



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΑ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ**

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ



**Τ.Ε.Ι.
ΠΕΙΡΑΙΑ**

ΓΙΑΝΝΟΥΛΗ ΕΛΕΝΗ

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΚΕΝΤΡΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΜΕΣΩ
ΤΩΝ ΕΚΦΡΑΣΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ**



Διπλωματική Εργασία για την απόκτηση
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης

Πειραιάς, Έτος 2011



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ**

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ



**ΤΕΙ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

ΓΙΑΝΝΟΥΛΗ ΕΛΕΝΗ

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΚΕΝΤΡΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΜΕΣΩ
ΤΩΝ ΕΚΦΡΑΣΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ**

Επιβλέπων Καθηγητής : κος Αλεξάκης Χρήστος

Μελέτη για την απόκτηση
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης

Πειραιάς, Έτος 2011



UNIVERSITY
OF PIRAEUS

POST-GRADUATE COURSE

HEALTH MANAGEMENT



TECHNOLOGICAL
INSTITUTION OF
PIRAEUS

GIANNOULI ELENI

Business plan for the foundation and development of a Center of creativity
and psychotherapy through the expressive arts

Supervisor: Professor Alexakis Christos

A dissertation presented to the faculty of the University of Piraeus
in fulfillment of the requirements for the degree of M.sc. In Health
Management

Piraeus, 2011

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για την εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή, κύριο Χρήστο Αλεξάκη, για την αμέριστη συμπαράστασή του καθ'όλη τη διάρκεια της συγγραφής της και τον σύζυγο και την κόρη μου για την υπομονή και στήριξή τους. Τέλος, τη γραμματεία της σχολής μας, ειδικά την κυρία Μπατάκη, για την εξυπηρέτησή τους και, κυρίως, την φίλη και συνάδελφο Ιωάννα Κηπώση για τις συμβουλές και την συμμετοχή της σε αυτή την εργασία.

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία θα προσπαθήσουμε να προσδιορίσουμε το επιχειρηματικό σχέδιο για την ίδρυση ενός Κέντρου δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των εκφραστικών τεχνών.

Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός είναι μια πολύ σημαντική διαδικασία καθώς μπορεί να προσφέρει αναρίθμητα θετικά αποτελέσματα στην ίδρυση και την λειτουργία μιας επιχείρησης. Κι αυτό επειδή πραγματώνεται μέσω ενός σχεδίου το οποίο περιλαμβάνει όλους τους αναγκαίους προϋπολογισμούς δαπανών και χρηματοδοτήσεων, ανάλυση αγοράς και εσωτερικής οργάνωσης της επιχείρησης.

Με αυτό τον τρόπο κάθε επιχείρηση μπορεί να προγραμματίσει και να υλοποιήσει μια προσπάθεια επιχειρηματικού ενδιαφέροντος, αφού αρχικά χρησιμοποιήσει το επιχειρηματικό σχέδιο για να προσδιορίσει κατά πόσο αυτή είναι εφικτή.

Η εργασία που παραθέτουμε απαρτίζεται από δύο μέρη, την θεωρητική και ερευνητική ανασκόπηση. Θα πραγματευτούμε θέματα σχετικά με το επιχειρηματικό σχέδιο και ότι το προσδιορίζει: θετικά σημεία, φραγμοί, διαδικασίες, συστατικά στοιχεία. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα δημιουργήσουμε ένα επιχειρηματικό σχέδιο για την ίδρυση ενός Κέντρου Δημιουργικότητας και Ψυχοθεραπείας μέσω των εκφραστικών τεχνών.

Λέξεις – Κλειδιά

Επιχειρηματικό σχέδιο

Επιχειρηματικός σχεδιασμός

Κέντρο Δημιουργικότητας και Ψυχοθεραπείας μέσω των εκφραστικών τεχνών

ABSTRACT

In this work we try to define the business plan for establishing a Center of Creativity and Psychotherapy through the expressive arts.

A business plan is a very important process and can provide numerous positive results in establishing and operating a business. This is because it is realized through a plan that includes all necessary cost estimates and financing, market analysis and the internal organization of the company.

In this way, each company can plan and implement a business idea, after initially using the business plan to determine whether this is feasible.

The work we present consists of two parts: a theoretical and a research review. We shall discuss issues that are related to the business plan and whatever it constitutes it: positive signs, barriers, processes, components. In the second chapter we create a business plan for establishing a Centre for Creativity and Psychotherapy through the expressive arts.

Key - words

Business Plan

Business planning

Center for Creativity and Psychotherapy through the expressive arts

Πίνακας Περιεχομένων

	ΣΕΛ.
Εξώφυλλο 1	i
Εξώφυλλο 2	i
Αγγλικό Εξώφυλλο	ii
Ευχαριστίες	iv
Περίληψη	v
Πίνακας Περιεχομένων	vi
Κατάλογος Σχημάτων	vii
Κατάλογος Διαγραμμάτων	viii
Κατάλογος Πινάκων	ix
Εισαγωγή	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	
BUSINESS PLAN – ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	
1.1.ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	2
1.2.ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ BUSINESS PLAN	3
1.3.ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ BUSINESS PLAN	5
1.4. ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΤΟ BUSINESS PLAN	5
1.5. ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ BUSINESS PLAN	7
1.6. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ ΤΟΥ BUSINESS PLAN	7
1.7. ΦΡΑΓΜΟΙ ΣΤΟ BUSINESS PLAN	8
1.8. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΓΙΑ ΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ BUSINESS PLAN	9
1.9. ΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΜΕΡΗ ΤΟΥ BUSINESS PLAN	10
1.9.1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΕΑΣ	13
1.9.2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	13
1.9.3. ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΟ ΜΚΤ	14
1.9.4. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	16
1.9.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	19
1.9.6. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΜΕΣΩ ΤΩΝ
ΕΚΦΡΑΣΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ «ΨΥΧΗΣ ΑΚΕΣΜΑ»

1. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	22
1.1. ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	22
1.2. ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ – ΕΔΡΑ	22
1.3. ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ – ΔΙΑΡΚΕΙΑ	23
1.4. ΣΥΝΘΕΣΗ	23
1.5. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	23
1.6. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	24
2. ΤΟ CONCEPT ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	24
2.1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ	24
2.2. ΑΠΟΣΤΟΛΗ	25
2.3. ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ	26
3. Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΑΣ	26
3.1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ	26
3.2. ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΚΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ	27
3.3. ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	27
3.4. ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ	28
3.5. ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	28
3.6. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	28
- ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑ	
- ΨΥΧΟΔΥΝΑΜΙΚΗ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑ	
- ΕΙΚΑΣΤΙΚΗ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑ	
- ΔΡΑΜΑΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ	
- ΟΜΑΔΙΚΗ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑ	
3.7. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	38
3.8. ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ	40
3.9. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	40
- ΜΟΥΣΙΚΟΘΕΡΑΠΕΙΑ	
- ΧΟΡΟΘΕΡΑΠΕΙΑ	
4. Η ΑΓΟΡΑ	43
4.1. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	43
4.2. ΚΑΤΑΜΕΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	445

4.3. ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	45
4.4. ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	46
4.5. Ο ΡΥΘΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ	46
5. Η ΑΓΟΡΑ ΨΥΧΙΚΗΣ ΥΓΕΙΑΣ	47
5.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΟΧΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	47
5.2. ΚΥΡΙΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ	47
5.3. ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΑΣ	51
6. ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	51
6.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	51
6.2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ	54
6.3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ	55
7. ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΓΚ	55
7.1. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT	55
- ΔΥΝΑΜΕΙΣ	
- ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ	
- ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	
- ΑΠΕΙΛΕΣ	
7.2. ΤΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	57
7.3. ΔΗΛΩΣΗ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗΣ	57
7.4. ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΜΜΑΧΙΕΣ	57
8. Η ΟΜΑΔΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	58
8.1. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	58
8.2. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ	58
8.3. ΟΜΑΔΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	59
8.4. ΚΕΝΑ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	60
9. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	60
9.1 ΧΡΟΝΟΣ ΕΝΑΡΞΗΣ-ΑΠΟΠΕΡΑΤΩΣΗΣ	60
9.2 ΣΚΙΑΓΡΑΦΙΣΗ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	60
9.3 ΑΔΕΙΕΣ- ΕΓΚΡΙΣΗΣ	61
9.4 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΕΚΦΡΑΣΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ	61
10. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ	62
11. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	63
12. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	64

13. ΕΠΙΛΟΓΟΣ	65
14. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	67
15. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α	69
16. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β	116

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Κατάλογος Σχημάτων

Σχήμα 1. <i>ΓΕΝΙΚΗ ΣΕΙΡΑ, ΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ ΣΕΑ.</i>	23
--	----

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1.....	61
------------------	----

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Κατάλογος Πινάκων

1. Πίνακας 1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ – ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΟΧΩΝ	43
2. Πίνακας 2 - Η ΑΓΟΡΑ ΣΗΜΕΡΑ	43
3. Πίνακας 3 – ΠΙΘΑΝΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ	44-45
4. Πίνακας 4 – ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	51
5. Πίνακας 5 - ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ	59
6. Πίνακας 6 - ΠΗΓΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΧΡΗΜΑΤΩΝ	62
7. Πίνακας 7- ΕΝΑΡΞΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	63
8. Πίνακας 8 - ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΗΝΙΑΙΩΝ ΕΞΟΔΩΝ	64

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Εισαγωγή

Η ανάγκη δημιουργίας ενός κέντρου ψυχοθεραπείας και δημιουργικότητας μέσω των εκφραστικών τεχνών διαφάνηκε με την προσπάθεια επιχειρηματιών να προσφέρουν υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, χρησιμοποιώντας χώρους που δεν παραπέμπουν σε αυστηρά ιατρικές υπηρεσίες με όποια επακόλουθα στην ψυχολογία, συμμόρφωση και διάθεση των ασθενών- πελατών.

Η δημιουργία μικρών ψυχοθεραπευτικών κέντρων παρουσιάζει αυξητική τάση την παρούσα χρονική στιγμή στον Ελλαδικό χώρο. Το γεγονός αυτό σαφώς απορρέει από την προσπάθεια κυρίως νεοεισερχόμενων επιστημόνων στο επάγγελμα και την επιθυμία τους, μετά την πιθανή βραχυχρόνια ενασχόλησή τους σε χώρους ψυχοθεραπείας, να γίνουν ανεξάρτητοι επαγγελματίες – επιχειρηματίες. Εκτίμηση ανθρώπων της αγοράς, ότι στα τέλη της δεκαετίας που διανύουμε, θα παρουσιαστεί το φαινόμενο συγχώνευσης δύο ή ακόμη και τριών μικρών μονάδων σε ένα κέντρο μεγάλου μεγέθους, ώστε να δημιουργηθεί μία υπολογίσιμη, ανταγωνιστική και φυσικά κερδοφόρα επιχείρηση.

Η επιθυμία και οι ανάγκες των πολιτών για εναλλακτικές θεραπείες, που δεν θα εστιάζουν απαραίτητα στη φαρμακοθεραπεία, χωρίς ωστόσο να την αποκλείουν σε όποιες περιπτώσεις χρειάζεται, αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην επιχειρηματική διάθεση δημιουργίας νέων κέντρων.

Η έναρξη και δημιουργία ενός Κέντρου Ψυχοθεραπείας και Δημιουργικότητας μέσω των Εκφραστικών τεχνών οφείλει να σεβαστεί συγκεκριμένους νομοθετικούς περιορισμούς, προαπαιτήσεις επιστημονικής κατάρτισης και εκπαίδευσης. Αυτός που επιχειρεί να επενδύσει σε ένα εγχείρημα αρκετά υψηλού κινδύνου, θα πρέπει εκτός των κατάλληλων προϋποθέσεων επιστημονικού χαρακτήρα να έχει την ικανότητα του «διοικείν» μία επιχείρηση, να διακατέχεται από φυσική περιέργεια και ικανότητα σχεδιασμού και υλοποίησης στρατηγικών αποφάσεων.

Το ένα μέρος, λοιπόν, είναι η δημιουργία των χώρων, του πλαισίου και η επιστημονική προσέγγιση των θεραπειών και των πελατών (θεραπευόμενων) μέσα στα στενά πλαίσια της νομοθεσίας και της σωστής πρακτικής και το δεύτερο είναι η ικανότητα ανάλυσης των οικονομικών, marketing και επιχειρηματικών συνθηκών, το οποίο καθορίζει την βιωσιμότητα της επιχείρησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. BUSINESS PLAN - ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

1.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι, κατά πολλούς, μία διαδικασία η οποία προορίζεται μόνο για τις μεγάλες επιχειρήσεις, ενώ ισχύει εξίσου και για όλες τις επιχειρήσεις. Ο στρατηγικός σχεδιασμός κάνει μία αντιστοίχιση μεταξύ των δυνατοτήτων της επιχείρησης και των διαθέσιμων ευκαιριών. Για να είναι αποτελεσματικός, πρέπει να συλλεχθούν, να εξεταστούν και να αναλυθούν πληροφορίες για το επιχειρηματικό περιβάλλον. Επίσης, πρέπει να υπάρχει μία σαφής εικόνα της επιχείρησης – των δυνατών και αδύνατων σημείων της – και να καθορίζεται με σαφήνεια η αποστολή, οι στόχοι και οι σκοποί της. Πολλές φορές, για να αποκτηθεί αυτή η σαφής εικόνα απαιτείται περισσότερη προσπάθεια απ' ό,τι ενδεχομένως θα αναμενόταν, πρέπει δηλαδή η επιχείρηση να εκτιμηθεί ρεαλιστικά. Η οικειότητα του επιχειρηματία σχετικά με την εταιρεία ίσως αποδειχθεί ανασταλτικός παράγοντας για μία ενδελεχή ανάλυση, καθώς δε θα μπορεί να αξιολογήσει αντικειμενικά τα πλεονεκτήματα ή μειονεκτήματα της εταιρείας (Graham, 2004).

Η εστίαση του στρατηγικού σχεδιασμού βρίσκεται κυρίως στην αλληλεπίδραση της διοίκησης με τους περιβαλλοντικούς παράγοντες, οι οποίοι περιλαμβάνουν τους ανταγωνιστές, το κράτος, τους προμηθευτές, τους πελάτες, τις διάφορες ομάδες συμφερόντων και άλλους παράγοντες που επηρεάζουν την επιχείρηση και τις προοπτικές της. Η ικανότητα του επιχειρηματία να χειρίζεται αυτές τις ομάδες θα εξαρτηθεί κυρίως από την ίδια την ομάδα και την επιλογή του κατάλληλου χρόνου για την επίτευξη του επιθυμητού αποτελέσματος. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση ενδέχεται να επηρεάζεται περισσότερο από τις τοπικές αρχές παρά από την κεντρική κυβέρνηση. Επίσης, ενδέχεται ένας προμηθευτής να είναι καταλληλότερος απ' ό,τι ένας ανταγωνιστής (αν και το μέγεθος, η απόσταση, το ποσοστό της επιχειρηματικής δραστηριότητας του προμηθευτή που εκπροσωπεί η επιχείρηση και η αξιοπιστία της ως πελάτης μπορεί να επηρεάσουν αυτή τη σχέση). Ο τρόπος που θα χειριστεί αυτές και άλλες σχέσεις είναι μία από τις αποφάσεις που θα ληφθούν στα πλαίσια του στρατηγικού σχεδιασμού.

Η εξοικείωση του επιχειρηματία με το στρατηγικό σχεδιασμό και η ικανότητά του να τον εφαρμόσει είναι ζωτικής σημασίας λόγω σημαντικών αλλαγών στο

επιχειρηματικό περιβάλλον. Κάποτε, οι ιδιοκτήτες – διευθυντές επιχειρήσεων αξιολογούσαν το περιβάλλον από πολύ σταθερό ως πολύ ασταθές. Οι επιχειρήσεις, όπως οι αυτοκινητοβιομηχανίες, οι κατασκευαστές επίπλων και άλλων καταναλωτικών αγαθών, λειτουργούσαν στα πλαίσια ενός σχετικά σταθερού και προβλέψιμου κόσμου. Χαρακτηριστικά, ο ανταγωνισμός στο περιβάλλον περιοριζόταν σε μια σταθερή ομάδα ανταγωνιστών, αφοσιωμένους πελάτες και μια σχετικά βραδυκίνητη ανταλλαγή πληροφοριών. Πολλές μικρές επιχειρήσεις μπόρεσαν να ευδοκιμήσουν σε αυτό το περιβάλλον. Άλλοι μικροί επενδυτές εντάχθηκαν σε πεδία όπως η κατασκευή υπολογιστών και εξαρτημάτων υπολογιστών, ο σχεδιασμός λογισμικού και η χημική έρευνα. Κάποιες από αυτές τις εταιρείες αναπτύχθηκαν ραγδαία κι έφτασαν σήμερα να γίνουν εμπορικές επωνυμίες που όλοι γνωρίζουμε: η Xerox, η IBM, η Apple και η Microsoft. Όμως, πολύ περισσότερες απέτυχαν (Καρρά, 2002).

1.2. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ BUSINESS PLAN

Επιχειρηματικό σχέδιο (Business Plan) είναι ο λεπτομερής σχεδιασμός μιας επιχειρηματικής ιδέας και μια απαραίτητη διαδικασία που πρέπει να προηγείται της υλοποίησης και έναρξης των δραστηριοτήτων μιας νέας επιχείρησης, επομένως είναι ένα κομβικό σημείο για την ίδρυση και τη βιωσιμότητα της εταιρείας. Περιγράφει με σαφήνεια τη διοικητική ομάδα, τη στρατηγική της επιχείρησης, τα απαιτούμενα κεφάλαια για την υλοποίηση της επένδυσης καθώς επίσης την αγορά και τον ανταγωνισμό. Το Επιχειρηματικό Σχέδιο πρέπει να αντανάκλα τις ιδέες και τις επιδιώξεις της επιχείρησης με τον πιο σαφή τρόπο, έτσι ώστε οι πιθανοί επενδυτές να μπορούν να σχηματίσουν άποψη για την επενδυτική ευκαιρία που περιγράφεται αλλά και για την ικανότητα της διοίκησης να την εκμεταλλευτεί αποτελεσματικά (Πετρόφ και άλλοι, 2001).

Το επιχειρηματικό ή επιχειρησιακό σχέδιο αποτελεί βασικό εργαλείο για κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα σε κάθε φάση της εξέλιξής της (από την εκκίνησή της και μέχρι το τέλος της δραστηριότητας της επιχείρησης). Είναι ιδιαίτερα σημαντικό επειδή (Κόκκορης, 1995):

- περιγράφει την ετήσια επιχειρησιακή δράση της εταιρίας,

- εντοπίζει το μέγεθος της απαιτούμενης χρηματοδότησης, καθώς και της πιθανής εξωτερικής επένδυσης,
- διευκολύνει τους εξωτερικούς επενδυτές να εκτιμήσουν το μέγεθος του εγχειρήματος,
- βοηθάει στον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό της συνολικής στρατηγικής της επιχείρησης και των επιμέρους στρατηγικών αποφάσεων,
- βελτιώνει τη διοικητική ικανότητα του επικεφαλής της επιχείρησης.

Είναι στην ουσία ένα εγχειρίδιο που βοηθά όλους τους επιχειρηματίες στα στάδια σχηματισμού και έναρξης λειτουργίας της επιχείρησής τους. Η εκπόνηση ενός πλήρους επιχειρηματικού σχεδίου εξασφαλίζει ότι καλύπτονται επαρκώς όλες οι λεπτομέρειες της δομής και της λειτουργίας της επιχείρησης και ότι βοηθάει τους επιχειρηματίες να αποφύγουν τα προβλήματα που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε καθυστερήσεις ή άλλα προβλήματα, ακόμη και σε ολοκληρωτική αποτυχία (Κόκκορης, 1995).

Η δημιουργία ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου είναι ένα σημαντικό εργαλείο ακόμα και για την βελτίωση της απόδοσης της επιχείρησης. Τα τελευταία χρόνια η κατάθεση επιχειρηματικού σχεδίου είναι απαραίτητη για παράδειγμα σε περιπτώσεις επιχειρηματικών δανείων, επιδοτήσεων από την Ε.Ε. και άλλων παρόμοιων ενεργειών. Το Επιχειρηματικό Σχέδιο είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για κάθε επιχείρηση.

Αποτελεί ουσιαστικά ένα προωθητικό εργαλείο της επιχείρησης, με πιθανούς αποδέκτες τόσο όσους εργάζονται στην επιχείρηση όσο και τους εξωτερικούς συνεργάτες της. Οφείλει να είναι σύντομο, περιεκτικό, εύληπτο και γραμμένο σε μία πιο «επίσημη» γλώσσα. Επίσης, οφείλει να καλύπτει κάθε τομέα και πτυχή της επιχειρηματικής και επιχειρησιακής δραστηριότητας της επιχείρησης.

Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας περιλαμβάνει πολλαπλά οφέλη (Butler, 2000) προς:

- Τους υποψήφιους χρηματοδότες
- Την ίδια την εταιρεία.

Οι υποψήφιοι χρηματοδότες ή επενδυτές, πρέπει να γνωρίζουν λεπτομέρειες για το σχεδιασμό της μελλοντικής επιχείρησης, όπως την στρατηγική που θα ακολουθηθεί, τα κεφάλαια που θα χρησιμοποιηθούν, το σκοπό που εξυπηρετεί η

εταιρεία, τους στόχους της, τις επενδύσεις σε ανθρώπινο δυναμικό. Η δημιουργία και η σύνταξη λοιπόν του Επιχειρηματικού Σχεδίου απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή διότι αποτελεί «το προσύμφωνο» της εκάστοτε επένδυσης.

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο όμως είναι εξίσου σημαντικό και για την ίδια την εταιρεία. Αποτελεί εργαλείο αξιολόγησης της εταιρείας, στο παρόν και στο μέλλον (Blackwell, 2004). Βοηθάει στην αξιολόγηση της κατάστασης και καταδεικνύει τα σημεία εκείνα που χρειάζονται αλλαγές ή τροποποιήσεις. Δίνει απαντήσεις στα ερωτήματα:

- «Τι θέλουμε;»
- «Που βρισκόμαστε;»
- «Που θέλουμε να φτάσουμε;»

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο, καλά διατυπωμένο, παρέχει ευρείες παραμέτρους βάσει των οποίων θα αξιολογηθεί η πρόοδος ως προς την επίτευξη των στόχων και θα επιτρέψει να ληφθούν ρυθμιστικές αποφάσεις σε μεταγενέστερο χρόνο.

1.3. ΣΚΟΠΟΣ ΤΟΥ BUSINESS PLAN

Σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου είναι, η ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης (αγορά, επιχείρηση) και η καθοδήγηση των ενέργειών των μελών – στελεχών της επιχείρησης προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις και τακτικές. Ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο για τη Διοίκηση μίας επιχείρησης.

Ένας άλλος λόγος για την δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι ότι ένα επιχειρηματικό σχέδιο προωθεί νέες σκέψεις για κάθε επιχείρηση, με σκοπό να αναλυθούν με πολλούς διαφορετικούς τρόπους τα ενδεχόμενα δυνατά και αδύνατα σημεία, τα οποία θα προσδώσουν νέα κατεύθυνση στη επιχείρηση (Πετρώφ και άλλοι, 2001).

Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να καταρτίζεται όταν αναπτύσσεται ένα νέο εγχείρημα ή τίθεται σε εφαρμογή μια σημαντική νέα πρωτοβουλία. Το επιχειρηματικό σχέδιο εξυπηρετεί διάφορους σημαντικούς σκοπούς (Hisrich, Peters, 1989):

- Βοηθάει στον καθορισμό της βιωσιμότητας του εγχειρήματος σε μια επιλεγμένη αγορά
- Καθοδηγεί την επιχείρηση κατά την οργάνωση των δραστηριοτήτων σχεδιασμού
- Λειτουργεί ως ένα χρήσιμο εργαλείο για την απόκτηση χρηματοοικονομικών μέσων

1.4. ΣΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΕΥΘΥΝΕΤΑΙ ΤΟ BUSINESS PLAN

Αφού αποφασιστούν οι προοπτικές της επιχείρησης προετοιμάζεται το επιχειρηματικό σχέδιο μιας επιχείρησης. Πολλοί νομίζουν ότι ένα επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα έγγραφο που κατά κύριο λόγο χρησιμοποιείται για να εξασφαλίσει εξωτερική χρηματοδότηση. Αυτό είναι σημαντικό, καθώς οι επίδοξοι επενδυτές, συμπεριλαμβανομένων και των Τραπεζών, είναι δυνατό να επενδύσουν σε μια νέα επιχειρηματική ιδέα ως αποτέλεσμα της δύναμης του σχεδίου.

Υπάρχουν, ωστόσο, επιπλέον οφέλη στο να δημιουργηθεί και να εκπονηθεί ένα στηριγμένο στην πραγματικότητα επιχειρηματικό σχέδιο. Έτσι μπορεί να :

1. βοηθήσει στον εντοπισμό επικείμενων καταστροφών πριν αυτές συμβούν.
2. οικοδομήσει την οικονομική πλευρά της επιχείρησης αποδοτικά.
3. εστιάσει τις προσπάθειες εξέλιξης

Οι ακόλουθοι άνθρωποι ή ιδρύματα μπορεί να ζητήσουν το επιχειρηματικό σχέδιο μιας επιχείρησης στην φάση της ίδρυσής της:

1. Τράπεζες
2. Εξωτερικοί επενδυτές, όπως: μία κεφαλαιοκρατική εταιρεία ή άλλη επιχείρηση που επιθυμεί να συνεταιριστεί με την εταιρία
3. Μεγάλοι χορηγοί, Ευρωπαϊκοί ή Εθνικοί.
4. Οποιοσδήποτε ενδιαφέρεται να αγοράσει την επιχείρηση
5. Προϊστάμενος.

Εντούτοις, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα ζωντανό έγγραφο που θα χρειαστεί ενημέρωση και αλλαγή καθώς η επιχείρηση εξαπλώνεται. Θα πρέπει ακόμη να παρουσιάσει μια αντικειμενική και τίμια μορφή της επιχείρησης. Το να υπάρξει μια αποτυχία στον επιχειρηματικό σχεδιασμό θα μπορούσε να σημαίνει ότι υπάρχουν

μη πραγματοποιήσιμες προσδοκίες του τι μπορεί να επιτευχθεί και πότε. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται συνοπτικά κάποιοι στόχοι που πρέπει να καθορίζονται στο επιχειρηματικό σχέδιο, στους οποίους πρέπει να δίδεται ή να μη δίνεται έμφαση, ανάλογα σε ποιόν θα απευθυνθεί το επιχειρηματικό σχέδιο (Bygrave, Wiley, 1994).

Πίνακας 1. Επιχειρηματικό Σχέδιο – Περίληψη στόχων

Stakeholder	Θέματα για να δοθεί έμφαση	Θέματα που δε χρειάζεται έμφαση
<i>Τραπεζίτης</i>	Ρευστότητα, ισολογισμός, σταθερή αύξηση	Γρήγορη αύξηση, θερμή αγορά
<i>Επενδυτής</i>	Γρήγορη αύξηση, δυναμική	Ενεργητική, μεγάλη αγορά, ομάδα διοίκησης
<i>Στρατηγικός Επενδυτής</i>	Συνέργεια, απόλυτη κυριότητα	Δυναμική πωλήσεων, περιουσιακά στοιχεία, προϊόντα
<i>Μεγάλοι πελάτες</i>	Σταθερότητα, εξυπηρέτηση	Γρήγορη αύξηση, ένθερμη αγορά
<i>Υπάλληλοι κλειδιά</i>	Ασφάλεια, ευκαιρία	Τεχνολογία
<i>Συγχώνευση & απόκτηση ειδικού</i>	Παλαιότερες αποπερατώσεις	Μελλοντική προσδοκία

Πηγή. Bygrave, Wiley, 1994

1.5. ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ BUSINESS PLAN

Οι χρήσεις ενός επιχειρηματικού σχεδίου αφορούν στην επικοινωνία, τη διαχείριση και το σχεδιασμό (Timmons, J., Zacharakis, A., Spinelli, S., 2004):

1. Ως εργαλείο επικοινωνίας, το σχέδιο χρησιμοποιείται για να προσελκύσει κεφάλαιο επενδύσεων, να εξασφαλίσει δάνεια, να πείσει τους εργαζομένους να εργαστούν και να βοηθήσουν στην προσέλκυση στρατηγικών επιχειρηματικών εταίρων.

2. Ως εργαλείο διαχείρισης, βοηθά την παρακολούθηση και την αξιολόγηση της προόδου μιας επιχείρησης.
3. Ως εργαλείο σχεδιασμού, καθοδηγεί στις διάφορες φάσεις της επιχείρησης και βοηθάει να εντοπιστούν εμπόδια και δυσκολίες για να αποφευχθούν και να βρεθούν εναλλακτικές λύσεις.

1.6. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ BUSINESS PLAN

Έχει αναγνωρισθεί ότι ο επιχειρηματικός σχεδιασμός δεν εγγυάται επιτυχία. Ωστόσο, μελέτες δείχνουν ότι οι επιχειρήσεις οι οποίες επιμόνως εκπονούν σχέδιο λειτουργούν καλύτερα από εκείνες που στερούνται σχεδιασμού. Ο σχεδιασμός παράγει έναν αριθμό πλεονεκτημάτων για μια επιχείρηση, όπως (Ζιώγας, Χιωτίδης, 2003):

1. Πιέζει για μία γρήγορη θεώρηση των βασικών στόχων και βασικών πολιτικών.
2. Βοηθά να αμφισβητήσει τις παλιές ιδέες και δημιουργεί ένα κλίμα για καινούργιες πρωτοβουλίες.
3. Δίνει έναν καθαρό στόχο.
4. Δίνει τη δυνατότητα να αναγνωρισθούν τα προβλήματα, τα οποία απαιτούν εξωτερικές πηγές πληροφοριών και βοήθεια.
5. Αυξάνει την αντικειμενικότητα. Μετατρέποντας το καθετί σε αριθμούς, ο σχεδιασμός εμποδίζει να υπάρξουν ελπίδες για το μέλλον σε περιπτώσεις που οι συνθήκες δεν είναι ευνοϊκές.
6. Αυξάνει τη δραστηριότητα του ανθρώπινου δυναμικού.
7. Δίνει τη δυνατότητα η παραγωγή να σχεδιαστεί, και συσχετιζόμενη με τις απαιτήσεις του κεφαλαίου, να αποφασισθεί προκαταβολικά.
8. Παρέχει ανάδραση πληροφοριών και περιοδικές εκτιμήσεις έναντι κατεστημένων στόχων και εγγυήσεων καλής λειτουργίας.

Το επιχειρηματικό σχέδιο μοιάζει να είναι ένα απαραίτητο κείμενο, ιδιαίτερα για τις νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις, διότι (Ζιώγας, Χιωτίδης, 2003):

1. Επιτρέπει την προκαταβολική επαλήθευση της εφικτότητας της επιχειρηματικής ιδέας από εμπορική, οικονομική και χρηματοδοτική σκοπιά.

2. Προσφέρει στον υποψήφιο επιχειρηματία ένα σημαντικό εργαλείο προγραμματισμού και ελέγχου των μελλοντικών του δραστηριοτήτων.
3. Αντιπροσωπεύει ένα σύγχρονο μέσο επικοινωνίας, απαραίτητο για την παρουσίαση της μελλοντικής επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα υποψήφιο συνεργάτη ή ένα υποψήφιο χρηματοδότη.

1.7. ΦΡΑΓΜΟΙ ΣΤΟ BUSINESS PLAN

Η δημιουργία ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου προϋποθέτει την αντιμετώπιση, από την επιχείρηση, μιας σειράς φραγμών ή παραγόντων οι οποίες μπορεί να απαγορεύσουν την εμπλοκή σε μια τέτοια διαδικασία. Ο επιχειρησιακός κόσμος είναι πολύπλοκος και οι φραγμοί, τα εμπόδια ή οτιδήποτε άλλο που θα μπορούσε να οδηγήσει την επιχείρηση μακριά από τη δραστηριότητα του σχεδιασμού είναι (Βασιλάκης, Δούνιας, 2001):

1. Φόβος για το άγνωστο
2. Φόβος αποτυχίας
3. Ανακρίβεια
4. Ταχύτητα αλλαγής
5. Έλλειψη ειδικής γνώσης
6. Κόστος
7. Δυσκολία στην έναρξη του Επιχειρηματικού Σχεδίου
8. Πίεση χρόνου

1.8. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΓΙΑ ΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟ BUSINESS PLAN

Αναφέρονται δέκα βασικές αρχές για ένα αποτελεσματικό επιχειρηματικό σχέδιο είναι οι εξής (Ζαμπετάκης, 2005):

1. Ο επιχειρηματίας να είναι προετοιμασμένος ώστε να δαπανήσει αρκετό χρόνο στη δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδίου
2. Είναι προτιμότερο το σχέδιο να διαχωριστεί σε μικρές ενότητες, ώστε να είναι εύκολα διαχειρίσιμες.

3. Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι σύντομο και περιεκτικό και να μην περιλαμβάνει λεπτομέρειες και δευτερεύοντα θέματα τα οποία θα μπορούσαν να συζητηθούν ξεχωριστά.
4. Να εστιάζει στον αναγνώστη στον οποίο απευθύνεται. Οι επενδυτές ενδιαφέρονται κυρίως να προσδιορίσουν αν και κατά πόσον είστε ικανοί να επιτύχετε τους στόχους σας, ώστε να μη χάσουν τα χρήματά τους.
5. Να αποφεύγονται πολύ τεχνικές περιγραφές προϊόντων, διαδικασιών και λειτουργιών.
6. Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα «ζωντανό» έγγραφο. Θα πρέπει να επικαιροποιείται όταν η επιχειρηματική στρατηγική μεταβάλλεται.
7. Ο επιχειρηματίας να είναι ρεαλιστής και να στηρίζει τις εκτιμήσεις του σχετικά με τα αναμενόμενα αποτελέσματα σε τεκμηριωμένη ανάλυση. Να είναι δίκαιος στα θετικά αλλά και τα αρνητικά στοιχεία του σχεδίου.
8. Ο επιχειρηματίας να συζητά με άλλους ανθρώπους που διαθέτουν σχετική εμπειρία τους επιχειρηματικούς κινδύνους που υφίστανται. Οι εκτιμήσεις τους μπορεί να είναι πολύ σημαντικές.
9. Να μην υπάρχουν ασαφείς και αβάσιμες εκτιμήσεις, να είναι πάντοτε στηριγμένες σε δεδομένα και πληροφορίες της αγοράς.
10. Πρέπει προετοιμάζεται ένα δεύτερο επιχειρηματικό σχέδιο που θα είναι πιο λεπτομερές και θα βοηθήσει στις συζητήσεις εσωτερικά στην επιχείρηση. Θα μπορεί να αποβεί ένα σημαντικό εργαλείο στην αποτελεσματική υλοποίηση του σχεδίου και ένας καθημερινός οδηγός.

1.9.ΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΜΕΡΗ ΤΟΥ BUSINESS PLAN

Προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι παραπάνω σκοποί, το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να περιλαμβάνει τα εξής βασικά κεφάλαια (Ζιώγας, Χιωτίδης, 2003):

1. Παρουσίαση της Επιχειρηματικής Ιδέας (Αντικείμενο Δραστηριότητας)
2. Οργάνωση της Επιχείρησης
3. Έρευνα της Αγοράς και Σχέδιο Μάρκετινγκ
4. Οικονομικό και Χρηματοδοτικό Σχέδιο
5. Συμπεράσματα
6. Παραρτήμα

1.9.1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΕΑΣ (ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ)

Είναι το εισαγωγικό κεφάλαιο που αποσκοπεί να υποκινήσει στην ανάγνωση ολόκληρου του επιχειρηματικού σχεδίου. Επομένως πρέπει η διατύπωση να είναι λιτή, αλλά ταυτόχρονα ξεκάθαρη και εξαντλητική στα βασικά της σημεία. Η παρουσίαση της επιχειρηματικής ιδέας περιλαμβάνει:

1. Περιγραφή της δραστηριότητας που πρόκειται να ξεκινήσει.
2. Σύντομη αναφορά στους λόγους που οδήγησαν τον υποψήφιο επιχειρηματία ή επιχειρηματίες στην ανάληψη αυτής της πρωτοβουλίας.
3. Σύνδεση της δραστηριότητας με την εμπειρία, εξειδίκευση και μόρφωση του ή των επιχειρηματιών.
4. Νεωτεριστικά ή και καινοτομικά χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τη δραστηριότητα από άλλες συναφείς δραστηριότητες.

Η επιχειρηματική ιδέα ξεκινά από την μη οριστικά διαμορφωμένη γνώμη του επιχειρηματία ότι οι καταναλωτές έχουν μια ανάγκη (ή επιθυμία) και ότι αυτή είναι δυνατό να ικανοποιηθεί με την παραγωγή και διάθεση ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή την παροχή μιας συγκεκριμένης υπηρεσίας που θα καταλήξει σε οικονομικό όφελος.

Αποτελεί μια υπόθεση ότι μια συγκεκριμένη επιχειρηματική ομάδα έχει την τεχνική και οικονομική δυνατότητα να παράγει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία για το οποίο υπάρχει εκδηλωμένη ζήτηση σε ποσότητα και τιμή, τόση ώστε να υπάρχει διαφορά μεταξύ συνολικού κόστους και συνολικής προσόδου και έτσι να προκύπτει κέρδος. Η επιχειρηματική ιδέα είναι δυνατό να υλοποιηθεί με πόρους της επιχειρηματικής ομάδας. Αν αυτό δεν είναι δυνατό, τότε η επιχειρηματική ιδέα είναι αρχικά ανέφικτη ή απορρίπτεται. Όμως όταν πρόκειται για επιχειρηματικές δραστηριότητες του «κοινωνικού τομέα», το κέρδος μεταφράζεται σε κοινωνική αναγνώριση της οποίας συνέπεια είναι η εκλογή ή ο επαναδιορισμός σε θέσεις της διοίκησης (Ιωάννου, 2001).

Η επιχειρηματικής ιδέα συνδέεται με το κέρδος και είναι συνυφασμένη με τον επιχειρηματικό κίνδυνο. Σε περίπτωση που το αναμενόμενο κέρδος είναι χρηματικό, ο επιχειρηματικός κίνδυνος είναι ανάλογος του αναμενόμενου ποσού. Σε περίπτωση

δραστηριοτήτων του κοινωνικού τομέα, μολονότι ο επιχειρηματικός κίνδυνος είναι περιορισμένος, οι συνέπειές του είναι η αποτυχία και κατ' επέκταση η απώλεια της κρατικής στήριξης (Συμβουλευτικό Κέντρο Επιχειρηματικότητας, 2007).

Η μελέτη της γέννησης της επιχειρηματικής ιδέας απασχολεί διάφορους επιστημονικούς τομείς, μεταξύ των οποίων και αυτούς που χρησιμοποιούνται από τη διοίκηση των επιχειρήσεων. Οι επιχειρηματικές ιδέες ανήκουν σε μια από τις δύο γενικές κατηγορίες, μιμητικές ή καινοτόμες, παρά το γεγονός ότι κάθε ολοκληρωμένη επιχειρηματική ιδέα έχει χαρακτηριστικά που ανήκουν και στις δύο κατηγορίες.

Χαρακτηρίζονται από:

- Μεταφορά μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής ιδέας σε μια περιοχή από μια άλλη περιοχή.
- Επανάληψη μιας επιτυχημένης παραγωγικής διαδικασίας.
- Αντιγραφή ή απομίμηση ενός επιτυχημένου προϊόντος.
- Μεταφορά σε μια περιοχή μιας επιτυχημένης εμπορικής πρακτικής.

Οι καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες μπορεί να είναι τεχνολογικές, εμπορικές, οργανωτικές, χρηματοδοτικές ή και περιβαλλοντολογικές. Είναι δυνατό να ανήκουν σε όλους τους τομείς της οικονομίας, τον πρωτογενή, τη μεταποίηση ή την παροχή υπηρεσιών. Χαρακτηρίζονται από (ΕτΕ, 2007):

1. Προϊόντα/Υπηρεσίες των οποίων τα φυσικά χαρακτηριστικά εμφανίζονται για πρώτη φορά.
2. Παραγωγική διαδικασία προϊόντων/υπηρεσιών που ήδη κυκλοφορούν στην αγορά με τρόπο διαφορετικό από αυτόν που παράγονται ήδη.
3. Επεξεργασία των προϊόντων/υπηρεσιών σε ανώτερο βαθμό, πλησιέστερο στην κατανάλωσή τους (πχ προτηγανισμένες πατάτες).
4. Οργάνωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας κατά τρόπο που δεν έχει προηγουμένως εφαρμοστεί από άλλους.
5. Χρηματοδότηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας από πηγές που δεν έχουν ξαναχρησιμοποιηθεί για το σκοπό αυτό.
6. Προϊόντα/υπηρεσίες τα οποία ήδη κυκλοφορούν στην αγορά, παράγονται με τον ίδιο τρόπο, διατίθενται όμως στους καταναλωτές με διαφορετικό τρόπο, όπως:
 - Από κανάλια διανομής που για πρώτη φορά διανέμουν τέτοια προϊόντα/υπηρεσίες.

- Από συστήματα μεταφοράς που δεν έχουν άλλη φορά μεταφέρει τέτοια προϊόντα/υπηρεσίες (πχ η μεταφορά μουσικής μέσα από το διαδίκτυο).
 - Μονάδες διανομής που δεν έχουν χρησιμοποιηθεί άλλη φορά.
 - Συνδυασμός προϊόντων/υπηρεσιών που δεν έχει χρησιμοποιηθεί εμπορικά άλλη φορά (πχ έπιπλα και ηλεκτρονικοί υπολογιστές).
 - Προϊόντα/υπηρεσίες που συνδέονται με τη ψυχολογία των καταναλωτών με τρόπο διαφορετικό από τον συνηθισμένο (πχ σύνδεση της κατανάλωσης απορρυπαντικών και της κοινωνικής εικόνας του καταναλωτή)
7. Προϊόντα/υπηρεσίες ανατρεπτικά των καταναλωτικών συναρτήσεων, δηλαδή τα οποία ανατρέπουν το νόμο της προσφοράς και της ζήτησης (πχ η παραγωγή και διάθεση ακριβότερων προϊόντων, επειδή έχουν παραχθεί σε ψυχολογικά επιθυμητό περιβάλλον, όπως οικολογικά, παραδοσιακά ή υψηλής τεχνολογίας)

Η γενική σειρά την οποία ακολουθεί μια επιχειρηματική ιδέα, απεικονίζεται στο παρακάτω Σχήμα 1 (Συμβουλευτικό Κέντρο Επιχειρηματικότητας, 2007) .

Σχήμα 1. Γενική σειρά, την οποία ακολουθεί μια επιχειρηματική ιδέα



Πηγή: Συμβουλευτικό Κέντρο Επιχειρηματικότητας Τ.Ε.Ι. Πειραιά, 2007

Ο καταιγισμός ιδεών (brainstorming) αποτελεί την πλέον επιτυχημένη, και για το λόγο αυτό και την πλέον προσφιλή, διαδικασία παραγωγής καινοτόμων ιδεών. Δεν αποτελεί μέθοδο, αλλά διαδικασία από την οποία ελπίζεται να προκύψουν καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες στις επιχειρήσεις, κυρίως μεγάλες, όπου η παραγωγή των καινοτόμων ιδεών αναμένεται από τους ίδιους τους εργαζόμενους.

1.9.2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η παρουσίαση του κεφαλαίου αυτού αποσκοπεί στην ανάδειξη των δυνατών σημείων του εγχειρήματος σε ότι αφορά στα ποιοτικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των υποψηφίων επιχειρηματιών και στην παρουσίαση της προτεινόμενης οργανωτικής διάρθρωσης της επιχείρησης (ιεραρχική δομή, κατανομή θέσεων και προσδιορισμός υπευθυνοτήτων του απασχολούμενου προσωπικού) Πιο συγκεκριμένα το κεφάλαιο περιλαμβάνει (Stutely, 2003):

1. Την νομική μορφή της επιχείρησης (Ατομική, Ο.Ε., Ε.Ε., Ε.Π.Ε., , Συνεταιρισμός) με αιτιολόγηση της επιλογής και το ιστορικό της.
2. Περιλήψεις των βιογραφικών σημειωμάτων του ή των υποψηφίων επιχειρηματιών.
3. Θέση στην ιεραρχία και καθήκοντα – αρμοδιότητες των παραπάνω
4. Απασχολούμενο προσωπικό και εξωτερικοί συνεργάτες (ειδικότητες, αριθμός, καθήκοντα – αρμοδιότητες, κατανομή προσωπικού σε τριετή βάση).
5. Οργανόγραμμα της επιχείρησης

1.9.3. ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η μελέτη της αγοράς και η καταναλωτική συμπεριφορά των πελατών στους οποίους προτείνονται τα προϊόντα / υπηρεσίες της επιχείρησης αποδεικνύεται σ' αυτή την ενότητα. Επιπλέον, επαληθεύεται η αξία της επιχειρηματικής ιδέας από εμπορική σκοπιά, δηλαδή ότι η επιχείρηση μπορεί να «σταθεί» στην αγορά, και παρουσιάζονται τα προτεινόμενα μέσα (στρατηγικές) για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης (Lee, Sai, 2002). Περιλαμβάνει τα εξής:

1. **Ανάλυση της Αγοράς.** Δηλαδή το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης (Θωμάς, 2000):
 - Ανάλυση του γενικού οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος με σκοπό τον εντοπισμό ευκαιριών ή και κινδύνων (Ανάλυση SWOT) που βρίσκονται έξω από τον έλεγχο της επιχείρησης (οικονομικό περιβάλλον, κοινωνικό περιβάλλον, νομοθεσία, τεχνολογική εξέλιξη, διεθνές εμπόριο κ.λ.π.)
 - Ανάλυση του κλάδου (προμηθευτές, ανταγωνιστές, ενδιαμέσοι κ.ά.) με σκοπό την απάντηση σε ερωτήματα όπως: ποιοι είναι; πόσοι είναι; τι προσφέρουν; πως το προσφέρουν; ποια είναι τα δυνατά και αδύνατα σημεία των κυριότερων ανταγωνιστών; υπάρχουν εμπόδια εισόδου στην αγορά; (Ανάλυση SWOT).
2. **Έρευνα της αγοράς.** Τμηματοποίηση της αγοράς με σκοπό τον εντοπισμό του τμήματος ή των τμημάτων στα οποία κυρίως θα προσανατολιστεί η προσφορά της επιχείρησης και την απάντηση σε ερωτήματα όπως: τι αγοράζουν σήμερα οι πελάτες; σε ποιο βαθμό ικανοποιούνται οι ανάγκες τους; σε τι τιμές αγοράζουν; Πόσο επιπλέον θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν για μία ανάγκη που δεν ικανοποιείται σήμερα; ποια είναι τα σημερινά κανάλια διανομής των συναφών προϊόντων / υπηρεσιών - υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις; επηρεάζονται από τη διαφήμιση και τα προωθητικά τεχνάσματα (προσφορές, εκπτώσεις, δώρα κ.λ.π.) (Θωμάς, 2000).
3. **Περιγραφή του προϊόντος / υπηρεσίας.** Η παράγραφος αρχίζει με την αναλυτική περιγραφή του προσφερόμενου προϊόντος/υπηρεσίας αναφορικά με (Χασιώτης, 1998):
 - Το είδος, τη συσκευασία, το όνομα
 - Τα γενικά χαρακτηριστικά (σχέδιο, επιδόσεις, ποιότητα, εγγυήσεις, υποστήριξη μετά την πώληση)
 - Τα στοιχεία διαφοροποίησης σε σύγκριση με τα αντίστοιχα του ανταγωνισμού.
 - Τις ανάγκες που ικανοποιεί.
 - Τις διαδικασίες προμήθειας ή παραγωγής

και ολοκληρώνεται με την τοποθέτηση του προϊόντος/υπηρεσίας σε συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς και τις ενδεχόμενες διαφοροποιήσεις του προϊόντος σε σχέση με διαφορετικά τμήματα της αγοράς.

4. **Σχέδιο Μάρκετινγκ.** Η λειτουργία του marketing αποτελεί τη γέφυρα μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης. Έτσι, το marketing αποτελεί το σύνολο των ενεργειών μιας επιχείρησης, που αποβλέπουν στην αναγνώριση των αναγκών του καταναλωτή, στην ανάπτυξη των προϊόντων και υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες αυτές, και στη δημιουργία ζήτησης για αυτά τα προϊόντα ή υπηρεσίες, με σκοπό τις πωλήσεις (Σιώμοκος, 2004). Η επιτυχής ανάπτυξη του προγράμματος marketing, αφορά την κατάρτιση ενός γραπτού μακροχρόνιου και βραχυχρόνιου σχεδίου δράσης, που λαμβάνει υπόψη τους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που επιδρούν στην επιχείρηση, και αποτελεί οδηγό των ενεργειών της. Το σχέδιο μάρκετινγκ περιλαμβάνει (Jain, 1999):

- Τους στόχους (προβλεπόμενες πωλήσεις, μερίδιο της αγοράς).
- Τις στρατηγικές (προϊόν, τιμολογιακή πολιτική, κανάλια διανομής, μίγμα προώθησης, δημόσιες σχέσεις)
- Τους αναγκαίους πόρους (αμοιβές προσωπικού πωλήσεων, δαπάνες διαφήμισης και προωθητικών τεχνασμάτων, δαπάνες προγράμματος δημοσίων σχέσεων, δαπάνες συμμετοχής σε εκθέσεις κ.λ.π.)

Η ταυτότητα της επιχείρησης συνίσταται στην τοποθέτησή της στην αγορά, το πως τα προϊόντα / υπηρεσίες θα «σταθούν» στην αγορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Για να ξεκαθαριστεί η θέση της επιχείρησης στην αγορά, πρέπει να είναι γνωστή η θέση των ανταγωνιστών. Με τα στοιχεία αυτά οι επιχειρήσεις θα μπορούν να κατανοήσουν τι προσφέρουν οι ανταγωνιστές τους, ποια είναι τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους και τελικά να κατανοήσουν πως μπορούν να διαφοροποιηθούν μέσα στην αγορά (Θωμάς, 2000). Η ανάπτυξη την τοποθέτηση της επιχείρησης μπορεί να απαντήσει σε μερικά ερωτήματα:

- *Τι είναι ξεχωριστό στα προϊόντα / υπηρεσίες;*
- *Ποιες ανάγκες των πελατών μπορούν να καλυφθούν;*
- *Πως ήθελε να αντιλαμβάνεται η αγορά τα προϊόντα / υπηρεσίες της;*

Ακολουθεί η έρευνα των ανταγωνιστών η οποία μπορεί να γίνει με επισκέψεις στην επιχείρησή τους ή με ερωτήσεις για τα προϊόντα / υπηρεσίες τους,

ώστε να γίνει γνωστό τι προσφέρουν και πόσο κοστίζουν. Έτσι θα υπάρχει μια βάση ώστε να καθορίζονται τομείς σχετικά με την διανομή, τιμολόγηση, ποιότητα, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα διάγνωσης των δυνατών και αδύνατων σημείων των ανταγωνιστών (Πετράκης, 1999).

1.9.4. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Στην ενότητα αυτή επαληθεύεται εάν α) το εγχείρημα μπορεί να χρηματοδοτηθεί επαρκώς και β) έχει οικονομικά χαρακτηριστικά τέτοια ώστε να συμφέρει να αναληφθεί. Το κεφάλαιο περιλαμβάνει τα εξής (Record, 2001):

1. **Κόστος επένδυσης και χρηματοδότηση.** Τι απαιτείται, πόσο κοστίζει, πότε θα πραγματοποιηθεί; πως θα χρηματοδοτηθεί;
2. **Προβλεπόμενα οικονομικά αποτελέσματα.** Ποια είναι τα έσοδα και ποια είναι τα έξοδα της επιχείρησης κατά την περίοδο προγραμματισμού;
3. **Προβλεπόμενες πηγές και χρήσεις κεφαλαίων.** Ποια είναι η προέλευση των κεφαλαίων της επιχείρησης (πηγές) και με ποιο τρόπο αυτά τα κεφάλαια αξιοποιούνται (χρήσεις);
4. **Προβλεπόμενες ταμιακές ροές.** Ποιο είναι βραχυπρόθεσμα το ταμιακό πλεόνασμα και ποιο το ταμιακό έλλειμμα προς αξιοποίηση ή χρηματοδότηση αντίστοιχα;
5. **Προβλεπόμενοι ισολογισμοί.** Πως προβλέπεται να διαμορφωθεί η περιουσιακή κατάσταση της επιχείρησης στο τέλος κάθε μιας από τις περιόδους προγραμματισμού;

Θα πρέπει να αναλυθούν εκτενώς τα εξής ((Συμβουλευτικό Κέντρο Επιχειρηματικότητας, 2007):

1. **Υπολογισμός Παγίων Στοιχείων.** Ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης. Αυτό θα περιλαμβάνει τη γεωγραφική τοποθεσία που επιλέχθηκε, τη χωροταξική περιγραφή των εγκαταστάσεων (επιφάνεια σε m², αριθμός γραφείων / αποθηκών κ.λ.π.). Επίσης είναι χρήσιμο να αιτιολογηθεί η επιλογή του συγκεκριμένου Κέντρου, βάσει ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που προσφέρει στην επιχείρηση (φθηνότερο ενοίκιο, στρατηγική θέση στην αγορά, καταλληλότητα χώρων κ.ά.).

2. **Κόστος Ίδρυσης Επιχείρησης** (δαπάνες ίδρυσης, σχεδιασμού, κ.λ.π.).
Εδώ πρέπει να συμπεριληφθούν ιδρυτικές και προλειτουργικές δαπάνες, όπως εγγραφή σε Επιμελητήρια, έναρξη στην Εφορία κ.ά.
3. **Κόστος Παγίων Επενδυτικών Στοιχείων Επιχείρησης** (δαπάνες εξοπλισμού για λειτουργία της επιχείρησης). Ο εξοπλισμός που είναι απαραίτητο να αγοράσει η επιχείρηση για τις ανάγκες λειτουργίας της. Επίσης τα έξοδα ίδρυσης της επιχείρησης και οι ιδρυτικές και προλειτουργικές δαπάνες, όπως εγγραφή σε Επιμελητήρια, έναρξη στην Εφορία κ.α.
4. **Υπολογισμός Κόστους Λειτουργίας της Επιχείρησης**
 - Λειτουργικά Έξοδα (δαπάνες ηλεκτρικού, φωτισμού, επικοινωνιών)
 - Μισθοί και επιβαρύνσεις προσωπικού
 - Άλλες δαπάνες (έξοδα προβολής, διοικητικά έξοδα)
5. **Υπολογισμός Αναγκαίων Κεφαλαίων Κίνησης**
 - Κεφάλαιο για Αγορά Εξοπλισμού
 - Κεφάλαιο Κίνησης
 - Πηγές Χρηματοδότησης, όπως τραπεζικά προϊόντα, Λογαριασμοί όψεως, Προθεσμιακές Καταθέσεις, λοιπά καταθετικά προϊόντα: σύμφωνα επαναγοράς ομολόγων – repos, τοποθετήσεις σε Αμοιβαία Κεφάλαια Διαχείρισης Διαθεσίμων, σύνθετα προϊόντα συνδεδεμένα με παράγωγα (δείκτες, νομίσματα κλπ.), πιστοδοτήσεις, εγγυητικές επιστολές και πιστώσεις, leasing, factoring, προϊόντα διαχείρισης διαθεσίμων, εκτέλεση τραπεζικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου (e – banking), πάγιες εντολές, θυρίδες, πιστωτικές κάρτες, διαχείριση μισθοδοσίας, συμβουλευτικές υπηρεσίες ακινήτων, τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα.
 - Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης, όπως το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων. Το Ταμείο Εγγυοδοσίας ιδρύθηκε με στόχο να διευκολύνει την πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην αγορά κεφαλαίων μέσω της εγγυοδοσίας, δηλαδή την κάλυψη με εγγύηση, για ένα μέρος του

δανείου που χορηγείται σε μία μικρομεσαία εταιρεία από τις τράπεζες. Επίσης, το Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών αποτελεί μία εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης, για την ανάπτυξη ήδη υφισταμένων επιχειρήσεων ή τη δημιουργία νέων και αφορά στη συμμετοχή των Εταιριών Επιχειρηματικών Συμμετοχών στο μετοχικό κεφάλαιο μιας εταιρίας, είτε μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου, είτε μέσω έκδοσης μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου. Οι Εταιρίες Επιχειρηματικών Συμμετοχών συμμετέχοντας στο μετοχικό κεφάλαιο μίας εταιρίας, αναλαμβάνουν ισόποσα ένα μέρος του επιχειρηματικού κινδύνου της εταιρίας και προσδοκούν υψηλή απόδοση, αντίστοιχη με αυτήν του επιχειρηματία. Επίσης οι Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων, όπως αναφέρει και το τίτλος, είναι εταιρείες οι οποίες αναλαμβάνουν να «εκκολάψουν» μία επιχειρηματική ιδέα, ήτοι να προσφέρουν στέγη, υποδομές, μια πλήρη γκάμα υποστηρικτικών υπηρεσιών, ακόμη και κεφάλαια, προκειμένου να στηθεί και να κάνει τα πρώτα της βήματα μια νέα ή μικρή επιχείρηση που η ανάπτυξή της στηρίζεται σε ένα καινοτόμο επιχειρηματικό σχέδιο. Και τέλος Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι είναι ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι επενδύουν σε μία νέα επιχείρηση ή χρηματοδοτούν μία καινοτόμο ιδέα, με απώτερο στόχο την αποκόμιση μετά από διάστημα (2 έως 5 χρόνια) υπεραξίας μέσω της πώλησης της συμμετοχής τους. Η λειτουργία των business angels είναι παραπλήσια με αυτή των venture capitals με τη διαφορά ότι οι business angels λειτουργούν μεμονωμένα ως φυσικά πρόσωπα και όχι σαν εταιρεία όπως τα venture capitals (Λαμπρόπουλος, 2005).

6. **Έσοδα της Επιχείρησης.** Τα έσοδα μιας επιχείρησης προέρχονται από τις δραστηριότητες που θα αναπτύξει. Η ανάπτυξη μιας πολιτικής τιμολόγησης των προϊόντων / υπηρεσιών και του τρόπου με τον οποίο αυτή θα υπολογίζεται είναι σημαντική. Είναι απαραίτητο να παρουσιαστεί μία μεθοδολογία στην ανάπτυξη τιμολόγησης. Για παράδειγμα, ένα μαγαζί πώλησης ρούχων που βρίσκεται σε καλή τοποθεσία μπορεί να πουλάει ακριβότερα τα προϊόντα του σε σχέση με τον ανταγωνισμό, γιατί έχει το

πλεονέκτημα της ευνοϊκής τοποθεσίας. Είναι εύκολο να παρουσιάσει τα προϊόντα / υπηρεσίες του ως υψηλής ποιότητας και σε χαμηλή τιμή. Είναι αναγκαίο να αποδειχτεί η δυνατότητα κέρδους υπό αυτές τις συνθήκες. Εάν η επιχείρηση ξεκινήσει με χαμηλές τιμές στα προϊόντα / υπηρεσίες σας, τότε ίσως είναι δύσκολο να μπορέσει να τις αυξήσει αργότερα. Υπάρχουν διάφοροι μέθοδοι τιμολόγησης. Η κάθε μία έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

- Τιμολόγηση με υπολογισμό του κόστους και πρόσθεση κέρδους (Cost-Plus Pricing). Αυτή η μέθοδος είναι σχεδιασμένη ώστε να καλύπτονται πάντα τα σταθερά και κυμαινόμενα έξοδα. Προσθέτοντας στα άμεσα και έμμεσα έξοδα το κέρδος, υπολογίζουμε την τιμή του προϊόντος / υπηρεσίας.
- Τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό. Εάν η αγορά έχει συγκεκριμένες τιμές και η διαφοροποίηση στα προϊόντα / υπηρεσίες είναι δύσκολη, τότε θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί η τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό. Με μία διάγνωση της αγοράς και των τιμών που ισχύουν, γίνεται ο εντοπισμός για το που μπορούν να κυμανθούν οι τιμές. Είναι απαραίτητο να επιλεγεί με βάση τα πλεονεκτήματα της επιχείρησης η κατάλληλη τιμή που θα είναι αποδεκτή και από το δυνητικό αγοραστικό κοινό.
- Τιμολόγηση με βάση την Ζήτηση. Εάν το δυνητικό αγοραστικό κοινό διαφέρει πολύ στη σύνθεση του, τότε είναι δυνατό να υπάρξει μια τιμολόγηση με βάση την δυναμική της ζήτησης. Μπορούν να ισχύουν διαφορετικές τιμές, με βάση τις παραγγελίες που πραγματοποιεί ο κάθε καταναλωτής του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

7. Πωλήσεις της επιχείρησης. Οι προβλέψεις πωλήσεων της επιχείρησης σας βασίζονται στον υπολογισμό των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων των προϊόντων / υπηρεσιών, του μεγέθους της αγοράς και του υπάρχοντος ανταγωνισμού κάθε επιχείρησης. Η πρόβλεψη πωλήσεων είναι πολύ σημαντική για την σύνταξη άλλων οικονομικών αναφορών. Το επιχειρηματικό σχέδιο τονίζει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που διαφοροποιούν τα προϊόντα / υπηρεσίες από την υπόλοιπη αγορά. Είναι

χρήσιμο να στηρίζεται η πρόβλεψη των πωλήσεων στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των προϊόντων / υπηρεσιών, στο μέγεθος της αγοράς, στον υπάρχοντα ανταγωνισμό και στις δυνητικές πωλήσεις.

8. *Βιωσιμότητα της Επιχείρησης. Η βιωσιμότητα της επιχείρησης είναι μια παράμετρος που όλες οι επιχειρήσεις επιθυμούν να είναι όσο το δυνατό καλύτερα αναλυμένη, ώστε οι προβλέψεις να ικανές να επιβεβαιώσουν την ύπαρξή της. Άλλωστε, για αυτό το λόγο δημιουργείται και το επιχειρηματικό σχέδιο, για να προϋπολογίσει μια βιώσιμη επενδυτική πρόταση, όπως είναι η σύσταση μιας επιχείρησης (Hussey, 1999).*

1.9.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται περιληπτικά τα κυριότερα σημεία του επιχειρηματικού σχεδίου. Είναι η στιγμή της συνολικής αξιολόγησης, αν αξίζει ή όχι η υλοποίηση του επιχειρηματικού σχεδίου. Η αξιολόγηση υποστηρίζεται με χρηματοοικονομικές αναλύσεις και τεχνικές αξιολόγησης επενδύσεων (Ζιώγας, Χιωτίδης, 2003).

1.9.6. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Εδώ περιλαμβάνονται πληροφορίες που τεκμηριώνουν τα περιεχόμενα του επιχειρηματικού σχεδίου, όπως (Ζιώγας, Χιωτίδης, 2003):

- Αντίγραφο φορολογικής δήλωσης των κυρίων μετόχων για τα τελευταία έτη
- Στοιχεία προσωπικής και οικογενειακής κατάστασης (ένα είδος προσωπικού ισολογισμού)
- Για περιπτώσεις franchising, αντίγραφο σχεδίου Σύμβασης Δικαιόχρησης και άλλου πληροφοριακού υλικού που παρέχει ο Δικαιοπάροχος
- Αντίγραφο του (υπό διαπραγμάτευση συνήθως) μισθωτηρίου συμβολαίου ή συμβολαίου αγοράς για επαγγελματική στέγη

- Αντίγραφα αδειών (πολεοδομίας κ.λπ.) και άλλα νόμιμα έγγραφα σχετικά με την υπό σύσταση ή εν λειτουργία επιχείρηση
- Βιογραφικά σημειώματα των κυρίων μετόχων
- Μνημόνια προτεινόμενης συνεργασίας με προμηθευτές ή μεγάλους πελάτες
- Έρευνες αγοράς και ανταγωνισμού
- Συμβόλαια ενοικίασης εγκαταστάσεων και άδειες λειτουργίας
- Συμβόλαια συνεργασιών με σημαντικούς πελάτες ή προμηθευτές
- Προσφορές προμηθευτών παγίων – προτιμολόγια
- Ευρεσιτεχνίες και δικαιώματα εκμετάλλευσης
- Πιστοποιητικά ποιότητας
- Άλλα δικαιολογητικά

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ ΚΙ ΕΚΦΡΑΣΤΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

ΨΥΧΗΣ ΑΚΕΣΜΑ

ΚΛΕΙΣΟΥΡΑΣ 12 – ΑΘΗΝΑ
EMAIL: EGIANNOU68@GMAIL.COM
ΤΗΛ. 6973003832



Ψυχής άκεσμα

ΙΔΙΟΚΤΗΤΡΙΑ

ΕΛΕΝΗ ΓΙΑΝΝΟΥΛΗ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) για την ίδρυση ενός Κέντρου δημιουργικότητας και Ψυχοθεραπείας μέσω των εκφραστικών τεχνών και θεωρήσαμε πρώτα σημαντικό να παρουσιάσουμε ανωτέρω τη διαδικασία και τις προϋποθέσεις για την ίδρυση, λειτουργία και διοίκηση ενός τέτοιου Κέντρου. Όπως παρατηρήσαμε, η όλη διαδικασία δημιουργίας ενός τέτοιου Κέντρου είναι εξαιρετικής σημασίας για το ελληνικό κράτος με αποτέλεσμα να ανακαλύπτουμε πληθώρα νομοθετημάτων που αθορίζουν την ίδρυση και να διασφαλίζουν τη συνολική παραπέρα εύρυθμη λειτουργία του, κάτι σημαντικό αν αναλογιστεί κανείς πως οι άνθρωποι προσφεύγουν για να λάβουν υπηρεσίες υγείας ψυχοθεραπείας και εκφραστικών τεχνών από εξειδικευμένο προσωπικό.

Το συνολικό επιχειρηματικό σχέδιο του Κέντρου δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω εκφραστικών τεχνών ΨΥΧΗΣ ΑΚΕΣΜΑ, με διακριτικό τίτλο «ΨΥΧΗΣ ΑΚΕΣΜΑ» παρουσιάζεται παρακάτω.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

1. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1.1. ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η επωνυμία της επιχείρησης θα είναι «Κέντρο δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω εκφραστικών τεχνών», με διακριτικό τίτλο «ΨΥΧΗΣ ΑΚΕΣΜΑ».

1.2. ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ – ΕΔΡΑ

Η επιχείρηση συστάθηκε το 2009 με την υπ' αριθμόν 10.481/26-08-08 Πράξη της συμβολαιογράφου Αθήνας Παπαγεωργίου Αικατερίνης. Έδρα της εταιρείας, σύμφωνα με το καταστατικό, ορίζεται ο Δήμος Αθηναίων.

1.3.ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ – ΔΙΑΡΚΕΙΑ

Η εταιρεία θα έχει τη μορφή της ατομικής επιχείρησης. Η διάρκεια της ορίστηκε σε πενήντα (50) έτη από την ίδρυση της, δηλαδή μέχρι 31/12/2059. Η νομική της μορφή ως ατομική επιχείρηση θα έχει σαν σκοπό το κέρδος, την ευημερία και την ανάπτυξη. Η επιχείρηση θα βασίζεται σε συνεργάτες οι οποίοι θα έχουν σαν στόχο τη βιωσιμότητα και εξέλιξη της εταιρίας.

1.4. ΣΥΝΘΕΣΗ

Το αρχικό κεφάλαιο ορίστηκε σε 30.000€. Ιδιοκτήτρια της επιχείρησης είναι η:

Ελένη Γιαννούλη, ψυχολόγος, εικαστική ψυχοθεραπεύτρια

1.5. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Όσον αφορά τη στελέχωση του Κέντρου, θα υπάρχουν:

1. Επιστημονικός Υπεύθυνος. Πρέπει να είναι ψυχοθεραπευτής
2. Δραματοθεραπευτής
3. Εικαστική θεραπεύτρια
4. Ομαδική αναλύτρια
5. Συνεργάτες ιατροί (Ψυχίατρος, Νευρολόγος)
6. Γραμματέας – βοηθός, απόφοιτος τουλάχιστον Λυκείου ή Γυμνασίου παλαιού τύπου
7. Λογιστής
8. Βοηθητικό προσωπικό
9. Καθαρίστρια

Κατά την έναρξη λειτουργίας του Κέντρου θα απασχολούνται 7 άτομα. Μετά την πραγματοποίηση της επένδυσης, θα απασχοληθούν ακόμη 2 άτομα, σε ετήσια βάση.

1. Μια (1) Νοσηλεύτρια ψυχικής υγείας
2. Μια (1) ομαδική αναλύτρια

1.6. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Το Κέντρο θα λειτουργεί καθημερινά από τις 8:00 το πρωί έως τις 22:00 το βράδυ, για ολοκληρωμένη ποιοτική εξυπηρέτηση. Η γνώση και εμπειρία κάνουν το Ψυχής Άκεσμα να γνωρίζει σε κάθε φάση της ζωής των ατόμων πώς νιώθουν και τι θέλουν.

Το Ψυχής Άκεσμα στηρίζει το κάθε άτομο ξεχωριστά, ανάλογα με τις ανάγκες και τις δυνατότητες τις οποίες αυτό έχει. Στόχος είναι να αναδειχθούν η δύναμη κι οι ικανότητές του που είναι κρυμμένες κάτω από το πρόβλημά του. Το Ψυχής Άκεσμα διαθέτει τη γνώση και την εμπειρία να συμβάλλει καταλυτικά στη ζωή του ατόμου και τις οικογένειάς του, αλλάζοντας τα δεδομένα μέσα από ειδικά προγράμματα έκφρασης κι αυτογνωσίας.

2. ΤΟ CONCEPT ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

2.1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ

Στόχος 1: Η συνεχής ανάπτυξη, ενίσχυση και βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρονται από το Κέντρο

1. Ενίσχυση του παρόντος μείγματος των πελατών με την ανάπτυξη και διατήρηση στρατηγικών συμμαχιών με αρκετά μεγάλα Ψυχιατρικά Νοσοκομεία
2. Προσδιορισμός και ανάπτυξη στρατηγικών συμμαχιών με τρεις κοινοτικές υπηρεσίες(Κ.Ψ.Υ.).

3. Προσδιορισμός και καλλιέργεια στρατηγικών συμμαχιών και δικτύων με αρκετά ιδιωτικά ιατρεία.
4. Πρόσληψη του 80% του προσωπικού, δύο μήνες πριν την ημερομηνία έναρξης.
5. Προσδιορισμός και εφαρμογή ενός συστήματος τιμολόγησης, δύο μήνες πριν την ημερομηνία έναρξης.
6. Διευθέτηση του κεφαλαίου κίνησης για την αρχική φάση της επιχείρησης.

Στόχος 2: Ενδυνάμωση της δέσμευσης του Κέντρου για διάκριση και βέλτιστη απόδοση.

1. Συνεχής αξιολόγηση της ικανοποίησης πελατών σε τρεις τομείς: προσβασιμότητα, περιβαλλοντολογικούς παράγοντες και παράγοντες σχετικούς με τη θεραπεία.
2. Συνεχής αξιολόγηση της ικανοποίησης των συνεργατών που κάνουν τις παραπομπές με τη χρήση ερωτηματολογίου ικανοποίησης.
3. Βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών με την προσφορά εσωτερικής εκπαίδευσης σχετικής με την ικανοποίηση των πελατών από τη θεραπεία, την προσβασιμότητα και τις σχέσεις με το προσωπικό.

2.2. ΑΠΟΣΤΟΛΗ

Η προαγωγή της ευημερίας των ατόμων και των οικογενειών τους στην ευρύτερη περιοχή των Αθηνών με την παροχή προσβάσιμης, ποιοτικής φροντίδας ψυχικής υγείας στα παιδιά, εφήβους, ενήλικες και τις οικογένειές τους μέσω ενός πρωτοποριακού και καινοτόμου συστήματος υπηρεσιών που επικεντρώνεται στην εμπιστοσύνη, στον σεβασμό, στην εμπιστευτικότητα, και στην ενσυναίσθηση. Δεσμευόμαστε για ποιοτική φροντίδα ψυχικής υγείας η οποία παρέχεται μέσω προσπάθειας εναρμονισμένης με τις συνολικές στρατηγικές υγείας του καταναλωτή και με ένα σύνολο ιατρικών υπηρεσιών. Επιπλέον, δεσμευόμαστε στη θεώρηση ότι ο λόγος ύπαρξής μας είναι ο καταναλωτής / πελάτης.

2.3. ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ

- Εξασφάλιση του κεφαλαίου κίνησης μέχρι την έναρξη του έργου.
- Δημιουργία αυξανόμενου κέρδους για την επιχείρηση από τον έβδομο μήνα του πρώτου οικονομικού έτους.
- Θετικές ταμειακές ροές από τον έβδομο μήνα λειτουργίας.
- Διασύνδεση με ένα αξιόπιστο ψυχιατρικό Νοσοκομείο οξέων περιστατικών (Αιγινήτειο).
- Φιλικότητα στη φροντίδα, μέσω συνεργασίας, προσβασιμότητας και κλινικής επικέντρωσης.
- Ενημέρωση της κοινότητας για τις υπηρεσίες που παρέχονται από το Κέντρο
- Δέσμευση του προσωπικού για διάκριση, πιστοποιούμενη από την ανάπτυξη του Κέντρου και την ικανοποίηση των πελατών.
- Προσβασιμότητα και ανταπόκριση στις ανάγκες των πελατών του Κέντρου.
- Λειτουργία ως ένας οργανισμός που είναι ρευστός, ευέλικτος και πρόθυμος να αλλάξει για να ανταποκριθεί στις συχνές μεταβολές του κλάδου της ψυχικής υγείας.

3. Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΜΑΣ

Το Κέντρο δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω Εκφραστικών Τεχνών "Ψυχής Άκεσμα" είναι μια κερδοσκοπική εταιρεία ψυχικής υγείας που εδρεύει στα Ιλίσια της Αθήνας. Ιδρύθηκε το 2009.

3.1 Ιστορικό

Το Κέντρο είναι μια νέα εταιρεία. Δημιουργήθηκε σε ένα προϋπάρχοντα χώρο που τροποποιήθηκε για να το στεγάσει. Προσφέρει υπηρεσίες ψυχοθεραπείας και ψυχοθεραπείας μέσω εκφραστικών τεχνών. Η ψυχοθεραπεία απευθύνεται σε άτομα, ζευγάρια, οικογένειες και ειδικές ομάδες. Η σύνθεση του προσωπικού είναι διεπιστημονική και περιλαμβάνει επαγγελματίες της ψυχικής υγείας, κατόχους επαγγελματικών αδειών. Επί του παρόντος, το Κέντρο αδειοδοτείται από το

Υπουργείο Υγείας για να προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες που περιλαμβάνουν Θεραπεία και θεραπεία μέσω των τεχνών: Εικαστική ψυχοθεραπεία, Δραματοθεραπεία και Ομαδική Ψυχαναλυτική Θεραπεία. Η αδειοδότηση αυτή επιτρέπει στο Κέντρο να συνεργάζεται με άλλες κρατικές και κοινοτικές υπηρεσίες που ασχολούνται με τη ψυχική υγεία του πληθυσμού, δημιουργώντας προϋποθέσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του προγράμματος.

3.2.Ιδιοκτησιακό καθεστώς

Το Κέντρο είναι ατομική επιχείρηση που συστάθηκε για να διαχειριστεί και να προσφέρει ιδιωτικές υπηρεσίες ψυχικής υγείας στον πληθυσμό των Αθηνών. Ιδιοκτήτης του είναι η Ελένη Γιαννούλη. Έχει καταστατικό και η επωνυμία είναι κατοχυρωμένη στο αρμόδιο Υπουργείο.

3.3. Θέση της εταιρείας

Το Κέντρο βρίσκεται στα Ιλίσια της Αθήνας. Η τοποθεσία είναι εξαιρετική, επειδή Το Κέντρο είναι εύκολα προσβάσιμο με αυτοκίνητο ή τα μέσα μαζικής μεταφοράς και έχει σχετικά επαρκή χώρο για στάθμευση. Το Κέντρο έχει δική του είσοδο στη νότια πλευρά του κτηρίου, διασφαλίζοντας σχετική απομόνωση και εμπιστευτικότητα. Ανακαινίστηκε πρόσφατα και υπάρχει διαθέσιμος χώρος για μελλοντική του επέκταση (ένας ακόμη όροφος).

Καταλαμβάνει έκταση περίπου 86 τετραγωνικών μέτρων Έχει τρία γραφεία για ειδικούς και ομάδες και υπάρχει χώρος υποδοχής. Στη συνολική επιφάνεια, περιλαμβάνεται μια μικρή κουζίνα, ένα μπάνιο και ένα γραφείο. Τα γραφεία είναι κατάλληλα διαμορφωμένα για πρόσβαση από άτομα με αναπηρία. Επί του παρόντος, γίνονται οι διαπραγματεύσεις για το ύψος του ενοικίου. Μετά την πάροδο τριών ετών θα αναθεωρήσουμε τις επιλογές μας ως προς το ενοίκιο, την ανάγκη για επιπρόσθετο χώρο και πιθανά άλλες διαθέσιμες εγκαταστάσεις στη γεωγραφική περιοχή, πριν την ανανέωση του συμβολαίου.

3.4. Προωθητικές ενέργειες

Τη στιγμή που γράφεται αυτό το κείμενο, το λογότυπο, τα φυλλάδια, οι κάρτες, η ιστοσελίδα και η διαφήμιση του Κέντρου βρίσκονται στο στάδιο του σχεδιασμού. Θα

δοθεί έμφαση στην προώθηση των καινοτομιών και των άυλων πλεονεκτημάτων του Κέντρου.

Η επιχείρηση θα ξεκινήσει με ένα γενικό εταιρικό φυλλάδιο που θα ενημερώνει για το αντικείμενο της λειτουργίας της. Το φυλλάδιο αυτό θα δημιουργηθεί στα πλαίσια των αρχικών δαπανών.

3.5. Παρεχόμενες Υπηρεσίες

Το Κέντρο παρέχει μια ποικιλία από ποιοτικές υπηρεσίες ψυχικής υγείας σε άτομα, ζευγάρια και οικογένειες. Ο πληθυσμός που απευθυνόμαστε αφορά άτομα όλων των ηλικιών. Πιο συγκεκριμένα, οι υπηρεσίες μας περιλαμβάνουν εικαστική ψυχοθεραπεία (ατομική και ομαδική), ομαδική ψυχοθεραπεία, δραματοθεραπεία, ψυχοφαρμακολογία και άλλες υπηρεσίες ψυχικής υγείας. Μια διεπιστημονική ομάδα παρέχει ποιότητα στη θεραπεία των προβλημάτων περιόδου ζωής, των διαταραχών διάθεσης, των αγχωδών διαταραχών, των διαταραχών προσοχής, της υπερκινητικότητας, των διαταραχών συμπεριφοράς, των διαταραχών μετατραυματικού στρες, της διαχείρισης του άγχους, των διαταραχών πρόσληψης τροφής και των διαταραχών προσωπικότητας.

3.6 .Περιγραφή των Υπηρεσιών

Η φιλοσοφία της θεραπείας αναγνωρίζει το σύνολο των επιμέρους θεμάτων που υπάρχουν στη ζωή του κάθε ατόμου. Αυτό περιλαμβάνει τη σύνθεση των πολλαπλών διαστάσεων του ατόμου, από την βιοϊατρική ως την πνευματική, καθώς και τις εξωτερικές σχέσεις του ατόμου με την οικογένειά του και μεγαλύτερες κοινωνικές ομάδες.

Το Κέντρο, κατά περίπτωση, όταν αναλαμβάνει κάποιον ασθενή, συνεργάζεται με το γιατρό πρωτοβάθμιας περίθαλψης ή και το ψυχίατρό του.

1. Ψυχοθεραπεία: Η παρέμβαση αυτή παρέχεται από ανεξάρτητους πιστοποιημένους ειδικούς, κατόχους αδείας ασκήσεως επαγγέλματος: ψυχολόγους, σύμβουλους ψυχικής υγείας, και ανεξάρτητους κοινωνικούς λειτουργούς. Οι εν λόγω υπηρεσίες περιλαμβάνουν ατομικές, οικογενειακές, ή / και ομαδικές συνεδρίες και αφορούν άτομα ανεξαρτήτου ηλικίας. Ο μέσος αριθμός των συνεδριών είναι τέσσερις ανά μήνα. Η θεραπεία είναι προσαρμοσμένη στις ανάγκες του ατόμου και καθοδηγείται από ένα εξατομικευμένο θεραπευτικό πλάνο που βασίζεται σε μια ολοκληρωμένη βιοψυχολογική αξιολόγηση του ατόμου και της οικογένειάς του, εάν αυτό κριθεί σκόπιμο. Οι τιμές είναι συμβατικές και εξατομικεύονται.

ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

Σύμφωνα με την Αμερικάνικη Ψυχολογική Εταιρεία (American Psychological Association), ψυχοθεραπεία είναι η διαδικασία κατά την οποία ένας ειδικευμένος ψυχοθεραπευτής βοηθά τους θεραπευόμενους να βελτιώσουν την προσωπική τους κατάσταση, να ανακουφιστούν από τη λύπη και τη στενοχώρια και να επιλύσουν τις κρίσιμες καταστάσεις που αντιμετωπίζουν. Ο θεραπευτής υποστηρίζει την ψυχολογική ανάπτυξη και εξέλιξη των θεραπευόμενων, βοηθώντας τους να κάνουν καλύτερη χρήση των αποθεμάτων και ικανοτήτων που διαθέτουν ή δείχνοντάς τους το δρόμο για την ανάπτυξη νέων μεθόδων, που θα τους διευκολύνουν να βοηθήσουν μόνοι τους τον εαυτό τους.

Κατά την διαδικασία της ψυχοθεραπείας γίνεται χρήση ψυχολογικών και όχι Φαρμακευτικών / βιολογικών μέσων και τεχνικών. Σημαντικό ρόλο παίζει η σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ θεραπευτή θεραπευόμενων, η οποία χαρακτηρίζεται, μεταξύ άλλων, από εχεμύθεια, αποδοχή, αμοιβαία εμπιστοσύνη και ειλικρίνεια.

Υπάρχουν διάφορα είδη ψυχοθεραπείας (ανάλογα με το πεδίο έμφασης ή/και τις τεχνικές που χρησιμοποιούν), οι πιο γνωστές είναι: η Ψυχοδυναμική, η Προσωποκεντρική, η Γνωστικοσυμπεριφοριστική, η Συστημική και η Σωματική Ψυχοθεραπεία. Φυσικά, υπάρχουν κι οι εναλλακτικοί τρόποι ψυχοθεραπείας, όπως η εικαστική ψυχοθεραπεία, η δραματοθεραπεία, η μουσικοθεραπεία, η χοροθεραπεία, η

χρωματοθεραπεία και η παιγνιοθεραπεία. Κοινοί αποδεκτοί στόχοι από όλα τα είδη ψυχοθεραπείας είναι η αυτοανίχνευση, η αυτογνωσία και η αλλαγή της συμπεριφοράς του θεραπευόμενου.

ΨΥΧΟΔΥΝΑΜΙΚΗ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑ

Οποσδήποτε η ψυχοδυναμική ψυχοθεραπεία και η ψυχοδυναμική θεωρία στην οποία βασίζεται και η οποία ξεκίνησε από τον S.Freud, εξακολουθεί να έχει ιδιαίτερη θέση σε σχέση με τις άλλες ψυχοθεραπείες. Αυτό οφείλεται:

α) στο ότι η ψυχοδυναμική ψυχοθεραπεία αποτέλεσε τη βάση για πολλές άλλες ψυχοθεραπείες

β) στο ότι εξακολουθεί να είναι η πιο κοινά χρησιμοποιούμενη ψυχοθεραπεία

γ) στο ότι η γνώση των ψυχοδυναμικών είναι απαραίτητη προϋπόθεση για κάθε θεραπευτή που έρχεται σε σχέση με ασθενείς, είτε είναι γιατρός είτε είναι ψυχολόγος. Κι αυτό γιατί η ψυχοδυναμική θεωρία έδωσε μία αντίληψη και κατανόηση του ανθρώπου και των σχέσεων που εξακολουθεί να είναι πρωταρχική, αν όχι αξεπέραστη.

Αν και όπως αναφέρθηκε η ψυχοδυναμική θεραπεία είναι στην ουσία ένα φάσμα θεραπειών, εν τούτοις όλες οι θεραπευτικές προσεγγίσεις που την αποτελούν βασίζονται στην υπόθεση ότι το παρόν διαμορφώνεται και κυβερνάται από το παρελθόν. Έτσι οι παιδικές εμπειρίες έχουν πρωταρχική σημασία για την ψυχοδυναμική θεραπεία, όχι όμως βέβαια με τη μορφή ενός συγκεκριμένου ψυχικού τραύματος - όπως λαθεμένα πιστεύεται ακόμη από μερικούς, ότι δηλαδή κάποιο συγκεκριμένο τραύμα της παιδικής ηλικίας αποτελεί την αιτία της συγκεκριμένης ψυχικής διαταραχής. Μάλλον εννοούμε τις απειράριθμες διαντιδράσεις ανάμεσα στο παιδί και τα βασικά πρόσωπα της ζωής του - κυρίως τους γονείς - που μέσα από διαστάσεις όπως εμπιστοσύνη ή δυσπιστία, σταθερότητα ή αστάθεια, ευχαρίστηση ή πόνος, τιμωρία ή ανταμοιβή, διαμορφώνουν τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, την αίσθηση του εαυτού, τα είδη των αμυντικών μηχανισμών, την ένταση του άγχους, τις συγκρούσεις κτλ. Πολλές από αυτές τις ψυχολογικές διεργασίες γίνονται ή ωθούνται στο ασυνείδητο, πρόκειται δηλαδή για ασυνείδητες φαντασίες,

συναίσθημα, προσδοκίες, μνήμες, τάσεις κτλ. Φυσικά, σύμφωνα με την ψυχοδυναμική θεωρία, οι ψυχολογικές αυτές διαστάσεις γίνονται ασυνείδητες γιατί θεωρούνται την εποχή της εμφάνισής τους ότι *δε μπορούν να γίνουν αποδεκτές*, π.χ. ο μητροκτόνος θυμός ενός αγοριού προς την εξουσιαστική και σαδιστική μητέρα του *απωθείται* στο ασυνείδητο, γιατί βρίσκεται σε σύγκρουση με την ανάγκη για φροντίδα και προστασία από τη μητέρα του. Η έννοια της *σύγκρουσης* λοιπόν είναι βασική για τη ψυχοδυναμική ψυχοθεραπεία και αφορά πάντα αντιθετικές και ασυμφιλίωτες δυνάμεις, όπως στο παραπάνω παράδειγμα. Τόσο η σύγκρουση όσο και οι προσπάθειες ελέγχου της π.χ. απώθηση, καταναλίσκουν ή δεσμεύουν ένα σημαντικό ποσό ενέργειας από το άτομο, οπότε το άτομο δε μπορεί να ικανοποιηθεί στην εργασία του ή στη διασκέδασή του. Νιώθει άγχος ή κατάθλιψη ή αναπτύσσει συγκεκριμένα συμπτώματα όπως φοβίες, καταναγκασμούς κτλ. Η ψυχαναλυτική θεωρία υποστηρίζει ότι η σύγκρουση οδηγεί στην ανάπτυξη *συμπτωμάτων* σε τρία στάδια: πρώτα δημιουργείται η σύγκρουση που δεν έχει λύση, δεύτερο γίνεται προσπάθεια ν' απωθηθεί η σύγκρουση, τρίτο η απωθημένη σύγκρουση επιστρέφει στο συνειδητό με μεταμορφωμένη μορφή, ως σύμπτωμα π.χ. άγχος, φοβία, ψυχαναγκασμός ή καταναγκασμός, κατάθλιψη κτλ. ή ως παθολογικά στοιχεία προσωπικότητας, π.χ. παθητικά - επιθετικά στοιχεία. Η μορφή του συμπτώματος χαρακτηρίζεται από τους αμυντικούς μηχανισμούς που χρησιμοποιήθηκαν για τον έλεγχο της σύγκρουσης.

Το άτομο, φυσικά, μπορεί να λύσει μέσα από ευεργετικές εμπειρίες της ζωής του τις συγκρούσεις καθώς μεγαλώνει. Μπορεί όμως και να μείνει καθηλωμένο σ' αυτές και να χρειασθεί ψυχοδυναμική ψυχοθεραπευτική παρέμβαση, που θα έχει σαν σκοπό να το βοηθήσει να λύσει τις ασυνείδητες αυτές συγκρούσεις που κυβερνούν δυσπροσαρμοστικά τη ζωή του.

Τύποι ψυχοδυναμικής ψυχοθεραπείας

Ατομική ψυχοθεραπεία

- Ψυχανάλυση
- Ψυχοδυναμική ψυχοθεραπεία

Αποκαλυπτική / εναισθητική / διερευνητική / εκφραστική ψυχοθεραπεία

Ψυχοθεραπεία σχέσης

Υποστηρικτική ψυχοθεραπεία

- Βραχεία δυναμική ψυχοθεραπεία
- Ομαδική ψυχοθεραπεία
- Οικογενειακή (ψυχο)θεραπεία
- Συζυγική (ψυχο)θεραπεία

A. ΕΙΚΑΣΤΙΚΗ ΘΕΡΑΠΕΙΑ (ART THERAPY)

Η Εικαστική Θεραπεία ή Θεραπεία μέσω Τέχνης είναι μία μορφή ψυχοθεραπείας που βασίζεται στη χρήση υλικών και χρωμάτων (δημιουργική διαδικασία) καθώς και τη θεραπευτική σχέση (σχέση θεραπευτή και θεραπευόμενου), μέσω των οποίων ενθαρρύνεται η δημιουργικότητα και η συναισθηματική έκφραση του ατόμου και επιδιώκεται η επιθυμητή θεραπευτική αλλαγή.

Η Εικαστική Θεραπεία είναι χρήσιμη σε άτομα που δυσκολεύονται να βρουν τις κατάλληλες λέξεις για να εκφράσουν αυτό που νιώθουν ή σκέφτονται. Αυτό δε σημαίνει ότι χρειάζεται κάποιος να έχει ταλέντο στην τέχνη, μιας και ο εικαστικός θεραπευτής δεν είναι εκεί για να κρίνει πόσο καλό ή όχι είναι αυτό που έφτιαξε το άτομο, αλλά για να προσφέρει ένα ασφαλές και αξιόπιστο θεραπευτικό περιβάλλον.

Ο κύριος στόχος της θεραπείας είναι να ενθαρρύνει το άτομο να εξωτερικεύσει και να επεξεργαστεί τα διάφορα θέματα που το απασχολούν μέσω της συμβολικής έκφρασης και να τους δώσει νόημα. Τόσο η δημιουργική διαδικασία όσο και το τελικό αποτέλεσμα γίνονται έτσι το μέσο πληροφόρησης και επικοινωνίας μεταξύ θεραπευτή και θεραπευόμενου.

Η φύση των δραστηριοτήτων (ζωγραφική, κολλάζ, κατασκευές, αφήγηση παραμυθιών, παιχνίδι) και η χρήση υλικών όπως χρώματα, πηλός, κούκλες φαίνεται να καθιστούν την εικαστική θεραπεία περισσότερο προσφιλή στα παιδιά. Το παιδί, μπροστά στη θέα γνώριμων υλικών αρχίζει να αλληλεπιδρά μαζί τους και να

εξερευνά νέες δυνατότητες, κάνοντας έτσι την παρουσία του θεραπευτή λιγότερη απειλητική. Με την πρόοδο της θεραπείας, το παιδί καταφέρνει να εκφράσει τους φόβους, τις επιθυμίες και τα όνειρά του χωρίς λογοκρισία, ενώ χαίρεται με τις δημιουργίες του και νιώθει ευχαρίστηση και ικανοποίηση.

Το γεγονός ότι η χρήση του λόγου δεν είναι απαραίτητη για την εξέλιξη της θεραπευτικής διαδικασίας καθιστά την εικαστική θεραπεία ικανή να ανταποκρίνεται στο αναπτυξιακό στάδιο και τις αναπτυξιακές ανάγκες κάθε παιδιού. Αυτό σημαίνει ότι παιδιά στο φάσμα του αυτισμού, με διάχυτες αναπτυξιακές διαταραχές ή νοητική υστέρηση, καθώς και παιδιά με δυσκολίες λόγου, έλλειψη προσοχής ή υπερκινητικότητα μπορούν να ωφεληθούν από τη συγκεκριμένη θεραπευτική προσέγγιση. Σύμφωνα με έρευνες, παιδιά με αυτισμό για παράδειγμα, παρουσιάζουν σημαντική βελτίωση σε τομείς που αφορούν την επικοινωνία (μέσω της ενθάρρυνσης της φαντασίας, της συμβολικής σκέψης και έκφρασης), την κοινωνικοποίηση (δημιουργία σχέσης με ένα άλλο άτομο θεραπευτή ή περισσότερα ομάδα) και την αισθητηριακή προσαρμογή του παιδιού σε νέα ερεθίσματα (χρήση διάφορων υλικών μέσω της αφής και της συμμετοχής των χεριών και του σώματος).

Ιδιαίτερα αποτελεσματική φαίνεται να είναι και με παιδιά που έχουν υποστεί μια τραυματική εμπειρία (σοκ), μιας και τα τραυματικά συμπτώματα φαίνεται να αποθηκεύονται στον εγκέφαλο με τη μορφή εικόνων (εφιάλτες, flashbacks). Η καλλιτεχνική έκφραση είναι επίσης ένας ασφαλής και θεραπευτικός τρόπος μέσω του οποίου τα παιδιά μπορούν να εκτονώσουν αρνητικά συναισθήματα, όπως θυμό, επιθετικότητα, μίσος, ή να επεξεργαστούν το πένθος τους αν έχουν βιώσει κάποια απώλεια (θάνατο αγαπημένου προσώπου).

Παρόλα αυτά, θα πρέπει να τονιστεί ότι η εικαστική θεραπεία μπορεί να βοηθήσει εξίσου και νέους εφήβους, μιας και αυτή η ηλικία χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα από εσωτερικές συγκρούσεις και αναζητήσεις, η δημιουργική έκφραση των οποίων λειτουργεί προληπτικά.

B. ΔΡΑΜΑΤΟΘΕΡΑΠΕΙΑ (DRAMA THERAPY)

Η λέξη Δραματοθεραπεία αποτελείται από τις λέξεις “δράμα” (δράω, δρω, δράση) και “θεραπεία” με την έννοια της αποκατάστασης της ψυχικής υγείας. Οι ρίζες της

ξεκινούν από την αρχαία Ελλάδα όπου το θέατρο χρησιμοποιούνταν ως θεραπευτικό μέσο. Η δραματοθεραπεία με την σημερινή της μορφή, εμφανίζεται και διαμορφώνεται τον 20ο αιώνα, παράλληλα με τις άλλες μορφές ψυχοθεραπειών μέσω τέχνης (μουσικοθεραπεία, χοροθεραπεία, εικαστική θεραπεία) στις οποίες και ανήκει.

Η Δραματοθεραπεία είναι μία επιστημονική μέθοδος εργασίας κατά την οποία γίνεται σκόπιμη χρήση των θεραπευτικών στοιχείων του θεάτρου δράματος στα πλαίσια της ψυχοθεραπευτικής διαδικασίας.

Τα **μέσα** που χρησιμοποιεί η δραματοθεραπεία είναι το σώμα, τα συναισθήματα, οι αισθήσεις, τα παραμύθια, οι κούκλες, τα παιχνίδια, η μουσική, η ζωγραφική, το συμβολικό υλικό, το παίξιμο ρόλων, κ.ά. Προάγει την ανάπτυξη της επικοινωνίας και των σχέσεων με τους άλλους, την ενσυναίσθηση (ικανότητα να μπαίνω στην θέση του άλλου), την αναγνώριση και επεξεργασία των συναισθημάτων, την αυτοπεποίθηση, τη φαντασία και δημιουργικότητα, την αυτεπίγνωση και την ανάπτυξη.

Η Δραματοθεραπεία απευθύνεται σε όλες τις ηλικιακές ομάδες που θέλουν να έλθουν σε επαφή με τα συναισθήματά τους, αναζητούν την αυτογνωσία και θέλουν να εκφράσουν την δημιουργικότητά τους.

Είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική σε παιδιά και εφήβους με:

- Μαθησιακές δυσκολίες,
- Αγχώδεις διαταραχές
- Κοινωνικές δυσκολίες
- Αναπτυξιακές διαταραχές (αυτισμός, σύνδρομο Asperger, νοητική στέρωση)
- Συναισθηματικές δυσκολίες και προβλήματα συμπεριφοράς,
- Διατροφικές διαταραχές,
- Κοινωνικές δυσκολίες,
- Χρόνιες νόσους.

ΟΜΑΔΙΚΗ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΙΑ (Group therapy)

Είναι η μορφή της ψυχοθεραπείας, κατά την οποία προσεκτικά επιλεγμένοι ασθενείς τοποθετούνται σε μια ομάδα, που καθοδηγείται από ένα εκπαιδευμένο

ψυχοθεραπευτή, με σκοπό να βοηθήσει ο ένας ασθενής τον άλλο ώστε να επέλθει αλλαγή στη συμπεριφορά ή / και στην προσωπικότητά τους .

Το μέγεθος της ομάδας κυμαίνεται από τρία ως δεκαπέντε μέλη, με άριστο τα έξι ως δέκα μέλη. Οι περισσότεροι θεραπευτές συγκεντρώνουν την ομάδα μια φορά τη βδομάδα για μια διάρκεια μιας ως δύο ωρών και κατά μέσο όρο μιάμισης ώρας. Η σύνθεση της ομάδας, ιδιαίτερα των "νευρωτικών" και ατόμων με διαταραχές της προσωπικότητας, θα πρέπει να είναι ισορροπημένη στην ηλικία, στο φύλο και στο είδος των ψυχικών συγκρούσεων των μελών της, ώστε να υπάρχει και ποικιλία και έλλειψη ακραίων καταστάσεων και διαφορών .

Οι διεργασίες που αναπτύσσονται ειδικά στην ομάδα είναι :

- 1) Ο *έλεγχος της πραγματικότητας*, που βελτιώνεται σημαντικά με τη βοήθεια όλων των μελών .
- 2) Η *μεταβίβαση*, που ιδιαίτερα στην ομαδική ψυχοθεραπεία είναι πολλαπλή προς τα διάφορα μέλη και τον θεραπευτή ή και συλλογική προς την ομάδα, σαν να είναι η ίδια μια μεταβιβαστική μορφή .
- 3) Η *τάυτιση*, που συμβαίνει σε πολύ έντονο βαθμό .
- 4) Η *καθολικότητα*, που βοηθά τον ασθενή να δει ότι τα προβλήματά του είναι προβλήματα και άλλων ατόμων .
- 5) Η *πίεση της ομάδας*, για αλλαγή της δυσπροσαρμοστικής συμπεριφοράς των μελών της .
- 6) Η *συνοχή*, που είναι το αίσθημα ότι όλοι ανήκουν στην ίδια ομάδα, δέχονται ο ένας τον άλλο και εργάζονται υπεύθυνα για τον ίδιο σκοπό .
- 7) Η *διαπροσωπική μάθηση*, που βασίζεται στις διορθωτικές συναισθηματικές εμπειρίες των μελών .
- 8) Οι *ερμηνείες*, που δίνονται από τον θεραπευτή και ακόμη σημαντικότερο από τους ίδιους (που έτσι γίνονται και πιο εύκολα δεκτές και είναι πιο αποτελεσματικές).

9) Η εκτόνωση συναισθημάτων και η κάθαρση.

2. Παροχή υπηρεσιών με συμβάσεις: Υπηρεσίες που παρέχονται στους καταναλωτές της κατηγορίας αυτής είναι γενικά εκτός του Κέντρου των εγκαταστάσεων του Κέντρου, σε άλλες εγκαταστάσεις. Οι υπηρεσίες παρέχονται με συνεργαζόμενο προσωπικό και χρεώνονται μέσω του Κέντρου σε ειδικές συμβάσεις. Οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν: συμβουλευτική, ψυχοθεραπεία, ψυχοφαρμακολογία.

3.7 Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Competitive comparison)

Το Κέντρο παρέχει ποιότητα και προσιτές υπηρεσίες. Το κλειδί για τη διαφοροποίηση είναι η προώθηση και η απόδειξη της αποστολής του Κέντρου για τους πελάτες μας με κατάλληλο και κατανοητό τρόπο. Είναι σαφές ότι δεν θα είμαστε σε θέση να ανταγωνιστούμε αν κάνουμε 'το σύνηθες'. Η προσέγγισή μας θα πρέπει να είναι πελατοκεντρική. Οι πελάτες μας θα είναι σε θέση να διακρίνουν τα άυλα καθώς και τα υλικά οφέλη από την συνεργασία μαζί μας. Η δική μας επικέντρωση σε όλους τους πελάτες μας θα μας φέρει μπροστά από τους ανταγωνιστές μας.

Σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές του, το Κέντρο ξεχωρίζει από πολλές απόψεις:

Καινοτομία

Η Ψυχοθεραπεία μέσω των εκφραστικών τεχνών αποτελεί καινοτόμο και πρωτοποριακό τρόπο ψυχοθεραπείας.

Περιβάλλον

Το Κέντρο διοικείται με φιλικό τρόπο. Παρέχουμε έγκαιρη και ακριβή πληροφόρηση στους πελάτες μας και έχουμε καλή επικοινωνία μαζί τους. Το Κέντρο έχει μια κοινή φιλοσοφία για την ψυχοθεραπεία.

Οι υπηρεσίες μας είναι προσιτές και οικονομικά αποδοτικές.

Εμπορευσιμότητα

Κατά την εμπορία των υπηρεσιών μας με άτομα, επιχειρήσεις και οργανισμούς που παρέχουν ψυχική υγεία, λαμβάνουμε υπόψη τις ανάγκες τους.

Για παράδειγμα: ομαδική έναντι ατομικής ψυχοθεραπείας, οικογενειακή έναντι ατομικής θεραπείας, πρόσβαση όλες τις ώρες, πρόσβαση τα Σαββατοκύριακα, χρήση και παρακολούθηση των αποτελεσμάτων των μέτρων που λαμβάνουμε και της ικανοποίησης του πελάτη.

Αρχική επαφή και συνεχής επικοινωνία με τους πελάτες

Το Κέντρο παρέχει δωρεάν τηλεφωνική ή πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με θεραπευτές πριν από την έναρξη της θεραπείας, ως μέσο για την έναρξη της θεραπευτικής σχέσης. Η αρχική συνάντηση αξιολόγησης είναι δωρεάν.

Η τοποθεσία και ευκολία πρόσβασης στο Κέντρο

Το Κέντρο είναι εύκολα προσβάσιμο και με αυτοκίνητο και με τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Έχει ιδιωτική είσοδο η οποία προσδίδει εμπιστευτικότητα.

Είναι προσπελάσιμο σε άτομα με ειδικές ανάγκες και υπάρχει δυνατότητα για πάρκινγκ.

Προώθηση

Η φιλοσοφία ότι ο πελάτης αποτελεί προτεραιότητά μας θα βοηθήσει να προσελκύσουμε νέους πελάτες και να διατηρήσουμε τους ήδη υπάρχοντες.

Αυτο-Αξιολόγηση

Ένας κύριος στόχος του Κέντρου είναι η συνεχής αυτο-αξιολόγηση του τρόπου λειτουργίας μας, προκειμένου να αξιολογήσουμε το πόσο φιλικός είναι για τους πελάτες μας, τις πηγές παραπομπής, το προσωπικό, τους συνεργάτες, καθώς και άλλους.

Ολοκληρωμένο σύστημα παροχής υπηρεσιών

Το Κέντρο έχει γνώση, κατανόηση, και βούληση να συνεργαστεί στενά με άλλους φορείς παροχής ψυχικής υγείας. Είμαστε συνδεδεμένοι με ένα ολοκληρωμένο σύστημα υγείας που περιλαμβάνει ενδονοσοκομειακές, τμηματικές και εξωνοσοκομειακές υπηρεσίες.

3.8 Επίτευξη των στόχων (Fulfillment)

Το κλειδί της επιτυχίας είναι η φιλοσοφία και οι αρχές της επιχείρησης. Οι βασικές αξίες είναι η εστίαση στον πελάτη, η ποιότητα της θεραπείας, και η επαγγελματική εμπειρία, όπως αποδεικνύονται από την απόδοση του προσωπικού και των συνεργατών μας, την ενσυναίσθηση, την εμπιστοσύνη, και την σκληρή δουλειά.

3.9 Μελλοντικές Υπηρεσίες (Future services)

Εάν το Κέντρο θέλει να διατηρήσει το ρυθμό ανάπτυξης και τις δυνατότητες εξέλιξής του, θα πρέπει συνεχώς να ενισχύει τις σχέσεις με τους πελάτες του, να αναγνωρίζει και καλύπτει τις διαρκείς κι εναλλασσόμενες ανάγκες τους. Εμείς θα παρακολουθούμε στενά την εξέλιξη του κλάδου που ενδέχεται να επηρεάσει το σύστημα παροχής υπηρεσιών μας. Οι ενέργειές μας θα επικεντρώνονται στη δημιουργική επίλυση προβλημάτων, στον τρόπο παροχής των υπηρεσιών μας και στο πώς θα ανταμείψουμε τους συνεργάτες και το προσωπικό μας για τη σκληρή δουλειά τους, ώστε να παραμείνουν ευχαριστημένοι και αποδοτικοί.

Είναι στις προθέσεις μας να διανθίσουμε τους τρόπους ψυχοθεραπείας με χοροθεραπεία και μουσικοθεραπεία. Θα λειτουργήσουν μετά τους πρώτους αρχικούς μήνες εργαστήρια εικαστικής έκφρασης και θα διενεργηθούν ημερίδες με θέματα γενικής ψυχικής υγείας που θα απευθύνονται σε όλους τους πολίτες.

Επίσης, σε βάθος χρόνου, θα αναπτύξουμε το εκπαιδευτικό κομμάτι της επιχείρησής μας με σεμινάρια που άπτονται των μέσων που χρησιμοποιούμε για ψυχοθεραπεία. Αυτά θα απευθύνονται και σε επαγγελματικές ομάδες, όπως εταιρείες ιδιωτικές ή και δημόσιες.

ΜΟΥΣΙΚΟΘΕΡΑΠΕΙΑ (Music therapy)

Η μουσικοθεραπεία είναι μία μορφή ψυχοθεραπείας στην οποία η μουσική χρησιμοποιείται ως μέσον για να επιτευχθούν θεραπευτικά αποτελέσματα και δεν επιδιώκει την ψυχαγωγία ή την μουσική εκπαίδευση.

Με την χρήση της μουσικής ως μέσου επικοινωνίας, δημιουργικότητας και έκφρασης, δημιουργείται μία σχέση μεταξύ θεραπευόμενου και θεραπευτή, η οποία διευκολύνει αλλαγές στην κατάσταση του θεραπευόμενου. Η μουσικοθεραπεία έχει τις ρίζες της στον αρχαίο Ελληνικό πολιτισμό. Τόσο οι Πυθαγόριοι όσο και ο Αριστοτέλης, αναγνώριζαν τις θετικές επιδράσεις που ασκεί η μουσική στο ψυχικό κόσμο, ο Όμηρος μας πληροφορεί επίσης για τη χρήση της μουσικής στην ίαση τραυμάτων.

Στον 20ο αιώνα αναγνωρίστηκε και επιστημονικά ότι η μουσικοθεραπεία αντιμετωπίζει μία ευρεία ποικιλία ψυχικών και νοητικών παθήσεων. Σήμερα αποτελεί ξεχωριστό κλάδο της παιδαγωγικής και ψυχοθεραπείας και στις προηγμένες χώρες προβλέπεται ειδική ακαδημαϊκή κατάρτιση.

Στόχοι και εφαρμογές της μουσικοθεραπείας είναι η αντιμετώπιση του πόνου, η αντιμετώπιση του ψυχοσωματικού στρες, η χρήση της στον τοκετό και στις μονάδες πρόωρων νεογνών, η ανακουφιστική θεραπεία των καρκινοπαθών, οι εφαρμογές σε μονάδες εντατικής θεραπείας καρδιοπαθών, στη νόσο Αλτσχάϊμερ και βέβαια στην ψυχιατρική. Σε Ευρώπη και Η.Π.Α. χρησιμοποιείται εδώ και μισό αιώνα σε νοσοκομεία, ψυχιατρικές κλινικές, κέντρα ημέρας με άτομα με αναπτυξιακές διαταραχές, ξενώνες, σε σχολεία με άτομα με ειδικές ανάγκες και σε άλλα οργανωμένα δημόσια και ιδιωτικά πλαίσια.

Αρχικά η μουσικοθεραπεία ξεκίνησε την εφαρμογή της απευθυνόμενη σε άτομα με μειωμένη έως αδύνατη ικανότητα λεκτικής επικοινωνίας, προσφέροντας έναν εναλλακτικό τρόπο έκφρασης και επικοινωνίας, βασιζόμενη στην έμφυτη ανθρώπινη ικανότητα ανταπόκρισης στην μουσική. Εδώ και αρκετά χρόνια έχουν διευρυνθεί οι εφαρμογές της και σε άτομα με μαθησιακές δυσκολίες, νοητική στέρηση, κινητικές δυσκολίες, διαταραχές του φάσματος του αυτισμού, ψυχιατρικές ασθένειες, ψυχολογικά προβλήματα, περιόδους αλλαγών και έντασης, συναισθηματικές διαταραχές και νευρολογικές παθήσεις.

Η μουσικοθεραπεία ενισχύει την αυτοεκτίμηση, τις επικοινωνιακές και κοινωνικές δεξιότητες, την αναγνώριση και έκφραση των συναισθημάτων, τη δημιουργικότητα, την αλληλεπίδραση με τους άλλους, την αύξηση της προσοχής και συγκέντρωσης, συμβάλλοντας έτσι στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του ατόμου. Μπορεί, επίσης, να λειτουργήσει προστατευτικά για την διατήρηση της ψυχικής τους υγείας.

ΧΟΡΟΘΕΡΑΠΕΙΑ (Dance therapy)

Η χοροθεραπεία ανήκει στην κατηγορία των θεραπειών μέσω τεχνών μαζί με την μουσικοθεραπεία, τη δραματοθεραπεία και την εικαστική θεραπεία και είναι μία ψυχοθεραπευτική μέθοδος που χρησιμοποιεί την κίνηση και το χορό, όπου το άτομο μπορεί να εμπλακεί δημιουργικά σε μια διαδικασία προσωπικής ολοκλήρωσης και ανάπτυξης και επιτυγχάνει αλλαγές στο σωματικό, ψυχικό, συναισθηματικό και νοητικό τομέα καθώς και στην κοινωνική και επικοινωνιακή συμπεριφορά του ατόμου.

Η χοροθεραπεία όπως ορίζεται από την American Dance Therapy Association είναι «η ψυχοθεραπευτική τεχνική η οποία χρησιμοποιεί την κίνηση σε μια διαδικασία προώθησης της συναισθηματικής, νοητικής και φυσικής ολοκλήρωσης του ατόμου». Βασίζεται στην αρχή ότι το σώμα καθρεφτίζει την ιστορία, την προσωπικότητα και τη συναισθηματική κατάσταση του ατόμου. Αναπτύχθηκε στα μέσα του 20ου αιώνα στις Η.Π.Α., για να καλύψει τις ανάγκες του αυξανόμενου αριθμού ατόμων με ψυχικές διαταραχές, μετά τον 2ο παγκόσμιο πόλεμο. Η εξέλιξή της ως ιδιαίτερου επιστημονικού κλάδου συμβαδίζει με την εξέλιξη των ψυχαναλυτικών θεωριών και των ψυχοθεραπευτικών προσεγγίσεων.

Η θεωρητική βάση της χοροθεραπείας αντλείται από το χορό, τη ψυχολογία και τη νευροψυχολογία. Η συνεχόμενη ανάπτυξή της έχει οδηγήσει στη διαμόρφωση ποικίλων μεθόδων και τεχνικών οι οποίες αντανακλούν τις διαφορετικές προσεγγίσεις των χοροθεραπευτών, ανταποκρινόμενες και στις ανάγκες των διαφόρων πληθυσμών οι οποίοι μπορούν να ωφεληθούν από αυτή (π.χ. άτομα με νοητική υστέρηση, αυτισμό, νεύρωση, ψύχωση, εξάρτηση κ.λ.π. Η χοροθεραπεία εφαρμόζεται είτε σε ατομικό είτε σε ομαδικό επίπεδο.

Σε ποιους απευθύνεται η χοροθεραπεία:

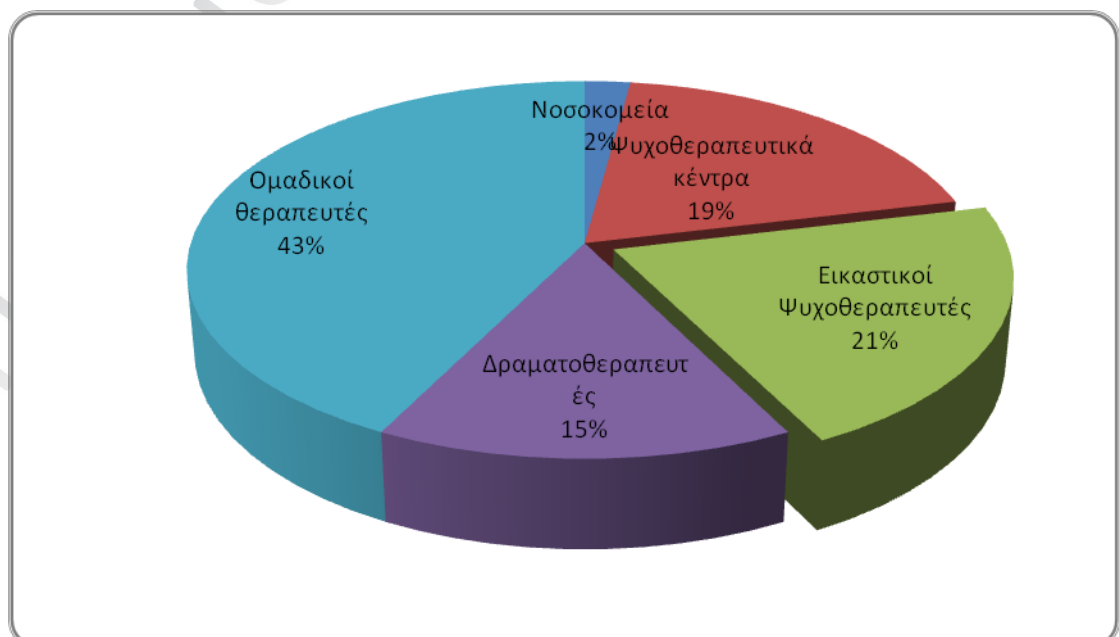
- Άτομα που εμφανίζουν διαταραχές του φάσματος του Αυτισμού
- Άτομα με διαταραχές λόγου και επικοινωνίας , φωνολογικές και αρθρωτικές διαταραχές καθώς και τραυλισμό.
- Άτομα με συναισθηματικές δυσκολίες.
- Παιδιά και εφήβους με προβλήματα συμπεριφοράς, με μειωμένη ικανότητα συγκέντρωσης και προσοχής, και με δυσκολίες στην κοινωνικοποίησή τους.
- Πρόληψη και θεραπεία της εξάρτησης από ουσίες.
- Παιδιά με ειδικές ανάγκες που μέσα από την κίνηση, όσο περιορισμένη και αν είναι αυτή, μπορούν να αυξήσουν τις ικανότητές τους σταδιακά σ'ένα ασφαλές περιβάλλον και να ενεργοποιήσουν τις εγκεφαλικές και τις σωματικές τους λειτουργίες.
- Παιδιά και έφηβους με μετατραυματική διαταραχή (τραυματικές εμπειρίες)

4. Η ΑΓΟΡΑ

4.1. Περίληψη ανάλυσης αγοράς (Market analysis summary)

Πιθανό πελατολόγιο	Growth	2009	2010	2011	2012
Νοσοκομεία	10%	1	1	1	1
Ψυχοθεραπευτικά κέντρα	40%	9	13	18	25
Εικαστικοί Ψυχοθεραπευτές	15%	10	12	14	16
Δραματοθεραπευτές	10%	7	8	9	10
Ομαδικοί θεραπευτές	20%	20	24	29	35

Πίνακας 2 - Η ΑΓΟΡΑ ΣΗΜΕΡΑ



Το Κέντρο έχει εντοπίσει αρκετούς ανταγωνιστές που έχουν ισχυρή πρόσβαση στην περιοχή των Αθηνών. Οι πιο σημαντικοί είναι:

Το Κέντρο Τέχνης και Ψυχοθεραπείας στο Ν. Ψυχικό, το Εργαστήρι «Αργώ» και το THACE (The Hellenic Association of Continuing Education).

Οι καταναλωτές που συμμετέχουν σε αυτά τα προγράμματα προέρχονται, κατά κύριο λόγο από την Αττική. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχει άφθονη προσφορά ψυχικής υγείας από παρόχους υπηρεσιών υγείας / ιδρύματα στην Αθήνα. Αυτοί περιλαμβάνουν: ψυχιατρικά νοσοκομεία, ξενώνες, εξωνοσοκομειακές μονάδες, ιδιωτικούς φορείς και επαγγελματίες ιδιώτες. Η εξυπηρέτηση των πελατών γίνεται ως εκ τούτου ακόμη πιο κρίσιμος παράγοντας. Για να αποκτήσουμε και να διατηρήσουμε μια σταθερή κι αναπτυσσόμενη θέση στην αγορά ψυχικής υγείας θα απαιτηθεί βέλτιστη απόδοση, ευκολία στην πρόσβαση και ποιότητα στην εξυπηρέτηση των πελατών μας.

Το Κέντρο έχει τέσσερις κύριους πελάτες, ο καθένας με τις δικές του ιδιαίτερες ανάγκες:

<u>1. Πηγή Παραπομπής</u>	<u>Ανάγκες των πελατών</u>
Οι γιατροί / ψυχίατροι	Επαγγελματισμός
Νοσοκομεία	Συμβουλευτική
Σχολεία	Αλληλογραφία
Οργανισμοί	Προσβασιμότητα
Προσωπικές γνωριμίες	
<u>2. Ατομα και οικογένειες</u>	
Άτομα	Προσβασιμότητα
Ζευγάρια	Σεβασμός
Οικογένειες	Ενσυναίσθηση
Ομάδες	Ενσυναίσθηση

<u>3. Εταιρείες διαχείρισης φροντίδας</u>	
Πληρώνουν οι ίδιοι	Αποτελεσματική ως προς το κόστος
Εταιρείες	Εύκολη πρόσβαση για τους πελάτες
Πρόγραμμα αποζημίωσης	Υπευθυνότητα και συνεργασία
<u>4. Οι πωλητές</u>	
Χρέωση / εισπραξιμη	Συνεταιριστική σχέση εργασίας
Δικηγόροι	Έγκαιρη πληρωμή από ιδιοκτήτη
Ανθρώπινο Δυναμικό	Σεβασμός

Πίνακας 3 – Πιθανοί πελάτες του Κέντρου

4.2.Ο καταμερισμός της αγοράς (Market segmentation)

Ο καταμερισμός της αγοράς μπορεί να κατανοηθεί καλύτερα μέσα από την ανάλυση των κλινικών υπηρεσιών που προσφέρονται από το Κέντρο. Σήμερα, οι τρεις υπηρεσίες που προσφέρονται είναι: ομαδική ψυχοθεραπεία, η εικαστική θεραπεία και η δραματοθεραπεία. Όταν το Κέντρο αρχίσει τη τελική λειτουργία του, δύο ακόμα υπηρεσίες θα τεθούν σε εφαρμογή: η μουσικοθεραπεία και ο χοροθεραπεία.

Όλες οι υπηρεσίες προσφέρονται σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Οι θεραπείες μπορεί να είναι ατομικές, ζεύγους, οικογενειακές και ομαδικές. Ορισμένοι πελάτες θα χρησιμοποιούν μόνο μία υπηρεσία κάθε φορά, ενώ άλλοι θα χρησιμοποιούν ταυτόχρονα ένα συνδυασμό διαφόρων υπηρεσιών .

4.3.Οι ανάγκες της αγοράς (Market needs)

Προηγουμένως, εντοπίσαμε τις σημαντικές πτυχές των υπηρεσιών που προσφέρονται από το Κέντρο. Από αυτές τις υπηρεσίες, οι υπηρεσίες για τα παιδιά και τους εφήβους είναι αυτές που έχουν τη μεγαλύτερη ζήτηση από όλες τις πηγές παραπομπής. Αυτό δίνει δύναμη στα τέσσερα τμήματα του Κέντρου μας που καλύπτουν τις ανάγκες

αυτές. Επιπλέον, υπάρχει σημαντική αύξηση του πληθυσμού στην Αθήνα, και η αύξηση αυτή προβλέπεται να συνεχιστεί κατά την επόμενη δεκαετία.

4.4.Οι τάσεις της αγοράς (Market trends)

Οι τάσεις που ξεκίνησαν με την αναμόρφωση στην υγειονομική περίθαλψη και την εισαγωγή της διαχείρισης στην υγειονομική περίθαλψη θα συνεχίσουν κατά τη διάρκεια της επόμενης δεκαετίας. Θα εξακολουθήσουν να αλλάζουν τα πράγματα σ' αυτό το χώρο, αλλά η αλλαγή θα είναι λιγότερο σημαντική από ό, τι προηγουμένως.

4.5.Ο ρυθμός ανάπτυξης του Κέντρου (Market growth)

Πιστεύουμε ότι ο ρυθμός ανάπτυξης του Κέντρου θα είναι σημαντικός κατά τα επόμενα τρία χρόνια . Δεν υπάρχει λόγος που να υποδεικνύει ότι η κατάσταση δε θα είναι έτσι. Αυτή τη στιγμή έχουμε ένα με δύο νέα τηλεφωνήματα την εβδομάδα. Στη γεωγραφική περιοχή που δραστηριοποιούμαστε, χρειάζεται κανείς μία με δύο εβδομάδες για να κλείσει ραντεβού με ψυχίατρο. Για ψυχοθεραπεία, η διαδικασία διαρκεί περίπου επτά με δέκα μέρες για μια συνάντηση.

Με τη χρήση του πρόσθετου προσωπικού και δημιουργικό προγραμματισμό, ορισμένες από αυτές τις προκλήσεις μπορούν ν' αντιμετωπισθούν θετικά. Η κα Μαρία Κοτρώτσου, ψυχίατρος, πρόκειται να γίνει συνεργάτης του Κέντρου. Έχει δεσμευτεί για παροχή υπηρεσιών 10 ώρες την εβδομάδα, με αποτέλεσμα την αύξηση των υπηρεσιών κατά 40 μονάδες ανά εβδομάδα. Το χρονοδιάγραμμα είναι γεμάτο για τις τρεις επόμενες εβδομάδες. Οι εργασίες θα ξεκινήσουν την 1η Σεπτεμβρίου 2009. Επίσης, είμαστε στη διαδικασία διαπραγμάτευσης με εξειδικευμένη νοσηλεύτρια που θα εργάζεται για μας 10 ώρες την εβδομάδα. Κατέχει την παιδοψυχιατρική νοσηλευτική ειδικότητα και ασχολείται με παιδιά και εφήβους. Η ημερομηνία έναρξης της συνεργασίας μας εκτιμάται ότι θα είναι στις αρχές Σεπτεμβρίου 2009.

5. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΣΤΟΝ ΟΠΟΙΟΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΜΑΣΤΕ

5.1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Ο κλάδος ψυχικής υγείας αποτελείται από ενδονοσοκομειακά προγράμματα, ξενώνες, εξωνοσοκομειακές μονάδες, και ιδιωτικά ιατρεία. Για τους σκοπούς του παρόντος επιχειρηματικού σχεδίου, θα επικεντρωθούμε τόσο σε δημόσια όσο και ιδιωτικά κέντρα. Εντός της γεωγραφικής ζώνης που ορίζεται ότι αφορά αυτό το επιχειρηματικό σχέδιο (ευρύτερη περιοχή της Αθήνας), δραστηριοποιούνται οι εξής: Το Κέντρο Ημέρας του Αιγινήτειου Νοσοκομείου, Το Κέντρο Ημέρας του ΕΠΨΥ, Το Κέντρο Ημέρας του Βύρωνα, Το Κέντρο Τέχνης και Ψυχοθεραπείας, Το Εργαστήρι «Αργώ», Το Κέντρο «Ερμα», Το Κέντρο «Natural Health Science», ο Επιστημονικός Σύνδεσμος Προσαρμοσμένων Δραστηριοτήτων «Victor Artant»– ΝΙΚΗ, Το Κέντρο Προσωπικής Ανάπτυξης, το Drama Therapy Center «ΑΙΩΝ», το «Joie de vivre»-Πολυχώρος Θεραπείας και Τέχνης, το THACE, δέκα εικαστικοί θεραπευτές, επτά δραματοθεραπευτές και είκοσι ομαδικοί θεραπευτές.

5.2.Κύριοι ανταγωνιστές

Για να προσδιοριστούν οι κύριοι ανταγωνιστές μας στο χώρο της ψυχικής υγείας στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τη ψυχική υγεία, όπως έχει διαμορφωθεί από την αναμόρφωση της υγειονομικής περίθαλψης. Υπάρχουν τέσσερα είδη φορέων ψυχικής υγείας: (1) ψυχιατρικά νοσοκομεία, (2) ξενώνες, (3) εξωνοσοκομειακές μονάδες, και (4) ιδιωτικά ιατρεία. Οι κύριοι ανταγωνιστές του Κέντρου εμπίπτουν στην τρίτη κατηγορία, τις εξωνοσοκομειακές και ενδιάμεσες μονάδες. Οι μονάδες αυτές μπορεί να κατηγοριοποιηθούν ως δημόσιες, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα υπηρεσίες, καθώς και ως ιδιωτικά ιατρεία και πολυχώροι.

1. Κέντρο Τέχνης και Ψυχοθεραπείας:

Η εγκατάσταση αυτή είναι ένα κοινοτικό κέντρο ψυχικής υγείας. Το Κέντρο παρέχει υπηρεσίες ψυχικής υγείας στην Αθήνα για πάνω από 20 χρόνια.

Αυτό το Κέντρο έχει αναπτυχθεί σημαντικά κατά τα τελευταία 2 χρόνια.

α. Πλεονεκτήματα:

Μέγεθος

Τοποθεσία

Κεφάλαιο

Γραφειοκρατική ευελιξία

Συνεργασίες προγραμματισμού

Διαθεσιμότητα για υπηρεσίες στο σπίτι και το σχολείο

β. Αδυναμίες:

Μέγεθος (που θεωρείται από ορισμένους αλαζονικό στοιχείο και οδηγεί σε αρνητική αντίληψη από την κοινότητα).

Προσβασιμότητα - αντίληψη μεταξύ των επαγγελματιών ότι είναι δύσκολο να κλεισθεί ραντεβού σε εύλογο χρονικό διάστημα.

Εναλλαγή του προσωπικού

γ. Πιθανές επιπτώσεις από τα Πλεονεκτήματα:

Πολλές πηγές για άντληση περιστατικών.

Προσωπικό με διάθεση να ανταποκριθεί σε αίτημα για την υποβολή προτάσεων και αίτημα για τον ορισμό των τιμών.

δ. Στρατηγικές για να καμφθεί ο Ανταγωνισμός:

Εστίαση στη φήμη για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών

Ανταπόκριση στις ανάγκες των πηγών παραπομπής

Επίδειξη σεβασμού προς τους καταναλωτές / πελάτες

Ανάπτυξη εξειδικευμένων αγορών

Ολιστική κάλυψη των αναγκών των πελατών που διατίθενται: από
ενδονοσοκομειακές, μερικές και επείγουσες εξωνοσοκομειακές υπηρεσίες

Διαθεσιμότητα ψυχοφαρμακολόγου για παιδιά / εφήβους

Αύξηση της προβολής και των υπηρεσιών που προσφέρονται από Το Κέντρο

Ισχυρή βάση παραπομπών από ιατρούς / ψυχιάτρους

2. Το Εργαστήρι Ανάπτυξης και Θεραπείας Παιδιών, Εφήβου και Οικογένειας «Αργώ»

Το Εργαστήρι «Αργώ» είναι ένα μέτριο σε μέγεθος, κερδοσκοπικό κέντρο ψυχικής υγείας. Είναι μια πλήρης υπηρεσία και προσφέρει υπηρεσίες ψυχικής υγείας για παιδιά, εφήβους και ενήλικες. Αυτό το Εργαστήρι πρόσφατα επένδυσε χρήματα για την ανακαίνισή του και την ίδρυση ενός Κέντρου που στεγάζει το ψυχογηριατρικό πρόγραμμα.

α. Πλεονεκτήματα:

Μέγεθος

Καλή τοποθεσία

Πόροι

Συνεργασίες

Ευυποληψία στην κοινότητα

β. Αδυναμίες:

Άγνωστο προς το παρόν.

γ. Πιθανές επιπτώσεις από τα Πλεονεκτήματα:

Αποτελεί μέρος ενός μεγαλύτερου συστήματος

Ισχυρή βάση παραπομπής

Προγραμματισμός νομικών υπηρεσιών στο σπίτι

δ. Στρατηγικές για να καμφθεί ο Ανταγωνισμός:

Εστίαση στη φήμη για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών

Ανταπόκριση στις ανάγκες των πηγών παραπομπής

Επίδειξη σεβασμού προς τους καταναλωτές / πελάτες

Ανάπτυξη εξειδικευμένων αγορών

Ολιστική κάλυψη των αναγκών των πελατών που διατίθενται από
ενδονοσοκομειακές, μερικές και επείγουσες εξωνοσοκομειακές υπηρεσίες

Διαθεσιμότητα ψυχοφαρμακολόγου για παιδιά / εφήβους

Αύξηση της προβολής και των υπηρεσιών που προσφέρονται από το Κέντρο

Ισχυρή βάση παραπομπών από ιατρούς / ψυχιάτρους

5.3. Value proposition

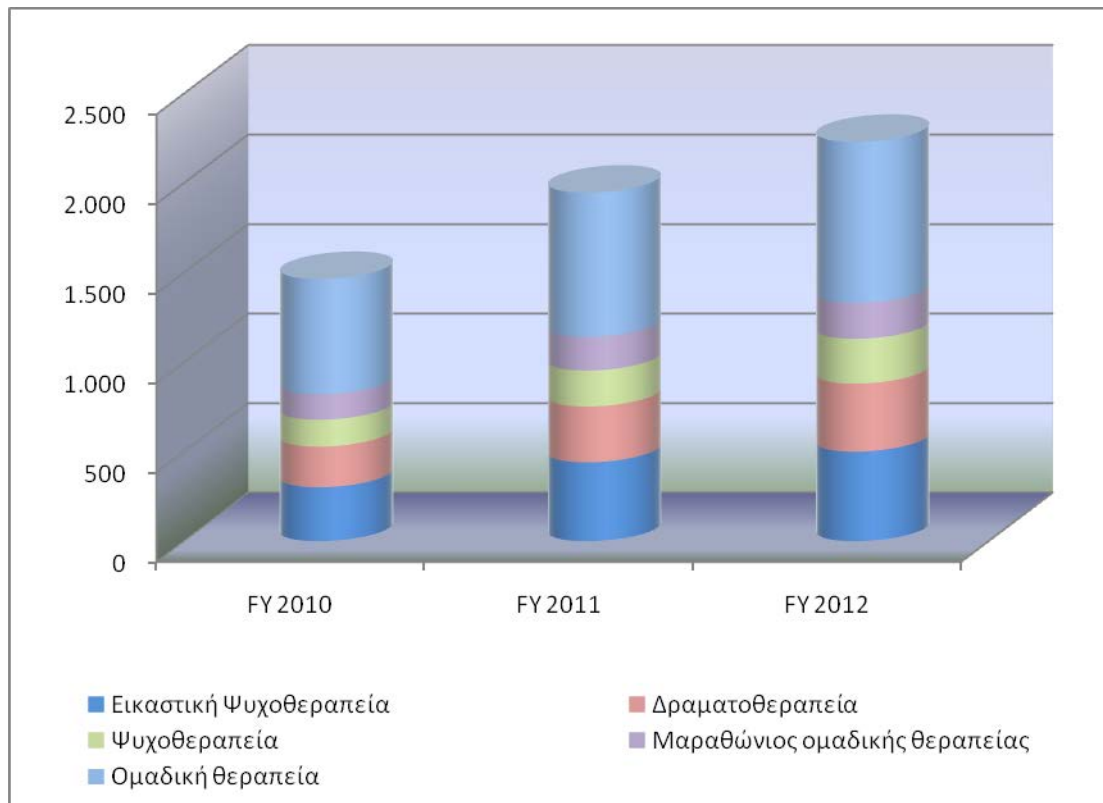
Εάν το Κέντρο πρόκειται να ανταγωνίζεται αποτελεσματικά, θα πρέπει να καθοριστούν με σαφήνεια τα επιπρόσθετα οφέλη. Στόχος μας είναι να καλύψουμε και να προλάβουμε τις ανάγκες των πελατών μας: των καταναλωτών, τού προσωπικού και των συνεργατών μας, των συμβούλων, καθώς και άλλων πηγών παραπομπής. Προηγουμένως, συζητήσαμε για τις ανάγκες των πελατών μας. Οι ανάγκες αυτές θα αποτελέσουν τη βάση στην οποία θα ορισθεί η φιλοσοφία μας για τα επιπρόσθετα οφέλη και τη στρατηγική μάρκετινγκ

6. ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

6.1. Στρατηγική πωλήσεων (Sales Strategy)

Πρόβλεψη πωλήσεων	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Εικαστική Ψυχοθεραπεία	301	440	500
Δραματοθεραπεία	227	312	380
Ψυχοθεραπεία	150	201	250
Μαραθώνιος ομαδικής θεραπείας	142	188	200
Ομαδική θεραπεία	644	805	900
Σύνολο πωλήσεων	1.464	1.946	2.230
Τιμή θεραπείας	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Εικαστική Ψυχοθεραπεία	50,00 €	50,00 €	50,00 €
Δραματοθεραπεία	50,00 €	50,00 €	50,00 €

Ψυχοθεραπεία	50,00 €	50,00 €	50,00 €
Μαραθώνιος ομαδικής θεραπείας	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Ομαδική θεραπεία	20,00 €	20,00 €	20,00 €
Έσοδα	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Εικαστική Ψυχοθεραπεία	15.050,00 €	22.000,00 €	25.000,00 €
Δραματοθεραπεία	11.350,00 €	15.600,00 €	19.000,00 €
Ψυχοθεραπεία	7.500,00 €	10.050,00 €	12.500,00 €
Μαραθώνιος ομαδικής θεραπείας	14.200,00 €	18.800,00 €	20.000,00 €
Ομαδική θεραπεία	12.880,00 €	16.100,00 €	18.000,00 €
Συνολικά	60.980,00 €	82.550,00 €	94.500,00 €
Κόστος ανα ώρα θεραπείας	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Εικαστική Ψυχοθεραπεία	10,00 €	10,50 €	11,00 €
Δραματοθεραπεία	5,00 €	5,00 €	5,00 €
Ψυχοθεραπεία	7,00 €	7,00 €	7,00 €
Μαραθώνιος ομαδικής θεραπείας	7,00 €	7,00 €	7,00 €
Ομαδική θεραπεία	5,00 €	5,00 €	5,00 €
Κόστος θεραπείας το χρόνο	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Εικαστική Ψυχοθεραπεία	3.010,00 €	4.620,00 €	5.500,00 €
Δραματοθεραπεία	1.135,00 €	1.560,00 €	1.900,00 €
Ψυχοθεραπεία	1.050,00 €	1.407,00 €	1.750,00 €
Μαραθώνιος ομαδικής θεραπείας	994,00 €	1.316,00 €	1.400,00 €
Ομαδική θεραπεία	3.220,00 €	4.025,00 €	4.500,00 €
Συνολικά	9.409,00 €	12.928,00 €	15.050,00 €
Καθαρά κέρδη ανα θεραπεία τον χρόνο	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Εικαστική Ψυχοθεραπεία	12.040,00 €	17.380,00 €	19.500,00 €
Δραματοθεραπεία	10.215,00 €	14.040,00 €	17.100,00 €
Ψυχοθεραπεία	6.450,00 €	8.643,00 €	10.750,00 €
Μαραθώνιος ομαδικής θεραπείας	13.206,00 €	17.484,00 €	18.600,00 €
Ομαδική θεραπεία	9.660,00 €	12.075,00 €	13.500,00 €
Συνολικά	51.571,00 €	69.622,00 €	79.450,00 €



Πίνακας 4 – Πρόβλεψη πωλήσεων

Στόχος του μάρκετινγκ των υπηρεσιών μας είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη.

Οι στρατηγικές θα περιλαμβάνουν:

Έμφαση στην πελατοκεντρική, ποιότητα υπηρεσιών.

Οικοδόμηση μιας επιχείρησης βασισμένη στις σχέσεις.

Εστίαση σε τρεις κοινοτικές υπηρεσίες υγείας.

Εντοπισμό και ανάπτυξη εξειδικευμένων αγορών (επιχειρήσεις, επαγγελματικές ομάδες).

Τα εργαλεία μάρκετινγκ θα περιλαμβάνουν:

- Promotion on the field
- άμεσο ταχυδρομείο,
- έντυπη και ραδιοφωνική διαφήμιση,
- δημόσιες ομιλίες,
- δημιουργία ιστοσελίδας και

- οικοδόμηση σχέσεων με συγκεκριμένες εταιρείες περίθαλψης και άτομα.

6.2. Στρατηγική τιμολόγησης (Pricing strategy)

Η τιμολόγηση των υπηρεσιών που παρέχονται από το Κέντρο προσδιορίζεται από την αγορά. Η δομή των αμοιβών μας βασίζεται σε έρευνα αγοράς γνωστών κι ανταγωνιστικών Κέντρων. Προκειμένου να λειτουργούμε επικερδώς υπό αυτές τις τιμές, είναι επιτακτική ανάγκη το Κέντρο να παρακολουθεί και να ελέγχει το κόστος. Στόχος μας είναι να επιτύχουμε υψηλότερες τιμές από τους ανταγωνιστές μας και να πείσουμε τους πελάτες μας ότι προσφέρουμε υπηρεσίες που υπερβαίνουν εκείνες των ανταγωνιστών μας.

6.3. Στρατηγική προώθησης (Promotion strategy)

Πολλαπλές στρατηγικές θα χρησιμοποιηθούν για την προώθηση του Κέντρου. Καθ' όλη τη διάρκεια της στρατηγικής προώθησης θα δοθεί έμφαση στην πώληση των καινοτομιών του Κέντρου. Τα είδη των προωθητικών ενεργειών θα περιλαμβάνουν:

- Συμμετοχή σε δραστηριότητες που συνδέονται με διαταραχές που αντιμετωπίζονται στο Κέντρο.
- Δημιουργία φυλλαδίου, λογότυπου, ιστοσελίδας και επαγγελματικών εταιρικών και προσωπικών καρτών για την προώθηση του Κέντρου.
- Δικτύωση με διάφορους παρόχους υγειονομικής περίθαλψης, κοινοτικούς οργανισμούς και κρατικές υπηρεσίες.
- Διαφήμιση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ειδικά για την ανακοίνωση της εξασφάλισης ενός νέου συνεργάτη ή δημιουργίας ενός νέου προγράμματος.
- Χρήση συνεχιζόμενων επιστολών στις πηγές παραπομπών .
- Προσφορά ημερίδων πληροφόρησης για το κοινό.
- Δικτύωση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για τη προώθηση άρθρων σχετικών με το Κέντρο.

- Συμμετοχή σε δραστηριότητες μικρών επιχειρησιακών ομάδων / οργανώσεων ως μέσο για την ευαισθητοποίηση του κοινού.

ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΓΚ (Our marketing plan)

7.1. ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

Δυνατά σημεία

- Η επαγγελματική φήμη της ιδρύτριας του Κέντρου. Εργάζεται, όπως κι η πλειονότητα των συνεργατών της σε κλινικές του Αιγινητείου (Πανεπιστημιακού Νοσοκομείου) κι έχει χτίσει με προσοχή και φροντίδα ένα σοβαρό κι αξιόπιστο επαγγελματικό προφίλ.
- Οι γνωριμίες μας στον χώρο της ψυχικής υγείας.
- Τα καινοτόμα και πρωτοποριακά για την Ελλάδα μέσα ψυχοθεραπείας που χρησιμοποιούμε.
- Η εξελισσόμενη φήμη του Κέντρου για την άριστη ποιότητα στην παροχή υπηρεσιών σε συνδυασμό με τη φροντιστική μας στάση.
- Άνετη και εύκολη πρόσβαση.
- Είναι το μόνο Κέντρο που παρέχει τις συγκεκριμένες υπηρεσίες στην περιοχή των Ιλισίων.
- Δυνατότητα να προσαρμόζουμε τα προγράμματά μας για την κάλυψη των αναγκών του πελάτη.
- Έχουμε ήδη τον εξοπλισμό και το χώρο που απαιτείται. Απαιτείται μόνο ένα ελάχιστο επιπλέον κεφάλαιο για την επένδυση.
- Η αναδυόμενη φήμη του Κέντρου για τη χρήση ολιστικής προσέγγισης στην παροχή υγειονομικής περίθαλψης.

Αδύναμα σημεία

- Η έλλειψη ενός αυτοματοποιημένου, ελεγχόμενου και συντονισμένου οικονομικού και λογιστικού συστήματος διαχείρισης.

- Η έλλειψη συντονισμού και μη επίσημη διασύνδεση του Κέντρου με ένα Νοσοκομείο επειγόντων περιστατικών.
- Δεν υπάρχει επαγγελματική στρατηγική μάρκετινγκ
- Δεν υπάρχει λογοδοσία από την ηγεσία του Κέντρου.
- Η έλλειψη μιας συνεπούς τιμολογιακής πολιτικής και συνοδού χρονοδιαγράμματος.
- Η έλλειψη ολοκληρωμένων πληροφοριών για την αγορά, καθώς αρκετοί θεραπευτές εργάζονται χωρίς να είναι νομότυποι.
- Ο ανταγωνισμός που αυξάνεται όλο και περισσότερο.
- Η κακή οικονομική κατάσταση των πολιτών της χώρας.

Ευκαιρίες

- Η κακή οικονομική κατάσταση έχει δημιουργήσει σοβαρά ψυχολογικά προβλήματα στους ανθρώπους.
- Η αγορά μεγαλώνει και ένα μεγάλο ποσοστό της δεν γνωρίζει καν ότι υπάρχουμε.
- Οι στρατηγικές μας συμμαχίες που διευρύνονται όλο και περισσότερο, μας προσφέρουν πηγές παραπομπών.
- Ανανέωση του ενδιαφέροντος των εργοδοτών για την διατήρηση ενός υγιούς, κατάλληλου εργατικού δυναμικού.
- Οι επιχειρήσεις έχουν όλο και μεγαλύτερη ανάγκη για την ενίσχυσή τους σε θέματα ομαδικότητας και κοινών στόχων.

Απειλές

- Έλλειψη αυτοματοποιημένου συστήματος διαχείρισης πληροφοριών.
- Ο ανταγωνισμός από το Κέντρο Τέχνης και Ψυχοθεραπείας, το Εργαστήρι "ΑΡΓΩ" και το THACE.
- Επιδείνωση της κακής οικονομικής κατάστασης της χώρας.

7.2. Το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα

Το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα είναι τα μέσα για την εφαρμογή ψυχοθεραπείας, οι συνεργάτες μας και το προσωπικό μας. Οι συνεργάτες και το προσωπικό της εταιρείας βοηθούν στην εξάπλωση της πρότασής μας, "αποστολή μας είναι να ανταποκριθούμε/ υπερβούμε τις προσδοκίες των πελατών μας." Οι δεσμοί μας με το Αιγινήτειο Νοσοκομείο και η φήμη μας σε άλλα Κέντρα παροχής ψυχικής υγείας επιτρέπουν να έχουμε εύκολα μια ισχυρή βάση παραπομπής. Η σκληρή δουλειά, η ακεραιότητα, η προσβασιμότητα, η εμπειρία, η ποιότητα των υπηρεσιών μας και η ικανοποίηση του πελάτη είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα. Όταν οι πελάτες καλούν το Κέντρο, θα μιλούν μ' ένα πραγματικό πρόσωπο, όχι μ' ένα φωνητικό μήνυμα.

7.2.Δήλωση τοποθέτησης

Στόχος μας είναι να ενισχυθεί η εικόνα και η φήμη μας με το να ανταποκρίνεται στις ανάγκες, να είναι το Κέντρο προσβάσιμο και να παρέχει ποιοτική θεραπεία. Με την οικοδόμηση σχέσεων θα καλλιεργήσουμε την εικόνα μας.

7.3. Οι στρατηγικές συμμαχίες

Οι στρατηγικές συμμαχίες είναι κρίσιμες για τους στόχους του Κέντρου, και περιλαμβάνουν την πώληση περισσότερων υπηρεσιών και την ενίσχυση της σχέσης μας με όλους τους πελάτες μας. Αν θέλουμε να πετύχουμε τους στρατηγικούς μας στόχους, θα πρέπει να έχουμε μια ισχυρή, συνεχή συμμαχία με το Αιγινήτειο Νοσοκομείο. Ταυτόχρονα, πρέπει να ενισχύσουμε και να αναπτύξουμε τις σχέσεις μας με τα άλλα δίκτυα παραπομπών, κυρίως τους γιατρούς / ψυχιάτρους, και τους κατοίκους των γύρω περιοχών.

8. Η ΟΜΑΔΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

8.1. Περίληψη διαχείρισης

Το Κέντρο δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών είναι σήμερα μια μικρή επιχείρηση που διευθύνεται από ένα άτομο που λειτουργεί ως:

- διευθύνων σύμβουλος,
- διευθύντρια πωλήσεων και
- την διευθύντρια Οικονομικών και Διοίκησης.

Ως διευθύνων σύμβουλος είναι η επιβλέπουσα των θεραπειών, των συνεργατών και των στελεχών. Ως Διευθυντής Οικονομικών και Διοίκησης, παρέχει καθοδήγηση για την καταλληλότητα των οικονομικών μας επιλογών. Καθώς η επιχείρηση μεγαλώνει και διευρύνεται, θα προστεθούν, όπως απαιτείται περισσότερες θέσεις υπευθύνων.

8.2. Οργανωτική δομή

Η πρόεδρος θα διαχειρίζεται την εταιρεία. Δεδομένου ότι η εταιρεία είναι οργανωμένη στο μοντέλο των κοινών υπηρεσιών, οι σχέσεις θα πρέπει να αποτελούν βασική μεταβλητή στον καθορισμό της κατεύθυνσης του Κέντρου. Θα υπάρχει μια συμβουλευτική επιτροπή που απαρτίζεται από ηγέτες στον τομέα της ψυχικής υγείας, στη διαχείριση, στην περίθαλψη και την οργάνωση.

Μια συμβουλευτική ομάδα διαχείρισης, η οποία αποτελείται από το προσωπικό του Κέντρου, θα συνεδριάζει σε τακτική βάση για την αναθεώρηση των οικονομικών του Κέντρου, με σκοπό να εντοπίσει θέματα που προκύπτουν στις σχέσεις με τους πελάτες και την πρόβλεψη μελλοντικών στόχων για την ανάπτυξη, το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις. Η ομάδα αυτή θα επιφορτιστεί με την ανάπτυξη ενός σχεδίου για την εφαρμογή και την ενσωμάτωση της συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας. Θα διαμορφωθεί, επίσης, επιτροπή δημοσίων σχέσεων για να διατυπώσει ιδέες, σχέδιο και να υλοποιήσει δραστηριότητες για την ενίσχυση των επιπέδων ικανοποίησης σε όλους τους πελάτες. Η οργανωτική δομή έχει ως εξής:

8.3. Οργανόγραμμα

*Κέντρο δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών τεχνών «Ψυχής
Άκεσμα»*

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΤΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	ΙΑΤΡΙΚΟΣ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ	ΙΑΤΡΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΘΕΡΑΠΕΥΤΕΣ	

8.3. Ομάδα διαχείρισης (Management team)

9. **Ελένη Γιαννούλη** : Η κα Γιαννούλη είναι αρμόδια για την παροχή ηγεσίας, την κατεύθυνση και τον έλεγχο για όλες τις πτυχές των δραστηριοτήτων της εταιρείας, προκειμένου να πραγματοποιήσει βέλτιστα κέρδη συμβατά με τις καλύτερα μακροπρόθεσμα και βραχυπρόθεσμα συμφέροντα των μετόχων, των εργαζομένων, των καταναλωτών, και του κοινού. Η κα Γιαννούλη ολοκλήρωσε το προπτυχιακό επίπεδο στο ΤΕΙ Αθηνών (Νοσηλευτική), στη συνέχεια έλαβε πτυχίο ψυχολογίας από το Πάντειο Πανεπιστήμιο, Πτυχίο Εικαστικής ψυχοθεραπείας από το Κέντρο Τέχνης και Ψυχοθεραπείας και διανύει το δεύτερο και τελευταίο έτος για το MSc της στη Διοίκηση Υγείας από το Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

Δημήτρης Μαραβελής: Ο κος Μαραβελής είναι υπεύθυνος για την καθοδήγηση και διεύθυνση και οικονομικό έλεγχο των δραστηριοτήτων της εταιρείας κατά τρόπο που να αποσκοπούν στην προστασία των στοιχείων του ενεργητικού, να τηρούν τις απαιτήσεις, καθώς και σχέδιο για τον αποτελεσματικό έλεγχο των οικονομικών αναγκών της επιχείρησης. Ο κος Μαραβελής ολοκλήρωσε το προπτυχιακό του

επίπεδο στο ΤΕΙ Αθηνών (εργοθεραπεία) και έλαβε το Msc του από το Πανεπιστήμιο Hertfordshire(δραματοθεραπεία).

8.4. Κενά της ομάδας διαχείρισης του Κέντρου

Τα κενά της ομάδας διαχείρισης του Κέντρου δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών περιλαμβάνουν:

- Ελάχιστη εμπειρία στους τομείς της χρηματοδότησης και της λογιστικής
- Έντονη επιθυμία για άμεση οικονομική ευημερία, με λίγη υπομονή για ελάχιστη κερδοφορία

9. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Τα έσοδα από τις ψυχοθεραπείες θα αποτελέσουν περίπου το 85 με 90 τοις εκατό των συνολικών εσόδων, με το υπόλοιπο των εσόδων που προέρχονται από τις υπόλοιπες υπηρεσίες.

Οι μισθοί και τα ενοίκια είναι τα δύο μεγάλα έξοδα, ενώ η απόσβεση είναι άλλο ένα σημαντικό κόστος που θα αυξηθεί, καθώς η εταιρεία αναπτύσσεται.

9.1. Χρόνος έναρξης – αποπεράτωσης

Ο χρόνος έναρξης της επιχείρησης προβλέπεται ότι θα είναι ο Σεπτέμβριος του 2009. Η ολοκλήρωση της νέας επένδυσης προβλέπεται να γίνει μετά από 24 μήνες από την έναρξη.

9.2. Σκιαγράφηση δυνητικών πελατών

Το Κέντρο δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών απευθύνεται σε όλους τους πολίτες, ανεξαρτήτου φύλου κι ηλικίας που χρήζουν θεραπείας και φροντίδας. Επίσης, απευθύνεται σε υπηρεσίες και εταιρείες που ενδιαφέρονται να βοηθήσουν το προσωπικό τους να εργάζεται με όραμα κι ομαδικό πνεύμα. Οι βασικές υπηρεσίες που θα παρέχονται είναι:

1. Εικαστική ψυχοθεραπεία
2. Δραματοθεραπεία
3. Ομαδική ψυχοθεραπεία

9.3. Άδειες – εγκρίσεις

Οι φορείς της επένδυσης έχουν εξασφαλίσει:

1. Άδεια λειτουργίας του Κέντρου δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών από τη Διεύθυνση Πρόνοιας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Αθήνας.
2. Όλοι οι θεραπευτές και συνεργάτες του Κέντρου κατέχουν άδεια ασκήσεως επαγγέλματος.

9.4. Χρηματοδοτικές πηγές ίδρυσης του Κέντρου δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών

Σύμφωνα με την ανάλυση των τεχνικών στοιχείων που προηγήθηκε, το συνολικό κόστος επένδυσης προϋπολογίζεται στο ποσό των 30.000€. Η χρηματοδότηση του κόστους επένδυσης προβλέπεται να γίνει στα πλαίσια επιχορηγήσεων του ΠΕΠ. Στα πλαίσια του νόμου αυτού, η χρηματοδότηση της επένδυσης προβλέπεται να προέλθει από τις ακόλουθες πηγές:

1. Ίδια κεφάλαια.
2. Ξένα μακροπρόθεσμα κεφάλαια.
3. Επιχορήγηση.

<i>Πηγές και χρήση των χρημάτων</i>			
	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Συνολικά έσοδα	60.980,00 €	82.550,00 €	94.500,00 €
Κόστος Υπηρεσιών	9.409,00 €	12.920,00 €	15.050,00 €
Gross Profit	51.571,00 €	69.630,00 €	79.450,00 €
Συνολικά έξοδα			
Ενοίκιο	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €
Λογαριασμοί	720,00 €	720,00 €	720,00 €
Αναλώσιμα	600,00 €	660,00 €	720,00 €
Έσοδα χωρίς φορολογία	44.251,00 €	62.250,00 €	72.010,00 €
Φορολογία 40%	12.377,00 €	16.709,00 €	19.068,00 €
Έκτακτη Χρηματοδότηση			
Επιδότηση Υπουργείου Ανάπτυξης	15.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Κέρδος	46.874,00 €	45.541,00 €	52.942,00 €
Πωλήσεις/Κέρδος	3,12%	4,27%	4,21%

Πίνακας 6 - Πηγές και χρήση των χρημάτων

10. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ

Η στρατηγική του Κέντρου βασίζεται στην αύξηση της παραγωγικότητας των εργαζομένων και τη συνολική μείωση του κόστους των επιχειρήσεων. Ο πιο λογικός τρόπος για την προσέγγιση αυτών των παραγόντων είναι η δημιουργία ενός υγιούς εργατικού δυναμικού. Είναι λοιπόν σημαντικό να διατηρούμε καλές κι αγαστές σχέσεις με το προσωπικό και τους συνεργάτες μας. Ένας επιπλέον στόχος μάρκετινγκ

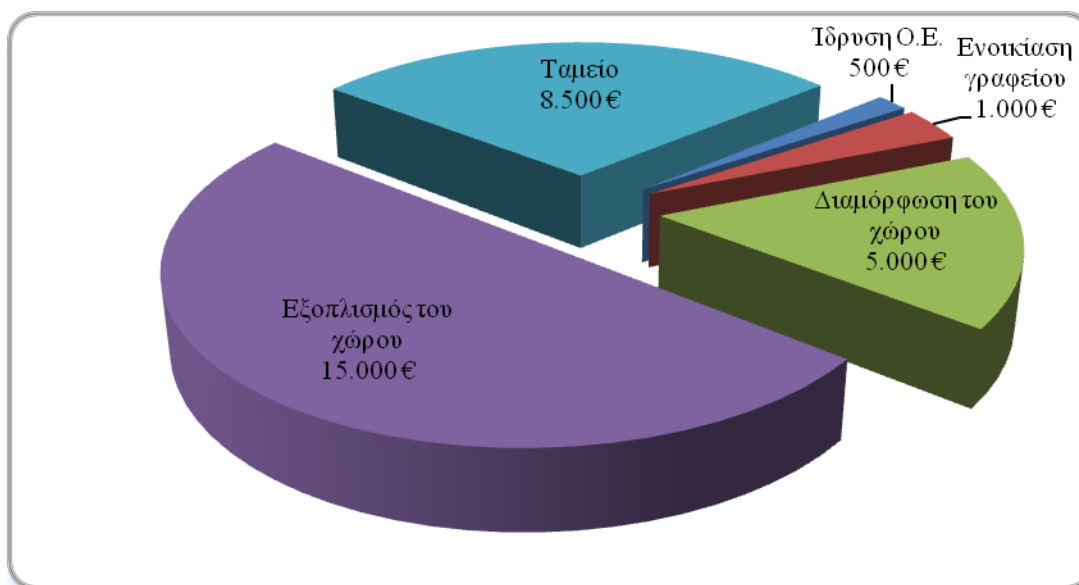
είναι να πεισθούν οι περισσότερες εταιρείες ότι τα μέσα ψυχοθεραπείας που χρησιμοποιούμε μπορούν να λειτουργήσουν αποδοτικά γι' αυτούς. Με την προσαρμογή των υπηρεσιών και την ανάπτυξη προσαρμοσμένων προγραμμάτων για εταιρείες και μεμονωμένα άτομα, το Κέντρο θα αναπτύξει φήμη για την ποιότητα και την εξυπηρέτηση των πελατών του.

11. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Στις επόμενες σελίδες εμφανίζονται οι πίνακες από την οικονομική ανάλυση της επιχείρησης, η οποία πραγματοποιήθηκε με την βοήθεια του προγράμματος Business Plan Pro 2007, καθώς και όσο το δυνατόν καλύτερη πρόβλεψη της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης μέχρι το 2012 σε μηνιαία βάση. Σύμφωνα και με τους πίνακες η επιχείρηση θα κάνει απόσβεση του αρχικού κεφαλαίου τα επόμενα 2 χρόνια χωρίς να καταναλωθεί η επιδότηση του Υπουργείου Ανάπτυξης για μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις την οποία εκτιμάται ότι θα λάβει η επιχείρηση τον Μάρτιο του 2010 και θα είναι ύψους 15.000€. Επίσης γίνεται μία συγκριτική ανάλυση με τον μέσο όρο του κλάδου στην Ελλάδα.

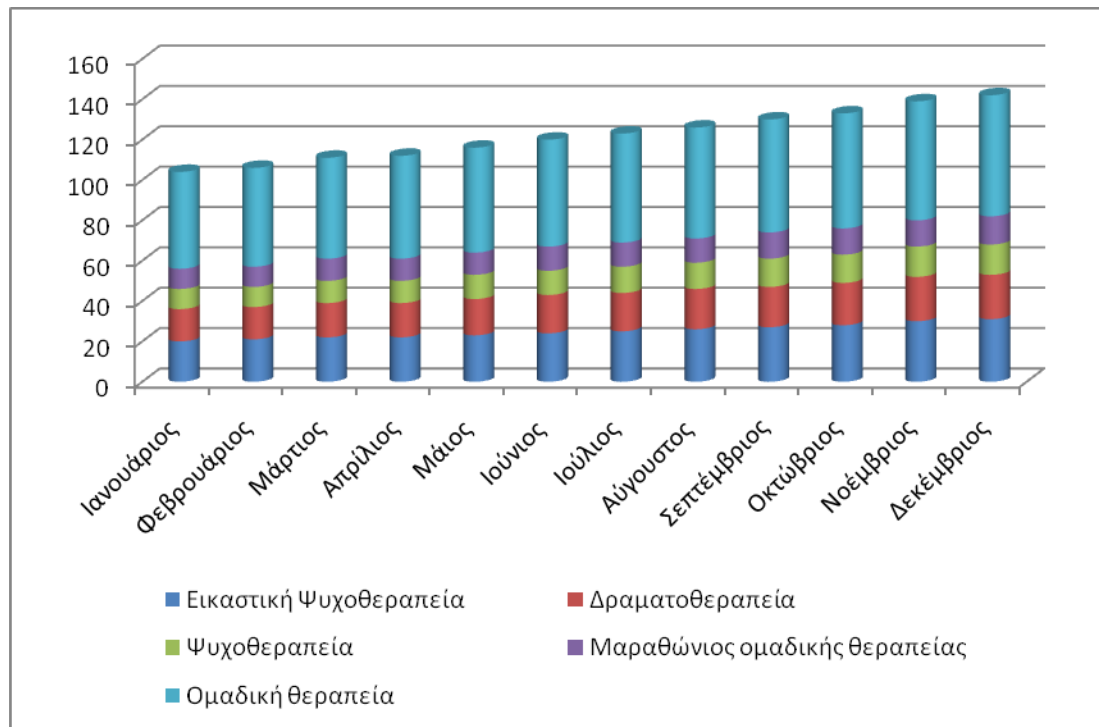
Start up	
Ίδρυση Ο.Ε.	500 €
Ενοικίαση γραφείου	1.000 €
Διαμόρφωση του χώρου	5.000 €
Εξοπλισμός του χώρου	15.000 €
Ταμείο	8.500 €
Σύνολο	30.000 €

Πίνακας 7- Έναρξη εργασιών



Ανάλυση μηνιαίων εξόδων			
Ενοίκιο	6.000,00 €	6.000,00 €	6.000,00 €
Λογαριασμοί	720,00 €	720,00 €	720,00 €
Αναλώσιμα	600,00 €	660,00 €	720,00 €

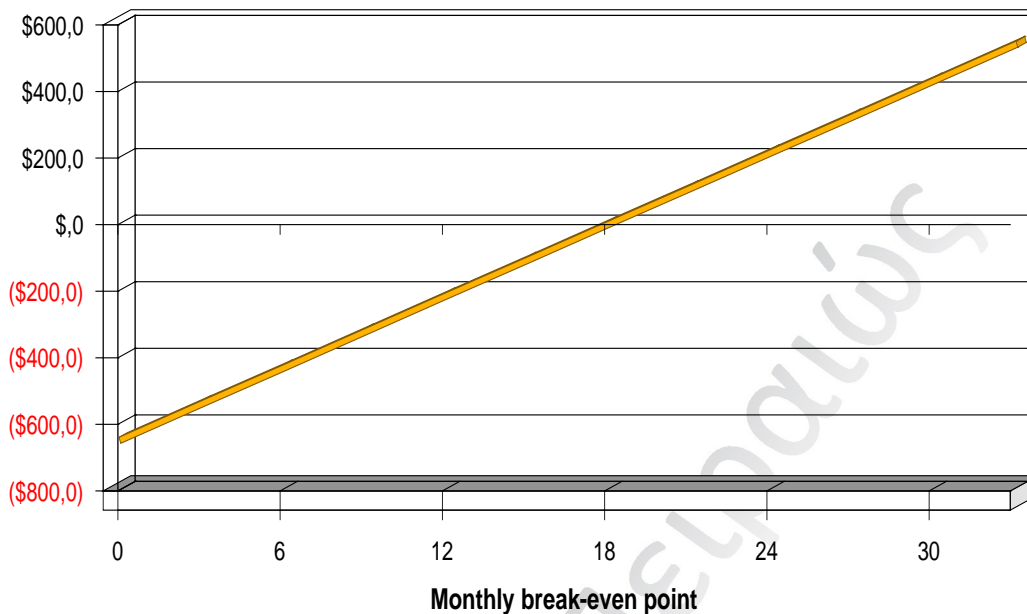
Πίνακας 8 - Ανάλυση μηνιαίων εξόδων



Αριθμός θεραπειών ανά μήνα

	Ιανουάριος	Φεβρουάριος	Μάρτιος	Απρίλιος	Μάιος	Ιούνιος	Ιούλιος	Αύγουστος	Σεπτέμβριος	Οκτώβριος	Νοέμβριος	Δεκέμβριος
Εικαστική Ψυχοθεραπεία	1.000,00 €	1.040,00 €	1.082,00 €	1.125,00 €	1.170,00 €	1.217,00 €	1.265,00 €	1.316,00 €	1.369,00 €	1.423,00 €	1.480,00 €	1.539,00 €
Δραματοθεραπεία	800,00 €	824,00 €	849,00 €	874,00 €	900,00 €	927,00 €	955,00 €	984,00 €	1.013,00 €	1.044,00 €	1.075,00 €	1.107,00 €
Ψυχοθεραπεία	500,00 €	520,00 €	541,00 €	562,00 €	585,00 €	608,00 €	633,00 €	658,00 €	684,00 €	712,00 €	740,00 €	770,00 €
Μαραθώνιος ομαδικής θεραπείας	1.000,00 €	1.030,00 €	1.061,00 €	1.093,00 €	1.126,00 €	1.159,00 €	1.194,00 €	1.230,00 €	1.267,00 €	1.305,00 €	1.344,00 €	1.384,00 €
Ομαδική θεραπεία	960,00 €	979,00 €	999,00 €	1.019,00 €	1.039,00 €	1.060,00 €	1.081,00 €	1.103,00 €	1.125,00 €	1.147,00 €	1.170,00 €	1.194,00 €
Σύνολο πωλήσεων	4.260,00 €	4.393,00 €	4.532,00 €	4.673,00 €	4.820,00 €	4.971,00 €	5.128,00 €	5.291,00 €	5.458,00 €	5.631,00 €	5.809,00 €	5.994,00 €

Πίνακας 8 - Έσοδα ανά μήνα 1^{ου} έτους



Break-even point = where line intersects with 0

11. ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το Κέντρο Δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών "Ψυχής Άκεσμα" θα δραστηριοποιηθεί στη ζώνη επιχειρήσεων της Αθήνας, βοηθώντας ανθρώπους να γίνουν πιο υγιείς, δημιουργικοί, ευτυχισμένοι και παραγωγικοί κι όλα αυτά σε προσιτές τιμές.

Η επιχείρησή μας βασίζεται σε δύο απλές παραδοχές:

- Ένας ειδικευμένος ψυχοθεραπευτής βοηθά τους θεραπευόμενους να βελτιώσουν την προσωπική τους κατάσταση, να ανακουφιστούν από τη λύπη και τη στενοχώρια και να επιλύσουν τις κρίσιμες καταστάσεις που αντιμετωπίζουν. Ο θεραπευτής υποστηρίζει την ψυχολογική ανάπτυξη και εξέλιξη των θεραπευόμενων, βοηθώντας τους να κάνουν καλύτερη χρήση των αποθεμάτων και ικανοτήτων που διαθέτουν ή δείχνοντάς τους το δρόμο για

την ανάπτυξη νέων μεθόδων που θα τους διευκολύνουν να βοηθήσουν μόνοι τους τον εαυτό τους.

- Η ψυχοθεραπεία με εκφραστικές τέχνες βασίζεται στο αξίωμα ότι κάθε άνθρωπος έχει μια έμφυτη δημιουργική ικανότητα. Ως μέσα εξερεύνησης και αφύπνισης αυτής της ικανότητας χρησιμοποιούμε μέσα όπως η ζωγραφική, η υπόδηση ρόλων, ο χορός, η μουσική και υλικά όπως οι μπογιές, ο πηλός και το χαρτί. Η ψυχοθεραπεία με εκφραστικές τέχνες αποτελεί μια δημιουργική διαδικασία η οποία δε στοχεύει στην καλλιτεχνία, αλλά, στην προσωπική ανάγκη για έκφραση και δημιουργική επικοινωνία. Γι' αυτό ακριβώς το λόγο αφορά όλους όσους θέλουν να έρθουν σε επαφή με το δημιουργικό τους εαυτό.

Οι συμμετέχοντες στο Κέντρο μας μπορούν ν' ανακαλύψουν το πρόσωπό τους και τις πτυχές του μέσα από διάφορα υλικά: εξερευνούν, νιώθουν, μαθαίνουν, γνωρίζουν. Τα προγράμματα μας ενδιαφέρουν όσους επιθυμούν μια καινούργια γνωριμία και αρχή με το πρόσωπο τους και όλους τους συμβολισμούς που αναβλύζουν από αυτό.

Η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας, η συνεχιζόμενη κρίση στην υγειονομική περίθαλψη, σε συνδυασμό με τις τρέχουσες δημογραφικές αλλαγές, δεν απειλούν μόνο να επιδεινώσουν την κρίση, αλλά και να διαβρώσουν περαιτέρω την υγεία και παραγωγικότητα των πολιτών της. Οι περιβαλλοντικοί παράγοντες σε συνδυασμό με την τοπική κατάσταση ανταγωνισμού εκπέμπουν ένα σήμα για ευνοϊκή ευκαιρία σε αυτή την αγορά. Πιστεύουμε ότι ήλθε ο καιρός για τον Κέντρο Δημιουργικότητας και Ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών "Ψυχής Άκεσμα".

12. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το βιοτικό επίπεδο του ανθρώπου συνεχώς βελτιώνεται, συνεχώς η τεχνολογία προοδεύει και κάνει θαύματα, συνεχώς νέες επιχειρήσεις για να καλύψουν νέες ανάγκες εμφανίζονται, με αποτέλεσμα ο κόσμος μας να εξελίσσεται, να προοδεύει

και να ευημερεί. Γιατί λοιπόν να μένει πίσω μια ομάδα ατόμων με ανάγκες για υποστήριξη και ψυχοθεραπεία;

Με τη λειτουργία του το Κέντρο, το οποίο θα μπορεί να καλύψει τις ανάγκες έως και 1000 ατόμων, θα βοηθήσει στην εξυγίανση του τομέα της ψυχικής υγείας.

Συνοψίζοντας και την οικονομική ανάλυση του επιχειρηματικού σχεδίου, η εταιρία Ψυχής Άκεσμα μπορεί να καλύψει τα κόστη ίδρυσης, μιας και η επένδυση θα φτάσει τα 30.000€. Από εκεί και πέρα φιλοδοξούμε, με βάση την ως τώρα κίνηση, η εταιρία να έχει κέρδη από το δεύτερο χρόνο λειτουργίας της .

Η πόλη της Αθήνας θα αποκτήσει μια υγιέστατη επιχείρηση η οποία θα προσφέρει στο κοινωνικό σύνολο και ειδικά σε ομάδες ατόμων που έχουν ανάγκη από υποστήριξη, αλλά θα δώσει και νέες θέσεις εργασίας σε τουλάχιστον επτά (7) άτομα από το πρώτο έτος λειτουργία της. Το Κέντρο θα αποτελεί πρότυπο λειτουργίας και θα εξυπηρετεί άμεσα τους πολίτες μιας μεγαλούπολης. Επίσης θα μπορεί σε ενημερωτικό επίπεδο να βοηθάει μέσω σεμιναρίων και διαλέξεων οικογένειες από ολόκληρη την Ελλάδα και από το εξωτερικό.

Το Ψυχής Άκεσμα έρχεται να καλύψει τεράστιες ανάγκες, θα στηρίζει το άτομο και την οικογένεια ψυχολογικά, θα απαλλάσσει το οικογενειακό περιβάλλον από την φροντίδα του ατόμου και θα προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες εναλλακτικών ψυχοθεραπειών από εξειδικευμένους επαγγελματίες ψυχικής υγείας. Παρατηρούμε λοιπόν το πόσο αναγκαία είναι η δημιουργία ενός τέτοιου Κέντρου, που θα απευθύνεται σε αυτή την ομάδα ατόμων και σε εταιρείες ή οργανισμούς που έχουν όραμα και επιθυμούν να πρωτοστατούν στον χώρο που δραστηριοποιούνται.

13.ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο εμπεριέχει όλα τα βήματα που θα πρέπει να κάνει μία επιχείρηση, από την αρχή λειτουργίας της έως και μία μακροπρόθεσμη πρόβλεψη για την πορεία της επιχείρησης τα προσεχή έτη και τις μεταβολές του μακροοικονομικού περιβάλλοντός της. Ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο δίνει έμφαση στα πλεονεκτήματα της επιχείρησης και αναγνωρίζει τις όποιες αδυναμίες υλοποίησης ενός επενδυτικού σχεδίου. Πάνω από όλα όμως δείχνει το πώς θα επιτευχθεί ο επιδιωκόμενος στόχος.

Η διαδικασία του επιχειρηματικού σχεδιασμού είναι αρκετά πολύπλοκη ειδικότερα όταν πρόκειται να δημιουργηθεί ένα Κέντρο δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω Εκφραστικών των Τεχνών για άτομα με ανάγκες θεραπείας κι υποστήριξης και η προσφορά στο κοινωνικό σύνολο εμπλέκεται με το επιχειρηματικό κόστος και κέρδος.

Δεν πρέπει να λησμονούμε ότι τα άτομα με ιδιαίτερες και ειδικές ανάγκες υπάρχουν όταν η κοινωνία δεν έχει την υποδομή και την ευαισθησία να δεχτεί τις ιδιαιτερότητες κάποιων μελών της. Τα άτομα αυτά, που αποτελούν μέρος του συνολικού πληθυσμού, αντιμετωπίζονται χειρότερα από οποιαδήποτε κοινωνική μειοψηφία. Η ισότητα των πολιτών εφαρμόζεται με την κακή της έννοια. Τα υλικά και πνευματικά αγαθά, παρέχονται σ' όλους στην ίδια ποιότητα και ποσότητα και με τον ίδιο τρόπο και όχι ανάλογα με τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες του καθενός.

Έτσι και η προσπάθεια σχεδιασμού και λειτουργίας ενός Κέντρου δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών αποτελεί μια σημαντική κίνηση προς τον συνάνθρωπο, με επιμέρους σκοπούς όπως η έγκυρη διάγνωση και η σφαιρική αντιμετώπιση του ασθενή. Το Κέντρο που απευθύνεται σε άτομα με ειδικές ανάγκες έχει ως κύρια «επιχειρηματική» δραστηριότητα την οποιαδήποτε αναγκαία παρέμβαση για τη ψυχοθεραπεία, την αποκατάσταση και τελικά την καλύτερη ποιότητα ζωής.

Η αντιμετώπιση των εχόντων ανάγκη για ψυχολογική υποστήριξη δεν είναι θέμα φιλανθρωπίας, αλλά θέμα κοινωνικής ευαισθησίας. Η αποκατάσταση ενός ασθενούς πρέπει να αποτελεί φλέγον ζήτημα για όλη την κοινωνία και όχι μόνο για αυτούς που έχουν το πρόβλημα και για κάποιους ελάχιστους ευαισθητοποιημένους επιχειρηματίες. Χρειάζεται ακόμη η συνδρομή ειδικών όπως του ψυχοθεραπευτή, του

ψυχολόγου, και του κοινωνικού λειτουργού, οι οποίοι με τη στενή συνεργασία του ασθενούς και του περιβάλλοντος του, θα επιτύχουν την επανένταξή του στο κοινωνικό σύνολο και την επαγγελματική του αποκατάσταση.

Οι μεμονωμένες επιχειρηματικές προσπάθειες είναι βέβαιο ότι δε θα βελτιώσουν τη σημερινή κακή κατάσταση. Χρειάζεται οργανωμένη και συστηματική προσπάθεια από όλους τους αρμόδιους φορείς. Αν το κράτος, η νομαρχιακή και τοπική αυτοδιοίκηση θέλουν να δείξουν το κοινωνικό τους πρόσωπο, έχουν την ευκαιρία να το πράξουν παράγοντας ουσιαστικό έργο και βοηθώντας πραγματικά με την δημιουργία Κέντρων δημιουργικότητας και ψυχοθεραπείας μέσω των Εκφραστικών Τεχνών δημόσιου συμφέροντος.

Πραγματικά αξίζει τον κόπο να γίνονται φιλότιμες προσπάθειες ώστε να γίνουν ευτυχισμένοι κάποιοι συνάνθρωποι των οποίων οι αγώνες σε αντίξοες συνθήκες, τις οποίες η πολιτεία και η ιδιωτική πρωτοβουλία αρνείται να βελτιώσει, αναδεικνύουν κάθε στιγμή αυτό που ονομάζουμε ανθρώπινο σθένος, ανθρώπινη αξιοπρέπεια και πάθος για τη ζωή.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

1. Blackwell, E. (2004), How to prepare a business plan, Kogane Page, Sunday Times Business Enterprise
2. Bygrave, W., Wiley J., (1994), Κινητό MBA για Επιχείρηση, Inc.
3. Butler, D. (2000), Business Planning: A guide to business start-up, Butterworth, Oxford
4. Graham, F. (2004), Guide to business planning, Available: <http://kutenk2000.freehostia.com/toc3/BPLA224405.html>, 9/06/2008
5. Harvard Business Review on Organizational Learning (2001), Harvard Business School Press
6. Harvard Business Review on Strategies for Growth (1998), Harvard Business School Press
7. Hisrich, R., Peters, P. (1989), Entrepreneurship Starting, Developing and managing a new enterprise, Boston, p. 126
8. Hussey, D. (1999), Strategy and Planning, Wiley John & Sons, UK
9. Jain, S. (1999), Στρατηγικός Σχεδιασμός Marketing, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα
10. Lee, S.F., Sai on Ko, (2002), Building Balanced Scorecard with SWOT analysis, and implementing “Sun Tzu’s The art of Business Management Strategies’ on QFD Methodology, Managerial Auditing Journal
11. Record, M. (2001), Winning business plan, Record Publications
12. Stutely, R. (2003), Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα
13. Timmons, J., Zacharakis, A., Spinelli, S. (2004), Business Plans that Work, McGraw Hill
14. Βασιλάκης Π., Δούνιας Γ. (2001), Γενικές Οδηγίες Σύνταξης Επιχειρηματικών Σχεδίων, Ευπαλίνος – Περιοδική έκδοση του Περιφερειακού Τμήματος ΒΑ Αιγαίου του Τ.Ε.Ε., Τεύχος 5^ο
15. Δικαίος, Κ., Κουτούζης, Μ. (1999). Τα Συστήματα Υγείας. Μοντέλα και πρότυπα. ΕΑΠ. Αθήνα
16. Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (2007), Επιχειρησιακό Σχέδιο 2007- 2009, Αθήνα

17. ΕΠΕΑΕΚ (2006), Υποστήριξη Επιχειρηματικών Ιδεών των σπουδαστών από το Γραφείο Διασύνδεσης του ΤΕΙ Σερρών, Πώς προετοιμάζεται ένα επιχειρηματικό σχέδιο, Σέρρες
18. Ζαμπετάκης, Λ. (2005), Επιχειρηματικότητα και Περιβάλλον, Εκπαιδευτικές σημειώσεις θεωρίας, Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Διαθέσιμο: <http://www.teicrete.gr/diatmim/web%20entrepreneurship/index.html>, 23/06/2008
19. Ζιώγας, Ι., Χιωτίδης, Γ. (2003), Μεθοδολογία ίδρυσης σύγχρονων επιχειρήσεων, Πρόγραμμα: «Ενθάρρυνση επιχειρηματικών δράσεων, καινοτομικών εφαρμογών και μαθημάτων επιλογής φοιτητών και σπουδαστών, 2003-2005, Β' Ε.Π.Ε.Κ», ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας, Κοζάνη, 2003
20. Θωμάς, Π. (2000), Έρευνα Αγοράς: Πρακτικός οδηγός, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
21. Ιωάννου, Κ. (2001), Οδηγός Επιχειρηματικότητας, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα
22. Καρρά, Ε. (2002), Μέθοδοι προσδιορισμού και επιλογής των δεικτών επίδοσης της επιχείρησης στον πίνακα ισορροπημένης στοχοθεσίας: Κριτική διερεύνηση, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
23. Κόκκορης, Θ. (1995), Το επιχειρηματικό σχέδιο, Εκδόσεις Ιδίου
24. Κώδικας Νομικού Βήματος, (1991), Τόμος 40
25. Λαμπρόπουλος, Π. (2005), Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα
26. Ν. 3299/2004, «Κίνητρα Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη και την Περιφερειακή Σύγκλιση» (ΦΕΚ 261/Α/23-12-04), Εθνικό Τυπογραφείο, Αθήνα
27. Πετράκης, Μ. (1999), Έρευνα Μάρκετινγκ: Θεωρία και πράξη, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα
28. Πετρώφ Ι., Τζωρτζάκης, Κ., Τζωρτζάκη Α. (2001), Μάρκετινγκ, Μάνατζμεντ. Η ελληνική προσέγγιση, Rosili, Αθήνα
29. Σιώμοκος, Γ. (2004), Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΕΛΕΝΗΣ ΓΙΑΝΝΟΥΛΗ

A) ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

- 1) *Επώνυμο:* ΓΙΑΝΝΟΥΛΗ
- 2) *Όνομα:* ΕΛΕΝΗ
- 3) *Ημερομηνία γέννησης:* 12/09/1968
- 4) *Τόπος γέννησης:* Αγρίδι Ινάχου Αιτωλοακαρνανίας
- 5) *Οικογενειακή κατάσταση:* Έγγαμη
- 6) *Διεύθυνση κατοικίας:* Κολχίδος 67 – Ελληνικό – Αθήνα
- 7) *Τηλ. Οικίας:* 210-7015024 *Κινητό:* 6973-003832
- 8) *E-mail:* egiannou@med.uoa.gr & egiannou68@gmail.com

**B) ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ
ΠΑΗΡΟΦΟΡΙΕΣ**

- 1) *Ειδικότητα:* ΝΟΣΗΛΕΥΤΡΙΑ ΨΥΧΙΚΗΣ ΥΓΕΙΑΣ- ΨΥΧΟΛΟΓΟΣ – ΕΙΚΑΣΤΙΚΗ ΨΥΧΟΘΕΡΑΠΕΥΤΡΙΑ
- 2) *Παρούσα εργασία:* Εργάζομαι στο Αιγινήτειο Νοσοκομείο στο ψυχολογικό τμήμα του Νοσοκομείου. Από το 2003 εμπλέκομαι ψυχοθεραπευτικά στο Πρόγραμμα διαταραχών Προσωπικότητας και στο πρόγραμμα Διαταραχών Πρόσληψης Τροφής που διενεργούνται στην Πτέρυγα Σκαρπαλέζου του Νοσοκομείου
- 3) *Διάρκεια εργασίας:* 14 έτη (09/1997 ως σήμερα)
- 4) *Δ/ση εργασίας:* Βασιλ. Σοφίας 72-74, Αθήνα
- 5) *Τηλ.:* Εργασίας: 2107289185
- 6) *Άλλη επαγγελματική προϋπηρεσία:*
 - Α) 07/1985 ω 09/1987: Απασχόληση σε εργαστήριο φασόν ως γαζώτρια.
 - Β) 09/1987 ως 10/1989: Εργασία ως γαζώτρια και πωλήτρια στο κατάστημα υφασμάτων «ΠΑΝ» και παράλληλα πλασιέ βιβλίων για τον εκδοτικό οίκο «Σ. Ζαχαρόπουλος».
 - Γ) Εργασία ως αποκλειστική νοσηλεύτρια για δύο χρόνια στα Νοσοκομεία «Μεταξά» και «Ερυθρό Σταυρό», την περίοδο 1989 – 1991.
 - Δ) 01/1991 ως 06/1991: Πρακτική άσκηση ως ειδικευόμενη νοσηλεύτρια στο Νοσοκομείο «Ερυθρός Σταυρός».
 - Ε) 09/1992 ως 09/1994: Πλασιέ οδοντιατρικών κραμάτων στην εταιρεία «ΑΒ ΜΕΤΑΛ» και παράλληλα απασχόληση σε πιτσαρία ως παρασκευάστρια.
 - ΣΤ) Από το 1993 ως σήμερα μεταφράζω βιβλία ψυχιατρικής - ψυχολογικής ορολογίας από τα Αγγλικά στα Ελληνικά για διάφορους εκδοτικούς οίκους (Παριζιάνος, Πασχαλίδης κλπ) και διδάσκω Αγγλικά σε μαθητές όλων των επιπέδων.
 - Ζ) 09/1994-09/1995: Πωλήτρια σε ανθοπωλείο (ΕΝΤΕΛΒΑΙΣ) και παράλληλα ηχολήπτρια στο Θέατρο οδού Αντιοχείας.
 - Η) 11/1995 ως 10/1997: Εργασία με πλήρη απασχόληση σε κυκλικό ωράριο στο Κοινοτικό Σπίτι «ΘΕΤΙΣ» (Ξενώνας) με την ειδικότητα της νοσηλεύτριας – θεραπεύτριας υπό την αιγίδα της ΕΨΥΠΕ (Εταιρεία Ψυχοκοινωνικής Υγείας του Παιδιού και του Εφήβου).
 - Θ) Αύγουστος 1996,1997 και 1998 : Εργασία στην κατασκήνωση της Κερατέας ως συνοδός ατόμων με ειδικές ανάγκες που οργάνωσε η Π.Ο.Σ.Γ.Κ.Α.Μ.Ε.Α.

Γ) ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

1) Δευτεροβάθμια εκπαίδευση:

α) Είμαι απόφοιτη του τμήματος Νοσηλευτικής Α' της σχολής ΣΕΥΠ των ΤΕΙ Αθηνών

β) Είμαι απόφοιτη του τμήματος ψυχολογίας του εργαστηρίου Ελευθέρων Σπουδών Κ.Α.Σ.Ε (Κέντρο Ανθρωπιστικών Σπουδών και Ερευνών)

2) Πανεπιστημιακές Σπουδές:

Είμαι απόφοιτη του τμήματος Ψυχολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου

3) Έτος έναρξης Πτυχιακών Σπουδών:

Νοσηλευτική:1990

Ψυχολογία κ.α.σ.ε.:1991

Ψυχολογία Παντείου:2000

4) Έτος απόκτησης Πτυχίου:

Νοσηλευτική: 1995

Ψυχολογία κ.α.σ.ε.:1995

Ψυχολογία Παντείου: 09/2007

5) Βαθμός ή αξιολόγηση πτυχίου:

Νοσηλευτική: 7,4

Ψυχολογία κ.α.σ.ε.:άριστα

Ψυχολογία Παντείου: 7,5

6) Τίτλος Πτυχιακής Εργασίας:

α) Νοσηλευτική Αθηνών: «Τοξικομανία και Νοσηλευτικές παρεμβάσεις»

β) Ψυχολογία Κ.Α.Σ.Ε.: «Η κακοποίηση των παιδιών – ψυχολογικές παράμετροι- προτάσεις και λύσεις».

γ) Ψυχολογία Παντείου: «Η νευρογενής ανορεξία – νέες εναλλακτικές θεραπείες»

7) *Βαθμός ή αξιολόγηση της πτυχιακής εργασίας:*

α) Νοσηλευτική: 9

β) Κ.Α.Σ.Ε. : 9

γ) Πάντειο: 9

8) *Πτυχιακή εξειδίκευση: -*

9) *Ειδικότητα – Μεταπτυχιακές Σπουδές:*

α) Κατέχω από το 2000 την ειδικότητα της ψυχιατρικής νοσηλευτικής ειδικότητας

β) Κατέχω απ' το 2009 τον τίτλο της εικαστικής ψυχοθεραπεύτριας από Το Κέντρο Τέχνης και Ψυχοθεραπείας

γ) Απόφοιτος Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Διοίκηση Υγείας» του Πανεπιστημίου Πειραιώς

10) *Ξένες γλώσσες:*

α) Ιούνιος 1990: *Certificate of Proficiency in English*

β) Μάρτιος 1992: *Απόκτηση άδειας επάρκειας προσόντων στην Αγγλική γλώσσα.*

γ) Μάρτιος 1998: *ZERTIFICAT, Deutch as Fremdsprache.*

δ) Νοέμβριος 1998: *Diplôme d' études Franchaise D.E.L.F. 2nd Degre'*

11) *Γνώση Η/Υ:*

Άριστη γνώση του WORD και πολύ καλή γνώση των ACCESS, EXCEL & POWERPOINT.

12) ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ _ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΡΓΟ

1) *Ξενογλώσσες Δημοσιεύσεις:*

1) Giannouli H.¹, Perogamvros L. ², Berk A.¹, Sviggos A.¹and Vaslamatzis Gr.(2009) “Attitudes, knowledge and experience of Nurses working in Psychiatric Hospitals in Greece, regarding Borderline Personality Disorder: a comparative study” *Journal of Psychiatric and mental health nursing*”

2) *Ανακοινώσεις ξένων Συνεδρίων*

a)The role of Art therapy in an inpatient therapeutic program for severely disturbed borderline patients

*A. Pantagoutsou, H. Giannouli, G. Vaslamatzis
Department of Psychiatry, University of Athens-
Eginition Hospital, Athens, Greece in World Psychiatric Association-
Regional & Intersectional Congress- Advances in Psychiatry, Athens, 2005*

*b)SECURITY RULES AND BANNED ITEMS ON PSYCHIATRIC ACUTE
ADMISSION WARDS IN ATHENS – GREECE: THE ROLE OF THE
MENTAL HEALTH NURSE*

*Koukia E., Giannouli H., Gonis N, Douzenis A, Lykouras L
in the 4th European Conference on violence in Clinical Psychiatry,
Vienna, 2005*

3)Εκπαιδευτική εμπειρία:

Από το 1993 ως το 2005 έκανα ιδιαίτερα μαθήματα στην Αγγλική γλώσσα και σε όλα τα επίπεδα αυτής

Ε) ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Τρία χρόνια ατομική ψυχοδυναμική ψυχοθεραπεία με τον ψυχίατρο – ψυχαναλυτή Δημήτρη Αναστασόπουλο και πέντε χρόνια ομαδική εικαστική ψυχοθεραπεία με την ψυχολόγο- εικαστική ψυχοθεραπεύτρια Νιζέτα Αναγνωστοπούλου.

ΣΤ. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ

1. Μέλος του ΣΕΘΕ (ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΕΛΛΗΝΩΝ ΕΙΚΑΣΤΙΚΩΝ ΘΕΡΑΠΕΥΤΩΝ)
2. Μέλος της ΕΝΕ (ΕΝΩΣΗΣ ΝΟΣΗΛΕΥΤΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ),
3. Μέλος του ΣΕΨ (ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΕΛΛΗΝΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΩΝ)
4. Μέλος του ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΥ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΕΛΛΗΝΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΩΝ

ΣΤ) ΑΛΛΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ – ΑΣΧΟΛΙΕΣ - HOBBIES

Με ενδιαφέρει ο κινηματογράφος και το Θέατρο, η μουσική και τα ταξίδια.
Διαβάζω ελληνικά και αγγλικά βιβλία με ποικίλη θεματολογία.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α – ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

Highlights

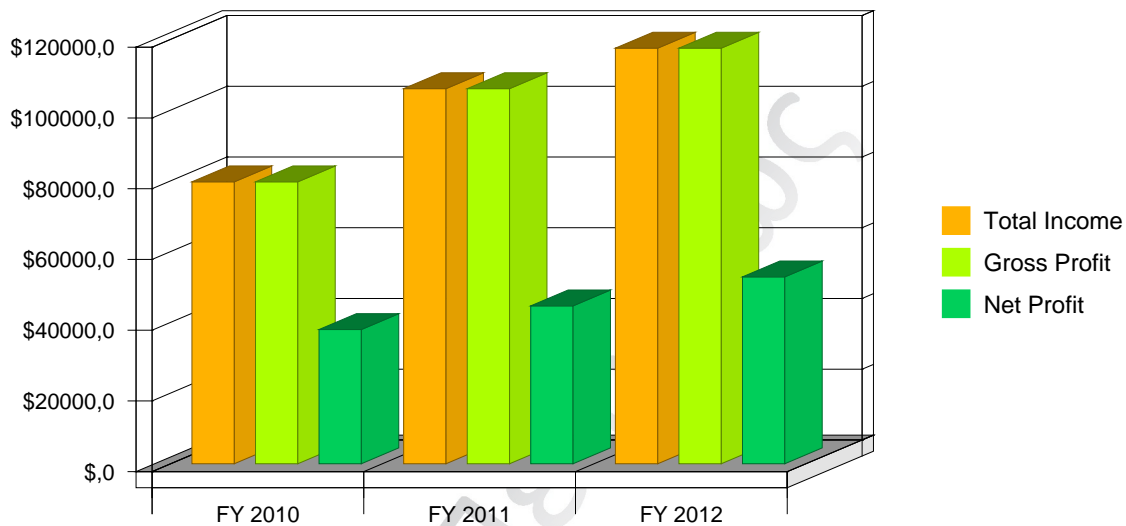


Table: Start-up

Start-up	
Requirements	
Start-up Expenses	
Ίδρυση Α.Ε.	\$18.000
Έξοδα διαμόρφωσης και εξοπλισμού του χώρου	\$10.000
Total Start-up Expenses	\$28.000
Start-up Assets	
Cash Required	\$0
Other Current Assets	\$0
Long-term Assets	\$0
Total Assets	\$0
Total Requirements	\$28.000

Start-up

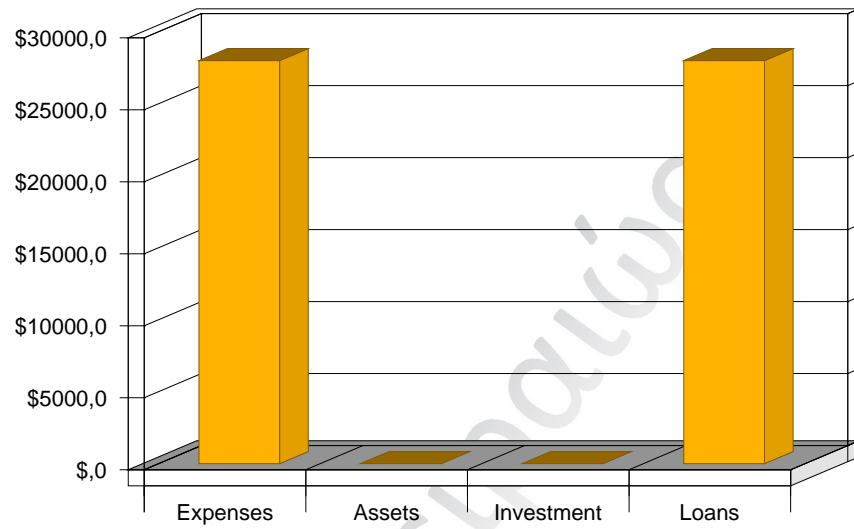


Table: Market Analysis

Market Analysis		2009	2010	2011	2012	2013	
Potential Customers	Growth						CAGR
Hospitals	0%	1	1	1	1	1	0,00%
Psychotherapy centers	0%	9	9	9	9	9	0,00%
Art Therapist	0%	10	10	10	10	10	0,00%
Dramatotherapist	0%	7	7	7	7	7	0,00%
Group Therapist	0%	20	20	20	20	20	0,00%
Total	0,00%	47	47	47	47	47	0,00%

Market Analysis (Pie)

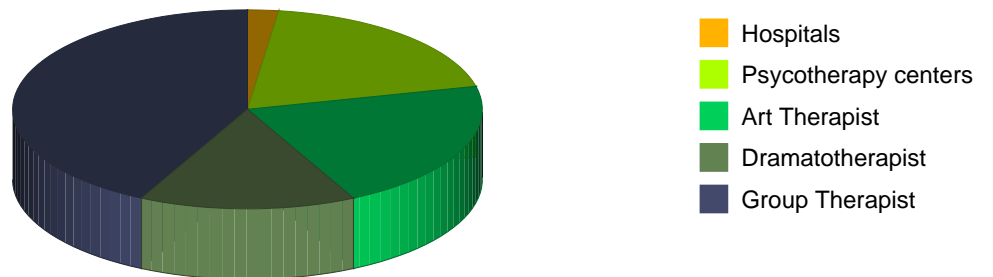
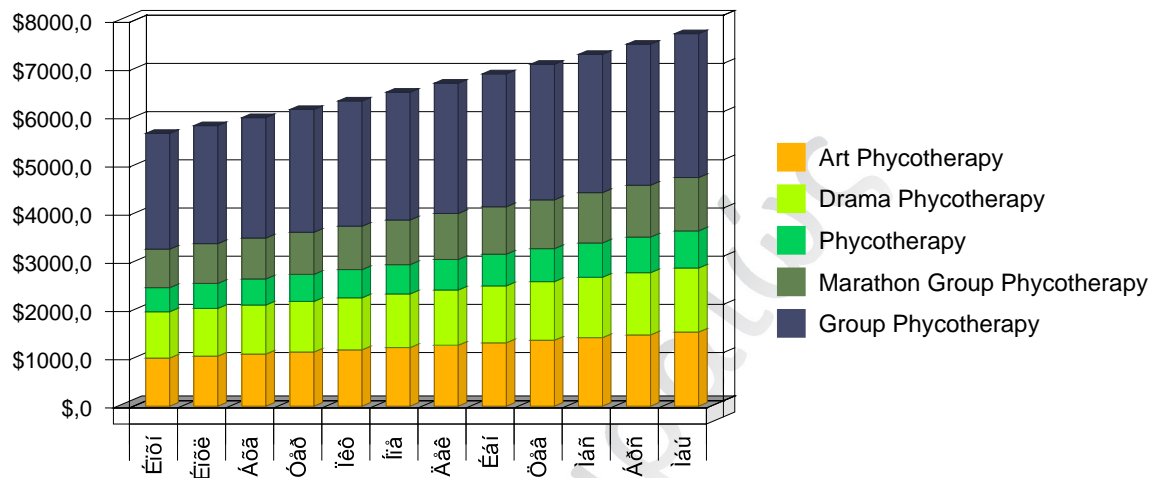


Table: Sales Forecast

Sales Forecast			
	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Unit Sales			
Art Phycotherapy	301	440	500
Drama Phycotherapy	227	312	380
Phycotherapy	150	201	250
Marathon Group Phycotherapy	142	188	200
Group Phycotherapy	644	805	900
Total Unit Sales	1.464	1.946	2.230
Unit Prices			
	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Art Phycotherapy	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Drama Phycotherapy	\$60,00	\$60,00	\$50,00
Phycotherapy	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Marathon Group Phycotherapy	\$80,00	\$80,00	\$80,00
Group Phycotherapy	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Sales			
Art Phycotherapy	\$15.02	\$21.998	\$25.000
Drama Phycotherapy	\$13.62	\$18.733	\$19.000
Phycotherapy	\$7.513	\$10.059	\$12.500
Marathon Group Phycotherapy	\$11.35	\$15.022	\$16.000
Group Phycotherapy	\$32.18	\$40.236	\$45.000
Total Sales	\$79.70	\$106.048	\$117.500
Direct Unit Costs			
	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Art Phycotherapy	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Drama Phycotherapy	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Phycotherapy	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Marathon Group Phycotherapy	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Group Phycotherapy	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Direct Cost of Sales			
Art Phycotherapy	\$0	\$0	\$0
Drama Phycotherapy	\$0	\$0	\$0
Phycotherapy	\$0	\$0	\$0
Marathon Group Phycotherapy	\$0	\$0	\$0
Group Phycotherapy	\$0	\$0	\$0
Subtotal Direct Cost of Sales	\$0	\$0	\$0

Sales Monthly



Sales by Year

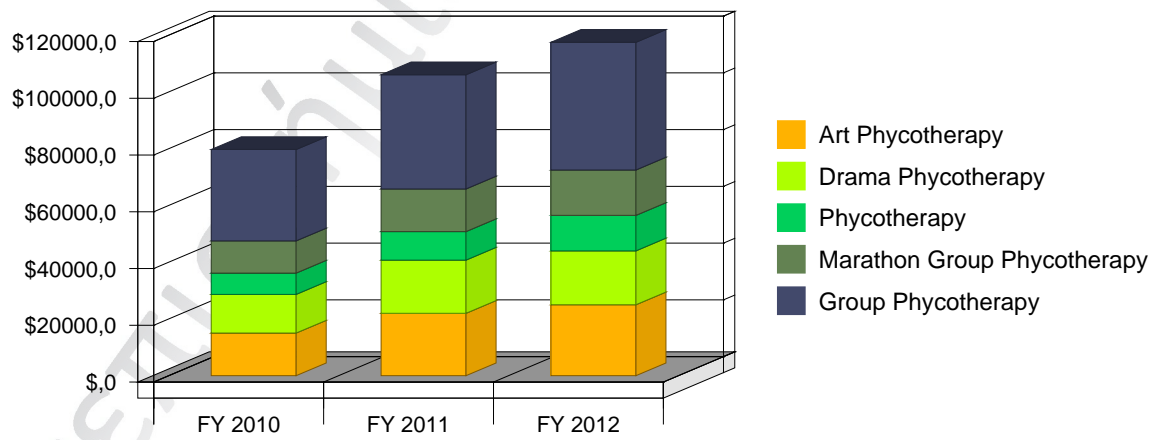


Table: Personnel

Personnel Plan	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Art Therapy	\$13.600	\$14.650	\$15.650
Drama Therapy	\$13.600	\$14.650	\$15.650
Group Therapy	\$13.600	\$14.650	\$15.650
Cleaning crew	\$600	\$600	\$600
Secretary	\$9.600	\$9.850	\$10.100
Total People	7	7	9
Total Payroll	\$51.000	\$54.400	\$57.650

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Table: Start-up Funding

Start-up Funding	
Start-up Expenses to Fund	\$28.000
Start-up Assets to Fund	\$0
Total Funding Required	\$28.000
Assets	
Non-cash Assets from Start-up	\$0
Cash Requirements from Start-up	\$0
Additional Cash Raised	\$0
Cash Balance on Starting Date	\$0
Total Assets	\$0
Liabilities and Capital	
Liabilities	
Current Borrowing	\$28.000
Long-term Liabilities	\$0
Accounts Payable (Outstanding Bills)	\$0
Other Current Liabilities (interest-free)	\$0
Total Liabilities	\$28.000
Capital	
Planned Investment	
Owner	\$0
Investor	\$0
Additional Investment Requirement	\$0
Total Planned Investment	\$0
Loss at Start-up (Start-up Expenses)	(\$28.000)
Total Capital	(\$28.000)
Total Capital and Liabilities	\$0
Total Funding	\$28.000

Benchmarks

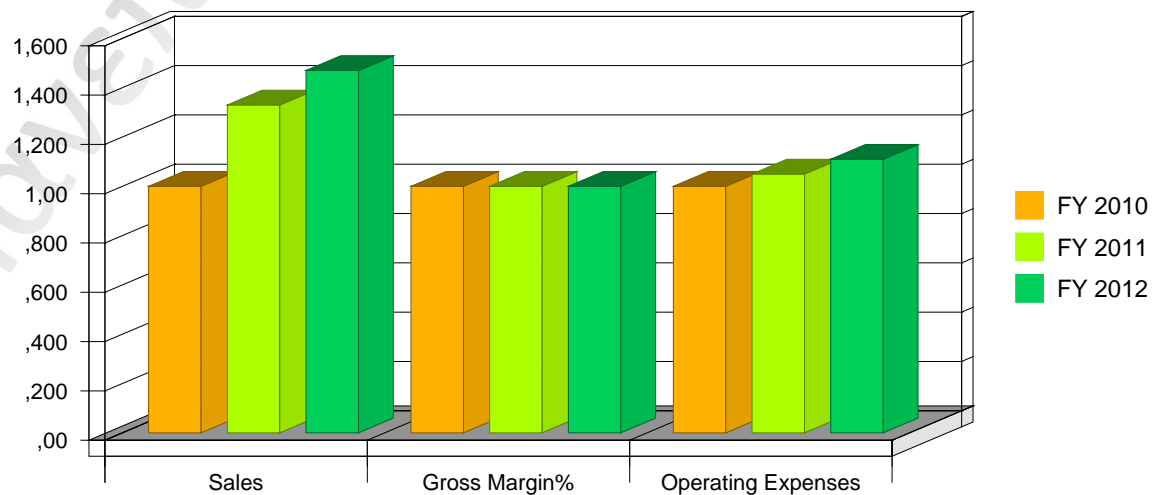
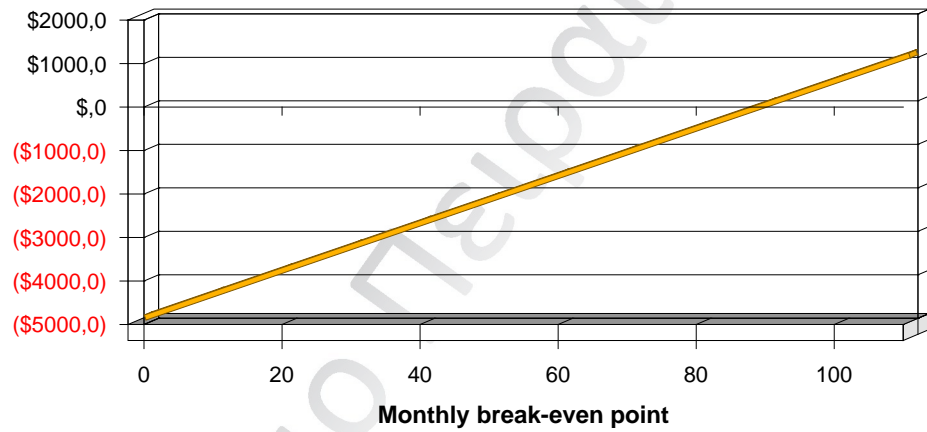


Table: Break-even Analysis

Break-even Analysis	
Monthly Units Break-even	89
Monthly Revenue Break-even	\$4.856
Assumptions:	
Average Per-Unit Revenue	\$54,44
Average Per-Unit Variable Cost	\$0,00
Estimated Monthly Fixed Cost	\$4.856

Break-even Analysis

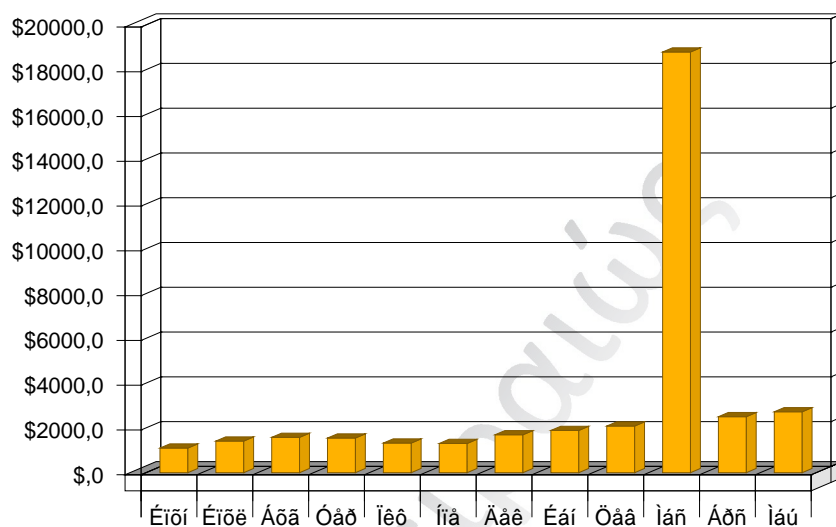


Break-even point = where line intersects with 0

Table: Profit and Loss

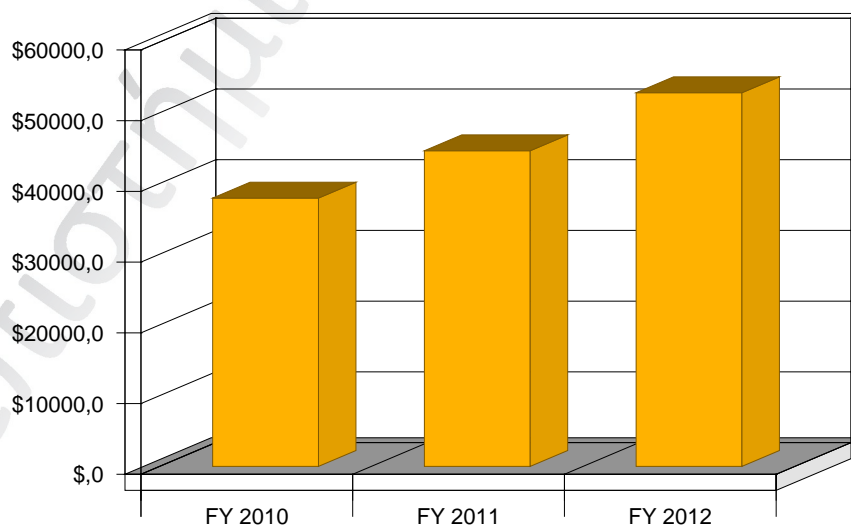
Pro Forma Profit and Loss			
	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Total Income	\$79.70 6	\$106.048	\$117.5 00
Cost of Goods Sold	\$0	\$0	\$0
Gross Profit	\$79.70 6	\$106.048	\$117.5 00
Gross Profit %	100,00 %	100,00%	100,00 %
Expenses			
Payroll	\$51.00	\$54.400	\$57.65
Marketing/Promotion	\$550	\$300	\$300
Depreciation	\$0	\$0	\$0
Rent	\$6.000	\$6.000	\$6.000
Bills	\$720	\$720	\$720
	-----	-----	-----
Total Expense	\$58.27	\$61.420	\$64.67
Profit Before Interest and Taxes	\$21.43	\$44.628	\$52.83
EBITDA	\$21.43	\$44.628	\$52.83
Other Income			
Epidotisi Ypourgeiou Anaptixis	\$16.50	\$0	\$0
	\$0	\$0	\$0
Total Other Income	\$16.50	\$0	\$0
Other Expense			
Other Expense Account Name	\$0	\$0	\$0
Other Expense Account Name	\$0	\$0	\$0
Total Other Expense	\$0	\$0	\$0
Net Other Income	\$16.50	\$0	\$0
Net Profit	\$37.93	\$44.628	\$52.83
Net Profit/Sales	47,59	42,08%	44,96

Profit Monthly

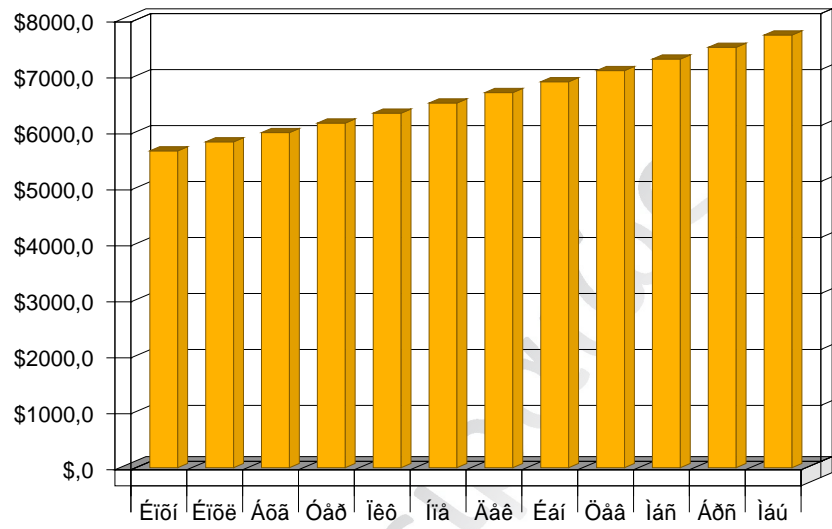


Στον πίνακα αυτόν εμφανίζεται η επιδότηση του Υπουργείου Ανάπτυξης και γιατί το Μάρτιο του 2010 υπάρχει τόσο μεγάλη αύξηση του κέρδους.

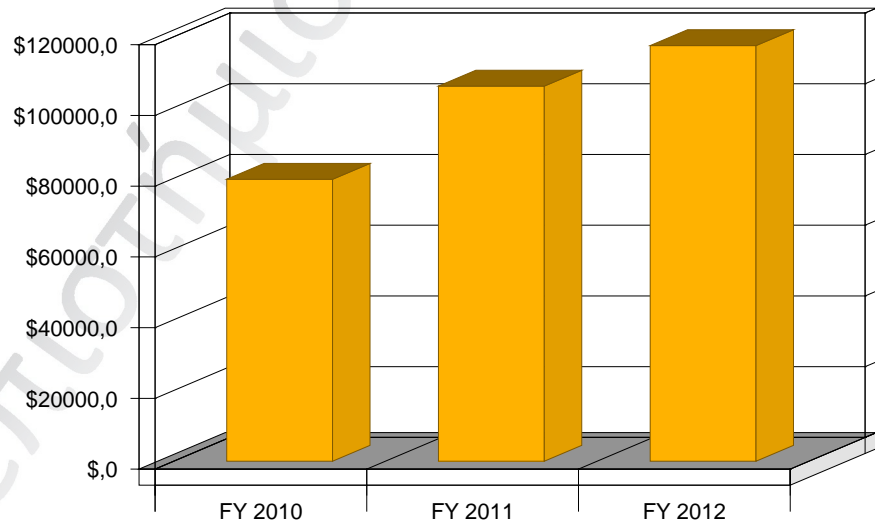
Profit Yearly



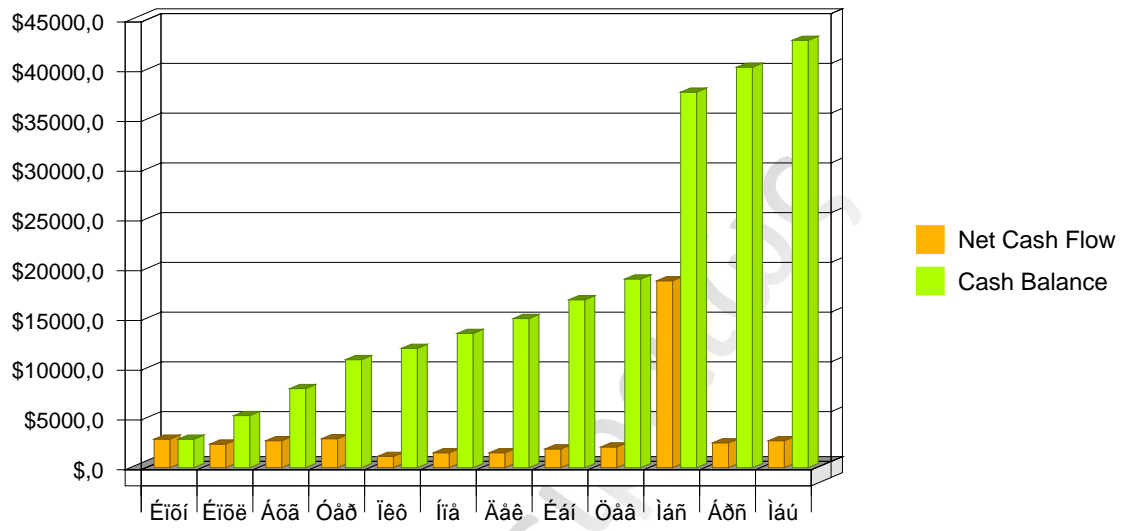
Gross Margin Monthly



Gross Margin Yearly



Cash



Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Table: Cash Flow

Pro Forma Cash Flow			
	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Cash Received			
Cash from Operations			
Cash Sales	\$79.70	\$106.048	\$117.500
Subtotal Cash from Operations	\$79.70	\$106.048	\$117.500
Additional Cash Received			
Non Operating (Other) Income	\$16.50	\$0	\$0
Sales Tax, VAT, HST/GST Received	\$15.14	\$20.149	\$22.325
New Current Borrowing	\$0	\$0	\$0
New Other Liabilities (interest-free)	\$0	\$0	\$0
New Long-term Liabilities	\$0	\$0	\$0
Sales of Other Current Assets	\$0	\$0	\$0
Sales of Long-term Assets	\$0	\$0	\$0
New Investment Received	\$0	\$0	\$0
Subtotal Cash Received	\$111.350	\$126.197	\$139.825
Expenditures			
Expenditures from Operations			
Cash Spending	\$51.00	\$54.400	\$57.650
Bill Payments	\$6.729	\$6.972	\$7.033
Subtotal Spent on Operations	\$57.72	\$61.372	\$64.683
Additional Cash Spent			
Non Operating (Other) Expense	\$0	\$0	\$0
Sales Tax, VAT, HST/GST Paid Out	\$0	\$0	\$0
Principal Repayment of Current Borrowing	\$10.671	\$17.151	\$0
Other Liabilities Principal Repayment	\$0	\$0	\$0
Long-term Liabilities Principal Repayment	\$0	\$0	\$0
Purchase Other Current Assets	\$0	\$0	\$0
Purchase Long-term Assets	\$0	\$0	\$0
Dividends	\$0	\$0	\$0
Subtotal Cash Spent	\$68.39	\$78.523	\$64.683
Net Cash Flow	\$42.95	\$47.674	\$75.142
Cash Balance	\$42.95	\$90.625	\$165.767

Table: Balance Sheet

Pro Forma Balance Sheet			
	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Assets			
Current Assets			
Cash	\$42.95	\$90.625	\$165.767
Other Current Assets	\$0	\$0	\$0
Total Current Assets	\$42.95	\$90.625	\$165.767
Long-term Assets			
Long-term Assets	\$0	\$0	\$0
Accumulated Depreciation	\$0	\$0	\$0
Total Long-term Assets	\$0	\$0	\$0
Total Assets	\$42.95	\$90.625	\$165.767
Liabilities and Capital			
	FY 2010	FY 2011	FY 2012
Current Liabilities			
Accounts Payable	\$541	\$590	\$577
Current Borrowing	\$17.32	\$178	\$178
Other Current Liabilities	\$15.14	\$35.293	\$57.618
Subtotal Current Liabilities	\$33.01	\$36.061	\$58.373
Long-term Liabilities	\$0	\$0	\$0
Total Liabilities	\$33.01	\$36.061	\$58.373
Paid-in Capital	\$0	\$0	\$0
Retained Earnings	(\$28.00)	\$9.936	\$54.564
Earnings	\$37.93	\$44.628	\$52.830
Total Capital	\$9.936	\$54.564	\$107.394
Total Liabilities and Capital	\$42.95	\$90.625	\$165.767
Net Worth	\$9.936	\$54.564	\$107.394

Table: Ratios και σύγκριση των στοιχείων της επιχείρησης με τον μέσο όρο του κλάδου της Αμερικής

Ratio Analysis	FY 2010	FY 2011	FY 2012	Industry Profile
Sales Growth	0,00%	33,05%	10,80%	5,50%
Percent of Total Assets				
Other Current Assets	0,00%	0,00%	0,00%	48,05%
Total Current Assets	100,00%	100,00%	100,00%	71,74%
Long-term Assets	0,00%	0,00%	0,00%	28,26%
Total Assets	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Current Liabilities				
Long-term Liabilities	76,87%	39,79%	35,21%	24,05%
Total Liabilities	0,00%	0,00%	0,00%	19,73%
Net Worth	76,87%	39,79%	35,21%	43,78%
	23,13%	60,21%	64,79%	56,22%
Percent of Sales				
Sales	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Gross Margin	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Selling, General & Administrative Expenses	52,41%	57,92%	55,04%	17,88%
Advertising Expenses	0,69%	0,28%	0,26%	0,49%
Profit Before Interest and Taxes	26,89%	42,08%	44,96%	2,17%
Main Ratios				
Current	1,30	2,51	2,84	1,78
Quick	1,30	2,51	2,84	1,53
Total Debt to Total Assets	76,87%	39,79%	35,21%	48,92%
Pre-tax Return on Net Worth	215,74%	81,79%	49,19%	14,55%
Pre-tax Return on Assets	49,91%	49,24%	31,87%	28,48%
Additional Ratios				
Net Profit Margin	FY 2010	FY 2011	FY 2012	
Return on Equity	47,59%	42,08%	44,96%	n.a
	381,81%	81,79%	49,19%	n.a
Activity Ratios				
Accounts Payable Turnover	13,43	11,91	12,17	n.a
Payment Days	27	29	30	n.a
Total Asset Turnover	1,86	1,17	0,71	n.a
Debt Ratios				
Debt to Net Worth	3,32	0,66	0,54	n.a
Current Liab. to Liab.	1,00	1,00	1,00	n.a
Liquidity Ratios				
Net Working Capital	\$9.936	\$54.564	\$107.394	n.a
Interest Coverage	0,00	0,00	0,00	n.a
Additional Ratios				
Assets to Sales	0,54	0,85	1,41	n.a
Current Debt/Total Assets	77%	40%	35%	n.a
Acid Test	1,30	2,51	2,84	n.a
Sales/Net Worth	8,02	1,94	1,09	n.a
Dividend Payout	0,00	0,00	0,00	n.a

Table: Sales Forecast

Sales Forecast										
		IouV-09	IouA-09	Auy-09	Σεπ-09	Οκτ-09	Νοε-09	Δεκ-09	Iαν-10	Φεβ-10
Unit Sales										
Art Phycotherapy	3%	20	21	22	22	23	24	25	26	27
Drama Phycotherapy	3%	16	16	17	17	18	19	19	20	20
Phycotherapy	3%	10	10	11	11	12	12	13	13	14
Marathon Group Phycotherapy	2%	10	10	11	11	11	12	12	12	13
Group Phycotherapy	2%	48	49	50	51	52	53	54	55	56
Total Unit Sales		104	107	110	113	116	120	123	127	130
Unit Prices										
Art Phycotherapy		\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Drama Phycotherapy		\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Phycotherapy		\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Marathon Group Phycotherapy		\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
Group Phycotherapy		\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Sales										
Art Phycotherapy		\$1.000	\$1.040	\$1.082	\$1.125	\$1.170	\$1.217	\$1.265	\$1.316	\$1.369
Drama Phycotherapy		\$960	\$989	\$1.018	\$1.049	\$1.080	\$1.113	\$1.146	\$1.181	\$1.216
Phycotherapy		\$500	\$520	\$541	\$562	\$585	\$608	\$633	\$658	\$684
Marathon Group Phycotherapy		\$800	\$824	\$849	\$874	\$900	\$927	\$955	\$984	\$1.013
Group Phycotherapy		\$2.400	\$2.448	\$2.497	\$2.547	\$2.598	\$2.650	\$2.703	\$2.757	\$2.812
Total Sales		\$5.660	\$5.821	\$5.987	\$6.157	\$6.334	\$6.515	\$6.702	\$6.895	\$7.094
Direct Unit Costs										
Art Phycotherapy	0,00%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Drama Phycotherapy	0,00%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Phycotherapy	0,00%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Marathon Group Phycotherapy	0,00%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Group Phycotherapy	0,00%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Direct Cost of Sales										
Art Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Drama Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Marathon Group Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Group Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal Direct Cost of Sales		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

Table: Sales Forecast 2nd Year

Sales Forecast 2nd Year										
		IouV-10	IouA-10	AyY-10	Σεπ-10	Οκτ-10	Νοε-10	Δεκ-10	Ιαν-11	Φεβ-11
Unit Sales										
Art Phycotherapy	3%	31	32	33	34	35	36	37	38	39
Drama Phycotherapy	3%	22	23	23	24	25	26	26	27	28
Phycotherapy	3%	15	15	16	16	16	17	17	17	18
Marathon Group Phycotherapy	2%	14	14	15	15	15	15	16	16	16
Group Phycotherapy	2%	60	61	62	64	65	66	68	69	70
Total Unit Sales		142	145	149	152	156	160	164	167	171
Unit Prices										
Art Phycotherapy		\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Drama Phycotherapy		\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Phycotherapy		\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Marathon Group Phycotherapy		\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00	\$80,00
Group Phycotherapy		\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00	\$50,00
Sales										
Art Phycotherapy		\$1.550	\$1.597	\$1.644	\$1.694	\$1.745	\$1.797	\$1.851	\$1.906	\$1.963
Drama Phycotherapy		\$1.320	\$1.360	\$1.400	\$1.442	\$1.486	\$1.530	\$1.576	\$1.623	\$1.672
Phycotherapy		\$750	\$765	\$780	\$796	\$812	\$828	\$845	\$862	\$879
Marathon Group Phycotherapy		\$1.120	\$1.142	\$1.165	\$1.189	\$1.212	\$1.237	\$1.261	\$1.287	\$1.312
Group Phycotherapy		\$3.000	\$3.060	\$3.121	\$3.184	\$3.247	\$3.312	\$3.378	\$3.446	\$3.515
Total Sales		\$7.740	\$7.924	\$8.112	\$8.304	\$8.502	\$8.704	\$8.911	\$9.124	\$9.342
Direct Unit Costs										
Art Phycotherapy	0%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Drama Phycotherapy	0%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Phycotherapy	0%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Marathon Group Phycotherapy	0%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Group Phycotherapy	0%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Direct Cost of Sales										
Art Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Drama Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Marathon Group Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Group Phycotherapy		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal Direct Cost of Sales		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0

Table: Personnel

Personnel Plan		Ιουν-09	Ιουλ-09	Αυγ-09	Σεπ-09	Οκτ-09	Νοε-09	Δεκ-09	Ιαν-10	Φεβ-10
Art Therapy	0%	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200
Drama Therapy	0%	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200
Group Therapy	0%	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200
Cleaning crew	0%	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
Secretary	0%	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800
Total People		5	5	5	5	5	5	5	7	7
Total Payroll		\$3.850	\$3.850	\$3.850	\$3.850	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Table: Personnel 2nd Year

Personnel 2nd Year	Ιουν-10	Ιουλ-10	Αυγ-10	Σεπ-10	Οκτ-10	Νοε-10	Δεκ-10	Ιαν-11	Φεβ-11
Art Therapy	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.250	\$1.250
Drama Therapy	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.250	\$1.250
Group Therapy	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.200	\$1.250	\$1.250
Cleaning crew	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
Secretary	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800	\$800	\$850	\$850
Total People	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Total Payroll	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.650	\$4.650

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Table: Profit and Loss

Pro Forma Profit and Loss	IouV-09	Iouλ-09	Aυγ-09	Σεπ-09	Οκτ-09	Νοε-09	Δεκ-09	Ιαν-10	Φεβ-10
Total Income	\$5.660	\$5.821	\$5.987	\$6.157	\$6.334	\$6.515	\$6.702	\$6.895	\$7.094
Cost of Goods Sold	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gross Profit	\$5.660	\$5.821	\$5.987	\$6.157	\$6.334	\$6.515	\$6.702	\$6.895	\$7.094
Gross Profit %	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Expenses									
Payroll	\$3.850	\$3.850	\$3.850	\$3.850	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450
Marketing/Promotion	\$150	\$0	\$0	\$200	\$0	\$200	\$0	\$0	\$0
Depreciation	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Rent	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500
Bills	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60
Total Expense	\$4.560	\$4.410	\$4.410	\$4.610	\$5.010	\$5.210	\$5.010	\$5.010	\$5.010
Profit Before Interest and Taxes	\$1.100	\$1.411	\$1.577	\$1.547	\$1.324	\$1.305	\$1.692	\$1.885	\$2.084
EBITDA	\$1.100	\$1.411	\$1.577	\$1.547	\$1.324	\$1.305	\$1.692	\$1.885	\$2.084
Other Income									
Epidotisi Ypourgeiou Anaptixis	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Other Income	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Other Expense									
Other Expense Account Name	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Other Expense Account Name	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Other Expense	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Net Other Income	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Net Profit	\$1.100	\$1.411	\$1.577	\$1.547	\$1.324	\$1.305	\$1.692	\$1.885	\$2.084
Net Profit/Sales	19,43%	24,24%	26,33%	25,13%	20,90%	20,03%	25,25%	27,34%	29,38%

Table: Profit and Loss 2nd Year

Profit and Loss 2nd Year										
		Ιουv-10	Ιουλ-10	Αυγ-10	Σεπ-10	Οκτ-10	Νοε-10	Δεκ-10	Ιανv-11	Φεβ-11
Total Income		\$7.740	\$7.924	\$8.112	\$8.304	\$8.502	\$8.704	\$8.911	\$9.124	\$9.342
Cost of Goods Sold		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gross Profit		\$7.740	\$7.924	\$8.112	\$8.304	\$8.502	\$8.704	\$8.911	\$9.124	\$9.342
Gross Profit %		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Expenses										
Payroll		\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.650	\$4.650
Marketing/Promotion	5%	\$50	\$0	\$0	\$50	\$0	\$50	\$0	\$50	\$0
Depreciation	5%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Rent	5%	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500
Bills	5%	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60
Total Expense		\$5.060	\$5.010	\$5.010	\$5.060	\$5.010	\$5.060	\$5.010	\$5.260	\$5.210
Profit Before Interest and Taxes		\$2.680	\$2.914	\$3.102	\$3.244	\$3.492	\$3.644	\$3.901	\$3.864	\$4.132
EBITDA		\$2.680	\$2.914	\$3.102	\$3.244	\$3.492	\$3.644	\$3.901	\$3.864	\$4.132
Other Income										
Epidotisi Ypourgeiou Anaptixis		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Other Income		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Other Expense										
Other Expense Account Name		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Other Expense Account Name		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Other Expense		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Net Other Income		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Net Profit		\$2.680	\$2.914	\$3.102	\$3.244	\$3.492	\$3.644	\$3.901	\$3.864	\$4.132
Net Profit/Sales		34,63%	36,77%	38,24%	39,07%	41,07%	41,87%	43,78%	42,35%	44,23%

Table: Cash Flow

Pro Forma Cash Flow	IouV-09	IouA-09	Auy-09	Σεπ-09	Οκτ-09	Νοε-09	Δεκ-09	Ιαν-10	Φεβ-10	
Cash Received										
Cash from Operations										
Cash Sales	\$5.660	\$5.821	\$5.987	\$6.157	\$6.334	\$6.515	\$6.702	\$6.895	\$7.094	
Subtotal Cash from Operations	\$5.660	\$5.821	\$5.987	\$6.157	\$6.334	\$6.515	\$6.702	\$6.895	\$7.094	
Additional Cash Received										
Non Operating (Other) Income	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Sales Tax, VAT, HST/GST Received	19,00%	\$1.075	\$1.106	\$1.137	\$1.170	\$1.203	\$1.238	\$1.273	\$1.310	\$1.348
New Current Borrowing	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
New Other Liabilities (interest-free)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
New Long-term Liabilities	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Sales of Other Current Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Sales of Long-term Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
New Investment Received	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Subtotal Cash Received	\$6.735	\$6.927	\$7.124	\$7.327	\$7.537	\$7.753	\$7.976	\$8.205	\$8.442	
Expenditures	IouV-09	IouA-09	Auy-09	Σεπ-09	Οκτ-09	Νοε-09	Δεκ-09	Ιαν-10	Φεβ-10	
Expenditures from Operations										
Cash Spending	\$3.850	\$3.850	\$3.850	\$3.850	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	
Bill Payments	\$24	\$705	\$560	\$567	\$753	\$567	\$753	\$560	\$560	
Subtotal Spent on Operations	\$3.874	\$4.555	\$4.410	\$4.417	\$5.203	\$5.017	\$5.203	\$5.010	\$5.010	
Additional Cash Spent										
Non Operating (Other) Expense	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Sales Tax, VAT, HST/GST Paid Out	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Principal Repayment of Current Borrowing	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1.200	\$1.236	\$1.273	\$1.311	\$1.351	
Other Liabilities Principal Repayment	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Long-term Liabilities Principal Repayment	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Purchase Other Current Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Purchase Long-term Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Dividends	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Subtotal Cash Spent	\$3.874	\$4.555	\$4.410	\$4.417	\$6.403	\$6.253	\$6.476	\$6.321	\$6.361	
Net Cash Flow	\$2.862	\$2.372	\$2.714	\$2.911	\$1.134	\$1.500	\$1.499	\$1.884	\$2.082	
Cash Balance	\$2.862	\$5.233	\$7.947	\$10.858	\$11.992	\$13.492	\$14.991	\$16.875	\$18.957	

Table: Cash Flow 2nd Year

Cash Flow 2nd Year	IouV-10	IouA-10	Auy-10	Σεπ-10	Οκτ-10	Νοε-10	Δεκ-10	Ιαν-11	Φεβ-11
Cash Received									
Cash from Operations									
Cash Sales	\$7.740	\$7.924	\$8.112	\$8.304	\$8.502	\$8.704	\$8.911	\$9.124	\$9.342
Subtotal Cash from Operations	\$7.740	\$7.924	\$8.112	\$8.304	\$8.502	\$8.704	\$8.911	\$9.124	\$9.342
Additional Cash Received									
Non Operating (Other) Income	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Sales Tax, VAT, HST/GST Received	\$1.471	\$1.505	\$1.541	\$1.578	\$1.615	\$1.654	\$1.693	\$1.734	\$1.775
New Current Borrowing	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
New Other Liabilities (interest-free)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
New Long-term Liabilities	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Sales of Other Current Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Sales of Long-term Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
New Investment Received	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal Cash Received	\$9.211	\$9.429	\$9.653	\$9.882	\$10.117	\$10.358	\$10.604	\$10.857	\$11.117
Expenditures									
Expenditures from Operations									
Cash Spending	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.450	\$4.650	\$4.650
Bill Payments	\$562	\$608	\$560	\$562	\$608	\$562	\$608	\$562	\$608
Subtotal Spent on Operations	\$5.012	\$5.058	\$5.010	\$5.012	\$5.058	\$5.012	\$5.058	\$5.212	\$5.258
Additional Cash Spent									
Non Operating (Other) Expense	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Sales Tax, VAT, HST/GST Paid Out	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Principal Repayment of Current Borrowing	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500	\$1.500
Other Liabilities Principal Repayment	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Long-term Liabilities Principal Repayment	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Purchase Other Current Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Purchase Long-term Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Dividends	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Subtotal Cash Spent	\$6.512	\$6.558	\$6.510	\$6.512	\$6.558	\$6.512	\$6.558	\$6.712	\$6.758
Net Cash Flow	\$2.699	\$2.871	\$3.143	\$3.370	\$3.559	\$3.846	\$4.046	\$4.146	\$4.358
Cash Balance	\$45.649	\$48.520	\$51.663	\$55.033	\$58.592	\$62.438	\$66.484	\$70.630	\$74.988

Table: Balance Sheet

Pro Forma Balance Sheet

Assets	Starting Balances	Ιουv-09	Ιουλ-09	Αυγ-09	Σεπ-09	Οκτ-09	Νοε-09	Δεκ-09	Ιαν-10	Φεβ-10
Current Assets										
Cash	\$0	\$2.862	\$5.233	\$7.947	\$10.858	\$11.992	\$13.492	\$14.991	\$16.875	\$18.957
Other Current Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Current Assets	\$0	\$2.862	\$5.233	\$7.947	\$10.858	\$11.992	\$13.492	\$14.991	\$16.875	\$18.957
Long-term Assets										
Long-term Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Accumulated Depreciation	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Long-term Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Assets	\$0	\$2.862	\$5.233	\$7.947	\$10.858	\$11.992	\$13.492	\$14.991	\$16.875	\$18.957
Liabilities and Capital										
Current Liabilities										
Accounts Payable	\$0	\$686	\$541	\$541	\$735	\$541	\$735	\$541	\$541	\$541
Current Borrowing	\$28.000	\$28.000	\$28.000	\$28.000	\$28.000	\$26.800	\$25.564	\$24.291	\$22.980	\$21.629
Other Current Liabilities	\$0	\$1.075	\$2.181	\$3.319	\$4.489	\$5.692	\$6.930	\$8.203	\$9.513	\$10.861
Subtotal Current Liabilities	\$28.000	\$29.762	\$30.723	\$31.860	\$33.223	\$33.033	\$33.229	\$33.036	\$33.034	\$33.032
Long-term Liabilities										
Long-term Liabilities	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Liabilities	\$28.000	\$29.762	\$30.723	\$31.860	\$33.223	\$33.033	\$33.229	\$33.036	\$33.034	\$33.032
Capital										
Paid-in Capital	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Retained Earnings	(\$28.000)	(\$28.000)	(\$28.000)	(\$28.000)	(\$28.000)	(\$28.000)	(\$28.000)	(\$28.000)	(\$28.000)	(\$28.000)
Earnings	\$0	\$1.100	\$2.511	\$4.087	\$5.635	\$6.958	\$8.263	\$9.956	\$11.841	\$13.925
Total Capital	(\$28.000)	(\$26.900)	(\$25.489)	(\$23.913)	(\$22.365)	(\$21.042)	(\$19.737)	(\$18.044)	(\$16.159)	(\$14.075)
Total Liabilities and Capital	\$0	\$2.862	\$5.233	\$7.947	\$10.858	\$11.992	\$13.492	\$14.991	\$16.875	\$18.957
Net Worth	(\$28.000)	(\$26.900)	(\$25.489)	(\$23.913)	(\$22.365)	(\$21.042)	(\$19.737)	(\$18.044)	(\$16.159)	(\$14.075)

Πανεπιστήμιο

Table: Balance Sheet 2nd Year

Balance Sheet 2nd Year	IouV-10	Iouλ-10	Auy-10	Σεπ-10	Οκτ-10	Νοε-10	Δεκ-10	Ιαν-11	Φεβ-11	Μαρ-11
Assets										
Current Assets										
Cash	\$45.649	\$48.520	\$51.663	\$55.033	\$58.592	\$62.438	\$66.484	\$70.630	\$74.988	\$79.137
Other Current Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Current Assets	\$45.649	\$48.520	\$51.663	\$55.033	\$58.592	\$62.438	\$66.484	\$70.630	\$74.988	\$79.137
Long-term Assets										
Long-term Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Accumulated Depreciation	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Long-term Assets	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Assets	\$45.649	\$48.520	\$51.663	\$55.033	\$58.592	\$62.438	\$66.484	\$70.630	\$74.988	\$79.137
Liabilities and Capital										
Current Liabilities										
Accounts Payable	\$590	\$541	\$541	\$590	\$541	\$590	\$541	\$590	\$541	\$590
Current Borrowing	\$15.829	\$14.329	\$12.829	\$11.329	\$9.829	\$8.329	\$6.829	\$5.329	\$3.829	\$2.329
Other Current Liabilities	\$16.615	\$18.120	\$19.661	\$21.239	\$22.854	\$24.508	\$26.201	\$27.935	\$29.710	\$31.485
Subtotal Current Liabilities	\$33.034	\$32.991	\$33.032	\$33.158	\$33.225	\$33.427	\$33.572	\$33.854	\$34.080	\$34.304
Long-term Liabilities										
Long-term Liabilities	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Liabilities	\$33.034	\$32.991	\$33.032	\$33.158	\$33.225	\$33.427	\$33.572	\$33.854	\$34.080	\$34.304
Capital										
Paid-in Capital	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Retained Earnings	\$9.936	\$9.936	\$9.936	\$9.936	\$9.936	\$9.936	\$9.936	\$9.936	\$9.936	\$9.936
Earnings	\$2.680	\$5.594	\$8.695	\$11.939	\$15.431	\$19.075	\$22.976	\$26.840	\$30.972	\$35.308
Total Capital	\$12.616	\$15.529	\$18.631	\$21.875	\$25.367	\$29.011	\$32.912	\$36.776	\$40.907	\$44.833
Total Liabilities and Capital	\$45.649	\$48.520	\$51.663	\$55.033	\$58.592	\$62.438	\$66.484	\$70.630	\$74.988	\$79.137
Net Worth	\$12.616	\$15.529	\$18.631	\$21.875	\$25.367	\$29.011	\$32.912	\$36.776	\$40.907	\$44.833

Πανεπιστήμιο

Confidentiality Agreement

The undersigned reader acknowledges that the information provided by TFT Spirit in this business plan is confidential; therefore, reader agrees not to disclose it without the express written permission of TFT Spirit

It is acknowledged by reader that information to be furnished in this business plan is in all respects confidential in nature, other than information which is in the public domain through other means and that any disclosure or use of same by reader, may cause serious harm or damage.

Signature

Name (typed or printed)

Date

This is a business plan. It does not imply an offering of securities.

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Θ

ΕΝΤΥΠΟ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ - ΤΥΠΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

ΠΑΡΕΤΕΛΕΤΗΚΑ ΠΕΡΑΙΩΣ

1. ΠΕΠ – Θεματική Ενότητα που υποβάλλεται η πρόταση	
Περιφέρεια	
ΠΕΠ –Άξονας Προτεραιότητας	
Θεματική Ενότητα	
Γεωγραφική ζώνη	

2. Βασικά Στοιχεία Δικαιούχου της Επένδυσης			
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ			
Λειτουργία Επιχείρησης	Συνεχής <input type="checkbox"/>	Εποχική <input type="checkbox"/>	
Μέγεθος Επιχείρησης	Πολύ Μικρή <input type="checkbox"/>	Μικρή <input type="checkbox"/>	
ΚΑΔ 2008 - Θ.Ε. Μεταποίηση			
ΚΑΔ 2008 - Θ.Ε. Εμπόριο			
ΚΑΔ 2008 - Θ.Ε. Υπηρεσίες			
ΚΑΔ 2008 - Θ.Ε. Τουρισμός			
Κωδικός NACE			
ΚΑΔ 1997 - Θ.Ε. Μεταποίηση			
ΚΑΔ 1997 - Θ.Ε. Εμπόριο			
ΚΑΔ 1997 - Θ.Ε. Υπηρεσίες			
ΚΑΔ 1997 - Θ.Ε. Τουρισμός			
Η επιχείρηση είναι Franchise ή λειτουργεί ως αντιπροσωπεία; (αν ΝΑΙ αναφέρατε το brand name)	ΝΑΙ	ΟΧΙ	
Είδος Βιβλίων			
Α.Φ.Μ.			
Δ.Ο.Υ.			
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ			
ΝΟΜΟΣ			
ΔΗΜΟΣ			
ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ			

ΔΙΕΥΘΥΝΣ Η ΕΔΡΑΣ	ΟΔΟΣ - ΑΡΙΘΜΟΣ				
	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ				
	ΤΑΧ. ΚΩΔΙΚΑΣ				
ΤΗΛΕΦΩΝΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ					
FAX					
Website					
e-mail					
ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ	A.E.	E.Π.Ε.	O.E.	E.E.	ΑΤΟΜΙΚ Η
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Στοιχεία μεγέθους επιχείρησης				
Ποσοστό του κύκλου εργασιών που αντιστοιχεί σε κάθε δραστηριότητα της επιχείρησης.	Μεταποίηση	Τουρισμός	Εμπόριο	Υπηρεσίες
Κύκλος εργασιών (ή σύνολο στοιχείων ενεργητικού) Μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών τελευταίας τριετίας ή μέσο σύνολο ενεργητικού τριετίας (ποσό σε €)				
Αριθμός απασχολουμένων κατά την τελευταία πλήρη κλεισμένη διαχειριστική χρήση (σε Ε.Μ.Ε.)				

4. Στοιχεία Νομίμου Εκπροσώπου	
ΕΠΩΝΥΜΟ	
ΟΝΟΜΑ	
Α.Φ.Μ.	
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	ΟΔΟΣ - ΑΡΙΘΜΟΣ
	ΠΟΛΗ
	ΤΑΧ. ΚΩΔΙΚΑΣ
	ΝΟΜΟΣ
ΤΗΛΕΦΩΝΟ (Σταθερό)	
ΤΗΛΕΦΩΝΟ (Κινητό)	
FAX	

e-mail	
--------	--

5.	Στοιχεία Υπεύθυνου Έργου	
	(Σε περίπτωση που είναι διαφορετικό πρόσωπο από το Νόμιμο Εκπρόσωπο)	
	ΕΠΩΝΥΜΟ	
	ΟΝΟΜΑ	
	Α.Φ.Μ.	
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙ ΑΣ	ΟΔΟΣ - ΑΡΙΘΜΟΣ	
	ΠΟΛΗ	
	ΤΑΧ. ΚΩΔΙΚΑΣ	
	ΝΟΜΟΣ	
	ΤΗΛΕΦΩΝΟ (Σταθερό)	
	ΤΗΛΕΦΩΝΟ (Κινητό)	
	FAX	
	e-mail	

6. Στοιχεία εταιρών ή μετόχων του φορέα που προτείνει την επένδυση			
α/α	Ποσοστό (%)	Όνοματεπώνυμο ή Επωνυμία	Είδος Προσώπου
		Χώρα κύριας εγκατάστασης ή διαμονής	
		A.Φ.Μ.	
		Δ.Ο.Υ.	
		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (Οδός –Αριθμός – Τ.Κ. Δήμος)	
		Τηλέφωνο Επικοινωνίας	
		Fax	
		e-mail	
		Κύρια δραστηριότητα εταιρού ή μετόχου	
		Θέση του Εταίρου / Μετόχου στο Φορέα Επένδυσης	
α/α	Ποσοστό (%)	Όνοματεπώνυμο ή Επωνυμία	Είδος Προσώπου
		Χώρα κύριας εγκατάστασης ή διαμονής	
		A.Φ.Μ.	
		Δ.Ο.Υ.	
		ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (Οδός –Αριθμός – Τ.Κ. Δήμος)	
		Τηλέφωνο Επικοινωνίας	
		Fax	
		e-mail	
		Κύρια δραστηριότητα εταιρού ή μετόχου	
		Θέση του Εταίρου / Μετόχου στο Φορέα Επένδυσης	

7.1 Ιστορικό Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Ενδεικτικά και όχι περιοριστικά, επισημαίνονται: η γνώση των συνθηκών της αγοράς και του κλάδου της προτεινόμενης επένδυσης, η προηγούμενη επαγγελματική και επιχειρηματική δραστηριότητα, η χρονική περίοδος δραστηριοποίησης, οι γνώσεις – σπουδές επί του αντικείμενου της επένδυσης.

7.2 Εμπειρία φορέα επένδυσης σε σχετικό αντικείμενο

Εμπειρία	1 ^{ος} μέτοχος/ εταίρος	2 ^{ος} μέτοχος/ εταίρος	3 ^{ος} μέτοχος/ εταίρος
Από 0 έως 5 έτη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Από 6 έως 10 έτη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Από 11 έως 15 έτη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Από 16 έως 20 έτη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πάνω από 20 έτη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7.3 Σπουδές σχετικές με το αντικείμενο

Σπουδές	1 ^{ος} μέτοχος/ εταίρος	2 ^{ος} μέτοχος/ εταίρος	3 ^{ος} μέτοχος/ εταίρος
Όχι υποχρεωτική Εκπαίδευση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υποχρεωτική Εκπαίδευση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μέση Εκπαίδευση (λύκειο, ΤΕΕ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ανώτερη Εκπαίδευση (π.χ. ΙΕΚ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ανώτατη Εκπαίδευση (ΤΕΙ, ΑΕΙ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μεταπτυχιακές Σπουδές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7.4 Επαγγελματική κατάρτιση σχετική με το αντικείμενο

Κατάρτιση	1^{ος} μέτοχος/ εταίρος	2^{ος} μέτοχος/ Εταίρος	3^{ος} μέτοχος/ Εταίρος
Καθόλου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μέχρι 75 ώρες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
76 - 150 ώρες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πάνω από 150 ώρες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Οικονομικά Στοιχεία της Επιχείρησης

(I) Κύκλος Εργασιών κατά την περίοδο v-3 έως v-1	v-3		v-2		v-1	
	Από	Έως	Από	Έως	Από	Έως
(II) Κέρδη προ αποσβέσεων και φόρων κατά την περίοδο v-2 έως v-1	v-2		v-1			
(III) Ξένα κεφάλαια χρήσης v-1:						
Ξένα κεφάλαια χρήσης v-2						
(IV) Ίδια κεφάλαια χρήσης v-1:						
Ίδια κεφάλαια χρήσης v-2						
(V) Αγορές v-1:						
(VI) Πληρωμές προς τρίτους v-1:						

9.**Επενδύσεις που χρηματοδοτήθηκαν ή χρηματοδοτούνται με τον Κανόνα De Minimis
(αφορά την επιχείρηση που υποβάλλει πρόταση και τις τυχόν συνδεδεμένες με αυτήν επιχειρήσεις)**

a/a	Όνομασία Προγ/τος	Ημερομ Εγκρίσης	Εγκεκριμένη επιχ/ση	Ποσό καταβληθείσας επιχορήγησης (Δόση)	Ημερομ. καταβολής	Τρέχουσα φάση εξέλιξης του έργου		
						Πριν την υπογραφή της σύμβασης	Σε εξέλιξη	Ολοκληρωμένο

10. Προτεινόμενη Επένδυση	
Κωδικός ΚΑΔ της επιχείρησης που ενισχύεται από την επένδυση	
ΚΑΔ 2008 - Θ.Ε. Μεταποίηση	
ΚΑΔ 2008 - Θ.Ε. Εμπόριο	
ΚΑΔ 2008 - Θ.Ε. Υπηρεσίες	
ΚΑΔ 2008 - Θ.Ε. Τουρισμός	
Σύντομη Περιγραφή της Επένδυσης	

11. Στοιχεία Τόπου Εγκατάστασης της προτεινόμενης επένδυσης	
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	
ΝΟΜΟΣ	
ΔΗΜΟΣ	
Δημοτικό διαμέρισμα	
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΟΔΟΣ -
ΕΔΡΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ
	ΤΑΧ. ΚΩΔΙΚΑΣ
ΤΗΛΕΦΩΝΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
FAX	
e-mail	

12. Συνοπτική Παρουσίαση της Επενδυτικής Πρότασης	
Επιλέξιμη Ενέργεια	Περιγραφή Ενέργειας

13. Αναλυτικός πίνακας δαπανών							
α/α	Κ. Ε.	Κ.Δ.	Τεχνική Περιγραφή	Μονάδα Μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή Μονάδας	Συνολική Τιμή
A/A προσφοράς ή προτιμολογίου :							
Ημερομηνία έκδοσης προσφοράς :							
Προμηθευτής :			Περιφέρεια				
ΑΦΜ Προμηθευτή :							
Τεχνικά Χαρακτηριστικά							
Τεκμηρίωση συμβατότητας με							
α/α	Κ. Ε.	Κ.Δ .	Περιγραφή	Μονάδα Μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή Μονάδα ς	Συνολικ ή Τιμή
A/A προσφοράς :							
Ημερομηνία έκδοσης προσφοράς :							
Προμηθευτής :							
ΑΦΜ Προμηθευτή :							
Τεχνικά Χαρακτηριστικά:							
Τεκμηρίωση συμβατότητας με							
α/α	Κ. Ε.	Κ.Δ .	Περιγραφή	Μονάδα Μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή Μονάδα ς	Συνολικ ή Τιμή
A/A προσφοράς :							
Ημερομηνία έκδοσης προσφοράς :							
Προμηθευτής :							
ΑΦΜ Προμηθευτή :							
Τεχνικά Χαρακτηριστικά:							
Τεκμηρίωση συμβατότητας με							

Πίνακας 14 - Συνδυασμός Επιλέξιμων Ενεργειών και Επιλέξιμων Δαπανών

A/A	Επιλέξιμες Ενέργειες	Κατ. 1	Κατ. 2	Κατ. 3	Κατ. 4	Κατ. 5	Κατ. 6	Κατ. 7	Κατ. 8	Κατ. 9
	Μεταποίηση	Κτίρια και εγκαταστάσεις	Μηχανήματα - Εξοπλισμός	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις Προστασίας Περιβάλλοντος.	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις εξοικονόμησης ενέργειας	Συστήματα Αυτοματοποίησης	Δικαιώματα τεχνογνωσίας	Πιστοποίηση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας	Προβολή - Προώθηση	Αμοιβές Συμβούλων
1	Δημιουργία, επέκταση, αποπεράτωση, εκσυγχρονισμός χώρων παραγωγής, αποθήκευσης, διάθεσης, λειτουργίας και διοίκησης της επιχείρησης.	*				*				*
2	Διαφοροποίηση, εκσυγχρονισμός διαδικασιών παραγωγής, αποθήκευσης, διάθεσης, λειτουργίας και διοίκησης της επιχείρησης.		*			*			*	
3	Εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας των προϊόντων.		*			*		*		
4	Προστασία περιβάλλοντος, περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις και εξοικονόμηση ενέργειας.			*	*					

5	Ανάπτυξη καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία.		*			*	*			
6	Εισαγωγή Τεχνολογιών Πληροφορικής.		*			*	*			

A/A	Επιλέξιμες Ενέργειες	Κατ. 1	Κατ. 2	Κατ. 3	Κατ. 4	Κατ. 5	Κατ. 6	Κατ. 7	Κατ. 8	Κατ. 9
	Τουρισμός	Κτίρια και εγκαταστάσεις	Μηχανήματα - Εξοπλισμός	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις Προστασίας Περιβάλλοντος.	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις εξοικονόμησης ενέργειας	Συστήματα Αυτοματοποίησης	Δικαιώματα τεχνογνωσίας	Πιστοποίηση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας	Προβολή - Προώθηση	Αμοιβές Συμβούλων
7	Εκσυγχρονισμός, αναβάθμιση κτιρίων και εγκαταστάσεων τουριστικών καταλυμάτων .	*				*				*
8	Εκσυγχρονισμός και αναβάθμιση υπηρεσιών και διοικητικών διαδικασιών της επιχείρησης.		*			*			*	
9	Εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας των υπηρεσιών.		*			*		*		
10	Προστασία περιβάλλοντος, περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις και εξοικονόμηση ενέργειας.			*	*					

11	Ανάπτυξη καινοτομιών στις παρεχόμενες υπηρεσίες.	*	*			*	*			
12	Εισαγωγή Τεχνολογιών Πληροφορικής.		*			*	*			

A/A	Επιλέξιμες Ενέργειες	Κατ. 1	Κατ. 2	Κατ. 3	Κατ. 4	Κατ. 5	Κατ. 6	Κατ. 7	Κατ. 8	Κατ. 9
	Εμπόριο	Κτίρια και εγκαταστάσεις	Μηχανήματα - Εξοπλισμός	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις Προστασίας Περιβάλλοντος.	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις εξοικονόμησης ενέργειας	Συστήματα Αυτοματοποίησης	Δικαιώματα τεχνογνωσίας	Πιστοποίηση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας	Προβολή - Προώθηση	Αμοιβές Συμβούλων
13	Δημιουργία, επέκταση, εκσυγχρονισμός χώρων διοίκησης και ανάπτυξης εργασιών της επιχείρησης.	*				*				*
14	Εξορθολογισμός, εκσυγχρονισμός υπηρεσιών, λειτουργιών και διοικητικών διαδικασιών της επιχείρησης.		*			*			*	
15	Εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας της εμπορικής δραστηριότητας.		*			*		*		
16	Προστασία περιβάλλοντος, περιβαλλοντικές			*	*					

	πιστοποιήσεις και εξοικονόμηση ενέργειας.									
17	Ανάπτυξη καινοτομιών σχετικά με την εμπορική δραστηριότητα.	*	*			*	*			
18	Εισαγωγή Τεχνολογιών Πληροφορικής.		*			*	*			

A/A	Επιλέξιμες Ενέργειες	Κατ. 1	Κατ. 2	Κατ. 3	Κατ. 4	Κατ. 5	Κατ. 6	Κατ. 7	Κατ. 8	Κατ. 9
	Υπηρεσίες	Κτίρια και εγκαταστάσεις	Μηχανήματα - Εξοπλισμός	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις Προστασίας Περιβάλλοντος.	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις εξοικονόμησης ενέργειας	Συστήματα Αυτοματοποίησης	Δικαιώματα τεχνογνωσίας	Πιστοποίηση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας	Προβολή - Προώθηση	Αμοιβές Συμβούλων
19	Δημιουργία, επέκταση, εκσυγχρονισμός χώρων διοίκησης και ανάπτυξης εργασιών της επιχείρησης.	*				*				*
20	Εξορθολογισμός, εκσυγχρονισμός υπηρεσιών, λειτουργιών και διοικητικών διαδικασιών της επιχείρησης.		*			*			*	
21	Εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας των υπηρεσιών.		*			*		*		

22	Προστασία περιβάλλοντος, περιβαλλοντικές πιστοποιήσεις και εξοικονόμηση ενέργειας.			*	*					
23	Ανάπτυξη καινοτομιών στις παρεχόμενες υπηρεσίες.	*	*			*	*			
24	Εισαγωγή Τεχνολογιών Πληροφορικής.		*			*	*			

DR
Πανεπιστήμιο Πειραιώς

15. Χρηματοδοτικό Σχήμα				
		Τιμές σε Ευρώ	Σύνολα	Ποσοστά
ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ				
A. Ίδια Κεφάλαια	Εισφορά Μετρητών			
	Υφιστάμενα Φορολογηθέντα Αποθεματικά			
Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων				%
B. Μεσοπρόθεσμα Δανειακά Κεφάλαια				
Σύνολο Δανειακών Κεφαλαίων				%
Γ. Προβλεπόμενη Επιχορήγηση Δημοσίου				
Σύνολο Επιχορήγησης Δημοσίου				%
Σύνολο ενισχυόμενου Κόστους (A + B + Γ)				%
ΜΗ ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ				
(α) Εισφορά Μετρητών				
(β) Μεσοπρόθεσμα Δανειακά Κεφάλαια				
(γ) Διαθέσιμα Επιχείρησης				
Δ. Μη ενισχυόμενο κόστος (α+β+γ)				
Σύνολο Επένδυσης (A+B+Γ+Δ)				

16. Πηγές κάλυψης ίδιας συμμετοχής	
Περιγράψτε με σαφήνεια τους τρόπους με τους οποίους θα καλύψετε την απαιτούμενη ιδιωτική συμμετοχή της προτεινόμενης επένδυσης.	

17. Συμβολή στην απασχόληση					
(I) Υφιστάμενες Θέσεις Απασχόλησης κατά το 2008					
A. Προσωπικό που απασχολείται στην επιχείρηση (σε Ε.Μ.Ε.)					
Αριθμός Εργαζομένων	Αριθμός ωρών που απασχολούνται ημερησίως	Αριθμός ημερών που απασχολούνται μηνιαίως	Μήνες απασχόλησης	Ισοδύναμο Πλήρους Απασχόλησης	
Σύνολο Υφιστάμενων Θέσεων					
(II) Θέσεις Απασχόλησης που θα δημιουργηθούν από την πραγματοποίηση της προτεινόμενης επένδυσης					
B. Νέες Θέσεις Απασχόλησης (υπολογισμένες σε ισοδύναμα πλήρους απασχόλησης όπως και το σημείο A)					
(III) Συνολικές Θέσεις Απασχόλησης μετά την υλοποίηση της επένδυσης (A+B)					

18. Συμβολή στην περιφερειακή ανάπτυξη

Τεκμηριώστε τη συμβολή της προτεινόμενης επένδυσης στην περιφερειακή ανάπτυξη μέσα από την προμήθεια και αγορά πρώτων υλών και υπηρεσιών, τη χρησιμοποίηση εργολάβων και εξωτερικών συνεργατών προερχόμενων από την περιφέρεια στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση (θα γίνεται διασταύρωση με τα στοιχεία που έχουν δηλωθεί στον πίνακα 13).

19. Τεκμηρίωση του σχεδίου της επένδυσης

α. Περιγραφή και τεκμηρίωση προοπτικών επένδυσης με βάση τις συνθήκες του κλάδου και της αγοράς

β. Τεκμηρίωση του αριθμού των νέων θέσεων απασχόλησης

γ. Τεκμηρίωση του Χρονοδιαγράμματος

**ΥΠΟΓΡΑΦΗ ΝΟΜΙΜΟΥ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟΥ ΦΟΡΕΑ ή
ΤΩΝ ΜΕΤΟΧΩΝ – ΕΤΑΙΡΩΝ ΥΠΟ ΣΥΣΤΑΣΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ**

α/α	Όνοματεπώνυμο	Α.Φ.Μ. ή Α.Δ.Τ. ή Διαβατηρίου	Ποσοστό Συμμετοχής	Υπογραφή

ΠΑΡΕΤΕΛΕΣΗ