

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ  
ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΙΔΕΑΣ,  
ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΝΕΑΝΙΚΗΣ Η  
ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.**

**Εισηγήτρια: Μπορόζη Μελομένη**

**Επιβλέπων Καθηγητής: Μαραγκάκης Σπυρίδων**

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ  
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2009**

## **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (BUSINESS PLAN)**

### **A) ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

**ΕΠΩΝΥΜΙΑ: ΜΠΟΡΟΖΗ ΜΕΛΠΟΜΕΝΗ-ΝΤΟΚΑ ΕΥΘΑΛΙΑ Ο.Ε.**

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: ΤΟΜΕΑΣ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΩΝ**

**ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΟΜΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ**

**ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: "BOOK GALLERY"**

**ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ: ΥΠΟ ΣΥΣΤΑΣΗ**

### **B) ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

	<b>Έτος 1<sup>ο</sup></b>	<b>Έτος 2<sup>ο</sup></b>	<b>Έτος 3<sup>ο</sup></b>	<b>Σύνολο</b>
Ίδια Κεφάλαια	50.000	0	0	50.000
%	25 %			
Δάνεια τραπεζών εσωτερικού	50.000	0	0	50.000
%	25 %			
Επιχορήγηση δημοσίου	100.000	0	0	100.000
%	50%			
<b>Σύνολα</b>	<b>200.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>200.000</b>

## BUSINESS PLAN

### Πίνακας Περιεχομένων:

A) Γενικά στοιχεία επιχείρησης.....	1
B) Τρόποι χρηματοδότησης επιχείρησης.....	1
Γ) Περίληψη (Executive Summary).....	3
1. Η Επιχείρηση - Περιγραφή της Επιχείρησης.....	5
1.1 Ταυτότητα της επιχείρησης.....	5
1.2 Στόχος της επιχείρησης.....	5
1.3 Προϊόντα/Υπηρεσίες.....	6
2. Πρωτοτυπία και καινοτομία.....	8
3. Ανάλυση Κλάδου - Αγοράς.....	9
3.1 Ο Κλάδος.....	9
3.2 Η αγορά του Ηρακλείου.....	10
3.3 Προοπτικές του Κλάδου.....	14
3.4 Η Αγορά Βιβλίου στην Ελλάδα- Ανάλυση Αγοράς.....	15
3.5 Ζήτηση για το Προϊόν –Υπηρεσία.....	16
3.6 Τμηματοποίηση Αγοράς.....	16
4. Το σχέδιο Μάρκετινγκ.....	18
4.1 Ανάλυση S.W.O.T.....	18
4.2 Το Μοντέλο των πέντε δυνάμεων του M. Porter.....	20
4.3 Οι Ανταγωνιστές.....	22
4.4 Οι Προμηθευτές.....	23
4.5 Τοποθεσία.....	24
4.6 Τιμολόγηση.....	24
4.7 Δίκτυα Διανομής.....	26
4.8 Προβολή/ προώθηση πωλήσεων.....	26
4.9 Προβλέψεις πωλήσεων.....	28
5. Διοίκηση (Management).....	29
Α. Σύνθεση και καθήκοντα Προσωπικού.....	29
Β. Οργανόγραμμα.....	30
Γ. Εκπαίδευση- Επιμόρφωση Προσωπικού.....	30
6. Χρηματοοικονομικά Στοιχεία.....	32
7. Συμπεράσματα.....	36
8. Βιβλιογραφία.....	37
9. Παράρτημα.....	38
-Έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς κοινού με ερωτηματολόγια.....	38

## **Γ) ΠΕΡΙΛΗΨΗ (Executive Summary)**

### **BOOK GALLERY**

Το προτεινόμενο επιχειρηματικό σχέδιο με τίτλο, "Book Gallery", είναι μια ομόρρυθμη εταιρία με δύο εταίρους, ενός καφέ- βιβλιοπωλείου, η οποία αρχικό σκοπό και στόχο έχει την πώληση βιβλίων και καφέ.

Το σχέδιο προβλέπει στη δημιουργία ενός καταστήματος στο κέντρο του Ηρακλείου. Το Book Gallery θα είναι το πρώτο βιβλιοπωλείο στο Ηράκλειο το οποίο, εκτός από την πώληση βιβλίων και καφέ, θα αναπτύξει πρόσθετες υπηρεσίες και παροχές προς το καταναλωτικό κοινό.

Συγκεκριμένα θα υπάρχουν κάποιες καινοτόμες υπηρεσίες όπως: χώρος με καναπέδες και τραπέζια όπου οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούν να χαλαρώσουν διαβάζοντας βιβλία, πίνοντας καφέ και ακούγοντας χαλαρωτική μουσική. Επίσης, θα υπάρχει ένας χώρος για παιδιά με παιδικά βιβλία και παιχνίδια.

Σύμφωνα με την έρευνα αγοράς το target group είναι οι ηλικίες από 25-60 ετών. Βέβαια στόχος της επιχείρησης είναι να καλύψει όλες τις ηλικίες και ιδιαίτερα νέα ζευγάρια με παιδιά.

Το αναγκαίο ποσό κεφαλαίων που χρειάζεται η επιχείρηση φτάνει στο ποσό των 200.000 ευρώ. Η πρόταση αυτή είναι διατεθειμένη να λάβει χρηματοδότηση κατά το ποσό των 150.000 ευρώ. Τα υπόλοιπα έξοδα θα καλυφθούν από ίδια κεφάλαια των δύο εταίρων της επιχείρησης με ποσοστά 50%-50% ο καθένας.

Σκοπός της επιχείρησης, εκτός από την μεγιστοποίηση του κέρδους, είναι και η συνεχής προσπάθεια για την καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού.

Βασικός σκοπός 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. Συγκεκριμένα σύμφωνα με τους υπολογισμούς, τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης θα ξεκινούν από το δεύτερο κιάλας έτος λειτουργίας της. Τα κέρδη της εταιρίας είναι ικανοποιητικά, δεν είναι υπερβολικά ωστόσο αυξάνονται σταθερά με την πρόοδο του χρόνου. Στόχος επίσης είναι η απόσβεση της συνολικής επένδυσης το αργότερο μέχρι το τέλος του πέμπτου έτους λειτουργίας.

Ακριβώς επειδή στοχεύουμε σε ένα αρκετά μεγάλο κομμάτι της αγοράς και ο βαθμός καινοτομίας που προσφέρουμε είναι αποδεκτός από τον πελάτη η επιχείρησή μας θα είναι βιώσιμη και κερδοφόρα.

Σύμφωνα με τις έρευνες υπάρχουν μεγάλες προοπτικές του Κλάδου και συγκεκριμένα η ζήτηση από καφέ- βιβλιοπωλεία.

Σύμφωνα με την ανάλυση S.W.O.T. τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η καινοτομία και η απουσία αντίστοιχου καταστήματος στην περιοχή του Ηρακλείου, η άψογη εξυπηρέτηση των πελατών, το ευχάριστο περιβάλλον και η εξαιρετική τοποθεσία.

Στις αδυναμίες συγκαταλέγονται η έλλειψη φήμης στην αγορά, ο υψηλός ανταγωνισμός καθώς και το γεγονός ότι μέρος των προϊόντων διατίθεται και από άλλα καταστήματα.

Όσον αφορά τους ανταγωνιστές, στον τομέα των βιβλιοπωλείων, τρεις είναι οι κυριότεροι: Ελευθερουδάκης, Δοκιμάκης και Παπασσωτηρίου. Κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αυτών των βιβλιοπωλείων είναι η μεγάλη ποικιλία βιβλίων και η φήμη τους, λόγω των πολλών χρόνων λειτουργίας τους.

Οι κύριοι ανταγωνιστές στον τομέα λιανικού καφέ είναι οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στο κέντρο της πόλης.

Μεγάλη σημασία δίνουμε στο προσωπικό το οποίο θα στελεχώσει την επιχείρηση. Εκτιμούμε ότι για αρχή τέσσερα άτομα προσωπικό είναι αρκετά για την ομαλή εξυπηρέτηση των πελατών και της επιχείρησης.

Λόγω του ότι είμαστε μια νεοεισερχόμενη εταιρία στον κλάδο των βιβλιοπωλείων, για να προσελκύσουμε νέους πελάτες στην επιχείρηση, θα εφαρμόσουμε πολιτική χαμηλής τιμολόγησης στα προϊόντα.

Η στρατηγική προώθησης των πωλήσεων θα είναι για αρχή απλές καταχωρίσεις στον τύπο, μέσα από τα τοπικά περιοδικά και τις εφημερίδες, και στην συνέχεια η προβολή στο ραδιόφωνο καθώς και η κατασκευή ιστοσελίδας της επιχείρησης.

Είναι μια νέα επιχείρηση και γι' αυτό τον λόγο συντάσσουμε το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο.

## **1. Η Επιχείρηση - Περιγραφή της Επιχείρησης**

### **1.1 Ταυτότητα της Επιχείρησης**

#### **Όνομα επιχείρησης: BOOK GALLERY**

Το Book Gallery είναι βιβλιοπωλείο και χώρος καφέ το οποίο διοικείται από δύο εταίρους. Οι εταίροι της εταιρείας θα εξασφαλίσουν τα κεφάλαια από δικά τους αποθέματα με τα οποία θα καλύψουν τα έξοδα έναρξης, (με ποσοστά συμμετοχής 50%- 50% ο καθένας), από χρηματοδότηση δανείου τράπεζας καθώς και μια επιχορήγηση δημοσίου, του προγράμματος γυναικείας επιχειρηματικότητας, η οποία θα καλύψει τα υπόλοιπα απαιτούμενα έξοδα.

Το σχέδιο προβλέπει στη δημιουργία ενός καταστήματος στο κέντρο του Ηρακλείου. Η κεντρική τοποθεσία θα παρέχει εύκολη πρόσβαση για όλους αυτούς που θα αναγνωρίσουν το Book Gallery σαν ένα σημείο προορισμού.

Η επιχείρηση προσανατολίζεται, εκτός από την πώληση βιβλίων και στην ανάπτυξη πρόσθετων υπηρεσιών και παροχών προς το καταναλωτικό κοινό.

Συγκεκριμένα θα υπάρχουν κάποιες καινοτόμες υπηρεσίες όπως: ειδικός χώρος με καναπέδες και τραπεζάκια, όπου οι ενδιαφερόμενοι θα μπορούν να χαλαρώσουν διαβάζοντας βιβλία, πίνοντας καφέ και ακούγοντας χαλαρωτική μουσική.

Επίσης θα υπάρχει και ένας ειδικός χώρος για παιδιά με διάφορα βιβλία και παιχνίδια όπου οι γονείς θα μπορούν να αφήνουν τα παιδιά τους τα οποία θα προσέχει μια παιδαγωγός και ελεύθεροι θα πίνουν τον καφέ τους και θα χαλαρώνουν διαβάζοντας.

Επιπλέον τα μέλη του βιβλιοπωλείου θα έχουν τη δυνατότητα με μια μικρή συμμετοχή να δανείζονται έναν συγκεκριμένο αριθμό βιβλίων.

### **1.2 Στόχος της επιχείρησης**

Σκοπός μας είναι να καλύψουμε τις ανάγκες μεγάλου μεριδίου της αγοράς και συγκεκριμένα το target group ηλικίας 25 έως 60 χρονών.

Δίνουμε τη δυνατότητα σε νέους γονείς που αγαπούν το βιβλίο και δεν έχουν τον χρόνο να διαβάσουν, να έρθουν στο κατάστημα μαζί με τα παιδιά τους και

να απολαύσουν όσο χρόνο θέλουν ανενόχλητοι διαβάζοντας και πίνοντας τον αγαπημένο τους καφέ.

Στόχος της εταιρείας είναι να παρέχει την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση στους πελάτες, μέσω των καινοτόμων υπηρεσιών που προσφέρει. Θέλουμε να είναι ένας χώρος μέσα στον οποίο ο καταναλωτής θα έχει την ευκαιρία να χαλαρώσει απολαμβάνοντας τον καφέ του και διαβάζοντας το αγαπημένο του βιβλίο.

Η δημιουργία ενός μοναδικού, καινοτόμου πνευματικού περιβάλλοντος που θα διαφοροποιείται από τα τοπικά βιβλιοπωλεία.

Σκοπός μας είναι να διευθύνουμε μια επιχείρηση με τρόπο που να ενισχύεται η θετική συνεισφορά της στην κοινωνία, με ταυτόχρονη ελαχιστοποίηση των αρνητικών της επιπτώσεων στους ανθρώπους και το περιβάλλον. Και θα το επιτύχουμε αντιμετωπίζοντας τους πελάτες, τους υπαλλήλους και τους ανταγωνιστές με δικαιοσύνη και εντιμότητα.

Επιθυμούμε να βασιστούμε στους τρεις πυλώνες της βιώσιμης ανάπτυξης: οικονομική ανάπτυξη, κοινωνική συνοχή και προστασία του περιβάλλοντος.

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.

Επιπλέον στόχος της επιχείρησης είναι η αύξηση των καθαρών κερδών κατά 10% ετησίως.

## **1.3 Προϊόντα - Υπηρεσίες**

### **➤ Καφές**

Ο καφές είναι ένα παγκόσμια διαδεδομένο ρόφημα το οποίο έχει αναζωογονητική δράση. Στο κατάστημα θα σερβίρουμε φρέσκο καφέ καθημερινά που θα παρέχει στους πελάτες μια μοναδική εμπειρία με ανταγωνιστική τιμή, ο οποίος θα φτιάχνεται από εκπαιδευμένο προσωπικό.

Οι ποικιλίες του καφέ μας θα προμηθεύονται από την υπηρεσία Espresso και θα παραδίδονται μέσα σε 24 ώρες.

Οι πελάτες μας θα είναι ικανοί να παραγγείλουν διάφορα είδη καφέ όπως: ελληνικός, φίλτρου, στιγμιαίος και espresso.

### ➤ **Βιβλία και Μουσική**

Προσφέρουμε μια μεγάλη ποικιλία βιβλίων όπως ξένη και ελληνική λογοτεχνία, θρησκεία, ιστορικά, γεωγραφία, ταξίδια, αρχαίοι συγγραφείς, βοηθήματα, φυσικές επιστήμες, επιστημονικά, ψυχολογία, φιλοσοφία, παραψυχολογία, πληροφορική, κοινωνικά και άλλα.

Ιδιαίτερη βάση θα δώσουμε στα σχολικά βιβλία τα οποία σύμφωνα με έρευνες έρχονται πρώτα σε πωλήσεις και ακολουθούν, σε πολύ μικρή απόσταση, τα παιδικά βιβλία και η λογοτεχνία, ενώ υψηλές πωλήσεις παρουσιάζουν και τα ξενόγλωσσα βιβλία.

Επιπλέον θα υπάρχει ξεχωριστό τμήμα με μεγάλη γκάμα από παιδικά βιβλία και παραμύθια.

Τέλος, οι πελάτες μας θα απολαμβάνουν επιλεγμένα μουσικά ατμοσφαιρικά κομμάτια σε χαμηλή ένταση, ειδικά για χαλάρωση.

### ➤ **Παιχνίδια**

Η σημασία του παιχνιδιού για τα παιδιά είναι τόσο μεγάλη όσο το φαγητό, η μόρφωση και ο ύπνος. Το παιχνίδι είναι η πιο σοβαρή δραστηριότητα για την ομαλή και σωστή ανάπτυξη ενός παιδιού. Ειδικά τα ομαδικά παιχνίδια τα οποία καλλιεργούν την κοινωνικότητά του και διδάσκεται πώς να συνυπάρχει σε μια ομάδα. Καλύτερα παιχνίδια θεωρούνται τα δημιουργικά παιχνίδια όπως τα επιτραπέζια, puzzles, οι ελεύθερες κατασκευές και χειροτεχνίες, πλαστελίνη και άλλα. Αυτά τα παιχνίδια θα υπάρχουν στο κατάστημά μας τα οποία θα προορίζονται για παιδιά άνω των 2 ετών.



### ➤ Υπηρεσίες

Εκτός από τα παραπάνω προϊόντα η επιχείρηση προσφέρει και κάποιες υπηρεσίες στους πελάτες μας όπως : χώρος ανάγνωσης σε μια χαλαρωτική ατμόσφαιρα όπου θα υπάρχουν τραπεζάκια, καρέκλες και καναπέδες. Θα ενθαρρύνουμε τους πελάτες μας να περνούν όσο χρόνο επιθυμούν διαβάζοντας τις συλλογές βιβλίων μας και απολαμβάνοντας ένα ήσυχο, χαλαρωτικό περιβάλλον.

Ο πελάτης ωφελείται από τις υπηρεσίες μας λόγω της μοναδικής ατμόσφαιρας που θα διαφοροποιήσει το Book Gallery από άλλα βιβλιοπωλεία.

Η επιχείρησή μας είναι μοναδική στο είδος της στην περιοχή του Ηρακλείου. Αυτό και από μόνο του την κάνει ξεχωριστή. Όχι μόνο διαφοροποιεί τον εαυτό της από τα άλλα βιβλιοπωλεία προσφέροντας καινοτόμες υπηρεσίες, αλλά θα είμαστε και η πρώτη αυτόνομη επιχείρηση που θα παρέχει στον πελάτη μια μοναδική εμπειρία σε ένα ευχάριστο περιβάλλον.

Η επιχείρηση θα μπορεί να αρχίσει την λειτουργία της από την 1/1/2010

## 2. Πρωτοτυπία και καινοτομία

Στόχος της επιχειρηματικής καινοτομίας δεν είναι να αλλάξει τον κόσμο, αλλά να τον κάνει ευκολότερο, απολαυστικότερο και χρησιμότερο για τον καταναλωτή. Επιτυχημένες είναι οι καινοτόμες εφαρμογές που διευκολύνουν τον πελάτη σε αυτά που ήδη κάνει ή επιθυμεί. Δηλαδή εκείνες που αναστατώνουν λιγότερο τη ζωή του. Και εκεί αποσκοπούμε!

Η επιχείρησή μας διαφοροποιείται από τις ήδη υπάρχουσες διότι έχουμε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα να είμαστε μοναδικοί στο είδος μας στην περιοχή του Ηρακλείου. Το Book Gallery θα είναι το πρώτο βιβλιοπωλείο στο Ηράκλειο το οποίο θα σερβίρει καφέ, θα έχει μουσική και χώρο ανάγνωσης, καθώς και χώρο με παιχνίδια για παιδιά. Επιπλέον, άψογη εξυπηρέτηση πελατών με σεβασμό στον κάθε πελάτη χωριστά. Το προσωπικό μας θα γνωρίζει τις αγοραστικές συνήθειες των πελατών μας, ώστε να είναι ικανό να προτείνει στους πελάτες βιβλία της αρεσκείας τους και έτσι να νιώσουν μοναδικοί.

### **3. Ανάλυση Κλάδου - Αγοράς**

#### **3.1 Ο Κλάδος**

Ο μέσος χρόνος λειτουργίας του ελληνικού βιβλιοπωλείου είναι 17 χρόνια, αριθμός αρκετά μεγάλος αν αναλογιστεί κανείς τη δυσκολία επιβίωσης των επιχειρήσεων στις μέρες μας. Ένα στα δέκα καταστήματα (ποσοστό 10,1%) λειτουργεί για περισσότερα από 38 χρόνια. Μάλιστα, υπάρχουν 16 επιχειρήσεις σε όλη την Ελλάδα που έχουν συμπληρώσει τα 100 χρόνια συνεχούς λειτουργίας. Πάντως, περίπου το ένα τέταρτο (24,3%) του συνόλου των βιβλιοπωλείων και βιβλιοχαρτοπωλείων που λειτουργούν σήμερα έχουν ανοίξει μέσα στην τελευταία εξαετία, γεγονός που δείχνει την τάση εξάπλωσης του βιβλίου που παρατηρείται τα τελευταία έτη.

Σύμφωνα με στατιστικές έρευνες η αγορά του βιβλίου στην Ελλάδα έχει σημειώσει σταθερά ανοδική πορεία τα τελευταία 25 χρόνια. Είναι όμως κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 που αυτή η ανοδική τάση αποκτά την συγκριτικά πιο έντονη καμπή, ανατρέποντας το κλίμα επιφυλακτικότητας που επικρατούσε στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1980. Ανάμεσα στο 1988 και το 1999, οι δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών δεκαπλασιάζονται σε τρέχουσες και τριπλασιάζονται σε σταθερές τιμές, σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας. Άλλοι παράγοντες που συμπληρώνουν αυτή την εικόνα είναι ο υπερ- διπλασιασμός των νέων τίτλων που εκδίδονται κάθε χρόνο ανάμεσα στο 1990 και το 2000 (από λιγότερους από 3.000, σε 6.500-7.000 τίτλους), η εμφάνιση νέων επιχειρήσεων, οι επενδύσεις από ομίλους των media στο χώρο του βιβλίου και η δημιουργία σιγά-σιγά των πρώτων σημαντικών αλυσίδων βιβλιοπωλείων.

Άλλοι παράγοντες που προσδιορίζουν την αύξηση αυτή είναι η βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου, η διεύρυνση του αναγνωστικού κοινού, ιδιαίτερα στους νέους, η σταδιακή βελτίωση του επιπέδου των εισοδημάτων, με τη συγκράτηση του πληθωρισμού και την άνοδο του ΑΕΠ, η συγκράτηση της τιμής του βιβλίου, οι αποτελεσματικές διαφημιστικές εκστρατείες διάδοσης του βιβλίου και η ώθηση που δόθηκε στην αγορά από την ανάπτυξη νέων καναλιών διανομής και νέων σύγχρονων βιβλιοπωλείων.

Αν ληφθεί υπόψη, επίσης, ότι παρά την εκδοτική άνθηση, και οι δείκτες των εκδόσεων βιβλίων, σε σύγκριση με τον πληθυσμό, είναι από τους χαμηλότερους, προκύπτει το συμπέρασμα ότι στην Ελλάδα υπάρχουν ακόμη σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης της αναγνωστικής συμπεριφοράς του κοινού, γι αυτό και η αγορά του βιβλίου εξελίσσεται με υψηλούς ρυθμούς.

Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελπομένη

---

Η ζήτηση βιβλίου επηρεάζεται 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%.

Σύμφωνα με στοιχεία που βασίζονται στην έρευνα Οικογενειακού Προϋπολογισμού της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, οι δαπάνες των νοικοκυριών για βιβλία ανήλθε σε 569.7 εκατομμύρια Ευρώ το 2004. Αυτή η αξία είναι σε τρέχουσες τιμές, σε σύγκριση με 399.4 εκατ. Ευρώ το 1999, 38.9 εκατ. Ευρώ το 1988 και 3.1 εκατ. Ευρώ το 1974. Κατά την διάρκεια των τελευταίων πέντε ετών η μέση ετήσια αύξηση των νοικοκυριών σε δαπάνες βιβλίων ήταν 7.4 % , ένα ποσοστό που δείχνει ότι η ανάπτυξη στην αγορά βιβλίου στηρίζεται σε υγιείς βάσεις.

Η εφημερίδα Ελευθεροτυπία στις 6 Απριλίου 2008 δημοσίευσε ότι η αγορά βιβλίου είναι μια υγιής αγορά, που έχει μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης από τη στιγμή που η αναγνωσιμότητα βιβλίου στη χώρα μας είναι χαμηλή.

### **3.2 Η αγορά του Ηρακλείου**

Στοιχεία απογραφής, έρευνα ατομική με ερωτηματολόγια, στοιχεία αναγνωστικής συμπεριφοράς και στοιχεία κατανάλωσης καφέ, χρησιμοποιήθηκαν για να προσδιοριστεί η αγορά όπου θα τοποθετηθεί η επιχείρηση.

Σύμφωνα με την απογραφή του 2001 ο δήμος Ηρακλείου έχει συνολικά 142.112 χιλιάδες κατοίκους και ολόκληρος ο νομός Ηρακλείου έχει 292.489 κατοίκους.

Σύμφωνα με την πρόσφατα κλαδική μελέτη της ICAP για τον καφέ, διαπιστώνεται ότι η συγκεκριμένη αγορά αυξάνει με μικρούς ρυθμούς –το 2001 ανήλθε σε 23.450 τόνους έναντι 21.200 τόνων το 1993- κάτι που καθιστά φανερό ότι διέρχεται μια περίοδο ωριμότητας. Αναφορικά με τη διάρθρωση του κλάδου αναμένεται ότι η συγκέντρωσή του θα αυξηθεί περαιτέρω στο μέλλον.

Τα στοιχεία που προκύπτουν από την προσωπική μου έρευνα με ερωτηματολόγια προς το κοινό του Ηρακλείου είναι τα παρακάτω:

#### **Έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς**

- Περιοχή έρευνας : Ηράκλειο
- Απλή τυχαία δειγματοληψία
- Τύπος έρευνας : ποσοτική έρευνα
- Μέγεθος: 50 άτομα

- Μέθοδος συλλογής δεδομένων: προσωπική συνέντευξη με ερωτηματολόγια σε βιβλιοπωλεία του Ηρακλείου

Η πραγματοποίηση της έρευνας με ένα δείγμα 50 καταναλωτών ανέδειξε ένα κοινό:

- 1)** Νεανικό, το 42% είναι από 18-27 ετών.
- 2)** Μορφωμένο, το 98% έχουν τελειώσει το Λύκειο, το 60.8% κάποια σχολή και το 18% μεταπτυχιακά.
- 3)** Ίσο ποσοστό γυναικών-ανδρών, 50%γυναίκες- 50% άνδρες.
- 4)** Με μηνιαίο εισόδημα 501-1000 ευρώ το 42% και ακολουθεί με μικρή διαφορά 38% το εισόδημα των 1001-2000 ευρώ.

Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων παρατηρούμε ότι το 42% του δείγματος διαβάζει συχνά βιβλία, ακολουθούν αυτοί που διαβάζουν σπάνια με ποσοστό 26%, και με ποσοστό 14% αυτοί που διαβάζουν πολύ συχνά και πολύ σπάνια. Μόλις ένα 4% απάντησε ότι δεν έχει διαβάσει ποτέ βιβλία. Οι μισοί αναγνώστες δήλωσαν ότι τον τελευταίο χρόνο διάβασαν 1 έως 5 βιβλία, το 26% διάβασε 5 έως 9 βιβλία. Το 12% έχει διαβάσει πάνω από 9 βιβλία καθώς το ίδιο ποσοστό δεν έχει διαβάσει κανένα βιβλίο. Στην ερώτηση ποιο είναι το ποσοστό βιβλίων που αγοράσατε η συντριπτική πλειοψηφία (42%) από τα βιβλία που διάβασε αγόρασε το 75-100% ποσοστό των βιβλίων.

Το 36% στην ερώτηση, πόσο συχνά διαβάζουν, έδωσε την απάντηση " άλλο ".Απο αυτούς μόλις ένα 4% απάντησε ότι δεν διαβάζει ποτέ βιβλία, ένα 16% δεν διευκρίνισε πόσο συχνά διαβάζει και το υπόλοιπο 16% έδωσε τις απαντήσεις: μερικές φορές, 6 φορές το μήνα, καλοκαίρι, ανά 3 μηνο. Το υπόλοιπο 64% διαβάζει βιβλία καθημερινά (18%), 3 φορές την εβδομάδα (22%) και 3 φορές το μήνα (24%).

Όσον αφορά το πόσες ώρες την εβδομάδα εργάζονται , το 34% απάντησε έως 30 ώρες και το 30% 30 με 40 ώρες την εβδομάδα.

Οι αναγνώστες ρωτήθηκαν πότε ασχολούνται περισσότερο με το διάβασμα των βιβλίων, ένα μεγάλο ποσοστό 58% διαβάζει όποτε έχει ελεύθερο χρόνο και το 34% στις διακοπές. Μόλις ένα 14% διαβάζει βιβλία κάθε μέρα, λιγότεροι είναι

αυτοί που διαβάζουν τα Σαββατοκύριακα (10%), ενώ το 18% διαβάζει βιβλία όλη την εβδομάδα.

Το 28% των αναγνωστών δήλωσαν ότι αφήνουν συχνά ένα βιβλίο στη μέση. Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους συμβαίνει αυτό είναι ότι είναι βαρετό το βιβλίο (50%), ότι δεν τους συγκινεί η πλοκή (28%) και ότι είναι κακογραμμένο (16%). Μόλις ένα 4% απάντησε επειδή είναι μεγάλο.

Στην ερώτηση αν σε σχέση με το παρελθόν διαβάζετε περισσότερο, λιγότερο ή το ίδιο, το 46% σχεδόν οι μισοί, απάντησε ότι διαβάζει λιγότερο. Ακολουθούν με ποσοστό 26% αυτοί που διαβάζουν περισσότερο και 28% αυτοί που διαβάζουν το ίδιο σε σχέση με παλαιότερα.

Στους λόγους για τους οποίους διαβάζουν βιβλία οι μισοί από αυτούς (56%) διαβάζουν για ξεκούραση. Ακολουθούν αυτοί που διαβάζουν για ανάπτυξη κριτικής σκέψης (38%), για γνώσεις (34%) και για πληροφόρηση (18%). Ένα 4% διαβάζει για διασκέδαση και παρέα.

Από τη έρευνα προέκυψε ότι το 30% των καταναλωτών έχουν στο σπίτι τους πάνω από 100 βιβλία, το 28% έχει 50-100 βιβλία και το 24% έχει 20-50 βιβλία. Παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει κανείς που να μην έχει σπίτι του κανένα βιβλίο.

Η έρευνα επιβεβαίωσε ότι στην Ελλάδα ο θεσμός δανεισμού βιβλίων από βιβλιοθήκες δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος. Οι αναγνώστες ρωτήθηκαν για το αν είναι γραμμένοι σε κάποια βιβλιοθήκη και μόλις το 28% απάντησε καταφατικά. Από την άλλη το ποσοστό που δανείζετε από φίλους φτάνει το 62%.

Επιχειρώντας μια σύγκριση του βιβλίου με τις εφημερίδες και τα περιοδικά, αναγνώστες και μη ρωτήθηκαν τι τους ευχαριστεί περισσότερο να διαβάζουν. Όπως παρατηρούμε, πρώτα στην αναγνωστική προτίμηση του κοινού έρχονται τα βιβλία, τα οποία προτιμά να διαβάζει το 48% του συνόλου. Ακολουθούν οι εφημερίδες με ποσοστό 30% και τέλος τα περιοδικά με ποσοστό 22%.

Οι αναγνώστες ρωτήθηκαν σχετικά με τις θεματικές κατηγορίες των βιβλίων που διαβάζουν. Δημοφιλέστερη, όπως προκύπτει, είναι η κατηγορία της ξένης λογοτεχνίας, την οποία προτιμάει να διαβάζει το 68% των αναγνωστών. Στη δεύτερη θέση έρχεται η ελληνική λογοτεχνία, με ποσοστό 56%, και ακολουθεί η ψυχολογία, με ποσοστό 38%, η ιστορία με ποσοστό 36%, τα κοινωνικά με 28% και τα επιστημονικά με 26%. Τα βιβλία όλων των άλλων κατηγοριών όπως η φιλοσοφία, η γεωγραφία, τα θρησκευτικά βιβλία, παραψυχολογία, κόμικς κ.τ.λ. συγκεντρώνουν ποσοστά κάτω του 20%.

Οι αναγνώστες ρωτήθηκαν και για τον την μορφή του βιβλίου που προτιμούν να διαβάζουν. Το 20% δήλωσε ότι προτιμάει τα βιβλία με σκληρό εξώφυλλο, το 8% τα βιβλία με μαλακό εξώφυλλο, 4% τις εγκυκλοπαίδειες ενώ η πλειοψηφία (68%) δεν έχει συγκεκριμένη προτίμηση.

Οι κυριότεροι τρόποι με τους οποίους οι αναγνώστες ενημερώνονται για την ανάγνωση βιβλίου είναι τα βιβλιοπωλεία (56%) και οι φίλοι – συγγενείς (50%). Ακολουθούν οι ειδικές στήλες σε περιοδικά –εφημερίδες με ποσοστό 32%, το διαδίκτυο 16% και οι διαφημίσεις (10%).

Στην ερώτηση από πού αγοράζετε βιβλία η απάντηση που συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν το βιβλιοπωλείο (92%). Ακολουθούν οι εκθέσεις βιβλίου (34%) και το διαδίκτυο με 16%.

Το κυριότερο κριτήριο με το οποίο οι αναγνώστες επιλέγουν ένα βιβλίο είναι το θέμα του βιβλίου (54%). Ακολουθούν ο συγγραφέας (36%), η περιλήψη στο οπισθόφυλλο (34%) και η γνώμη των φίλων και συγγενών (30%). Αντίθετα από ότι ίσως θα περιμέναμε η τιμή δεν παίζει σημαντικό ρόλο στην επιλογή βιβλίου.

Στην ερώτηση αν διαβάζετε πρακτικά βιβλία μόλις ένα 34% απάντησε αρνητικά. Οι υπόλοιποι συμβουλεύονται βιβλία μαγειρικής με ποσοστό 40%, βιβλία για αυτοκίνητα 24% και 20% για υγιεινή διατροφή και διακόσμηση. Με ποσοστό κάτω του 20% ακολουθούν τα βιβλία για το διαδίκτυο, τα ζώδια, τη γυμναστική κτλ.

Ο κυριότερος λόγος για τον οποίο δεν διαβάζουν βιβλία είναι λόγω έλλειψης χρόνου (38%), βαριέμαι (22%), οικογενειακές υποχρεώσεις (16%) και ένα 6% λόγω εργασίας.

Σύμφωνα με την έρευνα το 82% προτιμάει να αγοράζει βιβλία. Οι κυριότεροι λόγοι είναι επειδή τους μένουν (68%), τα ξαναδιαβάζουν όποτε θέλουν (26%), δεν τους αρέσει να δανείζονται και βαριούνται να τα επιστρέψουν ένα 2%. Οι κυριότεροι λόγοι για αυτούς που προτιμούν να δανειστούν βιβλία (18%), είναι κυρίως λόγοι οικονομικοί (6%) και 1% δεν τον ενδιαφέρει να έχει βιβλιοθήκη.

Τέλος, στην ερώτηση αν θεωρούν το βιβλίο απαραίτητο στη σημερινή κοινωνία το 86% απάντησε καταφατικά, ενώ το 14% αρνητικά. Οι κυριότεροι λόγοι που θεωρούν το βιβλίο απαραίτητο είναι λόγω μόρφωσης (30%), γνώσης (18%) , χαλάρωσης και ξεκούρασης (16%). Ακολουθούν με ποσοστά κάτω του 15%, ότι το βιβλίο σε ταξιδεύει, σε πληροφορεί, ψυχαγωγεί κτλ. Από αυτούς που δεν θεωρούν το βιβλίο απαραίτητο οι λόγοι ήταν επειδή έχει αντικατασταθεί από το διαδίκτυο (42%) και ότι δεν προσφέρει κάτι (28%).

### Πληθυσμός Ηρακλείου (ΑΠΟΓΡΑΦΗ 2001)

ΗΛΙΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
15 – 24	24.019	12.466	11.553
25 – 39	35.970	17.343	18.627
40 – 54	28.407	14.113	14.294
55 – 64	12.283	5.968	6.315
65 – 79	12.538	5.657	6.881
Σύνολα:	113217	55547	57670
Ποσοστά:		49.62%	50.38%

ΠΗΓΗ: Γενική Γραμματεία Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος

### 3.3 Προοπτικές του Κλάδου

Η εφημερίδα ΤΑ ΝΕΑ στις 16 Ιουλίου 2009 δημοσίευσε ότι υπάρχει καταιγισμός από νέα βιβλίο - καφέ! Νέα βιβλιοπωλεία και αλυσίδες ανοίγουν στο κέντρο της Αθήνας και αλλού, καθώς το βιβλίο αντέχει στην κρίση, ενώ και ο κόσμος ακολουθεί σε έναν νέο τρόπο <<πολιτιστικής ψυχαγωγίας>>.

Ο φόβος της οικονομικής κρίσης μπορεί να απλώνει απειλητική σκιά, οι μεγάλες επιχειρήσεις όμως που διαθέτουν βιβλία και άλλα προϊόντα τέχνης έχουν τάση συνεχούς επέκτασης. Προωθούν μάλιστα νέα μοντέλα επαφής, κάνοντας μόδα τους λεγόμενους πολυχώρους πολιτισμού, κατά προτίμηση σε νεοκλασικά κτίρια, όπου μπορείς να αγοράσεις βιβλία- συχνά και CDs ή γκάτζετ-, να παρακολουθήσεις συγγραφείς σε ποικίλες εκδηλώσεις ή, απλώς, να πεις καφέ.

Πέραν του Ιανού, που κατέβηκε από τη Θεσσαλονίκη και καθιέρωσε το νέο μοντέλο επαφής με το κοινό στο κέντρο της Αθήνας, το παράδειγμα ως έναν βαθμό ακολούθησαν από νωρίς το κεντρικό Βιβλιοπωλείο Πατάκη στην Ακαδημίας, τα βιβλιοπωλεία των αλυσίδων Ελευθερουδάκη και Παπασωτηρίου στην Πανεπιστημίου, η Fnac- έχει μεγάλη εμπειρία στη Γαλλία από αυτού του τύπου τους χώρους στο Mall στο Μαρούσι, για να ακολουθήσει το Public στο Σύνταγμα, που επίσης ποντάρει εκεί. Βρισκόμαστε πλέον μπροστά σε νέο κύμα ανοίγματος καταστημάτων, όπως επιβεβαιώνουν στα «ΝΕΑ» οι υπεύθυνοι των αλυσίδων.

Μέση ημερήσια επισκεψιμότητα στο βιβλιοπωλείο Ιανός στην Αθήνα:

1.425 άτομα στο βιβλιοπωλείο  
925 άτομα στο καφέ

### **3.4 Η αγορά βιβλίου στην Ελλάδα- Ανάλυση Αγοράς**

Σύμφωνα με έρευνες, το κοινό που επισκέπτεται βιβλιοπωλεία είναι σχετικά νεανικό: 68% είναι μέχρι 44 ετών, ενώ ο μέσος όρος ηλικίας είναι τα 39 χρόνια. Οι γυναίκες υπερέχουν πράγματι έναντι των αντρών, αλλά όχι με εντυπωσιακή διαφορά: 56% έναντι 44%. Οι περισσότεροι πελάτες (63%) μπορεί να είναι "φειδωλοί" στις αγορές τους, αφού παίρνουν ένα μόνο βιβλίο κατά την επίσκεψή τους, ωστόσο αθροιστικά η ετήσια κατανάλωση είναι σημαντική: με μέσο όρο σχεδόν 21 βιβλία το έτος.

#### **Προτιμήσεις**

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν τα ευρήματα για τα είδη που προτιμούν οι αναγνώστες: Η σύγχρονη λογοτεχνία –η ελληνική με 48,2% και με 44,2% η ξένη– προηγείται, έπονται η Ιστορία και οι βιογραφίες (32,4%), η κλασική λογοτεχνία (28,1% η ελληνική, 26,8% η ξένη) και στη συνέχεια τα κοινωνικά



και πολιτικά θέματα (21,6%), η ψυχολογία (20,5%), η τέχνη (14,5%) και η Αρχαία Ελλάδα (12%). Στις αλυσίδες βιβλιοπωλείων, πάντως, η προτίμηση για την ξένη λογοτεχνία υπερκεράζει αυτήν για την ελληνική, ενώ, αντίθετα, στα βιβλιοπωλεία της επαρχίας, η προτίμηση για τη σύγχρονη ελληνική λογοτεχνία είναι συγκριτικά εντονότερη.

### **3.5 Ζήτηση για το προϊόν – υπηρεσία**

Σύμφωνα με την έρευνα του Ε.ΚΕ.ΒΙ. , μέσω της εταιρίας METRON ANALYSIS, για την καταναλωτική συμπεριφορά του κοινού των βιβλιοπωλείων, για το 2007 η σημαντικότερη βελτίωση στις υπηρεσίες που προσδοκούν οι πελάτες όλων σχεδόν των βιβλιοπωλείων της έρευνας είναι η δημιουργία αναγνωστηρίου –καφέ στο χώρο του βιβλιοπωλείου και εν συνεχεία η μεγαλύτερη πληρότητα τίτλων. Το συμπέρασμα αυτό αποδεικνύει την λειτουργία του χώρου του βιβλιοπωλείου ως χώρου συνάντησης και επικοινωνίας από την πλευρά του κοινού, γεγονός που αποτελεί θετική ένδειξη σε γενικότερο κοινωνικό επίπεδο.

Τα χαρακτηριστικά που ελκύουν τον επισκέπτη είναι η μεγαλύτερη ποικιλία βιβλίων και το γεγονός ότι μπορεί να τα ξεφυλλίσει ελεύθερα χωρίς να είναι υποχρεωμένος να τα αγοράσει, καθώς και οι φιλικοί υπάλληλοι και ο ευχάριστος χώρος.

### **3.6 Τμηματοποίηση αγοράς**

Το βιβλιοπωλείο Book Gallery θα είναι το πρώτο καφέ -βιβλιοπωλείο στην περιοχή του Ηρακλείου και ακριβώς λόγω του ότι βρίσκεται σε συνηθισμένη βάση πελατών θα εξασφαλίσει τη σταθερότητα της εταιρείας.

Ο καφές συνδυασμένος με την πώληση βιβλίων και την μουσική είναι μια κερδοφόρα αρχή και θα έχει θετικά αποτελέσματα.

Ο στόχος αγοράς μας εστιάζει σε εκείνα τα τμήματα της αγοράς τα οποία καταναλώνουν καφέ, σε εκείνους που διαβάζουν βιβλία, σε ζευγάρια που έχουν παιδιά και αναζητούν ψυχαγωγία και χαλάρωση για τους ίδιους και για τα παιδιά τους.

Ο κύριος στόχος αγοράς για το Book Gallery είναι μια συνηθισμένη ροή από τοπικούς κατοίκους και με την κατάλληλη εξυπηρέτηση των πελατών με ανταγωνιστικές τιμές είναι το κλειδί για να διατηρήσουμε τη μερίδα αυτής της αγοράς. Το γεγονός ότι κανένα καφέ- βιβλιοπωλείο δεν έχει καθιερωθεί στο Ηράκλειο, παρουσιάζει στο Book Gallery μια πιθανότητα να εισαχθεί σε μια κερδοφόρα θέση στην αγορά.

Υπάρχουν τρία είδη καταναλωτών:

**1) Καθημερινοί πελάτες:** αυτοί είναι οι πελάτες που πάνε σε ένα βιβλιοπωλείο χωρίς συγκεκριμένη ιδέα του τι θέλουν να αγοράσουν. Περνάνε αρκετό χρόνο στο κατάστημα και συχνά φεύγουν από αυτό με μια μικρή αγορά ή συνήθως χωρίς να αγοράσουν τίποτα. Αυτοί οι πελάτες έλκονται από τα βιβλιοπωλεία τα οποία έχουν χαμηλές τιμές και μεγάλη γκάμα βιβλίων.

**2) Δύσκολοι πελάτες:** είναι οι πελάτες με συγκεκριμένες ανάγκες. Ψάχνουν για δύσκολα θέματα συνήθως βιβλία που είναι μη προμηθεύσιμα. Εάν μπορούμε να ικανοποιήσουμε αυτόν τον πελάτη, τότε είμαστε ικανοί να αποκτήσουμε πιστούς πελάτες. Αυτοί οι πελάτες συνήθως ξοδεύουν μεγάλα ποσά και έλκονται από μεγάλα βιβλιοπωλεία.

**3) Πελάτες συγκεκριμένης κατηγορίας:** αυτοί οι πελάτες αγοράζουν συνήθως βιβλία από μια κατηγορία, όπως βιβλία επιστημονικής φαντασίας ή ρομαντικά. Αυτοί οι πελάτες έχουν συγκεκριμένη ιδέα του τι θέλουν να αγοράσουν και κάνουν τις μεγαλύτερες αγορές. Αυτοί οι πελάτες αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο αγοραστικό κοινό αφού ξοδεύουν συνήθως 30 με 50 ευρώ κάθε φορά.

Η επιχείρησή μας στοχεύει και στις τρεις κατηγορίες πελατών καθώς θα ανταποκρινόμαστε πλήρως στις απαιτήσεις και των τριών κατηγοριών. Μεγάλη γκάμα βιβλίων σε χαμηλές τιμές. Ιδανικοί πελάτες για εμάς είναι αυτοί που θα εκτιμήσουν τον χώρο μας καθώς και τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουμε.

Ακριβώς επειδή στοχεύουμε σε ένα αρκετά μεγάλο κομμάτι της αγοράς και ο βαθμός καινοτομίας που προσφέρουμε είναι αποδεκτός από τον πελάτη η επιχείρησή μας θα είναι βιώσιμη και κερδοφόρα.

## 4. Το Σχέδιο Μάρκετινγκ (Marketing plan)

### 4.1 Ανάλυση S.W.O.T.



#### A. Ανάλυση δυνατών σημείων και αδυναμιών (S.W.O.T. Analysis)

##### ➤ Δυνάμεις (Strengths)

- ✓ Καινοτομία
- ✓ Απουσία αντίστοιχου καταστήματος στην περιοχή (Ηράκλειο)

- ✓ Χαμηλές τιμές
- ✓ Άψογη εξυπηρέτηση πελατών
- ✓ Ευχάριστο περιβάλλον
- ✓ Εξαιρετική τοποθεσία

➤ **Αδυναμίες (Weaknesses)**

- ✓ Έλλειψη αναγνωρισιμότητας στην αγορά - φήμη
- ✓ Μέρος των προϊόντων διατίθεται και από άλλα καταστήματα
- ✓ Υψηλός ανταγωνισμός

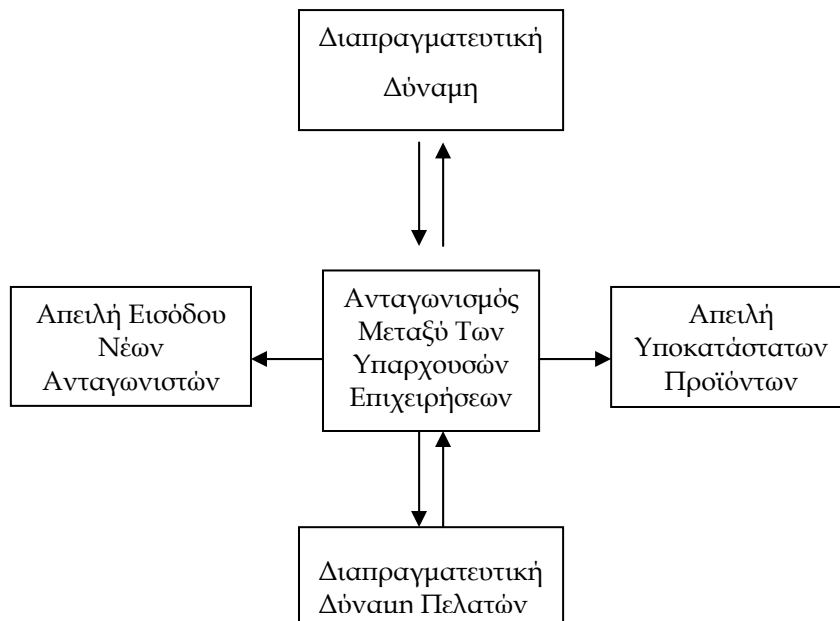
➤ **Ευκαιρίες (Opportunities)**

- ✓ Αύξηση αγοραστικού κοινού λόγω καινοτομίας
- ✓ Οι ανταγωνιστές ίσως αποδειχθούν αργοί στο να υιοθετήσουν παρόμοιες υπηρεσίες

➤ **Απειλές (Threats)**

- ✓ Αστάθεια στην οικονομία την χρονική περίοδο έναρξης της επιχείρησης
- ✓ Κίνδυνος μιμητισμού και εισαγωγής νέων ανταγωνιστών.

## 4.2 Το Μοντέλο των Πέντε Δυνάμεων του M. Porter



### Ανάλυση της Ανταγωνιστικής Θέσης της επιχείρησης

Για να προσδιορίσουμε την ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης θα βασιστούμε στο υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων του Michael Porter (1980). Θα παραθέσουμε έτσι την θέση της δική μας επιχείρησης αναφερόμενοι στον κάθε παράγοντα ξεχωριστά.

#### 1) Ο κίνδυνος από νέους ανταγωνιστές

Ο κίνδυνος από νέους ανταγωνιστές που διεκδικούν ένα μερίδιο της αγοράς είναι ορατός αφού ο κλάδος αυτός παρέχει δυνατότητες προσκόμισης κερδών. Είναι θέμα χρόνου να εμφανιστούν ανταγωνιστές και μιμητές της ιδέας μας στην αγορά. Το μεγάλο περιθώριο κέρδους και το γεγονός ότι λόγω υπηρεσίας δε μπορούμε να διαφυλάξουμε με κάποια νομοθεσία την διαφοροποίηση των υπηρεσιών μας, θα κάνει την είσοδο νέων επιχειρήσεων όχι μόνο επιθυμητή αλλά και δυνατή. Για να αποφύγουμε τη μείωση του μεριδίου της αγοράς και την πτώση των κερδών μας, θα προσπαθήσουμε να χρησιμοποιήσουμε κάποια από τα εμπόδια εισόδου που προτείνει ο **Porter**.

- Οικονομίες κλίμακας Από πλευράς κόστους η εταιρία μας δεν μπορεί να παρουσιάσει κάποιο πλεονέκτημα για τον λόγο του ότι το μεγαλύτερο στοιχείο κόστους μας είναι η μισθοδοσία των υπαλλήλων μας. Ακόμα και αν είναι εφικτή η μείωση του μισθού, κάτι τέτοιο αντιτίθεται στην νοοτροπία της επιχείρησής μας διότι η επιτυχία μας θα βασίζεται στην μέγιστη αποδοτικότητα του εργατικού προσωπικού μας ώστε να είναι οι πελάτες μας απόλυτα ικανοποιημένοι. Επομένως σκόπιμο είναι να γίνονται αυξήσεις και να παρέχονται bonus στο προσωπικό (μισθοί αποδοτικότητας).

- Κόστος αλλαγής Βασική μας επιδίωξη είναι να δημιουργήσουμε ένα όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κόστος αλλαγής στους πελάτες μας. Τα έσοδά μας θα βασίζονται κατά κύριο λόγο σε μέλη, επομένως είναι απαραίτητο να μείνουν απόλυτα ικανοποιημένα και επιλέξουν με δυσκολία κάποιο άλλο κατάστημα. Η εδραίωση της πελατείας για εμάς είναι πιο σημαντικός στόχος από τη δημιουργία νέας.

## **2) Διαπραγματευτική δύναμη πελατών**

Επειδή κάθε πελάτης ενός καταστήματος λιανικής πώλησης αγοράζει ένα μικρό μόνο μερίδιο από το σύνολο των προϊόντων, δεν έχει μεγάλη διαπραγματευτική. Φυσικά εάν μέσω των ερωτηματολογίων που θα δίνουμε στους πελάτες για την αξιολόγηση των υπηρεσιών μας, διακρίνουμε κάποια δυσαρέσκεια για τις υπηρεσίες ή τις τιμές μας η οποία μπορεί να διορθωθεί, θα το κάνουμε άμεσα.

## **3) Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών**

Οι προμηθευτές σε είδη βιβλίου και καφέ είναι αρκετοί. Υπάρχουν πολλά υποκατάστατα στα συγκεκριμένα είδη. Σε περίπτωση που ο προμηθευτής μας ανεβάσει τις τιμές του, μπορούμε άμεσα να τον αντικαταστήσουμε με κάποιον άλλο.

## **4) Απειλή των υποκατάστατων προϊόντων και υπηρεσιών**

Η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα υπάρχει.

## **5) Βαθμός ανταγωνισμού υπάρχουσών επιχειρήσεων**

Ο ανταγωνισμός και στους δύο τομείς είναι μεγάλος. Είναι λοιπόν πιθανό, οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου να χρησιμοποιήσουν τακτικές όπως διαφημιστικές εκστρατείες, αυξημένη εξυπηρέτηση πελατών κλπ.

### **4.3 Οι Ανταγωνιστές**

Η διπλή φύση προϊόντων/υπηρεσιών της επιχείρησης αντιμετωπίζει τον ανταγωνισμό σε δύο επίπεδα. Το Book Gallery ανταγωνίζεται όχι μόνο με τους ιδιοκτήτες cafe, αλλά και με τα τοπικά βιβλιοπωλεία.

Εξαιτίας του γεγονότος ότι θα είναι το πρώτο καφέ βιβλιοπωλείο στο Ηράκλειο, ο ανταγωνισμός στην τοπική περιοχή προβλέπεται να είναι από τα απλά βιβλιοπωλεία. Ιδιαίτερα από τα μεγάλα και γνωστά εδώ και χρόνια στην περιοχή, τα οποία έχουν μεγάλη ποικιλία βιβλίων. Σύμφωνα όμως με τις έρευνες οι καταναλωτές επιθυμούν να δούνε κάτι διαφορετικό.

Οι κύριοι ανταγωνιστές στον τομέα λιανικού καφέ είναι οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στο κέντρο της πόλης.

Στην περιοχή του Ηρακλείου υπάρχουν 36 βιβλιοπωλεία, εκ των οποίων τα 4 είναι αμιγή και τα 32 είναι μη αμιγή. Δηλαδή 1.4 βιβλιοπωλεία ανά 10.000 κατοίκους.

Οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές είναι το βιβλιοπωλείο Ελευθερουδάκης, Δοκιμάκης και Παπασωτηρίου.

- 1) Ελευθερουδάκης: Οικογενειακό βιβλιοπωλείο του οποίου η ιστορία ξεκινάει το 1898. Με ενεργή συμμετοχή στα κοινωνικά δρώμενα και ποιότητα των υπηρεσιών τους παραμένουν πρώτοι στις καταναλωτικές προτιμήσεις.**
- 2) Δοκιμάκης: 46 χρόνια εμπειρία. Έχει αναπτύξει σοβαρή υποδομή στις λιανικές πωλήσεις βιβλίων κατακτώντας την πρώτη θέση στην Κρήτη.**
- 3) Παπασωτηρίου: 22 χρόνια εμπειρία μεγαλύτερη αλυσίδα βιβλιοπωλείων, μεγάλη θεματολογία βιβλίων.**

Κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αυτών των βιβλιοπωλείων είναι η μεγάλη ποικιλία βιβλίων, η πελατειακή βάση, η διείσδυση στην αγορά και η μεγάλη φήμη, λόγω των πολλών χρόνων εμπειρίας και λειτουργίας τους.

#### 4.4 Προμηθευτές

Η διαδικασία εύρεσης των προμηθευτών επιτυγχάνεται με μια έρευνα αγοράς στην οποία θα επιλέξουμε τους προμηθευτές που επιθυμούμε καθώς και θα διαπραγματευτούμε τις τιμές και τους τρόπους συνεργασίας.

Σύμφωνα με την αγορά βιβλίου στην Ελλάδα για το 2008 οι εκδοτικοί οίκοι που είναι στην κορυφή της ζήτησης είναι:

Πατάκης.....	(365 τίτλους βιβλίων)
Ελληνικά Γράμματα.....	(295)
Μοντέρνοι Καιροί.....	(270)
Κέδρος.....	(245)
Σακκούλας.....	(226)
Λιβάνης.....	(221)
Καστανιώτης.....	(208)
Σαββάλας.....	(204)
Λαμπράκης.....	(181)
Μεταίχμιο.....	(157)

Θα φροντίσουμε να συμπεριλάβουμε όλους τους παραπάνω προμηθευτές καθώς και άλλους.



## **4.5 Τοποθεσία**

Αποφασίσαμε ότι η έδρα της επιχείρησης πρέπει να βρίσκεται σε ένα μεγάλο αστικό κέντρο όπως το Ηράκλειο, καθώς δραστηριοποιείται στον τομέα παροχής υπηρεσιών οπότε πρέπει να έχει πρόσβαση σε μία μεγάλη αγορά. Η περιοχή αυτή επιλέχθηκε για διάφορους λόγους συμπεριλαμβάνοντας: την εγγύτητα σε άλλες περιοχές και καταστήματα, την υψηλή ορατότητα και την ευκολία πρόσβασης, διότι σκοπός της επιχείρησης είναι η άμεση απόκτηση αγοραστικού κοινού και επιτυγχάνεται μέσω της έμμεσης διαφήμισης λόγω της εμπορικότητας της περιοχής αυτής.

## **4.6 Τιμολογιακή πολιτική**

Η τιμή του προϊόντος είναι ο βασικότερος παράγοντας που θα καθορίσει τις πωλήσεις μας και συνεπώς τα κέρδη που θα έχουμε από αυτό. Γι' αυτό το λόγο η τιμολόγηση του προϊόντος κατέχει σημαντική θέση στο μίγμα marketing. Ο καθορισμός της τιμής ενός προϊόντος δεν είναι κάτι ούτε απλό, ούτε εύκολο. Για τον καθορισμό της θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη πολλοί παράγοντες που άμεσα ή έμμεσα την επηρεάζουν. Λόγω του ότι είμαστε μια νεοεισερχόμενη εταιρία στο κλάδο των βιβλιοπωλείων, για να προσελκύσουμε νέους πελάτες στην επιχείρησή μας, θα εφαρμόσουμε πολιτική χαμηλής τιμολόγησης στα προϊόντα μας.

Σε ειδικές περιπτώσεις πελατών οι οποίοι θα είναι μέλη του βιβλιοπωλείου, θα τους παρέχουμε μια κάρτα μέλους με την οποία θα απολαμβάνουν επιπλέον έκπτωση από το κατάστημα της εταιρείας μας όλο το χρόνο.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την τιμή είναι το κόστος του προϊόντος, τα διάφορα λειτουργικά έξοδα, τα έξοδα για προώθηση – προβολή. Ακόμη σημαντικό ρόλο παίζουν οι τιμές των ανταγωνιστών (οποιαδήποτε αλλαγή στην τιμολογιακή πολιτική από την πλευρά των ανταγωνιστών, μας οδηγεί σε άμεση αντίδραση), η συμπεριφορά των αγοραστών (δηλαδή η εικόνα που έχουν οι αγοραστές για το προϊόν μας) καθώς επίσης η εισοδηματική κατάσταση των κατοίκων της περιοχής.

## **Μέθοδοι τιμολόγησης**

Οι συνηθέστεροι μέθοδοι τιμολόγησης είναι οι εξής:

### Τιμολόγηση με υπολογισμό του κόστους και πρόσθεση κέρδους (Cost-Plus Pricing)

Αυτή η μέθοδος είναι σχεδιασμένη ώστε να καλύπτονται πάντα τα σταθερά και κυμαινόμενα έξοδα. Προσθέτοντας στα άμεσα και έμμεσα έξοδα το κέρδος υπολογίζουμε την τιμή του προϊόντος / υπηρεσίας.

### Τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό

Εάν η αγορά έχει συγκεκριμένες τιμές και η διαφοροποίηση στα προϊόντα / υπηρεσίες είναι δύσκολη τότε θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε την τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό. Κάνοντας μία διάγνωση της αγοράς και των τιμών που ισχύουν μπορείτε να εντοπίσετε που μπορούν να κυμανθούν οι τιμές σας. Είναι απαραίτητο να διαλέξετε με βάση τα πλεονεκτήματά σας την κατάλληλη τιμή που θα είναι αποδεκτή και από το αγοραστικό κοινό που θα απευθυνθείτε.

### Τιμολόγηση με βάση την Ζήτηση

Εάν το αγοραστικό κοινό σας διαφέρει πολύ στην σύνθεση του τότε μπορείτε να τιμολογείτε με βάση την δυναμική της ζήτησης. Μπορούν να ισχύουν διαφορετικές τιμές με βάση τις παραγγελίες που κάνει ο κάθε πελάτης.

Στην επιχείρησή μας θα χρησιμοποιήσουμε την τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό λόγω του ότι ο συγκεκριμένος κλάδος, των βιβλιοπωλείων, έχει συγκεκριμένη τιμή. Έτσι μετά από έρευνα αγοράς και τιμών η πολιτική τιμολόγησης των προϊόντων μας είναι αυτή.

<b>Ενδεικτικές τιμές είδος</b>	<b>ποσό</b>
<b>βιβλία</b>	<b>20,00€</b>
<b>καφές</b>	<b>3,00€</b>

#### **4.7 Δίκτυα Διανομής**

Η επιχείρησή μας δεν διαθέτει ιδιαίτερο δίκτυο διανομής, διότι η πώληση των προϊόντων στηρίζεται στην άμεση επαφή και σχέση των πωλητών με τους πελάτες, με απώτερο σκοπό την πληρέστερη δυνατή ικανοποίηση των πελατών μας.

#### **4.8 Προβολή - Προώθηση πωλήσεων**

Κατά την έναρξη λειτουργίας μιας επιχείρησης, η διαφήμιση έχει ως στόχο, περισσότερο να κάνει γνωστή την ύπαρξή της παρά να οδηγήσει σε αύξηση των πωλήσεων. Για το λόγο αυτό επιλέγονται απλές καταχωρήσεις στον τύπο, μέσα από τα τοπικά περιοδικά και τις εφημερίδες, πληροφορώντας το κοινό για τις τιμές μας, τις προσφορές μας και τις ώρες λειτουργίας μας.

Ο καλύτερος χρόνος να διαφημιστεί μια επιχείρηση ή ένα προϊόν είναι την περίοδο που η ομάδα-στόχος είναι πιο πιθανό να επιθυμεί να αγοράσει το προϊόν.

Για το λόγο αυτό θα διαφημίσουμε την επιχείρησή μας σε περίοδο γιορτών όπως Χριστούγεννα που οι πωλήσεις θα αυξηθούν.

Τέλος, μεγάλη σημασία δίνουμε και στον τρόπο στησίματος του καταστήματος.

Η εξαιρετική εσωτερική διακόσμηση και το άνετο περιβάλλον θα προσελκύσει

πελάτες.

Όσον αφορά την συσκευασία, δίνουμε μεγάλη βαρύτητα στις τσάντες που θα τοποθετούμε τα βιβλία. Αυτό γιατί οι τσάντες είναι άμεση και δυναμική διαφήμιση για το κατάστημά μας. Πάνω σε αυτές θα αναγράφουμε εκτός από την επωνυμία και το λογότυπο της επιχείρησης.

## Πρώθηση πωλήσεων

Η διαφήμιση μέσα από τοπικούς ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς πιστεύουμε να μας βοηθήσει να γίνουμε ευρύτερα γνωστοί και να αυξήσουμε τον κύκλο εργασιών μας.

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά στο **ραδιόφωνο**, για την επιλογή των ωρών και των σταθμών που θα προβληθούμε έχουμε κάνει έρευνα αγοράς. Οι σταθμοί με τη μεγαλύτερη απήχηση είναι οι: υδρόγειος, μουσικό κανάλι και kiss fm. Θα προτιμήσουμε ορισμένες πρωινές ώρες (π.χ. 7.00-9.00) για να απευθυνθούμε στις εργαζόμενες γυναίκες και κάποιες απογευματινές ώρες αιχμής (π.χ. 17:00-19:00) ώστε να μας γνωρίσει το ευρύ κοινό γενικότερα, όπως οι μη εργαζόμενες γυναίκες, φοιτητές, νέα ζευγάρια κλπ. Η χρέωση του ραδιοφωνικού χρόνου χωρίζεται σε δύο ζώνες. Ανέρχεται στα 3 ευρώ ανά δευτερόλεπτο και για την prime time ζώνη 4 ευρώ ανά δευτερόλεπτο.

Τέλος, είναι η κατασκευή **ιστοσελίδας** από την επιχείρηση. Ο δικτυακός τόπος μιας επιχείρησης αποτελεί τη βιτρίνα της στο διαδίκτυο και της δίνει τη δυνατότητα διαφήμισης προϊόντων / υπηρεσιών, καθώς και τη δυνατότητα διενέργειας πολλών άλλων δραστηριοτήτων προώθησης.

Με όμορφες παρουσιάσεις των προϊόντων μας στις ιστοσελίδες, θα δίνονται πλούσιες πληροφορίες που κανένα άλλο μέσο (τηλεόραση, ραδιόφωνο, κ.ά.) δεν μπορεί να προσφέρει σε τόσο χαμηλό κόστος .

## 4.9 Προβλέψεις πωλήσεων

### ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

	μονάδες πωληθέντων προϊόν 1 <sup>ο</sup> -βιβλία	Μονάδες πωληθέντων Προϊόν 2 <sup>ο</sup> -καφέ
Ιανουάριος	270	135
Φεβρουάριος	240	120
Μάρτιος	235	100
Απρίλιος	245	125
Μάιος	240	115
Ιούνιος	230	110
Ιούλιος	230	115
Αύγουστος	230	100
Σεπτέμβριος	400	240
Οκτώβριος	250	120
Νοέμβριος	250	125
Δεκέμβριος	430	265
<b>σύνολο</b>	<b>3.250</b>	<b>1.670</b>
κόστος ανά μονάδα	17.00€	2.50€
<b>συνολικό κόστος</b>	<b>55.250</b>	<b>4.175</b>
Μονάδες πωληθέντων	3.250	1.670
τιμή πώλησης ανά μονάδα	20.00€	3.00€
<b>Συνολικές πωλήσεις</b>	<b>65.000 €</b>	<b>5.000 €</b>
<b>μικτό κέρδος ανά προϊόν</b>	<b>9.750 €</b>	<b>825 €</b>

Παρατηρούμε μία συνολική αύξηση στους μήνες Σεπτέμβριο και Δεκέμβριο λόγω του ότι αυτούς τους μήνες υπάρχει μια αυξημένη ζήτηση των προϊόντων εξαιτίας της αρχής της σχολικής χρονιάς και των γιορτών των Χριστουγέννων.

## **5. Διοίκηση (Management)**

### **A. Σύνθεση και καθήκοντα προσωπικού**

Δίνουμε μεγάλη σημασία στους ανθρώπους οι οποίοι θα στελεχώσουν την εταιρεία. Τα άτομα που θα επιλέξουμε να εργαστούν στο κατάστημά μας θα είναι άτομα νεαρής ηλικίας 18-30 ετών, με θέληση και ενθουσιασμό για εργασία, με αληθινό ενδιαφέρον και αγάπη για τους ανθρώπους και τα βιβλία.

Εκτιμούμε ότι για αρχή τέσσερα άτομα προσωπικό είναι αρκετά για την ομαλή εξυπηρέτηση των πελατών μας.

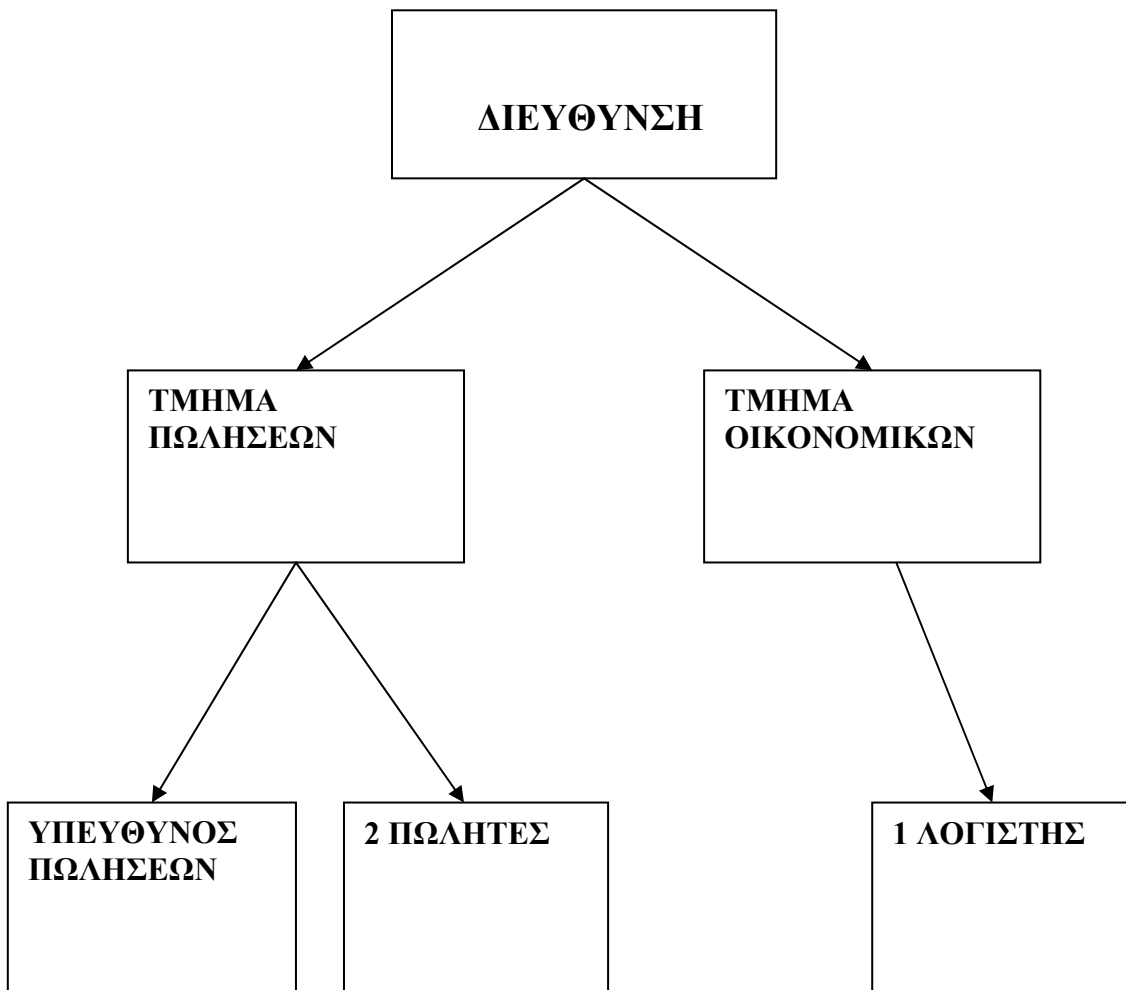
Διεύθυνση: Ουσιαστικά την διοίκηση της επιχείρησης την ασκούν οι ομόρρυθμοι εταίροι Μπορόζη Μελπομένη και Ντόκα Ευθαλία.

Υπεύθυνη πωλήσεων θα είναι η Μπορόζη Μελπομένη πτυχιούχος ΤΕΙ Διοίκησης Επιχειρήσεων, ενώ η Ντόκα Ευθαλία θα είναι υπεύθυνη στον χώρο με τα παιδάκια καθώς είναι πτυχιούχος ΤΕΙ βρεφονηπιοκομίας και έχει προϋπηρεσία 4 χρόνων στον τομέας της, καθώς και πολύ καλές συστάσεις.

Για τις ανάγκες της επιχείρησης θα προσλάβουμε ένα έμπειρο άτομο για τις πωλήσεις που θα είναι υπεύθυνο και για τις υπηρεσίες καφέ.

Για τις ανάγκες της επιχείρησης σε περιόδους αυξημένης ζήτησης όπως η έναρξη σχολικής περιόδου, Χριστούγεννα κτλ. θα προσλάβουμε εποχιακό προσωπικό.

## **B. ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ**



## **Γ. Εκπαίδευση – Επιμόρφωση προσωπικού**

Για την επιμόρφωση των βιβλιοπωλών, το Εθνικό Κέντρο Βιβλίου έχει αναλάβει, σε συνεργασία με τους τοπικούς Συλλόγους Βιβλιοπωλών και Βιβλιοχαρτοπωλών, τη διοργάνωση Σεμιναρίων Κατάρτισης Βιβλιοπωλών. Στα

Σεμινάρια αυτά λαμβάνουν μέρος ειδικευμένοι εισηγητές, οι οποίοι ενημερώνουν τους βιβλιοπώλες για θέματα που τους ενδιαφέρουν άμεσα, όπως ο εκσυγχρονισμός του βιβλιοπωλείου, οι πηγές χρηματοδότησης της βιβλιοπωλικής επιχείρησης, η οργάνωση, η διαχείριση και η μηχανοργάνωση του καταστήματος, το marketing, η προώθηση πωλήσεων κ.τ.λ. Σκοπός των σεμιναρίων αυτών, τα οποία πραγματοποιούνται με επιτυχία σε όλη την Ελλάδα, είναι η ποιοτική αναβάθμιση του βιβλιοπωλείου και η επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι βιβλιοπωλικές επιχειρήσεις της χώρας μας.



## 6. Χρηματοοικονομικά στοιχεία

### Σχέδιο Οικονομικής Διαχείρισης

#### Πίνακας 1. Προβλεπόμενου Ισολογισμού

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΙ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ	1 <sup>ο</sup>	2 <sup>ο</sup>	3ο	4ο	5 <sup>ο</sup>
	Έτος 2010	Έτος 2011	Έτος 2012	Έτος 2013	Έτος 2014
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
<b>1. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ</b>					
ΕΞΟΔΑ ΔΙΚΗΓΟΡΩΝ	3.000	3.000	2.000	1.000	500
ΕΞΟΔΑ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟΓΡΑΦΩΝ	5.000	5.000	5.000	2.000	1.000
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ	15.000	12.000	10.000	7.000	3.500
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	23.000	20.000	17.000	10.000	5.000
<b>Μείον: ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ</b>	4.600	4.000	3.400	2.000	1.000
<b>Αναπόσβεστη Αξία Εξόδων Εγκ/σης</b>	18.400	16.000	13.600	8.000	4.000
<b>2.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
ΕΠΙΠΛΑ	25.000	20.000	15.000	10.000	5.000
ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	30.000	25.000	20.000	15.000	10.000
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	55.000	45.000	35.000	25.000	15.000
<b>Μείον: ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ</b>	11.000	9.000	7.000	5.000	3.000
<b>Αναπόσβεστη Αξία Πάγιου Ενεργ/κου</b>	44.000	36.000	28.000	20.000	12.000
<b>3.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>					
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ	500	450	600	800	3.200
ΤΑΜΕΙΟ	1.000	2.500	3.200	2.700	8.000
ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ ΟΨΕΩΣ	3.500	4.000	6.000	5.700	15.000
<b>Σύνολο Κυκλοφ .Ενεργητικού</b>	5.000	6.950	9.800	9.200	26.200
<b>ΓΕΝ.ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>67.400</b>	<b>53.750</b>	<b>41.000</b>	<b>24.800</b>	<b>26.200</b>
<b>ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>					
<b>1.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ</b>					
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΧ/ΣΗΣ	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
ΖΗΜΙΑ ΕΙΣ ΝΕΟΝ	-600				

Πτυχιακή εργασία:Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελπομένη

ΚΕΡΔΗ ΕΙΣ ΝΕΟΝ		5.500	6.500	7.200	15.000
<b>Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων</b>	2.400	8.500	9.500	10.200	18.000
<b>2.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ</b>					
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	25.000	22.250	19.000	4.300	1.200
ΔΑΝΕΙΑ ΤΡΑΠΕΖΩΝ	20.000	5.000	2.500	1.800	0
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ-ΤΕΛΗ	20.000	18.000	10.000	8.500	7.000
<b>Σύνολο Υποχρεώσεων</b>	65.000	45.250	31.500	14.600	8.200
<b>ΓΕΝ. ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>	<b>67.400</b>	<b>53.750</b>	<b>41.000</b>	<b>24.800</b>	<b>26.200</b>

## Πίνακας 2. Λογαριασμού αποτελεσμάτων χρήσης

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ	ΕΤΗ				
	1°	2°	3°	4°	5°
	Έτος 2010	Έτος 2011	Έτος 2012	Έτος 2013	Έτος 2014
<b>1.ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>					
ΒΙΒΛΙΩΝ	65.000	87.000	125.000	140.000	220.000
ΓΡΑΦΙΚΗΣ ΥΛΗΣ	10.000	13.000	27.000	32.000	45.000
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>75.000</b>	<b>100.000</b>	<b>152.000</b>	<b>172.000</b>	<b>265.000</b>
<b>2.ΜΕΙΟΝ: ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>					
ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΟΡΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	17.000	19.500	65.000	80.000	135.000
ΑΜΟΙΒΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	30.000	35.200	38.000	39.500	55.000
ΑΜΟΙΒΕΣ ΤΡΙΤΩΝ (ΔΕΗ-ΟΤΕ Κ.Α.Π)	15.000	17.500	19.000	20.000	30.000
ΦΟΡΟΙ-ΤΕΛΗ	1.000	3.500	3.000	3.100	4.200
ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΞΟΔΑ	1.500	3.100	5.000	5.500	6.500
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>64.500</b>	<b>78.800</b>	<b>130.000</b>	<b>148.100</b>	<b>230.700</b>
<b>3.ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ &amp; ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ (%)</b>	86%	79%	86%	86%	87%
<b>(ΜΙΚΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 1-2)</b>	<b>10.500</b>	<b>21.200</b>	<b>22.000</b>	<b>23.900</b>	<b>34.300</b>
ΜΕΙΟΝ: ΤΟΚΟΙ ΔΑΝΕΙΩΝ	500	2.500	3.200	3.500	6.000
ΜΕΙΟΝ: ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΧΡΗΣΗΣ	15.600	13.000	10.400	7.000	4.000
<b>4.ΣΥΝΟΛΟ ΤΟΚΩΝ &amp; ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ</b>	<b>16.100</b>	<b>15.500</b>	<b>13.600</b>	<b>10.500</b>	<b>10.000</b>
<b>5.ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ &amp; ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ (3-4)</b>	<b>-5.600</b>	<b>5.700</b>	<b>8.400</b>	<b>13.400</b>	<b>24.300</b>
ΣΥΝ : ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΑΠΟ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΦΕ	5.000	2.400	3.300	2.400	2.300
<b>ΖΗΜΙΑ ΧΡΗΣΗΣ</b>	<b>-600</b>				
<b>ΚΕΡΔΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ</b>		<b>8.100</b>	<b>11.700</b>	<b>15.800</b>	<b>26.600</b>
<b>(%)</b>		8,10%	7,69%	9,18%	100%

### Πίνακας 3. Κόστους πωλήσεων

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	ΕΤΗ				
	1°	2°	3°	4ο	5°
	Έτος 2010	Έτος 2011	Έτος 2012	Έτος 2013	Έτος 2014
<b>ΑΡΧΙΚΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ</b>					
ΜΥΘΙΣΤΟΡΗΜΑΤΑ	0	50	10	70	150
ΙΣΤΟΡΙΚΑ	0	100	75	80	140
ΠΑΙΔΙΚΑ	0	220	60	150	120
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΑ	0	70	5	80	115
ΓΡΑΦΙΚΗ ΥΛΗ	0	60	300	220	275
<b>ΣΥΝ: ΑΓΟΡΕΣ</b>					
ΜΥΘΙΣΤΟΡΗΜΑΤΑ	7.000	7.450	12.150	14.500	35.900
ΙΣΤΟΡΙΚΑ	2.000	2.500	6.000	7.000	27.000
ΠΑΙΔΙΚΑ	3.500	3.600	15.000	19.000	27.000
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΑ	4.000	4.500	25.000	31.700	39.000
ΓΡΑΦΙΚΗ ΥΛΗ	1.000	1.400	7.000	8.000	8.500
<b>1.ΣΥΝΟΛΟ ΑΡΧΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΓΟΡΩΝ</b>	<b>17.500</b>	<b>19.950</b>	<b>65.600</b>	<b>80.800</b>	<b>138.200</b>
<b>ΜΕΙΟΝ: ΤΕΛΙΚΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ</b>					
ΜΥΘΙΣΤΟΡΗΜΑΤΑ	50	10	70	150	350
ΙΣΤΟΡΙΚΑ	100	75	80	140	580
ΠΑΙΔΙΚΑ	220	60	150	120	420
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΑ	70	5	80	115	800
ΓΡΑΦΙΚΗ ΥΛΗ	60	300	220	275	1.050
<b>2.ΣΥΝΟΛΟ ΤΕΛΙΚΩΝ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ</b>	<b>500</b>	<b>450</b>	<b>600</b>	<b>800</b>	<b>3.200</b>
<b>ΑΓΟΡΕΣ &amp; ΔΙΑΦΟΡΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ (1-2)</b>	<b>17.000</b>	<b>19.500</b>	<b>65.000</b>	<b>80.000</b>	<b>135.000</b>
<b>ΣΥΝ: ΔΑΠΑΝΕΣ ΧΡΗΣΗΣ</b>					
ΑΜΟΙΒΕΣ & ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	30.000	35.200	38.000	39.500	55.000
ΑΜΟΙΒΕΣ ΤΡΙΤΩΝ (ΔΕΗ-ΟΤΕ Κ.Λ.Π)	15.000	17.500	19.000	20.000	30.000
ΦΟΡΟΙ-ΤΕΛΗ	1.000	3.500	3.000	3.100	4.200
ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΞΟΔΑ	1.500	3.100	5.000	5.500	6.500
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>64.500</b>	<b>78.800</b>	<b>130.000</b>	<b>148.100</b>	<b>230.700</b>

#### Πίνακας 4. Αριθμοδεικτών

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	ΕΤΗ				
	1ο Έτος 2010	2ο Έτος 2011	3ο Έτος 2012	4ο Έτος 2013	5ο Έτος 2014
1. ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ					
ΚΥΚΛΟΦ. ΕΝΕΡΓ/ΚΟ / ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	7,69%	15,36%	31,11%	63,01%	319,51%
2.ΒΑΘΜΟΣ ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ					
ΞΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ / ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	29,67%	9,30%	6,10%	7,26%	0,00%
3.ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡ/ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	86,67%	45,25%	20,72%	8,49%	3,09%
4.ΔΕΙΚΤΗΣ ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ					
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ / ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2708%	532%	332%	143%	46%
5.ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ					
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ / ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	-25,00%	64,71%	68,42%	70,59%	83,33%

#### Γενικής Ρευστότητας

- Δείχνει το μέτρο ρευστότητας μιας επιχείρησης καθώς και το περιθώριο ασφάλειας που διατηρεί η διοίκησή της για να είναι σε θέση να αντιμετωπίσει μια ανεπιθύμητη εξέλιξη στην ροή των κεφαλαίων κίνησης. Η επιχείρηση κατά την έναρξη της δεν θα αντιμετωπίσει πρόβλημα ρευστότητας.

#### Αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων

- Δείχνει την κερδοφόρα δυναμικότητα της επιχείρησης και παρέχει ένδειξη του κατά πόσο επιτεύχθηκε ο στόχος ενός ικανοποιητικού αποτελέσματος. Με αυτό το ρυθμό τα Ίδια Κεφάλαια θα υπερκαλυφθούν από τα Καθαρά Κέρδη με το πέρας του δεύτερου έτους λειτουργίας της επιχείρησης.

## **7. ΤΕΛΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Βασιζόμενοι στην ανάλυση που προηγήθηκε κατά την κατάθεση του παραπάνω επιχειρηματικού σχεδίου, θεωρούμε πως το παραπάνω επιχειρηματικό σχέδιο χαρακτηρίζεται από σταθερότητα και βιωσιμότητα σε βάθος χρόνου.

Παρατηρούμε ότι η επιχείρησή μας παρουσιάζει αποτελέσματα τα οποία είναι πολύ περισσότερο από ικανοποιητικά ειδικά σε επίπεδο ρευστότητας, πωλήσεων αλλά και γενικότερων χρηματοοικονομικών δεικτών. Η επιχείρηση παρουσιάζει στοιχεία ωριμότητας από το δεύτερο κιάλας έτος.

Η τάση προόδου και εξέλιξης της επιχείρησης περιγράφεται ως ανοδική και αισιόδοξη για τα επόμενα έτη χρήσης, και κυρίως για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας της επιχείρησης που περιλαμβάνει το παρών επιχειρηματικό σχέδιο.

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης είναι η καινοτομία, η απουσία αντίστοιχου καταστήματος στην περιοχή του Ηρακλείου, το ευχάριστο περιβάλλον, οι χαμηλές τιμές και η εξαιρετική τοποθεσία. Ενώ στις αδυναμίες συγκαταλέγονται ο υψηλός ανταγωνισμός και η έλλειψη αναγνωρισιμότητας στην αγορά.

Συγκεκριμένα σύμφωνα με τους υπολογισμούς, τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης θα ξεκινούν από το δεύτερο κιάλας έτος λειτουργίας της. Τα κέρδη της εταιρίας είναι ικανοποιητικά, δεν είναι υπερβολικά ωστόσο αυξάνονται σταθερά με την πρόοδο του χρόνου. Στόχος επίσης είναι η απόσβεση της συνολικής επένδυσης το αργότερο μέχρι το τέλος του πέμπτου έτους λειτουργίας.

Ακριβώς επειδή στοχεύουμε σε ένα αρκετά μεγάλο κομμάτι της αγοράς και ο βαθμός καινοτομίας που προσφέρουμε είναι αποδεκτός από τον πελάτη η επιχείρησή μας θα είναι βιώσιμη και κερδοφόρα.

## 8. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΦΥΣΙΚΗ

1. «Μάνατζμεντ Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων» (1995) Longenecker Moore Petty, εκδ. 'ΕΛΛΗΝ' '. Ένατη έκδοση
2. «Μάρκετινγκ» (2004) Γ. Σιώμοκος εκδ. Σταμούλης .Δεύτερη έκδοση
3. «Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ» (2002) Γιάννης Πετρώφ, Τζωρτζάκης Κώστας-Αλεξία Τζωρτζάκη. Εκδ. Rosili. Δεύτερη έκδοση
4. «Η έρευνα του Μάρκετινγκ» (2004) Ειρήνη Ι. Τηλικίδου εκδ. Ελληνικά Γράμματα. Πρώτη έκδοση

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ

[www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)  
[www.biblionet.gr](http://www.biblionet.gr)  
[www.keta.gr](http://www.keta.gr)  
[www.tanea.gr](http://www.tanea.gr)  
[www.bplans.com](http://www.bplans.com)  
[www.specisoft.gr](http://www.specisoft.gr)  
[www.kae.gr](http://www.kae.gr)  
[www.businessforum.com](http://www.businessforum.com)

## 9. Παράρτημα

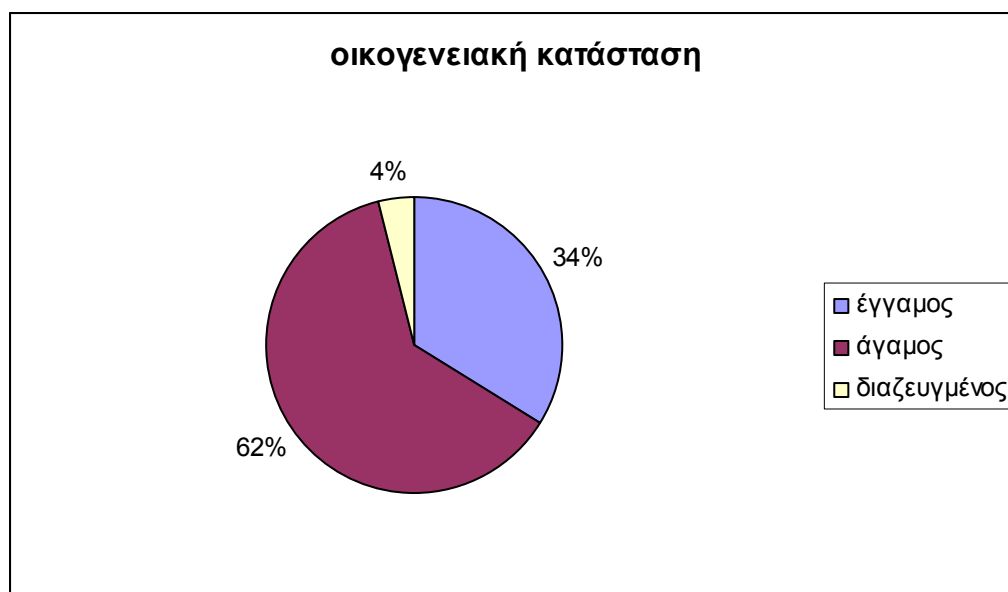
### - Έρευνα αναγνωστικής συμπεριφοράς κοινού με ερωτηματολόγια

(στους πίνακες αναγράφονται οι απαντήσεις, ενώ τα γραφήματα είναι σταθμισμένα ανάλογα με το δείγμα

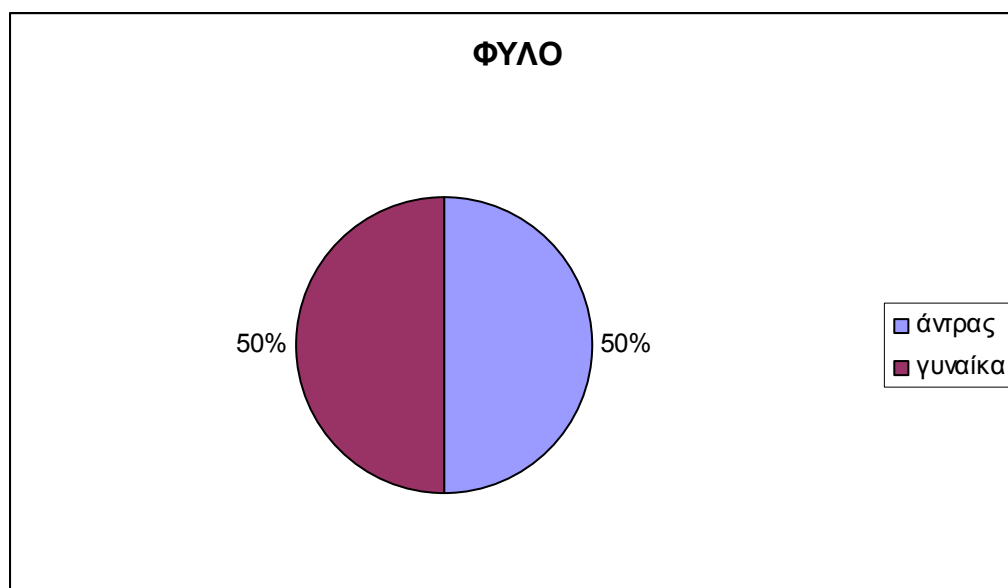
#### 1. Χαρακτηριστικά κοινού

<b>οικογενειακή κατάσταση</b>	
Έγγαμος	34%
Άγαμος	62%
Διαζευγμένος	4%

Πτυχιακή εργασία:Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη



Φύλο	
Άντρας	50%
Γυναίκα	50%

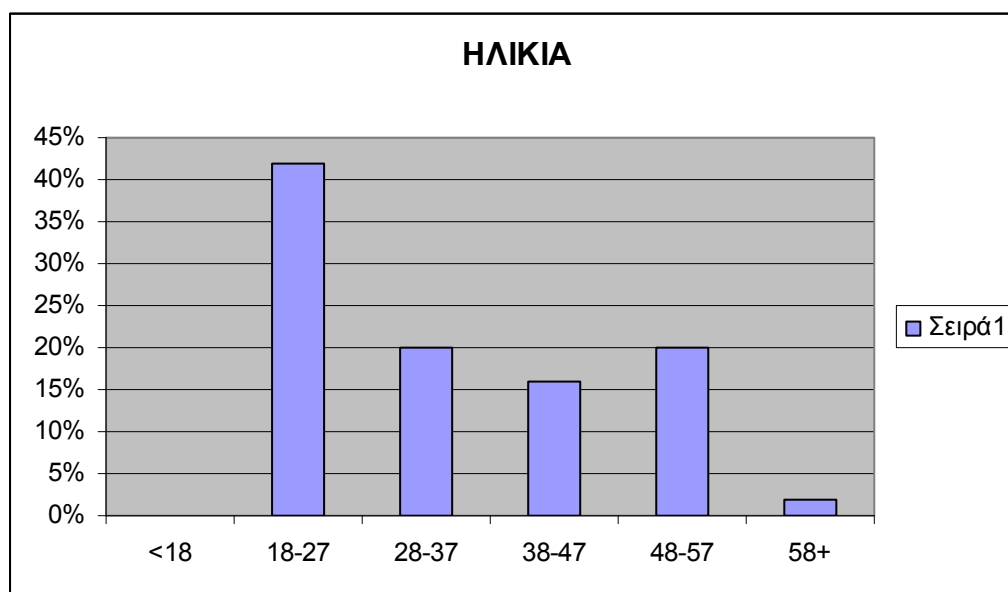




Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

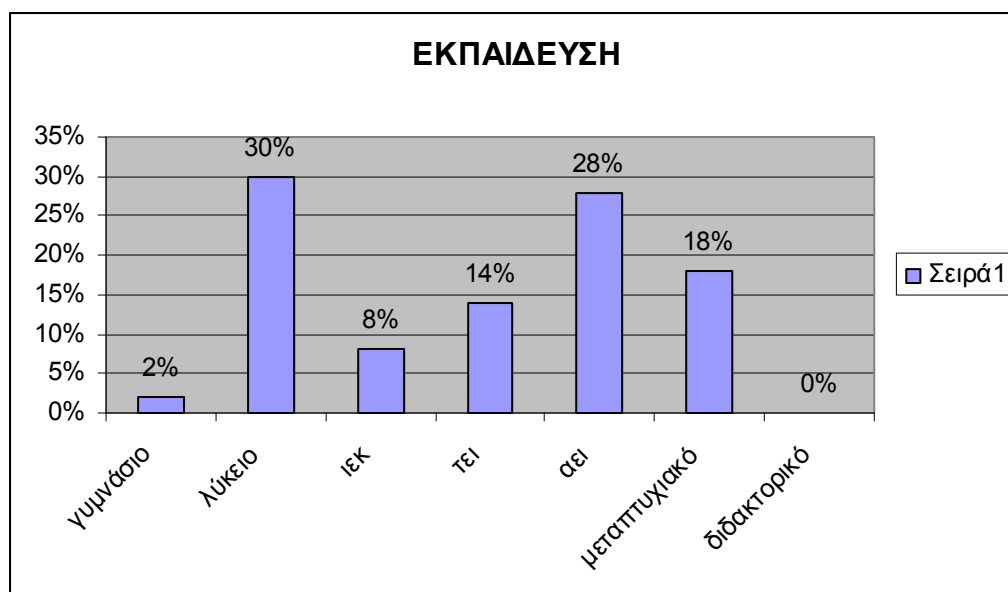
---

<b>Ηλικία</b>	
<18	0%
18-27	42%
28-37	20%
38-47	16%
48-57	20%
58+	2%

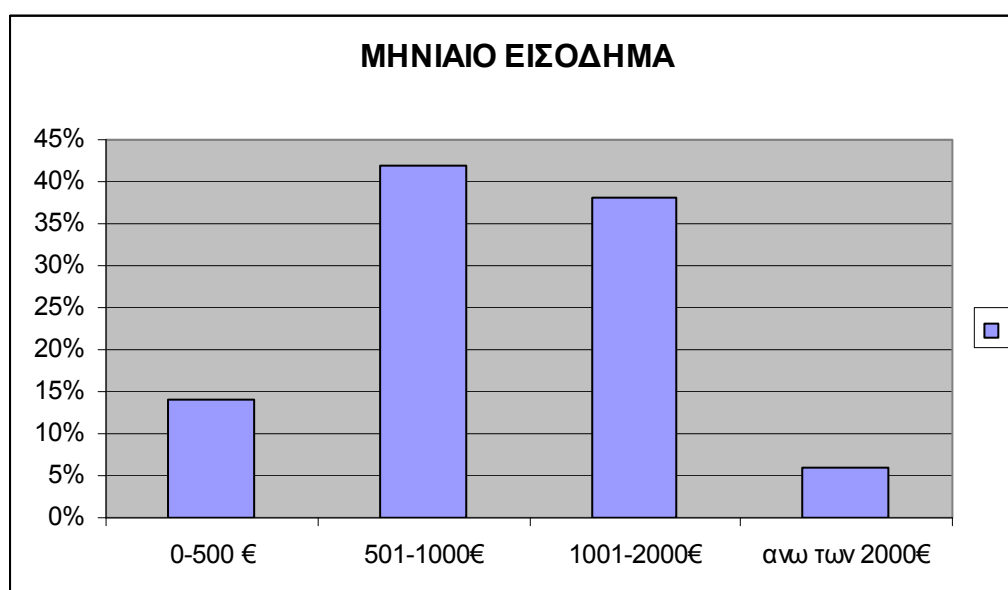


<b>Εκπαίδευση</b>	
Γυμνάσιο	2%
Λύκειο	30%
Ιεκ	8%
Τει	14%
Αει	28%
Μεταπτυχιακό	18%
Διδακτορικό	0%

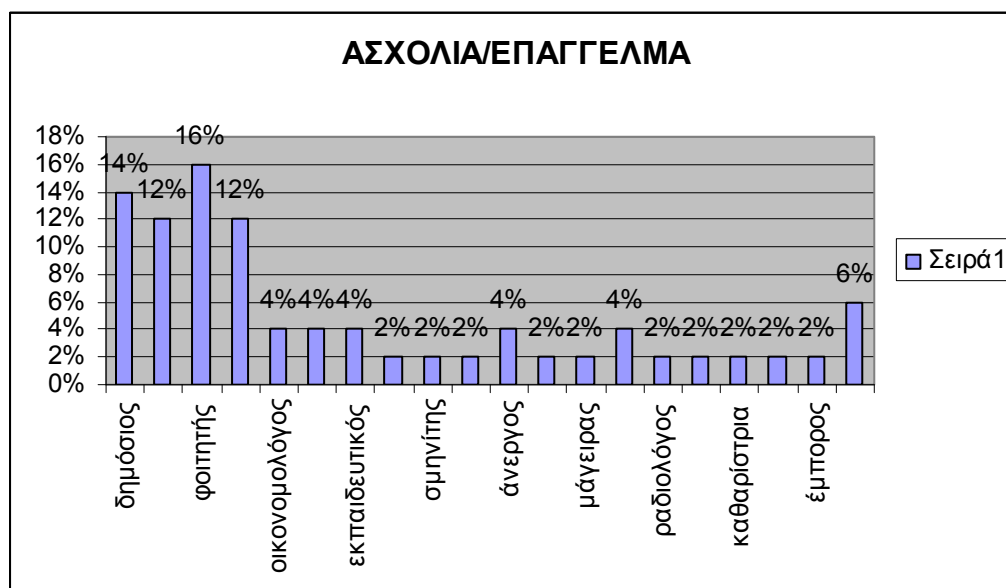
Πτυχιική εργασία:Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη



<b>μηνιαίο εισόδημα</b>	
0-500 €	14%
501-1000€	42%
1001-2000€	38%
ανω των 2000€	6%

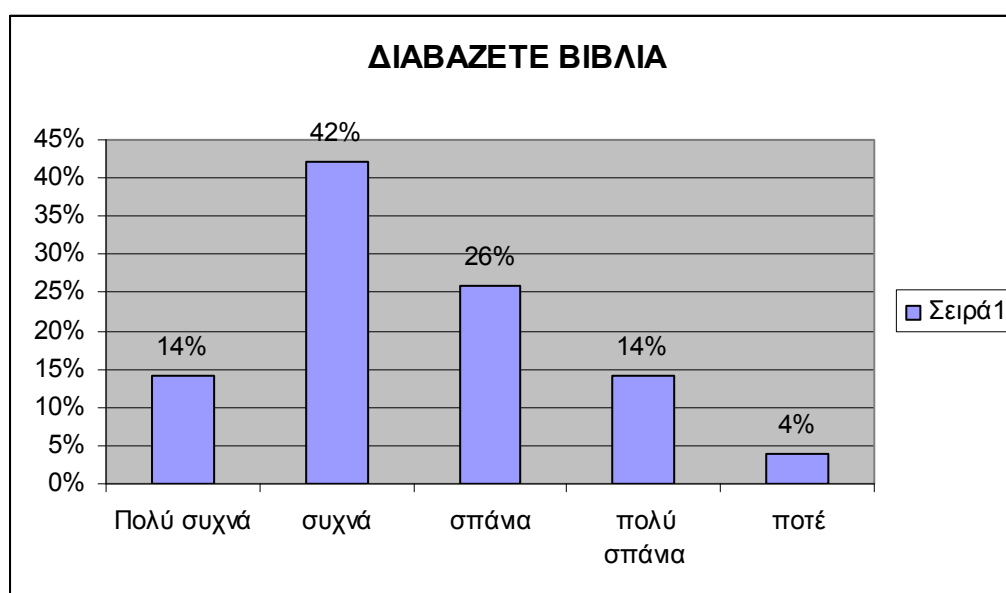


ασχολία/επάγγελμα	
δημόσιος υπάλληλος	14%
ιδιωτικός υπάλληλος	12%
Φοιτητής	16%
ελεύθερος επαγγελματίας	12%
Οικονομολόγος	4%
Μουσικός	4%
Εκπαιδευτικός	4%
Μπουφειτζής	2%
Σμηνίτης	2%
Φροντιστής	2%
Άνεργος	4%
κοινωνικός λειτουργός	2%
Μάγειρας	2%
τουριστικός πράκτορας	4%
Ραδιολόγος	2%
Γιατρός	2%
Καθαρίστρια	2%
Συνταξιούχος	2%
Έμπορος	2%
Νηπιαγωγός	6%



## 2. Αναγνωστική συμπεριφορά του κοινού

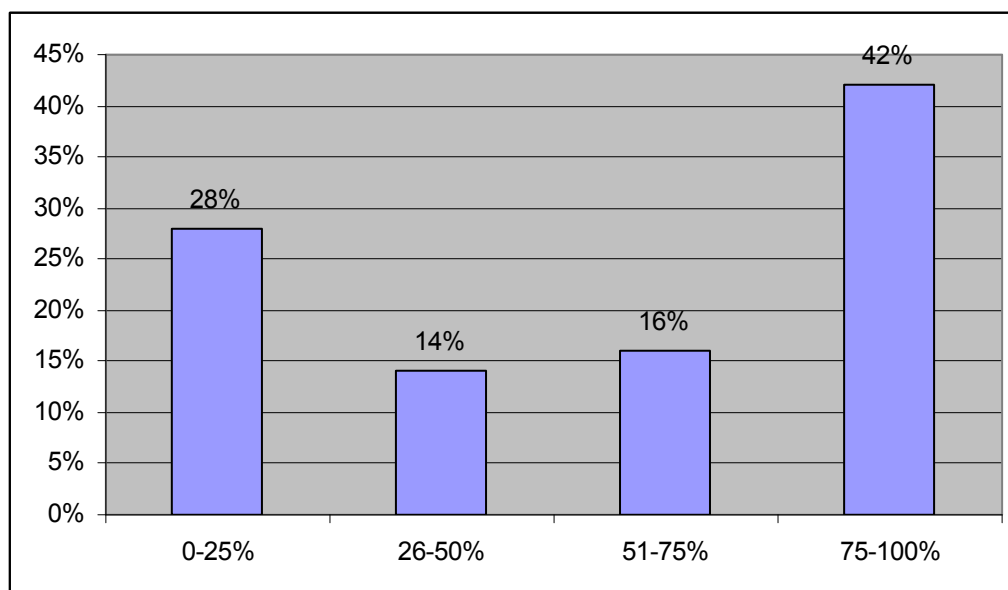
<b>1. Διαβάζετε βιβλία;</b>	
Πολύ συχνά	14%
Συχνά	42%
Σπάνια	26%
πολύ σπάνια	14%
Ποτέ	4%



<b>2. Πόσα περίπου βιβλία διαβάσατε τον τελευταίο χρόνο;</b>	
0	12%
1-5	50%
5-9	26%
9+	12%

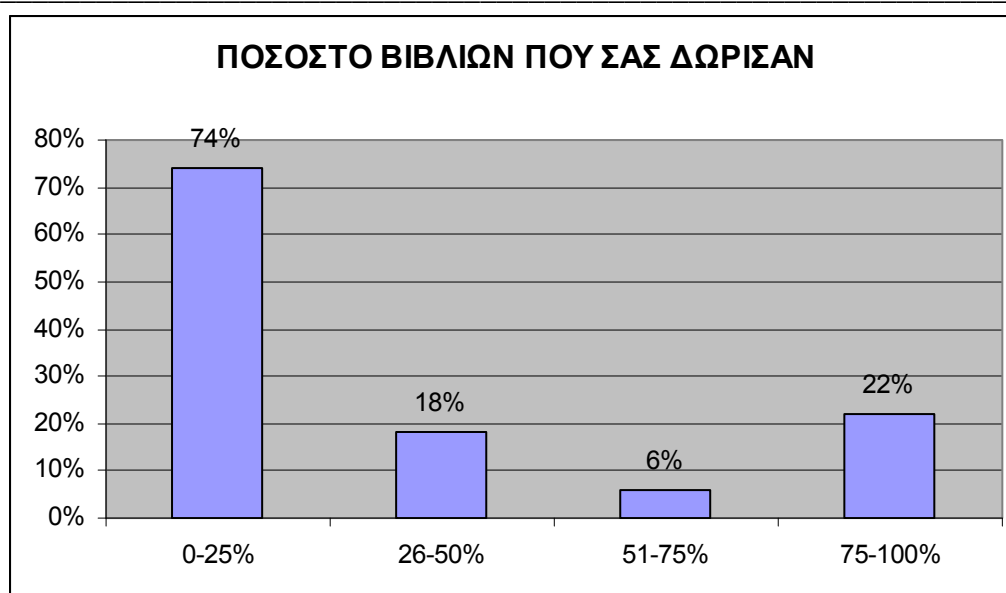
3. Τι ποσοστό των βιβλίων που διαβάσατε αγοράσατε;	
0-25%	28%
26-50%	14%
51-75%	16%
75-100%	42%

### ΠΟΣΟΣΤΟ ΒΙΒΛΙΩΝ ΠΟΥ ΑΓΟΡΑΣΑΝ



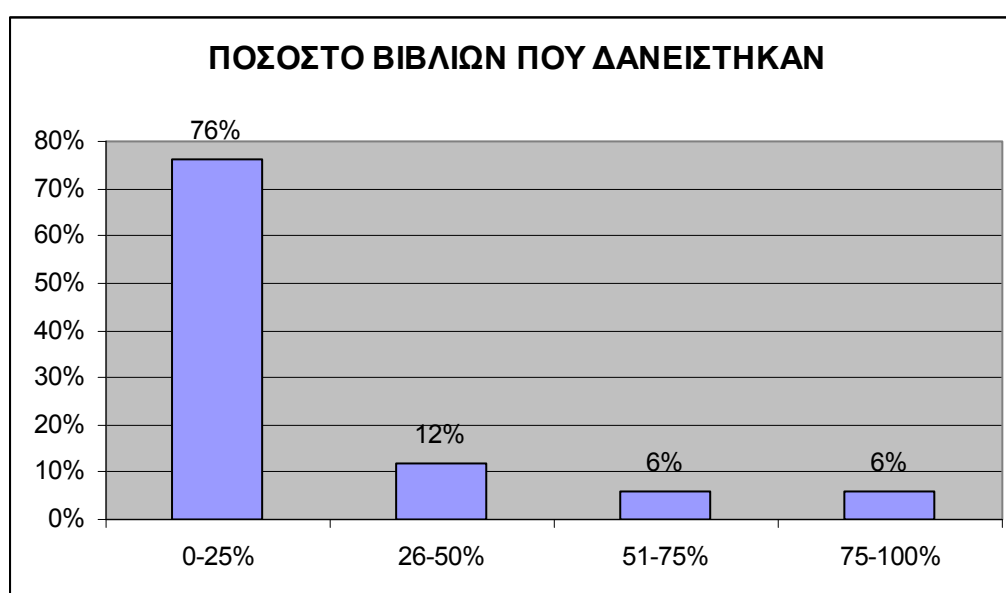
4. Τι ποσοστό των βιβλίων που διαβάσατε σας δώρισαν;	
0-25%	74%
26-50%	18%
51-75%	6%
75-100%	22%

Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελπομένη



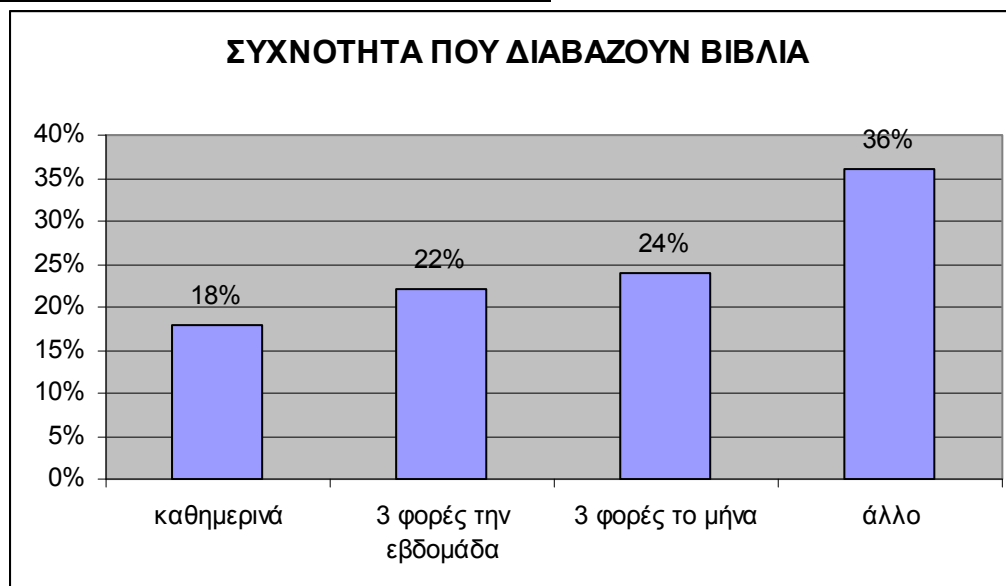
5. Τι ποσοστό των βιβλίων που διαβάσατε δανειστήκατε;

0-25%	76%
26-50%	12%
51-75%	6%
75-100%	6%



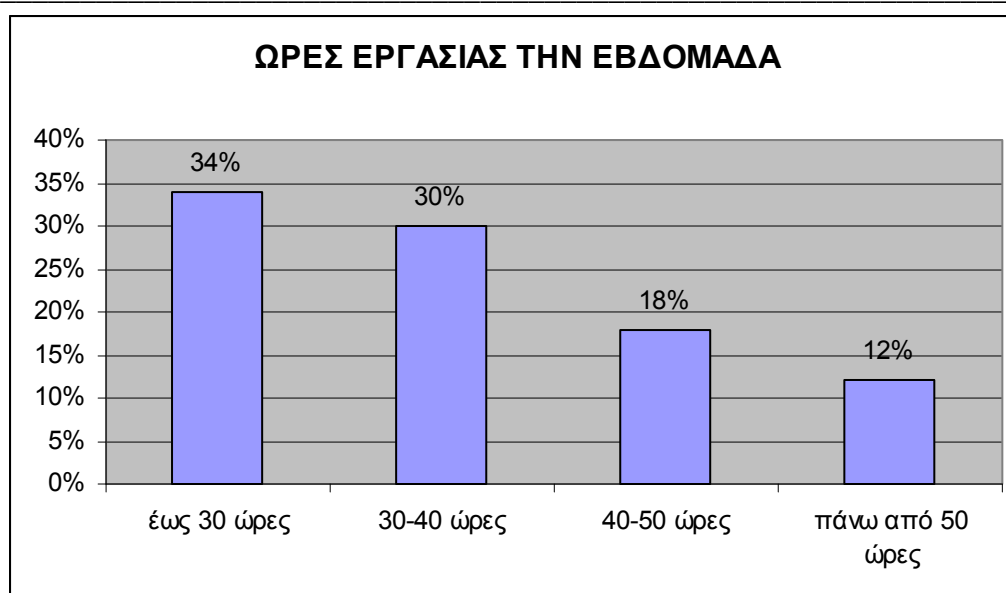
Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

6. Πόσο συχνά διαβάζετε βιβλία;	
καθημερινά	18%
3 φορές την εβδομάδα	22%
3 φορές το μήνα	24%
άλλο	36%



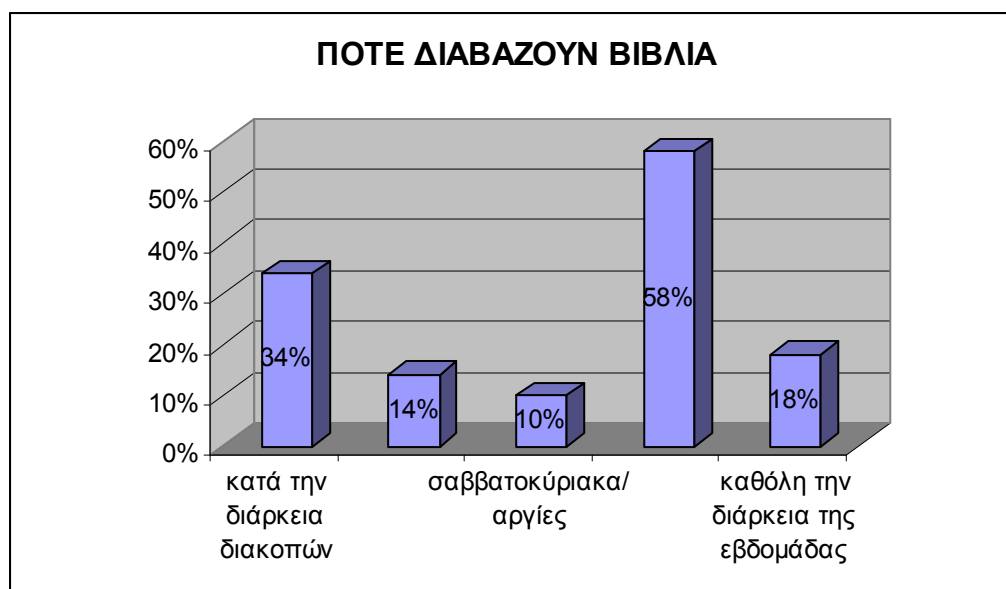
7. Πόσες ώρες δουλεύετε την εβδομάδα;	
έως 30 ώρες	34%
30-40 ώρες	30%
40-50 ώρες	18%
πάνω από 50 ώρες	12%

Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη



**8. Πότε διαβάζετε βιβλία; (σημειώστε μέχρι δύο)**

κατά την διάρκεια διακοπών	34%
κάθε μέρα	14%
σαββατοκύριακα/ αργίες	10%
όποτε έχω ελεύθερο χρόνο	58%
καθόλη την διάρκεια της εβδομάδας	18%



**9. Έχει τύχει να αρχίσετε ένα βιβλίο και να μην το τελειώσετε ποτέ;**

πολύ συχνά	6%
Συχνά	28%



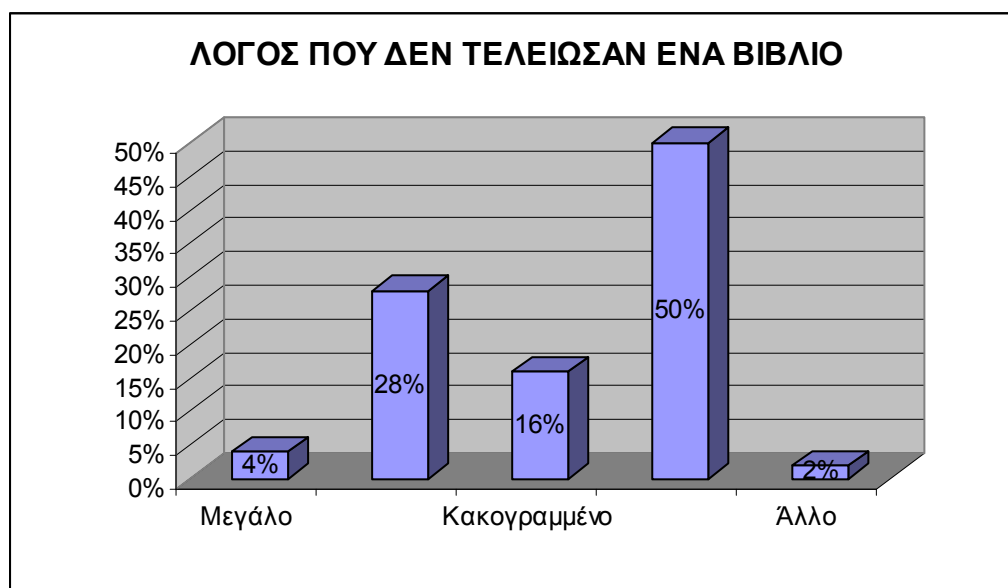
Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

Σπάνια	16%
πολύ σπάνια	26%
Ποτέ	24%



10. Αν ναι, για ποιο λόγο; (σημειώσατε μέχρι δύο)

Μεγάλο	4%
δεν με συγκινεί η πλοκή	28%
Κακογραμμένο	16%
Βαρετό	50%
Άλλο	2%



11. Σε σχέση με το παρελθόν διαβάζετε περισσότερο, λιγότερο, ή το ίδιο;

Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

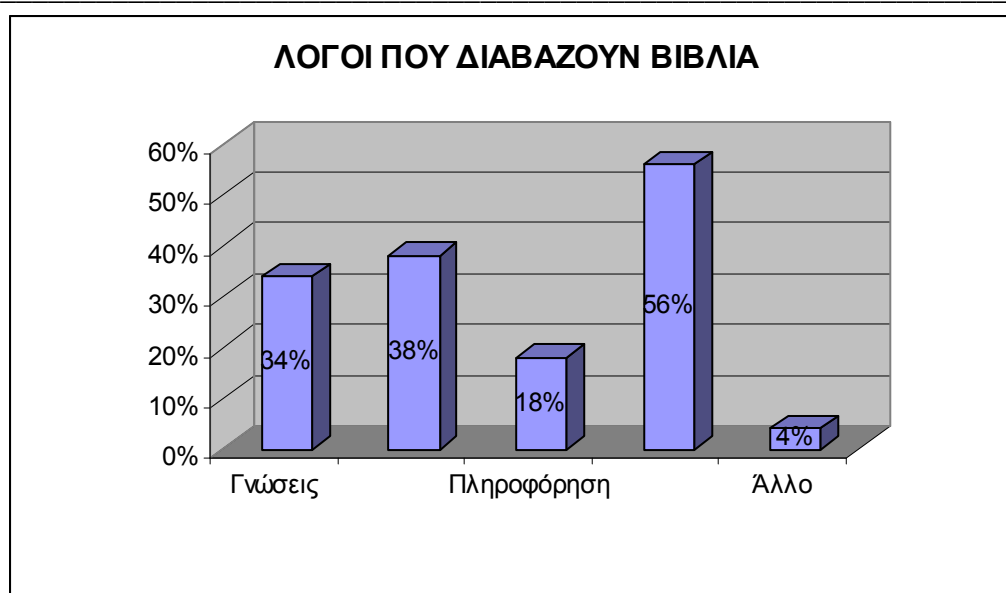
Περισσότερο	26%
Λιγότερο	46%
το ίδιο	28%



12. Για ποιο λόγο διαβάζετε βιβλία; (σημειώσατε μέχρι δύο)

Γνώσεις	34%
ανάπτυξη κριτικής σκέψης	38%
Πληροφόρηση	18%
Ξεκούραση	56%
Άλλο	4%

Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

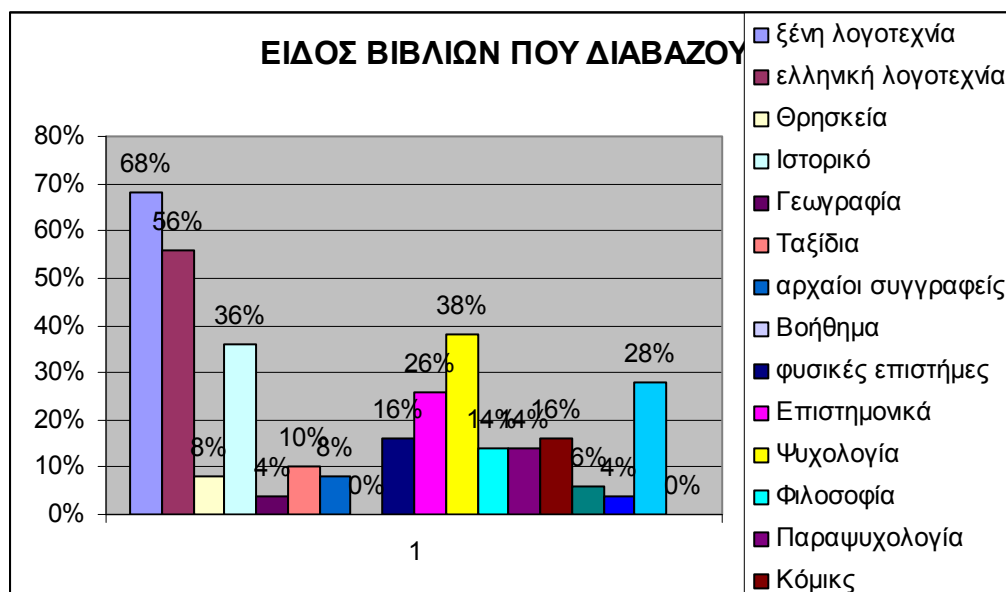


13. Τι είδους βιβλία σας αρέσει να διαβάσετε; (σημειώσατε μέχρι πέντε)

ξένη λογοτεχνία	68%
ελληνική λογοτεχνία	56%
Θρησκεία	8%
Ιστορικό	36%
Γεωγραφία	4%
Ταξίδια	10%
αρχαίοι συγγραφείς	8%
Βοήθημα	0%
φυσικές επιστήμες	16%
Επιστημονικά	26%
Ψυχολογία	38%
Φιλοσοφία	14%
Παραψυχολογία	14%

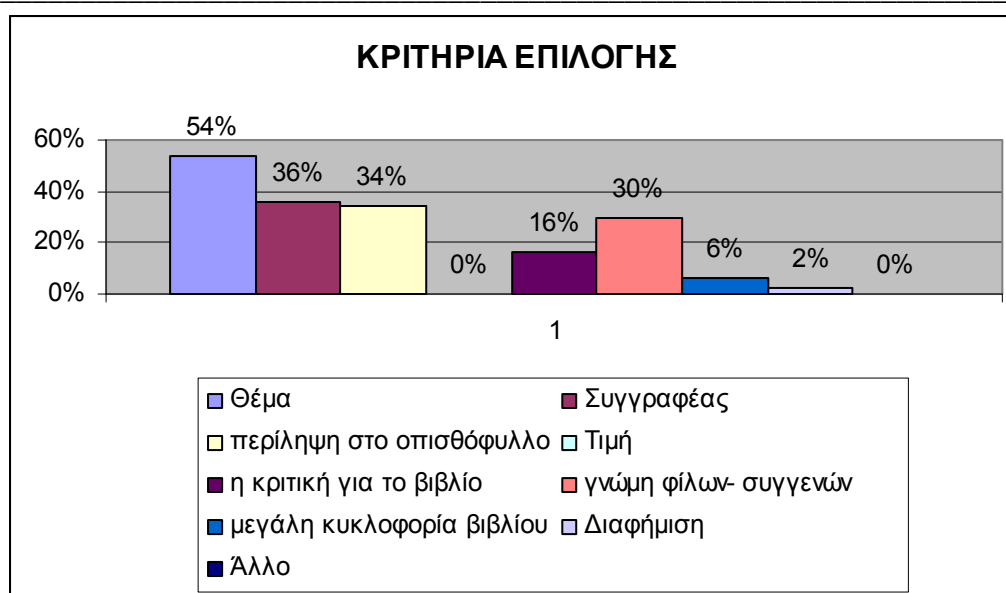
Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

Κόμικς	16%
Πληροφορική	6%
καλές τέχνες	4%
Κοινωνικά	28%
Άλλο	0%



14. Ποια είναι τα κριτήρια με τα οποία επιλέγετε ένα βιβλίο; (σημειώστε μέχρι δύο)	
Θέμα	54%
Συγγραφέας	36%
περίληψη στο οπισθόφυλλο	34%
Τιμή	0%
η κριτική για το βιβλίο	16%
γνώμη φίλων- συγγενών	30%
μεγάλη κυκλοφορία βιβλίου	6%
Διαφήμιση	2%
Άλλο	0%

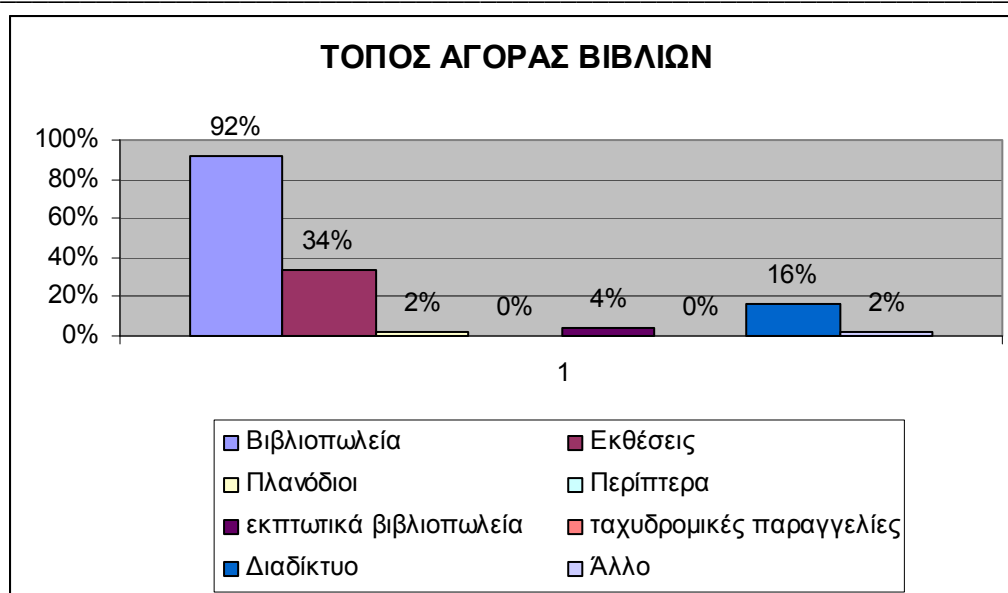
Πτυχιική εργασία:Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελοπομένη



15. Από πού αγοράζετε βιβλία; (σημειώστε μέχρι τρία)

Βιβλιοπωλεία	92%
Εκθέσεις	34%
Πλανόδιοι	2%
Περίπτερα	0%
εκπαιδευτικά βιβλιοπωλεία	4%
ταχυδρομικές παραγγελίες	0%
Διαδίκτυο	16%
Άλλο	2%

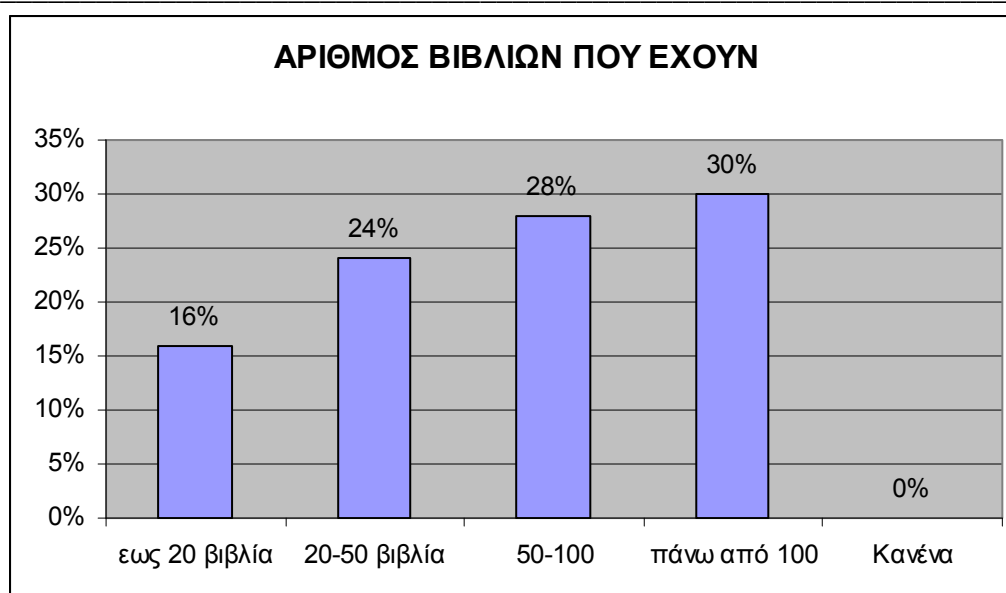
Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη



16. Ποιος είναι περίπου ο αριθμός βιβλίων που έχετε σπίτι σας;

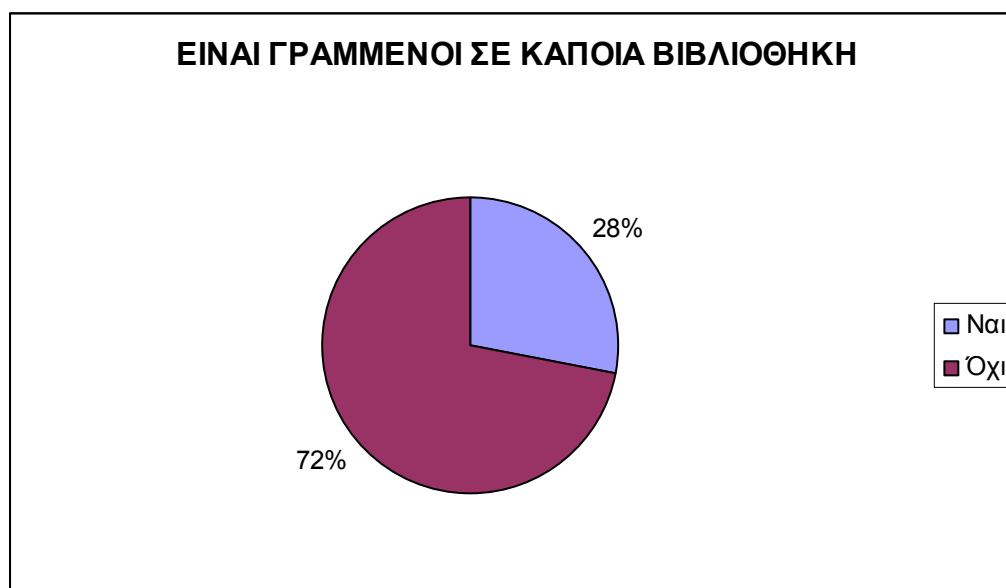
εως 20 βιβλία	16%
20-50 βιβλία	24%
50-100	28%
πάνω από 100	30%
Κανένα	0%

Πτυχιική εργασία:Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη



17.Είστε γραμμένοι σε κάποια βιβλιοθήκη;

Ναι	28%
Όχι	72%



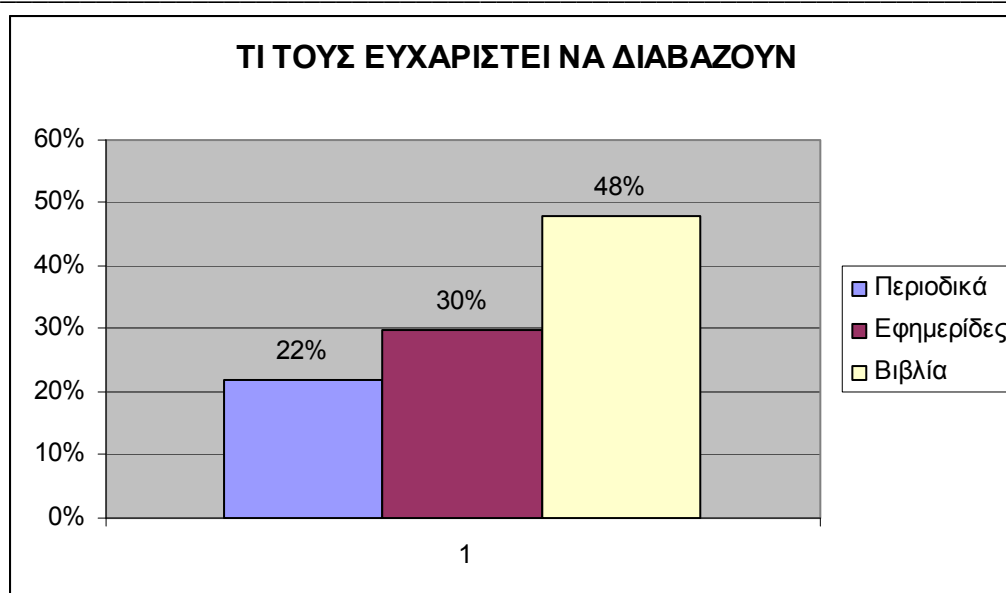
18. Δανείτε βιβλία από φίλους και βιβλιοθήκες;	
ναι	62%
όχι	38%



19. Τι σας ευχαριστεί να διαβάζετε περισσότερο: περιοδικά, εφημερίδες ή βιβλία;	
Περιοδικά	22%
Εφημερίδες	30%
Βιβλία	48%



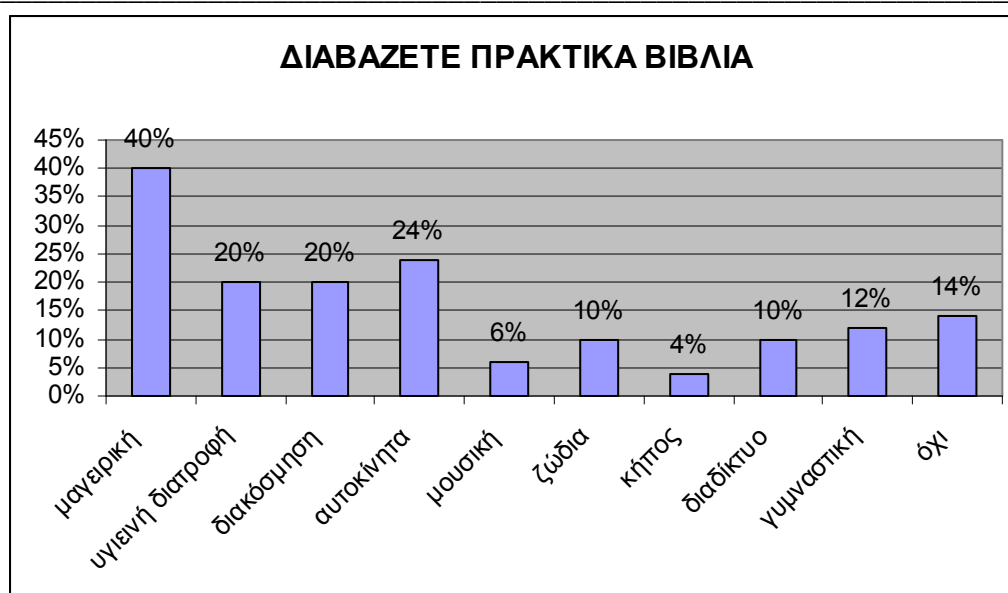
Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη



20. Διαβάζετε πρακτικά βιβλία; (σημειώστε μέχρι δύο)

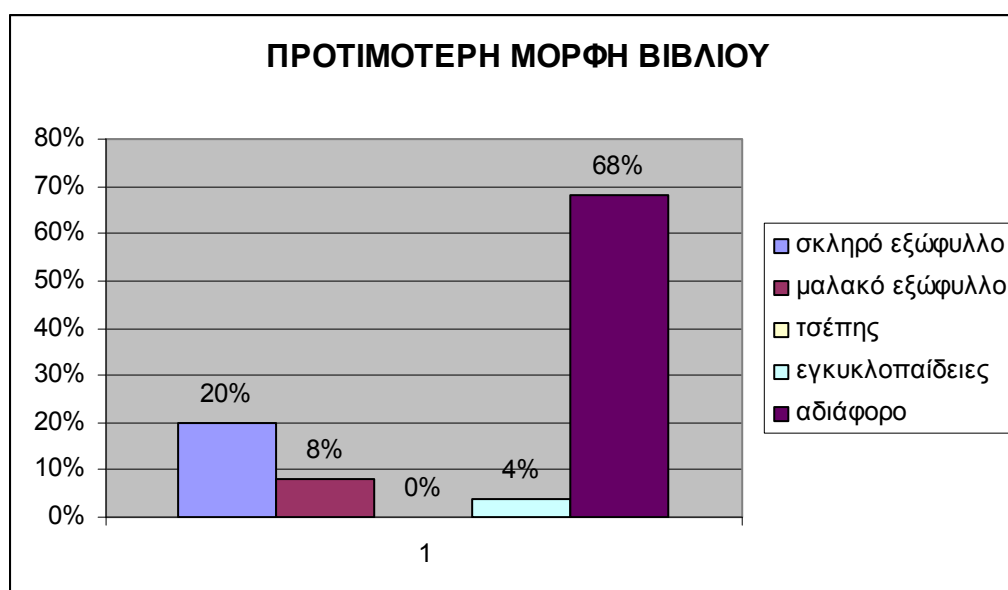
μαγειρική	40%
υγιεινή διατροφή	20%
διακόσμηση	20%
αυτοκίνητα	24%
μουσική	6%
ζώδια	10%
κήπος	4%
διαδίκτυο	10%
γυμναστική	12%
όχι	14%

Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη



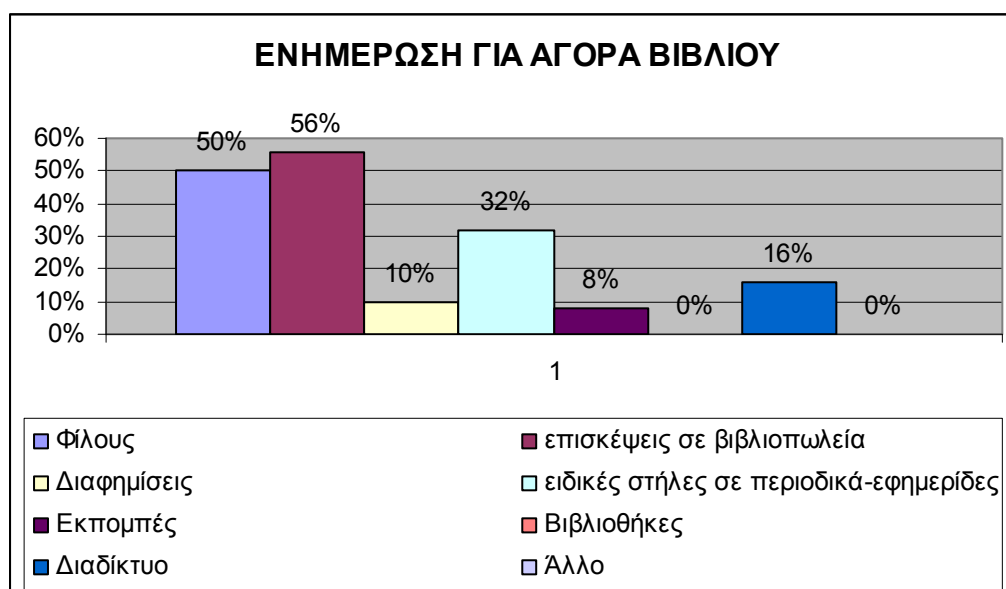
21. Τι μορφή βιβλίων προτιμάτε;

σκληρό εξώφυλλο	20%
μαλακό εξώφυλλο	8%
τσέπης	0%
εγκυκλοπαίδειες	4%
αδιάφορο	68%



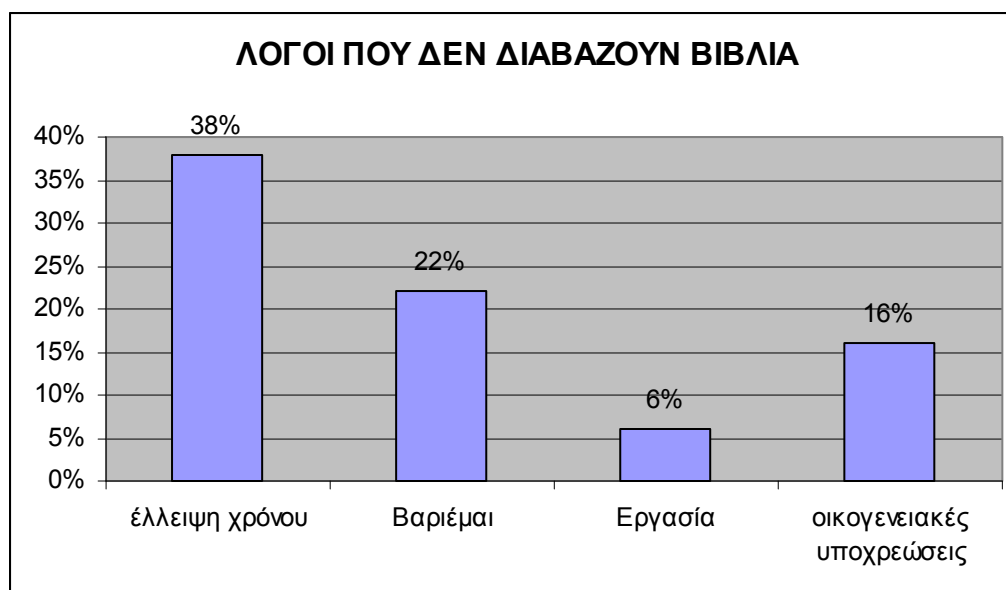
Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

22. Από πού ενημερώνεστε για την αγορά ενός βιβλίου; (σημειώστε μέχρι δύο)	
Φίλους	50%
επισκέψεις σε βιβλιοπωλεία	56%
Διαφημίσεις	10%
ειδικές στήλες σε περιοδικά-εφημερίδες	32%
Εκπομπές	8%
Βιβλιοθήκες	0%
Διαδίκτυο	16%
Άλλο	0%

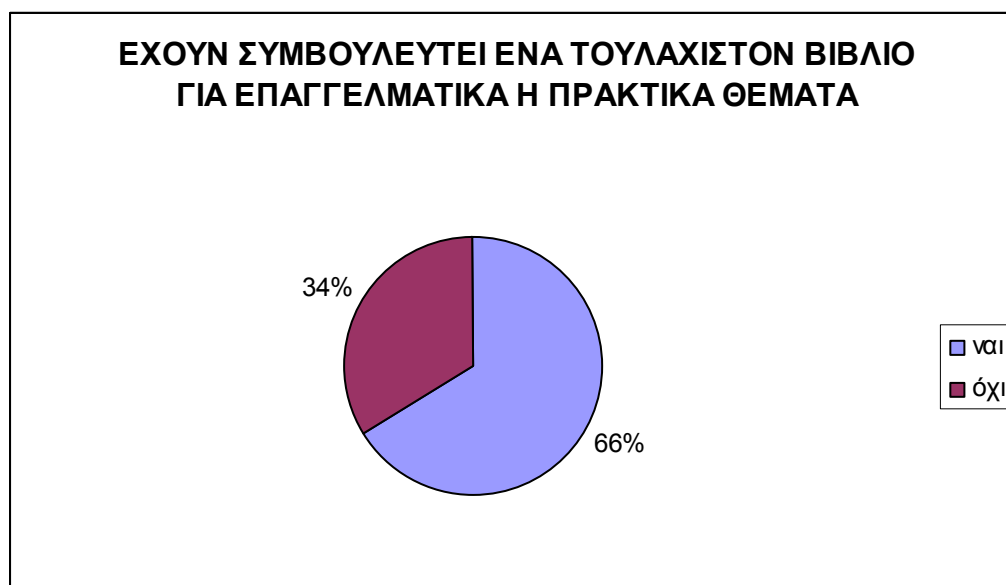


23. Εάν δεν διαβάζετε βιβλία για ποιους από τους παρακάτω λόγους δεν το κάνετε;	
έλλειψη χρόνου	38%
Βαριέμαι	22%
Εργασία	6%
οικογενειακές υποχρεώσεις	16%

Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

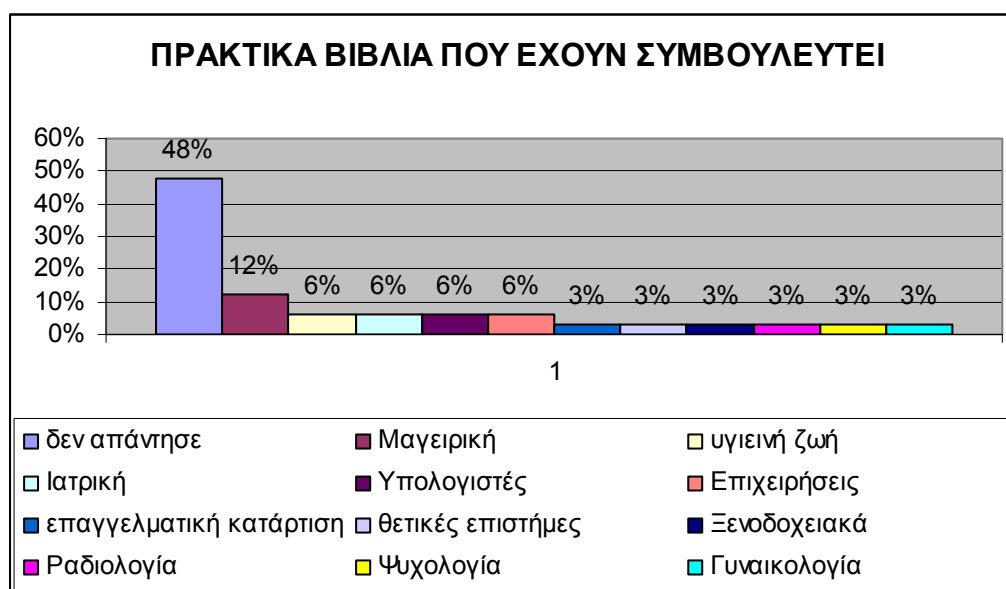


24. Έχετε συμβουλευτεί ένα τουλάχιστον βιβλίο για επαγγελματικά ή για πρακτικά θέματα;	
Ναι	66%
Όχι	34%



Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

25. Αν ναι, ποιο ήταν αυτό;	
δεν απάντησε	48%
Μαγειρική	12%
υγιεινή ζωή	6%
Ιατρική	6%
Υπολογιστές	6%
Επιχειρήσεις	6%
επαγγελματική κατάρτιση	3%
θετικές επιστήμες	3%
Ξενοδοχειακά	3%
Ραδιολογία	3%
Ψυχολογία	3%
Γυναικολογία	3%

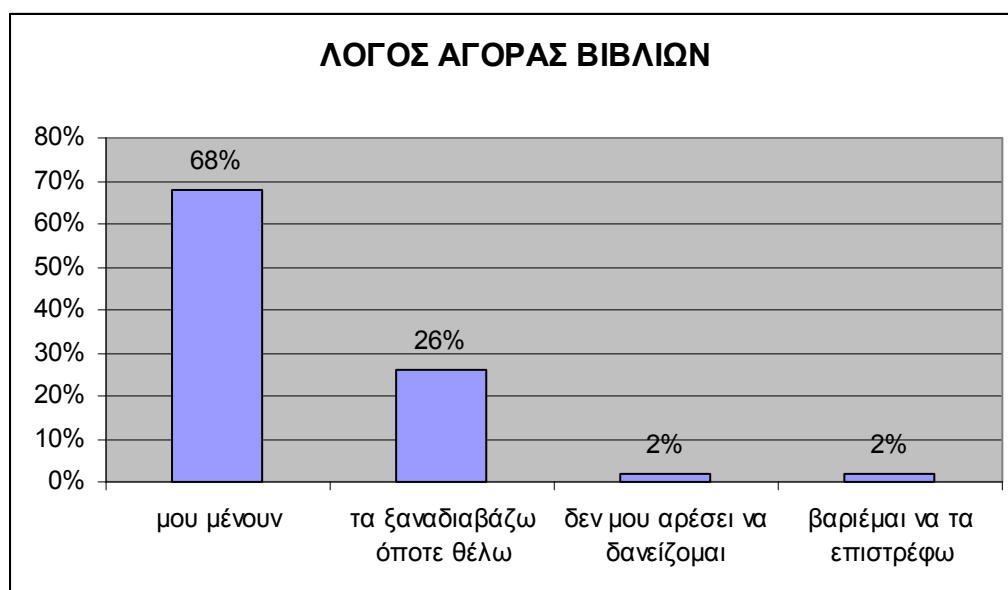


26. Προτιμάτε να αγοράσετε ή να δανείζεστε βιβλία;	
Αγοράζω	82%
Δανείζομαι	18%

Πτυχιική εργασία:Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

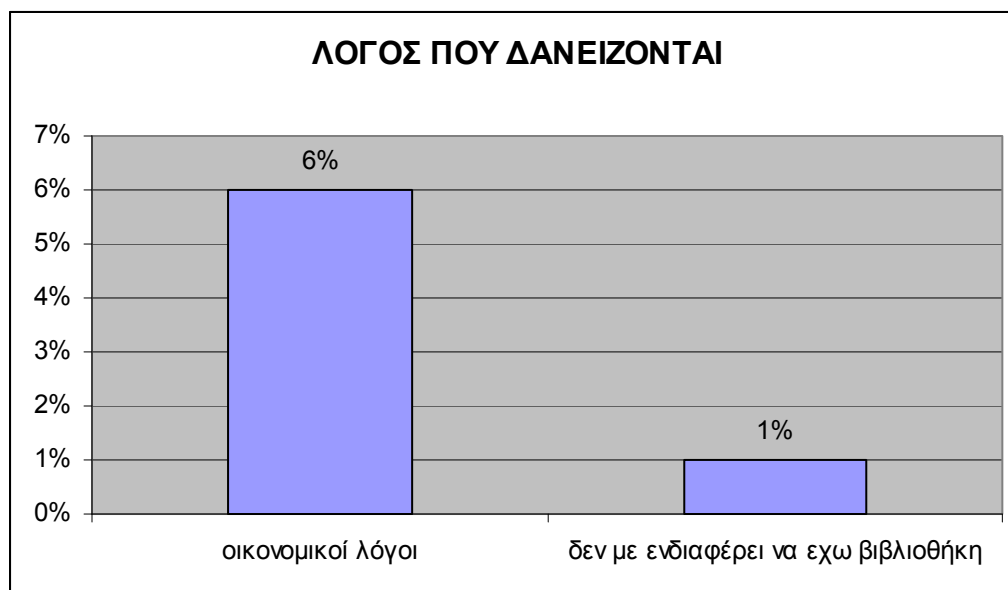


27. Για ποιο λόγο αγοράζετε;	
μου μένουν	68%
τα ξαναδιαβάζω όποτε θέλω	26%
δεν μου αρέσει να δανείζομαι	2%
βαριέμαι να τα επιστρέφω	2%



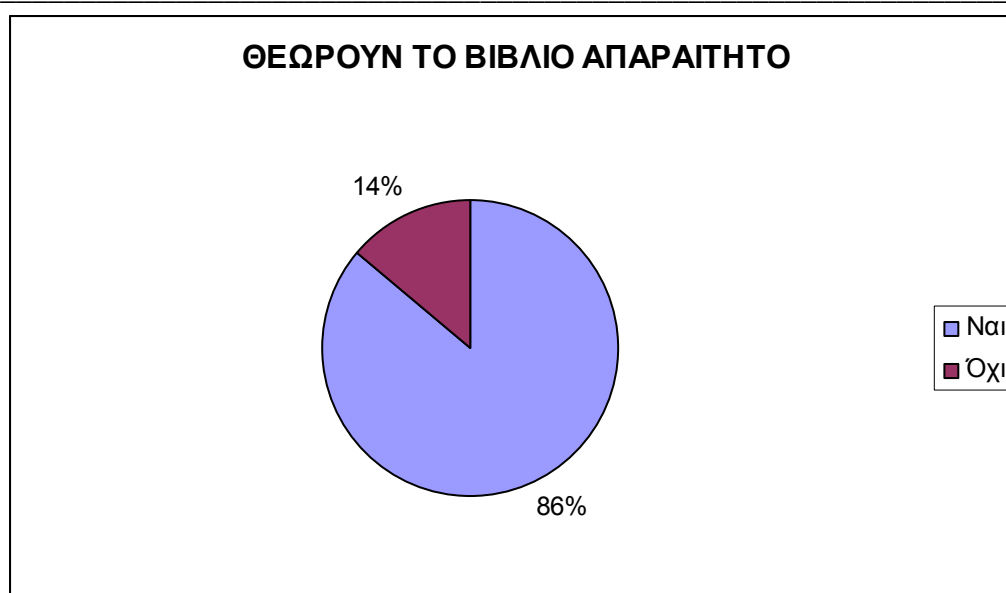
Πτυχιική εργασία:Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

28. Για ποιο λόγο δανείζεστε;	
οικονομικοί λόγοι	6%
δεν με ενδιαφέρει να έχω βιβλιοθήκη	1%



29. Θεωρείτε το βιβλίο απαραίτητο στη σημερινή κοινωνία;	
Ναι	86%
Όχι	14%

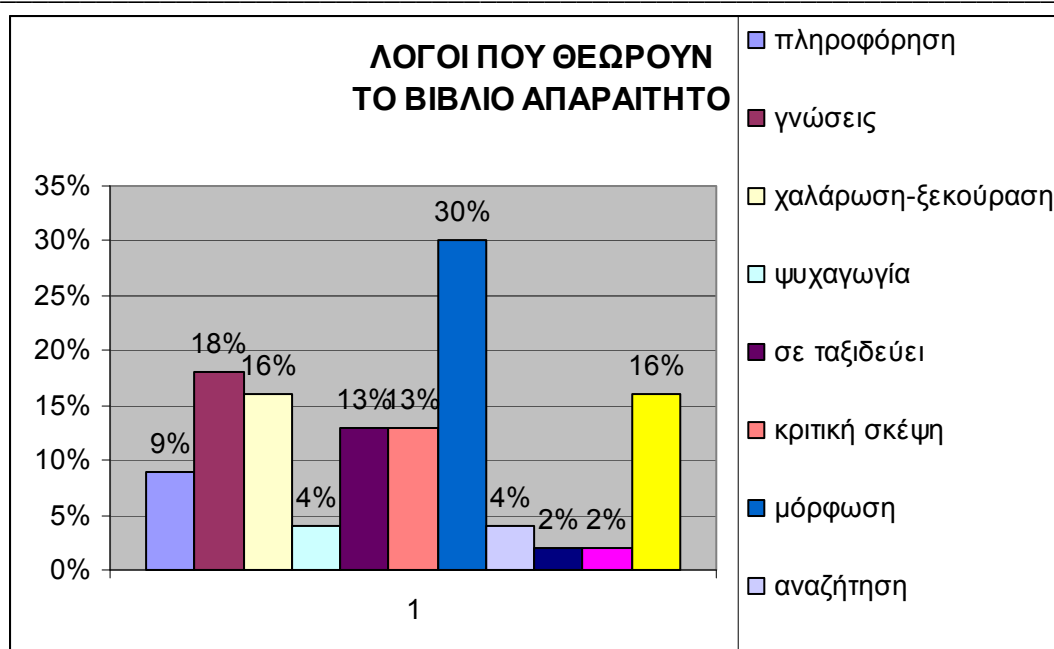
Πτυχιακή εργασία:Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελοπομένη



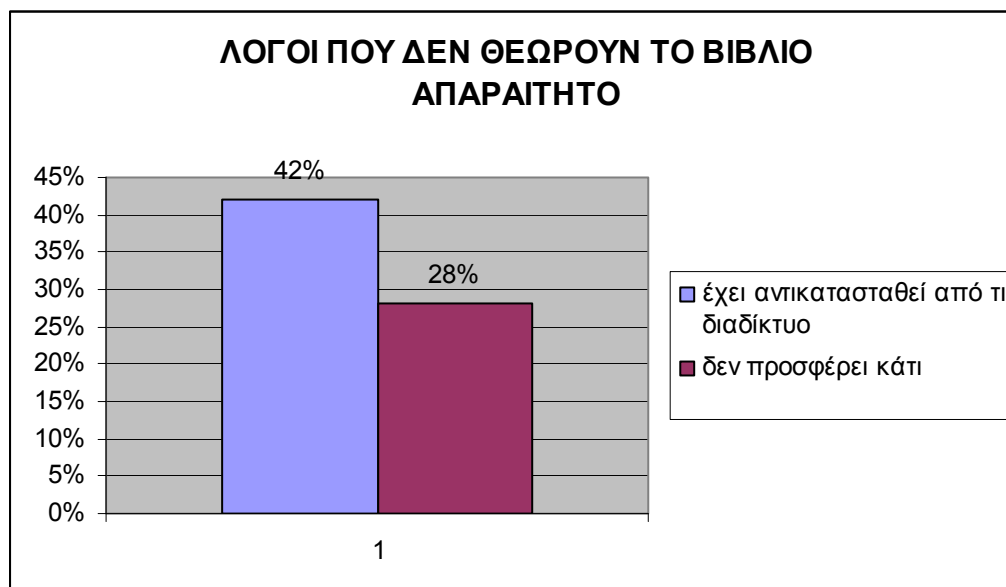
30. Γιατί το θεωρείτε απαραίτητο;	
πληροφόρηση	9%
Γνώσεις	18%
Χαλάρωση-ξεκούραση	16%
Ψυχαγωγία	4%
σε ταξιδεύει	13%
κριτική σκέψη	13%
μόρφωση	30%
αναζήτηση	4%
για να μη γίνονται όλα μέσω υπολογιστή	2%
γιατι έτσι μας έχουν μάθει να λέμε	2%
δεν απάντησε	16%



Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη



31. Γιατί δεν το θεωρείτε απαραίτητο;	
έχει αντικατασταθεί από το διαδίκτυο	42%
δεν προσφέρει κάτι	28%



Πτυχιακή εργασία: Επιχειρηματικό σχέδιο καινοτόμου ιδέας για την υπαγωγή της σε πρόγραμμα νεανικής ή γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μπορόζη Μελομένη

---