

THE SPIRIT OF FREEDOM

USA GREEN & BLUE MONEY SHOW



USA MONEY SHOW
NEW YORK
WASHINGTON DC
28/1/2026-2/2/2026
www.moneyshow.org

TAKE OFF STRATEGIES
Many black swans, lethal risks and your company is at a strategic inflection point
Organizational Advisors that's the right solution. Exponential Development Consulting (EDC) is missing, testing ideas/business models, blitzscaling. Simply maintaining your position is a death sentence. In these times, "only the paranoid survive" Andy Grove. Act now!
UNICORN MINDSET.
CONTACT: info_usa@cloudfund.com
+30 210 80 74 671 +30 6976 435232
URL: www.moneyshow.org

DARE TO DREAM

2.000
INVESTORS
AS
VISITORS,

500 SPEAKERS,
100 CONFERENCES,
50 SPONSORS,
1.000 ONE2ONE
B2B,
BIZ GALA,
POLITICAL SYSTEM.

HELLENISM

PRIMARY TARGET MARKETS:

A.I.

GOVERNMENT, GREEK CYPRIOT,
REGIONS & MAIN CITIES

SECONDARIES MARKETS:

MONEY MARKETS,
ENTREPRENEURSHIP,
INNOVATION,

10X TECHNOLOGIES

(BLOCKCHAIN, METAVERSE, WEB3, IOT, DIGITAL
TRANSFORMATION, E MARKETPLACES, E COMMERCE,
DIGITAL AGENCIES, DIGITAL MARKETING, FINTECH,
DECENTRALISED SYSTEMS, CRYPTOS, BITCOIN,
ETHEREUM, NFTs.

25 BRANCH SUB-FORA:

1. ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΗΣ-ΓΕΩΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ-ΓΕΩΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

2. PUBLIC LEADERSHIP, ΣΔΙΤ

3. REGIONAL & LOCAL DEVELOPMENT,

4. DISRUPT & FUTURISM INNOVATION,

5. BANKING SERVICES,

6. INSURANCE, SERVICES

7. REAL ESTATE,

8. INVESTMENTS,

9. BUSINESSES,

10. TRADEMEN,

11. MARITIME,

12. BUSINESSES CONSULTING,

13. ENERGY,

14. HEALTH & MEDICAL,

15. TOURISM,

16. ART & CULTURE,

17. EDU & CAREER,

18. TRADING,

19. O.E.E.,

20. ΟΣΕΚΑ,

21. INVESTMENT PROVIDERS,

22. FRANCHISE,

23. FLOW & GROWTH MINDSET,

24. EXAE-XAK- NASDAQ, NYSE,

25. HELLENISM DEFENSE INDUSTRY-SPACE TECH

ΑΠΕΥΘΥΝΟΥΜΕ ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ/ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ/CLUSTERS: DIGITAL TRANSFORMATION, E COMMERCE, DIGITAL MARKETING, DIGITAL AGENCIES, A.I. , IOT, BLOCKCHAIN, STARTUPS, ELEVATE GREECE, SEKEE, IAB, HETIA, FINTECH, WEB DEVELOPERS, WEB3, E MARKETPLACES, SEPE, SERBE, SESMA, ATHENA RC, CORALLIA, HASDIG, EBIDITE, ΣΕΚΠΥ, ΕΚΕΤΑ, ΙΕΛ, INBIS, ΙΠΣΥ, ΜΟΔΙΑΠ, ΡΑΛ, ΠΕΔΙΤΕ, ΑΡΧΙΜΗΔΗΣ, STARTHUB, GI-CLUSTER, MI CLUSTER, SI CLUSTER, ΦΑΡΜΑΚΟΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ, ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, IT/AI/BIZ MENTΟΡΕΣ

ΣΕΙΡΑ ΘΕΜΑΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΥΠΑΡΞΙΑΚΑ ΕΘΝΙΚΑ "ΟΧΙ ΚΑΙ ΤΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΑ ΚΡΙΣΙΜΑ ΝΑΙ" ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΧΘΕΣ, ΣΗΜΕΡΑ ΚΑΙ ΤΟΥ ΑΥΡΙΟ "HELLENISM VISION 2050".

Ο αρχικός σχεδιασμός έχει ολοκληρωθεί και οι όποιες αλλαγές θα έχουν να κάνουν με το reality check.

1. Θα προταθεί στην Τράπεζα της Ελλάδος (Τράπεζες και Ασφαλιστικές εταιρείες) και την Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς (Εισηγμένες, Επενδυτικοί πάροχοι, ΟΣΕΚΑ, ΟΕΕ, ΑΕΕΑΠ, CRYPTOS) η συμμετοχή στο "ΕΠΟΠΤΙΚΟ" ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΟ ΦΟΡΟΥΜ.
2. 2. Θα προταθεί στην ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΑΘΗΝΩΝ, ως το ανώτατο πνευματικό ίδρυμα της χώρας, η διοργάνωση ενός ερευνητικού φόρουμ με την συνεργασία των εμβληματικών ερευνητικών και τεχνολογικών φορέων του Ελληνισμού.
3. 3. Θα προτείνουμε στους ΕΔΙΒΙΤΕ, HASDIG την δημιουργία ενός συνεδριακού και B2B φόρουμ που θα αφορά τις εταιρείες μέλη τους που συνδέονται με τις τεχνολογίες ΑΕΡΟΔΙΑΣΤΗΜΙΚΗΣ.
4. 4. Σε συνεργασία με τους ΕΘΝΙΚΟΥΣ ΚΡΑΤΙΚΟΥΣ Η ΜΗ ΦΟΡΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΜΥΝΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ θα δημιουργήσουμε ένα αμυντικό συνεδριακό και B2B φόρουμ.
5. Θα προτείνουμε για μία ακόμα χρονιά την διοργάνωση του ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΦΟΡΟΥΜ,
6. Δημιουργούμε με ελεύθερη είσοδο συνέδρια και B2B που αφορούν τα ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ, DIGITAL AGENCIES, DIGITAL MARKETING.
7. Δημιουργούμε ΈΝΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΌ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΙΑΚΌ ΦΌΡΟΥΜ που θα αφορά το Ελληνικό οικοσύστημα CSR, ESG.
8. MEDICAL & HEALTH ΦΟΡΟΥΜ B2B.
9. Προτείνουμε στην Ν.Δ. τμήμα παραγωγικών τομέων και στο ELEVATE GREECE, την διοργάνωση φόρουμ για τις Ελληνικές Startups.
10. A.I, BLOCKCHAIN, EMERGING EXPONENTIAL TECHNOLOGIES, συνδιοργανώνουμε δίωρες συνεδριακές εκδηλώσεις και αντίστοιχα B2B με συμμετοχή όλων των ηγετών του χώρου που συνδέονται με τον Ελληνισμό.



**USA MONEY SHOW
NEW YORK
WASHINGTON DC**

**28/1/2026-2/2/2026
www.moneyshow.org**

SHORT PRESENTATION NEW YORK GREEN MONEY SHOW & WASHINGTON DC BLUE MONEY SHOW

Το 2026 διοργανώνεται από τον Όμιλο Organotecnica, για 34ο συνεχή χρόνο, το πολιτικοοικονομικό, επενδυτικό, τεχνολογικό, γεωπολιτικό, αμυντικό και χρηματοοικονομικό Πολυσυνέδριο Money Show για την βιώσιμη ανάπτυξη και την προβολή των καινοτόμων επιχειρήσεων και την ανάπτυξη των Ελληνικών και Κυπριακών Περιφερειών και Επαρχιών..

Η διοργάνωση πραγματοποιείται στις 28 Ιανουαρίου 2026 με 2 Φεβρουαρίου 2026 στους συνεδριακούς και γραφειακούς χώρους των JAY SUITES ενώ παράλληλα αξιοποιούμε από πλευράς Ξενοδοχείων τα Sheraton New York, Hyatt, Hilton, Marriott, Intercontinental.

Την διοργάνωση αυτή, έχει αναλάβει, όπως και τα προηγούμενα χρόνια το ORGANOTECNICA GROUP

ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ MONEY SHOW

Το Money Show δεν είναι ούτε μόνο B2B contacts, ούτε ένα συμβατικό Συνέδριο. Είναι ένας πρακτικός συνδυασμός των δύο, προσανατολισμένος επικοινωνιακά στην πρακτική ανάλυση των επενδυτικών, επιχειρηματικών θεμάτων και στη διαμόρφωση επιχειρηματικών επαφών.

Το κοινό του Money Show, είναι εκ των προτέρων απόλυτα ελέγξιμο οργανωτικά, ποιοτικά και ποσοτικά.

Η συμμετοχή στα συνέδρια, δεν ανταποκρίνεται απλά στη λογική της εταιρικής προβολής, αλλά στην οργανωμένη διαδικαστικά δυνατότητα για συζητήσεις ή συμφωνίες με τους πιο σημαντικούς πελάτες κάθε συμμετέχοντος.

Την δυνατότητα στη δυναμική επιχειρηματική αγορά να προβεί σε σφαιρική παρουσίαση όλων των δραστηριοτήτων της.

Την δυνατότητα παρουσίασης των νέων προϊόντων – υπηρεσιών από τους σημαντικότερους επενδυτές ή επενδυτικούς φορείς.

Την δυνατότητα στους ενδιαφερόμενους εκθέτες να γνωρίσουν από κοντά επαγγελματίες, ειδικευμένους σε καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες

Την δυνατότητα στους συνέδρους να προσεγγίσουν άμεσα κάποιους πολύ συγκεκριμένους από τους 500 περίπου ομιλητές του συνεδρίου, που τους ενδιαφέρουν, για συζήτηση συγκεκριμένων συνεργασιών.

Την δυνατότητα στους ομιλητές των συνεδρίων να ενημερώσουν από κοντά, κοινά τα οποία ενδιαφέρονται ζωτικά, όχι για μια φιλολογική, αλλά για μια πρακτικά χρήσιμη ενημέρωση, που θα στηρίζεται σε συγκεκριμένες επενδυτικές εμπειρίες.

Από πλευράς ακροατών των συνεδρίων, δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για τη σφαιρική και έγκυρη ενημέρωσή τους, στο θέμα εκείνο που τους ενδιαφέρει άμεσα.

Από την πλευρά των χορηγών τους παρέχεται η δυνατότητα να "εκμεταλλευθούν", μέσω της χορηγίας τους, το σκηνικό μιας σειράς εκδηλώσεων, που παρουσιάζουν για τους ομιλητές και τους ακροατές άμεσο

επιχειρηματικενδιαφέρον. Επίσης, πέραν της δημιουργίας θετικής εικόνας, προβλέπεται ειδική διαδικασία, χάριν των χορηγών της εκδήλωσης, ώστε να πλησιάσουν όσους από τους συμμετέχοντες τους ενδιαφέρουν.

Ταυτόχρονα με το Κεντρικό Επενδυτικό Συνέδριο, θα υπάρξει μια σειρά παράλληλων εκδηλώσεων για τις οποίες θα χρησιμοποιηθούν ανάλογοι χώροι με βάση τις ανάγκες των πελατών.

Ο Όμιλος Organotecnica διαθέτει ειδική ομάδα έργου για τη διεξοδική συζήτηση των επικοινωνιακών αναγκών κάθε πελάτη, με στόχο την τελική διατύπωση συνολικής πρότασης – μελέτης που να ανταποκρίνεται στις εξειδικευμένες ανάγκες του.

Ταυτότητα συνέδρων, ομιλητών.

Οι σύνεδροι, ομιλητές διακρίνονται σε τρεις ομάδες:

α) Σύνεδροι επί τιμή.

β) Σύνεδροι άμεσου ενδιαφέροντος, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται:

- Ξένοι και Έλληνες επενδυτές,
- Εμπορικοί ακόλουθοι πρεσβειών,
- Στελέχη εκθετών

Όσον αφορά την προσέλευση των συνέδρων, η προσέγγισή μας εστιάζεται στην επίμαχη διαπίστωση ότι η επιτυχία ενός συνεδρίου κρίνεται, μεταξύ άλλων αλλά κατά κύριο λόγο, από την επιλογή των συνέδρων.

Το Money Show απέκτησε επιχειρηματική υπόσταση, αφού ελήφθησαν υπόψη οι εξής παράμετροι:

Το ενδιαφέρον του επενδυτικού κοινού και των φορέων της αγοράς στην Ελλάδα /Κύπρο είτε για χρηματοδοτήσεις, είτε για επενδύσεις, είναι αυξανόμενο και προβλέπεται να κορυφωθεί μετά το 2026.

Η ενημέρωση των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει σήμερα η τοπική και διεθνής αγορά είναι γνωστή σε όλη της την έκταση μόνο στους ειδικούς, ενώ στις περισσότερες περιπτώσεις και στο επενδυτικό κοινό είναι γνωστά μόνο επί μέρους προϊόντα και υπηρεσίες, με αποτέλεσμα πολλά από αυτά να μένουν ανεκμετάλλευτα.

Αντίστοιχα ανεκμετάλλευτες παραμένουν σημαντικές επενδυτικές ευκαιρίες σε επίπεδο Περιφερειών και Δήμων.

Η ενημέρωση των επιχειρήσεων και του κοινού ως προς τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που μπορεί πραγματικά να προσφέρει η τοπική και διεθνής αγορά γίνεται είτε αποσπασματικά μέσω των ΜΜΕ και εξειδικευμένων σεμιναρίων, είτε με διαφημιστική λογική, πριν καν τεθούν οι πραγματικές επενδυτικές βάσεις, που θα

παρέχουν την δυνατότητα υλοποίησης των διαφημιζόμενων υπηρεσιών.

Με βάση τον σχεδιασμό του Money Show, η καινοτομία των B2B Contacts και του συνεδριακού μέρους είναι εμφανής, διότι παρέχει:

α) B2B Contacts

Την δυνατότητα στη δυναμική τοπική, περιφερειακή, εθνική, διεθνή αγορά να προβεί σε σφαιρική παρουσίαση όλων των δραστηριοτήτων της.

Την δυνατότητα παρουσίασης των νέων προϊόντων – υπηρεσιών από τους σημαντικότερους επενδυτές ή επιχειρηματικούς φορείς.

Την δυνατότητα στους ενδιαφερόμενους να γνωρίσουν από κοντά επαγγελματίες, ειδικευμένους σε προϊόντα και υπηρεσίες.

Την δυνατότητα στην αγορά χρήματος να διαφημίσει την παρουσία και τη δυναμικότητα της, μέσω μιας αποκλειστικά δικής της εκδήλωσης, που προβάλλει τον καθοριστικό ρόλο της.

Την δυνατότητα στους χορηγούς να συναντήσουν με προκαθορισμένο ραντεβού όποιον εκ των συνέδρων ή ομιλητών των συνεδρίων τους ενδιαφέρουν.

β) Συνεδριακό μέρος

Την δυνατότητα στους συνέδρους να προσεγγίσουν άμεσα κάποιους πολύ συγκεκριμένους από τους 500 περίπου ομιλητές του συνεδρίου, που τους ενδιαφέρουν, για συζήτηση συγκεκριμένων συνεργασιών.

Την δυνατότητα στους ομιλητές των συνεδρίων να ενημερώσουν από κοντά, κοινά τα οποία ενδιαφέρονται ζωτικά, όχι για μια φιλολογική, αλλά για μια πρακτικά χρήσιμη ενημέρωση, που θα στηρίζεται σε συγκεκριμένες επενδυτικές εμπειρίες.

Από πλευράς ακροατών των συνεδρίων, δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για τη σφαιρική και έγκυρη ενημέρωσή τους, στο θέμα εκείνο που τους ενδιαφέρει άμεσα.

Από την πλευρά των χορηγών τους παρέχεται η δυνατότητα να "εκμεταλλευθούν", μέσω της χορηγίας τους, το σκηνικό μιας σειράς εκδηλώσεων, που παρουσιάζουν για τους ομιλητές και τους ακροατές άμεσο επιχειρηματικό ενδιαφέρον. Επίσης, πέραν της δημιουργίας θετικής εικόνας, προβλέπεται ειδική διαδικασία, χάριν των χορηγών της εκδήλωσης, ώστε να πλησιάσουν όσους από τους συμμετέχοντες τους ενδιαφέρουν.

=====

Υπεύθυνοι διοργάνωσης του Money Show

Ηλίας Φαραγγιτάκης, Πρόεδρος Ομίλου Organotecnica

Μαγκριώτη Άννα, Αντιπρόεδρος Ομίλου Organotecnica

Οργάνωση του Money Show ως σήμερα.

Το Money Show έχει ήδη πίσω του 33 χρόνια σχεδιαστικής και οργανωτικής εργασίας, από ένα επιτελείο αποκλειστικά ή μερικά απασχολούμενων με το έργο αυτό συνεργατών.

Το USA Money Show 2026 απασχολεί, από τον Ιανουάριο του 2025, ένα επιτελείο

8 αποκλειστικά απασχολούμενων με το έργο συνεργατών.

Πέραν του σχεδιαστικού έργου, αναφέρουμε τα σημαντικότερα οργανωτικά έργα:

α) Δημιουργία της Ομάδας Έργου, δύο από τα στελέχη της οποίας είναι μόνιμοι κάτοικοι USA, . β) Διαφημιστικό πρόγραμμα, τηλεοπτικές εμφανίσεις και έμμεσα δημοσιεύματα στον Έλληνικό και Διεθνή Τύπο, με στόχο την προβολή του Ομίλου Organotecnica και του Money Show.

γ) Ερευνά αγοράς και διενέργεια εκατό και πλέον συναντήσεων με τους σημαντικότερους επιχειρηματικούς φορείς στην Ελλάδα, Κύπρο από τον Ιανουάριο, σε χίλιους ειδικά ενδιαφερόμενους επιχειρηματικούς φορείς.

δ) Οργάνωση ταξιδιών στις Βαλκανικές πρωτεύουσες, με αποκλειστικό σκοπό επιχειρηματικές επαφές, για τη μετέπειτα στήριξη του USA Money Show.

Οργάνωση του Money Show από σήμερα μέχρι την ημερομηνία διεξαγωγής του

- | |
|--|
| α)Τελική πρόσκληση ομιλητών,
β) Υπογραφή συμβολαίωνμε χορηγούς,
γ) Κοινοποίηση τελικού ενημερωτικού υλικού προς συνέδρους και εκθέτες. |
| δ) Υλοποίηση του διαφημιστικού προγράμματος.. |
| ε)Τελική ρύθμιση διαδικαστικών λεπτομερειών μεταφοράς συνέδρων –
επισκεπτών Money Show,
στ)Τελική ρύθμιση λεπτομερειών συνεδρίων, |

ζ) Προσκλήσεις επισήμων προσκεκλημένων και εκπροσώπων των Μ Μ Ε.

B2B Contacts. Κατηγορίες των συμμετεχόντων

Οι κατηγορίες των συμμετεχόντων έχουν ως εξής:

α) Χορηγοί.

β) Εταιρείες (Βιομηχανικές, Εμπορικές, Υπηρεσιών) με σημαντική επιχειρηματική και επενδυτική δραστηριότητα στην αγορά, οι οποίες και αντιπροσωπεύονται με εκπρόσωπο τους στα συνέδρια μας. γ) Τράπεζες. δ) Εταιρείες που πρόκειται να ιδιωτικοποιηθούν, ε) Επιμελητήρια και Ενώσεις Επιχειρηματιών, στ) Κρατικοί και κοινωνικοί φορείς,

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ /ΣΥΝΕΔΡΟΙ.

Οι επισκέπτες διακρίνονται στις εξής ομάδες:

α) Έλληνες και ξένοι επενδυτές

β) Έλληνικά και Διεθνή Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

γ) Στελέχη των χορηγών

δ) Υποψήφιοι επενδυτές ε) Επιχειρηματίες.

στ) Εκπρόσωποι της Κυβέρνησης.

Ταυτότητα συνέδρων, ομιλητών.

Οι σύεδροι, ομιλητές διακρίνονται σε τρεις ομάδες:

α) Σύεδροι επί τιμή.

β) Σύεδροι άμεσου ενδιαφέροντος, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται:

- Ξένοι επενδυτές,
- Εμπορικοί ακόλουθοι πρεσβειών,
- Στελέχη εκθετών
- Εκπρόσωποι κυβέρνησης

Όσον αφορά την προσέλκυση των συνέδρων, η προσέγγιση μας εστιάζεται στην επίμαχη διαπίστωση ότι η επιτυχία ενός συνεδρίου κρίνεται, μεταξύ άλλων αλλά κατά κύριο λόγο, από την επιλογή των συνέδρων. Επικοινωνία Χορηγών Money Show

Επικοινωνία

Για πληροφορίες σχετικά με τις εκδηλώσεις USA Money Show, μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μας:

τηλ: 210 89 74 671 – κινητό: 6976 435 232e-mail: organotecnica@icloud.comHeading

New York, Green Money Show

Washington DC, Blue Money Show

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: Ηλίας Φαραγγιτάκης 210-8974671, 6976-435232, e mail: org_usa@icloud.com

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

1.1. Διοργάνωση του New York Green Money Show.

Το μεγαλύτερο επενδυτικό και αναπτυξιακό πολύ-συνέδριο στην Ευρώπη, το MONEY SHOW, έχει μια πορεία 33 ετών με επιτυχημένες διοργανώσεις σε όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Το forum περιλαμβάνει :

- πρόγραμμα από συνεδριακές εκδηλώσεις με θεματολογίες που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα των διαθέσιμων προϊόντων, κοινωνικών υπηρεσιών και πολιτικών, καθώς και
- έκθεση με περίπτερα για προβολή των διαθέσιμων προϊόντων και υπηρεσιών.

Στη διάρκεια του MONEY SHOW Έλληνες κυρίως και ξένοι ειδικοί του χώρου, θα παρουσιάσουν θέματα σχετικά με την τοπική και την περιφερειακή ανάπτυξη στην Ελλάδα Κύρο σήμερα σε επίπεδο Περιφερειών και Επαρχιών..

1.2. Αντικείμενο της Έκθεσης

Το πρόγραμμα των παρουσιάσεων του MONEY SHOW πλαισιώνεται και συμπληρώνεται από την έκθεση B2B των συμμετεχόντων με περίπτερα (stands), η οποία έχει ως βασικό αντικείμενο την προβολή των υπηρεσιών και των προϊόντων που προσφέρονται. Οι εταιρείες που θα προβληθούν με περίπτερο θα προέρχονται από την τοπική και την Περιφερειακή αγορά της Ελλάδας, Κύπρου:

- Θεσμικοί, συντεχνιακοί και επιστημονικοί φορείς
- Αυτοδιοικητικές αναπτυξιακές Εταιρείες
- Εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, Κύπρο
- Κεφαλαιουχικοί φορείς με επενδυτικό ενδιαφέρον για τις Ελληνικές Περιφέρειες.
- Πανεπιστήμια/Εκπαίδευση και Τεχνολογικά εκπαιδευτικά ιδρύματα.
- Πολιτιστικοί φορείς που αναζητούν χρηματοδότες
- Εταιρείες συμβούλων
- Κλαδικός τύπος, τοπικός τύπος οικονομικές εφημερίδες και περιοδικά

Η προβολή των ανωτέρω προϊόντων και υπηρεσιών, έχει δύο όψεις αλληλοσυμπληρούμενες :

A. Την παροχή προς τους εκθέτες της δυνατότητας παρουσίασης κάθε ξεχωριστού 'προϊόντος' τους στους επισκέπτες της έκθεσης, σε περιβάλλον απόλυτα προσαρμοσμένο στο κύρος και το επίπεδο αυτού του τομέα, μέσω :

- της διοργάνωσης της έκθεσης σε χώρο προσήκοντα στο αναμενόμενο επίπεδο επαφών
- της εξασφάλισης των απαραίτητων διευκολύνσεων για την απρόσκοπτη διεξαγωγή των συζητήσεων εκθετών με επισκέπτες και την προσέλευση και κίνηση των ενδιαφερομένων στο χώρο της έκθεσης.

B. Την παροχή στους εκθέτες της δυνατότητας ομαδικής παρουσίασης των προϊόντων και υπηρεσιών, με στόχο την προώθηση ολοκληρωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών καθώς και μια πιο ολοκληρωμένη ενημέρωση του κοινού.

Γ. Την παροχή προς κάθε ενδιαφερόμενο πλήρους και σφαιρικής ενημέρωσης για τις σημερινές τάσεις και προσφερόμενες υπηρεσίες και προϊόντα, εν' όψει μάλιστα των ραγδαίων εξελίξεων που επέρχονται στις διεθνείς αγορές.

1.3. Αντικείμενο και λόγος ύπαρξης του Forum. Η θεωρητική προσέγγιση.

Η υπόθεση της οικονομικής ανάκαμψης, των διαρθρωτικών αλλαγών και των οικονομικών μεταρρυθμίσεων πρέπει να επεκταθεί από την Κεντρική Διοίκηση προς τις Περιφέρειες και τους Δήμους της χώρας.

Η επίλυση των οικονομικών προβλημάτων, η εμπέδωση κλίματος διεθνούς οικονομικής αξιοπιστίας και η αναστροφή της οικονομικής ύφεσης πρέπει να γίνει «προσωπικό στοίχημα» των περιφερειαρχών, δημάρχων, όλων των εκπροσώπων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Η αποτελεσματική αναστροφή του εξαιρετικά δυσμενούς διεθνούς επενδυτικού και επιχειρηματικού κλίματος – που πλήττει στο σύνολό τους τις Περιφέρειες της χώρας – μπορεί να αλλάξει με την αποφασιστική παρέμβαση της Τοπικής και της Περιφερειακής Αυτοδιοίκησης.

2. ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

2.1. Η Περιφερειακή και Δημοτική Οικονομία & Αγορά στην Ελλάδα

Οι Δήμοι και οι Περιφέρειες – που αποτελούν τον πρώτο και δεύτερο βαθμό Τοπικής Αυτοδιοίκησης – για να αντιμετωπίσουν τα σοβαρά οικονομικά προβλήματα των νοικοκυριών και επιχειρήσεων χρειάζεται να εντείνουν τις προσπάθειές τους σε τρία κύρια επίπεδα:

1. Πολιτικές οικονομικής εξυγίανσης των Δήμων και Περιφερειών.

Μέσα σε συνθήκες ύφεσης και μακροχρόνιας αδυναμίας της Πολιτείας να συνεχίσει να ενισχύσει την Τοπική Αυτοδιοίκηση, οι Περιφέρειες και οι Δήμοι οφείλουν:

- Να προχωρήσουν στην οικονομική εξυγίανση τους μέσα από τη συνεχή συμπίεση των δαπανών τους και όχι με τη μετακύλιση τους απευθείας στους Δημότες.
- Να εφαρμόσουν πολιτικές οικονομικής εξυγίανσης αξιοποιώντας τις εμπειρίες των Επιχειρήσεων για εξορθολογισμό των δαπανών τους μέσω της συνεχούς βελτίωσης των λειτουργιών, της αύξησης της παραγωγικότητας ανά απασχολούμενο και της παροχής δημοτικών υπηρεσιών με το χαμηλότερο δυνατό κόστος για τους Δημότες.
- Να ετοιμάσουν προγράμματα αξιοποίησης των περιουσιακών στοιχείων που διαθέτουν μέσα από διαδικασίες «πλήρους διαφάνειας», ώστε να βελτιώσουν ταχύτερα την οικονομική τους κατάσταση.

2. Κοινωνικές πολιτικές σε όφελος των ευπαθών ομάδων του πληθυσμού.

Η αποτελεσματικότητα των πολιτικών κοινωνικής αλληλεγγύης συνδέεται με την:

- Ικανότητα των Δήμων να εξοικονομούν πόρους μέσα από την οικονομική εξυγίανσή τους και τον εξορθολογισμό των εσόδων και των δαπανών.
- Αξιοποίηση της δημοτικής περιουσίας.
- Πολιτικές πολλαπλής στήριξης της Επιχειρηματικότητας και ενθάρρυνσης των Ιδιωτικών Επενδύσεων, που δημιουργούν εισοδήματα και αποφέρουν (άμεσα ή έμμεσα) αυξημένα έσοδα στους Δήμους και στους Δημότες.

3. Πολιτικές για την υποστήριξη της Οικονομικής Ανάπτυξης και ενθάρρυνση και προσέλκυση Ιδιωτικών Επενδύσεων σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση οφείλει να συμβάλλει στην Ανάκαμψη της Εθνικής Οικονομίας και στη δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων για δημιουργία των κατάλληλων προϋποθέσεων για Βιώσιμη Οικονομική Ανάπτυξη, μέσω της πολλαπλής στήριξης της Επιχειρηματικότητας και των Ιδιωτικών επενδύσεων.

Οι διεθνείς εμπειρίες:

Η επίτευξη αυτού του Κεντρικού Στρατηγικού Στόχου δεν μπορεί να γίνει με πειραματισμούς ή ξεπερασμένες οικονομικές πολιτικές και «δόγματα», αλλά με βάση τις διεθνείς εμπειρίες και πρακτικές. Συγκεκριμένα:

- Πολλές περιφέρειες χωρών από τις πιο αναπτυγμένες στον κόσμο εφαρμόζουν Στρατηγικά Σχέδια για τον οικονομικό μετασχηματισμό τους και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του παραγωγικού δυναμικού τους με χρονικό ορίζοντα το 2035, το 2040 ή και το έτος ...2060.
- Στο επίκεντρο αυτών των μακροχρόνιων προσπαθειών βρίσκονται οι εξής Κύριοι Στόχοι:

- ⇒ Δημιουργία ιδιαίτερα ευνοϊκού περιβάλλοντος για τις υφιστάμενες επιχειρήσεις και συνεχείς προσπάθειες για προσέλκυση και άλλων επιχειρήσεων.
- ⇒ Ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων, των φυσικών πόρων για αξιοποίηση κλπ προκειμένου να προσελκυσθούν ιδιωτικές επενδύσεις που δημιουργούν θέσεις απασχόλησης και νέα εισοδήματα.
- ⇒ Πολιτικές για την ενίσχυση των Καινοτομιών και Τεχνολογιών σε περιφερειακό επίπεδο, ώστε αυτές να αξιοποιηθούν από τις επιχειρήσεις και να προσελκυσθούν ιδιωτικά επενδυτικά κεφάλαια.
- ⇒ Υποστήριξη του οικονομικού μετασχηματισμού των Περιφερειών ώστε να ενισχύεται συνεχώς η διεθνής ανταγωνιστικότητά τους με μετρήσιμους όρους.

Σε γενικές γραμμές οι Περιφέρειες στις περισσότερο αναπτυγμένες χώρες εφαρμόζουν:

- ◆ Στρατηγικές Οικονομικής Ανάπτυξης που έχουν ως «ακρογωνιαίο λίθο» την πολλαπλή υποστήριξη του Επιχειρηματικού Δυναμικού, ώστε αυτό να γίνεται διεθνώς ολοένα και πιο ανταγωνιστικό...
- ◆ Περιφερειακές πολιτικές και δράσεις με την Επιχειρηματικότητα να αποτελεί τη βασική κινητήρια δύναμη για τη δημιουργία «Οικονομικά Βιώσιμων Περιφερειών του Μέλλοντος».
- ◆ Πολιτικές και δράσεις με μετρήσιμα αποτελέσματα σε συγκεκριμένες ημερομηνίες και με έμφαση στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των Περιφερειών μέσα στην παγκόσμια αγορά.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να τονισθούν ακόμη τα ακόλουθα:

- Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή από τα τέλη του 2010 έχει υιοθετήσει ένα νέο δείκτη – τον Regional Competitiveness Index – με σκοπό τη μέτρηση της ανταγωνιστικότητας των Περιφερειών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Σε σχέση με το παρελθόν η διεθνής εμπειρία δείχνει ότι:
 - ⇒ Τα Προγράμματα Περιφερειακής Ανάπτυξης εστιάζονταν περισσότερο στην αποτελεσματική προστασία του Περιβάλλοντος και κυρίως στην κοινωνική σύγκλιση με ενισχυμένες περιβαλλοντικές και κοινωνικές πολιτικές και λιγότερο σε οικονομικές πολιτικές και τις επενδύσεις.
 - ⇒ Τώρα τα Προγράμματα Περιφερειακής Ανάπτυξης εστιάζονται περισσότερο στον οικονομικό μετασχηματισμό και στην πολύπλευρη ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας, ώστε μέσω της αύξησης του Ακαθάριστου Περιφερειακού Εισοδήματος από επιχειρηματικές δραστηριότητες να υποστηρίζονται πιο αποτελεσματικά οι πολιτικές «κοινωνικής συνοχής».
 - ⇒ Στο παρελθόν πρωταρχική προτεραιότητα είχαν οι δημόσιες επενδύσεις λόγω της αναγκαιότητας κάλυψης πολλαπλών αναγκών των Περιφερειών. Τώρα στο επίκεντρο των Στρατηγικών πάρα πολλών Περιφερειών – κυρίως λόγω έλλειψης δημοσίων πόρων – βρίσκονται πολιτικές προσέλκυσης Ιδιωτικών Επενδύσεων, μέσω των οποίων μπορούν να αναπτυχθούν επιχειρήσεις που θα δημιουργούν νέα εισοδήματα και βιώσιμες θέσεις εργασίας.

Μια τέτοια Στρατηγική για την Ελληνική Τοπική Αυτοδιοίκηση – που θα βάζει στο επίκεντρο των πολιτικών της την Ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας και την υλοποίηση μεγάλων Ιδιωτικών Επενδύσεων – είναι «μονόδρομος» για τους εξής λόγους:

- Για πάρα πολλά χρόνια το Ελληνικό Δημόσιο θα αδυνατεί να ενισχύει μονομερώς την Τοπική Αυτοδιοίκηση για να ασκούν τις κοινωνικές πολιτικές τους.
- Οι δημόσιες επενδύσεις και, κυρίως, τα μικρά περιφερειακά και δημοτικά έργα θα είναι περιορισμένες.
- Οι οικονομικές δυσκολίες των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων θα αποτελούν ανυπέρβλητα εμπόδια έστω και για συγκρατημένες αυξήσεις των δημοτικών εσόδων.
- Η πιστοληπτική ικανότητα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης – σχεδόν στο σύνολό της – θα εξακολουθήσει να παραμένει αρνητική για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα, δημιουργώντας μεγάλα εμπόδια στην αύξηση των δαπανών και των επενδύσεων.

Λύσεις στα προβλήματα του παραγωγικού και οικονομικού δυναμικού (επιχειρήσεων και νοικοκυριών) των Περιφερειών μπορούν να εξασφαλίσουν πολιτικές που θα δημιουργούν ένα πολύ ελκυστικό περιβάλλον για τις επιχειρήσεις και τους υποψήφιους επενδυτές.

Στο επίκεντρο των προσπαθειών των Περιφερειαρχών θα πρέπει να είναι:

Μια Στρατηγική για το μετασχηματισμό των Περιφερειών σε σύγχρονες Περιφέρειες, που θα στηρίζουν την ανάπτυξη και την ευημερία τους από επιχειρήσεις ιδιωτικές επενδύσεις που θα χαρακτηρίζονται από:

- Δυναμισμό.
- «Εξωστρέφεια».
- Καινοτόμες επιχειρηματικές μεθόδους.
- Υψηλό βαθμό εξειδίκευσης προϊόντων και υπηρεσιών κλπ

Μέσω μιας Στρατηγικής που θα περιλαμβάνει σειρά πολιτικών και δράσεων για την προσέλκυση επιχειρήσεων και ιδιωτικών επενδύσεων μπορούν να δημιουργηθούν «περιφερειακοί αναπτυξιακοί πόλοι» που θα δημιουργούν νέα περιφερειακά εισοδήματα και υψηλά επίπεδα απασχόλησης.

Στρατηγικές Προτεραιότητες για την ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας και των Επενδύσεων

Το «σύγχρονο Όραμα» – για Οικονομικά Βιώσιμες Περιφέρειες και Τοπικές Κοινωνίες που θα εξασφαλίζουν πολύ μεγάλη «κοινωνική συνοχή» – για να γίνει πραγματικότητα προϋποθέτει τη δημιουργία σημαντικών «κινήτρων» και «συγκριτικών πλεονεκτημάτων», που θα καταστήσουν τις Περιφέρειες ιδιαίτερα ελκυστικές για μεγάλο αριθμό σύγχρονων και δυναμικών επιχειρήσεων και ιδιωτών επενδυτών με μακροχρόνιο επενδυτικό ορίζοντα.

Σε γενικές γραμμές – και ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της κάθε περιφέρειας – οι μακροπρόθεσμες Στρατηγικές Προτεραιότητες των Περιφερειών θα πρέπει να είναι:

1. Προώθηση πολιτικών που θα έχουν ως Στρατηγικό Στόχο το μετασχηματισμό της Περιφερειακής Οικονομίας σε μια διεθνώς ανταγωνιστική, διαφοροποιημένη και βιώσιμη περιφερειακή οικονομία.
2. Ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των διαφόρων κοινωνικο-επαγγελματιών ομάδων, επιχειρήσεων, ενδιαφερομένων μερών κλπ για την προώθηση Αλλαγών που θα βελτιώνουν συνεχώς:
 - την επιχειρηματικότητα,
 - το επενδυτικό περιβάλλον,
 - το επίπεδο απασχόλησης και
 - την Κοινωνική Ευημερία.
3. Ενίσχυση της αλληλεγγύης και αλληλοκατανόησης μεταξύ των μελών των Τοπικών Κοινωνιών για την:
 - αντιμετώπιση των σημαντικών κοινωνικών προβλημάτων που γεννάει η μακροχρόνια ανεργία, προκειμένου να αποφευχθούν φαινόμενα κοινωνικής απομόνωσης και οικονομικού αποκλεισμού και
 - συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων μερών για την προώθηση αλλαγών που θα ενισχύουν την Πραγματική Οικονομία και την Παραγωγικότητα.
4. Ανάπτυξη της «επιχειρηματικής κουλτούρας και ηθικής», που αποτελούν «κινήτριες δυνάμεις» για ανάπτυξη του υγιούς ανταγωνισμού σε όφελος των καταναλωτών και για την άσκηση πολιτικών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης.
5. Ενθάρρυνση της στενής συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων της Περιφέρειας για την επίτευξη κοινών επιχειρηματικών στόχων για πραγματοποίηση εσωτερικών και εξωτερικών οικονομικών κλίμακας, για την υλοποίηση κοινών επενδυτικών σχεδίων, ενθάρρυνση της ανάπτυξης joint ventures με επιχειρήσεις από άλλες Περιφέρειες της χώρας ή από άλλες χώρες κλπ.
6. Δημιουργία ενός «πολύ θετικού κλίματος» στις Τοπικές Κοινωνίες έναντι των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που θα χαρακτηρίζονται από δημιουργικότητα, καινοτόμες ιδέες, υψηλό κύρος κλπ που είναι κύριες προϋποθέσεις για να προωθηθούν ή προσελκυσθούν επενδύσεις.
7. Συνεχής έμφαση στις Επενδύσεις για το Ανθρώπινο Δυναμικό, μακροχρόνια πολιτική που θα κινείται σε δύο κεντρικούς άξονες:
 - Βελτιστοποίηση της ποιότητας των υπηρεσιών ολόκληρου του Εκπαιδευτικού Συστήματος της Περιφέρειας, ώστε οι νέοι να αποκτήσουν όλες εκείνες τις γνώσεις, ηθικές αρχές, κλπ που θα τους επιτρέψουν να ενταχθούν ταχύτερα μέσα στην Παραγωγική Οικονομία.
 - Επενδύσεις για βελτίωση του επιπέδου των γνώσεων, της εξειδίκευσης και της ικανότητας αφομοίωσης των πλέον σύγχρονων τεχνολογιών κλπ, ώστε οι άνθρωποι, το επανακαρτιζόμενο Ανθρώπινο Δυναμικό, τα στελέχη κλπ να μπορούν με απόλυτη επάρκεια να πληρώνουν τις θέσεις εργασίας που απαιτούν οι σύγχρονες, δυναμικές και καινοτόμες επιχειρήσεις.
8. Ανάδειξη της Έρευνας και των Καινοτομιών ως «βασικών εργαλείων» για τη δημιουργία βιώσιμων επιχειρήσεων και ισχυρής περιφερειακής οικονομίας. Αυτός ο επιμέρους Στρατηγικός Στόχος μπορεί να επιτευχθεί μέσω της στενής συνεργασίας των Περιφερειών με Πανεπιστήμια και ΤΕΙ και με επιχειρήσεις με αμοιβαία οφέλη για όλες τις συμμετέχουσες πλευρές.
9. Αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης και υποστήριξη προσπάθειών για δημιουργία θέσεων εργασίας που θα εξασφαλίζουν καλλίτερες αποδοχές.

10. Βελτίωση των συνθηκών υγείας, ασφάλειας και ευημερίας με την καλλίτερη αξιοποίηση των υφισταμένων υποδομών και με το χαμηλότερο δυνατό κόστος για το Κοινωνικό Σύνολο.
11. Ενίσχυση της οικονομικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας μέσω της παροχής αποτελεσματικών δημόσιων υπηρεσιών κοινής ωφέλειας.
12. Προώθηση πολιτικών στον τομέα της κατοικίας που θα εξασφαλίζουν μεγαλύτερη λειτουργικότητα των μικρών και μεγάλων αστικών κέντρων και των οικισμών, επάρκεια και καταλληλότητα κατοικιών για τις οικογένειες ανάλογα με τις εισοδηματικές ικανότητές τους με μέτρα που θα ενθαρρύνουν μια προγραμματισμένη οικιστική ανάπτυξη με το χαμηλότερο δυνατό κόστος για τους τελικούς χρήστες.
13. Ενίσχυση της κινητικότητας του ανθρώπινου δυναμικού μέσω της βελτίωσης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και των υποδομών μεταφορών με το χαμηλότερο δυνατό κόστος και με τη μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια, λαμβάνοντας ιδιαίτερα υπόψη τις ανάγκες των επιχειρήσεων και των εργαζομένων.
14. Υποστήριξη πολιτικών για καθαρή και επαρκή ενέργεια με το χαμηλότερο δυνατό κόστος παραγωγής και συνεχή, βελτίωση της ποιότητας της παρεχόμενης ενέργειας σε επιχειρήσεις και νοικοκυριά.
15. Διαρκής ενημέρωση και ευαισθητοποίηση επιχειρήσεων και πολιτών για την ενίσχυση των «πράσινων υποδομών» της Περιφέρειας.
16. Ενθάρρυνση και υποστήριξη πολιτικών για τη διαφύλαξη και βελτίωση των διαθέσιμων φυσικών και πολιτιστικών πόρων και των αγροτικών εκτάσεων μέσω της:
 - βελτιστοποίησης των λειτουργιών των αστικών κέντρων,
 - ανάπτυξη των μεικτών χρήσεων για τις διαθέσιμες εκτάσεις με σκοπό την αύξηση του συνολικού οικονομικού οφέλους από διάφορες αγροτικές ή μεικτές οικονομικές δραστηριότητες,
 - ανάπτυξης της ανακύκλωσης,
 - διαφύλαξης των ιστορικών και πολιτιστικών μνημείων κλπ.
17. Ενθάρρυνση των νέων και άλλων ενδιαφερομένων για τη μεγαλύτερη δυνατή αξιοποίηση αγροτικών εκτάσεων και την ανάπτυξη μιας σύγχρονης αγροτικής οικονομίας.
18. Ενθάρρυνση και υποστήριξη της Νεανικής Επιχειρηματικότητας.
19. Μεγαλύτερη περιβαλλοντική προστασία των ακτογραμμών και των θαλασσών που αποτελούν βασική πηγή κοινωνικού πλούτου και ανάπτυξης τουριστικών δραστηριοτήτων.
20. Διαφύλαξη και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς.
21. Βελτίωση της λειτουργικότητας των δημοσίων υπηρεσιών κλπ με καλλίτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση επιχειρήσεων και πολιτών.

Η αναγκαιότητα του Περιφερειακού Προγραμματισμού

Οι Στρατηγικές Προτεραιότητες για να γίνουν πραγματικότητα χρειάζεται να ενταχθούν σε Προγράμματα Περιφερειακής Ανάπτυξης που, σε γενικές γραμμές, θα περιλαμβάνουν:

- Συγκεκριμένους Στόχους που θα πρέπει να επιτευχθούν μέσα σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους.
- Οι πολιτικές και τα μέτρα που θα επιτρέψουν την επίτευξη των διαφόρων Στόχων, αλλά οι οποίες έχουν διαφορετικές προτεραιότητες, ανάλογα με τις ανάγκες που πρέπει να αντιμετωπισθούν.
- «Δέσμευση» των αρχών ότι θα πετύχουν τους Στόχους.
- Ρεαλιστικούς Προϋπολογισμούς που θα είναι δημόσια γνωστοί και ελεγκτέοι από αρμόδιους φορείς.
- Μετρήσιμους δείκτες των επιτυγχανομένων επιδόσεων ανά Στρατηγική Προτεραιότητα.
- Βέλτιστες Πρακτικές και Αναφορές με βάση άλλες Περιφέρειες, κυρίως σε σύγκριση με εκείνες τις Περιφέρειες της Ευρώπης που πετυχαίνουν τις καλλίτερες επιδόσεις (Best Practices και Benchmarking).
- Διαφάνεια και Δημοσιότητα σε ότι αφορά τις επιτυγχανόμενες Επιδόσεις – αποτελώντας και βάση αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας των περιφερειακών και δημοτικών αρχών.

- Ετήσιες Εκθέσεις Προόδου, στις οποίες με αντικειμενικότητα θα περιγράφονται επιδόσεις και υστερήσεις κλπ.

Υπογραμμίζεται ότι – παρά τις επιμέρους διαφορές που εμφανίζουν τα Στρατηγικά Σχέδια των Περιφερειών αναπτυγμένων χωρών – κοινά χαρακτηριστικά τους είναι:

- ⇒ Πριν από την κατάρτιση του Στρατηγικού Σχεδίου για την Περιφερειακή Οικονομική Ανάπτυξη προηγείται ένας πολύ μεγάλος διάλογος μεταξύ των stakeholders, ώστε να εξασφαλισθεί η μέγιστη δυνατή συναίνεση.
- ⇒ Στη διάρκεια του ανοικτού διαλόγου και πριν από τις διαβουλεύσεις χρησιμοποιούνται εξωτερικοί σύμβουλοι καθολικής αποδοχής και καταξιωμένοι που ετοιμάζουν μελέτες, με βάση τις οποίες καταρτίζεται το Πρόγραμμα Οικονομικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας.
- ⇒ Στο επίκεντρο των Προγραμμάτων βρίσκονται οι πολιτικές για τον εκσυγχρονισμό του παραγωγικού δυναμικού της Περιφέρειας, την υποστήριξη των υφισταμένων επιχειρήσεων – ώστε να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικές και να αναπτυχθούν περισσότερο – και να δημιουργηθεί το κατάλληλο περιβάλλον για να προσελκυσθούν νέες επενδύσεις και να τεθούν οι βάσεις για ανάπτυξη νέων καινοτόμων επιχειρήσεων.

Τα Προγράμματα Περιφερειακής Ανάπτυξης είναι ζωτικής σημασίας «εργαλεία» προκειμένου να επιτευχθούν οικονομικοί, περιβαλλοντικοί, κοινωνικοί και πολιτιστικοί στόχοι μέσα από σαφώς καθορισμένες ρεαλιστικές πολιτικές με τη μέγιστη δυνατή αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού και των διαθέσιμων πόρων της κάθε Περιφέρειας σε καθορισμένες χρονικές περιόδους.

Ειδικότερα, οι μελέτες που γίνονται για την κατάρτιση των Προγραμμάτων Περιφερειακής Ανάπτυξης έχουν τους εξής, ενδεικτικά αναφερόμενους, επιμέρους στόχους:

- Εντοπισμός των σημαντικών οικονομικών, περιβαλλοντικών κλπ πόρων της Περιφέρειας προκειμένου αυτοί να διαφυλαχθούν, διατηρηθούν ή αναπτυχθούν.
- Καθορισμός των κατάλληλων πολιτικών (κυρίως πολιτικές κινήτρων), μέσω των οποίων θα επιτευχθεί οικονομική ανάπτυξη, αύξηση της απασχόλησης, ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, της αγροτικής οικονομίας κλπ στο πλαίσιο μιας παγκοσμιοποιημένης αγοράς.
- Χωροθέτηση των διαφόρων εκτάσεων ανάλογα με την κύρια χρήση της κάθε έκτασης, προκειμένου να καλυφθούν ανάγκες για καλλιέργεια γης, ανάπτυξη σύγχρονων εμπορικών κέντρων, βιοτεχνικών πάρκων, πραγματοποίηση έργων υποδομών, συγκέντρωση επιχειρήσεων κλπ.

Τα Προγράμματα Περιφερειακής Ανάπτυξης, για να είναι αποτελεσματικά και καθολικής αποδοχής, θα πρέπει είναι απόλυτα συνδεδεμένα και να ταυτίζονται με τα γενικά συμφέροντα και τις επιδιώξεις μικρών ή μεγάλων Τοπικών Κοινωνιών.

Οι 11 Πυλώνες για την Οικονομική Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα των Περιφερειών



ΠΟΣΟ ΜΑΚΡΙΑ ΒΛΕΠΕΤΕ...

2030?
Vision 2030-Greek Regional Net

2035?
Hellenism-Beyond Country Risk

2041?
Unicorn 2041-Beyond Hellenism

ΓΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΟΥΣ ΠΟΥ ΤΟ 2030 ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΣΗΜΕΡΑ +30 6976-435232

Η αποτελεσματική καταπολέμηση της μακροχρόνιας ανεργίας και η δημιουργία νέων εισοδημάτων και βιώσιμων θέσεων απασχόλησης περνάει μέσα από την αναδιάρθρωση του επιχειρηματικού δυναμικού και την υιοθέτηση «νέων αναπτυξιακών μοντέλων».

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση καλείται να παίξει ένα πολύ σημαντικό ρόλο στη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη των Περιφερειών με την κατάλληλη χρησιμοποίηση «μοντέλων» που συμβάλλουν στη δημιουργία του πλεόν «φιλικού κλίματος» για τις επιχειρήσεις και τους επενδυτές.

Η Βιώσιμη Περιφερειακή Ανάπτυξη εξασφαλίζεται με την χρησιμοποίηση «εργαλείων» που – έμμεσα ή άμεσα – θα στηρίζουν πολύπλευρα την Επιχειρηματικότητα, τις Καινοτομίες και τις Επενδύσεις εκσυγχρονισμού.

Τα «εργαλεία για οικονομική ανάπτυξη» – που δύνανται να αξιοποιήσει η Τοπική Αυτοδιοίκηση και κυρίως οι Περιφέρειες – περιγράφονται στο δείκτη Regional Competitiveness Index (RCI), που αποτελεί καρπό της συνεργασίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Joint Research Centre. Ο σχετικός δείκτης στοχεύει στη μέτρηση της ανταγωνιστικότητας των Περιφερειών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, προκειμένου να ασκηθούν ή υποστηριχθούν περιφερειακές πολιτικές που θα ενισχύουν συνολικά τη θέση της Ε.Ε. στην παγκόσμια αγορά.

Ο νέος δείκτης RCI – που άρχισε να χρησιμοποιείται από τα τέλη του 2010 – με την ανταγωνιστικότητα της κάθε περιφέρειας με βάση τις επιδόσεις που πετυχαίνουν στους 11 πυλώνες, ανάμεσα στους οποίους σημαντική θέση κατέχουν οι καινοτομίες και τεχνολογικές ικανότητες, η αποτελεσματικότητα των υπηρεσιών υγείας, το επίπεδο ανάπτυξης των υποδομών μεταφορών και επικοινωνίας κλπ.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να υπογραμμισθεί ότι ο δείκτης RCI βασίζεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στον ευρύτατα γνωστό και καταξιωμένο Global Competitiveness Index (GCI) που μετράει, κατατάσσει και αξιολογεί τη διεθνή ανταγωνιστικότητα 144 χωρών και καταρτίζεται από το World Economic Forum, με έδρα την Ελβετία.

Οι κινητήριες δυνάμεις της Ανάπτυξης

Οι «πυλώνες» της περιφερειακής ανάπτυξης στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι έντεκα (11) που ταξινομούνται σε τρεις (3) ομάδες και περιλαμβάνονται στο δείκτη. Οι τρεις Ομάδες του Regional Competitiveness Index (RCI) είναι:

1. Οι Βασικοί Πυλώνες

αποτελούν τις κύριες κινητήριες δυνάμεις όλων των Οικονομιών, είναι οι πιο σημαντικοί για τις λιγότερο αναπτυγμένες περιφέρειες και περιλαμβάνουν την:

- (1) Ποιότητα των Θεσμών,
- (2) Μακροοικονομική Σταθερότητα,
- (3) Υποδομές,
- (4) Υγεία και
- (5) Ποιότητα Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης.

2. Οι Πυλώνες της Αποτελεσματικότητας περιλαμβάνουν:

- (6) την Ανώτερη Παιδεία,
- (7) την Αποτελεσματικότητα της Αγοράς Εργασίας και
- (8) το Μέγεθος Αγοράς.

3. Οι Πυλώνες της Καινοτομίας είναι πολύ σημαντικές για τις μεσαίου επιπέδου και, πρωτίστως, για τις πολύ προηγμένες περιφέρειες και περιλαμβάνουν:

- (9) την Τεχνολογική Ετοιμότητα.,
- (10) τις πολύ Προηγμένες και Πολυσύνθετες Επιχειρηματικές Δραστηριότητες (Business Sophistication) και
- (11) τις Καινοτομίες.

Αυτό που πρέπει να γίνει κατανοητό είναι ότι, στις περισσότερο αναπτυγμένες χώρες (ΗΠΑ, Γερμανία, Καναδάς, Αυστραλία κλπ.) καταρτίζονται μακροχρόνια Περιφερειακά Αναπτυξιακά Προγράμματα που έχουν συγκεκριμένους Στρατηγικούς Αναπτυξιακούς Στόχους, επισημαίνοντας ότι:

- Οι Στρατηγικοί Αναπτυξιακοί Στόχοι είναι μετρήσιμοι και για την υλοποίησή τους υπάρχει μια διαρκής κινητοποίηση όλων των εμπλεκόμενων φορέων: Περιφερειών, Δήμων, επιχειρηματιών, πολιτών, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων κλπ. προκειμένου να υπάρχουν ορατά αποτελέσματα από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders).
- Τα Περιφερειακά Αναπτυξιακά Προγράμματα επικεντρώνονται πλέον στην ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της κάθε Περιφέρειας, προκειμένου να δημιουργηθούν νέες βιώσιμες θέσεις εργασίας. Ο χρονικός ορίζοντας των Περιφερειακών Προγραμμάτων (τα Οράματα) είναι για πέντε ή δέκα χρόνια ενώ εκτείνονται μέχρι το έτος 2035 ή το ... 2050.
- Η πολύπλευρη ενίσχυση, ενθάρρυνση και προστασία της Επιχειρηματικότητας και των Επενδύσεων Εκσυγχρονισμού αποτελούν την «καρδιά» των Περιφερειακών Προγραμμάτων και αποτελούν «μονόδρομο» για να βελτιωθεί η διεθνής ανταγωνιστικότητα των Περιφερειών. Ανεξάρτητα από τις ποιοτικές, πολιτιστικές, κοινωνικές κλπ διαφορές σχεδόν το σύνολο των Περιφερειακών Προγραμμάτων επικεντρώνεται στην ενίσχυση της διεθνούς

ανταγωνιστικότητας των υφιστάμενων επιχειρήσεων, υποστήριξη της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων και στην πολύπλευρη προστασία των υποψηφίων επενδυτών.

Η οικονομική σημασία των Πυλώνων

Σε ότι αφορά τη σημασία των Πυλώνων για την Περιφερειακή Οικονομική Ανάπτυξη επισημαίνονται τα ακόλουθα:

1. Οι Πυλώνες αποτελούν τους κύριους ή βασικούς «μοχλούς», «εργαλεία» κλπ προκειμένου να κινητοποιηθούν το Ανθρώπινο Δυναμικό, οι επιχειρήσεις, οι μηχανισμοί της Τοπικής Αυτοδιοίκησης κλπ και όλοι οι διαθέσιμοι πόροι των Περιφερειών, ώστε να επιτυγχάνονται σταδιακά συγκεκριμένοι – μετρήσιμοι Αναπτυξιακοί Στόχοι.
2. Οι Πυλώνες έχουν ως Κεντρικό Στρατηγικό Στόχο να συμβάλλουν στη δημιουργία των βέλτιστων συνθηκών για την Ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας και την πραγματοποίηση Επενδύσεων Εκσυγχρονισμού σε περιφερειακό επίπεδο, ώστε να δημιουργηθούν ισχυρές και διεθνώς ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που θα εξασφαλίζουν εισοδήματα, βιώσιμες θέσεις εργασίας κλπ και θα αποτελούν τις κύριες δυνάμεις για την προώθηση της Οικονομικής και Κοινωνικής Ευημερίας στις περιφέρειες.
3. Οι Πυλώνες της Περιφερειακής Οικονομικής Ανάπτυξης συμπληρώνουν και υποστηρίζουν πολλαπλά τους Κεντρικούς Πυλώνες για την Εθνική Οικονομική Ανάπτυξη.

Συγκεκριμένα, οι Περιφερειακοί Πυλώνες:

- Συμβάλλουν ενεργά στις προσπάθειες που καταβάλλει η Κεντρική Διοίκηση για τη συνολική βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της χώρας με διάφορες πολιτικές: αναπτυξιακοί νόμοι, φορολογικό καθεστώς, μακροοικονομική σταθερότητα, «διαφάνεια», κλπ.
- Εξειδικεύονται στην προώθηση της Οικονομικής Ανάπτυξης των Περιφερειών μέσω της κινητοποίησης των παραγωγικών δυνάμεων, του Ανθρώπινου Δυναμικού κλπ των Περιφερειών.
- Κινητοποιούν σε περιφερειακό, δημοτικό και τοπικό επίπεδο τον οικονομικό πληθυσμό, τις επιχειρήσεις, τις δημόσιες υπηρεσίες κλπ γύρω από συγκεκριμένα Προγράμματα Περιφερειακής Ανάπτυξης, εξασφαλίζοντας τη μέγιστη δυνατή συναίνεση των Πολιτών.
- Προωθούν την διαπεριφερειακή συνεργασία μέσω του συντονισμού των προσπάθειών για υλοποίηση κοινών έργων και δράσεων (που συνδέονται με τους Περιφερειακούς Πυλώνες), όπως είναι για παράδειγμα η προώθηση μεγάλων έργων υποδομών, προώθηση μεγάλων κοινών επενδυτικών σχεδίων, κλπ.
- Υλοποιούν πολιτικές και δράσεις σε περιφερειακό επίπεδο για τη δημιουργία ενός καλλίτερου «κλίματος» ενθάρρυνσης, διευκόλυνσης και προστασίας των επενδύσεων με πολλαπλά οφέλη για τις τοπικές επιχειρήσεις, τους εργαζόμενους κλπ.
- Ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα του εγχώριου παραγωγικού δυναμικού συμβάλλοντας – πέρα από τα άμεσα οφέλη για τις Τοπικές Κοινωνίες – συμβάλλοντας άμεσα και στην ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της χώρας.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται συνοπτικά οι 11 Πυλώνες, που μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμα «εργαλεία ανάπτυξης» από τις Περιφέρειες και τους Δήμους, προκειμένου να επιτευχθούν οι εξής επιμέρους Στόχοι και Δράσεις:

- μελέτες εκσυγχρονισμού του περιφερειακού επιχειρηματικού δυναμικού.
- προγράμματα κατάρτισης και εξειδίκευσης του Ανθρώπινου Δυναμικού της περιφέρειας.
- εκσυγχρονισμός του συνόλου του εκπαιδευτικού συστήματος για να προχωρήσουν αλλαγές που θα συμβάλλουν αποφασιστικά στη βελτίωση της αποδοτικότητας και παραγωγικότητας των εργαζομένων.
- δημιουργία του κατάλληλου «κλίματος», θεσμικού περιβάλλοντος, υποδομών κλπ. για την προσέλκυση νέων επενδύσεων.
- χάραξη Στρατηγικών Προτεραιοτήτων για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη και, τέλος.
- κατάρτιση και υλοποίηση ολοκληρωμένων Μακροχρόνιων Περιφερειακών Αναπτυξιακών Προγραμμάτων, με βάση τα οποία θα υλοποιούνται σταδιακά αλλαγές σε όλα τα κοινωνικά και οικονομικά επίπεδα προκειμένου να επιτυγχάνονται μεσοπρόθεσμα συγκεκριμένοι και μετρήσιμοι Αναπτυξιακοί Στόχοι.

Οι Βασικοί Πυλώνες

Οι Βασικοί Πυλώνες, που είναι και οι κινητήριες δυνάμεις, επηρεάζουν πολύπλευρα την Οικονομική Ανάπτυξη. Στην πράξη αποτελούν τη «βάση της Οικονομίας και Κοινωνίας» και ανάλογα με την αποτελεσματικότητά τους συμβάλλουν στην προώθηση της Ανάπτυξης της Περιφερειακής Οικονομίας ή οδηγούν μακροχρόνια στην οικονομική στασιμότητα και στη μεγάλη ανεργία.

Συγκεκριμένα, για τον κάθε επιμέρους Πυλώνα της συγκεκριμένης ομάδας επισημαίνονται τα ακόλουθα:

(1) Ποιότητα των Θεσμών: Είναι κοινώς αποδεκτό ότι σε χώρες και περιφέρειες στις οποίες λειτουργούν αποτελεσματικά οι θεσμοί δημιουργείται το κατάλληλο περιβάλλον για ανάπτυξη, καθώς:

- Λειτουργεί πλήρως ο υγιής ανταγωνισμός σε όφελος των καταναλωτών.
- Οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται μέσα σε ένα ξεκάθαρο και σταθερό θεσμικό πλαίσιο, επιτρέποντας σε αυτές να αναπτύσσονται δυναμικά.
- Οι επιχειρηματίες και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη διακρίνονται για την ηθική ακεραιότητα τους.
- Μειώνονται τα κόστη των συναλλαγών.
- Λειτουργεί καλλίτερα η αγορά εργασίας.
- Αναπτύσσονται καινοτομίες κλπ

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον προσελκύονται ευκολότερα ξένες επιχειρήσεις και επενδυτές που δεν διατρέχουν κινδύνους παρεμπόδισης από συστήματα διαφθοράς που συνθλίβουν την υγιή επιχειρηματική δραστηριότητα.

(2) Μακροοικονομική σταθερότητα: Αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη μιας χώρας ή περιφέρειας, καθώς αυτή αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για την ομαλή δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων και των επενδυτών με τους μικρότερους δυνατούς κινδύνους.

Επειδή η Ελλάδα αντιμετωπίζει αυξημένους κινδύνους στον τομέα της μακροοικονομικής σταθερότητας η Τοπική Αυτοδιοίκηση μπορεί να παίξει σημαντικό αποτελώντας «πρότυπο μοντέλο ορθολογικής οικονομικής διαχείρισης και προγραμματισμένης ανάπτυξης»

Ειδικότερα, η Μακροοικονομική σταθερότητα εξασφαλίζει:

- Ανάπτυξη της πίστης και των χρηματοοικονομικών συναλλαγών.
- Διαμόρφωση των επιτοκίων σε χαμηλά επίπεδα.
- Προσέλκυση επενδυτών με μακροχρόνιο επενδυτικό ορίζοντα.
- Σταθερές αποδόσεις για κρατικές ομολογίες και περιορισμένες διακυμάνσεις για τις χρηματιστηριακές τιμές των μετοχών.
- Μεγάλη ρευστότητα στις αγορές κλπ.

(3) Υποδομές: Η ποιότητα των υποδομών μιας περιφέρειας αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό παρά για ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και υλοποίηση μεγάλων επενδύσεων, καθώς όταν υπάρχουν πολύ καλές υποδομές:

- Διευκολύνονται σημαντικά η κυκλοφορία εμπορευμάτων, η κίνηση εργαζομένων από και προς τους χώρους εργασίας.
- Καθίσταται ευκολότερη η πρόσβαση σε άλλες περιφερειακές αγορές επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να διακινούν μεγάλους όγκους εμπορευμάτων με χαμηλό κόστος μεταφοράς κλπ.
- Γίνεται πιο ελκυστική μια περιφέρεια όταν έχει ανεπτυγμένο δίκτυο και υψηλής ποιότητας δίκτυο υποδομών κλπ

(4) Υγεία: Αποτελεί ένα παράγοντα που συνδέει την κατάσταση της υγείας του ανθρώπινου δυναμικού μιας περιφέρειας με την παραγωγικότητα του εργατικού δυναμικού, καθώς όταν εμφανίζεται με ιδιαίτερα υψηλούς δείκτες υγείας:

- Τα κόστη από ασθένειες και απώλειες ημερών εργασίας κλπ είναι περιορισμένα για τους εργοδότες.

Επιπλέον, ένα αποτελεσματικό σύστημα περιφερειακό σύστημα υγείας δημιουργεί «αίσθημα ασφάλειας» στους Πολίτες, στις επιχειρήσεις, στους υποψήφιους επενδυτές κλπ.

(5) Ποιότητα Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Παιδείας: Ολοένα και περισσότερες μελέτες διαπιστώνουν ότι υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ως προς την οικονομική ανάπτυξη:

- Ο βαθμός εξειδίκευσης και αποτελεσματικότητας των μαθητών μιας περιφέρειας ή χώρας μακροχρόνια θα επηρεάσει την οικονομική ανάπτυξη, οι δύο αυτές βαθμίδες αποτελούν την κύρια βάση για τη δημιουργία του μελλοντικού εργατικού δυναμικού.

- Όσο ποιο αποτελεσματικό είναι το εκπαιδευτικό σύστημα μιας χώρας ή περιφέρειας τόσο μεγαλύτερες δυνατότητες θα έχουν οι μαθητές να αποκτήσουν ευκολότερα και σε βάθος τις γνώσεις που θα απαιτηθούν για να καλύψουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων για εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό.
- Ένα προηγμένο σύστημα πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης επιτρέπει στους μαθητές να αφομοιώνουν και αξιοποιούν τις νέες γνώσεις, καινοτομίες κλπ που θα διαχέονται.

Οι Πυλώνες της Αποδοτικότητας

Οι Πυλώνες Αποδοτικότητας έχουν αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία για εκείνες τις Οικονομίες που επιδιώκουν την προώθηση της εξειδίκευσης και του μετασχηματισμού των Περιφερειακών Οικονομιών σε περισσότερο εξειδικευμένες και πιο ανταγωνιστικές στη διεθνή αγορά.

Εφόσον οι Πυλώνες Αποτελεσματικότητας χαρακτηρίζονται από την υψηλή αποτελεσματικότητα τους είναι ευκολότερη η υλοποίηση πολιτικών για την:

- Στροφή των υφισταμένων επιχειρήσεων σε δραστηριότητες που βασίζονται σε μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία.
- Προσέλκυση επενδυτών μεγάλης οικονομικής επιφάνειας ή και επιχειρήσεων, αφού θα είναι διασφαλισμένη η απασχόληση υψηλού βαθμού εξειδίκευσης και μεγάλης αποτελεσματικότητας και προσαρμοστικότητας ανθρώπινου δυναμικού.
- Υλοποίηση μέτρων για την ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της Περιφέρειας

Συγκεκριμένα για τους Πυλώνες Αποδοτικότητας επισημαίνονται συνοπτικά τα ακόλουθα:

(6) Ανώτερη Παιδεία και Δια Βίου Μάθηση: Οι οικονομίες που αναπτύσσονται με βάση τις προηγμένες Γνώσεις και τις Καινοτομίες χρειάζονται ανθρώπινο δυναμικό που είναι πολύ καλά μορφωμένο και να είναι σε θέση να προσαρμόζεται ταχύτατα στις μεταβαλλόμενες τεχνολογικές, οικονομικές κλπ εξελίξεις, ενώ τα εκπαιδευτικά συστήματα θα πρέπει να προσφέρουν τις απαιτούμενες γνώσεις, ώστε να αποκτούν τις απαιτούμενες ειδικότητες και ικανότητες. Για τους λόγους που αναφέρθηκαν:

- Τα εκπαιδευτικά συστήματα θα πρέπει να έχουν μετρήσιμα αποτελέσματα όσον αφορά το βαθμό την ποιότητα εκπαίδευσης του πληθυσμού, τις εφαρμογές ερευνών για οικονομικές δραστηριότητες κλπ.
- Η συνεχής αναβάθμιση των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού εφ' όρου ζωής είναι αναγκαία προκειμένου αυτό να ανταποκρίνεται με επιτυχία στις προκλήσεις της συνεχώς μεταβαλλόμενης τεχνολογίας.

(7) Αποδοτικότητα της αγοράς εργασίας: Αποδοτικές και ευέλικτες αγορές εργασίας συμβάλλουν στην αποτελεσματική κατανομή του ανθρώπινου δυναμικού, αποτελώντας σημαντική μεταβλητή στην ενίσχυση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας.

Η «ευελιξία» των αγορών εργασίας και η «ποιότητα» του Ανθρώπινου Δυναμικού είναι κρίσιμοι παράγοντες όχι μόνο για την προσέλκυση επιχειρήσεων σε μια περιφέρεια αλλά και για την παραμονή και συνέχιση της λειτουργίας τους...

Οι περιφερειακές αρχές μπορούν να κατανοήσουν την αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα της περιφερειακής αγοράς εργασίας λαμβάνοντας υπόψη ότι:

- Τα ποσοστά των απασχολούμενων και των νέων παρέχουν πληροφόρηση σχετικά με το επίπεδο γενικής οικονομικής δραστηριότητας.
- Υψηλά ποσοστά μακροχρόνιας ανεργίας υποδηλώνουν την ύπαρξη διαρθρωτικών προβλημάτων.
- Οι διαφορές στα ποσοστά απασχόλησης μεταξύ φύλων αποτελούν ένδειξη της ικανότητας ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής καριέρας και οικογενειακής ζωής, ενώ η αύξηση της απασχόλησης των γυναικών συμβάλλει στη βελτίωση των επιδόσεων της απασχόλησης.
- Εντούτοις, υψηλά ποσοστά απασχόλησης δεν ανταποκρίνονται πάντοτε σε υψηλή παραγωγικότητα της εργασίας, που είναι ένας από τους κύριους συντελεστές για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μιας περιφέρειας...

(8) Μέγεθος αγοράς: Ο σχετικός πυλώνας οριοθετεί τη σχέση μεταξύ του επιπέδου οικονομικής ευημερίας μιας περιφέρειας με το μέγεθος της αγοράς που είναι διαθέσιμο για δραστηριοποίηση σε επιχειρήσεις:

- Οι μεγαλύτερες σε μέγεθος αγορές έχουν το πλεονέκτημα ότι επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να αναπτύσσονται επωφελοόμενες από τις οικονομίες κλίμακας.
- Παρά το γεγονός ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί μια ενιαία αγορά θεωρητικά επιτρέπει ίσες ευκαιρίες ανάπτυξης για όλες τις περιφέρειες, εντούτοις στην πράξη διαπιστώνονται διαφορές στα κόστη και στους χρόνους που χρειάζονται οι επιχειρήσεις για να διακινήσουν εμπορεύματα και να προσφέρουν υπηρεσίες. Επομένως τα μεγέθη αγοράς δεν είναι ίδια για όλες τις περιφέρειες.

- Οι αποστάσεις των διαφόρων περιφερειών από τα μεγαλύτερα οικονομικά κέντρα παίζουν σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της κάθε περιφέρειας, ενώ επωφελούνται εκείνες οι περιφέρειες που έχουν ταχύτερη πρόσβαση προς τα μεγάλα οικονομικά κέντρα.

Οι Πυλώνες της Καινοτομίας

Οι Πυλώνες της Καινοτομίας, που είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για τις περισσότερες προηγμένες περιφερειακές οικονομίες. Οι εμπειρίες έχουν δείξει ότι χώρες με πολύ ισχυρούς Πυλώνες Καινοτομίας έχουν μεγάλη οικονομική ευημερία, πολύ υψηλούς δείκτες απασχόλησης, κλάδους επιχειρήσεων με πολύ εντυπωσιακούς ρυθμούς ανάπτυξης κλπ.

Η σχετική ομάδα Πυλώνων περιλαμβάνει:

(9) Τεχνολογική ετοιμότητα: Μετράει το επίπεδο χρησιμοποίησης από τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις της κάθε περιφέρειας τις τεχνολογίες.

- Οι τεχνολογίες της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών (ICT) έχουν αλλάξει τις οργανωτικές δομές των επιχειρήσεων, διευκολύνουν την υιοθέτηση νέων και περισσότερο αποτελεσματικών πρακτικών εργασίας, βελτιώνουν την παραγωγικότητα και επιταχύνουν τις εμπορικές λειτουργίες.
- Οι ικανότητες που έχουν οι εργαζόμενοι μέσα στις επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν τις νέες τεχνολογίες είναι βασικός παράγοντας για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας.

(10) Πολύ προηγμένες και πολυσύνθετες επιχειρηματικές δραστηριότητες (Business Sophistication): Ο βαθμός χρησιμοποίησης από μια επιχείρηση πολυσύνθετων και εξειδικευμένων εργασιών αποτελεί βασικό στοιχείο για τη βελτίωση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας.

- Ιδιαίτερα υψηλοί είναι οι βαθμοί ανάπτυξης πολυσύνθετων εργασιών στους κλάδους των επικοινωνιών, της πληροφορικής, των τραπεζών και των ασφαλιστικών εταιρειών.
- Η γεωγραφική εγγύτητα και οι στενές διασυνδέσεις μεταξύ επιχειρήσεων και προμηθευτών επιτρέπουν την ταχύτερη διάχυση προηγμένων τεχνολογιών και εξειδικευμένων εργασιών, ενώ παράλληλα διευκολύνουν κατά πολύ την προσέλκυση σε μια περιφέρεια ξένων επενδύσεων που μπορούν να προσφέρουν προηγμένη τεχνογνωσία.
- Η δημιουργία περιφερειακών clusters μπορεί να συμβάλει στην εξασφάλιση προηγμένης τεχνογνωσίας, προώθηση καινοτομιών και στην αποτελεσματικότερη χρησιμοποίηση διαθέσιμων πόρων.
- Τα περιφερειακά clusters έχουν μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα για την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης σε μια περιφέρεια εφόσον αυτά έχουν ως κεντρικό σκοπό την ανάπτυξη προηγμένων και πολυσύνθετων εργασιών. Αντίθετα, περιφερειακά clusters, που δραστηριοποιούνται σε «κορεσμένους» κλάδους έχουν πολύ περιορισμένες δυνατότητες επιτυχίας, καθώς θα αντιμετωπίζουν πολύ μεγάλο ανταγωνισμό, ενώ μπορεί να προκαλέσουν και απώλεια δημοσίων πόσων χωρίς να επιτευχθούν οι επιδιωκόμενοι αναπτυξιακοί στόχοι.

(11) Καινοτομίες: Οι περισσότερες προηγμένες οικονομίες χαρακτηρίζονται και πρέπει να είναι μπροστά στην παραγωγή και στις διαδικασίες τεχνολογικής αιχμής προκειμένου να συνεχίσουν να έχουν το προβάδισμα στην ανταγωνιστικότητα.

Ο Στόχος αυτός μπορεί να επιτευχθεί κάτω από τις εξής προϋποθέσεις:

- Δημιουργία και ανάπτυξη σχέσεων στενής συνεργασίας μεταξύ επιχειρήσεων και επιστημονικών φορέων, παραγωγών και χρηστών των καινοτομιών και των επιχειρήσεων με το θεσμικό περιβάλλον.
- Οι περιφερειακές αρχές έχουν τη δυνατότητα να διευκολύνουν τη διάχυση των επιτευγμάτων της τεχνολογίας μέσα στην ίδια την περιφέρεια.
- Το θεσμικό περιβάλλον ευνοεί την προσέλκυση επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις τεχνολογίες αιχμής. Η εμπειρία δείχνει ότι οι επιχειρήσεις συγκεντρώνονται κυρίως σε περιφέρειες που παρέχουν τις κατάλληλες συνθήκες, το απαιτούμενο προσωπικό, τα κατάλληλα μέσα (εργαστήρια, Πανεπιστημιακά Ιδρύματα) κλπ για την ανάπτυξη καινοτομιών.
- Οι περιφέρειες διαθέτουν υψηλό ποσοστό εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού και μεγάλες δυνατότητες διάχυσης των γνώσεων.

Βασικοί δείκτες που αποκαλύπτουν τις δυνατότητες μιας περιφέρειας να προωθήσει την οικονομική ανάπτυξή της μέσω καινοτομιών είναι:

- Δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη.
- Απασχολούμενοι στις Επιστήμες και στην Τεχνολογία.
- Εργαζόμενοι της Γνώσης (knowledge workers).
- Αριθμός κατάθεσης πατεντών ανά αριθμό κατοίκων κλπ.

Προετοιμασία της Κοινής Γνώμης για Περιφερειακό Σχέδιο Ανάπτυξης και προσέλκυση Επενδυτών

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση μπορεί να αναδειχθεί σε κύριο παράγοντα προώθησης της Οικονομικής Ανάπτυξης μέσω ιδιωτικών επενδύσεων που θα δημιουργήσουν θέσεις απασχόλησης και νέα εισοδήματα.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι για αρκετά χρόνια θα είναι περιορισμένοι οι πόροι για την πραγματοποίηση Δημοσίων Επενδύσεων – λόγω των μεγάλων δημοσιονομικών ελλειμμάτων της χώρας – η Τοπική Αυτοδιοίκηση οφείλει να γίνει «πρωταγωνίστρια» για προσέλκυση επενδύσεων σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

Η προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων από την Τοπική Αυτοδιοίκηση – με Στρατηγικό Στόχο και Όραμα τη βελτίωση του επιπέδου ευημερίας και τη δημιουργία βιώσιμων θέσεων εργασίας – προϋποθέτει την εκπόνηση ενός πλήρως τεκμηριωμένου και ρεαλιστικού Περιφερειακού Επενδυτικού Σχεδίου.

Το Περιφερειακό Επενδυτικό Σχέδιο θα πρέπει να περιλαμβάνει όλα εκείνα τα στοιχεία που θα επιτρέπουν σε κάθε υποψήφιο επενδυτή να έχει μια απόλυτα ακριβή εικόνα του περιβάλλοντος και όλων εκείνων των παραμέτρων που θα επιτρέψουν σε μια επιχείρηση να πραγματοποιήσει επενδύσεις που θα αποφέρουν ικανοποιητικές αποδόσεις σε συγκεκριμένο βάθος χρόνου.

Το Περιφερειακό Επενδυτικό Σχέδιο επιτρέπει τη συνοπτική παρουσίαση (profile) των «συγκριτικών πλεονεκτημάτων» που διαθέτει μια περιφέρεια σε σχέση με άλλες για την προσέλκυση επενδύσεων, παρουσιάζοντας ταυτόχρονα και τις πιο σημαντικές «επενδυτικές ευκαιρίες» που διανοίγονται για τους ενδιαφερόμενους επενδυτές.

Στη συνέχεια περιγράφονται ορισμένα από τα «βασικά βήματα» που απαιτείται να γίνουν για την εκπόνηση μιας Στρατηγικής Περιφερειακής Ανάπτυξης και ενός ρεαλιστικού Περιφερειακού Επενδυτικού Σχεδίου μιας περιφέρειας που θέλει να προσελκύσει ιδιωτικά κεφάλαια για να δημιουργηθούν βιώσιμες και διεθνώς ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, συμβάλλοντας έτσι στην αύξηση των θέσεων εργασίας και του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της περιοχής.

Εδώ πρέπει να γίνουν μερικές σημαντικές διευκρινήσεις:

- Η Στρατηγική Περιφερειακή Ανάπτυξη δείχνει τον «οδικό χάρτη» που πρέπει να ακολουθήσει μια περιφέρεια σε βάθος χρόνου προκειμένου να πετύχει ένα υψηλότερο επίπεδο ευημερίας για τους κατοίκους της.
- Ο Στρατηγικός Στόχος είναι σαφώς καθορισμένος και για την επίτευξη του όλοι οι τοπικοί και περιφερειακοί φορείς συνεργάζονται στενά για την υλοποίηση των επιμέρους πολιτικών που θα πρέπει να υλοποιηθούν.
- Το Στρατηγικό Σχέδιο περιλαμβάνει τις βασικές πολιτικές που θα πρέπει να ασκηθούν προκειμένου να επιτευχθεί ο Στρατηγικός Στόχος της Περιφέρειας και να εξασφαλισθεί η Βιώσιμη Ανάπτυξή της. Το Στρατηγικό Σχέδιο δεν περιλαμβάνει μόνο οικονομικές πολιτικές, αλλά και άλλες που συνδέονται με το περιβάλλον, καλλίτερη ζωή για όλους τους κατοίκους κλπ.
- Το Περιφερειακό Επενδυτικό Σχέδιο περιλαμβάνει μια σειρά από επενδυτικές προτάσεις που θα υποβληθούν για αξιολόγηση προς τους υποψήφιους επενδυτές, προκειμένου αυτοί να προχωρήσουν στην υλοποίηση επενδύσεων που θα αποτελέσουν την κινητήρια δύναμη για την Οικονομική Ανάπτυξη μιας περιφέρειας. Το Περιφερειακό Επενδυτικό Σχέδιο δεν είναι λεπτομερές – όπως είναι τα επενδυτικά σχέδια των επιχειρήσεων – αλλά επικεντρώνεται στην προβολή των πλεονεκτημάτων που θα έχουν οι επενδυτές εάν επιλέξουν κάποιες από τις επενδυτικές προτάσεις της Περιφέρειας. Παρέχει, όμως, πάρα πολλές λεπτομέρειες τόσο ορισμένων επιλεγμένων επενδυτικών στόχους, όσο και στις διευκολύνσεις που θα έχουν από το εξωτερικό περιβάλλον μέσα στο οποίο θα δραστηριοποιηθούν.

Μετά από όσα αναφέρθηκαν και διευκρινίσθηκαν περιγράφονται μερικά από τα «πρώτα βήματα» που πρέπει να γίνουν μέχρι να ολοκληρωθεί ένα Περιφερειακό Επενδυτικό Σχέδιο.

Βήμα Πρώτο:

Κατανόηση της αναγκαιότητας του Περιφερειακού Στρατηγικού Σχεδιασμού και του Επενδυτικού Σχεδίου

Σε μια περίοδο παγκοσμιοποίησης και πλήρους ανοίγματος των αγορών εκείνο που προέχει για μια περιφέρεια είναι να προχωρήσει στο Στρατηγικό Αναπτυξιακό Σχεδιασμό, εντοπίζοντας, κατ'αρχήν, τα συγκριτικά οικονομικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που εμφανίζει μια περιοχή, στην οποία υπάρχουν πολυάριθμοι πόροι: τοπικές επιχειρήσεις, ανθρωπινό δυναμικό, διοικητικές υπηρεσίες κλπ.

Αυτή η «οικονομική αυτογνωσία» επιτρέπει να εντοπισθούν όλοι εκείνοι οι θετικοί και αρνητικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις των επενδυτών πριν προχωρήσουν στην απόφαση πραγματοποίησης μιας μεγάλης επένδυσης που συνεπάγεται διάφορους επιχειρηματικούς και άλλους κινδύνους.

Έτσι θα πρέπει να γίνει μια καταγραφή όλων εκείνων των παραγόντων που θα δώσουν απαντήσεις στα ακόλουθα βασικά ερωτήματα:

1. Πού βρισκόμαστε τώρα;

2. Ποιες είναι οι προοπτικές μας στο μέλλον με βάση τα σημερινά δεδομένα;

3. Ποιο είναι το Όραμά μας για το μέλλον της Περιφέρειας, τους κατοίκους της και τις επιχειρήσεις;

4 Τι πρέπει να κάνουμε για να γίνει πραγματικότητα το Όραμά μας για την Περιφέρεια μέσα στα επόμενα χρόνια;

Οι απαντήσεις στα ανωτέρω ερωτήματα αποτελούν στην πράξη τις διαδικασίες για να θέσουμε τις βάσεις κατάρτισης του Περιφερειακού Στρατηγικού Σχεδιασμού.

Ο Στρατηγικός Σχεδιασμός είναι μια έννοια κατά πολύ ευρύτερη του Περιφερειακού Επενδυτικού Σχεδίου, καθώς αυτό προκύπτει από τις επιμέρους δράσεις και την αποτελεσματικότητα του Στρατηγικού Σχεδιασμού, επηρεάζοντας σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό και τη διαμόρφωση του Περιφερειακού Επενδυτικού Σχεδίου.

Τι ζητούν οι επενδυτές...

Είναι προφανές ότι τους ιδιώτες επενδυτές ενδιαφέρει εξαιρετικά το εξωτερικό περιβάλλον δραστηριοποίησης μιας επιχείρησης και τις σχετικές απαντήσεις, για το πώς είναι δυνατόν να γίνει πιο ελκυστικό, μπορεί να τους δώσει ένας ολοκληρωμένος Περιφερειακός Στρατηγικός Σχεδιασμός.

Συνεπώς, στην εκπόνηση των σχετικών σχεδίων χρονικά προηγείται η εκπόνηση του Περιφερειακού Στρατηγικού Σχεδιασμού έναντι του Περιφερειακού Επενδυτικού Σχεδίου.

Επομένως σε αυτή τη φάση οι τοπικοί ηγέτες οφείλουν να κατανοήσουν ότι:

- Ο ανταγωνισμός για την προσέλκυση επενδυτών σε παγκόσμιο επίπεδο είναι οξύτατος και υπάρχει «πληθώρα Περιφερειών» που προσφέρει πολύ ισχυρά επενδυτικά «κίνητρα», εξειδικευμένο προσωπικό, διευκολύνσεις και ταχύτερες διαδικασίες έγκρισης επενδυτικών σχεδίων, κλπ.
- Ο βαθμός διεθνούς αξιοπιστίας μιας χώρας (δημοσιονομική κατάσταση, σταθερότητα φορολογικού περιβάλλοντος, θεσμικό περιβάλλον κλπ) και η παγκόσμια κατάταξή της με βάση τη «φιλικότητα» προς τις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες επενδυτές (προστασία των επενδύσεων, κλπ) αποτελούν το πρωταρχικό κριτήριο για την κατ' αρχην επιλογή μιας χώρας για πραγματοποίηση επενδύσεων, ανεξάρτητα από το εάν αυτή διαθέτει Περιφέρειες που παρουσιάζουν μεγάλη ελκυστικότητα και πλεονεκτήματα από επενδυτικής πλευράς.
- Κανένας επενδυτής δεν θα ενδιαφερθεί να πραγματοποιήσει κάποια επένδυση εάν δεν έχει μια απολύτως σαφή εικόνα της σημερινής κατάστασης (οικονομικής, κοινωνικής κλπ) που επικρατεί σε μια Περιφέρεια ή περιοχή και της μελλοντικής πορείας της.
- Οι μεγάλοι διεθνείς επενδυτές χρησιμοποιούν εξειδικευμένες εταιρείες – συμβούλους για την προεπιλογή περιφερειών για επενδύσεις.
- Χρειάζεται μια ολοκληρωμένη ανάλυση σειράς διαφορετικών οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών κλπ παραγόντων που δίνουν μια ακριβή «εικόνα του επενδυτικού περιβάλλοντος» και η οποία τελικά επηρεάζει τις επενδυτικές αποφάσεις.
- Οι επενδυτές πέρα από τις διάφορες αναλύσεις, προτάσεις κλπ που θα τους υποβληθούν χρειάζονται να έχουν απέναντί τους ένα συγκεκριμένο και εξειδικευμένο δημόσιο Φορέα που να γνωρίζει σε βάθος όλες τις απαντήσεις που θα θέσουν με ερωτήσεις τους οι υποψήφιοι επενδυτές.
- Ο βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων που ήδη δραστηριοποιούνται σε μια περιφέρεια ή στη χώρα αποτελεί καθοριστικό κριτήριο για την προσέλκυση διεθνών ή άλλων εγχωρίων επενδυτών: Οι καλύτεροι «διαφημιστές» προσέλκυσης επενδύσεων είναι οι ήδη λειτουργούσες σε μια Περιφέρεια...
- Κανένα Περιφερειακό Στρατηγικό και Επενδυτικό Σχέδιο δεν μπορεί να είναι πειστικό εάν δεν παρουσιάζει με αντικειμενικό τρόπο τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιφέρειας σε σχέση με άλλες περιφέρειες ή άλλες χώρες που μπορούν να αξιοποιήσουν οι υποψήφιοι επενδυτές.

Βήμα Δεύτερο:

Δημιουργία Επιτροπής εκπόνησης Στρατηγικού Σχεδιασμού και Περιφερειακού Επενδυτικού Σχεδίου

Το πιο σημαντικό βήμα για την εκπόνηση του Περιφερειακού Στρατηγικού Σχεδιασμού και του Επενδυτικού Σχεδίου είναι η σύσταση και λειτουργία μιας Επιτροπής (steering committee) στην οποία θα ανατεθεί η διεκπεραίωση του πλήρους έργου.

Για την αποτελεσματικότητα αυτής της Επιτροπής – που μπορεί μεταγενέστερα να αποκτήσει νομική οντότητα, Επενδυτικού Φορέα, εταιρείας κλπ – βασικές προϋποθέσεις είναι:

παίρνοντας τη μορφή

- Η Επιτροπή τελεί υπό την εποπτεία ενός συγκεκριμένου και πλήρως αναγνωρισμένου φορέα (Περιφέρειας, Δήμου κλπ) που έχει μεγάλες αρμοδιότητες και τη δυνατότητα πολλαπλής υποστήριξης του έργου της Επιτροπής.

- Η Επιτροπή έχει ως μέλη άτομα με μεγάλες εμπειρίες σε θέμα οικονομικής ανάπτυξης, επιχειρηματικότητας κλπ, τυγχάνουν γενικής αναγνώρισης, είναι ανεξάρτητα κλπ και γενικά έχουν όλες εκείνες τις αντικειμενικές και υποκειμενικές προϋποθέσεις για να επιτελέσουν με επιτυχία το έργο τους.
- Η Επιτροπή λειτουργεί συνεχώς μέχρις ότου φέρει σε πέρας το έργο της, κάνοντας απολογισμό, προγραμματισμό, αξιολογήσεις κλπ σε τακτά χρονικά διαστήματα στην Τοπική Αυτοδιοίκηση, σε Επιμελητήρια κλπ.
- Τα μέλη της Επιτροπής εκπαιδεύονται και εξειδικεύονται σε θέματα περιφερειακής ανάπτυξης, επενδύσεων, επιχειρησιακά σχέδια, ερευνών αγοράς, κλπ «εργαλείων» που απαιτούνται για την ολοκλήρωση του Περιφερειακού Στρατηγικού Σχεδιασμού και το Επενδυτικό Σχεδίου.
- Η Επιτροπή έχει την εξουσιοδότηση και αρμοδιότητα να συμβουλευέται και να επικοινωνεί με διάφορους φορείς και φυσικά πρόσωπα, όπως: Επιμελητήρια, επιχειρηματίες, οργανώσεις καταναλωτών, τοπικούς παράγοντες, δικηγόρους, κρατικούς οργανισμούς, υπουργεία κλπ που έχουν σχέση με το αντικείμενο εργασιών της.
- Η Επιτροπή έχει την υποστήριξη και την ευθύνη να διενεργεί έρευνες γνώμης, κλπ προκειμένου να κατανοήσει ελεύθερα και με τον πιο αντικειμενικό τρόπο το σύνολο των προβλημάτων και των δυνατοτήτων της Περιφέρειας.
- Πέραν αυτών στη σχετική Επιτροπή θα πρέπει να εξασφαλισθούν όλα τα βασικά μέσα για να μπορέσει να ολοκληρώσει το έργο της, όπως: Γραφεία, κατάλληλο προσωπικό για εκτέλεση διοικητικών κλπ βασικών εργασιών κλπ.

Εξάλλου, πολύτιμη θα είναι και η δημιουργία περιφερειακών, ερευνητικών κλπ επιτροπών – που θα πλαισιώνουν την Επιτροπή – προκειμένου να εκτελέσουν διάφορες επιμέρους εξειδικευμένες εργασίες.

Βήμα Τρίτο:

Ενημέρωση και Ευαισθητοποίηση των ενδιαφερομένων μερών (stakeholders)

Βασική ευθύνη της Τοπικής Αυτοδιοίκησης είναι να ευαισθητοποιήσει όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) σχετικά με τους σκοπούς σύστασης και λειτουργίας της Επιτροπής, προκειμένου να υποστηριχθεί πολύπλευρα το έργο που έχει αναλάβει από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Στο πλαίσιο της σχετικής προσπάθειας πριν απ' όλα θα ετοιμασθεί ένα κατανοητό κείμενο που θα εξηγήει πλήρως τους λόγους για τους οποίους καλούνται οι διάφοροι φορείς, φυσικά πρόσωπα κλπ να ενημερώσουν εμπεριστατωμένα τα μέλη της Επιτροπής, ώστε αυτή να συγκεντρώσει προτάσεις, στοιχεία κλπ που θα είναι πολύτιμη πρώτη ύλη για την εκπόνηση της Στρατηγικής Περιφερειακής Ανάπτυξης και ενός ρεαλιστικού Περιφερειακού Επενδυτικού Σχεδίου.

Η σχετική «ευαισθητοποίηση» είναι δυνατόν να γίνει με πολλούς τρόπους, όπως:

- Συνέντευξη Τύπου και έκδοση Δελτίων Τύπου σχετικά με τους επιδιωκόμενους στόχους και τα οφέλη που θα προκύψουν για τις Τοπικές Κοινωνίες.
- Ραδιοφωνικές, τηλεοπτικές κλπ συνεντεύξεις σε περιφερειακά ΜΜΕ, ώστε οι επιδιωκόμενοι Στόχοι να γίνουν γνωστοί σε ευρύτερα και διαφορετικά κοινά.
- Επιστολές προς διάφορους φορείς για ανάπτυξη συνεργασίας κλπ

Μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών μπορεί να είναι:

- Αγροτικοί σύλλογοι.
- Επιμελητήρια.
- Περιφερειακές Υπηρεσίες.
- Διοικήσεις νοσοκομείων.
- Επιχειρηματίες.
- Διευθυντές καταστημάτων τραπεζών.
- Διακεκριμένα μέλη των τοπικών κοινωνιών.

Προσεγγίζοντας όλες τις κοινωνικο-επαγγελματικές κλπ ομάδες των Τοπικών Κοινωνιών πραγματοποιούνται οι ακόλουθες βασικές ενέργειες:

- Καταγραφή απόψεων της κάθε ομάδας σχετικά με την παρούσα κατάσταση και τις προοπτικές του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιούνται.
- Προτάσεις για τις δυνατότητες βελτίωσης του οικονομικού, κοινωνικού, πολιτιστικού κλπ περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται, ώστε να δημιουργηθούν οι κατάλληλες προϋποθέσεις για την αύξηση της συνολικής παραγωγής και των παρεχομένων υπηρεσιών, καθώς και τρόπους για τη μείωση του γενικού κόστους.
- Προτάσεις για τομείς στους οποίους θα μπορούσε να εκδηλωθεί ισχυρό επενδυτικό ενδιαφέρον.
- Περιγραφή της κατάστασης των υποδομών της ευρύτερης περιφέρειας και τρόπους που θα μπορούσαν να βελτιωθούν με το χαμηλότερο δυνατό τρόπο.

- Ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος της περιοχής και τρόποι που θα το καθιστούσαν περισσότερο προσαρμοσμένο προς τις ανάγκες των τοπικών επιχειρήσεων, ελευθέρων επαγγελματιών κλπ.
- Συγκέντρωση διαφόρων άλλων πληροφοριών και προτάσεων που θα ήσαν χρήσιμες για την εκπόνηση του Στρατηγικού Περιφερειακού Σχεδίου και το Επενδυτικού Σχεδίου.

Ιδιαίτερη σημασία έχει η προσέγγιση εκπροσώπων των εργαζομένων, ανέργων, νέων, συνταξιούχων κλπ προκειμένου να εκθέσουν τις απόψεις του σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν και το πώς βλέπουν το μέλλον.

Στο πλαίσιο αυτής της δράσης βασικός επιδιωκόμενος σκοπός είναι να αντληθούν χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τις:

- Επικρατούσες συνθήκες εργασίας και δυνατότητες βελτίωσής τους.
- Τρόποι αντιμετώπισης της ανεργίας και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι οικογένειές τους.
- Επίπεδο γνώσεων και δυνατότητες προσαρμογής τους μέσα στην παραγωγική διαδικασία κλπ.

Στο πλαίσιο της σχετικής δράσης ξεχωριστή σημασία έχει η προσέγγιση των εκπροσώπων των παραγωγικών τάξεων και μεμονωμένα των επιχειρηματιών, προκειμένου να καταγραφούν οι απόψεις τους σχετικά με:

- Κατάσταση και προοπτικές των τοπικών επιχειρήσεων (κερδοφορία, βαθμός απασχόλησης εγκατεστημένου δυναμικού, δυνατότητες πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα, ανταγωνιστικότητα κλπ.
- Εντοπισμός των πλεονεκτημάτων που έχουν οι τοπικές επιχειρήσεις και των προβλημάτων κατά την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Εργασιακές σχέσεις και ανάγκες των επιχειρήσεων – τρέχουσες και μελλοντικές – για εργατοϋπαλληλικό δυναμικό.
- Βαθμός αξιοποίησης νέων τεχνολογιών, συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα για αξιοποίηση τους από τις επιχειρήσεις.
- Δυνατότητες που έχει η περιοχή να προσελκύσει ιδιώτες επενδυτές και προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπισθούν για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος κλπ.
- Κίνητρα που θα μπορούσαν να δημιουργηθούν σε όφελος της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων.
- Επιπτώσεις στη δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων από το υφιστάμενο εθνικό φορολογικό σύστημα και προτάσεις για τη βελτίωσή του, ώστε αυτό να συμβάλλει στη γενική οικονομική ανάπτυξη και ειδικότερα για την ισχυροποίηση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των τοπικών επιχειρήσεων κλπ.

Το σύνολο των απόψεων και προτάσεων που θα καταγραφούν θα αποτελέσει μια πρώτη βάση δεδομένων για ταξινόμηση, κατάταξη με βάση τις προτεραιότητες και μετέπειτα επεξεργασία τους.

Όμως δεν σταματάει εδώ η ευαισθητοποίηση των stake holders αλλά αυτή αποτελεί την αφετηρία για μια μακροχρόνια και εποικοδομητική συνεργασία με την Επιτροπή, έτσι ώστε οι stake holders να αισθάνονται ότι συμμετέχουν σε μια κοινή προσπάθεια που θα έχει οφέλη για όλους.

Τοπική Αυτοδιοίκηση: "Δέκα βήματα" για την αποτελεσματική καταπολέμηση της Ανεργίας

Η ανεργία που πλήττει την Ελλάδα μπορεί να αντιμετωπισθεί αποτελεσματικά μόνο με την κινητοποίηση των επιχειρηματιών και των ιδιωτών επενδυτών σε στενή συνεργασία με τις τοπικές αρχές για την υλοποίηση βιώσιμων επενδύσεων που θα δημιουργούν θέσεις απασχόλησης και νέα εισοδήματα.

Η Κεντρική Διοίκηση μπορεί να δημιουργήσει το κατάλληλο θεσμικό και φορολογικό πλαίσιο για την προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων και να προωθήσει τις ιδιωτικοποιήσεις. Σε καμία περίπτωση, όμως, η Κεντρική Διοίκηση δεν μπορεί να λύσει το πρόβλημα της ανεργίας μέσω μαζικών επενδύσεων, αφού ούτε κεφάλαια διαθέτει ούτε τις ικανότητες να υλοποιεί βιώσιμες επενδύσεις.

Συνεπώς:

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση μπορεί να γίνει η «γέφυρα» και ο «κύριος πόλος» για την προσέλκυση και διευκόλυνση της πραγματοποίησης ιδιωτικών επενδύσεων, δημιουργώντας σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο το κατάλληλο περιβάλλον και τις προϋποθέσεις για να δραστηριοποιηθούν βιώσιμες επιχειρήσεις.

Πέραν αυτών επιβάλλεται ο μετασχηματισμός του παραγωγικού δυναμικού της χώρας, καθώς η «εσωστρέφεια» και η δραστηριοποίηση σε «κορεσμένους κλάδους» αποτελούν τους κύριους παράγοντες την αυξανόμενη μακροχρόνιας ανεργίας. Η σύγχρονη εμπειρία πολλών Περιφερειών αναπτυσσόμενων χωρών δείχνει μια επικέντρωση των αναπτυξιακών πολιτικών τους στη διαφοροποίηση και στο μετασχηματισμό του υφιστάμενου παραγωγικού δυναμικού, ώστε να είναι προσαρμοσμένο στα δεδομένα που δημιουργούν ο παγκόσμιος οικονομικός καταμερισμός και των πλήρως άνοιγμα των εθνικών αγορών.

Έτσι, με στόχο την καταπολέμηση της μεγάλης ανεργίας οι Περιφέρειες δημιουργούν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα ευνοούν το μετασχηματισμό του περιφερειακού παραγωγικού δυναμικού μέσω ιδιωτικών επενδύσεων και επιχειρήσεων που θα εξασφαλίζουν:

- Στροφή σε πολυμερείς οικονομικές δραστηριότητες, οι οποίες μειώνουν κατά πολύ τους κινδύνους από οικονομικές υφέσεις σε σχέση με τις μονομερώς προσανατολισμένες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε «κορεσμένους κλάδους».
- Παραγωγικές δραστηριότητες και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας.
- Ανθρώπινο Δυναμικό πολύ υψηλού επαγγελματικού επιπέδου και κατάρτισης, με μεγάλες δυνατότητες αφομοίωσης τεχνολογιών και πολυσύνθετων εργασιών.

Για να επιτευχθεί ένας τέτοιος αναπτυξιακός στόχος σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο – με σκοπό να καταπολεμηθεί η ανεργία και να αυξηθούν τα εισοδήματα – απαιτείται από τις Τοπικές Αρχές η εκπλήρωση των εξής βασικών υποχρεώσεων:

1. Αναπτυξιακή κουλτούρα: Οι τοπικές και περιφερειακές αρχές «δεσμεύονται» ότι θα έχουν πρώτη προτεραιότητα την προστασία και διευκόλυνση των προσπαθειών για ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Αυτό σημαίνει ότι:

- Οι τοπικές αρχές στο σύνολό τους θα έχουν ως κεντρική στρατηγική τους την «αλλαγή της νοοτροπίας» των πολιτών, των τοπικών υπηρεσιών κλπ, ώστε αυτή να είναι πλήρως ενθαρρυντική για την ανάπτυξη επιχειρηματικών και επενδυτικών πρωτοβουλιών.
- Πλήρης προσαρμογή όλων των πολιτικών και δράσεων από περιφερειακές, δημοτικές, δημόσιες κλπ υπηρεσίες, ώστε να βελτιώσουν την ποιότητα των υπηρεσιών τους, έχουν ως κύριο στόχο τη βελτίωση του «επιχειρηματικού κλίματος» μέσα από μετρήσιμα και αξιόπιστα ποιοτικά στοιχεία.
- «Δέσμευση» όλων των φορέων ότι η «προστασία των επενδυτών» θα είναι διαχρονική και δεν θα μεταβάλλεται κάτω από την επίδραση τοπικών ή περιφερειακών παραγόντων.

2. Φορέας Στρατηγικής Ανάπτυξης: Ένας από τους κύριους παράγοντες επιτυχημένης Στρατηγικής Ανάπτυξης είναι να δημιουργηθεί εκείνος ο φορέας που θα αναλάβει το έργο προσέλκυσης και διευκόλυνσης επενδυτικών σχημάτων.

Η επιτυχία της Αποστολής ενός τοπικού ή περιφερειακού υποστηρικτικού φορέα επενδύσεων θα αποτελεί πρώτιστο μέλημα όχι μόνο των λειτουργικών δραστηριοτήτων των τοπικών και περιφερειακών αρχών αλλά και – το σημαντικότερο – των ιδίων των δημοτών.

3. Συνεργασία με ντόπιους επιχειρηματίες: Ξεχωριστή σημασία για την επιτυχία μιας σχεδιαζόμενης Στρατηγικής Περιφερειακής ή Τοπικής Ανάπτυξης αποτελεί η στενή συνεργασία των τοπικών και περιφερειακών αρχών με τους Επιμελητηριακούς Φορείς και τους επιχειρηματίες της ευρύτερης περιοχής.

Μέσα από αυτή τη συνεργασία – που πρέπει να είναι προγραμματισμένη με συναντήσεις σε βάθος χρόνου – μπορούν να αξιοποιηθούν όλες οι εμπειρίες των Επιμελητηρίων και των επιχειρηματιών, ώστε να εντοπισθούν ευκολότερα και ταχύτερα τόσο τα προβλήματα που πρέπει να υπερνικηθούν όσο και οι πολιτικές που θα πρέπει να υλοποιηθούν ώστε να στεφθεί με επιτυχία η σχεδιαζόμενη Αναπτυξιακή Στρατηγική για την καταπολέμηση της ανεργίας.

4. Συγκριτικά πλεονεκτήματα: Σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο θα πρέπει να εντοπισθούν με καθαρά ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια τα «συγκριτικά πλεονεκτήματα» που διαθέτει η κάθε περιοχή.

Με βάση τα σχετικά συμπεράσματα μπορούν να δημιουργηθούν οι επενδυτικές προτεραιότητες που θα ενδιέφεραν υποψήφιους επενδυτές.

Προϋπόθεση για να εντοπισθούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα μιας περιοχής είναι να εξασφαλισθεί συνεργασία με εξειδικευμένη εταιρεία συμβούλων που να έχει μεγάλες εμπειρίες σε θέματα επενδύσεων και κατάρτισης προμελετών σκοπιμότητας και βιωσιμότητας (pre-feasibility studies).

5. Τραπεζικές συμβουλές: Με βάση τις πρώτες εκτιμήσεις και τα αρχικά σχέδια για τρόπους προσέλκυσης υποψηφίων επενδυτών σε συγκεκριμένους τομείς είναι πολύ χρήσιμο να ζητηθούν συμβουλές από τοπικούς εκπροσώπους τραπεζών προκειμένου να αξιοποιήσουν τις εμπειρίες τους για την αντιμετώπιση προβλημάτων επιχειρήσεων, επενδυτικών έργων, γενικά κόστη χρηματοδότησης, αποτιμήσεις δημοτικών εκτάσεων προς αξιοποίηση κλπ.

6. Διαπεριφερειακή συνεργασία: Λαμβάνοντας υπόψη τις εμπειρίες από τις περισσότερο αναπτυγμένες χώρες, μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα έχουν πρωτοβουλίες για προσέλκυση επενδύσεων που στηρίζονται σε ευρείες διαπεριφερειακές συνεργασίες.

Η συνεργασία μεταξύ όμορων περιφερειών και κοινοτήτων είναι πολλαπλά και αμοιβαία επωφελής, καθώς, μεταξύ άλλων, εξασφαλίζονται:

- Στενή συνεργασία όμορων Επιμελητηρίων, τοπικών και κρατικών υπηρεσιών, μεγάλου αριθμού επιχειρηματιών κλπ με σκοπό την εκπόνηση ενός ενιαίου Διαπεριφερειακού Στρατηγικού Αναπτυξιακού Σχεδίου.
- Συντονισμός δράσεων για ταχύτερη επίτευξη κοινών διαπεριφερειακών στόχων (πχ μεγάλα έργα υποδομών με τη συνεργασία της Πολιτείας, ιδιωτών κλπ για συγχρηματοδοτούμενα ή μεγάλα ιδιωτικά έργα κλπ).
- Μέσα από αυτές τις συνεργασίες μπορεί να προωθηθούν ευκολότερα συνεργασίες μεταξύ επιχειρηματιών, τραπεζών, κινητοποίηση και συγκέντρωση παραγωγικών δυνάμεων, εκπαιδευτικών φορέων κλπ.

7. Εκπόνηση Στρατηγικής Ανάπτυξης: Με βάση τις ανωτέρω διαδικασίες, τα συμπεράσματα προμελετών, τις προτάσεις Επιμελητηρίων, επιχειρηματιών κλπ ο Φορέας Περιφερειακής Στρατηγικής Ανάπτυξης προχωρεί στην εκπόνηση μιας ολοκληρωμένης Περιφερειακής Στρατηγικής Ανάπτυξης που θα καθορίζει τους κεντρικούς επενδυτικούς στόχους για την προσέλκυση υποψηφίων επενδυτών.

Στο πλαίσιο εκπόνησης των Στρατηγικών Προτεραιοτήτων, του Προγράμματος Ανάπτυξης και Επενδύσεων ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στη βελτίωση της παραγωγικότητας του υπάρχοντος Ανθρώπινου Δυναμικού, ώστε να αποκτήσει τις γνώσεις, εξειδίκευση, δεξιότητες κλπ που απαιτούν οι υποψήφιοι Επενδυτές.

8. Συνεργασία με τα αρμόδια υπουργεία: Πολύ σημαντικός παράγοντας επιτυχίας ενός Περιφερειακού Σχεδίου Στρατηγικής Ανάπτυξης είναι η συνεργασία με τα υπουργεία που εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα με την προσέλκυση διεθνών και εγχωρίων επενδυτών για διάφορα έργα ανά την επικράτεια.

Μέσα από αυτές τις συνεργασίες είναι δυνατόν να παρασχεθεί η κρατική υποστήριξη για την επιτυχία τοπικών ή Περιφερειακών Σχεδίων Στρατηγικής Ανάπτυξης.

Στο πλαίσιο αυτών των συνεργασιών θα πρέπει να δοθεί έμφαση στη συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας, ώστε να αντιμετωπισθούν αποτελεσματικά προγράμματα επαγγελματικής επανακατάρτισης ανέργων, νέων κλπ.

9. Επικοινωνία της Περιφερειακής Στρατηγικής Ανάπτυξης:

Ο πλέον αποφασιστικός παράγοντας επιτυχίας ενός Σχεδίου Στρατηγικής Ανάπτυξης είναι η υπεύθυνη, συνεχής και πλήρως τεκμηριωμένη επικοινωνία του σε διαφορετικά κοινά, με ιδιαίτερη έμφαση προς τις Τοπικές Κοινωνίες, οι οποίες πρέπει να είναι απόλυτα πεπεισμένες ότι θα έχουν οικονομικά οφέλη. Έτσι, έχοντας εξασφαλισμένη την πλήρη υποστήριξη των Τοπικών Κοινωνιών το επόμενο «μεγάλο βήμα» είναι η επικοινωνία του προς τους υποψήφιους επενδυτές.

Η σχετική επικοινωνία είναι το «πιο δύσκολο κομμάτι» του όλου έργου, καθώς οι επενδυτές θα πρέπει να έχουν μια απόλυτα σαφή και τεκμηριωμένη εικόνα για τα οφέλη, τις αναμενόμενες κεφαλαιακές αποδόσεις, ακόμη και τα ενδεχόμενα προβλήματα που θα αντιμετωπίσουν από τη συμμετοχή τους σε κάποιο επενδυτικό σχέδιο.

10. Ανθρώπινο δυναμικό: Αποτελεί ίσως τον πιο κρίσιμο παράγοντα που υπολογίζει κάθε υποψήφιος επενδυτής, καθώς οι σύγχρονες επενδύσεις σε μια παγκοσμιοποιημένη οικονομία προϋποθέτουν πολύ εξειδικευμένο και έμπειρο ανθρώπινο δυναμικό.

Επειδή στον τομέα αυτό υπάρχει «σοβαρή υστέρηση» της ελληνικής περιφέρειας το πρόβλημα θα μπορούσε να αντιμετωπίσει ένα οργανωμένο και αποτελεσματικό πρόγραμμα εκπαίδευσης, κατάρτισης και εξειδίκευσης.

Μέσω της πολλαπλής υποστήριξης της τοπικής επιχειρηματικότητας, της προσέλκυσης επενδύσεων από άλλες περιοχές του κόσμου κλπ οι Περιφέρειες δύνανται να επιτελέσουν καλλίτερα τον Κοινωνικό τους Ρόλο, επενδύοντας πρωτίστως στο Ανθρώπινο Δυναμικό που διαθέτουν.

Ο μετασχηματισμός των Περιφερειών – που σήμερα αντιμετωπίζουν πολύ σοβαρά, οξυμμένα κοινωνικά προβλήματα λόγω της «μάστιγας της ανεργίας» – δεν μπορεί να γίνει παρά μόνον μέσω της πολλαπλής υποστήριξης των επιχειρήσεων να μετατραπούν διεθνώς ανταγωνιστικές, αξιοποιώντας το Ανθρώπινο Δυναμικό που θα χαρακτηρίζεται από:

- «δέσμευση» στην επίτευξη των στόχων της κάθε επιχείρησης.
- πολύ υψηλό βαθμό εξειδίκευσης.
- υψηλή παραγωγικότητα.
- ευελιξία και προσαρμοστικότητα στην κάλυψη μεταβαλλόμενων αναγκών των επιχειρήσεων.
- εύκολη αφομοίωση των πλέον καινοτόμων λειτουργιών και τεχνολογιών κλπ.

Η Περιφερειακή Οικονομία χρειάζεται σύγχρονα Πανεπιστήμια

Η βιωσιμότητα της Περιφερειακής Οικονομίας και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται μακριά από τα δύο μεγάλα πολεοδομικά συγκροτήματα Αθηνών και Θεσσαλονίκης δεν θα εξασφαλισθεί χωρίς την ενεργό συμπαράσταση των Πανεπιστημίων

Για να καταπολεμηθεί η μακροχρόνια ανεργία και να υποστηριχθεί η Βιώσιμη Ανάπτυξη στις Περιφέρειες της χώρας τα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα πρέπει να μετατραπούν σε «δεξαμενές» προηγμένων γνώσεων, ερευνών κλπ και σε «ισχυρούς πόλους» δημιουργίας ικανών στελεχών και εργαζομένων για να ικανοποιούνται οι ανάγκες των επιχειρήσεων για την ταχεία μετάβασή τους στην Οικονομία της Γνώσης, που ενισχύει κατακόρυφα τη διεθνή ανταγωνιστικότητα.

Μια από τις «χρόνιες ασθένειες» της Ελληνικής Οικονομίας – ίσως η πιο σημαντική – είναι ότι, σε πολύ μεγάλο βαθμό το εκπαιδευτικό σύστημα της χώρας είναι «αποκομμένο» εδώ και δεκαετίες από τον κόσμο της Πραγματικής Οικονομίας και της Επιχειρηματικότητας.

Το εκπαιδευτικό δυναμικό – σε γενικές γραμμές – αδυνατεί να κατανοήσει ότι ο μοναδικός λόγος ύπαρξής του είναι να υπηρετεί τις ανάγκες της Κοινωνίας και της Οικονομίας, καταρτίζοντας και εξειδικεύοντας κατάλληλα νέους ανθρώπους, ώστε να είναι ικανοί να στελεχώνουν με υψηλή αποτελεσματικότητα το Δημόσιο Τομέα και τον Επιχειρηματικό Τομέα.

Δυστυχώς το εκπαιδευτικό σύστημα αδυνατεί πλήρως να προωθήσει έρευνες που να έχουν επιχειρηματικές εφαρμογές και οφέλη για το Κοινωνικό Σύνολο.

Σήμερα οι ταχύτερα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις είναι εκείνες που διαθέτουν προϊόντα τα οποία βασίζονται σε προηγμένες έρευνες και τεχνολογίες, που εξασφαλίζονται μέσω της στενής συνεργασίας τους με πανεπιστήμια, τεχνολογικά ινστιτούτα και ερευνητικά κέντρα.

Με απλά λόγια, το ανώτερο εκπαιδευτικό σύστημα πραγματοποιεί έρευνες τις οποίες διαθέτει σε συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, οι οποίες με τη σειρά τους τις αξιοποιούν και τις προσαρμόζουν, ώστε να μετατραπούν σε υπηρεσίες και προϊόντα που θα πωλούνται σε διαφορετικά κοινά.

Τα «προϊόντα της γνώσης» έχουν το πλεονέκτημα ότι αντιμετωπίζουν περιορισμένο ανταγωνισμό και πολύ μεγάλη ζήτηση, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να εξασφαλίζουν ταχεία άνοδο των πωλήσεων και των κερδών τους. Επιπλέον τα «προϊόντα γνώσης» διατίθενται εύκολα στη διεθνή αγορά, αρκεί βέβαια να βασίζονται σε μεγάλα και οργανωμένα δίκτυα και σε υψηλές δαπάνες διαφημιστικής και επικοινωνιακής προβολής τους.

Εφόσον μια χώρα διαθέτει μεγάλο αριθμό καινοτόμων επιχειρήσεων και ισχυρά εκπαιδευτικά συστήματα – κατάλληλα προσαρμοσμένων για να εξυπηρετούν τις ανάγκες των επιχειρήσεων – τότε οι επιτυγχανόμενοι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης δημιουργούν τις προϋποθέσεις για διατήρηση σε χαμηλά επίπεδα της ανεργίας, δημιουργία νέων εισοδημάτων, αύξηση των επενδύσεων κλπ.

Επιπλέον, πολλές επιχειρήσεις στο εξωτερικό δημιουργούν «συστάδες επιχειρήσεων» (clusters) στις οποίες συμμετέχουν πανεπιστήμια, τεχνολογικά ιδρύματα και ερευνητικά ινστιτούτα και κέντρα που παρέχουν εξειδικευμένη πληροφόρηση αλλά και ερευνητικές εργασίες κοινής χρήσης για τις επιχειρήσεις μέλη του (cluster) με αμοιβαία οφέλη για όλα τα συνεργαζόμενα μέρη.

Από την άλλη πλευρά χώρες σαν την Ελλάδα, που δεν έχει ένα εκπαιδευτικό σύστημα κατάλληλα προσαρμοσμένο για να καλύπτει τις ανάγκες των επιχειρήσεων μέσω της «οικονομίας της γνώσης», τότε δημιουργούνται εξαιρετικά αρνητικές συνέπειες αφού:

- οι πτυχιούχοι δεν μπορούν να εξασφαλίσουν βιώσιμες θέσεις εργασίας, αφού δεν έχουν τα κατάλληλα εφόδια για παροχή εξειδικευμένων εργασιών,
- οι επιχειρήσεις παρακαμάζουν, καθώς δεν διαθέτουν καινοτόμες υπηρεσίες και προϊόντα, αλλά παραμένουν προσκολλημένες σε «ξεπερασμένα παραγωγικά μοντέλα»,
- το Κοινωνικό Σύνολο επιβιώνει με μεγάλες δαπάνες για τη λειτουργία του εκπαιδευτικού συστήματος, χωρίς ωστόσο να προκύπτουν άμεσα ή έμμεσα οφέλη για τους φορολογούμενους πολίτες, αφού αυξάνεται σε πρωτοφανή επίπεδα η ανεργία των νέων.

Για τους λόγους που αναφέρθηκαν:

- Η Τοπική Αυτοδιοίκηση της χώρας χρειάζεται να αναπτύξει πολύπλευρες συνεργασίες με τους πανεπιστημιακούς φορείς, προκειμένου να υλοποιηθούν μελέτες κλπ για δυνατότητες ανάπτυξης περιοχών, προώθησης της Επιχειρηματικότητας, έρευνες αγοράς του εξωτερικού, καθεστώτα επενδύσεων και επενδυτικές ευκαιρίες κλπ.
- Οι Περιφέρειες και οι Δήμοι σε συνεργασία με τα Πανεπιστήμια και τις επιχειρήσεις θα πρέπει να προχωρήσουν από κοινού προγράμματα ερευνών για νέες τεχνολογίες κλπ, οι οποίες θα έχουν δυνατότητες εφαρμογών από τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις.
- Κρίνεται αναγκαία η προσαρμογή των προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων, ώστε αυτά να ανταποκρίνονται πλήρως προς τις ανάγκες των ελληνικών επιχειρήσεων, επισημαίνοντας ιδιαίτερα τις μεγάλες ελλείψεις για εξειδικευμένα στελέχη και προσωπικά.
- Η ανάπτυξη του e-learning και η κατάρτιση εργαζομένων, ανέργων κλπ σε σύγχρονα επιχειρηματικά, τεχνολογικά θέματα κλπ – που θα καλύπτουν τις ανάγκες «εξωστρεφών», καινοτόμων κλπ επιχειρήσεων αποτελεί ένα σημαντικό τομέα συνεργασίας μεταξύ της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των Πανεπιστημίων.
- Λαμβάνοντας υπόψη τις τεράστιες ανάγκες κυρίως των απομακρυσμένων από τα δύο μεγαλύτερα πολεοδομικά συγκροτήματα Περιφερειών για προώθηση της Οικονομικής Ανάπτυξης, της Επιχειρηματικότητας, των Ιδιωτικών Επενδύσεων κλπ, θα πρέπει να ισχυροποιηθούν ανάλογα εκείνα τα Πανεπιστήμια, Σχολές, εκπαιδευτικοί φορείς κλπ που μπορούν να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην αντιμετώπιση των συγκεκριμένων αναγκών.

Εθνική ανάγκη η οικονομική εξυγίανση και βελτίωση των υπηρεσιών των Δήμων

Η προσέλκυση επενδύσεων στις ελληνικές περιφέρειες, μεταξύ άλλων, επιβάλλουν τη δημιουργία σύγχρονων «μοντέλων Τοπικής Αυτοδιοίκησης».

Η βελτιστοποίηση των υπηρεσιών που παρέχουν οι Περιφέρειες και οι Δήμοι και η οικονομική εξυγίανσή τους με σύγχρονα οικονομικά κριτήρια αποδοτικότητας μπορούν να συμβάλλουν στη βελτίωση του επιχειρηματικού και επενδυτικού περιβάλλοντος.

Πέραν των ανωτέρω επισημαίνονται τα ακόλουθα:

- Η εκρηκτική δημοσιονομική κατάσταση της χώρας επιβάλλει την πλήρη αναπροσαρμογή της οικονομικής πολιτικής των Δήμων, ώστε αυτοί να μετατραπούν σε ισχυρά «εργαλεία οικονομικής ανάπτυξης και κοινωνικής συνοχής και κοινωνικής αλληλεγγύης». Γιατί μόνον Δήμοι οικονομικά αυτοδύναμοι και ορθολογικά οργανωμένοι μπορούν να συμβάλλουν στην επίλυση των σοβαρών κοινωνικών προβλημάτων και να συμβάλλουν με διάφορους τρόπους στην αποτελεσματική καταπολέμηση της μακροχρόνιας ανεργίας.
- Η «οικονομική εξυγίανση» είναι εθνική ανάγκη να επεκταθεί το ταχύτερο δυνατό από τον Δημόσιο και τον ευρύτερο Δημόσιο Τομέα στο σύνολο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Η οικονομική εξυγίανση των Δήμων θα τους επιτρέψει μακροπρόθεσμα να αποκτήσουν οι Δήμοι δανειοληπτική και πιστοληπτική ικανότητα, ώστε να αρχίσουν να χρησιμοποιούν διάφορα «χρηματοοικονομικά εργαλεία». Για παράδειγμα, οι Δήμοι και οι Περιφέρειες στο εξωτερικό εδώ και δεκαετίες εκδίδουν ομολογίες για να χρηματοδοτήσουν διάφορα έργα με πλήρεις εγγυήσεις προς τους ομολογιούχους από αξιοποιούμενες δημοτικές εκτάσεις, δημοτικά κτίρια κλπ.
- Σήμερα τα ελλείμματα αλλά και τα φαινόμενα «αδιαφάνειας» που έχουν εντοπισθεί σε ορισμένους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης προκαλούν μια «αρνητική εικόνα» στο ευρύτερο κοινό.

Ανορθολογική οργάνωση

Ο «Καλλικράτης» – που ορθά συνέβαλε σε ευρείες συγχωνεύσεις Δήμων – σήμερα χρειάζεται αρκετές αλλαγές και πρέπει να μετατραπεί σε «μοχλό οικονομικής ανάπτυξης και κοινωνικής αλληλεγγύης»... Δυστυχώς, συσσωρευμένα ελλείμματα Δήμων που απορροφήθηκαν μεταβιβάστηκαν σε άλλους Δήμους, έχουν συμβάλει στη δημιουργία μεγάλων οικονομικών ανοιγμάτων.

Λόγω της μεγάλης μείωσης των κρατικών ενισχύσεων προς τους Δήμους, η τυχόν ανεξέλεγκτη επιβάρυνση των δημοτών με υπέρογκες αυξήσεις των δημοτικών τελών κλπ θα πρέπει να αποφευχθεί με οποιοδήποτε τρόπο, καθώς κάτι τέτοιο θα συνιστούσε μια επιπλέον μείωση της συνολικής ιδιωτικής ζήτησης και κατανάλωσης.

Η οικονομική εξυγίανση των Δήμων αποτελεί το αναγκαίο βήμα για να υποχρεωθούν, κατ'αρχήν, να συμπίεσουν τα μεγάλα κόστη λειτουργίας τους σε σχέση με την ποιότητα των υπηρεσιών που διαθέτουν.

Λειτουργώντας με βάση τις αρχές του ιδιωτικού management αλλά με επικέντρωση στην παροχή σημαντικού κοινωνικού οφέλους – για μεγιστοποίηση του οφέλους που παρέχουν προς τους δημότες και τις τοπικές επιχειρήσεις με βάση τα διατιθέμενα από αυτούς κεφάλαια – οι Δήμοι θα υποχρεωθούν να αναζητήσουν και άλλους τρόπους δημιουργίας οικονομικών πλεονασμάτων.

Έτσι, οι Δήμοι, αργά ή γρήγορα, θα υποχρεωθούν:

- να αξιοποιήσουν μεγάλα ακίνητα που διαθέτουν, αλλά τα οποία έχουν ελάχιστες ή και αρνητικές αποδόσεις,
- να έχουν ενεργό συμμετοχή στις κοινές προσπάθειες για προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων (ώστε να υπάρξουν οφέλη τόσο για τους Δήμους όσο και για τους ιδιώτες) κλπ.

Εκσυγχρονισμός του «Καλλικράτη»

Το θεσμικό και νομικό πλαίσιο λειτουργίας των Δήμων πρέπει να εκσυγχρονισθεί και να γίνει περισσότερο αυστηρό και διάφανο, επιβάλλοντας υποχρεώσεις που θα συμβάλλουν στη συμπίεση των δαπανών και στον οικονομικό εξορθολογισμό τους.

Ήσπε να είναι:

- οικονομικά αυτοδύναμοι με βάση τα έσοδα και τις δαπάνες τους,
- ορθολογικά οργανωμένοι, με υψηλή και μετρήσιμη οικονομική αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα,
- αξιόπιστοι, με υποχρεωτικούς κανόνες δημοσιοποίησης της οικονομικής κατάστασης και των οικονομικών προοπτικών τους, ανάλογους με αυτούς που ισχύουν για τις μεγάλες εταιρείες,
- υπόλογους για την εφαρμογή αποτελεσματικών πολιτικών εσωτερικής οικονομικής διαχείρισης και αξιολόγησης του προσωπικού τους με καθαρά αξιολογικά και πλήρως διαφανή κριτήρια,
- αυστηρά ελεγχόμενοι από αξιόπιστους και αναγνωρίσιμους εξωτερικούς συμβούλους, που θα επιλέγονται μέσα από διαφανείς διαδικασίες.

Στη συντριπτική πλειοψηφία τους οι δημότες σήμερα αγνοούν:

- την τρέχουσα οικονομική κατάσταση των Δήμων,
- τι πληρώνουν για τις παρεχόμενες δημοτικές υπηρεσίες,
- τη σχέση του οφέλους που έχουν από τις δημοτικές υπηρεσίες σε σχέση με αυτά που άμεσα ή έμμεσα πληρώνουν για τους Δήμους,
- τις μελλοντικές υποχρεώσεις που θα έχουν μέσα στα επόμενα χρόνια οι ίδιοι και οι επόμενες γενιές δημοτών, κλπ.

Οικονομική αξιολόγηση

Μέσα στο επόμενο χρονικό διάστημα η Κεντρική Διοίκηση οφείλει να υποχρεώσει το σύνολο των Δήμων να δημοσιοποιήσουν την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται σήμερα, παρέχοντας με ενιαίο τρόπο συγκριμένα στοιχεία για:

- το προσωπικό που διαθέτουν, τις δαπάνες για τη μισθοδοσία, στοιχεία για αποσπασμένους από το Δημόσιο κλπ.
- τη διαχρονική πορεία των δαπανών και των εσόδων τους από διάφορες πηγές,
- τα ακίνητα που διαθέτουν και τα έσοδα που έχουν από την αξιοποίησή τους,
- τις υποχρεώσεις των Δήμων έναντι τρίτων και των εργαζομένων σε αυτούς κλπ.

Το σύνολο των Δήμων της χώρας πρέπει να αξιολογηθεί με ενιαία κριτήρια οικονομικά και πιστοληπτικά κριτήρια – σχεδόν ανάλογα με αυτά που ισχύουν για τις εταιρείες. Έτσι, οι δημότες θα έχουν όλη εκείνη τη «διαφάνεια και ευρεία ενημέρωση» που απαιτείται, επιτρέποντας την αξιολόγηση του κάθε Δήμου με βάση τις μετρήσιμες θετικές ή αρνητικές οικονομικές επιδόσεις του.

Τέλος, σημαντικές θετικές επιπτώσεις από την επιβολή του οικονομικού εκσυγχρονισμού των Δήμων θα είναι οι ακόλουθες:

1. Θα αποκοπουν οι «πελατειακές σχέσεις» μεταξύ των εκπροσώπων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης με ορισμένα στρώματα του εκλογικού σώματος.
2. Οι δημότες θα κρίνουν και θα επιλέγουν τους υποψήφιους για εκλογή σε διάφορα αξιώματα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης με βάση τις υποκειμενικές δυνατότητες, το αναγνωρισμένο κύρος και ήθος και τις εμπειρίες του καθενός να λύνει οικονομικά προβλήματα.
3. Θα αυξηθεί το ενδιαφέρον δημοτών που διαθέτουν τις απαιτούμενες εμπειρίες για να συμβάλλουν στη μεγαλύτερη οικονομική αποτελεσματικότητα των Δήμων.

Συμπίεση δαπανών και αύξηση των εσόδων των Δήμων μέσω του Public Management

Η υιοθέτηση μεθόδων του ιδιωτικού τομέα για αποτελεσματική διαχείριση των διαθέσιμων πόρων και του Ανθρώπινου Δυναμικού από την Κυβέρνηση και την Τοπική Αυτοδιοίκηση αποτελεί «μονόδρομο» για τη συμπίεση του κόστους λειτουργίας του Κράτους και των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Με δεδομένη την αδυναμία του Κράτους να συνεχίσει να επιδοτεί τους ΟΤΑ, αλλά και τις ιδιαίτερα αυξημένες δυσκολίες των δημοτών να αποδεχθούν αυξήσεις των δημοτικών τελών και άλλων σχετικών επιβαρύνσεων, οι Δήμοι θα πρέπει το ταχύτερο δυνατόν να αξιοποιήσουν τις μακρές εμπειρίες των ιδιωτικών επιχειρήσεων για εξορθολογισμό των δαπανών τους.

Έτσι, με τα σημερινά δεδομένα, είναι καθήκον των τοπικών εκπροσώπων να δουν από «μηδενική βάση» και εμπεριστατωμένα την αποτελεσματικότητα της οικονομικής διαχείρισης της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, αξιοποιώντας τις μεγάλες δυνατότητες και τις μεθόδους του public management.

Ο όρος public management έχει την έννοια ότι, οι κυβερνήσεις και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί (Τοπικής Αυτοδιοίκησης κλπ) εφαρμόζουν μεθόδους management ανάλογες με αυτές του ιδιωτικού τομέα προκειμένου να μεγιστοποιούνται τα οφέλη από τις παρεχόμενες υπηρεσίες προς τους πολίτες, δημότες κλπ αλλά με το χαμηλότερο δυνατό κόστος.

Μέσω της αποτελεσματικής διαχείρισης των δημοσίων και δημοτικών πόρων βασικοί στόχοι της κάθε Τοπικής Αυτοδιοίκησης θα πρέπει να είναι:

1. Αναλυτική εξέταση όλων των επιμέρους δαπανών προκειμένου αυτές να αξιολογηθούν κατά περίπτωση και να καταταγούν με βάση τη χρησιμότητα που έχουν για τις παρεχόμενες υπηρεσίες προς τους δημότες.
2. Δημιουργία έστω και οριακών πλεονασμάτων με βάση τις υφιστάμενες δαπάνες ως προς τα πραγματοποιούμενα έσοδα, εξαιρουμένων αυτών που προέρχονται από κρατικές επιδοτήσεις.
3. Αναζήτηση τρόπων αξιοποίησης της ακίνητης περιουσίας που διαθέτουν, προκειμένου είτε να ρευστοποιηθούν είτε να αποδοθούν για εμπορική εκμετάλλευση μέσω διαγωνισμών με απόλυτη διαφάνεια.
4. Εξέταση εναλλακτικών τρόπων για παρεχόμενες υπηρεσίες (πχ αποκομιδή σκουπιδιών) μέσω διαγωνισμών από εταιρείες, προκειμένου να συμπειστούν σημαντικά κόστη.

Διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού

Ιδιαίτερη σημασία έχει για την Τοπική Αυτοδιοίκηση να «διδασθεί» από τον ιδιωτικό τομέα και τις μακρές εμπειρίες του σχετικά με τις πολιτικές του για την κατά το δυνατό καλύτερη αξιοποίηση του Ανθρώπινου Δυναμικού που διαθέτουν.

Αυτό σημαίνει ότι οι εκπρόσωποι της Τοπικής Αυτοδιοίκησης θα πρέπει να εφαρμόσουν πρακτικές, όπως:

1. Συνεχής έλεγχος της αποτελεσματικότητας του προσωπικού των ΟΤΑ- συνολικά και ανά εργαζόμενο.
2. Αξιολόγηση της ατομικής αποδοτικότητας του κάθε εργαζόμενου με «κριτήρια πλήρους διαφάνειας» και «αξιοκρατίας», προκειμένου να προσχθούν οι πλέον ικανοί για τις ανώτερες και ανώτατες θέσεις στους δημοτικούς οργανισμούς.
3. Ανάθεση πρόσθετων εργασιών, προκειμένου να βελτιωθεί η ατομική παραγωγικότητα και απόδοση.
4. Δημιουργία συστημάτων «ευέλικτης εργασίας», προκειμένου να εξυπηρετούνται καλύτερα και ταχύτερα οι δημότες, με κύριο στόχο την πάταξη της γραφειοκρατίας.
5. Λήψη αποτελεσματικών μέτρων τη μείωση των μισθολογικών δαπανών, εφόσον διαπιστώνεται ότι υπάρχει «πλεονάζον προσωπικό» ή εργαζόμενοι που δεν μεριμνούν ιδιαίτερα για την παροχή καλύτερων υπηρεσιών προς τους πελάτες.

Έτσι, μειώνοντας τις γενικές και τις επιμέρους δαπάνες και βελτιώνοντας τις αποδόσεις προσωπικού οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης δύνανται να πραγματοποιήσουν γρήγορα τον εξορθολογισμό των δαπανών και των εσόδων τους, δημιουργώντας πρωτογενή πλεονάσματα, τα οποία μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για άσκηση πρόσθετων κοινωνικών παροχών.

Επιπλέον, επειδή η πραγματοποίηση δημοτικών επενδύσεων κατά κανόνα έχει αρνητικές κεφαλαιακές αποδόσεις, είναι δυνατόν δημοτικά ακίνητα ή και πρωτογενείς πόροι από ετήσια πλεονάσματα να αξιοποιηθούν – μέσα από διαδικασίες απόλυτης διαφάνειας – να μπουν ΟΤΑ ως μειοψηφούντες μέτοχοι σε επενδυτικά έργα με τους ιδιώτες να αναλαμβάνουν επιχειρηματικά και επενδυτικά ρίσκα, προκειμένου να δημιουργηθούν ανταγωνιστικές επιχειρήσεις στην ελληνική περιφέρεια.

Περιφερειακή στρατηγική και πολιτικές για μια αγροτική οικονομία δυναμική και ανταγωνιστική

Στο πλαίσιο μιας Στρατηγικής Περιφερειακής Ανάπτυξης ακρογωνιαίος λίθος πρέπει να είναι ο σταδιακός μετασχηματισμός της αγροτικής οικονομίας από το πολύ χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας που βρίσκεται σήμερα σε μια περιφερειακή αγροτική οικονομία ισχυρή και δυναμική.

Ο δημιουργία υπερούχρονων αγροτικών μονάδων που θα χαρακτηρίζονται από υψηλό βαθμό επιχειρηματικότητας, σύγχρονο management, χαμηλό κόστος παραγωγής και διάθεση προϊόντων σε ευρεία βάση και με εξαγωγικό προσανατολισμό αποτελεί «μονόδρομο» για την πλήρη αλλαγή του περιβάλλοντος που επικρατεί σήμερα στο χώρο της Αγροτικής Οικονομίας.

- Σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες στα Μακροχρόνια Περιφερειακά Προγράμματα που καταρτίζονται και υλοποιούνται από την Τοπική Αυτοδιοίκηση προβλέπονται συγκεκριμένες πολιτικές για τη βελτίωση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των τοπικών αγροτικών οικονομιών.
- Σε όλα τα Περιφερειακά Προγράμματα – παράλληλα με τις πολιτικές προσέλκυσης ιδιωτικών επενδύσεων (εγχώριων ή και ξένων) – αναγνωρίζεται η ανάγκη πολλαπλής υποστήριξης της περιφερειακής αγροτικής οικονομίας.
- Τα «μοντέλα» για σύγχρονες αγροτικές οικονομίες καταρτίζονται στα Περιφερειακά Προγράμματα λαμβάνοντας υπόψη πλήρως την παγκοσμιοποίηση των αγορών και τη συμπίεση ή κατάργηση των συστημάτων επιδοτήσεων.

Οι λόγοι που επιβάλλουν στην Τοπική Αυτοδιοίκηση να συμβάλλουν ενεργά σε αυτόν τον πλήρη αναπροσανατολισμό των ξεπερασμένων δομών της εγχώριας Αγροτικής Οικονομίας είναι:

- Οι σημαντικές αλλαγές στην Κοινή Αγροτική Πολιτική θα έχουν πολύ αρνητικές επιπτώσεις για το μεγαλύτερο ποσοστό των αγροτικών εκμεταλλεύσεων – σε βάρος των μελλοντικών εισοδημάτων των αγροτικών οικογενειών.
- Ο «οικονομικός μαρasmus» της ελληνικής υπαίθρου αποτελεί βασικό παράγοντα της πολύ υψηλής ανεργίας των νέων της Περιφέρειας.
- Το τεράστιο εμπορικό έλλειμμα της χώρας σε αγροτικά προϊόντα και αγροτικά προϊόντα απαιτεί ριζική αντιμετώπιση μέσα από μια Εθνική Στρατηγική για την Αγροτική Οικονομία.
- Το «μοντέλο» των επιδοτήσεων για «εικονικές παραγωγές» με σκοπό τον καταναλωτισμό και όχι τον παραγωγικό εκσυγχρονισμό απέτυχε παταγωδώς...
- Στα ράφια των ελληνικών καταστημάτων τα περισσότερα ελληνικά τρόφιμα, φρούτα και λαχανικά υστερούν έναντι των εισαγομένων από πλευράς τιμών λιανικής διάθεσης... Χώρες με ελάχιστη ηλιοφάνεια υπερτερούν έναντι της Ελλάδας που έχει «συγκριτικό πλεονέκτημα» το εύκρατο κλίμα και τη μεγάλη ηλιοφάνεια. Πολυεθνικές εταιρείες «συντρίβουν» με τις χαμηλότερες τιμές τους την ελληνική παραγωγή κρασιών και τροφίμων με τις χαμηλότερες τιμές

Όλα αυτά πρέπει να αλλάξουν...

Μια δυναμικά σχεδιασμένη και υψηλής διεθνούς ανταγωνιστικότητας – από πλευράς ποιότητας και τιμών – αγροτική οικονομία, που θα λειτουργεί με καθαρά ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια μπορεί να συμβάλει τόσο στη μείωση της εξάρτησης της χώρας από τις εισαγωγές όσο και στην αύξηση των πραγματικών εισοδημάτων των αγροτών και των συνδεδεμένων με αυτούς επιχειρήσεων.

Στρατηγικός στόχος για την ανάπτυξη μιας σύγχρονης και βιώσιμης αγροτικής οικονομίας θα πρέπει να είναι η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη καθετοποίηση των παραγωγών (φυσικών προσώπων, αγροτικών συνεταιρισμών και επιχειρήσεων σε συνδυασμό με την ανάπτυξη μεγάλης παραγωγής πρώτων υλών ή τελικών φυσικών ή/και ζωικών προϊόντων), ώστε να συμπίεσθεί συνολικά το κόστος παραγωγής και να ενισχυθεί η διεθνής ανταγωνιστικότητα ολόκληρου του κλάδου.

Επτά προτάσεις

Βασικές προϋποθέσεις για την επίτευξη ενός τέτοιου φιλόδοξου στόχου είναι:

1. Η συνολική αύξηση των καλλιεργούμενων εκτάσεων, ώστε αφενός να μειωθεί το κόστος πρώτης ύλης ανά παραγόμενη μονάδα και αφετέρου να αυξηθούν τα συνολικά έσοδα που δύναται να απολαύσει ο κάθε παραγωγός. Το θέμα αυτό «σκοντάφτει» στο αντιπαραγωγικό μοντέλο της «πολυτεμαχισμένης» αγροτικής ιδιοκτησίας, με αποτέλεσμα τα αξιοποιήσιμα εδάφη να είναι και πολύ μικρά σε μέγεθος και διάσπαρτα σε διαφορετικές περιοχές αυξάνοντας σημαντικά το κόστος συγκομιδής και μεταφοράς. Το πρόβλημα αυτό μπορεί να ξεπεραστεί με διάφορους συνδυασμένους τρόπους, όπως:

- Κινητοποίηση κατοίκων αγροτικών διαμερισμάτων για την προώθηση μορφών κοινής καλλιέργειας δημοτικών ή ακαλλιέργητων ιδιοκτητών εκτάσεων.

- Απαλλαγή των ιδιοκτητών αγροτεμαχίων από την καταβολή κάθε τέλους ακινήτων για αγροτεμάχια, εφόσον αυτά χρησιμοποιούνται παραγωγικά, ανεξαρτήτως εάν αυτά καλλιεργούνται από ιδιοκτήτες, κληρονόμους ή ενοικιαστές – παραγωγούς.
- Δημιουργία φορολογικών κινήτρων ή απαλλαγών για φυσικά πρόσωπα που έχουν ως δευτερεύουσα δραστηριότητα την ανάπτυξη ζωικής ή φυτικής παραγωγής.

2. Παρακίνηση ομάδων επιχειρήσεων με ομοειδές αντικείμενο εργασιών να υπογράψουν πολυετή συμβόλαια με πολλές ομάδες παραγωγών προκειμένου να αναπτύξουν επικεντρωμένες δράσεις στη μονοκαλλιέργεια ή στην ανάπτυξη μεγάλου ζωικού κεφαλαίου. Τέτοιες συνεργασίες θα διευκολύνουν αφενός τους επιχειρηματίες να βασίζονται στα πλεονεκτήματα της μαζικής παραγωγής.

3. Αναμόρφωση του θεσμικού καθεστώτος για τους συνεταιρισμούς, ώστε αυτοί να λειτουργούν πλήρως με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια.

4. Παροχή κινήτρων σε νέους που θέλουν να αναπτύξουν αγροτικές δραστηριότητες, που είναι ιδιαίτερα βελτιωμένα όταν στηρίζονται στη συνεργασία για επίτευξη οικονομικών κλίμακας.

5. Συγκεντροποίηση των μικρών ή μεσαίου μεγέθους μεταποιητικών μονάδων που συνδέονται άμεσα με την πρωτογενή παραγωγή, ώστε να αξιοποιηθεί στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό ο κεφαλαιουχικός εξοπλισμός τους που σήμερα πλεονάζει.

6. Ενεργός υποστήριξη από τις τράπεζες με την παροχή χαμηλότοκων δανείων επιχειρηματικών και συνεταιριστικών σχημάτων που αποτελούν ολοκληρωμένες «αλυσίδες» στον τομέα της πρωτογενούς παραγωγής – μεταποίησης – εμπορίας.

6. «Εκπαίδευση» παραγωγών, συνεταιριστών κλπ σε θέματα marketing, προηγμένων εργασιών τυποποίησης, αποτελεσματικής παραγωγής και εμπορίας, φοροτεχνικής κλπ.

Η παραπάνω θεματολογία οργανώνεται από τους συμμετέχοντες φορείς με τρόπο ώστε να είναι επίκαιρη, πρακτική και ουσιαστική για τους συμμετέχοντες.

2.2. Σκοπιμότητα του Forum

Με βάση τα παραπάνω, η διοργάνωση του **MONEY SHOW** αποβλέπει στους εξής στόχους:

- Να αποτελέσει ένα σημαντικό μέσο ανταλλαγής απόψεων και ενημέρωσης για τους ενασχολούμενους με τα περιφερειακά και τοπικά προϊόντα και τις εταιρείες.
- Να παράσχει την δυνατότητα προς κάθε ενδιαφερόμενο επενδυτή να ενημερωθεί ευρύτερα για την περιφερειακή και τοπική αγορά, μέσω ομιλιών που θα γίνουν από ειδικούς του κλάδου, στα πλαίσια του forum και της παράλληλης έκθεσης.
- Να παράσχει την δυνατότητα στην περιφερειακή και δημοτική Αγορά, να προβεί σε παρουσίαση των προϊόντων και των δομών της, προς κάθε ενδιαφερόμενο.
- Να παράσχει την δυνατότητα ουσιαστικής και λεπτομερούς παρουσίασης των θεμάτων της Περιφερειακής αγοράς σε κατάλληλο περιβάλλον εξασφαλίζοντας το επίπεδο που αρμόζει σε ένα τόσο λεπτό και καθολικής σημασίας τομέα.
- Να παράσχει την δυνατότητα να γνωρίσει ο κάθε ενδιαφερόμενος από κοντά περιφερειακά και τοπικά φορείς, στελέχη και αναλυτές της αγοράς να συνομιλήσει μαζί τους και να επιλύσει απορίες ή να εκφράσει τη γνώμη και τους προβληματισμούς του.
- Να παράσχει την δυνατότητα σε περιφερειακούς και δημοτικούς φορείς και εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην περιφερειακή αγορά να παρουσιάσουν υπηρεσίες, νέα προϊόντα αλλά και να προδιαγράψουν την πορεία και τα μελλοντικά σχέδια και επιλογές για τους ενδιαφερόμενους.
- Να παράσχει την δυνατότητα σε εταιρείες της αγοράς να προβληθούν με έναν ολοκληρωμένο και πολυμορφικό τρόπο.

Η προβολή και η προώθηση των προϊόντων της Περιφερειακής και Δημοτικών αγορών θα δώσουν ώθηση για την καλύτερη κατανόηση της λειτουργίας της Περιφερειακής Αγοράς και την ενημέρωση των ενασχολούμενων με αυτήν. έτσι ώστε η Περιφέρεια και οι Δήμοι να αποτελέσουν εθνικά πρότυπα αλλά και για όλη την Νοτιοανατολική Ευρώπη.

2.3. Σκοπιμότητα της έκθεσης

Η έκθεση η οποία θα συμπληρώνει το forum, καλύπτοντας και ανάγκες του θα έχει στόχο :

- Να παράσχει την δυνατότητα προβολής προϊόντων / υπηρεσιών από την Περιφέρεια ή Δήμο με target group το καταναλωτικό και επενδυτικό κοινό, τις εταιρείες του χώρου αλλά και τα στελέχη της αγοράς αλλά και κεφαλαίου και χρήματος αλλά και συνολικά της Ελλάδας, Κύπρου.
- Να παράσχει την δυνατότητα παρουσίασης των προϊόντων και υπηρεσιών σε κατάλληλο περιβάλλον.
- Να παράσχει την δυνατότητα στους συμμετέχοντες εκθέτες να γνωρίσουν τους ανταγωνιστές τους και να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους ή να συνεργαστούν σε διάφορα επίπεδα.
- Να παράσχει την δυνατότητα σε όλες τις εταιρείες με κοινό target group να προβάλλονται δυναμικά.

3. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ FORUM ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΑΡΑΛΛΗΛΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ

3.1. Χώρος πραγματοποίησης

Η επιλογή του χώρου της πραγματοποίησης του forum και της παράλληλης έκθεσης θα γίνεται κάθε φορά με κριτήρια που καθορίζονται από το κύρος του εκπροσωπούμενου κλάδου και των συμμετεχόντων. Με βάση την ανάγκη για ένα χώρο στο κέντρο της πόλης αξιοποιούμε το δίκτυο των Jay Suites εκλεκτών πεντάστερων Ξενοδοχείων στο κέντρο.

Συγκεκριμένα η επιλογή κάθε φορά υπογράφεται με βάση τους εξής παράγοντες :

- την δυνατότητα πραγματοποίησης ειδικών ομιλιών και παρουσιάσεων από προσωπικότητες του χώρου και του κάθε κλάδου αντίστοιχα,
- τη διασφάλιση του κύρους των εκδηλώσεων, της Αγοράς, των συμμετεχόντων και των εκθετών,
- την απαίτηση παροχής υπηρεσιών υψηλού επιπέδου προς τους συμμετέχοντες,
- την παρουσία στις εκδηλώσεις σημαντικών προσωπικοτήτων και επισήμων,
- το κύρος και την συνεχή παρουσία των εκθετών και επισκεπτών,
- τη λειτουργικότητα του χώρου και την άνεση των εκθετών και των επισκεπτών.

3.2. Εσωτερική οργάνωση και διαμόρφωση χώρου

Η εσωτερική διαρρύθμιση του χώρου πραγματοποίησης περιλαμβάνει τα εξής :

A. Χώρος υποδοχής επισκεπτών

Ο χώρος αυτός κατάλληλα διαρρυθμισμένος θα βρίσκεται στην είσοδο της έκθεσης και θα λειτουργεί ως :

- χώρος παροχής πληροφοριών,
- χώρος προμήθειας του οδηγού και των ειδικών εκδόσεων της διοργάνωσης,
- χώρος συλλογής στοιχείων των επισκεπτών, και
- χώρος ελέγχου της διοργάνωσης και του κάθε εισερχόμενου.

Ο χώρος αυτός θα είναι κατάλληλα πλαισιωμένος από ειδικευμένο προσωπικό.

B. Χώρος έκθεσης

Ο χώρος της έκθεσης θα καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος του χώρου της όλης διοργάνωσης τον οποίο θα πλαισιώνουν τα περίπτερα των εκθετών. Θα υπάρχουν διακριτές ενδείξεις της αρχής και του τέλους της έκθεσης με αντίστοιχες σημάνσεις που θα εξασφαλίζουν μονής κατεύθυνσης κυκλοφορία των επισκεπτών παρέχοντας κατ' αυτόν τον τρόπο την δυνατότητα επίσκεψης όλων των περιπτέρων. Κάθε περίπτερο, για την κατασκευή του οποίου είναι υπεύθυνος ο εκθέτης, θα φέρει ταυτότητα ένδειξης του εκθέτη και όλες οι σημάνσεις θα σέβονται τον χώρο και το υψηλό επίπεδο της διοργάνωσης.

3.3. Ομιλητές

Η επιλογή των ομιλητών καθώς και η κατανομή του διατιθέμενου χώρου και χρόνου του forum γίνεται από την οργανωτική επιτροπή του, με βάση τις εξής προτεραιότητες :

- την εξασφάλιση της όσο το δυνατόν σφαιρικότερης κάλυψης των διαφόρων θεματικών εννοιών,
- την εξασφάλιση της παρουσίας ομιλητών κύρους από την Ελλάδα και το εξωτερικό,
- την εγκυρότητα και πρακτικότητα των εισηγήσεων για το εξειδικευμένο αλλά και το ευρύ κοινό.

Η συνδιοργάνωση του **MONEY SHOW** από την Αγορά καθώς και η εκπροσωπούμενη υποστήριξη του forum από σημαντικές προσωπικότητες του χώρου στην Ελλάδα προδικάζει την παρουσία ομιλητών υψηλού επιπέδου στα panel.

3.4. Σύνοδος

Με βάση τα όσα έχουν αναφερθεί για την σκοπιμότητα του forum και της έκθεσης προκύπτει ότι η πλήρης κάλυψη του αντικειμένου και η επίτευξη των στόχων τους εξασφαλίζονται με την παρουσία συνέδρων οι οποίοι θα παρουσιάσουν τις θέσεις, τις υπηρεσίες και ότι εκπροσωπούν. Οι σύνοδοι θα επιλεγούν μεταξύ των σημαντικότερων εκπροσώπων των παρακάτω χώρων :

- Αρχές αρμόδιες για την περιφερειακή και δημοτική αρχή

- Αρμόδιοι θεσμικοί, παραγωγικοί και συντεχνιακοί φορείς
- Εκπαιδευτικοί, επιστημονικοί, ερευνητικοί κ.ά. φορείς
- Επενδυτές και όσοι ενδιαφέρονται να μάθουν για τα περιφερειακά και τοπικά προϊόντα
- Στελέχη εταιρειών με προϊόντα και υπηρεσίες που στοχεύουν στο επιχειρηματικό κοινό.

3.5. Συμμετέχοντες

Οι συμμετέχοντες στις δραστηριότητες του forum διακρίνονται σε τρεις ομάδες :

A. Σύνεδροι επί τιμή, οι οποίοι περιλαμβάνουν :

- εκπροσώπους της Ελληνικής πολιτείας και ελληνικών και ξένων οργανισμών,
- εκπροσώπους του επενδυτικού και ακαδημαϊκού χώρου,
- τους χορηγούς του forum

B. Σύνεδροι, οι οποίοι συμμετέχουν και στην παράλληλη έκθεση του
MONEY SHOW

Γ. Επισκέπτες.

4. ΚΕΝΤΡΙΚΟΙ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ MONEY SHOW

4.1. Κεντρική Αιγίδα

Η διοργάνωση του **MONEY SHOW** εντασσόμενη στο πλαίσιο του πολυ – συνεδρίου MONEY SHOW απολαμβάνει δυναμικές και πλεονεκτήματα που προκαθορίζουν την ποιότητα, την αποτελεσματικότητα και την επιτυχία της διοργάνωσης. Το MONEY SHOW τελεί υπό την Κεντρική Αιγίδα του και του Ελληνοκινεζικού Επιχειρηματικού Επιμελητηρίου & Ελληνοϊταλικού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου.

4.2. Συνδιοργάνωση

Κεντρικοί περιφερειακοί συνδιοργανωτές: Συμμετέχουσες Έλληνικές Περιφέρειες και Δήμοι.

Οι κλαδικοί συνδιοργανωτές του **MONEY SHOW** είναι όλοι όσοι συνεργάζονται στις παράλληλες εκδηλώσεις

4.3. Ιδρυτικοί Συμμέτοχοι

Οι συνδιοργανωτές, προσκαλούν τους σημαντικότερους θεσμικούς φορείς της περιφερειακής και της Δημοτικής αγοράς και της κοινωνικής και πνευματικής ελίτ, παρέχοντας προς τους ίδιους και τα μέλη τους μια σειρά προνομιακών παροχών, ώστε, να συμμετάσχουν και να προσδιορίσουν καθοριστικά το επίπεδο, την εμβέλεια και το περιεχόμενο του **MONEY SHOW**.

4.4. Χορηγοί

A. Χορηγία Τίτλου

Κόστος : 30.000 ευρώ συν 24% ΦΠΑ

1. Διαφήμιση στο χώρο του Forum με λογότυπο χορηγού ως πρώτο συνθετικό. Εμφάνιση στα διαφημιστικά ταμπλό της διοργάνωσης, στους χώρους της έκθεσης και των παράλληλων εκδηλώσεων του λογότυπου του χορηγού ως πρώτο συνθετικό του τίτλου MONEY SHOW.
2. Προβολή λογότυπου στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα. Εμφάνιση του λογότυπου του χορηγού στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα της εκδήλωσης.¹
3. Προβολή λογότυπου χορηγού στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα. Εμφάνιση του λογότυπου του χορηγού στο **επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα** της διοργάνωσης.

¹ Σημειώνεται ότι σε περίπτωση όπου άλλοι χορηγοί, υποστηρικτές ή εκθέτες εκδώσουν ξεχωριστές, δικές τους προσκλήσεις στα πλαίσια της παρουσίας τους στο συνέδριο, δεν έχουν υποχρέωση να εμφανίσουν τα λογότυπα των χορηγών στη δική τους πρόσκληση.

Το επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα² περιλαμβάνει :

- I. Ηλεκτρονική διαφήμιση
- II. Έμμεση προβολή με άρθρα και δελτία τύπου σε όλα τα Μ.Μ.Ε.
- III. Αφίσες και διαφημιστικά προγράμματα της διοργάνωσης
- IV. Press Conference της διοργάνωσης

4. Παροχή δωρεάν επίσημων προσκλήσεων. Παροχή στον χορηγό 1.000 έντυπων επίσημων προσκλήσεων της εκδήλωσης, για διάθεση κατ' επιλογή του.
5. Δυνατότητα διανομής εντύπων στην έκθεση. Δυνατότητα για την διανομή εντύπων του χορηγού στους επισκέπτες της έκθεσης.
6. Δυνατότητα διανομής εντύπων στο forum. Δυνατότητα για την διανομή εντύπων του χορηγού στο σύνολο των παράλληλων εκδηλώσεων του forum.
7. Δυνατότητα εταιρικής παρουσίασης. Δυνατότητα διοργάνωσης ωριαίας παρουσίασης της εταιρείας, των υπηρεσιών και των προϊόντων της στο πλαίσιο του πολυσυνεδρίου.
8. Δυνατότητα παροχής χώρου για περίπτερο. Παραχώρηση χώρου 15 τ.μ. (3 x 5) για την κατασκευή περιπτέρου σε ειδικά εμφανή θέση στον χώρο της έκθεσης.
9. Δυνατότητα συμμετοχής σε panel θεματικής ενότητας. Δυνατότητα συμμετοχής σε ένα από τα panel των θεματικών ενότητων που θα καλυφθούν κατά την διάρκεια του πολυσυνεδρίου.
10. Έκδοση για την διοργάνωση με εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού τίτλου στο εμπροσθόφυλλο.

Β. Χορηγία Υποδοχής

Κόστος : 20.000 ευρώ συν 24% ΦΠΑ

Παροχές προς τον χορηγό υποδοχής της διοργάνωσης :

1. Διαφήμιση στο χώρο του forum με το λογότυπο του χορηγού. Σημάνσεις με το λογότυπο του χορηγού στο διαθέσιμο χώρο της διοργάνωσης.
2. Προβολή λογότυπου χορηγού στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα. Εμφάνιση του λογότυπου του χορηγού με την ένδειξη < O/H ΣΑΣ ΠΡΟΣΚΑΛΕΙ > στο επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα των διοργανωτών.
3. Προβολή λογότυπου στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα. Εμφάνιση του λογότυπου του χορηγού ως χορηγός υποδοχής στα επίσημα έντυπα προγράμματα και προσκλήσεις που θα διανεμηθούν από τους διοργανωτές.
4. Παραχώρηση χώρου για Stand στην είσοδο. Παραχώρηση χώρου για stand του χορηγού στην είσοδο της διοργάνωσης για διανομή ενημερωτικών και διαφημιστικών εντύπων.
5. Δυνατότητα παροχής χώρου για περίπτερο. Παραχώρηση χώρου 9 τ.μ. (3 x 3) για την κατασκευή περιπτέρου σε ειδικά εμφανή θέση στον χώρο της έκθεσης.
6. Δυνατότητα παροχής δωρεάν επίσημων προσκλήσεων. Δυνατότητα παροχής στον χορηγό 1.000 έντυπων επίσημων προσκλήσεων της εκδήλωσης, για διάθεση κατ' επιλογή του.
7. Δυνατότητα εταιρικής παρουσίασης. Δυνατότητα διοργάνωσης ωριαίας παρουσίασης της εταιρείας, των υπηρεσιών και των προϊόντων της στο πλαίσιο του πολυσυνεδρίου.
8. Δυνατότητα συμμετοχής σε panel θεματικής ενότητας. Δυνατότητα συμμετοχής σε ένα από τα panel των θεματικών ενότητων που θα καλυφθούν κατά την διάρκεια του πολυσυνεδρίου.
9. Δυνατότητα διανομής εντύπων σε θεματική εκδήλωση. Δυνατότητα διανομής εντύπων στους συμμετέχοντες στην θεματική ενότητα στην οποία ο χορηγός υποδοχής κάνει παρουσίαση.

Γ. Κεντρικοί Θεματικοί Χορηγοί

Κόστος : 10.000 ευρώ συν 24% ΦΠΑ

Υπάρχει η δυνατότητα για περισσότερους του ενός κεντρικών χορηγών ανά θεματική ενότητα της εκδήλωσης. Οι παροχές προς τους κεντρικούς χορηγούς της διοργάνωσης είναι οι εξής :

1. Διαφήμιση στο χώρο του forum με το λογότυπο του χορηγού. Σημάνσεις με το λογότυπο του χορηγού στον διαθέσιμο χώρο της διοργάνωσης.

² Σημειώνεται ότι σε περίπτωση όπου άλλοι χορηγοί, υποστηρικτές ή εκθέτες προχωρήσουν σε ξεχωριστές, δικές τους διαφημίσεις στα πλαίσια της παρουσίας τους στο συνέδριο, δεν έχουν υποχρέωση να εμφανίσουν τα λογότυπα των χορηγών στο δικό τους διαφημιστικό πρόγραμμα.

2. Λογότυπο χορηγού στο **επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα**. Εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού με τον τίτλο < ΚΕΝΤΡΙΚΟΣ ΧΟΡΗΓΟΣ > στο **επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα** της διοργάνωσης.
3. Προβολή λογοτύπου στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα. Εμφάνιση του λογοτύπου του χορηγού ως κεντρικός θεματικός χορηγός στα επίσημα έντυπα προγράμματα και προσκλήσεις που θα διανεμηθούν από τους διοργανωτές.
4. Δυνατότητα παροχής χώρου για περίπτερο. Παραχώρηση χώρου 6 τ.μ. (3 x 2) για την κατασκευή περιπτέρου σε ειδικά εμφανή θέση στον χώρο της έκθεσης.
5. Δυνατότητα παροχής δωρεάν επίσημων προσκλήσεων. Δυνατότητα παροχής στον χορηγό έντυπων επίσημων προσκλήσεων της εκδήλωσης, για διάθεση κατ' επιλογή του.
6. Δυνατότητα εταιρικής παρουσίασης. Δυνατότητα διοργάνωσης ωριαίας παρουσίασης της εταιρείας, των υπηρεσιών και των προϊόντων της στο πλαίσιο του πολυσυνεδρίου.
7. Δυνατότητα διανομής εντύπων στην έκθεση. Δυνατότητα για την διανομή εντύπων του χορηγού στους επισκέπτες της έκθεσης.
8. Δυνατότητα συμμετοχής σε panel θεματικής ενότητας. Δυνατότητα συμμετοχής σε ένα από τα panel των θεματικών ενότητων που θα καλυφθούν κατά την διάρκεια του πολυσυνεδρίου.
9. Δυνατότητα διανομής εντύπων σε θεματική εκδήλωση. Δυνατότητα διανομής εντύπων στους συμμετέχοντες στην θεματική ενότητα στην οποία ο κεντρικός χορηγός κάνει παρουσίαση.

Δ. Υποστηρικτές

Τιμή: 5.000 ευρώ συν 24% ΦΠΑ

Παροχές προς τους υποστηρικτές της διοργάνωσης :

1. Εμφάνιση επωνυμίας στο **επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα**. Εμφάνιση της επωνυμίας του υποστηρικτή στο **επίσημο διαφημιστικό πρόγραμμα** της διοργάνωσης.
2. Εμφάνιση της επωνυμίας στις επίσημες προσκλήσεις και προγράμματα. Εμφάνιση της επωνυμίας του υποστηρικτή στα επίσημα έντυπα προγράμματα και προσκλήσεις που θα διανεμηθούν από τους διοργανωτές.
3. Δυνατότητα παροχής χώρου για περίπτερο. Παραχώρηση χώρου 4 τ.μ. (3 x 1,5) για την κατασκευή περιπτέρου σε εμφανή θέση στον χώρο της έκθεσης.
4. Δυνατότητα παραχώρησης επίσημων προσκλήσεων. Δυνατότητα παραχώρησης επίσημων προσκλήσεων για ιδίαν χρήση
5. Δυνατότητα συμμετοχής σε panel θεματικής ενότητας. Δυνατότητα συμμετοχής σε ένα από τα panel των θεματικών ενότητων που θα καλυφθούν κατά την διάρκεια του πολυσυνεδρίου.
6. Δυνατότητα διανομής εντύπων σε θεματική εκδήλωση. Δυνατότητα διανομής εντύπων στους συμμετέχοντες στην θεματική ενότητα στην οποία ο υποστηρικτής κάνει παρουσίαση.

Ε. Χορηγοί Επικοινωνίας

1. Εθνικός Χορηγός Επικοινωνίας (προβλέπονται 5 χορηγοί ανά διοργάνωση: τηλεοπτικός, ραδιοφωνικός, εφημερίδα, περιοδικό και ηλεκτρονικής επικοινωνίας)
 - Αθήνα
 - Θεσσαλονίκη
2. Θεματικοί Χορηγοί Επικοινωνίας
Προβλέπεται ένας θεματικός χορηγός επικοινωνίας ανά παράλληλη εκδήλωση (θεματική ενότητα) στο πολυσυνέδριο.

Για τους χορηγούς επικοινωνίας υπάρχει η δυνατότητα παραχώρησης χώρου 6 τ.μ. για την κατασκευή περιπτέρου σε εμφανή θέση στον χώρο της έκθεσης.

6. ΕΚΘΕΤΕΣ

6.1. Ταυτότητα εκθετών

Με βάση όλων όσων έχουν αναφερθεί για τους στόχους και την σκοπιμότητα της έκθεσης, προκύπτει ότι για να συμπληρωθεί πλήρως μια τέτοια διοργάνωση, απαιτείται η παρουσία εκθετών το προφίλ των οποίων παρατίθεται στον πίνακα που ακολουθεί :

- Εταιρείες
- Εκπαιδευτικοί και πολιτιστικοί Φορείς
- Κλαδικός τύπος
- Περιφερειακές, τοπικές και οικονομικές εφημερίδες και περιοδικά
- Επενδυτικοί οργανισμοί που ενδιαφέρονται για την ελληνική αγορά

6.2. Προσέλκυση εκθετών

Με βάση τα όσα έχουν ήδη αναφερθεί η προσέλκυση εκθετών μέσω και μόνο της σκοπιμότητας της έκθεσης και του forum προβλέπεται να είναι σημαντική και καθοριστική. Εντοπίζουμε τα βασικότερα σημεία προσέλκυσης εκθετών όπως αυτά προκύπτουν από τη μέχρι τώρα ανάλυση της διοργάνωσης, τα οποία είναι :

1. Το ουσιαστικό αντικείμενο και η σκοπιμότητα της όλης διοργάνωσης.
2. Η δυνατότητα παρουσίασης των προϊόντων και υπηρεσιών σε εξειδικευμένο καταναλωτικό και επενδυτικό κοινό.
3. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες από τους οργανωτές της διοργάνωσης, που περιλαμβάνουν :
 - Χώρο υψηλών προδιαγραφών με συνεχή καθαριότητα του χώρου.
 - Δυνατότητα καταχώρισης στην έκδοση της διοργάνωσης **MONEY SHOW ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ**.
 - Εξυπηρέτησεις γραμματείας στον χώρο της έκθεσης.
 - Εξασφάλιση ειδικών τιμών για υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων.
 - Ελκυστική διαφημιστική προβολή της έκθεσης και των αποτελεσμάτων της σε πανελλαδικό επίπεδο.
 - Σημαντικό αριθμό ειδικών, επίσημων προσκεκλημένων και ομιλητών για το forum, οι οποίοι θα συνεισφέρουν στο κύρος και στην πρακτικότητα της έκθεσης.
 - Δυνατότητα προβολής προϊόντων και υπηρεσιών που στοχεύουν στο καταναλωτικό ή επενδυτικό κοινό, στα πλαίσια των ομαδικών παρουσιάσεων η οποία επιτρέπει στους εκθέτες σωστή ευκαιρία προβολής.

6.3. Παροχές προς τους εκθέτες

Οι παροχές της διοργάνωσης προς τους εκθέτες είναι οι εξής :

- Δυνατότητα παρουσίας στον εκθεσιακό χώρο με stand κατασκευής του εκθέτη.
- Δυνατότητα διανομής εντύπων του εκθέτη στους σύνεδρους και τους επισκέπτες της έκθεσης από το stand του.
- Δυνατότητα διεξαγωγής εταιρικής παρουσίασης του εκθέτη.
- Δυνατότητα παροχής επίσημων προσκλήσεων.

6.4. Κατηγορίες περιπτέρων

Τα περίπτερα διακρίνονται σε κατηγορίες ανάλογα το μέγεθος και τη θέση την οποία καλύπτουν.

A . Προνομιούχα.

Κόστος : 2.000 ευρώ συν 24% ΦΠΑ

Καλύπτουν 6 τ.μ (2 X 4) σε εμφανείς θέσεις και καίρια σημεία της έκθεσης.

B. Απλά.

Κόστος : 1.000 ευρώ συν 24% ΦΠΑ

Καλύπτουν 6 τμ (2 X 3) σε εμφανείς θέσεις της έκθεσης.



MONEY

CLUB EPIENAYTON MONEY SHOW

LAB

**USA MONEY SHOW
NEW YORK
WASHINGTON DC**
28/1/2026-2/2/2026
www.moneyshow.org

CONTACT: +38 6976435232, org_usa@icloud.com

28/1/2026 ΒΡΑΔΥ ΑΦΙΞΗ ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ ΜΕ ΔΥΟ ΜΙΧΘΟΜΕΝΕΣ ΠΤΗΞΕΙΣ ΜΙΑ ΑΠΟ ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΜΙΑ ΑΠΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ. 29-31/1 ΣΥΜΦΩΤΑΚΕΣ ΕΚΑΝΑΔΕΞΕΙΣ ΚΑΙ ONEZONE B2B ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ. ΠΑΡΑΛΛΗΛΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 29-31/1 WASHINGTON DC. ΓΙΑ ΕΘΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΛΛΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ.

Στη θεματολογία του Πολυσυνεδρίου
NEW YORK GREEN MONEY SHOW
θα περιλαμβάνονται εκδηλώσεις
σχετικά με:

ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

1. Ενημέρωση για τις επενδυτικές προκλήσεις της Wall Street και του Nasdaq.
2. Προβολή της Νέας Crypto Οικονομίας.
3. Networking events με Funds, Venture Capitalists, Angel Investors
4. Διεθνής προβολή του Ελληνικού, Κυπριακού Χρηματιστηρίου και της Ελληνικής Κτηματογορίας

ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ

1. Νέοι τρόποι χρηματοδότησης πολιτιστικών φορέων, μέσω επαφής εκπροσώπων αγοράς χρήματος και εκπροσώπων του πολιτισμού
2. Προβολή του Ευρωπαϊκού, Ελληνικού, Παγκόσμιου Πολιτισμού
3. Δυνατότητα γνωριμίας με τα μεγάλα Αμερικανικά Πανεπιστήμια και εκπαιδευτικά ιδρύματα (MIT, HARVARD, STANFORD, κ.α.)
4. Προβολή θεμάτων για τον τουρισμό
5. Management μη κυβερνητικών, μη κερδοσκοπικών οργανισμών
6. Εθελοντισμός και κοινωνία πολιτών.

ΤΑ ΕΥΡΩΠΑΙΚΑ ΚΑΙ ΑΣΙΑΤΙΚΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ

(Σε συνεργασία με τα διμερή επιμελητήρια στη Νέα Υόρκη)

1. Προβολή της Αμερικανικής Οικονομίας
2. Προβολή των περιφερειακών αγορών

ΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΥΟΡΚΗΣ ΣΑΝ ΚΟΡΥΦΑΙΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

ΤΑ ΕΘΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

Σε συνεργασία με την Ελληνική και την Κυπριακή Κυβέρνηση και τον Ο.Η.Ε., θα προβληθούν διεθνώς οι ελληνικές και κυπριακές θέσεις γύρω από τα εθνικά θέματα.

ΟΙ ΟΜΙΛΗΤΕΣ

1. Αμερικανοί κυβερνητικοί και εκπρόσωποι εποπτικών οργανισμών
2. Εκπρόσωποι της διεθνούς αγοράς χρήματος και επενδύσεων
3. Αμερικανοί, Ασιάτες, Ευρωπαίοι, Έλληνες και Κύπριοι επιχειρηματίες

ΟΙ ΣΥΝΕΔΡΟΙ

1. Αμερικανοί, Ασιάτες, Ευρωπαίοι, Έλληνες και Κύπριοι ενδιαφερόμενοι.
2. Εκπρόσωποι του αμερικανικού, διεθνούς και Ελληνικού οικονομικού και επιχειρηματικού τύπου, media.
3. Ανώτερα και ανώτατα στελέχη ελληνικών επιχειρήσεων και οργανισμών.
4. Εκπρόσωποι του χώρου του πολιτισμού και της κοινωνίας πολιτών.
5. Εκπρόσωποι μη κυβερνητικών οργανισμών, μη κερδοσκοπικών οργανισμών.

ΟΙ ΕΚΘΕΤΕΣ

Εταιρίες με επενδυτικές βλέψεις στις Η.Π.Α.

Αμερικανικές, Ασιατικές, Ευρωπαϊκές εταιρίες για προσέλκυση επενδυτών Επενδυτικές Τράπεζες

Επιμελητήρια και Ενώσεις Επιχειρηματιών

Εταιρίες που πρόκειται να ιδιωτικοποιηθούν

Κρατικοί Φορείς Μικτές Επιχειρήσεις Πολιτιστικά &

Εκπαιδευτικά Ιδρύματα που αναζητούν χρηματοδότες, χορηγούς

ΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ

1. Επιχειρηματίες
2. Εκπρόσωποι της Αμερικανικής Κυβέρνησης και των εποπτικών αρχών της κεφαλαιαγοράς.
3. Επενδυτές, Funds, VCs
4. Τοπικές οργανώσεις αποδήμων
5. Ισραηλικοί, Βαλκανικοί και Αρμενικοί φορείς

Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Το σχεδιασμό και την υλοποίηση του New York Green/Blue Money-Show έχει αναλάβει ο Ομίλος Συμβούλων Επιχειρήσεων Organotecnica ο παλαιότερος οίκος Συμβούλων Επιχειρήσεων αμγούς ελληνικής ιδιοκτησίας. Ο Όμιλος Organotecnica καθιέρωσε το MoneyShow στην Αθήνα καθώς και σε άλλες πόλεις της Ελλάδας και του εξωτερικού, ενώ στο άμεσο μέλλον πρόκειται να υλοποιηθεί και καθιέρωθεί αντίστοιχες διοργανώσεις και σε άλλες πρωτεύουσες του εξωτερικού.

Η ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΟΥ

Η ομάδα έργου που ασχολείται με την πραγματοποίηση του New York Green/Blue Money Show 2026 αποτελείται από 8 εξειδικευμένα ανώτατα στελέχη της εταιρίας, με σαφώς καθορισμένες αρμοδιότητες που περιστρέφονται αποκλειστικά γύρω από το συγκεκριμένο έργο.

TAKE OFF STRATEGIES
Many black swans, lethal risks and your company is at a strategic inflection point
Organotecnica delivers the right solution. Organotecnica Development Consulting (ODC) is missing, testing ideas, business models, ideas, ideas. Organotecnica your partner in a world of uncertainty. In these situations, "only the persistent survive" Andy Grove. Dare to Dream.
UNICORN MINDSET
CONTACT: org_usa@icloud.com
+38 697 64 35232
URL: www.moneyshow.org

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ: ORGANOTECNICA GROUP

URL: www.moneyshow.org

1. ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΤΟΠΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ
ΑΠΟΔΗΜΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΣΤΗΝ ΙΔΙΑΙΤΕΡΗ
ΠΑΤΡΙΔΑ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ
2. TARGETED CONTACTS STARTUPS 2 VCs
3. BLUE MONEY SHOW HELLENISM LOBBYING
USA, ISRAEL, ARMENIAN O.L.COMMUNITIES

7. ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ

7.1. Ταυτότητα επισκεπτών

Οι επισκέπτες διακρίνονται σε δύο γενικές κατηγορίες :

- το ευρύ καταναλωτικό ή επενδυτικό κοινό που θα παρακολουθεί τις συνεδριακές εκδηλώσεις και θα αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος των επισκεπτών της έκθεσης και έχει συγκεκριμένες απαιτήσεις ενημέρωσης και πληροφόρησης
- τα στελέχη επιχειρήσεων, τους επαγγελματίες της αγοράς, τους εκθέτες, τους ακαδημαϊκούς και τους φοιτητές οι οποίοι και θα έχουν αυξημένες απαιτήσεις από το forum.

7.2. Προσέλκυση επισκεπτών

Η σκοπιμότητα και το αντικείμενο της διοργάνωσης αποτελούν και το κίνητρο για την επίσκεψη του κοινού. Η παράλληλη ενημέρωση για θέματα και πρακτικές εφαρμογές κάθε αντικειμένου του κλάδου, οι επαγγελματικές επαφές, η έκθεση και η δυνατότητα συνεύρεσης με τους επαγγελματίες του χώρου είναι τα βασικά κίνητρα για να επισκεφθεί κάποιος το **MONEY SHOW**.

Τα παραπάνω σε συνδυασμό με την χρήση των συστημάτων επιλογής και προσδιορισμού των επισκεπτών που αποσκοπούν στην εξασφάλιση αθρόας συμμετοχής κάθε ενδιαφερόμενου.

8. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ FORUM

Για οποιαδήποτε πληροφορία μπορείτε να επικοινωνείτε με τον κ Ηλία Φαραγγιτάκη τηλ. 210 8974671, 6976 435232,

ΦΟΡΜΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΓΙΑ ΧΟΡΗΓΟΥΣ, ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ ΚΑΙ ΕΚΘΕΤΕΣ

Επωνυμία εταιρίας

Διεύθυνση

τηλ

fax

e-mail

website

Υπεύθυνος επικοινωνίας

Όνομα

Επίθετο

Τίτλος θέσης στην εταιρία

Τηλέφωνο

τηλ

fax

e-mail

Σημειώστε ό,τι από τα παρακάτω περιγράφει καλύτερα τις δραστηριότητες σας :

Α. ☐ ΕταιρείαΣΤ. ☐ Παροχή ΠληροφόρησηςΒ. ☐ ΦορέαςΖ. ☐ Παροχή ΧρηματοδότησηςΓ. ☐ Επιστημονικός φορέαςΗ. ☐ ΜΜΕ / ΕπικοινωνίαΔ. ☐ ΕκπαίδευσηΘ. ☐ διαφημιστική εταιρίαΕ. ☐ Εταιρία συνδεδεμένη με την ΕΚΕΙ. ☐ Άλλο, παρακαλούμε περιγράψτε:

Σημειώστε την υπηρεσία που ενδιαφέρεστε να αναλάβετε :

Α. ☐ Χορηγία τίτλουΕ. ☐ Εθνικός Χορηγός ΕπικοινωνίαςΒ. ☐ Χορηγία υποδοχήςΣΤ. ☐ Θεματικός Χορηγός ΕπικοινωνίαςΓ. ☐ Κεντρικός Θεματικός ΧορηγόςΖ. ☐ Εκθέτης ΠρονομιούχοςΔ. ☐ ΥποστηρικτήςΗ. ☐ Εκθέτης Απλός

Σημειώστε σε ποιές θεματικές ενότητες ενδιαφέρεστε να συμμετέχετε ως ομιλητές :

Α. ☐ Παρουσίαση Αγροτικών προϊόντωνΣΤ. ☐ Θέματα υγείαςΒ. ☐ Παρουσίαση ΕταιρειώνΖ. ☐ Διαχείριση ΕταιρειώνΓ. ☐ Στρατηγικές χρήσεις προϊόντωνΗ. ☐ Νομικά θέματαΔ. ☐ Νέα επενδυτικά προϊόνταΘ. ☐ Εταιρική Κοινωνική ΕυθύνηΕ. ☐ Κατανόηση προϊόντων και αρθρογραφίαΙ. ☐ Άλλο, παρακαλούμε περιγράψτε:

SINCE 1960...

When back in 1960, a small firm under the name "Spyros Zevgaridis and Associates, Management and Marketing Consultants" was founded in Athens, only few people were talking of management in Greece, and just a handful were familiar with the term "marketing". Today, the descendants of the original core, 22 offices in Greece and 3 in other countries, constitute the proof of success and a unique presence in the field of business consulting services.

In the early 1970s the firm was reorganised to become "**Organotecnica Ltd**". Within a few years, a number of specialised companies stemmed from it (the Organotecnica Group) to deal with a spectrum of entrepreneurial and development problems.

...WE PROVIDE EXTENDED SERVICES TO THE PRIVATE AND THE PUBLIC SECTORS

The Organotecnica Group provides its consultancy and studies services to both the private and the public sectors in Greece and abroad.

Our extended services provide clients with advice in organisation, productivity, innovation, informatics, auditing control, mergers and acquisitions, applied office automation and procedure rationalization, industrial design, marketing research, personnel training, public relations, and business publications.

At the Organotecnica Group we recognise that to serve clients well, we need a broad range of specialist skills. We have thus deliberately developed an organisation of specialists in many different fields.

Above all, we are management consultants committed to results. This commitment frequently calls for skillful blending of specialties to ensure that the most appropriate techniques are applied to each client's benefit.

For every specific project a "work team" is formed by our experienced associates. Most of them are university graduates, many of a postgraduate level, several of a PhD level.



OUR CODE OF ETHICS

The Organotecnica Group is a member of HACF (The Hellenic Association of Consulting Firms) and CEBI (The European Committee of Consulting Firms International Association), following therefore its established code of ethics. On the basis of that code, the Organotecnica Group places emphasis on:

- **the ability of multidisciplinary teams working in the interest of the client,**
- **the impartiality assuring the primacy of the studies and the autonomy for the selection of suppliers,**
- **the liability assumed towards the collectivity, the clients, the contractors and the profession.**

Our philosophy is to strengthen the client position with workable advice and programs. We assist the clients in attaining objectives in the two areas in which management consultants are most often called upon:

- **decision making,**
- **planning and implementing improvements.**

Our recommendations must not be theoretical but useful and practical within the limits of client capability to carry them out.

Our objective is to work not only for our clients, but with them in a joint effort to achieve improved decision-making and useful changes. In-depth understanding of the client's own environment is blended with the rigour and objectivity of the Organotecnica Group's professional specialists. The client must see the project as his project not that of the consultants.

Furthermore, the client must feel that is in full control of the study which usually results in feeling a greater sense of commitment to the results and enthusiasm for implementing the recommendations.

HOW WE COOPERATE WITH OUR CLIENTS

1. SITUATION IDENTIFICATION

- A client contacts our Group and describes in general terms a perceived problem or challenge and perhaps an initial opinion as to the nature of a project that might help.
- One or more senior Group professionals meet with the client and develop a thorough understanding of his/her needs and priorities. Our goal at this point is to define the objective and possible scope of the consulting work required.
- During those meetings we seek to arrive at a mutual agreement on the terms and the manner in which the program should be conducted.

2. PROPOSAL DEVELOPMENT

- Drawing on the advice of technical specialists where appropriate, our Group's experts discuss in complete confidence among themselves the nature of the situation and the type of project or program that would be most suited to assisting the client.
- Our specialist's team returns to the client and submits a formal proposal. It outlines in detail our understanding of the background which has led to the need for consulting assistance, the scope and objectives of the proposed project, the methodology and work program, proposed project organization and division of responsibilities, suggested staffing and qualifications, the nature of the project output or "deliverables" and estimated timetable and cost.
- At this point the prospective client may wish to review our firm's past performance on similar work. We are happy to provide names of specific organizations for which we have worked. We encourage our new clients to contact them in confidence and discuss our performance with them.
- To this point there is no financial or other obligation on the part of the client. No fee will be required except under special circumstances where the client has previously agreed to reimburse the consultants for their exploratory time and costs.

3. START-UP PROJECT

○ The client and the consultants discuss the proposed approach making adjustments where appropriate to ensure that the program is indeed the client's program and will lead to the desired results. Start-up consists of three activities to be directed by our professionals in cooperation with the client: detailed preplanning, committing resources and communicating the project.

○ Detailed preplanning, includes the definition of specific activities, scheduling them and developing individual work assignments for members of the project team (both Organotecnica Group and the client staff). Each work assignment has a specified purpose and planned results. The project reporting schedule is defined at this time as well.

○ Both our Group and the client define their resource commitments to the project. The participants and their planned time on the project is agreed upon and the availability of the best blend of experience, knowledge and technology is thereby ensured.

○ We assist the client in communicating the general nature of the project within his organization. This avoids unnecessary concerns and possibly disruptive rumours and misinformation. Further, it alerts client personnel to the possible needs for information as the project progresses.

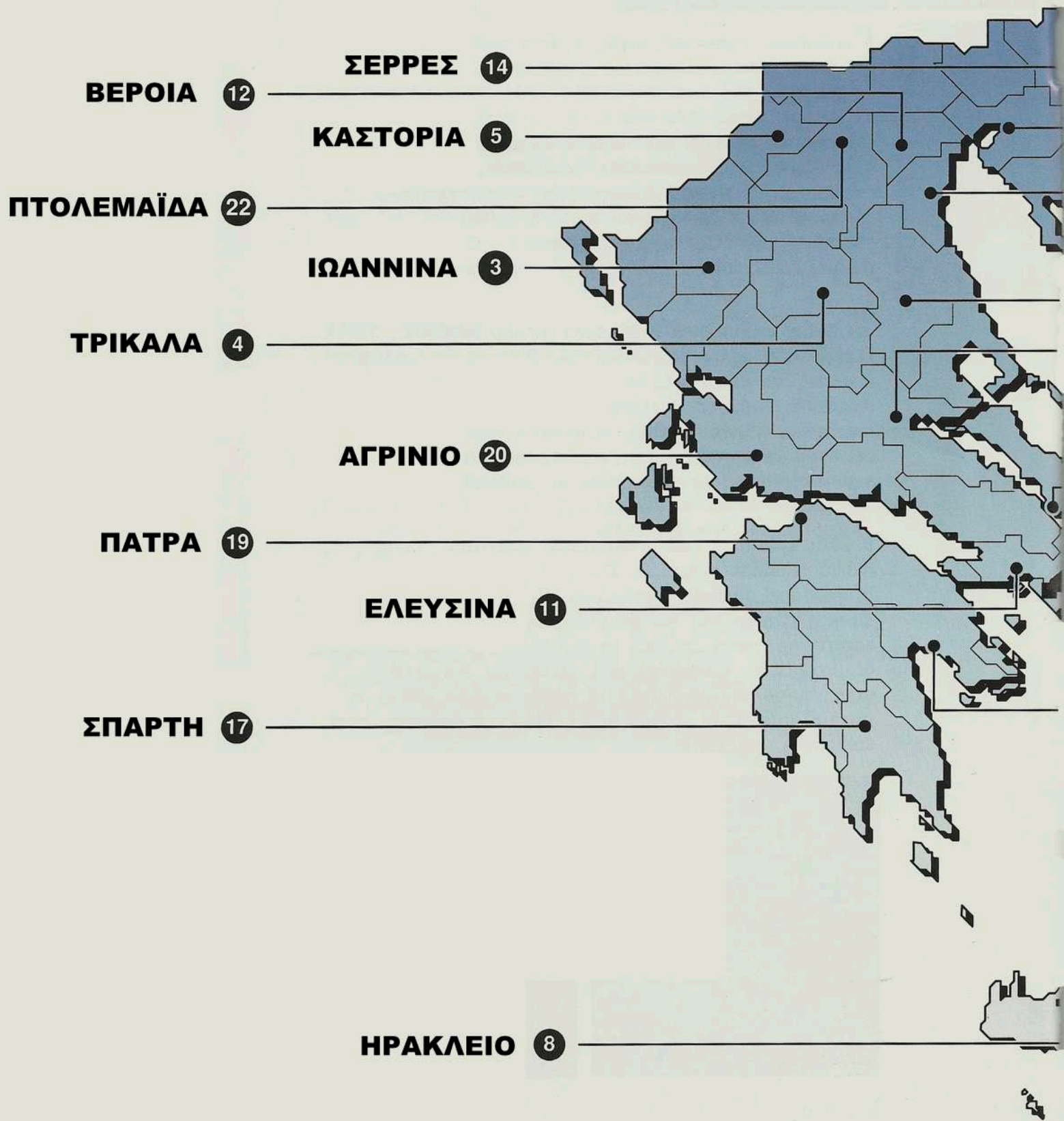
4. EFFECTIVE COMPLETION

○ The project proceeds with frequent formal and informal discussion and liaison with key client personnel to ensure all benefits can be achieved at the earliest possible time. Further, the process insures that the client maintains control over the execution of the project.

○ The client always retains the option of redirecting or terminating the relationship with the Group. The client's only responsibility is for charges (fees and expenses) incurred to the termination date, unless otherwise agreed.

○ The assignment is typically concluded with a final presentation and, where appropriate, a complete report with thorough documentation of all findings, action plans, and sources of information.

Organotec Representatives and



Organotecnica Group Associates in Greece





MONEY

CLUB ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ MONEY SHOW

LAB

“PROXY TRADING GROUP”

OF RELATED COMPANIES

**ΠΡΟΣΟΧΗ! Η ΠΑΡΟΥΣΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΔΕΝ
ΕΧΕΙ ΟΥΔΕΜΙΑ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΤΟ Χ.Α./
Χ.Α.Κ. Η ΑΛΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ.**

ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ CLUB ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ ΤΟΥ MONEY SHOW, **MONEYLAB**

Εγκαίρη
πληροφόρηση
προνομιούχων
με τους σπ
εκπαιδευτή
της Αγοράς
Εκπαιδευτές
σε χρηματο
προϊόντα κα
Προνομιούχ
σε στεγαστή

**Απολαύστε
αποκλειστικά
οφέλη**



*Γίνετε μέλη
τώρα!*

Χρηματ
TELE
HERMES



**MONEY
SHOW**

Η δύναμη

της αγοράς

δοκιμάστε

εμπειριάζετε



*Γραφίστε
τώρα!*

**Το club των
προνομιούχων
επενδυτών**

Χρηματ
TELE
HERMES



PROXY TRADING CO



PROXY TRADING CO

**A hybrid
Investment
platform
for
Tied
Agents
&
Traders.**



Proxy Trading
Group

“SKIN IN THE GAME”

Proxy
Trading
by being
a shareholder
into a
professional
Proprietary
Trading
Company.

OPEN CALL TO A PARTNERSHIP FOR THE FUTURE

We have written this proposal in the belief that honest, capable, ethical leadership is needed and possible for a 10X startup.

GUIDING PRINCIPLES, CULTURE, VALUES AND NEW LEADERS ORIENTATION:

In leadership character counts We believe that character continually evolves as we collaborate with others and acquire their trust, gain their commitment, and build their partnership to realize a shared vision.

Our vision of leadership is one in which each person who applies these ideas and who explores these activities can become a more effective leader.

Decades of observation has taught us that no single leader can save the day. The leadership which are seeking is one that is empowering, supportive, visionary, problem solving, creative and collaborative. We seek new leaders who embody a clear commitment to values, ethics, and integrity. They inspire collaboration, stimulate synergistic connections, support honest interactions, build trusting relationships, and encourage self-management and strategic integration across organizational lines. They link people through dialogue and collaborations they can intelligently choose the right direction and become responsible for the results they produce.

FOUR DEMANDS FROM NEW LEADERS THAT ENABLE US TO MEET THE CHALLENGES OF THE FUTURE:

1. Purpose, direction and meaning
2. Trust
3. Optimism
4. Action and results

THREE ORGANIZATIONAL REQUIREMENTS:

1. Alignment, 2. Empowerment, 3. Learning Culture

**THE FUTURE IS HERE IF WE
ALIGN AND RESPECT PEOPLE,
AND EXECUTE THE STRATEGY**



LEGAL ANNOUNCEMENT

The statements contained herein may include statements of future expectations and other forward-looking statements that are based on management's current views and assumptions and involve known and unknown risks and uncertainties that could cause actual results, performance, or events to differ materially from those expressed or implied in such statements. Forward-looking statements speak only as of the date hereof, and the undersigned company undertakes no obligation to revise or update them.

These statements include, but are not limited to, statements about the economic and social effects of the COVID-19 pandemic; growth of our agent and broker future base; expansion of our regional network consulting business into domestic and foreign markets; demand for remote working and distance learning solutions and virtual events; and our ability to attract tied agents; and revenue growth and financial performance.

Such statements are not guarantees of financial performance. Important factors that may cause actual results to differ materially and adversely from those expressed in forward-looking statements include changes in business or other market conditions; the difficulty of keeping expense growth at modest levels while increasing revenues; and other risks

WHY...

Nothing is more difficult, than to be able to decide. Most of the world will make investment decisions by either guessing or using their gut. They will be either lucky or wrong.

**If you delegate trading decisions to money brokers and consultants they gain when you lose.
"No "skin in the game"**



PROBLEM

Trading in the black swan era.

As an individual trader you can't win the trading war especially with cryptos extreme volatile ecosystem.

Now the black swans are the norm . Huge technological and geopolitical risks. Legal protectionism prohibits free access to global world class ETF.

No training , no qualitative benchmarks, no fair & ethical promotion of money and investments products,

Markets don't care for you as an individual investor unless you are very rich. The majority of investors are doomed because forex, derivatives, cryptos salesmen aren't friends but "enemies" protected by the law. Survivors are a rare exception and are a very small minority of experienced professionals.

BEYOND...

Guessing
or using
your gut.
Being either
lucky or wrong.
Delegating trading
decisions
when there isn't
"skin in the game"

SOLUTION

Proprietary trading rather than blind trades losing money for consulting fees and commissions.

We as professional traders and co-partners under the same roof do the job having knowledge, experience, money management tactics, risk mitigation models.

No intuition but strictly technical trading assisted by cutting edge systems.No dogmas. Reality checks.
Re-think. Openess.

We haven't any legal limitation for investments outside Europe.

Direct annual contact with 100.000 traders in Greece, Cyprus and Globally at the big Hellenism cities assisted by 50 one2one investment hybrid events.

Legal Entities

1. PROXY TRADING CO L.L.C. U.S.A.

Proprietary Trading for cryptos by trading proxy stocks, AAA temporarily distressed stocks, American ETFs, networking startups to VCs

2. MONEY SHOW-ORGANOTECNICA I.K.E.

43 B2B. Money Show Pro Road Show in Greece & Cyprus and globally contacting 100.000 traders, recruiting 300 Tied Agents, Fund Raising 2,000,000 euros (rounds B/C), offering organizational and educational services.

3. MONEY LAB CRYPTO

Disrupting the Hellenism Investment Consulting Industry offering non proprietary investments and trading strategies.



VALUE PROPOSITION

“Beyond Human Error, Bias and Noise”

PROXY TRADING CO L.L.C. U.S.A.

“Skin in the game” & Professional Trading at your service.

MONEY SHOW-ORGANOTECNICA I.K.E.

“Hellenism Interactive Hybrid Network for 100.000 traders, investment consultants and startups aiming to Scale up or to be Unicorns”

MONEY LAB CRYPTO

“World class investment consulting for zero cost to losers and near zero for winners”

TIED AGENTS & BROKERS.

Free shares, unique financial & income opportunities



Blitzscaling. From Local to Regional and Global Scaling

Hellenism

Cyprus, New York, Toronto, Germany, Switzerland, United Kingdom, Australia.

Greece

13 Greek Regions, 43 Greek cities:

Alexandroupolis, Komotini, Xanthi, Thessaloniki, Kavala, Drama, Serres, Kilkis, Polygyros, Edessa, Kozani, Grevena, Larisa, Volos, Trikala, Karditsa, Ioannina, Igoumenitsa, Preveza, Arta, Athens, Piraeus, Agrinio, Pyrgos, Patra, Karpenisi, Lamia, Amfisa, Livadeia, Kalkida, Korinthos, Nafplio, Tripoli, Kalamata, Sparti, Chania, Rethymno, Heraklion, Lasithi, Rodos, Syros, Mykonos, Corfu, Argostoli, Zakynthos, Mytilini, Xios, Samos,...

Business Model

Cryptos

We are trading proxy stocks for 10% profit for twenty to thirty times a year

AAA Distressed

We are trading AAA stocks only when there is extreme fear or blood in the streets.

Networking Events.
Startups and VCs

Only success fee 7%

Proxy Trading Co

B2B Money Show

- Zero or near zero cost for hotels. Revenues from Money and Local Market for Sponsorship and stands
- Organizational cost near zero
- Visitors the most important asset for exploitation as clients-shareholders.

Local Agents

- We are creating a network of 300 local representatives selling 12 different sub products and shares.

Money Show I.K.E.

Creating Brand unique Value:

3 years without profits by design giving to Tied Agents unique price incentives and world class service to investors at near zero cost.

Proprietary tested system
Technical analysis for signals is the edge and the source of clients retention.

Money Lab **Crypto**

Target Market

After securing initial customers, we change the product constantly—much too fast by traditional standards—shipping new versions of our product dozens of times every single day.

Ries, Eric. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses (p. 4). The Crown Publishing Group.



Proxy
Trading
Group

Target Market: Hellenism.

Hellenes and Cypriots are an underserved group of Investors.

We studied for thirty years their choices and preferences.

We have as a starting point one marketing dogma aiming:

- a. the very rich minority,
- b. the majority of retail small investors.
- c. The new generation of young investors

The first group has his money in Switzerland, United Kingdom, U.S.A., Germany, Australia, Africa.
The second group lives in Greece and Cyprus and invest mainly in the XA,XAK. (A.S.E., C.S.E.)
The third group has “Robinhood” characteristics and trade very dangerous cryptocurrencies or forex.

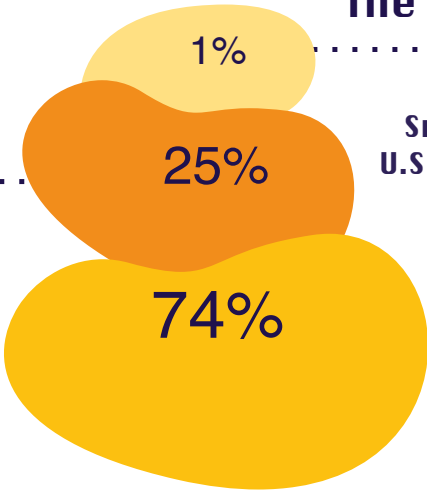
We are not interested for investors of conservative investments (UCITS).

TARGET MARKET:HELLENISM



“Robinhood Generation”

We are selling mainstream
cryptos using proxy stocks
and targeted marketing



The very rich minority

We are contacting them in
Switzerland, United Kingdom,
U.S.A., Germany, Australia, Africa

The majority of retail investors

We are contacting them in
Greece and Cyprus at 43 local
B2B Money Show events

MARKET SIZE

Total Addressable Market

200+ BILLION

Serviceable Available
Market

20+ BILLION

Share of Market

100 MILLION

0.5%



43 Trading Hellenic Conferences
7 Global Hellenism B2B Networks
100.000 Traders Direct Contact
300 Tied Agents as Shareholders

Network effect

Vertical or intensive progress means doing new things—going from 0 to 1. Vertical progress is harder to imagine because it requires doing something nobody else has ever done.

Masters, Blake; Thiel, Peter. Zero to One . Ebury Publishing.



**Money
Show
I.K.E.**

1

2

3



200,000 EURO FOR 10% OF PROXY TRADING CO

200,000 EURO FOR 10% OF MONEY SHOW I.K.E.

200,000 EURO FOR 10% OF MONEY LAB **CRYPTO**

**A ROUND. INVESTMENT PROPOSAL TO
STRATEGIC PRE-SEED INVESTOR**

Proxy Trading

THANKS!

Do you have any questions?
Contact the founders:

Ilias Farangitakis.
+30 6976-435232
faraggitakis@icloud.com

**ONLY FOR
STRATEGIC
CO-FOUNDERS**

TAKE OFF STRATEGIES

**Many black swans, lethal risks and your
company is at a strategic inflection point**

Organizational Advisors isn't the right solution. Exponential development Consulting (10X) is missing, testing ideas/business models, blitzscaling. Simply maintaining your position is a death sentence. In these situations "only the paranoid survives" Andy Grove. **Act non linear...**



DARE TO DREAM

ORGANOTECHNICA BUSINESS CONSULTANTS
UNICORN MINDSET.
CONTACT: org_usa@icloud.com
+30 210 89 74 671, +30 6976 435232
URL: www.moneyshow.org



ΠΡΟΣ:
Υπ' όψη:

TARGET MARKET:
HELLENISM

Αξιότιμε κε Διευθύνοντα,

Είμαι ο Ιδρυτής απο το 1990 και διοργανωτής του Money Show σε Ελλάδα, Κύπρο και on demand με πολλαπλές διοργανώσεις σε Ζυρίχη, Νέα Υόρκη, Λονδίνο, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Σιγκαπούρη, Ινδονησία, Κίνα, Ιαπωνία και Αυστραλία. Με την παρούσα πρόταση η αναγνωρισιμότητα του Brand και οι σχέσεις μας 30 ετών κεφαλαιοποιούνται.

Το Business model που είχαμε όλα αυτά τα χρόνια δεν προέβλεπε έσοδα απο το κοινό που συμμετείχε ως επισκέπτης στις διοργανώσεις, πλην ελαχίστων εξαιρέσεων, αλλά εστιαζόταν αποκλειστικά στα έσοδα απο χορηγούς και έκθέτες.

Και όμως τα σημαντικότερα ανεκμετάλευτα assets ήταν και είναι το κοινό των 100.000 traders που επισκεπτόταν τις διοργανώσεις μας και κατα δεύτερο λόγο η επαγγελματικού επιπέδου τεχνική ενασχόληση με το proprietary trading.

Με την παρούσα πρόταση από μηδενική βάση ξαναχτίζουμε σε όλη την Ελλάδα, Κύπρο και τα μεγάλα παγκόσμια κέντρα με αποδήμους Έλληνες, το δίκτυο μας βάζοντας σε ύψιστη προτεραιότητα την χρηματιστηριακή αξιοποίηση του στοχευμένου μας επενδυτικού κοινού και την κεφαλαιοποίηση της επενδυτικής γνώσης μας ενώ η οικονομική απόδοση έχει τρία διακριτά business units με αντίστοιχα business models των τριών αλληλοσχετιζόμενων εταιρειών που δημιουργούμε για την υλοποίηση του επενδυτικού πλάνου μας. Η παρούσα πρόταση δεσμεύει και σε αποκλειστική εκμετάλλευση το Money Show.

Σε αυτό το επενδυτικό πλάνο δεν είμαστε μόνοι οι ιδρυτές αλλά πλαισιωνόμαστε άμεσα με ισχυρά ενδιαφερόμενους και εμπλεκόμενους εσωτερικούς και εξωτερικούς συνεργάτες ενώ η εκθετική ανάπτυξη θα έρθει από την ανάπτυξη ενός δικτύου τοπικών συνδεδεμένων αντιπροσώπων που θα είναι πωλητές με τοπικές/διεθνείς αντιπροσωπεύσεις αλλά και μέτοχοι.

Βλέπουμε πολύ μακριά αλλά δίνουμε δυνατότητα πολλών άμεσων στάσεων σε επενδυτές που θα επιλέξουν γρήγορη έξοδο.

Οι ιδρυτές δεν θα έχουν κανένα μισθό αλλά θα συμμετέχουν όπως όλοι στα κέρδη με βάση τις μετοχές τους.

ΑΝ Ο ΦΟΒΟΣ ΣΑΣ ΕΜΠΟΔΙΖΕΙ ΝΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΤΕ ΣΤΟ BITCOIN LETS TALK

Το “Proxy” επισημαίνει την δια επαγγελματιών traders δυνατότητα για trading με το να γίνετε μέτοχοι στην Proxy Trading Co η οποία θα ασχολείται με proprietary trading. Το “Beyond Human error, bias and noise” είναι το value proposition.

Το κρίσιμο σημαντικό είναι το ότι οι ιδρυτές έχουν “SKIN IN THE GAME” ενώ η αγορά κερδίζει και όταν χάνεις...

Με εκτίμηση,

Ηλίας Φαραγγιτάκης

Ιδρυτής Proxy Trading Group

210-8974671, 6976-435232

faraggitakis@icloud.com



FROM START UP TO SCALE UP: CONNECTING INNOVATORS TO VCs

*Contact: Ilias Farangitakis, Money Show Founder
+30 6976 435232, org_usa@icloud.com*

1



SCALE UP DISRUPTION

➤ ASIA

- HONG KONG/CHINA
- NEW DELHI/INDIA
- SINGAPORE/ASEAN

➤ AUSTRALIA

- SYDNEY

➤ NORTH AMERICA

- NEW YORK/U.S.A.
- TORONTO/CANADA

➤ EUROPE

- ZUG, ZURICH/SWITZERLAND

➤ AFRICA

- LAGOS/NIGERIA

2

THE ANNUALLY UPDATED GLOBAL
DISRUPTION-FUTURISM DATA
LANDSCAPE IS CRYSTAL CLEAR &
OPEN (FREE): CB RESEARCH,
VENTURE SCANNER, AI/
BLOCKCHAIN/CRYPTOS/QUANTUM
COMPUTING, INNOVATION
AWARDS PER SECTOR (FORBES,
MIT TECHNOLOGY AWARDS,
FORTUNE, FAST, MONEY 20/20,
FUTURISM, FINTECHNEWS.CH/SG/

THE BUSINESS IDEA:

First: DATA MINING FROM GLOBAL TESTED,
UPDATED SOURCES & Second: CONNECTING
TECHNOLOGY & BUSINESS MODELS
INNOVATORS TO VCs WORLDWIDE...



THE “AGORA CLUB” BUSINESS MODEL:

1. FREE PRESENCE ONE2ONE B2B
FOR SELECTED “AS VERY
IMPORTANT” STARTUPS-VCs.

2. EXTRA PREMIUM TICKETS FOR:
ONE2ONE B2Bs \$10,000+

3. PREMIUM TICKETS FOR 10'
PRESENTATIONS \$ 5,000

4. DISRUPTION SEMINAR \$2,000-3,000

5. TICKETS GALA 1,000/COCTAIL
PARTY FOR ANYONE ELSE \$ 500

CENTRAL MOTIVE FOR PAYING
CLIENTS: SCALE UP FUNDING,
CONTACTING VC ECOSYSTEM OR
PROSPECTIVE UNICORNS



PRODUCT DESIGN PHILOSOPHY: SCALING UP WITH TARGETED CONNECTIONS.



- The Global Road Show “Disruption & Futurism Forum” is more than a Convention; it is a targeted Multi-Conference with specific audiences in all parallel events, fully controllable from the viewpoints of organisation, quality and size.
- The Conferences operate as catalysts for the discussion of collaboration agreements and, secondarily, as information disseminators for preselected audiences.
- All categories of investors or innovators per industry are covered by at least one respective event. (eg..AI-Blockchain)
- The participation to the Conferences goes beyond the company profile promotion to the possibility for organised discussions and negotiations with every Conference participant or most significant prospective “customer”.

PRODUCT COST STRUCTURE X 3 YEARS INITIAL INVESTMENT

Disruption & Futurism Global Forum by Money Show

OFFICES NEW YORK-SINGAPORE-GREECE	\$50,000.00
5 SALARIES	\$300,000.00
TRAVEL/HOTEL EXPENSES	\$200,000.00
1. NEW YORK-TORONTO. /NORTH AMERICA	\$50,000.00
2. INDIA /ASIA	\$50,000.00
3. ZUG-ZURICH /EUROPE	\$50,000.00
4. SINGAPORE-ASEAN /SOUTH EASTERN ASIA	\$50,000.00
5. SYDNEY /AUSTRALIA	\$50,000.00
6. HONG KONG /CHINA/ASIA	\$50,000.00
7. LAGOS /NIGERIA/AFRICA	\$50,000.00
TELECOMMUNICATIONS-	\$50,000.00
SITE -PROMOTION-PR	\$40,000.00
START UP COSTS	\$10,000.00
Total expenses	\$1,000,000.00



ASK FOR A DETAILED EXPLANATION OF UNICORN 2041, BEYOND 2035, VISION 2030, SCALE UP 2025, ORGANOTECNICA GROUP 2023 PLAN

BACK TO THE FUTURE

Contact (from Greece, Cyprus, European Union)

For information on partnership proposals, you can contact us:

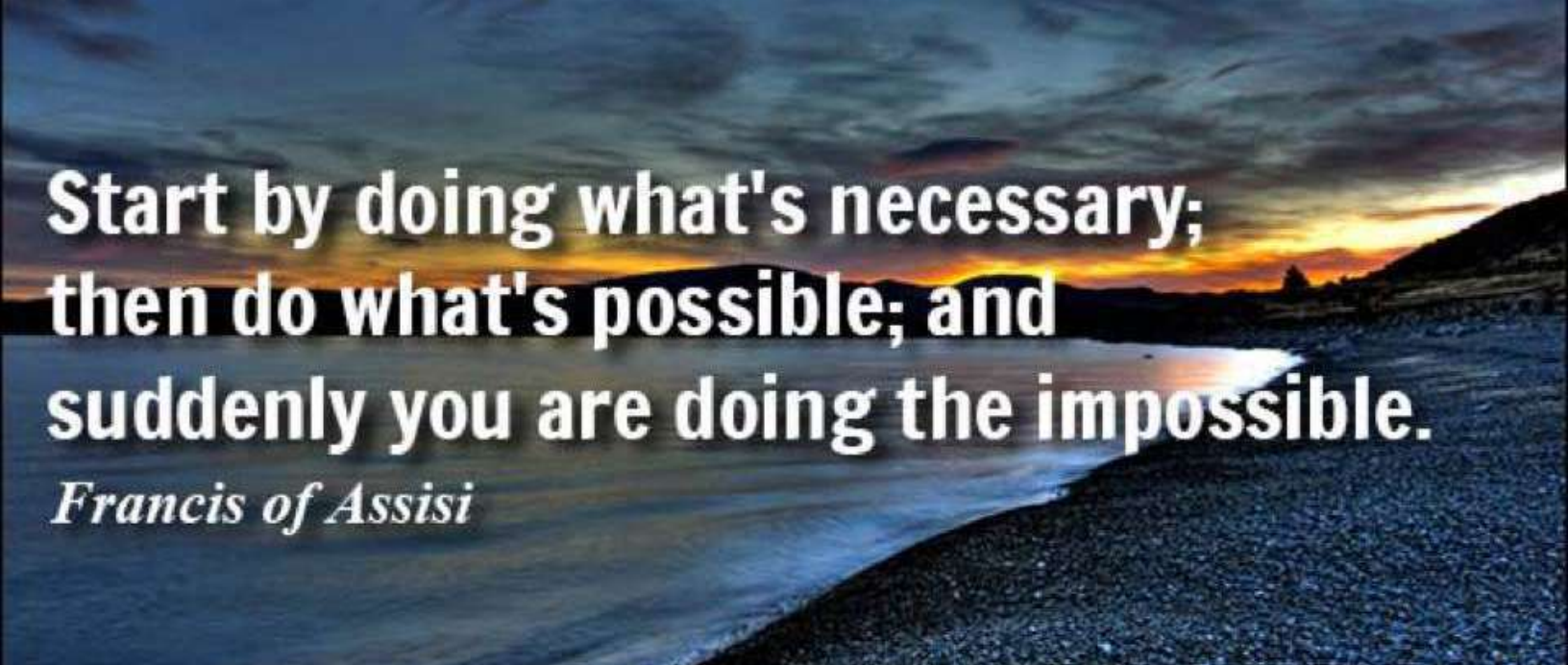
tel: (+30) 210 89 74 671 - mobile: (+30) 6976 435 232

e-mail: organotecnica@icloud.com

Contact (from USA/CANADA, ASIA, AUSTRALIA, ASEAN, AFRICA -SWITZERLAND)

32-75 Steinway Street, Suite 207 Astoria New York 11102

e-mail: org_usa@icloud.com, moneyshowfounder@outlook.com



**Start by doing what's necessary;
then do what's possible; and
suddenly you are doing the impossible.**

Francis of Assisi

**YOUR CUSTOMERS ARE THE
JUDGE, JURY, AND
EXECUTIONER OF YOUR VALUE
PROPOSITION. THEY WILL BE
MERCILESS IF YOU DON'T FIND
FIT!**

*Value Proposition Design: How to Create Products and
Services Customers Want (Strategyzer)*

by Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, 