



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

MBA TQM

**ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ
(ΕΜΠΣ.ΔΕ-ΔΟΠ)**

**“Μελέτη Σκοπιμότητας για την ίδρυση χώρου πώλησης βιβλίων &
πραγματοποίησης πολιτιστικών εκδηλώσεων στην περιοχή του
Πειραιά”**

ΤΣΙΡΟΓΙΑΝΝΗ ΑΘ. ΑΝΤΩΝΙΑ

ΑΜ: ΜΔΕ-ΟΠ/0647

1^ο Πτυχίο Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Φεβρουάριος 2008

Αφιερώνω

αυτή την εργασία, αποτέλεσμα του μεταπτυχιακού μου,

*“Σε όλους όσους πίστεψαν σε μένα και με στήριξαν κατά τη διάρκεια αυτής της
επιλογής & προσπάθειας μου.*

Ευχαριστώ πολύ.”

“Η παρούσα μελέτη σκοπιμότητας εκπονήθηκε για εκπαιδευτικούς σκοπούς και ως εκ τούτου, κάποια από τα στοιχεία που περιέχει ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή”.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΣΥΝΟΨΗ	13
1.1 Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος	13
1.2 Ανάλυση της Αγοράς και Μάρκετινγκ	14
1.3 Πρώτες Ύλες και άλλα Εφόδια.....	15
1.4 Μηχανολογικά και Τεχνολογικά.....	16
1.5 Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα	17
1.6 Ανθρώπινοι Πόροι	17
1.7 Τοποθεσία, Χώρος Εγκαταστάσεως και Περιβάλλον	18
1.8 Προγραμματισμός και Προϋπολογισμός Εκτελέσεως του Έργου.....	19
1.9 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Επένδυσης	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	21
2.1 Περιγραφή της ιδέας του επενδυτικού σχεδίου	21
2.2 Οι Υποστηρικτές του Προγράμματος.....	22
2.3 Το Ιστορικό του Επενδυτικού Σχεδίου	22
2.3.1 Μελέτες και Έρευνες	23
2.4 Μελέτες Σκοπιμότητας	23
2.5 Κόστος Προ-επενδυτικών Μελετών και Σχετικών Ερευνών	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	25
3.1 Ορισμός της Αγοράς	25
3.2 Δομή της Αγοράς	27
3.2.1 Προϊόντα	27
3.2.2 Πελάτες	28
3.2.3 Διανομή.....	31
3.3 Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου των Βιβλίων	32
3.3.1 Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς Βιβλίων	33
3.2 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης.....	36

3.3 Μελλοντική Ζήτηση	50
3.4 Ανταγωνιστές	51
3.5 Προμηθευτές / Συνεργάτες	57
3.6 Ανάλυση του Μάκρο-περιβάλλοντος	59
3.7 Η Έννοια των αναγκών των πελατών σε σχέση με τις προσδοκίες τους για την LIBRI	61
3.8 Σκοποί και Στόχοι της LIBRI	62
3.9 ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ	63
3.10 Προσδιορισμός Καταναλωτικού Κοινού	65
3.11 Στρατηγική Ανταγωνισμού	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ	72
4.1 Ταξινόμηση πρώτων υλών και άλλων εφοδίων	72
4.2 Προδιαγραφές των απαιτούμενων εισροών	72
4.3 Απαιτήσεις σε πρώτες ύλες και άλλες εισροές	73
4.4 Διαθεσιμότητα Προμηθειών, Πηγές Προμήθειας και Κριτήρια Επιλογής Προμηθευτών	74
4.5 Μάρκετινγκ Προμηθειών	80
4.6 Κόστος Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων	83
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ	86
5.1 Πρόγραμμα παραγωγής και Δυναμικότητα της Μονάδας	86
5.2 Επιλογή και Απόκτηση της Τεχνολογίας	86
5.3 Εξωτερικές Διεργασίες	90
5.4 Χωρομετρικά και Μηχανολογικά Σχέδια της Μονάδας	90
5.5 Έργα Πολιτικού Μηχανικού	91
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	94
6.1 Οργάνωση και Διαχείριση της Μονάδας	94
6.2 Οργανωσιακή Δομή	94

6.3	Εντοπισμός των Κέντρων Κόστους.....	97
6.4	Τα Γενικά Έξοδα	98
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ.....		100
7.1	Προγραμματισμός Ανθρώπινου Δυναμικού	100
7.2	Στρατολόγηση Ανθρώπινου Δυναμικού	101
7.2.1	Διαθεσιμότητα Ανθρώπινου Δυναμικού.....	101
7.2.2	Προσέλκυση Υποψηφίων	102
7.2.3	Επιλογή Υποψηφίων.....	102
7.3	Εκπαίδευση και Ανάπτυξη Ανθρώπινων Πόρων.....	103
7.4	Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού	103
7.4	Αξιολόγηση της Απόδοσης.....	106
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 – ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ..		108
8.1	Προσδιορισμός συνολικών αναγκών.....	108
8.2	Επιλογή Γεωγραφικής Περιοχής.....	110
8.3	Επιλογή Τοποθεσίας – Οικοπέδου.....	110
8.3.1	Περιγραφή Τοποθεσίας μέσω χαρτών	110
8.3.2	Λεπτομερής Περιγραφή τοποθεσίας.....	114
8.3.3	Περιγραφή εσωτερικού χώρου	114
8.4	Εξοπλισμός Εσωτερικού Χώρου	118
8.5	Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις.....	119
8.6	Διασφάλιση Ποιότητας.....	120
8.7	Κόστος Προετοιμασίας Χώρου Εγκατάστασης.....	120
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 - ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ		
ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ		122
9.1	Γενικά.....	122
9.1.1	Ενέργειες κατά την κατασκευαστική περίοδο	122
9.2	Ομάδα επιβλέψεως και εκτελέσεως του έργου.....	123
9.3	Επιλογή του άριστου προγράμματος εκτελέσεως του έργου και του	
	χρονοδιαγράμματος των εργασιών	124

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 - ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	127
10.1 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης.....	127
10.1.1 Αρχικό Κόστος Επενδύσεως.....	127
10.1.2 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης.....	128
10.1.3 Συνολικό Κόστος Επένδυσης.....	132
10.2 Χρηματοδότηση του Επενδυτικού Σχεδίου	132
10.3 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Παραγωγής	134
10.3.1 Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής.....	134
10.3.2 Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	137
10.4 Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων.....	138
10.4.1 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως	139
10.4.2 Πίνακας Χρηματικών Ροών.....	140
10.4.3 Ισολογισμοί.....	142
10.5 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Επένδυσης	143
10.5.1 Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης.....	143
10.5.2 Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης του Κεφαλαίου	144
10.5.3 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας.....	146
10.5.4 Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης.....	148
10.6 Ανάλυση «νεκρού» σημείου	150
10.7 Ανάλυση Ευαισθησίας	152
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	155
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	156

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1 Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών και Ερευνών	24
Πίνακας 3.1 Εξέλιξη Δείκτη Όγκου αγοράς Βιβλίων, χαρτικά & λοιπά	34
Πίνακας 3.2 Μέγεθος εγχώριας αγοράς βιβλίων (2000-2006).....	36
Πίνακας 3.3 Μέση λιανική τιμή βιβλίων με μαλακό εξώφυλλο (2001-2006).....	38
Πίνακας 3.4 Συνολική αναγνωσιμότητα κατά επίπεδο εκπαίδευσης	39
Πίνακας 3.5 Αναγνωσιμότητα βιβλίων στις χώρες της Ε.Ε.(2001)	40
Πίνακας 3.6 Συνολική αναγνωσιμότητα κατά φύλο.....	41
Πίνακας 3.7 Λόγοι για τους οποίους δεν διάβασαν κανένα βιβλίο.....	43
Πίνακας 3.8 Μέσος όρος δαπανών των νοικοκυριών για βιβλία ανά τάξη εισοδήματος (2004-2005)	45
Πίνακας 3.9 Ιδιωτική Κατανάλωση Των Νοικοκυριών Για Βιβλία Το 2006 (σε εκ Ευρώ, τρέχουσες τιμές).....	46
Πίνακας 3.10 Μέσος όρος δαπανών των νοικοκυριών για βιβλία ανά κατηγορία περιοχής (2004-2005)	48
Πίνακας 3.11 Συνοπτική παρουσίαση επιχειρήσεων πώλησης βιβλίων	52
Πίνακας 3.12 Συνοπτική παρουσίαση e-επιχειρήσεων πώλησης βιβλίων	55
Πίνακας 3.13 Συνοπτική παρουσίαση εκδοτικών επιχειρήσεων	57
Πίνακας 3.14 Φορείς από το χώρο του βιβλίου	59
Πίνακας 3.15 Συνολικές Πωλήσεις.....	62
Πίνακας 3.16 Συνολικές Πωλήσεις και Συνολικό κόστος Μάρκετινγκ	71
Πίνακας 4.1 Απαιτούμενες Ποσότητες Εισροών ανά Έτος.....	74
Πίνακας 4.2 Εκδότες κατά μέγεθος (1999 - 2004).....	75
Πίνακας 4.3 Παρουσίαση εκδοτικών οίκων	75

Πίνακας 4.4 Αριθμός Τίτλων ανά κατηγορία βιβλίου στην Ελλάδα Ποσοστά 2000-2004.....	78
Πίνακας 4.5 Τρόποι Πληρωμών Εκδοτικών Οίκων, κατά μέγεθος	79
Πίνακας 4.6 Εκτίμηση Κόστους Παραγωγής: Πρώτες Ύλες & Άλλα Εφόδια.....	84
Πίνακας 4.7 Εκτίμηση Κόστους Πρώτων Υλών & Άλλων Εφοδίων Ανά Έτος.....	85
Πίνακας 5.1 Ανάλυση προϋπολογισμού έργων πολιτικού μηχανικού	91
Πίνακας 5.2 Κόστος Τεχνολογίας & Έργων Πολιτικού Μηχανικού	93
Πίνακας 5.3 Εκτίμηση Κόστους Μηχανολογίας & Τεχνολογίας	93
Πίνακας 6.1 Εκτίμηση Γενικών Εξόδων Επιχείρησης.....	99
Πίνακας 6.2 Εκτίμηση των Γενικών Εξόδων Ανά Έτος	99
Πίνακας 7.1 Ανθρώπινοι Πόροι Επιχείρησης.....	101
Πίνακας 7.2 Κόστος Εκπαίδευσης.....	103
Πίνακας 7.3 Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού το 1ο Έτος Λειτουργίας.....	104
Πίνακας 7.4 Εκτίμηση Συνολικού Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού Ανά Έτος	105
Πίνακας 8.1 Εκτίμηση Απαιτήσεων σε Εξοπλισμό Εσωτερικού Χώρου	119
Πίνακας 8.2 Εκτίμηση Κόστους Χώρου Εγκατάστασης.....	121
Πίνακας 8.3 Εκτίμηση του Κόστους Χώρου Εγκατάστασης Ανά Έτος.....	121
Πίνακας 9.1 Εκτίμηση κόστους επένδυσης του επενδυτικού σχεδίου	126
Πίνακας 10.1 Πάγιο Ενεργητικό Επιχείρησης.....	128
Πίνακας 10.2 Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης	129
Πίνακας 10.3 Ετήσιο Κόστος Παραγωγής (σε ευρώ).....	129
Πίνακας 10.4 Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης	130
Πίνακας 10.5 Συνολικό Κόστος Επένδυσης.....	132
Πίνακας 10.6 Πηγές Χρηματοδότησης.....	133
Πίνακας 10.7 Εξυπηρέτηση Δανείου	134

Πίνακας 10.8 Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής	136
Πίνακας 10.9 Διαχρονικές Απαιτήσεις σε Κεφάλαιο Κίνησης	137
Πίνακας 10.10 Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσεως.....	139
Πίνακας 10.11 Προβλεπόμενοι Πίνακες Χρηματικών Ροών	140
Πίνακας 10.12 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί Τέλους.....	142
Πίνακας 10.13 Υπολογισμός Καθαρών Κερδών Επιχείρησης (€).....	144
Πίνακας 10.14 Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών Επιχείρησης (€)	144
Πίνακας 10.15 Υπολογισμός Συντελεστών Απόδοσης Κεφαλαίου (€).....	145
Πίνακας 10.16 Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (€)	148
Πίνακας 10.17 Εκτίμηση Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης.....	149
Πίνακας 10.18 Καταμερισμός Μεταβλητών & Σταθερών Εξόδων	151

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 3.1 “Επισκεψιμότητα βιβλιοπωλείου ανά ηλικία ερωτώμενων”	29
Διάγραμμα 3.2 Σύγκριση των δύο φύλων βάσει επισκεψιμότητας.....	29
Διάγραμμα 3.3 “Δημογραφικό προφίλ ερωτώμενων κατά θέση στην απασχόληση”.	30
Διάγραμμα 3.4 “Δημογραφικό προφίλ ερωτώμενων κατά κοινωνικο-οικονομική Τάξη”	31
Διάγραμμα 3.5 Εξέλιξη μεγέθους εγχώριας αγοράς βιβλίων σε αξία (1999-2006) ..	33
Διάγραμμα 3.6 Εξέλιξη δείκτη Όγκου αγοράς βιβλίων, χαρτικά & λοιπά	35
Διάγραμμα 3.7 Δείκτης τιμών καταναλωτή για βιβλία (1999-2006)	37
Διάγραμμα 3.8 “Κατηγορίες στις οποίες συνήθως ανήκουν τα βιβλία που αγοράζονται προσωπική χρήση”	49
Διάγραμμα 3.9 Προτίμηση κατηγορίας βιβλίου ανά τύπο βιβλιοπωλείου.....	50
Διάγραμμα 3.10 Πρόβλεψη μελλοντικής ζήτησης.....	51
Διάγραμμα 3.11 “Ποιες βελτιώσεις/νέες υπηρεσίες που θα μπορούσε να υιοθετήσει το βιβλιοπωλείο σας ενδιαφέρουν περισσότερο;”	64
Διάγραμμα 3.12 “Επιθυμητές βελτιώσεις/ νέες υπηρεσίες ανά τύπο βιβλιοπωλείου”	65
Διάγραμμα 4.1 Στοιχεία στην αλυσίδα προμηθειών των βιβλίων	81
Διάγραμμα 8.1 Κάτοψη Ισογείου	115
Διάγραμμα 8.2 Κάτοψη 1ου Ορόφου.....	116
Διάγραμμα 8.3 Κάτοψη 2ου Ορόφου.....	117
Διάγραμμα 9.1 Χρονοδιάγραμμα Gantt.....	125
Διάγραμμα 10.1 Ανάλυση Νεκρού Σημείου	152

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 8.1 Χάρτης μικρής κλίμακας.....	111
Εικόνα 8.2 Χάρτης μεγάλης κλίμακας.....	111
Εικόνα 8.3 Δορυφορική Φωτογραφία της περιοχής (μικρής κλίμακας)	112
Εικόνα 8.4 Δορυφορική Φωτογραφία της περιοχής (μεγάλης κλίμακας).....	113

ΠΙΝΑΚΑΣ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Οργανόγραμμα 6.1 – Πρώτη Εναλλακτική Λύση Οργάνωσης Της LIBRI.....	95
Οργανόγραμμα 6.2 – Δεύτερη Εναλλακτική Λύση Οργάνωσης Της LIBRI	96

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΣΥΝΟΨΗ

1.1 Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος

Η συγκεκριμένη μελέτη σκοπιμότητας, έχει ως στόχο την ίδρυση καταστήματος πώλησης βιβλίων στην ευρύτερη περιοχή του Πειραιά με την επωνυμία «LIBRI A.E». Η συγκεκριμένη επιχείρηση θα διαθέτει επίσης ένα καφέ-εστιατόριο, αλλά και χώρο για εκδηλώσεις με επίκεντρο τις τέχνες και τον πολιτισμό. Την υπό εξέταση μελέτη σκοπιμότητας εκπόνησε το γραφείο μελετών και συμβούλων RMT (Research Management Team), για λογαριασμό της Μοσχονάς Α.Ε. και της LIBRI Α.Ε.

«Αποστολή της εταιρείας είναι η ανάπτυξη ενός χώρου οικείου, που θα αποτελέσει πολιτιστικό σημείο αναφοράς. Χώρος που θα εστιάσει στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και την ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων, για να ανταποκριθούμε στις συνεχώς εξελισσόμενες ανάγκες του αγοραστικού κοινού».

Την αρχική ιδέα του υπό μελέτη προγράμματος ιδρύσεως βιβλιοπωλείου - χώρος εκδηλώσεων είχε η Ανώνυμη Εταιρεία Μοσχονάς. Οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες ξεκίνησαν την επιχείρησή τους στο Αγρίνιο Αιτωλοακαρνανίας με μεγάλη επιτυχία. Βλέποντας την επιχείρησή τους να πετυχαίνει και να κερδίζει συνεχώς έδαφος, αποφάσισαν να μεταλαμπαδεύσουν την ιδέα αυτή σε έναν ανεξάρτητο επενδυτή, ο οποίος θα την υλοποιήσει στην Αθήνα. Επενδυτές είναι το ζεύγος Λογοθέτη Ιωάννη και Λογοθέτη Ευτυχία και το ενδιαφέρον τους εκδηλώθηκε το 2006, καθώς ήδη είχαν στην κατοχή τους ένα κτίριο σε κεντρικό σημείο του Πειραιά, το οποίο αποφάσισαν να αξιοποιήσουν. Για να υλοποιήσουν την επενδυτική του ιδέα προέβησαν σε Sale and Lease Back (πώληση και άμεση ενοικίαση). Τα χρήματα από την πώληση του ακινήτου θα αποτελέσουν πηγή ρευστότητας της επένδυσης.

1.2 Ανάλυση της Αγοράς και Μάρκετινγκ

Η έννοια του βιβλίου ήταν πάντα σύμβολο ανάπτυξης του ανθρώπου, και κατά προέκταση, και της κοινωνίας. Η αγορά του βιβλίου βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης, με σταθερή ανοδική πορεία, η οποία δίνει την δυνατότητα ευκολότερης εισόδου στον κλάδο. Η σχεδιαζόμενη μονάδα σκοπό έχει να απευθυνθεί στο αγοραστικό κοινό του Πειραιά και της ευρύτερης περιοχής αυτού. Άλλωστε, η συγκεκριμένη περιοχή ενδείκνυται για λόγους όπως:

- Η ύπαρξη του Πανεπιστημίου Πειραιώς
- Η ανάπτυξη λόγω του μεγαλύτερου λιμανιού της χώρας
- Η εμπορική αυτονομία της περιοχής.

Η πλειοψηφία των βιβλιοπωλείων βρίσκονται στην Αττική (50%) και στις μεγάλες πόλεις (Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λάρισα, και Ηράκλειο).

Η αξία της εγχώριας αγοράς παρουσίασε διακυμάνσεις. Συγκεκριμένα, ακολούθησε πτωτική πορεία κατά τη διετία 2000-2001, ενώ ανέκαμψε φτάνοντας την περίοδο 2005-2006 αύξηση εκτιμώμενη στα €362 εκ.

Τα βιβλία δεν προορίζονται για την κάλυψη βασικών αναγκών, ενώ υπάρχει πληθώρα εναλλακτικών μέσων ψυχαγωγίας και ενημέρωσης, τα οποία αντικαθιστούν την ανάγνωση βιβλίων. Οι παράγοντες οι οποίοι προσδιορίζουν κυρίως τη ζήτηση, εκτός από τη τιμή, είναι ο ελεύθερος χρόνος, οι τεχνολογικές εξελίξεις και ο οικογενειακός προϋπολογισμός. Ιδιαίτερα ο τελευταίος, είναι που επηρεάζει τη δαπάνη των καταναλωτών για βιβλία. Το 2004 η μέση μηνιαία δαπάνη των ελληνικών νοικοκυριών για βιβλία ήταν 11,89 ευρώ για κάθε νοικοκυριό. Γεγονός πάντως είναι ότι νοικοκυριά με αυξημένο μέσο εισόδημα διαθέτουν μεγαλύτερα ποσά για την αγορά βιβλίων.

Όσο αφορά τις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού, με φθίνουσα σειρά προτίμησης, αυτές είναι προσανατολισμένες στη σύγχρονη λογοτεχνία, στην ιστορία και τις βιογραφίες, στην κλασική λογοτεχνία, στα κοινωνικά και πολιτικά θέματα και τέλος στην ψυχολογία.

Η LIBRI έχει ως βασικό σκοπό την απόσπαση ενός μεριδίου αγοράς της τάξεως του 1,5 % από τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις. Πρέπει να επισημανθεί ότι η αγορά είναι κατακερματισμένη και επομένως, το ποσοστό αυτό έχει αποφασιστεί λαμβανομένου υπόψη ότι το 2006 από τα 362€ εκ. της εγχώριας αγοράς, τα ήδη μεγάλα βιβλιοπωλεία δεν κατέχουν παρά ποσοστό 5-7%, το καθένα.

Βάσει της ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε, προκύπτει ότι η LIBRI αποσκοπεί να διαφοροποιήσει το προϊόν-υπηρεσίες της ως προς την ποιότητα και τα συμβολικά χαρακτηριστικά αυτών.

Έρευνες υπέδειξαν ότι το καταναλωτικό κοινό είναι κατά κύριο λόγο νεανικό (μέση ηλικία 39 ετών), με μια σχετική υπεροχή των γυναικών και μορφωμένο. Κυρίως μισθωτοί, ελεύθεροι επαγγελματίες και φοιτητές μεσαίας κοινωνικής διαστρωμάτωσης. Το καταναλωτικό αυτό κοινό επισκέπτεται συχνά το βιβλιοπωλείο, και δείχνει μια προτίμηση στην κατηγορία της σύγχρονης, κλασικής λογοτεχνίας, καθώς επίσης και στην ιστορία- βιογραφίες.

1.3 Πρώτες Ύλες και άλλα Εφόδια

Για ένα βιβλιοπωλείο, οι λεγόμενες πρώτες ύλες θεωρούνται τα βιβλία. Τα δε άλλα εφόδια είναι όλα εκείνα που απαιτούνται για να στηρίξουν την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Όσο αφορά την προμήθεια των βιβλίων, η επιλογή τους ωθείται και κρίνεται από την ανάλογη ζήτηση. Δηλαδή ανεξάρτητα από τις αναγνωστικές προτιμήσεις των επενδυτών, τα βιβλία που έχουν ζήτηση από το αναγνωστικό κοινό πρέπει να επιλέγονται και να πωλούνται. Επομένως όλοι οι εκδοτικοί οίκοι αποτελούν προμηθευτές της LIBRI, εφόσον η κατηγορία του βιβλίου ανήκει σε αυτές που το βιβλιοπωλείο θα διαθέτει. Γεγονός πάντως είναι, ότι οι προσωπικές προτιμήσεις του υπεύθυνου παραγγελιών είναι που έχουν τον πρωταγωνιστικό ρόλο στην επιλογή των τίτλων. Οι εναλλακτικές των προμηθευτών είναι δυο:

- Κατευθείαν από τον εκδοτικό οίκο, ή/ και
- Πρακτορεία

Και οι δυο εναλλακτικές είναι προτιμητέες, για διαφορετικούς λόγους - πλεονεκτήματα. Επομένως, τα κριτήρια επιλογής προμηθευτή αφορούν το είδος του, εκδοτικός οίκος ή πρακτορείο, και όχι τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των εκδοτικών οίκων. Τα σημεία - κριτήρια στα οποία διαφοροποιούνται οι προμηθευτές και τα οποία λαμβάνονται υπόψη στην επιλογή αυτών είναι:

- 1) Ποσότητα διαθέσιμων τίτλων
- 2) Κοστολόγηση
- 3) Τρόποι πληρωμής - διακανονισμός
- 4) Χρονοδιάγραμμα εξυπηρέτησης – παραδόσεως
- 5) Πολιτική επιστροφών

1.4 Μηχανολογικά και Τεχνολογικά

Η εξέλιξη της τεχνολογίας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην υπό μελέτη επιχείρηση, όχι μόνο όσον αφορά την ύπαρξη ιστοσελίδας, αλλά και την καλύτερη διαχείριση των παραγγελιών και αποθεμάτων. Το κατάστημα θα διαθέτει ηλεκτρονικούς υπολογιστές για χρήση των επισκεπτών, ένα δικτυακό τόπο για ηλεκτρονικές παραγγελίες, και το πιο εξελιγμένο software της αγοράς για τη διαχείριση των παραγγελιών.

Το κτίριο διαθέτει τρεις ορόφους, οι οποίοι θα κατανεμηθούν ανάλογα στους διάφορους τίτλους βιβλίων, στο χώρο του καφέ- εκδηλώσεων, και στο διοικητικό χώρο.

1.5 Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα

Η οργανωσιακή δομή, στην οποία θα υπάγονται όλες οι λειτουργίες και οι διαδικασίες της επιχείρησης, προκύπτει με βάση την αύξηση της επίδοσης της επιχείρησης. Επίσης, είναι σημαντικό οι υπάλληλοι να μπορούν να συμμετέχουν ενεργά και παραγωγικά μέσα από την προτεινόμενη οργανωσιακή δομή.

Η κατανομή των αρμοδιοτήτων θα επικεντρώνεται περισσότερο στην ομαδοποίηση κοινών λειτουργιών και ευθυνών. Στο Διευθυντή θα αναφέρεται απευθείας ο Υπεύθυνος Αγορών και Αποθεμάτων, καθώς θεωρούμε ιδιαίτερης σημασίας τη πληρότητα των τίτλων και την μη έλλειψη αυτών. Η σημασία του βιβλιοπωλείου, ως πολιτισμικού χώρου, υπογραμμίζει τη σημασία ύπαρξης Υπεύθυνου Εκδηλώσεων για να οργανώνει τα πολιτιστικά δρώμενα. Για εργασιακά θέματα και οποιοδήποτε θέμα που θα ανακύπτει σε κάθε όροφο θα υπάρχει ο Υπεύθυνος Ορόφων και Προσωπικού, στον οποίο θα απευθύνονται όλοι οι υπάλληλοι για σχετικά θέματα.

1.6 Ανθρώπινοι Πόροι

Οι ανθρώπινοι πόροι που απαιτούνται για την εφαρμογή και τη λειτουργία του επενδυτικού σχεδίου, θα καθορίζονται ανά κατηγορίες. Το σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού δεν θα ξεπερνάει τα 16 άτομα, εκ των οποίων οι 9 θα αποτελούν το κύριο δυναμικό του καταστήματος, τους πωλητές.

Οι υπάλληλοι, κυρίως οι πωλητές, που θα έρχονται σε συνεχή επικοινωνία με τους επισκέπτες, θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα γνώστες του αντικειμένου καθώς θα συζητούν μαζί τους για τα βιβλία και άλλα θέματα.

Η επιλογή των υποψηφίων διαφέρει ανάλογα με τη θέση που καλείται να καλύψει ο υποψήφιος. Για το σύνολο των υπαλλήλων αυτό που θα υπερισχύσει θα είναι η προηγούμενη εμπειρία, τα αποτελέσματά τους σε τεστ που θα περάσουν ως προς τη συμπεριφορά τους αλλά και το ενδιαφέρον τους για τα βιβλία. Ειδικές γνώσεις όπως ειδικά σεμινάρια που τυχόν να έχει παρακολουθήσει ο υποψήφιος θα έχουν βαρύνουσα σημασία.

Η LIBRI μετά την επιλογή και την πρόσληψη των υποψηφίων, προβλέπεται να υλοποιεί, σε συνεχή βάση, προγράμματα προσανατολισμού και κατάρτισης – εκπαίδευσης.

1.7 Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης και Περιβάλλον

Για να γίνει η σωστή επιλογή της τοποθεσίας και του χώρου εγκατάστασης θα πρέπει να γίνει σωστός και ακριβής προσδιορισμός των αναγκών που πρέπει να καλύπτει η τοποθεσία.

Παρόλο, λοιπόν, που η περιοχή του Πειραιά συγκεντρώνει όλα εκείνα τα στοιχεία που απαιτούνται για την ανάπτυξη ενός μεγάλου βιβλιοπωλείου, κανένας επιχειρηματίας δεν έχει προχωρήσει σε μία τέτοια επένδυση. Ο λόγος που δεν υπάρχουν βιβλιοπωλεία, όπως η επιχείρηση LIBRI, είναι ο κορεσμός που επικρατεί στον Πειραιά σε κτίσματα με αποτέλεσμα να μην υπάρχει διαθεσιμότητα οικοπέδου ή έτοιμου κτιρίου για να αναπτυχθεί η επιχείρηση. Αυτός είναι ο κυριότερος λόγος για τον οποίο τα περισσότερα βιβλιοπωλεία στον Πειραιά είναι μικρά τοπικά βιβλιοχαρτοπωλεία.

Το κτίριο βρίσκεται στην οδό Καραϊσκού 108, Τ.Κ. 18535 στον Πειραιά πλησίον του Δημοτικού Θέατρου. Περιβάλλεται, από κεντρικές αρτηρίες όπως Ηρώων Πολυτεχνείου, 2ας Μεραρχίας και Γρηγορίου Λαμπράκη. Το κτίριο αυτό είναι συνολικά 510 τμ. Στο ισόγειο έχει δύο χώρους 135 τμ και 45 τμ οι οποίοι με κατάλληλη διαμόρφωση μπορούν να ενοποιηθούν και να αποτελούν έναν ενιαίο χώρο 180 τμ και επιπλέον έχει δύο ορόφους 175 τμ ο κάθε ένας. Τέλος, στο υπόγειο υπάρχει μία αποθήκη 20 τμ.

Η υπό μελέτη επιχείρηση, ως πρότυπη εταιρεία δεν θα μπορούσε να μην διασφαλίσει την ποιότητα των υπηρεσιών τις. Η οποία διασφαλίζεται μέσω ενός ολοκληρωμένου συστήματος διασφάλισης ποιότητας. Το πρότυπο που θα ακολουθηθεί θα είναι αυτό του ISO 9001:2000.

1.8 Προγραμματισμός και Προϋπολογισμός Εκτελέσεως του Έργου

Η υλοποίηση ενός επενδυτικού σχεδίου εξαρτάται σημαντικά από την οργάνωση και την κατάλληλη προετοιμασία, για το λόγο αυτό υπεύθυνος για την εκτέλεση του προγράμματος θα είναι ο διευθυντής της νέας μονάδας, οι επενδυτές και οι επιχειρηματίες της Μοσχονάς ΑΕ. Επίσης, στην επίβλεψη και εκτέλεση έργου θα βοηθήσουν τα άτομα από το τμήμα μελετών και επιβλέψεων των έργων της RMT.

1.9 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Επένδυσης

Η αξιολόγηση μιας επένδυσης είναι αυτή που ουσιαστικά θα κρίνει την υλοποίησή της ή όχι, αλλά και θα υπογραμμίσει τα σημεία εκείνα που απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή. Η επιχείρηση θα χρηματοδοτηθεί κυρίως από το αρχικό μετοχικό κεφάλαιο (441.643€), το οποίο προέρχεται από την χρηματοδοτική λύση Sale & Lease Back. Για την υλοποίηση των βελτιώσεων και προσθηκών του κτιρίου, η επιχείρηση θα προβεί στην λήψη τραπεζικού δανείου 300.000€, με σταθερό επιτόκιο και εξόφληση σε 5 χρόνια.

Το απαιτούμενο καθαρό κεφάλαιο κίνησης για τα πρώτα 5 χρόνια κυμαίνεται στις 300.000€. Τα κέρδη της επιχείρησης προβλέπονται αυξητικά για την πενταετία, ξεκινώντας με 279.778€. Γεγονός είναι ότι το κόστος παραγωγής είναι αυξημένο λόγω της ιδιαιτερότητας του προϊόντος, με αποτέλεσμα οι ταμιακές εκροές να βαίνουν μειούμενες. Σημαντικό είναι να αναφερθεί η πρόθεση του Διοικητικού Συμβουλίου για το σχηματισμό προβλέψεων ως προς Κινδύνους & Έξοδα, λόγω του αυξημένου κόστους των αποθεμάτων.

Η μέθοδος της επανείσπραξης, μας υποδεικνύει ότι το 70% του κόστους επένδυσης θα επαναισπραχθεί κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους, ιδιαίτερα θετικό στοιχείο για την υπό μελέτη επιχείρηση. Γεγονός πάντως είναι ότι η LIBRI, δεν μπορεί να στηριχθεί σε μια πολιτική εκπτώσεων για να τραβήξει το καταναλωτικό κοινό, καθώς αυτό θα τις επέφερε μείωση του περιθωρίου κέρδους με πιθανότητα ζημίας.

Το επενδυτικό σχέδιο αφορά ένα προϊόν, ιδιαίτερα ευαίσθητο στη μεταβολή των τιμών, αλλά κυρίως στις οικονομικές συνθήκες και τεχνολογικές εξελίξεις της αγοράς. Το βιβλίο δεν είναι βασικό αγαθό, με αποτέλεσμα η αγορά του συνήθως να απευθύνεται σε οικονομικά και κοινωνικά πιο ευκατάστατα νοικοκυριά, επομένως το καταναλωτικό κοινό να περιορίζεται. Παρόλο αυτά όμως η αγορά διακρίνεται από αυξητικές τάσεις, αφήνοντας χώρο για νέο-εισερχόμενους.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση υπέδειξε μια επιχείρηση με αυξημένο κόστος παραγωγής, αλλά αυξημένα κέρδη και μάλιστα γρήγορη επανείσπραξη του αρχικού κόστους επένδυσης, στοιχεία που κάνουν την επένδυση ενδιαφέρουσα και ελκυστική για την υλοποίηση της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1 Περιγραφή της ιδέας του επενδυτικού σχεδίου

Η συγκεκριμένη μελέτη σκοπιμότητας, έχει ως στόχο την ίδρυση καταστήματος πώλησης βιβλίων στην ευρύτερη περιοχή του Πειραιά με την επωνυμία «LIBRI ΑΕ», με τρεις μετόχους αρχικά. Η «LIBRI ΑΕ» θα επικεντρωθεί στην πώληση βιβλίων σχετικά με: Αθλητισμό, Αρχιτεκτονική, Βιογραφίες, Θέατρο, Ιστορία, Κηπουρική, Κινηματογράφο, Λευκώματα, Λογοτεχνία Ελληνική και Ξένη, Λογοτεχνικό Δοκίμιο, Μαγειρική, Μάνατζμεντ-Μάρκετινγκ, Μουσική, Παιδαγωγικά, Παιδικό Βιβλίο, Πεζογραφία, Περιοδικά (Ξένος Τύπος), Οικονομία, Ποίηση, Πολιτική, Ταξιδιωτικοί οδηγοί-Χάρτες, Τέχνη, Τεχνικά Βιβλία, Φιλοσοφία, Ψυχολογία, Ξενογλωσσα Βιβλία.

Η συγκεκριμένη επιχείρηση θα διαθέτει επίσης ένα καφέ-εστιατόριο, αλλά και χώρο για εκδηλώσεις με επίκεντρο τις τέχνες και τον πολιτισμό.

«Αποστολή της εταιρείας είναι η ανάπτυξη ενός χώρου οικείου, που θα αποτελέσει πολιτιστικό σημείο αναφοράς. Χώρος που θα εστιάσει στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και την ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων, για να ανταποκριθούμε στις συνεχώς εξελισσόμενες ανάγκες του αγοραστικού κοινού».

Οι κυριότερες παράμετροι που λειτούργησαν ως καθοδηγητικές αρχές κατά τη διάρκεια εκπονήσεως της μελέτης, είναι οι θετικές τάσεις του κλάδου, στη χώρα μας, αλλά και τα περιθώρια νεοεισερχόμενων στο χώρο. Πιο συγκεκριμένα, ο προσανατολισμός του επενδυτικού σχεδίου για την περιοχή του Πειραιά, επιλέχθηκε με γνώμονα την ήδη εμπορική του ανάπτυξη, το βιβλιόφιλο καταναλωτικό κοινό, αλλά και την ύπαρξη του Πανεπιστημίου Πειραιά.

Η συμβολή του επενδυτικού σχεδίου αφορά κυρίως στην τόνωση της αξίας του βιβλίου και της ανάγκης για ανάπτυξη χώρων, όπου θα κάνουν τις τέχνες, και το βιβλίο πιο συγκεκριμένα, πιο προσφιλές και οικείο στον κόσμο. Επίσης, θα τονώσει την αγορά του Πειραιά, αλλά και θα εντείνει τον υγιή ανταγωνισμό, ώστε και άλλοι παρόμοιοι χώροι-βιβλιοπωλεία να λειτουργήσουν σε όλη την επικράτεια της Ελλάδος.

2.2 Οι Υποστηρικτές του Προγράμματος

Την αρχική ιδέα του υπό μελέτη προγράμματος ιδρύσεως βιβλιοπωλείου - χώρος εκδηλώσεων είχε η Ανώνυμη Εταιρεία Μοσχονάς. Οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες ξεκίνησαν την επιχείρησή τους στο Αγρίνιο Αιτωλοακαρνανίας με μεγάλη επιτυχία. Βλέποντας την επιχείρησή τους να πετυχαίνει και να κερδίζει συνεχώς έδαφος, αποφάσισαν να μεταλαμπαδεύσουν την ιδέα αυτή σε έναν ανεξάρτητο επενδυτή, ο οποίος θα την υλοποιήσει στην Αθήνα. Ο ρόλος τους θα συνίσταται κυρίως στην μεταφορά της τεχνογνωσίας και της εμπειρίας τους και θα τους δοθούν μετοχές της «LIBRI ΑΕ» έτσι ώστε να λαμβάνουν ετησίως τα μερίσματα που τους αναλογούν.

2.3 Το Ιστορικό του Επενδυτικού Σχεδίου

Επενδυτές είναι το ζεύγος Λογοθέτη Ιωάννη και Λογοθέτη Ευτυχία και το ενδιαφέρον τους εκδηλώθηκε το 2006, όταν επισκέφθηκαν το κατάστημα της Μοσχονάς ΑΕ, στην περιοχή του Αγρινίου. Η μεγάλη ανταπόκριση του κοινού στην προσπάθεια της εταιρείας Μοσχονάς ΑΕ, κέντρισε το ενδιαφέρον του κύριου και της κυρίας Λογοθέτη και αποφάσισαν να αναλάβουν την υλοποίηση της LIBRI ΑΕ στην Αθήνα.

Δεδομένου ότι το ζευγάρι είχε ήδη στην κατοχή ένα κτίριο σε κεντρικό σημείο του Πειραιά αποφάσισε να το αξιοποιήσει. Για να υλοποιήσει την επενδυτική του ιδέα προέβησε σε Sale and Lease Back (πώληση και άμεση ενοικίαση). Τα χρήματα από την πώληση του ακινήτου θα αποτελέσουν πηγή ρευστότητας της επένδυσης.

2.3.1 Μελέτες και Έρευνες

Οι μελέτες και οι έρευνες που είχαν εκπονηθεί μέχρι τότε, ή υπήρχε πρόσβαση προς αυτές ήταν:

- ICAP ΑΕ, (2004), Κλαδική Μελέτη Εκδόσεις Βιβλίων

Η αναφερθείσα μελέτη εκπονήθηκε περισσότερο για την παραγωγή του βιβλίου. Συνεπώς, η συγκεκριμένη μελέτη κρίθηκε απαραίτητη προκειμένου να εξεταστεί εκτενώς το επενδυτικό πρόγραμμα και να γίνει εφικτή η εξαγωγή πορίσματος, ως προς την βιωσιμότητα και επιτυχία του ή όχι. Γεγονός πάντως είναι ότι η πληροφόρηση στον κλάδο δεν είναι εύκολη, και η συλλογή στοιχείων είναι πολύ δύσκολη. Αυτό οφείλεται στον κατακερματισμό των εμπλεκόμενων μερών και τη μη συνεργασία τους.

2.4 Μελέτες Σκοπιμότητας

Την υπό εξέταση μελέτη σκοπιμότητας εκπόνησε το γραφείο μελετών και συμβούλων RMT (Research Management Team), για λογαριασμό της Μοσχονάς ΑΕ και της LIBRI ΑΕ.

2.5 Κόστος Προ-επενδυτικών Μελετών και Σχετικών Ερευνών

Το κόστος αποτελεί πρωταρχικό παράγοντα για την υλοποίηση ή μη ενός επενδυτικού σχεδίου. Για την εκπόνηση της μελέτης θα απαιτηθούν περί τους τέσσερις (4) ανθρωπομήνες εργασίας, ενώ το κόστος της θα είναι της τάξης των 50.000 €. Το συνολικό κόστος, καθώς και τα επιμέρους έξοδα εκπόνησης της μελέτης παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα που ακολουθεί, ενώ θα πρέπει να αναφερθεί ότι το ποσό αυτό προβλέπεται να καλυφθεί, κυρίως από τους επενδυτές.

Πίνακας 2.1 Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών και Ερευνών

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
1	Μελέτη σκοπιμότητας	50.000
2	Έρευνες αγοράς - ταξίδια	3.500
3	Προκαταρκτικές έρευνες κτιρίου	2.500
4	Διάφορα άλλα έξοδα	3.000
	ΣΥΝΟΛΟ	59.000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1 Ορισμός της Αγοράς

Η ανάγνωση των βιβλίων αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική πολιτιστική πρακτική με κοινωνικές και πολιτικές προεκτάσεις, ιδιαίτερα με βάση το ρόλο που παίζει για τη μορφωτική και πολιτιστική ανάπτυξη μιας χώρας. Η λέξη «βιβλίο» δήλωνε ανέκαθεν δυο διαφορετικά πράγματα. *Κυριολεκτικά*: μια τεχνητή επινόηση, ένα υλικό μέσο, που με τη μορφή του εμπορεύματος υπόκειται στους νόμους της προσφοράς και της ζήτησης. *Συνεκδοχικά*: ένα ταμειυτήριο γνώσης και ιδεών, τον κατεξοχήν φορέα της σκέψης, της λογοτεχνίας και των επιστημών, ένα από συνώνυμο του ίδιου του πνευματικού πολιτισμού.

Για το λόγο αυτό υπάρχουν δύο ειδών ορισμοί, κάποιοι αναφέρονται κυρίως στη μορφή του και άλλοι στη λειτουργία του.

1) Ως βιβλίο¹ νοείται κάθε έκδοση, η οποία βιβλιοδετείται με τη χρησιμοποίηση κόλλας, ανεξάρτητα από τον αριθμό των σελίδων. Ο όρος δεν περιλαμβάνει εκδόσεις με βιβλιοδεσία σπирάλ. Επίσης, δεν περιλαμβάνει τις εκδόσεις για την βιβλιοδεσία των οποίων χρησιμοποιείται αποκλειστικά καρφίτσα. Οι εκδόσεις αυτές θεωρούνται ως βιβλία μόνο στην περίπτωση που κυκλοφορούν σε σειρές και κάθε σειρά νοείται ως ένας τίτλος. Τι ίδιο ισχύει και για τα βιβλία που εκδίδονται σε χαρτόνι και η θεματολογία τους απευθύνεται κυρίως σε παιδιά νηπιακής ηλικίας.

2) «Το βιβλίο² είναι πρωταρχικά ένα όργανο της ανθρώπινης επικοινωνίας, ένα μέτρο του πολιτισμού, το οποίο εκφράζει ιδέες και ανακαλύψεις στην τέχνη, τη φιλοσοφία και την επιστήμη. Χωρίς το βιβλίο η ανάπτυξη της πολιτισμένης πολιτείας θα ήταν αδύνατη».

Δεν είναι λίγες οι φορές που γίνεται λόγος για άνθηση ή για κρίση του βιβλίου χωρίς να διευκρινίζουμε αν μιλάμε για την κυκλοφορία του βιβλίου ως εμπορικού προϊόντος ή για την ακτινοβολία του βιβλίου ως πνευματικού αγαθού. Γεγονός

¹ ICAP, (2007), «Εκδόσεις βιβλίων», Ιούνιος 2007, σελ.2

² European Booksellers Federation et al, (2007), Books In Europe, 20 June 2007, διαθέσιμο <http://www.booksineurope.org/default.asp?pid=2&la=1>, (προσπελάσιμο την 13/10/2007), σελ. 15

πάντως είναι πως στην Ελλάδα αυτές οι δυο έννοιες δεν ταυτίζονται. Τα στοιχεία για την περίοδο 1990-2005 υποδηλώνουν μια καλπάζουσα ανάπτυξη, όπου ο ετήσιος αριθμός των εκδιδόμενων τίτλων υπερδιπλασιάστηκε, αγγίζοντας τους 7000 (για το 2006 πρώτες εκδόσεις 9.209³).

Η αγορά του βιβλίου βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης, με σταθερή ανοδική πορεία, η οποία δίνει την δυνατότητα ευκολότερης εισόδου στον κλάδο. Η σχεδιαζόμενη μονάδα σκοπό έχει να απευθυνθεί στο αγοραστικό κοινό του Πειραιά και της ευρύτερης περιοχής αυτού. Άλλωστε, η συγκεκριμένη περιοχή ενδείκνυται για λόγους όπως:

- Η ύπαρξη του Πανεπιστημίου Πειραιώς
- Η ανάπτυξη λόγω του μεγαλύτερου λιμανιού της χώρας
- Η εμπορική αυτονομία της περιοχής.

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημανθεί ότι ο κλάδος του βιβλίου διέπεται από σημαντικά εμπόδια εισόδου όπως το μεγάλο αρχικό κεφάλαιο επένδυσης, δυσκολίες εισόδου στα κανάλια διανομής (αποκλειστικότητα βιβλιοπωλείων με εκδοτικούς οίκους) και η ισχύουσα νομοθεσία (ενιαία διατίμηση βιβλίου).

Η συλλογή και ανάλυση των στατιστικών στοιχείων καταγράφει ότι στην Ελλάδα η κατά κεφαλήν δαπάνη για αγορά βιβλίων υπερτριπλασιάστηκε σε σταθερές τιμές. Η αναφερθείσα ανάπτυξη οφείλεται κυρίως στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου, στην υποχώρηση του αναλφαριθμητισμού, στη διεύρυνση του διαθέσιμου ελεύθερου χρόνου, αλλά και τα νέα καταναλωτικά ήθη σε συνδυασμό με τις νέες μεθόδους του μάρκετινγκ και της διαφήμισης. Αντίθετα η ουσιαστική αξία του βιβλίου, του γραπτού λόγου γενικότερα, υποβαθμίστηκε. Παρατηρήθηκε συρρίκνωση της κυκλοφορίας του ημερήσιου πολιτικού τύπου, και οι φιλολογικές σελίδες των εφημερίδων παραχώρησαν τη θέση τους σε «Ένθετα» διαφημιστικού τύπου. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι ο δείκτης⁴ τιμών καταναλωτή για τα βιβλία αυξήθηκε την περίοδο 1995-2006, με μέσο ετήσιο ρυθμό 4,5%.

³NOLLAS D., (2006), THE BOOK MARKET IN GREECE, NATIONAL BOOK CENTER OF GREECE, (JANUARY 2006, 2ND EDITION), διαθέσιμο book.culture.gr/edocs/fakel/hellas.pdf, (προσπελάσιμο την 13/9/2007)

⁴ ICAP ΑΕ, κλαδική μελέτη «Εκδόσεως Βιβλίων 2007»

Το βιβλίο βάσει της Στατιστικής Ταξινόμησης Κλάδου Οικονομικών Δραστηριοτήτων (ΣΤΑΚΟΔ), μελετάται στον κωδικό 5247, δηλαδή στο λιανικό εμπόριο βιβλίων, εφημερίδων και χαρτικών. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι ο μέσος ετήσιος γενικός δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο για το 2006, ήταν 158.5 (έτος βάσης 2000) και για τον κλάδο των βιβλίων, εφημερίδων και χαρτικών 152. Ο δε μέσος ετήσιος γενικός δείκτης Όγκου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο ήταν 132.4 (έτος βάσης 2000) και για τον κλάδο των βιβλίων, εφημερίδων και χαρτικών 128.7. Παρατηρούμε ότι ο κλάδος ακολουθεί τις γενικές τάσεις του λιανεμπορίου, άρα και τις διακυμάνσεις της αγοράς.

Σημαντικό είναι να αναλύσουμε την αγορά και πιο συγκεκριμένα, να την ορίσουμε και να την χαρτογραφήσουμε. Με αυτό τον τρόπο διακρίνονται αμέσως κάποιες ευκαιρίες, αλλά και κινδύνους, οι οποίοι θα επηρεάσουν καταλυτικά την συνέχιση της επένδυσης και γενικώς την είσοδο στον συγκεκριμένο κλάδο ή όχι.

3.2 Δομή της Αγοράς

Η δομή της αγοράς καθορίζεται κυρίως από τα εξής πέντε βασικά στοιχεία: τα προϊόντα, τους πελάτες, τους ανταγωνιστές, τους προμηθευτές και τους διαύλους διανομής.

3.2.1 Προϊόντα

Το προϊόν όλων των βιβλιοπωλείων είναι το βιβλίο, όμως ανάλογα με την αγορά στόχο, αυτά διαφοροποιούνται σε:

- Αμιγή βιβλιοπωλεία⁵
- Μη αμιγή βιβλιοπωλεία
- Διακινητές

⁵ Ε.ΚΕ.ΒΙ, "Αμιγές βιβλιοπωλείο" είναι αυτό που πουλάει μόνο βιβλία και τίποτα πέρα από αυτό (δηλαδή χαρτικά, σχολικά, είδη δώρων, CD, κάρτες, φωτοτυπίες, κλπ.), σε αντίθεση με το βιβλιοχαρτοπωλείο. Επειδή ο διαχωρισμός, στην πράξη, δεν μπορεί να γίνει κατά 100%, θεωρούμε, για ταξινομικούς λόγους, ότι "αμιγή" βιβλιοπωλεία είναι όσα έχουν τουλάχιστον το 90% του τζίρου τους να προέρχεται από τις πωλήσεις βιβλίων.

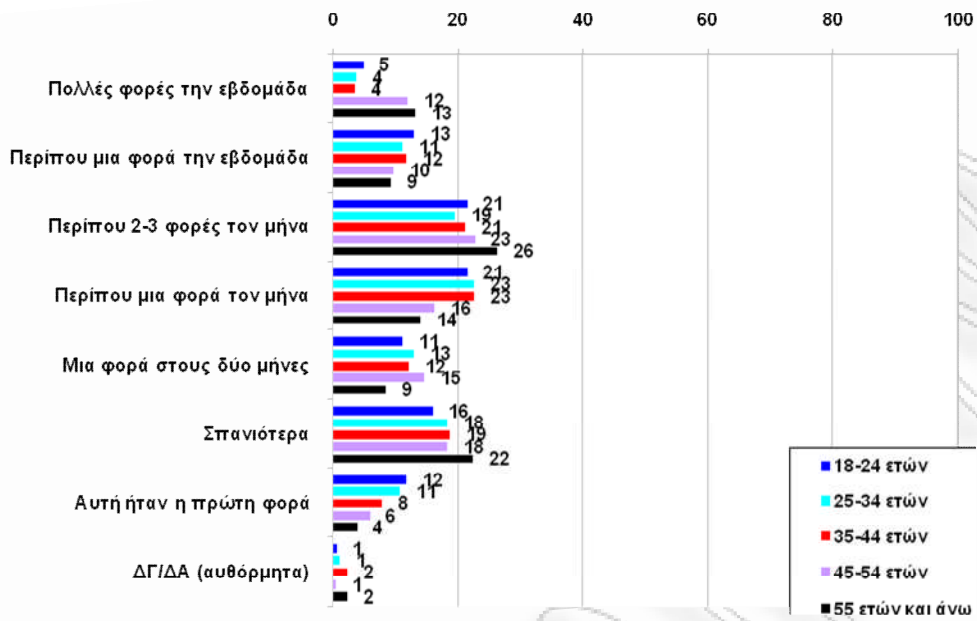
- Παλαιοβιβλιοπωλεία
- Μόνο ξένα βιβλιοπωλεία
- Ειδικά βιβλιοπωλεία

3.2.2 Πελάτες

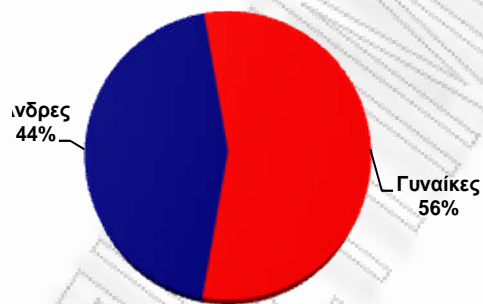
Η αγορά (πελάτες) των βιβλίων, είναι άνθρωποι κάθε ηλικίας και βιοτικού επιπέδου, σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια. Παρόλα αυτά είναι απαραίτητη μια τμηματοποίηση, η οποία θα μας οδηγήσει στην καλύτερη επιλογή της αγοράς-στόχο. Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά είναι αυτά που κατά κύρια βάση τμηματοποιούν τον κλάδο, δηλαδή η ηλικία, η εκπαίδευση, το φύλο, η κατά θέση απασχόληση και η κοινωνικο-οικονομική τάξη. Παρόλα αυτά το είδος του φορέα αποτελεί επίσης σημαντικό κριτήριο, όπως οι βιβλιοθήκες, τα πανεπιστημιακά ιδρύματα, τα σχολεία, άλλοι δημόσιοι οργανισμοί και ιδρύματα.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι αλληλοσχετίσεις των διαφορετικών τμημάτων της αγοράς στόχων, μέσα από τα αποτελέσματα Έρευνας⁶ του 2007, σχετικά με την Καταναλωτική Συμπεριφορά του κοινού των βιβλιοπωλείων.

⁶ Ε.ΚΕ.ΒΙ., (2007) Καταναλωτική Συμπεριφορά του Κοινού των Βιβλιοπωλείων, Έρευνα Ε.ΚΕ.ΒΙ. Μέσω της Εταιρείας Metron Analysis, 15-20/9/2007

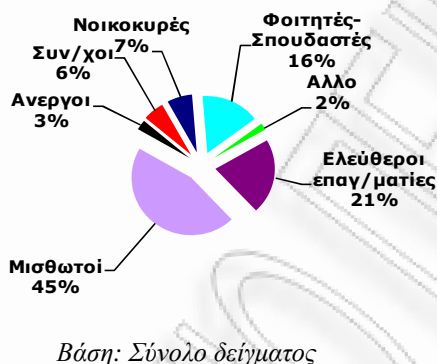


Διάγραμμα 3.1 “Επισκεψιμότητα βιβλιοπωλείου ανά ηλικία ερωτώμενων”



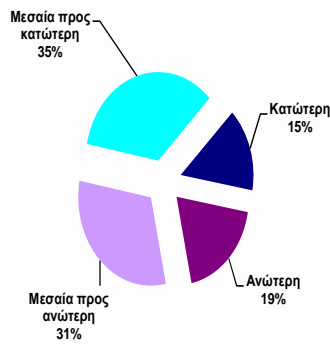
Διάγραμμα 3.2 Σύγκριση των δύο φύλων βάσει επισκεψιμότητας

Διαπιστώνεται μια μικρή υπεροχή των **γυναικών** (56%-44% σε σύγκριση με τους άντρες, στο σύνολο), η οποία γίνεται κάπως εντονότερη στην επαρχία (62%-38%) και στα ανεξάρτητα, μη αμιγή βιβλιοπωλεία (60%-40%).



Διάγραμμα 3.3 “Δημογραφικό προφίλ ερωτώμενων κατά θέση στην απασχόληση”

Τα παραπάνω ποσοστά των δύο φύλων καταμερίζονται στις εξής επαγγελματικές κατηγορίες μισθωτούς (45%), ελεύθερους επαγγελματίες (21%) και φοιτητές-σπουδαστές (16%) -82%, συνολικά, οι τρεις αυτές ομάδες-, με πολύ μικρότερα ποσοστά για τις νοικοκυρές (7%), τους συνταξιούχους (6%) και τους ανέργους (3%). Οι επαγγελματικές κατηγορίες που απουσιάζουν, πολύ χαρακτηριστικά, είναι οι εργοδότες, οι αγρότες και οι εργάτες (ειδικευμένοι ή ανειδίκευτοι), με βάση τη συμβατική ταξινόμηση του ερωτηματολογίου (κατά ESOMAR).



Βάση: Σύνολο δείγματος

*Η Κ/Ο τάξη υπολογίζεται σύμφωνα με τις προδιαγραφές της European Society of Opinion and Marketing Research με βάση το εκπαιδευτικό επίπεδο και το επάγγελμα του κύριου εισοδηματία του νοικοκυριού.

Διάγραμμα 3.4 “Δημογραφικό προφίλ ερωτώμενων κατά κοινωνικο-οικονομική Τάξη”

Μεσαίας, ως επί το πλείστον, κοινωνικής διαστρωμάτωσης (το 35% ανήκουν στη μεσαία προς κατώτερη και το 31% στη μεσαία προς ανώτερη κοινωνικο-οικονομική βαθμίδα, σύμφωνα με την κατά συνθήκη τυποποίηση της ESOMAR, ενώ και το υπόλοιπο ποσοστό είναι ισόρροπα μοιρασμένο).

3.2.3 Διανομή

Τα ελληνικά βιβλία διακινούνται μέσα από 2.000⁷ βιβλιοπωλεία και 3.500, συνολικά σημεία πώλησης (πρακτορεία τύπου, super markets, κλπ.). Τα παραπάνω στοιχεία υποδηλώνουν χαμηλό βαθμό συγκέντρωσης στο κύκλωμα διανομής. Το 90% αυτών είναι μικρού μεγέθους και μόνο 280 πωλούν αποκλειστικά βιβλία, και 120 εξ αυτών είναι σημαντικού μεγέθους. Οι μεγάλες εκδοτικές επιχειρήσεις, διαθέτουν δικό τους δίκτυο πωλητών, οι οποίοι πραγματοποιούν επισκέψεις στα βιβλιοπωλεία και τα λοιπά σημεία λιανικής πώλησης βιβλίων της χώρας, με σκοπό την ενημέρωση των

⁷ NOLLAS D., (2006), THE BOOK MARKET IN GREECE, NATIONAL BOOK CENTER OF GREECE, (JANUARY 2006, 2ND EDITION), διαθέσιμο book.culture.gr/edocs/fakel/hellas.pdf, (προσπελάσιμο την 13/9/2007)

πελατών σχετικά με τις νέες εκδόσεις. Σημαντικός αριθμός από τις επιχειρήσεις του κλάδου διατηρούν δικά τους καταστήματα (βιβλιοπωλεία) και διαθέτουν τα βιβλία τους λιανικώς.

3.3 Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου των Βιβλίων

Η πλειοψηφία⁸ των βιβλιοπωλείων βρίσκονται στην Αττική (50%) και στις μεγάλες πόλεις (Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λάρισα, και Ηράκλειο). Τα τελευταία δέκα χρόνια υπάρχει μια έξαρση των μεγάλων αλυσίδων, με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να οξύνεται.

- Η ζήτηση για τα εξεταζόμενα προϊόντα επηρεάζεται από μία σειρά παραγόντων στους οποίους συμπεριλαμβάνεται και η τιμή σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών.
- Η ζήτηση των βιβλίων διαμορφώνεται επίσης από το βαθμό αναγνωσιμότητας, ο οποίος με τη σειρά του είναι συνάρτηση της κουλτούρας και του μορφωτικού επιπέδου ενός λαού, καθώς και από το μέγεθος του πληθυσμού και το βαθμό διάδοσης της ελληνικής γλώσσας.
- Το βιβλίο ως προϊόν ακριβαίνει σε αναντιστοιχία με το οικογενειακό εισόδημα, όπως παρατηρείται από τους πίνακες 3.3 και 3.8.
- Τα περίπτερα - βιβλιοπωλεία δεν ξέρουν πού να στοιβάξουν τους νέους τίτλους που εκδίδουν οι εφημερίδες..
- Η λιανική πώληση δεν είναι ικανοποιητικά αναπτυγμένη, έτσι πολλοί εκδοτικοί οίκοι καταφεύγουν να διατηρούν ανεξάρτητα δίκτυα διανομής.
- Η αγοραστική δύναμη του κόσμου έχει μειωθεί αισθητά. Το βιβλίο (πλην του χρηστικού) αποτελεί ελαστική δαπάνη.
- Το κοινό μας δεν μειώνεται, πέφτει όμως η μέση αγορά. Αυξάνεται το αγοραστικό κοινό του φτηνού βιβλίου και η απαίτηση για εκπτώσεις και προσφορές.

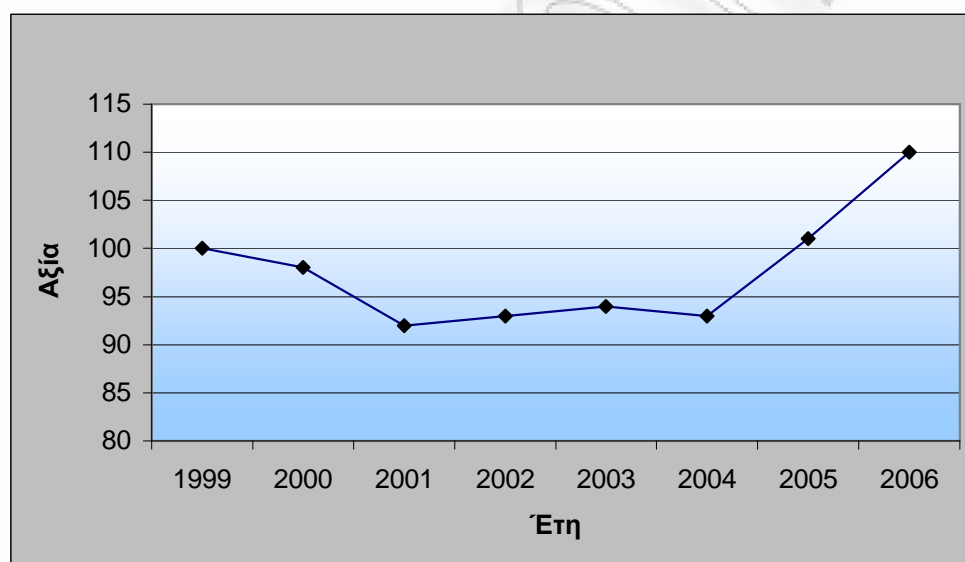
⁸ Άγνωστος, (2007), Χώρος εμπορικός και πνευματικός, Καθημερινή, (διαδικτυακά), 7 Αυγούστου 2007, διαθέσιμο, http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_civ_1_07/08/2007_236910 (προσπελάσιμο την 18/10/2007)

3.3.1 Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς Βιβλίων

Στη συνέχεια αναλύεται η εγχώρια αγορά βιβλίων σε όρους ποσοτικών και ποιοτικών.

Συνολικό Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Βιβλίων (ΠΟΣΟΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ)

Το διάγραμμα 3.5 παρουσιάζει το πως εξελίχθηκε το μέγεθος της εγχώριας αγοράς βιβλίων από το 1999 έως το 2006, χρησιμοποιώντας ως έτος βάσης για τη σύγκριση το 1999. Παρατηρείται μία υποτονικότητα τα πρώτα χρόνια ενώ από το 2004 είναι φανερό ότι το μέγεθος της εγχώριας αγοράς βιβλίων έχει αυξηθεί όσο καμία άλλη χρονιά στο παρελθόν.



Διάγραμμα 3.5 Εξέλιξη μεγέθους εγχώριας αγοράς βιβλίων σε αξία (1999-2006)

Συνολικό Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Βιβλίων (ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ)

Δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για την αγορά του βιβλίου απευθείας από τους εκδοτικούς οίκους ή από τα κανάλια διανομής. Οι εκτιμήσεις στηρίζονται σε στοιχεία σχετικά με τον Οικογενειακό Προϋπολογισμό. Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία το ελληνικό νοικοκυριό δαπάνησε το 1999 για βιβλία 399,4€ εκ. (σε παρούσες τιμές) σε

αντίθεση με το 1994, όπου οι δαπάνες άγγιζαν τα 221,6€ εκ. Για το δε 1974 οι δαπάνες ήταν μόνο στα 3,1€ εκ. Οι παραπάνω αριθμοί υποδηλώνουν ότι τα ελληνικά νοικοκυριά, το 1999, δαπάνησαν κατά μέσο όρο 129 φορές περισσότερα χρήματα για την αγορά βιβλίων σε σχέση με το 1974.

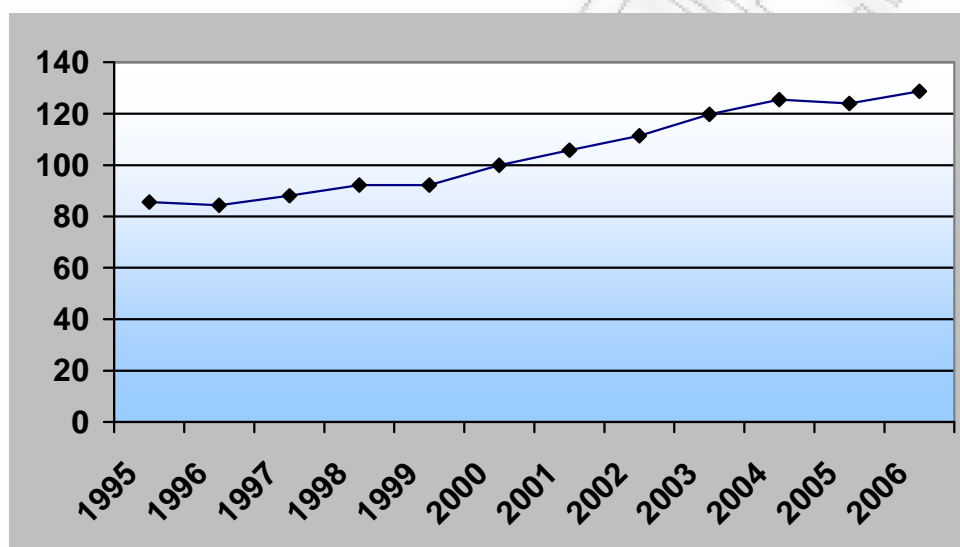
Η αγορά βιβλίων από το Δημόσιο για το 2002 εκτιμάται στα 61,3 εκ., εκ των οποίων 20€ εκ. ήταν από δημόσιες βιβλιοθήκες, 25,8€ εκ. διατέθηκαν για την εξωτερική ανάθεση της έκδοσης πανεπιστημιακών συγγραμμάτων από εμπορικούς εκδότες και 15,5€ εκ. για την αγορά άλλων βιβλίων από διάφορα υπουργεία και δημόσιους οργανισμούς.

Πίνακας 3.1 Εξέλιξη Δείκτη Όγκου αγοράς Βιβλίων, χαρτικά & λοιπά

Έτος	Δείκτης
1995	85,6
1996	84,3
1997	88,0
1998	92,2
1999	92,2
2000	100,0
2001	105,8
2002	111,4
2003	119,7
2004	125,4
2005	124,0
2006	128,7

Εδώ, πρέπει να επισημανθεί ότι παραπάνω παρουσιάζονται οι τιμές- μεταβολές, που πήρε ο δείκτης του όγκου αγοράς βιβλίων, με έτος βάσης το 2000 και ότι αυτές δεν αποτελούν τον όγκο της αγοράς αυτό καθαυτό.

Παρακάτω, παρουσιάζεται διαγραμματικά ο δείκτης τους όγκου αγοράς βιβλίων με τις τιμές ανά έτος όπως αναλύθηκε στον Πίνακα 3.1.



Διάγραμμα 3.6 Εξέλιξη δείκτη Όγκου αγοράς βιβλίων, χαρτικά & λοιπά

Η αξία της εγχώριας αγοράς παρουσίασε διακυμάνσεις. Συγκεκριμένα, ακολούθησε πτωτική πορεία κατά τη διετία 2000-2001, ενώ ανέκαμψε το 2002 διαμορφούμενη σε €307 εκ.. Το 2003 η αγορά εμφανίστηκε πιο σταθερή και εκτιμάται σε €310 εκ. Αντίθετα, το 2004 εμφάνισε μικρή μείωση 1,5% και κυμάνθηκε στα €305,5 εκ. Την περίοδο 2005-2006 η συγκεκριμένη αγορά εμφάνισε αύξηση εκτιμώμενη στα €362 εκ.. Η εξέλιξη του όγκου της αγοράς βιβλίων, και επομένως η μελλοντική ζήτηση, αναλύεται σε επόμενο Διάγραμμα στο 3.10.

Πίνακας 3.2 Μέγεθος εγχώριας αγοράς βιβλίων (2000-2006)

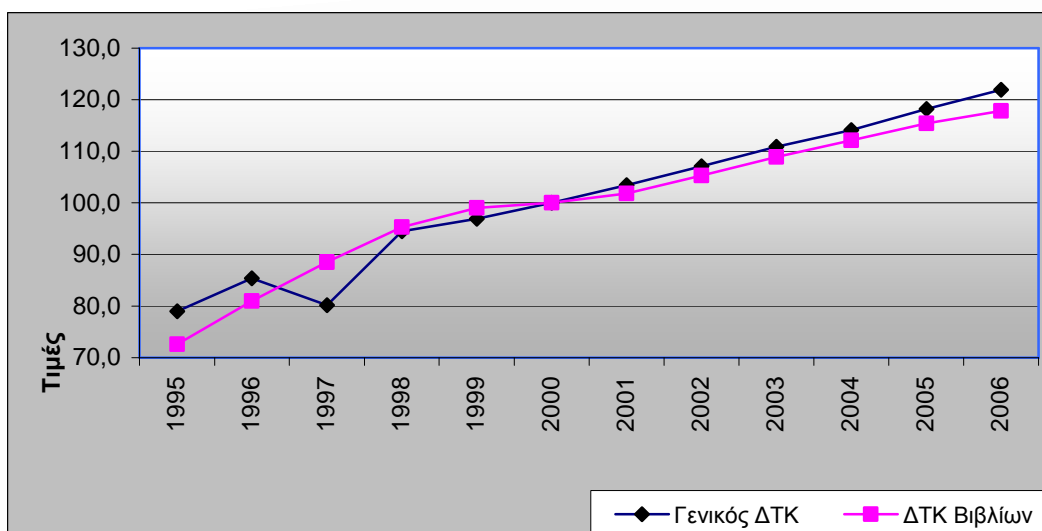
Έτος	Αξία (σε εκ. €)
1999	328,7
2000	323,3
2001	302,5
2002	307
2003	310
2004	305,5
2005	332,5
2006	362

3.2 Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης

Τα βιβλία δεν προορίζονται για την κάλυψη βασικών αναγκών, ενώ υπάρχει πληθώρα εναλλακτικών μέσων ψυχαγωγίας και ενημέρωσης, τα οποία αντικαθιστούν την ανάγνωση βιβλίων. Οι παράγοντες με την σπουδαιότερη επίπτωση στη ζήτηση είναι:

- **Τιμή:** η τιμή των βιβλίων σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, αποτελεί ένα βασικό παράγοντα ζήτησης. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ⁹, ο δείκτης τιμών καταναλωτή για βιβλία ακολούθησε ανοδική πορεία το χρονικό διάστημα 1995-2006, σημειώνοντας μέση ετήσια αύξηση 4,5%

⁹ ICAP, (2004), Ετήσιες κλαδικές μελέτες, Αθήνα, ICAP, Μάρτιος 2004, διαθέσιμο http://www.icap.gr/services/consulting/financial_studies/finrep_kladikes_gr.asp, προσπελάσιμο (21/9/2007)



Διάγραμμα 3.7 Δείκτης τιμών καταναλωτή για βιβλία (1999-2006)

Τη μικρότερη ποσοστιαία μεταβολή παρουσίασε ο δείκτης την περίοδο 2000/99 (1%), ενώ την υψηλότερη εμφάνισε το διάστημα 1996/95 (11,5%). Το 2006 ο δείκτης τιμών καταναλωτή αυξήθηκε κατά 2% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Η παρατήρηση των στοιχείων με πιο διαχρονικό τρόπο μας υποδεικνύει ότι η γενική τάση του δείκτη είναι ανοδική, με μια μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση κατά την εξαετία 2000-2006 (17,8%) λαμβάνοντας ως έτος βάσης το 2000. Σημαντικό είναι να τονίσουμε ότι ο δείκτης τιμών καταναλωτή για βιβλία ακολουθεί την πορεία του γενικού δείκτη τιμών καταναλωτή, με εξαίρεση την περίοδο 1998-1999, οπότε και κινήθηκε υψηλότερα από τον ΓΔTK (δεν αποτυπώνεται με ακρίβεια η πορεία της χονδρικής τιμής των βιβλίων, καθώς πέρα από τα εξεταζόμενα προϊόντα, περιλαμβάνουν επίσης εφημερίδες, έντυπο υλικό και προεγγεγραμμένα μέσα).

Όσον αφορά την εξέλιξη των τιμών, παρατηρείται αύξηση 3,9%, την περίοδο 1998-1999, έναντι αύξησης 8% την περίοδο 1997-1998¹⁰. Η αντίστοιχη μεταβολή του ΔTK ήταν: 2,6% και 4,8%. Επομένως, παρά την τάση συγκράτησης της, η τιμή του βιβλίου εξακολουθεί να αυξάνεται με ταχύτητα μεγαλύτερη από αυτή του μέσου όρου. Το

¹⁰ ICAP, (2004), Ετήσιες κλαδικές μελέτες, Αθήνα, ICAP, Μάρτιος 2004, διαθέσιμο http://www.icap.gr/services/consulting/financial_studies/finrep_kladikes_gr.asp, προσπελάσιμο (21/9/2007)

γεγονός αυτό οφείλεται αποκλειστικά στο ξενόγλωσσο και το βοηθητικό σχολικό βιβλίο. Αντίθετα, το λογοτεχνικό βιβλίο παρουσιάζει για δεύτερη σχολική χρονιά, μετά το 1997, αισθητή τάση συγκράτησης της τιμής του, σε μια περίοδο που συμπίπτει χρονικά με την έναρξη εφαρμογής του νόμου για την ενιαία τιμή βιβλίου.

Πίνακας 3.3 Μέση λιανική τιμή βιβλίων με μαλακό εξώφυλλο (2001-2006)

Έτος	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Αξία σε €	13,70	15,60	14,70	16,20	16,00	16,15

Ο πίνακας 3.3 παρουσιάζει την εξέλιξη της μέσης λιανικής τιμής βιβλίων με μαλακό εξώφυλλο για την περίοδο 2001-2006. Τα στοιχεία αυτά οδηγούν στην παρατήρηση ότι η μέση λιανική τιμή του βιβλίου αυξήθηκε 14%, με την είσοδο της Ελλάδας στην Ευρωζώνη (2001: €13,7, 2002; €15,6). Βέβαια μετά από την αναφερθείσα αύξηση η τιμή άρχισε να σταθεροποιείται (€16 μέχρι το τέλος του 2006), μετά από μια μικρή μείωση την περίοδο 2003/02 (2003: €14,7). Ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής της μέσης λιανικής τιμής βιβλίων με μαλακό εξώφυλλο για την περίοδο 2001-2006 ανήλθε σε 3,4%.

- **Βαθμός αναγνωσιμότητας:** παράγοντας άμεσα συνδεδεμένος με την κουλτούρα και το μορφωτικό επίπεδο ενός λαού.

Στον πίνακα 3.4 φαίνεται η συσχέτιση της εκπαίδευσης με της αναγνωσιμότητας από έρευνα του Εθνικού Κέντρου Βιβλίου¹¹.

¹¹ ΕΚΕΒΙ, (2004), διαθέσιμο <http://book.culture.gr/erevnes/anagn04/tables01.html>, προσπελάστηκε την 19/10/2007

Πίνακας 3.4 Συνολική αναγνωσιμότητα κατά επίπεδο εκπαίδευσης

		Σύνολο	Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενου		
			Κατώτερη	Μέση	Ανώτερη
Συνολική Αναγνωσιμότητα	Δε διαβάζουν	43,8%	71,7%	35,9%	19,3%
	Μόνο «πρακτικά»	19,0%	13,6%	23,6%	11,8 %
	Μόνο «επαγγελματικά»	0,9%	0,5%	0,8%	2,0%
	Και «πρακτικά» και «επαγγελματικά»	2,4%	0,7%	2,4%	5,7%
	Διαβάζουν λίγα(1-9)	25,4%	11,0%	28,5%	41,9%
	Διαβάζουν αρκετά (Πάνω από 9)	8,6%	2,5%	8,9%	19,3%

Παρά το αυξανόμενο ενδιαφέρον των Ελλήνων για το βιβλίο, οι δείκτες που αναφέρθηκαν είναι οι χαμηλότεροι στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (αναγνωστικό κοινό: Σουηδία 85%, Μ. Βρετανία 76%, Γαλλία 75%, Ισπανία 45%, Ιταλία 42%).

Πίνακας 3.5 Αναγνωσιμότητα βιβλίων στις χώρες της Ε.Ε.(2001)

Χώρα	Ναι για εργασιακούς λόγους	Ναι για εκπαιδευτικούς λόγους - υποχρεωτικά	Ναι για εκπαιδευτικούς λόγους – προαιρετικά	Ναι για λόγους πέραν της εργασίας & των σπουδών	Όχι
Βέλγιο	4	8	18	23	58
Δανία	15	19	17	55	33
Γερμανία	15	16	21	40	41
Ελλάδα	5	11	9	36	54
Ισπανία	5	12	7	39	53
Γαλλία	9	11	18	40	43
Ιρλανδία	7	15	11	40	44
Ιταλία	5	6	4	43	50
Λουξεμβούργο	13	10	8	56	35
Ολλανδία	10	14	9	53	37
Αυστρία	12	14	21	43	38
Πορτογαλία	4	8	14	15	67
Φιλανδία	17	17	20	66	24
Σουηδία	15	23	17	72	19
Ηνωμένο Βασίλειο	18	16	17	63	25
Ε.Ε (15)	11	13	15	45	42
<i>Ποσοστό (%) επί του συνολικού πληθυσμού</i>					

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι, σε όλες τις χώρες της Ε.Ε το ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού που διαβάζει βιβλία υπερτερεί έναντι του αντίστοιχου ποσοστού του ανδρικού πληθυσμού. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα, οι γυναίκες

αναγνώστες φτάνουν το 59,5%¹², ενώ οι άντρες το 52,6%. Ο πίνακας 3.6 παρουσιάζει τη συνολική αναγνωσιμότητα του πληθυσμού.

Πίνακας 3.6 Συνολική αναγνωσιμότητα κατά φύλο

	Σύνολο	Φύλο	
		Άνδρες	Γυναίκες
Δε διαβάζουν	43,8	47,4	40,5
Μόνο «πρακτικά»	19,0	19,0	18,9
Μόνο «επαγγελματικά»	0,9	1,3	0,5
Και «πρακτικά» και «επαγγελματικά»	2,4	3,5	1,3
Διαβάζουν λίγα(1-9)	25,4	22,1	28,4
Διαβάζουν αρκετά (Πάνω από 9)	8,6	6,6	10,3
Σύνολο	100,0	100,0	100,0
<i>Οι τιμές δίδονται σε %</i>			

- **Ελεύθερος χρόνος:** ο περιορισμός αυτού επιδρά αρνητικά στην εξέλιξη της αγοράς των βιβλίων. Οι επαγγελματικές υποχρεώσεις σημαντικού αριθμού ατόμων και κυρίως νέων, είναι ιδιαίτερα αυξημένες, με αποτέλεσμα τα άτομα αυτά να μη διαθέτουν τον απαιτούμενο χρόνο για την ανάγνωση ενός βιβλίου ή να προτιμούν κάποιο λιγότερο χρονοβόρο μέσο για την ενημέρωση ή την

¹² ΕΚΕΒΙ, (2004), «Β' Πανελλήνια Έρευνα Αναγνωστικής Συμπεριφοράς και Πολιτιστικών Πρακτικών», έρευνα σε συνεργασία με το ινστιτούτο V-PRC.

ψυχαγωγία τους. Για το λόγο αυτό η αναγνωσιμότητα είναι υψηλότερη στις μεγαλύτερες ηλικίες.

- **Τεχνολογικές εξελίξεις:** όπως η συνδρομητική και ιδιωτική τηλεόραση, η διείσδυση του διαδικτύου και η ανάπτυξη της αγοράς των ηλεκτρονικών και ψηφιακών παιχνιδιών και του οικιακού κινηματογράφου αποτελούν ορισμένα μόνο παραδείγματα τεχνολογικών εξελίξεων που έχουν μεταβάλλει σημαντικά τον τρόπο ψυχαγωγίας και ενημέρωσης των ατόμων και ιδιαίτερα των νέων.
- **Πληθυσμιακοί & Γλωσσικοί παράγοντες:** το ύψος και η εξέλιξη του συνολικού πληθυσμού μιας χώρας σχετίζεται με τη διαμόρφωση της ζήτησης των βιβλίων σε αυτήν, που χρησιμοποιούνται τόσο για εκπαιδευτικούς, όσο και ψυχαγωγικούς σκοπούς. Επιπλέον, ο βαθμός διάδοσης της γλώσσας μιας χώρας επηρεάζει τη ζήτηση των βιβλίων σε αυτήν, καθώς διαμορφώνει το επίπεδο των εισαγωγών και εξαγωγών τους.
- **Διαφήμιση:** το συνολικό ύψος των κονδυλίων που διατέθηκαν το 2003 για την προβολή συγκεκριμένων τίτλων βιβλίων ή εκδοτικών επιχειρήσεων ανήλθε σε €19,5 εκ., σημειώνοντας αύξηση κατά 20,7% έναντι του 2002 κατά το οποίο είχε διαμορφωθεί σε €16,1 εκ.. Σημαντικό ρόλο επίσης στην επιλογή συγκεκριμένων τίτλων από τους αναγνώστες παίζει η εμφάνιση του βιβλίου (εξώφυλλο, χρώμα, τύπος χαρτιού, βιβλιοδεσία κλπ).
- **Κινηματογραφική ή τηλεοπτική μεταφορά τους:** η επίδραση αυτών των μέσων είναι θετική, καθώς καθιστά τα βιβλία ευρέως γνωστά. Ιδιαίτερα στις περιπτώσεις που οι εν λόγω ταινίες γνωρίζουν μεγάλη εμπορική επιτυχία, η ζήτηση των αντίστοιχων βιβλίων αυξάνεται κατακόρυφα (π.χ Κώδικας Da Vinci, Harry Potter).
- **Εποχικότητα:** κατά τη διάρκεια των μηνών Σεπτεμβρίου-Οκτωβρίου παρουσιάζεται ιδιαίτερα αυξημένη ζήτηση στις κατηγορίες των σχολικών-εκπαιδευτικών βιβλίων. οι λοιπές κατηγορίες παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση τα Χριστούγεννα, το Πάσχα και τις μεγάλες ονομαστικές εορτές, καθώς τα βιβλία

συχνά προσφέρονται ως δώρα. Σημαντικό ποσοστό των συνολικών πωλήσεων πραγματοποιείται και κατά τους θερινούς μήνες, λόγω της αύξησης του ελεύθερου χρόνου του αναγνωστικού κοινού.

Πίνακας 3.7¹³ Λόγοι για τους οποίους δεν διάβασαν κανένα βιβλίο

	Σύνολο	Φύλο	
		Άνδρες	Γυναίκες
Έλλειψη χρόνου	39,1	36,5	41,9
Πρόβλημα όρασης	4,2	3,5	5,0
Δεν μου αρέσει το διάβασμα/το βαριέμαι	18,3	21,0	15,4
Έλλειψη γνώσεων	0,9	1,2	0,5
Δεν ξέρω να διαβάζω	2,9	2,4	3,4
Από συνήθεια /δεν έτυχε /δεν έχω ασχοληθεί	2,5	2,3	2,7
Προβλήματα υγείας	1,6	1,6	1,7
Βλέπω τηλεόραση	0,5	0,4	0,5
Διαβάζω εφημερίδες & περιοδικά	0,4	0,6	0,2
Λόγω ηλικίας	1,7	2,0	1,4
Δεν θυμάμαι τι διαβάζω/ έλλειψη συγκέντρωσης/ άγχος	0,8	1,0	0,7
Άλλες ασχολίες	2,2	2,3	2,1
Οικογενειακές υποχρεώσεις	1,7	0,3	3,2
Λόγω φόρτου εργασίας	2,8	3,2	2,4
Λόγω έλλειψης υπομονής/ αμέλειας	0,4	0,3	0,4
Έλλειψη χρόνου λόγω σχολείου/ σπουδών	1,9	2,0	1,7
Λόγω κούρασης	0,4	0,6	0,2
Για οικονομικούς λόγους	1,0	0,9	1,1
Έλλειψη ενδιαφέροντος	5,9	7,0	4,7

¹³ ICAP, (2007), Ετήσιες κλαδικές μελέτες, Αθήνα, ICAP (διαδικτυακά), διαθέσιμο http://www.icap.gr/services/consulting/financial_studies/finrep_kladikes_gr.asp (προσπελάσιμο 12/10/2007)

Έλλειψη διάθεσης	1,4	1,2	1,6
Με κουράζει	1,4	1,5	1,3
Δεν υπάρχουν βιβλιοπωλεία βιβλιοθήκες στο χωριό	0,1	0,1	0,1
Δεν ξέρω καλά την γλώσσα	0,1	0,0	0,1
Ακούω ραδιόφωνο	0,1	0,0	0,1
Άλλο	0,8	1,0	0,6
Δεν γνωρίζω	0,5	0,4	0,6
Δεν απαντώ	6,4	6,6	6,2
Σύνολο	100,0	100,0	100,0
<i>Οι τιμές δίδονται σε %</i>			

- **Οικογενειακός Προϋπολογισμός:**

Οι δαπάνες των ελληνικών νοικοκυριών για βιβλία αποτελεί μεν στατιστικό στοιχείο για την καλύτερη χαρτογράφηση της ζήτησης βιβλίων, αλλά δεν παύει να αποτελεί και ανασταλτικό παράγοντα αυτής. Η μέση μηνιαία δαπάνη των ελληνικών νοικοκυριών για βιβλία μετρήθηκε το 2004 ότι ήταν 11,89 ευρώ για κάθε νοικοκυριό. Το αντίστοιχο μέγεθος για το 1999, σύμφωνα με την τότε έρευνα, ήταν 3.339 δραχμές ήτοι, περίπου, 9,80 ευρώ (το τυπικό νοικοκυριό στην Ελλάδα αποτελείται, σύμφωνα με τις απογραφές πληθυσμού της ΕΣΥΕ, από 2,78 μέλη κατά μέσο όρο). Το μεγαλύτερο μέρος των συγκεκριμένων δαπανών (περίπου 65%) αφορά βιβλία και εγκυκλοπαίδειες εκτός σχολικών.

Ο πίνακας 3.8 παρουσιάζει ανά τάξη εισοδήματος τη μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για βιβλία.

Πίνακας 3.8 Μέσος όρος δαπανών των νοικοκυριών για βιβλία ανά τάξη εισοδήματος (2004-2005)

Είδος Δαπανών	Όλα τα νοικοκυριά	Νοικοκυριά με μηνιαίο εισόδημα:							
		μέχρι 750€	751 - 1100€	1101 - 1450€	1451 - 1800€	1801 - 2200€	2201 - 2800€	2801 - 3500€	3501€ και άνω
Σύνολο Αγορών	1.792,28	664,02	915,01	1228,00	1510,99	1799,86	2170,07	2570,56	3587,57
Εφημερίδες, βιβλία & είδη χαρτοπωλείου	26,01	6,45	8,66	13,33	18,19	24,86	32,88	44,16	62,56
Βιβλία	11,89	3,56	4,03	6,19	8,02	12,10	15,96	19,66	26,95
Βιβλία, εγκυκλοπαίδειες (εκτός σχολικών)	7,69	2,87	2,84	3,69	5,74	6,73	10,49	11,67	18,02
Βιβλία, παιδικά βιβλία, εγκυκλοπαίδειες, λεξικά, εγχειρίδια (σχολικά)	3,4	0,60	0,89	1,95	1,67	4,47	4,20	6,50	7,65
Βοηθητικά σχολικά βιβλία	0,8	0,10	0,30	0,55	0,61	0,90	1,27	1,49	1,28
<i>Αξία σε €</i>									

Το γεγονός ότι τα νοικοκυριά με αυξημένο μέσο εισόδημα διαθέτουν μεγαλύτερα ποσά για την αγορά βιβλίων διαπιστώνεται και από την ιστορία. Πριν την εφεύρεση της τυπογραφίας τα βιβλία αντιγράφονταν χειρόγραφα, γεγονός που τα έκανε ακριβά και σπάνια. Τα μοναστήρια δε, ήταν αυτά που κατά κύριο λόγο αναλάμβαναν την

αντιγραφή των κειμένων. Με την ανάπτυξη των πανεπιστημίων των 13^ο αι. η ζήτηση των βιβλίων αυξήθηκε ραγδαία. Το γεγονός όμως που έκανε το βιβλίο πιο προσβάσιμο, μετά την εφεύρεση της τυπογραφίας (1454, Γουτεμβέργιος), ήταν ο θεσμός των δημόσιων βιβλιοθηκών (15^{ος} αι.). Ο θεσμός αυτός έδωσε τη δυνατότητα στις φτωχές και μεσαίες τάξεις να έχουν πρόσβαση σε περισσότερα βιβλία, σε αντίθεση με τους ανώτερα οικονομικά οικογένειες που μπορούσαν να διατηρούν ιδιωτική βιβλιοθήκη. Η ιστορική αυτή αναφορά αποδεικνύει το προφίλ του καταναλωτικού κοινού των βιβλιοπωλείων.

Πίνακας 3.9 Ιδιωτική Κατανάλωση Των Νοικοκυριών Για Βιβλία Το 2006 (σε εκ Ευρώ, τρέχουσες τιμές)

	1999	2004	2005	2006	Μεταβολή 1999-2004	Μεταβολή 2004-2005	Μεταβολή 2005-2006
Ιδιωτική Κατανάλωση (τρέχουσες τιμές)	399,4	569,7	601,4	633,1	42,6%	5,6%	5,3%

Δεδομένα:

- Σύμφωνα με την τελευταία Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΣΥΕ του 2004, η μέση μηνιαία δαπάνη για βιβλία για κάθε νοικοκυριό της χώρας μας ανήρχετο σε 11,89€. Η συνολική, επομένως, δαπάνη για βιβλία κατά το 2004 μπορεί να εκτιμηθεί σε: 11,89€ X 12 μήνες X 3.992.964 νοικοκυριά = 569,7 εκ.€ σε τρέχουσες τιμές. Το 35% από τη δαπάνη αυτή αφορά τα «σχολικά βιβλία & εγκυκλοπαίδειες», σύμφωνα με την τυπολογία της ΕΣΥΕ. [Η συγκεκριμένη μέθοδος εκτίμησης της ιδιωτικής αγοράς του βιβλίου βασίζεται μόνο στις απαντήσεις των ερωτώμενων-αρχηγών των νοικοκυριών, και όχι σε πραγματικά οικονομικά στοιχεία.]

Παραδοχές:

Για την εκτίμηση της εξέλιξης αυτού του μεγέθους, μετά το 2004, έγιναν οι εξής παραδοχές:

- Ο Μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής (Μ.Ε.Ρ.Μ.) της δαπάνης για βιβλία, σε τρέχουσες τιμές, για την περίοδο 1999-2004 ήταν 7,4% ενώ σε σταθερές τιμές, για την ίδια περίοδο, 3,93%.
- Θεωρούμε, κατά παραδοχή, ότι οι δαπάνες για βιβλίο μεταβλήθηκαν, μετά το 2004, με το ½ περίπου του ρυθμού της περιόδου 1999-2004 και κατά συνέπεια δεχόμαστε μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής των δαπανών, σε σταθερές τιμές, μεταξύ 2004-2006: 2%.
- Εφαρμόζουμε αυτό το ρυθμό μεταβολής πάνω στις δαπάνες του 2004, και έχουμε μία εκτίμηση για το ύψος των δαπανών για το 2005 και το 2006, σε σταθερές τιμές.
- Για τη μετατροπή, στη συνέχεια, των τιμών από σταθερές σε τρέχουσες, χρησιμοποιούνται τα στοιχεία μεταβολής του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) του βιβλίου, σύμφωνα με τη Διεύθυνση Οικονομικών Δεικτών της ΕΣΥΕ: 2004-2005: 3,5%, 2005-2006: 3,2%

Ο πίνακας 3.10 αποτυπώνει την κατανομή της ιδιωτικής κατανάλωσης ανά κατηγορία δαπανών.

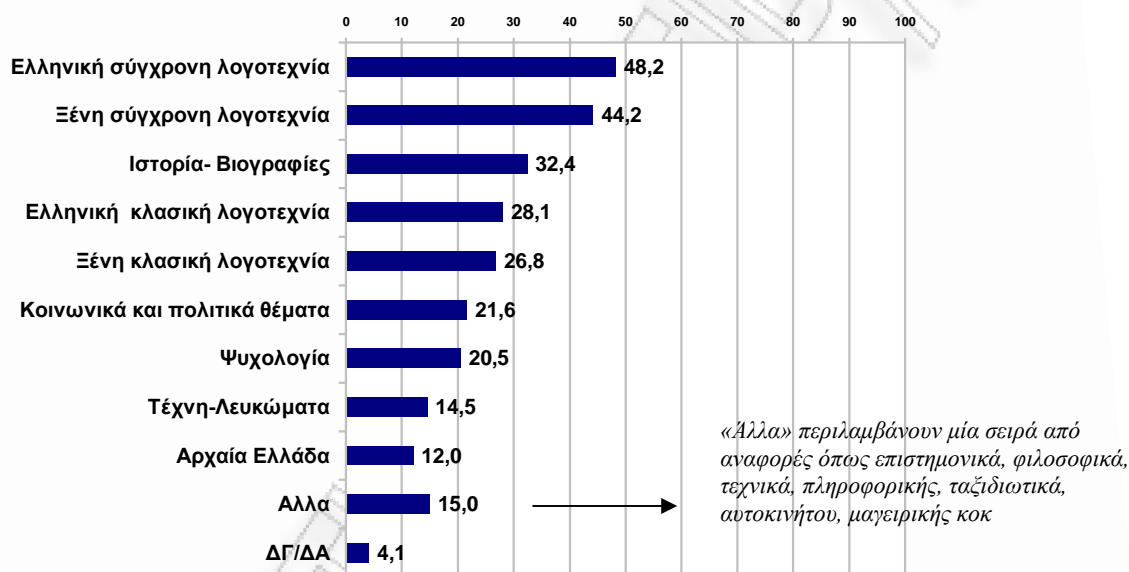
Πίνακας 3.10 Μέσος όρος δαπανών των νοικοκυριών για βιβλία ανά κατηγορία περιοχής (2004-2005)

Είδος Δαπανών	Όλες οι Περιοχές	Αστικές Περιοχές				Ημιαστικές Περιοχές	Αγροτικές Περιοχές
		Σύνολο Αστικών	Περιφέρεια Πρωτεύουσας	Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσ/νίκης	Λοιπές Αστικές Περιοχές		
Σύνολο Αγορών	1.792,28	1940,59	2.013,2	1.979,47	1.815,61	1.712,18	1.353,17
Εφημερίδες, βιβλία & είδη χαρτοπωλείου	26,01	31,44	34,75	30,03	26,9	21,21	11
Βιβλία	11,89	14,54	15,6	15,39	12,62	9,57	4,56
Βιβλία, εγκυκλοπαίδειες (εκτός σχολικών)	7,69	9,63	10,22	10,38	8,46	5,79	2,45
Βιβλία, παιδικά βιβλία, εγκυκλοπαίδειες, λεξικά, εγχειρίδια (σχολικά)	3,4	4	4,54	4,21	3,12	3,02	1,64
Βοηθητικά σχολικά βιβλία	0,8	0,91	0,85	0,79	1,04	0,75	0,47
<i>Αξία σε €</i>							

Βάσει της Έρευνας του ΕΚΕΒΙ¹⁴, παρατηρήθηκαν οι προτιμήσεις του αναγνωστικού κοινού και οι οποίες συνοψίζονται ως εξής: Προτίμηση στη **σύγχρονη λογοτεχνία** (ελληνική -48,2%- και στη συνέχεια ξένη -44,2%), στην **ιστορία και τις βιογραφίες**

¹⁴ ΕΚΕΒΙ, (2004), «Β' Πανελλήνια Έρευνα Αναγνωστικής Συμπεριφοράς και Πολιτιστικών Πρακτικών», έρευνα σε συνεργασία με το ινστιτούτο V-PRC

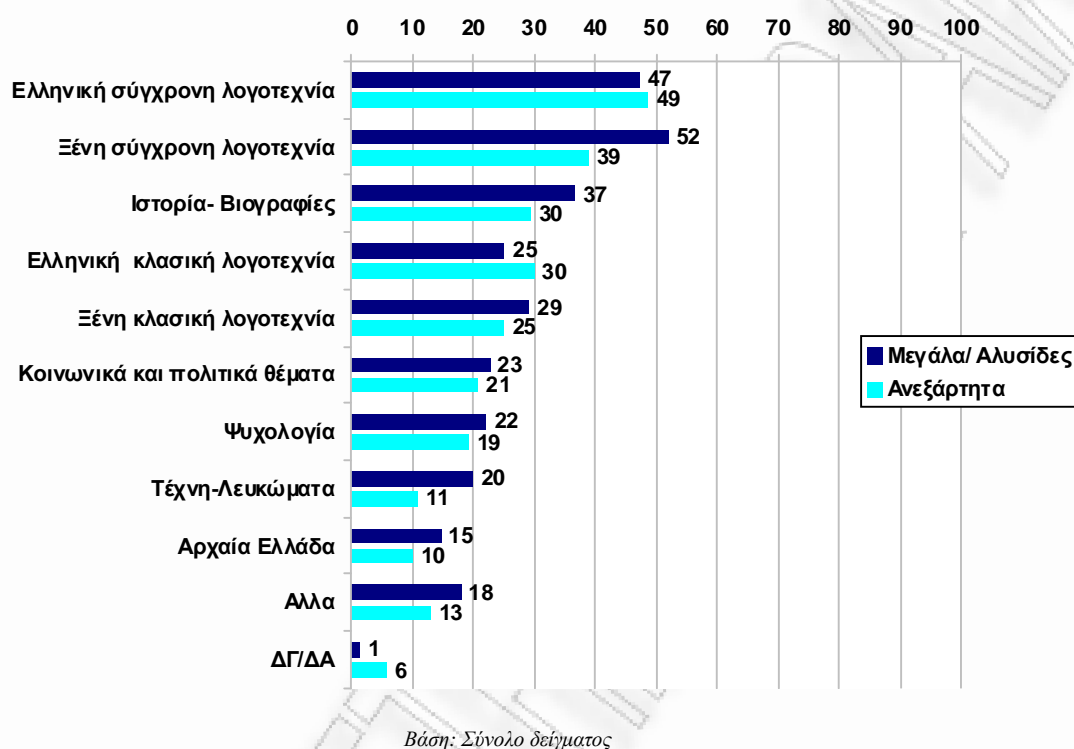
(32,4%), στην **κλασική λογοτεχνία** (ελληνική -28,1%- και ξένη -26,8%) και, στη συνέχεια, στα **κοινωνικά και πολιτικά θέματα** (21,6%), στην **ψυχολογία** (20,5%), στην τέχνη (14,5%) και στην Αρχαία Ελλάδα (12%). Στις αλυσίδες βιβλιοπωλείων η προτίμηση για την ξένη λογοτεχνία υπερκεράζει αυτήν για την ελληνική, ενώ, αντίθετα, στα βιβλιοπωλεία της επαρχίας, η προτίμηση για τη σύγχρονη ελληνική λογοτεχνία είναι, συγκριτικά, εντονότερη.



Διάγραμμα 3.8 "Κατηγορίες στις οποίες συνήθως ανήκουν τα βιβλία που αγοράζονται προσωπική χρήση"

Από το διάγραμμα 3.9 βλέπουμε ότι δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των βιβλίων που αγοράζονται από τα μεγάλα βιβλιοπωλεία – αλυσίδες και τα τοπικά βιβλιοπωλεία. Αυτό συμβαίνει γιατί το καταναλωτικό κοινό στοχεύει κυρίως στο είδος βιβλίου για το οποίο ενδιαφέρεται και όχι στον τρόπο απόκτησής του. Πρέπει βέβαια, να επισημανθεί μία μεγάλη διαφορά στην κατηγορία της Ξένης Σύγχρονης Λογοτεχνίας. Εδώ οι καταναλωτές δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στα μεγάλα βιβλιοπωλεία (52%) σε σχέση με τα μικρά ανεξάρτητα βιβλιοπωλεία (39%) κάτι που

μπορεί να εξηγηθεί από την συνήθως μεγάλη πληρότητα τίτλων που έχουν τα μεγάλα βιβλιοπωλεία για την συγκεκριμένη κατηγορία.

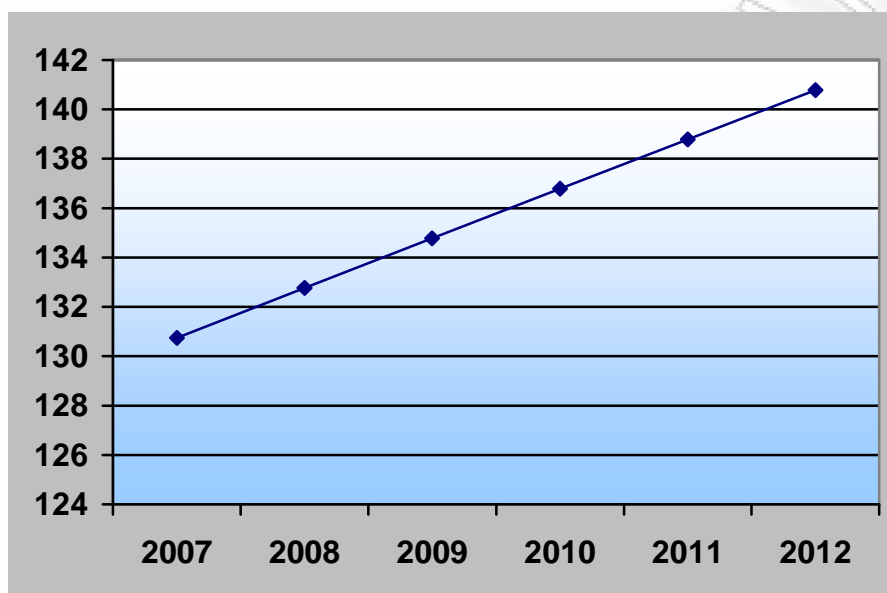


Διάγραμμα 3.9 Προτίμηση κατηγορίας βιβλίου ανά τύπο βιβλιοπωλείου

3.3 Μελλοντική Ζήτηση

Βασιζόμενοι στα στοιχεία προηγούμενων ετών (Πίνακας 3.1 και Διάγραμμα 3.6), υπολογίστηκε η ζήτηση, σε όγκο βιβλίων για την περίοδο 2007-2012. (Για τον υπολογισμό χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό Statgraphics, το οποίο προσδιόρισε τις μελλοντικές τάσεις. Η ακρίβεια της πρόβλεψης στηρίζεται στα προηγούμενα στατιστικά στοιχεία, τα οποία όμως δεν ήταν αρκετά παλιά για να επιτύχουμε μια πιο ακριβή πρόβλεψη. Όσο πιο πολύ απομακρυνόμασταν, δηλαδή 5^ο έτος λειτουργίας

τόσο πιο αβέβαιη κρίνεται η πρόβλεψη μας). Οι τάσεις πάντως είναι αυξητικές και τα αποτελέσματα φαίνονται στο διάγραμμα 3.10:



Διάγραμμα 3.10 Πρόβλεψη μελλοντικής ζήτησης

3.4 Ανταγωνιστές

Ο ανταγωνισμός στον κλάδο του βιβλίου αφορά το σύνολο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον νομό Αττικής, δηλαδή από τα μικρά βιβλιοπωλεία έως τις μεγάλες αλυσίδες (Ιανός, Ελευθερουδάκης, Παπασωτηρίου). Σημειωτέον είναι ότι τον τελευταίο καιρό όλο και περισσότερα μεγάλα σούπερμάρκετ διεισδύσουν στον κλάδο του βιβλίου, σε μια προσπάθεια να προσελκύσουν περισσότερο καταναλωτικό κοινό.

Ο κλάδος των βιβλίων, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως (3.2.1), αποτελείται από επιχειρήσεις που στοχεύουν όμως σε διαφορετικό αγοραστικό κοινό, και ουσιαστικά αναπτύσσουν διαφορετικές στρατηγικές. Έτσι σύμφωνα και με τον Porter, η στρατηγική ομάδα της LIBRI αποτελείται από τα αμιγή βιβλιοπωλεία της ευρύτερης περιοχής του Πειραιά.

Οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την πώληση βιβλίων στην περιοχή του Πειραιά αναφέρονται παρακάτω. Αναφορά γίνεται ανεξαρτήτως κατηγορίας βιβλιοπωλείου, και μεγέθους, καθώς ανταγωνιστές θεωρούνται όλες οι εταιρείες που οι πελάτες μπορούν να αναζητήσουν βιβλία.

"Αμιγές βιβλιοπωλείο" είναι αυτό που πουλάει μόνο βιβλία και τίποτα πέρα από αυτό (δηλαδή χαρτικά, σχολικά, είδη δώρων, CD, κάρτες, φωτοτυπίες, κλπ.), σε αντίθεση με το βιβλιοχαρτοπωλείο. Επειδή ο διαχωρισμός, στην πράξη, δεν μπορεί να γίνει κατά 100%, θεωρούμε, για ταξινομικούς λόγους, ότι "αμιγή" βιβλιοπωλεία είναι όσα έχουν τουλάχιστον το 90% του τζίρου τους να προέρχεται από τις πωλήσεις βιβλίων.

Πίνακας 3.11 Συνοπτική παρουσίαση επιχειρήσεων πώλησης βιβλίων

ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΣΗΜΑ	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ
ΙΑΝΟΣ	ΙΑΝΟΣ Α.Ε.	Μη Αμιγές
ΜΑΡΙΝΑΚΗ ΜΑΡΙΑ	ΜΑΡΙΝΑΚΗ ΜΑΡΙΑ	Αμιγές
ΒΙΒΛΙΟΤΟΠΙΑ	STAR BOOKS Α.Ε	Αμιγές
ΕΛΕΥΘΕΡΟΥΔΑΚΗΣ	ΕΛΕΥΘΕΡΟΥΔΑΚΗΣ Γ. Κ. Α.Ε.	Αμιγές
ΕΛΛΗΝΟΑΓΓΛΙΚΟ	ΚΑΛΑΪΤΖΙΔΗΣ ΣΑΒΒΑΣ	Αμιγές
ΝΟΜΙΚΟ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ	ΚΑΡΑΤΖΑΣ ΠΕΤΡΟΣ	Αμιγές
ΠΡΙΣΜΑ	ΘΩΜΑΚΟΥ Α. & ΣΙΑ Ε.Ε.	Αμιγές
Σ. Ι. ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ	Σ. Ι. ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	Αμιγές
ΣΩΤΗΡ	ΑΔΕΛΦΟΤΗΣ ΘΕΟΛΟΓΩΝ Ο ΣΩΤΗΡ	Αμιγές
ΑΝΔΡΕΑΣ ΚΑΙ ΟΥΡΑΝΙΑ ΤΣΙΟΥΣΤΑ Ο.Ε.	ΑΝΔΡΕΑΣ ΚΑΙ ΟΥΡΑΝΙΑ ΤΣΙΟΥΣΤΑ Ο.Ε.	Μη Αμιγές
ΒΕΝΙΕΡΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	ΒΕΝΙΕΡΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	Μη Αμιγές
ΓΚΙΚΑΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	ΓΚΙΚΑΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	Μη Αμιγές
ΔΡΑΚΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ Ο.Ε.	ΔΡΑΚΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ Ο.Ε.	Μη Αμιγές
ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΥ ΘΕΩΝΗ	ΚΑΡΑΜΟΛΕΓΚΟΥ ΘΕΩΝΗ	Μη Αμιγές

ΚΟΥΒΑΡΑΚΗΣ ΣΠΥΡΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ Ι.	ΚΟΥΒΑΡΑΚΗΣ ΣΠΥΡΟΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ Ι.	Μη Αμυγές
ΜΑΥΡΟΓΕΩΡΓΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΜΑΥΡΟΓΕΩΡΓΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	Μη Αμυγές
ΜΠΑΛΑΜΠΑΝΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ	ΜΠΑΛΑΜΠΑΝΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ	Μη Αμυγές
ΜΠΙΤΖΗΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΜΠΙΤΖΗΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	Μη Αμυγές
ΜΠΟΣΤΑΝΟΓΛΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ	ΜΠΟΣΤΑΝΟΓΛΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ	Μη Αμυγές
ΜΠΟΣΤΑΝΟΓΛΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ	ΜΠΟΣΤΑΝΟΓΛΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ	Μη Αμυγές
ΜΠΟΣΤΑΝΟΓΛΟΥ Ι. & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΜΠΟΣΤΑΝΟΓΛΟΥ Ι. & ΣΙΑ Ο.Ε.	Μη Αμυγές
ΜΠΟΣΤΑΝΟΓΛΟΥ Ι. & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΜΠΟΣΤΑΝΟΓΛΟΥ Ι. & ΣΙΑ Ο.Ε.	Μη Αμυγές
ΝΙΚΗΤΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ	ΝΙΚΗΤΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ	Μη Αμυγές
ΝΙΚΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΟΠΟΥΛΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	ΝΙΚΟΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΟΠΟΥΛΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	Μη Αμυγές
ΠΑΡΑΣΚΕΥΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΣ	ΠΑΡΑΣΚΕΥΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΣ	Μη Αμυγές
ΣΤΑΥΡΙΔΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΣΤΑΥΡΙΔΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	Μη Αμυγές
ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	Μη Αμυγές
ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ Χ. & Μ. Ο.Ε.	ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ Χ. & Μ. Ο.Ε.	Μη Αμυγές
ΤΣΙΟΥΣΤΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ & ΟΥΡΑΝΙΑ Ο.Ε.	ΤΣΙΟΥΣΤΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ & ΟΥΡΑΝΙΑ Ο.Ε.	Μη Αμυγές
ΦΑΦΑΛΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΦΑΦΑΛΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	Μη Αμυγές
ΦΕΡΟΥΣΗ ΚΑΛΛΙΟΠΗ	ΦΕΡΟΥΣΗ ΚΑΛΛΙΟΠΗ	Μη Αμυγές
ΦΕΡΟΥΣΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΕΕ.	ΦΕΡΟΥΣΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΕΕ.	Μη Αμυγές
ΧΑΤΖΗΚΥΡΙΑΚΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	ΧΑΤΖΗΚΥΡΙΑΚΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	Μη Αμυγές
ΧΑΤΖΗΜΑΡΚΟΣ ΣΥΜΕΩΝΙΔΗΣ	ΧΑΤΖΗΜΑΡΚΟΣ ΣΥΜΕΩΝΙΔΗΣ	Μη Αμυγές
JEMMA BOOKS AND COMICS	ΣΤΑΥΡΙΑΝΟΣ Σ. ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ	Μη Αμυγές
LIBRO	ΔΑΡΖΕΝΤΑΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ	Μη Αμυγές
NEWSSTAND/ΕΛΕΥΘΕΡΟΥΔΑΚΗΣ	ΕΛΕΥΘΕΡΟΥΔΑΚΗΣ Γ. Κ. Α.Ε.	Μη Αμυγές
TZOLY SHOP	ΜΑΡΤΑΚΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ	Μη Αμυγές

ΑΡΕΤΗ	ΓΑΛΑΝΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ	Μη Αμιγές
ΒΙΒΛΙΑ ΧΑΡΤΙΚΑ ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ	Χ. ΚΑΙ Μ. ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ Ο.Ε.	Μη Αμιγές
ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ	ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ Χ. & Μ.	Μη Αμιγές
ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ ΦΛΩΡΑΣ	ΜΑΡΙΑ ΦΛΩΡΑ ΕΠΕ	Μη Αμιγές
ΒΙΒΛΙΟΧΑΡΤΟΠΩΛΕΙΑ ΚΑΛΟΥΔΗ	ΚΑΛΟΥΔΗ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ Ε.Ε.	Μη Αμιγές
ΓΝΩΜΙΚΟ	ΚΑΣΙΜΗ ΔΕΣΠΟΙΝΑ	Μη Αμιγές
ΓΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΗ	ΓΙΑΝΝΟΥΚΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	Μη Αμιγές
ΚΑΡΤΑ	Ε. ΜΑΚΡΟΥΛΑΚΗ - ΜΠΗΛΙΑΣ ΧΡ. Ο.Ε.	Μη Αμιγές
ΚΙΒΩΤΟΣ	ΣΟΛΩΜΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ	Μη Αμιγές
ΚΟΣΜΟΣ	ΑΛΕΥΡΑ ΣΟΦΙΑ	Μη Αμιγές
ΜΑΝΤΑΡΑΚΗΣ	ΜΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Π. ΔΗΜΟΣΘΕΝΗΣ ΟΕ	Μη Αμιγές
ΜΟΥΣΕΣ	ΚΟΥΤΣΟΥΔΑΚΗ ΜΑΡΙΑ	Μη Αμιγές
ΠΑΡΟΥΣΙΑ	ΓΚΑΛΗΜΑΝΑΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ	Μη Αμιγές
ΠΕΙΡΑΙΚΑΙ ΕΚΔΟΣΕΙΣ - ΚΟΥΣΟΥΡΗΣ	ΚΟΥΣΟΥΡΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ	Μη Αμιγές
ΠΥΡΑΜΙΔΑ	ΧΑΤΖΗΜΙΧΑΗΛ Ε. & ΣΙΑ Ε.Ε.	Μη Αμιγές
ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ	ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ	Παλαιοβιβλιοπωλείο
ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ	ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ Α. ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ	Ξενόγλωσσο
ΤΟ ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΟ	ΤΣΑΜΑΝΤΑΚΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ	Ξενόγλωσσο
ΑΓΓΛΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ Ε.Π.Ε.	ΑΓΓΛΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ Ε.Π.Ε.	Ειδικό
ΦΑΦΑΛΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	ΦΑΦΑΛΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ	Ειδικό
JEMMA BOOKS AND COMICS	ΣΤΑΥΡΙΑΝΟΣ Σ. ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ	Ειδικό
ΜΑΝΤΑΡΑΚΗΣ	ΜΑΝΤΑΡΑΚΗΣ Π. ΔΗΜΟΣΘΕΝΗΣ ΟΕ	Ειδικό
ΝΟΜΙΚΟ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ	ΚΑΡΑΤΖΑΣ ΠΕΤΡΟΣ	Ειδικό
ΣΩΤΗΡ	ΑΔΕΛΦΟΤΗΣ ΘΕΟΛΟΓΩΝ Ο ΣΩΤΗΡ	Ειδικό

Σημαντικό είναι να αναφέρουμε ότι πλέον ο ανταγωνισμός δεν περιορίζεται σε κάποια γεωγραφικά όρια, αντιθέτως η εξέλιξη της τεχνολογίας συνέβαλε αποφασιστικά στη μετεξέλιξη του βιβλιοπωλείου και ειδικότερα ο παγκόσμιος ιστός και το διαδίκτυο. Το βιβλιοπωλείο, ο χώρος που παραδοσιακά γινόταν και ακόμα γίνεται το εμπόριο και η κυκλοφορία του βιβλίου, έχει σήμερα αποκτήσει νέες διαστάσεις. Ξεπερνά τους φυσικούς περιορισμούς και συμβατότητες και γίνεται προσβάσιμο από όλο τον κόσμο προσφέροντας άνεση στις συναλλαγές των e-καταναλωτών.

Στα ηλεκτρονικά βιβλιοπωλεία στρέφονται κυρίως όσοι αναζητούν πολλές φορές εξειδικευμένους τίτλους, τους οποίους βρίσκουν σε ηλεκτρονικά βιβλιοπωλεία με μέγιστο χρόνο παράδοσης μερικές εβδομάδες. Επίσης προτιμώνται για λόγους χαμηλότερων τιμών, αλλά και λόγω μειωμένου διαθέσιμου ελεύθερου χρόνου.

Πίνακας 3.12 Συνοπτική παρουσίαση e-επιχειρήσεων πώλησης βιβλίων

Abe.com	http://www.abe.com
Allbookstores.com	http://www.allbookstores.com
Amazon	http://www.amazon.com
Barnes and Noble	http://www.barnesandnoble.com
Greek books	http://www.greekbooks.gr
WMSmith	http://www.bookshop.co.uk
Πρωτοπορία	http://www.protoporia.gr

Από τη διεθνή σκηνή, μεγάλοι εκδοτικοί οργανισμοί, όπως AOL Time Warner, Random House και McGraw-Hill, αναφέρουν ότι η αύξηση των πωλήσεων ηλεκτρονικών βιβλίων ανέρχεται σε διψήφιο ποσοστό¹⁵.

¹⁵ Άγνωστος, (2003), Διαδικτυακός ανταγωνισμός, The New York Times που αναφέρονται στην Καθημερινή, (διαδικτυακά), 13 Σεπτεμβρίου 2003, διαθέσιμο,

Σχετικά με την πορεία των επιχειρήσεων των ανταγωνιστών, πρέπει να αναφερθεί ότι αυτή είναι αναπτυσσόμενη. Οι μεγάλες αλυσίδες παρατηρείται ότι επεκτείνονται με νέα καταστήματα και news stands (αεροδρόμιο Ελευθερουδάκης). Η προσπάθεια διείσδυσης μεγάλων brand names υφίσταται και στον Πειραιά (Ελευθερουδάκης), αλλά ακόμα είναι σε μικρή έκταση. Αυτό οφείλεται στις δυσκολίες προσέγγισης του συγκεκριμένου αγοραστικού κοινού, όντας ένα απρόσωπο brand name σε αντίθεση με ένα κατάστημα πιο προσωπικό και οικείο.

Από την άλλη μεριά, τα μικρά βιβλιοπωλεία για να αντεπεξέλθουν στην όξυνση του ανταγωνισμού, συνεργάζονται με σκοπό τη διατήρηση του μεριδίου αγοράς τους και της πελατείας τους. Τέτοιο παράδειγμα είναι το Planus¹⁶ το οποίο είναι όμιλος βιβλιοχαρτοπωλειών και ιδρύθηκε το 2004. Η εταιρεία στηρίζεται στην σύμπραξη μεμονωμένων επιχειρήσεων που σκοπό έχουν την παροχή πρωτοποριακών προϊόντων και υπηρεσιών σε αξιόλογες τιμές.

Ένα άλλο παράδειγμα του τρόπου λειτουργίας των επιχειρήσεων του κλάδου στις σύγχρονες απαιτήσεις είναι η αλυσίδα βιβλιοπωλείων ΙΑΝΟΣ, όπου έχει αναπτύξει ένα σύνολο εκδηλώσεων σε συνεχή βάση, οι οποίες λαμβάνουν χώρα στις εγκαταστάσεις του. Οι εκδηλώσεις αυτές δεν αφορούν μόνο το χώρο του βιβλίου αλλά όλων των τεχνών, όπου απώτερο στόχο έχουν την εξοικείωση του κοινού με τα γράμματα και τις τέχνες.

Η υπό σχεδίαση μονάδα θα στηρίζει την διαφοροποίησή της στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών καθώς τα τεχνικά χαρακτηριστικά του προϊόντος είναι κοινά για όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου. Δηλαδή, στόχος είναι η ανταπόκριση στις προσδοκίες του καταναλωτικού κοινού, όπως είναι οι άρτια ενημερωμένοι υπάλληλοι, ο φιλικός για τους χρήστες εξοπλισμός και η πληρότητα των τίτλων, βάσει ερευνών.

<http://news.kathimerini.gr/4dcgi/ w articles world 17 13/09/2003 76684> (προσπελάσιμος την 11/10/2007)

¹⁶ Planus, (2007), διαθέσιμο www.planus.gr, προσπελάστηκε την 26/10/2007

3.5 Προμηθευτές / Συνεργάτες

Ο ελληνικός εκδοτικός χώρος χαρακτηρίζεται ως κατακερματισμένος, αποτελούμενος από μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στην έκδοση ή και στην εισαγωγή βιβλίων. Συνήθως οι προμηθευτές-εκδοτικοί οίκοι είναι οργανωμένοι με βάση οικογενειακά πρότυπα, αν και αυτό προσφέρει ευελιξία, και δυνατότητα εξειδίκευσης, συγχρόνως, αντιμετωπίζεται πρόβλημα διανομής των προϊόντων τους και έλλειψης πόρων για τις οργανωτικές αλλαγές που χρειάζονται, ώστε να αξιοποιηθούν τα πλεονεκτήματα των νέων τεχνολογιών. Ο μικρός σχετικά πληθυσμός της χώρας και η περιορισμένη διάδοση της ελληνικής γλώσσας διεθνώς, εμποδίζουν την ανάπτυξη τόσο της εγχώριας αγοράς, όσο και των εξαγωγών. Συνεπώς, οι εκδοτικές επιχειρήσεις δυσχεραίνονται στην επίτευξη οικονομικών κλίμακας, με αποτέλεσμα το αυξημένο κόστος που βαραίνει όλη την αλυσίδα, από την παραγωγή μέχρι τον τελικό καταναλωτή.

Πίνακας 3.13 Συνοπτική παρουσίαση εκδοτικών επιχειρήσεων

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΕΠΩΝΥΜΙΑ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ BELL	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΛΑΤΥΡΟΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΟΙ ΟΡΙΖΟΝΤΕΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΓΚΥΡΑ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΤΑΞΙΔΕΥΤΗΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΓΡΑ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΦΥΤΡΑΚΗ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΙΩΡΑ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΨΥΧΑΛΟΥ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΚΡΙΤΑΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΨΥΧΟΓΙΟΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΑ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΟΧΛΙΑΣ- ΣΑΒΒΑΛΑΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΡΙΤΙΚΗ

ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΓΚΟΒΟΣΤΗ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΛΙΒΑΝΗ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΩΔΩΝΗ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ Α.Ε
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΚΚΡΕΜΕΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΙΑΗΤΟΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΙΝΩΑΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΟΕΚΤΥΠΩΤΙΚΗ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΟΝΤΕΡΝΟΙ ΚΑΙΡΟΙ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΝΑΛΙΟΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΠΟΥΚΟΥΜΑΝΗ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΞΑΝΤΑΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΜΥΡΤΟΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΟΔΥΣΣΕΑΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΖΗΤΗ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ Π.ΤΡΑΥΛΟΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΖΗΤΡΟΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΑ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΩΚΕΑΝΙΔΑ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΘΥΜΑΡΙ	ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Γ.&Κ. ΔΑΡΔΑΝΟΥ/ GUTENBERG
ΕΚΔΟΣΕΙΣ Ι.ΣΙΔΕΡΗΣ	ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΕΚΔΟΤΙΚΗ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΙΝΔΙΚΤΟΣ	ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΑΤΟΠΤΡΟ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΑΣΤΑΝΙΩΤΗ	EXPRESS PUBLISHING ΑΕΕ
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΕΔΡΟΣ	

Όπως προαναφέρθηκε, ο κλάδος είναι κατακερματισμένος, γεγονός που δημιουργεί δυσκολίες στην ανάπτυξη και την υγιή λειτουργία του κλάδου. Ιδιαίτερα μεταξύ των εκδοτικών οίκων και των βιβλιοπωλών, καθώς τα οικονομικά τους συμφέροντά συχνά είναι αντικρουόμενα. Παρακάτω παρατίθενται οι επίσημοι φορείς του βιβλίου,

οι οποίοι αποσκοπούν στην προώθηση του βιβλίου υπό μια κοινή βάση, δηλαδή να φέρουν το βιβλίο πιο κοντά σε όλους.

Πίνακας 3.14 Φορείς από το χώρο του βιβλίου

ΟΝΟΜΑ ΦΟΡΕΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Εθνικό Κέντρο Βιβλίου (Ε.ΚΕ.ΒΙ)	www.ekebi.gr
Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών	www.eie.gr
Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης	www.ekt.gr
Ευρωπαϊκό Κέντρο Μεταφράσεων	www.ekemel.gr
Παιδαγωγικό Ινστιτούτο	www.pi-schools.gr
Πανελλήνια Ομοσπονδία Εκδοτών Βιβλιοπωλών (ΠΟΕΒ)	www.poev.gr
Στοά Βιβλίου	www.stoabibliou.gr
Υπουργείο Πολιτισμού	www.culture.gr
Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων	www.ypepth.gr
Coorporation Agreement	www.booksineurope.org
European Booksellers Federation (EBF)	www.ebf.eu.org
Federation of European Publishers	www.fep-fee.be
International Booksellers Federation (IBF)	www.ibf-booksellers.org

3.6 Ανάλυση του Μάκρο-περιβάλλοντος

Για την μελέτη του συγκεκριμένου επενδυτικού σχεδίου είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψη παράγοντες που σχετίζονται με το μάκρο-περιβάλλον (P.E.S.T.).

- Πολιτικοί Παράγοντες (Political Factors)

Γεγονός είναι ότι η νομοθεσία γενικότερα δεν ανταποκρίνεται στις νέες απαιτήσεις, μιας διευρυμένης αγοράς. Το αγοραστικό κοινό έχει πρόσβαση στην πληροφόρηση,

γεγονός που αυξάνει τις προσδοκίες και συγχρόνως τον ανταγωνισμό. Γενικά ο χώρος χαρακτηρίζεται από χαμηλή σύμπνοια απόψεων και στρατηγικών μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών. Φαινόμενο το οποίο παρατηρείται στην έκταση της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ένας παράγοντας που έχει επηρεάσει την αγορά από το 1997¹⁷ είναι η ενιαία διατίμηση βιβλίου, η οποία επεκτάθηκε με την ευρωπαϊκή Οδηγία¹⁸ το 2001. «...Απαγορεύεται η διάθεση βιβλίων στο κοινό από τον ίδιο τον εκδότη ή από τρίτο σε τιμή που υπερβαίνει την τιμή που καθορίστηκε από τον εκδότη ή είναι μικρότερη του 90% της τιμής αυτής, η προσφορά στο κοινό κατά τη διάθεση του βιβλίου πρόσθετων παροχών που δεν καθορίστηκαν σύμφωνα με τα παραπάνω από τον εκδότη, καθώς και η διαφήμιση τους κατά παράβαση των απαγορεύσεων αυτών...» Με τον νόμο αυτό ουσιαστικά τίθεται περιορισμός τιμών για τους νέους τίτλους, οι οποίοι τυπώνονται στην Ελλάδα. Για τους άλλους τίτλους η αγορά είναι ελεύθερη και ο κάθε βιβλιοπώλης μπορεί να προσαρμόσει κατά βούληση τη τιμή και τις χορηγηθείσες εκπτώσεις. Επομένως η τιμή δεν θα αποτελέσει το πρώτο κριτήριο διαφοροποίησης και προσέλκυσης του αγοραστικού κοινού.

Επιπροσθέτως, ένα είδος εμπορικού περιορισμού είναι τα χρονικά όρια της λειτουργίας καταστημάτων¹⁹ που δεν επιτρέπουν τις Κυριακές και τις ημέρες αργίας να λειτουργούν, με μερικές εξαιρέσεις.

- Οικονομικοί Παράγοντες (Economic Factors)

Όπως προαναφέρθηκε, οι μεταβολές του οικογενειακού προϋπολογισμού επηρεάζουν καταλυτικά την αγορά. Το στοιχείο αυτό του εξωτερικού περιβάλλοντος, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικής ύφεσης

- Κοινωνικοί – Πολιτιστικοί Παράγοντες (Sociocultural Factors)

¹⁷ ΦΕΚ, Νόμος 2557/97, Ενιαία διατίμηση Βιβλίου

¹⁸ Ευρωπαϊκή Οδηγία 2001/2061(INI)

¹⁹ Νόμος 2224/94

Οι κοινωνικές και πολιτιστικές αλλαγές αποτελούν και αυτές στοιχεία επηρεασμού του τρόπου πραγματοποίησης της LIBRI. Τέτοια στοιχεία είναι οι νέοι τρόποι ψυχαγωγίας και γενικότερα ο σύγχρονος τρόπος ζωής, που περιορίζει τον ελεύθερο χρόνο και αυξάνει τις απαιτήσεις του πελάτη, για την παροχή ποιοτικά αναβαθμισμένων υπηρεσιών και προϊόντων.

- Τεχνολογικοί Παράγοντες (Technological Factors)

Η συνεχή εξέλιξη της τεχνολογίας επιδρά διαρκώς και ποικιλοτρόπως στην αγορά του βιβλίου. Η επίδραση αυτή αφορά είτε το διαδίκτυο με τις ηλεκτρονικές παραγγελίες-αγορές, όπου πλέον παύει να υφίσταται ο γεωγραφικός περιορισμός, είτε στην εσωτερική διαχείριση μιας επιχείρησης. Δηλαδή η ανάπτυξη των logistics (διαχείριση προμηθειών), προσφέρει στην εταιρεία τη δυνατότητα μείωσης του κόστους των αποθεμάτων, αλλά και την ευκαιρία να αυξήσει την επίδοση της στην ανταπόκριση της ζήτησης. Τέλος, η επέκταση του διαδικτύου δημιουργεί ένα νέο πρόβλημα, την ψηφιακή πειρατεία, η οποία πρέπει πλέον να θεωρείται παράγοντας κύριας και δεδομένης σημασίας.

3.7 Η Έννοια των αναγκών των πελατών σε σχέση με τις προσδοκίες τους για την LIBRI

Οι καταναλωτές σήμερα έχουν μεγάλες προσδοκίες, οι οποίες και αυξάνονται καθημερινώς. Το μάρκετινγκ τοποθετεί τον αγοραστή και τις ανάγκες του στο επίκεντρο του αγοραστικού κύκλου και προσαρμόζει τις παρεχόμενες υπηρεσίες/προϊόντα κάθε φορά σε αυτές. Απαιτούν μια αυξανόμενη ποικιλία προϊόντων με νέα και βελτιωμένα χαρακτηριστικά τα οποία θα συναντούν τις αλλαγές των αναγκών τους.

Οι πελάτες προσδοκούν σε κάποιες ωφέλειες, χρησιμότητες όταν αγοράζουν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Άλλωστε αυτή είναι και η έννοια της ποιότητας σήμερα. Δηλαδή τι αίσθηση αποκομίζει ο καταναλωτής από την αγορά, εάν “Quality is

meeting or exceeding customer expectations”²⁰. Έτσι στηριζόμενοι στις βασικές αρχές της ολικής ποιότητας, δηλαδή εστίαση στους πελάτες και στους άλλους ενδιαφερόμενους, ομαδικότητα από όλους στην εταιρεία και την ύπαρξη διαδικασίας συνεχούς βελτίωσης και μάθησης σχεδιάζουμε το μάρκετινγκ και τη στρατηγική της LIBRI.

3.8 Σκοποί και Στόχοι της LIBRI

Η LIBRI έχει ως βασικό σκοπό την απόσπαση ενός μεριδίου αγοράς της τάξεως του 1,5 % από τις ήδη υπάρχουσες. Πρέπει να επισημανθεί ότι η αγορά είναι κατακερματισμένη και επομένως, το ποσοστό αυτό έχει αποφασιστεί λαμβανομένου υπόψη ότι το 2006 από τα 362€ εκ. της εγχώριας αγοράς, τα ήδη μεγάλα βιβλιοπωλεία δεν κατέχουν παρά ποσοστό 5-7%, το καθένα.

Βάσει της προηγηθείσας ανάλυσης, προκύπτει ότι η LIBRI αποσκοπεί να διαφοροποιήσει το προϊόν-υπηρεσίες της ως προς την ποιότητα και τα συμβολικά χαρακτηριστικά αυτών. Βάσει των παραπάνω προβλέπεται ότι το 2008, έτος έναρξης λειτουργίας της μονάδας, οι πωλήσεις θα είναι της τάξεως 5.430.000 €. Για τον υπολογισμό των πωλήσεων λαμβάνεται υπόψη η αξία αυτών και όχι ο όγκος των πωλήσεων. Επίσης δεδομένου της μεγάλης διαφοράς των τιμών των βιβλίων, αλλά και την ιδιομορφία του κλάδου, υπολογίζουμε τις πωλήσεις βάσει του 2006. Η κατάκτηση του 1,5% της αγοράς είναι στόχος για το πρώτο έτος λειτουργίας.

Παρακάτω καταγράφονται τα έσοδα των πωλήσεων για τα πέντε πρώτα έτη της λειτουργίας της επιχείρησης. Η επιχείρηση, προκειμένου να εξασφαλίσει ένα σταθερό αγοραστικό κοινό, αποφάσισε τα τρία πρώτα έτη της λειτουργίας της να διατηρήσει τις τιμές της στα επίπεδα των ανταγωνιστών (λαμβάνοντας υπόψη και προαναφερθείσα νομοθεσία).

Πιο αναλυτικά τα στοιχεία που αφορούν στα συνολικά έσοδα παρατίθενται στον ακόλουθο πίνακα θεωρώντας τον πληθωρισμό στα επίπεδα του 3%.

Πίνακας 3.15 Συνολικές Πωλήσεις

²⁰ THE MANAGEMENT & CONTROL OF QUALITY, JAMES R. EVANS, WILLIAM M. LINDSAY, SIXTH EDITION, ΕΚΔΟΣΕΙΣ THOMSON SOUTHWESTERN, p. 16, The American National Standards Institute (ANSI) & The American Society for Quality

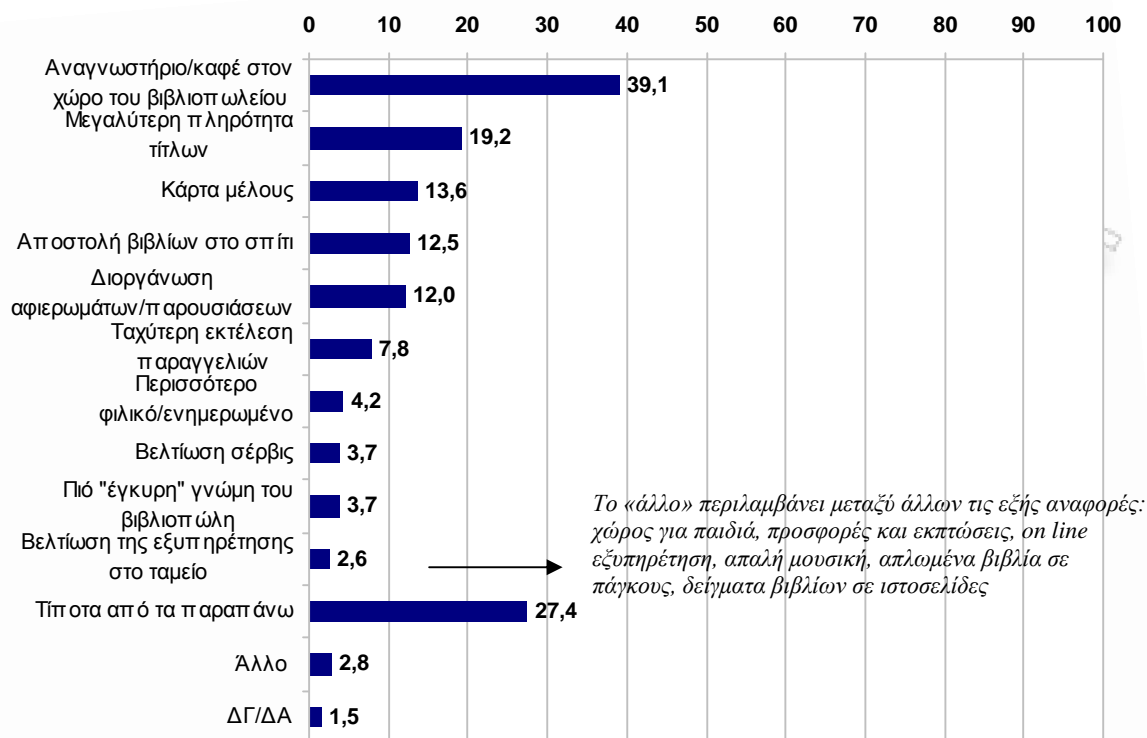
ΕΤΟΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ (€)
1 ^ο έτος λειτουργίας	5.430.000 €
2 ^ο έτος λειτουργίας	5.592.900 €
3 ^ο έτος λειτουργίας	5.760.687 €
4 ^ο έτος λειτουργίας	5.933.508 €
5 ^ο έτος λειτουργίας	6.111.513 €

Για την πραγματοποίηση των προαναφερθέντων λαμβάνονται υπόψη μελέτες που υποδεικνύουν, αυτές τις ανάγκες των καταναλωτών. Παρακάτω αναφέρεται μέρος των αποτελεσμάτων έρευνας του ΕΚΕΒΙ, «Έρευνα για την καταναλωτική συμπεριφορά του κοινού των βιβλιοπωλείων, 2007», όπου οι ερωτηθέντες δήλωσαν επιθυμητές βελτιώσεις προσθήκες στα βιβλιοπωλεία.

3.9 ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΑ²¹

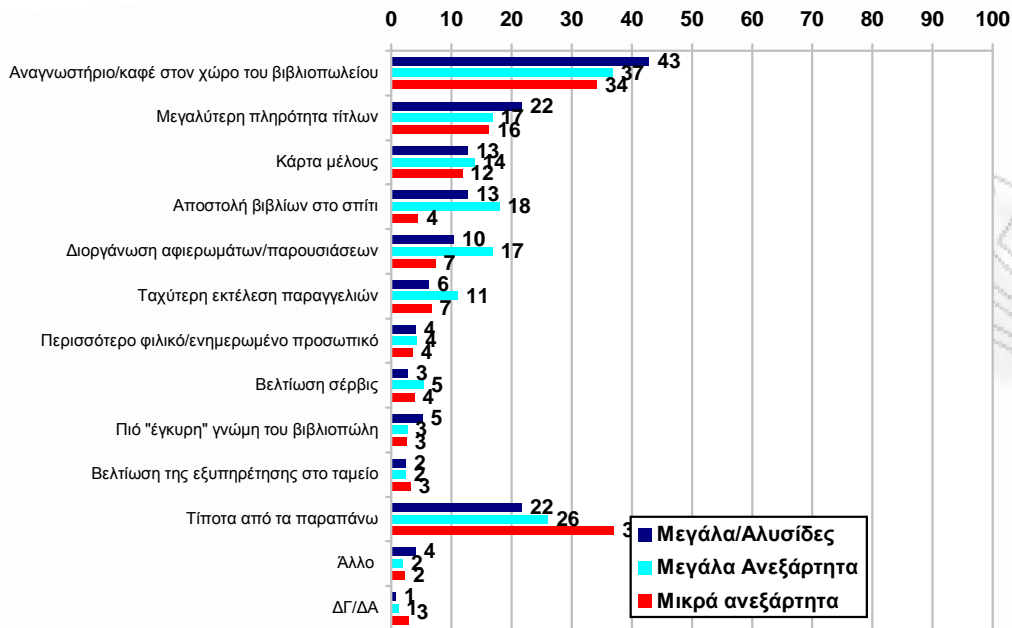
1. Η σημαντικότερη βελτίωση στις υπηρεσίες που προσδοκούν οι πελάτες όλων, σχεδόν, των βιβλιοπωλείων της έρευνας (τόσο της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, όσο και της επαρχίας, τόσο των μεγαλύτερων βιβλιοπωλείων και αλυσίδων, όσο και των μικρότερων και ανεξάρτητων βιβλιοπωλείων) είναι η **δημιουργία αναγνωστηρίου / καφέ στο χώρο του βιβλιοπωλείου** (39,1%), και εν συνεχεία η μεγαλύτερη πληρότητα τίτλων (19,2%) - η διαφορά ανάμεσα στις δύο αυτές απαντήσεις μετριάζεται, απλώς, στους συστηματικότερους αναγνώστες-πελάτες αλλά δεν ανατρέπει. Το συμπέρασμα αυτό αποδεικνύει τη **λειτουργία του χώρου του βιβλιοπωλείου ως χώρου συνάντησης και επικοινωνίας** από την πλευρά του κοινού, γεγονός που αποτελεί θετική ένδειξη σε γενικότερο κοινωνικό επίπεδο.

²¹ Ε.ΚΕ.ΒΙ Έρευνα για την καταναλωτική συμπεριφορά του κοινού των βιβλιοπωλείων, 2007



Βάση: Σύνολο δείγματος

Διάγραμμα 3.11 “Ποιες βελτιώσεις/νέες υπηρεσίες που θα μπορούσε να υιοθετήσει το βιβλιοπωλείο σας ενδιαφέρουν περισσότερο;”



Βάση: Σύνολο δείγματος

Διάγραμμα 3.12 “Επιθυμητές βελτιώσεις/ νέες υπηρεσίες ανά τύπο βιβλιοπωλείου”

3.10 Προσδιορισμός Καταναλωτικού Κοινού

Βάσει των προαναφερθέντων στοιχείων, από τις διάφορες έρευνες που έχουν διεξαχθεί μπορούμε να προσδιορίσουμε το προφίλ του καταναλωτικού κοινού των βιβλιοπωλείων. Προφίλ το οποίο θα μας οδηγήσει στον καλύτερο προσδιορισμό των αναγκών της αγοράς στόχου μας, και κατά συνέπεια στην πιο έγκυρη ανταπόκριση στις προσδοκίες των υποψήφιων πελατών μας. Το κοινό είναι κατά κύριο λόγο νεανικό (μέση ηλικία 39 ετών), με μια σχετική υπεροχή των γυναικών και μορφωμένο. Κυρίως μισθωτοί, ελεύθεροι επαγγελματίες και φοιτητές μεσαίας κοινωνικής διαστρωμάτωσης. Το καταναλωτικό αυτό κοινό επισκέπτεται συχνά το βιβλιοπωλείο, και δείχνει μια προτίμηση στην κατηγορία της σύγχρονης, κλασσικής λογοτεχνίας, καθώς επίσης και στην ιστορία- βιογραφίες.

3.11 Στρατηγική Ανταγωνισμού

Η επιχείρηση βάσει των δυνάμεων (strengths) και των διακεκριμένων ικανοτήτων (distinctive competencies) της, διαμορφώνει μια επιχειρηματική στρατηγική. Στρατηγική η οποία στόχο έχει να επιτύχει κάποιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, δεδομένου και σε ποιο στάδιο του κύκλου ζωής βρίσκεται κάθε φορά η εταιρεία.

Η LIBRI αποβλέπει με τη στρατηγική της διαφοροποίησης, να προσφέρει στους πελάτες μεγαλύτερη αξία έναντι των ανταγωνιστών. Η διαφοροποίηση των συμβολικών χαρακτηριστικών του προϊόντος, και η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, μετατρέπει το προϊόν για τους πελάτες σε μοναδικό. Με το τρόπο αυτό αποκτάται ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και δημιουργεί πιστό αγοραστικό κοινό. Κοινό το οποίο δεν είναι διατεθειμένο να ψάξει αλλού. Για τη διατήρηση αυτών των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, η εταιρεία πρέπει να προσπαθήσει να διαφοροποιείται συνεχώς σε όλο και περισσότερους παράγοντες..

Με τη διαφοροποίηση η εταιρεία προσπαθεί να κτίσει σχέσεις εμπιστοσύνης, με αποτέλεσμα να είναι μεγάλο το κόστος μετακίνησης για τον πελάτη. Η εταιρεία βασίζεται στις διαπροσωπικές σχέσεις και στην ποιότητα των υπηρεσιών, σε όλο το εύρος της αγοραστικής αλυσίδας, αποσκοπεί σε αυτή τη διαφοροποίηση.

- Προϊόν (Product)

Ο καταναλωτής με την αγορά ενός προϊόντος αναμένει κάποιες ωφέλειες, οι οποίες προέρχονται από το σύνολο των χαρακτηριστικών, τεχνικών και συμβολικών.

Η LIBRI, δεν δύναται να διαφοροποιηθεί ως προς τα τεχνικά χαρακτηριστικά του προϊόντος -βιβλίο-, αλλά στο τι ουσιαστικά θα συμβολίζει ο ίδιος ο χώρος. Στο βιβλιοπωλείο αυτό ο κόσμος θα μπορεί και να βρει κάτι «ενδιαφέρον» προς ανάγνωση και ταυτόχρονα θα είναι ένας χώρος ανταλλαγής απόψεων και πνευματικής αναζήτησης. Θα μπορεί να ικανοποιεί τις προσδοκίες των απλών αναγνωστών που θέλουν να κάνουν μία επιτυχημένη αγορά βιβλίου έως τους πλέον απαιτητικούς φίλους όλων των τεχνών.

Κεντρική ιδέα και στόχος της LIBRI είναι η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών σε όλο το εύρος της επιχείρησης, από τις εγκαταστάσεις και τον εφοδιασμό, μέχρι και την

εξυπηρέτηση μετά την πώληση έχοντας ως σκοπό την ανταπόκριση στις απαιτήσεις του πελάτη. Άλλωστε η ποιότητα αναφέρεται στον τρόπο που οι πελάτες αντιλαμβάνονται τις ανάγκες τους, και επομένως βάσει αυτών επιλέγουν τις αγορές τους. Σημασία έχει η δημιουργία πιστών πελατών, μέσα από το σύνολο των παρεχόμενων υπηρεσιών καθώς και η συνολική αντίληψη που αποσκοπεί η LIBRI να εμφυσήσει στο αγοραστικό κοινό.

Αρχικά, αυτό θα επιτευχθεί με τη αρμονική και φιλόξενη διαμόρφωση του χώρου, λαμβάνοντας υπόψη τις βασικές αρχές της ψυχολογίας και της εργονομίας. Θα παρέχονται χώροι αφιερωμένοι στην ανταλλαγή απόψεων αλλά και στην ανάγνωση, εξοπλισμένοι με αναπαυτικά καθίσματα όπως πολυθρόνες και επενδυμένοι από ζεστή φιλοξενία. Πρωταρχικό ρόλο σε αυτό το όραμα είναι το καφέ-εστιατόριο, που θα λειτουργεί στις εγκαταστάσεις. Ο χώρος αυτός σκοπό έχει να φιλοξενεί σε διαρκή βάση πολιτιστικά δρώμενα (Παρουσιάσεις Παιδικών Βιβλίων, Μουσικές παραστάσεις, Εκθέσεις Γλυπτικής) Ακόμη θα διοργανώνονται ομιλίες και ημέρες συζήτησης με ειδικούς που θα καλύπτουν ένα πολύ μεγάλο εύρος θεμάτων (Ψυχολογία, Φιλοσοφία, Οικονομία, Ευρωπαϊκή Ένωση).

Ο χώρος αυτός θα παραμένει ανοικτός και τις Κυριακές²², με αφορμή τις εκδηλώσεις, αλλά κυρίως για να ανταποκριθούμε στις ανάγκες του καταναλωτικού μας κοινού, το οποίο διαθέτει περιορισμένο χρόνο τις καθημερινές, λόγω πολλών υποχρεώσεων, που τον αναγκάζουν να μένει μακριά από τις τέχνες.

Καταλυτικό ρόλο σε όλα τα προαναφερθέντα θα παίξει το ανθρώπινο δυναμικό που θα στελεχώνει την LIBRI. Στόχος είναι οι πολύ καλά ενημερωμένοι άνθρωποι, που θα μπορούν όχι απλά να πωλούν το εμπόρευμα, αλλά να ανταποκρίνονται στην αποστολή της εταιρείας. Θα συζητούν με τους πελάτες, θα ανταλλάσσουν απόψεις, θα προτείνουν βιβλία, και ταυτόχρονα θα μεταδίδουν στο κοινό μια οικεία, ζεστή ατμόσφαιρα. Ο στόχος είναι να μεταδώσουν στο αγοραστικό κοινό την ταυτότητα του χώρου, δηλαδή ένα ιδιαίτερο μέρος, είτε γι αυτούς που αναζητούν ένα λογοτεχνικό βιβλίο, είτε τον ξένο τύπο της ημέρας.

Γεγονός είναι ότι το βιβλιοπωλείο θα δώσει έμφαση στην πληρότητα των τίτλων, όχι μόνο της λογοτεχνίας αλλά και των τεχνικών βιβλίων καθώς και των περιοδικών του

²² Ν. 2224/94, άρθρο 46 §2

ξένου τύπου. Ένα πρόσθετο στοιχείο για να ανταποκριθούμε στις απαιτήσεις για συνεχή βελτίωση είναι οι stations, που θα υπάρχουν στο χώρο, όπου ο καθένας θα μπορεί να έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, αλλά και στη βάση δεδομένων των βιβλίων, ώστε να αναζητά τίτλους εύκολα και χωρίς την παρέμβαση τρίτων, σε περίπτωση που το επιθυμεί.

- Τιμή (Price)

Όπως προαναφέρθηκε υφίσταται νόμος που ορίζει ενιαία διατίμηση βιβλίων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η τιμή να μην αποτελεί στοιχείο ανταγωνισμού, για τις πρώτες εκδόσεις, παρά μόνο για βιβλία δυο ετών και άνω.

Καθώς το βιβλιοπωλείο θα εδρεύει στον Πειραιά και για την προσέλκυση των φοιτητών του Πανεπιστημίου Πειραιώς, θα υπάρχει ιδιαίτερη πολιτική τιμών για αυτούς. Θα παρέχονται ειδικές τιμές για τα τεχνικά βιβλία αλλά και ικανοποιητικές εκπτώσεις σε όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες βιβλίων και περιοδικών. Ταυτόχρονα, θα υπάρχει ενιαία πολιτική για όλους τους πελάτες μέσω κάρτας συλλογής πόντων μετά από κάθε αγορά, με απώτερο σκοπό κάποια επιπλέον έκπτωση.

- Προώθηση (Promotion)

Καταλυτικός θα είναι ο ρόλος του διαδικτύου στην προβολή της εταιρείας με τη δημιουργία ιστοσελίδας και ειδικών συμφωνιών – διαφήμισης σε μηχανές αναζήτησης.

Μέσω της μηχανής αναζήτησης www.google.gr, η εταιρεία θα διαφημίζεται σε κάθε αναζήτηση χρηστών όπου θα χρησιμοποιούνται οι σχετικές λέξεις – κλειδιά, τις οποίες εμείς έχουμε ορίσει (π.χ. Βιβλίο, Βιβλιοπωλείο, Πειραιάς, Πολιτιστικές Εκδηλώσεις, Νέες Κυκλοφορίες).

Η ιστοσελίδα (www.libri.gr) θα δώσει την δυνατότητα στο κοινό να ενημερώνεται για το χώρο του βιβλίου, αλλά και να είναι συνεχώς ενημερωμένο για τα πολιτιστικά δρώμενα. Θα υπάρχει ειδικά αφιερωμένος χώρος με όλες τις λεπτομέρειες για τις δραστηριότητες που θα λαμβάνουν χώρα στο βιβλιοπωλείο αλλά και έξω από αυτό. Ειδική προβολή θα δοθεί στις εκδηλώσεις των χορηγών του ιστοχώρου.

Άλλοι εναλλακτικοί τρόποι προβολής της εταιρείας είναι η διαφήμιση στις τοπικές εφημερίδες προωθώντας έτσι την εντοπιότητα και τον οικείο χαρακτήρα της επιχείρησης.

Το έτος έναρξης της LIBRI είναι συνδυασμένο με την πρόταση της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Εκδοτών Βιβλιοπωλών, για μία «Εθνική Πολιτική για το Βιβλίο»²³, ώστε το 2008 να ανακηρυχθεί «Έτος Βιβλίου». Η πρόταση αυτή έχει ως στόχο την προβολή και καταξίωση του βιβλίου στην Ελληνική κοινωνία. Οι εκδηλώσεις που θα λάβουν μέρος καθ'όλη την διάρκεια του έτους θα έχουν ως συνέπεια να ενισχυθεί η ζήτηση του βιβλίου και επομένως θα ευνοηθεί η αγορά. Συγκεκριμένα, λόγω της φύσεως της επιχείρησης θα προγραμματιστούν σχετικές εκδηλώσεις αλλά και συμμετοχή στις δραστηριότητες του «Έτους Βιβλίου».

Μία ιδέα που θα συμβάλει στην προώθηση του βιβλίου αλλά και θα δώσει την δυνατότητα σε άτομα με χαμηλότερο εισόδημα να έρθουν σε επαφή με τον χώρο του βιβλίου είναι το μηνιαίο bazaar βιβλίου. Σε αυτήν την εκδήλωση θα γίνονται ανταλλαγές βιβλίων (με μικρό πρόσθετο κόστος) και θα πωλούνται χρησιμοποιημένα βιβλία σε χαμηλότερες τιμές.

- Τοποθεσία (Place)

Η τοποθεσία της ευρύτερης περιοχής του Πειραιά ευνοεί την ανάπτυξη μιας τέτοιας επιχείρησης, όπως προαναφέρθηκε και παραπάνω, ως μια άκρως εμπορική περιοχή, η οποία αναπτύσσεται συνεχώς, σε συνδυασμό με την ύπαρξη του Πανεπιστημίου. Επίσης η αγορά είναι δοκιμασμένη και αυτό αποδεικνύεται από την ύπαρξη αρκετών μικρών βιβλιοχαρτοπωλείων.

- Εταιρική Κουλτούρα

Η LIBRI έχοντας ως γνώμονα την ικανοποίηση των απαιτήσεων του καταναλωτικού κοινού, δεν μπορεί να μη θέσει στις προτεραιότητές της την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι καθημερινώς κινητοποιούνται με θέματα που άπτονται της κοινωνικής ευαισθησίας. Έχει παρατηρηθεί ότι οι καταναλωτές όταν γνωρίζουν, τον κοινωνικό προσανατολισμό μιας εταιρείας, προτιμούν να

²³ ΠΟΕΒ, (2007), διαθέσιμο www.poev.gr, προσπελάστηκε την 27/10/2007

πραγματοποιούν τις αγορές τους από αυτές τις επιχειρήσεις. Βέβαια η φιλοσοφία αυτή αποτελεί και μέρος της κουλτούρας του επενδυτή, και όχι μόνο πολιτική αύξησης των πωλήσεων.

Στα πλαίσια αυτά, η LIBRI, θα δραστηριοποιηθεί προς αυτή την κατεύθυνση, με την πραγματοποίηση ειδικών εκδηλώσεων για την προσφορά βοήθειας σε διάφορους τομείς (π.χ ιδρύματα παιδιών, περιβάλλον, επιστημονικές έρευνες, υποστήριξη ειδικών κατηγοριών ατόμων, πυροπαθείς). Θα δρομολογηθούν κινήσεις σε μόνιμη βάση (π.χ ανακύκλωση, συγκεκριμένο ποσοστό από τα κέρδη των εκδηλώσεων σε προαναφερθέντες φορείς). Επιπροσθέτως, θα πωλούνται εισιτήρια για συναυλίες και εκθέσεις με ειδικές τιμές, μετά από συμφωνίες που θα έχουν υπογραφεί με τους αρμόδιους φορείς.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε τα έσοδα που θα έχει η επιχείρηση από το καφέ, το οποίο, όπως ήδη αναφέρθηκε θα ενοικιαστεί σε ανεξάρτητο επιχειρηματία. Το ενοίκιο θα διατηρηθεί σταθερό για τα τρία πρώτα χρόνια στα 300€ μηνιαίως, και για τα επόμενα δυο θα αυξηθεί στα 500€. Το ποσό αυτό είναι συμβολικό, μιας και αρχικώς σκοπός της εταιρείας δεν είναι το κέρδος, αλλά να προσελκύσει επιχειρηματία, ο οποίος θα έχει κίνητρο να το διαχειριστεί, και να επιτύχει έτσι το όραμα της εταιρείας.

Καταλήγοντας και συνδυάζοντας όλα τα στοιχεία που αναφέρθηκαν στο παρόν κεφάλαιο, στον παρακάτω συγκεντρωτικό πίνακα φαίνεται το κόστος του μάρκετινγκ για την προώθηση πάσης φύσεως και για άλλου είδους έξοδα μάρκετινγκ, πωλήσεων και διανομής.

Η LIBRI έχει αποφασίσει να επενδύσει το 15% στο μάρκετινγκ γιατί με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσει ως νεοεισερχόμενη επιχείρηση να εισχωρήσει δυναμικά στον χώρο των βιβλιοπωλείων και να θεωρηθεί μία δυνατή παρουσία.

Πίνακας 3.16 Συνολικές Πωλήσεις και Συνολικό κόστος Μάρκετινγκ

ΕΤΟΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ (€)	ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΕΝΟΙΚΙΟ ΚΑΦΕ (€)	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (€)
1^ο έτος λειτουργίας	5.430.000	3.600	814.500 €
2^ο έτος λειτουργίας	5.592.900	3.600	838.935
3^ο έτος λειτουργίας	5.760.687	3.600	864.103
4^ο έτος λειτουργίας	5.933.508	6.000	890.026
5^ο έτος λειτουργίας	6.111.513	6.000	916.727

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΆΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1 Ταξινόμηση πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

Για ένα βιβλιοπωλείο, οι λεγόμενες πρώτες ύλες θεωρούνται τα βιβλία. Τα δε άλλα εφόδια είναι όλα εκείνα που απαιτούνται για να στηρίξουν την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Τα βιβλία χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

- Ανθρωπιστικές και Κοινωνικές επιστήμες
- Λογοτεχνία (Ελληνική & Ξένη)
- Παιδικά Βιβλία
- Γενικά, πρακτικά και αυτό-βοήθειας βιβλία
- Βιβλία Τέχνης
- Φυσικές & Εφαρμοσμένες Επιστήμες

Επίσης, ξένος τύπος, χάρτες και ξενόγλωσσα βιβλία..

Όσον αφορά στα άλλα εφόδια, αυτά μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

α) σχετικά με το προϊόν, β) σχετικά με τον χώρο. Αυτά είναι:

- Συσκευασίες (περιτύλιγμα, σακούλες, κάρτες επιστροφής)
- Γραφική ύλη
- Φυλλάδια
- Απορρυπαντικά – Χαρτικά
- Έξοδα για υπηρεσίες κοινής ωφέλειας
- Άλλα (υλικά για κοινωνικές ανάγκες)

Όσον αφορά στα άλλα εφόδια, αυτά είναι σημαντικά για να συνεχίσει να λειτουργεί η επιχείρηση, γι αυτό απαιτείται να προσδιοριστούν και αυτά, ποιοτικά και ποσοτικά.

4.2 Προδιαγραφές των απαιτούμενων εισροών

Οι σακούλες, το χαρτί περιτυλίγματος και όσο αφορά τη γραφική ύλη, προτιμώνται υλικά, φιλικά προς το περιβάλλον, συνήθως ανακυκλώσιμα αποφεύγοντας τις

υπερβολές που μπορεί να τις καθιστούν δύσχρηστες. Αναλόγως και για τα απορρυπαντικά (βιοδιασπώμενα), τα οποία τα αναλαμβάνει το γραφείο καθαριότητας, στο οποίο έχουμε αναθέσει να διατηρεί το χώρο ευπρεπές σε όλη τη διάρκεια της ημέρας.

Η προμήθειες της γραφικής ύλης και άλλων χαρτικών γίνεται από έμπορους της περιοχής του Πειραιά, αποσκοπώντας έτσι στην:

- Ανάπτυξη των διαύλων επικοινωνίας με τους ανθρώπους της περιοχής,
- εύκολη & γρήγορη πρόσβαση στους προμηθευτές, με αποτέλεσμα ελαχιστοποίηση των αντίστοιχων αποθεμάτων, και
- τόνωση της τοπικής αγοράς

Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι στο συγκεκριμένο είδος επιχειρήσεως, δεν είναι δυνατή η αντικατάσταση των πρώτων υλών, του ενός προμηθευτή με τον άλλον. Η ιδιομορφία του προϊόντος, δηλαδή η μοναδικότητα του κάθε βιβλίου, περιορίζει την διαπραγματευτική δύναμη των βιβλιοπωλείων, και ενισχύει τη θέση των εκδοτών.

4.3 Απαιτήσεις σε πρώτες ύλες και άλλες εισροές

Το γεγονός ότι η LIBRI δεν αναφέρεται σε παραγωγική μονάδα, άλλα σε μεταπώληση εμπορεύματος καθιστά πιο δύσκολο τον ακριβή προσδιορισμό των πρώτων υλών μας, το βιβλίο. Παρόλο αυτά, τις ποσότητες των απαιτούμενων εφοδίων, θα τις προσδιορίσουμε αναλογικά των πωλήσεων δεχόμενοι ως μέσο όρο τιμής βιβλίου τα 20€. Επομένως, αναφερόμαστε σε περίπου σε 271.500 βιβλία το χρόνο (συν 1% φύρα για τις συσκευασίες, δηλαδή 274.500 τεμάχια).

Πίνακας 4.1 Απαιτούμενες Ποσότητες Εισροών ανά Έτος

ΕΙΣΡΟΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ
ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΥΛΙΚΑ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΗΣ ΩΦΕΛΕΙΑΣ	
Συσκευασίες	274.500 τεμάχια
Φυλλάδια Δίφυλλα	5.000 τεμάχια
Ηλεκτρισμός	1370 κιλοβατόρες
Νερό (γενικής χρήσεως)	360 κυβικά εκατοστά

4.4 Διαθεσιμότητα Προμηθειών, Πηγές Προμήθειας και Κριτήρια Επιλογής Προμηθευτών

Η βιωσιμότητα της LIBRI ΑΕ, αλλά και η μακροχρόνια επιτυχία της εξαρτάται από την διαθεσιμότητα των βιβλίων, άλλα και των άλλων εφοδίων. Αν δεν έχει εξασφαλιστεί η συνεχή ροή τους, και υπάρχει περίπτωση συνεχών και σημαντικού αριθμού ελλείψεων, τότε αυτό συνεπάγεται τη μη καλή επιλογή προμηθευτών. Ακόμα και αν συμβεί κάτι απρόοπτο, θα πρέπει να υπάρχουν αποθέματα ή οι απαραίτητοι μηχανισμοί που θα εμποδίσουν την οποιαδήποτε μη ομαλή λειτουργία της μονάδας.

Όσο αφορά την προμήθεια των βιβλίων, η επιλογή τους ωθείται και κρίνεται από την ανάλογη ζήτηση. Δηλαδή ανεξάρτητα από τις αναγνωστικές προτιμήσεις των επενδυτών, τα βιβλία που έχουν ζήτηση από το αναγνωστικό κοινό πρέπει να επιλέγονται και να πωλούνται. Επομένως όλοι οι εκδοτικοί οίκοι αποτελούν προμηθευτές της LIBRI, εφόσον η κατηγορία του βιβλίου ανήκει σε αυτές που το βιβλιοπωλείο θα διαθέτει. Γεγονός πάντως είναι, ότι οι προσωπικές προτιμήσεις του υπεύθυνου παραγγελιών είναι που έχουν τον πρωταγωνιστικό ρόλο στην επιλογή των τίτλων.

Στην Ελλάδα το 25%²⁴ των εκδοτικών οίκων, εκδίδουν το 83% του συνολικού αριθμού τίτλων. Επτά εκδοτικοί οίκοι παράγουν περισσότερους από 200 τίτλους σε όλες τις κατηγορίες. Οι περισσότεροι εκδοτικοί οίκοι διοικούνται από τους ιδρυτές. Ο

²⁴ International Booksellers Federation, (2007), London Resolution 1959, Cooperation Agreement, Study on the Book Market, Ιούνιος 2007.

κλάδος είναι υψηλά συγκεντρωμένος, καθώς 82% των εκδοτικών οίκων βρίσκονται στην Αθήνα, 11% στη Θεσσαλονίκη και 7% στην υπόλοιπη Ελλάδα.

Πίνακας 4.2 Εκδότες κατά μέγεθος (1999 - 2004)

	1999	2000	2002	2004
Μεγάλοι εκδότες, παράγουν	9	13	16	17
>80 τίτλους/χρόνο	29%	36,2%	33,9%	36,2%
Μεσαίοι εκδότες παράγουν	151	143	146	141
10-80 τίτλους/ χρόνο	52,2%	46,3%	47,9%	45,1%
Μικροί εκδότες παράγουν	421	440	484	492
<10 τίτλους/ χρόνο	18,8%	17,5%	18,2%	18,7%
ΣΥΝΟΛΟ	581	596	646	650

Πίνακας 4.3 Παρουσίαση εκδοτικών οίκων 25

1.	Πληροφορίες Καταλόγου Infote ΑΕ
2.	Απόλλων ΑΕ
3.	Ευσταθιάδης Group ΑΕ
4.	Παπασωτηρίου ΑΕ
5.	Modern times ΑΕ
6.	Ελευθερουδάκης Γ.Κ. ΑΕ
7.	Ελληνικά Γράμματα ΑΕ
8.	Express Publishing ΑΕΕ
9.	Σαββάλας Α. & Σ. ΑΕ
10.	Πατάκης Σ. ΑΕΕΕ
11.	Γεωργίου Π. ΑΕ
12.	Νέα Σύνορα Εκδοτικός Οργανισμός Λιβάνη ΑΒΕ

²⁵ IC13, (2004), Ετήσιες κλαδικές μελέτες, Αθήνα, ICAP, Μάρτιος 2004, σελίδα 47

13.	Καστανιώτης ΑΘ. Α. ΑΕ&ΒΕ
14.	Μανιατέας Η. ΑΕ
15.	Μάλλιαρης Α. Παιδεία ΑΕ
16.	Πέργαμος ΑΒΕΕ
17.	Κέδρος Εκδοτική ΑΕ
18.	Παρατηρητής ΑΕ
19.	Πρωτοπορία ΑΕΕΕ
20.	Γιάννικος Β. – Β. Καλδής ΑΕ
21.	Γρίβα Εκδόσεις ΑΕ & ΒΕ
22.	Κάουφμαν Βιβλιοπωλείον ΑΕ
23.	Ψυχογιός Εκδόσεις ΑΕ
24.	Φλωρά Μ. Βιβλιοπωλείο Κόσμος ΕΠΕ
25.	Πρόοδος ΑΕ
26.	Τούμπης Μ. ΑΕ
27.	Ωκεανίδα Εκδόσεις ΑΕ
28.	Μεταίχμιο Εκδοτική ΑΕ
29.	Σταμούλη Εκδόσεις Αε
30.	Χαρλένικ Ελλάς Εκδοτική ΑΕ & ΕΕ
31.	Φυτράκη Εκδόσεις ΑΕ
32.	Ευρωβιβλίο ΑΕ
33.	Μινώας Εκδοτική ΑΕΕ
34.	Littera I. Μπουκουβάλας ΑΕ
35.	Άγκυρα Δ. Ε. Παπαδημητρίου ΑΒΕΕ
36.	Πάπυρος Γραφικά Τέχναι ΑΕ
37.	Σάκκουλα Εκδόσεις ΑΕ
38.	Παπαδόπουλος Γ. & ΣΙΑ ΑΕ
39.	Χριστόπουλος Θ. ΑΒΕΕ
40.	Leader Books ΑΕ
41.	Καμπάνας Η. Οργανισμός Εκδόσεων ΑΒΕΕ
42.	Γένους Εκδόσεις Διαφημίσεις ΑΕ
43.	Χούμπερ Ελλάς ΕΠΕ
44.	Παπαζήση Εκδόσεις ΑΕ & ΒΕ

45.	Σάκκουλας Π.Ν. ΑΕ
46.	Νομική Βιβλιοθήκη ΑΕΒΕ
47.	Παρισιάνου ΑΕ
48.	Βιβλιοπωλείον της Εστίας Ι. Δ. Κολλάρου & Σια ΑΕ
49.	Εκδόσεις Έφεσος ΕΠΕ
50.	Ρέκος ΕΠΕ
51.	University Studios Press ΑΕ
52.	Εμπειρία Εκδοτική ΑΕΒΕ
53.	Μεταεκδοτική ΑΕ
54.	Road Εκδόσεις ΑΕ
55.	Μιχαλόπουλος Ι. & Υιός Προμηθεύς ΑΕ
56.	Glory Book Economist Co. ΕΠΕ
57.	Εκδοτική Αθηνών Γραφικαί Τέχναι ΑΕ
58.	Ερευνητές ΑΒΕΕ
59.	Τέχνη ΑΕ
60.	Παπαδόπουλος Κυρ. Εκδόσεις ΑΕ
61.	Κουτσούμπος Π. ΑΕ
62.	Εξερευνητής Εξπλόρερ ΑΕ
63.	Κυριακίδη Αδελφών Εκδοτικός Οίκος ΑΕ
64.	Κριτική Εκδόσεις ΑΕ
65.	International Publications ΕΠΕ
66.	Σύγχρονη Εποχή – Εκδοτική ΑΕΒΕ
67.	Π. Εκδοτική ΑΕ
68.	Σύγχρονη Εκδοτική ΕΠΕ
69.	Εξάντας Εκδοτική ΑΕ
70.	Καραμπάτος ΧΡ. ΕΠΕ

**Πίνακας 4.4 Αριθμός Τίτλων ανά κατηγορία βιβλίου στην Ελλάδα Ποσοστά
2000-2004²⁶**

	2000	2001	2002	2003	2004
Ανθρωπιστικές και Κοινωνικές επιστήμες	25.43	25.90	26.57	26.49	33.23
Φυσικές & Εφαρμοσμένες Επιστήμες	8.84	8.23	7.01	8.59	9.19
Λογοτεχνία (Ελληνική & Ξενόγλωσση)	22.65	23.31	22.63	23.05	2.69
Παιδικά Βιβλία	20.59	17.06	18.63	18.72	25.86
Σχολικά Βοηθήματα	11.20	12.93	11.51	6.75	6.65
Βιβλία Τέχνης	4.84	5.41	4.77	5.31	7.74
Γενικά, πρακτικά και αυτό-βοήθειας βιβλία	6.44	7.15	8.88	11.10	14.64
ΣΥΝΟΛΟ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Οι εναλλακτικές επιλογές προμηθευτών είναι δυο:

- Κατευθείαν από τον εκδοτικό οίκο, ή/ και
- Πρακτορεία

Και οι δυο εναλλακτικές είναι προτιμητέες, για διαφορετικούς λόγους - πλεονεκτήματα. Επομένως, τα κριτήρια επιλογής προμηθευτή αφορούν το είδος του, εκδοτικός οίκος ή πρακτορείο, και όχι τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των εκδοτικών οίκων. Τα σημεία - κριτήρια στα οποία διαφοροποιούνται οι προμηθευτές και τα οποία λαμβάνονται υπόψη στην επιλογή αυτών είναι:

- 1) Ποσότητα διαθέσιμων τίτλων
- 2) Κοστολόγηση
- 3) Τρόποι πληρωμής - διακανονισμός
- 4) Χρονοδιάγραμμα εξυπηρέτησης - παραδόσεως
- 5) Πολιτική επιστροφών

Όσον αφορά στους τίτλους βιβλίων όταν προμηθευτής είναι το πρακτορείο έχεις τη δυνατότητα επιλογής πολλών τίτλων από διαφορετικούς εκδοτικούς οίκους, σε

²⁶ European Booksellers Federation et al, (2007), Books In Europe, 20 June 2007, σελίδα 28

αντίθεση με τους εκδοτικούς οίκους που αναμενόμενα περιορίζονται στην προώθηση και πώληση των δικών τους τίτλων. Όμως το αντίτιμο για αυτή τη δυνατότητα είναι η επιβάρυνση του βιβλιοπώλη με ποσοστό 5% από τα πρακτορεία. Κόστος το οποίο δεν μεταφέρεται στον τελικό καταναλωτή, αλλά μειώνει το περιθώριο κέρδους των βιβλιοπωλών.

Οι τρόποι πληρωμής και αυτοί διαφέρουν, καθώς το πρακτορείο είναι και αυτό ενδιαμέσος, άρα το κέρδος παίζει κύριο ρόλο στις συμφωνίες του. Οι εκδοτικοί οίκοι λόγω μεγέθους έχουν μεγαλύτερη δυνατότητα πιστώσεων. Πιο συγκεκριμένα τα πρακτορεία δίνουν πίστωση ενός μηνός, για τους δε εκδοτικούς οίκους φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, ανάλογα με το μέγεθός τους.

Πίνακας 4.5 Τρόποι Πληρωμών Εκδοτικών Οίκων, κατά μέγεθος

Μέγεθος	Τρόπος	Πρόσθετα
Μικροί	Μετρητά ή τέλος μήνα	Πάντα ανάλογα των πωλήσεων
Μεσαίοι -Μεγάλοι	Ανοιχτή πίστωση, τέλος μήνα έκδοση επιταγής λήξεως σε 4- 6 μήνες	Για καλύτερη έκπτωση ή επιταγή, δέχεσαι ο εκδοτικός οίκος να σου στέλνει ότι τίτλους θέλει, πάντα με το δικαίωμα της επιστροφής.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας για την επιλογή του κατάλληλου προμηθευτή είναι ο χρόνος εξυπηρέτησης των παραγγελιών. Τα πρακτορεία και οι εκδοτικοί οίκοι στέλνουν τους πωλητές τους ανά τακτά χρονικά διαστήματα (βλέπε §4.5) για την καταγραφή των παραγγελιών. Παρόλ' αυτά για την καλύτερη εξυπηρέτηση του αγοραστικού κοινού γίνονται καθημερινές προμήθειες, από το κέντρο της Αθήνας, εξασφαλίζοντας έτσι και την πληρότητα των τίτλων, αλλά και την μείωση των

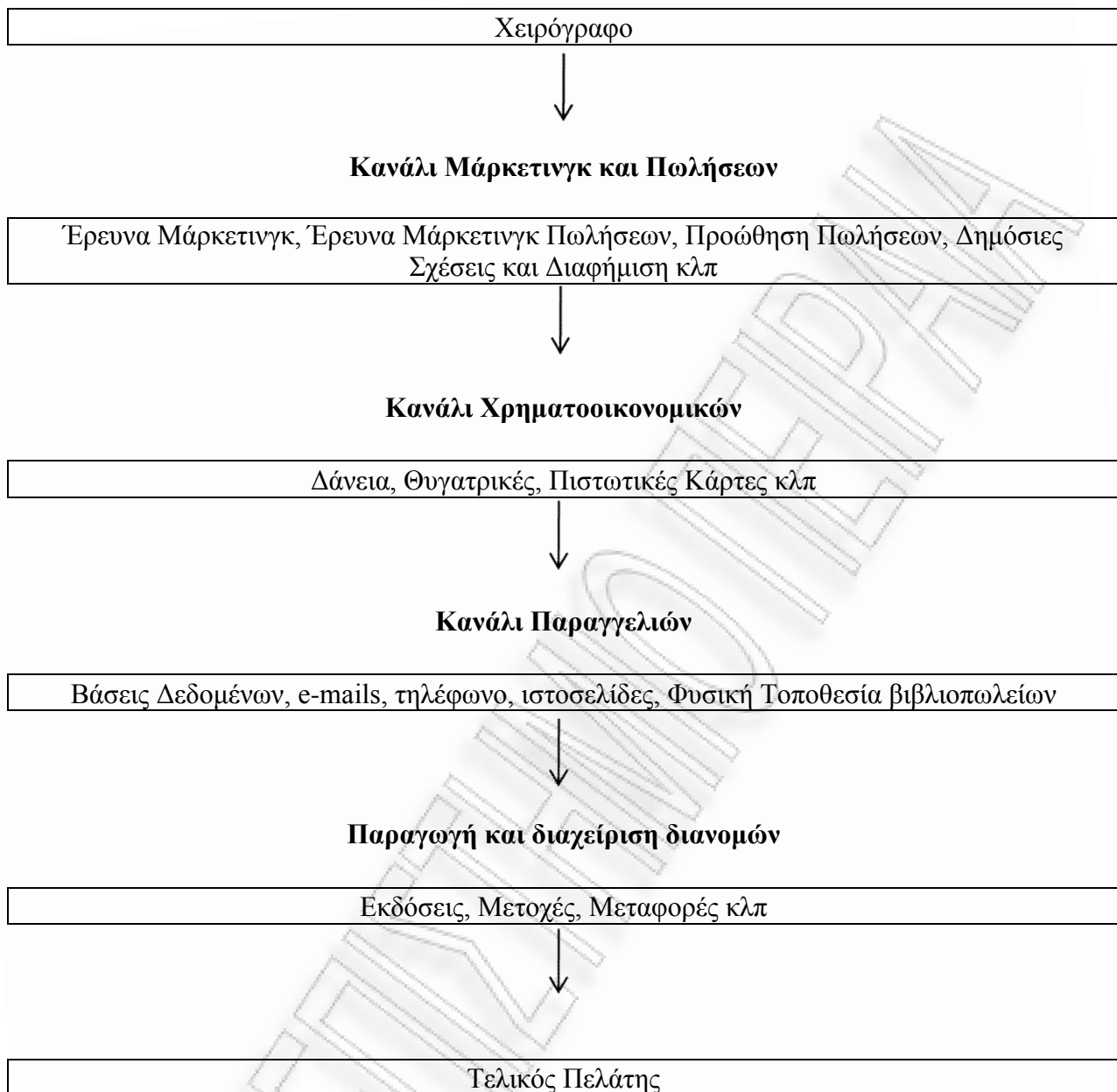
απαιτούμενων αποθηκευτικών χώρων. Βέβαια εκ μέρους των προμηθευτών αναπτύσσεται μια ένταση, καθώς διαδικαστικά είναι πιο χρονοβόρο και απαιτεί υψηλότερο κόστος. Αυτό αναφέρεται κυρίως στους εκδοτικούς οίκους, από τους οποίους μπορεί να χρειάζεσαι έναν επιπλέον μόνο τίτλο κάθε μέρα.

Τέλος, κριτήριο επιλογής είναι και η πολιτική των επιστροφών που ακολουθείται από τον κάθε προμηθευτή. Γεγονός πάντως είναι ότι όλοι οι εκδοτικοί οίκοι ορίζουν δυο φορές τον χρόνο, μήνες επιστροφών. Τα πρακτορεία δέχονται τις επιστροφές, αλλά με περιορισμό τον χρονικό ορίζοντα της αρχικής παραγγελίας.

Επομένως, στις συμφωνίες με τους προμηθευτές πρέπει να εξασφαλίζεται η τήρηση των όρων παράδοσης, αλλά και οι τρόποι αντιμετώπισης έκτακτων περιπτώσεων. Η βιωσιμότητα της εταιρείας, είναι το στοιχείο αυτό το οποίο, πρέπει να είναι η προτεραιότητα στη σύναψη των συνεργασιών με τους προμηθευτές.

4.5 Μάρκετινγκ Προμηθειών

Η προμηθευτική αλυσίδα δεν αφορά μόνο τον τρόπο μεταφοράς και αποθήκευσης, αλλά νοείται ως μια αλυσίδα αξίας. Με πρώτο στάδιο τις ανάγκες του πελάτη και τί υπηρεσίες μπορούν να προσφερθούν σε κάθε στάδιο αυτής. Ένας τρόπος μέτρησης της αποτελεσματικότητας του εμπορίου του βιβλίου είναι ο ρυθμός του κύκλου εργασιών του κεφαλαίου. Όμως σε μια αλυσίδα αξίας πρέπει να εξετάσουμε ποια είναι η προστιθέμενη αξία σε κάθε στάδιο αυτής, για να προβούμε σε αλλαγές (διανομής, παραγγελίας), που θα φέρουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία όταν τιμολογούνται διαφορετικών ειδών προσφερόμενες υπηρεσίες, καθώς τα περιθώρια κέρδους είναι πολύ μικρά. Άλλωστε, ο πελάτης δεν αξιολογεί ένα βιβλιοπωλείο μόνο από τη τιμή, αλλά από το σύνολο των παρεχόμενων υπηρεσιών.



Διάγραμμα 4.1 Στοιχεία στην αλυσίδα προμηθειών των βιβλίων

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η επιλογή του κατάλληλου προμηθευτή είναι πολύ σημαντική για τον κατάλληλο προσδιορισμό του προγράμματος προμηθειών. Οι πωλητές των εκδοτικών οίκων συγκεντρώνουν τις παραγγελίες κάθε 7 - 10 μέρες. Αυτό έχει τις εξής συνέπειες:

- Αύξηση του ρίσκου των ελλείψεων, και επομένως μη ανταπόκριση στις αξίες της επιχείρησης

- Υποχρέωση για διατήρηση μεγάλων αποθεμάτων, δηλαδή αύξηση του κόστους

Για να επιτευχθεί η προσδοκία του πελάτη, σχετικά με την πληρότητα των τίτλων, αλλά συγχρόνως και η συρρίκνωση του κόστους, ώστε να μην μετακυληθεί αυτό μετά στον πελάτη, απαιτείται από την LIBRI η ανάπτυξη ενός συστήματος διαχείρισης προμηθειών της εταιρείας.

Η LIBRI θα διαθέτει ένα μικρό αποθηκευτικό χώρο, ώστε να μειώσει τον κίνδυνο μη έγκυρης παράδοσης εκ μέρους των προμηθευτών, για να μπορεί έτσι σε καθημερινή βάση να εφοδιάζει τα ράφια της με τους πιο περιζήτητους τίτλους. Αυτό συμβαίνει και για την κάλυψη της ζήτησης που αυξάνεται κατακόρυφα σε περιόδους αιχμής (π.χ. Χριστούγεννα), με σκοπό να μην παρατηρούνται ελλείψεις. Παρόλο αυτά για την μείωση των εξόδων για μεγάλο αποθηκευτικό χώρο, η επιχείρηση θα καταρτίζει ημερησίως λίστα των τίτλων που η ποσότητά τους βρίσκεται κάτω από κάποιο συγκεκριμένο όριο (θα ορίζεται ξεχωριστά στο λογισμικό πρόγραμμα για κάθε τίτλο), και ο αρμόδιος υπάλληλος την επομένη το πρωί θα αποκτά τους απαιτούμενους τίτλους από τους προμηθευτές.

Σημαντικό είναι να σημειωθεί η αξία ενός συστήματος διαχείρισης των προμηθειών και αποθεμάτων, και για ένα άλλο λόγο, τις επιστροφές. Οι εκδοτικοί οίκοι, αλλά και τα πρακτορεία ακολουθούν συγκεκριμένη πολιτική για το θέμα αυτό. Τα πρακτορεία δεν δέχονται επιστροφές βιβλίων, των οποίων η αρχική παραγγελία είναι άνω των δύο ετών παλιά. Αυτό σημαίνει ότι αν κάποια βιβλία «ξεχαστούν» στην αποθήκη ή δεν πωληθούν μέσα σε δύο χρόνια από την ημερομηνία παραγγελίας, το πρακτορείο δεν τα δέχεται, και άρα αυτό αποτελεί έξοδο για την επιχείρηση, μειώνοντας έτσι τα κέρδη. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στο θέμα, καθώς έχουν παρατηρηθεί φαινόμενα επιχειρήσεων, όπου βιβλία πολλών χιλιάδων ευρώ είχαν «ξεχαστεί», και μετά επιβάρυναν την χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης, και κυρίως χωρίς όφελος. Στους εκδοτικούς οίκους δεν υπάρχει κάποιος κανόνας κι έτσι ο καθένας ακολουθεί την δική του πολιτική. Κατά προσέγγιση ισχύουν τα ίδια με τα πρακτορεία με μικρές αποκλίσεις που σχετίζονται με το μέγεθος του εκδοτικού οίκου. Ισχύει ότι όσο πιο μεγάλος είναι ο εκδοτικός οίκος τόσο πιο αυστηρός είναι όσον αφορά στις επιστροφές.

Σχετικά με τα άλλα εφόδια, τα αναλώσιμα κυρίως, για αυτά δεν παρατηρείται ιδιαίτερο πρόβλημα καθώς έχει συμφωνηθεί να παραδίδονται στην αποθήκη της LIBRI, μια φορά την εβδομάδα. Και σε έκτακτες περιπτώσεις (έλλειψη), η εύκολη πρόσβαση στον προμηθευτή μειώνει πιθανό πρόσθετο κόστος και ρίσκο.

4.6 Κόστος Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων

Το κόστος των πρώτων υλών, αλλά και των άλλων εφοδίων συνιστά βασικό στοιχείο του επενδυτικού σχεδίου, επειδή μειώνει, κατά ένα σημαντικό ποσοστό τις προσόδους που προβλέπεται να έχει η επιχείρηση καθ' όλη τη διάρκεια της λειτουργίας της. Έτσι, θα δοθεί ιδιαίτερη βάση στο κόστος ανά μονάδα κάθε εισροής και τις απαιτούμενες ποσότητες. Τα επιμέρους αυτά κόστη για το πρώτο έτος λειτουργίας της LIBRI φαίνονται στον παρακάτω πίνακα. Όσο αφορά το κόστος των βιβλίων τηρουμένων των αναλογιών των πωλήσεων (64% κόστος), για ένα έτος αυτό είναι 3.475.200€.

Όσο αφορά τις σακούλες αυτές θα έχουν το λογότυπο της εταιρείας, για την παραγωγή τους η διαδικασία και το κόστος έχει ως εξής: Αρχικώς θα φτιαχτεί μια μακέτα διαστάσεων 35x45εκ, της οποίας το κόστος για χρήση δυο χρωμάτων θα είναι 63€. Μετά θα κατασκευαστεί ένα κλισέ, δηλαδή το ελαστικό που θα τοποθετηθεί στον εκτυπωτή με την επιγραφή της μακέτας. Το κόστος αυτού ανά cm^2 είναι 0,75€, επομένως για τις αναφερθείσες διαστάσεις 16 cm^2 , περίπου θα μας κοστίσει 12€. Μετά κάθε παραγγελία μας, ανά κιλό (50 σακούλες ανά κιλό περίπου) θα στοιχίζει 3€.

Πίνακας 4.6 Εκτίμηση Κόστους Παραγωγής: Πρώτες Ύλες & Άλλα Εφόδια

ΕΙΣΡΟΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ανά έτος)	ΚΟΣΤΟΣ ανά μονάδα (€)	ΚΟΣΤΟΣ 1^ο Έτος Λειτουργίας (€)
Βιβλία	271.500 τεμ.	20	3.475.200
Συσκευασίες	5500 κιλά	3	16.500
Κατασκευή μακέτας & κλισέ	-	75	75
Φυλλάδια Δίφυλλα	5.000 τεμ.	0,5	2.500
Ηλεκτρισμός	1370 κιλοβατόρες	0,802	1.100
Νερό (γενικής χρήσεως)	360 κ.μ.	3,8	1.300
Γραφική ύλη	-	-	5.000
Απορρυπαντικά – Απολυμαντικά	24 τεμάχια των 4 λίτρων	1€/λίτρο	96
Χαρτικά (χαρτοπετσέτες, ρολά, χειροπετσέτες)	-	-	200
Καφές – Τσάι – Ζάχαρη	-	-	360
Γαλακτοκομικά	-	-	180
Φάρμακα	1 φαρμακείο	-	150
Αναλώσιμα διάφορα	-	-	500
ΣΥΝΟΛΟ			3.503.161

Ο χώρος του καφέ θα ενοικιαστεί σε ανεξάρτητο επιχειρηματία, με αποτέλεσμα τα είδη εστίασης (κουλουράκια, κτλ) τα οποία θα διατίθενται στους πελάτες δωρεάν από το βιβλιοπωλείο, υπεύθυνο για την προετοιμασία τους θα είναι το ίδιο το καφέ που θα στεγάζεται στο κτίριο. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται μείωση του κόστους για την επωνυμία του βιβλιοπωλείου, αλλά και αύξηση των εσόδων για την καφετέρια.

Παρακάτω παρατίθεται πίνακας που δείχνει την εξέλιξη των προαναφερθέντων στοιχείων κόστους πρώτων υλών, για τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης. Η εξέλιξη αυτή υπολογίζεται με πληθωρισμό 3%.

Πίνακας 4.7 Εκτίμηση Κόστους Πρώτων Υλών & Άλλων Εφοδίων Ανά Έτος

ΕΤΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
1 ^ο Έτος λειτουργίας	3.503.161 €
2 ^ο Έτος λειτουργίας	3.608.256 €
3 ^ο Έτος λειτουργίας	3.716.503 €
4 ^ο Έτος λειτουργίας	3.827.999 €
5 ^ο Έτος λειτουργίας	3.942.838 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 Πρόγραμμα παραγωγής και Δυναμικότητα της Μονάδας

Στο κεφάλαιο αυτό καθορίζεται το πρόγραμμα παραγωγής που προβλέπεται να εφαρμόσει η LIBRI. Έργο της μηχανολογίας είναι να σχεδιάσει τόσο τη λειτουργική όσο και τη φυσική χωροθέτηση της επιχείρησης. Όμως, επειδή η LIBRI δεν είναι παραγωγική, αλλά μεταπωλητική, η μηχανολογία και η τεχνολογία, αναφέρονται στις υπηρεσίες εκείνες που θα στηρίξουν την πώληση, αλλά και θα συμβάλλουν στην καλύτερη εξυπηρέτηση (διαδίκτυο, εσωτερική χωροθέτηση). Επίσης, έργο της είναι να καθορίσει τις όποιες δαπάνες γίνουν για τη συγκεκριμένη επένδυση καθώς και το κόστος λειτουργίας. Μεταξύ των παραπάνω μηχανολογικών δραστηριοτήτων, περιλαμβάνονται επίσης και όλες οι απαιτούμενες δραστηριότητες παραλαβής των εισροών (βιβλίων και άλλων εφοδίων) και παράδοσης τους.

Αναπόσπαστο κομμάτι της μηχανολογικής δραστηριότητας είναι η επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας, η οποία θα πρέπει να συνδυάζεται κατάλληλα με την ατμόσφαιρα της εταιρείας, προκειμένου να γίνεται εφικτή η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, οι οποίες να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του πελάτη.

5.2 Επιλογή και Απόκτηση της Τεχνολογίας

Η LIBRI, θα κάνει χρήση της εξέλιξης της τεχνολογίας με τρεις τρόπους:

- Την κατασκευή ιστοσελίδας
- Την δυνατότητα πρόσβασης των πελατών στη βάση του βιβλιοπωλείου κατά την επίσκεψή τους εκεί, και
- Το σύστημα παραγγελιών και διαχείρισης αποθεμάτων.

Προκειμένου να επιλέξουμε ορθά την κατάλληλη τεχνολογία, η οποία θα εξυπηρετεί τους σκοπούς της επιχείρησης, πρέπει να θέσουμε κάποια κριτήρια βάσει των οποίων θα γίνει η επιλογή και τα οποία οφείλουμε να πληρούμε. Τα κριτήρια αυτά είναι τα εξής:

- Να είναι συμβατή με τις ανάγκες του επενδυτικού σχεδίου και των καταναλωτών
- Να είναι σύγχρονη και ταυτόχρονα δοκιμασμένη (νέες τεχνολογικές εξελίξεις και εφαρμογές)
- Να παρέχει τη δυνατότητα για μελλοντική βελτίωση, αναβάθμιση ή και επέκταση
- Να είναι φιλική προς το περιβάλλον και να μην έχει δυσμενή επίδραση σ' αυτό
- Να είναι εύκολη στη χρήση ώστε να παρέχει τη δυνατότητα ευχερούς εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού,

Η LIBRI επέλεξε να κάνει χρήση της τεχνολογίας με αυτούς τους τρόπους, για να επιτύχει κυρίως, τους βασικούς στόχους του επενδυτικού σχεδίου.

Το βιβλιοπωλείο θα είναι ένας ζεστός, οικείος χώρος με παραδοσιακό χαρακτήρα, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι δεν θα συμβαδίζει με τις εξελίξεις της τεχνολογίας. Έτσι, θα υπάρχει η δυνατότητα προσέγγισης του βιβλιοπωλείου μέσω του διαδικτύου. Μέσω της ιστοσελίδας του www.libri.gr θα παρέχονται πολλές δυνατότητες όπως:

- γνωριμία με την επιχείρηση και την φιλοσοφία της
- πληροφόρηση για τα νέα του βιβλιοπωλείου και των εκδηλώσεων που θα λαμβάνουν χώρα στο καφέ - εστιατόριο
- πρόσβαση στην βάση δεδομένων του βιβλιοπωλείου για ανεύρεση βιβλίων και ενημέρωση για τη διαθεσιμότητά τους
- αποστολή ερωτήσεων και διευκρινήσεων μέσω του κεντρικού e-mail της επιχείρησης
- αποστολή παραγγελιών μέσω της έτοιμης ηλεκτρονικής φόρμας παραγγελίας.

Για την επίτευξη του παραπάνω εγχειρήματος απαιτείται σύγχρονος εξοπλισμός (computer room με rack, servers, επικαιροποιημένο λογισμικό, ιδιαίτερες μονάδες κλιματισμού, πυρασφάλειας και αποθήκευσης καλωδιώσεων) καθώς και επαρκής χώρος για να τον φιλοξενήσει με ασφάλεια. Εδώ παρατηρούνται κάποιες δυσκολίες. Κατά αρχάς, απαιτούνται μεγάλοι οικονομικοί πόροι για την αγορά όλου αυτού του

εξοπλισμού και την πρόσληψη κατάλληλων τεχνικών που θα παρακολουθούν την ευστάθεια του συστήματος. Επιπλέον, πρέπει να αφιερωθεί ένας χώρος στον οποίο θα έχουν πρόσβαση μόνο οι υπεύθυνοι μηχανογράφησης. Το σημαντικότερο μειονέκτημα όμως είναι ότι σε αυτές τις περιπτώσεις δεν εξασφαλίζεται η ασφάλεια και η ευστάθεια του συστήματος. Μπορεί να παρατηρηθούν προβλήματα δυσλειτουργίας τα οποία είτε θα δυσαρεστήσουν την πελατεία είτε θα επηρεάσουν την αρμονική λειτουργία της επιχείρησης.

Για να αποφευχθούν τέτοια προβλήματα προτείνεται μία πρωτοποριακή λύση που χρησιμοποιούν όλο και περισσότερες επιχειρήσεις σήμερα. Ονομάζεται web hosting service και παρέχεται από τους πλέον έμπιστους internet providers. Κάνοντας χρήση αυτής της υπηρεσίας δίνεται η δυνατότητα σε μεσαίες επιχειρήσεις όπως η LIBRI να μην αγοράσει εξοπλισμό αλλά να ενοικιάσει ένα χώρο μέσα στον server του internet provider και να φιλοξενήσει εκεί το web site της. Έτσι η επιχείρηση μπορεί να έχει τον δικό της ιστότοπο και όλες τις προαναφερθείσες δυνατότητες με ελάχιστο κόστος ανά μήνα και την μέγιστη ασφάλεια και ευστάθεια δεδομένου ότι θα χρησιμοποιείται ο εξοπλισμός του ίδιου του παροχέα όπως αυτός τον συντηρεί και τον ανανεώνει.

Στο εσωτερικό της επιχείρησης πλέον θα υπάρχει μόνο ένας κεντρικός server, ο οποίος θα χρησιμεύει για της παρακάτω λειτουργίες:

- Επικοινωνία της επιχείρησης με τον ενοικιασμένο χώρο όπου φιλοξενούνται οι υπηρεσίες της ιστοσελίδας της επιχείρησης.
- Επικοινωνία των σταθμών εργασίας με τον κεντρικό server μέσω wireless LAN (ασύρματο τοπικό δίκτυο) έτσι ώστε να έχουν πρόσβαση στην βάση δεδομένων των βιβλίων.
- Αποστολή της ηλεκτρονικής φόρμας παραγγελίας με μορφή e-mail.
- Ενημέρωση της ιστοσελίδας με τα επίκαιρα νέα.
- Εκτέλεση απαραίτητων εσωτερικών εργασιών όπως επεξεργασία και εκτύπωση τιμολογίων και αποδείξεων και διαχείριση ταμείων.
- Τήρηση του μέγιστου επιπέδου ασφάλειας δεδομένων και υπηρεσιών με την χρήση securities, firewalls και anti-virus.

Όσο αφορά την πρόσβαση στη βάση του βιβλιοπωλείου, αυτή θα γίνεται με την τοποθέτηση δυο υπολογιστών ανά όροφο, οι οποίοι θα έχουν την δυνατότητα:

- Να συνδέονται με το ασύρματο τοπικό δίκτυο του βιβλιοπωλείου
- Να παράγουν και να εισάγουν δεδομένα από την βάση του βιβλιοπωλείου
- Να συνδέονται στο διαδίκτυο υπό περιορισμούς (μόνο σε συγκεκριμένες σελίδες που θα έχει επιλέξει η επιχείρηση)

Για λόγους ασφάλειας οι παραπάνω σταθμοί εργασίας θα υπόκεινται σε κάποιους περιορισμούς δηλαδή, δεν θα έχουν πλήρη πρόσβαση στο διαδίκτυο ούτε πλήρη πρόσβαση στον κεντρικό server της εταιρείας. Επομένως, η επικοινωνία μεταξύ των σταθμών εργασίας και του κεντρικού server θα είναι αμφίδρομη μόνο όσον αφορά την βάση δεδομένων των βιβλίων. Κατά τα άλλα, θα είναι μονόδρομη με την δυνατότητα του server να επεμβαίνει σε αυτούς και όχι ανάποδα.

Ο λόγος που θα αναπτυχθεί ένα τέτοιο σύστημα είναι η εξασφάλιση ταχύτερης εξυπηρέτησης των πελατών δεδομένου ότι θα μπορούν να εξυπηρετούνται ακόμα και εάν δεν είναι κάποιος υπάλληλος του καταστήματος διαθέσιμος. Επίσης, με αυτή την υπηρεσία δίνεται η δυνατότητα στους εξοικειωμένους με τη τεχνολογία να ψάξουν όποιο βιβλίο ή αλλά συναφή επιθυμούν με το δικό τους εξελεγμένο τρόπο αλλά και με τον δικό τους ρυθμό. Αυτή η προσέγγιση αφορά και την εκπλήρωση μέρους της αποστολής της επιχείρησης, δηλαδή παροχή υπηρεσιών που θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού.

Η επιχείρηση θα χρειαστεί να προβεί στην αγορά δεκαέξι (16) υπολογιστών, ώστε κάθε πωλητής να μπορεί ανά πάσα στιγμή να εξυπηρετεί τους επισκέπτες και υπολογιστή σε κάθε όροφο, για ελεύθερη πρόσβαση στη βάση δεδομένων.

Σχετικά με τον έλεγχο των παραγγελιών, όπως εκτενώς αναπτύχθηκε στο κεφάλαιο τρία (3), απαιτείται ένα λογισμικό, το οποίο καθημερινώς θα ειδοποιεί ποια βιβλία πρέπει να παραγγελθούν και να αγοραστούν. Το σύστημα αυτό θα μειώσει τις πιθανότητες των ελλείψεων, και άρα τη μη πληρότητα τίτλων, αλλά και θα συμβάλλει στη μη συσσώρευση πολλών αντιτύπων στα ράφια, γεγονός που, όπως προαναφέρθηκε, θα επιβάρυνε τα κέρδη της επιχείρησης.

5.3 Εξωτερικές Διεργασίες

Η επιχείρηση για την διακίνηση των ηλεκτρονικών παραγγελιών, αλλά και για την παραλαβή των εμπορευμάτων, σε καθημερινή βάση, θα χρειαστεί ένα αυτοκίνητο. Είναι συμφερότερο για την επιχείρηση να μην το αγοράσει, αλλά θα προβεί σε operating leasing, δηλαδή θα καταβάλλει μηνιαίως ένα μίσθωμα 350€ (4.200€ ετησίως), χωρίς άλλες υποχρεώσεις. Δηλαδή δεν θα επιβαρύνεται με συντήρηση, ασφάλιστρα, και έξοδα λόγω ενδεχόμενων φθορών. Με αυτή την επιλογή η επιχείρηση δύναται με την λήξη του συμβολαίου να αγοράσει το όχημα. Όμως μία τέτοια κίνηση δεν συνιθίζεται διότι προτιμάται η μίσθωση νέου οχήματος με τα ίδια προαναφερθέντα οφέλη.

5.4 Χωρομετρικά και Μηχανολογικά Σχέδια της Μονάδας

Μετά την επιλογή, περιγραφή και ανάλυση της τεχνολογίας και του τεχνολογικού εξοπλισμού, πρέπει να σχεδιάσουμε το προβλεπόμενο χωρομετρικό σχέδιο (plan layout), καθώς και τα σχέδια του κτιρίου. Σχετικά με την τοποθεσία και τις κτιριακές εγκαταστάσεις θα ακολουθήσει περαιτέρω ανάλυση στο κεφάλαιο 8. Σε γενικές γραμμές, το κτίριο θα περιλαμβάνει τρεις ορόφους. Στο υπόγειο του κτιρίου θα υπάρχει αποθήκη, η οποία θα λειτουργήσει κυρίως ως αποθηκευτικός χώρος για τις γενικές προμήθειες της εταιρείας (βλ. Κεφάλαιο 4). Στο ισόγειο θα υπάρχουν βιβλία και ένα μέρος του θα διατεθεί για το καφέ έτσι ώστε η προσέλκυσή του να είναι εύκολη. Επίσης, θα υπάρχει ένας χώρος – κουζίνα για το προσωπικό. Ο πρώτος όροφος θα είναι αφιερωμένος μόνο στα βιβλία. Στον δεύτερο όροφο εκτός από τα βιβλία θα αφιερωθεί ένα μέρος του στα γραφεία της διοίκησης και μηχανογράφησης και τέλος, κάθε όροφος θα έχει ένα WC όπως απαιτείται από την νομοθεσία.

5.5 Έργα Πολιτικού Μηχανικού

Τα τεχνικά έργα του πολιτικού μηχανικού χωρίζονται στις παρακάτω κατηγορίες και στα αντίστοιχα κόστη:

Πίνακας 5.1 Ανάλυση προϋπολογισμού έργων πολιτικού μηχανικού

A/A	ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ
1	Καθαιρέσεις	5.000
2	Οικοδομικά	5.000
3	Τοιχοποιίες Επενδύσεις Ψευδοροφές	18.000
4	Δάπεδα - Στρώσεις	20.000
5	Κουφώματα	3.500
6	Επίπλα - Ξυλουργικά	28.000
7	Μεταλλικές Κατασκευές	7.000
8	Κλίμακες	2.000
9	Τζάμια - Κρύσταλλα	3.500
10	Άλλες Οικοδομικές Εργασίες	5.000
11	Βαφές – Χρωματισμοί	23.000
12	Επιγραφές – Είδη Κιγκαλερίας	5.000
13	Είδη Υγιεινής	2.000
14	Υδραυλικές Εγκαταστάσεις	10.000
15	Θέρμανση – Κλιματισμός	95.000
16	Ηλεκτρολογικές Εγκαταστάσεις	35.000
17	Φωτιστικός Εξοπλισμός	13.000
18	Πυρανίχνευση - Πυρασφάλεια	5.000
19	Καθαρισμοί Χώρων	2.000
20	Έξοδα Εργοταξίου - Μεταφορικά	2.000
ΣΥΝΟΛΟ		289.000
21	Διαμόρφωση Καφέ	16.000
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ		305.000

Συγκεκριμένα θα επενδυθούν τα χρηματικά ποσά που απαιτούνται για την ανακατασκευή, συντήρηση και διαμόρφωση του κτιρίου έτσι ώστε να πληροί τις προδιαγραφές που έχουν θέσει οι επενδυτές. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στη θέρμανση – κλιματισμό που αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την επιχείρηση. Έχοντας επενδύσει στην σωστή θέρμανση, ο χώρος θα έχει πάντα την θερμοκρασία που απαιτείται για την εποχή και αυτό θα προσθέσει πολύ στην φιλοξενία της LIBRI.

Επίσης, σημαντικό κόστος καταλαμβάνει η πυρανίχνευση – πυρασφάλεια για δύο πολύ σημαντικούς λόγους. Η πρώτη ύλη όπως αναφέρθηκε στο κεφάλαιο 4 είναι τα βιβλία. Δεδομένου ότι η επιχείρηση θα είναι γεμάτη βιβλία, προϊόν ευάλωτο στην φωτιά, είναι απαραίτητο να διατεθεί ένα ποσό στην πυρανίχνευση – πυρασφάλεια έτσι ώστε να αποφευχθεί μία τέτοια ζημία που θα μπορούσε να καταστρέψει το μεγαλύτερο μέρος του βιβλιοπωλείου.

Διαμόρφωση του χώρου του καφέ

Για την ενοικίαση του χώρου, οι βασικές προετοιμασίες του χώρου βαραίνουν την LIBRI. Όσον αφορά στη τελική του διακόσμηση, αυτή θα επιμεληθεί ο υπεύθυνος του χώρου του καφέ. Βέβαια θα υπάρχει ειδική συμφωνία, ώστε η διακόσμηση να συμβαδίζει με αυτή του υπόλοιπου χώρου, αλλά και της συνολικής ατμόσφαιρας που το επενδυτικό σχέδιο αποσκοπεί να διαμορφώσει. Αυτές οι εργασίες αναμένεται να κοστίσουν γύρω στις 16.000 €.

Πίνακας 5.2 Κόστος Τεχνολογίας & Έργων Πολιτικού Μηχανικού

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)
	<i>Λειτουργικά Έξοδα</i>	
1	Συνδρομή Ιστοσελίδας	360
2	Μίσθωμα αυτοκινήτου	4.200
	ΣΥΝΟΛΟ	4.560
	<i>Πάγια Έξοδα</i>	
1	Υπολογιστές (16)	9.000
2	Ανακαίνιση και διαμόρφωση αισθητικής του χώρου	289.000
3	Διαμόρφωση του χώρου του καφέ	16.000
	ΣΥΝΟΛΟ	314.000

Παρακάτω παρατίθεται πίνακας που δείχνει την εξέλιξη του λειτουργικού κόστους Τεχνολογίας & Έργων Πολιτικού Μηχανικού, για τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης.

Στο πρώτο έτος λειτουργίας έχουν υπολογιστεί όλα τα απαραίτητα τα κόστη τα οποία απαιτούνται για την έναρξη της επιχείρησης (π.χ. διαμόρφωση χώρου), ενώ στα επόμενα έτη λειτουργίας το κόστος περιλαμβάνει μόνο την συνδρομή της ιστοσελίδας και το μίσθωμα του αυτοκινήτου. Η εξέλιξη αυτή υπολογίζεται με πληθωρισμό 3%.

Πίνακας 5.3 Εκτίμηση Κόστους Μηχανολογίας & Τεχνολογίας

ΕΤΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
1 ^ο Έτος λειτουργίας	4.560
2 ^ο Έτος λειτουργίας	4.697
3 ^ο Έτος λειτουργίας	4.838
4 ^ο Έτος λειτουργίας	4.983
5 ^ο Έτος λειτουργίας	5.132

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1 Οργάνωση και Διαχείριση της Μονάδας

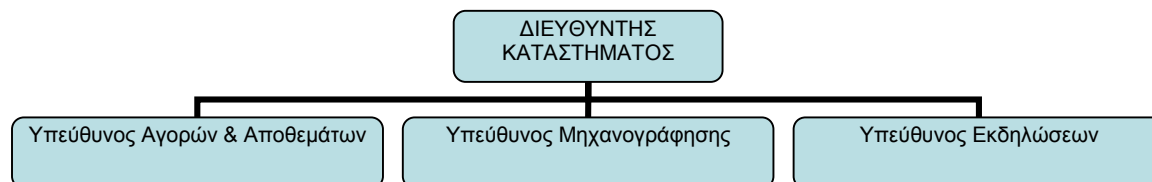
Στο παρόν κεφάλαιο θα περιγράψουμε αναλυτικά την διαδικασία του οργανωσιακού προγραμματισμού και την δομή των γενικών εξόδων της LIBRI, στοιχεία κόστους αρκετά κρίσιμα για την εξέλιξη του επενδυτικού σχεδίου.

Με τον όρο Οργάνωση εννοούμε τον τρόπο με τον οποίο δομούνται και καθορίζονται σε οργανωσιακές μονάδες οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες της επιχείρησης. Οι οργανωσιακές μονάδες αντιπροσωπεύονται από το επιτελικό και το εποπτικό προσωπικό και από το εργατικό δυναμικό και έχουν ως στόχο τη διαχείριση, το συντονισμό και τον έλεγχο της απόδοσης της επιχείρησης και την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

6.2 Οργανωσιακή Δομή

Η οργανωσιακή δομή, στην οποία θα υπάγονται όλες οι λειτουργίες και οι διαδικασίες της επιχείρησης, προκύπτει με βάση την αύξηση της επίδοσης της επιχείρησης. Επίσης, είναι σημαντικό οι υπάλληλοι να μπορούν να συμμετέχουν ενεργά και παραγωγικά μέσα από την προτεινόμενη οργανωσιακή δομή.

Παρακάτω παρατίθενται δύο (2) οργανογράμματα, με διαφορετικό επιμερισμό των αρμοδιοτήτων και ευθυνών.

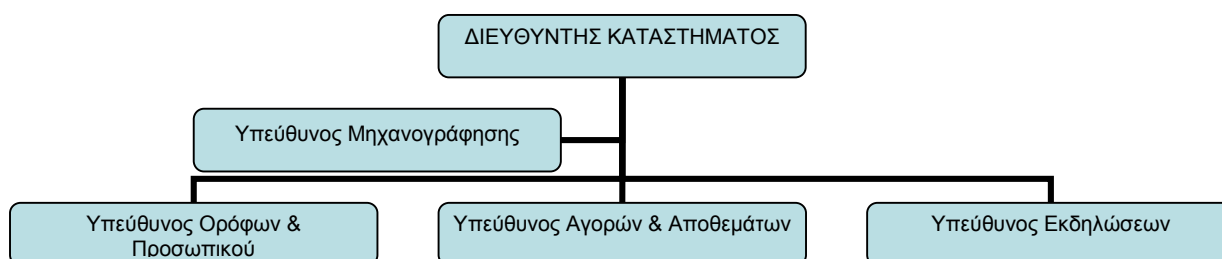


Οργανόγραμμα 6.1 – Πρώτη Εναλλακτική Λύση Οργάνωσης Της LIBRI

Στην πρώτη περίπτωση, οι αρμοδιότητες και ευθύνες του καταστήματος, είναι κατανεμημένες σε τρία άτομα, τα οποία θα αναφέρονται στον Διευθυντή του καταστήματος. Ο Υπεύθυνος Αγορών και Αποθεμάτων, ουσιαστικά θα ασχολείται με την εκτέλεση των παραγγελιών, με το κατάλληλο λογισμικό (βλ. κεφάλαιο 5), αλλά και τη διαχείριση αυτών στην αποθήκη.

Όσον αφορά στον Υπεύθυνο Ορόφων και Προσωπικού, στις αρμοδιότητες του θα υπάγεται η αναφορά και επίλυση τυχόν προβλημάτων του προσωπικού (πωλητές, αποθηκάριος, καθαρίστρια, τεχνικοί, ταμίες), αλλά και η καλή λειτουργία του καταστήματος.

Τέλος, θα υπάρχει ένας Υπεύθυνος Μηχανογράφησης, ο οποίος θα ασχολείται με τα θέματα πληροφορικής της εταιρείας όπως συντήρηση και ανανέωση ιστοσελίδας, επίβλεψη κεντρικού server και επίλυση προβλημάτων και δυσλειτουργιών κατά τη λειτουργία της επιχείρησης.



Οργανόγραμμα 6.2 – Δεύτερη Εναλλακτική Λύση Οργάνωσης Της LIBRI

Στο δεύτερο οργανόγραμμα, η κατανομή των αρμοδιοτήτων θα επικεντρώνεται περισσότερο στην ομαδοποίηση κοινών λειτουργιών και ευθυνών. Στο Διευθυντή θα αναφέρεται, ξανά, απευθείας ο Υπεύθυνος Αγορών και Αποθεμάτων, καθώς θεωρούμε ιδιαίτερης σημασίας τη πληρότητα των τίτλων και την μη έλλειψη αυτών, άρα ο Διευθυντής θα πρέπει να έχει άμεση ενημέρωση για την ομαλή, ή όχι, εξέλιξη των πρώτων υλών.

Λόγω της σημασίας του βιβλιοπωλείου, ως πολιτισμικού χώρου, θα υπάρχει και εδώ ένας Υπεύθυνος Εκδηλώσεων για να οργανώνει τα πολιτιστικά δρώμενα. Λόγω του φόρτου εργασίας σε αυτήν την θέση είναι λογικό ότι ο συγκεκριμένος υπάλληλος θα ασχολείται βασικά με τις εκδηλώσεις και εφόσον υπάρχει ευχέρεια χρόνου, μέσα στα πλαίσια του καθημερινού ωραρίου του, θα εξυπηρετεί τους επισκέπτες του βιβλιοπωλείου. Η επιλογή αυτή της μόνιμης εργασιακής σχέσης κρίνεται απαραίτητη γιατί έτσι θα μπορεί συνεχώς να αντιλαμβάνεται και να μαθαίνει τις ανάγκες των επισκεπτών, και όχι να είναι απλά ένας εξωτερικός συνεργάτης.

Για εργασιακά θέματα και οποιοδήποτε θέμα που θα ανακύπτει σε κάθε όροφο θα υπάρχει ο Υπεύθυνος Ορόφων και Προσωπικού, στον οποίο θα απευθύνονται όλοι οι υπάλληλοι για σχετικά θέματα.

Σχετικά με τη τεχνολογία, αναφέρθηκε η σημασία της ιστοσελίδας του καταστήματος, αλλά και η πρόσβαση των επισκεπτών του καταστήματος στη βάση του βιβλιοπωλείου, επομένως ο τεχνικός θα πρέπει να αναφέρει τυχόν δυσκολίες που ανακύψουν, κατευθείαν στο Διευθυντή, αλλά θα είναι εξωτερικός συνεργάτης και δεν θα παραβρίσκεται καθημερινώς στο κατάστημα.

Για την LIBRI, θα επιλεγεί το δεύτερο οργανόγραμμα, ως πιο αποτελεσματικό και με πιο ξεκάθαρο διαχωρισμό των αρμοδιοτήτων. Αυτό επίσης θα βοηθήσει να μην επιβαρυνθούν μόνο κάποιοι υπάλληλοι με πολλές αρμοδιότητες, αλλά όσο γίνεται να εμπλακούν περισσότεροι για να συμμετέχουν στις αποφάσεις, αλλά και να ενδιαφέρονται για το χώρο εργασίας τους σαν κάτι δικό τους, που μπορούν να συμβάλλουν με πολλούς τρόπους.

Καθώς επιλέγεται το δεύτερο οργανόγραμμα ως αναλύσουμε καλύτερα την ανάληψη ευθυνών. Σε κάθε όροφο θα υπάρχουν «πωλητές», για κάθε όροφο ένας από αυτούς θα οριστεί υπεύθυνος ορόφου, δηλαδή υπεύθυνος για την ομαλή λειτουργία του τμήματος του. Επίσης, σε περιπτώσεις ελλείψεων ή παραγγελιών, θα απευθύνεται στον Υπεύθυνο. Υπεύθυνοι για τις Αγορές και το Προσωπικό και για τις Εκδηλώσεις θα ορισθούν οι τρεις υπεύθυνοι ορόφων. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται πολλαπλή συμμετοχή των υπαλλήλων στις αρμοδιότητες. Επίσης με αυτή την οργανωσιακή δομή, έμμεσα, κάθε τμήμα θα αντιπροσωπεύεται και θα εκθέτει τις απόψεις του.

6.3 Εντοπισμός των Κέντρων Κόστους

Σε μία επιχείρηση είναι σημαντικό να ελέγχονται με κάποιο τρόπο τα έξοδα έτσι ώστε να επιβεβαιώνεται το κατά πόσο πρέπει η επιχείρηση να επενδύει σε μία τέτοια δαπάνη ή όχι. Συνήθως, αυτό επιτυγχάνεται με τον σωστό καθορισμό των κέντρων κόστους (Cost Centers) και τον έλεγχο αυτών μέσω ενός αξιόπιστου συστήματος καταγραφής κόστους. Τέτοια συστήματα έχουν αναπτυχθεί από μεγάλες εταιρείες πληροφορικής οι οποίες αναπτύσσουν λογισμικά Καταγραφής Κόστους. Τα λογισμικά αυτά είναι μια σύγχρονη λύση για τον καταμερισμό του συνολικού κόστους στα εκάστοτε κέντρα κόστους. Σε αυτά καταγράφονται όχι μόνο οι καθημερινές δαπάνες και τα γενικά έξοδα λειτουργίας της επιχείρησης αλλά και το

κόστος των ανθρωποωρών των εργαζομένων. Για τον λόγο αυτό τα κέντρα κόστους συνήθως καθορίζονται με βάση τα τμήματα της κάθε επιχείρησης.

Για την εταιρεία «LIBRI» τα κέντρα κόστους θα αντικατοπτρίζουν τα τμήματα στα οποία έχουν χωριστεί οι αρμοδιότητες (Τμήμα Αγορών & Αποθεμάτων, τμήμα μηχανογράφησης, τμήμα εκδηλώσεων, τμήμα προσωπικού).

Μερικές από τις διαδικασίες που θα λαμβάνουν χώρα μέσω του συστήματος αυτού θα είναι να:

- Καταγράφει την ώρα έναρξης και ώρα λήξης της εργασίας κάθε εργαζομένου σε κάθε αρμοδιότητα
- Υπολογίζει τα σύνολα ωρών εργασίας για μια επιλεγμένη χρονική περίοδο ανα κέντρο κόστους, ανα κατηγορία εργασίας, ανα εργαζόμενο κλπ.
- Εκτυπώνει αναλυτικές αναφορές
- Εξάγει τα αποτελέσματα των καταγραφών και των υπολογισμών σε μορφή αναγνώσιμη και από άλλα πακέτα λογισμικού που θα χρησιμοποιεί η εταιρεία για περαιτέρω επεξεργασία (λογισμικό ωρομέτρησης, λογισμικό μισθοδοσίας, αναλυτική λογιστική, MS Excel).

6.4 Τα Γενικά Έξοδα

Ως γνωστόν, τα κόστη που δημιουργούνται σε μία μονάδα, χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: στο άμεσο κόστος και το έμμεσο κόστος (γενικά έξοδα). Στην προκειμένη μελέτη, λόγο μη παραγωγής προϊόντων, αλλά μεταπώλησης, θεωρούμε ως γενικά έξοδα όλα εκείνα τα έξοδα τα οποία δεν μπορούν να επιβαρύνουν απευθείας την πώληση των βιβλίων. Στον πίνακα 6.1 παρουσιάζονται κατ' εκτίμηση, τα γενικά έξοδα που θα επιβαρύνουν τη μονάδα κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της.

Πίνακας 6.1 Εκτίμηση Γενικών Εξόδων Επιχείρησης

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
1	Ασφάλιστρα Κτιρίου	1.500
2	Υπάλληλος Μηχανογράφησης	16.800
3	Outsourcing (μισθοδοσία, καθαριότητα)	1.100
4	Νομικοί Σύμβουλοι	2.000
5	Λοιπά Γενικά Έξοδα	3.000
Σύνολο		24.400

Παρακάτω παρατίθεται πίνακας που δείχνει την εξέλιξη των Γενικών Εξόδων στη διάρκεια των πρώτων χρόνων λειτουργίας της επιχείρησης, με εκτίμηση του πληθωρισμού 3%.

Πίνακας 6.2 Εκτίμηση των Γενικών Εξόδων Ανά Έτος

ΕΤΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
1 ^ο Έτος λειτουργίας	24.400
2 ^ο Έτος λειτουργίας	25.132
3 ^ο Έτος λειτουργίας	25.886
4 ^ο Έτος λειτουργίας	26.663
5 ^ο Έτος λειτουργίας	27.462

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1 Προγραμματισμός Ανθρώπινου Δυναμικού

Οι ανθρώπινοι πόροι που απαιτούνται για την εφαρμογή και τη λειτουργία του επενδυτικού σχεδίου, θα καθορίζονται ανά κατηγορίες. Το σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού δεν θα ξεπερνάει τα 15 άτομα, εκ των οποίων οι 9 θα αποτελούν το κύριο δυναμικό του καταστήματος, οι πωλητές. Βέβαια προβλέπεται, βάσει αύξησης των πωλήσεων, μετά τα δυο πρώτα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης, το τρίτο έτος, πρόσληψη «πωλητών».

Οι επενδυτές, θα αναλάβουν ένα σύνολο ενεργειών, οι οποίες θα πρέπει να πραγματοποιηθούν, για να έχει η επιχείρηση τη δυνατότητα να αποκτήσει και να αξιοποιήσει κατάλληλους και ικανούς εργαζομένους, οι οποίοι θα προσφέρουν με επιτυχή και παραγωγικό τρόπο τις υπηρεσίες τους.

Οι υπάλληλοι, κυρίως οι πωλητές, που θα έρχονται σε συνεχή επικοινωνία με τους επισκέπτες, θα τους καθοδηγούν, θα συζητούν μαζί τους για τα βιβλία, θα πρέπει να διαθέτουν την κατάλληλη γνώση, υπόβαθρο. Δηλαδή η στελέχωση του βιβλιοπωλείου θα γίνει με άτομα εξειδικευμένα σε κάθε τομέα βιβλίων, είτε λόγω σπουδών, είτε λόγω ανάγνωσης πολλών βιβλίων σε κάποιο αντικείμενο. Θα πρέπει να αναφερθεί και ο προγραμματισμός, εκ μέρους της εταιρείας, για συνεχή ενημέρωση των υπαλλήλων της στα νέα βιβλία, αλλά και η διάθεση ειδικού χρόνου και ειδικών τιμών, να διαβάζουν νέα βιβλία για να μπορούν να γνωρίζουν τους νέους τίτλους.

Κάθε όροφος θα έχει ένα ταμείο, σε μέρες μη αιχμής, αυτοί θα εναλλάσσονται για τα ρεπό τους, και θα συμβάλλουν και στην εξυπηρέτηση πωλητών όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο. Ο κάθε όροφος- τμήμα θα διαθέτει τρεις εξειδικευμένους πωλητές. Μια καθαρίστρια θα βρίσκεται πάντα εκεί για βασική καθαριότητα, αλλά το σύνολο του κτιρίου θα καθαρίζεται από εξωτερικό συνεργείο καθαρισμού. Επίσης, σχετικά με τις υπηρεσίες της μισθοδοσίας, και γενικά τα λογιστικά, θα γίνει εξωτερική ανάθεση.

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται αναλυτικά οι ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό για το πρώτο έτος λειτουργίας.

Πίνακας 7.1 Ανθρώπινοι Πόροι Επιχείρησης

A/A	ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ
1	Διευθυντής	1
2	Πωλητές	9
3	Ταμίες	3
4	Διανομέας-Αποθηκάριος	1
5	Καθαρίστρια	1

7.2 Στρατολόγηση Ανθρώπινου Δυναμικού

Αφού λοιπόν προσδιορίστηκαν οι ανάγκες της εταιρείας σε προσωπικό, ύστερα από τον προγραμματισμό του ανθρώπινου δυναμικού, το επόμενο βήμα είναι η φάση της στελέχωσης, δηλαδή στρατολόγηση των υποψηφίων, με άλλα λόγια η προσέλκυση και η επιλογή των υποψηφίων.

7.2.1 Διαθεσιμότητα Ανθρώπινου Δυναμικού

Η εταιρεία θα έχει την έδρα της στον Πειραιά. Το γεγονός αυτό συντελεί στην ευκολότερη εξεύρεση υπαλλήλων για πολλούς λόγους. Καθώς η περιοχή έχει πολλούς φοιτητές, η επιχείρηση μπορεί να απορροφήσει αποφοίτους του πανεπιστημίου, οι οποίοι είναι άνθρωποι του βιβλίου. Επιπλέον, ο Πειραιάς είναι μία κατεξοχήν πυκνοκατοικημένη περιοχή επομένως αποτελεί πηγή ανθρώπινου δυναμικού. Αποτελεί συγκοινωνιακό κόμβο και επομένως οι υπάλληλοι θα μπορούν να έχουν πρόσβαση ανεξαρτήτως περιοχής, και έτσι διευρύνεται ο κύκλος των πιθανών υπαλλήλων, αυξάνοντας τις πιθανότητες εύρεσης του πλέον κατάλληλου προσωπικού.

7.2.2 Προσέλκυση Υποψηφίων

Ως προσέλκυση υποψηφίων ορίζεται η διαδικασία εντοπισμού και προσέλκυσης των κατάλληλων ατόμων για την κάλυψη των υπαρχουσών κενών θέσεων.

Πιο συγκεκριμένα η εταιρεία σκοπεύει να βάλει αγγελίες στον τύπο προκειμένου να στελεχώσει τις θέσεις. Επιπλέον σκοπεύει να απευθυνθεί στα Πανεπιστημιακά ιδρύματα για να προσελκύσει αποφοίτους προκειμένου να στελεχωθεί η επιχείρηση από εξειδικευμένα άτομα ανά ειδικότητα.

Για τη διευθυντική θέση τα πράγματα θα είναι κάπως διαφορετικά αφού οι επενδυτές θα είναι αυτοί που θα αποφασίσουν, αλλά και θα κάνουν πρόταση συνεργασίας σε κάποια εδραιωμένα ονόματα του χώρου.

Ο τεχνικός σχετικά με το τοπικό δίκτυο και τη μηχανογράφηση, δεν θα αποτελεί υπάλληλο της επιχείρησης, αλλά θα είναι εξωτερικός συνεργάτης, ο οποίος θα έρχεται μια (1) την εβδομάδα, για να επιβλέπει το σύστημα.

Τέλος όσον αφορά στους υπάλληλους καθαρισμού, θα γίνει πρόσληψη συνεργείου και τα λογιστικά θα ανατεθούν σε ειδικό γραφείο. Και στις δύο περιπτώσεις θα επιλεγεί ο καλύτερος αλλά και ο οικονομικότερος συνδυασμός.

7.2.3 Επιλογή Υποψηφίων

Η επιλογή των υποψηφίων διαφέρει ανάλογα με τη θέση που καλείται να καλύψει ο υποψήφιος. Για το σύνολο των υπαλλήλων αυτό που θα υπερισχύσει θα είναι η προηγούμενη εμπειρία, τα αποτελέσματά τους σε τεστ που θα περάσουν ως προς τη συμπεριφορά τους αλλά και το ενδιαφέρον τους για τα βιβλία. Ειδικές γνώσεις όπως ειδικά σεμινάρια που τυχόν να έχει παρακολουθήσει ο υποψήφιος θα έχουν βαρύνουσα σημασία.

Όσον αφορά τους ταμίες, αυτό που θα μετρήσει ιδιαίτερα είναι η ταχύτητα, η γνώση υπολογιστών καθώς και η παρουσία των υποψηφίων στην προβλεπόμενη συνέντευξη.

7.3 Εκπαίδευση και Ανάπτυξη Ανθρωπίνων Πόρων

Η LIBRI μετά την επιλογή και την πρόσληψη των υποψηφίων, προβλέπεται να υλοποιεί, σε συνεχή βάση, προγράμματα προσανατολισμού και κατάρτισης – εκπαιδύσεως. Βάσει αυτών, θα γίνεται όπως προαναφέρθηκε, εφικτή η συνεχή ενημέρωση των υπαλλήλων, κυρίως των πωλητών. Επιπλέον οι πωλητές των οποίων η σπουδαιότητα έχει τονιστεί επανειλημμένως θα πρέπει να παρακολουθήσουν ειδικά επικοινωνιακά σεμινάρια προκειμένου να είναι σε θέση να αποδώσουν τα μέγιστα στην εταιρεία. Το κόστος εκπαίδευσης παρατίθεται στον ακόλουθο πίνακα 7.2.

Πίνακας 7.2 Κόστος Εκπαίδευσης

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	ΚΟΣΤΟΣ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ (€)	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ/ ΕΤΟΣ (€)
Πωλητές	500	2.000
Ταμίες	300	600
Σύνολο		2.600

7.4 Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού

Η ανταμοιβή των εργαζομένων αποτελεί ουσιαστικό και καθοριστικό παράγοντα τόσο για την προσέλκυση των κατάλληλων και ικανών υποψηφίων και την παραμονή τους στην επιχείρηση, όσο και για το επίπεδο απόδοσης (ποσοτικό και ποιοτικό) και την εν γένει συμπεριφορά τους.

Ως αμοιβή θεωρείται κάθε είδους πληρωμή στον εργαζόμενο, σε αντάλλαγμα της απασχόλησης και συμβολής του στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης. Μπορεί να διαχωριστεί σε δύο είδη:

- Την άμεση οικονομική παροχή, την οποία αποτελεί ο μισθός και
- Την έμμεση οικονομική παροχή, την οποία αποτελούν οι διάφορες άλλες υποχρεώσεις του εργοδότη, όπως κοινωνική και ιατρική ασφάλιση αλλά και νομική υποστήριξη ή ακόμα και χορήγηση προϊόντων της επιχείρησης.

Το κόστος του ανθρωπίνου δυναμικού που θα απασχολείται από την υπό ίδρυση μονάδα δίδεται στον ακόλουθο πίνακα 7.3

Πίνακας 7.3 Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού το 1ο Έτος Λειτουργίας

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	ΜΗΝΙΑΙΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΕΡΓΟΛΟΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ
	(€)	(€)	(€)	(€)	(€)
Πωλητές (4)	943,18	12.851,77	7.376,18	20.227,95	80.911,81
Πωλητές (5)	974,82	13.282,89	7.623,62	20.906,51	104.532,55
Ταμίες (2)	864,39	11.772,76	6756,89	18.529,65	37.059,30
Ταμίες (1)	894,40	12.198,52	7.001,25	19.199,77	19.199,77
Διευθυντής	-	-	-	36.000	36.000
Αποθηκάριος	890,72	12.198,33	7.001,14	19.199,77	19.199,77
Καθαρίστρια	832,50	11.531,49	6.756,79	18.288,28	18.288,28
ΣΥΝΟΛΟ	-	-	-	-	295.992,

Θεωρήθηκε ότι η εταιρεία ακολουθεί της γενική συλλογική σύμβαση εργασίας από όπου και προκύπτουν οι μισθοί για την κάθε κατηγορία. Ο υπολογισμός της μισθοδοσίας έχει υπολογιστεί βάσει ανακοίνωσης της Ομοσπονδίας Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος και του Δελτίου Εργατικής Νομοθεσίας 16/11/2006 με ισχύ από 1/9/2007²⁷. Σημαντικό είναι εδώ να αναφερθεί ότι για τους υπαλλήλους στα βιβλιοπωλεία ισχύει ειδικό καθεστώς, όπου ανεξαρτήτου ειδικότητας όλοι υπάγονται στο ίδιο επικουρικό ταμείο. Τα αποτελέσματα του παραπάνω πίνακα προέκυψαν από τον αναλυτικό πίνακα μισθοδοσίας²⁸. Ο ετήσιος μισθός είναι το γινόμενο του μηνιαίου επί το 14 (12 μήνες συν δώρο Χριστουγέννων συν δώρο Πάσχα συν επίδομα αδείας). Στο μηνιαίο μισθό λήφθηκαν υπόψη και επιδόματα ξένων γλωσσών,

²⁷ Αρ. τεύχους 1482, 16/11/2006

²⁸ Βλέπε αναλυτικό πίνακα στο παράρτημα

πτυχίων, αλλά και προϋπηρεσίας. Γενικά για τον πιο αντικειμενικό προσδιορισμό του κόστους των μισθών λάβαμε υπόψη το μέγιστο κόστος για κάθε ειδικότητα. Η επιχείρηση θέλει να διαθέτει ανθρώπους που αγαπούν το βιβλίο και να δώσει ευκαιρίες, ανεξαρτήτως σπουδών ή ηλικίας. Για το λόγο αυτό θα επιλεγθούν άτομα με ανώτατη εκπαίδευση και χωρίς, με ή χωρίς προϋπηρεσία. Οι εργατικές εισφορές αποτελούν το 24,96%²⁹ του βασικού μισθού, με εξαίρεση της καθαρίστριας που είναι 26,36% και 3% είναι το ποσοστό για το επικουρικό ταμείο. Το συνολικό κόστος είναι το άθροισμα του ετήσιου μισθού συν τις εργοδοτικές εισφορές.

Όσο αφορά τον τεχνικό, εκεί υφίσταται συμβόλαιο με εταιρεία, το οποίο περιλαμβάνει 20 ώρες επανορθωτικές επισκέψεις ετησίως, δηλαδή σε περιπτώσεις βλαβών, και 3 προληπτικές επισκέψεις τον χρόνο.

Επιπλέον θεωρούμε ότι για κάθε χρόνο θα γίνεται μια αύξηση στα ποσά της τάξεως του 3%. Αναλυτικά τα ποσά για τους μισθούς, αλλά και την εκπαίδευση, δίνονται στον ακόλουθο πίνακα 7.4.

Πίνακας 7.4 Εκτίμηση Συνολικού Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού Ανά Έτος

ΕΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ (€)	ΚΟΣΤΟΣ ΜΙΣΘΩΝ (€)	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)
1^ο	2.600	295.992	298.592
2^ο	2.678	304.872	307.550
3^ο	2.758	314.018	316.776
4^ο	2.841	323.438	326.279
5^ο	2.926	333.142	336.068

²⁹ Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος, Δελτίον Εργατικής Νομοθεσίας, ΔΑ 49/2005, (2005), Μισθολογία Εργαζομένων στα βιβλιοπωλεία, βιβλιοχαρτοπωλεία, Εκδοτικούς Οίκους & Αποθήκες Χονδρικής Πώλησης Βιβλίου Όλης της Χώρας

Το τρίτο έτος η εταιρεία πιστεύει ότι θα χρειαστεί να προβεί στην πρόσληψη δυο (2) νέων υπαλλήλων, λόγω αύξησης των επισκεπτών στο κατάστημα. Βέβαια αυτό θα κριθεί από την επίτευξη ως τότε των στόχων. Παρόλα αυτά το παραπάνω αυτό κόστος έχει ληφθεί υπόψη στην μελέτη, δηλαδή $20.227,95 \times 2 = 40.456\text{€}$, και λόγω πληθωρισμού για το 3^ο, 4^ο και 5^ο έτος θα είναι 42.920€, 44.207€ και 45.534€.

7.4 Αξιολόγηση της Απόδοσης

Για να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης, κάθε ομάδα εργαζομένων αλλά και κάθε εργαζόμενος ξεχωριστά, έχει να εκτελέσει ένα συγκεκριμένο έργο. Η εκτέλεση αλλά και η ολοκλήρωση αυτού ορίζεται ως απόδοση του εργαζομένου και θα αποτελέσει αντικείμενο αξιολόγησης.

Ως αξιολόγηση της απόδοσης του εργαζομένου ορίζεται η διαδικασία, αφενός, συλλογής πληροφοριών και δεδομένων και αξιολόγησης τους, μέσα στα πλαίσια των στόχων και των αναγκών της εταιρείας, και αφετέρου ενημέρωσης των εργαζομένων – αξιολογούμενων για τη λήψη κατάλληλων αποφάσεων, οι οποίες θα στοχεύουν στη βελτίωση της απόδοσης του οργανισμού. Οι πληροφορίες και τα δεδομένα που προκύπτουν από την αξιολόγηση της απόδοσης είναι χρήσιμα, τόσο για την ίδια την επιχείρηση, όσο και για τον εργαζόμενο. Εκτενέστερα χρησιμεύουν στα εξής:

- Να διαπιστώνεται ποιοι εργαζόμενοι εκτελούν με παραγωγικό τρόπο την εργασία τους και ποιοι όχι, έτσι ώστε να υπάρχουν επιβραβεύσεις και νέα κίνητρα.
- Να βελτιώνεται η απόδοση (τρόπος εκτέλεσης, χρονοπρογράμματα εργασιών).
- Να βελτιώνεται το σύστημα ανταμοιβών (αυξήσεις, bonus).
- Να γίνονται πιο αποτελεσματικές τοποθετήσεις των εργαζομένων, ώστε να επιτυγχάνεται η πλήρης ανάμιξη τους στα δρώμενα της εταιρείας.
- Να ενημερώνονται οι εργαζόμενοι για τις προοπτικές εξέλιξης τους.
- Να διαπιστώνονται οι εκπαιδευτικές ανάγκες.
- Να διαπιστώνονται διοικητικές και οργανωτικές αδυναμίες.

Τα πρότυπα απόδοσης, βάσει των οποίων θα γίνεται η αξιολόγηση, θα είναι προσμετρήσιμα για να αποφεύγονται οι ασάφειες, ενώ θα φυλάσσονται σε βάση δεδομένων προκειμένου οι υπεύθυνοι της επιχείρησης να έχουν πάντα ολοκληρωμένη εικόνα της απόδοσης όλων των υπαλλήλων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 – ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1 Προσδιορισμός συνολικών αναγκών

Για να γίνει η σωστή επιλογή της τοποθεσίας και του χώρου εγκατάστασης θα πρέπει να γίνει σωστός και ακριβής προσδιορισμός των αναγκών που πρέπει να καλύπτει η τοποθεσία. Καταρχάς πρέπει να υπάρχει ικανοποιητικό μέγεθος ζήτησης για το προς πώληση προϊόν έτσι ώστε η επιχείρηση να είναι βιώσιμη. Όπως αναλύθηκε στο κεφάλαιο τρία, μεγάλη ζήτηση σημαίνει ότι η επιχείρηση μπορεί να αναπτυχθεί στην επιλεγθείσα περιοχή. Διαφορετικά υπάρχει περίπτωση η LIBRI να εμφανίζει στο τέλος των χρήσεων της ζημίες.

Κάθε επιχείρηση χρειάζεται πρώτες ύλες για να λειτουργήσει. Εάν αυτές μπορούν να προμηθευτούν από την περιοχή που θα εδρεύει η επιχείρηση τότε αυτό θα είχε πολύ θετική επίπτωση στο υπό μελέτη σχέδιο. Πρώτα απ' όλα, η προμήθεια αυτών θα είναι γρήγορη και επιπλέον η «LIBRI» θα συνεισφέρει θετικά στην ανάπτυξη της οικονομίας της επιλεγθείσας περιοχής.

Το ίδιο ισχύει και για την ανάγκη σε ανθρώπινο δυναμικό. Είναι πολύ σημαντικό η περιοχή να προσφέρει εργατικό δυναμικό στην εταιρεία. Τα πλεονεκτήματα θα είναι αμφότερα δεδομένου ότι με την πρόσληψη ατόμων από την συγκεκριμένη περιοχή η εταιρεία θα συνεισφέρει στην μείωση της ανεργίας και θα παρέχει ευκαιρίες εργασίας. Από το κάτοπτρο της εταιρείας είναι θετικό το προσωπικό να είναι κάτοικος της ευρύτερης περιοχής γιατί έτσι η πρόσβαση στην επιχείρηση θα είναι άμεση και θα μειωθεί ο κίνδυνος καθυστερήσεων στη λειτουργία της επιχείρησης. Επιπλέον, το προσωπικό θα νιώθει ότι συνεισφέρει στην ανάπτυξη της γειτονιάς του, το οποίο αποτελεί δυνατό κίνητρο για την αποδοχή της επιχείρησης από τους κατοίκους.

Ευνόητο είναι ότι για να υλοποιηθεί η επένδυση απαιτείται το οικοπέδο ή το έτοιμο κτίριο προκειμένου να στεγαστεί η επιχείρηση. Στην συγκεκριμένη μελέτη το κτίριο είναι ιδιόκτητο και έτσι δεν υπάρχουν περιθώρια ευελιξίας. Η τοποθεσία είναι προεπιλεγμένη και δεν απαιτείται να γίνει έρευνα της βέλτιστης τοποθεσίας.

Σε κάθε περίπτωση, πριν την επιλογή της περιοχής θα πρέπει να ελέγχεται η παροχή νερού, ηλεκτρικού και τηλεπικοινωνιακού δικτύου. Φυσικά, όταν πρόκειται για μεγάλες πόλεις το νερό και το ηλεκτρικό θεωρούνται δεδομένα. Όμως, πάντα θα πρέπει να ελέγχεται η διαθεσιμότητα καλού τηλεπικοινωνιακού δικτύου. Δεν είναι λίγες οι περιοχές όπου το δίκτυο δεν ήταν σταθερό ακόμα και σε κεντρικές περιοχές της χώρας με αποτέλεσμα να δημιουργούνται σοβαρότατα προβλήματα στις επικοινωνίες (τηλεφωνίες, διαδίκτυο). Στην LIBRI η περιοχή του Πειραιά που έχει επιλεγεί έχει πολύ καλό και σταθερό δίκτυο από πολλούς πάροχους τηλεπικοινωνιών.

Εάν υπάρχει αναπτυγμένο δίκτυο συγκοινωνιών κοντά στην τοποθεσία – οικόπεδο τότε η επιχείρηση θα είναι εύκολα προσβάσιμη και για το προσωπικό αλλά κυρίως για τους πελάτες ιδιαίτερα εάν στην περιοχή είναι δύσκολη η εύρεση ελεύθερων θέσεων στάθμευσης γεγονός που καθιστά δύσκολη την πρόσβαση στην επιχείρηση με το αυτοκίνητο.

Τέλος, θετικό παράγοντα παίζει η συνολική ανάπτυξη της συγκεκριμένης περιοχής. Είναι προτιμότερο να επιλέγονται τοποθεσίες που γειτνιάζουν με εμπορικά κέντρα, σχολεία ή ακόμα και κέντρα αναψυχής αντί να βρίσκεται κάπου απομονωμένα.

Συνοπτικά, οι συνολικές ανάγκες όσον αφορά στην τοποθεσία και στον χώρο εγκατάστασης της επιχείρησης είναι:

- Μέγεθος Ζήτησης
- Πρώτες Ύλες
- Ανθρώπινο Δυναμικό
- Επάρκεια Γης
- Ύδρευση
- Ενέργεια
- Δίκτυο Επικοινωνιών
- Μεταφορικά δίκτυα
- Γειτνιάσεις

8.2 Επιλογή Γεωγραφικής Περιοχής

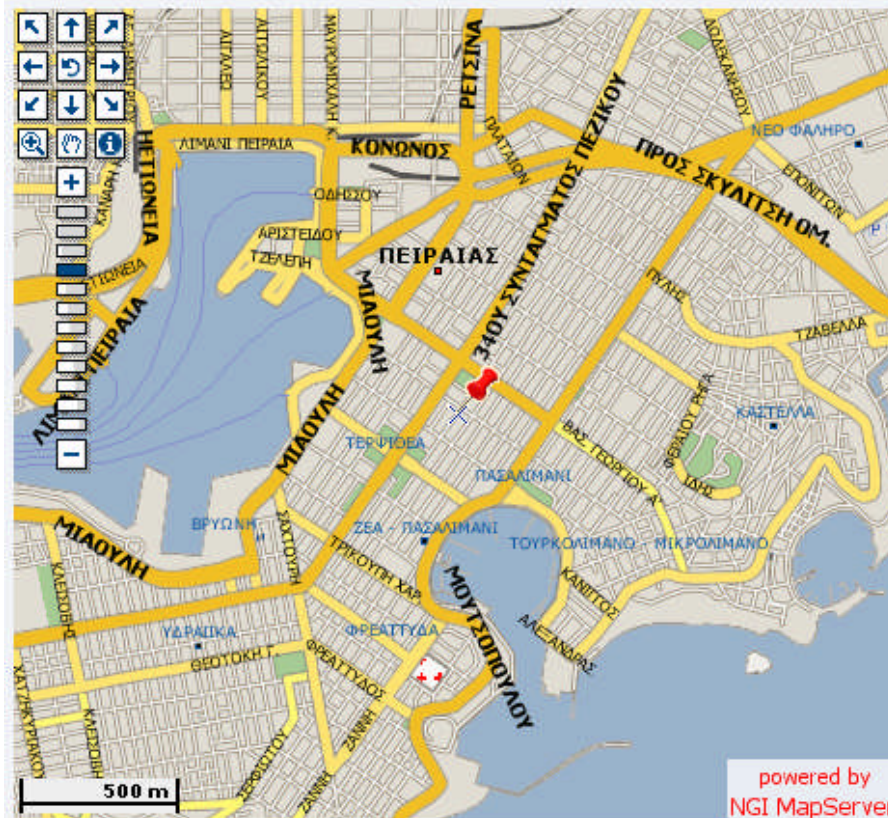
Τα κριτήρια με τα οποία θα πρέπει να αξιολογηθεί η επιλεγείσα τοποθεσία πρέπει να είναι βάσει του ποσοστού κάλυψης των αναγκών της επιχείρησης. Για την επιχείρηση LIBRI η επιλεγείσα περιοχή είναι ο Πειραιάς. Όπως αναλύθηκε στο κεφάλαιο τρία, ο Πειραιάς έχει πολλά μικρά βιβλιοπωλεία λόγω της αυξημένης ζήτησης που καθιστά τέτοιου είδους επιχειρήσεις βιώσιμες. Επειδή θεωρείται εμπορική ζώνη είναι εύκολο η LIBRI να προμηθεύεται τις πρώτες της ύλες. Επιπλέον, είναι πυκνοκατοικημένη και έτσι υπάρχει σίγουρα μεγάλη προσφορά εργασίας με αποτέλεσμα να θεωρείται εύκολη η εύρεση εργατικού δυναμικού. Η διαθεσιμότητα ύδρευσης, ενέργειας και τηλεπικοινωνιών θεωρείται δεδομένη καθώς και οι συγκοινωνιακές διευκολύνσεις. Άλλωστε, εκτός από τον σταθμό ΗΣΑΠ του Πειραιά και τα κεντρικά λεωφορεία, στον Πειραιά έχει αναπτυχθεί πολύ καλή τοπική συγκοινωνία λόγω του μεγέθους της πόλης.

Παρόλο, λοιπόν, που η περιοχή του Πειραιά συγκεντρώνει όλα εκείνα τα στοιχεία που απαιτούνται για την ανάπτυξη ενός μεγάλου βιβλιοπωλείου κανένα βιβλιοπωλείο δεν έχει προχωρήσει σε μία τέτοια επένδυση. Ο λόγος που δεν υπάρχουν βιβλιοπωλεία όπως η επιχείρηση LIBRI είναι ο κορεσμός που επικρατεί στον Πειραιά σε κτίσματα με αποτέλεσμα να μην υπάρχει διαθεσιμότητα οικοπέδου ή έτοιμου κτιρίου για να αναπτυχθεί η επιχείρηση. Αυτός είναι ο κυριότερος λόγος για τον οποίο τα περισσότερα βιβλιοπωλεία στον Πειραιά είναι μικρά τοπικά βιβλιοχαρτοπωλεία.

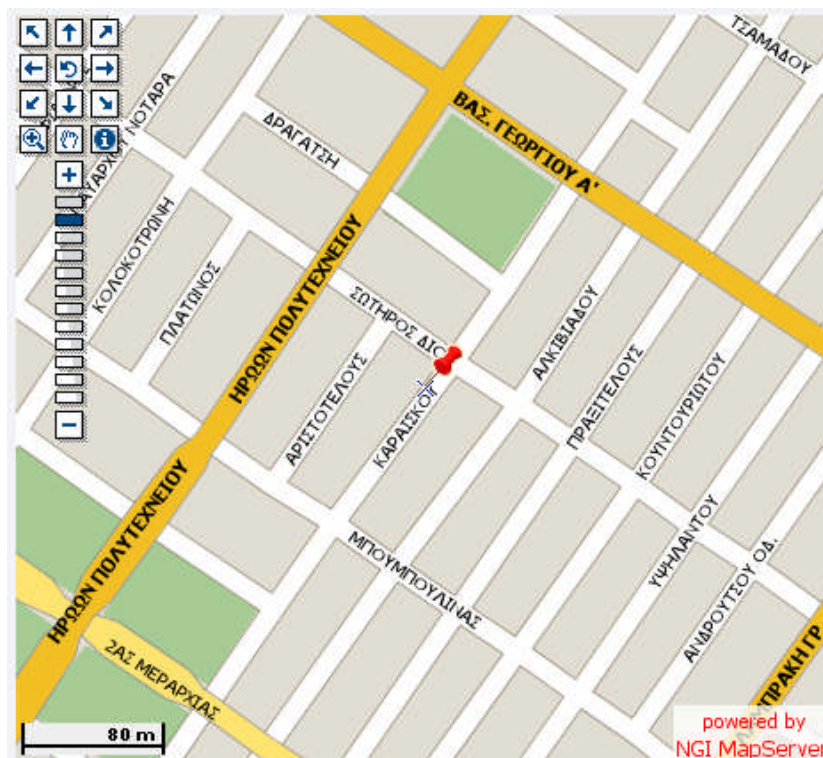
8.3 Επιλογή Τοποθεσίας – Οικοπέδου

8.3.1 Περιγραφή Τοποθεσίας μέσω χαρτών

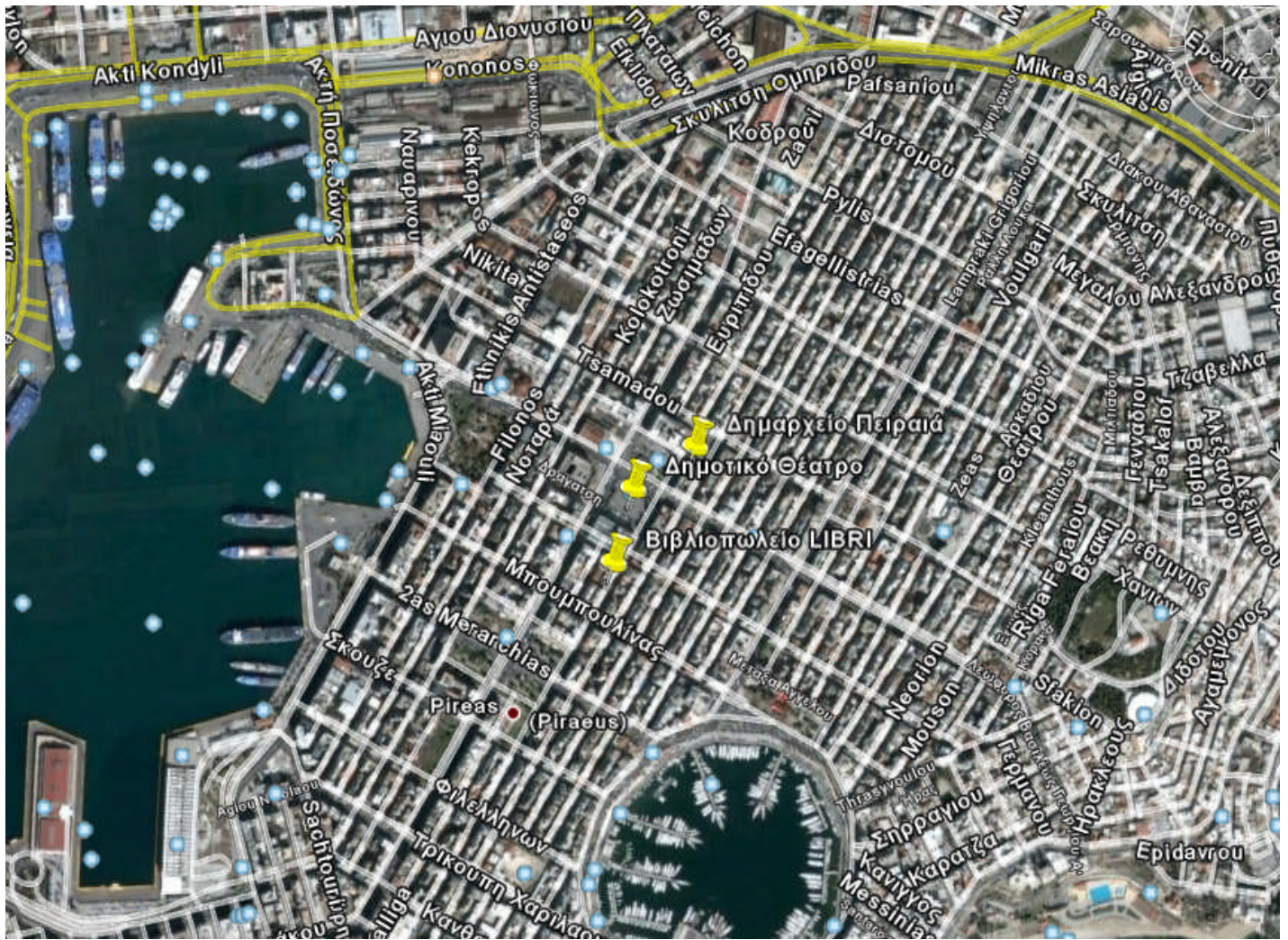
Στην περίπτωση του συγκεκριμένου σχεδίου οι επενδυτές (κος και κα Λογοθέτη) έχουν ξεπεράσει το εμπόδιο εύρεσης οικοπέδου ή κτιρίου δεδομένου ότι είναι ήδη ιδιοκτήτες ενός μεγάλου κτίσματος στο κέντρο του Πειραιά. Παρουσιάζεται ο χάρτης για ακριβέστερη κατανόηση του σημείου που θα υλοποιηθεί η επένδυση.



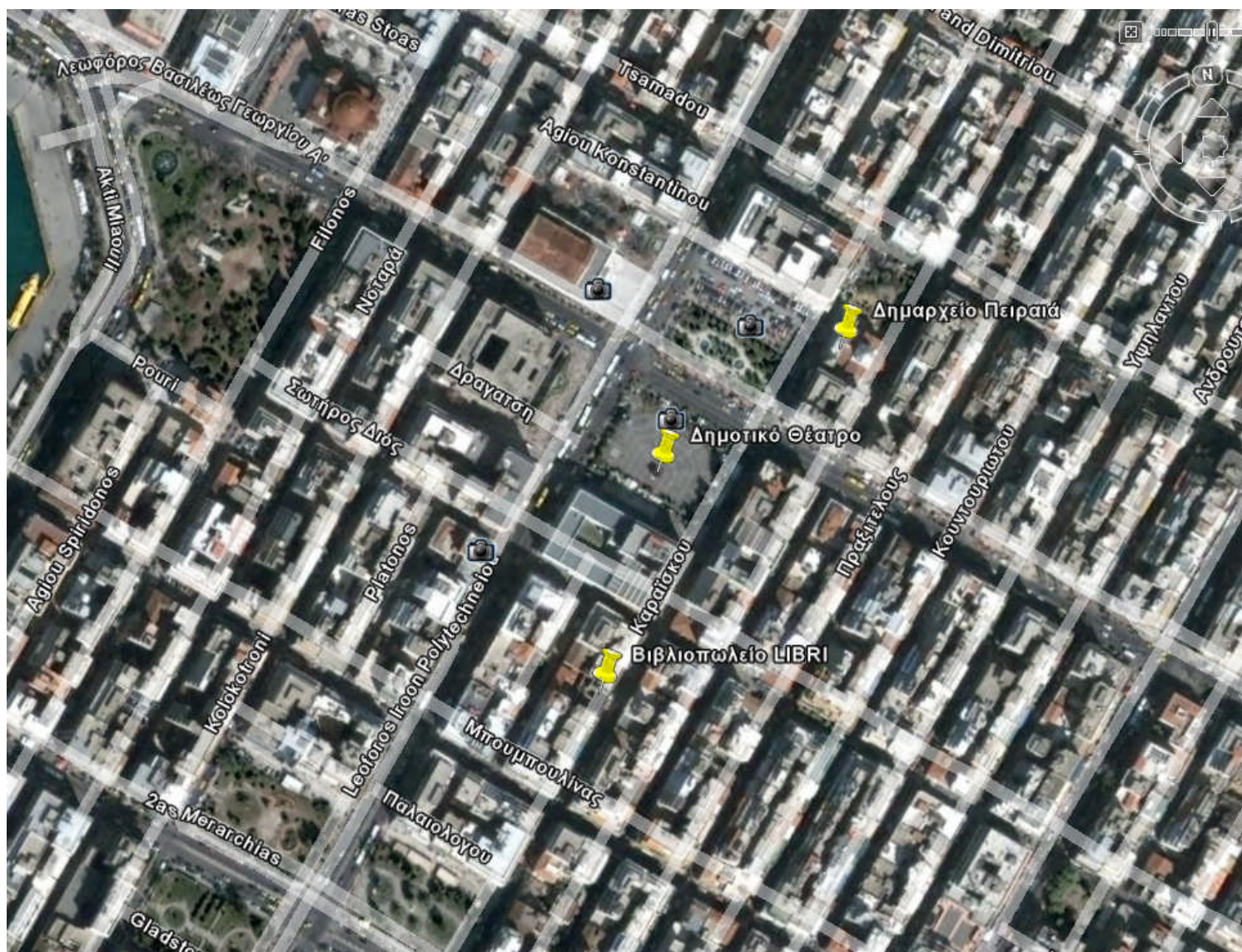
Εικόνα 8.1 Χάρτης μικρής κλίμακας



Εικόνα 8.2 Χάρτης μεγάλης κλίμακας



Εικόνα 8.3 Δορυφορική Φωτογραφία της περιοχής (μικρής κλίμακας)



Εικόνα 8.4 Δορυφορική Φωτογραφία της περιοχής (μεγάλης κλίμακας)

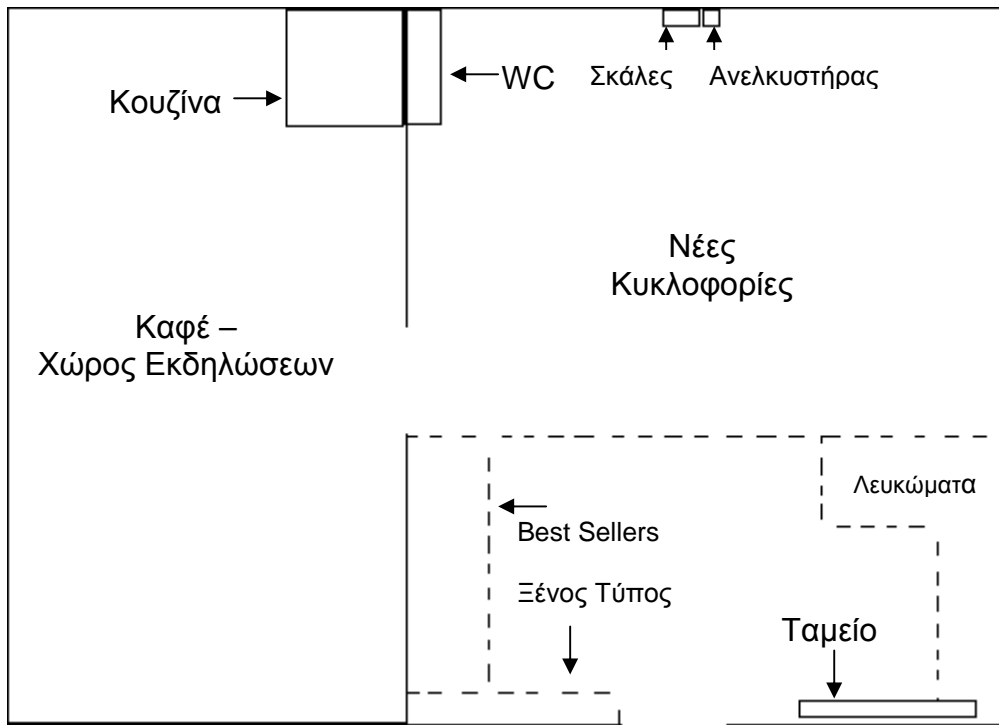
8.3.2 Λεπτομερής Περιγραφή τοποθεσίας

Το κτίριο βρίσκεται στην οδό Καραϊσκού 108, Τ.Κ. 18535 στον Πειραιά πλησίον του Δημοτικού Θέατρου. Περιβάλλεται, από κεντρικές αρτηρίες όπως Ηρώων Πολυτεχνείου, 2ας Μεραρχίας και Γρηγορίου Λαμπράκη. Πιο συγκεκριμένα, απέχει μόλις ένα οικοδομικό τετράγωνο από την Ηρώων Πολυτεχνείου, δύο οικοδομικά τετράγωνα από την 2ας Μεραρχίας και έξι οικοδομικά τετράγωνα από την Γρηγορίου Λαμπράκη. Επιπλέον, απέχει περίπου 700 μέτρα από τον ηλεκτρικό σταθμό του Πειραιά και λιγότερο από 500 μέτρα από το Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

8.3.3 Περιγραφή εσωτερικού χώρου

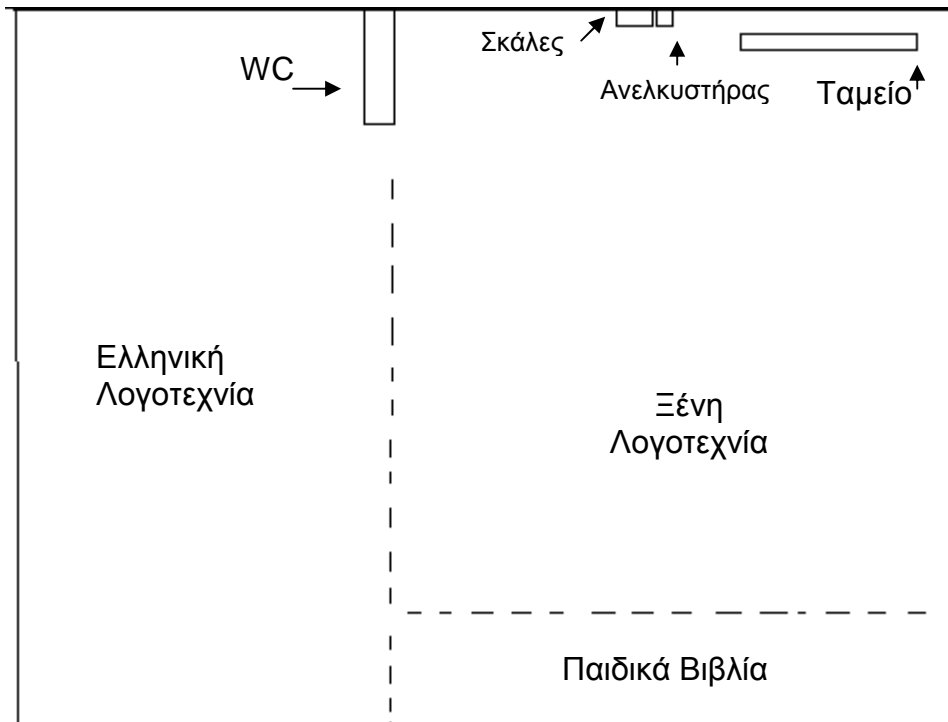
Το κτίριο αυτό είναι συνολικά 510 τμ. Στο ισόγειο έχει δύο χώρους 135 τμ και 45 τμ οι οποίοι με κατάλληλη διαμόρφωση μπορούν να ενοποιηθούν και να αποτελούν έναν ενιαίο χώρο 180 τμ και επιπλέον έχει δύο ορόφους 175 τμ ο κάθε ένας. Τέλος, στο υπόγειο υπάρχει μία αποθήκη 20 τμ.

Παρακάτω παρουσιάζεται η πρόβλεψη που έχει γίνει για την εσωτερική διαμόρφωση του χώρου έτσι ώστε να στεγαστούν όλα τα τμήματα της εταιρίας «LIBRI» λαμβάνοντας υπόψη της ανάγκες εξυπηρέτησης πελατών του κάθε τμήματος. Για καλύτερη κατανόηση παρουσιάζονται σε κατόψεις οι όροφοι του βιβλιοπωλείου.



Διάγραμμα 8.1 Κάτοψη Ισογείου

Στο ισόγειο έχει προβλεφθεί χώρος για την κουζίνα (6 τμ), το WC (4 τμ), τις σκάλες (2 τμ), τον ανελκυστήρα (1 τμ) και το ταμείο (3 τμ). Σε περίπου 70 τμ θα στεγαστεί ο χώρος του καφέ και τα υπόλοιπα 97 τμ μοιράζονται στον χώρο για τις νέες κυκλοφορίες (65 τμ), για τα λευκώματα (15 τμ), για τα Best Sellers (12 τμ) και για τον ξένο τύπο (5 τμ).



Διάγραμμα 8.2 Κάτοψη 1ου Ορόφου

Στον πρώτο όροφο θα φιλοξενηθεί η λογοτεχνία η οποία χωρίζεται στην Ελληνική Λογοτεχνία (70 τμ) και στην Ξένη Λογοτεχνία (70 τμ). Στον ίδιο όροφο θα στεγάζονται και τα Παιδικά Βιβλία (25 τμ). Θεωρείται ο βέλτιστος χώρος διότι τα παιδιά που σίγουρα θα συνοδεύονται από τους γονείς τους θα μπορούν να διαλέγουν τα αγαπημένα τους βιβλία χωρίς να χάνονται από την επίβλεψη των γονιών τους. Ομοίως με το ισόγειο έχει αφιερωθεί ο ίδιος χώρος για τις σκάλες, τον ανελκυστήρα, το WC και το ταμείο.



Διάγραμμα 8.3 Κάτοψη 2ου Ορόφου

Ο δεύτερος όροφος θα αφιερωθεί σε πιο εξειδικευμένα βιβλία. Στο μεγαλύτερο τμήμα του θα υπάρχουν βιβλία εξειδικευμένων γνώσεων, τεχνικών θεμάτων και πανεπιστημιακά βιβλία (100 τμ). Σε έναν μικρότερο χώρο θα υπάρχουν ξενόγλωσσα βιβλία (50 τμ) και τέλος στον όροφο αυτό θα υπάρχει ένας αυτόνομος χώρος για την διοίκηση του βιβλιοπωλείου. Στον χώρο αυτό θα υπάρχει το γραφείο του διευθυντή του καταστήματος (9 τμ), μία μικρή αίθουσα συσκέψεων (12 τμ) και αυτόνομη τουαλέτα (4 τμ). Φυσικά και στον δεύτερο όροφο υπάρχει αντίστοιχος χώρος για σκάλες, ανελκυστήρα, WC και ταμείο.

Η αποθήκη του κτιρίου είναι 20 τμ από τα οποία 2 τμ απαιτούνται για τον ανελκυστήρα. Τα υπόλοιπα θα χρησιμεύσουν ως αποθηκευτικός χώρος των βοηθητικών προμηθειών της επιχείρησης.

Πρέπει να τονιστεί ότι έχει προβλεφθεί ένα ταμείο για κάθε όροφο έτσι ώστε να καλύπτονται οι απαιτήσεις κάθε ορόφου ξεχωριστά. Η σπουδαιότητα αυτού του διαχωρισμού είναι μεγάλη. Για παράδειγμα, ένας φοιτητής χρειάζεται πολύ λίγο χρόνο για να βρει ένα συγκεκριμένο πανεπιστημιακό βιβλίο και αναζητά μια γρήγορη εξυπηρέτηση στο ταμείο. Αντιθέτως, τα μέλη μίας οικογένειας ενδεχομένως προτίθενται να δαπανήσουν πολύ περισσότερο χρόνο μέσα στο βιβλιοπωλείο για αγορά και πληρωμή των βιβλίων τους. Είναι ορθό να μην επηρεάζεται ο χρόνος της μία πελατειακής ομάδας με τον χρόνο της άλλης.

Τέλος, κάθε όροφος έχει έναν χώρο για την τουαλέτα. Αυτό είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την εταιρία δεδομένου ότι το επιβάλει η νομοθεσία.

8.4 Εξοπλισμός Εσωτερικού Χώρου

Για την λειτουργία της “LIBRI” απαιτείται η αγορά εξοπλισμού για το εσωτερικό της επιχείρησης όχι μόνο για την τοποθέτηση των βιβλίων όσο και για την καλύτερη και ποιοτικότερη εξυπηρέτηση των πελατών. Έτσι πρέπει να αγοραστούν ξύλινες βιβλιοθήκες με συγκεκριμένες προδιαγραφές. Κατ’ αρχάς θα πρέπει το ξύλο να είναι πολύ καλής ποιότητας έτσι ώστε να αντέχουν το βάρος των βιβλίων χωρίς να αλλοιώνονται. Η επιλογή του υλικού δεν είναι τυχαία. Είναι γνωστό ότι το ξύλο δημιουργεί την ζεστή ατμόσφαιρα που θέλει ο επενδυτής να δώσει στην επιχείρησή του. Επιπλέον, οι βιβλιοθήκες αυτές θα είναι δύο επιπέδων. Θα υπάρχει ένα ενιαίο επίπεδο και μπροστά από αυτό θα μετακινείται το δεύτερο επίπεδο πάνω σε σιδηρόδρομο έτσι ώστε να εξοικονομείται περισσότερος χώρος και να υπάρχει μεγαλύτερη διαθεσιμότητα τίτλων και αντιτύπων.

Στην διαμόρφωση του χώρου θα περιλαμβάνονται και ανάλογοι πάγκοι διαφόρων διαστάσεων ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε ορόφου, όπου θα είναι ταξινομημένες οι πιο πρόσφατες κυκλοφορίες του κάθε είδους.

Με τον εξοπλισμό εσωτερικού χώρου όμως δεν επιδιώκεται μόνο η λειτουργικότητα αλλά και η άνεση που θα προσφέρεται στο πελατειακό κοινό. Για αυτό θα προσφέρονται αναπαυτικές πολυθρόνες στον κάθε όροφο έτσι ώστε να δημιουργείται

μια φιλόξενη ατμόσφαιρα σε αυτούς που θέλουν να εξετάσουν ενδελεχώς τα βιβλία που θέλουν να αγοράσουν. Σε αυτές τις πολυθρόνες θα μπορούν να κάθονται άνθρωποι που θέλουν να συζητούν να ανταλλάσσουν απόψεις και γνώμες γύρω από τον χώρο του βιβλίου αλλά και άλλων πολιτιστικών γεγονότων.

Δεν πρέπει να παραληφθεί ότι μεγάλη σημασία παίζει και ο φωτισμός των ορόφων ο οποίος πρέπει να είναι αρκετά καλός έτσι ώστε να βοηθάει την ανάγνωση αλλά όχι περισσότερο από το απαραίτητο γιατί αυτό μπορεί να συνδράμει αρνητικά στην ζεστή ατμόσφαιρα του βιβλιοπωλείου.

Έτσι, συνολικά θα απαιτηθεί ο παρακάτω εξοπλισμός:

Πίνακας 8.1 Εκτίμηση Απαιτήσεων σε Εξοπλισμό Εσωτερικού Χώρου

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (σε τεμάχια)	ΤΙΜΗ (ανά τεμάχιο) (τιμές χονδρικής)	ΣΥΝΟΛΟ (€)
1	Βιβλιοθήκες	130	80	10.400
2	Πάγκοι	7	250	1.750
3	Πολυθρόνες	9	200	1.800
4	Τραπέζια	3	300	900
5	Φωτιστικά Δαπέδου	6	40	240
ΣΥΝΟΛΟ				15.090

8.5 Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις

Όπως αναλύθηκε στο κεφάλαιο 4, η πρώτη ύλη για την υπό μελέτη επιχείρηση είναι τα βιβλία. Επομένως, λόγω της φύσεως του προϊόντος, οι εγκαταστάσεις της επιχείρησης δεν θα επηρεάσουν το φυσικό περιβάλλον. Η εταιρία LIBRI δεν είναι παραγωγική μονάδα κι έτσι δεν αναμένεται να γίνει περιβαλλοντική μελέτη δεδομένου ότι ούτε υπάρχουν ιδιαίτερες περιβαλλοντικές συνθήκες στην ευρύτερη

περιοχή του Πειραιά ούτε η λειτουργία της επιχείρησης θα επηρεάσει τις επικρατούσες συνθήκες.

8.6 Διασφάλιση Ποιότητας

Έχει αναλυθεί σε προηγούμενα κεφάλαια ότι η επιχείρηση θα παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Αυτό δεν αποτελεί μία θεωρητική βάση λειτουργίας της επιχείρησης αλλά μια συγκεκριμένη πολιτική η οποία θα διασφαλίζεται μέσω ενός ολοκληρωμένου συστήματος διασφάλισης ποιότητας. Το πρότυπο που θα ακολουθηθεί θα είναι αυτό του ISO 9001:2000. Το σύστημα διασφάλισης ποιότητας θα είναι πλήρως καθορισμένο, ο τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης και οι διαδικασίες που θα ακολουθούνται θα είναι καταγεγραμμένες έτσι ώστε να ακολουθούνται από το προσωπικό και την διοίκηση. Επιπλέον, θα συμπληρώνονται οι ημερήσιες και εβδομαδιαίες φόρμες αναφοράς έτσι ώστε να παρακολουθείται τακτικά η τήρηση του προτύπου και να επιτευχθεί η πιστοποίηση κατά ISO 9001:2000.

8.7 Κόστος Προετοιμασίας Χώρου Εγκατάστασης

Παρακάτω παρουσιάζεται η εκτίμηση του κόστους του χώρου εγκατάστασης και του εξοπλισμού.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω το κτίριο είναι ιδιόκτητο. Αυτό σημαίνει ότι το κόστος κτήσης του κτιρίου είναι μηδενικό. Παρόλα αυτά, τον ιδιοκτήτη δεν τον ενδιαφέρει το κατά πόσο το κτίριο θα είναι στην κατοχή του. Η κυριότερη μέριμνα είναι η ανεύρεση κεφαλαίου για την υλοποίηση της επένδυσης. Ένας έξυπνος, πρωτοποριακός και κερδοφόρος τρόπος αντιμετώπισης της κατάστασης είναι η χρηματοδοτική λύση “Sale and Lease Back”. Βάσει αυτής της τακτικής, ο ιδιοκτήτης θα πουλήσει το ακίνητο σε κάποιον ενδιαφερόμενο αγοραστή ο οποίος στην συνέχεια θα το ενοικιάσει αμέσως πίσω στον αρχικό ιδιοκτήτη του ακινήτου. Με αυτόν τον τρόπο ο ιδιοκτήτης θα μπορεί να κάνει πλήρη χρήση του ακινήτου, έχοντας μεγάλη ρευστότητα και χωρίς να δεσμεύει το ακίνητό του στα πάγια της επιχείρησης. Τα

επιπλέον πλεονεκτήματα είναι η αποφυγή φορολογίας ακίνητης περιουσίας και η αποφυγή ζημίας λόγω της απόσβεσης του παγίου με την πάροδο των ετών.

Η τιμή πώλησης του συγκεκριμένου κτιρίου κυμαίνεται στα 441.643 €. Το ενοίκιο που θα πληρώνει ο ιδιοκτήτης το μήνα θα είναι 3.500 €. Κατά συνέπεια τα κόστη θα έχουν ως εξής:

Πίνακας 8.2 Εκτίμηση Κόστους Χώρου Εγκατάστασης

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€/έτος)
	<i>Λειτουργικά Έξοδα</i>	
1	Ενοίκιο (3.500€*12μήνες)	42.000
	<i>Πάγια Έξοδα</i>	
1	Νομικά Έξοδα	3.000
2	Εξοπλισμός Εσωτερικού Χώρου	15.090
3	Άλλα Έξοδα	4.000
	ΣΥΝΟΛΟ	22.090

Παρακάτω παρατίθεται πίνακας που δείχνει την εξέλιξη του Κόστους του Χώρου Εγκατάστασης για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας της επιχείρησης, με εκτίμηση του πληθωρισμού 3%.

Πίνακας 8.3 Εκτίμηση του Κόστους Χώρου Εγκατάστασης Ανά Έτος

ΕΤΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
1 ^ο Έτος λειτουργίας	42.000
2 ^ο Έτος λειτουργίας	43.260
3 ^ο Έτος λειτουργίας	44.558
4 ^ο Έτος λειτουργίας	45.895
5 ^ο Έτος λειτουργίας	47.271

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 - ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1 Γενικά

Στόχος του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι να καθοριστεί με σαφή τρόπο ο προγραμματισμός εκτελέσεως του υπό μελέτη επενδυτικού σχεδίου καθώς επίσης και ο προϋπολογισμός των επιμέρους δραστηριοτήτων του. Εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου σημαίνει να πραγματοποιηθούν όλες οι εντός και οι εκτός της μονάδας επιμέρους εργασίες που είναι απαραίτητες για να φέρουν το επενδυτικό σχέδιο από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο της λειτουργίας και την έναρξη της παραγωγικής διεργασίας.

9.1.1 Ενέργειες κατά την κατασκευαστική περίοδο

Το παρόν επενδυτικό σχέδιο περιλαμβάνει τις παρακάτω βασικές εργασίες:

- Προετοιμασία ενός χρονοπρογράμματος εκτελέσεως του έργου, στο οποίο να απεικονίζονται σωστά, από θέμα χρόνου, οι διάφορες εργασίες και να υφίστανται οι κατάλληλες χρονικές περίοδοι για τη συμπλήρωση κάθε συγκεκριμένης εργασίας,
- Καθορισμός των πόρων που απαιτούνται για να ολοκληρωθεί η κάθε επιμέρους εργασία και αναφορά του αντίστοιχου κόστους,
- Ενέργειες για την έγκαιρη έγκριση αδειών, συμβολαίων,
- Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτελέσεως του έργου και κατάσταση χρηματικών ροών οι οποίες θα εξασφαλίσουν τη διαθεσιμότητα των απαραίτητων κεφαλαίων, κατά τη διάρκεια της φάσεως εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου,
- Επίβλεψη, συντονισμός, δοκιμές και παραλαβή μηχανολογικού εξοπλισμού και έργων πολιτικού μηχανικού,
- Πρόσληψη του διευθυντικού προσωπικού,
- Ενέργειες για το μάρκετινγκ,

- Τεκμηρίωση όλων των στοιχείων εκτελέσεως του έργου, τα οποία επιτρέπουν το χρονικό και χρηματοοικονομικό προγραμματισμό, καθώς και τον προγραμματισμό των προβλέψεων που έγιναν στην προηγούμενη φάση της παρούσας μελέτης.

9.2 Ομάδα επιβλέψεως και εκτελέσεως του έργου

Υπεύθυνος για την εκτέλεση του προγράμματος θα είναι ο διευθυντής της νέας μονάδας, οι επενδυτές και οι επιχειρηματίες της Μοσχονάς ΑΕ. Επίσης, στην επίβλεψη και εκτέλεση έργου θα βοηθήσουν τα άτομα από το τμήμα μελετών και επιβλέψεων των έργων της RMT. Είναι πολύ σημαντικό η ομάδα αυτή να είναι αποτελεσματική καθώς θα επωμιστεί το δύσκολο αυτό έργο της επίβλεψης και της εκτέλεσης του σχεδίου. Πολύ σπουδαίο παράγοντα αποτελεί η καλή γνώση των τοπικών συνθηκών από την ομάδα.

Η ομάδα αυτή θα πρέπει να είναι προετοιμασμένη να αντιμετωπίσει προβλήματα όπως:

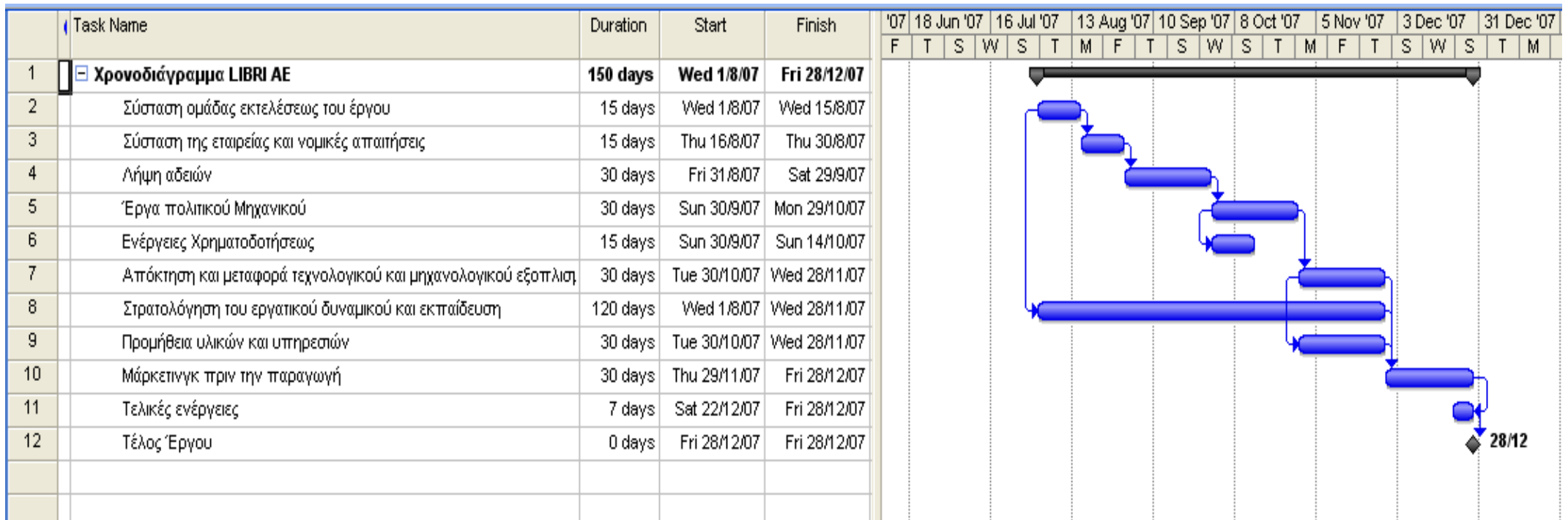
- Η αποφυγή καθυστερήσεων στην εκτέλεση του έργου,
- Η αποφυγή υπερβάσεων του κόστους,
- Η εξασφάλιση της ομαλής χρηματοδοτήσεως του έργου,
- Η αξιολόγηση των προσφορών των διαφόρων κατασκευαστών και ο εντοπισμός του πιο ικανού κατασκευαστή ή προμηθευτή εξοπλισμού και διαπραγματεύσεις με αυτούς,
- Η εξασφάλιση της ασφάλειας των έργων, κ.α

9.3 Επιλογή του άριστου προγράμματος εκτελέσεως του έργου και του χρονοδιαγράμματος των εργασιών

Για το σχεδιασμό του χρονοδιαγράμματος ιδρύσεως και λειτουργίας της όλης επιχείρησης, λαμβάνονται υπόψη οι ακόλουθες δραστηριότητες οι οποίες θα πραγματοποιηθούν από τον:

1. Σύσταση ομάδας εκτελέσεως του έργου
2. Σύσταση της εταιρείας και νομικές απαιτήσεις
3. Λήψη αδειών
4. Έργα πολιτικού μηχανικού
5. Ενέργειες χρηματοδότησεως
6. Απόκτηση και μεταφορά του τεχνολογικού και μηχανολογικού εξοπλισμού
7. Στρατολόγηση του εργατικού δυναμικού και εκπαίδευση
8. Προμήθεια υλικών και υπηρεσιών
9. Μάρκετινγκ πριν την παραγωγή
10. Τελικές ενέργειες

Παρακάτω παρατίθεται το χρονοδιάγραμμα Gantt των δραστηριοτήτων που πρέπει να λάβουν χώρα για την ίδρυση και λειτουργία της επιχείρησης. Στο διάγραμμα αυτό φαίνονται οι δραστηριότητες, ο χρόνος υλοποίησης της κάθε μίας δραστηριότητας, η αλληλουχία των δραστηριοτήτων καθώς και ο συνολικός χρόνος υλοποίησης που προκύπτει, ο οποίος υπολογίζεται σε περίπου 5 μήνες.



Διάγραμμα 9.1 Χρονοδιάγραμμα Gantt

Παρακάτω παρατίθεται ο πίνακας που υποδεικνύει κόστη της επιχείρησης, για την περίοδο προτού η επιχείρηση ανοίξει επισήμως, έξοδα για την υλοποίηση της υπό μελέτης επένδυσης. Οι πωλητές και οι ταμίες θα εργάζονται για την εταιρεία ένα μήνα πριν την επίσημη έναρξη λειτουργίας του καταστήματος.

Πίνακας 9.1 Εκτίμηση κόστους επένδυσης του επενδυτικού σχεδίου

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
1	Μισθοί στρατολογηθέντος προσωπικού για εργασία από ημέρα πρόσληψης έως ημέρα έναρξης	20.524
2	Ταξίδια & έξοδα επικοινωνιών	2.000
3	Δοκιμές τεχνολογίας	500
4	Έξοδα για Μάρκετινγκ και διαφημίσεις	3.000
5	Αρχική εκπαίδευση προσωπικού	1.000
6	Νομικές & Συμβολαιογραφικές Αμοιβές ιδρύσεως & συστάσεως εταιρείας	4.000
7	Σχέδια μηχανολογικών έργων πολιτικού μηχανικού	25.000
ΣΥΝΟΛΟ		56.024

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 - ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η πραγματοποίηση μίας μελέτης έχει ως τελικό σκοπό την χρηματοοικονομική αξιολόγηση της επένδυσης, για να παρθούν αποφάσεις και σχεδιαστούν στρατηγικές. Μέσα από την ανάλυση που προηγήθηκε, θα συνδυάσουμε τις ανάγκες της εταιρείας σε κεφάλαιο, με τα προσδοκώμενα οφέλη. Θα αναλυθούν οι δυνατότητες ρευστότητας της υπό μελέτη επιχείρησης, αλλά και η μετατροπή των χρηματικών πόρων σε παραγωγικό ενεργητικό.

10.1 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης

10.1.1 Αρχικό Κόστος Επενδύσεως

Ως κόστος επενδύσεως ορίζεται το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού (πάγιες επενδύσεις συν άλλα προπαραγωγικά έξοδα) και του καθαρού κεφαλαίου κινήσεως, με το πάγιο ενεργητικό να αποτελεί την πηγή χρηματοδότησης για τις οικοδομικές κατασκευές και τον τεχνολογικό εξοπλισμό του προγράμματος, και το κεφάλαιο κινήσεως να αντιστοιχεί στους πόρους που χρειάζεται για να λειτουργήσει η υπό μελέτη μονάδα.

Με το σκεπτικό αυτό και οι επενδυτές προέβησαν στην «πώληση» του κτιρίου για να χρηματοδοτήσουν την επιχείρηση.

Το πάγιο ενεργητικό της υπό μελέτη επένδυσης παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 10.1 Πάγιο Ενεργητικό Επιχείρησης

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
A. ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ		
1	Μηχανολογικός Εξοπλισμός (5 ^ο)	9.000
2	Έργα πολιτικού μηχανικού (5 ^ο)	305.000
3	Κτίριο (8 ^ο)	22.090
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ		336.090
B. ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ		
4	Προεπενδυτικές μελέτες & έρευνες (2 ^ο)	59.000
5	Έξοδα εκτέλεσης του προγράμματος (9 ^ο)	56.024
ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ		115.024
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ		451.114

10.1.2 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης περιλαμβάνει το τρέχον ενεργητικό (το άθροισμα των αποθεμάτων, των προπληρωμένων στοιχείων, των εισπρακτέων λογαριασμών, των εμπορεύσιμων χρεογράφων, και των μετρητών) μείον το τρέχον παθητικό (λογαριασμοί πληρωτέοι). Αυτό αποτελεί ένα ουσιαστικό μέρος των αρχικών κεφαλαιακών δαπανών που απαιτούνται για ένα επενδυτικό σχέδιο, επειδή χρειάζεται για τη χρηματοδότηση της λειτουργίας της μονάδας. Κάθε καθαρή αύξηση του κεφαλαίου κινήσεως αντιστοιχεί σε εκροή μετρητών που πρέπει να χρηματοδοτηθεί. Εφόσον υπολογίζεται απαλλαγμένο βραχυπρόθεσμης χρηματοδοτήσεως, είναι πολύ λογικό ότι θα πρέπει να καλύπτεται από μετοχικά κεφάλαια ή από μακροπρόθεσμο δανεισμό.

Αρχικά καθορίζεται η ελάχιστη κάλυψη ημερών (X), για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό. Στη συνέχεια, παρατίθενται (πίνακας 10.3) τα δεδομένα του κόστους για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και του παθητικού (A) και καθορίζεται ο συντελεστής του κύκλου εργασιών (Y) για τα προαναφερθέντα στοιχεία του

τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού, διαιρώντας τις 360 ημέρες του έτους με τον αριθμό των ημερών της ελάχιστης καλύψεως ($Y=360/X$).

Πίνακας 10.2 Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης

A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	30 ημέρες
B. Αποθέματα	
Πρώτες Ύλες	60 ημέρες
Υλικά Συσκευασίας	30 ημέρες
Γραφική ύλη	30 ημέρες
Απορρυπαντικά – Απολυμαντικά	30 ημέρες
Χαρτικά (χαρτοπετσέτες, ρολά, χαρτοπετσέτες)	30 ημέρες
Καφές – Τσάι – Ζάχαρη	30 ημέρες
Γαλακτοκομικά	30 ημέρες
Φάρμακα	120 ημέρες
Αναλώσιμα διάφορα	30 ημέρες
Γ. Μετρητά στο Ταμείο	15 ημέρες
Δ. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	30 ημέρες

Πίνακας 10.3 Ετήσιο Κόστος Παραγωγής (σε ευρώ)

Πλήρης δυναμικότητα (1^ο έτος λειτουργίας)

Έξοδα Μάρκετινγκ (3 ^ο)	814.500
Πρώτες ύλες & άλλα εφόδια (4 ^ο)	3.503.161
Τεχνολογία (5 ^ο)	4.560
Γενικά έξοδα (6 ^ο)	24.400
Ανθρώπινο Δυναμικό (7 ^ο)	295.992
Χώρος εγκατάστασης (Μίσθωμα) (8 ^ο)	42.000
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	20.250
Αποσβέσεις (υπολογιστές, επίπλα, έξοδα ιδρύσεως & έξοδα διαμόρφωσης κτιρίου)	2.700€, 2.256€, 115.024€ & 36.338 € (=156.318€) αντίστοιχα
Συνολικό Κόστος Παραγωγής	4.861.181

Οι αποσβέσεις έχουν υπολογιστεί βάσει του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων, και σχετικών Προεδρικών διαταγμάτων για τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές ο συντελεστής απόσβεσης είναι 24%-30%, ενώ για τα έπιπλα 15%-20%. Επομένως για το 1^ο έτος οι αποσβέσεις για τους υπολογιστές και τα έπιπλα είναι αντίστοιχα, $9.000 \cdot 30\% = 2.700\text{€}$ και $15.040\text{€} \cdot 15\% = 2.256\text{€}$. Σχετικά με τα έξοδα ιδρύσεως και εγκατάστασης 115.024€, αυτά αποσβένονται 100% στο πρώτο έτος λειτουργίας. Στη δε περίπτωση μας, τα έξοδα διαμόρφωσης, βελτίωσης και προσθηκών «Τεχνικά έργα σε εγκαταστάσεις τρίτων» 327.040€, αποσβένονται πλήρως σε 9 χρόνια.

Στη συνέχεια τα δεδομένα κόστους διαιρούνται με τους αντίστοιχούς συντελεστές του κύκλου εργασιών ($B = A/Y$), για να λαμβάνονται, τελικά, οι ανάγκες του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, αφαιρώντας το τρέχον παθητικό από το άθροισμα του τρέχοντος ενεργητικού. Σημειώνεται για τον υπολογισμό των εισπρακτέων λογαριασμών (πελάτες) απαιτείται να έχει υπολογισθεί προηγουμένως το ετήσιο κόστος παραγωγής.

Πίνακας 10.4 Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης

Περιγραφή	Κόστος (€)	Αριθμός Ημερών Ελάχιστης Καλύψεως	Συντελεστής Κύκλου Εργασιών	Ανάγκες 1 ^ο έτους Πλήρης Λειτουργίας
	A	X	Y	B
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	30.000	30	12	2.500
B. Αποθέματα				
Πρώτες Ύλες (Βιβλία)	3.475.200	60	6	579.200
Υλικά Συσκευασίας	16.500	30	12	1.375
Γραφική ύλη	5.000	30	12	417
Απορρυπαντικά	–	96	30	8

Απολυμαντικά				
Χαρτικά (χαρτοπετσέτες, ρολά, χαρτοπετσέτες)	200	30	12	16,7
Καφές – Τσάι – Ζάχαρη	360	30	12	30
Γαλακτοκομικά	180	30	12	15
Φάρμακα	150	120	3	50
Αναλώσιμα διάφορα	500	30	12	41,7
Γ. Μετρητά στο ταμείο	10.000	15	24	417
ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				584.070
ΙΙ. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
Α. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	3.522.490	30	12	293.541
ΙΙΙ. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (Ι-ΙΙ)				290.529
ΙV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ				4.911.910
Μείον:				
• Πρώτες Ύλες & άλλα εφόδια				(3.522.490)
• Αποσβέσεις				(156.318)
• Χρηματοοικονομικά Έξοδα				(20.250)
				1.162.602
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				417

10.1.3 Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Το ποσό του συνολικού κόστους επενδύσεως είναι πράγματι μικρότερο από το συνολικό ενεργητικό, αφού αποτελείται από το πάγιο ενεργητικό και το καθαρό κεφάλαιο κινήσεως. Με βάση τα παραπάνω, το συνολικό κόστος επένδυσης θα είναι:

Πίνακας 10.5 Συνολικό Κόστος Επένδυσης

A/A	Περιγραφή	Κόστος (€)
1	Πάγιο Ενεργητικό	451.114
2	Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	290.529
ΣΥΝΟΛΟ		741.643

10.2 Χρηματοδότηση του Επενδυτικού Σχεδίου

Το συνολικό κόστος επένδυσης πρέπει να καλυφθεί από συγκεκριμένες πηγές χρηματοδότησης. Αρχικά και λόγω της νομικής μορφής της (Α.Ε), οι μέτοχοι θα έχουν εισφέρει ως μετοχικό κεφάλαιο ποσό της τάξεως των 60.000€, όπως ορίζει και ο νόμος 2190/1920, περί Α.Ε. Ένα άλλο είδος χρηματοδότησης θα μπορούσε να προέρχεται από κρατικές επιχορηγήσεις. Όμως η εταιρεία δεν μπορεί να ενταχθεί σε κάποιο πρόγραμμα επιδότησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως «Νέοι και Επιχειρηματικότητα» ή συναφή, καθώς δεν πληροί κύριες προϋποθέσεις, όπως το έτος λειτουργίας, ο αριθμός των υπαλλήλων, και το είδος του προϊόντος. Για το λόγο αυτό η επιχείρηση προκειμένου να προχωρήσει στην υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου προέβη σε χρηματοδοτική λύση “Sale and Lease Back”, όπου με αυτό τον τρόπο εξασφάλισε ρευστότητα 800.000€.

Συγχρόνως, θα χρηματοδοτήσει μέρος των προπαραγωγικών δαπανών, με τραπεζικό μακροπρόθεσμο δάνειο. Η εταιρεία θα επιλέξει το Alpha Επιχειρηματικό Δάνειο, το οποίο σκοπό έχει την εξασφάλιση ενός ασφαλούς οικονομικού ορίζοντα. Το συγκεκριμένο τραπεζικό δάνειο χρηματοδοτεί κατασκευή, επισκευή, προσθήκες και συντήρηση επαγγελματικών ακινήτων. Δίνεται η δυνατότητα χορήγησης του 100% του προϋπολογισμού, με τη διάρκεια εξόφλησης να κυμαίνεται στα 5-20 έτη.

Συγκεκριμένα η «LIBRI A.E», θα επιλέξει δάνειο με εξόφληση στα 5 χρόνια ύψους 300.000€, και με σταθερό επιτόκιο 6,75%.

Πίνακας 10.6 Πηγές Χρηματοδότησης

A/A	Περιγραφή	Κόστος (€)
1	Μετοχικό κεφάλαιο	441.643
2	Τραπεζικός Δανεισμός	300.000
ΣΥΝΟΛΟ		741.643

Για να υπολογισθούν οι ετήσιες υποχρεώσεις της επιχείρησης σχετικά με το συγκεκριμένο δάνειο, θα πρέπει να υπολογισθεί η σειρά των περιοδικών πληρωμών ίσων ποσών, τα οποία θα καταβάλλονται στο τέλος κάθε ενός έτους της περιόδου αποπληρωμής των 5 ετών. Για τον υπολογισμό της ετήσιας δόσης, θα χρησιμοποιηθεί ο εξής τύπος ανατοκισμού:

$A = P (A/P, i\%, N)$, όπου:

i = Επιτόκιο δανείου, ίσο με 6,75%.

N = Αριθμός περιόδων τοκισμού, ίσος με 5 έτη.

A = Τιμή ράντας, ή αλλιώς, η χρηματική πληρωμή (δόση) του δανείου, στο τέλος κάθε περιόδου, για την ομοιογενή σειρά πληρωμών των 5 ετών.

P = Παρούσα αξία χρήματος, ή αλλιώς, το ποσό του δανείου ίσο με 300.000€.

$(A/P, i\%, N)$ = Συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου, ίσος με:

$$[i(1+i)^N]/[(1+i)^N - 1] = 0,242$$

Άρα, η ετήσια δόση για την εξυπηρέτηση του δανείου θα είναι ίση με:

$$A = 300.000 * 0,242 \rightarrow A = 72.600 \text{ €}$$

Για να υπολογισθούν οι ετήσιες τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις της επιχείρησης, δηλαδή, ο τόκος και το χρεολύσιο (το μέρος του κεφαλαίου για την απόσβεση του δανείου, χωρίς τους τόκους), που θα περιλαμβάνονται σε κάθε ετήσια πληρωμή (δόση), υπολογίζεται ο τόκος κάθε έτους με βάση το ονομαστικό ετήσιο επιτόκιο του 6,75%, επί του ανεξόφλητου υπολοίπου κεφαλαίου και το ποσό αφαιρείται από την ετήσια δόση του δανείου, ούτως ώστε, να προκύπτει, τελικά το αντίστοιχο χρεολύσιο.

Τα παραπάνω φαίνονται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 10.7 Εξυπηρέτηση Δανείου

Έτος Λειτουργίας	Ετήσια Δόση (€) A	Τόκος 6,75% (€) T	Χρεολύσιο (€) X=A-Tα	Ανεξόφλητο Υπόλοιπο Κεφαλαίου (€)
				300.000
1 ^ο	72.600	20.250	52.350	247.650
2 ^ο	72.600	16.717	55.883	191.767
3 ^ο	72.600	12.945	59.655	132.112
4 ^ο	72.600	8.918	63.683	68.430
5 ^ο	72.600	4.619	67.981*	-

*Η διαφορά οφείλεται σε στρογγυλοποιήσεις

10.3 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Παραγωγής

10.3.1 Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής

Κρίνεται βασική η ρεαλιστική εκτίμηση του κόστους παραγωγής, ώστε να εξεταστεί η βιωσιμότητα του επενδυτικού σχεδίου. Η ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης του ετήσιου συνολικού κόστους παραγωγής, θα στηριχθεί στο κόστος παραγωγής του πρώτου έτους λειτουργίας, ενώ θα ληφθούν υπόψη και οι προαναφερθείσες

χρηματοπιστωτικές υποχρεώσεις της επιχείρησης (τόκοι), καθώς και οι ετήσιες προβλέψεις κάθε συντελεστή παραγωγής που αναλύθηκαν σε προηγούμενα κεφάλαια. Η διαχρονική εξέλιξη του συνολικού κόστους παραγωγής φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 10.8 Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής

Περιγραφή	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
	Λειτουργίας	Λειτουργίας	Λειτουργίας	Λειτουργίας	Λειτουργίας
Έξοδα Μάρκετινγκ (3 ^ο)	814.500 €	838.935€	864.103€	890.026€	916.727€
Πρώτες ύλες & άλλα εφόδια (4 ^ο)	3.503.161€	3.608.256 €	3.716.503 €	3.827.999 €	3.942.838 €
Τεχνολογία (5 ^ο)	4.560€	4.697€	4.838€	4.983€	5.132€
Γενικά έξοδα (6 ^ο)	24.400€	25.132€	25.886€	26.663€	27.462€
Ανθρώπινο Δυναμικό (7 ^ο)	298.592€	307.550€	316.776€	326.279€	336.068€
Χώρος εγκατάστασης (Μίσθωμα), (8 ^ο)	42.000€	43.260€	44.558€	45.895€	47.271€
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	20.250€	16.717€	12.945€	8.918€	4.619€
Αποσβέσεις	156.318€	41.294€	41.294€	41.294€	41.294€
Συνολικό Κόστος Παραγωγής	4.863.781 €	4.885.841 €	5.026.903 €	5.172.057 €	5.321.411 €

10.3.2 Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Οι αρχικές ανάγκες της επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης, ανέρχονται σε 290.529€. Όμως, όπως προαναφέρθηκε αυτό αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη βιωσιμότητα της επένδυσης για αυτό πρέπει να εξεταστούν οι διαχρονικές ανάγκες του. Παρακάτω παρατίθεται πίνακας με τις μελλοντικές ανάγκες κεφαλαίου κίνησης, βάσει των απαιτήσεων του πίνακα 10.4.

Πίνακας 10.9 Διαχρονικές Απαιτήσεις σε Κεφάλαιο Κίνησης

Περιγραφή	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ (€)				
	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
A. Λογαριασμοί	2.500	2.575	2.652	2.732	2.814
Εισπρακτέοι					
B. Αποθέματα	581.153	598.588	616.545	635.042	654.093
(Αθροιστικά)					
Γ. Μετρητά στο ταμείο	417	430	442	456	470
Δ. Τρέχον ενεργητικό	584.070	601.592	619.640	638.229	657.376
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
A. Λογαριασμοί	293.541	302.347	311.418	320.760	330.383
Πληρωτέοι					
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (I – II)	290.529	299.245	308.222	317.469	326.993
IV. ΣΥΝΟΛΙΚΟ	4.863.781	4.885.841	5.026.903	5.172.057	5.321.411
ΚΟΣΤΟΣ					
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ					
ΜΕΙΟΝ: Πρώτες ύλες	3.522.490	3.628.165	3.737.010	3.849.120	3.964.594

& άλλα εφόδια					
Αποσβέσεις	156.318€	41.294€	41.294€	41.294€	41.294€
Τόκοι	20.250	16.717	12.945	8.918	4.619
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ	417	430	442	456	469
ΜΕΤΡΗΤΑ					

10.4 Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων

Η αξιολόγηση της επένδυσης, θα κρίνει την υλοποίηση της ή όχι. Κύρια εργαλεία για την ανάλυση είναι οι λογιστικές καταστάσεις, οι οποίες βάσει του Ν.2190, είναι ο ισολογισμός, ο λογαριασμός αποτελεσμάτων χρήσης, ο πίνακας διάθεσης αποτελεσμάτων (και το προσάρτημα).

10.4.1 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως

Παρακάτω παρατίθενται οι προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως:

Πίνακας 10.10 Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσεως

Περιγραφή	1 ^η	2 ^η	3 ^η	4 ^η	5 ^η
	Εταιρική Χρήση (€)	Εταιρική Χρήση (€)	Εταιρική Χρήση (€)	Εταιρική Χρήση (€)	Εταιρική Χρήση (€)
Πωλήσεις	5.433.600	5.596.500	5.794.287	5.939.508	6.117.513
<u>Μείον:</u>					
Κόστος Παραγωγής	4.863.781	4.885.841	5.026.903	5.172.057	5.321.411
Μικτό Αποτέλεσμα Εκμετάλλευσης	569.819	710.659	767.384	767.451	796.102
<u>Μείον:</u>					
Δωρεές για Κοινοφελής σκοπούς (2% Κύκλου Εργασιών)	54.336	55.965	57.943	59.395	61.175
Μίσθωμα κτιρίου & Μίσθωμα αυτ/του *					
Μικτό ή Φορολογητέο Κέρδος	515.483	654.694	709.441	708.056	734.927
<u>Μείον:</u>					
Φόρος Εισοδήματος (29,5%)	152.067	193.135	209.285	208.877	216.803
Προκαταβολές Δημόσιο (55%)	83.637	106.224	115.107	114.882	119.242
Καθαρό Κέρδος	279.778	355.335	385.049	384.297	398.882

* Έχουν συμπεριληφθεί στο κόστος παραγωγής, ως λειτουργικά έξοδα για την παραγωγή - πώληση βιβλίων

10.4.2 Πίνακας Χρηματικών Ροών

Αντίστοιχα, οι προβλεπόμενοι πίνακες χρηματικών ροών της επιχείρησης θα είναι:

Πίνακας 10.11 Προβλεπόμενοι Πίνακες Χρηματικών Ροών

	Κατ/κή Περίοδος	1^η Εταιρική Χρήση (€)	2^η Εταιρική Χρήση (€)	3^η Εταιρική Χρήση (€)	4^η Εταιρική Χρήση (€)	5^η Εταιρική Χρήση (€)
A. Χρηματικές Εισροές	741.643	5.433.600	5.596.500	5.794.287	5.939.508	6.117.513
1. Σύνολο	741.643	0	0	0	0	0
Χρημ. Πόρων						
2. Έσοδα από πωλήσεις		5.433.600	5.596.500	5.794.287	5.939.508	6.117.513
B. Χρηματικές Εκροές	336.090	5.023.791	5.236.707	5.408.587	5.557.041	5.724.454
1. Σύνολο	336.090	0	0	0	0	0
Παγίου Ενεργ.						
2. Κόστος Λειτουργίας*	0	4.687.213	4.828.830	4.972.664	5.121.845	5.275.498
3. Φόρος Εισοδ. (29,5%)	0	152.067	193.135	209.285	208.877	216.803
4. Εξυπηρέτηση Χρεών(τοκοχρεολύσια)	0	72.600	72.600	72.600	72.600	72.600
5. Τακτικό Αποθεματικό**	0	13.989	17.768	19.253	19.215	19.944
6. Μερίσματα***	0	97.922	124.374	134.785	134.504	139.609
Γ. Πλεόνασμα (A-B)	405.553	409.809	359.793	385.700	382.467	393.059
Δ. Συσσωρευμένο Ταμ. Υπόλοιπο	763.960	922.157	922.938	921.210	917.125	908.927

*Υπολογίζεται στο κόστος παραγωγής, μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους

** Υπολογίζεται στο 5% επί των καθαρών κερδών

*** Υπολογίζονται στο μεγαλύτερο μεταξύ του 6% επί του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου, αφαιρουμένου του φόρου, και του 35% των καθαρών κερδών.

Οι αρνητικές ταμιακές εκροές μπορούν να αποφευχθούν μειώνοντας το ποσοστό του τακτικού αποθεματικού, μετά το πρώτο έτος, καθώς σύμφωνα με τον Ν.2190/1920, αυτό είναι 5% των καθαρών κερδών, έως ότου ανέλθει στο 1/3 του εταιρικού κεφαλαίου, τότε το ποσοστό αυτό μπορεί να αναπροσαρμοστεί βάσει της πολιτικής της επιχείρησης.

Τα μερίσματα προκύπτουν ως εξής :

$$441.643 * 29,5\% = 130.285\text{€}$$

$$441.643 - 130.285 = 311.358\text{€} * 6\% = 18.682\text{€} , \text{ και}$$

$$279.778\text{€} * 35\% = 97.922\text{€},$$

επομένως επιλέγεται λόγω νομοθεσίας το υψηλότερο, δηλαδή 97.922€.

10.4.3 Ισολογισμοί

Οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί της επιχείρησης δίνονται στην παρακάτω κάθετη διάταξη:

Πίνακας 10.12 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί Τέλους

	1 ^η	2 ^η	3 ^η	4 ^η	5 ^η
	Εταιρική Χρήση (€)	Εταιρική Χρήση (€)	Εταιρική Χρήση (€)	Εταιρική Χρήση (€)	Εταιρική Χρήση (€)
I. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
A. Πάγιο Ενεργητικό					
1. Προπαραγωγικές Δαπάνες	115.024	118.475	122.029	125.690	129.461
2. Πάγιες Επενδύσεις	336.090	346.173	356.558	367.255	378.273
Σύνολο Παγίου Ενεργητικού	451.114	464.648	478.587	492.945	507.734
<u>Μείον:</u> Αποσβέσεις	156.318	41.294	41.294	41.294	41.294
Σύνολο	294.796	481.200	437.293	451.651	416.440
B. Κυκλοφορούν Ενεργητικό					
1. Αποθέματα	581.153	598.588	616.545	635.042	654.093
2. Πελάτες	2.500	2.575	2.652	2.732	2.814
3. Διαθέσιμα	417	430	442	456	470
4. Προκαταβολές Δημόσιο	83.637	106.224	115.107	114.882	119.242
Σύνολο	667.707	707.817	734.746	753.112	776.619
B. Ισοζύγιο Μετρητών	464.370	300.100	311.878	227.768	205.832
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.426.873	1.489.117	1.483.917	1.432.531	1.398.891
II. ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
A. Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις					
1. Προμηθευτές	293.541	302.347	311.418	320.760	330.383
2. Μερίσματα πληρωτέα	97.922	124.374	134.785	134.504	139.609

B. Μακροπρόθεσμες

Υποχρεώσεις

1. Τραπεζικό Δάνειο	300.000	247.650	191.767	132.112	68.430
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	691.463	674.371	637.970	587.376	538.422

ΠΙ.ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ

1. Μετοχικό Κεφάλαιο	441.643	441.643	441.643	441.643	441.643
2. Τακτικό Αποθεματικό	13.989	17.768	19.255	19.215	19.944
3. Κέρδη / (Ζημιά) εις νέο	279.778	355.335	385.049	384.297	398.882
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ	735.410	814.746	845.947	845.155	860.469

ΘΕΣΗΣ

ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ & ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	1.426.873	1.489.117	1.483.917	1.432.531	1.398.891
---	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

10.5 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Επένδυσης

10.5.1 Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης

Η μέθοδος της επανείσπραξης, μας υποδεικνύει πόσα χρόνια απαιτούνται ώστε το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης να επανεισπραχθεί. Όσο μικρότερη είναι η περίοδος επανείσπραξης τόσο πιο «καλή» κρίνεται η επένδυση, παρόλα αυτά όμως η μέθοδος αυτή δεν λαμβάνει υπόψη το μέγεθος και τον χρόνο πραγματοποίησης των καθαρών ταμιακών ροών (ΚΤΡ) κατά την περίοδο της επανείσπραξης. Για το λόγο αυτό κρίνεται απαραίτητη να χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με κάποια άλλη μέθοδο αξιολόγησης.

Αρχικά υπολογίζονται οι ετήσιες καθαρές ταμειακές ροές (ΚΤΡ) που προβλέπεται να εμφανίσει η υπό μελέτη επιχείρηση. Η ΚΤΡ της επένδυσης για κάθε έτος ορίζεται ως εξής:

Καθαρή Ταμειακή Ροή = Ταμειακές Εισροές – Ταμειακές Εκροές

ή

Καθαρή Ταμειακή Ροή = Καθαρά Κέρδη + Αποσβέσεις

Πίνακας 10.13 Υπολογισμός Καθαρών Κερδών Επιχείρησης (€)

Έτος	Πωλήσεις	Λειτουργικό κόστος	Κέρδη προ φόρων	Φόρος (29,5%)	Καθαρά κέρδη
1 ^ο	5.430.000	4.687.213	515.483	152.067	363.416
2 ^ο	5.592.900	4.828.830	654.694	193.135	461.559
3 ^ο	5.760.687	4.972.664	709.441	209.285	500.156
4 ^ο	5.933.508	5.121.845	708.056	208.877	499.179
5 ^ο	6.111.513	5.275.498	734.927	216.803	518.124

Πίνακας 10.14 Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών Επιχείρησης (€)

Έτος	Καθαρά κέρδη	Πρόσθετη απόσβεση	ΚΤΡ	Αθροιστική ΚΤΡ
1 ^ο	363.416	156.318	519.734	519.734
2 ^ο	461.559	41.294	502.853	1.022.587
3 ^ο	500.156	41.294	541.450	1.564.037
4 ^ο	499.179	41.294	540.473	2.104.510
5 ^ο	518.124	41.294	559.418	2.663.928

Όπως γίνεται φανερό από τις αθροιστικές ΚΤΡ η επιχείρηση θα μπορέσει να επανεισπράξει από το πρώτο έτος λειτουργίας της 519.734€ έναντι 741.643€ του κόστους επένδυσης (περιλαμβανομένου του κεφαλαίου κίνησης). Το υπόλοιπο 221.909€ θα επανεισπραχθεί τον 2^ο χρόνο σε περίοδο λίγο λιγότερο των 6 μηνών. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με τις τάσεις της αγοράς, συνιστά ιδιαίτερα ελκυστική περίπτωση επένδυσης, εάν ληφθεί υπόψη και το συνολικό μέγεθος της.

10.5.2 Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης του Κεφαλαίου

Ο απλός συντελεστής απόδοσης είναι η σχέση του ετήσιου καθαρού κέρδους της επιχείρησης μετά τις αποσβέσεις, τους τόκους και τους φόρους προς το επενδυμένο

κεφάλαιο. Για την αξιολόγηση επενδύσεων σαν την παρούσα χρησιμοποιούνται, συνήθως, δύο συντελεστές απόδοσης:

- Ο συντελεστής για την απόδοση επί του συνολικού απασχολούμενου κεφαλαίου
- Ο συντελεστής για την απόδοση επί του επενδεδυμένου μετοχικού κεφαλαίου

Ο συντελεστής (ρυθμός) απόδοσης επί του συνολικού κεφαλαίου επένδυσης (741.643€) με εξωτερικό δανεισμό θα υπολογισθεί βάσει του τύπου:

$$R = (\text{Καθαρό Κέρδος} + \text{Τόκοι}) * 100 / \text{Συνολικό Κεφάλαιο}$$

Αντίστοιχα, ο συντελεστής (ρυθμός) αποδόσεως επί του μετοχικού κεφαλαίου επένδυσης (441.643 €) θα υπολογισθεί βάσει του τύπου:

$$R_e = (\text{Καθαρό Κέρδος}) * 100 / \text{Μετοχικό Κεφάλαιο}$$

Επομένως, χρησιμοποιώντας τους δύο προαναφερθέντες τύπους υπολογισμού και αντικαθιστώντας τις αντίστοιχες τιμές (στο ρυθμό απόδοσης του μετοχικού κεφαλαίου δεν περιλαμβάνονται οι τόκοι) προκύπτει ο ακόλουθος συγκεντρωτικός πίνακας:

Πίνακας 10.15 Υπολογισμός Συντελεστών Απόδοσης Κεφαλαίου (€)

	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος	4 ^ο Έτος	5 ^ο Έτος
	Λειτουργίας	Λειτουργίας	Λειτουργίας	Λειτουργίας	Λειτουργίας
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ	279.778	355.335	385.049	384.297	398.882
ΤΟΚΟΙ	20.250	16.717	12.945	8.918	4.619
ΚΕΦΑΛΑΙΟ					741.643
R	40%	50%	54%	53%	54%
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ	279.778	355.335	385.049	384.297	398.882
ΜΕΤΟΧΙΚΟ					441.643
ΚΕΦΑΛΑΙΟ					
R_e	63%	80%	87%	87%	90%

Παρατηρείται ότι ο συντελεστής απόδοσης είναι πολύ ικανοποιητικός τόσο για το συνολικό κεφάλαιο επένδυσης, όσο και για τα ίδια κεφάλαια.

10.5.3 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

Οι μέθοδοι που στηρίζονται στην προεξόφληση των μελλοντικών καθαρών ταμειακών ροών, είναι περισσότερο αντικειμενικές, όσον αφορά στην αξιολόγηση και την επιλογή επενδυτικών σχεδίων, από τις προαναφερθείσες δύο μεθόδους, οι οποίες παρουσιάζουν σημαντικά μειονεκτήματα. Με τη μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας (net present value method), όλες οι καθαρές ταμειακές ροές προεξοφλούνται στο παρόν (χρόνος 0) με συντελεστή προεξόφλησης την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση (μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου).

Συγκεκριμένα ισχύει:

$$\text{ΚΠΑ} = \sum_{\tau=1}^{\nu} \left[\frac{\text{ΚΤΡ}_{\tau}}{(1 + \kappa)^{\tau}} \right] - \text{ΚΕ}$$

, όπου

ΚΠΑ = Καθαρή παρούσα Αξία

ΚΤΡ_τ = Καθαρή Ταμειακή Ροή στην περίοδο τ

ΚΕ = Κόστος Επένδυσης

κ = Μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου

ν = Αριθμός περιόδων

Για την υπό μελέτη περίπτωση άνισων μελλοντικών ετήσιων καθαρών ταμειακών ροών η εξίσωση της καθαρής παρούσας αξίας μπορεί να διατυπωθεί με την εξής μορφή:

$$\text{ΚΠΑ} = \sum_{\tau=1}^{\nu} [\text{ΚΤΡ}_{\tau} (\Sigma\text{ΠΑ}_{\kappa,\nu})] - \text{ΚΕ}$$

Ο συντελεστής $\Sigma\text{ΠΑ}_{\kappa,\nu}$ αντιπροσωπεύει το συντελεστή παρούσας αξίας και ισούται με:

$$\Sigma\text{ΠΑ}_{\kappa,\nu} = \left[\frac{1}{(1 + \kappa)^{\nu}} \right]$$

Όταν η καθαρή παρούσα αξία (το άθροισμα των παρούσων αξιών όλων των καθαρών ταμειακών ροών μείον το κόστος της επένδυσης) είναι τουλάχιστον ίση με, ή μεγαλύτερη από, το μηδέν, η πρόταση της επένδυσης θα πρέπει να γίνει αποδεκτή. Επίσης δεδομένου του WACC (Weighted Average Cost of Capital) ισχύει :

$$\text{WACC} = E/E+D * r_{\text{equity}} + D/E+D * r_{\text{debt}} = 441.643/441.643+300.000 * 10\% + 300.000/441.643+300.000 * 6,75\% = 0,059 + 0,027 = 0,086 = 8,6\%$$

Θεωρούμε το ρίσκο της εταιρείας παρόμοιο με τις αντίστοιχες του κλάδου, και για ένα πιο συντηρητικό σενάριο, θεωρούμε το $r_{\text{equity}} = 10\%$.

Βάσει λοιπόν αυτών, καθώς και των ετησίων ΚΤΡ της επιχείρησης που προέκυψαν προηγουμένως, λαμβάνεται ο παρακάτω πίνακας, όπου χρησιμοποιείται κατάλληλο, σύμφωνα με τις προβλεπόμενες τραπεζικές συνθήκες, κόστος κεφαλαίου (9%)

Πίνακας 10.16 Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (€)

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ	ΣΠΑ _{9%,v}	ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ
1 ^ο	519.734	0,9174	476.804
2 ^ο	1.022.587	0,8427	861.734
3 ^ο	1.564.037	0,7722	1.207.750
4 ^ο	2.104.510	0,7066	1.487.047
5 ^ο	2.663.928	0,6449	1.717.967
Συνολική Παρούσα Αξία			5.751.302€

Επομένως, θα είναι :

$$ΚΠΑ = \text{Συνολική ΠΑ} - ΚΕ \rightarrow ΚΠΑ = 5.751.302 - 741.643 = \mathbf{5.009.659€}$$

$ΚΠΑ = > 0$, άρα η πρόταση επένδυση μπορεί να γίνει αποδεκτή. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι με την μέθοδο αυτή λαμβάνεται υπόψη και η διαχρονική αξία του χρήματος.

10.5.4 Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης συνιστά το επιτόκιο στο οποίο μηδενίζεται η καθαρή παρούσα αξία, ή αλλιώς, το επιτόκιο στο οποίο η παρούσα αξία των ταμειακών εισροών είναι ίση προς την παρούσα αξία των ταμειακών εισπράξεων. Με άλλα λόγια, πρόκειται για το επιτόκιο για το οποίο η συνολική παρούσα αξία των καθαρών εισπράξεων από το επενδυτικό σχέδιο είναι ίση με την παρούσα αξία της επένδυσης, οπότε η ΚΠΑ είναι ίση με το μηδέν. Μαθηματικά, αυτό εκφράζεται ως εξής:

$$ΚΠΑ = \sum_{\tau=1}^v [ΚΤΡ_{\tau} (\Sigma ΠΑ_{κ,v})] - ΚΕ = 0 \quad \text{ή} \quad \sum_{\tau=1}^v [ΚΤΡ_{\tau} (\Sigma ΠΑ_{κ,v})] = ΚΕ$$

Προκειμένου να υπολογισθεί ο ΕΣΑ εφαρμόζεται η εξής διαδικασία:

- Υπολογίζονται οι σχετικές ετήσιες καθαρές ταμειακές ροές.

- Γίνεται προεξόφληση αυτών των ΚΤΡ στο παρόν, όχι μόνο με το προαναφερθέν επιτόκιο της αγοράς κεφαλαίων (9%), αλλά με διάφορα επιτόκια, τα οποία εντούτοις δεν πρέπει να έχουν πολύ μεγάλη διαφορά, αφού τότε το επιτόκιο προεξόφλησης και η ΚΠΑ δε θα σχετίζονται γραμμικά.
- Όταν η χρήση του χαμηλού επιτοκίου (IRR_1) δώσει θετική ΚΠΑ εφαρμόζεται υψηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης. Εάν με αυτό (IRR_2) η ΚΠΑ γίνει αρνητική, ο ικανοποιητικά πιο ακριβής εσωτερικός συντελεστής απόδοσης (IRR) βρίσκεται ανάμεσα στα δύο επιτόκια και υπολογίζεται χρησιμοποιώντας τον παρακάτω τύπο παρεμβολής:

$$IRR = IRR_1 + \frac{\Theta ΚΠΑ(IRR_2 - IRR_1)}{\Theta ΚΠΑ + ΑΚΠΑ}$$

όπου: $\Theta ΚΠΑ$ = η θετική ΚΠΑ (στο χαμηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης) και
 $ΑΚΠΑ$ = η αρνητική ΚΠΑ (στο υψηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης)

Έτσι, κατασκευάζεται ο παρακάτω πίνακας για την εκτίμηση του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης, χρησιμοποιώντας τρία διαφορετικά επιτόκια προεξόφλησης (9%, 10% και 12%):

Πίνακας 10.17 Εκτίμηση Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Έτος	ΚΤΡ	ΣΠΑ _{9%,v}	ΣΠΑ _{10%,v}	ΣΠΑ _{12%,v}	Π.Α.(9%)	Π.Α.(10%)	Π.Α.(12%)
1 ^ο	519.734	0,9174	0,9091	0,8929	476.804	472.490	464.071
2 ^ο	1.022.587	0,8427	0,8264	0,7973	861.734	845.066	815.309
3 ^ο	1.564.037	0,7722	0,7513	0,7118	1.207.750	1.175.061	1.113.282
4 ^ο	2.104.510	0,7066	0,6830	0,6355	1.487.047	1.437.380	1.337.416
5 ^ο	2.663.928	0,6449	0,6209	0,5674	1.717.967	1.654.033	1.511.513
		Σ.Π.Α.			5.751.302	5.584.030	5.241.591

Για $IRR_0 = 9\%$ \rightarrow ΚΠΑ = $5.751.302 - 741.643 = 5.009.659 \rightarrow$ ΚΠΑ >0

Για $IRR_1 = 10\%$ \rightarrow ΚΠΑ = $5.584.030 - 741.643 = 4.842.387 \rightarrow$ ΚΠΑ >0

Για $IRR_2 = 12\%$ \rightarrow ΚΠΑ = $5.241.591 - 741.643 = 4.499.948 \rightarrow$ ΚΠΑ >0

Επομένως θα ισχύει : $5.751.302 - 5.241.591 = 509.711\text{€}$

$5.009.659 / 509.711 = 9,82$, άρα $9,82 * 3 = 29,5$

Και τότε $r = 29,5\% + 9\% = 38,5\%$

Όπως προαναφέρθηκε το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου είναι 9%, άρα η πρόταση επένδυσης γίνεται αποδεκτή, $r = 38,5\% > K = 9\%$

10.6 Ανάλυση «νεκρού» σημείου

Το «νεκρό» σημείο (Break – Event Point ή BEP) ορίζεται ως το σημείο όπου τα συνολικά έσοδα από τις πωλήσεις ισούνται με το προβλεπόμενο συνολικό κόστος παραγωγής. Με άλλα λόγια, στο «νεκρό» σημείο θα πρέπει να ισχύουν τα εξής:

Έσοδα πωλήσεων = Κόστος παραγωγής

Έσοδα πωλήσεων = (όγκος πωλήσεων) x (τιμή μονάδας) και

Κόστος παραγωγής = (σταθερά έξοδα) + (μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα) x (όγκος πωλήσεων)

Έτσι, εάν:

x = ο όγκος των πωλήσεων στο «νεκρό» σημείο

y = η αξία των πωλήσεων

τ = η τιμή ανά μονάδα

μ = τα μεταβλητά έξοδα (άμεσα εξαρτώμενα από τον όγκο παραγωγής) ανά μονάδα και

σ = τα σταθερά έξοδα (ανεξάρτητα του όγκου παραγωγής)

Θα είναι:

$$y = \tau * x \rightarrow y = \sigma + \mu * x \rightarrow \tau * x = \sigma + \mu * x \rightarrow x = \sigma / (\tau - \mu)$$

Πίνακας 10.18 Καταμερισμός Μεταβλητών & Σταθερών Εξόδων

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ (€)	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ (€)	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ (€)
Έξοδα Μάρκετινγκ (3 ^ο)	-	814.500	3
Πρώτες ύλες & άλλα εφόδια (4 ^ο)	-	3.503.161	13
Τεχνολογία (5 ^ο)	4.560	-	-
Γενικά Έξοδα	24.400	-	-
Ανθρώπινο Δυναμικό (7 ^ο)	298.592	-	-
Χώρος εγκατάστασης (Μίσθωμα), (8 ^ο)	42.000€	-	-
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	20.250	-	-
Αποσβέσεις	156.318	-	-
Σύνολο	546.120	4.317.661	16

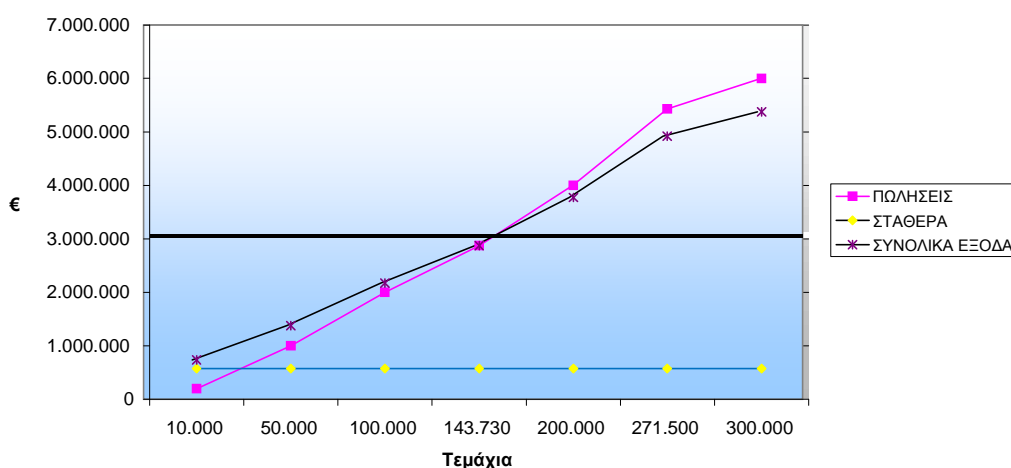
Έτσι με βάση τον παραπάνω πίνακα το «νεκρό σημείο» θα είναι:

$$X = 546.120 / 20 - 16 = 136.530 \rightarrow \chi = \mathbf{136.530}$$
 τεμάχια βιβλία

Επομένως, το «νεκρό σημείο» των εσόδων από τις πωλήσεις θα είναι:

$$Y = \tau * \chi = 20 * 136.530 = 2.730.600€ \rightarrow Y = \mathbf{2.730.600€}$$

Οι πωλήσεις του 1^{ου} έτους είχαν ως στόχο έσοδα αξίας 5.430.000€, επομένως $5.430.000 - 2.730.600 / 2.730.600 = 0,9886$, δηλαδή 98,9% πάνω από το νεκρό σημείο προβλέπονται τα έσοδα από τις πωλήσεις του πρώτου χρόνου.



Διάγραμμα 10.1 Ανάλυση Νεκρού Σημείου

10.7 Ανάλυση Ευαισθησίας

Η ανάλυση ευαισθησίας δίνει τη δυνατότητα εντοπισμού των διάφορων κρίσιμων μεταβλητών, οι οποίες προσθέτουν στοιχεία κινδύνου στην επένδυση και της εκτάσεως με την οποία θα μπορούσαν αυτές να επηρεάσουν τη χρηματοοικονομική εφικτότητα του παρόντος σχεδίου. Πιο αναλυτικά βάσει της παρακάτω σχέσης, θα ισχύει:

$$BEP = \frac{\sigma}{\varepsilon - \mu}$$

ε = τα έσοδα από τις πωλήσεις, σε πλήρη δυναμικότητα

μ = τα συνολικά μεταβλητά έξοδα

σ = τα συνολικά σταθερά έξοδα

Αντικαθιστώντας τις αντίστοιχες τιμές για κάθε μέγεθος, για το πρώτο έτος λειτουργίας, της επιχείρησης θα είναι:

$$BEP = 546.120 / 5.433.600 - 4.317.661 = 0,489 \text{ ή } 48,9\%$$

θα πρέπει να αναλυθεί η ευαισθησία του BEP ως προς μία ενδεχόμενη μείωση της τιμής του προϊόντος, στα πλαίσια της στρατηγικής αντιμετώπισης πιθανής οξύτητας του ανταγωνισμού στον κλάδο των βιβλίων. Αποφασίζεται λοιπόν μέσο όρο μείωσης της τιμής 10%. Έτσι η νέα τιμή θα είναι $20 * 1,10 = 18 \text{ €}$ και τα νέα συνολικά έσοδα θα είναι $18 * 271.500 = 4.887.000 \text{ €}$. Τότε θα ισχύει :

$$BEP = 546.120 / 4.887.000 - 4.317.661 = 0,959, \text{ δηλαδή } 95,9\%.$$

Στην περίπτωση αυτή, προκειμένου το επενδυτικό σχέδιο να μπορέσει να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό μειώνοντας τη τιμή κατά 10%, θα πρέπει να ξεπεράσει το όριο του 104,53% της παραγωγικής δυναμικότητας, δηλαδή να παράγει-πωλήσει, τουλάχιστον : $271.500 * 1,1 = \mathbf{298.650}$ τεμάχια βιβλίων και τα έσοδα των πωλήσεων, τότε είναι : $298.650 * 18 = \mathbf{5.375.700\text{€}}$

(Όγκος πωλήσεων) * τιμή = (σταθερά έξοδα) + (συνολικά μεταβλητά έξοδα) ή

$$271.500 * \tau = 546.120 + 4.317.661 \rightarrow \tau = 17,9 \text{ €}$$

Το παρόν επενδυτικό σχέδιο δεν έχει τη δυνατότητα να μειώσει τη τιμή πώλησης των προϊόντων της παραπάνω από 10%, δηλαδή λιγότερο από 18€. Η συγκεκριμένη βρίσκεται κάτω από το «νεκρό σημείο», με αποτέλεσμα τιμή μικρότερη θα φέρει ζημίες στην επιχείρηση.

Εξαιτίας του ότι τόσο τα συνολικά έσοδα της επιχείρησης, όσο και τα σταθερά και τα μεταβλητά έξοδα αυξάνονται ανά έτος με βάση τον πληθωρισμό για τα προσεχή έτη (3%), τα BEP των υπολοίπων εξεταζόμενων ετών θα κυμαίνονται, κατά προσέγγιση,

στα ίδια επίπεδα και πάντα κοντά στο 49%. Αυτό συνιστά ασφαλές κριτήριο για τη σταθερότητα της επένδυσης.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση υπέδειξε μια επιχείρηση με αυξημένο κόστος παραγωγής, αλλά αυξημένα κέρδη και μάλιστα γρήγορη επανείσπραξη του αρχικού κόστους επένδυσης, στοιχεία που κάνουν την επένδυση ενδιαφέρουσα και ελκυστική για την υλοποίηση της.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΜΕΛΕΤΗΣ

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ		ΠΤΥΧΙΟ (1)	ΞΕΝΗ ΓΛΩΣΣΑ	ΜΗΝΛΙΑΙΟΣ ΜΙΣΘΟΣ (2)	ΕΠΙΔΟΜΑ ΑΔΕΙΑΣ	ΠΑΣΧΑ	13ος ΜΙΣΘΟΣ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ/ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	ΕΡΓΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ		ΕΠΙΚΟΥΡΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΣΦΟΡΩΝ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥ/ ΕΤΟΣ	Κόστος / μήνα	ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ
	< 2 χρόνια προυπ.	>2 χρόνια προυπ.									ΜΗΝΙΑΙΑ	ΕΤΗΣΙΩΣ					
<i>Ταμίας</i>	700,04		126,01	38,34	864,39	350,02	350,02	700,04	11.772,76	-	209,89	2.518,70	4.238,19	6.756,89	18.529,65	1.427,46	37.059,30
		732,86	131,91	29,63	894,40	366,43	366,43	732,86	12.198,52	35.744,04	217,48	2.609,79	4.391,47	7.001,25	19.199,77	1.477,84	19.199,77
<i>Πωλητής</i>	766,81		138,03	38,34	943,18	383,4	383,40	766,81	12.851,77	-	229,13	2.749,54	4.626,64	7.376,18	20.227,95	1.557,86	80.911,81
		792,53	142,66	39,63	974,82	396,26	396,26	792,53	13.282,89	117.821,53	236,81	2.841,78	4.781,84	7.623,62	20.906,51	1.610,12	104.532,55
<i>Αποθηκάριος</i>	713,51		128,43	-	841,94	356,75	356,75	713,51	11.530,29	-	205,57	2.466,82	4.150,90	6.617,73	18.148,02	1.393,42	
		754,85	135,87	-	890,72	377,42	377,42	754,85	12.198,33	17.859,64	217,48	2.609,75	4.391,40	7.001,14	19.199,47	1.474,15	19.199,47
	ΒΑΣΙΚΟ ΗΜΕΡ/ΘΙΟ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΑΝΟΥΓΙΕΙΝΗΣ															
<i>Καθαρίστρια</i>	30,83	2,47	-	-	832,50 €	385,37	385,37	770,75	11.531,49	17.312,05	217,12	2.605,46	4.151,34	6.756,79	18.288,28	1.395,57	18.288,28
																	279.191,19

- Υπολογισμός με το ανώτερο όριο των ΑΕΙ 18%, 13 % για τα ΤΕΙ
- Υπολογίζεται το μέγιστο των προσόντων
Οι μισθοί έχουν υπολογιστεί λαμβάνοντας υπόψη το μεγαλύτερο πιθανό κόστος για την επιχείρηση, αλλά ανάλογα και με την ειδικότητα
Τιμές σε €

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- ο Άγνωστος, (2003), Διαδικτυακός ανταγωνισμός, *The New York Times* που αναφέρονται στην *Καθημερινή*, (διαδικτυακά), 13 Σεπτεμβρίου 2003, διαθέσιμο, http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_world_17_13/09/2003_76684 (προσπελάσιμος την 11/10/2007)
- ο Άγνωστος, (2007), *Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ* (διαδικτυακά), 30 Σεπτεμβρίου 2007, διαθέσιμο, <http://www.naftemporiki.gr/t+z/publishers.asp> (προσπελάσιμος 12/10/2007)
- ο Άγνωστος, (2007), Χώρος εμπορικός και πνευματικός, *Καθημερινή*, (διαδικτυακά), 7 Αυγούστου 2007, διαθέσιμο, http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_civ_1_07/08/2007_236910 (προσπελάσιμο την 18/10/2007)
- ο Ανδρέου, Ανδρέας Κ. (2002) Λογοκρισία και απαγορεύσεις βιβλίων. *Σύγχρονη Βιβλιοθήκη & Υπηρεσίες Πληροφόρησης* (16), σελ. 34-40, 08 Δεκεμβρίου 2005, διαθέσιμο <http://eprints.rclis.org/archive/00005116/> (προσπελάσιμο την 15/10/2007)
- ο Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (ΕΣΥΕ), (2007), *Στατιστικά Στοιχεία Δεικτών*, διαθέσιμο <http://www.statistics.gr/StatMenu.asp> (προσπελάσιμο 09/09/2007)
- ο Εθνικό Κέντρο Βιβλίου, (2007), *Αναζήτηση ανά περιοχή και κατηγορία βιβλίου*, διαθέσιμο: <http://book.culture.gr/greek.html> (προσπελάσιμο την 15/10/2007)
- ο ΕΚΕΒΙ, (2007), *Η Ελληνική Αγορά Βιβλίου – Ελληνικές Οικογενειακές Αξίες, ΕΚΕΒΙ* (διαδικτυακά), διαθέσιμο <http://www.book.culture.gr/erevnes/mesplen.doc>, (προσπελάσιμο 18/10/2007)
- ο Ε.ΚΕ.ΒΙ., (2007) Καταναλωτική Συμπεριφορά του Κοινού των Βιβλιοπωλείων, Ερευνά Ε.ΚΕ.ΒΙ. Μεσώ της Εταιρείας *Metron Analysis*, 15-20/10/2007.
- ο Εκπαιδευτική Στήριξη «Δικτυωθείτε», (2007α), *Εκπαιδευτικό Υλικό - Ενότητα 3 - Επιχειρηματικότητα και διαδίκτυο*, διαθέσιμο, http://www.go-online.gr/training/enot3/kef2/math2/3_2_2_5.htm?PHPSESSID=a0ff3a388e308d15 (προσπελάσιμο την 21/10/2007)
- ο Εκπαιδευτική Στήριξη «Δικτυωθείτε», (2007β), *Εκπαιδευτικό Υλικό - Ενότητα 5 - Κλαδική Εκπαίδευση - Κεφάλαιο 5.2 - Εμπόριο*, διαθέσιμο, <http://www.go->

- online.gr/training/enot3/kef2/math2/3_2_2_5.htm?PHPSESSID=a0ff3a388e308d15 (προσπελάσιμο την 21/10/2007)
- ICAP, (2004), Ετήσιες κλαδικές μελέτες, ICAP, Αθήνα, Μάρτιος 2004, διαθέσιμο http://www.icap.gr/services/consulting/financial_studies/finrep_kladikes_gr.asp, προσπελάσιμο (21/10/2007)
 - ICAP, (2007), Ετήσιες κλαδικές μελέτες, ICAP, Αθήνα, (διαδικτυακά), διαθέσιμο http://www.icap.gr/services/consulting/financial_studies/finrep_kladikes_gr.asp (προσπελάσιμο 12/10/2007)
 - ICAP, (2007), Σημαντική αύξηση της εκδοτικής δραστηριότητας το 2006, ICAP που αναφέρεται στην Καθημερινή, (διαδικτυακά), 02 Σεπτεμβρίου 2007, διαθέσιμο, http://www.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathuseful_1_02/09/2007_1286839 (προσπελάσιμο την 18/10/2007)
 - Καμπουρόπουλος Σ. (2007), Το Αισιόδοξο Μήνυμα της Ανάπτυξης της Αγοράς του Βιβλίου στην Ελλάδα, VPRC διαθέσιμο www.v-prc.gr/7/7/1_gr.html, (προσπελάσιμο 14/10/2007)
 - Καρβούνης Κ. Σ. (2004), Οικονομοτεχνικές Μελέτες Μεθοδολογία – Τεχνικές – Θεωρία, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα
 - Κουτσορέλης Κ., (2006), Πεταμένα λεφτά, εφημερίδα «ΤΟ ΠΟΝΤΙΚΙ», 24 Δεκεμβρίου 2006 διαθέσιμο <http://www.koutsourelis.gr>, προσπελάσιμο (11/10/2007)
 - Μάλλιαρης Π., (2001), Εισαγωγή στο ΜΚΤ, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλης
 - Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος, Δελτίον Εργατικής Νομοθεσίας, ΔΑ 49/2005, (2005), Μισθολογία Εργαζομένων στα βιβλιοπωλεία, βιβλιοχαρτοπωλεία, Εκδοτικούς Οίκους & Αποθήκες Χονδρικής Πώλησης Βιβλίου Όλης της Χώρας
 - Ρούβαλης Β., (2006), Το παρόν χλωμό, το μέλλον ευόωνο, ΗΡΙΑΝΟΣ Ηλεκτρονικό Βιβλιοπωλείο, 4 Φεβρουαρίου 2006, διαθέσιμο <http://www.hridanos.gr/volume04/index.php> προσπελάσιμο (12/10/2007)
 - Υπουργείο Ανάπτυξης, (2005), Δελτίου Τύπου για την τροποποίηση του ν.3190/2003, 03 Μαρτίου 2005, διαθέσιμο <http://www.gge.gr/7/sub.asp?2348> (προσπελάσιμο 12/10/2007)
 - ΦΕΚ, Αρ. Φύλλου 112, 06-07-1994, ΝΟΜΟΣ 2224/94: «Ρύθμιση θεμάτων Εργασίας, συνδικαλιστικών δικαιωμάτων υγιεινής και ασφάλειας των

εργαζομένων και οργάνωσης Υπουργείου Εργασίας και των εποπτευομένων από αυτό νομικών προσώπων και άλλες διατάξεις»

- ο ΦΕΚ, Αρ. Φύλλου 2897, 03-05-2007, *Δημοσίευση Ισολογισμού Ιανός ΑΕ*
Βιβλιοπωλείο Εκδόσεις
- ο Φραντζή, Μαρία (2002) Ηλεκτρονικό Βιβλιοπωλείο. *Σύγχρονη Βιβλιοθήκη & Υπηρεσίες Πληροφόρησης*, σελίδα 26-40, 08 Μαΐου 2005, διαθέσιμο <http://www.lis.upatras.gr/LIS/documents/ebookstore.pdf> (προσπελάσιμος 25/09/2007)
- ο Χαριτάκης Ν., (2007), *Τα Οικονομικά και Διαρθρωτικά Χαρακτηριστικά της Εκδοτικής Επιχείρησης στην Ελλάδα*, Εθνικό Κέντρο Βιβλίου ΕΚΕΒΙ.

Ξένη

- ο European Booksellers Federation et al, (2007), *Books In Europe*, 20 June 2007, διαθέσιμο <http://www.booksineurope.org/default.asp?pid=2&la=1>, (προσπελάσιμο την 13/10/2007)
- ο Evans R. J., Lindsay M. W., (2004), *The Management and Control of Quality*, (6th Edition), USA, Thomson Southwestern Publications
- ο Nollas D., (2006), *The book market in Greece, National Book Center of Greece*, 2nd Edition), διαθέσιμο book.culture.gr/edocs/fakel/hellas.pdf, (προσπελάσιμο την 13/10/2007)
- ο Rothley W. (2002) Έκθεση με συστάσεις προς την Επιτροπή για την εκπόνηση οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με την ενιαία τιμή βιβλίου (2001/2061(INI)), *Επιτροπή Νομικών Θεμάτων και Εσωτερικής Αγοράς*, 25 Μαρτίου 2002, διαθέσιμο
- ο www.europarl.europa.eu/sidesSearch/search.do?type=REPORT&language=EL&term=5&author=1247, (προσπελάσιμο 12/09/2007)
- ο Wikipedia, (2007), *Ιστορία του Βιβλίου*, διαθέσιμο <http://el.wikipedia.org> (προσπελάσιμο 15/09/2007)