοπικές επιχειρήσεις να υποστηρίζουν τα θρακιώτικα προϊόντα, οι παραγωγοί να ασχολούνται
περισσότερο με την μεταποίηση

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

πολύ δύσκολο- έλλειψη μεταποιητικών μονάδων για τα τοπικά προϊόντα

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

moldovan89@hotmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Μέλι Ορμενίου**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Μελισσοκόμος

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

6

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

μέλι, γύρη, πρόπολη

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

μελιττοεξαγωγέας, πάγκος μελιττοεξαγωγής, αγροτικό , τρειλερ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

-

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

χλωρίδα, τροφές για το χειμώνα, κυψέλες, πλαίσια

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

τοπική χλωρίδα

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

3 άνδρες, 4 γυναίκες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

τρύγος, συγκομιδή, συσκευασία

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

-

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

οχι αλλα μαθαινουν

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι, μεγαλύτερος χώρος, καλύτερο φορτηγό για μεταφορες, καλύτερο εξοπλισμό , προσωπικό

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

κεφάλαιο

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

απο κάποιο πρόγραμμα επιδότησης

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιότητα, φυσικό προϊόν από την τοπική χλωρίδα, άμεση επαφή με τον πελάτη συμμετοχή του κοινού στις διαδικασίες παραγωγής

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

γεωγραφικοί περιορισμοί, κόστος μαρκετινγκ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

κλιματική αλλαγή, αυξημένο κόστος, ζωικό κεφαλαίο

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες); *

ναι ,μεγαλυτερη ανάπτυξη της επιχείρησης

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

εισαγωγές- ελληνοποιησεις, έλλειψη ελέγχου, παραπλανητικές ετικέτες

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ανάδειξη των διάφορων κατηγοριών ελληνικού μελιού

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

εξαγωγές στο εξωτερικό

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) *
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;

οχι, δεν εχουν βοηθήσει

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην *
βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;

ξενοδοχεία, τοπικές επιχειρήσεις

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

δεν υπάρχει στήριξη από κανέναν

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

xristinaintze@hotmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Η Θρακιωτισσα**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Εστιαση

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

14

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Φαγητό ,αναψυκτικά ,ψωμι

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Δεν υπάρχει

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Οχι

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Οχι

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Αλεύρι κρέας λαχανικά

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Δεν υπάρχει πλεονέκτημα

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Δεν υπάρχουν επιχειρήσεις ,λόγω οικονομικής κρίσης

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

4

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Μάγειρας

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Σε καμία

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Ναι δεν υπάρχει επαρκές προσωπικό

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Όχι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Οχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Οχι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Δεν υπάρχει

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Δεν υπάρχει κάποια ιδέα

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Δεν υπάρχουν

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Το κόστος και η ακρίβεια γενικότερα

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Δεν υπάρχουν άτομα για εργασία και ακρίβεια

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Όχι

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Η ακρίβεια

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Δεν υπάρχουν λόγω τοπικής αγοράς

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Δεν υπάρχουν

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Όχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Κανένα

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Δυστηχως είναι θέμα χρόνου σε μικρές πόλεις να συνεχίζουν να κλείνουν τα καταστήματα

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

THIMIOSOULIANOUDIS@yahoo.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Επωνυμία της Επιχείρησης *

ΟΥΛΙΑΝΟΥΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΑΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΦΥΤΩΝ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

7

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΑΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΦΥΤΩΝ, ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΙΘΕΡΙΩΝ ΕΛΑΙΩΝ, ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

ΓΕΩΡΓΙΚΟΣ ΕΛΚΥΣΤΗΡΑΣ, ΦΡΕΖΑΚΙ, ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΗΡΙΟ, ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΗΡΙΟ

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΥΛΗΣ

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΕΙΝΑΙ ΕΝΤΑΓΜΕΝΗ ΣΤΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΙ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ΑΙΘΕΡΙΟ ΕΛΑΙΟ ΛΕΒΑΝΤΑΣ, ΚΕΡΙ ΜΕΛΙΣΣΑΣ, ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

ΤΟΠΙΚΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΜΑΡΩΝΕΙΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΙΔΙΟΠΑΡΑΓΩΜΕΝΗ

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

ΟΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΕΣ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ ΑΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΦΥΤΩΝ ΚΑΙ Ο ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΥ ΤΟΥΣ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ Η ΕΞΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ, Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΩΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΝΟΥΝ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΞΕΧΩΡΙΣΤΑ ΚΑΙ ΜΕ ΑΥΞΗΜΕΝΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρησή σας ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

2 ΓΥΝΑΙΚΕΣ, 3 ΑΝΔΡΕΣ

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (ΓΥΝΑΙΚΑ), ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ (ΓΥΝΑΙΚΑ), ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (ΑΝΔΡΑΣ), ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΠΡΩΤΗΣ ΥΛΗΣ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ (2 ΑΝΔΡΕΣ)

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ΔΕΝ ΑΦΟΡΑ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

ΟΧΙ, ΤΑ ΜΕΛΗ ΠΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΜΟΥ ΕΙΝΑΙ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ ΜΟΥ

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ΝΑΙ ΑΛΛΑ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΥΠΑΡΞΕΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥΣ ΜΕΣΩ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

ΔΕΝ ΑΦΟΡΑ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΑΠΟΣΤΑΚΤΗΡΑ ΑΙΘΕΡΙΩΝ ΕΛΑΙΩΝ, ΓΡΑΜΜΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ-ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

ΛΟΓΩ ΤΟΥ ΟΤΙ ΕΙΜΑΙ ΚΑΤΑ ΚΥΡΙΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΑΓΡΟΤΗΣ ΕΧΩ ΤΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΜΟΥ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ. ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ ΟΜΩΣ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΗΡΙΑ. ΓΙΑ ΝΑ ΠΡΟΒΩ ΣΕ ΑΙΤΗΣΗ ΕΝΤΑΞΗΣ ΣΕ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ ΑΠΑΙΤΟΥΝΤΑΙ ΠΟΛΛΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΔΕΝ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΔΙΑΘΕΣΩ. ΟΛΕΣ ΑΥΤΕΣ ΟΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΜΕ ΚΑΝΟΥΝ ΝΑ ΜΗΝ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΩ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΜΟΥ ΙΔΕΑ ΠΟΥ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΕ ΣΕ ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ ΧΡΟΝΟ ΝΑ ΜΟΥ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΕΙ ΜΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΣΜΟ ΚΑΙ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΜΟΥ

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

ΤΗΝ ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΕΚΜΗΧΑΝΕΥΣΗΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΤΗΝ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

ΤΟ ΑΥΞΗΜΕΝΟ ΚΟΣΤΟΣ ΥΛΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΙΘΕΡΙΩΝ ΕΛΑΙΩΝ

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΕ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΤΟΠΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ, ΚΑΘΩΣ ΕΠΙΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΦΑΡΜΑΚΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΟΣΩΝ ΑΦΟΡΑ ΤΟΥΣ ΦΡΑΓΜΟΥΣ, ΕΙΝΑΙ Η ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ. ΟΣΩΝ ΑΦΟΡΑ ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ, ΕΙΝΑΙ Η ΕΛΛΕΙΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ, ΛΟΓΩ ΤΟΥ ΟΤΙ ΑΦΟΡΑ ΑΡΩΜΑΤΙΚΑ ΦΥΤΑ, ΤΟΣΟ ΣΤΗΝ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΟΥΣ, ΌΣΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΤΟΥΣ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥ ΚΑΛΕΣ. Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΠΡΟΣΔΙΔΕΙ ΑΞΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ. Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΧΩΡΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΑΡΩΜΑΤΙΚΩΝ ΦΥΤΩΝ ΛΟΓΩ ΤΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΜΟΝΑΔΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΩ ΩΣ ΠΡΩΤΗ ΥΛΗ

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΟΥ ΘΑ ΚΑΤΑΦΕΡΩ ΝΑ ΜΠΩ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΕΣ

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

ΟΧΙ

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Η ΔΑΟΚ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΚΑΙ ΤΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΜΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΕΣ

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΑΚΡΙΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΕΙΝΑΙ ΔΥΣΚΟΛΗ Η ΣΥΝΑΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

extoplasmafot@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Παπαδοπουλου Φωτεινη**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Μελισσοεφοδια

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

2

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Τροφές, κηρήθρες, κυψελες

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Ζυμωτηρίου, κηροτηκτης, ξυλουργικά μηχανήματα

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Οχι

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Οχι

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Κερί, ζάχαρη, μέλι

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Οχι

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Δεν υπάρχουν σχόλια

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1 άνδρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Πωλητής

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Δεν υπάρχει

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Όχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Δεν χρησιμοποιώ

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Όχι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Δεν υπάρχει

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Δεν υπάρχει

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

Ποιοτικά προϊόντα, κοντά στον παραγωγό

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

Μάρκετινγκ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

Αύξηση τιμών

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Όχι

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Αστάθεια στην παραγωγή- έσοδα των μελισσοκόμων από χρόνια σε χρόνια

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Αύξηση παραγωγής

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Σταθερότητα και επέκταση

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Όχι ιδιαίτερα

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Μεγαλύτερες επιχορηγήσεις σε μικρές νεοσύστατες επιχειρήσεις

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Με δυνατότητες βελτίωσης

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

mazarakis@aromaevrou.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**Επωνυμία της Επιχείρησης ***

Άρωμα Έβρου

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

Παρασκευή βιολογικών προϊόντων

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other: Οικοτεχνία

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

6

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Βιολογικό αιθέριο έλαιο λεβάντας

Αποξηραμένη δρογη λεβάντας

Ανθόνερο λεβάντας

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Δεν υπάρχει

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

Ότι χρησιμοποιούμε είναι βιολογικο

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Όχι δεν διαθέτει

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Αιθέριο έλαιο λεβάντας

Ανθόνερο λεβάντας

Δρόγη λεβάντας

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Η λεβάντα είναι δική μας παραγωγή

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

Ανταγωνισμός υπάρχει σε όλα τα επαγγέλματα όταν επιλέγεις να είσαι ελεύθερος επαγγελματίας

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

2 άντρες και 2 γυναίκα

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

Το θεωρώ ρατσιστικό το ερώτημα σας

Η μία γυναίκα είναι στη θέση μάρκετινγκ και οι άλλοι δύο στην παρασκευή προϊόντων

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Θέση Μάρκετινγκ

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

Όχι δεν είχαμε καμία αποχώρηση-απολυση

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

Ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

Όχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

Επέκταση με δημιουργία αποστακτηριου

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

Δεν χρηματοδοτούν από τα προγράμματα ιδιώτες

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

Μέσω άλλων επιχειρήσεων ΚοινΣΕπ , αμκε κλπ

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

Η επικοινωνία μεταξύ των συνεργατών μας

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

Λίγος χρόνος για πολλές ιδεες

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

Αν δεν γίνει ο Παγκόσμιος πόλεμος ο κίνδυνος που αντιμετωπίζει η κάθε επιχείρηση είναι πρώτα από όλα "ο εαυτός της"

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

Πάντα υπάρχει πιθανότητα και ελπίδα αυτοβελτισσης

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Είναι κλάδος όχι πρωταρχικής σημασίας όπως τα τρόφιμα οπότε έχει πέσει λίγο έως αρκετά η αγορά με τον κορονοιο τον πόλεμο στην Ουκρανία και τώρα στο Ισραήλ και την Παλαιστίνη

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Είναι δύσκολος κλάδος παρόλαυτά θα ανακάμψει

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Να απασχολεί περισσότερο προσωπικό και να φτιάχνει πολλά ακόμα προϊόντα

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

Δεν παίρνουμε λόγω οικοτεχνίας... Ιδιώτης

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

Κανένας!! Το κάνουμε μόνοι μας!!! Με τη δημιουργία της ΚοινΣΕπ και τις εκδηλώσεις αγροτουρισμού ανεβάζουμε μόνοι μας την οικοτεχνία δίνοντας και προστιθέμενη αξία στα προϊόντα μας

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

Καλό

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

evrosnuts@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***Telios evrosnuts**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Παραγωγή και εμπορία ξηρων καρπων

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

3

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Βιολογική καρυδοψιχα και αμυγδαλοψιχα

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

Μηχανολογικός εξοπλισμός τυποποίησης, αποθήκευση και ψυγεία

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊον 3	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

οχι

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

Βιολογική πιστοποίηση

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

Βιολογική καρυδοψιχα και αμυγδαλοψιχα

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

Βιολογική καρυδοψιχα εξαιρετικής ποιότητας

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

οχι

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

1

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

1

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

Υπευθυνος πωλησεων

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

οχι

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

ναι

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

χρηματοδότηση

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ευρωπαϊκα κονδυλια

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ποιότητα

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

χρηματοδότηση

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

οχι

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Το ανυπαρκτο κρατος και η Περιφερεια

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

Πολυ καλες

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

Πολλες

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

περιφερεια χρηματοδοτικα εργαλεια

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

αρνητικη

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

info@tsiakiris.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος Τ.Ε.Ι.
- Απόφοιτος Α.Ε.Ι.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- Other:

Θέση στην Επιχείρηση *

- Ιδιοκτήτης
- Διευθύνων Σύμβουλος
- Other:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**Επωνυμία της Επιχείρησης ***

ΟΙΚΟΣ ΜΕΤΑΞΙΟΥ ΤΣΙΑΚΙΡΗ ΙΚΕ

Αντικείμενο της Επιχείρησης *

παραγωγή μεταξωτών ειδών

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

10

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

Μεταξωτά μαντήλια, κεντήματα, είδη ένδυσης

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

υφαντικές μηχανές, βαφείο-μεταξοτυπία, ψηφιακός εκτυπωτής

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

ψηφιακή εκτύπωση και μεταξοτυπίες, γίνονται και σε άλλα υφάσματα από όλα τα Βαλκάνια λόγω της εμπειρίας που έχουμε και της ποιότητας που παρέχουμε

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

μεταξωτό νήμα, νερό, βαφές υφασμάτων

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

οι μεταξοσκώληκες της περιοχής

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

3-5 γυναίκες-3 άντρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

γυναίκες- υφάντρες, βαφή, άντρες- αποθήκης, λογιστικά, ψηφιακή εκτύπωση

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ιδιοκτήτης

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής σας για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή σας κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

επέκταση μέσω franchise

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

δεν υπάρχει μεγάλη παραγωγή για να καλύψει πολύ μεγάλη ζήτηση

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

franchise καταστήματα

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

ποιότητα, πρωτοτυπία, καθετοποιημένη παραγωγή

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

δεν μπορεί να ανταγωνιστεί σε ποσότητα τις εισαγωγές από κίνα

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

κλιματική αλλαγή, εισαγωγές αμφίβολης ποιότητας μεταξιού

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

επέκταση καταστημάτων σε ολη την ελλαδα, εξαγωγές

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

αυξανόμενο κόστος παραγωγής, χρονοβόρα μεταποίηση που απαιτεί προσπαθεια

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

εξαγωγές

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

επέκταση καταστημάτων εξαγωγές

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

εσπα

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

αρνητικό

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

eurothirama@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΕΒΡΟΘΗΡΑΜΑ ΑΕ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***Φάρμα, Εστιατόριο, Ξενώνες

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

19

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

εκτροφή θηραμάτων, εστίαση, αγροτουρισμός

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

καλλιεργητικά μηχανήματα για ζωοτροφές, επαγγελματική κουζίνα

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

-

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

*

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

ζωοτροφές, θηράματα, λαχανικά

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

*

τα ζώα κυκλοφορούν ελεύθερα σε μια έκταση ~930 στρεμμάτων, τρέφονται με βιολογικές τροφές που παραγουμε εμείς

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

5γυναίκες-8 αντρες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

γυναίκες- μαγειρισσες, σερβις, ξενοδοχείο,αντρες- παραγωγή- διαχείριση θηραμάτων

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

διευθυνων συμβουλος

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

εποχιακα

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

οχι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

διοργάνωση εκδηλώσεων- εκπαίδευτικών σεμιναρίων

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

χρηματοδότηση

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

idia μέσα

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρησή σας; *

έλεγχος όλων των σταδίων παραγωγής και διάθεσης του προϊόντος, παροχή μιας ολοκληρωμένης εμπειρίας

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρησή σας; *

κόστος παραγωγή

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιους); *

μείωση τουρισμού στην περιοχή

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

επέκταση της μονάδας, περισσότερα ζώα, ανακαίνιση του ξενοδοχείου

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

διαχείριση ζωικού κεφαλαίου

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

εξαγωγές τυποποιημένων προϊόντων

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πώς βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ανάπτυξη προς τυποποίηση προϊόντων

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) *
ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας;

περιπου

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην *
βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας;

η πολιτεία με μείωση της φορολογίας

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

αρνητικό

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

tiakas1@otenet.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***

A. & I. ΤΙΑΚΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ

.....**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***

Εμπόριο και Επεξεργασία Κρεάτων

.....

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

36

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

καβουρμάς, λουκάνικα, μπάμπο(είδος λουκάνικου με ρύζι)

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

μηχανή τεμαχισμού κρέατος, αναδευτήρας, γεμιστικό μηχάνημα

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

παραδοσιακές συνταγές από τη θράκη

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

HACCP σύμφωνα με το πρότυπο CODEX ALIMENTARIUS

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

κρέας, μπαχαρικά, ρύζι

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

το κρέας

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι , σε ποια δίκτυα; *

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- Δεν έχει εφαρμογή
- Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

- Χορηγίες
- Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις
- Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις
- Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)
- Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)
- Διαφήμιση Google
- Newsletter
- Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

5αντρες- 2 γυναίκες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

παρασκευή προϊόντων, διάθεση

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν , ναι , σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

-

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

επέκταση συνεργασιών με μεγάλα σουπερμαρκετ- delicatessen

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

πιθανον, ελλειψη δικτύωσης

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ιδία χρηματοδότηση

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιότητα, παράδοση

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

μαρκετινγκ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

αυξανόμενο κόστος παραγωγής-μεταφοράς

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

ναι, εξαγωγές στο εξωτερικό

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

μακριά από μεγάλες αγορές (αθήνα- θεσσαλονικη)

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

εξαγωγές χονδρική

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

ανοδική

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

επιμελητήριο

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

αρνητικό

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

MarCh_ Questionnaire

Αγαπητή κυρία/κύριε,

Σας παρακαλούμε να αφιερώσετε λίγα λεπτά από το χρόνο σας για τη συμπλήρωση του παρακάτω ερωτηματολογίου.

Η παρούσα έρευνα είναι μέρος του προγράμματος MARKET CHANGER (MarCh) – COOPERATION PROGRAMME INTERREG V-A GREECE-BULGARIA» (MIS 5070788). Ο κύριος στόχος του έργου είναι η ενίσχυση επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Αν. Μακεδονίας και Θράκης με την εφαρμογή ολοκληρωμένων δράσεων για την ανάδειξη και εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων των τοπικών επιχειρήσεων της περιοχής και ως εκ τούτου τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στην περιοχή μελέτης του έργου.

Το ερωτηματολόγιο θα χρησιμοποιηθεί για να γίνει μια πρώτη διαγνωστική ανάλυση της επιχείρησης στην οποία είτε είστε υπεύθυνος είτε είστε ιδιοκτήτης.

Οι απαντήσεις σας είναι αυστηρά εμπιστευτικές και δεν πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για άλλους σκοπούς πέρα από αυτούς της έρευνας.

Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις, λαμβάνοντας υπόψη ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

ΘΕΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ!

Με εκτίμηση,

Ο Επιστημονικά Υπεύθυνος της Έρευνας

Θωμάς **Θωμίδης** - Καθηγητής

Email *

dimitrabobossa@gmail.com



ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ

Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία *

18-34

35-49

50-64

65+

Other:

Επίπεδο εκπαίδευσης * Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου Απόφοιτος Τ.Ε.Ι. Απόφοιτος Α.Ε.Ι. Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου Other:**Θέση στην Επιχείρηση *** Ιδιοκτήτης Διευθύνων Σύμβουλος Other:**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ****Επωνυμία της Επιχείρησης ***ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΗΤΡΑ ΑΕ**Αντικείμενο της Επιχείρησης ***παραγωγή ζωοτροφών-πέλετ

Νομική μορφή της Επιχείρησης *

ΑΤΟΜΙΚΗ

ΙΚΕ

ΕΠΕ

ΕΕ

ΑΕ

ΟΕ

Other:

Έτη λειτουργίας της Επιχείρησης (με την παρούσα μορφή) *

33

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια είναι τα 3 βασικά προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης *

μηδική, ζωοτροφές-τροφές κατοικίδιων, pellet

Αναφέρετε ονομαστικά τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

εξωθητήρας (extruder), χημείο, ξηραντήριο

Αναφέρετε αν επαρκεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Προϊον 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊον 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	Ιδιότητα	leasing	Υπεργολαβία	Συνεργασία σε αποκλειστική βάση	Συνεργασία σε τυχαία βάση
Προϊόν 1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 2	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προϊόν 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αναφέρετε το ιδιοκτησιακό καθεστώς του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού παραγωγής των τριών (3) βασικών προϊόντων *

	έως 50%	50-90%	100%
Προϊόν 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Προϊόν 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Υπάρχει στον τρόπο παραγωγής κάποια διαδικασία (καινοτομία /τεχνολογία) την οποία θεωρείτε ότι σας δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, ποια είναι αυτή η διαδικασία και ποιο το πλεονέκτημα *

τοπική παραγωγή

Διαθέτει η επιχείρησή σας σύστημα/ συστήματα Ποιότητας ; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποια συστήματα διαθέτει η επιχείρησή σας *

-

Ποιες είναι οι τρεις (3) βασικές Α ύλες της επιχείρησής σας *

δημητριακά-σιτηρά, μηδική, παραπροϊόντα αυτών

Η προέλευση των Α υλών της επιχείρησής σας είναι κυρίως από *

- Ελλάδα
- Εξωτερικό
- Και τα δύο

Υπάρχει στα προϊόντα σας κάποια τοπική Α' ύλη που να δίνει ένα πλεονέκτημα / προβάδισμα στα προϊόντα σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Εάν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη απάντηση, παρακαλώ αναφέρετε ποιο είναι αυτό το πλεονέκτημα *

τοπικές ποικιλίες

Σε ποιες από τις παρακάτω αγορές διανέμετε τα προϊόντα σας *

- Τοπική αγορά
- Περιφέρεια
- Επικράτεια
- Εξωτερικό

Με ποιο τρόπο πραγματοποιείται η διανομή των προϊόντων σας *

- Δίκτυο διανομής της επιχείρησης
- Εξωτερικούς συνεργάτες
- Και τα δύο

Αν διαθέτετε δίκτυο διανομής, καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησής σας για τις αγορές σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχει εφαρμογή

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις στην περιοχή. *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα / φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Για κάθε έναν παράγοντα που αναφέρεται στην αριστερή στήλη καλείστε να βαθμολογήσετε την επιχείρησή σας σε σχέση την επιχείρηση που θεωρείτε βασικό ανταγωνιστή σας *

Η Βαθμολογία θα πρέπει να γίνει με την κλίμακα 1 έως 5 (αντίστοιχα χαμηλή έως υψηλή βαθμολογία)

	1	2	3	4	5
Τιμές διάθεσης προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Χαρακτηριστικά – ποιότητα προϊόντων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Μοναδικά / ιδιαίτερα Προϊόντα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναγνωρισιμότητα (όνομα /φήμη) επιχείρησής στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μερίδιο αγοράς	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική Και τεχνικές μάρκετινγκ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση καναλιών επικοινωνίας	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχύτητα εξυπηρέτησης πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Σε τι στάδιο θεωρείτε ότι βρίσκεται ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείστε; *

- Στάδιο Ανάπτυξης
- Στάδιο Σταθερότητας
- Στάδιο Ύφεσης

Σε τι επίπεδο θεωρείτε ότι βρίσκονται τα προϊόντα σας σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανταγωνιστών σας *

- Καλύτερο επίπεδο
- Χαμηλότερο επίπεδο
- Ίδιο επίπεδο

Αν θέλετε, συμπληρώστε σχόλια για τον ανταγωνισμό στην αγορά που λειτουργείτε *

-

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ / ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διατηρεί η επιχείρηση ιστοσελίδα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Διατηρεί η επιχείρηση προφίλ σε κοινωνικά δίκτυα; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποια δίκτυα; *

Facebook

Instagram

Twitter

LinkedIn

YouTube

Δεν έχει εφαρμογή

Other:

Ποιες από τις παρακάτω ενέργειες προβολής / προώθησης έχουν χρησιμοποιηθεί από την επιχείρησή σας; *

Χορηγίες

Συμμετοχή σε τοπικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε εθνικές εκθέσεις

Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις

Δειγματοδιανομή (διαγωνισμοί κουπόνια, δώρα κλπ)

Συμμετοχή σε διαφήμιση πελάτη (πχ σε έντυπο κατάλογο / φυλλάδιο κλπ)

Διαφήμιση Google

Newsletter

Other:

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε αριθμό ανδρών και αριθμό γυναικών) *

8 άντρες, 5 γυναίκες

Ποιες είναι οι ειδικότητες των απασχολούμενων ατόμων στην επιχείρησή σας (Διευκρινίστε τις ειδικότητες των ανδρών και των γυναικών) *

εργάτες, οδηγοί, λογιστές -άντρες, υπάλληλοι, λογίστριες- γυναίκες

Υπάρχει προσωπικό σε θέσεις ευθύνης με αρμοδιότητες λήψης αποφάσεων; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν, ναι, σε ποιες θέσεις ή με ποιες αρμοδιότητες *

ιδιοκτήτρια

Υπάρχει οργανόγραμμα στην επιχείρησή σας; *

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Παρατηρούνται αλλαγές στο προσωπικό (π.χ. αποχωρήσεις / απολύσεις κλπ)? Αν ναι, πόσο συχνά; *

οχι

Θεωρείτε ότι το προσωπικό σας είναι επαρκώς καταρτισμένο σε σχέση με τις ανάγκες και τη στρατηγική της επιχείρησής σας; *

ναι

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποιος είναι ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος ή πωλήσεις) της επιχείρησής για την τελευταία τριετία; *

- ≤ 20.000€
- 20.001€ – 50.000€
- 50.001€–150.000€
- 150.001€ – 300.000€
- 300.001€ – 500.000€
- >500.000€

Η επιχείρησή κατά μέσο όρο την τελευταία τριετία εμφανίζει κέρδη ή ζημιές; *

- Κέρδη
- Ζημιές

Χρησιμοποιείτε άλλους δείκτες (χρηματοοικονομικούς) για να ελέγξετε / αξιολογήσετε την πορεία της επιχείρησής σας; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΝΑΙ στην προηγούμενη ερώτηση, ποιους δείκτες χρησιμοποιείτε; *

-

Υπάρχει κάποια επενδυτική ιδέα για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

συνεργασίες με μεγάλα petshop

Πόσο πιθανό είναι να εφαρμόσετε την παραπάνω ιδέα; Τι προβλήματα έχετε να αντιμετωπίσετε; *

δικτύωση, πιθανον

Πως θα χρηματοδοτήσετε την ιδέα σας; *

ιδίοι πόροι

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ / ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ποια θεωρείτε δυνατά σημεία στην επιχείρηση σας; *

ποιότητα, εύρος προϊόντων

Ποια θεωρείτε αδύνατα σημεία στην επιχείρηση σας; *

μαρκετινγκ

Προβλέπετε κινδύνους να απειλούν την επιχείρηση σας μελλοντικά (και ποιους); *

κόστος παραγωγής-μεταποίησης

Προβλέπετε ευκαιρίες για την επιχείρησή σας μελλοντικά (και ποιες) ; *

εξαγωγές-συνεργασίες

Γενικότερα, ποιοι είναι οι φραγμοί και ποια τα προβλήματα για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

κόστος πρωτογενούς παραγωγής, έλλειψη εργατικού δυναμικού

Γενικότερα, ποιες είναι οι προοπτικές για τον κλάδο που δραστηριοποιήστε; *

λίγες

Ποιες είναι οι προοπτικές της επιχείρησής σας (πως βλέπετε την εξέλιξη της επιχείρησής σας); *

εξαγωγές

Τα μέχρι σήμερα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας (επιχορηγήσεις, δάνεια, κτλ.) ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής σας; *

οχι

Ποιοι φορείς και με ποιες ενέργειες / δράσεις θεωρείτε ότι μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησής σας; *

κανείς

Πώς αξιολογείτε το κλίμα για την επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια της Θράκης; *

αρνητικό

Ευχαριστούμε για την συμμετοχή σας!



This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Παράρτημα 5 Οι προτάσεις βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας
για κάθε επιχείρηση που διατυπώθηκαν

1. ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΑΠΟΣΤΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙΑ ΓΡ ΜΠΕΛΛΑΣ ΕΕ

Για ένα οινοποιείο, οι μελλοντικοί κίνδυνοι και ευκαιρίες πρέπει να αξιολογηθούν με προσοχή, λαμβάνοντας υπόψη την τοπική και παγκόσμια αγορά, τις τάσεις του κλάδου και τις εσωτερικές παραμέτρους της επιχείρησης. Από την άλλη πλευρά, υπάρχει μια σημαντική ευκαιρία που μπορεί να αξιοποιήσει η επιχείρηση, διότι παρατηρείται αυξανόμενη ζήτηση για τον οίνο στην αγορά. Ο κόσμος ενδιαφέρεται όλο και περισσότερο για ποιοτικούς οίνους και η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει αυτήν την τάση, προσφέροντας προϊόντα υψηλής ποιότητας και ενημερώνοντας τους πελάτες για τα μοναδικά χαρακτηριστικά των οίνων της.

Το οινοποιείο ΜΠΕΛΛΑΣ διαθέτει ένα ισχυρό τοπικό προφίλ και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που του επιτρέπουν να ξεχωρίζει στον τομέα της οινοποιίας. Η ικανότητά του οινοποιείου να μειώνει το κόστος παραγωγής μέσω της παραγωγής των αναγκαίων α' υλών, δείχνουν μια εταιρεία που προσαρμόζεται και εξελίσσεται με τις αγοραστικές συνθήκες. Ωστόσο, η ανάγκη για εξειδικευμένο προσωπικό αναδεικνύει τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει. Τέλος, με την τρέχουσα τάση προς τον ποιοτικό οίνο, το οινοποιείο έχει την ευκαιρία να επεκτείνει την αγοραστική της παρουσία και να διαμορφώσει το μέλλον της στον τομέα.

2. ΒΗΡΑ ΦΑΡΜΑ

Η ανάπτυξη και προώθηση νέων προϊόντων που έχουν τη δυνατότητα να γίνουν ευρέως αποδεκτά από το κοινό, μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην επέκταση του πελατολογίου και στην αύξηση των πωλήσεων. Η επιχείρηση έχει την ευκαιρία να καινοτομήσει, να προσαρμοστεί στις ανάγκες της αγοράς και να αναδείξει την ποιότητα και την ποικιλία των προϊόντων της.

Η ΒΗΡΑ ΦΑΡΜΑ ως οικογενειακή επιχείρηση με ειδίκευση στα βιολογικά τυροκομικά προϊόντα, κατέχει μια ξεχωριστή θέση στην αγορά λόγω της ιδιοπαραγωγικής της ικανότητας και της τεχνογνωσίας της. Ωστόσο, αντιμετωπίζει προκλήσεις που προέρχονται από την έντονη τοπική ανταγωνιστικότητα. Παρ' όλα αυτά, οι προοπτικές της είναι ενθαρρυντικές, καθώς η αγορά δείχνει αυξημένο ενδιαφέρον για ποιοτικά βιολογικά προϊόντα, προσφέροντας της την ευκαιρία για καινοτομία και διαρκή εξέλιξη.

3. ΦΑΡΜΑ ΜΑΝΙΤΑΡΙΩΝ ΞΑΝΘΗΣ 'ΜΙΤΑΤΟ'

Εάν η επιχείρηση καταφέρει να λάβει υποστήριξη από το κράτος μέσω ειδικών προγραμμάτων και αν τα μανιτάρια κατοχυρωθούν ως προϊόν αγροτικής παραγωγής, τότε υπάρχει η δυνατότητα για σημαντική ανάπτυξη και διεύρυνση της αγοράς της επιχείρησης.

Η επιχείρηση έχει καταφέρει να δημιουργήσει έναν ισχυρό συνδυασμό τεχνογνωσίας, ποιότητας προϊόντος και οικολογικής συνείδησης. Εκτός από τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που έχουν ήδη αναφερθεί, η επιχείρηση μπορεί να αντλήσει πρόσθετα οφέλη μελλοντικά επενδύοντας στην Έρευνα και Ανάπτυξη. Αυτό

Το έργο χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και από εθνικούς πόρους των συμμετεχουσών χωρών του Προγράμματος Ευρωπαϊκής Διασυνοριακής Συνεργασίας «INTERREG V-A Ελλάδα - Βουλγαρία 2014-2020»

θα της επιτρέψει να διατηρήσει μια καινοτόμο στάση στον τομέα της και να προσαρμόζεται σε νέες τεχνολογικές εξελίξεις, ενισχύοντας την ανταγωνιστική της θέση. Επιπρόσθετα, η υιοθέτηση στρατηγικών διαφήμισης και μάρκετινγκ μπορεί να αυξήσει την επίγνωση του κοινού για τα προϊόντα της, καταστέλλοντας έτσι τους ανταγωνιστικούς περιορισμούς και διευρύνοντας το πελατολόγιο της.

4. ΖΟΥΡΑΣ ΦΑΡΜ

Στον τομέα της παραγωγής αυγών, το μέλλον φαίνεται να επιφυλάσσει σημαντικές προκλήσεις και ευκαιρίες. Από τη μία πλευρά, οι αυξανόμενες απαιτήσεις για την ευζωία των ζώων αναμένεται να επιφέρουν αλλαγές στις συνθήκες και τις μεθόδους παραγωγής, θέτοντας προκλήσεις στις υφιστάμενες επιχειρηματικές δομές. Από την άλλη πλευρά, η ανάγκη για άμεση ανταπόκριση στις αλλαγές, μέσω της εξεύρεσης εναλλακτικών τρόπων παραγωγής πρωτεΐνης, μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία, οδηγώντας σε καινοτόμες πρακτικές και στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

Η επιχείρηση έχει καταφέρει να διασφαλίσει την ποιότητα των προϊόντων της μέσω της συνεργασίας με έμπειρο προσωπικό. Παρά τις προκλήσεις που σχετίζονται με τον υψηλό όγκο παραγωγής και την περιορισμένη δυναμική εργατικού δυναμικού, η επιχείρηση βρίσκεται σε θέση να ανταποκριθεί σε μελλοντικές ανάγκες και να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται, προσαρμόζοντας τις πρακτικές της στις νέες απαιτήσεις της αγοράς.

5. ΣΑΜΥΘΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Ο χαμηλός όγκος παραγωγής της πρώτης ύλης και η ανάγκη για επέκταση του δικτύου αποτελούν σημαντικά αδύνατα σημεία. Είναι ζωτικής σημασίας για την επιχείρησή να καλύψει τις ανάγκες ενός κοινού που γίνεται όλο και πιο συνειδητοποιημένο στις διατροφικές του επιλογές.

Στον τομέα της η επιχείρηση βρίσκεται επίσης αντιμέτωπη με ορισμένους σημαντικούς κινδύνους. Οι φυσικές καταστροφές έχουν προκαλέσει σοβαρές ζημιές, προβάλλοντας την ανάγκη για συνεχή εγρήγορση και προσαρμογή στις νέες προκλήσεις. Παρά τα εμπόδια, η εταιρεία πιστεύει ότι βρίσκεται στην αιχμή της καινοτομίας, με την ικανότητα να προσαρμόζεται γρήγορα στις αναδυόμενες αγοραστικές τάσεις. Κοιτάζοντας προς το μέλλον, η επιχείρηση βλέπει την ανάπτυξη της αμερικανικής αγοράς ως μια σημαντική ευκαιρία, ιδιαίτερα στον τομέα των συμπληρωμάτων διατροφής. Επιπλέον, διάφορα πειραματικά έργα δημιουργούν προοπτικές για διεύρυνση και διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων της.

Η επιχείρηση πρέπει να επικεντρωθεί στην καινοτομία και την προσαρμογή για να ανταπεξέλθει στις διαρκώς μεταβαλλόμενες αγοραστικές τάσεις.

6. ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΟ ΟΔΡΥΣΕΣ

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής και η υψηλή ποιότητα των προϊόντων αποτελούν δύο βασικά δυνατά σημεία για την επιχείρηση, δίνοντας της ένα

Το έργο χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και από εθνικούς πόρους των συμμετεχουσών χωρών του Προγράμματος Ευρωπαϊκής Διασυνοριακής Συνεργασίας «INTERREG V-A Ελλάδα - Βουλγαρία 2014-2020»

ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Αυτά τα στοιχεία μπορούν να τραβήξουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών και να καταστήσουν τα προϊόντα της πιο ελκυστικά. Ωστόσο, η επιχείρηση αντιμετωπίζει αδυναμίες στην ανάπτυξη δικτύων διανομής, κάτι που θα μπορούσε να περιορίσει την ικανότητά της να επεκτείνει την παρουσία της σε νέες αγορές ή να αυξήσει τις πωλήσεις της στις υπάρχουσες. Αντιμετωπίζοντας αυτές τις αδυναμίες, είναι σημαντικό να εξεταστούν στρατηγικές για τη βελτίωση της διανομής και την επέκταση του δικτύου της εταιρείας.

Ενώ οι χαμηλές τιμές των προϊόντων μπορεί να προκαλέσουν πιέσεις στα οικονομικά της και να μειώσουν τα κέρδη, υπάρχει επίσης η δυνατότητα για σημαντική ανάπτυξη μέσω των εξαγωγών.

Επομένως η διεξόδου σε διεθνείς αγορές και η προώθηση των ποιοτικών προϊόντων της εταιρείας μπορεί να αποτελέσει στρατηγική που θα δημιουργήσει νέες ευκαιρίες και θα ενισχύσει τη θέση της στον ανταγωνισμό. Είναι ζωτικής σημασίας η επιχείρηση να παρακολουθεί τις τάσεις της αγοράς και να προσαρμόζεται ανάλογα, ώστε να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες και να αντιμετωπίσει τους κινδύνους.

7. ΤΣΕΛΙΓΚΑΤΟ ΣΟΥΦΛΙΟΥ

Το τυροκομείο βρίσκεται ενώπιον συγκεκριμένων κινδύνων αλλά και δυνητικών ευκαιριών. Ένας από τους πιο εμφανείς κινδύνους που αντιμετωπίζει είναι το αυξανόμενο κόστος παραγωγής, το οποίο μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τη λειτουργία και τα οικονομικά της επιχείρησης. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν ακόμα ανεξερεύνητες ευκαιρίες στην αγορά, των οποίων η αξιοποίηση μπορεί να αποτελέσει το κλειδί για την επιτυχία και τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητάς της.

Οι προοπτικές για τον κλάδο είναι δύσκολο να εκτιμηθούν, καθώς εξαρτώνται από πληθώρα παραγόντων. Ωστόσο, για την επιχείρηση, η προοπτική είναι η μεγιστοποίηση της ενεργειακής και παραγωγικής αυταρκειάς. Τέλος, τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν ληφθεί μέχρι στιγμής δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες και προσδοκίες της επιχείρησης. Συνεπώς, είναι ζωτικής σημασίας η επιχείρηση να αναλύσει και να αξιολογήσει τις ενδεχόμενες ευκαιρίες, ενώ ταυτόχρονα να βρει τρόπους να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που προκύπτουν.

8. ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΘΡΑΚΗΣ ΑΒΕΕ

Η εταιρεία Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης ξεκίνησε την ιστορία της το 1893, στο Βορειοανατολικό άκρο της Ελλάδας, στη μικρή πόλη της Κομοτηνής. Εκεί, πιστοί συνέχισαν μια παράδοση παραγωγής και εμφιάλωσης Ούζου, ξεκινώντας με απλά μέσα. Για πολλές γενιές, η εταιρεία συνέχισε να παράγει προϊόντα υψηλής ποιότητας σε οικογενειακά ποτοποιεία, εξυπηρετώντας την περιοχή με προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας. Η εταιρεία καταλαμβάνει μια από τις πρώτες θέσεις στις εξαγωγές αλκοολούχων ποτών, με σημαντικό όγκο εξαγωγών σε περισσότερες από 30 χώρες παγκοσμίως.

Η συγκεκριμένη επιχείρηση δεν αντιλαμβάνεται ιδιαίτερους κινδύνους που μπορεί να απειλήσουν τη λειτουργία της στο μέλλον. Αυτό είναι θετικό, καθώς επιτρέπει στην επιχείρηση να εστιάσει στην εκμετάλλευση των δυνητικών ευκαιριών που παρουσιάζονται. Συγκεκριμένα, υπάρχει προοπτική για δημιουργία νέων προϊόντων και επέκταση σε νέες αγορές εξωτερικού. Η εξερεύνηση αυτών των ευκαιριών μπορεί να αποτελέσει το κλειδί για περαιτέρω ανάπτυξη και επιτυχία της επιχείρησης στο μέλλον.

9. ΑΦΟΙ ΜΟΥΤΛΙΑ Α.Ε.

Η πολυετής εμπειρία τους, σε συνδυασμό με σύγχρονες μεθόδους παραγωγής και τη διατήρηση της παράδοσης, καθιστούν την εταιρεία μία από τις μεγαλύτερες στον χώρο της παραγωγής και επεξεργασίας κρεάτων στην περιοχή.

Ο πιο σημαντικός κίνδυνος που αναδεικνύεται είναι η αυξανόμενη ακρίβεια στις πρώτες ύλες, που μπορεί να επηρεάσει το κόστος παραγωγής και την τιμολόγηση των προϊόντων. Ενώ η εταιρεία δεν αναγνωρίζει σημαντικές ευκαιρίες για το μέλλον, είναι ουσιώδες να παρακολουθεί στενά τις αγοραστικές τάσεις και να προσαρμόζεται ανάλογα για να διασφαλίσει την βιωσιμότητά της. Η εταιρεία υπογραμμίζει την παραδοσιακή της προσέγγιση και την εξαιρετική ποιότητα των προϊόντων της, θέτοντας την ως μία από τις κορυφαίες επιλογές στον χώρο. Η πλούσια γκάμα προϊόντων εγγυάται την κάλυψη ενός ευρέος φάσματος γευστικών προτιμήσεων. Ωστόσο, οι προκλήσεις που συνδέονται με το κόστος των πρώτων υλών αποτελούν ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Η στρατηγική προσαρμογή και η συνεχής παρακολούθηση της αγοράς θα είναι κρίσιμη για τη διατήρηση της ηγετικής της θέσης.

10. ΖΑΜΠΙΤΟΓΛΟΥ

Η υψηλή ποιότητα των προϊόντων θεωρείται κύριος παράγοντας ανταγωνιστικότητας στην αγορά. Ωστόσο, η εταιρεία αντιμετωπίζει κάποιες προκλήσεις, και συγκεκριμένα την έλλειψη εξειδίκευσης και κατάρτισης του προσωπικού, που θα μπορούσε να περιορίσει την ανάπτυξη και την αποδοτικότητα των λειτουργιών της.

Η εταιρεία βλέπει σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης μέσω της συνεργασίας με ξενοδοχεία, προσφέροντας φρέσκα και υψηλής ποιότητας φρούτα για τους επισκέπτες τους. Αυτή η στρατηγική μπορεί να δημιουργήσει μια σταθερή αγορά για τα προϊόντα της και να αναδείξει το όνομα της εταιρείας σε ευρύτερο κοινό.

Η επιχείρηση, αναμένεται να έχει θετική ανάπτυξη στο μέλλον. Αυτό μπορεί να σημαίνει αύξηση στις πωλήσεις, επέκταση στην αγορά, περισσότερα κέρδη ή οποιαδήποτε άλλη θετική εξέλιξη που θα βοηθήσει την επιχείρηση να εξελιχθεί. Οι υπεύθυνοι της επιχείρησης είναι αισιόδοξοι για το μέλλον και έχουν θετικές προσδοκίες. Κατά συνέπεια με τη σωστή στρατηγική και προσαρμογή, η εταιρεία έχει τη δυνατότητα να αναπτυχθεί και να διατηρηθεί ως ένας ηγετικός παίκτης στον τομέα της.

11. ΜΕΛΛΗΝΙΚΟΝ

Στα κυρίαρχα δυνατά σημεία της εταιρείας συμπεριλαμβάνεται η ικανότητα καινοτομίας πάνω σε παραδοσιακά προϊόντα, προσφέροντας της ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Ωστόσο, τα αδύνατα σημεία της εταιρείας σχετίζονται με τις δυσκολίες στη χρηματοδότηση και στο ειδικό καθεστώς που αφορά την έκδοση τιμολογίων, το οποίο μπορεί να επιφέρει συγκεκριμένες προκλήσεις στη λειτουργία της επιχείρησης.

Η δημιουργία ενός εργαστηρίου-παρασκευαστηρίου μπορεί να αποτελέσει το βήμα που θα της επιτρέψει να προσθέσει αξία στα προϊόντα της, ενισχύοντας έτσι τη θέση της στην αγορά και επεκτείνοντας το πελατολόγιό της. Ο κλάδος του μελιού είναι ανερχόμενος, με προοπτικές για το μέλλον. Η τάση προς τα φυτικά προϊόντα και η αναγνώριση των οφελών του μελιού από τους καταναλωτές ενισχύει τη θέση του στην αγορά. Στο πλαίσιο αυτό, η επιχείρηση βλέπει την εξέλιξή της με θετικό τρόπο.

Η συνεχής προσαρμογή και εξέλιξη είναι κρίσιμες για τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας και την αντιμετώπιση των προκλήσεων της αγοράς.

12. ΑΝΤ ΔΕΛΗΠΟΥΛΙΟΣ ΑΕ

Η εταιρεία διακρίνεται για την παραγωγή υψηλής ποιότητας ξηρών καρπών, η οποία της παρέχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και τη βοηθά να αποκτήσει την εμπιστοσύνη των πελατών της. Επιπλέον, διαθέτει εκτεταμένη εμπειρία στον κλάδο. Επίσης διευρύνει την δραστηριότητά της στο εξωτερικό, προσφέροντας προϊόντα από διάφορες χώρες. Αυτό δημιουργεί ευκαιρίες για αύξηση των εσόδων και την είσοδο σε νέες αγορές.

Στο εγγύς μέλλον, η εταιρεία θα μπορούσε να αντλήσει σημαντικές ευκαιρίες από τη δυνατότητα επέκτασης στις διεθνείς αγορές, ενώ η αξιοποίηση των ήδη υφιστάμενων διεθνών σχέσεων της θα μπορούσε να αποτελέσει καταλύτη για την απόκτηση νέων αγοραστικών δυνατοτήτων.

Η επιτυχημένη προσαρμογή σε αυτές τις αλλαγές και η αναζήτηση στρατηγικών επέκτασης θα είναι κρίσιμες για την επιβίωση και την ανάπτυξη της εταιρείας στο μέλλον.

13. ΑΡΧΟΝΤΙΔΗΣ ΦΩΤΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.

Μέσα από συνεχή απόκτηση τεχνογνωσίας και συνεχή ανάπτυξη, η εταιρεία διαθέτει σήμερα ένα εκτροφείο σαλιγκαριών ανοιχτού τύπου, με έκταση 5 στρεμμάτων και παραγωγική δυναμικότητα που υπερβαίνει τους 10 τόνους σαλιγκαριών ετησίως.

Η ιδιαιτερότητα του του προϊόντος δίνει στην επιχείρηση ένα προνομιακό χαρακτηριστικό στην αγορά και τη δυνατότητα να δημιουργήσει μια δυνατή ταυτότητα της μάρκας. Παρόλο αυτά η έλλειψη παραγωγής μπορεί να οδηγήσει σε προβλήματα στον εφοδιασμό και την αγοραστική διαθεσιμότητα των προϊόντων της.

Η δυνατότητα αύξησης των πωλήσεων προς το εξωτερικό μπορεί να αποτελέσει τον καταλύτη για την ανάπτυξη και τη σταθεροποίηση της εταιρείας σε μια διεθνώς ανταγωνιστική αγορά.

Είναι, λοιπόν, ζωτικής σημασίας για την εταιρεία να επενδύσει στη στρατηγική της, αξιοποιώντας τα δυνατά της σημεία και αντιμετωπίζοντας προκλήσεις με καινοτόμες προσεγγίσεις.

14. ΚΑΒΕΙΡΟΣ

Το κύριο δυνατό της σημείο είναι η ποιότητα των προϊόντων που προσφέρει. Αυτό επιβεβαιώνεται από την υψηλή ποιότητα των ποτών που εμπορεύεται, καθιστώντας την επιχείρηση ξεχωριστή και διαφορετική από τους ανταγωνιστές της. Επιπλέον, η εξαιρετική εξυπηρέτηση που προσφέρει στους πελάτες της είναι ακόμη ένα δυνατό σημείο, το οποίο συμβάλλει στη δημιουργία μιας θετικής εικόνας για την επιχείρηση και την ενθάρρυνση των πελατών να επιστρέφουν.

Ωστόσο, όντας μικρή επιχείρηση δεν έχει την ίδια αναγνωρισιμότητα ή τη δύναμη των μεγαλύτερων ανταγωνιστών της, πράγμα που θα μπορούσε να επηρεάσει τις πωλήσεις και την ανάπτυξή της. Όμως, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό, επικεντρώνοντας στην εξέλιξη των προϊόντων της. Η δημιουργία και προώθηση πρωτότυπων και καινοτόμων ποτών, που ανταποκρίνονται στις σύγχρονες γευστικές προτιμήσεις των καταναλωτών, μπορεί να της δώσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η επέκταση του φάσματος των προϊόντων και η προσθήκη νέων επεξεργασμένων ποτών μπορούν να αποτελέσουν μια καλή ευκαιρία για την επιχείρηση.

Με την σωστή στρατηγική, η επιχείρηση μπορεί να καταστεί πρωτοπόρος σε νέες αγοραστικές τάσεις, κερδίζοντας έτσι μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

15. ΟΙΚΟΤΕΧΝΙΑ ΠΟΡΤΟΚΑΛΙΔΗ

Από τα δυνατά της σημεία, ξεχωρίζει η ποιότητα των προϊόντων της. Η επιλογή να παράγει παραδοσιακά προϊόντα εγγυάται την αυθεντικότητα και την πραγματική γεύση της ντομάτας. Επιπλέον, η επιχείρηση προσφέρει τα προϊόντα της σε πολύ καλές τιμές, κάτι που την καθιστά ανταγωνιστική στην αγορά.

Οι γεωγραφικοί περιορισμοί ενδέχεται να περιορίζουν την ικανότητα της επιχείρησης να επεκτείνεται σε νέες αγορές ή να προσφέρει τα προϊόντα της σε περιοχές που είναι πιο μακριά από την έδρα της. Αυτό, μαζί με το αυξημένο κόστος μεταφοράς, μπορεί να αυξήσει το τελικό κόστος του προϊόντος για τον καταναλωτή και να επηρεάσει τη ζήτηση.

Με το αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών για γνήσια και παραδοσιακά προϊόντα, δημιουργούνται νέες αγορές. Συνεπώς η εταιρεία μπορεί να εκμεταλλευτεί αυτήν την τάση, διευρύνοντας την παρουσία της σε νέες αγορές, τόσο εθνικά όσο και διεθνώς, και να καθιερωθεί ως μια αναγνωρισμένη μάρκα παραδοσιακής σάλτσας ντομάτας. Ο κλάδος της παραδοσιακής σάλτσας ντομάτας έχει προοπτικές

Το έργο χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και από εθνικούς πόρους των συμμετεχουσών χωρών του Προγράμματος Ευρωπαϊκής Διασυνοριακής Συνεργασίας «INTERREG V-A Ελλάδα - Βουλγαρία 2014-2020»

ανάπτυξης, με τη δημιουργία και άλλων προϊόντων για μεταποίηση. Αυτό σημαίνει ότι η επέκταση της γκάμας των προϊόντων μπορεί να αποτελέσει μια ευκαιρία για την επιχείρηση. Όσον αφορά την επιχείρηση, η προοπτική είναι η δημιουργία νέων προϊόντων, επεκτείνοντας έτσι το φάσμα των προσφερόμενων προϊόντων στους πελάτες.

16. ΜΕΛΙ ΜΙΚΡΟΥ ΔΕΡΕΙΟΥ

Η επιχείρηση παράγει και εμπορεύεται προϊόντα κυψέλης όπως μέλι, πρόπολη και γύρη. Αυτά τα προϊόντα, πέρα από τη γευστική τους αξία, φέρουν και θεραπευτικές ιδιότητες που τα καθιστούν ιδιαίτερα δημοφιλή στους καταναλωτές. Η επιλογή να δίνει έμφαση στην ποιότητα εξασφαλίζει την αξιοπιστία της εταιρείας στην αγορά και τη διατήρηση ενός σταθερού πελατολογίου που εκτιμά τα προϊόντα της.

Υπάρχουν ευκαιρίες που προσφέρονται από τα επενδυτικά προγράμματα. Η χρηματοδότηση από αυτά τα προγράμματα μπορεί να δώσει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να επεκτείνει την παραγωγή της, να αναβαθμίσει τον εξοπλισμό της και να βελτιώσει τις τεχνικές παραγωγής μελιού.

Ο κλάδος του μελιού είναι ανερχόμενος, με προοπτικές για το μέλλον. Η τάση προς τα φυτικά προϊόντα και η αναγνώριση των οφελών του μελιού από τους καταναλωτές ενισχύει τη θέση του στην αγορά.

Η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει τις διαθέσιμες ευκαιρίες και να ενισχύσει τη θέση της στην αγορά. Είναι σημαντικό να επενδύσει σε βιώσιμες πρακτικές και να εξετάσει τις δυνατότητες χρηματοδότησης για την ανάπτυξη της επιχείρησης.

17. ΑΤΛΑΜΑΖΟΓΛΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

Η εταιρεία διαθέτει τη γνώση και την εμπειρία για την παραγωγή αυθεντικών και ποιοτικών αλλαντικών. Επιπλέον, η ιδιαιτερότητα των προϊόντων της προσθέτει μια εξαιρετική αξία στην αγορά, ενώ η εταιρεία είναι γνωστή για την αξιοπιστία της και έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών της.

Ο έντονος ανταγωνισμός από μεγάλες εταιρείες είναι ένας από τους βασικούς φραγμούς που δυσκολεύει την ανάπτυξη των μικρότερων και πιο παραδοσιακών επιχειρήσεων. Ωστόσο, οι προοπτικές για τον κλάδο των αλλαντικών φαίνεται να είναι θετικές. Για τη βελτίωση της θέσης της επιχείρησης, θεωρείται ότι φορείς όπως τα επιμελητήρια και η συμμετοχή σε διεθνής και τοπικές εκθέσεις μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην βελτίωση της θέσης της επιχείρησης. Η επαφή με τον καταναλωτή μέσω των εκθέσεων, καθώς και η υποστήριξη και η καθοδήγηση από τα επιμελητήρια, μπορούν να ενισχύσουν την παρουσία και τον ανταγωνιστικό χαρακτήρα της επιχείρησης στην αγορά.

Επομένως, η εταιρεία έχει την ευκαιρία να αναπτύξει και να διευρύνει την παρουσία της στην αγορά, επενδύοντας σε νέα προϊόντα αντιμετωπίζοντας έτσι τον ανταγωνισμό.

18. Ελληνικά Γαλακτοκομεία Α.Ε.

Από τα δυνατά σημεία της εταιρείας ξεχωρίζει η ποιότητα των προϊόντων της. Αυτό αναγνωρίζεται τόσο από την εγχώρια αγορά όσο και από τους διεθνείς συνεργάτες της.

Η παγκόσμια οικονομική αστάθεια μπορεί να επηρεάσει τη ζήτηση γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς οι καταναλωτές μπορεί να περιορίσουν τις αγορές τους σε βασικά είδη. Επιπλέον, η αύξηση του κόστους ενέργειας και των πρώτων υλών μπορεί να αυξήσει το κόστος παραγωγής, μειώνοντας τα κέρδη της επιχείρησης.

Από την άλλη πλευρά, οι νέες επενδύσεις σε σύγχρονο εξοπλισμό και τεχνολογία μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα και την ποιότητα των προϊόντων. Η είσοδος σε νέες αγορές, ειδικά στο εξωτερικό, και η ανάπτυξη νέων προϊόντων μπορεί να αυξήσει τον όγκο των πωλήσεων και τα κέρδη της επιχείρησης.

Συμπερασματικά, αν και ο τομέας των γαλακτοκομικών προϊόντων αντιμετωπίζει σημαντικούς κινδύνους, υπάρχουν και σημαντικές ευκαιρίες για ανάπτυξη. Η επιχείρηση πρέπει να είναι προετοιμασμένη για τις αλλαγές και να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται.

19. Grizo & Prasino

Αναγνωρίζοντας πόσο σημαντική είναι η άριστη ποιότητα σε αυτόν τον τομέα, βασικό δυνατό σημείο της εταιρείας είναι η υψηλή ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων. Επιπλέον, η εξαιρετική επικοινωνία με τους πελάτες και η προσεγμένη αισθητική των προϊόντων της είναι από τα κύρια δυνατά σημεία της επιχείρησης.

Ωστόσο, ο μη επαρκής μηχανολογικός εξοπλισμός μπορεί να περιορίσει την παραγωγική της ικανότητα, ενώ η κακή χρηματοοικονομική διαχείριση ενδέχεται να δημιουργήσει οικονομικά εμπόδια για την ανάπτυξη της εταιρείας. Τέλος, οι γεωγραφικοί περιορισμοί, ενδέχεται να περιορίζουν την πρόσβαση της εταιρείας σε μεγαλύτερες αγορές, απαιτώντας περισσότερο χρόνο και πόρους για τη μεταφορά των προϊόντων. Ωστόσο, με τη σωστή στρατηγική και την υιοθέτηση καινοτόμων λύσεων, η εταιρεία έχει τη δυνατότητα να ξεπεράσει αυτά τα εμπόδια και να συνεχίσει την ανοδική της πορεία.

Οι ευκαιρίες για επέκταση των προϊόντων και την είσοδο σε νέες αγορές μέσω των εξαγωγών προσφέρουν θετικές προοπτικές για το μέλλον της επιχείρησης. Για την αντιμετώπιση των προκλήσεων, η εταιρεία μπορεί να ενισχύσει τον μηχανολογικό εξοπλισμό, να βελτιώσει τη χρηματοοικονομική διαχείριση και να αναζητήσει συνεργασίες για την επέκταση των εξαγωγών της.

20. ΘΡΑΚΙΩΤΙΚΗ ΖΥΜΗ

Ένα από τα βασικά δυνατά σημεία της εταιρείας είναι η υψηλή ποιότητα των προϊόντων της. Η συνέπεια στην παραγωγή και οι λογικές τιμές ενισχύουν περαιτέρω τη θέση της στην αγορά. Η επένδυση σε περαιτέρω αυτοματοποίηση των διαδικασιών

παραγωγής θα μπορούσε να ενισχύσει την αποτελεσματικότητα και να αυξήσει την παραγωγική της ικανότητα.

Η εταιρεία αντιμετωπίζει τον κίνδυνο της ακρίβειας και της ενεργειακής κρίσης, που μπορεί να αυξήσει το κόστος παραγωγής και να μειώσει τα κέρδη. Ωστόσο, η ευκαιρία εντάξεως σε μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ μπορεί να ανοίξει νέους δρόμους για την επέκταση της αγοραστικής της δύναμης και της πελατείας της.

Το εργαστήριο "Θρακιώτικη Ζύμη" εκπροσωπεί μια επιτυχημένη προσπάθεια διατήρησης παραδοσιακών τεχνικών και σύγχρονων προτύπων παραγωγής. Παρ' όλους τους προκλητικούς κινδύνους, η εταιρεία έχει το δυναμικό να εκμεταλλευτεί νέες ευκαιρίες, ενισχύοντας την παρουσία της στην αγορά μέσω της ποιότητας και της αυθεντικότητας των προϊόντων της. Η επέκταση σε μεγαλύτερες αγορές και η συνεχής καινοτομία είναι ο δρόμος για τη μελλοντική της επιτυχία.

21. ΑΦΟΙ ΓΕΩΡΓΑΚΟΥΔΗ ΟΕ

Η κτηνοτροφική επιχείρηση με την πολυετή της παρουσία στον κλάδο έχει αποκτήσει πολύτιμη εμπειρία και γνώση στην παραγωγή γάλακτος. Αυτό αποτελεί ένα σημαντικό δυνατό σημείο, καθώς η εμπειρία και η γνώση είναι ζωτικής σημασίας για την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων και τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας στην αγορά.

Από την άλλη πλευρά, η ανάγκη για περισσότερες εκτάσεις για την καλλιέργεια ζωοτροφών υποδηλώνει ότι η επιχείρηση εξαρτάται από τρίτους προμηθευτές για την προμήθεια των ζωοτροφών. Αυτό μπορεί να έχει επιπτώσεις στο κόστος παραγωγής και στη σταθερότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η αυτοεπάρκεια στις ζωοτροφές μπορεί να βοηθήσει την επιχείρηση να ελέγχει καλύτερα το κόστος και την ποιότητα των προϊόντων της.

Η προσανατολισμένη προς τη βιολογική γεωργία τάση της αγοράς ανοίγει νέες δυνατότητες για την εταιρεία. Η παραγωγή βιολογικού γάλακτος μπορεί να αποτελέσει μια ευκαιρία για διαφοροποίηση του προϊόντος και πρόσβαση σε νέες αγορές που αναζητούν πιο φυσικά και οργανικά προϊόντα. Επίσης η περιοχή φαίνεται να προσφέρει περιθώρια για ανάπτυξη του κλάδου της κτηνοτροφίας, εάν ληφθούν υπόψη τα κατάλληλα μέτρα.

Παρά τις δυσκολίες, υπάρχει η βούληση για εξέλιξη και ανάπτυξη νέων προϊόντων. Τα μέτρα ενίσχυσης που έχουν υιοθετηθεί μέχρι στιγμής φαίνεται να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της επιχείρησης σε ικανοποιητικό βαθμό.

22. BOLERO ΖΑΧΑΡΩΔΗ ΘΡΑΚΗΣ ΑΕ

Ένα από τα βασικά δυνατά σημεία της εταιρείας είναι η υψηλή ποιότητα των προϊόντων της. Η επιλογή των καλύτερων υλικών και η συνεχής παρακολούθηση της ποιότητας της παραγωγής καθιστούν τα προϊόντα της εταιρείας αναγνωρίσιμα και δημοφιλή στην αγορά. Αν και δεν προβλέπονται από την εταιρεία ευκαιρίες για το μέλλον, αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν. Η αγορά αλλάζει διαρκώς και η εταιρεία

ίσως βρει ευκαιρίες για διαφοροποίηση των προϊόντων της ή για είσοδο σε νέες αγορές.

Είναι γεγονός ότι οι επιχειρήσεις στον τομέα αυτό χρειάζονται σημαντική χρηματοδότηση για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν στην παγκόσμια αγορά και να προσαρμοστούν στις συνεχείς αλλαγές. Υπάρχει ανάγκη για περισσότερη χρηματοδότηση για να μπορέσει να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της. Η παροχή άτοκων δανείων, επιχορηγήσεων ή άλλων μορφών χρηματοδότησης για τις εξαγωγικές επιχειρήσεις μπορεί να αποτελέσει κρίσιμο παράγοντα για την επιτυχία τους στην παγκόσμια αγορά. Οι προοπτικές στο εσωτερικό φαίνεται να είναι περιορισμένες, αλλά η εξωστρέφεια της εταιρείας μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό πλεονέκτημα. Η αναζήτηση νέων αγορών και η διεύρυνση των εξαγωγών είναι βασικοί στόχοι για τη βελτίωση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά.

Σαν συμπέρασμα θα μπορούσαμε να πούμε ότι η εταιρεία έχει καταφέρει να δημιουργήσει προϊόντα υψηλής ποιότητας και να διατηρήσει τη φήμη της στην αγορά. Η σταθερότητα και η συνέπεια στην ποιότητα της παραγωγής είναι οι πυλώνες της επιτυχίας της. Ωστόσο, είναι σημαντικό για κάθε επιχείρηση να παραμένει ευέλικτη και να είναι έτοιμη να προσαρμοστεί στις αλλαγές της αγοράς.

23. ΓΕΩΘΕΡΜΙΚΗ ΕΛΛΑΔΟΣ ΙΚΕ

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης μπορεί να συμπεριληφθεί το γεγονός ότι η εταιρεία κατέχει ένα σημαντικό πλεονέκτημα στον τομέα της αφυδάτωσης χάρη στην καινοτομία και την τεχνογνωσία της. Επίσης η εξαιρετική σχέση και η συνεχής επικοινωνία με τους πελάτες, καθώς και η προθυμία για άριστη εξυπηρέτηση, την καθιστούν αξιόπιστη και αναγνωρίσιμη στην αγορά. Η εταιρεία έχει και κάποια αδύνατα σημεία όπως ο αποσβεσμένος εξοπλισμός και η ανάγκη για ανανέωση του παραγωγικού της εξοπλισμού. Επίσης, υπάρχει η ανάγκη για προσέλκυση και κατάρτιση εξειδικευμένου προσωπικού.

Αν και η εταιρεία δεν βλέπει συγκεκριμένους κινδύνους για το μέλλον, είναι πάντα σημαντικό να παραμένει ενήμερη για τις εξελίξεις της αγοράς. Όσον αφορά τις ευκαιρίες, η αγορά όπου δραστηριοποιείται είναι μια αγορά με μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης. Υπάρχει δυνατότητα για την εταιρεία να αναπτύξει νέα προϊόντα, να εισέλθει σε νέες αγορές και να επεκτείνει το δίκτυο διανομής της.

Συνοψίζοντας η Γεωθερμική Ελλάδος είναι μια εταιρεία με σταθερή παρουσία στον τομέα της αφυδάτωσης, διαθέτοντας την τεχνογνωσία και την καινοτομία που της επιτρέπει να παράγει ποιοτικά προϊόντα. Με τη σωστή στρατηγική και τις σωστές επενδύσεις, μπορεί να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς και να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που προκύπτουν.

24. ΤΟ ΚΤΗΜΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΗ

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι ότι η επιχείρηση καταφέρνει να διατηρεί υψηλά πρότυπα ποιότητας, προσφέροντας προϊόντα με εξαιρετική γεύση. Επιπλέον,

η φιλική εξυπηρέτηση προς τους πελάτες ενισχύει τη θετική της εικόνα στην αγορά. Όμως, σαν αδύνατο σημείο μπορεί να θεωρηθεί η ελλιπής διαφήμιση η οποία μπορεί να περιορίζει την αναγνωρισιμότητα της εταιρείας και να μειώνει τις πωλήσεις της, ενώ άλλοι ανταγωνιστές μπορεί να έχουν περισσότερη παρουσία στην αγορά.

Προβλεπόμενοι κίνδυνοι είναι οι κλιματικές αλλαγές όπου μπορούν να επηρεάσουν την παραγωγή των φυτικών προϊόντων που χρησιμοποιούνται ως πρώτες ύλες. Αυξημένα κόστη παραγωγής και φυτικού κεφαλαίου μπορεί επίσης να απειλήσουν την κερδοφορία της επιχείρησης. Ενώ ευκαιρίες για την εταιρεία είναι η αγορά νέου εξοπλισμού γιατί μπορεί να ανοίξει νέες δυνατότητες για την επιχείρηση, βελτιώνοντας την παραγωγική της ικανότητα και την αποτελεσματικότητα των διαδικασιών της.

Εν κατακλείδι, η επιχείρηση παρόλο που διαθέτει ισχυρά δυνατά σημεία, πρέπει να αντιμετωπίσει τους κινδύνους που προκύπτουν και να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται ώστε να διατηρηθεί η θέση της στην αγορά και να συνεχίσει την ανάπτυξή της.

25. ΣΠΑΝΙΔΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ

Η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών αποτελεί ένα από τα κύρια δυνατά σημεία της εταιρείας, καθώς και η βαθιά γνώση της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται. Παρ' όλα αυτά, οι υψηλές τιμές των προϊόντων της εταιρείας μπορεί να αποθαρρύνουν κάποιους πελάτες, ειδικά σε μια περίοδο όπου η οικονομική σταθερότητα μπορεί να μην είναι εγγυημένη. Επιπλέον, η αύξηση του ανταγωνισμού και η πιθανή είσοδος μεγάλων ανταγωνιστικών εταιρειών στην αγορά αποτελούν σημαντικούς κινδύνους για τη σταθερότητα και την ανάπτυξη της εταιρείας.

Η αυξανόμενη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής προσφέρει τη δυνατότητα επέκτασης της υφιστάμενη αγοράς, προσελκύνοντας νέους πελάτες και αυξάνοντας τη ζήτηση για τα προϊόντα της. Η τουριστική ανάπτυξη και η γεωγραφική θέση της περιοχής στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση μπορούν να προσφέρουν ευκαιρίες για επέκταση της αγοράς.

Αναφορικά με την εξέλιξη της επιχείρησης, οι προοπτικές είναι θετικές. Εν τούτοις, τα υφιστάμενα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας δεν φαίνεται να ανταποκρίνονται πλήρως στις ανάγκες της εταιρείας. Για τη βελτίωση της θέσης της επιχείρησης, φορείς όπως η Περιφέρεια, οι τράπεζες και το εμπορικό επιμελητήριο μπορούν να συμβάλλουν θετικά με συγκεκριμένες ενέργειες και δράσεις.

26. ΚΕΪΒΑΝΙΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.

Ένα από τα βασικά δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι τα αρκετά σημεία λιανικής πώλησης που διαθέτει, τα οποία παρέχουν ευρεία πρόσβαση στον καταναλωτή. Επιπλέον, η ποικιλία των προϊόντων προσφέρει στην επιχείρηση τη δυνατότητα να καλύψει ένα ευρύ φάσμα γευστικών προτιμήσεων των καταναλωτών.

Ορισμένοι σημαντικοί κίνδυνοι που μπορεί να αντιμετωπίσει η επιχείρηση στο μέλλον είναι περιβαλλοντικοί και διατροφικοί. Περιβαλλοντικοί κίνδυνοι μπορεί να είναι παράγοντες όπως οι κλιματικές αλλαγές, οι οποίες μπορεί να επηρεάσουν την ποιότητα ή τη διαθεσιμότητα των πρώτων υλών, η μη βιώσιμη χρήση φυσικών πόρων που θα μπορούσε να οδηγήσει σε προβλήματα στο μέλλον κ.α. Σε ό,τι αφορά τους διατροφικούς κινδύνους, αυτοί μπορούν να περιλαμβάνουν ζητήματα σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων, όπως η ποιότητα των πρώτων υλών, η παρουσία αλλεργιογόνων ή άλλων επικίνδυνων συστατικών, και η τήρηση των κανόνων υγιεινής που είναι κρίσιμη για την ασφάλεια των τροφίμων. Άλλος ένας κίνδυνος είναι η έλλειψη εργατικού δυναμικού μπορεί να επηρεάσει τη λειτουργία και την απόδοση της επιχείρησης.

Παρά τους προαναφερθέντες κινδύνους, υπάρχουν ευκαιρίες για την επιχείρηση. Η βελτίωση της τοπικής τουριστικής οικονομίας μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ζήτησης για τα προϊόντα της. Όσον αφορά τους φραγμούς και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση είναι η ευαισθησία των προϊόντων που έχουν μικρή διάρκεια ζωής, οι αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες του κοινού καθώς και η αύξηση των τιμών των πρώτων υλών και των λειτουργικών δαπανών. Ωστόσο, οι προοπτικές για τον κλάδο είναι καλές, εφόσον υπάρχει η δυνατότητα προσαρμογής και ευελιξίας.

27. ΕΒΡΟΣΟΠ ΟΕ

Ένα από τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η εξαιρετική σχέση ποιότητας-τιμής που προσφέρει, το οποίο είναι καθοριστικό στοιχείο για την επιτυχία στην αγορά. Ωστόσο, ένα αδύνατο σημείο είναι η αργή ανταπόκριση ή εξυπηρέτηση προς τους πελάτες, κάτι που θα μπορούσε να επηρεάσει αρνητικά τη φήμη και τη θέση της στην αγορά. Όσον αφορά τους κινδύνους που αντιμετωπίζει, το κόστος των προϊόντων, οι πιθανοί πόλεμοι και οι πανδημίες είναι σημαντικοί παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν την επιχείρηση. Ωστόσο, υπάρχουν πολλές ευκαιρίες στο μέλλον, ίσως λόγω της αναγνώρισης της αξίας των τοπικών προϊόντων και της συνεχούς αναζήτησης από τους καταναλωτές για αυθεντικές και ποιοτικές επιλογές.

Η επιχείρησή αντιμετωπίζει φραγμούς και προβλήματα στον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται. Ένα από τα βασικά ζητήματα είναι η ποιότητα των υπηρεσιών των εταιριών μεταφορών στην Ελλάδα, η οποία, κατά την επιχείρηση είναι ανεπαρκής. Παρά τα εμπόδια, η προοπτική για μελλοντική ανάπτυξη είναι θετική, εάν η επιχείρηση προσαρμοστεί αποτελεσματικά στο περιβάλλον και εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται. Είναι σημαντικό να συνεχίσει τις προσπάθειες για βελτίωση, να ανταποκριθεί στις αλλαγές της αγοράς και να διατηρήσει την υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών και των προϊόντων της.

28. CAMPUS MON. A.E

Η επιχείρηση έχει στερεές βάσεις χάρη στη βαθιά γνώση της δουλειάς, το σταθερό προσωπικό και την αδιάλειπτη μέριμνα και προληπτική στάση της διοίκησης. Αυτά τα δυνατά σημεία είναι ουσιαστικά για την ανάπτυξη και τη σταθερότητα στον τομέα.

Ωστόσο, η γεωγραφική τοποθέτηση της επιχείρησης, η οποία είναι μακριά από τα αστικά κέντρα, μπορεί να αποτελεί αδύνατο σημείο σε θέματα πρόσβασης και διανομής.

Η επιχείρηση αντιμετωπίζει συγκεκριμένες προκλήσεις στον τομέα όπου δραστηριοποιείται. Ένας από τους βασικούς φραγμούς είναι η έλλειψη εξειδικευμένης τεχνογνωσίας, που αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στη δυνατότητα της επιχείρησης να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά στην αγορά. Ωστόσο, η γενική προοπτική για τον τομέα φαίνεται να είναι θετική.

Αναφορικά με την εξέλιξη της επιχείρησης, προβλέπεται μια αύξηση του τζίρου, που είναι ένα ενθαρρυντικό σημείο. Σχετικά με τα μέτρα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που έχουν λάβει μέχρι στιγμής, η ανταπόκριση στις ανάγκες και τις προσδοκίες της επιχείρησής χαρακτηρίζεται ως μέτρια. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει χώρος για βελτίωση και περισσότερη υποστήριξη από τους αρμόδιους φορείς. Η προοπτική για την επιχείρηση φαίνεται να είναι θετική, με τις κατάλληλες στρατηγικές κινήσεις.

29. Faos Superfoods

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης συγκαταλέγεται το μονοπώλιο που έχει στην αγορά, καθώς και η υψηλή ποιότητα του προϊόντος. Η υψηλή ποιότητα του προϊόντος της εξασφαλίζει την πίστη και την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Αυτό σημαίνει ότι οι πελάτες είναι πιθανότερο να επιλέξουν το προϊόν της επιχείρησης αντί για άλλα εναλλακτικά προϊόντα στην αγορά. Επομένως, η συνδυασμένη δύναμη του μονοπωλίου και της ποιότητας του προϊόντος δημιουργεί ένα ισχυρό οικονομικό αντίκτυπο για την επιχείρηση.

Ωστόσο, η επιχείρηση επικεντρώνεται στην παραγωγή και προσφορά ενός προϊόντος που απευθύνεται σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς: τους καταναλωτές που είναι πιο ενημερωμένοι για θέματα υγείας και επιθυμούν να εντάξουν στη διατροφή τους προϊόντα που προάγουν την ευεξία και την καλή υγεία. Αυτό το τμήμα της αγοράς είναι συνήθως πιο ενημερωμένο, διαβάζει ετικέτες προϊόντων, αναζητά πληροφορίες και δίνει περισσότερη προτεραιότητα στην ποιότητα παρά στην τιμή. Δεδομένου ότι το προϊόν απευθύνεται σε αυτό το ειδικό κοινό, η επιχείρηση πρέπει να διασφαλίσει ότι οι στρατηγικές μάρκετινγκ και προώθησης είναι στοχευμένες, ώστε να προσελκύει τους σωστούς καταναλωτές. Επιπλέον, το προϊόν πρέπει να παρέχει όλα τα απαραίτητα στοιχεία και πληροφορίες για να εξυπηρετεί τις ανάγκες αυτού του κοινού, διασφαλίζοντας την πιστότητα των πελατών και την επιτυχή τοποθέτηση του προϊόντος στην αγορά.

Η ικανότητα προσαρμογής, η καινοτομία και η δυνατότητα να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς θα είναι κρίσιμες για την επιτυχία της επιχείρησης σε αυτό το δύσκολο περιβάλλον.

30. Θερμοκηπια Κάκος

Η ποιότητα των προϊόντων και οι τιμές δημιουργούν έναν ισχυρό συνδυασμό που ξεχωρίζει την επιχείρηση από τους ανταγωνιστές της και την τοποθετούν σε προνομιακή θέση στην αγορά.

Ωστόσο, υπάρχουν και ορισμένα σημεία που χρειάζονται βελτίωση, όπως η έλλειψη κατάρτισης του προσωπικού και η δυσκολία στην πρόσληψη εργατικού δυναμικού. Ο τομέας εξελίσσεται συνεχώς, με νέες τεχνολογίες και μεθόδους που μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα και την ποιότητα των προϊόντων. Ωστόσο, η εκπαίδευση και η κατάρτιση του προσωπικού είναι απαραίτητες για να εκμεταλλευτούν πλήρως αυτές οι νέες ευκαιρίες. Η επιχείρηση θα πρέπει να επενδύσει σε προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης για το προσωπικό της, προκειμένου να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της. Επίσης, η εργασία στον αγροτικό τομέα μπορεί να είναι φυσικά απαιτητική και συχνά υπό συνθήκες που δεν είναι ιδανικές. Αυτό, σε συνδυασμό με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό για εργατικό δυναμικό σε άλλους τομείς, καθιστά δύσκολη την πρόσληψη και διατήρηση των εργαζομένων. Η επιχείρηση θα πρέπει να εξετάσει τρόπους βελτίωσης των συνθηκών εργασίας, προσφοράς πρόσθετων κινήτρων ή ευελιξίας στο ωράριο για να προσελκύσει και να διατηρήσει ταλαντούχο προσωπικό.

Μια από τις κύριες προοπτικές που εμφανίζεται στον κλάδο είναι η μεταποίηση των προϊόντων. Η μεταποίηση μπορεί να προσφέρει μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία, επεκτείνοντας τη ζήτηση μέσω της παραγωγής νέων προϊόντων. Αυτό μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία για τις επιχειρήσεις να διευρύνουν την αγορά τους και να αυξήσουν τα έσοδά τους. Όσον αφορά την εξέλιξη της συγκεκριμένης επιχείρησης, η προοπτική φαίνεται ανοδική. Με τη σωστή διαχείριση, την επενδυτική στρατηγική και την ανάπτυξη νέων προϊόντων, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αναπτυχθεί και να κερδίσει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

31. Μέλιδρον- Βιολογικά Προϊόντα Μέλισσας

Η επιχείρηση διαθέτει ξεχωριστά δυνατά σημεία, με την ποιότητα του προϊόντος να καταλαμβάνει πρωταγωνιστικό ρόλο. Η επιχείρηση έχει επενδύσει στην παραγωγή υψηλής ποιότητας μελιού, πράγμα που της προσδίδει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Εντούτοις, αντιμετωπίζει προκλήσεις στον τομέα της εξωστρέφειας και του μάρκετινγκ, που προϋποθέτουν ιδιαίτερη προσοχή και επένδυση.

Στο μέλλον, υπάρχουν κίνδυνοι που σχετίζονται με τις κλιματικές αλλαγές και την οικονομική κατάσταση, οι οποίοι θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στην επιχειρηματική στρατηγική. Ωστόσο, υπάρχουν και ευκαιρίες για επέκταση, μέσω της συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις και της ενίσχυσης των πωλήσεων τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό. Γενικότερα, ο κλάδος της μελισσοκομίας αντιμετωπίζει διάφορα προβλήματα όπως την κλιματική κρίση. Οι αλλαγές στο κλίμα επηρεάζουν την ανθοφορία, μειώνοντας την ποσότητα και την ποιότητα του νέκταρ που είναι

διαθέσιμο για τις μέλισσες. Αυτό μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της παραγωγής μελιού. Ένα άλλο πρόβλημα είναι η εύρεση κατάλληλου εξειδικευμένου προσωπικού. Η μελισσοκομία απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες. Η εύρεση προσωπικού με την απαραίτητη κατάρτιση και εμπειρία μπορεί να είναι δύσκολη.

Όσον αφορά τις προοπτικές, ο τομέας της μελισσοκομίας παραμένει ένας από τους πιο ελκυστικούς στην αγροδιατροφική αγορά. Η διεθνής αγορά δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για προϊόντα υψηλής ποιότητας.

Με την ενίσχυση της επιχείρησης μέσω χρηματοδότησης για το μάρκετινγκ, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα επέκτασης των δραστηριοτήτων της, τόσο εγχώρια όσο και διεθνώς. Επιπλέον, η προβολή του προϊόντος σε νέες αγορές μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις και την αναγνωρισιμότητα του.

32. CALYPSO EXTRA VIRGIN OLIVE OIL

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης συγκαταλέγονται η υψηλή ποιότητα και η παράδοση. Η ποιότητα του ελαιόλαδου είναι κρίσιμη για την ανταγωνιστικότητα στην αγορά, και η επιχείρηση τονίζει αυτό το στοιχείο. Επιπλέον, η δέσμευση στην παράδοση και ο σεβασμός στις παραδοσιακές μεθόδους παραγωγής αναδεικνύει την αυθεντικότητα και την αξία του προϊόντος.

Ωστόσο υπάρχουν και αδύνατα σημεία όπως η έλλειψη εργατικού δυναμικού, όπου ιδίως κατά τις περιόδους συγκομιδής μπορεί να προκαλέσει καθυστερήσεις και προβλήματα στην παραγωγή. Επιπλέον, το χρονικό περιθώριο που απαιτείται για τη συγκομιδή είναι συγκεκριμένο και αμετάβλητο, γεγονός που αυξάνει την πίεση. Όμως υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες για τη διεύρυνση του πελατολογίου. Επιπλέον, με τις κατάλληλες στρατηγικές μάρκετινγκ και προώθησης, η επιχείρηση μπορεί να καθιερωθεί σε μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς.

Βλέποντας το μέλλον, οι προοπτικές για την επιχείρηση φαίνονται ανοδικές. Η αναγνώριση της ποιότητας και της παράδοσης των προϊόντων, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ζήτηση για βιολογικά προϊόντα, δημιουργεί ιδανικές προϋποθέσεις για την επέκταση και την ανάπτυξη της επιχείρησης.

33. Σοφίας Γεύσεις

Δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η υψηλής ποιότητας προϊόντα, τα οποία παρασκευάζονται με προσήλωση στην παράδοση. Η συσκευασία και το λογότυπο της επιχείρησης είναι ακόμη δύο σημαντικά δυνατά σημεία που την διακρίνουν και προσδίδουν έναν αέρα ποιότητας και αξιοπιστίας.

Ο ανταγωνισμός στον κλάδο μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική απειλή, ειδικά αν οι ανταγωνιστές προσφέρουν προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές. Επιπλέον, η συνεχής αύξηση των κόστους των κυρίων αγαθών, όπως η ενέργεια, μπορεί να επηρεάσει τη λειτουργία και τα οικονομικά της επιχείρησης. Παρά τους υπάρχοντες κινδύνους, η επιχείρηση έχει την ευκαιρία να διευρύνει το πελατολόγιο της και να καθιερωθεί σε

μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς. Με την κατάλληλη στρατηγική και τις σωστές επενδύσεις, η επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί αυτές τις ευκαιρίες για την περαιτέρω ανάπτυξη και επέκτασή της.

Ο κλάδος των παραδοσιακών ζυμαρικών αντιμετωπίζει πολλές προκλήσεις. Πρώτα απ' όλα, η αγορά είναι κορεσμένη με εργαστήρια που παράγουν μαζικά προϊόντα με επίκεντρο την ποσότητα και όχι την ποιότητα. Αυτό οδηγεί σε ανταγωνιστικές τιμές στο ράφι, πολλές φορές χωρίς την ανταπόκριση στην πραγματική αξία του προϊόντος.

Συνοψίζοντας, είναι σημαντικό για την επιχείρηση να παραμείνει ενημερωμένη, να προσαρμόζεται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες και να βρίσκει νέους τρόπους για να διακρίνεται στην αγορά.

34. ΚΟΝΟΣ ΚΤΗΜΑ ΜΙΧΕΛΗ

Η επιχείρηση διακρίνεται για την ποιότητα των προϊόντων της και τη φιλοσοφία που ακολουθεί. Οι καταναλωτές εκτιμούν τα προϊόντα που παράγονται με μια σαφή και ειλικρινή φιλοσοφία πίσω από αυτά, και αυτό είναι κάτι που μπορεί να προσφέρει μια σημαντική ανταγωνιστική πλεονεκτηματικότητα. Αν και η επιχείρηση έχει πολλά δυνατά σημεία, η προβολή της είναι κάτι που χρειάζεται βελτίωση. Η ορατότητα είναι κρίσιμη για την επιτυχία, ειδικά σε μια αγορά με πολλούς ανταγωνιστές. Η επιχείρηση μπορεί να αντλήσει ευκαιρίες από την αγορά, είτε μέσω νέων καναλιών διανομής, είτε μέσω της επέκτασης σε νέες αγορές ή ακόμη και της προσφοράς νέων προϊόντων που ανταποκρίνονται στις αλλαγές της αγοράς.

Όσον αφορά τους φραγμούς και τα προβλήματα η επιχείρηση αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις εξαιτίας της άμεσης εξάρτησής της από τη φύση και το περιβάλλον. Οι αλλαγές στο κλίμα, οι φυσικές καταστροφές και οι αλλαγές στο περιβάλλον μπορούν να έχουν αμεσώτατες επιπτώσεις στην παραγωγικότητα και την ποιότητα των προϊόντων.

Μετά από την καταστροφή που υπέστη η επιχείρηση στις πυρκαγιές, η πρώτη προτεραιότητα της επιχείρησης πρέπει να είναι η επιβίωση και η ανάκαμψη. Η ανασυγκρότηση μπορεί να είναι δύσκολη και χρονοβόρα, αλλά με τη σωστή υποστήριξη και την προσαρμογή στις νέες συνθήκες, η επιχείρηση μπορεί να βρει τρόπους να προχωρήσει μπροστά.

35. ΓΙΑΧΑΝΑΣ

Η ποιότητα των προϊόντων είναι ένα από τα κυριότερα δυνατά σημεία της επιχείρησης, αναδεικνύοντας την αφοσίωση στην εξαιρετική παραγωγή και την προσήλωση στην ικανοποίηση του πελάτη.

Η τεχνολογία αναγνωρίζεται ως ένα αδύναμο σημείο. Η τεχνολογία είναι ένας από τους πιο κρίσιμους παράγοντες σε πολλούς τομείς της παραγωγής και της διαχείρισης μιας επιχείρησης. Όταν μια επιχείρηση δεν επενδύει ή δεν ενημερώνεται σχετικά με τις τελευταίες τεχνολογικές εξελίξεις, μπορεί να βρεθεί πίσω από τους ανταγωνιστές της. Τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν λόγω των τεχνολογικών ελλείψεων

είναι η ανεπαρκής Παραγωγικότητα, το αυξημένο Κόστος, η έλλειψη Συμβατότητας κ.α.

Υπάρχει αναγνώριση της ευκαιρίας για διάθεση των προϊόντων στο εξωτερικό, προσφέροντας μια πηγή επέκτασης και αύξησης των εσόδων. Η αύξηση των μεταφορικών και των πρώτων υλών αποτελεί σημαντικό πρόβλημα για τον κλάδο, καθώς αυξάνει το κόστος παραγωγής και μειώνει τα κέρδη των επιχειρήσεων. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένες τιμές για τον καταναλωτή και, ενδεχομένως, σε μείωση της ζήτησης. Παρόλα αυτά, ο κλάδος φαίνεται να έχει μεγάλες προοπτικές. Η αυξημένη ενημέρωση των καταναλωτών για τα οφέλη αυτών των προϊόντων, η τάση προς έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής και η αναζήτηση γαστρονομικών διαφορετικότητας μπορούν να συμβάλλουν στην αύξηση της ζήτησης.

Για την επιχείρηση, οι προοπτικές φαίνονται εξίσου μεγάλες. Είναι σημαντικό να επικεντρωθεί στη διατήρηση της υψηλής ποιότητας των προϊόντων, να ενημερώνει τους πελάτες για τα οφέλη τους και να αναζητήσει τρόπους για να μειώσει τα λειτουργικά κόστη, όπως τα μεταφορικά και το κόστος των πρώτων υλών.

36. ΜΥΡΩΔΑΤΟ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ

Τα τοπικά προϊόντα αποτελούν ένα σημαντικό δυνατό σημείο, καθώς οι καταναλωτές ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για τα προϊόντα που προέρχονται από την περιοχή τους, τα οποία συχνά συνδέονται με πιο φρέσκα, πιο αυθεντικά και πιο υγιεινά προϊόντα. Ωστόσο, η χρηματοδότηση είναι ένα σημαντικό αδύνατο σημείο της ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. Είναι σημαντικό για την ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ να εξετάσει τις διαθέσιμες επιλογές της, να αναπτύξει σχέδια για τη βελτίωση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση και να προσαρμόσει τη στρατηγική της ανάλογα.

Οι προβληματισμοί για την επαγγελματική στέγη, ίσως συνδέονται με την ανάγκη για έναν πιο κατάλληλο χώρο παραγωγής ή την ανάγκη να προσαρμοστεί η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. σε νέες ρυθμίσεις και προδιαγραφές.

Αν και η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ δεν προβλέπει συγκεκριμένες ευκαιρίες για το μέλλον, είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι οι προκλήσεις μπορεί να αναδείξουν ακριβώς τις ευκαιρίες. Η αναγνώριση των αδυναμιών και των κινδύνων είναι το πρώτο βήμα για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής που μπορεί να αντιμετωπίσει αυτά τα ζητήματα. Η δυσκολία στη χρηματοδότηση, για παράδειγμα, μπορεί να οδηγήσει σε πιο δημιουργικές λύσεις για την παραγωγή ή τη διανομή. Επίσης, η αναγνώριση της ανάγκης για βελτιωμένη τεχνολογία μπορεί να οδηγήσει σε συνεργασίες με τεχνολογικές εταιρείες ή ερευνητικά ινστιτούτα. Ακόμη και στις πιο δύσκολες περιόδους, η ικανότητα να βλέπουμε πέρα από τα προβλήματα και να αναζητούμε νέους τρόπους για να προσαρμοζόμαστε και να αναπτυσσόμαστε είναι ζωτικής σημασίας.

Τέλος, ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ παρουσιάζει σημαντικές προοπτικές στον τομέα των εξαγωγών. Η διεθνής αγορά αναζητά συνεχώς τοπικά προϊόντα που χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα και παραδοσιακές μεθόδους

παραγωγής. Ειδικά τα προϊόντα που παράγονται με φυσικές διαδικασίες, χωρίς τη χρήση χημικών πρόσθετων, αποτελούν προτεραιότητα για τους καταναλωτές σε πολλές αγορές, όπως η Ευρώπη, η Βόρεια Αμερική, αλλά και η Ασία.

37. Yiota Farm

Ένα δυνατό στοιχείο της επιχείρησης είναι η ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων. Οι καταναλωτές σήμερα είναι πιο ενημερωμένοι και αναζητούν προϊόντα που παράγονται με βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές, κάτι που τα αυγά ελευθέρως βοσκής προσφέρουν. Ωστόσο, ένα αδύναμο σημείο είναι η τιμή. Τα αυγά ελευθέρως βοσκής, λόγω των πιο εξειδικευμένων και βιώσιμων μεθόδων παραγωγής τους, τείνουν να είναι πιο ακριβά σε σύγκριση με τα συμβατικά αυγά. Αυτό μπορεί να επηρεάσει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης στην αγορά, ειδικά αν οι καταναλωτές δεν είναι πλήρως ενημερωμένοι για τα πλεονεκτήματα των αυγών ελευθέρως βοσκής.

Η εταιρεία μπορεί να επωφεληθεί εξετάζοντας νέες τεχνικές και πρακτικές για να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά της, βελτιώνοντας την επικοινωνία της με τους πελάτες και αξιοποιώντας τις τελευταίες τεχνολογικές τάσεις για να παρέχει γρηγορότερη και πιο αποτελεσματική εξυπηρέτηση.

Συνολικά, η επιχείρηση φαίνεται να έχει μια σταθερή βάση με έμφαση στην ποιότητα, αλλά θα μπορούσε να ωφεληθεί από μια πιο βαθιά ανάλυση της αγοράς και των οικονομικών της. Είναι σημαντικό για την επιχείρηση να παρακολουθεί συνεχώς τις ανάγκες της αγοράς, να αναζητά καινοτομίες, να επενδύει σε πόρους που θα την βοηθήσουν να βελτιώσει τη θέση της στην αγορά και να προσαρμόζεται αναλόγως, εκμεταλλευόμενη τις δυνατότητές της και αντιμετωπίζοντας τις προκλήσεις που παρουσιάζονται.

38. ΠΤΗΝΟΤΡΟΦΕΙΑ ΑΦΟΙ ΚΥΡΙΑΚΙΔΗ Α.Ε.

Η επιχείρηση έχει καταφέρει να διασφαλίσει μια υψηλή ποιότητα στην εξυπηρέτηση των πελατών, πράγμα που αποτελεί ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αυτή η ποιότητα εξυπηρέτησης προκύπτει από την εκπαίδευση του προσωπικού, τη γρήγορη ανταπόκριση σε αιτήματα πελατών, την ικανότητα προσαρμογής σε ειδικές ανάγκες καθώς και τη συνεχή αναζήτηση βελτίωσης μέσω της ανατροφοδότησης που λαμβάνει από τους πελάτες. Αυτός ο τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης την ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη και την προτίμηση των πελατών προς τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της.

Ωστόσο, ένα σημαντικό ζήτημα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση είναι οι τιμές των προϊόντων της, που φαίνεται να αποτελούν ένα αδύνατο σημείο. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως τα υψηλά κόστη παραγωγής, που προκύπτουν από την επιλογή να διατηρηθεί η υψηλή ποιότητα των πρώτων υλών ή από τις απαιτήσεις για εξειδικευμένο προσωπικό. Επίσης, η επιχείρηση μπορεί να έχει καθυστερήσει να προσαρμοστεί σε νέες τεχνολογίες ή σε πιο αποτελεσματικές μεθόδους παραγωγής που θα μπορούσαν να μειώσουν τα κόστη. Αυτός ο παράγοντας ενδέχεται να επηρεάζει την ικανότητα της επιχείρησης να ανταγωνίζεται

στην αγορά, ειδικά αν οι ανταγωνιστές προσφέρουν παρόμοια ποιότητα προϊόντων σε χαμηλότερες τιμές. Είναι ζωτικής σημασίας για την επιχείρηση να αναλύσει αυτό το θέμα και να εξετάσει τρόπους βελτίωσης της τιμολογιακής της πολιτικής, χωρίς να θυσιάσει την ποιότητα που την χαρακτηρίζει.

39. Οινοποιείο Μπασδάνη

Στον κλάδο της οινοποιίας, η ποιότητα του προϊόντος είναι ένας κρίσιμος παράγοντας για την επιτυχία μιας επιχείρησης, και το συγκεκριμένο οινοποιείο φαίνεται να έχει επιτύχει σε αυτόν τον τομέα.

Όμως, τα αδύνατα σημεία της επιχείρησης, όπως το περιορισμένο κεφάλαιο και η έλλειψη δικτύωσης, μπορεί να επηρεάσουν την ικανότητά της να ανταποκρίνεται σε νέες ευκαιρίες ή να αντιμετωπίζει τον ανταγωνισμό. Η οικονομική ευημερία και η δυνατότητα για δικτύωση είναι δύο κρίσιμοι παράγοντες για την ανάπτυξη και τη σταθερότητα μιας επιχείρησης, ειδικά στον ανταγωνιστικό τομέα της οινοποιίας. Όταν μια επιχείρηση αντιμετωπίζει περιορισμούς στο κεφάλαιό της, τα περιθώρια ευελιξίας σε περιόδους οικονομικής αβεβαιότητας ή κατά την εκμετάλλευση νέων ευκαιριών μπορεί να είναι περιορισμένα. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι η επιχείρηση είναι λιγότερο ανταγωνιστική σε σχέση με άλλες που διαθέτουν περισσότερους πόρους. Επιπλέον, η δικτύωση είναι ένας παράγοντας που μπορεί να δημιουργήσει σημαντικές ευκαιρίες για την επιχείρηση. Ένα δυνατό δίκτυο σχέσεων με τους προμηθευτές, τους συνεργάτες και τους πελάτες μπορεί να ανοίξει πόρτες για νέες αγορές, καλύτερες τιμές προμηθειών ή ακόμη και στρατηγικές συνεργασίες. Ωστόσο, η έλλειψη δικτύωσης μπορεί να περιορίσει την πρόσβαση σε αυτές τις ευκαιρίες, καθιστώντας την επιχείρηση πιο ευάλωτη σε απρόβλεπτες αλλαγές στην αγορά.

Η χρηματοδότηση μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική ευκαιρία, η οποία θα επιτρέψει στην επιχείρηση να επεκτείνει τις δραστηριότητές της και να ενισχύσει τη θέση της στην αγορά.

Ο κλάδος έχει μεγάλες προοπτικές, με τον οινοτουρισμό και τις εκθέσεις να αποτελούν δύο κύριες πηγές ανάπτυξης. Ο οινοτουρισμός, πέρα από την παρουσίαση των τεχνικών και των διαδικασιών παραγωγής, προσφέρει στους καταναλωτές μια μοναδική εμπειρία, όπου η γεύση του κρασιού συνδυάζεται με την γνώση της προέλευσης και της ιστορίας του. Είναι μια ευκαιρία για τους καταναλωτές να διαπιστώσουν την ποιότητα των προϊόντων, αλλά και για την επιχείρηση να δημιουργήσει μια πιστή βάση πελατών που εκτιμούν τον αυθεντικό χαρακτήρα των προϊόντων της. Από την άλλη πλευρά, οι εκθέσεις δίνουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να παρουσιάσουν τα προϊόντα τους σε ένα ευρύτερο κοινό, ανοίγοντας τον δρόμο για νέες αγορές, νέες συνεργασίες και να διευρύνουν το πελατολόγιο τους. Είναι επίσης μια ευκαιρία να ανταλλάξουν απόψεις και τεχνικές με άλλους παραγωγούς, δημιουργώντας έτσι συνεργασίες που μπορούν να ενισχύσουν τον κλάδο συνολικά.

40. ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΓΚΟΥΤΣΙΔΗ

Τα δυνατά σημεία του οιοποιείου είναι η υψηλής ποιότητας α ύλη και η γκάμα των προϊόντων. Αυτά τα στοιχεία δίνουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση να ξεχωρίζει στην αγορά και να προσφέρει ένα προϊόν που είναι δύσκολο να αντιγραφεί από τον ανταγωνισμό. Ωστόσο, τα αδύνατα σημεία στην επικοινωνία και την προώθηση είναι σημεία που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Είναι απαραίτητο για κάθε επιχείρηση να επικοινωνεί αποτελεσματικά τις αξίες και τα προϊόντα της, καθώς και να προωθεί το επιχειρηματικό της μοντέλο.

Από την άλλη πλευρά, οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει, όπως η έλλειψη εργατικού δυναμικού, η κλιματική αλλαγή και η συνταξιοδότηση του προσωπικού, είναι προβλήματα που αφορούν τη βιωσιμότητα και τη συνέχιση των λειτουργιών της επιχείρησης στο μέλλον. Παρ' όλα αυτά, η προοπτική αύξησης των πωλήσεων σε μεγαλύτερες αγορές και η ένταξη σε ένα δίκτυο χονδρικής είναι ευκαιρίες που μπορούν να προσφέρουν ανάπτυξη και επέκταση στην επιχείρηση, αντισταθμίζοντας τους υπάρχοντες κινδύνους.

Ο κλάδος αντιμετωπίζει ορισμένους φραγμούς και προβλήματα, ανάμεσα στα οποία ξεχωρίζει η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και η γεωγραφική δυσπρόσιτη τοποθεσία. Οι δυσκολίες στην πρόσληψη και εκπαίδευση ειδικευμένων εργαζομένων μπορεί να επηρεάσουν την ποιότητα της παραγωγής, ενώ η δυσκολία πρόσβασης στην περιοχή μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο για την ευρύτερη διάδοση των προϊόντων. Εν τούτοις, ο κλάδος παρουσιάζει ενδιαφέρουσες προοπτικές, κυρίως μέσω της χρήσης παραδοσιακών ποικιλιών.

41. Μέλι Ορμενίου

Στα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η ποιότητα του μελιού που παράγει, τονίζοντας το φυσικό χαρακτήρα του προϊόντος που προέρχεται από την τοπική χλωρίδα. Επιπλέον, η άμεση επαφή με τον πελάτη και η δυνατότητα συμμετοχής του κοινού στις διαδικασίες παραγωγής αποτελούν μοναδικά στοιχεία που δίνουν προστιθέμενη αξία στο προϊόν.

Σαν αδύνατα σημεία μπορούν να χαρακτηριστούν οι γεωγραφικοί περιορισμοί αλλά και το κόστος του μάρκετινγκ. Πρώτον, οι γεωγραφικοί περιορισμοί της τοποθεσίας της μπορεί να δυσχεραίνουν την είσοδο της εταιρείας σε νέες αγορές ή την επέκτασή της σε περιοχές με μεγαλύτερη καταναλωτική ζήτηση. Αυτό μπορεί να περιορίζει τις ευκαιρίες για αύξηση των πωλήσεων και επέκταση του πελατολογίου. Δεύτερον, το κόστος του μάρκετινγκ αποτελεί επίσης ένα σημαντικό εμπόδιο. Η προώθηση ενός προϊόντος, ειδικά σε έναν τόσο ανταγωνιστικό τομέα, απαιτεί σημαντικές επενδύσεις. Ωστόσο, χωρίς επαρκείς πόρους για διαφήμιση και προώθηση, η εταιρεία μπορεί να βρεθεί σε μειονεκτική θέση σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

Επιπλέον, οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει η επιχείρηση, όπως η κλιματική αλλαγή, το αυξημένο κόστος και τα προβλήματα σχετικά με το ζωικό κεφάλαιο, μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την παραγωγή και την ποιότητα του προϊόντος. Συνεπώς, θα

ήταν σημαντικό η επιχείρηση να επενδύσει σε στρατηγικές που θα ενισχύουν την προστασία των μελισσών, να εξετάσετε νέες τεχνικές μάρκετινγκ για να μειώσει το κόστος και να επεκτείνει το δίκτυο διανομής, υπερβαίνοντας τους γεωγραφικούς περιορισμούς.

Η επιχείρηση βλέπει με αισιοδοξία το μέλλον, αναγνωρίζοντας τις ευκαιρίες για μεγαλύτερη ανάπτυξη. Η δυνατότητα επέκτασης των δραστηριοτήτων, η είσοδος σε νέες αγορές, η διεύρυνση του πελατολογίου και η περαιτέρω εκμετάλλευση των δυνατών σημείων της, όπως η ποιότητα των προϊόντων της, μπορούν να αποτελέσουν βασικούς πυλώνες αυτής της ανάπτυξης. Με τη σωστή στρατηγική, την αναγνώριση των αναγκών της αγοράς και την προσαρμογή των προϊόντων και των υπηρεσιών της σε αυτές, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να διατηρηθεί ανταγωνιστική και να αποκτήσει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς.

42. Η Θρακιώτισσα

Το σημαντικότερο δυνατό στοιχείο της επιχείρησης είναι το χειροποίητο φύλλο του το οποίο έχει κερδίσει την αγάπη και την εκτίμηση των πελατών, αποτελώντας το κύριο χαρακτηριστικό της επιχείρησης. Το κόστος αναδεικνύεται ως το κυρίως αδύνατο σημείο, πιθανώς λόγω της ανάγκης για υψηλή ποιότητα στα υλικά και στην παραγωγική διαδικασία.

Οι κίνδυνοι που αναγνωρίζονται αφορούν κυρίως την έλλειψη εργατικού δυναμικού και την ακρίβεια. Αυτό μπορεί να ερμηνευτεί ως έλλειψη ειδικευμένων εργαζομένων που είναι ικανοί να παράγουν προϊόντα υψηλής ποιότητας, καθώς και δυσκολίες στην διατήρηση της σταθερότητας και της ποιότητας των προϊόντων. Επίσης, η επιχείρηση δεν αναγνωρίζει ευκαιρίες για μελλοντική ανάπτυξη, κάτι που μπορεί να σημαίνει ότι βλέπει το μέλλον με σκεπτικισμό ή ότι υπάρχει ανάγκη για αναθεώρηση και βελτίωση της στρατηγικής και των λειτουργικών της διαδικασιών. Είναι σαφές ότι υπάρχει ανάγκη για αλλαγές και βελτιώσεις, ώστε να ενισχυθούν τα δυνατά σημεία και να μετριαστούν τα αδύνατα.

Όσον αφορά τις προοπτικές του κλάδου, φαίνεται ότι η τοπική αγορά δεν προσφέρει περιθώρια για ανάπτυξη. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως το μέγεθος της αγοράς και ο ανταγωνισμός. Σε σχέση με την επιχείρηση, το γεγονός ότι δεν αναγνωρίζει προοπτικές για μελλοντική ανάπτυξη θα μπορούσε να οφείλεται στη δυσκολία διεύρυνσης σε νέες αγορές ή και στην έλλειψη πόρων για επένδυση και ανάπτυξη. Είναι σαφές ότι υπάρχει ανάγκη για αναθεώρηση της επιχειρηματικής στρατηγικής και για αναζήτηση νέων δυνατοτήτων και ευκαιριών.

43. ΟΥΛΙΑΝΟΥΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η υψηλή ποιότητα των προϊόντων που παράγει. Η ποιότητα στα αρωματικά φυτά μπορεί να αναδείξει την επιχείρηση σε έναν σκληρό ανταγωνιστικό τομέα, όπου οι καταναλωτές αναζητούν τα καλύτερα προϊόντα για την υγεία και την ευεξία τους. Ωστόσο, η δυσκολία εκμηχάνησης της παραγωγής και η επέκταση στις αγορές μπορεί να αποτελέσουν σημαντικά αδύνατα

σημεία. Η εκμηχάνηση μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση της παραγωγικότητας και στη μείωση του κόστους, ενώ η επέκταση στις αγορές μπορεί να αυξήσει τις πωλήσεις και τα έσοδα.

Στους προβλεπόμενους κινδύνους περιλαμβάνεται το αυξημένο κόστος υλικών συσκευασίας και το κόστος εξαγωγής του ελαιόλαδου και των αιθέριων ελαίων. Αυτό μπορεί να επηρεάσει την τιμολόγηση των προϊόντων και την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης στην αγορά. Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν ευκαιρίες για την επιχείρηση σε αγορές του εξωτερικού αλλά και στις τοπικές αγορές. Επίσης, η φαρμακοβιομηχανία μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική αγορά, καθώς η ζήτηση για φυσικά προϊόντα και αιθέρια έλαια συνεχίζει να αυξάνεται.

Οι προοπτικές για τον κλάδο είναι πολλά υποσχόμενες. Η χρήση βιολογικών μεθόδων καλλιέργειας προσδίδει αξία στα προϊόντα, ενώ το ιδιαίτερο κλίμα της Ελλάδας προσδίδει μοναδικά χαρακτηριστικά στα αρωματικά φυτά που χρησιμοποιούνται ως πρώτη ύλη. Από την πλευρά της επιχείρησης, η ποιότητα των προϊόντων μπορεί να αποτελεί το κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την είσοδο σε διεθνείς αγορές. Ενώ η προώθηση των προϊόντων και η εξασφάλιση της χρηματοδότησης μπορεί να αποτελούν προκλήσεις, η υψηλή ποιότητα των προϊόντων και η βιολογική καλλιέργεια μπορούν να προσφέρουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

44. Παπαδοπούλου Φωτεινή

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησής βασίζονται στην προσφορά ποιοτικών προϊόντων, με ιδιαίτερη έμφαση στην άμεση επαφή και την κοντινή σχέση με τον παραγωγό. Αυτό επιτρέπει στην επιχείρηση να κατανοεί τις ανάγκες τους και να προσαρμόζει τα προϊόντα της αναλόγως. Ωστόσο, το μάρκετινγκ είναι ένας τομέας στον οποίο χρειάζεται περισσότερη προσοχή και επένδυση, ώστε να βελτιώσει η επιχείρηση την παρουσία της στην αγορά.

Επίσης, για το μέλλον, παρόλο που η επιχείρηση δεν προβλέπει συγκεκριμένες ευκαιρίες θα πρέπει να είναι πάντα ανοιχτή σε νέες ιδέες και ευκαιρίες που μπορεί να προκύψουν.

Ο κλάδος αντιμετωπίζει σημαντικούς φραγμούς και προβλήματα, με κύριο εκ των οποίων την αστάθεια στην παραγωγή και τα έσοδα των μελισσοκόμων τα οποία δεν είναι σταθερά. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε περιβαλλοντικούς παράγοντες, αλλαγές στο κλίμα, αλλά και σε ζητήματα υγείας των μελισσών. Παρά τις προκλήσεις, υπάρχει μια γενικότερη προοπτική για αύξηση της παραγωγής στον κλάδο. Αυτό μπορεί να οφείλεται στην αυξανόμενη ζήτηση για φυσικά προϊόντα, την ενημέρωση του κοινού για τα οφέλη του μελιού και την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και πρακτικών που βοηθούν στην αειφορία της μελισσοκομίας.

Η επιχείρηση επιδιώκει τη σταθερότητα στην παραγωγή και τις πωλήσεις, ενώ ταυτόχρονα εξετάζει τρόπους για επέκταση, τόσο σε νέα προϊόντα όσο και σε νέες αγορές. Η στενή σχέση με τους μελισσοκόμους και η κατανόηση των αναγκών τους της παρέχει έναν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Επιπλέον, η επιχείρηση θα

πρέπει να προβλέψει την ενίσχυση των δράσεων μάρκετινγκ και προώθησης, ώστε να αυξηθεί η αναγνωρισιμότητα της και να προσελκύσει νέο κοινό.

45. Άρωμα Έβρου

Ένα από τα δυνατά σημεία είναι η επικοινωνία μεταξύ των συνεργατών τους. Η συνεργασία και η επικοινωνία μεταξύ των μελών της επιχείρησης είναι αποτελεσματική και συμβάλλει στην ομαλή λειτουργία της οικοτεχνίας. Όμως ο περιορισμένος χρόνος που διαθέτουν οι ιδιοκτήτες για την υλοποίηση πολλών ιδεών μπορεί να αποτελέσει περιοριστικό παράγοντα στην ανάπτυξη και την υλοποίηση καινοτόμων ιδεών.

Σχετικά με τις ευκαιρίες για την επιχείρηση, πάντα υπάρχει πιθανότητα και ελπίδα αυτοβελτίωσης. υπάρχουν ευκαιρίες στο να αναπτύξουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες που να ικανοποιούν τις ανάγκες της αγοράς και να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά της.

Παρά τις δυσκολίες, ότι υπάρχουν προοπτικές ανάκαμψης για τον κλάδο. Μερικοί τρόποι με τους οποίους μπορεί να ανακάμψει ο κλάδος είναι μέσω καινοτομίας και κα προϊόντων υψηλής ποιότητας, επέκταση στις νέες αγορές, ψηφιακή προσαρμογή, βελτίωση της απόδοσης καθώς και ενίσχυση της παρουσίας των επιχειρήσεων στα κοινωνικά μέσα και στο διαδίκτυο. Σχετικά με την εξέλιξη της επιχείρησης, σχεδιάζουν να αυξήσουν τον αριθμό των εργαζομένων και να δημιουργήσουν ακόμα περισσότερα προϊόντα. Υπάρχει αυξημένη ζήτηση για τα προϊόντα τους και σκοπεύουν να επεκτείνουν την παραγωγή για να ικανοποιήσουμε αυτήν την αυξημένη ζήτηση.

Συνολικά, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες που προσφέρονται στον κλάδο της Λεβάντας, αναπτύσσοντας καινοτόμα προϊόντα, διατηρώντας την υψηλή ποιότητα των προϊόντων, βελτιώνοντας τη διαχείριση του χρόνου και αυτοματοποιώντας τις διαδικασίες, επεκτείνοντας την παρουσία της στην αγορά και με την δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών για αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Οι παραπάνω προτάσεις μπορούν να συμβάλλουν στη βελτίωση της επιχείρησής και στην αντιμετώπιση των προκλήσεων που αντιμετωπίζει, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητά σας στην αγορά.

46. Telios evrosnuts

Η επιχείρηση διαθέτει υψηλή ποιότητα προϊόντων και η πιστοποίηση βιολογικής γεωργίας αυξάνει την αξία των προϊόντων της επιχείρησης. Ωστόσο η ανάπτυξη της επιχείρησης μπορεί να είναι περιορισμένη λόγω έλλειψης κεφαλαίου.

Παρόλο που η επιχείρηση δεν προβλέπει κινδύνους, η αγορά είναι δυναμική και υπάρχουν πάντα ανεξέλεγκτοι παράγοντες που μπορεί να την επηρεάσουν. Όσον αφορά τις ευκαιρίες αυτές μπορεί να είναι η αύξηση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών για τα βιολογικά προϊόντα αλλά και επέκταση της επιχείρησης σε νέες

αγορές. Αυτές οι ευκαιρίες μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη και επιτυχία της επιχείρησης στο μέλλον.

Η έλλειψη υποδομών και στήριξης από το κράτος καθώς και οι περιφερειακές συνθήκες και περιορισμοί μπορεί να επηρεάσουν γενικότερα τη λειτουργία του κλάδου. Ωστόσο, παρά τα προβλήματα, ο κλάδος φαίνεται να έχει πολύ καλές προοπτικές. Συνεπώς, η επιχείρησή έχει πολλές ευκαιρίες για ανάπτυξη και εξέλιξη. Αυτό μπορεί να είναι πολύ θετικό για το μέλλον της επιχείρησης.

47. ΟΙΚΟΣ ΜΕΤΑΞΙΟΥ ΤΣΙΑΚΙΡΗ ΙΚΕ

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η ποιότητα, η πρωτοτυπία και η καθετοποιημένη παραγωγή. Παρόλα αυτά, η αδυναμία να ανταγωνιστεί σε ποσότητα τις εισαγωγές από την Κίνα μπορεί να αποτελεί πρόκληση για την επιχείρηση, καθώς ο ανταγωνισμός μπορεί να επηρεάσει τις πωλήσεις.

Για να αντιμετωπίσει την πρόκληση του ανταγωνισμού από τις εισαγωγές, η επιχείρηση μπορεί να επικεντρωθεί στην περαιτέρω αναβάθμιση της ποιότητας, στην επικοινωνία των πλεονεκτημάτων των γνήσιων μεταξωτών προϊόντων και τη διαφήμιση της πρωτοτυπίας και των εξειδικευμένων προϊόντων που προσφέρει. Επιπλέον, μπορεί να εξετάσει εναλλακτικές αγορές και κανάλια διανομής που μπορεί να επιτρέψουν στην επιχείρησή να αναπτυχθεί και να διαφοροποιηθεί περισσότερο.

Όσον αφορά τους κινδύνους αυτοί περιλαμβάνουν την κλιματική Αλλαγή καθώς και τις εισαγωγές αμφίβολης ποιότητας μεταξιού. Ωστόσο, υπάρχουν επίσης πολλές ευκαιρίες για την επιχείρηση όπως την επέκταση των καταστημάτων σε ολόκληρη την Ελλάδα και αύξηση των εξαγωγών. Η επιχείρηση για να αντιμετωπίσει τους κινδύνους και να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες, μπορεί να είναι χρήσιμο να εξετάσει προσεκτικά τη στρατηγική της και να δημιουργήσει σχέδια για την προσαρμογή στις μελλοντικές αλλαγές στο περιβάλλον της επιχείρησης.

48. ΕΒΡΟΘΗΡΑΜΑ ΑΕ

Ο έλεγχος όλων των σταδίων παραγωγής και διάθεσης του προϊόντος και το γεγονός ότι παρέχεται μια ολοκληρωμένη εμπειρία στους επισκέπτες, που συνδυάζει την εκτροφή θηραμάτων με την φιλοξενία, είναι ισχυρά πλεονεκτήματα.

Είναι κατανοητό ότι το κόστος παραγωγής μπορεί να αποτελεί ένα αδύνατο σημείο για την επιχείρηση, καθώς η διατήρηση ενός μεγάλου και φυσικά εναρμονισμένου χώρου εκτροφής θηραμάτων και ενός ποιοτικού ξενώνα μπορεί να απαιτεί σημαντικούς πόρους. Ωστόσο, αυτή η επένδυση σε υψηλή ποιότητα και φυσικό περιβάλλον μπορεί να αποτελέσει ένα μεγάλο πλεονέκτημα, καθώς προσελκύει τους επισκέπτες που αναζητούν αυθεντικές και χαλαρωτικές εμπειρίες στη φύση.

Για να αντιμετωπίσει η επιχείρηση το αυξημένο κόστος παραγωγής, μπορεί να εξετάσει τη διαφοροποίηση των τιμών που προσφέρει στους επισκέπτες ή να αναζητήσει επιδοτήσεις και χρηματοδοτική υποστήριξη. Επίσης, μπορεί να εξετάσει

την αύξηση των εσόδων από τον τουρισμό, επεκτείνοντας την παρουσία και το μάρκετινγκ για να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες και πελάτες.

Ένας σημαντικός κίνδυνος που θα μπορούσε να απειλήσει την επιχείρηση είναι η μείωση του τουρισμού στην περιοχή. Η επιχείρηση θα πρέπει να προσπαθήσει να παραμείνει ανθεκτική σε αυτόν τον κίνδυνο μέσω της διαφοροποίησης και της προσαρμογής στις αλλαγές.

Ωστόσο θα μπορούσαν στο μέλλον να αξιοποιηθούν ευκαιρίες, όπως η επέκταση της μονάδας και η περαιτέρω ανάπτυξη του ξενώνα. Εκτρέφοντας περισσότερα ζώα και ανακαινίζοντας τον χώρο, μπορούν να δημιουργηθούν ακόμη πιο ελκυστικές εμπειρίες για τους επισκέπτες και να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης στην αγορά.

49. A. & I. ΤΙΑΚΑΣ & ΣΙΑ ΟΕ

Στην επιχείρηση υπάρχουν ορισμένα δυνατά σημεία και αδύνατα. Τα δυνατά σημεία περιλαμβάνουν την υψηλή ποιότητα των προϊόντων και την παράδοση, που αποτελούν σταθερές αξίες. Τα αδύνατα σημεία περιλαμβάνουν το μάρκετινγκ, όπου χρειάζεται να βελτιώσουμε τις προσπάθειές μας. Το μάρκετινγκ μπορεί να βελτιωθεί με αρκετούς τρόπους όπως πχ. αναγνώριση του κοινού - στόχου, υιοθέτηση στρατηγικής διαφοροποίησης, ανάπτυξη αποτελεσματικών προωθητικών εκστρατειών και διαφημίσεων, εκπαίδευση της ομάδας μάρκετινγκ, θέσπιση μέτρων και μετρήσιμων στόχων για το μάρκετινγκ και τακτική αξιολόγηση.

Στο μέλλον οι κύριοι κίνδυνοι που μπορεί να απειλήσουν την επιχείρηση είναι το αυξανόμενο κόστος παραγωγής και μεταφοράς. Προκειμένου να αντιμετωπιστεί αυτός ο κίνδυνος, θα πρέπει η επιχείρηση να εξετάσει προσεκτικά τις διαδικασίες παραγωγής και διανομής και να αναζητήσει τρόπους για την εξοικονόμηση κόστους.

Ωστόσο, προβλέπονται επίσης ευκαιρίες για την επιχείρησή στο μέλλον, όπως οι εξαγωγές στο εξωτερικό. Αυτό μπορεί να βοηθήσει να αυξηθεί η εισροή των εσόδων.

Για να αντιμετωπιστούν οι κίνδυνοι και να αξιοποιηθούν οι ευκαιρίες, η επιχείρηση μπορεί να σχεδιάσει και να εφαρμόσει στρατηγικές που θα την βοηθήσουν να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της και να εξασφαλίσει τη βιωσιμότητα της στο μέλλον.

50. ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ ΔΗΜΗΤΡΑ ΑΕ

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης περιλαμβάνουν την ποιότητα και το εύρος των προϊόντων, καθώς η επιχείρηση διαθέτει ένα υπερσύγχρονο εργοστάσιο παραγωγής ζωοτροφών και μια σειρά από εγκαταστάσεις για την αποθήκευση δημητριακών και άλλων πρώτων υλών. Επιπλέον, η δυνατότητά να παράγετε pellets ξύλου αποτελεί πρόσθετο πλεονέκτημα.

Ωστόσο, ένα αδύνατο σημείο αναγνωρίζεται στον τομέα του μάρκετινγκ. Η επιχείρηση χρειάζεται βελτίωση στις προσπάθειες μάρκετινγκ. Για να επιτευχθεί αυτό

θα πρέπει να αναλυθεί προσεκτικά η τρέχουσα κατάσταση, να αναπτυχθεί ένα σαφές σχέδιο μάρκετινγκ, να επενδύσει η επιχείρηση σε διαφήμιση και προβολή, να βελτιωθεί η διαδικτυακή παρουσία της και να διαχειριστεί αποτελεσματικά τα κοινωνικά μέσα και το διαδίκτυο. Η επαγγελματική βοήθεια από ειδικούς στον τομέα του μάρκετινγκ μπορεί επίσης να είναι χρήσιμη για την ανάπτυξη και υλοποίηση μιας αποτελεσματικής στρατηγικής.

Ο κίνδυνος του αυξανόμενου κόστους παραγωγής και μεταποίησης μπορεί να απειλήσει την επιχείρηση στο μέλλον. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε πολλούς παράγοντες, όπως οι αυξανόμενες τιμές των πρώτων υλών, οι αυξημένες ενεργειακές δαπάνες, οι αυξανόμενοι μισθοί και τα κόστη εκμετάλλευσης, καθώς και πιθανές νομικές και φορολογικές αλλαγές. Σχετικά με τις ευκαιρίες για το μέλλον, μπορούν εξετασθούν οι εξαγωγές και οι συνεργασίες. Αυτές οι ευκαιρίες μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση να αυξήσει τα έσοδα της και να διευρύνει το φάσμα των πελατών της. Είναι σημαντικό να εργαστεί προσεκτικά πάνω σε αυτές τις ευκαιρίες για να εκμεταλλευτεί το πλήρες φάσμα των δυνατοτήτων τους.