ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ – ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΘΕΜΑ: ΙΔΡΥΣΗ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ "Enjoy Evros"

ΕΝΙΑΙΟ ΛΥΚΕΙΟ ΦΕΡΩΝ

ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Η ιδέα της δημιουργίας μίας εικονικής επιχείρησης ξεκίνησε κατά τη συζήτηση με τον καθηγητή μας για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες. Ορισμένα από τα ερωτήματα που θέσαμε τότε ήταν:

1. Τι προσφέρουν οι επιχειρήσεις στον επιχειρηματία αλλά και στην κοινωνία;
2. Γιατί να γίνει κάποιος επιχειρηματίας;
3. Πως γίνεται κάποιος επιχειρηματίας; Τι προσόντα και εφόδια χρειάζεται;

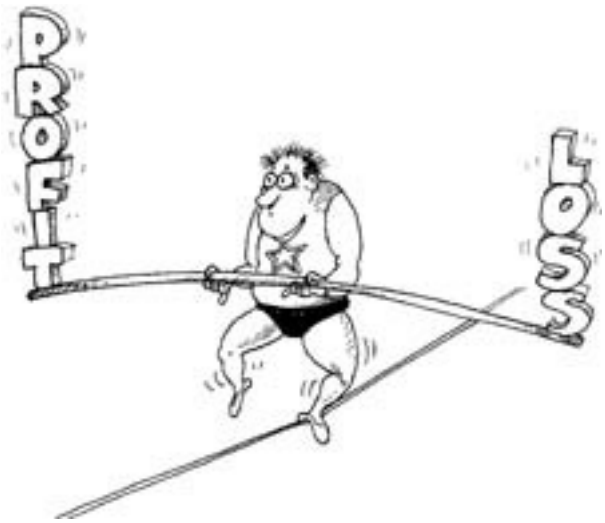
Στην πορεία της συζήτησης ανακαλύψαμε ότι οι επιχειρήσεις είναι πολύ σημαντικές για τον επιχειρηματία αλλά και για την κοινωνία γιατί παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες χρήσιμα για τον άνθρωπο. Επιπλέον, προσφέρουν εργασία, άρα και εισόδημα, όχι μόνο στον επιχειρηματία, αλλά και στους ανθρώπους που θα εργαστούν κοντά του. Με άλλα λόγια, αποτελούν ένα βασικό κοινωνικό κύτταρο.

Συζητώντας διάφορα παραδείγματα γνωστών επιχειρηματιών, είδαμε ότι πολλοί από αυτούς ξεκίνησαν από το μηδέν, αξιοποιώντας μία ιδέα. Ο Bill Gates, έχτισε την μεγαλύτερη εταιρεία λογισμικού στον κόσμο, την Microsoft, όταν έφτιαξε και διέθεσε στην αγορά τα πασίγνωστα σήμερα Windows. Οι ιδρυτές της πολύ γνωστής σήμερα εταιρείας Google, ήταν δύο νεαροί φοιτητές οι οποίοι ανακάλυψαν έναν έξυπνο αλγόριθμο για χρήση σε μηχανή αναζήτησης στο Internet. Ο Αριστοτέλης Ωνάσης, ο πασίγνωστος Έλληνας μεγιστάνας, ξεκίνησε από πολύ χαμηλά και, αφού εκμεταλλεύτηκε τις συγκυρίες, κατάφερε να γίνει από τους πλουσιότερους ανθρώπους στον κόσμο.

Συμπεράναμε λοιπόν ότι πολλοί επιχειρηματίες ξεκίνησαν από το μηδέν, άλλοι από νεαρή ηλικία, άλλοι εφηύραν νέα προϊόντα και υπηρεσίες και άλλοι εφηύραν νέους τρόπους για να παράγουν γνωστά προϊόντα ή υπηρεσίες. Όλοι όμως προσπάθησαν να φτιάξουν κάτι καινούργιο ή κάτι διαφορετικό, προσπάθησαν να "καινοτομήσουν". Με αυτόν τον τρόπο, κατάφεραν να κερδίσουν πολλά, σε όλα τα επίπεδα, από το οικονομικό έως το κοινωνικό (της καταξίωσης στην κοινωνική τους ζωή).

Συνεχίζοντας τη συζήτηση, διαπιστώσαμε ότι δεν είναι εύκολο για τον καθένα να γίνει επιχειρηματίας. Ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει ιδέες για το προϊόν ή την υπηρεσία ή τον τρόπο που θα τα παράγει, να μπορεί να προβλέψει ότι η δραστηριότητα που σκέφτεται θα του φέρει κέρδος. Πρέπει επίσης να μπορεί να οργανώσει σωστά τη δουλειά του, να διαλέξει τα κατάλληλα άτομα για συνεργάτες και να έχει τις ικανότητες να τους διοικήσει αποτελεσματικά. Χρειάζεται δηλαδή να έχει οργανωτικές και ηγετικές ικανότητες. Ακόμη, ίσως χρειαστεί και κάποια υλικά μέσα, όπως χρήματα, κτίρια, μεταφορικά μέσα κ.ά. για να πραγματοποιήσει την ιδέα του. Πρέπει επομένως να βρει τον τρόπο να αποκτήσει αυτά τα μέσα για να πετύχει το στόχο του.

Τελικά, φαίνεται ότι ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι ανήσυχο πνεύμα, να έχει όρεξη για δημιουργία αλλά και ικανότητες διαφόρων ειδών (διοικητικές, οργανωτικές κλπ.) για να πετύχει. Το κίνητρο για να αναλάβει την προσπάθεια είναι το τελικό **κέρδος** (κυρίως οικονομικό αλλά και άλλου είδους, όπως απόκτηση φήμης, κύρους, δύναμης κ.ά.) το οποίο ο επιχειρηματίας εκτιμά ότι θα είναι πολύ μεγάλο σε σχέση με το **κόστος** (π.χ. αγορά εξοπλισμού, ενοικίαση ή αγορά κτιρίων και μεταφορικών μέσων, διάφοροι λογαριασμοί κ.ά.).



ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Όπως ο πιλότος ή ο καπετάνιος πριν ξεκινήσει το ταξίδι του σχεδιάζει τη διαδρομή που θα ακολουθήσει για να φτάσει στον προορισμό του, έτσι και ο επιχειρηματίας πρέπει να σχεδιάσει και να προγραμματίσει τις ενέργειες που απαιτούνται για να φτάσει στο στόχο του. Με άλλα λόγια, πρέπει να συντάξει ένα επιχειρηματικό σχέδιο.

Το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) λοιπόν είναι ο γραπτός στρατηγικός σχεδιασμός και προγραμματισμός των μελλοντικών ενεργειών της επιχείρησης. Είναι με άλλα λόγια ένας οδηγός, ο οποίος λέει στον επιχειρηματία:

- Που είναι τώρα,
- Που θέλει να πάει και
- Πως θα πάει

Συγκεκριμένα, <u>το Επιχειρηματικό Σχέδιο περιλαμβάνει</u>[*]:

- ✓ Περιγραφή της επιχείρησης
- ✓ Το σχέδιο Μάρκετινγκ
- ✓ Το σχέδιο διοίκησης και διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού
- ✓ Το σχέδιο οικονομικής διαχείρισης.

Για ποιο λόγο όμως χρειάζεται ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Οι πρόγονοί μας τα κατάφερναν μια χαρά με τις επιχειρήσεις τους, χωρίς να συντάσσουν επιχειρηματικά σχέδια. Η απάντηση είναι σχετικά απλή. Οι σημερινές επιχειρήσεις υπάρχουν σε ένα περιβάλλον με παγκοσμιοποιημένη οικονομία και ταχύτατες αλλαγές σε όλους τους τομείς. Η εποχή που οι επιχειρηματίες αυτοσχεδίαζαν, έχει περάσει ανεπιστρεπτί. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των

---

[*] Οικονομία – Επιχειρηματικότητα, βιβλίο μαθητή. ΥΠΕΠΘ – ΠΙ

επιχειρήσεων είναι πολύ μεγάλος και τα λάθη και οι αβλεψίες πληρώνονται ακριβά. Άρα λοιπόν, ο σύγχρονος επιχειρηματίας πρέπει να δουλεύει οργανωμένα, να αποτυπώνει τα σχέδια και τα προγράμματά του στο χαρτί και να τα ακολουθεί με συνέπεια, αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό τις πιθανότητες επιτυχίας της επιχείρησής του.

Επιπλέον, όποιος επιχειρηματίας χρειάζεται χρηματοδότηση μέσω διαφόρων προγραμμάτων (κοινοτικών, εθνικών κ.ά.) πρέπει απαραίτητα να καταρτίσει και να παρουσιάσει ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο. Με τον τρόπο αυτό, αποδεικνύει στο χρηματοδότη τη σοβαρότητα της πρότασής του, του σχεδίου δηλαδή που έχει για τη δημιουργία ή την επέκταση της επιχείρησής του, προς όφελος δικό του, αλλά και του κοινωνικού συνόλου.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Α) ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ – ΑΠΟΣΤΟΛΗ - ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ

Το επόμενο βήμα μας ήταν να επιλέξουμε το είδος της επιχείρησης που θα ιδρύαμε. Ο σκοπός μας ήταν βρούμε μία επιχείρηση η οποία όχι μόνο θα μας προσέφερε κέρδη, αλλά θα αποτελούσε και παράγοντα ανάδειξης της περιοχής μας. Έτσι τελικά καταλήξαμε στην δημιουργία μίας οικοτουριστικής επιχείρησης η οποία θα πληρούσε τα κριτήρια που θέσαμε παραπάνω.

Τι είναι όμως ο οικοτουρισμός; Σύμφωνα με την Εθνική Επιτροπή Οικοτουρισμού (2002), "**Οικοτουρισμός** είναι ο τουρισμός που αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες περιοχές, δεν υπερβαίνει την φέρουσα ικανότητα* της περιοχής, προωθεί την προστασία και διαχείριση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος – σύμφωνα με νομικά ή άλλου τύπου αποτελεσματικά μέτρα – ενώ ταυτόχρονα διατηρεί τη συνοχή του κοινωνικού ιστού" .

Με άλλα λόγια, δεν θα θέλαμε να δημιουργήσουμε μία επιχείρηση μαζικού τουρισμού με την επακόλουθη υποβάθμιση του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων του τόπου μας, αλλά μία επιχείρηση που θα τα σέβεται και θα τα αναδεικνύει. Επομένως, δεν θα μας ενδιέφερε μία μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα, με group τουριστών που θα "ξεχύνονται" στην περιοχή και στο πέρασμα τους θα προκαλούν αναστάτωση της πανίδας, καταστροφή της χλωρίδας και ρύπανση του περιβάλλοντος με σκουπίδια κ.ά. Αντίθετα, θα θέλαμε λίγους σε αριθμό επισκέπτες, συνειδητοποιημένους ως προς την προστασία του περιβάλλοντος, δεκτικούς σε ήπιους τρόπους χειρισμού του και πρόθυμους να ανακαλύψουν τα πολιτιστικά στοιχεία του τόπου μας. Θα θέλαμε

---

*Η φέρουσα ικανότητα στον τουρισμό αναφέρεται σε ένα ανώτατο όριο παρουσίας τουριστών ή δημιουργίας τουριστικών υποδομών το οποίο μπορεί να υπάρξει σε μία τουριστική περιοχή ή ζώνη. Η υπέρβαση αυτού του ορίου το οποίο υπολογίζεται με διάφορους σύνθετους τρόπους – εκτιμάται ότι αφενός υποβαθμίζει τους πόρους (περιβάλλον, πολιτισμός) και την ποιότητα ζωής στην περιοχή και αφετέρου υποβαθμίζει την περιοχή ως τουριστικό προορισμό με συνακόλουθη μείωση της ικανοποίησης των τουριστών και πτώση της ζήτησης.

δηλαδή να δημιουργήσουμε μία επιχείρηση η οποία να πληρεί τα 9 κριτήρια του οικοτουρισμού (Παράρτημα 1) και να σέβεται και να προωθεί τις 10 εντολές του (Παράρτημα 2). Επιπλέον, φαίνεται ότι ο οικοτουρισμός αποτελεί ένα αναπτυσσόμενο πεδίο του τουρισμού με λαμπρό μέλλον (Παράρτημα 3α και 3β), άρα εκτός των άλλων που προαναφέραμε, θα μπορεί να μας αποδώσει τελικά και ικανοποιητικά κέρδη.

Από τα παραπάνω, προκύπτουν τα εξής περιληπτικά συμπεράσματα:

- **Αποστολή της επιχείρησης**: Η παροχή υπηρεσιών διαμονής και φιλοξενίας στους επισκέπτες, αναδεικνύοντας παράλληλα τις φυσικές ομορφιές του τόπου μας, την ιστορία του και τον πολιτισμό του και ενισχύοντας έτσι την οικονομία του και τον κοινωνικό ιστό του.
- **Προϊόν ή υπηρεσία**: Οικοτουριστικοί ξενώνες για παροχή υπηρεσιών διαμονής, αναψυχής, περιήγησης, ανακάλυψης και ενασχόλησης με τη φύση, την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου, μέσα στα οικοτουριστικά πλαίσια που αναφέρονται παραπάνω και στα Παραρτήματα 1 και 2.
- **Τοποθέτηση (ή σε ποιους πελάτες απευθυνόμαστε)**: Όλοι όσοι ασπάζονται τις αρχές του οικοτουρισμού όπως αναφέρονται στα Παραρτήματα 1 και 2, αποφεύγουν το μαζικό τουρισμό και προτιμούν να ασχοληθούν βαθύτερα και ουσιαστικότερα με τον τόπο που επισκέπτονται.

Β) ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΜΟΡΦΗ – ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΕΝΑΡΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Για να ξεκινήσει η λειτουργία της επιχείρησης, χρειάζονται κάποιες γραφειοκρατικές διαδικασίες. Στη διάρκεια της συζήτησης με τον καθηγητή μας, διαπιστώσαμε πως είναι πολύ χρονοβόρα και κουραστική η διαδικασία έναρξης της λειτουργίας της επιχείρησής μας, γιατί η πολιτεία απαιτεί πάρα πολλά δικαιολογητικά. Γνωρίζοντας ήδη από την ύλη του μαθήματος "Αρχές Οικονομίας" τις διάφορες μορφές εταιρειών που υπάρχουν, αποφασίσαμε η επιχείρησή μας να έχει τη μορφή Ομόρρυθμης εταιρείας. Οι κυριότεροι λόγοι που μας οδήγησαν σε αυτή την απόφαση είναι <u>ότι η Ομόρρυθμη εταιρεία χρειάζεται λιγότερες σε αριθμό και λιγότερο χρονοβόρες διατυπώσεις και επιπλέον απαιτείται μικρότερο κεφάλαιο σε σύγκριση π.χ. με τις</u>

Ανώνυμες εταιρείες Ακόμη, είναι μορφή εταιρείας στην οποία οι εταίροι έχουν συνήθως φιλικές ή συγγενικές σχέσεις, όπως στην περίπτωσή μας. Οι προϋποθέσεις και τα βήματα που απαιτούνται για την ίδρυση και λειτουργία μιας Ομόρρυθμης εταιρείας* περιγράφονται στο Παράρτημα 15.

* http://www.esee.gr/el/Emporio/IdrisiEpixeiriseon/Omorrythmi.shtml

ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το σχέδιο Μάρκετινγκ είναι ένα σχέδιο ενεργειών το οποίο περιλαμβάνει:

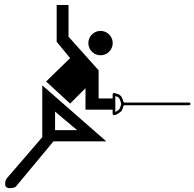
- ✓ Την έρευνα αγοράς για το προϊόν ή την υπηρεσία που θα παράγουμε
- ✓ Το σχεδιασμό του προϊόντος ή της υπηρεσίας
- ✓ Την τιμολόγηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας
- ✓ Την πώληση και τη διανομή του προϊόντος ή της υπηρεσίας
- ✓ Την προώθηση και τη διαφήμιση του προϊόντος ή της υπηρεσίας

Ο συνδυασμός των παραπάνω είναι γνωστός ως μίγμα Μάρκετινγκ ή τα "4Ps", δηλαδή το Προϊόν (Product), η Τιμή (Price), η Διανομή ή Διακίνηση (Place) και η Προώθηση (Promotion). Κάθε επιχειρηματίας, ανάλογα με την επιχείρηση που έχει, χρησιμοποιεί την ανάλογη ποσότητα και ποιότητα από τα στοιχεία του μίγματος Μάρκετινγκ για να πετύχει αποτελεσματικότερα τους στόχους του.

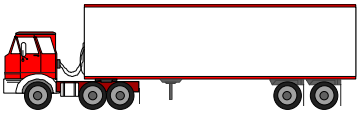
Έρευνα αγοράς

Είναι η διαδικασία συλλογής, επεξεργασίας και ερμηνείας πληροφοριών για την ορθολογικότερη λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ. Αφορά κυρίως:

- ♦ Το Περιβάλλον: Ποιες είναι οι τάσεις (τεχνολογικές, θεσμικές, κοινωνικές, δημογραφικές, οικονομικές) σχετικά με την υπηρεσία που θα προσφέρουμε (τον τουρισμό και ειδικότερα τον οικοτουρισμό); (Παράρτημα 4: Επενδύσεις σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Παράρτημα 5: Προϋποθέσεις και προοπτικές ανάπτυξης του οικοτουρισμού, Παράρτημα 6: Σύμβαση Ramsar για τους υγροτόπους διεθνούς σημασίας).
- ♦ Τους Ανταγωνιστές: Ποιοί είναι; Ποιές είναι οι πολιτικές τους; (Παράρτημα 7: Ανταγωνιστικά τουριστικά προϊόντα νομού Πρέβεζας, Παράρτημα 8: Το παράδειγμα της Δαδιάς).



- Τα Δίκτυα Διανομής: Ποιοί είναι; Ποιές είναι οι πολιτικές τους; Στην περίπτωσή μας, δεν υπάρχουν δίκτυα διανομής, γιατί η υπηρεσία που θα προσφέρουμε δεν χρειάζεται διανομή και η διαδικασία της πώλησης είναι απλή.



- Τους Αγοραστές / Καταναλωτές: Ποιες είναι οι συνήθειες των καταναλωτών σχετικά με την υπηρεσία (οικοτουρισμός) που θα προσφέρουμε; Μπορούμε να προβλέψουμε πιθανές αλλαγές στις συνήθειές τους αυτές; (Παράρτημα 3α: Η μαύρη λίστα του τουρισμού).

Στο πλαίσιο της εργασίας μας, η έρευνα αγοράς είναι πολύ δύσκολο να γίνει γιατί χρειάζεται πολύς χρόνος και διάφορα μέσα για να αποκτήσουμε όλες τις παραπάνω πληροφορίες. Τα λίγα στοιχεία που αναφέραμε στα Παραρτήματα παραπάνω προήλθαν από έρευνά μας στο internet.

Εναλλακτικά, μπορεί να χρησιμοποιηθεί η ανάλυση SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) ή ανάλυση ΔΑΕΑ (Δυνάμεις, Αδυναμίες, Ευκαιρίες, Απειλές). Η Ανάλυση ΔΑΕΑ είναι ένα πλάνο που αποτυπώνει:

- Δυνάμεις και Αδυναμίες της επιχείρησής μας.
  - Δυνάμεις: π.χ. μοναδικό φυσικό και πολιτισμικό περιβάλλον.
  - Αδυναμίες: π.χ. έλλειψη κεφαλαίων.
- Ευκαιρίες και Κίνδυνοι που προκύπτουν από το περιβάλλον.
  - Ευκαιρίες: π.χ. νέες αγορές (πελάτες που ψάχνουν εναλλακτικές μορφές τουρισμού), εντός και εκτός Ελλάδας.
  - Κίνδυνοι: π.χ. κάμψη της οικονομίας, αυξημένος ανταγωνισμός.

Με βάση τα παραπάνω, μπορούμε να συνδυάσουμε τις δυνατότητές μας με τις ευκαιρίες που υπάρχουν ώστε να πετύχουμε τους στόχους μας και παράλληλα να αποφύγουμε τις απειλές και να εξουδετερώσουμε τις αδυναμίες μας.

Σχεδιασμός προϊόντος ή υπηρεσίας

Η ξενοδοχειακή μονάδα που θα κατασκευάσουμε δεν θα είναι ένα μεγάλο ξενοδοχείο (για να σεβαστούμε τις αρχές του οικοτουρισμού), αλλά 10 μικρά πέτρινα bungalows (δίκλινα ή τρίκλινα), χτισμένα σε ένα οικόπεδο που θα αγοράσουμε. Η ονομασία του θα είναι **"Enjoy Έβρος"**, γιατί θα απευθύνεται μέσω της ιστοσελίδας μας και σε ξένους επισκέπτες.

Για να προάγουμε τον πολιτισμό και την παράδοση της περιοχής μας, θα διαμορφώσουμε ένα κτίριο ως μουσείο, μέσα στο οποίο θα έχουμε διάφορα είδη χειροτεχνίας και λαϊκής παράδοσης (παλιά εργαλεία και μαγειρικά σκεύη, παραδοσιακές στολές, μουσικά όργανα). Στον ίδιο χώρο θα έχουμε μία αίθουσα με οπτικοακουστικό υλικό (προβολές video με υλικό από την περιοχή κ.ά.) και ένα χώρο στον οποίο θα πουλάμε διάφορα αναμνηστικά (αντικείμενα με το χάρτη του Έβρου, καρτ ποστάλ του Έβρου και των αξιοθεάτων του). Ακόμη, θα υπάρχει και μία αίθουσα τέχνης (έκθεση ζωγραφικής, φωτογραφίας κ.ά.). Η είσοδος στο μουσείο θα είναι ελεύθερη για τους πελάτες, δωρεάν για τους μαθητές και 2 € για τους υπόλοιπους ενήλικες.

Το υπόλοιπο οικόπεδο θα το διαμορφώσουμε κατάλληλα με κήπους, πέτρινα δρομάκια, ένα μικρό σιντριβάνι και παιδότοπο. Στα όρια του οικοπέδου θα φυτέψουμε θάμνους ή δέντρα.

Δραστηριότητες που θα παρέχουμε στους πελάτες μας:

- ✓ Δραστηριότητες με το νερό (βαρκάδες, ξεναγήσεις κ.ά.).
- ✓ Αθλητικές δραστηριότητες (ποδηλασία, τοξοβολία, τρέξιμο, βάδισμα κ.ά.).
- ✓ Ξεναγήσεις στα πολιτιστικά μνημεία του τόπου μας (Παναγία Κοσμοσώτηρα, Υδραγωγείο, Αρχαίος Δορίσκος, Τραϊανούπολη, Αγία Παρασκευή κ.ά.)

- ✓ Οργάνωση εκδρομών αναψυχής στις γύρω περιοχές (κυρίως στο Δέλτα του Έβρου με το σπάνιο οικοσύστημά του (Παράρτημα 12), αλλά και σε άλλα μέρη, όπως π.χ. στη Δαδιά για παρατήρηση των αρπακτικών πουλιών με κιάλια και στο Τυχερό για ξεκούραση δίπλα στην τεχνητή λίμνη).
- ✓ Θερινές δραστηριότητες, όπως μουσικές συναυλίες ή παραστάσεις (σε συνεργασία με το Δήμο, στο Αμφιθέατρο των Φερών).

Τιμολόγηση προϊόντος ή υπηρεσίας

Ο ορισμός της τιμής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας δεν είναι καθόλου εύκολη υπόθεση γιατί είναι συνάρτηση πολλών και σύνθετων παραγόντων. Ορισμένοι από αυτούς τους παράγοντες αναφέρονται παρακάτω:

- ❖ *Στόχοι και εσωτερικοί παράγοντες της επιχείρησης*. Αυτοί είναι το κόστος της επιχείρησης (αρχική επένδυση, λειτουργικά έξοδα κ.ά.), το ποσοστό κέρδους που θέλουμε να έχουμε, την "εικόνα" που θέλουμε να δώσουμε για την επιχείρηση (ακριβή, φτηνή, προσιτή κ.ά.).
- ❖ *Ανταγωνισμός*. Οι τιμές που προσφέρουν άλλες παρόμοιες ή μη επιχειρήσεις, η διαφοροποίηση που θέλουμε να έχουμε σε σχέση με τους ανταγωνιστές (να προσφέρουμε διαφορετικές υπηρεσίες, άρα να έχουμε και διαφορετικές τιμές), πιθανές συμφωνίες με ανταγωνιστές για παροχή "πακέτου" υπηρεσιών (π.χ. διαμονή 2 ημέρες στους ξενώνες μας και 2 ημέρες στη Δαδιά).
- ❖ *Πελάτες*. Η ζήτηση που δημιουργείται για την υπηρεσία που προσφέρουμε (αυξημένη ή μειωμένη).
- ❖ *Γενικότερο περιβάλλον*. Η οικονομική κατάσταση της χώρας (άρα και των κατοίκων της), η πολιτική σχετικά με τον τουρισμό (ευνοείται ή όχι ο εναλλακτικός τουρισμός;).

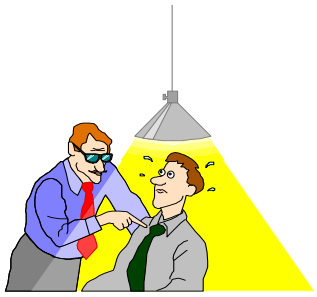
Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, καθορίζουμε την τιμή της υπηρεσίας μας στα 85 € για διαμονή σε δίκλινο ξενώνα για ένα βράδυ. Η τιμή διαμορφώνεται στα 80 € ανά διανυκτέρευση για δύο βράδια και στα 75 € ανά διανυκτέρευση για παραπάνω από τρία βράδια.

Πωλήσεις και διανομή προϊόντος ή υπηρεσίας

Η διανομή αφορά εκείνες τις ενέργειες (μεταφορά, αποθήκευση κ.ά.) που γίνονται ώστε να φτάσει το προϊόν από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Στη συγκεκριμένη περίπτωση που έχουμε να κάνουμε με μία υπηρεσία, η διανομή δεν έχει ιδιαίτερο ρόλο. Μπορούμε επιγραμματικά να πούμε ότι για την παροχή της υπηρεσίας μας θα γίνεται απευθείας συναλλαγή (άμεσο κανάλι) με τον πελάτη στο χώρο της επιχείρησής μας, αλλά και έμμεση (μέσω τηλεφώνου, fax, internet).

Προώθηση και διαφήμιση προϊόντος ή υπηρεσίας

Είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων (διαφήμιση, εκθέσεις, προσωπική πώληση, προώθηση πωλήσεων, εκπτώσεις, δημόσιες σχέσεις κ.ά.) που έχουν σκοπό να πληροφορήσουν τον πελάτη / καταναλωτή για το προϊόν ή την υπηρεσία μας και να του επηρεάσουν τη στάση και τη συμπεριφορά ώστε να θέλει να το / την αποκτήσει.



Η επιλογή των δραστηριοτήτων που θα χρησιμοποιήσουμε για το σκοπό αυτό εξαρτάται κυρίως:

- ✓ από το προϊόν ή την υπηρεσία,
- ✓ από τους πελάτες στους οποίους θα απευθυνθούμε (αγορά – στόχος) και
- ✓ από τα μέσα (κυρίως χρήματα) που διαθέτουμε.

Η απόφασή μας, η οποία βασίστηκε στα παραπάνω κριτήρια επιλογής, ήταν να χρησιμοποιήσουμε (για την προώθηση της υπηρεσίας μας) τα εξής μέσα:

- τηλεοπτική διαφήμιση (Παράρτημα 9),
- ραδιοφωνική διαφήμιση (Παράρτημα 10),
- καταχώρηση διαφημιστικής αφίσας στον τύπο (Παράρτημα 11),

- ανάπτυξη επικοινωνίας από στόμα σε στόμα,
- infokiosk,
- internet.

Με τα παραπάνω μέσα, θα καλύψουμε μεγάλο μέρος του κοινού – στόχου που θέλουμε και με μεγάλη συχνότητα και ποιότητα μετάδοσης.

Infokiosk[*]: Infokiosk ή Σταθμός Πληροφόρησης είναι ένας ειδικά κατασκευασμένος υπαίθριος ή μη κλωβός ο οποίος μέσω ενός υπολογιστικού συστήματος και κατάλληλου λογισμικού που διαθέτει, παρέχει στον πολίτη - χρήστη του επιλεγμένες πληροφορίες σε ηλεκτρονική μορφή με χρήση τεχνολογίας πολυμέσων (multimedia).

Τα infokiosk μπορούν να εγκατασταθούν σε επίκαιρα σημεία ενός Δήμου και να λειτουργήσουν είτε σαν αυτόνομοι σταθμοί είτε διασυνδεδεμένοι μεταξύ τους σε δίκτυο. Επίσης τα infokiosk μπορούν να είναι εξωτερικού ή εσωτερικού χώρου. Η επικοινωνία το συστήματος με τον χρήστη γίνεται με χρήση οθόνης αφής (touchscreen). Για την υποστήριξη πιο εξειδικευμένων εφαρμογών τα infokiosk διαθέτουν επίσης, πληκτρολόγιο και touch pad.

Διάφορα είδη infokiosk

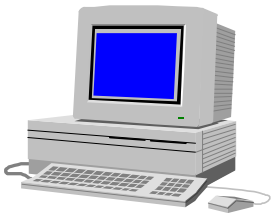
Η επιχείρησή μας θα εγκαταστήσει δύο τέτοια infokiosk, ένα στην Αλεξανδρούπολη και ένα στις Φέρες. Οι πληροφορίες που θα παρέχει (Παράρτημα 12), είναι:

- ✓ τουριστικός οδηγός (κυρίως για το Δέλτα του Έβρου και την περιοχή των Φερών αλλά και στοιχεία για τον υπόλοιπο νομό),

[*] http://larissa.infokiosks.gr/index.php3?menu=6

- ✓ οδηγός διασκέδασης (για τις παραπάνω περιοχές),
- ✓ επαγγελματικός οδηγός (για τους επαγγελματίες της περιοχής),
- ✓ οδηγός αγοράς (για τα καταστήματα και τις επιχειρήσεις της περιοχής),
- ✓ ειδική καταχώρηση της επιχείρησής μας (με video, φωτογραφίες, χάρτες και κάθε είδους πληροφορίες),
- ✓ προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων στο πάνω μέρος κάθε σελίδας (banner), που παροτρύνουν τον χρήστη να επισκεφτεί την καταχώρηση της επιχείρησής μας και
- ✓ εξωτερική διαφήμιση της επιχείρησής μας (το λογότυπο της επιχείρησής μας επάνω στην εξωτερική επιφάνεια του infokiosk).

Internet: Ένας ακόμη τρόπος προβολής της επιχείρησής μας είναι η καταχώρησή της στο internet. Δημιουργήσαμε για το λόγο αυτό την ακόλουθη ηλεκτρονική διεύθυνση: http://lyk-fer.evr.sch.gr



Τα οφέλη που προκύπτουν από τέτοιου είδους καταχωρήσεις είναι πολλά, όπως:

- ✓ μικρό κόστος καταχώρησης,
- ✓ δυνατότητα πρόσβασης της επιχείρησής μας σε όλο τον κόσμο, άρα προβολή χωρίς όρια,
- ✓ δυνατότητα κράτησης δωματίων με εύκολο και ανέξοδο τρόπο, από οποιοδήποτε σημείο της Ελλάδας ή του κόσμου,
- ✓ δυνατότητα μεγαλύτερης προβολής και ενημέρωσης για τον τόπο μας, τον πολιτισμό του και τους κατοίκους του, από ότι θα γινόταν με άλλα μέσα προβολής (π.χ. καταχώρηση στον τύπο ή τηλεοπτική διαφήμιση).

ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Στην επιχείρησή μας, εκτός από εμάς που θα τη διευθύνουμε, θα χρειαστούμε και εξειδικευμένο προσωπικό, όπως:

- 2 άτομα για την υποδοχή
- 1 άτομο για το λογιστήριο και την οικονομική διαχείριση
- 1 μάγειρας ή 1 μαγείρισσα
- 2 σερβιτόρες ή σερβιτόροι
- 2 καμαριέρες

- 1 κηπουρός για τον κήπος και για τις βοηθητικές εργασίες στους εξωτερικούς χώρους (όχι με σύμβαση εργασίας, αλλά με σύμβαση έργου).

Όπως είναι φυσικό, το προσωπικό αυτό (ανθρώπινο δυναμικό ή ανθρώπινοι πόροι) θα πρέπει να το διοικήσουμε και να το διαχειριστούμε σωστά, ώστε και αυτό να είναι ευχαριστημένο και η επιχείρηση να πετύχει τους στόχους της. Για να γίνει όμως αυτό πρέπει να προσπαθήσουμε να "περάσουμε" τη φιλοσοφία μας ("το όραμα" που έχουμε για την επιχείρησή μας και τη συνέπεια με την οποία το εφαρμόζουμε) σε όλο το προσωπικό. Όταν, για παράδειγμα, έχουμε ως όραμα τη δημιουργία μίας επιχείρησης ή οποία θα αποτελεί πόλο έλξης και ανάδειξης του τόπου μας και της πολιτιστικής του κληρονομιάς, τότε πρέπει με το παράδειγμά μας να το περάσουμε αυτό στο προσωπικό. Πρέπει δηλαδή να του αναπτύξουμε τη συνείδηση ότι όλα όσα κάνει (εξυπηρέτηση, φροντίδα, ευγενική συμπεριφορά κ.ά.) θα ωφελήσουν και το ίδιο το άτομο αλλά και την κοινωνία.

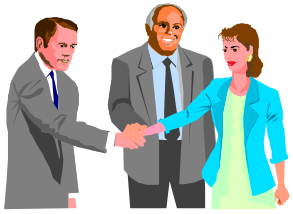
Πως ορίζεται όμως η Διοίκηση Προσωπικού ή Ανθρώπινου Δυναμικού ή Ανθρώπινων Πόρων;

Η Διοίκηση του Ανθρώπινου Δυναμικού αποτελεί μία πολύ σημαντική λειτουργία της επιχείρησης αφού <u>οι άνθρωποι αποτελούν τον πιο σημαντικό και κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας κάθε οργανωμένης ανθρώπινης δραστηριότητας</u>. Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων τις έχει οδηγήσει σε ριζική αναδιοργάνωση και ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού τους, το οποίο <u>αντιμετωπίζουν πλέον ως κεφάλαιο και όχι ως κόστος</u>. Έτσι σήμερα, ο όρος Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων

σημαίνει τη χρησιμοποίηση διαφόρων ενεργειών οι οποίες στοχεύουν στην αποτελεσματική διοίκηση των ανθρώπων μέσα σε ένα εργασιακό χώρο με τέτοιο τρόπο ώστε να ωφεληθεί το άτομο, η επιχείρηση και η κοινωνία.

Στο πλαίσιο της διοίκησης και διαχείρισης του προσωπικού, θα ασχοληθούμε με τις παρακάτω λειτουργίες:

1. Προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού. Πρέπει να προβλέψουμε τις ανάγκες σε προσωπικό, άμεσα αλλά και στο μέλλον, αφού προηγουμένως γνωρίσουμε τις ικανότητες και γνώσεις του υπάρχοντος προσωπικού.
2. Προσλήψεις. Πρέπει να γνωρίζουμε από ποιες πηγές θα βρούμε προσωπικό (π.χ. αγγελίες, ΟΑΕΔ, επαγγελματικοί σύλλογοι κ.ά.), πως θα γίνει η επιλογή του (π.χ. με συνέντευξη, βιογραφικό σημείωμα κ.ά.) και πως θα εντάξουμε το νέο προσωπικό στην επιχείρηση.
3. Εκπαίδευση και ανάπτυξη προσωπικού. Πρέπει να γνωρίζουμε τι μεθόδους πρέπει να εφαρμόσουμε για την εκπαίδευση και ανάπτυξη του προσωπικού μας (π.χ. εναλλαγή θέσεων εργασίας, σεμινάρια, κ.ά.)
4. Αξιολόγηση της επίδοσης των εργαζομένων. Αφορά τις μεθόδους με τις οποίες θα αξιολογήσουμε τους εργαζόμενους (π.χ. με συγκεκριμένα κριτήρια, όπως ευγένεια, εργατικότητα, συνέπεια κ.ά.)
5. Αμοιβή. Αφού εκτιμήσουμε ορισμένους παράγοντες (κόστος ζωής, αμοιβές ανταγωνιστών, οικονομικές δυνατότητες της επιχείρησής μας κ.ά.) πρέπει να εφαρμόσουμε κάποιο σύστημα αμοιβής (π.χ. σταθερός μισθός, bonus παραγωγικότητας κ.ά.)
6. Προστασία εργαζομένων, υγιεινή και ασφάλεια. Πρέπει να φροντίσουμε για την προστασία των εργαζομένων στο χώρο εργασίας, την υγιεινή και την ασφάλειά τους.
7. Εργασιακές σχέσεις. Πρέπει να φροντίσουμε για την ορθή εφαρμογή των συμβάσεων εργασίας και να χτίσουμε ένα κλίμα εμπιστοσύνης και αμοιβαίας συνεργασίας με όλους τους εργαζόμενους.



ΣΧΕΔΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Α) ΠΙΘΑΝΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Στη συνέχεια μας απασχόλησε το ερώτημα: Που θα βρούμε τα κεφάλαια που θα χρειαστούμε για να φτιάξουμε την επιχείρησή μας; Κατά τη συζήτηση προέκυψε ότι υπάρχουν αρκετές εναλλακτικές **πηγές χρηματοδότησης** των επιχειρηματικών σχεδίων νέων επιχειρήσεων, όπως:

- Ο τραπεζικός δανεισμός
- Η χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)
- Τα ίδια κεφάλαια
- Οι επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις από Αναπτυξιακούς Νόμους και Ευρωπαϊκά ή Εθνικά Προγράμματα
- Τα κεφάλαια επιχειρηματικών κινδύνων (Venture Capital)
- Οι Business Angels
- Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων

Ήδη, από το μάθημα "Αρχές Οικονομίας", γνωρίζαμε ότι δύο βασικές πηγές άντλησης κεφαλαίων για κάθε επιχείρηση, αποτελούν ο **τραπεζικός δανεισμός** και το **leasing**.

Τα ίδια κεφάλαια είναι αυτά που προέρχονται από τον επιχειρηματία, είναι δηλαδή τα δικά του κεφάλαια.

Οι **επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις** δίνονται στο πλαίσιο αναπτυξιακών νόμων ή Εθνικών ή Ευρωπαϊκών προγραμμάτων (όπως είναι το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης και τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα) και έχουν στόχο την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.

Οι επιδοτήσεις /επιχορηγήσεις αφορούν είτε: α) στη δωρεάν συνεισφορά στο αρχικό κόστος της επένδυσης, β) στην κάλυψη μέρους του χρηματοοικονομικού κόστους της επιχείρησης (π.χ. επιδότηση επιτοκίου), γ) σε φορολογικές ελαφρύνσεις.

Αξίζει να αναφερθεί ότι τα βασικά κριτήρια επιλογής της επιχείρησης για χρηματοδότηση μέσω των επιδοτήσεων ή επιχορηγήσεων από τα διάφορα προγράμματα, είναι κοινωνικοοικονομικά, όπως για παράδειγμα η συμβολή της

επιχείρησης στην αύξηση της απασχόλησης ή στην ανάπτυξη του φυσικού περιβάλλοντος κά.

Τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου (Venture Capital), είναι κεφάλαια που προσφέρονται από επενδυτές σε νέες εξελισσόμενες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα υπάρχουν ιδιωτικές εταιρείες που διαχειρίζονται κεφάλαια (venture capital) τα οποία προέρχονται από διάφορες πηγές όπως τραπεζικά κεφάλαια, ασφαλιστικά ταμεία, περιουσία ιδρυμάτων άλλων οργανισμών, ξένους επενδυτές κλπ.

Οι ιδιωτικές εταιρείες που διαχειρίζονται τα κεφάλαια επιχειρηματικών κινδύνων αγοράζουν μέρος της επιχείρησης που χρηματοδοτούν. Συμμετέχουν στο σχεδιασμό των προϊόντων της επιχείρησης. Αναλαμβάνουν υψηλά ρίσκα με τη χρηματοδότηση της νέας επιχείρησης, αλλά αναμένουν και ιδιαίτερα υψηλές αποδόσεις από τη χρηματοδότηση αυτή.

Με τον όρο **Business Angels** εννοούμε ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι διαθέτουν κεφάλαια και επαγγελματική εμπειρία σε ένα συγκεκριμένο χώρο τα οποία και διαθέτουν σε νέους επιχειρηματίες με την μορφή μακροπρόθεσμης επένδυσης. Στην Ελλάδα αυτός ο τρόπος χρηματοδότησης δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος και συνήθως περιορίζεται σε εύρωστους συγγενείς οι οποίοι και χρηματοδοτούν ένα νεότερο μέλος της οικογένειας προκειμένου αυτό να ξεκινήσει την επιχειρηματική του δραστηριότητα. Άλλοι αρκετά διαδεδομένοι τρόποι επαφής μεταξύ business angels και νέων ή μελλοντικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα είναι μέσω θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων, διαγωνισμών επιχειρηματικότητας οι οποίοι απευθύνονται σε φοιτητές και νέους γενικότερα, συνεδρίων - ημερίδων (όπως το ετήσιο διεθνές Venture Capital Forum το οποίο διοργανώνεται από το Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων - ΕΛΚΕ - και το Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας - ΤΑΝΕΟ), κ.λ.π.

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων (Business incubators) λειτουργούν ως δομές στέγασης νέο-ιδρυθέντων εταιρειών και παίζουν το ρόλο του καταλύτη κατά τη διαδικασία σύστασης και ανάπτυξής τους. Ο ρόλος τους είναι να αναλαμβάνουν νέες, καινοτόμες εταιρείες (incubattes), τις οποίες βοηθούν να επιβιώσουν και να

αναπτυχθούν κατά το αρχικό στάδιο λειτουργίας τους, όταν είναι περισσότερο ευάλωτες. Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων παρέχουν:

- ✓ Χρηματοδότηση με αρχικό κεφάλαιο
- ✓ Χώρο στην θερμοκοιτίδα, κάτω από συνθήκες ευέλικτες και οικονομικά προσιτές με δυνατότητα επέκτασης.
- ✓ Κοινές υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης γραμματειακής υποστήριξης και από κοινού χρήσης του εξοπλισμού γραφείου.
- ✓ Προγραμματισμένες επαφές με σημαντικές επιχειρήσεις τεχνικής υποστήριξης Υπηρεσίες δικτύωσης (εταιρικές σχέσεις, αλληλεπίδραση και ανταλλαγή ιδεών).

Κύριος στόχος του προγράμματος της θερμοκοιτίδας είναι η δημιουργία επιτυχημένων επιχειρήσεων, που κατά την αποχώρησή τους από την θερμοκοιτίδα θα είναι οικονομικά βιώσιμες και αυτοδύναμες. Τα προγράμματα αυτά συμβάλλουν στη διαφοροποίηση των οικονομιών, στην εμπορευματοποίηση των τεχνολογιών, στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην παραγωγή πλούτου.

Β) ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΡΓΟΥ

Αφού μάθαμε τους πιθανούς τρόπου χρηματοδότησης, έπρεπε να υπολογίσουμε το ύψος της αρχικής επένδυσης. Γνωρίζοντας πόσο θα μας κόστιζε όλο το έργο, θα επιλέγαμε και τους τρόπους χρηματοδότησης που θα μας βόλευαν καλύτερα.

Κάνοντας έναν προϋπολογισμό έναρξης (δηλαδή τι θα χρειαζόμασταν για να ξεκινήσουμε την επιχείρηση) καταλήξαμε στον παρακάτω πίνακα:

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΝΑΡΞΗΣ	
ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	ΠΟΣΑ
Δαπάνες άδειας, επιβλέψεων, μελετών κ.ά.	5.000
Διαμόρφωση περιβάλλοντος χώρου	20.000
Ανέγερση κτιριακών εγκαταστάσεων	180.000
Δαπάνες αγοράς μεταφορικών μέσων	14.000
Ξενοδοχειακός και λοιπός εξοπλισμός	30.000
Δαπάνες βελτίωσης προσπελασιμότητας	6.000
Σύνολο	**255.000**

Στη συνέχεια, κάναμε έναν προϋπολογισμό εσόδων – εξόδων για τα πρώτα 3 έτη λειτουργίας της επιχείρησης και καταλήξαμε στον παρακάτω πίνακα:

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 3ΕΤΟΥΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ			
	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος
Κύκλος εργασιών (τζίρος)	**146.593**	**201.188**	**238.710**
Σταθερές Δαπάνες			
Μισθοδοσία	72.800	94.500	113.400
Έξοδα Ίδρυσης και Λειτουργίας	1.000	1.000	1.000
Αγορά οικοπέδου	10.000	10.000	10.000
Leasing για εξοπλισμό και μεταφορικά μέσα	20.000	20.000	20.000
Ασφάλεια κτιρίων	800	800	800
Διαφήμιση	5.000	5.000	5.000
Σύνολο Σταθερών Δαπανών	109.600	131.300	150.200
Μεταβλητές Δαπάνες			
Έξοδα λειτουργίας (νερό, ρεύμα, κ.ά.)	5.800	6.200	6.600
Έξοδα μεταφορικών μέσων	1.200	1.500	1.800
Άλλα λειτουργικά έξοδα (καθαριστικά, τρόφιμα κ.ά.)	5.000	6.000	7.000
Σύνολο Μεταβλητών Δαπανών	12.000	13.700	15.400
Σύνολο Δαπανών	**121.600**	**145.000**	**165.600**
Μικτά Κέρδη	**24.993**	**56.188**	**73.110**

Οι πίνακες και ο τρόπος υπολογισμών ορισμένων στοιχείων τους παρουσιάζονται στο Παράρτημα 13.

Γ) ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΡΟΠΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Για τη χρηματοδότηση της επιχείρησής μας θα επιλέξουμε:

1. **Επιδότηση / ενίσχυση** από το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, μέσω του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος (ΠΕΠ 2000-2006) Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης. Συγκεκριμένα, το Μέτρο 1.12 αφορά τη στήριξη τουριστικών και τοπικών δραστηριοτήτων. Το μέγιστο ύψος της ενίσχυσης φτάνει το 60% των επιλέξιμων δαπανών*, δηλαδή των δαπανών

* ΠΕΠ 2000-2006, Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης, Άξονας Προτεραιότητας 1: Ανάπτυξη Υπαίθρου, Μέτρο 1.12, Παράγραφος 2.5, σελίδα 8.

που προβλέπονται από το πρόγραμμα (Παράρτημα 14) και η ιδία συμμετοχή (τα ίδια κεφάλαια) πρέπει να αποτελεί τουλάχιστον το 20%. Με βάση λοιπόν τον προϋπολογισμό έναρξης, το σύνολο των επιλέξιμων δαπανών είναι 255.000 €, από τα οποία το 60% που επιδοτούνται από το πρόγραμμα είναι 153.000 €.

2. **Ίδια κεφάλαια**. Οι συνέταιροι που θα συμμετέχουμε θα πρέπει να καλύψουμε το λιγότερο 20% των επιλέξιμων δαπανών, δηλαδή 51.000 €. Τελικά αποφασίσαμε να βάλουμε συνολικά 58.000 € από δικά μας κεφάλαια.

3. **Leasing**. Το υπόλοιπο των επιλέξιμων δαπανών που πρέπει να συμπληρωθεί είναι 255.000 – 153.000 – 58.000 = 44.000 €, δηλαδή τα έξοδα για την αγορά ξενοδοχειακού εξοπλισμού και μεταφορικών μέσων. Αποφασίσαμε να τα καλύψουμε με τριετές leasing, η οποία είναι ευέλικτη χρηματοδοτική μέθοδος γιατί μας δίνει το δικαίωμα αντικατάστασης σε τρία χρόνια του παραπάνω εξοπλισμού και μεταφορικών μέσων και επιπλέον μας ωφελεί και φορολογικά, όπως έχει ήδη προαναφερθεί.

Συνοπτικά, τα παραπάνω παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα:

ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	**ΜΕΘΟΔΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**
255.000 € (<u>Επιλέξιμες δαπάνες</u>, δηλαδή αυτές οι οποίες επιδοτούνται από το ΠΕΠ)	1. <u>Επιδότηση από ΠΕΠ</u> : 153.000 € (60% Χ 255.000) 2. <u>Leasing</u> : 44.000 € (Αγορά εξοπλισμού και μεταφορικών μέσων) 3. <u>Ίδια κεφάλαια</u> : 58.000 € (τουλάχιστον το 20% των επιλέξιμων δαπανών, δηλαδή 20% Χ 255.000 = 51.000 €)

Παρατηρούμε, με βάση τον πίνακα προϋπολογισμού τριετούς λειτουργίας, ότι η επιχείρηση θα έχει συνεχώς αυξανόμενα κέρδη τα τρία πρώτα χρόνια λειτουργίας της και πολύ σύντομα (μετά τα δύο χρόνια) θα επιστρέψει τα 58.000 € που θα επενδύσουμε. Από το σημείο αυτό και μετά θα μας φέρνει καθαρά κέρδη.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1. Η επιχειρηματικότητα προσφέρει πολλά και στον υποψήφιο επιχειρηματία αλλά και στο κοινωνικό σύνολο.
2. Χρειάζονται διαφόρων ειδών χαρακτηριστικά στον υποψήφιο επιχειρηματία (εργατικότητα, καινοτομία, διοικητική και οργανωτική ικανότητα).
3. Η επιχειρηματική ιδέα πρέπει να είναι καινοτομική (κάτι νέο ή κάτι διαφορετικό) για να έχει πολλές πιθανότητες επιτυχίας.
4. Η διαδικασία ίδρυσης είναι πολύ κουραστική, χρονοβόρα και αποθαρρύνει τον υποψήφιο επιχειρηματία.
5. Χρειάζεται οργανωμένο Επιχειρηματικό Σχέδιο για εξασφάλιση επιτυχίας της επιχείρησης.
6. Η έρευνα αγοράς είναι σημαντική γιατί αποκαλύπτει ευκαιρίες για επιτυχία της επιχείρησης αλλά και απειλές για την ύπαρξη και ανάπτυξή της.
7. Στην προώθηση, πρέπει να χρησιμοποιούνται τα κατάλληλα μέσα (διαφήμιση, επικοινωνία από στόμα σε στόμα, τύπος) με τον καλύτερο και πιο καινοτομικό τρόπο.
8. Ο άνθρωπος είναι το σημαντικότερο στοιχείο σε κάθε επιχείρηση και η σωστή αξιοποίησή του αποτελεί έναν από πιο σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας.
9. Η εξεύρεση των χρημάτων που απαιτούνται για τη δημιουργία της επιχείρησης είναι επίσης πολύ σημαντικός παράγοντας επιτυχίας. Και εδώ, πρέπει να ερευνηθούν όλες οι πιθανές πηγές χρηματοδότησης και να επιλεγεί η καταλληλότερη.
10. Τελικά, φαίνεται πως όσο δύσκολη και να είναι η δημιουργία μίας επιχείρησης, ο επιχειρηματίας που εκτιμά ότι το πιθανό κέρδος θα είναι πολύ μεγαλύτερο από το πιθανό κόστος, θα επιχειρήσει την προσπάθεια, ή με άλλα λόγια, θα αναλάβει το ρίσκο.

ΠΗΓΕΣ

1. Οικονομία – Επιχειρηματικότητα για Ενιαίο Λύκειο και ΤΕΕ, Βιβλίο μαθητή και βιβλίο καθηγητή, ΥΠΕΠΘ – ΠΙ.
2. Διαδικασίες ίδρυσης μικρής και μεσαίας επιχείρησης – Οδηγός ανάπτυξης, ΕΟΜΜΕΧ (www.eommex.gr).
3. Infokisks, http://larissa.infokiosks.gr/index.php3?menu=6
4. Τα 9 κριτήρια του οικοτουρισμού, άρθρο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO).
5. Οι 10 εντολές του οικοτουρισμού, άρθρο της Διεθνούς Οικοτουριστικής Κοινότητας (TIES).
6. Προϋποθέσεις ανάπτυξης του οικοτουρισμού, άρθρο του καθηγητή Αθανάσιου Καραμέρη.
7. Ο οικοτουρισμός στην Ήπειρο, www.preveza.gr/gr/htm/ecotourism/index.asp
8. Τι σημαίνει για όλους μας ο «πράσινος» τουρισμός; Άρθρο του Γεώργιου Αποστολόπουλου, Εφόρου Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Επιχειρήσεων Τουρισμού, http://www.poet.gr/show_article.asp?aid=211&cat=7
9. Επενδύσεις σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, άρθρο του περιβαλλοντολόγου Α. Ιατρού, www.eionet.eu.int/gemet/concept?langcode=el&cp=2527
10. Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης, http://www.hellaskps.gr/Index2.htm
11. Περιφερειακό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα 2000 – 2006 Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης, http://www.remth.gr/index.php?cid=47
12. Ενδοσχολική Επιμόρφωση στις ΤΠΕ. Διδακτική πρόταση για πειραματική διδασκαλία με την χρήση του εργαστηρίου Η/Υ. http://www.esee.gr/el/Emporio/IdrisiEpixeiriseon/Omorrythmi.shtml

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ ΚΑΘΗΓΗΤΗ

1. Ο βασικός στόχος ήταν η γνωριμία και εξοικείωση των παιδιών με τον κόσμο των επιχειρήσεων. Σε αυτό τα βοήθησε η σταδιακή επαφή τους με τις διάφορες φάσεις δημιουργίας και λειτουργίας της επιχείρησης.

2. Τους δόθηκε η ευκαιρία να κατανοήσουν τη σημασία της επιχείρησης για το κοινωνικό σύνολο και την κινητήρια δύναμη που ωθεί τους υποψήφιους επιχειρηματίες να επενδύσουν σε κάποια μορφή επιχείρησης.

3. Δώσαμε ιδιαίτερο βάρος στο Σχέδιο Μάρκετινγκ, καθώς ήταν και το πιο ενδιαφέρον στάδιο για τα παιδιά. Εδώ είχαν την ευκαιρία να εμπλακούν δημιουργικά και να καταστρώσουν μία πρωτότυπη διαφημιστική καμπάνια (τηλεόραση, ραδιόφωνο, τύπος, internet, infokiosk), πράγμα που το χάρηκαν ιδιαίτερα.

4. Επίσης, δώσαμε αρκετό βάρος και στους τομείς της χρηματοδότησης και του ανθρώπινου δυναμικού. Τα παιδιά κατάλαβαν ότι η χρηματοδότηση από πρόβλημα μπορεί να μετατραπεί σε ευκαιρία, αν εκμεταλλευτούμε τις ευκαιρίες που μας προσφέρονται από διάφορα Ευρωπαϊκά και εθνικά προγράμματα. Επιπλέον, κατανόησαν ότι οι ανθρώπινοι πόροι είναι από τους πιο σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας, για αυτό θα πρέπει να τους αξιοποιούμε κατάλληλα.

5. Αντίθετα, δεν δόθηκε βαρύτητα στο «γραφειοκρατικό» μέρος της ίδρυσης, καθώς τα παιδιά το αισθάνθηκαν βαρετό και κουραστικό, ανάφεραν μάλιστα ότι αυτό αποτελεί αντικίνητρο για να γίνει κάποιος επιχειρηματίας.

6. Ακόμη, δεν αναπτύχθηκε όσο θα έπρεπε και η οικοτουριστική διάσταση της επιχείρησης, αφενός λόγω περιορισμένου χρόνου και αφετέρου διότι θέλαμε να εστιάσουμε κυρίως στην επιχειρηματικότητα.

7. Η προγραμματισμένη εκδρομή στο Δέλτα του Έβρου, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της πρότασής μας, δεν έγινε τελικά λόγω της νόσου των πτηνών και της σχετικής απαγόρευσης από το Υπουργείο.

Γιώργος Παπαβασιλείου, Οικονομολόγος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ξεκινώντας μία Επιχείρηση	σελίδα 2
Επιχειρηματικό Σχέδιο	σελίδα 4
Περιγραφή της Επιχείρησης	σελίδα 6
Σχέδιο Μάρκετινγκ	σελίδα 9
Σχέδιο Διοίκησης και Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού	σελίδα 16
Σχέδιο Οικονομικής Διαχείρισης	σελίδα 18
Συμπεράσματα	σελίδα 23
Πηγές	σελίδα 24
Σημειώσεις του καθηγητή	σελίδα 25