



Πανεπιστήμιο Πειραιώς – Τμήμα Πληροφορικής
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«Προηγμένα Συστήματα Πληροφορικής»

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Τίτλος Διατριβής	StudiesInGreece: Έμπιστη, συνεργατική πλατφόρμα, για την παροχή η-υπηρεσιών σε ξένους φοιτητές
Όνοματεπώνυμο Φοιτητή	Αδάμος Κωνσταντίνος
Πατρώνυμο	Στέφανος
Αριθμός Μητρώου	ΜΠΣΠ10062
Επιβλέπουσα	Δέσποινα Πολέμη, Επίκουρος Καθηγήτρια

Ημερομηνία Παράδοσης : **Απρίλιος 2013**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Χρήστος Δουληγέρης
Καθηγητής

Παναγιώτης Κοτζανικολάου
Λέκτορας

Δέσποινα Πολέμη
Επίκουρος Καθηγήτρια

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου σε όσους συνέβαλαν στην περάτωση της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής.

Ευχαριστώ θερμά ,

-Το Θεόδωρο Ντούσκα , που με παρότρυνε να ξεκινήσω το συγκεκριμένο μεταπτυχιακό και μου παρείχε πολύτιμες συμβουλές κατά την διάρκεια των σπουδών μου.

-Τον Κωνσταντίνο Τσουκαλά , που μαζί ξεκινήσαμε την παρούσα εργασία στα πλαίσια του μαθήματος Τεχνολογίες Ηλεκτρονικού Επιχειρείν

-Τον Χρήστο Δουληγέρη , καθηγητή και μέλος της τριμελούς επιτροπής βαθμολόγησής μου για τις πολύτιμες συμβουλές και τις σημαντικές παρατηρήσεις του.

-Τον Παναγιώτη Κοτζανικολάου , λέκτορα και μέλος της τριμελούς επιτροπής βαθμολόγησής μου για τις πολύτιμες συμβουλές και τις σημαντικές παρατηρήσεις του.

-Τη Δέσποινα Πολέμη , επίκουρο καθηγήτρια και επιβλέπουσα της παρούσας εργασίας για τις πολύτιμες συμβουλές της , τις σημαντικές παρατηρήσεις καθώς και την επιστημονική της καθοδήγηση κατά τη διάρκεια της διατριβής αυτής.

-Τέλος θέλω να ευχαριστήσω τους γονείς μου , που μου συμπαραστέκονται και με στηρίζουν όλα αυτά τα χρόνια.

Περίληψη. Η παρούσα εργασία εξετάζει την κατάσταση σε σχέση με τους αλλοδαπούς φοιτητές που επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα. Μελετά διάφορα πληροφοριακά συστήματα που ήδη υπάρχουν καθώς και τις υπηρεσίες που δύναται να προσφέρουν. Ανακαλύπτει τις αδυναμίες αυτών των πληροφοριακών συστημάτων και στη συνέχεια προτείνει λύσεις μέσω της υλοποίησης ενός νέου πληροφοριακού συστήματος με τη βοήθεια ενός ανοικτού κώδικα Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου που θα περιλαμβάνει όλες τις νέες τεχνολογίες web2.0 καθώς και με τη δημιουργία ενός φιλόδοξου επιχειρηματικού σχεδίου.

Λέξεις κλειδιά: Σπουδές , Πανεπιστήμιο , Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα , Κολλέγιο , Φοιτητής , StudiesInGreece , Επιχειρηματικό σχέδιο , Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου.

Abstract. This paper examines the situation that exists in Greece in relation to foreign students who want to study in Greece. Examines IT systems that already exist and services that may be offered. Discovers the weaknesses of these systems and then proposes solutions through the implementation of a new information system with the help of an open source Content Management System that will include all the new web2.0 technologies as well as with the creation of an ambitious business plan.

Keywords: Studies, University, Technological Educational Institute, College, student , StudiesInGreece , Business plan , Content Management System.

Περιεχόμενα

Επιτελική σύνοψη	7
Αντικείμενο επιχειρηματικού σχεδίου	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : StudiesInGreece	9
Γενική περιγραφή της εφαρμογής.....	9
1.1 Λειτουργική περιγραφή	9
1.1.1 Εγγραφή στην εφαρμογή και δημιουργία προφίλ χρήστη	9
1.1.2 Πανεπιστημιακά και Τεχνολογικά Ιδρύματα	10
1.1.3 Νέα και ανακοινώσεις.....	12
1.1.4 Χρήσιμες πληροφορίες	12
1.1.5 Forum-Φόρουμ	13
1.1.6 Chat-Άμεση συνομιλία	13
1.1.7 Επικοινωνία.....	14
1.1.8 Γλώσσες.....	14
1.1.9 Σύνθετη αναζήτηση	14
1.1.10 Facebook like box.....	15
1.1.11 Σύνδεσμοι.....	15
1.1.12 Ποιος είναι online	15
1.1.13 Newsletter	16
1.1.14 Δημοσκοπήσεις	16
1.1.15 Φόρμες.....	16
1.1.16 Προγράμματα	16
1.1.17 Επικοινωνία με τους διαχειριστές της εφαρμογής.....	16
1.2 Τεχνολογική περιγραφή.....	16
1.2.1 Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ιστού.....	17
1.2.2 Επιλογή συστήματος διαχείρισης περιεχομένου	18
1.2.3 Επεκτάσεις	19
1.2.3.1 Templates	19
1.2.3.2 Components.....	20
1.2.3.3 Plugins	23
1.2.3.4 Modules.....	24
1.3 Search Engine Optimization	26
1.4 Ασφάλεια	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	27
2.1 Περιγραφή εταιρείας	28
2.2 Οργανωτική δομή.....	28
2.3 Παρεχόμενες υπηρεσίες.....	29
2.4 Προωθητική πολιτική (Marketing).....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	30
3.1 Νομικό πλαίσιο	30
3.2 Οικονομικό πλαίσιο.....	30
3.3 Τεχνολογικό πλαίσιο	31
3.4 Πολιτιστικό πλαίσιο	31
3.5 Ανάλυση καταναλωτή	31
3.6 Ανάλυση ανταγωνισμού	32
3.6.1 Go Abroad.....	32
3.6.2 Study in Europe	33
3.6.3 Lonely Planet	33
3.6.4 Study Abroad Universities	33
3.6.5 Study Abroad Greece.....	34
3.6.6 Study in Greece	34
3.6.7 Look4Studies.....	35
3.6.8 Edu Advisor	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ- SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΟΧΩΝ- ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ.....	37
5.1 Αγορά δραστηριοποίησης εταιρείας.....	37
5.2 Τιμολογιακή πολιτική.....	38
5.3 Καθορισμός στόχων	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΝΟ	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ- ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΡΑΣΗΣ	42
7.1 Παραγωγικότητα	42
7.2 Πολιτική προώθησης υπηρεσιών	42
7.3 Τιμολογιακή πολιτική.....	43
Συμπεράσματα.....	43
Μελλοντικές επεκτάσεις	43
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	43
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ StudiesInGreece	44

Γενική εισαγωγή

Ο κοινωνικός, πολιτικός και οικονομικός ιστός της χώρας μας πέραν μια κρίση άνευ προηγουμένου. Η γενική ανεργία αγγίζει το 26,8%¹, ενώ η ανεργία στους νέους το 57,6%². Σχεδόν ένας στους δυο νέους είναι άνεργος. Οι φορολογικοί συντελεστές φαντάζουν αβάσταχτοι και γενικά υπάρχει αβεβαιότητα στις επενδύσεις και στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων.

Με βάση τα παραπάνω λοιπόν, ο κάθε λογικός άνθρωπος θα έλεγε ότι είναι η χειρότερη χρονική στιγμή για να επενδύσει ή να ιδρύσει κάποιος επιχείρηση στην Ελλάδα.

Εμείς θα διαφωνήσουμε με τα παραπάνω. Αποψη μας είναι πως μια επιχείρηση που θα ιδρυθεί εν καιρώ οικονομικής κρίσης θα βασιστεί σε πιο ευέλικτα οικονομικά μοντέλα και θα μπορέσει να προσαρμοστεί αμέσως στις νέες οικονομικές συνθήκες. Η κρίση αυτή είναι μια μεγάλη ευκαιρία για νέες ιδέες και νέες επενδύσεις. Αυτό που πρέπει να κάνουμε είναι να μη το βάλουμε κάτω. Είναι ώρα να μετατρέψουμε τις ιδέες μας σε πραγματικότητα. Καθίσαμε λοιπόν και σκεφτήκαμε, τι είδους επένδυση θα έκανε κάποιος εν καιρώ οικονομικής κρίσης και καταλήξαμε ότι η καλύτερη επένδυση που μπορεί να κάνει ένας νέος άνθρωπος, είναι στην εκπαίδευση και την κατάρτισή του.

Πολλοί θα ισχυριστούν πως με τα σημερινά δεδομένα, ένα πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης δεν μπορεί να προσφέρει δουλειά σε ένα νέο απόφοιτο. Εννοείται πως οι σπουδές σε ένα τριτοβάθμιο εκπαιδευτικό ίδρυμα και η απόκτηση πτυχίου δε σημαίνουν πως ένας νέος απόφοιτος θα βρει δουλειά πάνω στο αντικείμενο σπουδών του. Το σίγουρο όμως είναι ότι ισχυροποιείται έναντι των άλλων υποψηφίων για την ίδια δουλειά. Η τριτοβάθμια εκπαίδευση είναι προϋπόθεση για την κοινωνικοποίηση των νέων, την ένταξή τους στην πραγματικότητα της εποχής μας και την ολοκλήρωση της προσωπικότητάς τους.

Στα δύσκολα φαίνεται ο καλός ο καπετάνιος είπαμε και αποφασίσαμε να πραγματοποιήσουμε την ιδέα μας. Έτσι αποφασίσαμε να δημιουργήσουμε μια εταιρία προσέλκυσης αλλοδαπών σπουδαστών στη χώρα μας. Παρακάτω ακολουθεί η επιτελική σύνοψη και το αντικείμενο του επιχειρηματικού σχεδίου.

Επιτελική σύνοψη

Η εταιρία μας ονομάζεται StudiesInGreece ΕΠΕ, ιδρύθηκε τον Απρίλιο του 2012 και εδρεύει στην Αθήνα, στην περιοχή Κουκάκι, επί της οδού Νότη Μπότσαρη 10, στον 1^ο όροφο, σε γραφεία 102τ.μ. Η συγκεκριμένη διεύθυνση βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της Αθήνας. Ως προς τη νομική της μορφή είναι Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) και αποτελείται από 2 εταίρους, οι οποίοι προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στην εταιρία.

Το εργατικό δυναμικό της εταιρίας, στην έναρξη λειτουργίας της, αποτελείται από 3 άτομα εκ των οποίων οι δύο είναι οι εταίροι.

Αντικείμενο της εταιρίας αποτελεί η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα που άπτονται της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης προς αλλοδαπούς που σπουδάζουν ή επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα αλλά και σε ημεδαπούς που αναζητούν συμβουλευτική καθοδήγηση σχετικά με θέματα σπουδών και επαγγελματικού προσανατολισμού.

Πιο συγκεκριμένα παρέχονται:

- Συμβουλευτικές υπηρεσίες σχετικά με την επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας και γενικότερα συμβουλές επαγγελματικού προσανατολισμού.
- Προετοιμασία αιτήσεων για όλα τα ελληνικά πανεπιστήμια σε συνδυασμό με όλα τα απαραίτητα έγγραφα.
- Μεταφράσεις.
- Εξεύρεση στέγασης σε όλες τις πόλεις της Ελλάδας.
- Ενημέρωση σχετικά με τα ελληνικά πανεπιστήμια σε θέματα κουλτούρας, κόστους ζωής στις πόλεις που βρίσκονται, διδάκτρων (για τα ιδιωτικά πανεπιστήμια) και υποτροφιών.
- Προετοιμασία αιτήσεων παροχής χρηματικών δανείων και υποτροφιών.
- Σύνδεση με την αγορά εργασίας.

Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της εταιρίας μας στην παροχή των ανωτέρω υπηρεσιών αποτελούν:

¹ http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Unemployment_statistics

² http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Unemployment_statistics

- Το γεγονός ότι οι εταίροι μέχρι πριν λίγο καιρό ανήκαν στην ομάδα στόχο (target group) που στοχεύουν οι παρεχόμενες υπηρεσίες με σκοπό να μπορούν να κατανοήσουν σε μεγάλο βαθμό, έναντι των ανταγωνιστών, τις ανάγκες αυτής της ομάδας.
- Η ηλικία των εταίρων και των εργαζομένων της εταιρίας που βρίσκεται κοντά σ' αυτήν της ομάδας στόχου, με αποτέλεσμα να υπάρχει καλύτερη επικοινωνία και κατανόηση των αναγκών της.
- Η επαγγελματική εμπειρία των στελεχών της εταιρίας σε παρόμοιες θέσεις εργασίας με αυτές που καλούνται ν' αναλάβουν σ' αυτή τη νέα πρόκληση της επαγγελματικής τους πορείας.

Οι δυνητικοί πελάτες της εταιρίας μας είναι πολίτες ξένων κρατών, ηλικίας, συνήθως, μεταξύ 18-30 ετών, που επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα, τόσο σε δημόσια, όσο και σε ιδιωτικά πανεπιστήμια. Επίσης, στους δυνητικούς πελάτες μας συγκαταλέγονται και Έλληνες πολίτες που επιθυμούν την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών είτε για θέματα σχετικά με την επιλογή σπουδών, είτε σχετικά με θέματα επαγγελματικού προσανατολισμού.

Στις προωθητικές ενέργειες της εταιρίας μας περιλαμβάνονται:

- Η παροχή διαδικτυακών υπηρεσιών, μέσω της ιστοσελίδας της εταιρίας, πέρα απ' προαναφερθείσες όπως, google maps, υπηρεσία εύρεσης χρήσιμων τηλεφώνων, επιλογές διασκέδασης για τις μεγάλες πόλεις της Ελλάδας, forums, αγγελίες για συγκατοίκηση κ.α.
- Διαφημιστική εκστρατεία με αφίσες κυρίως στην Κύπρο.
- Διανομή ερωτηματολογίων στους πελάτες για ανατροφοδότηση.
- Διανομή μπλοκ σημειώσεων όπου θα εμφανίζονται το λογότυπο της εταιρίας καθώς και τρόποι επικοινωνίας με την εταιρία.
- Δημιουργία λογαριασμού σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Οι ανωτέρω προωθητικές ενέργειες θα ελέγχονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα με βάση την αποτελεσματικότητά τους και σε περίπτωση που κάποια απ' αυτές δεν αποδίδει τα αναμενόμενα θα αποσύρεται και πιθανότατα θα αντικαθίσταται με άλλη.

Η οικονομική κατάσταση που επικρατεί, τη χρονική περίοδο που διανύουμε, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στον υπόλοιπο κόσμο κρίνεται αποθαρρυντική από πολλούς για την πραγματοποίηση νέων επενδύσεων. Παρόλα αυτά, η θέση μας είναι ότι ο τομέας της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα εκπαίδευσης στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρία μας δεν συγκαταλέγεται στους τομείς της ελληνικής οικονομίας που αντιμετωπίζουν πρόβλημα. Τη θέση αυτή τη στηρίζουμε στο γεγονός ότι η πραγματοποίηση σπουδών ισχυροποιεί τη θέση κάποιου στην αγορά εργασίας και η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών εκμηδενίζει τα περιθώρια λάθους αποφάσεων οι οποίες συνεπάγονται επιπρόσθετο κόστος. Αρωγοί στην προσπάθειά μας τάσσονται οι τάσεις που επικρατούν στο τεχνολογικό και πολιτισμικό περιβάλλον, αφού τόσο η διάδοση του διαδικτύου όσο και η τάση των νέων ανθρώπων να επιδιώκουν τη μόρφωση μόνο οφέλη μπορούν να αποφέρουν στο επιχειρηματικό μας εγχείρημα.

Αναφορικά με τον ανταγωνισμό, οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται, τη παρούσα χρονική περίοδο, στο κλάδο αυτό προσφέρουν μόνο ένα τμήμα των υπηρεσιών που είναι σε θέση να προσφέρει η εταιρία μας.

Η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί η εταιρία μας είναι πολιτική διείσδυσης στην αγορά που σημαίνει ότι οι τιμές των υπηρεσιών μας είναι αρκετά χαμηλότερες απ' αυτές του ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα, στον πίνακα που ακολουθεί αναπαρίσταται το κόστος κάθε παρεχόμενης υπηρεσίας:

ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΧΡΕΩΣΗ
Συμβουλευτική	300 €
Συμβουλευτική, εύρεση στέγασης, προετοιμασία απαραίτητων αιτήσεων και εγγράφων	500 €
Διαφημίσεις ιδιωτικών πανεπιστημίων	2.000 €

Πίνακας 1: Τιμολογιακή πολιτική

Οι στόχοι των εσόδων της εταιρίας μας ανά παρεχόμενη υπηρεσία σε χρονικό ορίζοντα 3-ετίας αναπαρίστανται στον παρακάτω πίνακα:

ΥΠΗΡΕΣΙΑ/ΕΤΟΣ	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
Συμβουλευτικές Υπηρεσίες	74.750,00 €	116.730,00 €	148.500,00 €
Διαφήμισεις Ιδιωτικών Πανεπιστημίων	10.000,00 €	14.000,00 €	24.000,00 €
ΣΥΝΟΛΟ	84.750,00 €	130.730,00 €	172.500,00 €

Πίνακας 2: Έσοδα ανά παρεχόμενη υπηρεσία σε ορίζοντα 3-ετίας

Τα συνολικά έσοδα, έξοδα, κέρδη/ζημιές σε χρονικό ορίζοντα 3-ετίας, όπως τα έχουμε προβλέψει, εμφανίζονται στον επόμενο πίνακα:

Έτος	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος
Έσοδα	84.750,00 €	130.730,00 €	172.500,00 €
Έξοδα	83.811,55 €	81.544,94 €	80.287,87 €
Κέρδος/ Ζημία	938,45 €	49.185,06 €	92.212,13 €

Πίνακας 3 : Έσοδα, έξοδα, κέρδη/ζημιές σε ορίζοντα 3-ετίας

Τέλος, να σημειωθεί ότι όλες οι δράσεις της εταιρίας μας θα ελέγχονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, με βάση τη σπουδαιότητά τους, για την αποδοτικότητά τους και θα προβαίνουμε σε αναθεωρήσεις αυτών όπου κρίνεται απαραίτητο.

Αντικείμενο επιχειρηματικού σχεδίου

Σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου είναι η παρουσίαση της εταιρίας μας και κυρίως η ανάλυση των προϋποθέσεων και των συνθηκών υπό τις οποίες καθίσταται οικονομικά σκόπιμη και κοινωνικά χρήσιμη η λειτουργία μιας νέας επιχείρησης με αντικείμενο την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών εκπαίδευσης και επαγγελματικού προσανατολισμού. Στο σχέδιο αυτό θ' αναλυθεί η κατάσταση που επικρατεί στην ελληνική αγορά στον συγκεκριμένο τομέα, παρουσιάζοντας τα πλεονεκτήματα, τις αδυναμίες, τις απειλές και τις ευκαιρίες του εν λόγω τομέα, ενώ θ' αναλυθεί και το εσωτερικό περιβάλλον της εταιρίας μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : StudiesInGreece

Γενική περιγραφή της εφαρμογής

Η εφαρμογή μας ονομάζεται StudiesInGreece. Είναι μια διαδικτυακή εφαρμογή που δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες της να βρουν πληροφορίες που αφορούν σπουδές στην Ελλάδα.

Παρακάτω θα αναλύσουμε τι είδους υπηρεσίες προσφέρει καθώς και τις τεχνολογίες που χρησιμοποιήθηκαν για την υλοποίησή της.

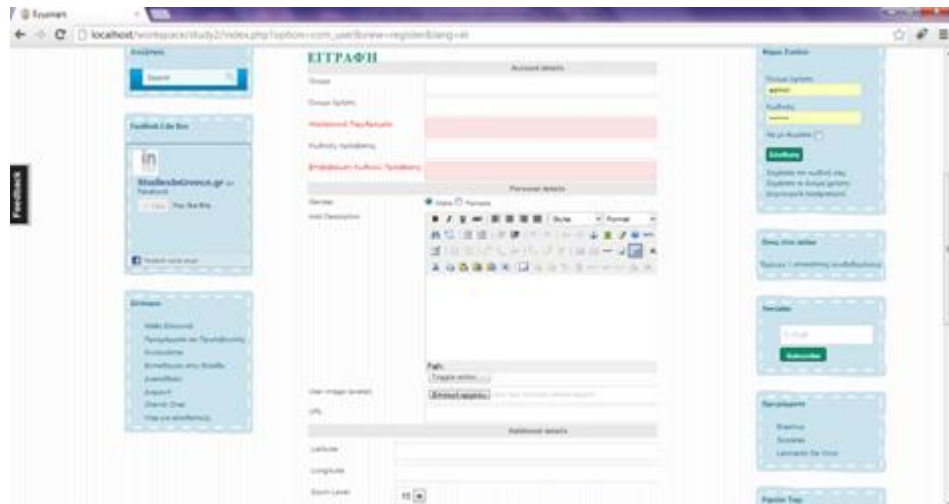
1.1 Λειτουργική περιγραφή

Η εφαρμογή StudieInGreece προσφέρει υπηρεσίες αναζήτησης δημόσιων και ιδιωτικών πανεπιστημίων καθώς και πληροφορίες για το κάθε ίδρυμα ξεχωριστά. Πληροφορίες για υποτροφίες , πρεσβείες ξένων χωρών. Επικοινωνία μεταξύ των χρηστών και χάρτες πρόσβασης σε τοποθεσίες.

Αναλυτικά οι υπηρεσίες που προσφέρονται είναι οι εξής :

1.1.1 Εγγραφή στην εφαρμογή και δημιουργία προφίλ χρήστη

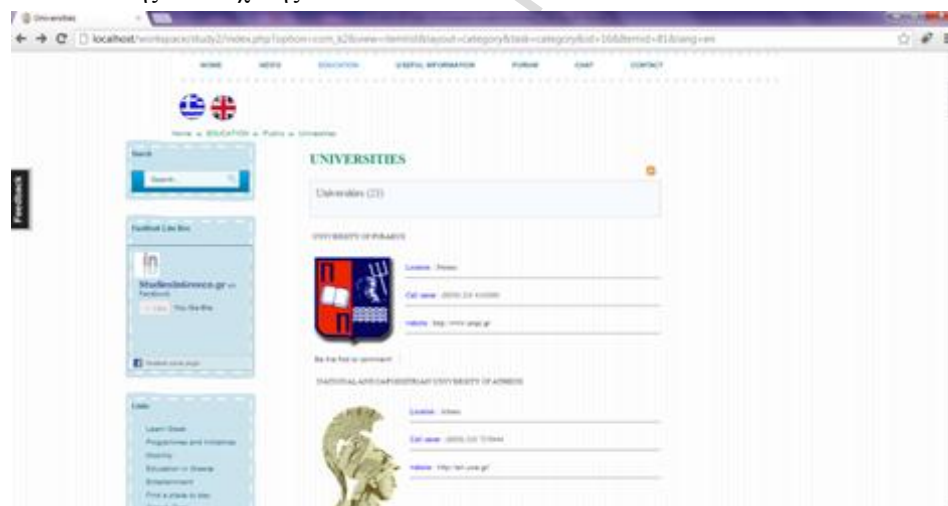
Ο χρήστης εγγράφεται στην εφαρμογή και μπορεί να δημιουργήσει το δικό του προφίλ. Ειδοποιείται μετά την εγγραφή του από μήνυμα στο ηλεκτρονικό του ταχυδρομείο όπου πρέπει να ακολουθήσει τον υπερσύνδεσμο που του αποστέλλεται για να πιστοποιήσει το ηλεκτρονικό του ταχυδρομείο και έτσι να ολοκληρωθεί η εγγραφή του. Όταν πλέον πιστοποιηθεί τότε μπορεί να αλλάξει τη φωτογραφία του προφίλ του , τα στοιχεία του , τον κωδικό του , να συμμετέχει στο forum που υπάρχει καθώς και να σχολιάζει τα άρθρα που υπάρχουν στην εφαρμογή.



Εικόνα 1 : Εγγραφή χρήστη

1.1.2 Πανεπιστημιακά και Τεχνολογικά Ιδρύματα

Υπάρχει κατάλογος όλων των δημόσιων και ιδιωτικών ιδρυμάτων. Πληροφορίες για όλες τις σχολές κάθε ιδρύματος καθώς και πληροφορίες για τα μεταπτυχιακά τους προγράμματα. Πληροφορίες επικοινωνίας με τη σχολή όπως η διεύθυνση , το τηλέφωνο της γραμματείας , το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο καθώς και χάρτης με την τοποθεσία της κάθε σχολής.



Εικόνα 2 : Λίστα πανεπιστημίων

Τα Δημόσια πανεπιστήμια που συμπεριλαμβάνονται στην εφαρμογή είναι :

- Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών
- Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
- Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης
- Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο
- Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
- Ιόνιο Πανεπιστήμιο
- Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

- Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων
- Πανεπιστήμιο Κρήτης
- Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
- Πανεπιστήμιο Πάτρας
- Πανεπιστήμιο Πειραιά
- Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου
- Πάντειο Πανεπιστήμιο
- Πολυτεχνείο Κρήτης
- Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Τα Δημόσια Ανώτατα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα που συμπεριλαμβάνονται στην εφαρμογή είναι :

- ΑΤΕΙ Αθήνας
- ΑΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας
- ΑΤΕΙ Ηπείρου
- ΑΤΕΙ Ηρακλείου
- ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης
- ΑΤΕΙ Καλαμάτας
- ΑΤΕΙ Καβάλας
- ΑΤΕΙ Κρήτης
- ΑΤΕΙ Λαμίας
- ΑΤΕΙ Λάρισας
- ΑΤΕΙ Μεσολογγίου
- ΑΤΕΙ Πάτρας
- ΑΤΕΙ Πειραιά
- ΑΤΕΙ Σερρών
- ΑΤΕΙ Χαλκίδας

Τα Ιδιωτικά κολλέγια που συμπεριλαμβάνονται στην εφαρμογή είναι :

- American College of Greece
- American College of Thessaloniki
- American Farm School
- University of Indianapolis
- Athens Information Technology
- Athens Laboratory of Business Administration
- Hellenic American University
- Athens Graduate School of Management
- AKTO
- Alpine Center
- American University of Athens
- Athenian College
- Athens Metropolitan College
- BCA
- City College
- City University _
- CNAM
- EEDE
- European University
- ICBS
- iCon
- International Management Studies
- Intercollege Globaltraining

- IST
- Mediterranean Business School
- Mediterranean College
- New York College
- SAE Institute
- SBE College
- Vakalo
- Centre for European Management Studies
- DEI
- Institut Français, Athens
- Institut Français, Thessaloniki

1.1.3 Νέα και ανακοινώσεις

Οποιοδήποτε νέο άρθρο φιλοξενείται στην εφαρμογή βρίσκεται στην κατηγορία Νέα. Έτσι οι χρήστες μπορούν να ανατρέξουν στα τελευταία νέα και ανακοινώσεις της εφαρμογής. Εκεί θα βρουν ανακοινώσεις σχετικά με την Εκπαίδευση στην Ελλάδα, υποτροφίες, ανακοινώσεις πανεπιστημίων και γενικά ότι σημαντικό αφορά τους σπουδαστές που φοιτούν στη χώρα μας.



Εικόνα 3 : Νέα

1.1.4 Χρήσιμες πληροφορίες

Εδώ βρίσκεται ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της εφαρμογής. Οι χρήσιμες πληροφορίες χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες. Στις μεταφορές, τις πρεσβείες, τους χρήσιμους υπερσυνδέσμους καθώς και τις υποτροφίες.

Στην κατηγορία μεταφορές, γίνεται αναφορά στα σημαντικότερα αεροδρόμια της χώρας, το METRO, το ΚΤΕΛ, τα ΤΑΞΙ, τον ΟΣΕ καθώς και τα σημαντικότερα λιμάνια. Με αυτό τον τρόπο ο ενδιαφερόμενος μπορεί να πληροφορηθεί για το πώς θα μετακινηθεί στον προορισμό που τον ενδιαφέρει.

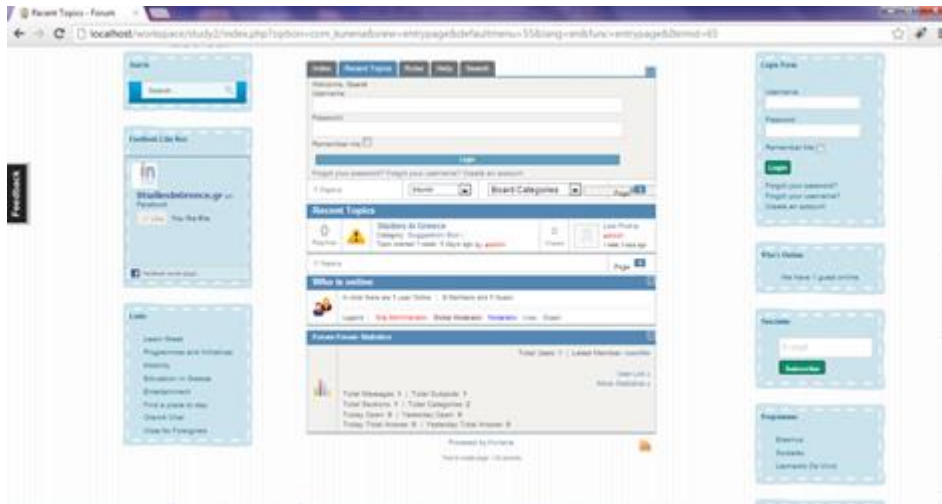
Στην κατηγορία πρεσβείες γίνεται αναφορά σε όλες τις πρεσβείες καθώς και τα προξενεία που βρίσκονται στην Ελλάδα. Υπάρχουν επίσης στοιχεία επικοινωνίας για την κάθε πρεσβεία και το κάθε προξενείο.

Στην κατηγορία χρήσιμοι υπερσύνδεσμοι, υπάρχει μια περιγραφή καθώς και υπερσύνδεσμοι που παραπέμπουν σε χρήσιμες ιστοσελίδες όπως: Το Ελληνικό Ακαδημαϊκό δίκτυο, το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης, το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης, η Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το Κέντρο εξ Αποστάσεως Επιμόρφωσης του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου, το Παρατηρητήριο Απασχόλησης Ερευνητική – Πληροφορική, η Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας, η Γενική Γραμματεία Απόδημου Ελληνισμού, το Υπουργείο Εξωτερικών και πολλές άλλες ιστοσελίδες.

Στην κατηγορία υποτροφίες υπάρχουν υπερσύνδεσμοι για όλα τα ιδρύματα , τις πρεσβείες καθώς και τους οργανισμούς οι οποίοι προσφέρουν υποτροφίες για σπουδές στην Ελλάδα.

1.1.5 Forum-Φόρουμ

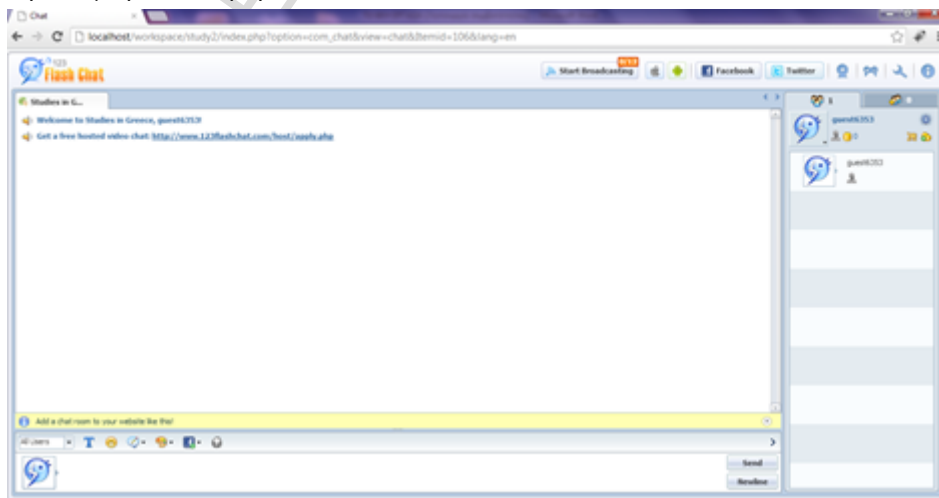
Εδώ οι χρήστες μπορούν να εισέλθουν στο Forum με το ίδιο όνομα χρήστη και τον ίδιο κωδικό με τον οποίο έχουν εγγραφεί στην εφαρμογή. Μπορούν να δημιουργήσουν νέες κατηγορίες , να γράψουν νέα άρθρα , να σχολιάσουν σε άλλα άρθρα και να κάνουν γνωριμίες με τα υπόλοιπα μέλη του Forum. Κάθε φορά που γράφουν σε ένα θέμα , όταν υπάρχει απάντηση από κάποιο άλλο μέλος ειδοποιούνται με μήνυμα στο ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο.



Εικόνα 4 : Forum

1.1.6 Chat-Άμεση συνομιλία

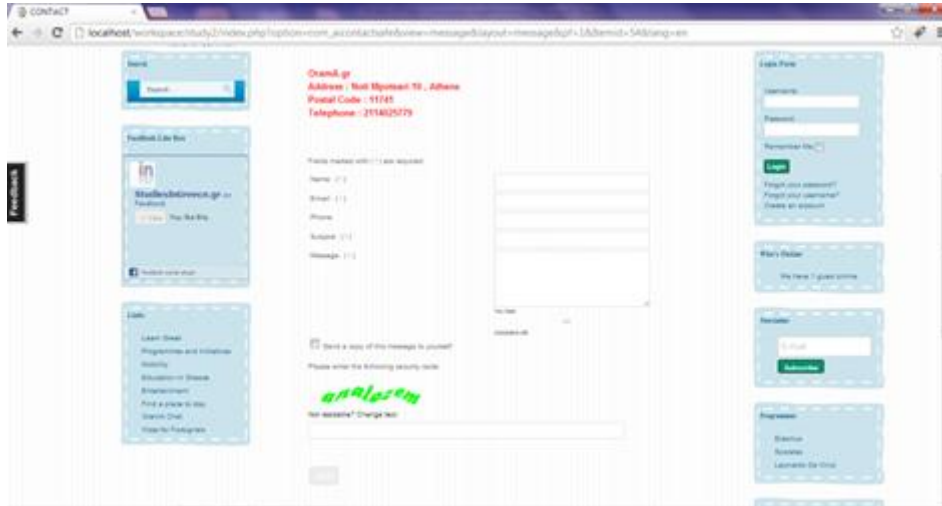
Εδώ οι χρήστες μπορούν να εισέλθουν είτε με το username και το password της εφαρμογής είτε με ένα τυχαίο χωρίς να χρειάζεται καν να κάνουν εγγραφή. Μπορούν να δώσουν στοιχεία όπως την ηλικία τους , το ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο , την προσωπική σελίδα τους στο Facebook , να βάλουν φωτογραφία τους και πολλά άλλα. Υπάρχουν δωμάτια συνομιλίας όπου μπορούν να ανταλλάξουν άμεσα μηνύματα με τους υπόλοιπους συνδεδεμένους χρήστες καθώς και να αποστείλουν αρχεία ή ακόμη και να επικοινωνήσουν με βιντεοκλήση.



Εικόνα 5 : Chat

1.1.7 Επικοινωνία

Σε αυτή τη σελίδα οι χρήστες μπορούν να επικοινωνήσουν με τους διαχειριστές της εφαρμογής. Υπάρχουν τα στοιχεία επικοινωνίας της εταιρείας επάνω αριστερά και από κάτω μια φόρμα επικοινωνίας. Υπάρχει η δυνατότητα ένα αντίγραφο του μηνύματος που θα αποστείλει ο ενδιαφερόμενος να αποσταλεί και στο προσωπικό του ταχυδρομείο. Επίσης υπάρχει και ένας κωδικός ασφαλείας που πρέπει να πληκτρολογήσει ο ενδιαφερόμενος για την αποφυγή ανεπιθύμητων μηνυμάτων από κακόβουλα προγράμματα.



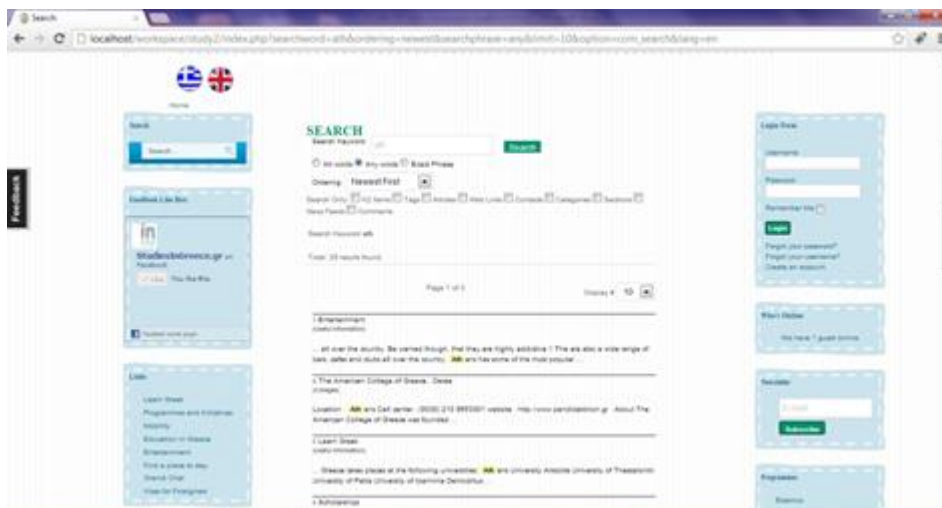
Εικόνα 6 : Επικοινωνία

1.1.8 Γλώσσες

Η εφαρμογή μας είναι πολυγλωσσική και ο κάθε χρήστης μπορεί να περιηγηθεί στην εφαρμογή με τη γλώσσα που τον ενδιαφέρει. Προς το παρόν υπάρχει στα Ελληνικά και στα Αγγλικά και σε σύντομο χρονικό διάστημα θα υπάρχει στα Ιταλικά, τα Ισπανικά, τα Γερμανικά και τα Ρώσικα.

1.1.9 Σύνθετη αναζήτηση

Οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν οποιαδήποτε πληροφορία μέσω της σύνθετης αναζήτησης. Μπορούν να αναζητήσουν ένα άρθρο με βάση την ακριβή λέξη κλειδί ή να περιέχεται η λέξη κλειδί σε μια πρόταση. Τα αποτελέσματα μπορεί να είναι αλφαβητικά, είτε από το παλαιότερο στο νεότερο ή και το αντίστροφο καθώς μπορεί να είναι και με βάση το πόσες φορές έχουν διαβαστεί.



Εικόνα 7 : Αναζήτηση

1.1.10 Facebook like box

Έχει δημιουργηθεί μια σελίδα στο Facebook που ονομάζεται StudiesInGreece όπου οι χρήστες μπορούν να κάνουν like και να παρακολουθούν τα άρθρα που αναρτώνται καθώς και φωτογραφίες της εφαρμογής.



Εικόνα 8 : Σελίδα StudiesInGreece στο Facebook

1.1.11 Σύνδεσμοι

Σε αυτό το μενού υπάρχουν πολλοί σημαντικοί σύνδεσμοι που αφορούν τους ενδιαφερόμενους σχετικά με την εκμάθηση της Ελληνικής Γλώσσας, προγράμματα και πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που αφορούν την εκπαίδευση, την κινητικότητα, το γενικό πλαίσιο της εκπαίδευσης στην Ελλάδα, φοιτητικά δάνεια, τον τρόπο διασκέδασης των Ελλήνων καθώς και διάφορες ιστοσελίδες με πληροφορίες για διαμονή και τέλος μια λίστα με τις χώρες για τις οποίες απαιτείται visa για την είσοδο στη χώρα.

1.1.12 Ποιος είναι online

Σε αυτό το μενού εμφανίζεται ο αριθμός των συνδεδεμένων χρηστών στην εφαρμογή.

1.1.13 Newsletter

Οι χρήστες που επιθυμούν να ενημερώνονται με μήνυμα στο ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο για κάθε αλλαγή στην εφαρμογή όπως άρθρα , φωτογραφίες και διάφορες ανακοινώσεις αρκεί να γράψουν το προσωπικό τους ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και να πατήσουν εγγραφή.

1.1.14 Δημοσκοπήσεις

Κατά καιρούς θα φιλοξενούνται στην εφαρμογή δημοσκοπήσεις για στατιστικούς λόγους καθώς και για διαφημιστικούς σκοπούς.

1.1.15 Φόρμες

Οι χρήστες μπορούν να συμπληρώσουν φόρμες για να υποδείξουν τον τρόπο με τον οποίο μπορούμε να τους εξυπηρετήσουμε. Τι σπουδές επιθυμούν , σε ποια επιστημονικά πεδία καθώς και αν χρειάζονται συμβουλευτική και προετοιμασία εγγράφων.

1.1.16 Προγράμματα

Υπάρχουν άρθρα που αφορούν προγράμματα όπως το Leonardo Da Vinci , το Erasmus , το Socrates και άλλα. Τα προγράμματα αυτά αφορούν την ανταλλαγή φοιτητών μεταξύ πανεπιστημίων διαφορετικών χωρών. Με αυτό τον τρόπο μπορούν να γνωρίσουν την κουλτούρα κάποιας άλλης χώρας , να εκπαιδευτούν σε νέες τεχνολογίες και πρακτικές άλλων πανεπιστημίων , να αποκτήσουν προσόντα και δεξιότητες που απαιτεί η σύγχρονη αγορά , να εξοικειωθούν με τις ξένες γλώσσες και τέλος να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί.

1.1.17 Επικοινωνία με τους διαχειριστές της εφαρμογής

Στο κάτω μέρος της εφαρμογής υπάρχουν πληροφορίες για τη διεύθυνση , το τηλέφωνο , τις ώρες επικοινωνίας με την εταιρεία καθώς και ένα κούμπι για επικοινωνία μέσω skype.

1.2 Τεχνολογική περιγραφή

Πριν ξεκινήσουμε την υλοποίηση της εφαρμογής μας , μελετήσαμε τους τρόπους με τους οποίους θα μπορούσε να γίνει αυτή η υλοποίηση. Υπάρχει μια τάση τα τελευταία χρόνια οι υλοποιήσεις εφαρμογών να γίνονται με τη βοήθεια συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου. Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι εφαρμογές που επιτρέπουν στο χρήστη να διαχειρίζεται το δικτυακό του περιεχόμενο, όπως κείμενα, εικόνες, video με εύκολο τρόπο, συνήθως παρόμοιο με αυτόν της χρήσης ενός κειμενογράφου. Τα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου διαχωρίζονται στα κλειστού κώδικα , τα οποία συνήθως εκμεταλλεύονται εμπορικά κάποιες εταιρείες και δεν έχει πρόσβαση στον πηγαίο τους κώδικα ο οποιοσδήποτε καθώς και στα ανοικτού κώδικα , τα οποία δεν εκμεταλλεύεται κανείς εμπορικά και έχει πρόσβαση ο οποιοσδήποτε στον πηγαίο τους κώδικα. Σύμφωνα με τα παραπάνω για τα κλειστού κώδικα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου απαιτείται κάποιο κόστος για τη χρησιμοποίησή τους ενώ τα ανοικτού κώδικα είναι συνήθως δωρεάν.

Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση αυτών των συστημάτων είναι πολλά όπως :

- Ταχύτερη υλοποίηση εφαρμογών.
- Υποστήριξη από χιλιάδες προγραμματιστές.
- Δε απαιτούνται ιδιαίτερες προγραμματιστικές γνώσεις.
- Πλήθος από επεκτάσεις και βιβλιοθήκες
- Συνοχή του περιεχομένου (Κατηγορίες , άρθρα).
- Λιγότερο κόστος υλοποίησης.
- Ευκολότερη διαχείριση χρηστών.

- Δωρεάν (Ανοικτού κώδικα)

Βεβαίως υπάρχουν και μειονεκτήματα όπως :

- Κόστος για εμπορικές επεκτάσεις.
- Έλλειψη εμπορικής υποστήριξης στα ανοικτού κώδικα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου.
- Θέματα ασφάλειας (αφορά τους αρχάριους χρήστες).
- Κόστος αγοράς στα κλειστού κώδικα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου.
- Δυσκολία στην παραμετροποίηση επεκτάσεων

1.2.1 Συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ιστού

Αυτή τη στιγμή υπάρχουν πάνω από 1200 Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου. Παρακάτω θα δούμε τα πιο δημοφιλή ανοικτού κώδικα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου. Ο κύριος λόγος που επικεντρωθήκαμε στα ανοικτού κώδικα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι το κόστος. Θέλουμε η εφαρμογή που θα χτίσουμε να είναι δωρεάν , χωρίς όμως σε καμιά περίπτωση να μας περιορίζει προγραμματιστικά.

Τα τρία πιο δημοφιλή ανοικτού κώδικα Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου είναι τα παρακάτω:

Wordpress

Το WordPress³ είναι ένα σύγχρονο σύστημα διαδικτυακών δημοσιεύσεων και διαχείρισης περιεχομένου. Είναι μεταφρασμένο σε πολλές γλώσσες , από ομάδες εθελοντών και απευθύνεται στον οποιοδήποτε θέλει να αποκτήσει το δικό του blog ή τη δική του προσωπική ιστοσελίδα. Είναι εύκολο στην εγκατάσταση καθώς και στη διαχείριση του περιεχομένου. Δε χρειάζονται ιδιαίτερες προγραμματιστικές γνώσεις και για αυτό το λόγο είναι ιδιαίτερα δημοφιλές. Οι γνώσεις που απαιτούνται δηλαδή , είναι οι γνώσεις ενός απλού κειμενογράφου. Η γλώσσα που χρησιμοποιεί είναι η PHP⁴ και η διαχείριση των βάσεων γίνεται μέσω της MySQL⁵.

Joomla!

Το Joomla!⁶ είναι ένα γνωστό και ιδιαίτερα δημοφιλές στην Ελλάδα λογισμικό που διανέμεται ελεύθερα και μας επιτρέπει να δημιουργήσουμε σύγχρονους δυναμικούς ιστοτόπους. Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματά του είναι η επεκτασιμότητά του, δηλαδή η δυνατότητα που μας προσφέρει να προσθέτουμε περισσότερες εφαρμογές σύμφωνα με τις ανάγκες μας. Οι προγραμματιστικές γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται για τη διαχείρισή του είναι οι βασικές. Η γλώσσα που χρησιμοποιεί είναι η PHP και η διαχείριση των βάσεων γίνεται μέσω συστημάτων διαχείρισης βάσεων δεδομένων όπως: MySQL, Oracle⁷, PostgreSQL⁸, SQLite⁹ και Microsoft SQL Server¹⁰.

Drupal

Το Drupal¹¹ είναι ένα ανοικτού κώδικα Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου που χρησιμοποιείται για την δημιουργία και την διαχείριση ιστότοπων. Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματά του είναι η σταθερότητα, η

³ <http://wordpress.org/>

⁴ <http://el.wikipedia.org/wiki/PHP>

⁵ <http://el.wikipedia.org/wiki/MySQL>

⁶ <http://el.wikipedia.org/wiki/Joomla>

⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Oracle_database

⁸ <http://en.wikipedia.org/wiki/PostgreSQL>

⁹ <http://en.wikipedia.org/wiki/SQLite>

¹⁰ http://en.wikipedia.org/wiki/Microsoft_SQL_Server

¹¹ <http://drupal.org>

ευελιξία και η ασφάλεια του. Απαιτεί περισσότερες προγραμματιστικές γνώσεις σε σχέση με τα άλλα δυο συστήματα που αναλύουμε. Η γλώσσα που χρησιμοποιεί είναι η PHP και η διαχείριση των βάσεων γίνεται μέσω συστημάτων διαχείρισης βάσεων δεδομένων όπως: MySQL, Oracle, PostgreSQL, SQLite και Microsoft SQL Server.

1.2.2 Επιλογή συστήματος διαχείρισης περιεχομένου

Για την υλοποίηση της εφαρμογής χρησιμοποιήσαμε τελικά το ανοιχτού κώδικα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου Joomla!. Η έκδοση που χρησιμοποιήσαμε είναι η 1.5.23. Όταν ξεκινήσαμε την υλοποίηση της εφαρμογής, αυτή η έκδοση του Joomla! ήταν η πιο σταθερή. Επίσης υποστήριζε τις περισσότερες επεκτάσεις(extensions¹²). Οι τέσσερις κυριότεροι λόγοι για τους οποίους χρησιμοποιήθηκε αυτό το εργαλείο σε σχέση με τα άλλα δυο είναι:

- 1) Η ελληνική κυρίως καθώς και η ξένη κοινότητα υποστήριξης. (πάνω από 200000 προγραμματιστές).
- 2) Η πληθώρα των επεκτάσεων(templates, modules, plugins, components και languages) τα οποία αναλύονται στη συνέχεια.
- 3) Η εμπιστοσύνη από σημαντικούς οργανισμούς και εταιρείες.
- 4) Η βράβευση ως το καλύτερο¹³ Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου για το 2011 (χρονιά που ξεκίνησε η παρούσα εργασία).

Επιπλέον λόγοι για τους οποίους χρησιμοποιήθηκε αυτό το Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου είναι :

- Ευκολία στη χρήση.
- Δωρεάν επεκτάσεις.
- Διαχείριση μιας εφαρμογής μέσα από πολύ απλά βήματα.
- Η γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι η PHP και έτσι καθίσταται εύκολα παραμετροποιήσιμο.
- Πάρα πολλές ιστοσελίδες καθώς και forums παρέχουν τεχνική υποστήριξη στο Joomla!.
- Ευκολία διαχείρισης χρηστών.
- Η προηγούμενη εμπειρία.

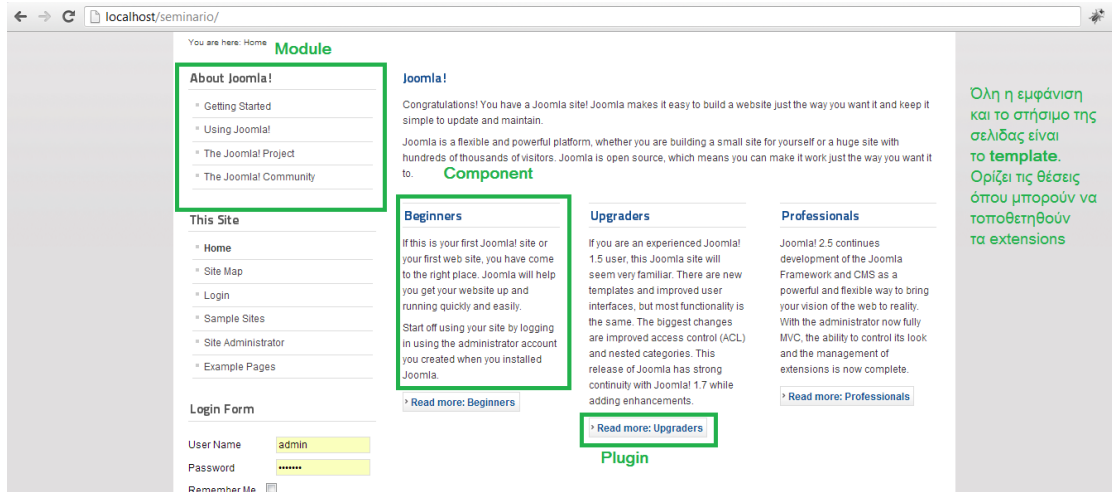
Το πιο σημαντικό κομμάτι του Joomla! είναι οι επεκτάσεις του. Πάνω από 10000 επεκτάσεις, χωρίς να συμπεριλάβουμε τα templates υπάρχουν για το Joomla!. Χιλιάδες προγραμματιστές ασχολούνται με το κομμάτι της ανάπτυξης νέων ή της βελτιστοποίησης υπαρχόντων επεκτάσεων.

Υπάρχουν πέντε είδη από extensions :

- Components
- Modules
- Plugins
- Templates
- Languages

¹² <http://extensions.joomla.org/>

¹³ <http://www.packtpub.com/open-source-awards-home>



Εικόνα 9 : Πως τοποθετούνται τα extensions

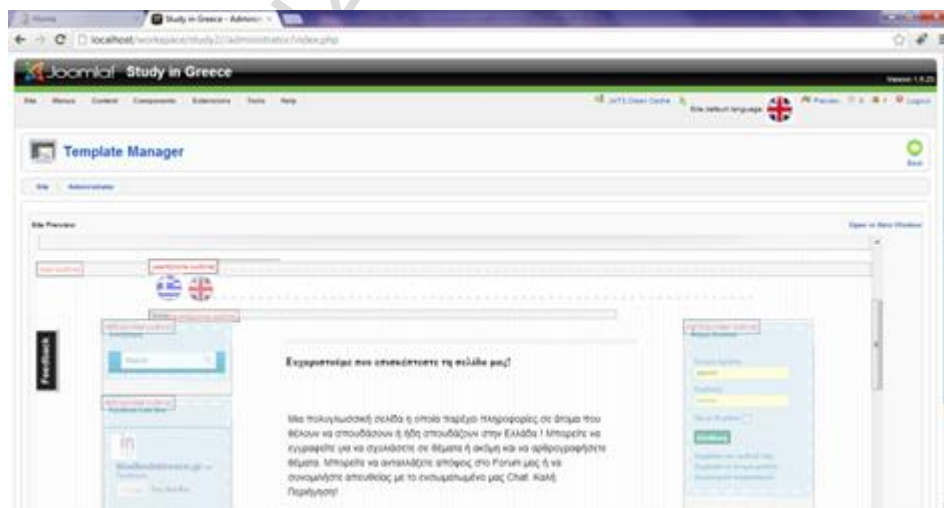
1.2.3 Επεκτάσεις

Παρακάτω περιγράφουμε τα extensions που χρησιμοποιήθηκαν στην εφαρμογή μας :

1.2.3.1 Templates

Τα Templates(θέματα) καθορίζουν τη σχεδίαση του Joomla! ιστότοπου. Χρησιμοποιούνται για να αλλάζουμε την εμφάνιση και τη λειτουργικότητα του ιστότοπου. Περιέχουν συγκεκριμένες θέσεις για την εμφάνιση ενός component. Δημιουργούνται ή παραμετροποιούνται εύκολα και παρέχουν μεγάλη ευελιξία για τον καθορισμό της εμφάνισης του ιστότοπου.

Το template που χρησιμοποιήθηκε είναι δωρεάν και ονομάζεται jm-rabbit¹⁴. Έχει πολύ ωραία χρώματα καθώς και ωραία menu. Το template αυτό παραμετροποιήθηκε έτσι ώστε να μπορούν να εισαχθούν διαφημιστικά banners , το logo της εφαρμογής , το κάτω μέρος της εφαρμογής(footer) καθώς και μια gallery στην οποία εναλλάσσονται κάποιες εικόνες στο επάνω μέρος της εφαρμογής.



Εικόνα 10 : Template Manager

¹⁴ <http://www.jm-experts.com/templates/jm-rabbit>

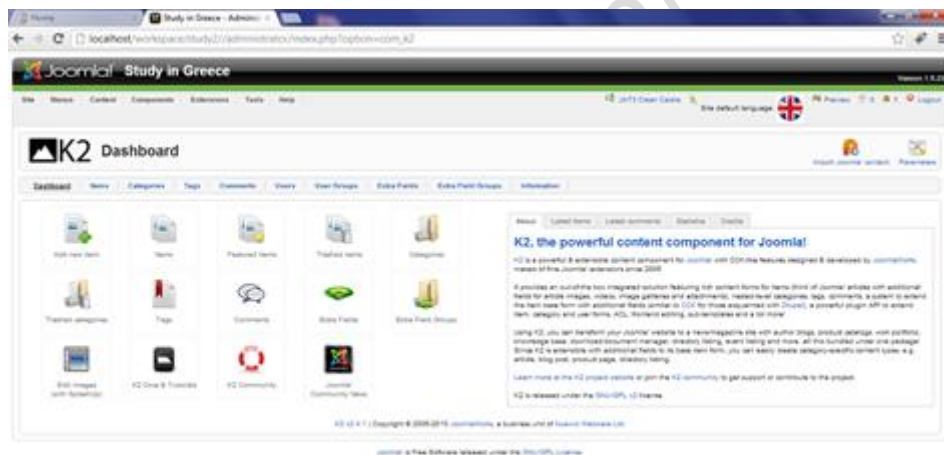
1.2.3.2 Components

Αποτελούν τα μεγαλύτερα και πολυπλοκότερα extensions. Μοιάζουν με μικρές εφαρμογές. Αποτελούνται από δύο τμήματα. Το Administrator part και το Site part. Κάθε φορά που εμφανίζεται μια σελίδα του Joomla!, ένα component καλείται για να δημιουργήσει τη σελίδα

Αποτελούν το κύριο κομμάτι μιας σελίδας, επειδή κάθε menu item συσχετίζεται με κάποιο component. Τα component που χρησιμοποιήθηκαν είναι τα παρακάτω :

K2

Το K2¹⁵ είναι μία εφαρμογή για τη διαχείριση περιεχομένου του Joomla!. Το χρησιμοποιήσαμε επειδή μπορούμε να δημιουργήσουμε κατηγορίες (χωρίς ενότητες), υποκατηγορίες, άρθρα, ετικέτες, προσαρμοσμένα πεδία και χρήστες. Μέσα σε ένα άρθρο μπορούμε να προσθέσουμε πολύ εύκολα βίντεο, εικόνες, gallery, προσαρμοσμένα πεδία και συννημένα αρχεία. Στην προβολή των άρθρων εμφανίζονται εκτός από τις παραπάνω πληροφορίες, επιλογή αξιολόγησης, social buttons, μετρητής αναγνωσιμότητας, η κατηγορία στην οποία ανήκει το άρθρο, περισσότερα άρθρα από την ίδια κατηγορία, φόρμα για σχόλια και πολλά άλλα. Όλες αυτές οι πληροφορίες είναι εύκολα παραμετροποιήσιμες και μπορούμε να εμφανίσουμε ή να αποκρύψουμε αυτές που θέλουμε. Η έκδοση που χρησιμοποιήθηκε είναι η 2.4.1.



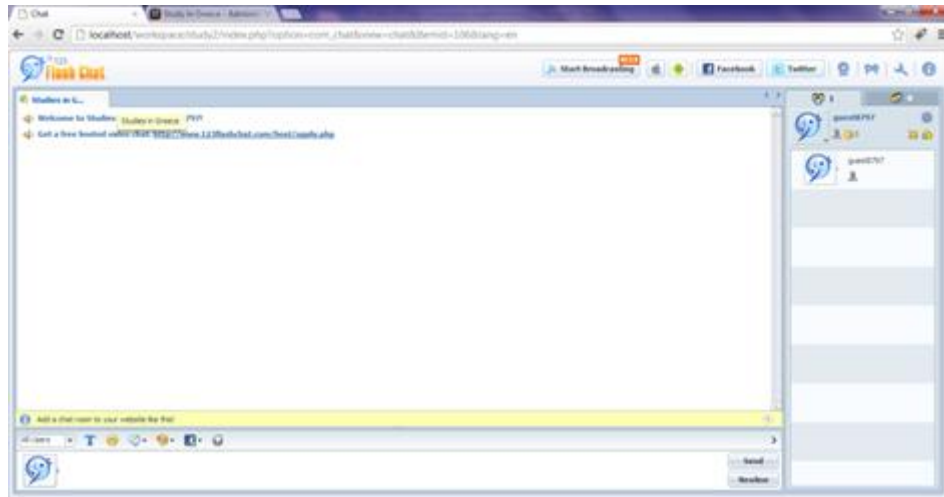
Εικόνα 11 : K2 Manager

123 Flash Chat

Το 123 Flash Chat¹⁶ είναι μια εφαρμογή άμεσων μηνυμάτων μεταξύ των χρηστών. Το χρησιμοποιήσαμε επειδή είναι μια από τις πιο δημοφιλείς εφαρμογές άμεσων μηνυμάτων. Μέσω αυτής οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν δωμάτια επικοινωνίας να ανεβάσουν αρχεία, να ενημερώσουν το προφίλ τους καθώς και να επικοινωνήσουν με βιντεοκλήση. Η έκδοση που χρησιμοποιήθηκε είναι η 3.0 για Joomla!.

¹⁵ <http://getk2.org/>

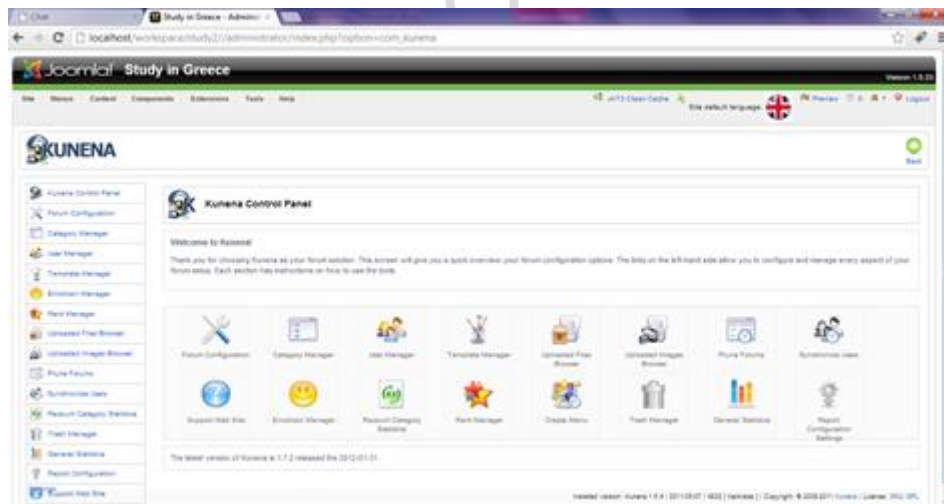
¹⁶ <http://www.123flashchat.com/>



Εικόνα 12 : 123FlashChat

Kunena Forum

Το Kunena Forum¹⁷ είναι μια πλατφόρμα επικοινωνίας η οποία έχει σχεδιαστεί ειδικά για το Joomla!. Είναι πλήρως ενσωματωμένο και έτσι οι χρήστες δεν χρειάζεται να δημιουργήσουν νέους λογαριασμούς για να επικοινωνήσουν. Μπορούν να δημιουργήσουν νέα θέματα, να ανταλλάξουν πληροφορίες και να ειδοποιούνται κάθε φορά στο ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο. Η έκδοση που χρησιμοποιήθηκε είναι η 1.7.2



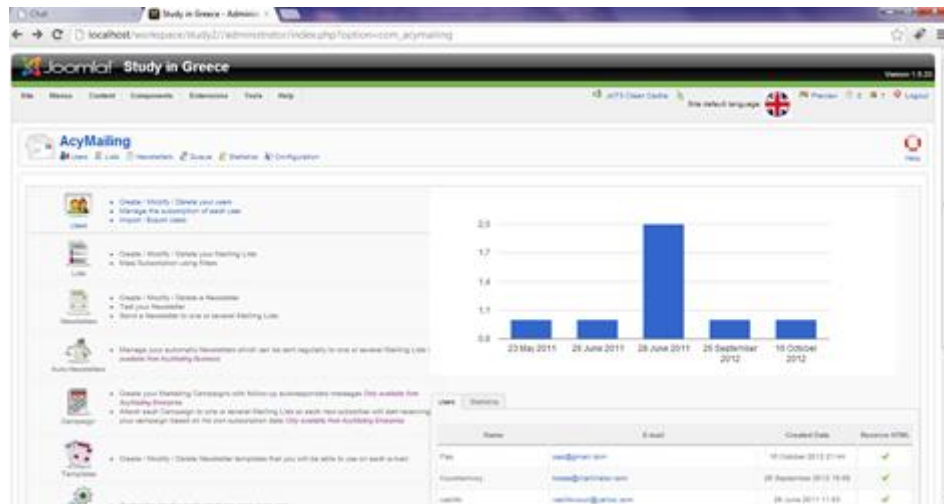
Εικόνα 13 : Kunena control panel

AcyMailing

Το AcyMailing¹⁸ είναι μια προέκταση του Joomla! η οποία μας επιτρέπει να δημιουργούμε χρήστες, να διαχειριζόμαστε το λογαριασμό τους, να δημιουργούμε και να επεξεργαζόμαστε λίστες, να δημιουργούμε όμορφα newsletters, να δημιουργούμε καμπάνιες και τέλος να ελέγχουμε τα στατιστικά χρήσης ανταλλαγής μηνυμάτων. Η έκδοση που χρησιμοποιήθηκε είναι η 1.9.0 starter.

¹⁷ <http://www.kunena.org/>

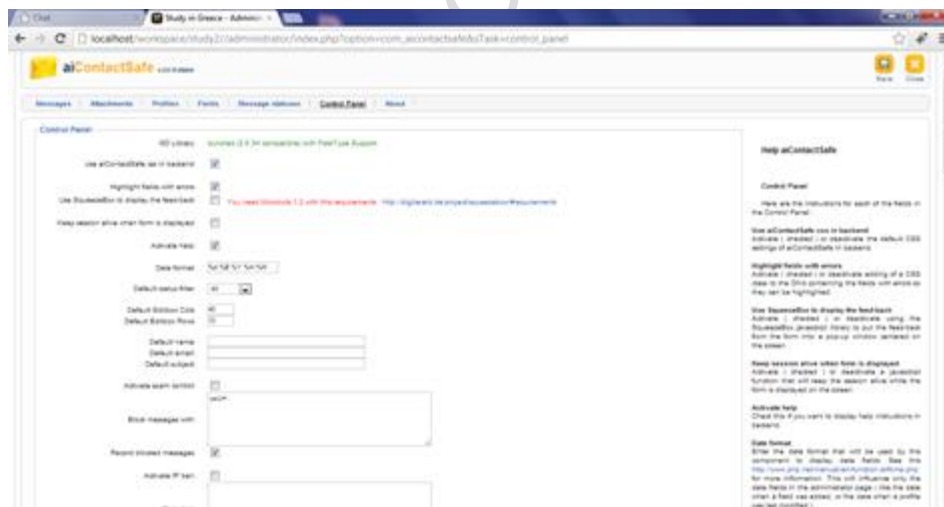
¹⁸ <http://www.acyba.com/en/acymailing.html>



Εικόνα 14 : AcyMailing

aiContactSafe

Η aiContactSafe¹⁹ είναι μια εφαρμογή για τη δημιουργία φορμών επικοινωνίας βασισμένη στο Joomla!. Προσφέρει ασφάλεια καθώς χρησιμοποιεί την εφαρμογή captcha²⁰, παρέχει πλήρη επεξεργασία των πεδίων της φόρμας, μετάφραση των πεδίων καθώς και δυνατότητα φιλτραρίσματος των κακόβουλων IP's. Η έκδοση που χρησιμοποιήθηκε είναι η 2.0.15 stable.



Εικόνα 15 : aiContactSafe

Joom!Fish

Το Joom!Fish²¹ είναι μια εφαρμογή που έχει δημιουργηθεί αποκλειστικά για το Joomla!. Μας δίνει τη δυνατότητα να εμφανίζεται η εφαρμογή μας και ολόκληρο το περιεχόμενό της σε διάφορες γλώσσες. Η έκδοση που χρησιμοποιήθηκε είναι η 2.1.7.

¹⁹ <http://www.algisisinfo.com/en/home-bottom/37-aicontactsafe-extension.html>

²⁰ <http://www.captcha.net/>

²¹ <http://www.joomfish.net/>



Εικόνα 16 : Joomla!Fish

Mad4Joomla

Το Mad4Joomla είναι μια εφαρμογή με την οποία μπορούμε να δημιουργήσουμε φόρμες επικοινωνίας για καλύτερη αλληλεπίδραση με τους επισκέπτες. Μπορούμε να προσδιορίσουμε το μήκος και το πλάτος των φορμών. Να δώσουμε προεπιλεγμένες τιμές , να ορίσουμε checkbox και radio buttons καθώς και να ορίσουμε απαιτούμενα ή μη πεδία. Επίσης για μεγαλύτερη ασφάλεια χρησιμοποιεί Captcha.



Εικόνα 17 : Mad4Joomla

1.2.3.3 Plugins

Τα Plugins αποτελούν πιο προηγμένα extensions. Ουσιαστικά είναι event handlers. Όταν εκτελείται δηλαδή κάποιο μέρος του Joomla! και λαμβάνει χώρα ένα event , εκτελούνται τα plugins που έχουν δηλωθεί στη συγκεκριμένη εφαρμογή και είναι υπεύθυνα να «πιάσουν» το event

Παράδειγμα : Ένα plugin μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ελέγχει άρθρα τη στιγμή που υποβάλλονται και να διαγράφει ακατάλληλες λέξεις.

Τα plugins που χρησιμοποιήθηκαν είναι τα παρακάτω :

Editor TinyMCE

Ο TinyMCE²² editor είναι ένας επεξεργαστής κειμένου που μας βοηθά να επεξεργαστούμε και να διαμορφώσουμε τα άρθρα στη εφαρμογή μας. Είναι πολύ απλός στη χρήση και ενσωματώνει όλες τις λειτουργίες ενός σωστού επεξεργαστή κειμένου όπως : γραμματοσειρές , μέγεθος γραμματοσειράς , χρώμα , υπερσύνδεσμοι , εικόνες κ.α

Content - Rating

Αυτό το plugin βοηθά στη βαθμολόγηση των άρθρων με γραφικό τρόπο και στη διατήρηση στατιστικών για το κάθε άρθρο ξεχωριστά. Ενσωματώνεται αυτόματα σε όλες τις εκδόσεις του Joomla!.

AllVideos

Το AllVideos²³ είναι ένα plugin που μας δίνει τη δυνατότητα να ενσωματώνουμε εύκολα και γρήγορα videos στην εφαρμογή μας.

Simple Image Gallery

Είναι ένα plugin το οποίο δίνει τη δυνατότητα στις φωτογραφίες μας να εμφανίζονται με τη μορφή έκθεσης , μετακινούμενοι από φωτογραφία σε φωτογραφία με κουμπιά.

K2 Plugin - Google Maps²⁴

Μας δίνει τη δυνατότητα να ενσωματώνουμε χάρτες στις κατηγορίες και στα άρθρα μας χρησιμοποιώντας το γεωγραφικό μήκος και πλάτος για να δείξουμε που ακριβώς βρίσκεται το σημείο ενδιαφέροντός μας.

1.2.3.4 Modules

Τα modules είναι πιο ελαφριά και εύελικτα extensions που χρησιμοποιούνται για σελιδοποίηση. Ορισμένες φορές σχετίζονται με components. Όμως αυτό δεν είναι πάντα απαραίτητο, μπορούν να είναι απλή γλώσσα HTML²⁵ ή κείμενο.

Τα modules που χρησιμοποιήθηκαν είναι τα παρακάτω :

RokAjaxSearch²⁶

Αυτή η σύνθετη αναζήτηση που δημιουργήθηκε για το Joomla! , χρησιμοποιεί μια βιβλιοθήκη javascript τεχνολογίας καθώς και τεχνολογία AJAX. Έτσι με κάθε αναζήτηση μας δίνει αποτελέσματα σε πραγματικό χρόνο για ολόκληρο το περιεχόμενο της εφαρμογής μας. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα να αναζητά πληροφορίες μέσω Google Search.

Social Widgets

Εμφανίζει εικονίδια από τις αγαπημένες εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης και είναι ενσωματωμένο στην αρχική έκδοση του Joomla!.

²² <http://www.tinymce.com/>

²³ <http://www.joomlaworks.net/extensions/free-premium/allvideos>

²⁴ <http://getk2.org/extend/extensions/date/item/669-simple-google-map-for-k2>

²⁵ <http://el.wikipedia.org/wiki/HTML>

²⁶ <http://www.rockettheme.com/extensions-joomla/rokajaxsearch>

FaceBook Like Box²⁷

Χρησιμοποιείται για να κάνουν οι χρήστες like στη σελίδα της εφαρμογής στο Facebook.

Login Form

Είναι η φόρμα μέσω της οποίας ο χρήστης μπορεί να εγγραφεί ή να συνδεθεί με το όνομα χρήστη και τον κωδικό του στην εφαρμογή. Είναι ενσωματωμένο στην αρχική έκδοση του Joomla!.

Who's Online

Εδώ φαίνεται ο αριθμός των συνδεδεμένων χρηστών στην εφαρμογή. Είναι ενσωματωμένο στην αρχική έκδοση του Joomla!.

Newsletter

Ο χρήστης εγγράφεται με τη διεύθυνση του προσωπικού του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και λαμβάνει ενημερώσεις κάθε φορά που ενημερώνεται η εφαρμογή. Είναι ενσωματωμένο στην αρχική έκδοση του Joomla!.

Polls

Μέσω αυτού διεξάγονται ηλεκτρονικές δημοσκοπήσεις. Είναι ενσωματωμένο στην αρχική έκδοση του Joomla!.

WOWSlider²⁸

Μια πολύ ωραία συλλογή από φωτογραφίες οι οποίες εναλλάσσονται με εντυπωσιακό τρόπο. Χρησιμοποιεί τεχνολογία jQuery²⁹ και είναι πολύ εύκολη στη χρήση. Η έκδοση που χρησιμοποιήσαμε είναι η 2.6 για Joomla!.

Language Selection

Εμφανίζει τα εικονίδια με τις γλώσσες που μπορούμε να επιλέξουμε. Είναι μέρος του Joomlafish που αναφέραμε πιο πάνω.

1.2.5 Languages

Μπορούν να χρησιμοποιηθούν με δυο τρόπους. Core package ή Extension package. Ουσιαστικά πρόκειται για αρχεία από ζευγάρια (κλειδί, τιμή) και αποτελούν μεταφράσεις από string που χρησιμοποιούνται μέσα από τον κώδικα του Joomla!. Επηρεάζουν τόσο το site part όσο και το administrator part.

Τα language packs περιέχουν και ένα meta file σε XML με πληροφορία για τη γλώσσα και τα fonts που θα χρησιμοποιηθούν κατά την παραγωγή PDF. Εμείς στην εφαρμογή μας χρησιμοποιήσαμε στην πλευρά του Administrator την Αγγλική γλώσσα και στην πλευρά του χρήστη τα Αγγλικά και τα Ελληνικά, ενώ σύντομα θα υπάρχουν τα Γερμανικά, Γαλλικά, Πορτογαλικά, Ισπανικά και Ιταλικά έτσι ώστε να γίνει πιο εύχρηστη η εφαρμογή σε περισσότερους χρήστες.

²⁷ <http://extensions.joomla.org/extensions/social-web/facebook-display/12589>

²⁸ <http://wowslider.com/>

²⁹ <http://jquery.com/>

1.3 Search Engine Optimization

Το SEO(Search Engine Optimization)είναι όλες οι ενέργειες προώθησης μια εφαρμογής στα οργανικά αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης. Είναι πολύ σημαντικό μια διαδικτυακή εφαρμογή να μπορεί να προβληθεί στις μηχανές αναζήτησης με το σωστό τρόπο. Αυτό σημαίνει πως όταν ένας χρήστης πληκτρολογήσει μια λέξη-κλειδί σε μια μηχανή αναζήτησης π.χ. σπουδές στην Ελλάδα , η μηχανή αυτή να μπορέσει να βρει την εφαρμογή μας και να την κατατάξει στις υψηλότερες θέσεις των αποτελεσμάτων της.

Το Joomla! εμφανίζει τα URL με τον παρακάτω τρόπο:

```
http://www.studiesingreece.gr/index.php?Itemid=1&option=com_content
```

Σε αυτό το URL δεν δίνουμε στις μηχανές αναζήτησης να καταλάβουν περί τίνος πρόκειται από το URL. Επίσης δεν τις βοηθούμε να το κατατάξουν καλύτερα. Εμείς ενεργοποιήσαμε την επιλογή “URL Φιλικό προς τις Μηχανές Αναζήτησης” που βρίσκεται στις Γενικές ρυθμίσεις. Έτσι το URL εμφανίζεται όπως παρακάτω:

```
http://www.studiesingreece.gr/index.php/titlos-arthrou
```

Αυτό βέβαια προϋποθέτει να έχουμε εισάγει σε κάθε άρθρο και κάθε κατηγορία της εφαρμογής το πεδίο ψευδώνυμο (Alias). Εμείς σε κάθε σελίδα-άρθρο της εφαρμογής μας έχουμε εισάγει λέξεις-κλειδιά στα metadata πεδία. Έτσι οι μηχανές αναζήτησης μπορούν να βρουν ευκολότερα τα άρθρα μας με βάση συγκεκριμένες αναζητήσεις των χρηστών. Λέξεις-κλειδιά έχουμε τοποθετήσει επίσης στη meta description της εφαρμογής μας , στις εικόνες και τα βίντεο της εφαρμογής μας.

Μελλοντικά θα επενδύσουμε σε μηχανές αναζήτησης όπως η Google μέσω του Google AdWords³⁰ έτσι ώστε να έχουμε προβεβλημένη εμφάνιση στα αποτελέσματα , σε συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά σε συγκεκριμένες χώρες και χρήστες.

Με όλους τους παραπάνω τρόπους θα μπορέσουμε να κατατάξουμε την εφαρμογή μας στις υψηλότερες θέσεις στις μηχανές αναζήτησης και κατ' επέκταση να γίνουμε πιο δημοφιλείς.

1.4 Ασφάλεια

Πολλοί θα ισχυριστούν ότι μια Joomla! εφαρμογή είναι πιο ευάλωτη σε κακόβουλες επιθέσεις , σε σχέση με άλλες custom-made εφαρμογές. Αυτό ισχύει μόνο εφόσον κάποιος δημιουργήσει μια Joomla! εφαρμογή και στη συνέχεια δεν ασχοληθεί με περαιτέρω κινήσεις που θα την προστατέψουν. Τα βήματα που κάναμε εμείς για να διασφαλίσουμε την εφαρμογής μας είναι τα εξής :

- 1) Χρησιμοποιήσαμε μόνο extensions³¹ που πληρούν τις προϋποθέσεις ασφαλείας που θέτει το Joomla!.
- 2) Αλλάξαμε το όνομα χρήστη από Admin σε κάτι πιο δύσκολο να αποκαλυφθεί.
- 3) Αλλάξαμε το πρόθεμα των πινάκων της βάσης από _jos σε κάτι τελείως διαφορετικό. Όλοι γνωρίζουν πως το default πρόθεμα είναι _jos και έτσι τα sql injections στη βάση του Joomla! καθίστανται πιο εύκολα.
- 4) Προσθήσαμε διπλή προστασία στο περιβάλλον διαχείρισης της εφαρμογής. Έτσι όταν κάποιος δοκιμάσει να μπει στο περιβάλλον διαχείρισης του Studies in Greece θα του ζητηθεί δυο φορές να εισάγει username και password. Τα οποία είναι τελείως διαφορετικά μεταξύ τους.
- 5) Αλλάξαμε τα δικαιώματα των χρηστών στα αρχεία σε 644. Των configuration αρχείων σε 666 και όλων των υπόλοιπων φακέλων σε 755.
- 6) Αναβαθμίσαμε όλα τα extensions στην τελευταία έκδοσή τους.
- 7) Κρατήσαμε αντίγραφα ασφαλείας κάθε φορά που εισάγαμε ένα νέο extension.
- 8) Τέλος κάναμε δοκιμές αντοχής με το εργαλείο OWASP Joomla! Vulnerability Scanner Project³²

³⁰ <http://en.wikipedia.org/wiki/AdWords>

³¹ http://docs.joomla.org/Vulnerable_Extensions_List

³² https://www.owasp.org/index.php/Category:OWASP_joomla_Vulnerability_Scanner_Project

Επίσης είναι πολύ σημαντικό κάθε φορά να αναβαθμίζουμε στην τελευταία έκδοση του Joomla!. Στην περίπτωση μας αυτό δεν είναι δυνατό γιατί δεν παρέχεται αυτή τη στιγμή συμβατότητα της τελευταίας έκδοσης του Joomla! με όλες τις επεκτάσεις που χρησιμοποιήσαμε εμείς. Αυτό όμως δε σημαίνει πως η εφαρμογή μας δεν είναι καθίσταται ασφαλής με όλα τα παραπάνω.

OWASP Joomla Vulnerability Scanner Project

Μετά τις δοκιμές που κάναμε με το εργαλείο OWASP_joomla_Vulnerability_Scanner_Project τα αποτελέσματα που πήραμε είναι 43 αδυναμίες. Από τις αδυναμίες αυτές, ο χρήστης μπορεί να εκμεταλλευτεί τις 6. Οι αδυναμίες αυτές είναι :

```
# 1
Info -> Generic: htaccess.txt has not been renamed.
Versions Affected: Any
Check: /htaccess.txt
Exploit: Generic defenses implemented in .htaccess are not available, so exploiting is more likely to succeed.
Vulnerable? Yes
# 2
Info -> Generic: Unprotected Administrator directory
Versions Affected: Any
Check: /administrator/
Exploit: The default /administrator directory is detected. Attackers can bruteforce administrator accounts.
Vulnerable? Yes
# 14
Info -> Core: Admin Backend Cross Site Request Forgery Vulnerability
Versions effected: 1.0.13 <=
Check: /administrator/
Exploit: It requires an administrator to be logged in and to be tricked into a specially crafted webpage.
Vulnerable? Yes
# 18
Info -> CorePlugin: TinyMCE TinyBrowser addon multiple vulnerabilities
Versions effected: Joomla! 1.5.12
Check: /plugins/editors/tinymce/jscripts/tiny_mce/plugins/tinybrowser/
Exploit: While Joomla! team announced only File Upload vulnerability, in fact there are many. See:
http://www.milw0rm.com/exploits/9296
Vulnerable? Yes
# 33
Info -> CoreComponent: com_banners Blind SQL Injection Vulnerability
Versions effected: N/A
Check: /components/com_banners/
Exploit:
/index.php?option=com_banners&task=archive&id=0'+and+'1'='1':/index.php?option=com_banners&task=archive&id=0'+and+'1'='2
Vulnerable? Yes
# 34
Info -> CoreComponent: com_mailto timeout Vulnerability
Versions effected: 1.5.13 <=
Check: /components/com_mailto/
Exploit: [Requires a valid user account] In com_mailto, it was possible to bypass timeout protection against sending automated emails.
Vulnerable? Yes
```

Οι παραπάνω αδυναμίες αντιμετωπίστηκαν ως εξής :

- Απεγκατάσταση του component banners και του component mailto.
- Διαγραφή του TinyMCE TinyBrowser addon .
- Αλλαγή του directory /administrator σε φάκελο άλλου επιπέδου.
- Μετονομασία του htaccess.txt

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

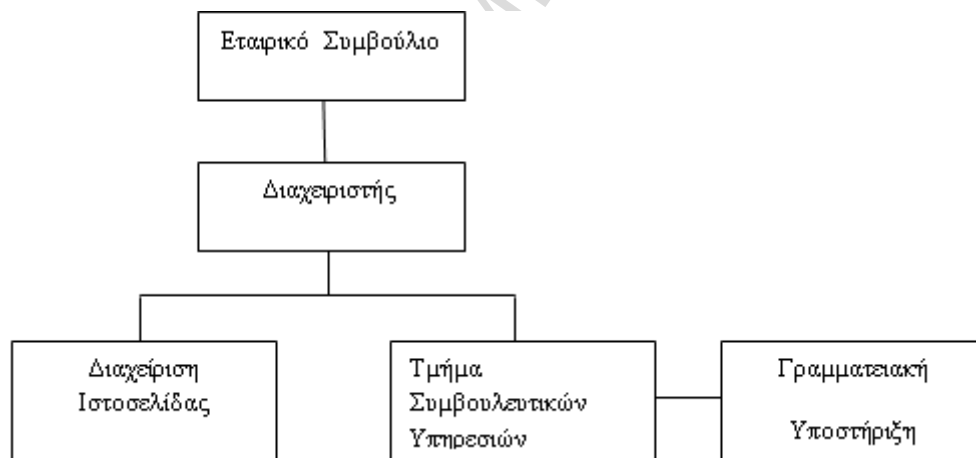
2.1 Περιγραφή εταιρείας

Η επιχείρησή μας φέρει την επωνυμία StudiesInGreece ΕΠΕ, ιδρύθηκε τον Απρίλιο του 2012 και εδρεύει στην Αθήνα στην περιοχή Κουκάκι, πλησίον του σταθμού του μετρό, Συγγρού- Φιξ. Αποτελεί νεοσύστατη εταιρία και είναι Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) αποτελούμενη από 2 εταίρους, οι οποίοι συμμετέχουν με μερίδιο 50% καταβάλλοντας 11.000€ έκαστος. Οι εταίροι θα προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στην εταιρία συμμετέχοντας στις καθημερινές εργασίες της. Ο ένας εκ των εταίρων είναι κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος στην πληροφορική και διαθέτει 5-ετή εμπειρία στην δημιουργία ιστοσελίδων ηλεκτρονικού εμπορίου. Ο δεύτερος εκ των εταίρων διαθέτει πτυχίο οικονομικών καθώς και μεταπτυχιακό δίπλωμα στην διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού, ενώ διαθέτει 4-ετή προϋπηρεσία σε εταιρίες συμβούλων. Και οι δύο είναι άγαμοι.

Τα γραφεία της εταιρίας στεγάζονται στην Αθήνα, στην περιοχή Κουκάκι, επί της οδού Νότη Μπότσαρη 10, στον 1ο όροφο, σε χώρο 102 τ.μ. Η συγκεκριμένη διεύθυνση βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της Αθήνας. Ο χώρος στέγασης των γραφείων με τον τρόπο που έχει διαμορφωθεί έχει τη δυνατότητα να παρέχει συνολικά έως 6 θέσεις εργασίας. Επίσης, έχει διαμορφωθεί κατά τέτοιο τρόπο ώστε να παρέχει 5 διαφορετικούς χώρους: γραμματεία, 2 αίθουσες στις οποίες θα λαμβάνει χώρα η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών προς τους πελάτες, χώρο αναμονής καθώς και χώρο για τα προσωπικά γραφεία των υπαλλήλων. Οι αίθουσες που θα λαμβάνει χώρα η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών είναι πλήρως εξοπλισμένες. Η κάθε μια διαθέτει κατάλληλο χώρο στον οποίο θα κάθονται οι πελάτες καθώς και προβολικό (projector) για παρουσιάσεις σε πελάτες.

2.2 Οργανωτική δομή

Το οργανόγραμμα με το οποίο ξεκινά τη λειτουργία της η εταιρία μας θα έχει τη παρακάτω μορφή:



Εικόνα 18 : Τρέχον οργανόγραμμα

Το Εταιρικό Συμβούλιο αποτελείται από τους δύο εταίρους. Τη θέση του Διαχειριστή και του Υπεύθυνου Συμβουλευτικών Υπηρεσιών θα κατέχει το ίδιο πρόσωπο, ένας εκ των εταίρων. Τη θέση του Διαχειριστή της ιστοσελίδας θα κατέχει, επίσης, ένας εκ των εταίρων και θα υπάρχει κι ένα άτομο για γραμματειακή υποστήριξη η οποία θα υπάγεται στο Τμήμα Συμβουλευτικών Υπηρεσιών. Η εταιρία θα ξεκινήσει τη λειτουργία της με 3 άτομα προσωπικό προκειμένου να περιοριστούν στο μέγιστο δυνατό τα έξοδά της για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της. Στα πλάνα της εταιρίας μας συμπεριλαμβάνεται η πρόσληψη ενός ακόμη ατόμου το οποίο θα τοποθετηθεί στο Τμήμα Συμβουλευτικών Υπηρεσιών. Η συγκεκριμένη πρόσληψη έχει σχεδιαστεί να γίνει με την έναρξη του δεύτερου έτους λειτουργίας της εταιρίας, αφού θεωρούμε ότι τότε ο όγκος εργασιών θα έχει αυξηθεί σε τέτοιο βαθμό που θα επιτάσσει νέα πρόσληψη. Βέβαια, σε περίπτωση ανάγκης πρόσληψης νωρίτερα του αναμενόμενου χρόνου, οι διαδικασίες για την πρόσληψη του νέου υπαλλήλου θα επισπευτούν, ενώ αν κριθεί ότι πρέπει να γίνουν και περισσότερες από μία προσλήψεις είμαστε διατεθειμένοι να κινηθούμε και προς αυτή την

κατεύθυνση. Η πρόθεσή μας είναι η εταιρία να διαθέτει επαρκή αριθμό εργατικού δυναμικού προκειμένου να εξασφαλίζεται η παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου.

2.3 Παρεχόμενες υπηρεσίες

Βασικό αντικείμενο της εταιρίας αποτελεί η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα που άπτονται της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης προς αλλοδαπούς που σπουδάζουν ή επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα αλλά και σε ημεδαπούς που αναζητούν συμβουλευτική καθοδήγηση σχετικά με θέματα σπουδών. Πιο συγκεκριμένα παρέχονται:

- Συμβουλευτικές υπηρεσίες σχετικά με την επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας και γενικότερα συμβουλές επαγγελματικού προσανατολισμού.
- Ετοιμασία αιτήσεων για όλα τα ελληνικά πανεπιστήμια σε συνδυασμό με όλα τα απαραίτητα έγγραφα.
- Μεταφράσεις.
- Εξεύρεση στέγασης σε όλες τις πόλεις της Ελλάδας.
- Ενημέρωση όσον αφορά τα ελληνικά πανεπιστήμια σε θέματα κουλτούρας, κόστους ζωής στις πόλεις που βρίσκονται, διδάκτρων (για τα ιδιωτικά πανεπιστήμια) και υποτροφιών.
- Ετοιμασία αιτήσεων παροχής χρηματικών δανείων και υποτροφιών.
- Σύνδεση με την αγορά εργασίας.

Στο επίκεντρο του ενδιαφέροντός μας βρίσκεται ο πελάτης και οι ανάγκες του. Θ' αποτελέσει μεγάλη ηθική ικανοποίηση για εμάς, να γνωρίζουμε πως έχουμε συμβάλει αποτελεσματικά στην διεκπεραίωση των σπουδών των πελατών μας. Με υψηλό αίσθημα ευθύνης είμαστε διατεθειμένοι ν' ανταποκριθούμε στο μέγιστο βαθμό τόσο στους στόχους που έχουμε θέσει ως εταιρία, όσο και στις υψηλές απαιτήσεις των πελατών μας.

Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της εταιρίας μας στην παροχή των ανωτέρω υπηρεσιών αποτελούν:

- Το γεγονός ότι οι εταίροι μέχρι πριν λίγο καιρό ανήκαν στην ομάδα στόχο (target group) που στοχεύουν οι παρεχόμενες υπηρεσίες με σκοπό να μπορούν να κατανοήσουν σε μεγάλο βαθμό, έναντι των ανταγωνιστών, τις ανάγκες αυτής της ομάδας.
- Η ηλικία των εταίρων και των εργαζομένων της εταιρίας που βρίσκεται κοντά σ' αυτήν της ομάδας στόχου, με αποτέλεσμα να υπάρχει καλύτερη επικοινωνία και κατανόηση των αναγκών της.
- Η επαγγελματική εμπειρία των στελεχών της εταιρίας σε παρόμοιες θέσεις εργασίας με αυτές που καλούνται ν' αναλάβουν σ' αυτή τη νέα πρόκληση της επαγγελματικής τους πορείας.

2.4 Προωθητική πολιτική (Marketing)

Οι δυνητικοί πελάτες της εταιρίας μας είναι πολίτες ξένων κρατών, ηλικίας, συνήθως, μεταξύ 18-30, που επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα, τόσο σε δημόσια, όσο και σε ιδιωτικά πανεπιστήμια. Επίσης, στους δυνητικούς πελάτες μας συγκαταλέγονται και Έλληνες πολίτες που επιθυμούν την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών είτε για θέματα σχετικά με την επιλογή σπουδών, είτε σχετικά με θέματα επαγγελματικού προσανατολισμού.

Στις προωθητικές ενέργειες της εταιρίας μας περιλαμβάνεται η παροχή επιπρόσθετων υπηρεσιών, μέσω της ιστοσελίδας μας, πέρα απ' τις προαναφερθείσες παρεχόμενες υπηρεσίες, οι οποίες θα έχουν ως στόχο να καταστήσουν την ιστοσελίδα μας ακόμη πιο ελκυστική δημιουργώντας κατ' αυτό τον τρόπο τις προϋποθέσεις για να υπάρχουν περισσότερες επισκέψεις σ' αυτή. Σ' αυτές τις επιπρόσθετες υπηρεσίες περιλαμβάνονται χάρτες, εύρεσης χρήσιμων τηλεφώνων, επιλογές διασκέδασης για τις μεγάλες πόλεις της Ελλάδας, forum, αγγελίες για συγκατοίκηση κ.α. Επίσης, σκοπεύουμε σε κάθε άτομο που θα φέρνει δυο φίλους του για παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών εκπαίδευσης να τυγχάνει έκπτωσης 25%. Με αυτό τον τρόπο πιστεύουμε ότι σε συντομότερο χρονικό διάστημα θα φθάσουμε τους στόχους, όσον αναφορά τον αριθμό των πελατών μας.

Ακόμη, αναγνωρίζοντας ότι οι περισσότεροι ξένοι φοιτητές που έρχονται για σπουδές στην Ελλάδα στην συντριπτική τους πλειοψηφία προέρχονται από την Κύπρο, σκοπεύουμε να διαφημιστούμε σε κεντρικά σημεία των μεγάλων κυπριακών πόλεων. Επιπλέον, σκοπεύουμε στην ιστοσελίδα μας να χρησιμοποιήσουμε δύο ερωτηματολόγια. Το πρώτο θα ζητά την γνώμη των ερωτηθέντων για το πώς

αξιολογούν τις παρεχόμενες υπηρεσίες μας και μάλιστα θα υπάρχουν και ανοικτού τύπου ερωτήσεις όπου οι ερωτώμενοι θα μπορούν ν' αναπτύξουν τις απόψεις τους για το τι δεν τους αρέσει. Το δεύτερο ερωτηματολόγιο θα έχει να κάνει με ερωτήσεις σχετικά με ποιες επιπλέον ανάγκες τους, που δεν καλύπτονται αυτή τη στιγμή, σχετικά με τον τομέα της εκπαίδευσης επιθυμούν να καλύψουν. Η άποψή μας είναι πως και τα δύο ερωτηματολόγια μπορούν να μας προσφέρουν σημαντική ανατροφοδότηση τόσο για τις υπηρεσίες που ήδη παρέχονται, όσο και για νέες που πιθανότατα θα μπορούσαμε να καλύψουμε.

Ακόμη, σε κάθε πελάτη που θα εισέρχεται στην εταιρία για την παρακολούθηση των συνεδριών συμβουλευτικής θα του παραδίδεται μπλοκ σημειώσεων που θα περιέχει το λογότυπο της εταιρίας μας καθώς και τρόπους επικοινωνίας (τηλέφωνο, e-mail) μαζί της. Τέλος, επειδή στην εποχή που ζούμε σχεδόν όλοι οι νέοι έχουν λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης θα δραστηριοποιηθούμε αναφορικά με την προώθηση της εταιρίας μας μέσω αυτών των μέσων, τα οποία είναι ιδιαίτερος δημοφιλή και το κόστος διαφήμισης σ' αυτά είναι πολύ χαμηλότερο σε σχέση με άλλους τρόπους διαφήμισης. Οι παραπάνω κινήσεις είναι αυτές με τις οποίες θα ξεκινήσουμε την προσπάθεια προώθησης των παρεχόμενων υπηρεσιών της εταιρίας μας. Η προωθητική πολιτική της εταιρίας μας θα ελέγχεται και θ' αναθεωρείται ανά τρίμηνο με σκοπό να εξετάζουμε κάθε φορά τα αποτελέσματα των ενεργειών μας και ν' αποφασίζουμε αν θα συνεχίζουμε να εφαρμόζουμε τις ίδιες ενέργειες ή θ' αναζητήσουμε νέες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

3.1 Νομικό πλαίσιο

Η εταιρία μας είναι Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) ως προς τη νομική της μορφή φέροντας την ονομασία StudiesInGreece ΕΠΕ. Αυτό σημαίνει ότι ο κάθε εταίρος ευθύνεται μόνο μέχρι του ύψους του ποσού που συμμετέχει στην εταιρία. Η εταιρία διοικείται από την γενική συνέλευση των εταίρων και διαχειριστής της είναι, ο ένας εκ των εταίρων. Για ανάληψη δανείων μέχρι του ποσού των 4.000€ απαιτείται μόνο η υπογραφή του διαχειριστή της εταιρίας, ενώ για την ανάληψη δανείων μεγαλύτερων ποσών απαιτείται η υπογραφή όλων των εταίρων. Επίσης, ο διαχειριστής είναι υπεύθυνος για τις προσλήψεις και τις απολύσεις του προσωπικού της εταιρίας. Σύμφωνα με το καταστατικό της εταιρίας, το 15% των κερδών κάθε έτους θα επενδύεται στην εταιρία ενώ τα υπόλοιπα κέρδη θα διαμοιράζονται εξ' ημισείας στους εταίρους. Ακόμη, προβλέπεται η δυνατότητα να συμμετάσχει μελλοντικά και νέος εταίρος στην εταιρία αρκεί να τυγχάνει της κοινής αποδοχής των ήδη υπαρχόντων εταίρων. Στην περίπτωση που κάποιος εταίρος επιθυμεί ν' αποχωρήσει απ' την εταιρία απαιτείται η ομόφωνη συγκατάθεση των υπολοίπων εταίρων, ενώ ομόφωνη απόφαση απαιτείται, επίσης και στην περίπτωση διάλυσης της εταιρίας.

Η εταιρία μας έχει μελετήσει πολύ προσεκτικά το νομοθετικό πλαίσιο μέσα στο οποίο θα κυμανθεί η λειτουργία της. Επίσης, ως εταιρία τασσόμαστε υπέρ των αυστηρών ελέγχων σε εταιρίες που δραστηριοποιούνται στο επιχειρηματικό μας πεδίο αφού θεωρούμε πως συμβάλλουμε σε ιδιαίτερα κρίσιμες και ευαίσθητες αποφάσεις των πελατών μας με αποτέλεσμα να υπάρχει αυξημένη ανάγκη να διαφυλαχθεί το κύρος και η αξιοπιστία των εταιριών του κλάδου μας.

3.2 Οικονομικό πλαίσιο

Η οικονομική συγκυρία που επικρατεί αυτή τη στιγμή σε πολλά κράτη της Ευρώπης, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, εκ πρώτης όψεως δεν ευνοεί την δημιουργία νέων εταιριών. Πιο συγκεκριμένα για την Ελλάδα και σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή³³ ο πληθωρισμός ανέρχεται στο 0,2%, το ποσοστό ανεργίας κυμαίνεται στο 24,8% και το ΑΕΠ είναι στο -6,9%. Εξετάζοντας κάποιοι πρόχειρα τα στοιχεία αυτά θα ταχθεί υπέρ της άποψης πως δεν είναι κατάλληλη περίοδος για την ίδρυση νέων εταιριών στην Ελλάδα. Ενδεχομένως, αυτή η άποψη να είναι σωστή για κάποιους τομείς της ελληνικής οικονομίας. Η δική μας θέση είναι πως η κρίση δημιουργεί ευκαιρίες και πως τόσο ο τομέας της εκπαίδευσης όσο κι αυτός της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών δεν συγκαταλέγονται στους τομείς της ελληνικής οικονομίας που πλήττονται από την γενικότερη κρίση, αλλά αντιθέτως μπορούν να βγουν κερδισμένοι όσοι ασχολούνται μ' αυτούς τους τομείς στην παρούσα περίοδο. Τη θέση μας αυτή τη στηρίζουμε, απ' ενός, στο γεγονός πως

³³ Ελληνική Στατιστική Αρχή (<http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE> -Σεπτέμβριος 2012)

ένα προσωπικό αντίμετρο ενάντια στην ανεργία είναι η απόκτηση επιπλέον γνώσεων, με την παρακολούθηση προγραμμάτων σπουδών προκειμένου να ισχυροποιήσει κάποιος τη θέση του στην αγορά εργασίας κι αφ' ετέρου, επειδή η δύσκολη οικονομική συγκυρία δεν επιτρέπει λάθη στην επιλογή σπουδών και γενικότερα επιλογών, αφού αυτό συνεπάγεται επιπλέον κόστος. Με βάση τα παραπάνω, κρίνεται σχεδόν επιβεβλημένη η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα σπουδών.

Εν κατακλείδι, θεωρούμε πως με την παρούσα οικονομική συγκυρία η ίδρυση νέων εταιριών σε κάποιους τομείς της ελληνικής οικονομίας κρίνεται αποθαρρυντική αλλά στον τομέα την παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα εκπαίδευσης που σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί η εταιρία μας τα δεδομένα είναι διαφορετικά αφού υπάρχει η τάση ο κόσμος να καταφεύγει σε τέτοιου είδους υπηρεσίες προκειμένου ν' αποφύγει λάθος επιλογές που συνεπάγονται επιπρόσθετο κόστος.

3.3 Τεχνολογικό πλαίσιο

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, οι υπηρεσίες που παρέχουμε απευθύνονται σε νεανικό κοινό που αποτελεί το κατ' εξοχήν κομμάτι του πληθυσμού που ασχολείται με την τεχνολογία και μάλιστα στις περισσότερες περιπτώσεις είναι πολύ καλοί χρήστες αυτής. Επίσης, η ευρεία διάδοση και χρήση του διαδικτύου τόσο στη χώρα μας, όσο και στην Κύπρο, που αποτελεί βασική πηγή εν δυνάμει πελατών μας, αλλά και στον υπόλοιπο κόσμο χαρακτηρίζεται ως σημαντικός αρωγός στο εγχείρημα της εταιρίας μας αφού ένα μεγάλο κομμάτι της δραστηριότητας μας λαμβάνει χώρα μέσω του διαδικτύου ενώ σ' αυτό βασίζεται και ένα μεγάλο μέρος των προωθητικών ενεργειών της εταιρίας μας.

3.4 Πολιτιστικό πλαίσιο

Στην σημερινή εποχή, τόσο στη χώρα μας, όσο και στον υπόλοιπο κόσμο παρατηρείται η ανάγκη των νέων ανθρώπων να επιζητούν την γνώση και τη μόρφωση παρακολουθώντας προγράμματα σπουδών. Επίσης, οι νέοι άνθρωποι διακατέχονται απ' την ανάγκη της κοινωνικότητας η οποία εκφράζεται μέσα απ' την διασκέδαση, την ψυχαγωγία και τα ταξίδια. Ακόμη, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η τάση των νέων, κυρίως, ανθρώπων για πιο μεγάλη αλληλεπίδραση και ανταλλαγή απόψεων με τους συνανθρώπους τους. Σ' αυτή τη τάση οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η άνθιση που γνωρίζουν τα τελευταία χρόνια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα blogs και τα forums. Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια φαίνεται πως ο κόσμος έχει ξεπεράσει, σε σημαντικό βαθμό, την ξενοφοβία του με αποτέλεσμα πλέον να επιζητά την αλληλεπίδραση με άλλες κουλτούρες και πολιτισμούς. Νιώθει, πλέον, την ανάγκη να γνωρίσει νέες χώρες καθώς και τα ήθη κι έθιμα που επικρατούν σ' αυτές. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να πραγματοποιεί ταξίδια σε νέες χώρες καθώς και να επιλέγει ξένες χώρες για την πραγματοποίηση μέρους ή ολόκληρων των σπουδών του. Δεν είναι τυχαία, άλλωστε, η ανταπόκριση που γνωρίζει το εκπαιδευτικό πρόγραμμα ERASMUS. Τέλος, πρέπει ν' αναγνωρίσουμε ότι η χρήση του διαδικτύου αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας πολλών ανθρώπων ανά τον κόσμο. Η εταιρία μας έχει λάβει πολύ σοβαρά το παραπάνω πολιτιστικό πλαίσιο μέσα στο οποίο θα κυμανθεί και στηρίζει μεγάλο τμήμα της λειτουργίας της πάνω σ' αυτό δημιουργώντας και παρέχοντας υπηρεσίες, είτε δωρεάν, είτε επί πληρωμή, προσανατολισμένες στις σύγχρονες ανάγκες των νέων ανθρώπων.

3.5 Ανάλυση καταναλωτή

Το κοινό στο οποίο απευθύνεται η εταιρία μας είναι νέοι άνθρωποι ηλικίας, συνήθως, 18- 30, ξένοι αλλά και Έλληνες που σκοπεύουν να σπουδάσουν στη Ελλάδα. Οι άνθρωποι αυτής της ηλικίας αγωνιούν για το μέλλον τους, συχνά νιώθουν ανασφάλεια σχετικά με την επιλογή κατεύθυνσης σπουδών, που πηγάζει απ' τον ανεπαρκή επαγγελματικό προσανατολισμό που τους προσφέρεται απ' τους αρμόδιους φορείς των κρατών στα οποία ανήκουν. Τα άτομα αυτά στην συντριπτική τους πλειοψηφία είναι καλοί χρήστες της τεχνολογίας και του διαδικτύου. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να επιδιώκουν την κάλυψη των εκάστοτε αναγκών τους μέσω του διαδικτύου, εκεί, δηλαδή, που στηρίζεται και ένα μεγάλο κομμάτι της δράσης της εταιρίας μας. Μάλιστα, σε πολλές περιπτώσεις αναζητούν ακόμη και την ψυχαγωγία μέσω του διαδικτύου. Επίσης, το μορφωτικό τους επίπεδο και η κριτική τους ικανότητα κρίνονται ανεπτυγμένες, αναλογικά με την ηλικία τους, και αυτό συμβάλλει στο να είναι απαιτητικοί απέναντι στις υπηρεσίες που τους παρέχονται. Στα χαρακτηριστικά τους συγκαταλέγονται η ανάγκη για κοινωνικότητα, για ανταλλαγή απόψεων, για ταξίδια και διασκέδαση καθώς και για αλληλεπίδραση με άλλους νέους, της ίδιας αλλά και

διαφορετικής εθνικότητας. Ακόμη, πρέπει ν' αναγνωρίσουμε πως οι άνθρωποι αυτής της ηλικίας συχνά επηρεάζονται στις αποφάσεις τους από το οικογενειακό τους περιβάλλον.

3.6 Ανάλυση ανταγωνισμού

Στην απόφασή μας για την ίδρυση της εταιρίας μας, σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε η ανάλυση του ανταγωνισμού στην οποία προβήκαμε και μάλιστα ήταν αυτή που συνέβαλλε καθοριστικά στην διαμόρφωση της τελικής μορφής των παρεχόμενων υπηρεσιών της εταιρίας μας. Πιο συγκεκριμένα η ανάλυση του ανταγωνισμού μας έδειξε ότι δεν υπάρχει καμία άλλη εταιρία στην Ελλάδα και το εξωτερικό που να παρέχει όλες τις υπηρεσίες που εμείς είμαστε σε θέση να παρέχουμε συνολικά. Υπάρχουν εταιρίες που παρέχουν μεμονωμένες υπηρεσίες από το σύνολο των υπηρεσιών που η εταιρία μας παρέχει.

Οι τέσσερις κύριες ανταγωνιστικές εταιρίες του εξωτερικού είναι:

- i. Go Abroad³⁴
- ii. Study in Europe³⁵
- iii. Lonely Planet³⁶
- iv. Study abroad universities³⁷

Παρακάτω θα αναφερθούμε σε κάθε υπηρεσία ξεχωριστά καθώς και στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αυτών:

3.6.1 Go Abroad

Το Go Abroad είναι ένας ιστότοπος που παρέχει πληροφορίες σε ανθρώπους που επιθυμούν να ταξιδέψουν σε μια χώρα και πιθανόν θα ήθελαν να πραγματοποιήσουν τις σπουδές τους σε αυτή τη χώρα. Παρέχει πληροφορίες για 27000 εκπαιδευτικά προγράμματα παγκοσμίως. Ιδρύθηκε το 1997 και λειτουργεί μέχρι σήμερα.

Πλεονεκτήματα :

- Προσφέρει πληροφορίες για τα περισσότερα ιδιωτικά πανεπιστήμια.
- Παρέχει φόρμα επικοινωνίας για κάθε ιδιωτικό πανεπιστήμιο ξεχωριστά.
- Ο χρήστης μπορεί να δει φωτογραφίες του πανεπιστημίου , τα προγράμματα που προσφέρει καθώς και να δυνατότητα να δει ένα διαφημιστικό αρχείο από κάθε πανεπιστήμιο.
- Έχει καλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.
- Δυνατότητα μετατροπής νομισματικών μονάδων.
- Αναζήτηση αεροπορικών δρομολογίων.
- Σελίδες σε κοινωνικά δίκτυα.
- Άρθρα σε πασίγνωστες εφημερίδες και ιστότοπους.
- Σύγκριση φοιτητικών δανείων.
- Φόρμες και οδηγοί για να βρει κάποιος αυτό που τον ενδιαφέρει.
- Παρέχει δωρεάν συμβουλές σε όσους εγγραφούν στην πλατφόρμα του.

Μειονεκτήματα :

- Οι πληροφορίες είναι πάρα πολλές και αφορούν όλες τις χώρες.
- Δεν επικεντρώνεται στην εκπαίδευση.
- Δεν περιλαμβάνει δημόσια πανεπιστήμια.
- Δεν υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών.
- Δεν παρέχει προετοιμασία εγγράφων.
- Τέλος δεν υποστηρίζει την ελληνική γλώσσα.

³⁴ <http://www.goabroad.com/>

³⁵ <http://www.studyineurope.eu/>

³⁶ <http://www.lonelyplanet.com/>

³⁷ <http://www.studyabroaduniversities.com/Study-in-Greece.aspx>

3.6.2 Study in Europe

Το Study in Europe είναι ένας ιστότοπος που παρέχει πληροφορίες σε όσους επιθυμούν να σπουδάσουν σε πανεπιστήμια της Ευρώπης. Ιδρύθηκε το 2009 και λειτουργεί μέχρι σήμερα.

Πλεονεκτήματα :

- Προσφέρει πληροφορίες για όλα τα δημόσια πανεπιστήμια της Ελλάδος.
- Έχει ωραία μενού , που περιλαμβάνουν πληροφορίες όπως : Πώς να αιτηθούν οι φοιτητές στα πανεπιστήμια , ημερομηνίες αιτήσεων , κόστος εκπαίδευσης των πανεπιστημίων , το ελληνικό σύστημα βαθμολόγησης κ.α.
- Έχει πολύ καλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.
- Όλα είναι δωρεάν.

Μειονεκτήματα :

- Περιλαμβάνει πληροφορίες για όλες τις χώρες της Ευρώπης.
- Δεν υπάρχει καθόλου επικοινωνία με τους διαχειριστές της εφαρμογής.
- Δεν υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ των φοιτητών.
- Δεν υπάρχει καθόλου επικοινωνία με τους χρήστες της πλατφόρμας.
- Δεν περιλαμβάνει πληροφορίες για τα ιδιωτικά πανεπιστήμια.
- Δεν υποστηρίζει την ελληνική γλώσσα.

3.6.3 Lonely Planet

Το Lonely Planet είναι ένας ιστότοπος που παρέχει ταξιδιωτικές πληροφορίες που αφορούν σχεδόν όλο τον κόσμο. Επιπλέον παρέχει πληροφορίες για σπουδές και εργασία. Ξεκίνησε ως ένας ταξιδιωτικός οδηγός για την Ασία και εξελίχθηκε σε ένα γίγαντα των τουριστικών υπηρεσιών με γραφεία σε όλο τον κόσμο.

Πλεονεκτήματα :

- Προσφέρει ταξιδιωτικές πληροφορίες
- Προσφέρει πληροφορίες για σπουδές στο χορό , τη ζωγραφική και την εκμάθηση της ελληνικής γλώσσας.
- Υποστηρίζει εννιά γλώσσες.
- Έχει επικοινωνία με τους διαχειριστές.
- Έχει πολύ καλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.

Μειονεκτήματα :

- Δεν είναι υπηρεσία που αφορά αποκλειστικά τις σπουδές στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.
- Είναι περισσότερο υπηρεσία που προσφέρει πληροφορίες σε ταξιδιώτες παρά σπουδαστές.
- Δεν παρέχει υπηρεσίες συμβουλευτικής.
- Δεν υποστηρίζει την ελληνική γλώσσα.

3.6.4 Study Abroad Universities

Το Study Abroad Universities είναι ένα εκπαιδευτικό portal που παρέχει πληροφορίες σε όσους επιθυμούν να σπουδάσουν σε 28 χώρες του κόσμου.

Πλεονεκτήματα :

- Προσφέρει πληροφορίες για τα περισσότερα δημόσια και ιδιωτικά πανεπιστήμια στην Ελλάδα.
- Προσφέρει πληροφορίες για υποτροφίες , δίδακτρα , visa's , λόγους για να σπουδάσει κάποιος στην Ελλάδα.
- Περιλαμβάνει σχόλια για κάθε πανεπιστήμιο
- Παρέχει αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών μέσω forum καθώς και επικοινωνία με τους διαχειριστές της εφαρμογής.

- Έχει πολύ καλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.
- Όλες οι υπηρεσίες είναι δωρεάν.

Μειονεκτήματα :

- Δεν περιλαμβάνει τα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.
- Δεν παρέχει υπηρεσίες συμβουλευτικής.
- Δεν υποστηρίζει την ελληνική γλώσσα.

Οι κύριες ανταγωνιστικές εταιρίες του εσωτερικού είναι:

- Study Abroad Greece³⁸
- Study in Greece³⁹
- Look4Studies⁴⁰
- Edu Advisor⁴¹

Παρακάτω θα αναφερθούμε σε κάθε υπηρεσία ξεχωριστά καθώς και στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα αυτών:

3.6.5 Study Abroad Greece

Το Study Abroad Greece είναι ένας ιστότοπος που παρέχει πληροφορίες σε όσους επιθυμούν να σπουδάσουν στην Ελλάδα. Έχει έδρα την Πάρο και ανήκει στο portal Parosweb⁴².

Πλεονεκτήματα :

- Παρέχει πληροφορίες που αφορούν ιδιωτικά κολλέγια και ιδιωτικές σχολές που λειτουργούν στην Ελλάδα.
- Παρέχει πληροφορίες που αφορούν την εκπαίδευση γενικά
- Διαμονή
- Υποτροφίες
- Ιστορία της Ελλάδος
- Τουριστικοί προορισμοί
- Χάρτες
- Έχει πολύ καλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.

Μειονεκτήματα :

- Δεν περιλαμβάνει τα δημόσια Πανεπιστήμια.
- Η ιστοσελίδα της εφαρμογής είναι στατική και η μόνη αλληλεπίδραση με το χρήστη είναι μια φόρμα επικοινωνίας.
- Δεν προσφέρει υπηρεσίες συμβουλευτικής αφού δεν το αναφέρει.
- Δεν υποστηρίζει την ελληνική γλώσσα.

3.6.6 Study in Greece

Το Study in Greece είναι ένα εκπαιδευτικό portal που παρέχει πληροφορίες για σπουδές στην Ελλάδα. Έχει έδρα τη Θεσσαλονίκη και είναι μέρος του portal Semifind⁴³.

Πλεονεκτήματα :

- Προσφέρει πληροφορίες για όλα τα ιδιωτικά και δημόσια πανεπιστήμια.

³⁸ <http://www.studyabroadgreece.com/>

³⁹ <http://www.studyingreece.gr/Bachelors/Default.aspx>

⁴⁰ <http://www.look4studies.com/>

⁴¹ <http://www.eduadvisor.gr/>

⁴² <http://www.parosweb.com/el/>

⁴³ <http://www.semifind.gr/>

- Έχει πολύ καλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.
- Έχει φόρμες για να βρει κάποιος το αντικείμενο σπουδών που τον ενδιαφέρει.
- Προσφέρει επικοινωνία με τους διαχειριστές της εφαρμογής.
- Παρέχει φόρμες επικοινωνίας για κάθε πρόγραμμα ξεχωριστά.
- Έχει απαντήσεις σε συχνές ερωτήσεις(FAQ).
- Ενημέρωση μέσω newsletter.
- Έχει σελίδα σε κοινωνικά δίκτυα.
- Υποστηρίζει την Ελληνική και Αγγλική γλώσσα.

Μειονεκτήματα :

- Δεν υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών.
- Δεν παρέχει υπηρεσίες συμβουλευτικής.

3.6.7 Look4Studies

Το Look4Studies είναι ένας ιστότοπος ενημέρωσης σχετικά με σπουδές στην Ελλάδα. Είναι ίσως ο πιο ολοκληρωμένος οδηγός για όποιον επιθυμεί να σπουδάσει στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Πλεονεκτήματα :

- Προσφέρει πληροφορίες για όλα τα δημόσια και ιδιωτικά πανεπιστήμια της Ελλάδος και του εξωτερικού.
- Έχει μηχανές αναζήτησης προγραμμάτων.
- Εγγραφή χρήστη στην εφαρμογή.
- Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών και προετοιμασία εγγράφων.
- Παροχή βιβλίων επαγγελματικού προσανατολισμού.
- Δυνατότητα επικοινωνίας με τους εκπαιδευτικούς οργανισμούς.
- Διαχείριση των αναζητήσεων στον ιστότοπο.
- Επικοινωνία με τους διαχειριστές.
- Ενημέρωση μέσω newsletter.
- Φόρμες εκδήλωσης ενδιαφέροντος για τα προγράμματα.
- Έχει σελίδα σε κοινωνικά δίκτυα.
- Έχει πολύ καλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.
- Όλες οι υπηρεσίες προσφέρονται δωρεάν.

Τα μειονεκτήματα είναι :

- Δεν υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών.
- Δεν υποστηρίζει την αγγλική γλώσσα.

3.6.8 Edu Advisor

Το Edu Advisor είναι ένας ιστότοπος ενημέρωσης για σπουδές όλων των εκπαιδευτικών βαθμίδων της Ελλάδος και της Κύπρου.

Πλεονεκτήματα :

- Το Edu Advisor προσφέρει πληροφορίες για όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης στην Ελλάδα και την Κύπρο.
- Έχει πολύ καλή κατάταξη στις μηχανές αναζήτησης.
- Τα μέλη μπορούν να εγγραφούν.
- Τα μέλη μπορούν να αξιολογήσουν και να σχολιάσουν οποιοδήποτε εκπαιδευτικό ίδρυμα.
- Έχει forum όπου οι εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδράσουν.
- Έχει μηχανές αναζήτησης προγραμμάτων.

- Έχει σελίδα σε κοινωνικά δίκτυα.
- Ενημέρωση μέσω newsletter.
- Περιλαμβάνει χάρτες με τους εκπαιδευτικούς οργανισμούς.
- Παρέχει φόρμες εκδήλωσης ενδιαφέροντος για τα προγράμματα.
- Επικοινωνία με τους διαχειριστές.
- Διεξάγει έρευνες.
- Παρέχει εκπαιδευτικά videos.
- Διοργανώνει διαγωνισμούς με δώρα.

Μειονεκτήματα :

- Παρέχει πληροφορίες για όλες τις βαθμίδες (Πρωτοβάθμια εκπαίδευση , Δευτεροβάθμια εκπαίδευση, ΙΕΚ).
- Δεν παρέχει υπηρεσίες συμβουλευτικής.
- Δεν υποστηρίζει την αγγλική γλώσσα.

Αναλύοντας τον υφιστάμενο ανταγωνισμό, καταλήξαμε στην απόφαση η εταιρία μας να παρέχει υπηρεσίες που να καλύπτουν όλο το φάσμα των αναγκών των αλλοδαπών φοιτητών στην Ελλάδα, παρέχοντας με αυτόν τον τρόπο ολοκληρωμένη πληροφόρηση σ' αυτούς, με σκοπό η τακτική μας αυτή να δημιουργήσει για την εταιρία μας ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ- SWOT ANALYSE

Στο κεφάλαιο αυτό θα περιγράψουμε τα δυνατά και αδύνατα σημεία της εταιρίας μας καθώς και τις απειλές και ευκαιρίες που εμφανίζονται ή ενδέχεται να εμφανιστούν.

Τα δυνατά μας σημεία είναι:

- Μηδενικός δανεισμός και οφειλές σε χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς.
- Παροχή ολοκληρωμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών σχετικά με θέματα εκπαίδευσης, σε αντίθεση με τον υφιστάμενο ανταγωνισμό που παρέχει μέρος αυτών.
- Λιγότερες δαπάνες σε μισθοδοσίες λόγω προσωπικής εργασίας των ιδιοκτητών της εταιρίας.
- Μικρή διαφορά ηλικίας μεταξύ εταιρών και ομάδας στόχου που συνεπάγεται μεγαλύτερη κατανόηση από πλευράς εταιρών των αναγκών της ομάδας στόχου.
- Εκπαιδευμένους και έμπιστους υπαλλήλους.
- Η γνώση και η εμπειρία πάνω στο αντικείμενο τόσο από τους εταίρους, όσο και από το προσωπικό της εταιρίας.
- Ευέλικτη οργανωτική δομή και ευελιξία στη λήψη αποφάσεων.
- Χαμηλό ύψος πάγιων εξόδων.
- Η όρεξη για δουλειά και τα υψηλά κίνητρα των στελεχών της εταιρίας.

Στα αδύνατα σημεία συγκαταλέγονται:

- Το καλό όνομα στην αγορά κάποιων εκ των ήδη υπαρχόντων εταιριών που προσφέρουν παρεμφερείς υπηρεσίες.
- Η πολυετής παρουσία στον χώρο κάποιων εκ των ανταγωνιστών της εταιρίας μας.
- Το χαμηλό κεφάλαιο κίνησης.
- Η μη ύπαρξη αυτόνομου τμήματος marketing.
- Ολιγάριθμο εργατικό δυναμικό.

Οι απειλές που ενδεχομένως χρειαστεί ν' αντιμετωπίσουμε είναι:

- Η διεθνής κακή οικονομική συγκυρία.
- Η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών του ανταγωνισμού.
- Ο εμπλουτισμός των παρεχόμενων υπηρεσιών του ανταγωνισμού.
- Υπερβολικά μεγάλη πελατεία με την έναρξη λειτουργίας της εταιρίας.

- Η χαμηλή ανταγωνιστικότητα των ελληνικών πανεπιστημίων.
- Το γεγονός ότι η Ελλάδα ανήκει στους λιγότερο δημοφιλείς ακαδημαϊκούς προορισμούς της Ευρώπης.
- Πιθανή μη ικανότητα της εταιρίας μας να εμπλουτίσει, με την πάροδο των ετών, τις παρεχόμενες υπηρεσίες της.
- Πιθανή μη ικανότητα της εταιρίας μας να βελτιώνει, με την πάροδο του καιρού, την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών της.
- Η κοινωνική και πολιτική κατάσταση της Ελλάδας.
- Οι συνεχόμενες απεργίες στα δημόσια τριτοβάθμια ιδρύματα.
- Οι συνεχόμενες απεργίες στα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς.
- Η συρρίκνωση των ελληνικών εκπαιδευτικών ιδρυμάτων.

Οι ευκαιρίες που θα πρέπει να εκμεταλλευτούμε είναι:

- Η τάση των νέων ν' αποκτούν πανεπιστημιακή μόρφωση.
- Το γεγονός ότι η διδασκαλία όλο και περισσότερων προγραμμάτων σπουδών, τόσο δημόσιων, όσο και ιδιωτικών πανεπιστημίων που εδρεύουν στην Ελλάδα, λαμβάνει χώρα στην αγγλική γλώσσα.
- Η έλλειψη επαρκούς επαγγελματικού προσανατολισμού από τους αρμόδιους φορείς.
- Το γεγονός ότι όλο και περισσότεροι ξένοι φοιτητές, κυρίως Κύπριοι, επιλέγουν την Ελλάδα για τις σπουδές τους.
- Οι επιδοτήσεις από αναπτυξιακά ευρωπαϊκά προγράμματα.
- Οι νέοι τρόποι δικτύωσης των νέων (facebook, blogs, forums, κ.τ.λ) που μας προσφέρουν περισσότερη ευχέρεια να τους προσεγγίσουμε, με λιγότερο κόστος.
- Η τάση των νέων ανθρώπων να προσπαθούν να καλύψουν τις ανάγκες τους μέσω του διαδικτύου.

Από την SWOT ανάλυση που προηγήθηκε, ως εταιρία αντιλαμβανόμαστε ότι διαθέτουμε πολλά δυνατά σημεία, κάποια μεγαλύτερης βαρύτητας και κάποια μικρότερης, ενώ διαθέτουμε και σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Αναφορικά, με τα αδύνατα σημεία της εταιρίας μας, θεωρούμε ότι είναι λίγα σε πλήθος και ευελπιστούμε ότι με σκληρή δουλειά δεν θα αφήσουμε να φανούν στους πελάτες μας και, μάλιστα, σε σύντομο χρονικό διάστημα θα προσπαθήσουμε να τα εξαλείψουμε. Σχετικά με τις απειλές που ενδέχεται ν' αντιμετωπίσει η εταιρία μας παρατηρούμε πως είναι αυξημένες. Το αρνητικό γεγονός με αυτές είναι ότι προέρχονται από το εξωτερικό περιβάλλον της εταιρίας μας και αυτό ως ένα σημείο περιορίζει τη δράση μας σχετικά με την αντιμετώπισή τους. Παρόλα αυτά, ως εταιρία για τις δράσεις που είναι στην ευχέρειά μας είμαστε διατεθειμένοι να πράξουμε ότι είναι δυνατόν προκειμένου ν' αποτρέψουμε την εμφάνισή τους. Τέλος, παρατηρούμε ότι παρά την δύσκολη διεθνή οικονομική συγκυρία που επικρατεί υπάρχουν ευκαιρίες τις οποίες έχουμε εντοπίσει και θα μοχθήσουμε να τις εκμεταλλευτούμε στο έπακρο. Απ' τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι η εταιρία μας μπορεί να είναι βιώσιμη, αφού διαθέτει ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα αλλά απαιτείται συνεχής προσπάθεια και σωστή οικονομική διαχείριση προκειμένου να μην εγκλωβιστεί στις αδυναμίες και τις απειλές που ελλοχεύουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΟΧΩΝ- ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

5.1 Αγορά δραστηριοποίησης εταιρείας

Η εταιρεία μας θα δραστηριοποιηθεί στην αγορά παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα εκπαίδευσης απευθυνόμενη κατά κύριο λόγο σε αλλοδαπούς που επιθυμούν να σπουδάσουν ή σπουδάζουν στην Ελλάδα αλλά και σε ημεδαπούς που επιθυμούν να γίνουν δέκτες αυτών των υπηρεσιών. Στην Ελλάδα, σ' αυτή την αγορά δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο τέσσερις εταιρίες οι οποίες, όμως, παρέχουν ένα μέρος των υπηρεσιών που είναι σε θέση να παρέχει η εταιρία μας. Ως βασικούς ανταγωνιστές μας θεωρούμε τις τρεις εταιρίες. Αν και δεν είναι επίσημα διαθέσιμος, από κάποια κρατική αρχή, ο ακριβής αριθμός των αλλοδαπών φοιτητών που εγγράφονται κάθε χρόνο στα

ελληνικά πανεπιστήμια, μέσα από έρευνα αγοράς που διεξαγάγαμε, σε συνεργασία με τις γραμματείες των τμημάτων, καταλήξαμε στο συμπέρασμα πως περίπου 900 αλλοδαποί φοιτητές εγγράφονται ετησίως στα ελληνικά πανεπιστήμια και οι οποίοι ουσιαστικά αποτελούν την βασική ομάδα- στόχο στην οποία απευθύνονται κατά κύριο λόγο οι υπηρεσίες που παρέχει η εταιρία μας. Από την έρευνα αγοράς προέκυψε ότι το 85% αυτών, δηλαδή οι 765 είχαν καταφύγει σε εταιρία συμβουλευτικών υπηρεσιών. Επίσης, ο αριθμός των ημεδαπών που απευθύνονται σε εταιρίες συμβουλευτικής ετησίως ανέρχεται περίπου στους 1200 και αυτό προκύπτει από την έρευνα αγοράς που διεξαγάγαμε. Άρα, ενδεικτικά η ομάδα- στόχος αποτελείται συνολικά από περίπου 1.965 εν δυνάμει πελάτες, ετησίως.

5.2 Τιμολογιακή πολιτική

Η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί η εταιρία μας είναι πολιτική διείσδυσης στην αγορά που σημαίνει ότι οι τιμές των υπηρεσιών μας είναι αρκετά χαμηλότερες απ' αυτές του ανταγωνισμού. Τα έσοδα της εταιρίας προέρχονται από την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σχετικά με θέματα εκπαίδευσης σε αλλοδαπούς που σκοπεύουν να σπουδάσουν στην Ελλάδα, σε ημεδαπούς που ενδιαφέρονται για παροχή υπηρεσιών επαγγελματικού προσανατολισμού καθώς και από διαφημίσεις ιδιωτικών πανεπιστημίων που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται, αναλυτικά, η χρέωση της κάθε υπηρεσίας.

<u>ΥΠΗΡΕΣΙΑ</u>	<u>ΧΡΕΩΣΗ</u>
Συμβουλευτική	300 €
Συμβουλευτική, εύρεση στέγασης, προετοιμασία απαραίτητων αιτήσεων και εγγράφων	500 €
Διαφημίσεις ιδιωτικών πανεπιστημίων	2.000 €

Πίνακας 4: Τιμολογιακή πολιτική

Ως ανάλυση του παραπάνω πίνακα θα μπορούσαμε να πούμε πως η παροχή μόνο συμβουλευτικών υπηρεσιών κοστίζει στον πελάτη 300€, ενώ το κόστος της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών πλαισιωμένων με την παροχή υπηρεσιών εύρεσης στέγασης, προετοιμασίας και συμπλήρωσης των απαραίτητων αιτήσεων και εγγράφων που απαιτούνται για τα ελληνικά πανεπιστήμια ανέρχεται στα 500€. Επίσης, τα ποσά που αναφέρονται στις διαφημίσεις είναι και αυτά υπολογισμένα σε ετήσια βάση.

5.3 Καθορισμός στόχων

Οι στόχοι που έχουμε θέσει ως εταιρία είναι τόσο ποιοτικοί, όσο και ποσοτικοί. Ξεκινώντας με τους ποιοτικούς, στοχεύουμε στη διατήρηση καλού κλίματος μεταξύ των στελεχών της εταιρίας, αφού αυτό το θεωρούμε βασική προϋπόθεση για την επίτευξη όλων των υπόλοιπων στόχων. Πολλές φορές, καθίσταται δύσκολη η επίτευξη και η διατήρηση αρμονικών σχέσεων μεταξύ των υπαλλήλων αφού παράγοντες όπως η καθημερινή τριβή, ο ανταγωνισμός, η πίεση και το άγχος για την επίτευξη των στόχων λειτουργούν προς την αντίθετη κατεύθυνση. Ως εταιρία θα προσπαθήσουμε να επιτύχουμε αυτόν τον στόχο με την διεξαγωγή συναντήσεων εργασίας καθώς και με την δίκαιη και ίση μεταχείριση των εργαζομένων από πλευράς εργοδοσίας. Βασικό στόχο μας, αποτελεί η πλήρης ικανοποίηση των αναγκών του συνόλου των πελατών μας, για όποια υπηρεσία κι αν απευθύνονται στην εταιρία μας. Πιστεύουμε ότι ο στόχος αυτός θα επιτευχθεί αντιμετωπίζοντας με προσήλωση και αφοσίωση τις ανάγκες του πελάτη. Επίσης, η συμπεριφορά όλων των στελεχών της εταιρίας πρέπει να είναι ιδανική απέναντι στους πελάτες. Αυτό σημαίνει ότι η συμπεριφορά τους θα πρέπει να διακρίνεται για τον σεβασμό, την διάθεση για εξυπηρέτηση και την ειλικρίνεια απέναντι στους πελάτες. Η συνεχής βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών της εταιρίας μας θεωρούμε ότι αποτελεί πολύ σημαντικό στόχο που είναι ικανός να εξασφαλίσει σε μεγάλο βαθμό τη βιωσιμότητα και διαχρονικότητα αυτής. Αυτόν τον στόχο θεωρούμε ότι θα τον επιτύχουμε με την διαρκή αναζήτηση νέων και πιο αποδοτικών τρόπων παροχής υπηρεσιών στους πελάτες μας. Τέλος, στοχεύουμε στην διαρκή αναβάθμιση των γνώσεων του προσωπικού της εταιρίας, το οποίο και θα επιτύχουμε με σεμινάρια που θα λαμβάνουν χώρα ανά τακτά χρονικά διαστήματα.

Οι ποσοτικοί στόχοι που έχουμε θέσει ως εταιρία κυμαίνονται γύρω από δύο βασικούς άξονες, όπου ο πρώτος εξ' αυτών αφορά τα οικονομικά δεδομένα και ο δεύτερος το πλήθος των πελατών ανά έτος.

Στόχος της εταιρίας μας για το πρώτο έτος λειτουργίας της, με βάση το εργατικό δυναμικό της εταιρίας μας, αποτελεί το 12,5- 13% της αγοράς το οποίο σε καθαρό αριθμό σημαίνει περίπου 250 πελάτες, εκ των οποίων οι 100 θα είναι αλλοδαποί και οι 150 ημεδαποί. Θεωρούμε δεδομένο στους υπολογισμούς μας ότι οι 100 αλλοδαποί φοιτητές θα προτιμήσουν το πακέτο υπηρεσιών όπου εκτός από συμβουλευτικές υπηρεσίες παρέχονται και οι υπηρεσίες για εύρεση στέγασης και προετοιμασίας των απαραίτητων εγγράφων και αιτήσεων το κόστος του οποίου ανέρχεται στα 500€ (πίνακας 4). Αντίθετα οι 150 ημεδαποί πιστεύουμε ότι θα προτιμήσουν μόνο την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, των οποίων η αξία ανέρχεται στα 300€ (πίνακας 4). Με βάση τα παραπάνω, τα έσοδά μας σε πρώτη φάση θα είναι συνολικά: $100 \text{ αλλοδαποί} * 500€ = 50.000€$ και $150 \text{ ημεδαποί} * 300€ = 45.000€$. Στα πλαίσια, όμως, των προωθητικών ενεργειών της εταιρίας μας έχουμε συμπεριλάβει την έκπτωση της τάξης του 25% για κάθε πελάτη που εκ μέρους του έρχονται στην εταιρία μας 2 επιπλέον πελάτες. Με βάση αυτό το δεδομένο, αναμένουμε τα τελικά μας έσοδα απ' τους αλλοδαπούς να είναι μειωμένα κατά 18%, δηλαδή να ανέρχονται στο ποσό των 41.000€, ενώ τα τελικά μας έσοδα απ' τους ημεδαπούς να είναι μειωμένα κατά 25%, δηλαδή να ανέρχονται τελικά στις 33.750€. Άρα, για το πρώτο έτος λειτουργίας της εταιρίας μας στοχεύουμε σε συνολικά έσοδα $41.000€ + 33.750€ = 74.750€$ και περίπου 250 άτομα αναφορικά με το πλήθος των πελατών μας από τις συμβουλευτικές υπηρεσίες σε θέματα εκπαίδευσης.

Για το δεύτερο έτος λειτουργίας της εταιρίας μας στοχεύουμε στο μερίδιο αγοράς που αναλογεί στην εταιρία μας, το οποίο με βάση τη σημερινή εικόνα του ανταγωνισμού ανέρχεται στο 20% της αγοράς. Επίσης, σκοπεύουμε να διατηρήσουμε την ίδια τιμολογιακή πολιτική με το πρώτο έτος λειτουργίας, όπως αυτή περιγράφεται στον πίνακα 4 του υποκεφαλαίου 4.2. Συγκεκριμένα, το 20% στο σύνολο των αλλοδαπών σημαίνει 153 αλλοδαπούς πελάτες, ενώ για τους ημεδαπούς συνεπάγεται 240 ημεδαπούς πελάτες. Συνεχίζουμε να θεωρούμε δεδομένη την παραδοχή ότι οι αλλοδαποί πελάτες θα προτιμήσουν το πακέτο υπηρεσιών που περιλαμβάνει πέρα από συμβουλευτική και επιπρόσθετες και του οποίου το κόστος ανέρχεται στα 500€ (πίνακας 4). Άρα, τα έσοδα σε πρώτη φάση για τους αλλοδαπούς αναμένονται να είναι $153 * 500€ = 76.500€$, ενώ για τους ημεδαπούς που αναμένεται να προτιμήσουν μόνο την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, των οποίων η αξία ανέρχεται στα 300€ (πίνακας 4), αναμένονται έσοδα ύψους $240 * 300€ = 72.000€$. Επίσης, και για τον δεύτερο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης σκοπεύουμε να διατηρήσουμε την έκπτωση της τάξης του 25% για κάθε πελάτη που εκ μέρους του έρχονται στην εταιρία μας 2 επιπλέον πελάτες. Με βάση αυτό το δεδομένο, αναμένουμε τα τελικά μας έσοδα απ' τους αλλοδαπούς να είναι μειωμένα κατά 18%, δηλαδή να ανέρχονται στο ποσό των 62.730€, ενώ τα τελικά μας έσοδα απ' τους ημεδαπούς να είναι μειωμένα κατά 25%, δηλαδή να ανέρχονται τελικά στις 54.000€. Άρα, για το δεύτερο έτος λειτουργίας της εταιρίας μας στοχεύουμε σε συνολικά έσοδα $62.730€ + 54.000€ = 116.730€$ και περίπου 393 άτομα αναφορικά με το πλήθος των πελατών μας από τις συμβουλευτικές υπηρεσίες σε θέματα εκπαίδευσης.

Για τον τρίτο έτος λειτουργίας της εταιρίας μας στοχεύουμε να διατηρήσουμε το μερίδιο αγοράς (20%) που αναλογεί στην εταιρία μας και έπειτα να επιδιώξουμε να το αυξήσουμε, αν είναι δυνατόν. Βέβαια, από αυτό το σημείο και έπειτα θεωρούμε ότι τα περιθώρια κέρδους αρχίζουν να περιορίζονται. Στην ανάλυση που κάνουμε σ' αυτό το σημείο θα θεωρήσουμε ότι παραμένουμε σταθεροί σε αριθμό πελατών με το δεύτερο έτος λειτουργίας. Παρόλα αυτά θα διαπιστώσουμε ότι τα έσοδα της εταιρίας μας θα αυξηθούν αφού σκοπεύουμε απ' το τρίτο έτος κι έπειτα να διακόψουμε την έκπτωση του 25% για κάθε πελάτη που εκ μέρους του έρχονται στην εταιρία μας 2 επιπλέον πελάτες. Η σκέψη μας είναι να προβούμε σ' αυτή τη κίνηση εφόσον έχουμε τον αναμενόμενο αριθμό πελατών μέχρι εκείνο το σημείο. Η τιμολογιακή πολιτική και για το τρίτο έτος λειτουργίας θα παραμείνει η ίδια με τα προηγούμενα. Συγκεκριμένα, το 20% στο σύνολο των αλλοδαπών σημαίνει 153 αλλοδαπούς πελάτες, ενώ για τους ημεδαπούς συνεπάγεται 240 ημεδαπούς πελάτες. Συνεχίζουμε να θεωρούμε δεδομένη την παραδοχή ότι οι αλλοδαποί πελάτες θα προτιμήσουν το πακέτο υπηρεσιών που περιλαμβάνει πέρα από συμβουλευτική και επιπρόσθετες υπηρεσίες και των οποίων το κόστος ανέρχεται στα 500€ (πίνακας 4). Άρα, τα έσοδα απ' τους αλλοδαπούς αναμένονται να είναι $153 * 500€ = 76.500€$, ενώ απ' τους ημεδαπούς, που αναμένεται να προτιμήσουν μόνο την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, των οποίων η αξία ανέρχεται στα 300€ (πίνακας 4), αναμένονται έσοδα ύψους $240 * 300€ = 72.000€$. Άρα, για το τρίτο έτος λειτουργίας της εταιρίας μας στοχεύουμε σε συνολικά έσοδα $76.500€ + 72.000€ = 148.500€$ και περίπου 393 άτομα αναφορικά με το πλήθος των πελατών μας από τις συμβουλευτικές υπηρεσίες σε θέματα εκπαίδευσης.

Πηγή εσόδων για την εταιρία μας αποτελεί και η διαφήμιση ιδιωτικών πανεπιστημίων. Σχετικά με τις διαφημίσεις ιδιωτικών πανεπιστημίων γνωρίζουμε ότι στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται 33

τέτοιου είδους επιχειρήσεις. Για τον πρώτο χρόνο της λειτουργίας μας επιδιώκουμε να διαφημίζουμε 5 από αυτές. Σύμφωνα με την τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας (υποκεφάλαιο 5.2) η παροχή αυτού του είδους υπηρεσίας κοστίζει στον πελάτη 2.000€. Άρα, σε σύνολο 5 επιχειρήσεων που είναι ο στόχος μας για το πρώτο έτος λειτουργίας, τα έσοδα μας απ' αυτή τη δραστηριότητα θα ανέρχονται στις 10.000€. Το δεύτερο έτος λειτουργίας της εταιρίας μας στοχεύουμε να διαφημίζουμε 7 ιδιωτικά πανεπιστήμια ακολουθώντας την ίδια τιμολογιακή πολιτική. Άρα, τα έσοδα μας απ' αυτή τη δραστηριότητά μας θ' ανέρχονται στις 14.000€. Το τρίτο έτος λειτουργίας της εταιρίας μας στοχεύουμε να διαφημίζουμε δώδεκα ιδιωτικά πανεπιστήμια. Σε αυτή την περίπτωση τα έσοδα της εταιρίας μας απ' αυτή την δραστηριότητα θ' ανέρχονται στις 24.000€. Συνολικά τα έσοδα της εταιρίας ανά παρεχόμενη υπηρεσία για τα τρία πρώτα έτη λειτουργίας της παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί:

ΥΠΗΡΕΣΙΑ/ΕΤΟΣ	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
Συμβουλευτικές Υπηρεσίες	74.750,00 €	116.730,00 €	148.500,00 €
Διαφήμισεις Ιδιωτικών Πανεπιστημίων	10.000,00 €	14.000,00 €	24.000,00 €
ΣΥΝΟΛΟ	84.750,00 €	130.730,00 €	172.500,00 €

Πίνακας 5 : Έσοδα τριών πρώτων ετών συνολικά ανά υπηρεσία

Η δημιουργία και η λειτουργία της επιχειρήσής μας βασίζεται σε μεγάλο ποσοστό σε προσωπική εργασία των στελεχών της. Η προσωπική εργασία που προσφέραμε στην εταιρία κατά την δημιουργία της περιελάμβανε τη δημιουργία της ιστοσελίδας μας αλλά και συμμετοχή σε τεχνικές εργασίες που έλαβαν χώρα για τη διαμόρφωση του χώρου στέγασης των γραφείων της εταιρίας. Κατά τη λειτουργία της εταιρίας οι εταίροι πάλι θα προσφέρουν ενεργά τις υπηρεσίες τους στην εταιρία ο καθένας από τη θέση του και απασχολούμενοι στο αντικείμενο που γνωρίζουν καλά από την προηγούμενη επαγγελματική τους εμπειρία. Τα παραπάνω καταδεικνύουν ότι τα στελέχη της εταιρίας μας διακατέχονται από όρεξη για δουλειά, έχουν υψηλά κίνητρα και απόρροια των παραπάνω αποτελεί το γεγονός ότι σκοπεύουμε εμείς οι ίδιοι να λειτουργήσουμε την εταιρία μας γιατί πιστεύουμε πραγματικά στο όραμα μας, χωρίς να είναι στα άμεσα σχέδιά μας η πώληση της εταιρίας. Λειτουργώντας οι ίδιοι την εταιρία ευελπιστούμε ότι θα προσδώσουμε σ' αυτήν προστιθέμενη αξία μέσω των οικονομικών αποτελεσμάτων που θα αποφέρουμε σε χρονικό ορίζοντα τριετίας. Επίσης, στα άμεσα σχέδια μας δεν περιλαμβάνεται η εισχώρηση νέου προσώπου στο εταιρικό σχήμα. Η μόνη περίπτωση που υπάρχει πιθανότητα να συμβεί αυτό το ενδεχόμενο είναι το άτομο αυτό, πέρα της οικονομικής συνεισφοράς, να δύναται να συμβάλλει με τις γνώσεις και τις ικανότητές του στην επιχείρηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΝΟ

Ως εταιρία βρισκόμαστε στην ευχάριστη θέση να έχουμε την οικονομική δυνατότητα να καλύψουμε το ύψος της επένδυσής μας με δικά μας κεφάλαια χωρίς να υπάρχει ανάγκη να καταφύγουμε σε δανεισμό. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να λειτουργούμε με λιγότερο άγχος και να επικεντρωθούμε απερίσπαστα και με όλες μας τις δυνάμεις στην παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου προς τους πελάτες μας. Στο σημείο αυτό θα σας παρουσιάσουμε κάποια οικονομικά στοιχεία της εταιρίας μας. Ο προϋπολογισμός έναρξης της εταιρίας μας περιγράφεται στον πίνακα που ακολουθεί, με την σημείωση ότι τα ποσά που αναφέρονται αποτελούν την πιο απαισιόδοξη εκδοχή. Αναλυτικά:

ΔΑΠΑΝΕΣ	ΚΟΣΤΟΣ (ΣΕ ΕΥΡΩ)
Διαμόρφωση Χώρου	10.000,0 €
Επίπλωση Χώρου	1.474,7 €
Αγορα Τεχνολογικού Εξοπλισμού	3.248,0 €
Αμοιβές δικηγόρου, αμοιβές συμβολαιογράφου και άλλες αμοιβές σε επαγγελματίες, συμβούλους και ειδικούς	1.600,0 €
Ενοίκια	2.040,0 €
Δαπάνες ασφαλειών (πχ πυροσβεστήρες)	1.200,0 €
Απρόβλεπτα Έξοδα	2.100,0 €
ΣΥΝΟΛΟ	21.662,70

Πίνακας 6: Προϋπολογισμός έναρξης

Για την επίπλωση του χώρου⁴⁴ χρειαστήκαμε 3 γραφεία αξίας 289€ έκαστο, 2 καναπέδες (τριθέσιοι) αξίας 129€ έκαστος, 1 τραπέζι συσκέψεων αξίας 200€, 3 καρέκλες γραφείου αξίας 49,9€ η κάθε μία, 10 καρέκλες συνολικής αξίας 190,9€ και 3 φωτιστικά συνολικής αξίας 417€. Ο τεχνολογικός εξοπλισμός⁴⁵ περιλαμβάνει την αγορά 3 σταθερών υπολογιστών αξίας 570€ έκαστος, 1 φορητού υπολογιστή αξίας 500€, 1 server 279€ και ενός προβολικού (projector) κόστους 759€. Για την ενοικίαση του χώρου στέγασης των γραφείων της εταιρίας καλούμαστε να πληρώνουμε το ποσό των 680€ μηνιαίως αλλά μας ζητήθηκε να προκαταβάλουμε τα τρία πρώτα ενοίκια και γι' αυτό στην αντίστοιχη δαπάνη αναγράφεται το ποσό των 2040€. Το κόστος αγοράς του λογισμικού για κάθε υπολογιστή περιλαμβάνεται στην τιμή αγοράς αυτού.

Ενδεικτικά τα ετήσια έξοδα της εταιρίας μας για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της είναι:

ΔΑΠΑΝΕΣ	ΠΟΣΟ(ΕΥΡΩ)
Ενοίκια	8.160,0 €
ΔΕΗ	650,0 €
ΟΤΕ	850,0 €
ΕΥΔΑΠ	200,0 €
Μισθοδοσίες	44.887,2 €
MARKETING	3.600,0 €
Κοινόχρηστα	800,0 €
Λοιπά Έξοδα	4.800,0 €
Διαμόρφωση Χώρου	10.000,0 €
Επίπλωση Χώρου	1.474,7 €
Αγορα Τεχνολογικού Εξοπλισμού	3.248,0 €
Αμοιβές δικηγόρου, συμβολαιογράφου και άλλες αμοιβές σε επαγγελματίες, συμβούλους και ειδικούς	1.600,0 €
Δαπάνες ασφάλειας (πχ πυροσβεστήρες)	1.200,0 €
Απρόβλεπτα Έξοδα	2.100,0 €
Hosting Ιστοσελίδας	41,6 €
Συντήρηση Πυροσβεστήρων	200,0 €
ΣΥΝΟΛΟ:	83.811,5 €

Πίνακας 7: Συνολικά έξοδα πρώτου έτους

⁴⁴Praktiker (<http://www.praktiker.gr/Catalog/epipla-diakosmisi> - Μάιος 2012)

⁴⁵ Πλαίσιο (<http://www.plaisio.gr/Computers.htm> - Μάιος 2012)

Στα παραπάνω να σημειωθεί ότι οι δύο ιδιοκτήτες της εταιρίας θα αμείβονται μηνιαίως με μεικτές αποδοχές 1230€ έκαστος. Επίσης, στη δαπάνη της μισθοδοσίας του υπαλλήλου της εταιρίας συμπεριλαμβάνονται και εισφορές που πρέπει να καταβάλλει η εταιρία στο ΙΚΑ⁴⁶ και το ύψος αυτών ισούται με το 27,46% του συμφωνηθέντος μισθού, όπου στη προκειμένη περίπτωση ο συμφωνηθέν μισθός είναι 1000€. Τέλος, η φορολογία που ισχύει αυτή τη στιγμή με βάση το νόμο 3943/2011 είναι 20% επί των κερδών και έχει υπολογιστεί.

Συνολικά τα έξοδα της εταιρίας μας για επερχόμενη 3-ετία, χωρισμένα ανά έτος αναπαρίστανται στον πίνακα που ακολουθεί:

ΕΤΟΣ	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	83.811,55 €	81.544,94 €	80.287,87 €

Πίνακας 8: Έξοδα ανά έτος

Συνολικά τα έσοδα, έξοδα, κέρδη ή ζημιές για κάθε έτος σε χρονικό ορίζοντα 3-ετίας αναπαρίστανται στον πίνακα που ακολουθεί:

Έτος	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος
Έσοδα	84.750,00 €	130.730,00 €	172.500,00 €
Έξοδα	83.811,55 €	81.544,94 €	80.287,87 €
Κέρδος/ Ζημία	938,45 €	49.185,06 €	92.212,13 €

Πίνακας 9: Έσοδα, έξοδα, κέρδη/ζημιές σε ορίζοντα 3-ετίας

Παρατηρούμε ότι η εταιρία από το πρώτο κιάλας έτος λειτουργίας της παρουσιάζει κέρδη, τα οποία στα επόμενα έτη αυξάνονται με ραγδαίους ρυθμούς. Η εταιρία το επιτυγχάνει αυτό αυξάνοντας κάθε έτος τα έσοδά της, καταφέρνοντας παράλληλα να περιορίζει, έστω και σε μικρό βαθμό, τα έξοδά της. Αναλυτικά, τα έσοδα από τις δραστηριότητες της εταιρίας και κάθε είδος δαπάνης αναλύονται στο αρχείο οικονομικό πλάνο.xlsx που είναι διαθέσιμο στο cd παράδοσης της παρούσας διατριβής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΕΙΣ- ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΡΑΣΗΣ

Ως εταιρία έχουμε συνειδητοποιήσει ότι ένα επιχειρηματικό σχέδιο δεν πρέπει να παραμένει στάσιμο, αλλά ανά τακτά χρονικά διαστήματα να ελέγχεται και να αναθεωρείται. Αυτό πρέπει να συμβαίνει διότι παράγοντες τόσο του εσωτερικού, όσο και του εξωτερικού περιβάλλοντος μεταβάλλονται με αποτέλεσμα να είναι πιθανό να επηρεαστούν τομείς της εταιρίας. Οι τομείς της εταιρίας μας, στους οποίους θα προβαίνουμε ανά τακτά χρονικά διαστήματα σε ελέγχους και αναθεωρήσεις, εφόσον αυτές κρίνονται απαραίτητες είναι: η παραγωγικότητα των στελεχών, η πολιτική προώθησης των υπηρεσιών και η τιμολογιακή πολιτική. Πιο συγκεκριμένα:

7.1 Παραγωγικότητα

Ανά 3-μηνο θα ελέγχεται το εργατικό δυναμικό της εταιρίας, σε ατομικό επίπεδο, εάν έχει πετύχει τους στόχους που του έχουν ανατεθεί. Σε περίπτωση που κάποιο μέλος, κάποια στιγμή, δεν μπορέσει ν' ανταποκριθεί στην επίτευξη των στόχων που του έχουν ανατεθεί θα καλείται σε διάλογο με τους ιδιοκτήτες της εταιρίας προκειμένου να διερευνηθούν τα αίτια με σκοπό στο μέλλον να βελτιώσει τα επίπεδα παραγωγικότητας του.

7.2 Πολιτική προώθησης υπηρεσιών

Κατά την έναρξη λειτουργίας της εταιρίας καθορίστηκε η πολιτική προώθησης των παρεχόμενων υπηρεσιών της εταιρίας η οποία συμπεριελάμβανε ένα σύνολο ενεργειών, όπως αυτές περιγράφονται στο υποκεφάλαιο 2.4. Ο συγκεκριμένος τομέας κρίνεται πολύ σημαντικός για την προσέλκυση πελατών και γι αυτόν τον λόγο κρίνουμε απαραίτητο ανά 3-μηνο να εξετάζεται ξεχωριστά η απόδοση κάθε ενέργειας

⁴⁶ ΙΔΡΥΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΕΩΝ (<http://www.ika.gr/> - ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2013)

της πολιτικής προώθησης των υπηρεσιών. Βασική πηγή πληροφόρησης της απόδοσης αυτών των ενεργειών θα αποτελούν τα ερωτηματολόγια που θα διαμοιράζονται στους πελάτες μας και ανάμεσα στις υπόλοιπες ερωτήσεις θα υπάρχουν και ερωτήσεις που θα έχουν να κάνουν με τον τρόπο που μας εντόπισαν οι πελάτες μας. Όταν παρατηρούμε ότι κάποια ενέργεια δεν αποφέρει τ' αναμενόμενα αποτελέσματα, θ' αναζητούμε τις αιτίες και θα εξετάζουμε το ενδεχόμενο ν' αντικατασταθεί με κάποια άλλη νέα ενέργεια.

7.3 Τιμολογιακή πολιτική

Η τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας μας χαράχθηκε με ιδιαίτερη προσοχή και έπειτα από έρευνα αγοράς που έλαβε χώρα. Επίσης, χαρακτηρίζεται ως διεισδυτική πολιτική αφού οι τιμές των υπηρεσιών είναι λίγο χαμηλότερες απ' αυτές του ανταγωνισμού. Στην τιμολογιακή πολιτική θα γίνεται έλεγχος ανά 4-μηνο.

Συμπεράσματα

Η κατάσταση που επικρατεί αυτή τη στιγμή στην ελληνική αγορά στον τομέα της συμβουλευτικής υπηρεσιών εκπαίδευσης και επαγγελματικού προσανατολισμού κρίνεται ιδιαίτερα ευνοϊκή. Επίσης μετά τις τελευταίες εξελίξεις στην Κύπρο, στην οποία βρίσκεται το μεγαλύτερο ποσοστό της ομάδας-στόχου που επιδιώκουμε να προσελκύσουμε, προσδοκούμε να έχουμε ακόμη μεγαλύτερη εισροή φοιτητών. Λόγω της μελλοντικής μείωσης του εισοδήματος και παράλληλα της αύξησης των διδάκτρων σε παραδοσιακούς προορισμούς σπουδών για τους Κύπριους όπως η Αγγλία πιστεύουμε ότι θα κατευθυνθούν σε προορισμούς όπως η Ελλάδα.

Σε σχέση με τον εγχώριο ανταγωνισμό πιστεύουμε ότι βρισκόμαστε σε πλεονεκτική θέση, αφού μπορούμε να προσφέρουμε υπηρεσίες συμβουλευτικής στις καλύτερες τιμές της αγοράς. Επίσης έχουμε ένα πολύ δυνατό εργαλείο στα χέρια μας το οποίο είναι η διαδικτυακή μας εφαρμογή. Η εφαρμογή μας σε σχέση με τις υπόλοιπες διαδικτυακές εφαρμογές της αγοράς καλύπτει όλες τις ανάγκες για πληροφόρηση των φοιτητών. Επίσης παρέχει δυνατότητες επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο μεταξύ των φοιτητών κάτι το οποίο οι περισσότερες εφαρμογές δεν το παρέχουν. Από την ανάλυση λοιπόν του επιχειρηματικού σχεδίου που προηγήθηκε διαπιστώνουμε πως η εταιρεία μας καθίσταται οικονομικά σκόπιμη και κοινωνικά χρήσιμη ώστε να παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες εκπαίδευσης και επαγγελματικού προσανατολισμού στην Ελλάδα.

Μελλοντικές επεκτάσεις

Τα σχέδια μας για το μέλλον είναι η επέκταση της εταιρείας μας στην Κύπρο. Δηλαδή να περιλαμβάνονται στις υπηρεσίες μας Κυπριακά πανεπιστήμια και κολλέγια. Η διαφήμιση σε ραδιοφωνικούς και ίσως τηλεοπτικούς σταθμούς στην Κύπρο. Επίσης με τον καιρό θα περιλαμβάνουμε περισσότερες γλώσσες στην εφαρμογή μας όπως Ρωσικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ισπανικά, Πορτογαλικά και ίσως κάποιες αραβικές και αφρικανικές γλώσσες. Επίσης σκοπός μας είναι να αναβαθμίσουμε την έκδοση του Joomla! στην τελευταία του έκδοση μόλις αυτή χαρακτηριστεί σταθερή και ασφαλής. Η αγορά ενός SSL πιστοποιητικού⁴⁷ είναι στα άμεσα σχέδια μας για επιπλέον ασφάλεια κατά την είσοδο του χρήστη καθώς και κατά την είσοδο στη διαχείριση της εφαρμογής. Η δημιουργία ενός καλύτερου logo για την εφαρμογή μας, τις διαφημιστικές κάρτες και τις διαφημιστικές εκστρατείες μας.

Η παρούσα εργασία, θα μπορούσε να αποτελέσει “οδηγό” για άλλους φοιτητές που θα ήθελαν να ασχοληθούν με όλα τα παραπάνω.

⁴⁷ <http://el.wikipedia.org/wiki/SSL>

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ**Ιστότοποι**

- [1] Δικτυωθείτε , http://www.goonline.gr/training/pdfs/E3/E3_kef1_math1.pdf (accessed May 2012)
- [2] TEI ΚΑΒΑΛΑΣ, Greece, <http://sykepi.teikav.edu.gr/subpages/guide/guide4.php> (accessed May 2012)
- [3] Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis (accessed May 2012)
- [4] Νεοφώτιστος Γεώργιος, Τι πρέπει να ξέρουμε για τα επιχειρηματικά σχέδια , http://www.anher.gr/documents/ypodeigma%204%20%20Business%20plan_Pan_Kritis_Neofotistos.pdf (accessed September 2012)
- [5] Real Estate News, Greece, <http://www.realestatenews.gr/oikonomia/oikonomia-agera/11056-2010-09-16-12-09-56> (accessed June2012)
- [6] Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων , <http://www.ika.gr> (accessed May 2012)
- [7] Praktiker , <http://www.praktiker.gr/Catalog/epipla-diakosmisi> (accessed May 2012)
- [8] Πλαίσιο, Greece, 2012, <http://www.plaisio.gr/Computers.htm> (accessed May 2012)
- [9] Ελληνική Στατιστική Αρχή , <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE> (accessed February 2013)
- [10] Γυναικεία Επιχειρηματικότητα , <http://www.on-board.gr/02/02.htm> (accessed June2012)
- [11] Joomla!, <http://www.joomla.org> (accessed June2012)

Βιβλία

- [11] Μαρκατσέλας Μ. , Ξαρχάκος Κ. ,2010. Μαθαίνετε εύκολα Joomla 1.5.23 , Εκδόσεις Ξαρχάκος
- [12] Herbert-Jan van Dinther, Joomla 1.5 SEO , 2009 , Εκδόσεις Packt publications
- [13] Tom Canavan, Joomla Web Security, 2008 , Εκδόσεις Packt publications

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ StudiesInGreece

- [1] Ανωτάτη Σχολή Καλών Τεχνών , <http://www.asfa.gr/> (accessed January 2013)
- [2] Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης , <http://www.auth.gr/> (accessed January 2013)
- [3] Γεωπονικό πανεπιστήμιο Αθηνών , <http://www.aua.gr/index.php> (accessed January 2013)
- [4] Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης , <http://www.duth.gr/> (accessed January 2013)
- [5] Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών , <http://www.uoa.gr/> (accessed January 2013)
- [6] Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο , <http://www.ntua.gr/>(accessed January 2013)
- [7] Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο , <http://www.eap.gr/>(accessed January 2013)
- [8] Ιόνιο Πανεπιστήμιο , <http://www.ionio.gr/central/>(accessed January 2013)
- [9] Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών , <http://www.aueb.gr/>(accessed January 2013)
- [10] Πανεπιστήμιο Αιγαίου , <http://www.aegean.gr/>(accessed January 2013)
- [11] Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας , <http://www.uth.gr/>(accessed January 2013)
- [12] Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων , <http://www.uoi.gr/gr/>(accessed January 2013)
- [13] Πανεπιστήμιο Κρήτης , <http://www.uoc.gr/>(accessed January 2013)
- [14] Πανεπιστήμιο Μακεδονίας , <http://www.uom.gr/>(accessed January 2013)
- [15] Πανεπιστήμιο Πάτρας , <http://www.upatras.gr/>(accessed January 2013)

- [16] Πανεπιστήμιο Πειραιά , <http://www.unipi.gr/>(accessed January 2013)
- [17] Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου , <http://www.uop.gr/>(accessed January 2013)
- [18] Πάντειο Πανεπιστήμιο , <http://www.panteion.gr/>(accessed January 2013)
- [19] Πολυτεχνείο Κρήτης , <http://www.tuc.gr/2969.html>(accessed January 2013)
- [20] Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο , <http://www.hua.gr/>(accessed January 2013)
- [21] ΑΤΕΙ Αθήνας , <http://www.teiath.gr/>(accessed January 2013)
- [22] ΑΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας , <http://www.teikoz.gr/>(accessed January 2013)
- [23] ΑΤΕΙ Ηπείρου , <http://www.teiep.gr/>(accessed January 2013)
- [24] ΑΤΕΙ Κρήτης , <http://www.teicrete.gr/>(accessed January 2013)
- [25] ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης , <http://www.teithe.gr/>(accessed January 2013)
- [26] ΑΤΕΙ Καλαμάτας , <http://www.teikal.gr/>(accessed January 2013)
- [27] ΑΤΕΙ Καβάλας , <http://www.teikav.edu.gr/teikav/>(accessed January 2013)
- [28] ΑΤΕΙ Λαμίας , <http://www.teilam.gr/>(accessed February 2013)
- [29] ΑΤΕΙ Λάρισας , <http://www.teilar.gr/>(accessed February 2013)
- [30] ΑΤΕΙ Μεσολογγίου , <http://www.teimes.gr/wwwgr/>(accessed February 2013)
- [31] ΑΤΕΙ Πάτρας , <http://www.teipat.gr/>(accessed February 2013)
- [32] ΑΤΕΙ Πειραιά , <http://www.teipir.gr/>(accessed February 2013)
- [33] ΑΤΕΙ Σερρών , <http://www.teiser.gr/>(accessed February 2013)
- [34] ΑΤΕΙ Χαλκίδας , <http://www.teihal.gr/>(accessed February 2013)
- [35] American College of Greece , <http://www.acg.edu/>(accessed February 2013)
- [36] American College of Thessaloniki , <http://www.act.edu/>(accessed February 2013)
- [37] American Farm School , <http://www.afs.edu.gr/>(accessed February 2013)
- [38] University of Indianapolis , <http://www.uindy.gr/>(accessed February 2013)
- [39] Athens Information Technology , <http://www.ait.gr/>(accessed February 2013)
- [40] Athens Laboratory of Business Administration , <http://www.alba.edu.gr/>(accessed February 2013)
- [41] Hellenic American University , <http://www.hauniv.us/>(accessed February 2013)
- [42] Athens Graduate School of Management , <http://www.agsm.gr/gr/home/>(accessed February 2013)
- [43] AKTO , <http://www.akto.gr/>(accessed February 2013)
- [44] Alpine Center , <http://www.alpine.edu.gr/>(accessed February 2013)
- [45] Athenian College , <http://www.atheniancollege.gr/>(accessed February 2013)
- [46] Athens Metropolitan College , <http://www.amc.edu.gr/>(accessed February 2013)
- [47] BCA , <http://www.bca.edu.gr/homepage.asp?ITMID=2>(accessed February 2013)
- [48] City College , <http://www.city.academic.gr/>(accessed February 2013)
- [49] City University , <http://www.cityu.gr/>(accessed February 2013)
- [50] CNAM , <http://www.cnam.gr/>(accessed February 2013)
- [51] EEDE , <http://www.eede.gr/>(accessed February 2013)
- [52] ICBS , <http://www.icbs.gr/>(accessed February 2013)
- [53] Icon , <http://www.icon.gr/>(accessed February 2013)

- [54] International Management Studies , <http://www.imstudies.gr/>(accessed March 2013)
- [55] Intercollege Globaltraining , <http://www.globaltraining.org/>(accessed March 2013)
- [56] IST , <http://www.ist.edu.gr/>(accessed March 2013)
- [57] Mediterranean College , <http://www.medcollege.edu.gr/>(accessed March 2013)
- [58] New York College , <http://www.nyc.gr/>(accessed March 2013)
- [59] SAE Institute , <http://www.sae.edu/>(accessed March 2013)
- [60] SBE College , <http://www.sbe.gr/>(accessed March 2013)
- [61] Vakalo , <http://vakalo.gr/sitegr/>(accessed March 2013)
- [62] Centre for European Management Studies , <http://www.cems.gr/>(accessed March 2013)
- [63] DEI , <http://www.dei.edu.gr/>(accessed March 2013)
- [64] Institut Français , <http://www.ifa.gr/>(accessed March 2013)
- [65] JOOMLA! , <http://www.joomla.org/>(accessed December 2012)
- [66] JOOMLA! extensions , <http://extensions.joomla.org/> (accessed December 2012)
- [67] Template , <http://www.jm-experts.com/templates/jm-rabbit>(accessed December 2011)
- [68] K2 , <http://getk2.org/>(accessed December 2012)
- [69] 123FlashChat , <http://www.123flashchat.com/>(accessed November 2012)
- [70] Kunena Forum , <http://www.kunena.org/>(accessed November 2012)
- [71] Acyba , <http://www.acyba.com/en/acymailing.html>(accessed December 2012)
- [72] AlgisInfo , <http://www.algisinfo.com/en/home-bottom/37-aicontactsafe-extension.html>(accessed December 2012)
- [73] Captcha , <http://www.captcha.net/>(accessed November 2012)
- [74] Joomfish , <http://www.joomfish.net/>(accessed December 2012)
- [75] TinyMCE , <http://www.tinymce.com/>(accessed December 2012)
- [76] RokAjaxSearch , <http://www.rockettheme.com/extensions-Joomla!/rokajaxsearch> (accessed November 2012)
- [77] Facebook display , <http://extensions.Joomla!.org/extensions/social-web/facebook-display/12589>(accessed December 2012)
- [78] WowSlider , <http://wowslider.com/>(accessed November 2012)
- [79] https://www.owasp.org/index.php/Category:OWASP_Joomla!_Vulnerability_Scanner_Project (accessed December 2012)
- [80] METPO , <http://www.ametro.gr/page/> (accessed December 2012)
- [81] ΟΑΣΑ , <http://www.oasa.gr/>(accessed December 2012)
- [82] ΚΤΕΛ Θεσσαλονίκης , <http://ktel-thes.gr/>(accessed December 2012)
- [83] ΚΤΕΛ Αθήνας , <http://www.ktelattikis.gr/>(accessed December 2012)
- [84] Athenstransport , <http://www.athenstransport.com/2012/11/28/ktel/>(accessed December 2012)
- [85] Υπουργείο Ναυτιλίας , <http://www.yen.gr/wide/yen.chtm?prnbr=24218>(accessed December 2012)
- [86] Airtickets , <http://www.airtickets.gr/>(accessed December 2012)