



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

**ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
ΓΙΑ ΤΟ ΤΜΗΜΑ
ΓΑΛΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ ΚΑΙ ΦΙΛΟΛΟΓΙΑΣ**

0



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ 1

Στη συγκεκριμένη Μελέτη Περίπτωσης θα περιγράψουμε τον κλάδο της ιδιωτικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα, έτσι όπως προκύπτει από τα στοιχεία της ICAP. Τα Κέντρα Ξένων Γλωσσών καθώς και τα ιδιωτικά Μεταφραστικά Κέντρα αποτελούν μέρος της ιδιωτικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα ως υποκλάδοι του συνολικού κλάδου. Στη συνέχεια θα περιγράψουμε την ιδέα και την υλοποίηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου που θα αφορά ένα κέντρο Ξένων Γλωσσών.

Μελέτη Κλάδου Ιδιωτικής Εκπαίδευσης στην Ελλάδα.

Ένα σημαντικό μέρος του οικογενειακού προϋπολογισμού κατευθύνεται στα φροντιστήρια μέσης εκπαίδευσης καθώς και στα φροντιστήρια ξένων γλωσσών και πληροφορικής. Ιδίως για τους μαθητές που βρίσκονται στις τάξεις του λυκείου, οι δαπάνες για φροντιστηριακά μαθήματα πολλαπλασιάζονται εξαιτίας της προσπάθειας εισαγωγής στα ΑΕΙ και ΤΕΙ της χώρας.

Τα στατιστικά στοιχεία που αφορούν στην αγορά τριτοβάθμιας ιδιωτικής εκπαίδευσης είναι αποκαλυπτικά. Σύμφωνα με μελέτη της ICAP, ο αριθμός των φοιτητών στις ιδιωτικές τριτοβάθμιες σχολές υπολογίζεται σε 18.000 κατά το ακαδημαϊκό έτος 2004 - 2005. Από αυτό τον αριθμό, το 75% αφορά προπτυχιακούς φοιτητές και το 25% μεταπτυχιακούς φοιτητές. Ο αριθμός των ιδρυμάτων και οργανισμών που παρέχουν εκπαιδευτικές υπηρεσίες που εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία το 2004 - 2005 υπολογιζόταν σε 45.

Οι συνολικές δαπάνες για την ιδιωτική τριτοβάθμια εκπαίδευση σύμφωνα με έρευνα των οικογενειακών προϋπολογισμών (ΕΟΠ) υπολογίζονται σε 174,3 εκατ. € το 2004. Ηγετική θέση στην συγκεκριμένη υπό αγορά κατέχει το Deree College με μερίδιο αγοράς που αγγίζει το 28%, με το μερίδιο αγοράς να μετράται σε όρους μεριδίου στις





ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

συνολικές δαπάνες για δίδακτρα. Ιδιαίτερα υψηλά μερίδια αγοράς διαθέτουν και ο



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



εκπαιδευτικός οργανισμός ΑΚΤΟ με μερίδιο της τάξης του 10,0% - 10,5% και τον New York College με μερίδιο που ανέρχεται στο 7,5% - 8,0%.

Από την έρευνα των οικογενειακών προϋπολογισμών για τα έτη 2004 - 2005 από την ΕΣΥΕ, όσον αφορά στις δαπάνες για την εκπαίδευση και την ιδιωτική εκπαίδευση, προκύπτουν ορισμένα πολύ ενδιαφέροντα συμπεράσματα. Οι βαθμίδες εκπαίδευσης όπου η ιδιωτική εκπαίδευση κατέχει ιδιαίτερα σημαντικά μερίδια είναι η προσχολική εκπαίδευση και η ανώτερη εκπαίδευση. Στην προσχολική εκπαίδευση το μερίδιο των ιδιωτικών ιδρυμάτων ανέρχεται στο 15,2%, ενώ στην ανώτερη εκπαίδευση αυτό ανέρχεται στο 42,9%. Το υψηλότερο μερίδιο των ιδιωτικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων στην προσχολική εκπαίδευση δικαιολογείται εν μέρει και από το γεγονός ότι τα δίδακτρα είναι χαμηλότερα σε αυτή την βαθμίδα εκπαίδευσης και έτσι μεγαλύτερο μέρος του ελληνικού πληθυσμού έχει την οικονομική άνεση που επιτρέπει στα παιδιά του να φοιτήσουν σε ένα τέτοιο ίδρυμα. Το συμπέρασμα αυτό επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι παρατηρείται περαιτέρω μείωση των μεριδίων των ιδιωτικών εκπαιδευτηρίων στο δημοτικό και στο γυμνάσιο, όπου τα δίδακτρα αυξάνονται ακόμη περισσότερο, με το αντίστοιχο μερίδιο να αυξάνεται πάλι στο Λύκειο. Εκεί, η σπουδαιότητα της σωστής προετοιμασίας των μαθητών για τις πανελλήνιες εξετάσεις και ο απώτερος σκοπός της εισόδου στην ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση οδηγεί πολλούς γονείς στην επιλογή ιδιωτικών σχολείων. Ενδεχομένως, το ποσοστό αυτό να ήταν ακόμη υψηλότερο εάν δεν υπήρχαν και τα φροντιστήρια μέσης εκπαίδευσης, όπου αρκετοί μαθητές συμπληρώνουν την προετοιμασία για τις πανελλήνιες εξετάσεις που λαμβάνουν χώρα στα σχολεία. Τέλος, μεγάλος αριθμός λόγων, όπως η μη εισαγωγή στην επιθυμητή σχολή ή η μη επιθυμία μετακίνησης από τον τόπο κατοικίας των μαθητών οδηγεί πολλούς στην λύση της ιδιωτικής εκπαίδευσης στην ανώτερη βαθμίδα.



Η βαθμίδα που συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό των φοιτητών της ιδιωτικής εκπαίδευσης είναι η πρωτοβάθμια εκπαίδευση με 34,9% του συνόλου και ακολουθεί η προσχολική εκπαίδευση με 23,1% του συνόλου. Η τριτοβάθμια εκπαίδευση συγκεντρώνει το 13,7% του συνόλου, ποσοστό που εξηγείται και από το μικρότερο ποσοστό των σπουδαστών που συνεχίζουν την φοίτηση σε αυτή την εκπαιδευτική βαθμίδα.

Μελέτη του IOBE το 1997 υπολόγιζε το ποσοστό των μαθητών των ιδιωτικών σχολείων στην στοιχειώδη εκπαίδευση ως το 6,2% του συνόλου, έναντι 5,6% το 1986, ενώ το 2005 το ποσοστό αυτό ανήλθε στο 7,8%. Στην μέση ιδιωτική εκπαίδευση το ποσοστό αυτό ήταν 4,7% το 1997 έναντι 4,3% το 1986, με το αντίστοιχο ποσοστό το 2005 να ανέρχεται στο 4,5% για την γυμνασιακή εκπαίδευση και στο 8,8% για την λυκειακή εκπαίδευση.

Ένα πρώτο συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω είναι ότι η αύξηση των διδασκτρών των ιδιωτικών εκπαιδευτηρίων στοιχειώδους και μέσης εκπαίδευσης, περιόρισε την αύξηση των ποσοστών φοίτησης στα ιδιωτικά εκπαιδευτήρια σε αρκετά χαμηλότερα επίπεδα από εκείνα που θα δικαιολογούσε η αντίστοιχη αύξηση του ΑΕΠ στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Τέλος, ένα ακόμη σημαντικό, αν και αναμενόμενο συμπέρασμα που προκύπτει από την έρευνα της ΕΣΥΕ είναι ότι το 97,7% των σπουδαστών σε ιδιωτικά εκπαιδευτήρια κάθε βαθμίδας προέρχεται από το μη φτωχό τμήμα του πληθυσμού, με το 2,3% να προέρχεται από τα φτωχά στρώματα του πληθυσμού (σύμφωνα με τον ορισμό του ΟΑΣΑ η γραμμή φτώχειας ορίζεται στα νοικοκυριά που το εισόδημά τους ανέρχεται στο 60% του κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας).

Το γενικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι η αγορά χαρακτηρίζεται από συγκέντρωση και δυαδικότητα, καθώς σε σύνολο περισσότερων από 266





ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

επιχειρήσεων (μόνο αυτές που δημοσίευσαν αποτελέσματα), η κερδοφορία των πέντε



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



μεγαλυτέρων εκπαιδευτηρίων της χώρας (Γείτονας, Μωραΐτης, Δούκας, ECDL Hellas, Ελληνογερμανική Αγωγή) ανήλθε στο 19,1% του συνόλου και ο κύκλος εργασιών τους αντιστοιχεί στο 17,3% των αθροισμένων κλαδικών πωλήσεων. Τα μεγάλα εκπαιδευτικά ιδρύματα, σε κάθε υποκατηγορία του κλάδου, επιτυγχάνουν κρίσιμη μάζα, αναγνωρισιμότητα του σήματός τους και οικονομίες κλίμακας, αντίθετα με τις πολύ μικρές επιχειρήσεις που αφθονούν στον κλάδο και οι οποίες ανακυκλώνονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, καθώς δεν είναι σε θέση να πραγματοποιήσουν τις απαραίτητες επενδύσεις, να προσελκύσουν περισσότερη πελατεία και να διατηρηθούν.

Ανάλυση των αποτελεσμάτων του κλάδου

Το 2005 η μέση μεταβολή των πωλήσεων του κλάδου παρέμεινε σε αρνητικό πρόσημο αν και περιορίστηκε το μέγεθος της μείωσης, μείωση 1,9% έναντι μείωσης 2,4% το 2004. Η μέση μεταβολή των κερδών ήταν και αυτή αρνητική αν και εδώ η έκταση της μείωσης περιορίστηκε ελαφρώς, διαμορφούμενη σε 7,7% έναντι μείωσης 8,5% το 2004. Από τις 266 εταιρίες που ανήκουν στον κλάδο και δημοσίευσαν αποτελέσματα για την χρήση του 2005, οι 170 ήταν κερδοφόρες, με τις 62 να παρουσίασαν βελτίωση αποτελεσμάτων έναντι της προηγούμενης χρήσεως και μάλιστα 39 από αυτές πέρασαν σε θετικό πρόσημο έναντι ζημιογόνου χρήσεως το 2004. Ρίχνοντας μια ματιά στις ζημιογόνες επιχειρήσεις του χώρου, οι 23 εξ αυτών επέδειξαν επιδείνωση των αποτελεσμάτων τους, 32 παρουσίασαν μείωση ζημιών, ενώ 36 πέρασαν σε ζημιογόνο χρήση έναντι θετικού πρόσημου που είχαν το 2004.

Σε απόλυτα μεγέθη, οι συνολικές πωλήσεις του κλάδου ανήλθαν σε 357,28 εκατ. €, αυξημένες κατά 1,8% σε σχέση με το 2004 ή κατά 6,48 εκατ. €. Σε επίπεδο μικτής





κερδοφορίας παρατηρήθηκε βελτίωση της τάξης του 5,6%, ενώ πολύ εντυπωσιακή

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>



ήταν η βελτίωση σε επίπεδο λειτουργικής κερδοφορίας όπου η άνοδος έφτασε το 32,4%.

Σύμφωνα με μελέτη της Hellastat το μικτό περιθώριο κερδοφορίας του κλάδου αυξήθηκε σε 36% έναντι 34,4% που ήταν το 2004, ενώ αντίρροπη ήταν η κίνηση του καθαρού περιθωρίου κερδοφορίας, το οποίο περιορίστηκε στο 2,2%.

Η σύγκριση με τους συνδυασμένους αριθμοδείκτες του κλάδου των υπηρεσιών δείχνει ότι σε επίπεδο μικτού περιθωρίου υπερέχει ο κλάδος των υπηρεσιών εκπαίδευσης, με τον αντίστοιχο αριθμοδείκτη να είναι 31,2%, κάτι που σημαίνει ότι οι εταιρίες του κλάδου εκπαίδευσης κατόρθωσαν να ελέγξουν αποτελεσματικότερα το κόστος πωληθέντων, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες κατηγορίες εξόδων (χρηματοοικονομικά έξοδα, έξοδα διοικήσεως και διαθέσεως). Αυτό το συμπέρασμα προκύπτει από το γεγονός ότι σε επίπεδο καθαρού περιθωρίου, ο αντίστοιχος αριθμοδείκτης συνολικά για τις υπηρεσίες διαμορφώθηκε στο 2,7% έχοντας μάλιστα βελτιωθεί από 2,3% το 2004.

Τέλος, η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων (ROE) του κλάδου ήταν 5,4% βελτιωμένη έναντι του 4,8% που ήταν το αντίστοιχο μέγεθος το 2004. Τα έξοδα διοίκησης προς πωλήσεις αυξήθηκαν στο 20,2% από 19,2% το 2004, ενώ τα έξοδα διάθεσης προς πωλήσεις ανήλθαν στο 12,2% έναντι 9,2% το 2004. Η πορεία και των δυο αυτών αριθμοδεικτών εξηγεί και την υποχώρηση του καθαρού περιθωρίου, καθώς και το γεγονός ότι ο συγκεκριμένος δείκτης υπολείπεται εκείνου για το σύνολο του κλάδου των υπηρεσιών

Η γενική ρευστότητα του κλάδου ανήλθε σε 1,25 βελτιωμένη από 1,18 που ήταν το 2004, ενώ βελτίωση παρουσίασε και ο δείκτης της άμεσης ρευστότητας που διαμορφώθηκε στο 1,21 από 1,17 το 2004. Η βελτίωση αυτή στους δείκτες



ρευστότητας οφείλεται στην μείωση των συνολικών βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		



του κλάδου κατά 3,3%, καθώς και στην αύξηση των συνολικών απαιτήσεων του κλάδου κατά 3,4% έναντι το 2004, με το ύψος αυτών να φτάνει τα 118,22 εκατ. €. Επιπλέον, οι μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις εμφανίστηκαν μειωμένες κατά 5,3%, ενώ και ο βραχυπρόθεσμος δανεισμός περιορίστηκε στο 16,6% των πωλήσεων έναντι 21,4% το 2004 αν και σε απόλυτα μεγέθη αυξήθηκε κατά 11,3%.

Όσον αφορά στον δανεισμό του κλάδου, ο μακροπρόθεσμος δανεισμός διαμορφώθηκε σε 45,4 εκατ. €, μειωμένος κατά 7,6% σε συγκρινόμενος με το 2004, ενώ οι βραχυπρόθεσμες τοκοφόρες υποχρεώσεις ανήλθαν σε 55,22 εκατ. €, αυξημένες κατά 13,3% έναντι του 2004.

Προοπτικές του κλάδου

Κάθε υποκλάδος αντιμετωπίζει μια διαφορετική κατάσταση, η οποία είναι ευθέως ανάλογη της μικροδομής αυτού του κλάδου. Τα φροντιστήρια μέσης εκπαίδευσης, δύσκολα θα υποφέρουν από σημαντική μείωση του αριθμού των σπουδαστών τους, όσο υπάρχουν κάποιας μορφής εξετάσεις οι οποίες χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερης βαρύτητας για την εισαγωγή στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Επίσης, ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας για την συνέχιση αυτής της τάσης είναι η καταγραφή τους ως απαραίτητου συστατικού για την επιτυχία στην συνείδηση του κόσμου, φυσικά σε συνδυασμό με την μη θεαματική επιδείνωση των παρεχόμενων υπηρεσιών εκ μέρους τους και την διατήρηση ενός καλού track record που ισοδυναμεί με το χτίσιμο μιας καλής εταιρικής εικόνας.

Τα φροντιστήρια ξένων γλωσσών και μεταφραστικά κέντρα αντιμετωπίζουν ένα ιδιαίτερα ευνοϊκό περιβάλλον για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους καθώς η ζήτηση για εκμάθηση όλων και περισσότερων ξένων γλωσσών σαν απαραίτητου συστατικού των τυπικών και ουσιαστικών προσόντων για τους συμμετέχοντες στην





αγορά εργασίας, αποτελεί έναν θετικό καταλύτη για τον συγκεκριμένο υποκλάδο. Η

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>		
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		



συνεχιζόμενη αυτή αύξηση πιστοποιείται και από την αύξηση των συμμετεχόντων στις εξετάσεις για τα διάφορα διπλώματα ξένων γλωσσών. Μάλιστα αναμένεται να δημιουργηθούν και αγορές για ξένες γλώσσες πέραν των συνηθισμένων, λόγω της αυξανόμενης συμμετοχής συγκεκριμένων χωρών στο διεθνές εμπόριο, αλλά και λόγω της οικονομικής ανάπτυξής τους και συνεπώς της αυξανόμενης βαρύτητάς τους στην διεθνή οικονομική σκηνή (π.χ., Κινέζικα και Ισπανικά). Παρόμοιες είναι οι συνθήκες και στην αγορά εργαστηρίων πληροφορικής, όπου η έκρηξη πιστοποιήσεων πληροφορικής που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια και η απαίτησή τους για τους διαγωνισμούς του δημοσίου αλλά και από την αγορά εργασίας για τον ιδιωτικό τομέα, έχουν εκτοξεύσει την ζήτηση, αλλά και την προσφορά των συγκεκριμένων υπηρεσιών.

Τα ιδιωτικά εκπαιδευτήρια στοιχειώδους και μέσης εκπαίδευσης ευνοούνται από έναν αριθμό παραμέτρων που καθορίζουν το περιβάλλον του κλάδου. Η μείωση του αριθμού των εισακτέων στην τριτοβάθμια εκπαίδευση πιθανότατα θα έχει θετική επίδραση στον όγκο του μαθητικού δυναμικού τους, καθώς οι οικογένειες θα επιδιώκουν την δυνατόν καλύτερη προετοιμασία των παιδιών για τις πανελλήνιες εξετάσεις, χωρίς και το άγχος των καταλήψεων που κατά καιρούς ταλανίζουν την δημόσια εκπαίδευση. Η αύξηση της ζήτησης για τις παιδαγωγικές σχολές θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του αριθμού των δασκάλων, καθηγητών, νηπιαγωγών και σαν συνέπεια η υπερβάλλουσα προσφορά διδακτικού προσωπικού ίσως μειώσει την διαπραγματευτική τους δύναμη και άρα τις αποδοχές τους, συμβάλλοντας έτσι στην μείωση του κόστους για τα ιδιωτικά εκπαιδευτήρια. Ένα θετικό στοιχείο είναι η ευελιξία που επιδεικνύουν οι επιχειρήσεις του κλάδου και η γρήγορη προσαρμογή τους στις απαιτήσεις της αγοράς, όπως αποδεικνύεται, π.χ., από την αύξηση του αριθμού των εκπαιδευτηρίων που προσφέρουν προγράμματα international baccalaureate, κ.λπ. Ένας κίνδυνος για τις επιχειρήσεις αυτού του υποκλάδου είναι η



δημογραφική γήρανση του πληθυσμού της Ελλάδας και η μη δυνατότητα της

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>



πλειονότητας των μεταναστών που θα «σηκώσουν» το μεγαλύτερο μέρος της πληθυσμιακής αύξησης να φοιτήσουν σε αυτά τα εκπαιδευτήρια. Ο συγκεκριμένος υποκλάδος χαρακτηρίζεται από δυαδικότητα καθώς δίπλα στις μεγάλες και καθιερωμένες επιχειρήσεις υπάρχει πλήθος μικρότερων που αγωνίζεται να επιβιώσει και λόγω των μεγάλων επενδύσεων που απαιτούνται δεν είναι σε θέση να αποκτήσει το μέγεθος που απαιτείται ώστε να επιτύχει οικονομίες κλίμακας και να λειτουργήσει σε ικανοποιητικό επίπεδο. Σαν αποτέλεσμα αρκετοί από τους μικρότερους παίκτες του χώρου αναγκάζονται να σταματήσουν την λειτουργία τους.

Τέλος, **το κομμάτι της αγοράς ιδιωτικής εκπαίδευσης** που αναφέρεται στην παροχή υπηρεσιών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης χαρακτηρίζεται επίσης από μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και δυαδικότητα σε κάποιο βαθμό. Δίπλα στις μεγάλες εταιρίες του χώρου υπάρχουν πλήθος μικρότερων, οι οποίες συνεργάζονται κυρίως με ξένα πανεπιστήμια. Η φύση του χώρου είναι έτσι, ώστε χρειάζονται επενδύσεις σε υλικοτεχνική υποδομή και έτσι απαιτείται οι εταιρίες να εξασφαλίζουν ένα αρκετά υψηλό επίπεδο πωλήσεων ώστε α πραγματοποιούν έστω break - even. Οι προοπτικές του συγκεκριμένου υποκλάδου είναι βέβαια ευοίωνες για έναν αριθμό λόγων:

- οι αυξανόμενες απαιτήσεις στην αγορά εργασίας ενισχύει την ζήτηση τόσο για προπτυχιακά όσο και για μεταπτυχιακά προγράμματα.
- η σταδιακή μείωση του αριθμού των εισακτέων στην δημόσια τριτοβάθμια εκπαίδευση μεγεθύνει την δυνητική αγορά για τις επιχειρήσεις του κλάδου.
- το αυξημένο κόστος πραγματοποίησης σπουδών σε κάποια χώρα του εξωτερικού λειτουργεί σαν κίνητρο ώστε ορισμένοι να επιλέγουν τα εργαστήρια ελευθέρων σπουδών, που εξάλλου παρέχουν πτυχία με την επωνυμία ξένων πανεπιστημίων.
- η αποτυχία αρκετών υποψηφίων να εισαχθούν στην σχολή προτίμησής τους οδηγεί να επιλέξουν την λύση των ιδιωτικών κολεγίων.
- οι επιχειρήσεις του κλάδου επιδεικνύουν μεγάλη ευελιξία και συχνά διατηρούν



στενούς δεσμούς με την αγορά, με αποτέλεσμα να μπορούν να προσφέρουν

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		



προγράμματα που βρίσκονται σε αντιστοιχία με τις τάσεις που παρατηρούνται, ανανεώνοντας και μεταλλάσσοντας κατάλληλα το χαρτοφυλάκιο των προϊόντων τους.

ΔΕΛΤΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Το προτεινόμενο επιχειρηματικό σχέδιο προς χρηματοδότηση αφορά την ίδρυση ινστιτούτου-φροντιστηρίου ξένων γλωσσών με έδρα την Αθήνα (Ακαδημίας 48). Θα παρέχει ομαδικά μαθήματα για πέντε γλώσσες:

1. αγγλικά,
2. γαλλικά,
3. ρωσικά,
4. ουκρανικά,
5. ελληνικά για αλλοδαπούς.

1. ΣΚΟΠΟΣ & ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΕΣΜΕΥΣΗΣ

Σκοπός της επιχείρησης αυτής είναι η εδραίωση και διαχρονική παραμονή της στον τομέα της εκπαίδευσης, και ιδίως σε ό,τι αφορά τις κάτωθι παρεχόμενες υπηρεσίες:

- α) τη διδασκαλία των προαναφερθεισών ξένων γλωσσών, με δυνατότητα προσθήκης καινούργιων, αναλόγως της ζήτησης,
- β) την παράδοση μαθημάτων μετάφρασης και διερμηνείας
- γ) την παράδοση μαθημάτων ορολογίας, όπως νομικής, οικονομικής και εμπορικής,
- δ) τμήματα ενηλίκων ταχύρρυθμης διδασκαλίας και μάθησης, και



2. ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Βασικός στόχος της επιχείρησης για τα πρώτα τρία χρόνια είναι η δημιουργία ενός πελατολογίου ικανού να αποτελέσει μια βάση η οποία θα εγγυάται την βιωσιμότητα της επιχείρησης. Θα πρέπει στη διάρκεια των τριών πρώτων ετών να επιτύχει πωλήσεις επιπέδου τέτοιου που να εμφανίζονται κέρδη τουλάχιστον στο τέλος του δεύτερου έτους λειτουργίας. Περαιτέρω, ενδιαφέρει και η αύξηση της πελατείας με την πάροδο του χρόνου, που θα βοηθήσει και στην εξέλιξη-επέκταση της επιχείρησης. Συγκεκριμένα τα καθαρά κέρδη (μετά φόρων και τόκων) για το κανονικό σενάριο προβλέπονται να είναι 32.000,00€ για το πρώτο έτος, 48.000,00€ για το δεύτερο και 56.000,00€ για το τρίτο έτος.

3. ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

	Έτος 1 ^ο	Έτος 2 ^ο	Έτος 3 ^ο
Ίδια Κεφάλαια			
%	10,71%	0,00%	0,00%
Δάνεια τραπεζών εσωτερικού			
%	14,29%	33,33%	23,07%
Επιχορήγηση δημοσίου			
%	75,00%	66,67%	76,93%
Σύνολα %	100,00%	100,00%	100,00%

4. ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η παράδοση και διδασκαλία των μαθημάτων των ξένων γλωσσών πραγματοποιείται μέσω διαδραστικών και σύγχρονων συστημάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών, αυτοματοποιημένων διαδικασιών μάθησης, μάθησης μέσα από δημιουργικό παιχνίδι, και φυσικά μέσω της διαλεκτικής διδασκαλίας, αλλά και της πιο σύγχρονης



ομαδοσυνεργατικής. Εκτός από τα ομαδικά τμήματα, είναι δυνατή η παροχή εξειδικευμένης ατομικής βοήθειας σε μαθητές που παρουσιάζουν πρόσκαιρες, ως επί το πλείστον, αδυναμίες.

 Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο	 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i> ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης	 ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
---	---	--



5. ΑΓΟΡΑ

5.1 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Το αγοραστικό κοινό είναι μαθητές, φοιτητές, ενήλικες, αλλοδαποί και εν γένει εργαζόμενοι. Έχει ληφθεί υπ' όψιν ότι τα ρωσικά και τα ουκρανικά αποτελούν νέες γλώσσες τόσο στον χώρο της εκπαίδευσης, όσο και στον επαγγελματικό στίβο. Ελκύουν το ενδιαφέρον καταρχήν φοιτητών, αλλά και ενηλίκων γενικότερα, που επιδιώκουν είτε την διεύρυνση των πνευματικών τους οριζόντων είτε ενδιαφέρονται να χρησιμοποιήσουν αυτές τις γλώσσες σαν εργαλείο για την επαγγελματική τους αποκατάσταση και εξέλιξη. Παράλληλα η διδασκαλία ελληνικών σε αλλοδαπούς, κυρίως σλαβικής καταγωγής, καθιστά την επιχείρησή μας ανταγωνιστική, καθόσον η ανάγκη αυτή μεγαλώνει με τα ολοένα αυξανόμενα ποσοστά εισροής μεταναστών από χώρες του πρώην ανατολικού μπλοκ (Ρωσία, Ουκρανία, αλλά και Βουλγαρία-ως μέλος της ΕΕ). Η μεταγενέστερη δημιουργία τμημάτων μετάφρασης και διερμηνείας ανοίγει τον δρόμο σε νέες επαγγελματικές τάξεις, εμπλουτίζει τον ήδη επαγγελματικό τομέα των μεταφραστών και ευνοεί την πρόσληψή τους πχ από εκδοτικούς οίκους.

5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΠΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η επιχείρηση έχει εγκαταστήσει την έδρα της σε ένα κεντρικό δρόμο της Αθήνας (Ακαδημίας 48) και σκοπεύει να ιδρύσει άλλα δύο υποκαταστήματα, το ένα στην περιοχή του Ζωγράφου και το δεύτερο κατάστημα στην περιοχή του Περιστερίου, και δη κοντά στη στάση μετρό «Άγιος Αντώνιος». Η επιλογή της εγκατάστασης της έδρας σε κεντρικό και πολυσύχναστο δρόμο της Αθήνας έγινε, διότι ο σκοπός της ίδρυσης της επιχείρησης εκεί είναι η άμεση προσέλκυση σπουδαστών του ινστιτούτου μας λόγω φυσικά της κεντρικής και εύκολα προσβάσιμης (πλήθος αστικών συγκοινωνιών, υψηλό επίπεδο ασφάλειας ως προς την κυκλοφορία πεζών κατά τις απογευματινές και νυχτερινές ώρες) θέσης του. Επιπλέον ο σκοπός αυτός επιτυγχάνεται λόγω της πολιτικής προώθησης των υπηρεσιών μας με την διαφήμιση σε όλα τα καταστήματα

13





πλησίον του ινστιτούτου και σε πεζούς. Η επιλογή ίδρυσης του πρώτου υποκαταστήματος στο Ζωγράφου έγινε, διότι η περιοχή χαρακτηρίζεται ως αμιγώς φοιτητική (Πανεπιστημιούπολη, Πολυτεχνειούπολη), καθώς εκεί σπουδάζει πάνω από το μισό της αττικής φοιτητικής κοινότητας. Όσον αφορά στο υποκατάστημα του Περιστερίου, χαρακτηρίζεται ως πόλος έλξης των ενδιαφερομένων λόγω πρωτίστως της στάσης του μετρό που εξυπηρετεί πλείστες όσες κοντινές περιοχές. Τέλος, στο Περιστερί και στις πλησίον αυτού περιοχές, έχουν εγκατασταθεί και αλλοδαποί πολίτες, ομάδα σπουδαστών που σίγουρα μας ενδιαφέρει να προσελκύσουμε.



5.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΕ ΑΥΤΟΝ

Στην εποχή μας, το μεγαλύτερο ποσοστό των υποψηφίων που στέλνουν βιογραφικό για οποιαδήποτε θέση διαθέτουν τα εξής τέσσερα χαρακτηριστικά:

- 1) Πτυχίο ΑΕΙ ή ΤΕΙ,
- 2) Πολύ καλή γνώση τουλάχιστον μιας ξένης γλώσσας,
- 3) Πολύ καλή γνώση υπολογιστών (συνήθως με πιστοποίηση),
- 4) Μεταπτυχιακό (σε ποσοστό μεγαλύτερο του 50% των υποψηφίων).

Λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία αυτά συμπεραίνουμε ότι, στην πλέον ανταγωνιστική αγορά εργασίας της σημερινής εποχής, η γνώση ξένων γλωσσών αποτελεί απαραίτητο προσόν για κάποιον που επιθυμεί να ενταχθεί στο εργατικό δυναμικό. Πέρα, όμως, από την ένταξη, οι ξένες γλώσσες, είναι απαραίτητο προσόν για να μπορέσει κάποιος να αντεπεξέλθει στις καθημερινές απαιτήσεις οποιουδήποτε εργασιακού περιβάλλοντος.

Ένα πολύ καλό και ανταγωνιστικό προσόν στην αγορά εργασίας θεωρείται η γνώση «μη συνηθισμένων γλωσσών», όπως για παράδειγμα τα ρωσικά, ουκρανικά, κ.ά. Ειδικά η ρωσική αγορά είναι μια αγορά που κινείται πολύ γρήγορα εκτός των συνόρων της και η γνώση της ρωσικής γλώσσας –σε συνδυασμό και με την ουκρανική- μπορεί να αποτελέσει σημαντικό προσόν για έναν υποψήφιο. Επομένως,



η ίδρυση ενός ινστιτούτου τέτοιων ξένων γλωσσών μπορεί να θεωρηθεί ως μια επένδυση με μακροπρόθεσμα θετικά αποτελέσματα και σίγουρη βιωσιμότητα.

<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	<p>πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		

5.4 SWOT ANALYSIS

<p>ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ</p> <ul style="list-style-type: none"> -διδασκαλία ρωσικής και ουκρανικής γλώσσας -διδάσκοντες= πτυχιούχοι ΑΕΙ -μικρή προσφορά, μεγάλη ζήτηση - καλές τιμές σε συνδυασμό με διεύρυνση των παροχών -σύγχρονες μέθοδοι και συστήματα διδασκαλίας 	<p>ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ</p> <ul style="list-style-type: none"> -κορεσμένος ο κλάδος της εκπαίδευσης -καινούργια στον χώρο επιχείρηση -οι ιδιαίτερες ξένες γλώσσες τείνουν να θεωρούνται “πολυτέλεια”
<p>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> -προσπάθεια μεγέθυνσης του target group μέσω της δημιουργίας των υποκαταστημάτων -διαφήμιση των υπηρεσιών μας μέσω του site μας -αναμένεται προσέλευση νέων σπουδαστών για λόγους ένταξης στο εργατικό δυναμικό 	<p>ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ασταθής οικονομική κατάσταση της χώρας την χρονική περίοδο ίδρυσης της επιχείρησης -είσοδος στον κλάδο νέων επιχειρήσεων

6. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- Διδασκαλία των προαναφερθεισών ξένων γλωσσών, με δυνατότητα προσθήκης καινούργιων, αναλόγως της ζήτησης,
- Παράδοση μαθημάτων μετάφρασης και διερμηνείας,
- Παράδοση μαθημάτων ορολογίας, όπως νομικής, οικονομικής και εμπορικής,



- Τμήματα ενηλίκων ταχύρρυθμης διδασκαλίας και μάθησης, και

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>Ευρωπαϊκή Ένωση Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο</p>	<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>	
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

- Ίδρυση δύο υποκαταστημάτων σε δύο άλλες περιοχές της Αττικής, ήτοι στον Ζωγράφου και στο Περιστέρι.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



7. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

7.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ

Η επιχείρηση συνίσταται στην παροχή εκπαιδευτικών υπηρεσιών. Διδάσκονται αγγλικά, γαλλικά, ρωσικά, ουκρανικά και ελληνικά για αλλοδαπούς, καθώς και μετάφραση και διερμηνεία και επιστημονική ορολογία. Όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό, αυτό αποτελείται από καθηγητές πτυχιούχους πανεπιστημίων της ημεδαπής κατά βάση, γραμματεία και διεύθυνση. Προβήκαμε σε αγορά εκπαιδευτικού εξοπλισμού, γραφικής ύλης, ηλεκτρονικών συστημάτων.

7.2 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ και ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Η επιχείρηση θα πρέπει να προμηθεύεται γραφική ύλη, αναλώσιμα, ξενόγλωσσα βιβλία, λεξικά, οπτικοακουστικό υλικό, ηλεκτρονικό εξοπλισμό. Για τα μεν αναλώσιμα, ξενόγλωσσα βιβλία, λεξικά, προβλέπεται η προμήθεια αυτών από το προμηθευτή που θα προτείνει το μικρότερο κόστος για εμάς, για δε το οπτικοακουστικό υλικό, ηλεκτρονικό εξοπλισμό, προβλέπεται συμβόλαιο πενταετούς ισχύος με σταθερές χαμηλές συμφέρουσες τιμές. Οι προμηθευτές θα εξοφλούνται τοις μετρητοίς εντός πέντε εργασίμων ημερών από την ειδοποίηση για παράδοση με ταυτόχρονη έκδοση τιμολογίου. Το εργατικό δυναμικό της επιχείρησης διαρθρώνεται ως εξής: γραμματειακή υποστήριξη, καθηγητές πλέον των ιδρυτικών μελών, διεύθυνση, συνεργείο καθαρισμού.



8. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΜΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

8.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΙΜΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ

Οι υπηρεσίες παρέχονται σε καλές τιμές πάντοτε συναρτώμενες με την υψηλή ποιότητα, όχι απέχοντας πολύ από αυτές των ανταγωνιστών, με στόχο να ταυτιστεί στο μυαλό του μέσου ανθρώπου η ποιότητα με την ποσότητα. Προβλέπεται διευκόλυνση αποπληρωμής έως και ένα μήνα από το ληξιπρόθεσμο της κάθε δόσης, καθώς και σύστημα εξόφλησης ως εξής: αν μηνιαίες δόσεις-> χ ποσό κατ'έτος, αν δύο δόσεις-> χ-10% κατ'έτος, αν εφάπαξ εξόφληση-> χ-15% κατ'έτος.

8.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Στόχος είναι η προσέλκυση σπουδαστών μέσω διαδικτύου, δηλαδή του site μας, facebook και tweeter, μέσω διανομής ενημερωτικών φυλλαδίων σε πανεπιστήμια, καταστήματα και κεντρικά σημεία της πόλης και με ανακοίνωση προσφορών κατ'εξάιρεση σε διάφορες περιόδους μέσα στο σχολικό έτος.

9. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΣΥΝΤΑΞΗ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΥ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
Γ.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		Α.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
Ι.Ασώματες ακινητοποιήσεις		Ι.Κεφάλαιο μετοχικό	
ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	1000	ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	6000
ΕΡΕΥΝΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ			
Π.Ενσώματες ακινητοποιήσεις		Υ.Αποτελέσματα εις νέο	
ΚΤΙΡΙΟ		ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ (ΖΗΜΙΩΝ)	58500
ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ		ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	
ΕΠΙΠΛΑ & ΣΚΕΥΗ	12000		
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ	12000		
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ			
Σύνολο ακινητοποιήσεων (ΓΙΙ)	24000		
Σύνολο πάγιου ενεργητικού (ΓΙ+ΓΙΙ)	25000	Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	64500
Δ.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ		Γ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		Ι.Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	
Ι.Αποθέματα		ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΔΑΝΕΙΟ	20000
ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1500		
	1500	Π.Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	
Π. Απαιτήσεις		ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	8000
ΠΕΛΑΤΕΣ	32000	ΓΡΑΜΜΑΤΙΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ	4000
ΓΡΑΜΜΑΤΙΑ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	16000	ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΟ ΔΑΝΕΙΟ	8000
	48000		20000
IV. Διαθέσιμα			
ΤΑΜΕΙΟ	30000		
Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού	79500	Σύνολο Υποχρεώσεων (Γ1+ΓΙΙ)	40000
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	104500	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	104500

22



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

<i>Αποτελέσματα εκμεταλλεύσεως</i>		<i>Προβλεπτική Πορεία Αποτελεσμάτων Χρήσεως</i>		
		200X (y1)	200X (y2)	20XX (y3)
Τρέχον έτος				
Κύκλος Εργασιών (πωλήσεις)	48000	48000.00	48000.00	55200.00
Μείον: Κόστος πωλήσεων	2500	11628.11	6776.80	6317.88
Μικτά αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως	45500.00	36371.89	41223.20	48882.12
Λοιπά Έσοδα	3000	892.27	121.06	95.92
ΜΕΙΟΝ: Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	30000	22942.20	10260.56	3395.24
ΜΕΙΟΝ: Εκτακτα και ανόργανα έξοδα	2000	123.05	63.49	57.03
Σύνολο Εξόδων	32000.00	23065.25	10324.05	3452.27
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (Κέρδη) ΧΡΗΣΕΩΣ προ φόρων	16500.00	14198.91	31020.21	45525.77

Αριθμοδείκτες

	Τιμή
I. Αριθμοδείκτες ρευστότητας	
Γενικής Ρευστότητας	3.98
Άμεσης Ρευστότητας	1.50
II. Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας	
Περιθώριο Μικτού κέρδους	94.79 %
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους	34.38 %
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	25.58 %
III. Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας	
Δανειακής Επιβάρυνσης	38.28 %



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

10. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΧΕΡΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Παρατηρούμε ότι οι αριθμοδείκτες ρευστότητας (γενικής και άμεσης) και σε ότι αφορά το πρώτο έτος, παρουσιάζον καλή ένδειξη σχετικά με την βραχυχρόνια οικονομική θέση της επιχείρησης και την ικανότητα της να ανταποκριθεί στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της. Ως προς τους αριθμοδείκτες αποδοτικότητας διαπιστώνουμε ότι αποτελούν θετικό ερέθισμα αναφορικά με την αποδοτικότητα της επιχείρησης, την δυναμικότητα των κερδών της και την ικανότητα διοίκησης της. η δανειακή επιβάρυνση για μια τόσο νέα επιχείρηση θεωρείται ότι αντικατοπτρίζεται με χαμηλό ποσοστό.





ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ 2

Το «εικονικό» επιχειρηματικό σχέδιο «PLAY-ZONE» προτείνει τη δημιουργία ενός πολυχώρου δραστηριοτήτων για παιδιά και ενήλικες ο οποίος θα περιλαμβάνει και **συμβουλευτική παιδιών και γονέων**. Η δημιουργία αυτού του πολυχώρου στοχεύει στην καλλιέργεια ικανοτήτων, την ανάδειξη ταλέντων και την ψυχαγωγία παιδιών και νέων. Μέσα στις επιμέρους δραστηριότητες που θα παρέχονται θα λειτουργεί συμβουλευτικό κέντρο που θα απευθύνεται σε ένα ευρύ φάσμα ηλικιών, επιχειρώντας τη δημιουργική συνύπαρξη παιδιών και γονέων.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: «PLAY-ZONE»

ΕΙΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: Παροχή Υπηρεσιών

ΚΛΑΔΟΣ: Ψυχαγωγία - Εκπαίδευση

Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο αφορά τη δημιουργία ενός **πολυχώρου δραστηριοτήτων**, ο οποίος θα περιλαμβάνει τη συμβουλευτική παιδιών και γονέων. Η δημιουργία αυτού του πολυχώρου στοχεύει στην καλλιέργεια ικανοτήτων, την ανάδειξη ταλέντων και την ψυχαγωγία παιδιών και νέων.

Η φιλοσοφία πάνω στην οποία θα στηριχθεί η δημιουργία της συγκεκριμένης επιχείρησης είναι η ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων με τα παιδιά και τους γονείς τους, στρατηγική που αποσκοπεί στο «χτίσιμο» εμπιστοσύνης με τους δυνητικούς πελάτες μας διατηρώντας υψηλή την αξιοπιστία των παρεχόμενων υπηρεσιών. Προκειμένου να ανταποκριθεί η επιχείρηση όσο το δυνατόν ευρύτερα στις ανάγκες των πελατών μας, θα αναπτυχθούν συνεργασίες με τοπικούς εκπαιδευτικούς, κοινωνικούς, αθλητικούς, πολιτιστικούς φορείς.

Η επιχείρηση «PLAY-ZONE» ανήκει στον τριτογενή τομέα παραγωγής και δραστηριοποιείται σε υπηρεσίες εκπαίδευσης, θεάματος και συμβουλευτικής υποστήριξης. Στις υπηρεσίες συγκαταλέγονται οι ακόλουθες δραστηριότητες:





- καλές τέχνες,
- άθληση,
- νέες τεχνολογίες,
- διαδραστικές δραστηριότητες,
- εκδηλώσεις,
- επαγγελματικός προσανατολισμός,
- χώρος για ελεύθερη μελέτη και χαλάρωση,
- αναψυκτήριο βιολογικών προϊόντων,
- βιβλιοθήκη,
- συμβουλευτική υποστήριξη.

Το κοινό στο οποίο απευθύνεται ο χώρος είναι παιδιά ηλικίας 5-18 ετών και οι γονείς τους. Υπάρχει ,βέβαια, η δυνατότητα συμμετοχής στους ελεύθερους χώρους (γήπεδα, αναψυκτήριο βιολογικών προϊόντων , συμβουλευτικό κέντρο) και ατόμων άλλων ηλικιών.

Ο πολυχώρος «PLAY-ZONE» διαφοροποιείται από άλλους συναφείς χώρους, γιατί παρέχει πολλές υπηρεσίες μαζί, τις οποίες μπορεί να αξιοποιήσει κανείς όποτε επιθυμεί, καθώς πέρα από τις συνδρομές και τα οικονομικά πακέτα, θα δίνεται η δυνατότητα συμμετοχής σε κάποια υπηρεσία με την αντικαταβολή εισιτηρίου. Επιπλέον, το ότι διαθέτει συμβουλευτικό κέντρο και ότι απευθύνεται σε ένα ευρύ φάσμα ηλικιών, επιχειρώντας την αρμονική συνύπαρξη παιδιών και γονέων, είναι κάτι που σπάνια συναντά κανείς σε ανάλογους χώρους. Η λειτουργία της επιχείρησης θα είναι ετήσια. Το ωράριο δραστηριοτήτων θα διαρθρωθεί ως εξής:

¾ 14:00μ.μ έως τις 23:00μ.μ.,

25





- ¾ των χώρων ελεύθερης πρόσβασης (γήπεδα, πισίνα, αναψυκτήριο βιολογικών προϊόντων) από τις 10:00π.μ έως τις 22:00μ.μ.
- ¾ Το Σάββατο 10:00π.μ με 20:00μ.μ θα λαμβάνουν χώρα οι οργανωμένες δραστηριότητες
- ¾ Τη Κυριακή θα είναι ανοιχτοί μόνο οι ελεύθεροι χώροι (10:00π.μ έως τις 18:00μ.μ) και σε περίπτωση πραγματοποίησης κάποιας παράστασης/ εκδήλωσης, το μικρό αμφιθέατρο μουσικής/ θεάτρου

Ο πολυχώρος «PLAY-ZONE» προσφέρει ανταγωνιστικό πακέτο προσφορών και τη δυνατότητα στον κάθε πελάτη να επιλέξει είτε μηνιαία συνδρομή, είτε πρόσβαση σε επιλεγμένες υπηρεσίες έναντι εισιτηρίου (χωρίς να απαραίτητη μηνιαία συνδρομή). Ο κάθε πελάτης, αναλόγως εάν έχει επιλέξει να έχει πλήρη πρόσβαση στο σύνολο των δραστηριοτήτων του πολυχώρου ή εάν έχει επιλέξει επιλεγμένες υπηρεσίες, μπορεί να ασχοληθεί με τον εαυτό του δημιουργικά,

- 9 να απολαύσει τον καφέ του στη βιβλιοθήκη όση ώρα τα παιδιά του απασχολούνται δημιουργικά και σε ένα ασφαλές περιβάλλον,
- 9 να λάβει συμβουλές από ειδικούς συμβούλους.
- 9 να συμμετάσχει σε παραστάσεις και αγώνες που διοργανώνονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα ή να συμμετάσχει σε διαδραστικές δραστηριότητες για τα παιδιά, αλλά και για τους ενήλικες.
- 9 να παρακολουθήσει εκδηλώσεις που οργανώνουν άλλοι πολιτιστικοί, αθλητικοί και εκπαιδευτικοί φορείς στο χώρο της εταιρείας μας «PLAY-ZONE».

Ο τόπος εγκατάστασης του πολυχώρου μας είναι τα βόρεια προάστια και συγκεκριμένα η περιοχή της Κηφισιάς. Επιλέξαμε αυτή τη περιοχή βάσει **δημογραφικών, οικονομικών και συγκοινωνιακών κριτηρίων**. Η Κηφισιά είναι μία





περιοχή η οποία δημογραφικά συντηρεί πολλές οικογένειες με μικρά παιδιά. Τα τελευταία 20 και πλέον χρόνια πολλοί Αθηναίοι έχουν αποκτήσει σπίτι στην Κηφισιά και έχουν εγκατασταθεί με τις οικογένειές τους. Η περαιτέρω υποβάθμιση του κέντρου της Αθήνας ωθεί και άλλους πολίτες να αποκεντρωθούν στα προάστια περίξ του κέντρου. Επίσης, οι κάτοικοι της περιοχής σύμφωνα με οικονομικά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ είναι από τους περισσότερο εύπορους σε ολόκληρο το λεκανοπέδιο Αττικής, ενώ τα εισοδήματά τους είναι πολύ πάνω από τη «γραμμή φτώχειας»¹. Επομένως έχουν την οικονομική δυνατότητα να πληρώσουν κάποιο αντίτιμο για τις υπηρεσίες που είναι σε θέση να τους προσφέρει η επιχείρησή μας. Επιπλέον, η περιοχή που θα δραστηριοποιηθεί η εταιρεία «PLAY-ZONE» είναι εύκολα προσβάσιμη με συγκοινωνίες (ηλεκτρικό, λεωφορεία) ενώ υπάρχει και ελεύθερος χώρος στάθμευσης στην ευρύτερη περιοχή.

Ο πολυχώρος «PLAY-ZONE» εκτείνεται σε ένα οικόπεδο 10 στρ. Εντός του οικοπέδου έχει διαμορφωθεί κατάλληλα χώρος 350τ.μ (ισόγειο) και 300 (1^{ος} όροφος). Στο ισόγειο έχουν διαμορφωθεί κατάλληλοι χώροι για:

τη γραμματεία και το συμβουλευτικό κέντρο σε δυο διαδοχικές αίθουσες,

το εργαστήριο εικαστικών. Το εικαστικό εργαστήριο είναι στο ισόγειο για να έχει άμεση πρόσβαση στον υπαίθριο χώρο για ανάπτυξη περαιτέρω δραστηριοτήτων, όπως: γλυπτική, κατασκευές κ.α

τις αίθουσες χορού και γυμναστικής. Η αίθουσα χορού και η αίθουσα γυμναστικής θα βρίσκονται στη πίσω μεριά του κτιρίου ώστε να συνδέονται εύκολα με τον πίσω εξωτερικό χώρο που λειτουργεί η πισίνα.

¹ «Γραμμή φτώχειας». Σύμφωνα με τον ορισμό του ΟΟΣΑ ένα νοικοκυριό ορίζεται ως φτωχό εάν το συνολικό ετήσιο εισόδημά του είναι μικρότερο από το 60% του κατά κεφαλήν ΑΕΠ της χώρας στην οποία κατοικεί.





Στον πρώτο όροφο έχουν διαμορφωθεί κατάλληλοι χώροι για:
τη βιβλιοθήκη και το χώρο των υπολογιστών,
την αίθουσα ελεύθερης μελέτης και ξεκούρασης
το αμφιθέατρο μουσικής και θεάτρου στο οποίο θα λαμβάνουν χώρα και
διάφορες εκδηλώσεις.

Στον υπαίθριο ακάλυπτο χώρο του οικοπέδου έχει διαμορφωθεί:
υπαίθριο γήπεδο μπάσκετ και βόλεϊ με αθλητικά δάπεδα, καθώς και ένα
γήπεδο ποδοσφαίρου (5x5).

υπαίθριος χώρος με αναψυκτήριο βιολογικών προϊόντων .

Ο απολύτως απαραίτητος εξοπλισμός, χωρίς αναλυτική καταγραφή, που θα
χρειαστούμε για να εξοπλίσουμε τις βασικές δραστηριότητες του πολυχώρου «PLAY-
ZONE» αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα.

Γραμματεία	Εξοπλισμός γραφείου
Συμβουλευτικό κέντρο	Εξοπλισμός γραφείου/μικρό καθιστικό/ υπολογιστής
Αίθουσα χορού	Μπάρα/ στερεοφωνικό/ καθρέφτης
Αίθουσα γυμναστικής	Εξοπλισμός μικρού γυμναστηρίου δυναμικότητας 20 ατόμων
Βιβλιοθήκη/ χώρος υπολογιστών	Εξοπλισμός γραφείου/ βιβλιοθήκης/ ηλεκτρονικοί υπολογιστές
Αίθουσα ελεύθερης μελέτης/ ξεκούρασης	Εξοπλισμός γραφείου/ καθιστικού
Μικρό αμφιθέατρο μουσικής/ θεάτρου	Μόνιμη διαμόρφωση με καθίσματα μικρού αμφιθεάτρου/ εξοπλισμός σκηνής/ εγκατάστασης ήχου και εικόνας/ μουσικά όργανα



Γήπεδο μπάσκετ/ βόλεϊ/ τένις	Εξοπλισμός γηπέδων/ ελαφρύ στέγαστρο
Μικρό γήπεδο ποδοσφαίρου	Εξοπλισμός γηπέδου/διαχωριστικά/ προστατευτικά
Πισίνα	Εξοπλισμός πισίνας/ ελαφρύ στέγαστρο

Η πρωτοτυπία του πολυχώρου «PLAY-ZONE» είναι η δυνατότητα ταυτόχρονης πρόσβασης σε αλληλοσυμπληρώμενες μεταξύ τους δημιουργικές δραστηριότητες. Η δημιουργία αυτού του πολυχώρου δεν προσφέρει αποκλειστικά υπηρεσίες ψυχαγωγίας ή αποκλειστικά στείρα εκπαίδευση, αλλά μία ελεύθερη, δημιουργική και μη τυποποιημένη εκπαιδευτική-πολιτιστική, παραγωγική και ψυχαγωγική διαδικασία. Επιπλέον, η απασχόληση γονέων και η διάδραση παιδιών και γονέων είναι κάτι που σπάνια συναντά κανείς σε ανάλογους χώρους αλλά και σε κέντρα παροχής μεμονωμένων ,αντίστοιχων με τις δικές μας, υπηρεσιών (ωδεία, σχολές χορού κλπ).

Η επιχείρηση «PLAY-ZONE» ανήκει στο κλάδο παροχής υπηρεσιών σε παιδιά, με πρώτιστο στόχο μας να αναπτύσσεται στα παιδιά η αυτενέργεια, η δημιουργικότητα, η εμπειρική μάθηση και να προσφέρουμε ταυτόχρονα ψυχαγωγία και διασκέδαση. Υπάρχει η προοπτική της προσθήκης επιπλέον δραστηριοτήτων και χώρων, όπως επίσης και η δημιουργία προγραμμάτων σε συνεργασία με άλλους εκπαιδευτικούς φορείς.

Η συγκέντρωση πολλών δραστηριοτήτων στον ίδιο χώρο είναι μία στρατηγική που έχουν ακολουθήσει πολλές επιχειρήσεις προκειμένου να ανταπεξέλθουν στο συνεχώς αυξανόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Υπάρχουν πολλοί παιδότοποι, χώροι άθλησης, βιβλιοθήκες, σχολές χορού, ωδεία αλλά η εταιρεία «PLAY-ZONE» προσφέρει όλες αυτές τις υπηρεσίες με μία μόνο συνδρομή και στον ίδιο χώρο. Επιπρόσθετα, πέραν των μηνιαίων συνδρομών και πακέτων προσφορών



προσαρμοσμένα στις ανάγκες του καθενός θα υπάρχει η δυνατότητα συμμετοχής σε

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>		
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		

οποιαδήποτε υπηρεσία με το αντίτιμο ενός εισιτηρίου. Επίσης, ένα πολύ σημαντικό σημείο της εταιρείας είναι η καλλιέργεια προσωπικών σχέσεων για τις ανάγκες του κάθε παιδιού όπως και η εξατομικευμένη εξυπηρέτηση στη κάθε υπηρεσία κάτι που θα κάνει τον πολυχώρο «PLAY-ZONE» να ξεχωρίζει έναντι των ανταγωνιστριών εταιρειών. Τέλος, η στρατηγική προώθησης των υπηρεσιών της «PLAY-ZONE», πέρα από τη δημιουργία ελκυστικών προσφορών γνωριμίας, είναι η διαφήμιση μέσω internet, δημιουργία εταιρικής ιστοσελίδας, διαφημίσεις σε περιοδικά.

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Δυνατότητα διεξαγωγής πολλών δραστηριοτήτων σε έναν χώρο και πρόγραμμα προσαρμοσμένο στην καθημερινότητα των παιδιών • Θέση που θα ιδρυθεί ο πολυχώρος ευνοεί την πορεία και εξέλιξη της επιχείρησης • Δυνατότητα παροχής ελκυστικών πακέτων (όπως σε πολυτέκνους, σε ανέργους, σε μετανάστες κ.α) 	<ul style="list-style-type: none"> • Η δυσκολία εξεύρεσης χρηματοδοτικών πόρων • Η έλλειψη ιδίων πόρων και η ανάγκη εξεύρεσης δανειακών κεφαλαίων για να συμπληρωθεί το απαιτούμενο ποσό
OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> • Η μείωση των μισθών στον ιδιωτικό τομέα το τελευταίο διάστημα μας • Η υψηλή ανεργία μας επιτρέπει να εντοπίσουμε εξειδικευμένο προσωπικό με πείρα και ικανότητες με την αντικαταβολή χαμηλού μισθού • Η μείωση της καταναλωτικής δαπάνης των νοικοκυριών στρέφει πολλούς γονείς στην αναζήτηση πολλαπλών δραστηριοτήτων με χαμηλότερο κόστος 	<ul style="list-style-type: none"> • Η πολιτική και οικονομική αστάθεια ως προϊόν της κρίσης που μαστίζει την ελληνική κοινωνία • Μειωμένες συμμετοχές, λόγω κρίσης, και επιβράδυνση της απόσβεσης του κεφαλαίου και πιθανώς χαμηλότερα κέρδη ή ζημιές (από ότι αρχικά είχαν υπολογιστεί) • Μειωμένος ελεύθερος χρόνος μαθητών και γονιών λόγω του σύγχρονου τρόπου ζωής



Τιμολογιακή πολιτική και προώθηση των προϊόντων

Οι τιμές που θέλουμε να πετύχουμε, έχουν ως στόχο να προσεγγίσουμε μεγαλύτερη πελατεία, γι' αυτό και αυτές θα είναι χαμηλές. Για παράδειγμα κάποιος που θέλει να συμμετέχει στη θεατρική ομάδα και σ' ένα μάθημα χορού, θα πληρώνει 50 € το δίμηνο(αυτή θα είναι τιμή πακέτου στην οποία περιέχεται και η απεριόριστη χρήση της βιβλιοθήκης και των γηπέδων).Επιπλέον, θα υπάρχει η δυνατότητα να πληρώνει κάποιος το αντίτιμο ενός μαθήματος(συμβολική τιμή 5 €) εάν θέλει να παρακολουθήσει μόνο αυτό για μια φορά.

Επίσης, προκειμένου να συγκεντρωθεί πελατεία σκοπεύουμε να κάνουμε χρήση ειδικών εκπτώσεων σε πολυτέκνους γονείς ,σε ανέργους, σε μετανάστες, στην εργατική τάξη, σε μονογονεϊκές οικογένειες και γενικά σε περιπτώσεις που χρήζουν ιδιαίτερης κοινωνικής φροντίδας. Όσον αφορά στο προφίλ των πελατών, απευθυνόμαστε σ' ένα κοινό 5-18 ετών και στους γονείς τους.

Προκειμένου η επιχείρησή μας να γίνει ευρέως γνωστή θα πρέπει να έχουμε μια καλή διαφημιστική εκστρατεία. Αυτή η διαφήμιση θα πρέπει πρώτα από όλα να κεντρίσει το ενδιαφέρον των γονιών οι οποίοι θα μας εμπιστευτούν τα παιδιά τους. Άρα τα διαφημιστικά έντυπα σε δημοτικά σχολεία και οι ηλεκτρονικές διαφημίσεις σε διάφορους ιστότοπους που επισκέφτονται γονείς για συμβουλές ή ψυχαγωγία. Σε δεύτερο επίπεδο, εφόσον απευθυνόμαστε και σε παιδιά γυμνασίου-λυκείου(τα οποία ασχολούνται πιο ενεργά με το διαδίκτυο) θα μπορούσαμε να διαφημιστούμε σε διάφορους χώρους κοινωνικής δικτύωσης ή να οργανώσουμε διάφορα events.

Οργάνωση - Διοίκηση Επιχείρησης

Η επιχείρηση χωρίζεται στα εξής τμήματα:

31



1. *Γενική διεύθυνση- Διοίκηση.* Η Διοίκηση είναι υπεύθυνη για τη γενική διαχείριση της επιχείρησης, την οργάνωση και τη διοίκησή της.
2. *Διεύθυνση προσωπικού.* Η *διεύθυνση προσωπικού* αναλαμβάνει ό,τι έχει να κάνει με τα άτομα που απασχολούνται στην επιχείρηση και έχει τα εξής τμήματα:
 - i) *Τμήμα προσλήψεων*
 - ii) *Τμήμα μισθοδοσίας*
 - iii) *Τμήμα εκπαίδευσης (αν χρειαστεί)*
3. *Διεύθυνση marketing.* Είναι αυτή που αναλαμβάνει την προώθηση των υπηρεσιών στον κόσμο, ώστε να γίνει γνωστή η επιχείρηση, να επεκτείνει τις υπηρεσίες της προς τα διάφορα πελατειακά κοινά και φροντίζει με αυτό τον σκοπό για τις συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς. Απαρτίζεται από τα ακόλουθα τμήματα:
 - i) *Τμήμα δημοσίων σχέσεων*
 - ii) *Τμήμα διαφήμισης*
4. *Διεύθυνση οικονομικού.* Αναλαμβάνει την οικονομική διαχείριση της επιχείρησης (μισθοδοσίες υπαλλήλων, πληρωμές δανείων, διευθέτηση λοιπών εξόδων και διαχείριση των εσόδων της επιχείρησης). Αποτελείται από τα τμήματα:
 - i) *Τμήμα λογιστηρίου- πιστώσεων*
 - ii) *Τμήμα ταμείου*
5. *Τμήμα υπηρεσιών.* Περιλαμβάνει όλο το προσωπικό, το οποίο είναι υπεύθυνο για την παροχή υπηρεσιών (γραμματειακή υποστήριξη, σύμβουλος, παιδαγωγοί, χορευτής, καθηγητής εικαστικών, γυμναστές, μουσικός, θεατρολόγος, βιβλιοθηκονόμος, υπεύθυνος υπολογιστών, υπεύθυνοι καφετέριας, καθαρίστριες. Αποτελείται από τα ακόλουθα τμήματα:
 - i) *Διεύθυνση και Γραμματειακή υποστήριξη*



ii) Υπάλληλοι

	<p>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ <i>επένδυση στην κοινωνία της γνώσης</i></p>	<p>ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ</p>
<p>ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ</p>		
<p>Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης</p>		

Το ανθρώπινο δυναμικό που θα απασχοληθεί στην επιχείρησή μας είναι το εξής:

Διεύθυνση- Διοίκηση: διαχείριση εταιρείας «PLAY-ZONE». (1 άτομο)

Γραμματειακή υποστήριξη: παροχή πληροφοριών, διαδικαστικά της επιχείρησης, επικοινωνιακές ικανότητες. (1 γραμματέας)

Συμβουλευτική υποστήριξη: διαχείριση ατομικά προβληματικών καταστάσεων παιδιών και γονέων. (1 σύμβουλος- ψυχολόγος)

Βιβλιοθηκονόμος: Διαχείριση βιβλιοθήκης, γνώσεις πάνω στο αντικείμενο, γνώσεις υπολογιστών. (1 άτομο)

Υπεύθυνος καφετέριας: οργάνωση καφετέριας, εξυπηρέτηση πελατών σε ό, τι χρειάζονται σχετικά.(2 άτομα)

Παιδαγωγός: γενική απασχόληση παιδιών, ικανότητες διαχείρισης μιας τάξης. (4 άτομα)

Δάσκαλος χορού/ δάσκαλος μουσικής/ θεατρολόγος/ καθηγητής εικαστικών: οργάνωση καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων, δημιουργικότητα, ταλέντο, ανάδειξη ταλέντων παιδιών. (1 δάσκαλος στο κάθε είδος)

Γυμναστής: ευελιξία, ανταπόκριση σε ποικίλες αθλητικές δραστηριότητες (οργάνωση αγώνων στα γήπεδα, προπονήσεις κλπ.), οργάνωση γυμναστηρίου και των προγραμμάτων του. (3 άτομα)

Καθαρίστρια: φροντίδα του χώρου και περιποίηση του, ώστε να είναι καθαρός και καλαίσθητος. (2 άτομα)

Ενδεικτικό Πρόγραμμα Δραστηριοτήτων πολυχώρου

	<i>ΔΕΥΤΕΡΑ</i>	<i>ΤΡΙΤΗ</i>	<i>ΤΕΤΑΡΤΗ</i>	<i>ΠΕΜΠΤΗ</i>	<i>ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ</i>
<i>3-4 μ.μ.</i>	Μουσική Αεροβική	Θέατρο Χορός	Μουσική Εικαστικά	Εικαστικά Θέατρο	Μουσική Αεροβική
<i>4-5 μ.μ.</i>	Εικαστικά Θεατρικό παιχνίδι	Αεροβική Χορός	Αεροβική Θεατρικό παιχνίδι	—	Εικαστικά Χορός
<i>5-6 μ.μ.</i>	Αεροβική Μουσική	Γυμναστική Μουσική	Γυμναστική Μουσική	Χορός Μουσική	Θεατρικό παιχνίδι Γυμναστική

6-7 μ.μ.	Γυμναστική Εικαστικά	—	Θέατρο Εικαστικά	Θέατρο Γυμναστική	Χορός Μουσική
7-8 μ.μ.	Θέατρο Χορός	Θέατρο Εικαστικά	—	Χορός Μουσική	Εικαστικά Θέατρο
8-9 μ.μ.	Εικαστικά Γυμναστική	Αεροβική Μουσική	Χορός Μουσική	Γυμναστική Εικαστικά	—
9- 10 μ.μ.	Αεροβική Μουσική	Γυμναστική Θέατρο	Αεροβική Εικαστικά	Αεροβική —	Αεροβική Μουσική

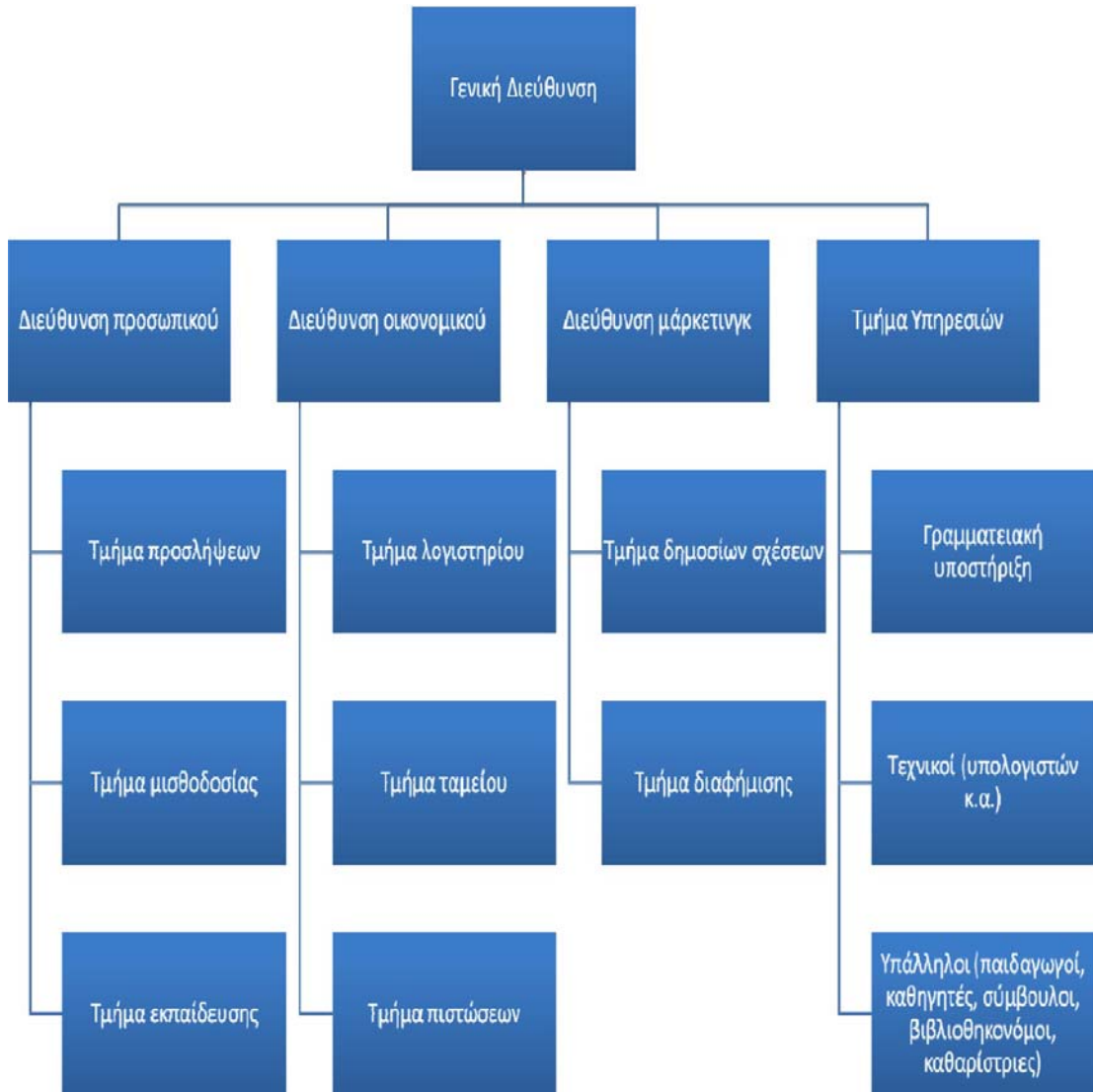
ΣΑΒΒΑΤΟ: 10-12 μ.μ. Συμβουλευτική, 11-12 μ.μ. Θεατρικό παιχνίδι, 12-13:00 μ.μ. Γυμναστική, 13:00-14:00 μ.μ. Χορός, 15.00-17.00 μ.μ. Συμβουλευτική, 17:00—18:00 μ.μ. Μουσική. Ολόκληρη την ημέρα ο χώρος προσφέρεται για ελεύθερες δραστηριότητες, ενώ από τις 18:00 μ.μ. και μετά προσφέρεται για ενοικίαση για εκδηλώσεις, happenings και διαγωνισμούς. **ΚΥΡΙΑΚΗ:** Ολόκληρη την ημέρα ο χώρος προσφέρεται για ελεύθερες δραστηριότητες, καθώς και για εκδηλώσεις, happenings και διαγωνισμούς.

Οργανόγραμμα



«ΜΟΝΑΔΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΙ: ΚΑΙ ΕΝΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ»

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΝΟ ΙΙΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ





«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Οικονομικός Σχεδιασμός και Χρηματοοικονομική κατάσταση

Προϋπολογισμός έναρξης και λειτουργίας

Αξίζει να σημειωθεί ότι ένα μέρος του προσωπικού θα αμείβεται με βάση το δελτίο παροχής υπηρεσιών που απαιτείται για να εργαστεί. Κάθε ώρα που ολοκληρώνουν ανταμείβονται με 10 €. Το υπόλοιπο προσωπικό θα εργάζεται σχεδόν όλη την μέρα και θα αμείβεται με μηνιαίο μισθό. Επίσης, ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει ένα ετήσιο προϋπολογισμό.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

<u>Αμοιβές τρίτων : Προμηθευτές :</u>	95.000€
<u>Λογιστικά :</u>	3.000€
<u>Ενοίκια :</u>	0€
<u>Εξοπλισμός :</u>	110.000€
<u>Λιαφήμιση :</u>	5.000€
<u>Αμοιβές προσωπικού:</u>	
<u>Γραμματέας :</u>	6.500€
<u>Μουσικός :</u>	7.000€
<u>Εικαστικά :</u>	7.200€
<u>Θέατρο:</u>	6.000€
<u>Χορός :</u>	5.000€
<u>Αεροβική :</u>	5.000€
<u>Γυμναστής γυμναστηρίου :</u>	7.000€
<u>Γυμναστής γηπέδων :</u>	7.000€
<u>Προσωπικό καφέ :</u>	18.000€
<u>Βιβλιοθηκονόμος:</u>	7.000€
<u>Σύμβουλος :</u>	3.000€
<u>Προσωπικό καθαρισμού :</u>	10.000€
<u>Λειτουργικά :</u>	301.700€





«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Λογιστικές Καταστάσεις - Γραφήματα

ΕΙΡΕΡΓΗΤΙΚΟ	ΕΤΟΣ 1	ΕΤΟΣ 2	ΕΤΟΣ 3	ΠΑΘΗΤΙΚΟ	ΕΤΟΣ 1	ΕΤΟΣ 2	ΕΤΟΣ 3
ΕΣΟΔΑ ΙΔΡΥΣΕΩΣ & Α ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	5000	0	0	ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	60000	60000	60000
ΠΑΓΙΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ				ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΙΣ ΝΕΟΝ	0	0	0
ΓΗΠΕΔΑ	0	0	0	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	60000	60000	60000
ΚΤΡΙΑ	0	0	0	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ			
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	32000	32000	32000	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	368,78	258,15	135,53
ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ	10000	10000	10000	ΤΡΑΠΕΖΕΣ	40000	40000	40000
ΕΠΙΠΛΑ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	36200	39200	42200	ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΟ (ΕΦΟΡΙΑ)	26183,1	31540,17	45938,7
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	78200	81200	84200	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	66551,88	71798,32	86074,23
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	25806	26796	27786				
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	52394	54404	56414				
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΙΡΕΡΓΗΤΙΚΟ	17168,78	19058,15	15935,53				
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ							
ΠΕΛΑΤΕΣ	258,1	268,9	282,35				
ΕΠΙΣΦΑΛΕΙΣ ΠΕΛΑΤΕΣ	3073,2	3226,86	3388,2				
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	3329,3	3495,77	3670,55				
ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ							
ΤΑΜΕΙΟ & ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΟΧΕΩΣ	13839,46	15562,36	12264,98				
ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΡΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	100368,78	100258,15	100135,53	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	100368,78	100258,15	100135,53



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



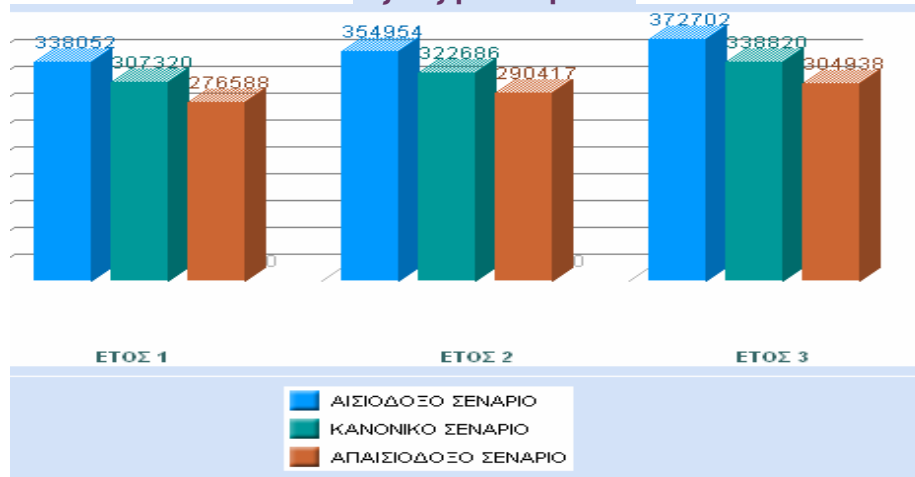
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



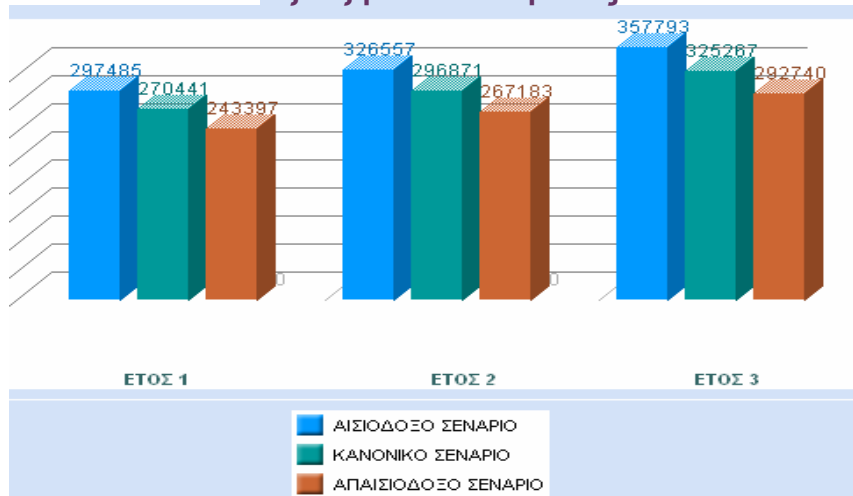
«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Εξέλιξη Πωλήσεων



Εξέλιξη Μικτού Κέρδους



Εξέλιξη Καθ. Αποτελεσμάτων



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

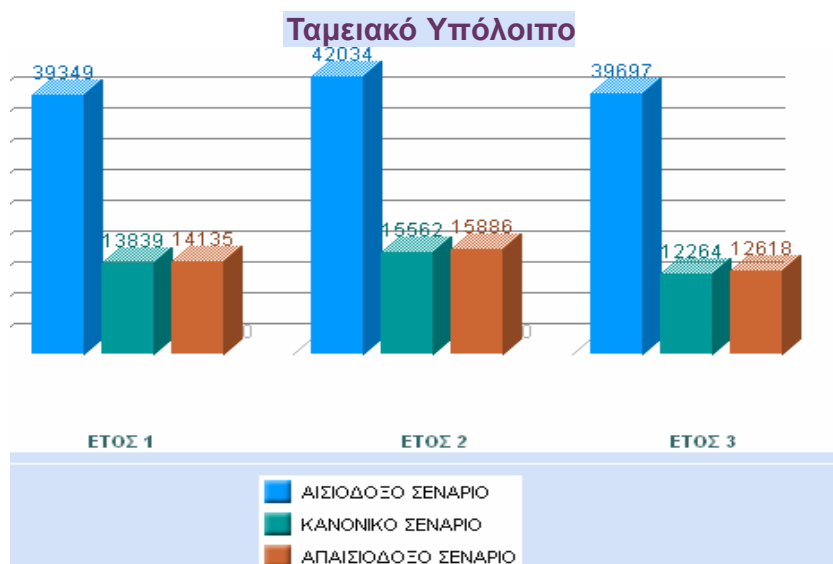
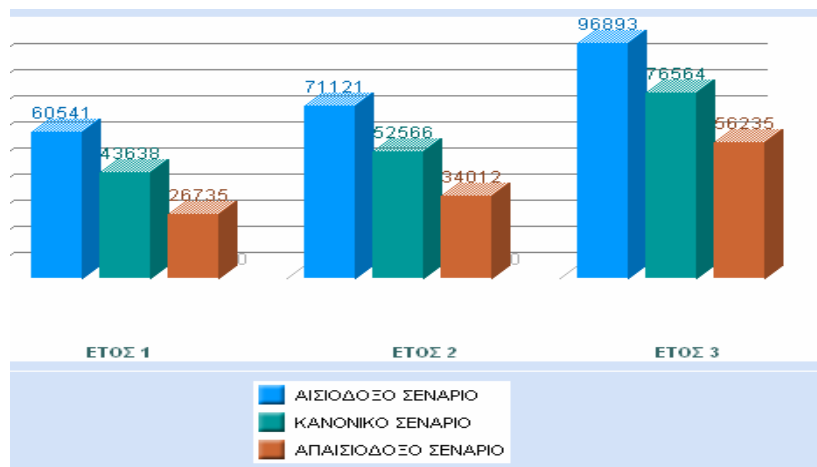


ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ 3

Στη συγκεκριμένη Μελέτη Περίπτωσης εξετάζονται και αναλύονται τα συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν από έρευνα που διενεργήθηκε από τη VISA Έπης σχετικά με το Δείκτη Τουριστικής Δαπάνης στην περιοχή της Μεσογείου. Συγκεκριμένα για τα τετραμηνιαία στοιχεία (Σεπτέμβριος-Δεκέμβριος 2011) αναλύεται η καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού σε έξι μεσογειακές χώρες μέσα στις οποίες και η Ελλάδα. Παρουσιάζονται οικονομικά στοιχεία που έχουν πολύ μεγάλο ενδιαφέρον αφού το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, η Ελλάδα έχει ήδη εισέλθει σε περίοδο βαθιάς και παρατεταμένης οικονομικής κρίσης και έχει ενδιαφέρον να εξετάσουμε πώς επηρεάζεται το ελληνικό τουριστικό προϊόν.

Αύξηση καταναλωτικής δαπάνης εισερχόμενου τουρισμού των μεσογειακών χωρών

Η καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού είναι ένα μέγεθος το οποίο υπολογίζεται με βάση τις δαπάνες που πραγματοποιούνται με κάρτες Visa (χρεωστικές, πιστωτικές και προπληρωμένες) στις υπό εξέταση έξι χώρες της Μεσογείου για υπηρεσίες τουρισμού. Έτσι, κατά την περίοδο Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου 2011 η καταναλωτική δαπάνη στις 6 χώρες της Μεσογείου ανήλθε σε €10,3 δις, αντιστοιχώντας σε ετήσια αύξηση της τάξης του 17,3% σε σύγκριση με €8,7 δις δαπάνης που καταγράφηκε κατά την αντίστοιχη περίοδο του 2010.

Πίνακας 1: Συνολική καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού στις έξι χώρες

Σύνολο	Ποσό
2010 (Σεπτ. έως Δεκ.)	8.748.585.243,14 €
2011 (Σεπτ. έως Δεκ.)	10.262.493.256,20 €

Πηγή: Στοιχεία καρτών Visa Europe



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

Η δαπάνη των επισκεπτών προερχόμενων από τις δέκα χώρες με την υψηλότερη δαπάνη συνέχισε να αυξάνεται στις έξι χώρες - ενώ οι επτά στις δέκα χώρες κατέγραψαν διψήφια ανάπτυξη ετησίως. Ιδιαίτερα εντυπωσιακή ήταν η καταναλωτική δαπάνη των επισκεπτών από τη Ρωσία, την Ελβετία και τη Βραζιλία ύψους 34,7%, 32,1% και 53,6% αντίστοιχα. Το Ηνωμένο Βασίλειο συνεχίζει να βρίσκεται στην κορυφή του πίνακα των δέκα χωρών με την υψηλότερη δαπάνη στις έξι χώρες, παρά το γεγονός ότι κατεγράφη η χαμηλότερη ετήσια αύξηση ύψους μόλις 4,5% από τον Σεπτέμβριο έως τον Δεκέμβριο του 2011. Οι επισκέπτες από τη Γαλλία ξεπέρασαν το όριο του €1 δις για πρώτη φορά από την έκδοση του δείκτη.

Πίνακας 2: Οι δέκα χώρες με την υψηλότερη τουριστική δαπάνη στις έξι Μεσογειακές χώρες

Χώρα	2010 (Σεπτ.-Δεκ.)	2011 (Σεπτ. - Δεκ.)	Ετήσια αύξηση
Ηνωμένο Βασίλειο	1.570.222.487 €	1.641.976.168 €	4,5 %
Γαλλία	942.302.030 €	1.080.496.936 €	14,6 %
ΗΠΑ	818.839.037 €	939.925.936 €	14,8 %
Γερμανία	489.711.108 €	633.871.111 €	29,4 %
Ρωσία	371.696.096 €	501.013.533 €	34,7 %
Ελβετία	348.753.645 €	460.857.121 €	32,1 %
Ισπανία	293.973.239 €	319.662.447 €	8,7 %
Βραζιλία	170.005.089	261.214.315	53,6
Νορβηγία	218.807.895	253.213.743	15,7
Ιταλία	220.875.836	232.966.813	5,4

Πηγή: Στοιχεία καρτών Visa Europe





**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

Η Γαλλία διατηρεί την πρώτη θέση ως η χώρα όπου καταγράφηκε η υψηλότερη δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού. Η δαπάνη που σημειώθηκε στη Γαλλία το τελευταίο τετράμηνο του 2011 ήταν, πράγματι, η διπλάσια από αυτή που σημειώθηκε στην Ελλάδα, την Τουρκία και την Πορτογαλία μαζί. Διψήφια ανάπτυξη της καταναλωτικής δαπάνης εισερχόμενου τουρισμού καταγράφηκε σε πέντε από τις έξι Μεσογειακές χώρες, με τη Γαλλία να καταγράφει αύξηση κατά 20,8%. Παρόλο που στην Ελλάδα καταγράφηκε ετήσια ανάπτυξη της τάξης του 5,4%, υπήρξε η χαμηλότερη αύξηση που σημειώθηκε μεταξύ των έξι χωρών, ενώ η καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα ήταν επίσης η χαμηλότερη από όλες τις έξι χώρες, ύψους €492 εκατ.

Πίνακας 3: Συνολική καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού σε κάθε μια από τις έξι χώρες

Χώρα	2010 (Σεπτ. - Δεκ.)	2011 (Σεπτ. - Δεκ.)	Ετήσια αύξηση
Γαλλία	2.624.809.739,11 €	3.170.698.019,95 €	20,8 %
Ισπανία	2.450.989.547,43 €	2.834.748.684,10 €	15,7 %
Ιταλία	2.076.728.889,45 €	2.472.379.954,03 €	19,1 %
Τουρκία	642.702.913,84 €	723.508.599,19 €	12,6 %
Πορτογα-λία	486.428.030,77 €	569.010.286,54 €	16,8 %
Ελλάδα	466.926.122,54 €	492.147.712,39 €	5,4 %
ΣΥΝΟΛΟ	8.748.585.243,14 €	10.262.493.256,20 €	10,08 %

Πηγή: Στοιχεία καρτών Visa Europe



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

Οι αλλοδαποί επισκέπτες σε αυτές τις έξι αγορές πραγματοποίησαν αναλήψεις μετρητών με κάρτες Visa (χρεωστικές, πιστωτικές και προπληρωμένες) ύψους €2,9 δις κατά το διάστημα Σεπτεμβρίου - Δεκεμβρίου 2011, ποσό που αντιστοιχεί σε ετήσια αύξηση κατά 7,4% σε σύγκριση με αναλήψεις ύψους €2,7 δις το 2010. Οι κάρτες αποτελούν έναν εύκολο – και οικονομικό – τρόπο για τους τουρίστες προκειμένου να πραγματοποιήσουν αναλήψεις μετρητών στο εξωτερικό. Καθώς δεν μπορούμε να γνωρίζουμε άμεσα που ξοδεύονται τα μετρητά, οι αναλήψεις μετρητών αποτελούν μια ένδειξη του ποσού που δαπανάται στο εξωτερικό.

Οι επισκέπτες συνέβαλαν σε σημαντική αύξηση της δαπάνης για ψυχαγωγία, με συνέπεια αυτή η κατηγορία να καταγράφει αύξηση κατά 95,3%. Η δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού αυξήθηκε και στις κατηγορίες Τρόφιμα & Ποτά και supermarket. Οι δύο αυτές κατηγορίες κατέγραψαν αυξήσεις της τάξης του 13,4% και 13,6% αντίστοιχα. Σημειώθηκε επίσης σημαντική ετήσια αύξηση στην δαπάνη ασφαλειών κατά 30,8%. Μια ετήσια αύξηση ύψους 18,5% και 19,9% στη δαπάνη σε βενζίνη και σε επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας ενδεχομένως να οφείλεται στις αυξημένες τιμές των καυσίμων.

Πίνακας 4: Κατηγορίες καταναλωτικής δαπάνης εισερχόμενου τουρισμού στις έξι χώρες

Κατηγορία	2010 (Σεπτ. έως Δεκ.)	2011 (Σεπτ. έως Δεκ.)	Ετήσια αύξηση
Μετρητά	2.709.685.984 €	2.910.259.986 €	7,4 %
Λιανικό εμπόριο	2.609.142.469 €	2.939.234.204 €	12,7 %
Ξενοδοχεία	1.341.864.694 €	1.484.996.633 €	10,7 %
Ψυχαγωγία	695.742.384 €	1.359.044.271 €	95,3 %



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

Supermarket	303.278.502 €	344.675.336 €	13,6 %
Ταξίδια	246.990.829 €	277.802.786 €	12,3 %
Διάφορα	223.026.118 €	254.082.059 €	13,9 %
Βενζίνη	182.874.293 €	216.635.306 €	18,5 %
Ενοικίαση αυτοκινήτου	167.722.376 €	175.009.517 €	4,3 %
Αεροπορικά εισιτήρια	104.443.895 €	112.630.083 €	7,8 %
Υγεία	54.018.632 €	63.227.780 €	17,0 %
Αυτοκίνηση	54.356.306 €	61.418.520 €	13,0 %
Τρόφιμα & Ποτά	50.431.865 €	57.186.426 €	13,4 %
Ασφάλιση	2.636.670 €	3.448.090 €	30,8 %
Επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας	2.370.220 €	2.842.253 €	19,9 %

Πηγή: Στοιχεία καρτών Visa Europe

Επισκέπτες από τις αναδυόμενες οικονομίες - BRIC

Η δαπάνη των επισκεπτών από τις χώρες BRIC – Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία και Κίνα – ανήλθε στα €901 εκατ. την περίοδο Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου 2011, αυξημένη κατά €211 εκατ. σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο. Ενώ ο συνολικός αριθμός των εμφανίσεών τους στην κατάταξη των είκοσι κορυφαίων χωρών με την υψηλότερη δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού παρέμεινε σταθερός για όλες τις έξι χώρες, η Ρωσία έχασε μία από τις θέσεις της, ενώ η Βραζιλία κέρδισε ακόμα μία θέση. Η δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού από τη Ρωσία αυξήθηκε από το 4,30% την περίοδο Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου του 2010 στο 4,94% την ίδια περίοδο το 2011. Πράγματι η δαπάνη των Ρώσων καταναλωτών σε αυτό το τετράμηνο του έτους έμοιαζε κατά πολύ με





**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

τη δαπάνη των Ρώσων την περίοδο Μαΐου – Αυγούστου του 2011, η οποία έφτανε το 5,17% του συνόλου της δαπάνης εισερχόμενου τουρισμού και στις έξι χώρες. Η δαπάνη των επισκεπτών από την Ινδία παρέμεινε αμελητέα κατά την περίοδο Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου και εξακολούθησε να είναι αμετάβλητη σε σχέση με την ίδια περίοδο πέρσι.

Πίνακας 5: Οι χώρες BRIC όπως εμφανίζονται στην κατάταξη των είκοσι χωρών με την υψηλότερη δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού στις έξι χώρες

Χώρες BRIC	2010 (Σεπτ. έως Δεκ.) σε €		2011 (Σεπτ. - Δεκ.)	
Αριθμός εμφανίσεων στην κατάταξη των 20 κορυφαίων	Ως % της συνολικής δαπάνης	Αριθμός εμφανίσεων στην κατάταξη των 20 κορυφαίων	Ως % της συνολικής δαπάνης	
Βραζιλία 4	2,51%	5	2,66%	
Ρωσία 6	4,30%	5	4,94%	
Ινδία 0	0,10%	0	0,10%	
Κίνα 3	0,98%	3	1,08%	

Πηγή: Στοιχεία καρτών Visa Europe





**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

Επισκέπτες από τις οικονομίες της Ευρωζώνης που βρίσκονται σε ύφεση

Οι επισκέπτες από τις οικονομίες της Ευρωζώνης που βρίσκονται σε ύφεση - δηλαδή της Πορτογαλίας, της Ιρλανδίας, της Ελλάδας και της Ισπανίας - παρουσίασαν μια ελαφρά πτώση όσον αφορά στη συνολική ετήσια δαπάνη αναλογικά με το σύνολο της δαπάνης. Ωστόσο, η Πορτογαλία και η Ισπανία αύξησαν τον αριθμό των εμφανίσεών τους στην κατάταξη των είκοσι χωρών με την υψηλότερη δαπάνη στις έξι υπό εξέταση χώρες. Η Ελλάδα σημείωσε την πιο σοβαρή πτώση στις εμφανίσεις της στην κατάταξη των είκοσι κορυφαίων και στο ποσοστό του συνόλου της ετήσιας δαπάνης.

Πίνακας 6: Οι χώρες PIGS όπως εμφανίζονται στην κατάταξη των είκοσι χωρών με την υψηλότερη δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού στις έξι χώρες

Χώρες PIGS	2010 (Σεπτ. έως Δεκ.) σε €		2011(Σεπτ.- Δεκ.)	
Αριθμός εμφανίσεων στην κατάταξη των 20 κορυφαίων	Ως % της συνολικής δαπάνης	Αριθμός εμφανίσεων στην κατάταξη των 20 κορυφαίων	Ως % της συνολικής δαπάνης	
Πορτογαλία	2	2,20%	5	1,92%
Ιρλανδία	2	0,97%	2	1,01%
Ελλάδα	3	0,60%	1	0,47%
Ισπανία	4	3,43%	5	3,28%

Πηγή: Στοιχεία καρτών Visa Europe





**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

Η καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα αυξήθηκε και στο τελευταίο τετράμηνο του 2011

Η συνολική καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα κατά την περίοδο Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου 2011 ανήλθε σε €492 εκατ. έναντι €466 εκατ. κατά το προηγούμενο έτος, ποσό που αντιστοιχεί σε ετήσια αύξηση 5,4%. Σε σύγκριση με το προηγούμενο τετράμηνο (από Μάιο έως Αύγουστο 2011) η καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού σημείωσε μείωση 53,41% από €1.056 εκατ.

Δύο από τις τρεις χώρες με την υψηλότερη καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού σημείωσαν μειώσεις στην ετήσια δαπάνη τους, με τη δαπάνη των επισκεπτών από το Ηνωμένο Βασίλειο να παρουσιάζει πτώση κατά 0,8% και από τις ΗΠΑ κατά 6,68%. Ωστόσο, και οι δύο χώρες διατήρησαν τις θέσεις τους ως πρώτη και τρίτη στην κατάταξη των δέκα χωρών με την υψηλότερη ετήσια δαπάνη για την περίοδο Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου.

Οι επισκέπτες από τη Ρωσία ανέβηκαν και πάλι στην κατάταξη των δέκα χωρών με την υψηλότερη ετήσια δαπάνη, πηγαίνοντας από την έβδομη θέση το 2010 στην πέμπτη θέση το 2011 για την περίοδο Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου, μία τάση που παρατηρήθηκε ολόκληρο το χρόνο. Η δαπάνη αυξήθηκε από €20 εκατ. το 2010 σε €28 εκατ. το 2011, μία ετήσια αύξηση της τάξης του 37,66% - η μεγαλύτερη αύξηση στη δαπάνη μεταξύ των δέκα με την υψηλότερη καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»**
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Πίνακας 9: Οι δέκα χώρες με την υψηλότερη καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα

Χώρα	2010 (Σεπτ. - Δεκ.)	2011 (Σεπτ. - Δεκ.)	Ετήσια αύξηση
Ηνωμένο Βασίλειο	90.078.282,89 €	89.355.863,22 €	-0,8 %
Κύπρος	73.038.831,20 €	76.903.143,78 €	5,29 %
ΗΠΑ	50.594.847,75 €	47.213.896,65 €	-6,68 %
Γαλλία	37.626.035,05 €	39.045.200,15 €	3,77 %
Ρωσία	20.520.067,33 €	28.249.521,19 €	37,66 %
Γερμανία	22.495.125,02 €	28.234.207,22 €	25,51 %
Νορβηγία	23.433.907,70 €	23.402.122,81 €	-0,13 %
Αυστραλία	15.657.642,59 €	17.329.350,98 €	10,67 %
Σουηδία	17.412.191,11 €	17.011.969,03 €	-2,29 %
Ιταλία	11.167.418,84 €	12.089.738,54 €	8,25 %

Πηγή: Στοιχεία καρτών Visa Europe

Σε μηνιαία βάση, η συνολική καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα συνέχισε να καταγράφει καθοδική πορεία από τον Σεπτέμβριο έως τον Δεκέμβριο του 2011, έχοντας ως αποτέλεσμα τη γενικότερη πτώση ύψους 77,37% για εκείνη την περίοδο. Το σύνολο της καταναλωτικής δαπάνης εισερχόμενου τουρισμού τον





**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

Σεπτέμβριο βρισκόταν στα €126 εκατ. και σημείωσε σταδιακή μηνιαία μείωση στα €55 εκατ. τον Δεκέμβριο.

Μήνας	Συνολική καταναλωτική δαπάνη σε €
Σεπτέμβριος	244.893.769,13
Οκτώβριος	126.033.594,47
Νοέμβριος	65.808.674,77
Δεκέμβριος	55.411.674,02

Την περίοδο Σεπτεμβρίου - Δεκεμβρίου 2011 υπήρξαν κάποιοι μεγάλοι νικητές και κάποιοι μεγάλοι ηττημένοι, με τα αεροπορικά εισιτήρια να καταγράφουν τη μεγαλύτερη αύξηση στη δαπάνη. Η καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού σε αεροπορικά εισιτήρια την περίοδο Σεπτεμβρίου - Δεκεμβρίου αυξήθηκε κατά 75,23%, ήτοι από €5 εκατ. το 2010 σε €9 εκατ. το 2011. Αυτή η αξιοσημείωτη αύξηση ενδέχεται να οφείλεται στην αυξημένη φορολογία και την άνοδο των τιμών των καυσίμων. Άλλος μεγάλος νικητής είναι ο τομέας της ψυχαγωγίας, όπου η καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού αυξήθηκε κατά 44,14%, ήτοι από €16 εκατ. το 2010 σε €23 εκατ. το 2011 για την περίοδο Σεπτεμβρίου - Δεκεμβρίου.

Οι αναλήψεις μετρητών βρίσκονται στην κορυφή του πίνακα φτάνοντας συνολικά τα €266 εκατ., σημειώνοντας ετήσια αύξηση κατά 4,62%. Οι κάρτες αποτελούν έναν εύκολο – και οικονομικό – τρόπο για τους τουρίστες προκειμένου να πραγματοποιήσουν αναλήψεις μετρητών στο εξωτερικό. Καθώς δεν μπορούμε να γνωρίζουμε άμεσα που



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



**«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»
ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

ξοδεύονται τα μετρητά, οι αναλήψεις μετρητών αποτελούν μια ένδειξη του ποσού που δαπανάται στο εξωτερικό. Σε δύο από τις πέντε κατηγορίες υψηλότερης δαπάνης σημειώθηκε αρνητική αύξηση στην καταναλωτική δαπάνη εισερχόμενου τουρισμού με το λιανικό εμπόριο να υφίσταται μείωση της τάξης του 0,48% στην ετήσια δαπάνη, ενώ τα ταξίδια σημείωσαν μεγαλύτερη μείωση της τάξης του 6,21%.

Κατηγορίες Δαπάνης

Ο Δείκτης καλύπτει το επίπεδο δαπάνης στις εξής κατηγορίες:

- Μετρητά – ανάληψη μετρητών με κάρτες Visa σε ATM
- Ξενοδοχεία
- Λιανικό εμπόριο – ενδύματα,
- αγορές μέσω καταλόγου,
- πολυκαταστήματα και αγορές για το σπίτι
- Ψυχαγωγία Supermarket
- Ταξίδια
- Βενζίνη
- Ενοικίαση αυτοκινήτου
- Αεροπορικά εισιτήρια
- Υγεία
- Αυτοκίνηση
- Τρόφιμα & Ποτά
- Ασφάλεια
- Επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας
- Διάφορα (περιλαμβάνονται παροχή υπηρεσιών, φόροι κτλ)



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Πίνακας 10: Που ξοδεύουν τα χρήματα τους οι τουρίστες στην Ελλάδα

Κατηγορία	2010 (Σεπτ. - Δεκ.)	2011 (Σεπτ. - Δεκ.)	Ετήσια αύξηση
Μετρητά	255.017.754 €	266.791.910 €	4,62 %
Λιανικό εμπόριο	81.980.817 €	81.585.070 €	-0,48 %
Ξενοδοχεία	59.021.397 €	62.482.921 €	5,86 %
Ταξίδια	17.410.922 €	16.329.208 €	-6,21 %
Ψυχαγωγία	16.637.046 €	23.980.929 €	44,14 %
Ενοικίαση αυτοκινήτου	9.667.315 €	9.282.248 €	-3,98 %
Supermarket	8.033.765 €	8.843.157 €	10,07 %
Διάφορα	5.651.595 €	4.741.591 €	-16,10 %
Αεροπορικά εισιτήρια	5.173.866 €	9.066.205 €	75,23 %
Βενζίνη	3.774.638 €	4.231.399 €	12,10 %
Υγεία	2.202.285 €	2.492.780 €	13,19 %
Τρόφιμα & Ποτά	1.342.050 €	1.332.512 €	-0,71 %
Αυτοκίνηση	869.054 €	814.294 €	-6,30 %
Ασφάλιση	87.745 €	122.659 €	39,79 %
Εταιρείες κοινής ωφέλειας	55.866 €	50.822 €	-9,03 %

Πηγή: Στοιχεία καρτών Visa Europe



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ 4

Στη συγκεκριμένη Μελέτη Περίπτωσης εξετάζονται κλάδοι οι οποίοι είναι αλληλένδετοι μεταξύ τους και παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Εξετάζονται τα χαρακτηριστικά και γίνεται μία συνολική εκτίμηση του χώρου των Δημοσίων Σχέσεων, των Social Media, ενώ σκιαγραφείτε το μέλλον της ψυχαγωγίας από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Επίσης αναφέρεται ο ελληνικός εκδοτικός χώρος και καταρτίζεται ένα επιχειρηματικό σχέδιο ενός «εικονικού» Εκδοτικού Οίκου.

Τομέας Δημοσίων Σχέσεων (Public Relations) και Συμβουλευτικών Υπηρεσιών

Ο τομέας των δημοσίων σχέσεων και συμβουλευτικών υπηρεσιών διεθνώς κινείται τα τελευταία χρόνια ανοδικά, παρόλη την οικονομική κρίση που βιώνουν πολλές χώρες στους περισσότερους τομείς της οικονομίας τους. Ειδικά ο χώρος των δημοσίων σχέσεων κατάφερε να εμφανίσει αύξηση τόσο σε μερίδια αγοράς όσο και σε τζίρους και έδωσε σαφή στοιχεία για καλύτερη πορεία και εντός του 2012.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παγκόσμιας έρευνας ICCO WORLD REPORT 2012, προκύπτει πως ο χώρος των Δημοσίων Σχέσεων συνέχισε για δεύτερη συνεχή χρονιά – από το 2010- την ανοδική πορεία του. Η συγκεκριμένη έρευνα διεξήχθη σε 23 χώρες και παρουσιάζει σαν κεντρικό πόρισμα πως τα κεφάλαια που δαπανήθηκαν σε marketing και επικοινωνία ξεπέρασαν τις υπόλοιπες διαφημιστικές δαπάνες.

Σε χώρες όπως η Βραζιλία, η Ρωσία, η Ινδία και η Αυστραλία τα έσοδα των εταιρειών Δημοσίων Σχέσεων κατέγραψαν το 2011, αύξηση που άγγιξε το 20%, ενώ αντίστοιχα οι χώρες της Βορείου Ήπης, η Τουρκία και οι ΗΠΑ, εμφανίζουν αύξηση της τάξης του 10%. Το γενικότερα αυξητικό φαινόμενο ήρθε να ανακόψει ο Ευρωπαϊκός Νότος στον οποίο και λόγω της έντονης οικονομικής κρίσης, χώρες όπως η Πορτογαλία και η Ισπανία εμφανίζουν πτώση δαπανών στο κομμάτι των Δημοσίων Σχέσεων που έφτασε το 2011 στο 20% συγκριτικά με το 2010.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Με βάση τα μέχρι τώρα στοιχεία οι προβλέψεις για το 2012, κάνουν λόγο για παράταση στην επέκταση του χώρου της επικοινωνίας με χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστραλία και οι ΗΠΑ να παίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο και πάλι. Οι προβλέψεις για τον Ευρωπαϊκό Νότο παραμένουν το ίδιο δυσόιωνες, καθώς το οικονομικό κλίμα έρχεται να επιβαρύνει η αυξανόμενη ανεργία και η γενικότερη ανασφάλεια που δημιουργείται στο χώρο των επενδύσεων.

Χώρα Ε.Ε	Έσοδα- Ανάπτυξη το 2011 (συγκριτικά με το 2010) %	Πρόβλεψη Εσόδων % για το 2012
Αυστρία	+ 4%	> 3%
Βέλγιο	+ 8%	Σταθερό
Γαλλία	+ 5,5%	> 5,5%
Γερμανία	+ 10%	> 10%
Δανία	+ 5-10%	> 15%
Κροατία	+ 2%	> 5-10%
Ίσπανία	Δεν υπάρχουν στοιχεία	< 10%
Ιταλία	+ 1%	Σταθερό
Νορβηγία	+ 5-10%	> 10%
Πορτογαλία	- 20%	< 10%
Ρωσία	+ 23%	> 17%
Σουηδία	+ 10%	> 5-10%
Τουρκία	+ 10%	> 10-15%
Ηνωμένο Βασίλειο	+ 10%	> 10%
Χώρες εκτός Ε.Ε		
Αυστραλία	+ 21%	> 11%
Βραζιλία	+ 20%	> 25%
Η.Π.Α	+ 5-10%	> 5-10%
Ινδία	+ 15-20%	> 20%



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Η ανάπτυξη που παρατηρήθηκε το 2011, οφείλεται κυρίως στην αυξημένη ζήτηση για υπηρεσίες πελατοκεντρικού χαρακτήρα και ειδικά σε χώρες όπως οι ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο. Σημαντική ήταν και η ζήτηση για ενέργειες με επίκεντρο τη διαχείριση κρίσεων αλλά και προβολής του δημοσίου τομέα. Τα social media τα οποία κυριάρχησαν ολοκληρωτικά.

Το 2012, σημαντικό ρόλο αναμένεται να παίξουν στην ανάπτυξη του κλάδου της επικοινωνίας πελάτες που προέρχονται από το χώρο:

- της Ενέργειας,
- τον Τραπεζικό & επενδυτικό χώρο
- το χώρο της υγείας.

Με βάση τα μέχρι σήμερα στοιχεία και τις ενδείξεις, οι υπηρεσίες που αναμένεται να εμφανίσουν τη μεγαλύτερη ζήτηση εντός της τρέχουσας χρονιάς θα είναι σίγουρα επικεντρωμένες στα social ψηφιακά μέσα, στον δημόσιο τομέα και τη διαχείριση κρίσεων και κατά πάσα πιθανότητα στο Event Management.

Η έρευνα της KPMG για τα social media

Έρευνα που καταδεικνύει πως τα social media αποτελούν σημαντικό κομμάτι της ιδιωτικής & επαγγελματικής ζωής, πραγματοποίησε η KPMG. Η έρευνα δείχνει ότι ενώ το 70% των οργανισμών σήμερα είναι ενεργό στα Social Media, οι επιχειρήσεις των αναδυόμενων αγορών, όπως η Κίνα, η Ινδία και η Βραζιλία χρησιμοποιούν τα Social Media κατά 30% περισσότερο σε σχέση με τις πιο αναπτυγμένες αγορές, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστραλία, η Γερμανία και ο Καναδάς. Αυτό οφείλεται διότι οι αναδυόμενες αγορές πιστεύουν ότι τα Social Media αποτελούν μια ευκαιρία για να αντιμετωπίσουν με χαμηλό κόστος τον ανταγωνισμό.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



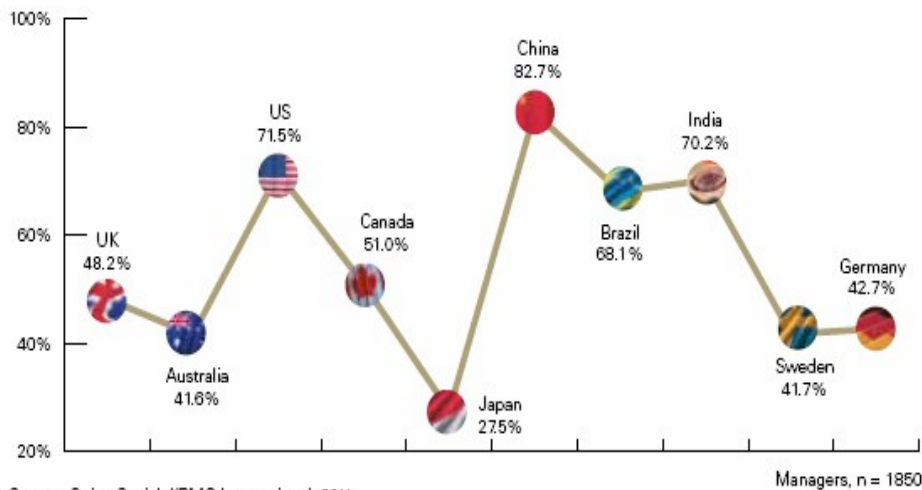
ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Emerging markets sprint ahead



Η έρευνα της KPMG, στην οποία συμμετείχαν πολλά στελέχη από επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι οι οργανισμοί τείνουν να υποεκτιμούν τη χρησιμότητα των Social Media. Πιο συγκεκριμένα, μόλις το 13% των οργανισμών, που δεν έχουν πρόγραμμα για τα Social Media, θεωρεί ότι η χρήση τους θα είχε θετικά οφέλη, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό από οργανισμούς που έχουν πρόγραμμα και βλέπουν θετικά οφέλη από τη χρήση τους φτάνει το 80%. Φαίνεται ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί τα Social Media για να ενισχύσουν τις σχέσεις τους με τους πελάτες, ενώ πάνω από το 50% επεκτείνουν τη χρήση τους, ώστε να οδηγηθούν σε πιο καινοτόμα προϊόντα ή ακόμα και για στρατολόγηση στελεχών.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



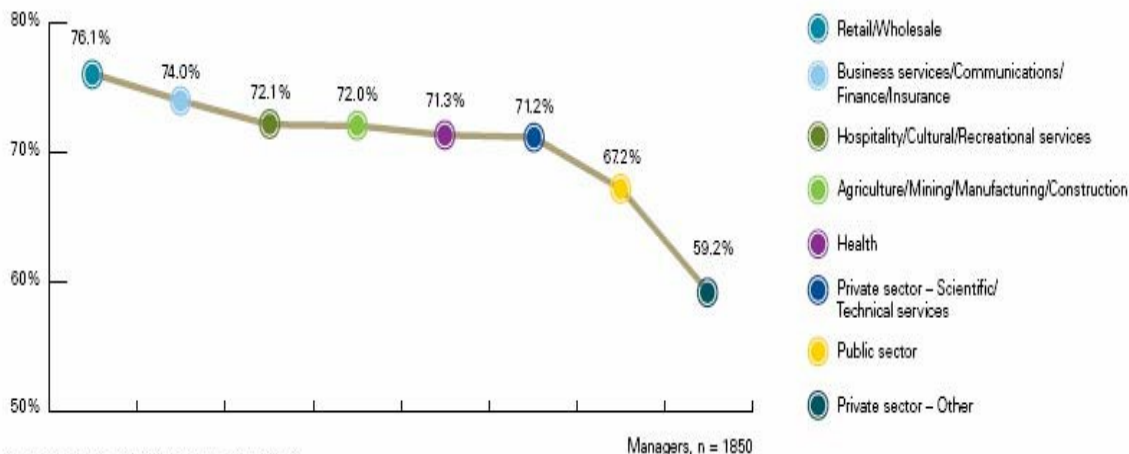
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Does your organization use social media?



Από την έρευνα, προκύπτει ότι σχεδόν το 90% ανέφερε ότι είχε ευρύτερη πρόσβαση στη γνώση και μεγαλύτερη ικανοποίηση με τη χρήση τους στο εργασιακό περιβάλλον και το 80% καλλιέργησε περισσότερο τις σχέσεις με τους πελάτες, ενισχύοντας το προφίλ του οργανισμού. Η ικανοποίηση των εργαζομένων και η δέσμευση τους απέναντι στην εταιρεία, επίσης επηρεάζεται από την δυνατότητα πρόσβασης στα Social Media: 63% των εργαζομένων σε οργανισμούς με πολιτική ελεύθερης πρόσβασης στα Social Media, δήλωσαν ότι είναι ικανοποιημένοι με τη δουλειά τους, ενώ το ποσοστό αυτό σε οργανισμούς που δεν έχουν ελεύθερη πρόσβαση στα Social Media πέφτει στο 41%. Το 40% αναγνωρίζει κάποιο ρίσκο και μόλις το 20% δήλωσε ότι είχε αρνητική αντιπροσώπευση η εταιρεία από την χρήση των Social Media. Η έρευνα αποδεικνύει ότι τα οφέλη από τη χρήση των Social Media αντισταθμίζουν τα πιθανά ρίσκα.

Παράλληλα, η έρευνα της KPMG δείχνει ότι πάνω από το 50% των οργανισμών προσφέρουν στους υπαλλήλους τους συγκεκριμένη εκπαίδευση στα Social Media και το 62% έχει αναπτύξει μια συγκεκριμένη πολιτική για τα Social Media. Παρ' όλα αυτά, πάνω από το 10% των ερωτηθέντων απάντησε ότι δεν γνώριζε αν η εταιρεία



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

που δουλεύουν έχει μια συγκεκριμένη πολιτική. Πάντως η πιθανότητα να κάνουν οι υπάλληλοι θετικό σχόλιο για την εταιρεία στα Social Media αυξάνεται δραματικά όταν έχουν περάσει από εκπαίδευση για τη χρήση τους. Από τις απαντήσεις των στελεχών στην έρευνα, φαίνεται επίσης ότι οι υπάλληλοι έχουν άγνοια για το εάν παρακολουθείται η χρήση των Social Media στο εργασιακό περιβάλλον. Συγκεκριμένα, ενώ το 60% των στελεχών πίστευαν ότι ο οργανισμός παρακολουθούσε τη χρήση των Social Media που έκαναν, μόνο το 40% των υπαλλήλων γνώριζε εάν αυτό πραγματικά γινόταν.

Όσον αφορά τη στρατηγική των εταιρειών που χρησιμοποιούν τα Social Media, πάνω από το 60% δήλωσε ότι δουλεύει μεθοδικά για να καθορίσει ένα συγκεκριμένο πλάνο δράσης προσαρμοσμένο στις ανάγκες της εταιρείας. Υπάρχουν ωστόσο ενδείξεις ότι η αύξηση του marketing budget για τα Social Media θα αυξηθεί μόνο όταν η τεχνολογία γίνει πιο ώριμη και αποδεκτή. Στα Social Media η επιτυχία είναι άμεσα συνδεδεμένη με την ποιότητα των ιδεών και την ανακάλυψη νέων ευκαιριών και όχι τόσο με το μέγεθος του budget. Και παρόλο που αν διασφαλιζόταν ένα συγκεκριμένο budget θα υπήρχαν οφέλη, φαίνεται καθαρά ότι οι περισσότεροι οργανισμοί βλέπουν τα Social Media ως μια λειτουργική στρατηγική, συμπληρωματική σε άλλες και όχι αυτόνομη. Υπάρχει η ένδειξη μέσα από την έρευνα ότι τα Social Media έχουν αρκετό δρόμο ακόμα πριν γίνουν αποδεκτά ως βασική επιχειρηματική στρατηγική.

Όσον αφορά τα ρίσκα από τη χρήση των Social Media, περισσότερο από το 20% των ερωτηθέντων, που στην επιχείρησή τους δεν υπάρχει συγκεκριμένη πολιτική για τα Social Media, ανέφεραν ως κυριότερες ανησυχίες:

- την ασφάλεια πληροφοριακών συστημάτων,
- την απώλεια ευαίσθητων πληροφοριών



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

- τη μειωμένη παραγωγικότητα των εργαζομένων από το χρόνο που χάνεται από τη χρήση τους.

Αναφορικά με το θέμα του χρόνου που χάνεται στα Social Media η έρευνα αποδεικνύει ότι η αντίληψη που υπάρχει δεν αντιστοιχεί με την πραγματικότητα. Από την έρευνα προκύπτει ότι το 40% των manager (στην Αμερική και Αυστραλία) θεωρούν ότι οι υπάλληλοι τους χρησιμοποιούν τα Social Media πολλές φορές μέσα στη μέρα ενώ στην πραγματικότητα το ποσοστό αυτό είναι 14% στην Αμερική και 16% στην Αυστραλία. Ένα μικρό μόνο μέρος του προσωπικού κάνει κατάχρηση της δυνατότητας πρόσβασης και σύμφωνα με τις αναφορές των οργανισμών, με την πολιτική ελεύθερης πρόσβασης στα Social Media παρατηρείται συνολικά ένα παραγωγικό κέρδος από το προσωπικό. Στην πραγματικότητα η ανησυχία για το χρόνο που χάνεται δεν διαφέρει από αυτή του παρελθόντος όταν οι οργανισμοί υιοθέτησαν το email και το τηλέφωνο.

Τι προβλέπεται στον τομέα της ψυχαγωγία & ΜΜΕ (στοιχεία από ετήσια μελέτη της Price waterhouse Coopers -PwC)

Οι τάσεις ψυχαγωγίας και ΜΜΕ στην Ελλάδα.

Η Ετήσια Επισκόπηση της PwC σκιαγραφεί τον Κλάδο της Ψυχαγωγίας & των ΜΜΕ για το διάστημα 2012-2016 στην Ελλάδα και τον υπόλοιπο κόσμο. Με βάση αυτή την επισκόπηση, με αρνητικό πρόσημο εμφανίζονται όλοι σχεδόν οι δείκτες που αφορούν τα ελληνικά Μέσα και τις επιχειρήσεις ψυχαγωγίας στην Παγκόσμια Ετήσια Επισκόπηση της PwC για τον Κλάδο της Ψυχαγωγίας & των ΜΜΕ 2012-2016. Τουλάχιστον πάντως η έρευνα δεν αποτυπώνει διψήφιο αριθμό ποσοστιαίας μείωσης στα διαφημιστικά έσοδα για τους επιμέρους κλάδους ενώ η πρόβλεψη για την τηλεοπτική διαφήμιση κάνει λόγο για οριακή άνοδο της τάξεως του 0,7% έως το 2016. Συγκεκριμένα για το 2012 η έρευνα προβλέπει έσοδα για τα κανάλια ύψους 375



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

εκατ. €, για το 2013 περί τα 365 εκατ. € και τις επόμενες χρονιές 369 εκατ. €, 372 εκατ. € και 380 εκατ. €.

Τα νέα είναι καλύτερα για τη συνδρομητική TV η οποία υπολογίζεται να ανεβάσει τα έσοδά της κατά 3,7% (648 εκατ. € το 2016 έναντι 544 εκατ. € το 2012). Το Ραδιόφωνο θα χάσει το 1,8% της διαφημιστικής του δύναμης με τα προβλεπόμενα έσοδα για το 2012 να ανέρχονται σε 90 εκατ. € και το 2016 στα 95 εκατ. €. Ο Τύπος (εφημερίδες και περιοδικά) θα εισπράξει το 2012 περί τα 929 εκατ. € εκ των οποίων τα 800 εκατ. € θα προέλθουν από διαφημίσεις και τα υπόλοιπα από πωλήσεις. Το ποσό βαίνει μειούμενο το 2013 (892 εκατ. €) για να καταλήξει στα 779 εκατ. € το 2016.

Οι τάσεις ψυχαγωγίας και ΜΜΕ διεθνώς

Γενικότερα, η μελέτη επισημαίνει ορισμένα κομβικά σημεία καθώς και τους διαφορετικούς ρυθμούς ανάπτυξης της αγοράς. Μερικά από τα βασικά συμπεράσματά της είναι τα εξής:

- **Δαπάνες:** Στα επόμενα πέντε χρόνια, οι δαπάνες για την ψυχαγωγία και τα μέσα ενημέρωσης παγκοσμίως αναμένεται να αυξηθούν από 1,6 τρισ. δολάρια το 2011 σε 2,1 τρισ. δολάρια το 2016. Η αύξηση αυτή οφείλεται στην προτίμηση της ψηφιακής διανομής που είναι οικονομικότερη από τη φυσική διανομή.
- **Οι 13 μεγαλύτερες αγορές της Ψυχαγωγίας και των ΜΜΕ:** Το 2011, 13 χώρες συγκέντρωσαν τις μεγαλύτερες συνολικές δαπάνες. Στην κορυφή της λίστας είναι οι ΗΠΑ (464 δισ. δολ.), η Ιαπωνία (193 δισ. δολ.) και η Κίνα (109 δισ. δολ.) που πέρασε τη Γερμανία (99 δισ. δολ.). Η Βραζιλία ξεπέρασε τη Νότια Κορέα και ήρθε ένατη, ενώ μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια αναμένεται να περάσει τον Καναδά και την Ιταλία για να γίνει η έβδομη μεγαλύτερη αγορά. Από τις μεγαλύτερες χώρες, η Κίνα και η Βραζιλία θα είναι οι ταχύτερα αναπτυσσόμενες, με προβλεπόμενες ετήσιες αυξήσεις 12% και 10,6% αντίστοιχα.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

- **Διαφημιστική δαπάνη:** Η διαφημιστική δαπάνη αυξήθηκε κατά 3,6% το 2011 – γεγονός που δείχνει μία επιβράδυνση από την αύξηση 7% που σημειώθηκε το 2010 λόγω των διαφημίσεων στο Μουντιάλ και στους Χειμερινούς Ολυμπιακούς αλλά και λόγω της ανάκαμψης από ένα υποτονικό 2009. Παρά την ανάπτυξη κατά τα τελευταία δύο χρόνια, η διαφήμιση εξακολουθεί να παραμένει χαμηλότερη το 2011 από το 2007. Συνολικά η παγκόσμια διαφήμιση θα αυξηθεί κατά 6,4%.
- **Αύξηση της διαφήμισης:** Η προβολή στο Internet θα είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη κατηγορία διαφήμισης, με ετήσια αύξηση 15,9%. Ακολουθεί η αγορά των μικρών βίντεο-παιχνιδιών με 11,2%. Η τηλεοπτική διαφήμιση θα ανεβαίνει κατά μέσο όρο 6,6% κάθε χρόνο μέχρι το 2016, η out-of-home διαφήμιση θα αυξηθεί κατά 5% και το ραδιόφωνο κατά 3,8%. Η διαφήμιση στα έντυπα μέσα -εφημερίδες, περιοδικά, καταλόγους- θα αυξάνεται κατά μέσο όρο χαμηλότερο του 3,5% ετησίως.
- **Καταναλωτικές δαπάνες:** Συνολικά, οι καταναλωτικές δαπάνες θα αυξηθούν από 802 δισ. δολ. το 2011 σε 966 δισ. δολ. το 2016, σημειώνοντας 3,8% ετήσια αύξηση. Τα βιντεοπαιχνίδια αναμένεται να ανακάμψουν και να γίνουν η ταχύτερα αναπτυσσόμενη κατηγορία των καταναλωτικών δαπανών μέσα στα επόμενα πέντε έτη με 7% ετήσια αύξηση. Ακολουθούν οι συνδρομές και τα τέλη τηλεοπτικών αδειών κατά 6,2% ετησίως.
- **Πρόσβαση στο Internet:** Οι παγκόσμιες δαπάνες για πρόσβαση στο Internet θα αυξηθούν από 317 δισ. δολ. το 2011, σε 493 δισ. δολ. το 2016, σημειώνοντας ετήσια αύξηση 9,3%.
- **Πρόσβαση στο Internet από κινητά:** Οι δαπάνες για την πρόσβαση στο Internet από κινητά αυξήθηκαν από 26% παγκοσμίως το 2007 σε 40% το 2011. Το 2016 θα φθάσουν το 46%, σχεδόν όσο οι δαπάνες για ενσύρματη πρόσβαση.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

- **Εφημερίδες:** Ο τομέας των εντύπων εφημερίδων παρουσιάζει διαφορετικές τάσεις ανάμεσα στις ώριμες και στις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Θα εμφανίζει συνεχή μείωση σε ορισμένες περιοχές όπως οι ΗΠΑ όπου έως το 2016 θα μειώνεται κατά 1,4%. Όμως θα έχει μεγάλη ανάπτυξη σε χώρες όπου η ψηφιακή υποδομή είναι λιγότερο ώριμη, όπως η Αργεντινή (11,9% αύξηση σε ετήσια βάση το 2016), Ινδονησία (11,2%), και η Ινδία (9,6%).
- **Τηλεόραση:** Το 2011 η Γαλλία πέρασε την Αγγλία και τη Γερμανία, και έγινε, μετά τις ΗΠΑ, η δεύτερη μεγαλύτερη αγορά σε συνδρομητική τηλεόραση παγκοσμίως, ωθούμενη από την αύξηση 76% σε IPTV. Στον τομέα των τηλεοπτικών διαφημίσεων, οι δαπάνες στη Ρωσία αυξήθηκαν κατά 20,2% το 2011. Μέχρι το 2016, η Ρωσία θα ξεπεράσει την Αγγλία, τη Γερμανία, την Ιταλία, και τη Γαλλία και θα γίνει η μεγαλύτερη αγορά τηλεοπτικών διαφημίσεων στην περιοχή της EMEA (Επη, Μέση Ανατολή και Αφρική).
- **Μουσική:** Η παγκόσμια δαπάνη στη μουσική αυξήθηκε 1,3% το 2011 –για πρώτη φορά εδώ και πολλά χρόνια- λόγω τόσο, της ανάπτυξης των συναυλιών και των φεστιβάλ μουσικής όσο και της αργής πτώσης της ηχογραφημένης μουσικής. Η αύξηση της δαπάνης στην ψηφιακή μουσική σημαίνει ότι συνολικά, η παγκόσμια αγορά της ηχογραφημένης μουσικής, θα αρχίσει επιτέλους να αυξάνεται το 2013.
- **Mobile Internet:** Ο αριθμός των συνδρομητών που έχει πρόσβαση σε Mobile Internet –παράγοντας που αποτελεί κινητήρια δύναμη στις ψηφιακές δαπάνες- θα υπερδιπλασιαστεί μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια, φθάνοντας τα 2,9 δισ. μέχρι το 2016. Και από αυτά, σχεδόν το ένα δισεκατομμύριο των συνδρομητών θα είναι από την Κίνα. Η Ινδία θα γίνει η ταχύτερη αναπτυσσόμενη αγορά για Mobile Internet στον κόσμο, καθώς οι συνδρομητές θα αυξάνονται με ετήσιο ρυθμό 50,8% μέχρι το 2016. Έως το 2016, τα παγκόσμια έσοδα των 24,5 δισ. δολ. από



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

τη διαφήμιση στο Mobile Internet θα αυξάνονται κατά 36,5% το χρόνο, για να φθάσουν σχεδόν το μέγεθος της διαφήμισης των μικρών αγγελιών στο Internet. Ωστόσο, το 2016 το μερίδιο του λέοντος στην αγορά θα διατηρήσουν η έρευνα (78,1 δισ. δολ.) και τα banner (46,6 δισ. δολ.). Η διαφημιστική αγορά του Mobile Internet στην Κίνα θα αυξηθεί κατά 68,4% στα 6,2 δισ. δολ. το 2016, γεγονός που θα καταστήσει την Κίνα ως τη δεύτερη μεγαλύτερη αγορά στον κόσμο μετά τις ΗΠΑ που θα βρίσκονται στα 9,4 δισ. δολ.

- **Ταινίες:** Στην παγκόσμια αγορά ψυχαγωγικών ταινιών, οι υπηρεσίες που θα δίνουν τη δυνατότητα παρακολούθησης ταινιών μέσω streaming θα αυξηθούν με μέσο ετήσιο ρυθμό 21%, θα ξεπεράσουν τις δαπάνες στη συνδρομητική τηλεόραση το 2012 και θα φθάσουν τα 11 δισ. δολ. το 2016.
- **Περιοδικά για καταναλωτές:** Συνολικά η παγκόσμια καταναλωτική δαπάνη μειώθηκε τα τελευταία τέσσερα χρόνια, αν και ετησίως η μείωση το 2010-11 ήταν λιγότερη από 1%. Αναμένεται να αρχίσει να αυξάνεται το 2012, κατά μέσο όρο 1,3% ετησίως και να φθάσει τα 80 δισ. δολ το 2016, από 75 δισ. δολ το 2011.
- **Βιβλία:** Παγκοσμίως, οι δαπάνες για τα ηλεκτρονικά βιβλία θα αυξηθούν με μέσο ετήσιο ρυθμό 30,3%, φθάνοντας τα 20,8 δισ. δολ. το 2016. Το ποσοστό των ηλεκτρονικών βιβλίων επί του συνόλου των παγκόσμιων δαπανών για το βιβλίο θα φθάσει το 17,9% το 2016 από 4,9% το 2011.
- **Out-of-home διαφήμιση:** Στον τομέα αυτό, η Ινδονησία, η Ρωσία και η Ινδία θα είναι οι ταχύτερα αναπτυσσόμενες χώρες μέχρι το 2016, με ετήσιο ποσοστό αύξησης 11,2%, 11%, και 10,9%, αντίστοιχα.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
πρόγραμμα για την ανάπτυξη



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Χαρακτηριστικά του εκδοτικού χώρου στην Ελλάδα: Μία επισκόπηση της σύγχρονης πραγματικότητας.

Ο ελληνικός εκδοτικός χώρος αποτελείται από μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στην έκδοση και εισαγωγή βιβλίων. Το μικρό μέγεθος των περισσότερων επιχειρήσεων προσφέρει ευελιξία και δυνατότητα εξειδίκευσης, αλλά δημιουργεί και προβλήματα. Για παράδειγμα η μειωμένη ρευστότητα, η οποία προκύπτει από τη συγκέντρωση αποθεμάτων αδιάθετων βιβλίων και τη διαφορά στους συντελεστές ΦΠΑ, δυσκολία εξοικονόμησης πόρων για επενδύσεις, προώθησης των προϊόντων κ.α. Τα συμπεράσματα αυτά προκύπτουν από κλαδική μελέτη την οποία εκπόνησε πρόσφατα η Διεύθυνση Μελετών Οικονομικού Περιβάλλοντος της εταιρείας ICAP.

Ένα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις του κλάδου σχετίζεται με ορισμένους γλωσσικούς και γεωγραφικούς παράγοντες, οι οποίοι δρουν ανασταλτικά στην αύξηση της παραγωγής και των πωλήσεών τους. Ο μικρός σχετικά πληθυσμός της Ελλάδας και η περιορισμένη διάδοση της ελληνικής γλώσσας σε διεθνές επίπεδο, εμποδίζουν την ανάπτυξη τόσο της εγχώριας αγοράς, όσο και των εξαγωγών. Συνεπώς οι ελληνικές εκδοτικές εταιρείες δυσχεραίνονται στην επίτευξη οικονομικών κλίμακας, με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζουν αυξημένο κόστος.

Η αγορά των εκδόσεων βιβλίων είναι διασπαρμένη, με αποτέλεσμα τα μερίδια ακόμη και των μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου να είναι σχετικά περιορισμένα. Μέσα σε μία δεκαετία άλλαξαν πολλά στον ελληνικό εκδοτικό χώρο. Κατά το έτος 2006 (προ οικονομικής κρίσης) δραστηριοποιούνταν 730 εκδοτικοί οίκοι από 374 που υπήρχαν το 1996. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται τάση ισχυροποίησης των μεγάλων εταιρειών έκδοσης και εισαγωγής βιβλίων σε βάρος των μικρομεσαίων εκδοτικών επιχειρήσεων.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Η ζήτηση για τα εξεταζόμενα προϊόντα επηρεάζονται από μια σειρά παραγόντων στους οποίους συμπεριλαμβάνεται και η τιμή σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών. Ο δείκτης τιμών καταναλωτή για τα βιβλία αυξήθηκε την περίοδο 1995-2006, με μέσο ετήσιο ρυθμό 4,5%. Η ζήτηση των βιβλίων διαμορφώνεται από το βαθμό αναγνωσιμότητας ο οποίος με τη σειρά του είναι συνάρτηση της κουλτούρας και του μορφωτικού επιπέδου ενός λαού, καθώς και από το μέγεθος του πληθυσμού και το βαθμό διάδοσης της ελληνικής γλώσσας, στοιχεία τα οποία σχετίζονται άμεσα με τα περιθώρια ανάπτυξης της εγχώριας αγοράς καθώς και τη δυνατότητα διείσδυσης των ελληνικών εκδόσεων σε ξένες αγορές.

Ο αριθμός των νέων τίτλων βιβλίων που εκδόθηκαν το 2006 παρουσίασε αύξηση 9% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Η συνολική αξία της αγοράς παρουσίασε διακυμάνσεις. Η εγχώρια αγορά βιβλίων είναι κατακερματισμένη και τα μερίδια (βάσει αγοράς) των επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στον εξεταζόμενο κλάδο κυμαίνονται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα. Ο δείκτης συγκέντρωσης των τεσσάρων πρώτων βάσει της εξεταζόμενης δραστηριότητας ανήλθε περίπου στο 16% το 2006.

Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μελέτης παρουσιάζονται και ορισμένα χρηματοοικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των Εκδόσεων. Συγκεκριμένα συνετάχθη ομαδοποιημένος ισολογισμός βάσει αντιπροσωπευτικού δείγματος 48 επιχειρήσεων του κλάδου, για τις οποίες υπήρχαν διαθέσιμα στοιχεία ισολογισμών το διάστημα 2004-2005. Όπως προκύπτει από τα δεδομένα αυτά, το σύνολο του ενεργητικού του δείγματος αυξήθηκε κατά 4,5% το 2005 σε σχέση με το 2004, ενώ το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων σημείωσε αύξηση 5,8% την ίδια περίοδο. Οι συνολικές πωλήσεις των επιχειρήσεων του δείγματος αυξήθηκαν κατά 2,6% το 2005 σε σχέση με το 2004. Τόσο το μικτά και τα λειτουργικά όσο και το τελικό καθαρό αποτέλεσμα παρουσίασαν άνοδο κατά 3,3%,



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

2,5% και 2,8% αντίστοιχα για το 2005 (συγκριτικά με το 2004). Ο δείκτης αποδοτικότητας του ίδιου κεφαλαίου διαμορφώθηκε σε 19,6% το 2005 από 20,2% το 2004. Περαιτέρω, το 2005 το μικτό περιθώριο κέρδους κυμάνθηκε ελαφρώς υψηλότερα από τα επίπεδα του 2004 (42,2% από 41,7%), ενώ ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης το 2005 κυμάνθηκε στα επίπεδα του προηγούμενου έτους.

Προκειμένου να βελτιωθεί η βιωσιμότητα του κλάδου θα πρέπει να ακολουθηθούν μια σειρά από ενέργειες όπως:

- Περιορισμός των τίτλων σε συνδυασμό με καλύτερη παρακολούθηση της ζήτησης
- διεύρυνση των αγορών στην επαρχία (εκτός των αστικών κέντρων)
- καλύτερος προσδιορισμός του αριθμού των αντιτύπων (τιράζ), για να καλύπτονται οριακά οι απαιτήσεις και να μην μένουν αδιάθετα βιβλία
- δυναμικότερη αξιοποίηση των τεχνικών προώθησης των πωλήσεων και χρήση προπαραγγελιών για κάλυψη σημαντικού μέρους της ζήτησης προ της έκδοσης

Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας ο οποίος θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη γιατί επηρεάζει σημαντικά την αγορά βιβλίου, είναι τα κανάλια διάθεσης και διανομής ιδιαίτερα μάλιστα τα βιβλιοπωλεία τα οποία αποτελούν την πλέον σημαντική κατηγορία σημείων διάθεσης. Στο πλαίσιο αυτό θα πρέπει να ληφθεί μια σειρά μέτρων με σκοπό τη βελτίωση του συστήματος παραγγελιών και διανομής. Τέλος, θα πρέπει αν επιδιωχθεί ο εκσυγχρονισμός των βιβλιοπωλείων και να αναβαθμιστεί η εικόνα τους προς το καταναλωτικό κοινό, παράγοντας ο οποίος εξαρτάται άμεσα από τη βελτίωση της επαγγελματικής κατάρτισης και του επιπέδου των εργαζομένων στα βιβλιοπωλεία.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΚΔΟΤΙΚΟΥ ΟΙΚΟΥ

Επωνυμία Επιχείρησης: «ΦΩΣ»

Κλάδος δραστηριότητας: ΕΚΔΟΣΕΙΣ

Έτος ίδρυσης: 2013

Νομική μορφή: Α.Ε

Το προτεινόμενο επιχειρηματικό σχέδιο με τίτλο «ΦΩΣ» πραγματεύεται τη δημιουργία μιας εταιρείας με αντικείμενο την έκδοση βιβλίων και περιοδικών. Προβλέπεται η δημιουργία 2 καταστημάτων. Το κεντρικό κατάστημα θα είναι στο κέντρο της Αθήνας (οδός Σόλωνος), ενώ το υποκατάστημα θα λειτουργήσει στην πόλη της Καβάλας.

Το κύριο αντικείμενο του εκδοτικού οίκου «ΦΩΣ» θα είναι η εξειδίκευση στις νομικές εκδόσεις. Επίσης θα εκδίδονται μεταφράσεις έργων αλλοδαπών συγγραφέων νομικού και οικονομικού περιεχομένου καθώς και εκδόσεις σε ξένες γλώσσες, καθιστώντας την ελληνική νομική παραγωγή προσβάσιμη στο ευρύτερο ευρωπαϊκό κοινό. Επιπλέον, ο εκδοτικός οίκος δραστηριοποιείται στην εκτέλεση μεγάλης γκάμας γραφικών εργασιών, όπως επίσης και την έκδοση ψυχαγωγικών και ενημερωτικών περιοδικών.

Βασικός στόχος της επιχείρησης για τα πρώτα 3 χρόνια λειτουργίας είναι η δημιουργία ενός πελατολογίου ικανού να αποτελέσει μία βάση η οποία θα εγγυάται τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, στόχος είναι η απόσβεση της συνολικής επένδυσης το αργότερο μέχρι το τέλος του πέμπτου έτους λειτουργίας.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Η χρηματοδότηση του επιχειρηματικού εγχειρήματος (ως ποσοστό) αποτυπώνεται στον παρακάτω πίνακα. Επειδή υπάρχει έλλειψη ρευστότητας στην ελληνική αγορά, η τράπεζες δεν χορηγούν εύκολα δάνεια. Για το λόγο αυτό το νέο επιχειρηματικό εγχείρημα θα στηριχθεί κατά το μεγαλύτερο ποσοστό του σε κεφάλαια που εισφέρουν οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες της εταιρείας.

	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3
Ίδια Κεφάλαια (%)	75%	100%	100%
Δάνεια Τραπεζών (%)	25%	0%	0%
Επιχορήγηση Δημοσίου (%)	0%	0%	0%
ΣΥΝΟΛΟ (%)	100%	100%	100%

Η πρωτοτυπία του εκδοτικού οίκου «ΦΩΣ» έγκειται στην μεγάλη εξειδίκευση σε νομικά κείμενα. Έτσι, θα εκδίδονται 17 διαφορετικά νομικά περιοδικά τα οποία θα καλύπτουν τους κλάδους του Δημόσιου Δικαίου, Ποινικού Δικαίου, Πολιτικής Δικονομίας, Διοικητικής Δικονομίας, Ευρωπαϊκού Δικαίου, Ναυτικού Δικαίου κ.α

Επίσης με συνεργασία και τη συμμετοχή του εκδοτικού οίκου «ΦΩΣ» στην εκδοτική ομάδα «Law Publishers in Europe» θα είναι σε θέση να εκδίδει μεταφρασμένα έργα ξένων συγγραφέων νομικο-οικονομικού περιεχομένου στην ελληνική γλώσσα, καθώς επίσης και να καθιστά έργα ελλήνων συγγραφέων προσβάσιμα στο ευρύτερο διεθνές κοινό.

Ο τύπος εγκατάστασης του εκδοτικού οίκου «ΦΩΣ» θα παρέχει τη δυνατότητα σε καθηγητές πανεπιστημίου, δικαστές και όσους άλλους έχουν την τεχνοοικονομική-νομική κατάρτιση να παράγουν αξιόλογα έργα, καθώς επίσης και σε νέους ταλαντούχους επιστήμονες να δημοσιεύουν μονογραφίες, διδακτορικές διατριβές και να μετέχουν στην έκδοση σημαντικών συλλογικών έργων. Το κεντρικό κατάστημα



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

(οδός Σόλωνος) επιλέγει ακριβώς διότι οι περισσότερες εκδόσεις πανεπιστημιακών συγγραμμάτων και η καρδιά της αγοράς του βιβλίου βρίσκεται σε αυτό το σημείο.

Προϊόντα και υπηρεσίες:

Ένα σημαντικό μέρος των εργασιών θα είναι η βιβλιοθεσία. Οι συνηθέστερες μέθοδοι βιβλιοθεσίας που θα χρησιμοποιηθούν είναι:

1) *Ραφτό και κολλητό (άδετο)*: είναι η συνηθέστερη βιβλιοθεσία που προτιμάται για βιβλία που τυπώνονται σε τιράζ (τεμάχια) περισσότερα των 500.

2) *Κολλητό*: η συγκεκριμένη βιβλιοθεσία προτιμάται όταν πρόκειται να παραχθεί μικρότερη ποσότητα των 500 τεμαχίων. Πριν από μερικά χρόνια αυτού του τύπου η βιβλιοθεσία δεν ήταν καλή καθώς το βιβλίο «έσπαγε» και μετά από λίγο καιρό διαλυόταν. Ωστόσο σήμερα με την υπάρχουσα τεχνολογία αυτού του τύπου η βιβλιοθεσία είναι εξίσου καλή και δεν δημιουργεί το παραμικρό πρόβλημα ακόμη και σε βιβλία πολλών σελίδων.

3) *Σπιράλ*: Χρησιμοποιείται συνήθως σε ημερολόγια, τετράδια, πρόχειρες σημειώσεις

4) *Καρφίτσα*: Χρησιμοποιείται κυρίως σε έντυπα ή βιβλία πολύ λίγων σελίδων (μέχρι 80 το πολύ) που δεν μπορούν να βιβλιοθετηθούν ή θέλουμε να έχουν μικρό κόστος.

5) *Κάλλημα*: Πρόκειται για το είδος της βιβλιοθεσίας που αποτελείται από χοντρό εξώφυλλο και είναι δεμένο. Το εξώφυλλο αυτό το χρησιμοποιούμε κυρίως για λευκώματα ή πολυτελείς εκδόσεις καθώς το κόστος του είναι πολύ υψηλότερο από τα δύο προηγούμενα.

6) *Καλλιτεχνική βιβλιοθεσία*: είναι η βιβλιοθεσία που γίνεται στο χέρι. Είναι η πιο όμορφη αλλά και η πιο ακριβή ως λύση. Την κάνουμε σε υπερπολυτελείς εκδόσεις, σε βιβλία που θέλουμε να διατηρήσουμε για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα ανναλοίωτα.

Για το εξώφυλλο χρησιμοποιούμε μία από τις παρακάτω επιλογές:



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

I) *Μαλακό εξώφυλλο*: είναι το συνηθέστερο εξώφυλλο που χρησιμοποιείται σε λογοτεχνικά, εκπαιδευτικά και άλλα βιβλία. Το χαρτί είναι συνήθως 250-300 γραμμάρια και ο συγγραφέας μπορεί να επιλέξει την ποιότητα και την υφή του.

II) *Χοντρό εξώφυλλο*: αυτό το εξώφυλλο αντιστοιχεί σε βιβλιοθεσία με κόλλημα. Εδώ μπορούμε να έχουμε σκέτο το εξώφυλλο που είναι πολύ χοντρό, αλλά επίσης μπορούμε να τυπώσουμε ένα πιο λεπτό εξώφυλλο (κουβερτούρα) που θα προστατεύσει περισσότερο το βιβλίο. Οι επιλογές που έχουμε για το χοντρό εξώφυλλο είναι αρκετές όσον αφορά την ποιότητά του (μπορεί να είναι από χαρτί, δέρμα, ύφασμα κ.α) αλλά και στον τρόπο κατασκευής του.

Οι συνηθέστεροι τύποι χαρτιού που χρησιμοποιούνται για εξώφυλλα είναι:

- Σαμουά 90-110 γραμμάρια (υποκίτρινο χρώμα) για λογοτεχνικά και φιλολογικά βιβλία
- Book paper 75 γραμμαρίων (υποκίτρινο χρώμα) για λογοτεχνικά και φιλολογικά βιβλία. Το συγκεκριμένο χαρτί έχει την ιδιότητα να δείχνει πολύ πιο παχύ από ότι τα άλλα χαρτιά στα αντίστοιχα γραμμάρια. Έτσι μπορούμε να έχουμε ένα πολύ χοντρό βιβλίο αλλά παράλληλα και ελαφρύ.
- Velvet 110-150 γραμμάρια (κατάλευκο) για βιβλία έγχρωμα αλλά και πολυτελείς εκδόσεις γενικότερα. Συνήθως χρησιμοποιείται σε παιδιά βιβλία, λευκώματα κ.α
- Χαρτί Γραφής 80-120 γραμμάρια (λευκό) για σχολικά βιβλία κ.α

Παραγωγική διαδικασία: Η διαδικασία δημιουργίας ενός βιβλίου και η τύπωση και πώλησή του έχει αφετηρία τη δημιουργική σκέψη κάποιου. Συγκεκριμένα, όταν η εταιρεία μας διαπιστώσει ότι ένα βιβλίο αξίζει να τυπωθεί, τότε ζητά από το συγγραφέα να καταθέσει στο δημιουργικό τομέα του εκδοτικού οίκου μας τα ακόλουθα:

$\frac{3}{4}$ Τα τελικά αρχεία του σε μορφή word



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

- $\frac{3}{4}$ Αν περιλαμβάνονται εικόνες στα αρχεία του μας τις δίνει ξεχωριστά σε μορφή tif ή jpg
- $\frac{3}{4}$ Βιογραφικό σημείωμα του συγγραφέα για να μπει στο βιβλίο και στο internet που θα διαφημιστεί το βιβλίο, καθώς και φωτογραφία του
- $\frac{3}{4}$ Περίληψη του βιβλίου ώστε να δοθεί σε ραδιοφωνικούς σταθμούς, δημοσιογράφους κ.α
- $\frac{3}{4}$ Κείμενο για το οπισθόφυλλο το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει κάποιο απόσπασμα του βιβλίου, λόγια επωνύμων που έχουν ειπωθεί για το συγγραφέα ή ένα κείμενο που θα παρακινήσει τον αναγνώστη να αγοράσει και να διαβάσει το βιβλίο.

Μετά από την παραπάνω προκαταρκτική διαδικασία προχωράμε στην αμιγώς παραγωγική η οποία αποτελείται από εξής βήματα:

- i. Κατοχύρωση έργου συγγραφέα. Αυτό γίνεται είτε μέσω ΕΛΤΑ, δηλαδή ο πελάτης τυπώνει το κείμενό του και το ταχυδρομεί το αντίτυπο συστημένο στον εαυτό του. Όταν παραλάβει το φάκελο δεν τον ανοίγει, απλά τον κρατάει ως αποδεικτικό ότι είναι ο πρώτος παραλήπτης και δικαιούχος του έργου. Επίσης αυτό μπορεί να γίνει με τη χρήση συμβολαιογράφου.
- ii. Ο συγγραφέας επικοινωνεί με τον εκδοτικό οίκο και του στέλνουμε ένα προσχέδιο της σύμβασης που θα πρέπει σε επόμενο στάδιο να υπογράψει προκειμένου να ξεκινήσει τη συνεργασία μαζί μας. Εκεί περιγράφονται αναλυτικά όλοι οι όροι της συμφωνίας μας και πρέπει να την μελετήσει προσεκτικά.
- iii. Έμπειρος επιμελητής από τον εκδοτικό οίκο αναλαμβάνει την πρώτη βασική ανάγνωση του κειμένου που μας έχει παραδώσει ο συγγραφέας, ο οποίος ενημερώνεται άμεσα σχετικά με ότι περαιτέρω εργασίες κρίνονται σκόπιμες για την περαιτέρω βελτίωση του έργου του. Σε αυτή τη φάση, ανάλογα την εμπορικότητα που μπορεί να έχει



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

το βιβλίο και την οικονομική δυνατότητα του συγγραφέα, συζητάμε για τον αριθμό των αντιτύπων που θα παραχθούν

- iv. Κοστολόγηση του βιβλίου. Το κόστος κάθε βιβλίου εξαρτάται από τη διάσταση, τον αριθμό των σελίδων, τον αριθμό των αντιτύπων, τα χρώματα και το είδος του εξώφυλλου.
- v. Συμφωνητικό. Με τη σύνοψη ιδιωτικού συμφωνητικού μεταξύ του συγγραφέα και του εκδοτικού οίκου επισφραγίζονται όλοι οι όροι της συμφωνίας μας.
- vi. Επιμέλεια – διόρθωση κειμένων και σχεδιασμός του layout του βιβλίου. Ενώ ο επιμελητής των κειμένων ασχολείται με τη διόρθωση, ο συγγραφέας συνεργάζεται στενά με τον υπεύθυνο προκειμένου να καταλήξουν στο σχέδιο του βιβλίου, του εξωφύλλου, των διακοσμητικών που ίσως χρησιμοποιηθούν και άλλες λεπτομέρειες.
- vii. Έγκριση των εργασιών. Ο συγγραφέας ελέγχει, αρχικά σε ηλεκτρονική μορφή και κατόπιν σε εκτύπωση το σύνολο του βιβλίου, και έπειτα δίνει την έγκρισή του προκειμένου να προχωρήσει το βιβλίο στο στάδιο της μαζικής εκτύπωσης και βιβλιοθεσίας.
- viii. Ο συγγραφέας παραλαμβάνει τον αριθμό των αντιτύπων που έχει συμφωνήσει με τον εκδοτικό μας οίκο, ενώ το «ΦΩΣ» αναλαμβάνει να διακινήσει τα υπόλοιπα αντίτυπα σε βιβλιοπωλεία.
- ix. Σε συνεργασία με το συγγραφέα αποστέλλονται τα δελτία τύπου και οι ενημερώσεις σε όλους τους φορείς που είναι σχετικοί με τις εκδόσεις. Παράλληλα γίνεται διανομή σε βιβλιοπωλεία, χονδρέμπορους και όπου αλλού είναι προσυμφωνημένο.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Προμηθευτές. Ο εκδοτικός οίκος «ΦΩΣ» έχει συνάψει συμφωνίες με διάφορες εταιρείες οι οποίες μας προμηθεύουν χαρτί και μελάνι. Ενδεικτικά στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι προμηθευτές χαρτιού. Οι τιμές του χαρτιού επηρεάζονται από τις εργοστασιακές αυξήσεις τιμών, οι οποίες γίνονται σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις της αγοράς. Οι τιμές αυτές συνήθως διαπραγματεύονται σε τριμηνιαία βάση.

Προμηθευτές	Χώρα	Τόνοι Χαρτιού	Συμμετοχή %
STORA-ENSO	ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	3.186,00	39%
M.REAL	ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	1.083,00	13%
ZANDERS	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	66,00	1%
SAPPI	ΒΕΛΓΙΟ	191,00	2%
NORSKE	ΝΟΡΒΗΓΙΑ	870,00	11%
BURGO	ΙΤΑΛΙΑ	2.264,00	28%
ΟΡΓ.ΔΗΜΟΣ.ΧΑΡΤΟΥ Α.Ε	ΕΛΛΑΔΑ	402,00	6%
ΣΥΝΟΛΟ		8.082,00	100%

Στρατηγική Πωλήσεων και Διανομής. Ο εκδοτικός οίκος «ΦΩΣ» προωθεί τα προϊόντα της μέσω του δικτύου και των υπηρεσιών διακίνησης και διανομής της εταιρείας «ΑΡΓΟΣ Α.Ε». Η εταιρεία διανομής αναλαμβάνει την υποχρέωση να συντονίζει τις μετακινήσεις της με τον βέλτιστο τρόπο έτσι ώστε να παραδίδονται οι σωστές ποσότητες βιβλίων στον προσυμφωνημένο χρόνο σε κάθε σημείο (ακόμη και σε απομακρυσμένη περιοχή της επαρχίας).



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«MONMA KAINOTOMIAR KAI ENIXEIPHMATIKOTHTAR»

EENIKOY KAI KANOALRTPIAKOY nANEmrTHMIOY AOHNCN

XpT]U'tOotKovo tld] AvO:Aucr]. L:'tl]V nupoucru CVO'tT]tU 8u nupoucrucrous f.vuv «etKovtK6» tero.A.oyter6'tTJS e-ratpeiuc; «<DOL:», Ku8ms Kat iu «etKovtld]» Km6:.cr-rucr]J Ano-re.A.ecr 6:.-rmv XpT]cr]c;.

ENEPrHTIKO r.nAriO ENEPrHTIKO ■ .AOIDj.JOTE<; OKIVtITOnOiriGEI<; E:::Ot.A AEIToyPriAl EPEYNQN ANAnTY:::HL	1000	nAeHTIKO A.Ili.A KE<DAAAIA I.KE(IJOAOIO j.JETOXIKO METOXIKO KE<DAAAAD	480000
■ ■ .EVO"Wj.JOTE<; OKIVIITOnOlliGEI<; KTIPD	100000	V.AnoHJ.€GIJOTO Ek; VEO YnOAOinO KEPlI.QN (ZHMIQN) nPOHrOYMENHL XPHLHL	-352000
META<DOPIKA MELA	1 0000		
EninAA & LKEYH	20000		
MHXANOAO r KOL E:::OnAILMOL	15000		
LUV0AO OKIVIITOnouiaewv (r ii)	1 45000		
LUV0AO nayIOU EVEPYI"ITIKOU (ri+r)	1 46000	LUvoJ.o roiwv KecpaJ.aiwv	1 28000
li..KYKAO<DOPOYN ENEPrHTIKO ■ .Ano8Ej.JOTa EMnOPEYMATA	56000	r.YnoXPEOLEIL ■ .MaKponpo8eaiJe<; unoxpeti.Jael<; MAKPOnPO6E.I:MO t.ANEΦ	60000
■ ■ .AnaTr]ae1<; nEAATEL	56000 50000	■ ■ .Bpaxunpo8ecriJe<; unoxpeti.Jael<; nPOMH6EYTE.I: rPAMMATIA nAHPQTEA	14000 1 0000
rPAMMATIA EILnPAKTEA	1 5000	BPAXYnPO6E.I:MO t.ANEΦ	60000 84000
IV. II. ia8EO"II-JO TAMEIO	65000 5000		
LUV0AO KUKAQ(IJOPOUVTO<; EVEPYI"ITIKOU	1 26000	.:uvoJ.o Ynoxpewaewv (r1+rII)	144000
rENIKO LYNOAO ENEPrHTIKOY	272000	rENIKO .I:YNO!NO nAeHTIKOY	272000

AnOTEAEO" OT0 EK ETOAAEU0EWI::		npo AEnTKri nopeia AnoTEAEOCITWV Xprimw ;:		
		2DDX (y1)	2DDX (y2)	2DXX (y3)
Tpexov ho ;:				
KuKAo ;: Epyamwv (nwlIriml :)	300000	309000.DO	324450.DO	356895.00
Meiov: K6crTo ;: nw.l>.ricrewv	150000			
MIKTO anoTEAEO OTa (Kepon) EK ETOAAEU0EWI::	150000.00	309000.DO	324450.DO	356895.00
/l.o1na "Ecrooa	15000			
MEION: ·E ooa OIOIKrtIKri ;: .l>.eiToupyia ;:	50000			
MEDN: EKTOKTO KOI av6pyava E ooa	2000			
LUV0AO E oowv	52000.00	0.00	0.00	0.00
KA8APA AnOTE/I.ErMATA (Kepon) XPHrEnr npo cp6pwv	113000.00	309000.00	324450.00	356895.00



EupwnciiKI"Evwara

Eupomai.O-.T<O]do



EniXEIPHLIAKO nPOIPAMMA
KALHIA ZOUMAOYH

vnoYPeio rwt.Ew.: tiABIOMASHLHIKAJSPHD<EYMATTIN
E161KH YnHPEI:IA 61AXEIPII:HI:

MeTilCJUYXPiI'GT066"n)a1"n<; 6a<; J<Gl"n<; EupwnaiKJ<;"Ewoll<;

Eina
2007-2013

= IB0834#Sthi 8w!U'
EVPOiAJKoKooNOonoTAMEIo



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ 5

Στη συγκεκριμένη Μελέτη Περίπτωσης γίνεται αναφορά σε ένα κατεξοχήν εξαγωγίμο προϊόν: το ελαιόλαδο. Καταγράφονται οι είκοσι κυριότερες χώρες εξαγωγής του ελληνικού παρθένου ελαιόλαδου. Επιπλέον, σκιαγραφείται το προφίλ δύο μεγάλων αγορών στις οποίες το ελληνικό ελαιόλαδο μπορεί να αυξήσει περαιτέρω τα μερίδια αγοράς που κατέχει. Συγκεκριμένα εξετάζεται η κινεζική και γερμανική αγορά. Τέλος, πραγματοποιείται μία ανάλυση του Πολιτικού, Οικονομικού, Κοινωνικού και Τεχνολογικού Περιβάλλοντος το οποίο αντιμετωπίζει μία ελληνική επιχείρηση παραγωγής και προώθησης ελαιολάδου στο εξωτερικό.

Στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται: οι 20 κυριότερες χώρες εξαγωγής ελληνικού παρθένου ελαιόλαδου, η αξία των εξαγωγών ανά χώρα, η ποσότητα και η μέση τιμή εξαγωγής σε κάθε χώρα, η διαφορά στην αξία εξαγωγών του έτους 2010, σε σύγκριση με το έτος 2009

ΧΩΡΑ	ΑΞΙΑ Εξαγωγών σε εκατ. €	ΠΟΣΟΤΗΤΑ σε τόνους	Μέση Τιμή €/kg	Διαφορά % αξίας με 2009
ΙΤΑΛΙΑ	114,1	50.392	2,26	-18,4
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	17,3	6.154	2,81	+23,2
Η Π Α	11,8	3.224	3,65	+7,3
ΚΑΝΑΔΑΣ	8,3	2.456	3,38	+7,9
ΡΩΣΙΑ	4,6	1.055	4,41	+136,6
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	3,8	1.207	3,14	+3,9
ΚΥΠΡΟΣ	3,4	1.041	3,26	-56,5
ΚΙΝΑ	3,2	930	3,44	+32,8
ΗΝ.ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2,8	924	3,11	-20,7
ΕΛΒΕΤΙΑ	2,8	589	4,76	+15,8
ΑΥΣΤΡΙΑ	2,2	522	4,34	+18,3
ΓΑΛΛΙΑ	2,2	576	3,89	-6,46
ΙΑΠΩΝΙΑ	2,2	477	4,61	32,5
ΤΣΕΧΙΑ	1,6	436	3,69	-31,8
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	1,5	385	4,08	+10,3
ΣΟΥΗΔΙΑ	1,4	365	3,89	-12,5
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	1,2	302	4,03	+41,5
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	1,2	387	3,11	+32,9
ΒΕΛΓΙΟ	1,08	281	3,96	+10,9
ΙΣΡΑΗΛ	1,05	432	2,44	+100
ΣΥΝΟΛΟ 20 ΧΩΡΩΝ	187,73	72.135	2,60	-10,1
ΛΟΙΠΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ	10,25	3.241	3,16	+11,6
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΠΑΡΘΕΝΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ	197,98	75.376	2,62 €/kg	-9,95

Πίνακας Λ.Κ. με βάση στοιχεία του Ο.Π.Ε.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Όπως προκύπτει από τον παραπάνω πίνακα και τα στοιχεία του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου, η Ρωσική Αγορά το 2010 υπερδιπλασίασε τις εισαγωγές ελληνικού παρθένου ελαιόλαδου σε σχέση με το 2009 (κατά 136,6%), η αγορά του Ισραήλ τις διπλασίασε (κατά 100%).

Εμείς στην παρακάτω ανάλυση που ακολουθεί θα αναφερθούμε στην αγορά της Κίνας και της Γερμανίας και στις προοπτικές οι οποίες διαφαίνονται για το μέλλον των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων ελαιόλαδου.

Κίνα: μία τεράστια αγορά.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της Κίνας, παρά τον τεράστιο πληθυσμό της χώρας, η κατανάλωση της σε ελαιόλαδο γενικά βρισκόταν μέχρι πριν λίγα χρόνια σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Οι συνολικές εισαγωγές ελαιολάδου της Κίνας αυξήθηκαν (παρθένο, εξαιρετικά παρθένο, πυρηνέλαιο και άλλες κατηγορίες) από το 2001 και μετά παρουσιάζοντας σημαντική άνοδο φθάνοντας το 2006 τους 7.635 τόνους και το 2007 τους 12.990 τόνους.

Άλλωστε, η παραγωγή ντόπιου ελαιολάδου στην Κίνα είναι πολύ μικρή, μόλις 20-30 τόνους τον χρόνο και αντιστοιχεί μόλις στο 0,4% του εισαγόμενου ελαιολάδου. Η καλλιέργεια της ελιάς στην χώρα, παρά τις πολυετείς προσπάθειες των Κινέζων να την αναπτύξουν δεν φαίνεται εφικτή, κυρίως λόγω μη ευνοϊκών κλιματικών συνθηκών. Το ελαιόλαδο, ως λάδι που χρησιμοποιείται για το φαγητό, καταναλώνεται στην κινέζικη αγορά κυρίως από τα νοικοκυριά με υψηλότερο εισόδημα και μορφωτικό επίπεδο. Επίσης χρησιμοποιείται από εστιατόρια με δυτική κουζίνα καθώς και τα εστιατόρια διεθνών αλυσίδων ξενοδοχείων. Αντίθετα, στα εστιατόρια με παραδοσιακή κινεζική κουζίνα χρησιμοποιείται κατά κόρον το σογιέλαιο.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Η εξέλιξη της αγοράς ελαιολάδου επηρεάζεται κυρίως από:

- την τιμή του (χαμηλό διαθέσιμο εισόδημα του μέσου Κινέζου καταναλωτή).
- Διατροφικές συνήθειες (μη διάθεση των νοικοκυριών της Κίνας να αλλάξουν τις παραδοσιακές διατροφικές τους συνήθειες).

Το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, πωλείται προς το παρόν, περισσότερο στα εστιατόρια πολυτελών ξενοδοχείων, τα εστιατόρια δυτικής κουζίνας, τις διεθνείς αλυσίδες υπερκαταστημάτων και σούπερ μάρκετ και τα τοπικά σούπερ μάρκετ και καταστήματα τροφίμων που απευθύνονται σε αλλοδαπούς που διαμένουν στην Κίνα καθώς και σε Κινέζους που έχουν ζήσει στο εξωτερικό και έχουν υιοθετήσει ορισμένες δυτικές καταναλωτικές συνήθειες όπως και σε Κινέζους υψηλής εισοδηματικής τάξης.

Οι τιμές του τυποποιημένου ελαιόλαδου στα Κινεζικά σούπερ μάρκετ κυμαίνονται ανάλογα με την χώρα προέλευσης και την φήμη της ετικέτας από 7-14 ευρώ/λίτρο. Το ελαιόλαδο πωλείται κατά βάση στα Ευρωπαϊκά σούπερ μάρκετ ενώ στα Κινεζικά σούπερ μάρκετ η παρουσία του ελαιολάδου είναι, γενικά, μικρή ενώ κυρίαρχη είναι η παρουσία των σπορέλαιων με πρώτο το σογιέλαιο που καταλαμβάνει τουλάχιστον δύο εκτεταμένες σειρές στα ράφια τους. Έτσι, το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο απευθύνεται κυρίως στους Ευρωπαίους και Αμερικανούς κατοίκους της Κίνας και στους πολύ πλούσιους Κινέζους οι οποίοι όμως δεν φαίνεται να είναι πάρα πολλοί.

Σε ποιο target group καταναλωτών στοχεύει η ελληνική αγορά ελαιόλαδου στην Κίνα: Η τιμή του ελαιολάδου θεωρείται πολύ υψηλή για τον μέσο Κινέζο καταναλωτή. Αυτό πιστοποιείται από το γεγονός ότι το **πραγματικό διαθέσιμο ετήσιο κατά κεφαλήν εισόδημα** στις αστικές περιοχές ήταν το 2008, 15.781 Γουάν (περίπου 1.700€) ενώ κατά πολύ χαμηλότερο περίπου στο 1/3 ήταν στις αγροτικές περιοχές. Δηλαδή το διαθέσιμο εισόδημα του μέσου Κινέζου είναι περίπου 150€/μήνα, ποσό που δεν αφήνει περιθώρια προοπτικών για να γίνει καταναλωτής



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

ελαιόλαδου στο εγγύς μέλλον. Σύμφωνα με την Hurun Rich List στην Κίνα ζουν σήμερα 825.000 άτομα με περιουσία πάνω από 10 εκατομ. Γιούαν δηλαδή 1,1εκατ.Ευρω κάθε ένας, πράγμα που σημαίνει ότι η οι πλούσιοι αυτής της τάξης είναι μόλις το 0,06% του πληθυσμού της χώρας.

Από πλευράς χωροταξικής κατανομής των πλουσίων, πρώτη έρχεται η περιοχή του Πεκίνου με 143.000 άτομα και ακολουθούν η επαρχία Καντόνα με 137.000 άτομα και η Σαγκάη με 116.000 άτομα. Και οι τρεις περιοχές αυτές μαζί συγκεντρώνουν το 48% των πλουσίων ατόμων. Συγκριτικά με άλλες χώρες, οι πλούσιοι καταναλωτές στην Κίνα είναι ηλικιακά, κατά μέσο όρο, 20 χρόνια νεότεροι απ'ότι στις ΗΠΑ και στην Ιαπωνία. Το 80% είναι κάτω των 45 ετών, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά στις ΗΠΑ και στην Ιαπωνία είναι 30% και 19%.

Ωστόσο, *οι προοπτικές εξέλιξης* της χώρας είναι σημαντικές και αν συνεχιστούν οι ρυθμοί ανάπτυξης και αύξησης εισοδήματος σύντομα η χώρα θα αποτελέσει ένα σοβαρό μελλοντικό καταναλωτή ελαιόλαδου. Αυτό φαίνεται από το ότι οι αποταμιεύσεις των κινεζικών νοικοκυριών, στο τέλος του 2008, έφτασαν το μεγαλειώδες ποσό των 22,2 τρις Γιούαν αφού αυξηθήκαν κατά 25,7% σε σχέση με το 2007 και το ποσοστό ανεργίας έφθασε το 2008 επίσημα στο 4,2% ενώ το ίδιο έτος δημιουργήθηκαν στις αστικές περιοχές 11,13 εκατ. νέες θέσεις εργασίας.

Γερμανία: μία ώριμη αγορά με προοπτικές περαιτέρω βελτίωσης

Οι πολίτες της Γερμανίας καταναλώνουν ετησίως σημαντικές ποσότητες ελαιόλαδου, ενώ αυξάνεται η προτίμηση των γερμανών πολιτών προς το παρθένο ελαιόλαδο. Οι εισαγωγές ελαιόλαδου στη Γερμανία υπερδιπλασιάστηκαν κατά τη δεκαετία 1998-2008. Αυξήθηκαν από τους 24 χιλ. τόνους το 1998 στους 51,5 χιλ. τόνους το 2008. Ακόμα μεγαλύτερη ήταν η αύξηση των γερμανικών εισαγωγών παρθένου ελαιόλαδου. Ενώ το 1998 οι εισαγωγές παρθένου ελαιόλαδου αποτελούσαν ποσοστό περίπου 65% επί του συνόλου του ελαιόλαδου, το 2008 το ποσοστό αυτό άγγιξε το 95%. Όσον αφορά την προέλευση του παρθένου ελαιόλαδου που εισάγεται στη



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



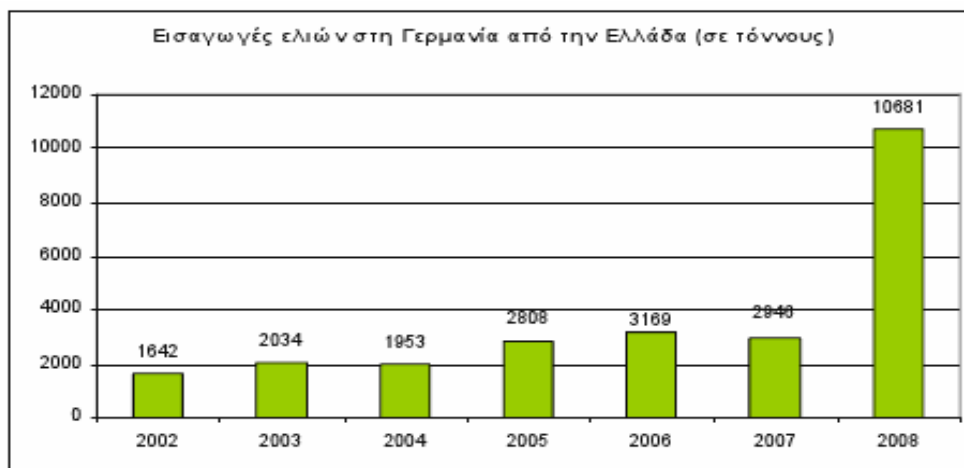
ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

Ανοδική πορεία ακολουθούν και οι εξαγωγές ελιών από την Ελλάδα οι οποίες, με βάση τα στοιχεία της Γερμανικής Ομοσπονδιακής Υπηρεσίας, έφτασαν το 2008 τους 10,7 χιλ. τόνους. Επίσης η αξία των εισαγωγών αυτών ανήλθε σε 21.172 εκ. €.



Πηγή: Warenverein, Destatis 2009. Τα στοιχεία για το 2008 είναι προσωρινά

Κυριότερη προμηθεύτρια χώρα ελιών της Γερμανίας είναι η Ισπανία, ακολουθούμενη από την Τουρκία, την Ελλάδα και το Μαρόκο.

Ανάλυση Περιβάλλοντος – PEST Analysis Στο συγκεκριμένο σημείο θα πρέπει να αναφερθούμε στους κινδύνους αλλά και τις ευκαιρίες που αντιμετωπίζουν στη σύγχρονη οικονομική δραστηριότητα ελληνικές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εξαγωγή ελαιολάδου στο εξωτερικό και όχι μόνο. Μέσω της ανάλυσης των βασικότερων σημείων του πολιτικού, οικονομικού, κοινωνικού και τεχνολογικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο καλούνται να λειτουργήσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις παραγωγής και εξαγωγής ελαιολάδου θα είμαστε σε θέση να εκτιμήσουμε τις πραγματικές απειλές και ευκαιρίες που προδιαγράφονται στο εγγύς μέλλον.

Το πολιτικό περιβάλλον αναφέρεται στους νόμους, τους κυβερνητικούς φορείς και τα διάφορα lobby που επηρεάζουν τις σύγχρονες πολιτικές αποφάσεις και μεγάλους



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

οργανισμούς είτε άμεσα είτε έμμεσα. Επίσης, η προσθήκη ή αφαίρεση ενός νομοθετικού ή ρυθμιστικού περιορισμού από την κυβέρνηση μιας χώρας μπορεί να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά της εργασίες μίας επιχείρησης παραγωγής ελαιολάδου. Για παράδειγμα, η νομοθεσία που διέπει τα τρόφιμα και ιδιαίτερα το τυποποιημένο ελαιολάδο κρίνει απαραίτητη την εφαρμογή του συστήματος HACCP.

Επίσης, η ασάφεια του φορολογικού πλαισίου στην Ελλάδα δημιουργεί προβλήματα. Υπάρχει αβεβαιότητα σχετικά με το εάν αυξηθεί ο φορολογικός συντελεστής επί των κερδών μιας επιχείρησης. Επίσης η αύξηση του ΦΠΑ, σε σχέση με το παρελθόν, επηρεάζει αρνητικά τις πωλήσεις των προϊόντων στο εσωτερικό.

Υπάρχουν επιδοτήσεις (μέσα από το νέο επενδυτικό νόμο) που μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο για την ίδρυση μιας επιχείρησης, όσο και για τον εκσυγχρονισμό και την επέκταση των δραστηριοτήτων μιας υπάρχουσας επιχείρησης.

Το οικονομικό περιβάλλον αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχείρηση. Η οικονομική κατάσταση που επικρατεί σε μία χώρα, τα επιτόκια δανεισμού και η δυνατότητες άντλησης κεφαλαίων από τράπεζες είναι σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν σχεδόν το σύνολο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε μία χώρα.

Επίσης, η αυξημένη ανεργία σε συνδυασμό με τη μείωση μισθών οδηγεί σε συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών στην εγχώρια αγορά μειώνοντας αντίστοιχα και τις πωλήσεις των επιχειρήσεων. Σε εξαγωγικές επιχειρήσεις θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στις χώρες προς τις οποίες εξάγουν τα προϊόντα τους.

Το κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται μία επιχείρηση ή εξάγει τα προϊόντα της θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη. Στις αναπτυγμένες και



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
επένδυση στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



«ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

ΕΘΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

αναπτυσσόμενες αγορές είναι εμφανής η τάση των καταναλωτών για αγορά προϊόντων υψηλής ποιότητας, τα οποία χαρακτηρίζονται από υψηλή γευστική και διατροφική αξία, εφόσον βέβαια αυτό τους το επιτρέπει το επίπεδο εισοδήματός τους. Για παράδειγμα, εφόσον έχουν τη δυνατότητα, θα προτιμήσουν να καταναλώσουν παρθένο ελαιόλαδο από κάποιο άλλο φτηνό υποκατάστατο όπως είναι το σπορέλαιο.

Επίσης, τα δημογραφικά δεδομένα μιας χώρας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Για παράδειγμα η αγορά της Κίνας, όπως προαναφέρθηκε, είναι μία τεράστια αγορά που αποτελείται από δισεκατομμύρια κατοίκους. Αν και ακόμη η αγορά ελαιολάδου είναι ένα «ακριβό» αγαθό για το διαθέσιμο εισόδημα του μέσου κινέζου, εντούτοις είναι μία τεράστια αγορά που μπορεί στο εγγύς μέλλον να προσφέρει πολλά θετικά στις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις.

Το τεχνολογικό περιβάλλον αφορά σε βελτιώσεις των μεθόδων καλλιέργειας των προϊόντων, την εισαγωγή αποδοτικότερων μηχανημάτων για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και την αύξηση της κερδοφορίας. Επιπλέον η εξεύρεση νέων καναλιών διανομής και μεταφοράς των προϊόντων συμβάλουν στη μείωση του κόστους διανομής των προϊόντων της επιχείρησης. Τέλος, η αξιοποίηση μέσω ηλεκτρονικής πώλησης (e-shop) μπορεί αν εφαρμοστεί με επιτυχία και στον κλάδο παραγωγής και πώλησης ελαιολάδου.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ