



ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ

Εισαγωγή

Το Entrepreneurial Skills Pass (ESP) - Πιστοποίηση Επιχειρηματικών Δεξιοτήτων (ESP), είναι μία διεθνής πιστοποίηση που αποδεικνύει ότι μαθητές/τριες 15 -19 ετών, που είχαν μία βιωματική επιχειρηματική εμπειρία, μέσω του ετήσιου προγράμματος «Εικονική Επιχείρηση» του Junior Achievement Greece (JA Greece), και απέκτησαν τις απαραίτητες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες για να ξεκινήσουν μία επιχείρηση ή να προσληφθούν με επιτυχία σε έναν οργανισμό.

Το ESP απαιτεί την ολοκλήρωση μιας σύνθετης βιωματικής και καινοτόμου μαθησιακής διαδρομής:

- Πρώτον, κατά τη διάρκεια του σχολικού έτους, οι μαθητές/τριες συμμετέχουν σε μια πρακτική επιχειρηματική εμπειρία, όπου δουλεύοντας σε ομάδες και με την καθοδήγηση των εκπαιδευτικών και των συμβούλων - εθελοντών από την αγορά εργασίας, έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν και να διαχειριστούν μια μαθητική επιχείρηση.
- Δεύτερον, ενώ οι μαθητές/τριες συμμετέχουν στην εμπειρία της «Εικονικής Επιχείρησης», απαντούν σε 3 τεστ αυτό-αξιολόγησης (πριν, κατά τη διάρκεια και στο τέλος του προγράμματος), μέσω των οποίων μπορούν να αξιολογήσουν την πρόοδο των επιχειρηματικών τους ικανοτήτων κατά τη διάρκεια του σχολικού έτους.
- Τέλος, οι μαθητές/τριες μπορούν να ολοκληρώσουν αυτή τη μαθησιακή εμπειρία, λαμβάνοντας -μετά από μία διαδικτυακή εξέταση- ένα πιστοποιητικό που επιβεβαιώνει τις επιχειρηματικές, οικονομικές και χρηματοοικονομικές γνώσεις που απέκτησαν σε όλη αυτή τη διαδρομή.

Η εξέταση ESP είναι υψηλού επιπέδου και απαιτεί την προσοχή των μαθητών/τριών, καθώς και κριτική και παραγωγική σκέψη. Είναι απαραίτητη, πέραν του προγράμματος της Εικονικής Επιχείρησης, και η ατομική μελέτη για τις εξετάσεις, ενώ σε ειδικές περιπτώσεις μπορεί να χρειαστεί και επιπρόσθετη διδασκαλία. Για το σκοπό αυτό, διατίθεται πρόσθετο εκπαιδευτικό υλικό για τους εκπαιδευτικούς και τους μαθητές/τριες.

Γιατί χρειάζεται το Γλωσσάριο;

Το γλωσσάριο είναι ένα εργαλείο για μαθητές/τριες του ESP. Παρέχοντας μια λίστα των επιχειρηματικών όρων και εννοιών, συμπυκνώνει τη διδακτέα ύλη της Εικονικής Επιχείρησης και συμπληρώνει τη διδακτέα ύλη του ESP. Σε αυτό το έγγραφο, οι όροι και οι ορισμοί τους είναι χωρισμένοι σύμφωνα με την εξεταστέα ύλη.



Το γλωσσάριο υποστηρίζει μαθητές/τριες και εκπαιδευτικούς γιατί:

- Παρέχει μια εξήγηση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων που αυτό-αξιολογούνται και μπορεί να βοηθήσει τους εκπαιδευτικούς, όταν πρόκειται να συζητήσουν τα αποτελέσματα της αυτό-αξιολόγησης.
- Βοηθάει στην κατάλληλη προετοιμασία των μαθητών για την τελική εξέταση, καθώς παρέχει ένα τυπικό ορισμό για όλες τις έννοιες που εξετάζονται στην τελική εξέταση – κατανεμημένους ανά τμήματα της διδακτέας ύλης.

Περισσότερες πληροφορίες

ESP website: www.esponline.eu

Γλωσσάριο ESP

Γενική Κατανόηση των Επιχειρήσεων (Τομέας 1 της ύλης ESP)

Ανάληψη Ευθυνών

Το να έχει κανείς επίγνωση και να κάνει κτήμα του ένα καθήκον με το οποίο πρέπει να ασχοληθεί. Αυτό σημαίνει να κάνουμε ό,τι χρειάζεται να γίνει και να επιτυγχάνουμε ό,τι έχει συμφωνηθεί με κάποιον άλλο (π.χ. ομάδα, επιχείρηση ή τον εαυτό μας). Η ανάληψη ευθυνών είναι μια από τις επιχειρηματικές δεξιότητες που αξιολογούνται στην αυτο-αξιολόγηση ESP.

Αποστολή

Μια αποστολή είναι μια σύντομη δήλωση, η οποία συνοψίζει τους στόχους και τις κατευθυντήριες αρχές ενός οργανισμού. Ουσιαστικά, εξηγεί γιατί ιδρύθηκε η επιχείρηση, τους κύριους στόχους και τους σκοπούς της. Σε μακροπρόθεσμη βάση, μια επιχείρηση πρέπει να επιδιώξει να επιτύχει και να διατηρήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για να εξασφαλίσει την επιβίωσή της. Επομένως, η αποστολή της θα πρέπει να γίνεται κατανοητή και να αναγνωρίζεται με σαφήνεια από τους εργαζομένους της και άλλους σημαντικούς παράγοντες όπως οι μέτοχοι.

Αυτοπεποίθηση

Το αίσθημα ότι κάποιος είναι σε θέση να κάνει κάτι με θετική προσέγγιση και βεβαιότητα στις ικανότητες και τα προσόντα του. Αυτό περιλαμβάνει επίσης τη ικανότητα να δέχεται τις αποτυχίες του και να μαθαίνει από αυτές. Η αυτοπεποίθηση είναι μία από τις επιχειρηματικές δεξιότητες που αξιολογείται στην αυτο-αξιολόγηση ESP.

Δημόσιος Τομέας

Ο δημόσιος τομέας, αναφέρεται συνήθως στον κρατικό τομέα και δραστηριότητες που διαχειρίζεται η κυβέρνηση για λογαριασμό των πολιτών της. Παραδείγματα αυτών των δραστηριοτήτων είναι η αστυνομία ή τα νοσοκομεία.

Διαχείριση της Διαδικασίας

Ο όρος «διαχείριση της διαδικασίας» αναφέρεται στις υπάρχουσες επιχειρηματικές δραστηριότητες που υπόκεινται σε συνεχή επανεξέταση ώστε να εξασφαλιστεί ότι τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν είναι σύμφωνα με ό,τι είχε οριστεί. Οι επαναλαμβανόμενες και διαρκείς διαδικασίες στο χώρο εργασίας μπορεί να βελτιστοποιηθούν με διάφορους τρόπους, μεταξύ άλλων με τη χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών.

Διευθυντής

Ο διευθυντής είναι ένα άτομο που εργάζεται μέσα σε ένα οργανωτικό πλαίσιο με ξεκάθαρους ρόλους, καθήκοντα και αρμοδιότητες. Είναι δυνατόν να προσδιοριστούν διάφοροι τύποι διευθυντών:

- Ένας οικονομικός διευθυντής έχει την ευθύνη της εποπτείας των οικονομικών της επιχείρησης, την παροχή χρηματοοικονομικών συμβουλών και την υποστήριξη στη λήψη ορθών επιχειρηματικών αποφάσεων. Ο οικονομικός διευθυντής αναφέρεται στον Επικεφαλής των Οικονομικών (CFO).
- Ένας διευθυντής ανθρώπινου δυναμικού είναι υπεύθυνος για τη διαχείριση των ανθρώπων στο εσωτερικό της επιχείρησης. Πρέπει να έχει την εποπτεία όλων των εργαζομένων, να παρακολουθεί ποιος είναι παρών/απών, και να διαχειρίζεται πιθανές συγκρούσεις. Μεταξύ των καθηκόντων του, είναι να φροντίζουν για τη μεγιστοποίηση της απόδοσης των εργαζομένων και να εξασφαλίζουν ότι οι εργαζόμενοι απολαμβάνουν την εργασία τους στην επιχείρηση.
- Ο διευθυντής μάρκετινγκ είναι υπεύθυνος για το μάρκετινγκ και εκτελεί δραστηριότητες, όπως η ανάλυση των αναγκών του πελάτη, η στόχευση σε συγκεκριμένες ομάδες πελατών και η έρευνα αγοράς. Ο διευθυντής μάρκετινγκ είναι το άτομο που είναι υπεύθυνο για την ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ, καθώς και για την υλοποίηση και τον έλεγχο των ενεργειών μάρκετινγκ.

- Ο διευθυντής παραγωγής είναι υπεύθυνος για την παραγωγή της επιχείρησης (π.χ. να θέσει στόχους παραγωγής, να διατηρεί επαφή με τους προμηθευτές, να ελέγχει την ποιότητα των προϊόντων, να παρακολουθεί το απόθεμα των εμπορευμάτων κ.λπ.).
- Ο διευθυντής πωλήσεων είναι υπεύθυνος για τις πωλήσεις της επιχείρησης (π.χ. τον καθορισμό στόχων πωλήσεων, την παρακολούθηση των πωλήσεων με βάση τα αποθέματα, την οργάνωση, την εκπαίδευση και την κινητοποίηση των πωλητών).

Δικτύωση

Η λέξη «δικτύωση» αναφέρεται στην πρακτική της καλλιέργειας κοινωνικών και επαγγελματικών διαπροσωπικών σχέσεων. Αυτές οι σχέσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για το ατομικό αλλά και το εταιρικό όφελος, και θεωρείται ότι είναι ένα περιουσιακό στοιχείο τόσο για τους ιδιώτες όσο και για τις επιχειρήσεις. Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών μπορεί να διευκολύνουν περισσότερο τα άτομα να δημιουργήσουν σχέσεις με τους πελάτες, τους συναδέλφους ή άλλες επαγγελματικές επαφές, υφιστάμενες και δυνητικές, που ενδέχεται να φέρουν προσωπικό και εμπορικό όφελος.

Διοικητικό Συμβούλιο

Το Διοικητικό Συμβούλιο είναι η βασική ομάδα λήψης αποφάσεων στο εσωτερικό της επιχείρησης, που είναι επιφορτισμένη με το διορισμό των διευθυντών και τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων. Το Διοικητικό Συμβούλιο αποτελείται συνήθως από τους ανώτερους διευθυντές και άλλους εκπροσώπους των μετόχων και των ενδιαφερόμενων μερών της επιχείρησης. Κάθε Διοικητικό Συμβούλιο έχει συνήθως έναν πρόεδρο που ορίζεται από τα άλλα μέλη για να παρέχει ηγεσία και να εκπροσωπεί επίσημα το Διοικητικό Συμβούλιο.

Εμπλεκόμενοι Φορείς (Stakeholders)

Ένα άτομο, ομάδα ή οργάνωση που έχει άμεσο ή έμμεσο συμφέρον από την επιτυχή ή μη απόδοση της εν λόγω επιχείρησης. Παράδειγμα των βασικών ενδιαφερόμενων φορέων για μια επιχείρηση είναι οι ιδιοκτήτες της, οι μέτοχοι, οι διευθυντές, οι υπάλληλοι, οι πελάτες, οι προμηθευτές και άλλες επιχειρηματικές ομάδες που μπορεί να επηρεάσουν τις δραστηριότητες της επιχείρησης.

Ενδοεπιχειρηματικότητα

Ενδοεπιχειρηματικότητα είναι το να συμπεριφέρεται κανείς σαν επιχειρηματίας, ενώ εργάζεται σε ένα μεγάλο οργανισμό. Αναφέρεται στη δημιουργική και εμπορικά πολύτιμη συμβολή που ένας υπάλληλος θα μπορούσε να δώσει υποστηρίζοντας την ανάπτυξη των νέων προϊόντων και υπηρεσιών για τον εργοδότη του. Χαρακτηριστικά της ενδοεπιχειρηματικής συμπεριφοράς αποτελούν η πρωτοβουλία, η ικανότητα να σκέφτεται κανείς πέρα από την πεπατημένη, η ανάληψη κινδύνων και η ηγεσία.

Επινοητικότητα

Η ικανότητα των ατόμων να παρατηρούν ένα περιβάλλον ή μια κατάσταση και να αντιλαμβάνονται πώς μπορούν να είναι «παίκτες» σε αυτό. Αυτό περιλαμβάνει την ικανότητα να αναγνωρίζουν τις δεξιότητες και δυνατότητες των άλλων, καθώς και να εντοπίζουν αυτά που χρειάζονται για να ανταπεξέλθουν στο περιβάλλον και τις καταστάσεις που αντιμετωπίζουν. Η επινοητικότητα είναι μία από τις επιχειρηματικές ικανότητες που αξιολογείται στην αυτο-αξιολόγηση ESP.

Επικεφαλής Οικονομικών (CFO)

Το άτομο με την αρμοδιότητα και την ευθύνη για τον έλεγχο και τη διαχείριση των οικονομικών της επιχείρησης. Ορίζεται από το Διοικητικό Συμβούλιο και υπάγεται στον Διευθύνοντα Σύμβουλο (CEO).

Επιλογή Επαγγελματικής Σταδιοδρομίας (καριέρας)

Η καριέρα είναι η διαδρομή ενός ατόμου μέσω της μάθησης, της εργασίας και άλλων πτυχών της ζωής. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να οριστεί η επαγγελματική σταδιοδρομία και ο όρος χρησιμοποιείται σε ποικίλα πλαίσια. Όταν μιλάμε για τις επαγγελματικές πτυχές ενός ατόμου, ο όρος αναφέρεται στις δυνατότητες και τις επιλογές που είναι σε θέση να δει, να αναλύσει και να αναλάβει στην επαγγελματική του ζωή.

Επιμονή

Επιμονή είναι το να κάνει κάποιος κάτι, παρά τη δυσκολία ή την καθυστέρηση στην επίτευξη της επιτυχίας. Η ικανότητα να είναι κανείς αφοσιωμένος και αναπόσπαστος μέχρι να τελειώσει αυτό που έχει ξεκινήσει ή να πετύχει ένα καλό αποτέλεσμα. Η επιμονή είναι μία από τις επιχειρηματικές δεξιότητες που αξιολογείται κατά την αυτο-αξιολόγηση ESP.

Επιχειρηματίας

Το πρόσωπο που απασχολείται επαγγελματικά με την ίδρυση μιας επιχείρησης, έχοντας την επιχειρηματική ιδέα, αναλαμβάνοντας τη λειτουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων που συνήθως του ανήκουν ή είναι ο βασικός επενδυτής σε αυτές.

Επιχείρηση / Επιχειρώ

(α) Ουσιαστικό

Ο όρος αναφέρεται σε έναν οργανισμό, μια εμπορική οντότητα (δημόσια και ιδιωτική, κερδοσκοπικού ή μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα).

(β) Ρήμα

Στη χρήση του ως ρήμα το «επιχειρώ» σημαίνει ότι καταπιάνομαι με ένα έργο, προσπαθώ ή συμμετέχω σε κάποια δραστηριότητα ρισκάροντας το χρόνο και τους πόρους που δαπανήθηκαν.

Εργοδότης

Μια νομική οντότητα (άτομο ή οργανισμός) που προσλαμβάνει έναν εργαζόμενο σύμφωνα με μία σύμβαση εργασίας. Οι εργοδότες προσφέρουν μισθό ή αποδοχές στους εργαζόμενους σε αντάλλαγμα για την εργασία τους.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (CSR)

Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη αναφέρεται στην ευρύτερη συνεισφορά που προβαίνει μία επιχείρηση προάγοντας την κοινωνική ανάπτυξη, αντιμετωπίζοντας θέματα πέρα από αυτά που απαιτούνται για να ανταποκριθεί στις νομικές της υποχρεώσεις και ευθύνες, όπως για παράδειγμα: η εστίαση στην ανάγκη των μετόχων για όσο το δυνατό μεγαλύτερα κέρδη. Η συμβολή αυτή περιλαμβάνει την ευθύνη να ενεργεί η επιχείρηση με τρόπο υπεύθυνο απέναντι στην κοινωνία και το περιβάλλον, για παράδειγμα με σεβασμό στα ανθρώπινα δικαιώματα των υπαλλήλων της ή με αποφυγή πρόκλησης ζημιών στο περιβάλλον.

Ηγεσία

Η ηγεσία μπορεί να ασκηθεί σε μια σειρά από πλαίσια, συμπεριλαμβανομένων και των επιχειρήσεων. Ένας ηγέτης έχει τη δυνατότητα να κατευθύνει, να διαχειρίζεται και να πείθει τους άλλους να εργαστούν προς την κατεύθυνση και τους προσδιορισμένους στόχους που επιθυμεί. Ένας αποτελεσματικός ηγέτης πρέπει να έχει σημαντικά προσόντα όπως καθοδήγηση, ενέργεια, ενθουσιασμό και δεξιότητες όπως η συνεργασία, η κινητοποίηση άλλων κ.λπ.

Ηθική (Ηθικά Ζητήματα)

Ο όρος αναφέρεται στην ιδέα της εταιρικής ευθύνης και απευθύνεται σε ένα υψηλότερο επίπεδο συμπεριφοράς από αυτή που σχετίζεται με την απλή τήρηση υποχρεώσεων εντός ενός δεδομένου ρυθμιστικού πλαισίου. Κάθε νόμιμη επιχείρηση πρέπει να συμμορφώνεται με το νομικό και το ρυθμιστικό πλαίσιο, τόσο στο κράτος όπου εδρεύει αλλά και οπουδήποτε αλλού η επιχείρηση επιθυμεί να δραστηριοποιείται. Επιπλέον, υπάρχει μία ακόμη προσδοκία η επιχείρηση να ενεργεί σύμφωνα με τις γενικά αποδεκτές κοινωνικές αξίες. Η αναγνώριση των κοινωνικών αξιών αναφέρεται στη διαπραγμάτευση με έναν τρόπο που είναι συνεπής με την ηθική συμπεριφορά και συνήθως συνδέεται με περιβαλλοντικές ανησυχίες ή/και την κοινωνική συμβατότητα (βλέπε επίσης «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη» και «Εταιρική Υπευθυνότητα»).

Θέματα Ασφάλειας και Προστασίας της Ιδιωτικότητας

Στο πλαίσιο των συστημάτων των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, θα πρέπει να γίνει κατανοητό ότι υπάρχει ανάγκη κάθε ψηφιακή πληροφορία να είναι ασφαλής. Αν και ειδικές πληροφορίες ιδιωτικών δεδομένων, όπως τα αγοραστικά πρότυπα και οι συνήθειες έχουν μια νόμιμη εμπορική αξία, μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν και με δόλιο τρόπο. Οι περισσότερες κυβερνήσεις έχουν περάσει νόμους που ρυθμίζουν την ασφαλή αποθήκευση και χρήση των πληροφοριών αυτών.

Ιδιωτικός Τομέας

Ο ιδιωτικός τομέας αφορά στην παροχή προϊόντων ή υπηρεσιών, συνήθως με στόχο το κέρδος, παραδείγματα αποτελούν η φιλοξενία ή η κατασκευή (π.χ. παιχνίδια ή παπούτσια).

Κοινωνικά Δίκτυα

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι εργαλεία μέσω υπολογιστή που επιτρέπουν στους ανθρώπους να δημιουργούν, να μοιράζονται και να ανταλλάσσουν πληροφορίες, ιδέες, και οποιοδήποτε περιεχόμενο (π.χ. κείμενο, εικόνες, βίντεο, κτλ.) σε εικονικές κοινότητες και δίκτυα. Το Facebook, το Twitter, το LinkedIn είναι παραδείγματα κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι ένα ισχυρό εργαλείο και αν χρησιμοποιηθούν με τον σωστό τρόπο, μπορούν να συμβάλουν στην επιτυχία και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης.

Λήψη Πρωτοβουλίας

Συμπεριφορά η οποία χαρακτηρίζεται από τη φύση της ως αυτο-εναρκτήρια και έχει μία προσέγγιση δυναμισμού και πρόληψης. Αυτό περιλαμβάνει την ικανότητα να χρησιμοποιεί κανείς τις γνώσεις του, να «συνεργάζεται» με το απροσδόκητο και να μετατρέπει ένα πρόβλημα σε μέτρα που πρέπει να ληφθούν ή σε μια ευκαιρία. Η λήψη πρωτοβουλιών είναι μια από τις επιχειρηματικές δεξιότητες που αξιολογούνται στην αυτο-αξιολόγηση ESP.

Ομαδικότητα (Ομαδικό Πνεύμα)

Η προσωπική δεξιότητά του να είναι κάποιος ικανός να συνεργάζεται, να εργάζεται ή να συναναστρέφεται με άλλους ανθρώπους για την επίτευξη ενός κοινού στόχου. Αυτό περιλαμβάνει αισθήματα αμοιβαίας εμπιστοσύνης, σεβασμού και φιλίας. Η ομαδικότητα είναι μια από τις επιχειρηματικές δεξιότητες που αξιολογούνται στην αυτό-αξιολόγηση ESP.

Ομαδική Εργασία

Ο βαθμός στον οποίο τα μέλη της ομάδας αυτοπροσδιορίζονται ως ομάδα και είναι έτοιμοι να εργαστούν μαζί, για ένα κατανοητό και αναγνωρισμένο αμοιβαίο συμφέρον. Η ομάδα θα πρέπει να θεωρείται ως σύνολο: κάθε μέλος μπορεί να έχει ένα συγκεκριμένο έργο, αλλά ο καθένας έχει ένα κοινό στόχο με τα άλλα μέλη της ομάδας, καθώς αισθάνονται υπεύθυνοι και ενεργούν για την επίτευξη αυτού του κοινού στόχου.

Οργανόγραμμα

Ένα οργανόγραμμα απεικονίζει την οργανωτική δομή μιας επιχείρησης. Ο όρος αναφέρεται σε μια διαγραμματική/εικαστική αναπαράσταση των ρόλων, των καθηκόντων, των αρμοδιοτήτων και των εργασιακών σχέσεων των ατόμων για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Οργανωτική Δομή

Κάθε οργανισμός έχει μια δομή. Το σχήμα της (ιεραρχική έναντι οριζόντιας) εξαρτάται από τους στόχους και τις στρατηγικές του οργανισμού καθώς και από το μέγεθός του, το περιβάλλον και το επίπεδο της τεχνολογίας. Η οργανωτική δομή καθορίζει πώς έχουν καταναμεμηθεί οι ρόλοι, οι εξουσίες και οι ευθύνες, πώς αυτές ελέγχονται και πώς συντονίζονται, αλλά και με ποιο τρόπο γίνεται η ροή πληροφοριών μεταξύ των διαφόρων επιπέδων της ιεραρχίας (π.χ. από τον επικεφαλής ή στους διευθυντές). Υπάρχουν πολλές εναλλακτικές μορφές οργανωτικών δομών, όπως με γνώμονα το προϊόν, τη λειτουργία, τη γεωγραφική θέση ή τις αγορές¹.

Πελάτης / Καταναλωτής

Πελάτης/Καταναλωτής είναι το άτομο που αγοράζει και χρησιμοποιεί τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της επιχείρησης. Συχνά οι δύο αυτοί όροι χρησιμοποιούνται εναλλακτικά.

Προμηθευτής

Το πρόσωπο ή η επιχείρηση που παρέχει αγαθά ή υπηρεσίες σε μία επιχείρηση.

Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ)

ΤΠΕ είναι ένας γενικός όρος που περιλαμβάνει όλες τις συσκευές επικοινωνίας ή εφαρμογές (π.χ. ηλεκτρονικοί υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα, ασύρματα δίκτυα, κτλ.), καθώς και τις διάφορες υπηρεσίες και εφαρμογές που συνδέονται με αυτά (π.χ. η τηλεδιάσκεψη, εξ αποστάσεως εκπαίδευση, κτλ.). Ο όρος αναφέρεται σε ένα ευρύ φάσμα τεχνολογιών, ψηφιακών μέσων και του σχετικού λογισμικού, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί όχι μόνο στην καθημερινή μας ζωή, αλλά και για να υποστηρίξει και να εκμεταλλευτεί επιχειρηματικές ευκαιρίες.

¹ Παρακαλούμε σημειώστε ότι μαθητές του ESP χρειάζεται να γνωρίζουν μόνο τι είναι μια οργανωτική δομή. Δεν θα ζητηθεί συγκεκριμένα να ορίσουν, να εξηγήσουν και να αποδείξουν τις γνώσεις ή την κατανόηση των διαφόρων μορφών της οργανωτικής δομής.

Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού (HR)

Το τμήμα προσωπικού ή ανθρώπινου δυναμικού ασχολείται με την εύρεση, επιλογή, πρόσληψη και εκπαίδευση των υποψηφίων για θέσεις εργασίας, καθώς και τη διαχείριση των προγραμμάτων παροχών για τους υπαλλήλους, όπως ορίζεται στη σύμβαση εργασίας (π.χ. μισθοί και τα ημερομίσθια, διακοπές και τα δικαιώματα ασθένειας, κτλ.). Συνήθως αυτά τα θέματα διέπονται από την εθνική και ευρωπαϊκή νομοθεσία και κανονισμούς.

Υπάλληλος

Ένα άτομο που εργάζεται σε μία επιχείρηση σύμφωνα με μία σύμβαση εργασίας και έχει αναγνωρισμένα δικαιώματα και υποχρεώσεις.

Ατομική Επιχείρηση

Η ατομική επιχείρηση είναι η πιο παλιά και πιο απλή επιχείρηση. Ιδρύεται και διοικείται από ένα άτομο, το οποίο ως ιδιοκτήτης και διοικητής έχει την ευθύνη όλων των αποφάσεων και των συνεπειών τους, ασκώντας αυτεπιστασία. Μία από τις πιο σημαντικές νομικές μορφές ιδιοκτησίας των επιχειρήσεων. Στην περίπτωση των ατομικών επιχειρήσεων, ένα άτομο κατέχει και λειτουργεί την επιχείρηση, αυξάνει το κεφάλαιο, και είναι υπεύθυνο για όλες τις αποφάσεις, λαμβάνοντας τον σχετικό κίνδυνο και επωφελείται από όλα τα κέρδη ή επιβαρύνεται όλες τις ζημιές.

Άμεση Φορολογία

Η επιβολή του φόρου σε άτομα ή επιχειρήσεις σχετίζεται συνήθως με το εισόδημα, το κέρδος ή την αξία της περιουσίας. Δεδομένου ότι ο φόρος αυτός συνδέεται με τον πλούτο και το εισόδημα, εφαρμόζεται προοδευτικά και, ως εκ τούτου δίκαια.

Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.)

Η Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.) είναι κεφαλαιουχική εταιρεία, της οποίας το κεφάλαιο της είναι διαιρεμένο σε μετοχές. Το νομικό της πλαίσιο διαμορφώθηκε από τον κωδικοποιημένο νόμο 2190/1920 «Περί Ανωνύμων Εταιρειών», που αποτέλεσε και το επιμέρους «Δίκαιο της Α.Ε.». Σύμφωνα με το Εμπορικό Δίκαιο η Α.Ε. είναι πάντα εμπορική εταιρεία ακόμα και όταν δεν ασκεί εμπορία. Για την σύσταση της πρέπει να είναι συγκεντρωμένο το κατώτατο όριο μετοχικού κεφαλαίου 24.000 ευρώ σύμφωνα με την Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου της 12/12/2012, ΦΕΚ 240 Α'. Το ποσό αυτό οριζόταν στα 60.000 ευρώ μέχρι το 2012.

Η Ανώνυμη Εταιρεία πρέπει να διατηρεί ορισμένες διατυπώσεις δημοσιότητας, οι οποίες προστατεύουν τους καλόπιστους τρίτους και τους συναλλασσόμενους. Μέσα σε αυτές είναι η δημοσίευση των ετήσιων αποτελεσμάτων κατά ορισμένο τρόπο (δηλ. τον Ισολογισμό, τα Αποτελέσματα Χρήσεως και Αποτελέσματα Διαθέσεως τηρώντας το Ελληνικό Γενικό Λογιστικό Σχέδιο) στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και σε μία πολιτική εφημερίδα. Στις Α.Ε. το εταιρικό κεφάλαιο διαιρείται σε ίσα μέρη, τις μετοχές, οι οποίες είναι ανώνυμες ή ονομαστικές, και μεταβιβάζονται ελεύθερα, εκτός αν το καταστατικό υποβάλλει το μεταβιβαστό σε ορισμένους περιορισμούς («δεσμευμένες μετοχές»). Κάθε μέτοχος ευθύνεται μέχρι και το ποσό της εισφοράς του.

Απόδοση

Η απόδοση αναφέρεται στο πόσο αποτελεσματικά μια επιχείρηση πληροί τους στρατηγικούς και τους επιχειρησιακούς στόχους της .

Απόδοση της Επένδυσης

Μια μονάδα μέτρησης της απόδοσης που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας μιας επένδυσης ή για να συγκρίνει την αποτελεσματικότητα ενός αριθμού διαφορετικών επενδύσεων.

Αποτυχία (Επιχειρηματική Αποτυχία)

Η εμπειρία που αποκτήθηκε κατά την επιχειρηματική ιδέα ή τη διάρκεια του εγχειρήματος, αλλά η οποία αποδεικνύεται ότι δεν είναι εμπορικά επιτυχημένη. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η αποτυχία μπορεί να είναι θετική εάν το άτομο ή/και η επιχείρηση διδάσκεται από αυτή την εμπειρία.

Βασικοί Δείκτες Απόδοσης

Οι Βασικοί Δείκτες Απόδοσης βοηθάνε μια επιχείρηση να μετρήσει ή να συγκρίνει τις επιδόσεις της όσον αφορά την επίτευξη των στρατηγικών και επιχειρηματικών της στόχων. Ο όρος αναφέρεται σε ένα σύνολο από μετρήσιμα στοιχεία που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση για να περιγράψει και να αξιολογήσει την πρόοδο της προς τους στόχους της.

Διοικητική Λογιστική

Η διαδικασία συμμόρφωσης με ένα δεδομένο πλαίσιο κανόνων με το οποίο οι οικονομικές συναλλαγές, τα περιουσιακά στοιχεία και οι υποχρεώσεις της επιχείρησης καταγράφονται, μετρούνται και είναι διαθέσιμα για ανάλυση.

Εκκαθάριση

Η επίσημη διαδικασία με την οποία μια επιχείρηση μπορεί να διακόψει τις δραστηριότητές της και να διανείμει τα καθαρά περιουσιακά της στοιχεία (ενεργητικό και παθητικό) στους ιδιοκτήτες της - δηλαδή τους μετόχους. Η εκκαθάριση μπορεί να είναι είτε εκούσια ή υποχρεωτική. Στην πρώτη περίπτωση, οι μέτοχοι μπορούν να επιβλέπουν τη διαδικασία εκκαθάρισης εντός καθορισμένου

χρονοδιαγράμματος, ενώ στην αναγκαστική εκκαθάριση – συνήθως ως αποτέλεσμα της πώλησης της επιχείρησης λόγω απώλειας, απαιτείται μια δικαστική απόφαση. Η εκκαθάριση μπορεί να είναι φερέγγυα ή αφερέγγυα, ανάλογα με το αν η επιχείρηση είναι σε θέση να πληρώσει όλα τα χρέη της και να διανείμει μερίσματα.

Έμμεση Φορολογία

Η επιβολή φορολογίας επί της κατανάλωσης όπως ο φόρος κατανάλωσης ή ο ΦΠΑ. Ο φόρος αυτός δεν συνδέεται με το εισόδημα ή την δυνατότητα να πληρώσει ο φορολογούμενος, γιατί το μέτρο αυτό επιβαρύνει και άτομα με χαμηλά εισοδήματα, π.χ. , φόρος στην αγορά των ειδών ένδυσης.

Εμπορικό Σήμα

Τα Εμπορικά σήματα είναι ένα είδος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Το Εμπορικό Σήμα αναφέρεται στο όνομα, ή άλλο σύμβολο, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί από μία επιχείρηση για να διακρίνει τα προϊόντα της από αυτά των ανταγωνιστών της.

Εναρκτήρια Φάση

Η φάση εκκίνησης αναφέρεται στις αναγκαίες διατυπώσεις για τη σύσταση μιας επιχείρησης προτού ξεκινήσει τις συναλλαγές.

Εξωτερικές Πηγές (Εξωγενείς Πηγές)

Οι εξωτερικές πηγές περιλαμβάνουν την ανάθεση μιας επιχειρηματικής διαδικασίας σε άλλο μέρος. Η εξωτερική ανάθεση μπορεί να είναι μια αποτελεσματική στρατηγική εξοικονόμησης κόστους, όταν χρησιμοποιείται σωστά. Μερικές φορές είναι οικονομικότερο για μια επιχείρηση να αγοράσει ένα προϊόν από άλλες επιχειρήσεις που διαθέτουν συγκριτικά πλεονεκτήματα απ' ό,τι να το παράγει εσωτερικά.

Εσωτερικές Πηγές

Οι εσωτερικές πηγές είναι το αντίθετο από τις εξωτερικές πηγές και αναφέρεται στην παραγωγή που πραγματοποιείται εσωτερικά αντί να αγοραστεί το εν λόγω αγαθό ή υπηρεσία από έναν εξωτερικό προμηθευτή. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μια επιχείρηση μπορεί να προτιμήσει αυτή την πηγή αν δεν εμπιστεύεται τους υφιστάμενους προμηθευτές. Η χρήση εσωτερικών πηγών είναι μια επιχειρηματική απόφαση η οποία λαμβάνεται συχνά, ακόμη και αν το κόστος είναι υψηλότερο για να διατηρήσει η εταιρεία τον έλεγχο της παραγωγής ή της ανταγωνιστικότητας.

Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)

Ως θεσμός στην Ελλάδα καθιερώθηκε το 1955, κάλυψε μια κοινωνική και οικονομική ανάγκη των ανθρώπων που ασχολούνται με τις επιχειρήσεις. Η ανάγκη αυτή ήταν να διοικούν οι ίδιοι την εταιρεία τους, αλλά να ευθύνονται μόνο μέχρι του ποσού που συμμετέχουν σε αυτή. Παλαιότερα, οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούσαν τη μορφή της ανώνυμης εταιρείας για να συγκαλύψουν μια οικογενειακή επιχείρηση.

Στην Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης συμμετέχουν ονομαστικά ορισμένα πρόσωπα. Καθένα από αυτά ευθύνεται μόνο μέχρι του ποσού της εταιρικής του μερίδας, που δεν μπορεί να παρασταθεί με μετοχές και δεν μπορεί να μεταβιβαστεί αν δεν συμφωνούν όλοι οι εταίροι. Επομένως, στην εταιρεία περιορισμένης ευθύνης συνδυάζονται πλεονεκτήματα των ομόρρυθμων εταιρειών και ανώνυμων εταιρειών, ενώ δεν αντιμετωπίζει δυσχέρειες στην ίδρυση της και τη διάλυση της και ούτε απαιτούνται μεγάλα κεφάλαια σε σχέση με τις Ανώνυμες.

Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.)

Ετερόρρυθμη εταιρεία είναι η εταιρεία που ιδρύεται από δύο ή περισσότερα πρόσωπα που έχουν σκοπό να εμπορεύονται με εταιρική επωνυμία και στην οποία ένας ή περισσότεροι εταίροι ευθύνονται απεριόριστα και αλληλέγγυα για τις εταιρικές υποχρεώσεις όπως ακριβώς και οι εταίροι της ομόρρυθμης εταιρείας και αποκαλούνται ομόρρυθμοι εταίροι, ενώ ένας ή περισσότεροι εταίροι ευθύνονται περιορισμένα, δηλαδή μόνο μέχρι του ποσού της εισφοράς τους, και αποκαλούνται ετερόρρυθμοι εταίροι.

Η επωνυμία της ετερόρρυθμης εταιρείας σχηματίζεται μόνο από τα ονόματα όλων, μερικών ή και ενός από τους ομόρρυθμους εταίρους. Ετερόρρυθμος εταίρος απαγορεύεται σύμφωνα με τον εμπορικό νόμο να κάνει οποιαδήποτε πράξη διαχείρισης, να εργασθεί σε υπόθεση της εταιρείας ή να συμμετάσχει σε αποφάσεις της (άρθρο 25 Εμπορικού Νόμου). Ο ετερόρρυθμος εταίρος που είτε εμφανίστηκε στην επωνυμία της επιχείρησης είτε διαχειρίστηκε υπόθεσή της, ευθύνεται απεριόριστα και αλληλέγγυα στα χρέη και τις υποχρεώσεις της εταιρείας (άρθρο 28 Εμπορικού Νόμου). Πάντως, σύμφωνα με τη

νομολογία (Α.Π. 985/1983) ομόφωνη είναι η άποψη ότι ο ετερόρρυθμος εταίρος, το όνομα του οποίου έχει περιληφθεί στην εταιρική επωνυμία, αν και ευθύνεται ως ομόρρυθμος (βάσει του άρθρου 28 Ε.Ν.), δεν μεταβάλλεται σε ομόρρυθμο.

Ευρεσιτεχνία (Πατέντα)

Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας είναι ένα είδος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Αναφέρεται σε ένα επίσημο έγγραφο που παρέχει στον εφευρέτη το αποκλειστικό δικαίωμα να παράγει, να χρησιμοποιεί και να πωλεί την εφεύρεσή του για περιορισμένο χρονικό διάστημα.

Ιδιοκτησιακό Καθεστώς Επιχειρήσεων (Νομική Μορφή)

Μια επιχείρηση μπορεί να λάβει διάφορες νομικές μορφές:

- Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ)
- Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)
- Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ)
- Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ)
- Ατομική επιχείρηση (επίσης γνωστή ως ένας έμπορος)
- Συνεταιρισμός (συνεργασία)

Ιδιωτικές και Δημόσιες Επιχειρήσεις

Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις ανήκουν σε ιδιώτες, ενώ οι δημόσιες στο κράτος.

Κανόνες Πνευματικής Ιδιοκτησίας

Οι Κανόνες Πνευματικής Ιδιοκτησίας είναι τα νομικά δικαιώματα που ένα άτομο μπορεί να διεκδικήσει για να προστατεύσει την εμπορική αξία κάθε δημιουργικής εργασίας ή ιδέας, όπως οι ανακαλύψεις και οι εφευρέσεις, τα σχέδια ή έργα καλλιτεχνικού χαρακτήρα, π.χ. η μουσική ή η λογοτεχνία. Τύποι προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας αποτελούν τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, εμπορικών σημάτων και διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας.

Κοινωνική Επιχείρηση

Μια κοινωνική επιχείρηση είναι μια επιχείρηση με συγκεκριμένους στόχους, εκτός από την μεγιστοποίηση του κέρδους, π.χ. προώθηση μιας πολιτικής, φιλανθρωπικούς, θρησκευτικούς ή κοινωνικούς σκοπούς.

Αυτή η μορφή της επιχείρησης είναι σαν ένας μη-κερδοσκοπικός οργανισμός, αλλά επιτρέπεται να συναλλάσσεται ανταγωνιστικά και να κερδοφορεί. Σημαντικό είναι το πώς τα κέρδη αξιοποιούνται στη συνέχεια: σε μια κοινωνική επιχείρηση τα κέρδη επανεπενδύονται πάντοτε στην επιχείρηση για την προώθηση των στόχων του οργανισμού.

Κύκλος Ζωής των Επιχειρήσεων

Ο όρος αναφέρεται στα διάφορα στάδια της ζωής μιας επιχείρησης από την έναρξη μέχρι το επίσημο κλείσιμο. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η διαρθρωτική διαδικασία του προγράμματος της Εικονικής Επιχείρησης του JA Greece, αλλά και JA Europe, το οποίο συνήθως απαιτεί αυτός ο κύκλος να ολοκληρωθεί μέσα σε ένα σχολικό έτος, στην πραγματικότητα για τις επιχειρήσεις ενδέχεται να συνεχιστεί με την πάροδο του χρόνου (για παράδειγμα της Ford Motor Company, που κάνει εμπόριο από τον 19^ο αιώνα).

Μέτοχος

Ένα άτομο που κατέχει ολόκληρο ή μέρος του μετοχικού κεφαλαίου σε μια επιχείρηση. Είναι δυνατό αυτό το άτομο να κατέχει μετοχές σε αρκετές επιχειρήσεις ταυτόχρονα.

Μη-κερδοσκοπικός Οργανισμός

Αναφέρεται σε μία επιχείρηση, στον ιδιωτικό ή δημόσιο τομέα, με πρωταρχικό στόχο τη μεγιστοποίηση της επίτευξης του σκοπού που έχει κοινωνικό χαρακτήρα και όχι τη δημιουργία κερδών προς όφελος των μετοχών. Αναφέρεται σε μια επιχείρηση με συγκεκριμένους στόχους, εκτός από την μεγιστοποίηση του κέρδους, π.χ. προώθηση μιας πολιτικής φιλανθρωπικούς, θρησκευτικούς ή κοινωνικούς στόχους.

Νομικές Απαιτήσεις

Οι ειδικές νομοθετικές ή νομικές απαιτήσεις για την έναρξη της επιχείρησης, όπως η απόκτηση των απαραίτητων επιχειρηματικών αδειών, ο αριθμός φορολογικού μητρώου ή ο επίσημος αριθμός εγγραφής στα μητρώα των επιχειρήσεων, κτλ.

Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.)

Ομόρρυθμη εταιρεία (Ο.Ε.) είναι εταιρεία την οποία ιδρύουν τουλάχιστον δύο εταίροι, εισφέροντας όσο κεφάλαιο τους χρειάζεται ή όσο διαθέτουν, χωρίς να δεσμεύονται για συγκεκριμένο ποσό από τον νόμο. Οι λεπτομέρειες της συνεργασίας τους αναφέρονται στο συμβολαιογραφικό έγγραφο, που λέγεται καταστατικό. Το καταστατικό, με τη δημοσίευση του οποίου τυπικά ιδρύεται η Ο.Ε., αναφέρει τους όρους συνεργασίας, δηλαδή τι κεφάλαιο εισέφεραν οι εταίροι, πώς θα μοιράζονται τα κέρδη, ποιο θα είναι το αντικείμενο της Ο.Ε., η επωνυμία της, η έδρα της, η διάρκεια συνεργασίας, κτλ. Χαρακτηριστικό γνώρισμα της Ο.Ε., που τη διαφοροποιεί μάλιστα από άλλες προσωπικές εταιρείες, είναι η ευθύνη των εταίρων, που είναι ίδια για όλους. Καθένας ευθύνεται με όλη του την περιουσία και για το σύνολο των υποχρεώσεων της εταιρείας, όποιο και αν είναι το ύψος της συμμετοχής του στο κεφάλαιο. Στη διοίκηση συμμετέχουν ισότιμα όλοι οι εταίροι, ενώ η πιστοληπτική ικανότητα, λόγω του τρόπου κατανομής της ευθύνης, είναι αρκετά υψηλή.

Πληθοχρηματοδότηση (Crowdfunding)

Πρόκειται για έναν νέο τρόπο χρηματοδότησης από το πλήθος με την χρήση της τεχνολογίας και της διαδικτυακής κοινότητας. Ενδέχεται να φανεί ωφέλιμη μορφή χρηματοδότησης, κυρίως κατά την εναρκτήρια φάση μιας επιχείρησης κατά την οποία ενδέχεται να μην υπάρχει πρόσβαση στις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης.

Πνευματική Ιδιοκτησία

Τα πνευματικά δικαιώματα είναι ένα είδος προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας. Πρόκειται για τη νομική αναγνώριση της κυριότητας ενός προϊόντος/υπηρεσίας. Με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, ο δημιουργός διατηρεί το αποκλειστικό δικαίωμα να χρησιμοποιήσει ή να εξουσιοδοτήσει άλλους να χρησιμοποιούν τη δουλειά του υπό συμφωνημένους όρους.

Σύμβαση Εργασίας

Μία σύμβαση εργασίας είναι μια σύμβαση μεταξύ εργαζομένου και εργοδότη. Περιγράφει τα καθήκοντα και τα δικαιώματα εργασίας μεταξύ των μερών. Υπάρχουν διάφοροι τύποι συμβάσεων εργασίας. Οι πιο συνηθισμένες είναι:

- Πλήρους απασχόλησης και Μερικής απασχόλησης ανάλογα με το χρόνο που απασχολείται ο εργαζόμενος.
- Μόνιμη ή Προσωρινή, ανάλογα με το αν οι εργαζόμενοι εργάζονται χωρίς ημερομηνία λήξης (αορίστου χρόνου) ή για ορισμένο χρονικό διάστημα (ορισμένου χρόνου).
- Ελευθέρου Ωραρίου, όταν οι ώρες εργασίας κυμαίνονται ανάλογα με τον όγκο της δουλειάς.

Συνεταιρισμός

Συνεταιρισμός, είναι μια αυτόνομη ένωση προσώπων που συγκροτείται εθελοντικά για την αντιμετώπιση των κοινών οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών αναγκών και επιδιώξεων τους, διαμέσου μιας συν-ιδιόκτητης και δημοκρατικά διοικούμενης επιχείρησης.

Φορολογία

Η είσπραξη μέρους από το εισόδημα των επιχειρήσεων από τις δημόσιες αρχές: σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο. Τα έσοδα από τη φορολογία χρησιμοποιούνται για να συμβάλουν στη διατήρηση του εμπορικού περιβάλλοντος. Κάθε φορολογικό σύστημα πρέπει να συμμορφώνεται με τις ακόλουθες αρχές:

- Επάρκεια: τα έσοδα θα πρέπει να είναι αρκετά για την παροχή βασικών δημόσιων υπηρεσιών
- Καθαρή Θέση: η δικαιοσύνη της κατανομής των φορολογικών βαρών
- Αποτελεσματικότητα: ισορροπία του διοικητικού κόστους των εισπράξεων των φόρων και της φορολογικής επιβάρυνσης
- Ουδετερότητα: δίκαιες επιπτώσεις στη συμπεριφορά των καταναλωτών Η φορολογία μπορεί να είναι άμεση ή έμμεση.

Φόρος Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ)

Ο ΦΠΑ είναι μια μορφή φόρου επί της κατανάλωσης ή της αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών. Πρόκειται για μια έμμεση μορφή φορολόγησης, που δεν σχετίζεται με τα έσοδα ή τα ίδια κεφάλαια.

Χρηματοδότηση με τη Μορφή Δωρεάς

Χρηματοδότηση με τη μορφή δωρεάς είναι η διαδικασία συλλογής χρημάτων ή άλλων πόρων, με την άντληση κεφαλαίων που προκύπτουν από χορηγίες/ δωρεές από ιδιώτες, επιχειρήσεις, φιλανθρωπικά ιδρύματα, ή κυβερνητικούς οργανισμούς. Οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών μπορεί να βοηθήσουν στο θέμα αυτό με την αύξηση νομισματικών συνεισφορών από ένα μεγάλο αριθμό ανθρώπων, συνήθως μέσω του διαδικτύου (π.χ. χρηματοδότηση από το πλήθος). Η χρηματοδότηση με τη μορφή δωρεάς συνήθως αναφέρεται στις προσπάθειες να συγκεντρωθούν χρήματα για μη-κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

Από τη Δημιουργία της Ιδέας στην Εμπορευματοποίηση
(Τομέας 3 της ύλης ESP)

Αγορά Στόχος

Μία μερίδα της αγοράς στην οποία στοχεύει μια επιχείρηση να πουλήσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της.

Δευτερογενής Έρευνα Αγοράς

Η δευτεροβάθμια έρευνα αγοράς είναι μια μορφή έρευνας αγοράς. Πρόκειται για τη χρήση των υφιστάμενων πηγών, στοιχείων και πληροφοριών που έχουν ήδη συλλεγεί για άλλους λόγους, συνήθως από κυβερνητικές υπηρεσίες, και επομένως είναι διαθέσιμα με μικρό κόστος και άμεσα χρονικά.

Διαφήμιση

Τα μέσα με τα οποία οι επιχειρήσεις προωθούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στους πελάτες. Είναι μία μέθοδος μαζικής επικοινωνίας. Ορισμένα παραδείγματα είναι: φυλλάδια, διαφημίσεις σε ράδιο, τηλεόραση, αποστολή διαφημιστικών φυλλαδίων μέσω ταχυδρομείου, κατάλογοι, κτλ. Ενώ, το μάρκετινγκ είναι ο τρόπος με τον οποίο μια επιχείρηση πείθει τους πιθανούς πελάτες ότι το προϊόν/υπηρεσία είναι η σωστή επιλογή γι' αυτούς, η διαφήμιση είναι το πώς μια επιχείρηση επικοινωνεί με τους πελάτες για να τους ενημερώσει για την ύπαρξη προϊόντος / υπηρεσίας.

Διεθνές Εμπόριο

Το εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών πέρα από τα σύνορα μιας χώρας.

Διεθνοποίηση

Η διεθνοποίηση αναφέρεται στη ζήτηση ενός προϊόντος πέρα από τα σύνορα και αποτελεί μια απόφαση ή πολιτική της επιχείρησης.

Δημόσιες Σχέσεις (PR)

Η πρακτική της δημιουργίας, προώθησης, προβολής ή διατήρησης καλής προδιάθεσης και θετικής άποψης - εικόνας του κοινού για την εταιρεία.

Εργαλεία Marketing

Ευρύς όρος που αναφέρεται στις μεθόδους με τις οποίες οι επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται τις ανάγκες των πελατών και τους πείθουν να αγοράσουν το προϊόν τους.

Έρευνα Αγοράς

Έρευνα αγοράς θεωρείται κάθε οργανωμένη προσπάθεια συλλογής πληροφοριών σχετικά με την αγορά και τους καταναλωτές. Η έρευνα αγοράς μελετά τις καταναλωτικές συνήθειες σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, αναγνωρίζει τυχών ανεκπλήρωτες ανάγκες επίσης δημιουργεί και νέες ανάγκες, και σκοπό έχει τη συλλογή και επεξεργασία πληροφοριών που σχετίζονται με τις ανάγκες μιας συγκεκριμένης αγοράς-στόχου, το μέγεθος της, αλλά και τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν σε μια αγορά.

Η έρευνα αγοράς είναι αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής στρατηγικής, καθώς με τη βοήθεια της έρευνας τα στελέχη μιας επιχείρησης μπορούν να βασιστούν σε αυτήν και να επιλύσουν σημαντικά στρατηγικά προβλήματα.

Η έρευνα αγοράς έχει δύο μορφές: την πρωτογενή έρευνα και τη δευτερογενή έρευνα αγοράς.

Επιχειρηματική Ιδέα

Αυτό αναφέρεται σε μια ιδέα που έχει μια εμπορική ή επιχειρηματική αξία και σε περαιτέρω μελέτη έχει τη δυνατότητα για την επιτυχία. Μια βιώσιμη επιχειρηματική ιδέα, ξεχωρίζει από τις ιδέες των ανταγωνιστών, θα μπορούσε να έχει ένα υψηλό επίπεδο καινοτομίας, να δημιουργεί αξία για τους δυνητικούς πελάτες, κ.λπ.

Επιχειρηματικό Μοντέλο

Ένα επιχειρηματικό μοντέλο αντιπροσωπεύει τα μέσα με τα οποία η επιχείρηση μπορεί να παράγει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία και με αυτό τον τρόπο να δημιουργήσει αξία και κέρδη για τους μετόχους και τους ιδιοκτήτες της. Τόσο η McDonalds όπως και ένα εστιατόριο σερβίρουν χάμπουργκερ, αλλά βασίζονται σε διαφορετικά μοντέλα για να κάνουν εμπόριο και να δημιουργήσουν κέρδη.

Επιχειρηματικό Σχέδιο

Πρόκειται για μια περιγραφή των στόχων και της στρατηγικής της επιχείρησης που ενσωματώνει έναν προϋπολογισμό και την προβλεπόμενη οικονομική κατάσταση στο τέλος της περιόδου. Ένα σαφές επιχειρηματικό σχέδιο είναι το κλειδί για μια επιχείρηση, δεδομένου ότι βοηθά στη λήψη αποφάσεων, να πείσει τους ανθρώπους, τον προγραμματισμό και τη διοίκηση.

Εταιρική Ταυτότητα

Μια σειρά από παράγοντες συνεργάζονται για να δώσουν σε μια επιχείρηση τη δική της μοναδική ταυτότητα δημιουργώντας την εικόνα που θέλουν οι ιδιοκτήτες της. (βλέπε και δημόσια εικόνα). Με άλλα λόγια είναι οι παράγοντες για τους οποίους το ευρύ κοινό είναι πιο ενήμερο για τα σλόγκαν, τις φωτογραφίες/ εικόνες και τις εμπορικές ονομασίες. Παραδείγματα θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τη L'Oreal με το σλόγκαν "Επειδή σας αξίζει», οι τρεις λωρίδες της Adidas, η συσκευασία του μπουκαλιού της coca cola.

Κανάλια Marketing

Αναφέρεται στους διάφορους τρόπους με τους οποίους μια επιχείρηση μπορεί να προωθήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της στους πελάτες της.

Κανάλι Πώλησης

Ένα κανάλι πώλησης αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση προσφέρει το προϊόν / υπηρεσία του στην αγορά. Ένα κανάλι πώλησης είναι άμεσο, αν πωλεί απευθείας στον πελάτη του ή έμμεσο, αν πωλεί μέσω ενός πράκτορα, διανομέα ή μέσω τρίτου προσώπου.

Καινοτομία

Η δημιουργία και εισαγωγή κάτι νέου, με στόχο να δημιουργηθεί μια θετική αλλαγή. Στον τομέα των επιχειρήσεων, αυτό μπορεί να ισχύει για ένα προϊόν, μια υπηρεσία ή τον τρόπο λειτουργίας μιας επιχείρησης. Η τεχνολογία είναι ένας σημαντικός καταλύτης της καινοτομίας αλλά η καινοτομία δεν περιλαμβάνει κατ' ανάγκη την τεχνολογία.

Υπάρχουν 4 τύποι καινοτομίας τα οποία αφορούν: το προϊόν, τη διαδικασία, το παράδειγμα και τη θέση της καινοτομίας.

- Καινοτομία στο προϊόν: εισάγει ή βελτιώνει την αξία ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας.
- Καινοτομία στη διαδικασία: εστιάζει σε αλλαγές με τις οποίες θα αλλάξει ο τρόπος παραγωγής των προϊόντων ή διαμόρφωσης των υπηρεσιών και επηρεάζουν είτε αυτή καθαυτή τη διαδικασία παραγωγής ή την τελική παράδοση στον πελάτη. Ένα παράδειγμα είναι η αυτόματη συσκευασία των προϊόντων.
- Καινοτομία στη θέση: εμπεριέχει την επανατοποθέτηση της αντίληψης για ένα καλά εδραιωμένο προϊόν/υπηρεσία αλλάζοντας το πλαίσιο μέσα στο οποίο τοποθετείται και επικοινωνείται. Για παράδειγμα, τα τζιν Levi-Strauss είναι ένα καλά εδραιωμένο παγκόσμιο προϊόν το οποίο αρχικά ξεκίνησε ως προϊόν απευθυνόμενο στους εργάτες και αργότερα εξελίχθηκε ως προϊόν μόδας.
- Καινοτομία στο παράδειγμα/ αποδιοργανωτική καινοτομία: σχετίζεται με την καινοτομία η οποία καθορίζει ή επανακαθορίζει τα κυρίαρχα παραδείγματα ενός οργανισμού ή ενός ολόκληρου τομέα. Δίνοντας στον πελάτη ό,τι χρειάζεται, μπορούν να μειώσουν όσα είναι επιθυμητά και να ξεκινήσουν μία νέα αγορά, αποδομώντας μία ήδη υπάρχουσα. Για παράδειγμα, οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους ξεκίνησαν μία νέα αγορά μειώνοντας ορισμένες υπηρεσίες και παροχές και δίνοντας στους πελάτες ακριβώς ό,τι χρειαζόνταν σε πιο λογικές τιμές.

Μάρκετινγκ (Marketing)

Το μάρκετινγκ συνίσταται στην οργανωμένη προσπάθεια μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Προσπαθεί δηλαδή, με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς, να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει με τον πελάτη-στόχο που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί, ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του, να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα / υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί, να

του τα γνωστοποιήσει (διαφήμιση και προώθηση), να τα καταστήσει διαθέσιμα μέσα από τα κανάλια διανομής (τα καταστήματα και οι τοποθεσίες που αυτά είναι διαθέσιμα) στην τιμή που θα πρέπει αυτά να πωλούνται.

Ο βασικός στόχος του μάρκετινγκ, ειδικότερα όσον αφορά τα καταναλωτικά αγαθά, είναι οι επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Ειδικότερα τα στελέχη μάρκετινγκ μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού προσπαθούν να δημιουργήσουν μία μακροχρόνια σχέση με τον πελάτη προσφέροντας υψηλή αξία στα προϊόντα τους, αξία υψηλότερη από τα αντίστοιχα προϊόντα του ανταγωνισμού. Μέσα από την υπεραξία αυτή επιτυγχάνεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης, δηλαδή η υπεροχή της ίδιας και των προϊόντων της έναντι του ανταγωνισμού. Όλα τα παραπάνω με τη σειρά τους οδηγούν σε πιστότητα των πελατών και τελικά σε επαναλαμβανόμενες πωλήσεις των προϊόντων/υπηρεσιών της επιχείρησης.

Μέθοδοι για την Αξιολόγηση μιας Ιδέας

Μόνο μερικές ιδέες είναι βιώσιμες και μπορούν να μετατραπούν σε επιχειρηματικές ευκαιρίες. Η ανάλυση της αγοράς, η ανάλυση σκοπιμότητας, η ανάλυση κόστους-οφέλους, η ανάλυση SWOT και η ανάλυση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι οι μέθοδοι που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αξιολόγηση μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Μέθοδοι για την Παραγωγή/ Δημιουργία Ιδεών

Ελεύθερη συζήτηση για την επίλυση προβλημάτων ή την παραγωγή ιδεών. Υπάρχουν διάφορες μέθοδοι για να δημιουργηθούν νέες επιχειρηματικές ιδέες. Στο πλαίσιο του προγράμματος της Εικονικής Επιχείρησης του JA Greece και JA Ευρώπης, η μέθοδος του καταιγισμού ιδεών είναι αυτή που χρησιμοποιείται. Αναφέρεται σε μια ελεύθερη και εποικοδομητική συζήτηση μεταξύ των ανθρώπων, όπου ο καθένας μπορεί να συνεισφέρει λέγοντας ή γράφοντας το πρώτο πράγμα που έρχεται στο μυαλό όταν μιλάμε για ένα θέμα.

Μίγμα Μάρκετινγκ (Marketing Mix)

Το μίγμα μάρκετινγκ είναι το σχεδιασμένο μίγμα των ελεγχόμενων εργαλείων ενός σχεδίου μάρκετινγκ για ένα προϊόν. Συνήθως αναφερόμαστε σε αυτό ως τα 4Π (Ρ από το αγγλικό αλφάβητο που είναι τα αρχικά των λέξεων product, price, promotion, place) δηλαδή προϊόν, τιμή, προώθηση/προβολή, τόπος διανομής.

Παγκοσμιοποίηση

Η παγκοσμιοποίηση αναφέρεται στις προσπάθειες των κυβερνήσεων και εμπορικών ομάδων (όπως η ΕΕ) για το άνοιγμα των εθνικών αγορών στον ανταγωνισμό από επιχειρήσεις άλλων χωρών.

Παραγωγή

Η διαδικασία δημιουργίας ενός προϊόντος με το μετασχηματισμό των εισροών (πρώτων υλών) σε εκροές (τελικό προϊόν).

Πελατειακές Σχέσεις

Ο βαθμός στον οποίο η επιχείρηση γνωρίζει και κατανοεί τις ανάγκες των πελατών της.

Πρόβλεψη Πωλήσεων

Μια εκτίμηση από τα διαθέσιμα στοιχεία για τον αριθμό των τεμαχίων ή της αξίας που θα πουλήσει μια επιχείρηση σε μια δεδομένη χρονική περίοδο.

Προσανατολισμός στον Πελάτη

Αναφέρεται στις επιχειρήσεις που εστιάζουν στον πελάτη ή τον καταναλωτή για το σχεδιασμό και την παραγωγή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις που προσανατολίζονται στο προϊόν/υπηρεσία.

Προσωπική Πώληση

Η προσωπική πώληση είναι μία στρατηγικών πωλήσεων με την οποία ο πωλητής πουλάει στον πελάτη πρόσωπο προς πρόσωπο. Εμπεριέχει μία στενή σχέση με τον πελάτη και χρησιμοποιεί τις επικοινωνιακές και διαπραγματευτικές δεξιότητες για να κλείσει μία συμφωνία ή την πώληση ενός προϊόντος. Συνήθως η προσωπική πώληση αφορά προϊόντα ή υπηρεσίες τα οποία δεν μπορούν να πωληθούν μόνα τους (π.χ. στο ράφι ενός σούπερ μάρκετ).

Προώθηση πωλήσεων

Η προώθηση πωλήσεων είναι μία στρατηγική πωλήσεων η οποία χρησιμοποιεί βραχυπρόθεσμα κίνητρα για την ενθάρρυνση της αγοράς ενός προϊόντος (πχ κουπόνια, εμπορικές εκθέσεις, δείγματα).

Πρωτογενής Έρευνα Αγοράς

Η πρωτογενής έρευνα αγοράς είναι μια μορφή έρευνας αγοράς που έχει σκόπιμα σχεδιαστεί για να ερευνήσει συγκεκριμένες ερωτήσεις σχετικά με την αγορά, όπως είναι η ζήτηση και η τιμή. Καθώς η έρευνα αυτή έχει φτιαχτεί για να διερευνήσει συγκεκριμένες ερωτήσεις ή πληροφορίες για την αγορά, μπορεί να είναι πολύ δαπανηρή και χρονοβόρα και πολύ ακριβή για τους πόρους μιας μικρής επιχείρησης.

Πρωτότυπο

Το πρώτο δείγμα του προϊόντος. Ο σχεδιασμός και οι μέθοδοι παραγωγής μπορεί στη συνέχεια να μεταβληθούν πριν από την έναρξη της εμπορικής παραγωγής.

Πωλήσεις

Η ανταλλαγή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας με χρηματικό ποσό. Στον τομέα των επιχειρήσεων, οι πωλήσεις αντιπροσωπεύουν τον τρόπο που η επιχείρηση πωλεί το τελικό αγαθό ή παρέχει τις υπηρεσίες της μέσα από τα κανάλια πωλήσεων. Ο όρος που χρησιμοποιείται για το σύνολο των πωλήσεων μιας επιχείρησης είναι «τζίρος» ή «κύκλος εργασιών».

Στόχοι Πωλήσεων

Ένας στόχος με σαφή αριθμό τεμαχίων που πρέπει να πουληθούν σε καθορισμένη τιμή, από την ομάδα πωλήσεων και σε συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο.

Στρατηγική Marketing

Μια στρατηγική μάρκετινγκ σχετίζεται με την τοποθέτηση (στο μυαλό των πελατών) της επιχείρησης και του προϊόντος.

Στρατηγική Πωλήσεων

Μία στρατηγική πωλήσεων αφορά την τοποθέτηση του προϊόντος/της υπηρεσίας στην αγορά, ορίζοντας μία συγκεκριμένη ομάδα στόχο, έναν ξεκάθαρο στόχο/στόχους και μετρήσιμα μεγέθη.

Σχέδιο Marketing

Το σχέδιο Μάρκετινγκ είναι ένα επιμέρους κομμάτι του επιχειρηματικού σχεδίου που σχετίζεται με την προώθηση και την πώληση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.

Social Media Marketing

Αυτό σχετίζεται με τη χρήση των social media για σκοπούς μάρκετινγκ, δηλαδή να προκαλέσει το ενδιαφέρον και τη ζήτηση για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με την εκμετάλλευση της χρήσης της λεγόμενης «ηλεκτρονικής από στόμα σε στόμα» επικοινωνίας.

SWOT Ανάλυση

Πρόκειται για μια προσέγγιση που χρησιμοποιείται για να αναλύσει τις προσωπικές επιλογές και / ή για την αξιολόγηση επιχειρηματικών ιδεών ή έργων. Η συντομογραφία σημαίνει Πλεονεκτήματα (Strengths), Αδυναμίες (Weaknesses), Ευκαιρίες (Opportunities) και Απειλές (Threats) μιας ιδέας ή ενός έργου.

Τακτική Πωλήσεων

Η τακτική πωλήσεων είναι ένας στενότερος όρος σε σχέση με τη στρατηγική πωλήσεων και επικεντρώνεται σε επιμέρους ενέργειες που αποτελούν μεμονωμένα κομμάτια της στρατηγικής πωλήσεων.

Χρηματοοικονομικές Πηγές και Προϋπολογισμός (Τομέας 4 της ύλης ESP)

Απόθεμα / Αποθέματα

Πρώτες ύλες, προϊόντα σε επεξεργασία και τελικά προϊόντα που έχει στην κυριότητά της μια επιχείρηση. Στον ισολογισμό, η απογραφή ταξινομείται ως στοιχείο του ενεργητικού της επιχείρησης.

Αποθεματικό

Το μέρος των κερδών της επιχείρησης που δεν κατανέμεται αλλά κρατείται ως μέρος των χρημάτων των μετόχων για τη μελλοντική ανάπτυξή της.

Δάνειο

Είναι μια πηγή χρηματοδότησης και αντιπροσωπεύει το οφειλόμενο ποσό σε όποιον έχει δανείσει χρήματα σε μια επιχείρηση. Ο δανειστής δεν έχει συμφέρον, κυριότητα ή τον έλεγχο της επιχείρησης. Ωστόσο, στην περίπτωση της πτώχευσης της επιχείρησης, ο δανειστής έχει δικαίωμα και προτεραιότητα επί των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης.

Ελεγκτικές Ενέργειες

Συστηματική εξέταση των βιβλίων, λογαριασμών και εγγράφων μιας επιχείρησης ώστε να εξακριβωθεί κατά πόσο οι οικονομικές καταστάσεις παρουσιάζουν πιστή και πραγματική εικόνα. Επιχειρεί επίσης να εξασφαλίσει ότι τα λογιστικά βιβλία συντηρούνται σωστά και όπως απαιτείται από το νόμο.

Ενεργητικό

Όλα όσα έχει στην κυριότητά της η εταιρεία. Σε ένα φύλλο ισολογισμού αυτά διακρίνονται σε:

- Πάγια στοιχεία ενεργητικού: Μόνιμα στοιχεία, όπως ιδιοκτησία, εξοπλισμός και μηχανήματα.
- Τρέχοντα στοιχεία ενεργητικού: Στοιχεία που συνήθως αλλάζουν στη διάρκεια των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, π.χ. μετρητά, εμπορεύματα, πρώτες ύλες.

- Αποθέματα: Πρώτες ύλες για την κατασκευή των προϊόντων και τα ίδια ταπροϊόντα μέχρι να πουληθούν.
- Οφειλέτες: Άτομα που σας χρωστούν χρήματα.
- Μετρητά στη τράπεζα: Ο λογαριασμός σας στην τράπεζα
- Μετρητά ανά χείρας: Μετρητά που έχετε στην κατοχή σας και δεν έχετε καταθέσει ακόμα στην τράπεζα.

Εισοδήματα / Έσοδα (Δήλωση Εισοδήματος)

Χρήματα που ένα άτομο ή μια επιχείρηση λαμβάνει σε αντάλλαγμα για την παροχή ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας (συνολικά έσοδα) ή / και μέσα από την επένδυση κεφαλαίων. Η κατάσταση αποτελεσμάτων είναι μια οικονομική κατάσταση και προσδιορίζει τα εισοδήματα (έσοδα) και τα έξοδα της επιχείρησης.

Εμπορικές Πιστώσεις

Πρόκειται για μια πηγή χρηματοδότησης. Είναι η συμφωνία με την οποία μια επιχείρηση ή ένας πελάτης αγοράζει προϊόντα ή υπηρεσίες με πίστωση, πληρώνοντας τον προμηθευτή αργότερα. Αν μια επιχείρηση δίνει πίστωση στους πελάτες της πρέπει να το λάβει υπόψη της στην ταμειακή της ροή και να έχει τους πόρους να το υποστηρίξει.

Έξοδα

Τα χρήματα που ένα άτομο ή μια επιχείρηση δαπανά για τη διαδικασία της παραγωγής και προώθησης ενός αγαθού ή παροχής μιας υπηρεσίας.

Επιχειρηματικά Ρίσκα

Οι ειδικοί κίνδυνοι που σχετίζονται με τις συναλλαγές σε μια δεδομένη αγορά ή βιομηχανία. Ορισμένοι τομείς είναι πιο σταθεροί και προβλέψιμοι από άλλους (π.χ. τρόφιμα σε αντίθεση με τη μόδα).

Ζημία

Μία επιχείρηση έχει ζημία, όταν δαπανά περισσότερο από ό,τι κερδίζει, δηλαδή όταν τα έσοδα είναι μικρότερα από τα έξοδά της.

Για κάθε επιχείρηση, αναμένεται ότι ενδέχεται να υπάρχουν ζημίες για μία δεδομένη χρονική περίοδο.

Ισολογισμός

Είναι η εικόνα του ενεργητικού και του παθητικού της επιχείρησης σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Το ενεργητικό εκτός των υποχρεώσεων υποδεικνύει τη θεωρητική αξία της εταιρείας στους μετόχους της.

Κέρδος

Η θετική διαφορά μεταξύ των συνολικών εσόδων και του συνολικού κόστους. Τα κέρδη μπορεί να είναι μικτά ή καθαρά:

- Μικτό κέρδος: η διαφορά μεταξύ των εσόδων που έλαβε και μεταβλητού κόστους.
- Καθαρό κέρδος: το πλεόνασμα μετά τις έμμεσες δαπάνες που έχουν αφαιρεθεί από το μικτό κέρδος.

Κεφαλαιακές Απαιτήσεις

Το ποσό των χρημάτων που το Διοικητικό Συμβούλιο της επιχείρησης πιστεύει ότι χρειάζεται η επιχείρηση για να αρχίσει τις δραστηριότητές της. Ο προγραμματισμός των κεφαλαιακών απαιτήσεων σημαίνει τον υπολογισμό του κεφαλαίου που χρειάζεται και αυτό γίνεται συνήθως διακρίνοντας δύο τύπους κεφαλαιακών απαιτήσεων:

- Εφάπαξ κεφαλαιακές απαιτήσεις (απαιτείται μόνο μία φορά - π.χ. επενδύσεις σε κτίρια ή αγορά εξοπλισμού γραφείου)
- Κεφάλαιο κίνησης απαίτηση (απαιτείται συστηματικά - π.χ. προσωπικά έξοδα)

Κεφάλαιο Κινήσεως

Αυτό είναι ίσο με το τρέχον ενεργητικό μείον τα έξοδα για τις τρέχουσες ανάγκες της επιχείρησης.

Κοστολόγηση

Η διαδικασία της επεξεργασίας του συνολικού κόστους των αγαθών ή / και υπηρεσιών που παράγονται.

Μεταβλητό / Άμεσο Κόστος

Το κόστος που μεταβάλλεται ανάλογα με την αυξομείωση του όγκου της παραγωγής ή των πωλήσεων, π.χ. το κόστος για πρώτες ύλες (όχι οι μισθοί, αυτοί ανήκουν στο πάγιο κόστος). Το κόστος αυτό είναι πάντα συνδεδεμένο με την παραγωγή.

Μέρισμα

Κατανομή από τα καθαρά κέρδη της εταιρείας στους μετόχους.

Μετοχή

Κοινή μετοχή: Το απόθεμα σε κεφάλαια (αποθεματικό κεφάλαιο) μιας επιχείρησης χωρίζεται σε ίσα μέρη που αποκαλούνται μετοχές. Αυτές οι μετοχές πωλούνται με σκοπό τη συγκέντρωση κεφαλαίων.

Προνομιούχος μετοχή: Πρόκειται για μετοχές που εκδίδει η εταιρεία με σταθερό επιτόκιο που δίνουν στους κατόχους τους προτεραιότητα έναντι των κανονικών μετόχων, όσον αφορά στην πληρωμή μερίσματος και την επιστροφή του κεφαλαίου τους αν η εταιρεία προβεί σε ρευστοποίηση.

Μετοχικό Κεφάλαιο

Εγκεκριμένο μετοχικό κεφάλαιο: Το μέγιστο ποσό χρημάτων που μπορεί να λάβει μια εταιρεία από την πώληση μετοχών σύμφωνα με το καταστατικό της.

Εκδοθέν μετοχικό κεφάλαιο: Το ποσό χρημάτων που έχει λάβει η εταιρεία από την πώληση μετοχών.

Νεκρό Σημείο

Το σημείο στο οποίο οι πωλήσεις καλύπτουν το πάγιο και το μεταβλητό κόστος μιας επιχείρησης. Στο σημείο αυτό δεν υπάρχουν ούτε κέρδη, ούτε ζημίες. Ύστερα από αυτό το σημείο οι πωλήσεις αρχίζουν να αποφέρουν κέρδος.

Οφειλέτες

Άτομα εκτός της επιχείρησης, που χρωστάνε χρήματα στην επιχείρηση.

Οικονομικές Καταστάσεις

Οι οικονομικές καταστάσεις είναι η τυπική και επίσημη καταγραφή των οικονομικών δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης σε μια ορισμένη ημερομηνία. Ο ισολογισμός, η κατάσταση των ταμειακών ροών ή η κατάσταση των αποτελεσμάτων αποτελούν παραδείγματα των οικονομικών καταστάσεων.

Παθητικό

Οτιδήποτε νομισματικής αξίας που ανήκει σε ένα άτομο ή μια επιχείρηση. Σε έναν ισολογισμό, οι υποχρεώσεις (παθητικό) περιλαμβάνουν πιστωτές, πληρωτέα γραμμάτια, μερίσματα, δάνεια και φόρους.

Περιθώρια Κέρδους

Αντιπροσωπεύει το μεικτό κέρδος ως ποσοστό % της τιμής πώλησης.

Πηγές Χρηματοδότησης

Πιθανές πηγές προέλευσης κεφαλαίων, τα οποία είναι διαθέσιμα στην επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις συνήθως αντλούν κεφάλαια από τρεις κύριες πηγές:

- Τους ιδιοκτήτες/μετόχους – με το αρχικό κεφάλαιο ή τα αποθεματικά (επανεπένδυση των κερδών)
- Τους πιστωτικούς οργανισμούς – δηλαδή με εξωτερικό δανεισμό
- Τους εμπορικούς πιστώσεις – δηλαδή τα δάνεια από προμηθευτές ή άλλες επιχειρηματικές επαφές.

Είναι σαφές ότι οι πηγές χρηματοδότησης μπορεί να είναι εσωτερικές ή εξωτερικές: π.χ. στην πρώτη περίπτωση προέρχονται από το εσωτερικό της επιχείρησης, ενώ στη δεύτερη από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

Πιστωτές

Άτομα εκτός της επιχείρησης, που η επιχείρηση τους χρωστά χρήματα.

Προϊόν σε Εξέλιξη

Ημιτελές προϊόν.

Προμήθειες

Ο όρος αναφέρεται στην αγορά αγαθών και υπηρεσιών για την παραγωγή των προϊόντων μιας επιχείρησης.

Προϋπολογισμός

Σύνοψη των εξόδων και εσόδων για μια χρονική περίοδο, ένας κατάλογος των επιτρεπόμενων δαπανών.

Πρώτες Ύλες

Τα υλικά που χρειάζεται μια επιχείρηση για να παράγει κάτι. Από οικονομική άποψη, αυτό αναφέρεται στο κόστος των υλικών που απαιτούνται για να παραχθεί ένα προϊόν.

Ρευστότητα

Το ύψος των κεφαλαίων σε μετρητά ή ικανά να ρευστοποιηθούν άμεσα διαθέσιμα για να πληρώσει τα χρέη της μία επιχείρηση.

Σταθερό / Έμμεσο κόστος

Αυτές οι δαπάνες που δεν συνδέονται άμεσα με τις δραστηριότητες / έξοδα παραγωγής (π.χ. ενοικίαση κτηρίων / μισθοί, αμοιβές, κτλ.). Πρόκειται για τις δαπάνες που συνεπάγονται τη λειτουργία της επιχείρησης.

Στρατηγική Χαμηλού Κόστους

Μία από τις πιθανές στρατηγικές τιμολόγησης για μια επιχείρηση. Πρόκειται συνήθως για την «τιμολόγηση διείσδυσης στην αγορά».

Συνεισφορά

Η διαφορά μεταξύ της τιμής πώλησης και της μεταβλητής / άμεσο κόστος ανά μονάδα (π.χ. αν η τιμή πώλησης είναι 100 και το μεταβλητό κόστος είναι 60, τότε η συνεισφορά για τα σταθερά κόστη είναι 40 ανά μονάδα).

Συνολικά Έσοδα

Η χρηματική αξία των πωλήσεων για ένα δεδομένο επίπεδο της δραστηριότητας ή της παραγωγής (δηλαδή τα τεμάχια που πωλούνται επί την τιμή πώλησης).

Συνολικό Κόστος

Το άθροισμα των μεταβλητών και των πάγιων εξόδων για ένα δεδομένο επίπεδο μιας δραστηριότητας ή της παραγωγής.

Ταμειακό Υπόλοιπο

Το ποσό των κεφαλαίων σε μετρητά στο χέρι ή άμεσα διαθέσιμο.

Ταμειακές Ροές (Cash Flow Statement)

Η κίνηση των ταμειακών εισροών και εκροών (λήψης και καταβολής μετρητών) σε μια χρονική περίοδο. Προσοχή, να μη δίνετε περισσότερα από όσα λαμβάνετε.

Τζίρος / Κύκλος Εργασιών

Τα έσοδα από τις πωλήσεις σε μια χρονική περίοδο. Μετريέται σε τεμάχια ή σε έσοδα (δηλαδή ο αριθμός των τεμαχίων πολλαπλασιαζόμενος επί την τιμή πώλησης του ενός τεμαχίου).

Τιμή Πώλησης

Η αξία της αγοράς του προϊόντος / υπηρεσίας. Είναι το τίμημα που το πρόσωπο που αγοράζει το προϊόν / υπηρεσία πληρώνει για να το αποκτήσει.

Τιμή Mark-up

Αντιπροσωπεύει το μεικτό κέρδος ως ποσοστό % του κόστους παραγωγής του αγαθού ή της υπηρεσίας.

Τιμολογιακές Διακρίσεις

Μία από τις πιθανές στρατηγικές τιμολόγησης που μπορεί να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση. Στην περίπτωση αυτή, οι επιχειρήσεις χρεώνουν στους πελάτες διαφορετικές τιμές για το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία.

Τιμολόγηση Διείσδυσης στην Αγορά

Μία από τις πιθανές στρατηγικές τιμολόγησης που μπορεί να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση. Η προσέγγιση αυτή συνδέεται με συγκριτικά χαμηλή τιμή για να προσελκύσει ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς, και συνήθως σχετίζεται με μια νέα κυκλοφορία ενός προϊόντος. Ο στόχος είναι να εξασφαλίσει μια πελατειακή βάση, να δημιουργηθούν μεγαλύτερα κέρδη σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα και να είναι πιο δύσκολο για τους ανταγωνιστές να εισέλθουν στη συγκεκριμένη αγορά. Μερικές φορές αυτή η στρατηγική ονομάζεται «στρατηγική χαμηλού κόστους».

Τιμολόγηση Ειδικής Προσφοράς

Μία από τις πιθανές στρατηγικές τιμολόγησης για μια επιχείρηση. Αναφέρεται στις ενέργειες με τις οποίες οι επιχειρήσεις προσπαθούν να αυξήσουν τις πωλήσεις συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, π.χ. η περίοδος εκπτώσεων για τα ρούχα, ή αγοράζοντας ένα προϊόν παίρνετε και άλλο ένα δωρεάν.

Τιμολόγηση με βάση την Εποχικότητα του Προϊόντος

Μία από τις πιθανές στρατηγικές τιμολόγησης που μπορεί να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση. Η προσέγγιση αυτή βασίζεται στο στοιχείο του χρόνου (εποχικότητα) και πως αυτός επηρεάζει τη ζήτηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας π.χ. σε χαμηλή ζήτηση εκτός αιχμής μειώνεται η τιμή, ή αντίθετα, η τιμή είναι υψηλότερη κατά τις περιόδους αιχμής της ζήτησης.

Τιμολόγηση με βάση τον Πελάτη

Μία από τις πιθανές στρατηγικές τιμολόγησης που μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει. Αυτή η προσέγγιση έχει σχεδιαστεί με βάση τους πελάτες όπου η τιμή ενός προϊόντος / υπηρεσίας ορίζεται σύμφωνα με τη σχετική ομάδα πελατών.

Τιμολογιακή Στρατηγική Skimming

Μία από τις πιθανές στρατηγικές τιμολόγησης που μπορεί να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση. Αυτή η προσέγγιση είναι η αντίθετη από αυτή της στρατηγικής διείσδυσης στην αγορά, και περιγράφει μια επιχείρηση όταν αυξάνει τις τιμές της σε ένα επίπεδο τόσο υψηλό ώστε οριακά να το αντέχει η αγορά. Όταν η επιχείρηση χρησιμοποιεί αυτή την προσέγγιση, προσπαθεί να δημιουργήσει μια ψυχολογική διάσταση, λόγω υψηλής τιμής, ώστε αυτό να αποτελέσει μέρος της ελκυστικότητας για τους αγοραστές. Με την πάροδο του χρόνου, αυτή η υψηλή τιμή θα πρέπει να μειωθεί, ώστε να προσελκύσει επιπλέον πωλήσεις από μεγαλύτερη μάζα πελατών. Συνήθως χρησιμοποιείται για προϊόντα τεχνολογίας όπως π.χ. το νέο μοντέλο i-phone.

Τιμολόγηση

Η τιμολόγηση των προϊόντων είναι μια πολύπλοκη και σημαντική δραστηριότητα και επηρεάζεται από διάφορους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες. Υπάρχουν διάφορες στρατηγικές τιμολόγησης, όπως τιμολόγηση ειδικής προσφοράς, η τιμολόγηση με βάση τη γεωγραφική θέση, η τιμολόγηση με βάση τους πελάτες, οι διακρίσεις τιμών, η στρατηγική χαμηλού κόστους, η τιμολόγηση διείσδυσης στην αγορά, κτλ.

Τόκος

Ο τόκος είναι το κόστος ή επιβάρυνση για τη χρήση των κεφαλαίων του δανείου μιας επιχείρησης. Ο οφειλέτης πρέπει, επομένως, να επιστρέψει όχι μόνο το ύψος του δανείου, αλλά και τον τόκο (δηλαδή το κόστος δανεισμού των χρημάτων). Το επιτόκιο είναι ο τόκος σε ετήσια βάση, και συμφωνείται εκ των προτέρων. Το συνολικό κόστος ή ο τόκος αυξάνεται με τη διάρκεια του χρόνου και το ποσό των χρημάτων που δανείστηκε η επιχείρηση.

