

**Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
 Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση**

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ (Ι.Ε.Π.)

**Πράξη: “Επιμόρφωση εκπαιδευτικών/εκπαιδευτών σε θέματα Μαθητείας”
 με κωδικό ΟΠΣ (ΜΙΣ) 5008057, Υποέργο 1: “Υποστηρικτικές ενέργειες για την
 υλοποίηση της Επιμόρφωσης”**

**ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ ΕΝΟΤΗΤΑΣ
 ΘΕ6 - ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**



ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΗΣ: Δρ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΩΤΣΙΟΣ
panagiotiskotsios@gmail.com



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΓΝΩΡΙΜΙΑ

ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ



ΓΝΩΡΙΜΙΑ

Επιμορφωτής: Δρ Παναγιώτης Κώτσιος

- Bachelor of Arts in Economic and Business Policy, University of Portsmouth, UK (2002)
- Master of Science in Management, University of Teesside, UK (2005)
- PhD in Industrial Economics, Macedonia University, Greece (2010)
- Master of Arts in Systematic Philosophy, Aristotle University of Thessaloniki, (2011)
- Ελεύθερος επαγγελματίας οικονομολόγος από το 2006 με αντικείμενα εργασίας: οικονομικές μελέτες, κοστολογήσεις, σχεδιασμός μάρκετινγκ, εκπαίδευση και βιβλία.



ΣΤΟΧΟΙ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ

- Ενίσχυση και υποστήριξη του ενεργού ρόλου των εκπαιδευτών/τριών στο πλαίσιο υλοποίησης του θεσμού της μαθητείας, με την επικαιροποίηση – αναβάθμιση των γνώσεών τους σε θέματα σχετικά με τον θεσμό της μαθητείας.
- Προετοιμασία επιμορφωτών και εκπαιδευτών για εισηγήσεις σε θέματα σχετικά με την επιχειρηματικότητα
- Ανάδειξη του ρόλου της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας και στην απασχόληση
- Επεξήγηση της διαδικασίας επιχειρηματικού σχεδιασμού



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Επιχειρήσεις: Οι επιχειρήσεις είναι παραγωγικές οικονομικές μονάδες που συνδυάζουν και αξιοποιούν τους διαθέσιμους παραγωγικούς συντελεστές μιας οικονομίας (γη, κεφάλαιο και εργασία) προκειμένου να παράξουν προϊόντα και υπηρεσίες και να τα διαθέσουν στους τελικούς καταναλωτές και σε άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς.



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Επιχειρηματικότητα: Ως επιχειρηματικότητα μπορεί να οριστεί το σύνολο των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για τη δημιουργία μιας νέας ή την επέκταση μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης. Περιλαμβάνει τις ακόλουθες περιπτώσεις:

- Την **έναρξη μιας νέας επιχείρησης** (start-up), όπου ένας νέος επιχειρηματίας ή μια ομάδα επιχειρηματιών ξεκινούν μια νέα επιχείρηση.
- Την **ενδοεπιχειρηματικότητα** (intrapreneurship), όπου οι ιδιοκτήτες ή τα στελέχη μιας υπάρχουσας ιδιωτικής, δημόσιας ή μεικτής ιδιοκτησίας επιχείρησης προχωρούν σε κάποια νέα επιχειρηματική δράση.



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Επιχειρηματίας: ο επιχειρηματίας είναι ο ιδιοκτήτης (ή συνιδιοκτήτης) μιας νέας επιχείρησης. Είναι αυτός που αναλαμβάνει την πρωτοβουλία να χρησιμοποιήσει τους διαθέσιμους συντελεστές παραγωγής για να παράξει νέα προϊόντα και υπηρεσίες και να τα προσφέρει στο κοινωνικό σύνολο.

Από την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών ο επιχειρηματίας αποσκοπεί στο να αποκομίσει τα **κέρδη** που χρειάζεται, για να επιβιώσει ως άνθρωπος και ως επιχειρηματίας.



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Κίνητρα Επιχειρηματικότητας: Υπάρχουν ορισμένα ισχυρά κίνητρα για την ενασχόληση με την επιχειρηματικότητα. Κάποια από αυτά είναι τα παρακάτω:

- **Απασχόληση:** ορισμένες φορές και ειδικά σε περιόδους υψηλής ανεργίας, η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια λύση για απασχόληση (επιχειρηματικότητα ανάγκης).
- **Αυτονομία:** ο επιχειρηματίας είναι υπεύθυνος για τις πράξεις του, συνεπώς δεν χρειάζεται να λογοδοτεί για κάθε του ενέργεια σε κάποιον προϊστάμενο.
- **Κέρδος:** η επιχειρηματικότητα μπορεί να προσφέρει πολύ μεγαλύτερες αποδόσεις από ό,τι μια εργασία με σταθερό μισθό.



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

- **Ικανοποίηση:** ο επιχειρηματίας μπορεί να επιλέξει κάποια δουλειά που αγαπάει και συνεπώς να νιώθει ικανοποιημένος από αυτή.
- **Δημιουργικότητα:** ο επιχειρηματίας μπορεί να είναι πιο ελεύθερος και δημιουργικός στην επιχείρησή του.
- **Καταξίωση:** ένας επιτυχημένος επιχειρηματίας απολαμβάνει τον σεβασμό του οικογενειακού και κοινωνικού του περιγυρου.



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Επιχειρηματικότητα και Οικονομική Ανάπτυξη: Η επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλλει καθοριστικά στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, καθώς η δημιουργία νέων επιχειρήσεων έχει πολλαπλά οφέλη στην οικονομία: δίνει ώθηση στην παραγωγικότητα, τονώνει το εμπόριο, δημιουργεί θέσεις εργασίας και αυξάνει τα έσοδα του κράτους.

Πάρα πολλοί συγγραφείς έχουν κατά καιρούς διαπιστώσει, τόσο θεωρητικά όσο και εμπειρικά, τη στενή σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και οικονομικής ανάπτυξης.



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στατιστικά Επιχειρήσεων: Προκειμένου να έχουμε μια καλύτερη εικόνα του ελληνικού επιχειρηματικού τομέα, στη συνέχεια θα υπάρξει μια παρουσίαση στατιστικών δεδομένων για τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα και 2 ακόμη ευρωπαϊκές χώρες παραπλήσιου πληθυσμιακού μεγέθους με την **Ελλάδα** (10,8 εκατομμύρια κάτοικοι σύμφωνα με την απογραφή του 2011). Αυτές είναι η **Σουηδία** (πληθυσμός 9,9 εκ. κάτοικοι) και η **Πορτογαλία** (πληθυσμός 10,3 εκ. κάτοικοι).



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν τις κάτωθι θεματικές ενότητες:

1. Αριθμός επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους
2. Προστιθέμενη αξία ανά τάξη μεγέθους επιχειρήσεων
3. Απασχόληση ανά τάξη μεγέθους επιχειρήσεων



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Τάξεις μεγέθους επιχειρήσεων: Οι τάξεις μεγέθους επιχειρήσεων για τη χώρα μας έχουν οριστεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή με την απόφαση με αριθμό 2003/361/EC (6.5.2003). Αυτές είναι οι εξής:

Πολύ Μικρή Επιχείρηση (micro): Απασχολεί από 1 έως 9 εργαζομένους και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της ή ο ισολογισμός της δεν υπερβαίνει τα 2.000.000€.

Μικρή Επιχείρηση (small): Απασχολεί από 10 ως 49 εργαζομένους και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της ή ο ισολογισμός της δεν υπερβαίνει τα 10.000.000€.



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μεσαία Επιχείρηση (medium): Απασχολεί από 50 ως 249 εργαζομένους και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 50.000.000€ ή ο ετήσιος ισολογισμός της δεν υπερβαίνει τα 43.000.000€.

Μεγάλη Επιχείρηση (large): Απασχολεί περισσότερους από 250 εργαζομένους και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της υπερβαίνει τα 50.000.000€ ή ο ετήσιος ισολογισμός της υπερβαίνει τα 43.000.000€.

Οι 3 πρώτες κατηγορίες ονομάζονται και **Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) – Small Medium Enterprises (SMEs)**.



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

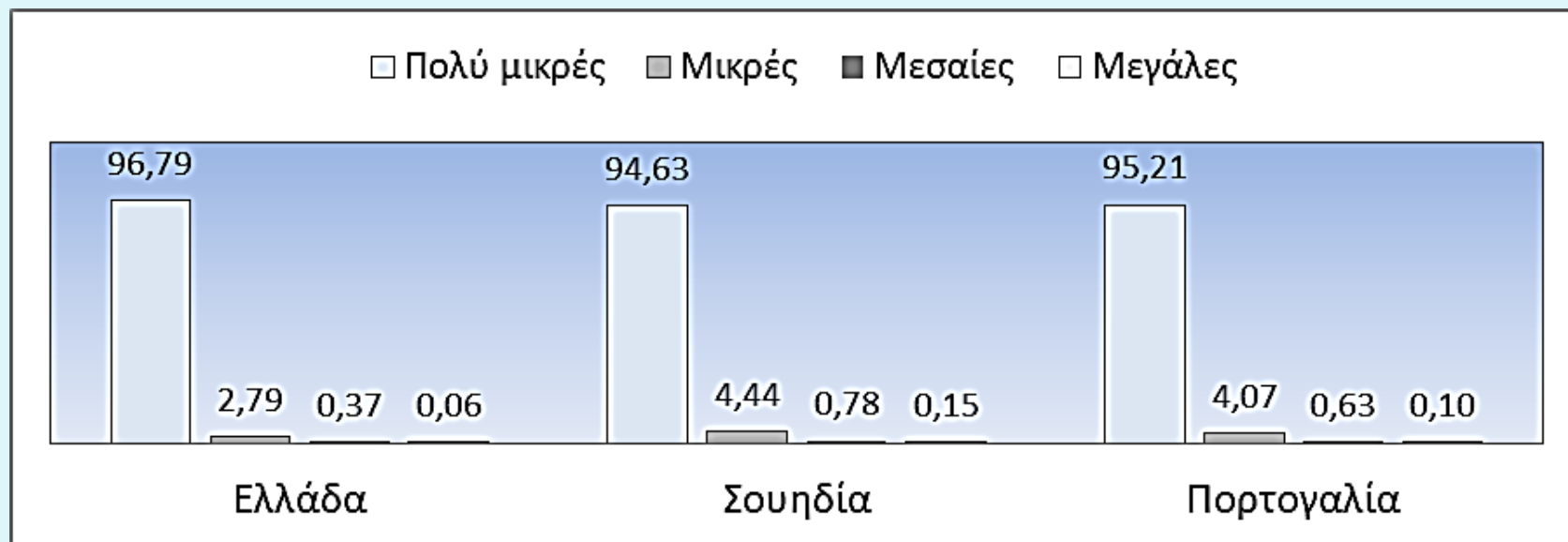
Πίνακας 1: Επιχειρήσεις ανά τάξη μεγέθους (2015)

	Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες	Σύνολο
Ελλάδα	682.132	19.631	2.576	397	704.736
Σουηδία	646.106	30.319	5.351	1.015	682.791
Πορτογαλία	746.474	31.921	4.912	757	784.064



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Γράφημα 1: Επιχειρήσεις ανά τάξη μεγέθους σε ποσοστά % (2015)





ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

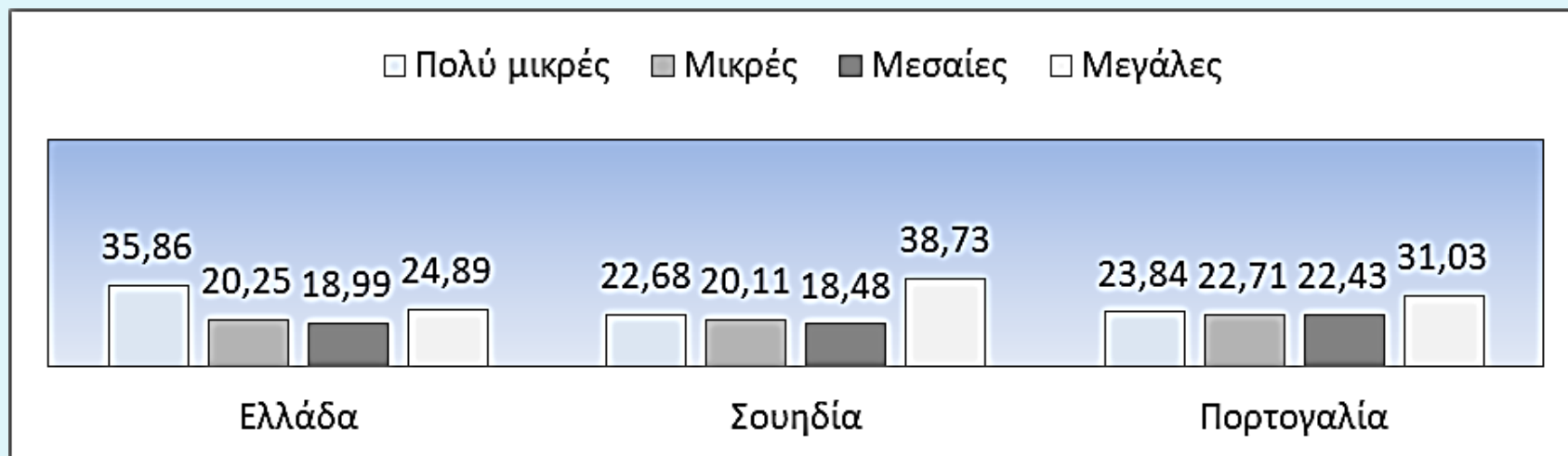
Πίνακας 2: Προστιθέμενη αξία ανά τάξη μεγέθους σε δις € (2015)

	Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες	Σύνολο
Ελλάδα	17,0	9,6	9,0	11,8	47,4
Σουηδία	50,2	44,5	40,9	85,7	221,3
Πορτογαλία	16,9	16,1	15,9	22,0	70,9



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Γράφημα 2: Προστιθέμενη αξία ανά τάξη μεγέθους σε ποσοστά % (2015)





ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

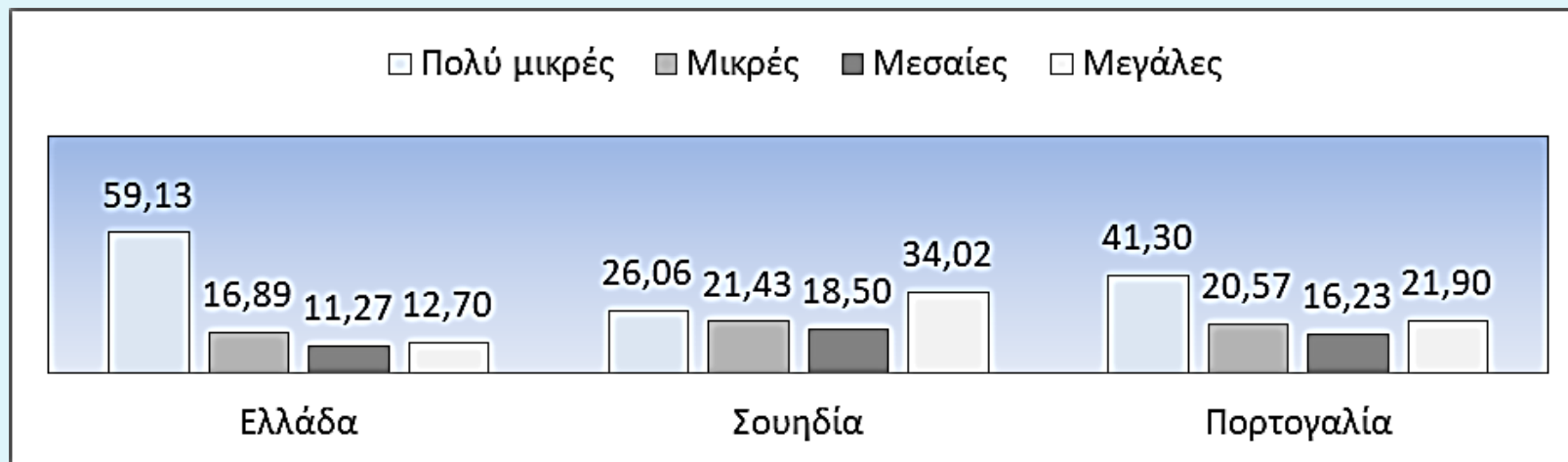
Πίνακας 5: Απασχόληση ανά τάξη μεγέθους σε αριθμό εργαζομένων (2015)

	Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Μεγάλες	Σύνολο
Ελλάδα	1.264.804	361.331	241.105	271.720	2.138.960
Σουηδία	806.354	663.103	572.333	1.052.702	3.094.492
Πορτογαλία	1.218.660	607.090	478.852	646.090	2.950.692



ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Γράφημα 3: Απασχόληση ανά τάξη μεγέθους σε ποσοστά % (2015)





ΕΝΟΤΗΤΑ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το **γενικό συμπέρασμα** που εξάγεται από τα παραπάνω στατιστικά στοιχεία είναι ότι οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα αποτελούν ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της οικονομικής δραστηριότητας, οι περισσότερες από αυτές είναι πολύ μικρές σε μέγεθος και συνεισφέρουν σημαντικά στον τομέα της απασχόλησης.

Σε όρους προστιθέμενης αξίας ο ιδιωτικός τομέας της Ελλάδας είναι αρκετά πίσω από τις 2 χώρες που χρησιμοποιήθηκαν για σύγκριση.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η **σύλληψη ιδεών** για νέες επιχειρήσεις μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους. Ιδέες μπορεί, για παράδειγμα, να προέλθουν: μέσω αναγνώρισης κάποιας ανάγκης της αγοράς,

- μέσω εμπειρίας,
- μέσω σπουδών,
- μέσω έρευνας, μέσω αντιγραφής ιδεών από άλλες χώρες,
- μέσω της δυνατότητας βελτίωσης ή διαφοροποίησης προϊόντων,
- μέσα από ερευνητικές εργασίες,
- μέσω της αγάπης για κάποια απασχόληση
- μέσω επιχειρηματικών προτάσεων από τρίτα πρόσωπα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Υπάρχουν επίσης διάφορες μέθοδοι εντοπισμού επιχειρηματικών ιδεών, όπως ο **καταιγισμός ιδεών**. Σε αυτή τη μέθοδο τίθεται ένα πρόβλημα και ακολουθεί μια καταγραφή όλων των ιδεών για την επίλυσή του. Εφόσον γίνεται ομαδικά, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να υπάρχει ελευθερία έκφρασης απόψεων, αυθορμητισμός και όλες οι απόψεις να καταγράφονται.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Κάποια **βασικά κριτήρια** που πρέπει να πληροί μια καλή επιχειρηματική ιδέα είναι τα εξής:

- ο Να είναι ρεαλιστική (να μπορεί να επιτευχθεί με τις διαθέσιμες γνώσεις και πόρους),
- ο Να ικανοποιεί κάποια ανάγκη της αγοράς,
- ο Να είναι νόμιμη,
- ο Να εξασφαλίζει ικανοποιητικά περιθώρια κέρδους,
- ο Να μην μπορεί να αντιγραφεί εύκολα από ανταγωνιστές,
- ο Να είναι αντικείμενο που ο υποψήφιος επιχειρηματίας αγαπά και είναι πρόθυμος να αφιερώσει μεγάλο χρονικό διάστημα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Κάποιες ακόμα **σημαντικές παράμετροι** που πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι οι εξής:

- ο Οι επιχειρηματικές ιδέες πρέπει να εκτιμηθούν βάσει των επενδύσεων που χρειάζονται για να μετατραπούν σε επιχειρήσεις.

- ο Το μέγεθος της αγοράς παίζει σημαντικό ρόλο στη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων.

- ο Η καινοτομία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας μπορεί να εξασφαλίσει αυξημένες πωλήσεις.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η αποτίμηση μιας επιχειρηματικής ιδέας βασίζεται σε στοιχεία τα οποία θα συγκεντρωθούν κατόπιν **έρευνας αγοράς**. Έρευνα αγοράς ονομάζεται κάθε οργανωμένη προσπάθεια συλλογής, επεξεργασίας και ανάλυσης πληροφοριών σχετικών με την αγορά που σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί μια επιχείρηση.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Οι πληροφορίες αυτές προέρχονται από διάφορες **πηγές πληροφόρησης**, οι οποίες συνήθως χωρίζονται σε πρωτογενείς και δευτερογενείς (Armstrong & Kotler, 2015). **Πρωτογενείς** πληροφορίες είναι αυτές που προέρχονται από έρευνες που σχεδιάσε και διεξήγαγε μόνος του ένας επιχειρηματίας, ενώ οι **δευτερογενείς** πληροφορίες προέρχονται από υπάρχουσες πηγές πληροφόρησης.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Στην δευτερογενή έρευνα πληροφορίες μπορούν να αντληθούν από πηγές όπως:

- ο Βιβλία & Περιοδικά
- ο Εφημερίδες
- ο Ιστοσελίδες
- ο Βάσεις στατιστικών δεδομένων
- ο Διπλωματικές εργασίες και διατριβές
- ο Άρθρα σε επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια
- ο Δημοσιευμένες μελέτες
- ο Δελτία τύπου ιδιωτικών και δημόσιων οργανισμών
- ο Νόμους
- ο Λογιστικές καταστάσεις εταιρειών κ.ά.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Στην πρωτογενή έρευνα η επιχείρηση σχεδιάζει μόνη της την έρευνα και συλλέγει πληροφορίες για συγκεκριμένα θέματα που την ενδιαφέρουν.

Αντικείμενα της έρευνας μπορεί να είναι το κόστος, η νομοθεσία, οι διαδικασίες ίδρυσης και αδειοδότησης μιας επιχείρησης, οι προτιμήσεις των καταναλωτών, ο ανταγωνισμός, οι τρόποι διανομής και οι προμηθευτές.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Οι έρευνες, αν γίνουν σε ολόκληρο τον πληθυσμό των παραπάνω ομάδων, ονομάζονται **απογραφή**, ενώ αν γίνουν σε ένα τμήμα του πληθυσμού των ομάδων, ονομάζονται **δειγματοληπτικές**.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Πολλές φορές στην πρωτογενή έρευνα γίνεται χρήση ερωτηματολογίου. Τα **ερωτηματολόγια** πρέπει να είναι σωστά σχεδιασμένα ως προς τον αριθμό και το είδος των ερωτήσεών τους, ώστε να ανταποκρίνονται στους στόχους της έρευνας.

Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων από το δείγμα του πληθυσμού μπορεί να γίνει κατά τη διάρκεια κάποια συνάντησης, ταχυδρομικά, ηλεκτρονικά ή τηλεφωνικά.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Εφόσον τα στοιχεία που συλλέχθηκαν στην αρχική έρευνα αγοράς δείξουν ότι μια επιχειρηματική ιδέα πληροί τα βασικά κριτήρια που αναφέρθηκαν, ο υποψήφιος επιχειρηματίας μπορεί να προχωρήσει στη διαδικασία επιχειρηματικού σχεδιασμού. Ο **επιχειρηματικός σχεδιασμός** συνήθως αποτυπώνεται σε ένα έγγραφο το οποίο ονομάζεται **επιχειρηματικό σχέδιο**.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Κάποιοι **βασικοί λόγοι** για τους οποίους συντάσσεται ένα επιχειρηματικό σχέδιο είναι οι παρακάτω:

- ο Βοηθά τους επιχειρηματίες να αξιολογήσουν αν μια ιδέα αξίζει να υλοποιηθεί επιχειρηματικά ή όχι.
- ο Βοηθά τους επιχειρηματίες να επιλέξουν τις πιο αποδοτικές επιχειρηματικές ιδέες.
- ο Βοηθά στον υπολογισμό τους ύψους της συνολικής επένδυσης και των αναμενόμενων εσόδων και εξόδων.
- ο Διευκολύνει τους υποψήφιους χρηματοδότες και επενδυτές να εκτιμήσουν τη βιωσιμότητα και επιτυχία του εγχειρήματος.
- ο Παρέχει έναν οδηγό για την εξέλιξη της επιχείρησης, την παρακολούθηση της πορείας της και την εφαρμογή διορθωτικών κινήσεων.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Κάθε **επιχειρηματικό σχέδιο** περιλαμβάνει τυποποιημένα μέρη, τα οποία όμως μπορεί να διαφοροποιούνται σε έκταση ή να παραλείπονται ανάλογα με τον κλάδο επιχειρηματικής δραστηριότητας, τον τύπο της επιχείρησης ή τη χρήση για την οποία καταρτίζεται το σχέδιο.



ΕΝΟΤΗΤΑ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ, ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Ένα **επιχειρηματικό σχέδιο** συνήθως περιλαμβάνει:

- μια περιγραφή της επιχείρησης,
- της αγοράς στην οποία θα δραστηριοποιηθεί,
- των προϊόντων/υπηρεσιών που θα προσφέρει,
- του τρόπου λειτουργίας της,
- του ανθρώπινου δυναμικού που θα χρειαστεί,
- της πολιτικής μάρκετινγκ που θα εφαρμόσει και
- μια χρηματοοικονομική ανάλυση του εγχειρήματος.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Μια από τις πρώτες ενέργειες που θα χρειαστεί να κάνει κάποιος που σκοπεύει να ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση, είναι να επιλέξει τη νομική της μορφή.

Η **επιλογή νομικής μορφής** επιχείρησης είναι μια σύνθετη απόφαση κατα την οποία πρέπει να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράγοντες: ο αριθμός των εταίρων, η εμπιστοσύνη μεταξύ τους, η ευθύνη που θέλουν να έχουν, το ύψος της επένδυσης, οι διαδικασίες και το κόστος έναρξης, η κατηγορία λογιστικών βιβλίων, οι κανόνες δημοσιότητας κ.ά.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Οι επιχειρήσεις γενικά διακρίνονται σε **ατομικές** και σε **εταιρικές**. Η ατομική ανήκει σε ένα άτομο, ενώ η εταιρική επιχείρηση ανήκει σε δύο ή περισσότερα άτομα, τους εταίρους, που συνδέονται με ειδική σχέση μεταξύ τους, την εταιρική, που καθορίζεται ανάλογα με το είδος της εταιρείας.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Οι εταιρείες διακρίνονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες, τις **προσωπικές** και τις **κεφαλαιουχικές**. Προσωπικές εταιρείες είναι η Ομόρρυθμη (ΟΕ) και η Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ), ενώ κεφαλαιουχικές εταιρείες είναι η Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ), η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) και η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (ΙΚΕ).

Υπάρχουν, επίσης, οι **κοινωνικές μορφές επιχειρήσεων**, όπως οι συνεταιρισμοί και οι ΚΟΙΝΣΕΠ. Αυτές οι νομικές μορφές θα αναλυθούν παρακάτω.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ατομικές Επιχειρήσεις

Η ατομική επιχείρηση αποτελείται από ένα φυσικό πρόσωπο το οποίο ασκεί τη δραστηριότητά της. Ο επιχειρηματίας είναι ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης και έχει προσωπική ευθύνη για τη λειτουργία της.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ)

Ομόρρυθμη είναι η εταιρεία με νομική προσωπικότητα που επιδιώκει εμπορικό σκοπό και για τα χρέη της οποίας ευθύνονται παράλληλα όλοι οι εταίροι απεριόριστα και εις ολόκληρον.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ)

Ετερόρρυθμη εταιρεία είναι η εταιρεία με νομική προσωπικότητα, που επιδιώκει εμπορικό σκοπό και για τα χρέη της οποίας ένας τουλάχιστον από τους εταίρους ευθύνεται περιορισμένα (ετερόρρυθμος εταίρος), ενώ ένας άλλος τουλάχιστον από τους εταίρους ευθύνεται απεριόριστα (ομόρρυθμος εταίρος).



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)

Μία Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης συστήνεται από τουλάχιστον 2 πρόσωπα, είτε φυσικά είτε νομικά. Η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης είναι κεφαλαιουχική εταιρεία με νομική προσωπικότητα, για τα χρέη της οποίας ευθύνεται μόνο η ίδια με την περιουσία της. Το κεφάλαιο της εταιρείας διαιρείται σε εταιρικά μερίδια.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ)

Η Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.) είναι κεφαλαιουχική εταιρεία, της οποίας το κεφάλαιο είναι διαιρεμένο σε μετοχές. Η ανώνυμη εταιρεία μπορεί να ιδρυθεί από πολλά πρόσωπα ή να καταστεί μονοπρόσωπη. Τα ιδρυτικά μέλη μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Είναι κεφαλαιουχική εταιρεία με νομική προσωπικότητα, για τα χρέη της οποίας ευθύνεται μόνο η ίδια με την περιουσία της.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (ΙΚΕ)

Η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (ΙΚ.Ε) μπορεί να συσταθεί από ένα ή περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Η ΙΚΕ είναι κεφαλαιουχική με νομική προσωπικότητα και είναι εμπορική, ακόμα και αν ο σκοπός της δεν είναι εμπορικός. Ευθύνεται μόνο αυτή με την περιουσία της για τις εταιρικές υποχρεώσεις, με εξαίρεση την ευθύνη που αναλαμβάνει πρωτογενώς ο εταίρος με εγγυητικές εισφορές.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Αστικός Συνεταιρισμός

Ο Αστικός Συνεταιρισμός είναι εκούσια ένωση προσώπων με οικονομικό σκοπό, αποβλέπει με τη συνεργασία των μελών του στην οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική ανάπτυξή τους και στη βελτίωση της ποιότητας ζωής τους. Όσον αφορά το αντικείμενό τους, οι αστικοί συνεταιρισμοί μπορεί να είναι παραγωγικοί, καταναλωτικοί, προμηθευτικοί, πιστωτικοί, μεταφορικοί, τουριστικοί κ.ά. Η ευθύνη των συνεταιριστών περιορίζεται στο ύψος της εισφοράς τους στο κεφάλαιο του συνεταιρισμού.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Αγροτικός Συνεταιρισμός

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός (ΑΣ) είναι μια αυτόνομη ένωση προσώπων, η οποία συγκροτείται εθελοντικά και επιδιώκει, με την αμοιβαία βοήθεια των μελών της, την οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική ανάπτυξή τους, μέσω μιας κοινής και δημοκρατικά διοικούμενης επιχείρησης. Ως ΑΣ θεωρούνται οι Αγροτικοί, Αλιευτικοί, Κτηνοτροφικοί, Πτηνοτροφικοί, Μελισσοκομικοί, Σηροτροφικοί, Αγροτουριστικοί, Αγροβιοτεχνικοί, Οικοτεχνικοί και άλλοι συνεταιρισμοί, οποιουδήποτε κλάδου ή δραστηριότητας της αγροτικής οικονομίας.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (ΚΟΙΝΣΕΠ)

Η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση είναι αστικός συνεταιρισμός κοινωνικού σκοπού με περιορισμένη ευθύνη των μελών του και διαθέτει εκ του νόμου την εμπορική ιδιότητα. Ανάλογα με τον ειδικότερο σκοπό που εξυπηρετούν, οι ΚΟΙΝΣΕΠ διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες: Ένταξης, Κοινωνικής Φροντίδας & Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Πέραν της επιλογής νομικής μορφής επιχείρησης, μια άλλη πολύ σημαντική απόφαση που πρέπει να πάρει η επιχείρηση σχετίζεται με την **επιλογή τοποθεσίας εγκατάστασής της**.

Η επιλογή του χώρου εγκατάστασης αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική απόφαση για κάθε επιχείρηση. Η θέση είναι το στοιχείο που μπορεί να ευνοήσει ή να καταστρέψει μια επιχείρηση.



ΕΝΟΤΗΤΑ 3: ΝΟΜΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Δεν είναι τυχαίο ότι πολλοί επαγγελματίες, ερωτώμενοι για τον πιο σημαντικό παράγοντα για την επιτυχία ή αποτυχία μιας επιχείρησης, απαντούν με τρεις λέξεις: *τοποθεσία, τοποθεσία, τοποθεσία.*

Στην ουσία ο τύπος της επιχείρησης θα καθορίσει και την τοποθεσία.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Οργάνωση Λειτουργίας

Κατα τη φάση σχεδιασμού ο επιχειρηματίας σχεδιάζει τον τρόπο λειτουργίας της νέας επιχείρησης, προκειμένου να πετύχει τον στόχο των πωλήσεων.

Ο τρόπος λειτουργίας διαφοροποιείται ανάλογα με τον τύπο της επιχείρησης: α) τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, β) τις εμπορικές επιχειρήσεις και γ) τις παραγωγικές επιχειρήσεις.

Σημειώνεται, ωστόσο, ότι πολλές φορές τα όρια μεταξύ αυτών των τριών τύπων επιχειρήσεων είναι δυσδιάκριτα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Α) Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών: Η οργάνωση της λειτουργίας των επιχειρήσεων αυτών σχετίζεται με την τήρηση του ωραρίου λειτουργίας και την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών. Η ποιότητα σε αυτή την περίπτωση σχετίζεται με την αποτελεσματική ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη και την καλή εξυπηρέτηση προ, κατά τη διάρκεια και έπειτα από την πώληση.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Β) Εμπορικές επιχειρήσεις: Οι εμπορικές επιχειρήσεις ασχολούνται με την μεταπώληση προϊόντων. Θα μπορούσαν να χωριστούν σε επιχειρήσεις **λιανικού** εμπορίου και **χονδρικού** εμπορίου, όπου οι πρώτες διαθέτουν προϊόντα στους τελικούς καταναλωτές ενώ οι δεύτερες σε άλλες επιχειρήσεις. Πολλές εμπορικές επιχειρήσεις, ωστόσο, δραστηριοποιούνται και στις δύο αγορές.

Η λειτουργία των επιχειρήσεων λιανικής γίνεται στο εμπορικό ωράριο ενώ των επιχειρήσεων χονδρικής είναι συνηθως συνεχόμενο. Η πώληση απαιτεί τη διάθεση ποιοτικών προϊόντων και καλή εξυπηρέτηση των πελατών, προ, κατά τη διάρκεια και έπειτα από την πώληση.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Σημαντικό για τις εμπορικές επιχειρήσεις είναι να προσέχουν τα **επίπεδα αποθεμάτων** τους, ώστε οι πελάτες να μπορούν να βασιστούν σε αυτές για την εύρεση των προϊόντων που χρειάζονται. Αυτό απαιτεί καλή παρακολούθηση των αποθεμάτων και καλή συνεργασία με τους προμηθευτές και τις μεταφορικές εταιρείες.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Γ) **Παραγωγικές επιχειρήσεις:** οι παραγωγικές επιχειρήσεις παράγουν και εμπορεύονται προϊόντα προς άλλες επιχειρήσεις. Για τη διοίκηση και έλεγχο των παραγωγικών επιχειρήσεων έχει αναπτυχθεί ένας ολόκληρος επιστημονικός κλάδος με τον τίτλο **Διοίκηση Παραγωγής**. Η διοίκηση παραγωγής ασχολείται, δηλαδή, με τη διαχείριση της διαδικασίας μετατροπής των διάφορων εισροών (πρώτες ύλες, υλικά συσκευασίας κ.τ.λ.) σε εκροές (τελικά προϊόντα).



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Οι **βασικοί στόχοι** της Διοίκησης Παραγωγής είναι η ποιότητα των προϊόντων, το χαμηλό κόστος, η μείωση της σπατάλης, η ταχύτητα παραγωγής και η ευελιξία, εννοώντας τη δυνατότητα άμεσης αντίδρασης στις αλλαγές των αναγκών του καταναλωτή.

Η διοίκηση παραγωγής ως σύνολο μπορεί να χωριστεί στις κάτωθι γενικές κατηγορίες:

1. Προβλέψεις
2. Προμήθειες
3. Αποθέματα
4. Παραγωγική Διαδικασία
5. Έλεγχος και Διασφάλιση Ποιότητας



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Βασικό μέρος της λειτουργίας της επιχείρησης είναι και η **διοίκηση των ανθρώπινου δυναμικού** που θα απασχολεί. Αυτό είναι το αντικείμενο της επιστήμης της **Διοίκησης Ανθρώπινων Πόρων**, του επιστημονικού κλάδου της Διοίκησης Επιχειρήσεων που ασχολείται με την επιλογή και διοίκηση του εργατικού δυναμικού. Αποτελεί μια σημαντική επιχειρησιακή λειτουργία, αφού το εργατικό δυναμικό αποτελεί έναν από τους πιο κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Οι βασικές λειτουργίες της Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων είναι οι ακόλουθες:

A) **Προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού:** αναγνώριση και καταγραφή αναγκών για ανθρώπινο δυναμικό.

B) **Προσλήψεις:** Οι προσλήψεις περιλαμβάνουν την προσέλκυση, επιλογή και εγκατάσταση του ανθρώπινου δυναμικού μέσα στην επιχείρηση.

Γ) **Κίνητρα:** Τα κίνητρα χρησιμοποιούνται για να παρακινήσουν το ανθρώπινο δυναμικό να εργαστεί προς τους στόχους της επιχείρησης. Τα κίνητρα που χρησιμοποιούνται για την παρακίνηση - παρότρυνση των εργαζομένων μπορούν να χωριστούν σε οικονομικά και μη οικονομικά.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Δ) **Εκπαίδευση & ανάπτυξη:** η συστηματική εκπαίδευση του προσωπικού οδηγεί στην αύξηση της παραγωγικότητας, βελτιώνει την απόδοση των εργαζομένων και συνεισφέρει στη συνολική ανάπτυξη της επιχείρησης.

Ε) **Αξιολόγηση:** η αξιολόγηση αποτελεί ένα μέτρο ελέγχου του βαθμού στον οποίο τα στελέχη έχουν συμβάλει στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί από τη διοίκηση μιας επιχείρησης.

Ζ) **Πειθαρχικά μέτρα:** σε περίπτωση απόκλισης της συμπεριφοράς των εργαζομένων από τα πρότυπα που έχει θέσει η διοίκηση είναι δυνατή η επιβολή πειθαρχικών μέτρων.

Η) **Υγιεινή & Ασφάλεια:** Το ζήτημα της υγιεινής και της ασφάλειας στον χώρο εργασίας είναι κεφαλαιώδους σημασίας στο πλαίσιο της λειτουργίας μιας επιχείρησης.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ένα άλλο βασικό συστατικό μιας επιχείρησης είναι και το **Μάρκετινγκ**. Το Μάρκετινγκ περιλαμβάνει τις ενέργειες που κάνουν οι επιχειρήσεις, προκειμένου να αναγνωρίσουν τις ανάγκες των καταναλωτών, να αναπτύξουν τα κατάλληλα προϊόντα και υπηρεσίες, να τα προωθήσουν και τέλος να τα διανείμουν, ικανοποιώντας με αυτόν τον τρόπο τις ανάγκες του κοινωνικού συνόλου για αγαθά και υπηρεσίες και τις ανάγκες της εταιρείας για κερδοφορία.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η φιλοσοφία και το περιεχόμενο των αποφάσεων και της λειτουργίας του μάρκετινγκ εκφράζεται με τον όρο «μείγμα μάρκετινγκ»: οι μεταβλητές αυτές είναι γνωστές στη βιβλιογραφία ως τα «4Ps», δηλαδή τα Προϊόν (Product), Τιμή (Price), Διανομή ή Διακίνηση (Place) και Προώθηση (Promotion).





ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Α) Προϊόντα και Υπηρεσίες: Προϊόν ή υπηρεσία είναι το σύνολο των υλικών και άυλων χαρακτηριστικών τα οποία έχουν σχεδιαστεί με στόχο να ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών. Τα προϊόντα θεωρούνται υλικά αγαθά, ενώ οι υπηρεσίες άυλα. Μια σημαντική έννοια την οποία πρέπει να λάβει υπόψη μια νέα επιχείρηση είναι αυτή της **διαφοροποίησης προϊόντος.**



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Β) **Διανομή**: η 2η μεταβλητή του μείγματος μάρκετινγκ είναι η διανομή. Η διανομή αφορά τον τρόπο με τον οποίο τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες θα φτάσουν στους πελάτες. Μια επιχείρηση πρέπει να σκεφτεί τα κανάλια διανομής των προϊόντων της, τα οποία παίζουν καθοριστικό ρόλο στην διενέργεια πωλήσεων. Στόχος είναι τα προϊόντα να φτάνουν έγκαιρα και με εύκολο τρόπο στους πελάτες.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Γ) **Τιμή:** Η 3^η μεταβλητή του μείγματος μάρκετινγκ είναι η τιμή. Τιμή είναι η αξία ανταλλαγής ενός αγαθού ή υπηρεσίας σε χρηματικές μονάδες. Η διαμόρφωση της **τιμολογιακής πολιτικής** είναι μια από τις πιο σημαντικές και δύσκολες αποφάσεις που καλείται να λάβει ένας επιχειρηματίας.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ο επιχειρηματίας στην τιμολόγηση πρέπει να λάβει ταυτόχρονα υπόψη μια σειρά από παράγοντες, όπως:

- i. το συνολικό κόστος παραγωγής
- ii. ιίτον ανταγωνισμό
- iii. τους στόχους της επιχείρησης
- iv. την ποσότητα πώλησης
- v. τον τρόπος πληρωμής
- vi. την εποχή του χρόνου
- vii. αν πρόκειται για χονδρική ή λιανική πώληση
- viii. τα χαρακτηριστικά των πελατών κ.ά.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Διαφοροποίηση τιμών γίνεται όταν εταιρείες χρεώνουν διαφορετικές τιμές σε διαφορετικές ομάδες καταναλωτών για το ίδιο ακριβώς προϊόν ή υπηρεσία.

Γι' αυτό και ίσως θα πρέπει να αναφερόμαστε στη διαδικασία χάραξης **τιμολογιακής πολιτικής** μιας επιχείρησης και όχι απλώς στη διαδικασία τιμολόγησης.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Δ) **Προώθηση**: Η τελευταία (4η) μεταβλητή του μείγματος μάρκετινγκ είναι η προώθηση. Η προώθηση φέρνει σε επαφή πωλητές και αγοραστές. Η αποτελεσματική προώθηση στοχεύει αφενός στην πληροφόρηση των καταναλωτών σχετικά με κάποιο προϊόν ή υπηρεσία, αφετέρου στο να πείσει τους καταναλωτές ότι αυτό το προϊόν ή αυτή η υπηρεσία είναι η καλύτερη εναλλακτική επιλογή για την ικανοποίηση των αναγκών τους.



ΕΝΟΤΗΤΑ 4: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η προώθηση, για να ανταποκριθεί στους στόχους της, χρησιμοποιεί διάφορα εργαλεία και δράσεις που αποτελούν το **μείγμα προώθησης**. Το μείγμα προώθησης μπορεί να περιλαμβάνει δράσεις όπως η διαφήμιση, οι προσωπικές πωλήσεις, οι δημόσιες σχέσεις κ.ά.

Ο αριθμός και ο τύπος των ενεργειών προώθησης πωλήσεων ποικίλλει ανάλογα με το είδος των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προωθούνται, την **ομάδα-στόχο** που απευθύνονται, τις συνθήκες της αγοράς και τα διαθέσιμα οικονομικά μέσα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η **χρηματοοικονομική ανάλυση** των επιχειρήσεων είναι αναπόσπαστο κομμάτι του επιχειρηματικού σχεδιασμού των νέων και της διοίκησης των υφιστάμενων επιχειρήσεων.

Ως διαδικασία καταγράφει τα κόστη της επιχείρησης, καθορίζει τα περιθώρια κέρδους, αποφασίζει τιμολογιακές πολιτικές, μετρά τις πωλήσεις και υπολογίζει τα οικονομικά αποτελέσματα σε όρους κέρδους ή ζημίας για κάθε χρονική περίοδο.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Μέσω της χρηματοοικονομικής ανάλυσης μια επιχείρηση θέτει στόχους, χαράσσει πολιτικές, μετρά τον βαθμό επίτευξής τους και τα αποτελέσματά τους.

Βασικό τμήμα της χρηματοοικονομικής διοίκησης, επίσης, είναι η μέτρηση της **απόδοσης** των διάφορων επενδύσεων μέσα στον χρόνο.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Κοστολόγηση είναι η διαδικασία μέτρησης του κόστους παραγωγής ή εμπορίας ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.

Αν θέλαμε να ορίσουμε την έννοια **κόστος**, θα λέγαμε ότι είναι η διάθεση ή επένδυση χρημάτων από μια επιχείρηση για την απόκτηση υλικών ή άυλων αγαθών και υπηρεσιών με σκοπό τη χρησιμοποίησή τους για την παραγωγή προϊόντων και την πραγματοποίηση εσόδων από πωλήσεις.

Η διαφορά μεταξύ του κόστους παραγωγής ανά προϊόν ή υπηρεσία και της τιμής πώλησής του ονομάζεται **περιθώριο κέρδους**.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Το **Κόστος Έναρξης** περιλαμβάνει όλες τις δαπάνες που πρέπει να γίνουν για να ξεκινήσει μια επιχείρηση. Αλλιώς μπορούμε να πούμε ότι είναι η συνολική απαιτούμενη επένδυση για την έναρξη της επιχείρησης.

Δεν περιλαμβάνει πάγια έξοδα, όπως δόσεις δανείου, ενοίκια, μισθοδοσία κ.τ.λ., διότι αυτές οι δαπάνες ξεκινούν, αφού ξεκινήσει η λειτουργία της, εμπίπτουν δηλαδή στο κόστος λειτουργίας που θα εξεταστεί αργότερα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Οι **κατηγορίες** και το **ύψος των δαπανών** που περιλαμβάνει το κόστος έναρξης εξαρτάται από τον τύπο της επιχείρησης. Οι δαπάνες που πρέπει να γίνουν, για παράδειγμα, για την έναρξη ενός ξενοδοχείου, είναι περισσότερες και μεγαλύτερες από αυτές που απαιτούνται για μια διαδικτυακή επιχείρηση παροχής τουριστικών υπηρεσιών.

Σημαντικό ρόλο παίζει, επίσης, το αν η εταιρεία θα χτίσει δικές τις εγκαταστάσεις ή θα νοικιάσει και θα προσαρμόσει κάποιον υπάρχοντα χώρο.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Κεφάλαιο Κίνησης είναι τα χρήματα (ή τη ρευστότητα) που πρέπει να έχει στη διάθεσή της η επιχείρηση, προκειμένου να μπορέσει να ξεκινήσει και να συνεχίσει τη λειτουργία της, όπως:

- Χρήματα για προμήθειες
- Χρήματα για μισθούς
- Χρήματα για καύσιμα κ.ά.

Αυτά τα κεφάλαια απαιτούνται λόγω του ότι κατά τους πρώτους μήνες λειτουργίας της η επιχείρηση πιθανόν να μην έχει έσοδα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Η **Κατασκευαστική Περίοδος** είναι ο χρόνος που απαιτείται από την ημερομηνία έναρξης των εργασιών προετοιμασίας της επιχείρησης ως την ημερομηνία ολοκλήρωσής τους.

Ολοκλήρωση σημαίνει ότι από εκεί και πέρα η επιχείρηση θα είναι έτοιμη να ξεκινήσει την παραγωγή της και να πουλάει τα προϊόντα ή υπηρεσίες της.

Η κατασκευαστική περίοδος ενδεικτικά μπορεί να περιλαμβάνει τον χρόνο κατασκευής των εγκαταστάσεων, έκδοσης αδειών, παράδοσης μηχανημάτων, εύρεσης προσωπικού κ.τ.λ.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Το **Χρηματοδοτικό Σχήμα** ενός επενδυτικού σχεδίου περιγράφει το πώς θα καλυφθεί το κόστος έναρξης. Κάποιες βασικές **πηγές χρηματοδότησης** επενδυτικών σχεδίων μπορεί να είναι οι εξής:

- ο Ίδια κεφάλαια
- ο Τραπεζικά δάνεια
- ο Συμμετοχή επενδυτών (venture capital, business angels κ.τ.λ.)
- ο Επιχορηγήσεις από προγράμματα χρηματοδότησης όπως το ΕΣΠΑ, ο Επενδυτικός Νόμος και το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ).



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Το **κόστος λειτουργίας** μιας νέας επιχείρησης περιλαμβάνει όλα τα έξοδα που θα κάνει από τη στιγμή που ξεκινήσει να λειτουργεί. Τα έξοδα αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν το κόστος προμηθειών, το κόστος προσωπικού, το ενοίκιο, τους λογαριασμούς, τις δόσεις ενός δανείου κ.τ.λ.

Για πρακτικούς λόγους αυτό το κόστος χωρίζεται σε σταθερό και μεταβλητό.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Το **Σταθερό Κόστος** είναι το σύνολο των δαπανών που δεν μεταβάλλονται με την ποσότητα παραγωγής ή πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει ότι το σταθερό κόστος επιβαρύνει την επιχείρηση, ακόμη και όταν η παραγωγή/πώληση είναι μηδέν.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Το **Μεταβλητό Κόστος** είναι το σύνολο των δαπανών που μεταβάλλονται με την ποσότητα παραγωγής ή πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών. Όταν η παραγωγή είναι μηδέν, το μεταβλητό κόστος είναι κι αυτό μηδέν. Όσο αυξάνεται η παραγωγή, τόσο αυξάνεται και το μεταβλητό κόστος.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Αλληλένδετη έννοια είναι και αυτή του **μέσου κόστους**. Το Μέσο Κόστος είναι το συνολικό κόστος διαιρεμένο με την ποσότητα παραγωγής/πώλησης (αντίστοιχα υπάρχει και το μέσο σταθερό και μέσο μεταβλητό κόστος). Μας δείχνει πόσο κόστισε η παραγωγή/πώληση κάθε ξεχωριστής μονάδας προϊόντος.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Τα **έσοδα** της επιχείρησης προέρχονται κυρίως από τις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών. Υπολογίζονται πολλαπλασιάζοντας τον αριθμό των προϊόντων ή υπηρεσιών που πουλήθηκαν με την τιμή στην οποία πουλήθηκαν. Αν υπάρχει πληθώρα προϊόντων και υπηρεσιών, πολλαπλασιάζουμε την ποσότητα με την τιμή τους και έπειτα προστίθενται για να βρεθούν τα συνολικά έσοδα.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Το **περιθώριο κέρδους** είναι η διαφορά ανάμεσα στο μέσο συνολικό κόστος ανά προϊόν και την καθαρή τιμή πώλησής του. Το περιθώριο κέρδους είναι μια πολύ σημαντική έννοια, διότι πέραν από το ότι δείχνει κατά πόσο κερδοφόρο είναι ένα προϊόν, δείχνει επίσης ποια είναι αυτά τα προϊόντα που προσφέρουν περισσότερο στην κερδοφορία μιας επιχείρησης.



ΕΝΟΤΗΤΑ 5: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Τα **οικονομικά αποτελέσματα** (κέρδος ή ζημία) υπολογίζονται αφαιρώντας το συνολικό κόστος από τα έσοδα της επιχείρησης σε κάθε επίπεδο παραγωγής.



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ- ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Η **ανάλυση κόστους-όγκου-οφέλους** υπολογίζει πώς μεταβάλλεται το κόστος και η κερδοφορία μιας επιχείρησης από τον όγκο των πωλήσεών της.

Αναδεικνύει την αξία της ποσότητας πωλήσεων για κάθε επιχείρηση.



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Κάθε απόφαση για έναρξη μιας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί στην ουσία και μια **επενδυτική απόφαση**. Επένδυση είναι η δαπάνη χρημάτων σήμερα, με την προοπτική μιας μεγαλύτερης επιστροφής (απόδοσης) αργότερα μέσα στον χρόνο.

Η **αξιολόγηση των επενδύσεων** γίνεται με βάση την απόδοσή τους. Αξιολόγηση Επενδύσεων είναι, δηλαδή, η διαδικασία μέτρησης των αποδόσεων των επενδύσεων και η επιλογή της πιο συμφέρουσας αυτών.



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Η αξιολόγηση επενδύσεων, πέραν των αποδόσεων της κάθε επένδυσης, λαμβάνει επίσης υπόψη την **αξία του χρήματος μέσα στον χρόνο**. Ένα βασικό χαρακτηριστικό του χρήματος είναι ότι αξίζει περισσότερο σήμερα από όσο θα αξίζει στο μέλλον, διότι η αξία του χρήματος αλλάζει με την πάροδο του χρόνου.



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Η **περίοδος επανείσπραξης** είναι το πλήθος των ετών που απαιτείται για να καλυφθεί το αρχικό ύψος μιας επένδυσης.



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Η **παρούσα αξία** είναι η τρέχουσα αξία μελλοντικών κερδών ή εισοδημάτων. Για να υπολογιστεί η παρούσα αξία, πρέπει να καθοριστεί ένα προεξοφλητικό επιτόκιο που θα λαμβάνει υπόψη του τον κίνδυνο που εμπεριέχει κάθε πρόγραμμα ή επένδυση. Τα επίπεδα κινδύνου ακολουθούν έναν απλό κανόνα:

- ο Υψηλός κίνδυνος σημαίνει υψηλό προεξοφλητικό επιτόκιο.
- ο Χαμηλός κίνδυνος σημαίνει χαμηλό προεξοφλητικό επιτόκιο



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

$PV = \frac{R}{(1+r)^N}$	Present Value (PV)	Παρούσα αξία μελλοντικών κερδών
	Return (R)	Απόδοση μιας επένδυσης
	Risk (r)	Συντελεστής κινδύνου
	N	Αριθμός ετών



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Ο καθορισμός της **Καθαρής Παρούσας Αξίας** (Net Present Value – NPV) ενός επενδυτικού σχεδίου απαιτεί την εύρεση της παρούσας αξίας του συνόλου των αναμενόμενων μελλοντικών εισροών της επένδυσης και την αφαίρεση από αυτήν της αρχικής επένδυσης.



ΕΝΟΤΗΤΑ 6: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ-ΟΓΚΟΥ-ΟΦΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Η εξίσωση για την καθαρή παρούσα αξία είναι:

$$NPV = \left[\frac{R_1}{(1+r)} + \frac{R_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{R_N}{(1+r)^N} \right] - C$$

όπου NPV η καθαρή παρούσα αξία, R_1 , R_2 , ... R_N είναι οι μελλοντικές εισροές μετρητών για τα αντίστοιχα N χρόνια, r είναι ο συντελεστής κινδύνου και C είναι η αρχική δαπάνη της επένδυσης.

Αν η καθαρή παρούσα αξία είναι θετική, η επένδυση είναι αποδεκτή, ενώ αν είναι αρνητική, η επένδυση απορρίπτεται.



ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ!

Στοιχεία Επικοινωνίας:
 Δρ Παναγιώτης Κώτσιος
 6979458015
panagiotiskotsios@gmail.com