



**ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ**  
**ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ**  
ΤΟΜΕΑΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

## **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ**

για την

### **ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**

με την επωνυμία

*«Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Γυναικών Ηλείας-Ολυμπίας για  
τη βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς και την Εκεχειρία»*

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*Διαμαντής Γ. Χατζηδιαμαντής*

**Επιβλέπων:** Κωνσταντίνος Αραβώσης  
Επίκουρος Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα, Δεκέμβριος 2013



**ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ**  
**ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ**  
ΤΟΜΕΑΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

## **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ**

για την

### **ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**

με την επωνυμία

*«Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Γυναικών Ηλείας-Ολυμπίας για  
τη βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς και την Εκεχειρία»*

### **ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

*Διαμαντής Γ. Χατζηδιαμαντής*

**Επιβλέπων:** Κωνσταντίνος Αραβώσης  
Επίκουρος Καθηγητής Ε.Μ.Π.

Εγκρίθηκε από την τριμελή εξεταστική επιτροπή την 8<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2014.

.....  
Κωνσταντίνος Αραβώσης  
Επίκουρος Καθηγητής

.....  
Νικόλαος Παναγιώτου  
Επίκουρος Καθηγητής

.....  
Αθανάσιος Τόλης  
Επίκουρος Καθηγητής

Αθήνα, Δεκέμβριος 2013

.....  
Διαμαντής Γ. Χατζηδιαμαντής  
Διπλωματούχος Μηχανολόγος Μηχανικός Ε.Μ.Π.

Copyright © Διαμαντής Γ. Χατζηδιαμαντής, 2013  
Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ' ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία διερευνά, μέσω εκπόνησης επιχειρηματικού σχεδίου, τη δυνατότητα ίδρυσης και οικονομικής επιβίωσης της κοινωνικής συνεταιριστικής επιχείρησης με την επωνυμία «ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Γυναικών Ηλείας – Ολυμπίας για την βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς και την Εκεχειρία», με έδρα τη Ζαχάρω, Ηλείας.

Η εργασία στηρίζεται σε έρευνα αγοράς, που βασίστηκε σε τουρίστες κρουαζιερόπλοιων, σε άλλους τουρίστες καθώς επίσης σε Εμπορικούς Συλλόγους και καταστηματαρχες της περιοχής της Αρχαίας Ολυμπίας και του Κατακόλου. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων καθόρισε τα προϊόντα και τις αντίστοιχες τιμές, καθώς επίσης και τη σχετική ζήτηση της επιχείρησης. Περαιτέρω, η επεξεργασία των οικονομικών δεδομένων καθόρισε το νεκρό σημείο πωλήσεων καθώς επίσης και τα σενάρια, απαισιόδοξο, πιο πιθανό και το αισιόδοξο.

Η συνολική επένδυση είναι της τάξεως των €6.000 περίπου, το νεκρό σημείο είναι περίπου €251.000 και τα καθαρά αποτελέσματα χρήσεως για την πρώτη χρήση είναι περίπου €17.000 και παρουσιάζουν σημαντική βελτίωση σε καθένα από τα επόμενα 4 χρόνια. Συμπερασματικά η επένδυση αυτή είναι συμφέρουσα και προτείνεται να υλοποιηθεί.

## **ABSTRACT**

This thesis explores, via a business plan, the feasibility and financial viability of a proposal to establish a social cooperative corporation “ Women of Olympia – Ilia for Inclusive Sustainable Development and World Peace ”, to be incorporated in the town of Zacharo, Ilia.

The thesis is based on market research of the preferences of cruise board tourists, other tourists, chambers of commerce associations and shop owners in the surrounding area of Ancient Olympia and Katakolon. The statistical analysis of the data determines the products along with the corresponding prices, as well as the associated demand for the products sold by the company under analysis. Furthermore, the analysis of the financial data determines the sales break-even point, as well as the pessimistic, most likely and optimistic scenarios regarding sales.

The total investment is about €6.000, the sales break-even point is about €251.000 and the net profits for the first year under the most likely scenario are about €17.000, which are expected to increase significantly in each one of the next four years. Therefore, the establishment of the company under analysis is profitable.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ABSTRACT.....	5
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	6
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	11
ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΠΡΟΣ ΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ.....	12
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	13
1. Γενικά Στοιχεία της Επένδυσης.....	14
1.1. Ταυτότητα επιχείρησης.....	15
1.1.1. Αντικείμενο εργασιών.....	15
1.1.2. Επωνυμία επιχείρησης.....	15
1.1.3. Διακριτικός τίτλος.....	15
1.1.4. Νομική μορφή.....	15
1.1.5. Κλάδος στον οποίο εντάσσεται η επιχείρηση.....	16
1.1.6. Έδρα της επιχείρησης.....	16
1.1.7. Ημερομηνία Ίδρυσης.....	16
1.1.8. Ιστορικά στοιχεία.....	16
1.1.9. Κυριότητα – Ίδρυτικό Κεφάλαιο.....	16
1.2. Συνοπτική περιγραφή επένδυσης.....	17
1.2.1. Αντικείμενο επένδυσης.....	17
1.2.2. Χρόνος Έναρξης – Χρόνος Περάτωσης.....	17
1.2.3. Κλίμακα επένδυσης.....	18
1.3. Οικονομικά αποτελέσματα επιχείρησης κατά το παρελθόν.....	18
1.4. Λειτουργία – Οργανωτική μορφή.....	18
1.4.1. Λειτουργία της επιχείρησης πριν και μετά την εκπόνηση της επένδυσης (συνεχής – εποχιακή).....	18
1.4.2. Οργανωτική δομή και στελέχωση σε ανθρώπινο δυναμικό (στελέχη και επίπεδο εκπαίδευσης).....	19
1.4.3. Οργανόγραμμα Προσωπικού.....	22
1.4.4. Κόστος Προσωπικού.....	25
1.4.5. Διοικητικά Κενά – Μελλοντική οργανωτική δομή.....	25
1.4.6. Τοποθεσία.....	27
2. Οικονομικά Στοιχεία Επένδυσης.....	34
2.1. Προβλεπόμενες συνολικές πωλήσεις ανά κατηγορία προϊόντων.....	34
2.2. Προβλεπόμενες συνολικές εξαγωγές για το σύνολο των προϊόντων της επιχείρησης.....	37
2.3. Ανάλυση προβλεπόμενου κύκλου εργασιών.....	37
2.4. Ανάλυση προβλεπόμενου κόστους πωλήσεων.....	38
2.5. Προβλεπόμενος λογαριασμός αποτελεσμάτων χρήσεως.....	39
2.6. Προβλεπόμενος πίνακας διαθέσεως αποτελεσμάτων.....	41

2.7. Προβλεπόμενοι ισολογισμοί.....	43
2.8. Προβλεπόμενοι δείκτες.....	45
3. Τεχνικά Στοιχεία Επένδυσης.....	47
3.1. Αναλυτική περιγραφή της προτεινόμενης επένδυσης.....	47
3.1.1. Σκοποί που εξυπηρετεί η επένδυση.....	47
3.1.1.1. Προϊόντα που εμπορεύεται.....	47
3.1.1.2. Περιγραφή προϊόντων.....	50
3.1.1.3. Πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά των ανωτέρω προϊόντων.....	50
3.1.2. Απαιτούμενες ενέργειες.....	51
3.1.3. Επιχειρηματικό Μοντέλο - Business model.....	51
3.1.3.1. Περιγραφή κυρίων διαδικασιών παραγωγής.....	51
3.1.3.2. Διάθεση προϊόντων.....	53
3.1.3.3. Διάγραμμα ροής.....	55
3.1.4. Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης.....	56
3.1.5. Απαραίτητα πολύ γενικά τεχνικά χαρακτηριστικά της επένδυσης.....	58
3.2. Γενικά στοιχεία.....	59
3.2.1. Παραγωγική διαδικασία.....	59
3.2.1.1. Περιγραφή παραγωγικής διαδικασίας & Διαγράμματα Ροής.....	59
3.2.1.2. Αριθμός θέσεων εργασίας.....	68
3.2.1.3. Αριθμός απασχολούμενων στην επιχείρηση.....	68
3.2.1.4. Τεχνικά χαρακτηριστικά των πρώτων υλών.....	68
3.2.1.5. Τεχνικά χαρακτηριστικά των παραγόμενων προϊόντων.....	69
3.2.1.6. Μορφές ενέργειας και κατανάλωση αυτών.....	69
3.2.2. Μηχανολογικός εξοπλισμός και συστήματα παραγωγής.....	69
3.2.2.1. Στοιχεία για τον ήδη υπάρχοντα και το νέο μηχανολογικό εξοπλισμό.....	69
3.2.2.2. Η αξία του μηχανολογικού εξοπλισμού.....	69
3.2.3. Δαπάνες εγκατάστασης και λειτουργίας μηχανημάτων.....	70
3.2.4. Εγκαταστάσεις και λοιπός εξοπλισμός.....	70
3.2.4.1. Αναλυτική περιγραφή υπαρχουσών και προβλεπόμενων εγκαταστάσεων.....	70
3.2.4.2. Ο λοιπός εξοπλισμός της επιχείρησης.....	71
3.2.4.2.1. Τεχνικά χαρακτηριστικά.....	71
3.2.4.2.2. Αξία (για εγκαταστάσεις και εξοπλισμό, παρατίθεται η αναπόσβεστη αξία).....	72
3.3. Κόστος επένδυσης – Χρηματοδότηση.....	73
3.3.1. Ανάλυση κόστους επένδυσης.....	73
3.3.1.1. Κόστος εκκίνησης.....	73
3.3.2. Χρηματοδότηση της επένδυσης.....	76
3.3.2.1. Αρχική Επένδυση.....	76
3.3.2.2. Λειτουργικά έξοδα Ιανουαρίου – Μαρτίου 2014 και Κεφάλαιο Κίνησης.....	76
3.3.3. Προϋπολογιστική κατάσταση πηγών και χρήσεων πόρων.....	77

4. Στοιχεία Αγοράς – Market Analysis.....	79
4.1. Εγχώρια αγορά.....	79
4.1.1. Τμηματοποίηση αγοράς.....	79
4.1.2. Ανάλυση Στατιστικών Δεδομένων Έρευνας Αγοράς Αρχαίας Ολυμπίας – Κατακόλου.....	82
4.1.3. Ανάλυση Ανταγωνισμού.....	84
4.1.3.1. Πλήθος καταστημάτων ανά γεωγραφικό τμήμα.....	84
4.1.3.2. Ανθρώπινο δυναμικό απασχολούμενο κατά μέσον όρο ανά κατάσταση τουριστικών ειδών.....	84
4.1.3.3. Μέσες ετήσιες εισπράξεις ανά κατάσταση τουριστικών ειδών.....	84
4.1.3.4. Γεωγραφική κατανομή.....	85
4.1.3.5. Μηνιαίο κόστος λειτουργίας.....	86
4.1.3.6. Ετήσιο κόστος λειτουργίας.....	87
4.1.3.7. Ωράριο και ημέρες λειτουργίας.....	87
4.1.3.8. Προμηθευτές.....	87
4.1.3.9. Τα τουριστικά προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση.....	88
4.1.3.9.1. Είδος.....	88
4.1.3.9.2. Κόστος αγοράς από προμηθευτή.....	89
4.1.3.9.3. Τιμή πώλησης των προϊόντων με τη μεγαλύτερη ζήτηση.....	89
4.1.3.9.4. Εισπράξεις ανά κατάσταση από τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση.....	90
4.1.3.9.5. Οι ποσότητες των παραπάνω προϊόντων που πωλούνται ανά κατάσταση ετησίως.....	90
4.1.4. Στοιχεία αγοράς τουριστικών προϊόντων.....	90
4.1.4.1. Συνολικές ετήσιες εισπράξεις καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα.....	90
4.1.4.2. Ετήσια επισκεψιμότητα τουριστών.....	90
4.1.4.3. Επισκεψιμότητα τουριστών ανά μήνα.....	90
4.1.4.4. Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα.....	91
4.1.4.5. Χρηματικό ποσό που ξοδεύεται κατά μέσον όρο ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα.....	91
4.1.4.6. Προτιμήσεις ειδών τουριστικών προϊόντων ανά ηλικική ομάδα και φύλο.....	91
4.1.4.7. Εξαγωγές.....	91
4.1.4.8. Προβλέψεις.....	92
4.1.4.8.1. Προβλέψεις για την τουριστική επισκεψιμότητα της περιοχής για τα επόμενα 5 χρόνια.....	92
4.1.4.8.2. Προβλέψεις για την αγορά τουριστικών προϊόντων για τα επόμενα 5 χρόνια.....	92
4.1.5. Αγορά στόχος.....	92
4.1.6. Πρόβλεψη τάσεων αγοράς.....	93
4.1.6.1. Στοιχεία παγκόσμιας τουριστικής κίνησης.....	93
4.1.6.2. Στοιχεία τουριστικής κίνησης προς την Ελλάδα.....	95



4.1.6.3. Στοιχεία παγκόσμιας οικονομικής κατάστασης.....	103
4.1.6.4. Στοιχεία οικονομικής κατάστασης των χωρών των τουριστών με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην Ελλάδα.....	105
4.1.6.5. Στοιχεία οικονομικής κατάστασης της Ελλάδας.....	106
4.1.6.6. Προβλέψεις για την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα.....	108
4.1.6.7. Προβλέψεις για την τουριστική κίνηση στον Νομό Ηλείας.....	108
5. Ανταγωνιστική Θέση & Στρατηγική.....	110
5.1. Ανάλυση Κατάστασης.....	110
5.1.1. Ανάλυση PEST.....	110
5.1.2. Ανάλυση SWOT.....	117
5.2. Ανάλυση ανταγωνιστικότητας επιχείρησης.....	121
5.2.1. Ανταγωνιστικότητα σε σχέση με το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον.....	121
5.2.2. Ανταγωνιστικότητα σε σχέση με το ανταγωνιστικό περιβάλλον στον συγκεκριμένο κλάδο.....	121
5.3. Στρατηγική.....	121
5.3.1. Στόχοι.....	121
5.3.2. Βασικές Ικανότητες – Στρατηγικά Πλεονεκτήματα.....	122
5.3.3. Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα.....	123
5.3.4. Κύρια σημεία για την εξασφάλιση της επιτυχίας.....	124
5.3.5. Προτεραιότητες.....	125
5.3.6. Στρατηγική Marketing.....	125
5.3.6.1 Προϊόντα (Product).....	125
5.3.6.2. Τιμολόγηση προϊόντων (Price).....	127
5.3.6.3. Διάθεση προϊόντων (Place).....	129
5.3.6.4. Προώθηση προϊόντων (Promotion) .....	130
5.3.7. Budgets.....	131
5.3.8. Ανάλυση Νεκρού Σημείου (Break Even Analysis).....	139
5.3.9. Ανάλυση Ευαισθησίας.....	144
5.3.10. Στρατηγική εξόδου.....	159
6. Συμπεράσματα.....	160
7. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	163
7.1. Πορεία Εργασίας.....	163
7.2. Ερωτηματολόγια.....	164
7.3. Συγκεντρωμένες απαντήσεις ερωτηματολογίων έρευνας αγοράς.....	168
7.4. Πηγές.....	169
8. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ - Τεχνικά Στοιχεία.....	171
8.1. Περιγραφή προϊόντων που θα εμπορεύεται η Κοιν.Σ.Επ.....	171
8.2. Περιγραφή της παραγωγικής διαδικασίας των παραγόμενων προϊόντων.....	191
8.3. Στοιχεία για τον απαιτούμενο μηχανολογικό εξοπλισμό.....	201
8.4. Αξία εγκαταστάσεων και λοιπού εξοπλισμού επιχείρησης.....	212

9. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ – Στοιχεία Αγοράς.....	217
9.1. Αποτελέσματα Επεξεργασίας Στατιστικών Δεδομένων Έρευνας Αγοράς	
Αρχαίας Ολυμπίας – Κατακόλου.....	217
9.1.1. Αριθμός απαντήσεων.....	217
9.1.2. Συνολικός αριθμός ατόμων στα οποία αναφέρονται οι αγορές.....	217
9.1.3. Φύλο.....	217
9.1.4. Ηλικία.....	217
9.1.5. Εθνικότητα.....	218
9.1.6. Ποσοστό που αγόρασε ή όχι τουριστικά προϊόντα.....	218
9.1.7. Συνολική δαπάνη.....	218
9.1.8. Προτιμήσεις προϊόντων σύμφωνα με την τιμή τους.....	220
9.1.9. Προϊόντα που αγοράστηκαν.....	222
9.1.10. Προϊόντα που θα ήθελαν να βρουν αλλά δεν βρήκαν.....	224
9.1.11. Ειδικοί συνδυασμοί.....	225
9.1.11.1. Συνολική Δαπάνη ανά Φύλο.....	225
9.1.11.2. Επιμερισμός δαπανών ανά κατηγορία τιμής προϊόντων και φύλο.....	228
9.1.11.3. Συνολική Δαπάνη ανά Ηλικία.....	231
9.1.11.4. Συνολική Δαπάνη ανά Εθνικότητα.....	240

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο προέκυψε ως αποτέλεσμα συνεργασίας με αρκετά άτομα στα οποία οφείλω ιδιαίτερες ευχαριστίες για τη συμβολή τους.

Θερμές ευχαριστίες απευθύνω στον καθηγητή μου και επιβλέποντα της παρούσας εργασίας κ. Κωνσταντίνο Αραβώση, για την καθοδήγηση και τη συμπαράστασή του καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της και επιπλέον διότι μου εμπιστέφθηκε το συγκεκριμένο θέμα λαμβάνοντας υπόψη τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα μου.

Ευχαριστώ τη βουλευτή κα.Αυγερινοπούλου Διονυσία-Θεοδώρα για τις χρήσιμες πληροφορίες που μου έδωσε, για το ενδιαφέρον περί της εξέλιξης της εργασίας, καθώς και για την υποστήριξή της κατά τις επισκέψεις μου στον νομό Ηλείας.

Ευχαριστώ τα μέλη της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης κα.Αμπατζή Ευθυμία, κα.Τριπύλα Σοφία, κα.Λούνγκου Έλενα και κα.Τριπύλα Δόμνα για τη συνεργασία, την υποστήριξη και τη φιλοξενία τους.

Ευχαριστώ τον Αντιπρόεδρο του Εμπορικού Συλλόγου Αρχαίας Ολυμπίας κ.Νικόλαο Καρυώτη και τον Πρόεδρο του Εμπορικού Συλλόγου Κατακόλου κ.Στέφανο Γιακουμέλο για τα στοιχεία που μου έδωσαν και για το χρόνο που αφιέρωσαν κατά τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων που τους έστειλα.

Ολοκληρώνοντας οφείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ στην κα.Ρενίσα Γκόγκα για τη σημαντική συμβολή της κατά την εκπόνηση της έρευνας αγοράς στον νομό Ηλείας, στον καθηγητή κ.Νικόλαο Τραυλό για τις πολύτιμες συμβουλές, παρατηρήσεις και τη συμπαράσταση του και τέλος στον πατέρα μου Γαβριήλ, τη μητέρα μου Βασιλική και τον αδερφό μου Στέργιο για την υπομονή που επέδειξαν, καθώς και για την ηθική και υλική αρωγή που μου προσέφεραν.

## ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΠΡΟΣ ΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Στο παρόν επιχειρηματικό σχέδιο διερευνάται η δυνατότητα ίδρυσης και ανάπτυξης της επιχείρησης με την επωνυμία « ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Γυναικών Ηλείας – Ολυμπίας για την βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς και την Εκεχειρία » με έδρα τη Ζαχάρω του νομού Ηλείας.

Αποστολή της επιχείρησης είναι η ικανοποίηση της ανάγκης του τουρισμού της περιοχής για προϊόντα τοπικά, αυθεντικά, καλής ποιότητας σε σχετικά οικονομικές τιμές, καθώς και για άριστη εξυπηρέτηση. Προτείνεται λοιπόν εμπορία προϊόντων καλής ποιότητας, που παράγονται κυρίως από την τοπική κοινωνία και κατά το δυνατόν από γυναίκες της ευρύτερης περιοχής του νομού Ηλείας, ενισχύοντας έτσι την τοπική οικονομία και την ευάλωτη κοινωνική ομάδα των ανέργων γυναικών. Τα προϊόντα, τα οποία θα είναι τουριστικού τύπου αναμνηστικά, καλλιτεχνήματα, κοσμήματα, προϊόντα διατροφής και φροντίδας του ανθρώπινου σώματος, θα απευθύνονται στον τουρισμό της περιοχής και ιδίως της Αρχαίας Ολυμπίας και θα αποπνέουν το πνεύμα του Ολυμπισμού, των αρχαίων Ολυμπιακών Αγώνων και της εκεχειρίας, αναδεικνύοντας τον φυσικό και πολιτιστικό πλούτο καθώς και τις αξίες που προήλθαν από αυτήν την περιοχή, προβάλλοντας έτσι την περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας, του νομού Ηλείας και της Ελλάδας, αποδεικνύοντας έμπρακτα εταιρική κοινωνική ευθύνη (CSR).

Η διάθεση των προϊόντων θα γίνεται μέσω καταστήματος που θα βρίσκεται σε κομβικό σημείο της τουριστικής κίνησης της Αρχαίας Ολυμπίας, καθώς και μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος.

Η λειτουργία της Κοιν.Σ.Επ. θα δημιουργήσει οκτώ θέσεις εργασίας, απασχολώντας τα επτά ιδρυτικά μέλη της και μία ακόμη όγδοη υπάλληλο, οι οποίες θα αμοιβονται μηνιαίως με σταθερό μισθό, ενώ παράλληλα ποσοστό των κερδών θα μοιράζεται στις εργαζόμενες ως κίνητρο παραγωγικότητας.

Η Κοιν.Σ.Επ. επιτυγχάνοντας δυναμική διείδυση στην τοπική αγορά τουριστικών προϊόντων, λόγω της έμφασης που θα δοθεί στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, στη λειτουργία του τμήματος Marketing και της επένδυσης στην προώθηση των προϊόντων, θα κερδίσει από τον πρώτο χρόνο μεγάλο μερίδιο της αγοράς και θα επιτύχει κέρδη. Όραμα της Κοιν.Σ.Επ. είναι να βρίσκεται στο τέλος της πενταετίας σε θέση να διαθέτει τα προϊόντα της σε καταστήματα με υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας, να κάνει στοχευμένες εξαγωγές σε χώρες του εξωτερικού και να δημιουργήσει δεύτερο κατάστημα σε περιοχή αντίστοιχης τουριστικής επισκεψιμότητας, αυξάνοντας έτσι εκτός από τα κέρδη και τον αριθμό θέσεων εργασίας, στηρίζοντας μ' αυτόν τον τρόπο την τοπική κοινωνία.

Το επιχειρηματικό σχέδιο στηρίζεται σε έρευνα αγοράς, που βασίστηκε σε τουρίστες κρουαζιερόπλοιων, σε άλλους τουρίστες καθώς επίσης σε Εμπορικούς Συλλόγους και καταστηματάρχες της περιοχής της Αρχαίας Ολυμπίας και του Κατακόλου. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων καθόρισε τα προϊόντα και τις αντίστοιχες τιμές, καθώς επίσης και τη σχετική ζήτηση της επιχείρησης. Περαιτέρω, η επεξεργασία των οικονομικών δεδομένων καθόρισε το νεκρό σημείο πωλήσεων καθώς επίσης και τα σενάρια, απαισιόδοξο, πιο πιθανό και το αισιόδοξο.

Η συνολική επένδυση είναι της τάξεως των €6.000 περίπου, το νεκρό σημείο είναι περίπου €251.000 και τα καθαρά αποτελέσματα χρήσεως για την πρώτη χρήση είναι περίπου €17.000 και παρουσιάζουν σημαντική βελτίωση σε καθένα από τα επόμενα 4 χρόνια, φθάνοντας περίπου τις €55.000 τον πέμπτο χρόνο λειτουργίας.

Συμπερασματικά η επένδυση αυτή είναι συμφέρουσα και προτείνεται να υλοποιηθεί.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύεται τη διερεύνηση της δυνατότητας ίδρυσης και οικονομικής επιβίωσης της κοινωνικής συνεταιριστικής επιχείρησης με την επωνυμία «ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Γυναικών Ηλείας – Ολυμπίας για την βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς και την Εκεχειρία», με έδρα τη Ζαχάρω του νομού Ηλείας. Η εργασία αποτελεί επιχειρηματικό σχέδιο και βασικός στόχος του συγγραφέως, εκτός της διερεύνησης της δυνατότητας ίδρυσης και οικονομικής επιβίωσης της υπο μελέτης επιχείρησης, είναι η δημιουργία ενός εργαλείου που θα βοηθήσει τα διοικητικά στελέχη της Κοιν.Σ.Επ. στην αποτελεσματικότερη ανάπτυξη και διαχείρισή της. Η επιχείρηση θα στελεχωθεί από άνεργες γυναίκες της ευρύτερης περιοχής του νομού Ηλείας, στηρίζοντας έτσι τη γυναικεία επιχειρηματικότητα και την οικονομία της περιοχής και θα δραστηριοποιηθεί στην περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας εκμεταλλευόμενη την πολύ υψηλή τουριστική της επισκεψιμότητα.

Αντικείμενο της επιχείρησης θα είναι η παραγωγή και ιδιαίτερα η εμπορία τοπικών πολιτιστικών προϊόντων, καλλιτεχνημάτων, τουριστικών αναμνηστικών, βιολογικών προϊόντων διατροφής και φροντίδας του ανθρώπινου σώματος καθώς και κοσμημάτων τα οποία θα αποπνέουν το πνεύμα της Αρχαίας Ολυμπίας, του Ολυμπισμού και της εκεχειρίας και θα προβάλλουν την Αρχαία Ολυμπία, τον νομό Ηλείας και την Ελλάδα.

Εξαιρουμένων ορισμένων εύκολων στην παραγωγή προϊόντων που θα γίνεται από τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. , η πλειοψηφία αυτών θα παράγεται από άλλες τοπικές κατά βάση επιχειρήσεις και διάθεσή τους στην αγορά θα επιτυγχάνεται από κατάσταση σε κομβικό σημείο της Αρχαίας Ολυμπίας καθώς και με διανομή των προϊόντων κατόπιν παραγγελίας από το ηλεκτρονικό κατάστημα της Κοιν.Σ.Επ. .

Το επιχειρηματικό σχέδιο στηρίχθηκε σε έρευνα αγοράς που διεξήχθη στην Αρχαία Ολυμπία και το Κατάκολο, η οποία βασίστηκε σε τουρίστες κρουαζιεροπλοίων και λοιπούς τουρίστες, τοπικούς Εμπορικούς Συλλόγους και καταστηματαρχές της περιοχής. Από την έρευνα αγοράς προέκυψε η επιλογή των προς εμπορία προϊόντων, η τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης και η ανάλυση του ανταγωνισμού της περιοχής.

Η δομή της εργασίας στοχεύει, κατόπιν ενημέρωσης του αναγνώστη για τα γενικά στοιχεία της επιχείρησης, στην άμεση ενημέρωσή του για τα προβλεπόμενα οικονομικά αποτελέσματά της, ώστε ενημερωμένος για τις οικονομικές δυνατότητές της να προχωρήσει στην λεπτομερέστερη ανάλυση που περιγράφεται στα κεφάλαια των τεχνικών στοιχείων, των στοιχείων αγοράς και των στοιχείων ανταγωνιστικότητας και στρατηγικής της επιχείρησης.

Συγκεκριμένα, η εργασία αποτελείται από πέντε κύρια κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα γενικά στοιχεία της επιχείρησης συμπεριλαμβανομένης της οργανωτικής δομής και της ανάλυσης επιλογής της τοποθεσίας του εμπορικού καταστήματος. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα προβλεπόμενα οικονομικά αποτελέσματα για την πρώτη πενταετία από την έναρξη λειτουργίας της. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα τεχνικά στοιχεία όπου γίνεται αναλυτική περιγραφή της προτεινόμενης επένδυσης, της παραγωγικής διαδικασίας, του απαιτούμενου εξοπλισμού και εγκαταστάσεων, καθώς και του κόστους επένδυσης και της απαιτούμενης χρηματοδότησης. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα στοιχεία αγοράς όπως προέκυψαν από την έρευνα αγοράς που διεξήχθη στην περιοχή, όπου αναλύεται η αγορά και ο ανταγωνισμός. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ανταγωνιστική θέση και η προτεινόμενη στρατηγική της επιχείρησης, όπου γίνεται ανάλυση του περιβάλλοντος της (ανάλυση PEST), των ισχυρών και αδύνατων σημείων της (ανάλυση SWOT), των βασικών ικανοτήτων και ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της και περιλαμβάνονται προϋπολογισμοί για διάφορα στοιχεία της, ανάλυση νεκρού σημείου και ανάλυση ευαισθησίας, καταλήγοντας τελικά στο απαισιόδοξο, το αισιόδοξο και το πιθανότερο οικονομικό σενάριο για την πρώτη πενταετία λειτουργίας της.

Ακολουθούν τρία παραρτήματα, όπου στο πρώτο αναφέρονται διάφορα στοιχεία που αφορούν την εργασία, στο δεύτερο γίνεται εκτενέστερη περιγραφή των προτεινόμενων

προϊόντων και των διαδικασιών παραγωγής τους, ενώ στο τρίτο γίνεται εκτενής παρουσίαση των αναλυμένων αποτελεσμάτων της έρευνας αγοράς που εκπονήθηκε στην περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας και του λιμένος του Κατακόλου, με σκοπό την ενημέρωση του αναγνώστη για πιο εξειδικευμένα στοιχεία σχετικά με τις τάσεις της τοπικής αγοράς.

Σχετικά με τα προβλεπόμενα οικονομικά αποτελέσματα της επιχείρησης αναφέρεται ότι η συνολική επένδυση είναι της τάξεως των €6.000 περίπου, το νεκρό σημείο είναι περίπου €251.000 και τα καθαρά αποτελέσματα χρήσεως για την πρώτη χρήση είναι περίπου €17.000 και παρουσιάζουν σημαντική βελτίωση σε καθένα από τα επόμενα 4 χρόνια, φθάνοντας περίπου τις €55.000 τον πέμπτο χρόνο λειτουργίας. Στο εδάφιο των συμπερασμάτων που παρατίθενται μετά το πέρας του πέμπτου κεφαλαίου παρουσιάζονται συνοπτικά τα συμπεράσματα κάθε κεφαλαίου του επιχειρηματικού σχεδίου και καταλήγουμε στο γενικό συμπέρασμα ότι η επένδυση αυτή είναι συμφέρουσα και προτείνεται η υλοποίησή της.

## 1. Γενικά Στοιχεία Επένδυσης

### 1.1. Ταυτότητα επιχείρησης

#### 1.1.1. Αντικείμενο εργασιών

Κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση, που θα απασχολεί γυναίκες του νομού Ηλείας, η οποία θα παράγει και θα εμπορεύεται πολιτιστικά προϊόντα και καλλιτεχνήματα, καθώς και αγροτικά προϊόντα μεσογειακής διατροφής και φροντίδας του ανθρώπινου σώματος, που θα αποπνέουν του πνεύμα της Αρχαίας Ολυμπίας και του Ολυμπισμού. Θα προωθεί επιπλέον την απασχόληση καθώς και την τουριστική προβολή του αρχαιολογικού χώρου της Αρχαίας Ολυμπίας, του νομού Ηλείας και της Ελλάδας.

#### 1.1.2. Επωνυμία επιχείρησης

« ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Γυναικών Ηλείας – Ολυμπίας για την βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς και την Εκεχειρία »

#### 1.1.3. Διακριτικός τίτλος

« Σ.Κ.ΕΠ.Η. –Ο Γυναίκες Ηλείας – Ολυμπίας για την Βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς και την Εκεχειρία ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. »

Με αντίστοιχο τίτλο στην Αγγλική:

“ Women of Olympia – Pila for Inclusive Sustainable Development and World Peace ”

#### 1.1.4. Νομική μορφή

Αστικός Συνεταιρισμός Κοινωνικού Σκοπού περιορισμένης ευθύνης, σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν.4019/2011 « Περί Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων » όπως ισχύει σήμερα.

Η παρούσα Κοιν.Σ.Επ. είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου, με περιορισμένη ευθύνη των μελών του και έχει εμπορική ιδιότητα.

Ανήκει στην 3<sup>η</sup> κατηγορία Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων, την κάτωθι:

Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού, οι οποίες αφορούν την παραγωγή προϊόντων και παροχή υπηρεσιών για την ικανοποίηση των αναγκών της συλλογικότητας (πολιτισμός, περιβάλλον, οικολογία, εκπαίδευση, παροχές κοινής ωφέλειας, αξιοποίηση τοπικών προϊόντων, διατήρηση παραδοσιακών δραστηριοτήτων και επαγγελμάτων κ.α.) που προάγουν το τοπικό και συλλογικό συμφέρον, την προώθηση της απασχόλησης, την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής και την ενδυνάμωση της τοπικής ή περιφερειακής ανάπτυξης.

#### 1.1.5.Κλάδος στον οποίο εντάσσεται η επιχείρηση

Η επιχείρηση εντάσσεται στους εξής κλάδους:

- Εμπορικό
- Τουριστικό

#### 1.1.6.Έδρα της επιχείρησης

Δήμος Ζαχάρως Ηλείας της Περιφερειακής Ενότητας Ηλείας

#### 1.1.7.Ημερομηνία Ίδρυσης

26 Μαρτίου 2013

#### 1.1.8.Ιστορικά στοιχεία

Η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Γυναικών Ηλείας – Ολυμπίας για την βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς και την Εκεχειρία προέκυψε ως αποτέλεσμα της ιδέας της βουλευτού κυρίας Αυγερινοπούλου Διονυσίας – Θεοδώρας και της κυρίας Πέτση Φυγαλίας. Οι κυρίες αυτές που κατάγονται από τον νομό Ηλείας, οραματίστηκαν τη δημιουργία μιας ομάδας που να αναδεικνύει τον πολιτισμό της περιοχής, να στηρίζει την τοπική παραγωγή και να προωθεί τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Η συμβολή 6 ακόμη γυναικών από την περιοχή της Ηλείας, τα ονόματα των οποίων αναφέρονται παρακάτω, που συστρατεύθηκαν στην περιγραφόμενη προσπάθεια, έφερε ως αποτέλεσμα την ίδρυση της παρούσας Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης.

#### 1.1.9.Κυριότητα – Ιδρυτικό Κεφάλαιο

Η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση, όπως περιγράφεται αναλυτικά και στο καταστατικό, ιδρύθηκε από τα παρακάτω 7 ισότιμα ιδρυτικά μέλη:

- |                      |               |         |            |
|----------------------|---------------|---------|------------|
| 1) Τριπύλα Σοφία     | του Σωτηρίου  | και της | Αρετής     |
| 2) Πέτση Φυγαλία     | του Σπυρίδωνα | και της | Χαρίκλειας |
| 3) Ζιόκαρη Παρασκευή | του Ιωάννη    | και της | Διονυσίας  |
| 4) Βόγκα Γρηγορία    | του Χρήστου   | και της | Βασιλικής  |
| 5) Λούνγκου Έλενα    | του Γρηγορίου | και της | Κλαούντιας |
| 6) Τριπύλα Δόμνα     | του Σωτηρίου  | και της | Αρετής     |
| 7) Αμπατζή Ευθυμία   | του Ιωάννη    | και της | Μαρίας     |

Τα ανωτέρω μέλη συμμετέχουν στο ιδρυτικό κεφάλαιο της επιχείρησης με μία υποχρεωτική συνεταιριστική μερίδα αξίας 50 € έκαστη και μία προαιρετική συνεταιριστική μερίδα αξίας επίσης 50 € έκαστη.

Συνεπώς το Ιδρυτικό Κεφάλαιο της ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. είναι: 7μέλη\*(2μερίδες\*50€) = 700€



## 1.2. Συνοπτική περιγραφή επένδυσης

### 1.2.1. Αντικείμενο επένδυσης

Η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Ηλείας για τον Ολυμπισμό και τη Βιώσιμη Ανάπτυξη χωρίς Αποκλεισμούς (Σ.Κ.Ε.Π.Η.) , είναι μία κοινωνική επιχείρηση που θα στελεχωθεί από γυναίκες του νομού Ηλείας, με στόχο να προβάλλει και να εκμεταλλευτεί το πλούσιο πολιτιστικό και φυσικό κεφάλαιο του νομού προς όφελος της τοπικής κοινωνίας.

Θα παράγει και θα εμπορεύεται πολιτιστικά προϊόντα και καλλιτεχνήματα, τα οποία θα αποπνέουν το πνεύμα της Αρχαίας Ολυμπίας, του Ολυμπισμού και της εκεχειρίας. Τα προϊόντα αυτά θα είναι κατά το δυνατόν χειροποίητα, εύκολα στην παραγωγή, με χαμηλό κόστος παραγωγής, όπως πρεσ παπιέ, προϊόντα διακόσμησης, αναμνηστικά τουριστικά προϊόντα και είδη λαϊκής τέχνης.

Θα παράγει και θα εμπορεύεται βιολογικά αγροτικά προϊόντα του νομού Ηλείας, εκμεταλλευόμενη τα πλεονεκτήματα της παραδοσιακής μεσογειακής διατροφής. Τα προϊόντα αυτά λόγω της ποιότητας τους συμβάλλουν στην καλή υγεία του ανθρώπινου σώματος και την καλή φυσική κατάσταση των αθλητών. Τέτοια προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας και ποιότητας είναι τοπικά παραδοσιακά γλυκά του κουταλιού, κομπόστες, το ντόπιο ελαιόλαδο, οι ελιές, το μέλι.

Προϊόντα φροντίδας του ανθρώπινου σώματος τα οποία θα εμπορεύεται είναι αρώματα, κολόνιες, σαπούνι, ανθοιάματα, λάδια σώματος, κρέμες παρασκευασμένες από τα ανωτέρω τοπικά βιολογικά προϊόντα, παρασκευάσματα ομορφιάς και φροντίδας του δέρματος καθώς και ξηρά φυτά που χρησιμοποιούνται στην αρωματοποιία και την φαρμακευτική.

Θα παρέχει υπηρεσίες πολιτισμού και εκπαίδευσης μέσω επιμορφωτικών σεμιναρίων και εκδόσεων έντυπων βιβλίων και κάθε είδους φυλλαδίων.

Επιπλέον θα προωθεί την τουριστική προβολή της Αρχαίας Ολυμπίας, του Νομού Ηλείας και της Ελλάδας. Θα υπάρχουν χώροι προβολής και προώθησης των πολιτιστικών προϊόντων σε τουριστική πύλη και σε σημεία υψηλής τουριστικής επισκεψιμότητας. Ένας από αυτούς τους χώρους πολιτισμού, περιβάλλοντος και Ολυμπισμού θα μεταφέρεται κάθε φορά στην πόλη τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων σε μια προσπάθεια των γυναικών που προέρχονται από τη γενέτειρα των Αγώνων να μεταφέρουν αυτές τις θετικές ιδέες, να προβάλουν την Ελλάδα και την Αρχαία Ολυμπία, την εκεχειρία καθώς και προϊόντα που παράγονται στην περιοχή Ηλείας – Ολυμπίας.

### 1.2.2. Χρόνος Έναρξης – Χρόνος Περάτωσης

Η Σ.Κ.Ε.Π.Η. προέβη στην κατασκευή του παρόντος επιχειρηματικού σχεδίου ώστε να προγραμματίσει και να μεθοδεύσει την αποτελεσματική και ταχεία ανάπτυξη της. Στη συνέχεια θα εκπονήσει την Κύρια Μελέτη, στην οποία θα γίνει λεπτομερέστερη έρευνα αγοράς, αναλυτικός τεχνικός και οικονομικός σχεδιασμός σε επίπεδο λεπτομερειών κάθε σταδίου υλοποίησης. Με την ολοκλήρωση των παραπάνω βημάτων θα ακολουθήσει η έναρξη της εμπορικής λειτουργίας της επιχείρησης.

Η συνολική διάρκεια των παραπάνω βημάτων εκτιμάται ως εξής:

Παράδοση επενδυτικού σχεδίου :	Οκτώβριος 2013
Κύρια Μελέτη :	Έναρξη Αρχές Νοεμβρίου 2013
	Ολοκλήρωση Τέλη Νοεμβρίου 2013
Οργάνωση λειτουργίας :	Έως τέλη Δεκεμβρίου του 2013
Έναρξη εμπορικής λειτουργίας :	Ιανουάριος 2014

Η επιχείρηση έχει σκοπό να αναπτύσσεται κάθε χρόνο, επανεπενδύοντας τουλάχιστον το 60% των κερδών της, όπως προβλέπει ο νόμος 4019/2011 για τις κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις. Επιπλέον όπως αναφέρεται στο καταστατικό, η διάρκεια του Συνεταιρισμού είναι απεριόριστη. Συνεπώς δεν προγραμματίζεται χρόνος περάτωσης της εμπορικής λειτουργίας της.

### 1.2.3. Κλίμακα επένδυσης

Πρόκειται περί μικρής εμπορικής Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης της οποίας η κλίμακα επένδυσης αναφέρεται στο Σύνολο Αρχικής Επένδυσης, το οποίο όπως παρουσιάζεται σε παρακάτω κεφάλαιο, αντιστοιχεί σε 5.991,51 € .

### 1.3. Οικονομικά αποτελέσματα επιχείρησης κατά το παρελθόν

Η επιχείρηση είναι νεοσύστατη και κατά συνέπεια δεν υπάρχουν παρελθοντικά οικονομικά αποτελέσματα της.

### 1.4. Λειτουργία – Οργανωτική μορφή

#### 1.4.1. Λειτουργία της επιχείρησης πριν και μετά την εκπόνηση της επένδυσης (συνεχής – εποχιακή)

Η λειτουργία της επιχείρησης θα είναι συνεχής και θα γίνεται καθ'όλη τη διάρκεια του έτους.

Σύμφωνα όμως με τα στατιστικά στοιχεία που διαθέτουμε, η εμπορική της δραστηριότητα θα είναι αυξημένη τους μήνες από Απρίλιο έως Οκτώβριο, όπου θα υπάρχει μεγαλύτερη τουριστική επισκεψιμότητα στον νομό Ηλείας και θα εξασθενεί τους υπόλοιπους μήνες. Τους μήνες αυτούς θα δίνεται έμφαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο, στις πωλήσεις από εξαγωγές προϊόντων σε καταστήματα υψηλής τουριστικής επισκεψιμότητας του εσωτερικού και του εξωτερικού, στην ανάληψη και εκτέλεση παραγγελιών από άλλους φορείς και στην τουριστική προβολή της Αρχαίας Ολυμπίας, του νομού Ηλείας και της προώθησης των ιδεών του Ολυμπισμού και της εκεχειρίας.

#### 1.4.2. Οργανωτική δομή και στελέχωση σε ανθρώπινο δυναμικό (στελέχη και επίπεδο εκπαίδευσης)

Σχετικά με την οργανωτική δομή, είναι δύσκολο στην παρούσα φάση να εκτιμηθούν με ακρίβεια οι ανάγκες σε διοικητικό και εργατοτεχνικό προσωπικό, καθώς αυτό αποτελεί αντικείμενο της Κύριας Μελέτης της επιχείρησης. Παρ'όλα γίνεται μία εκτίμηση των αναγκών και οι προτάσεις παρουσιάζονται παρακάτω.

Ο συνεταιρισμός ιδρύθηκε από 7 γυναίκες οι οποίες θα εργαστούν σ' αυτόν. Βάσει της μελέτης που έχει γίνει η επιχείρηση θα είναι σε θέση να δημιουργήσει και μία ακόμη θέση απασχόλησης. Συνεπώς η επιχείρηση θα απασχολεί 8 άτομα.

Στη φάση της έναρξης εκτιμάται ότι πρέπει να ακολουθηθεί οργανωτική δομή κατά ειδικότητες. Το πλήθος των ειδικοτήτων αυτών πρέπει να είναι όσο το δυνατόν μικρότερο και ορισμένες από αυτές θα συμπυκνωθούν στο ίδιο πρόσωπο, ώστε να ελαχιστοποιηθεί το κόστος προσωπικού.

##### 1<sup>ο</sup> Ιεραρχικό Επίπεδο οργάνωσης

Στην κορυφή της οργανωτικής πυραμίδας θα βρίσκεται η Γενική Διευθύντρια.

Η Γενική Διευθύντρια θα έχει τη γενική εποπτεία και την ευθύνη διαχείρισης της επιχείρησης. Θα παρακολουθεί και θα συντονίζει τις ενέργειες των τμημάτων της επιχείρησης ώστε να λειτουργούν βάσει συγκεκριμένου σχεδίου στην κατεύθυνση υλοποίησης των στόχων. Θα εκπροσωπεί την επιχείρηση σε άλλους φορείς και θα έχει την ευθύνη λήψης σημαντικών αποφάσεων. Θα εκτελεί ωστόσο και χρέη Διευθύντριας Οικονομικών, καθώς η επιχείρηση λόγω περιορισμένου μεγέθους δεν είναι απαραίτητο να έχει ξεχωριστή Διεύθυνση Οικονομικών. Θα παρακολουθεί και θα ελέγχει συνεχώς την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης ώστε να μην προκύψουν άσκοπες αποκλίσεις από τον οικονομικό προϋπολογισμό και για να υπάρχει συνέπεια ως προς τις οικονομικές υποχρεώσεις της Κοιν.Σ.Επ. απέναντι σε προμηθευτές, πελάτες, δημόσιους και λοιπούς συνεργαζόμενους φορείς.

##### 2<sup>ο</sup> Ιεραρχικό Επίπεδο οργάνωσης

Το δεύτερο διοικητικό επίπεδο θα αποτελείται από την Υπεύθυνη Παραγωγής και την Υπεύθυνη Marketing.

Η Υπεύθυνη Παραγωγής θα είναι επιφορτισμένη με τον προγραμματισμό, την οργάνωση, την εποπτεία και την εκτέλεση της παραγωγικής διαδικασίας καθώς θα συμμετέχει και η ίδια ενεργά στην εκάστοτε απαιτούμενη παραγωγική δραστηριότητα.

Θα εκτελεί επιπλέον χρέη Υπεύθυνης Προμηθειών και θα είναι υπεύθυνη να προσδιορίσει συμφέρουσες συνεργασίες με προμηθευτές (εξαρτημάτων, ημιτελών και έτοιμων προϊόντων), κατασκευαστές-παραγωγούς, καθώς και για τις παραγγελίες εξαρτημάτων, ημιτελών προϊόντων και λοιπών απαιτούμενων υλικών παραγωγικών πόρων καθώς και για την αποθήκευση τους στον αποθηκευτικό χώρο των γραφείων της επιχείρησης.

Η Υπεύθυνη Marketing θα είναι αρμόδια για τη σχέση της επιχείρησης και των προϊόντων της με τις αγορές στις οποίες απευθύνεται. Θα ασχολείται με τον προσδιορισμό των αναγκών και των προτιμήσεων του αγοραστικού κοινού, την επιλογή των προϊόντων και των χαρακτηριστικών τους, τα οποία εξυπηρετούν καλύτερα τις ανάγκες αυτές, τη μελέτη του ανταγωνισμού, την τιμολόγηση, την τοποθέτηση και την προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών.

Θα ασχολείται με την προβολή της ίδιας της επιχείρησης, της Αρχαίας Ολυμπίας, του νομού Ηλείας και των ιδεών του Ολυμπισμού και της Εκεχειρίας.

Επιπλέον θα εκτελεί χρέη Υπεύθυνης R&D και θα ασχολείται με την ανάπτυξη νέων προϊόντων που ταιριάζουν με το προφίλ της επιχείρησης και εξυπηρετούν τις ανάγκες της.

Θα είναι υπεύθυνη και για το ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) που θα λειτουργεί, καθώς και για τον εντοπισμό πελατών με μεγάλες παραγγελίες (π.χ. Ομοσπονδία Πάλης).

Τέλος θα είναι Προϊσταμένη των πωλητριών που θα εργάζονται στα καταστήματα λιανικής που θα διαθέτει ο συνεταιρισμός, στην Αρχαία Ολυμπία και πιθανόν σε δεύτερη φάση στο Κατάκολο και θα είναι υπεύθυνη για την εύρυθμη λειτουργία των καταστημάτων αυτών.

### 3<sup>ο</sup> Ιεραρχικό Επίπεδο οργάνωσης

Το τρίτο ιεραρχικό επίπεδο οργάνωσης θα αποτελείται από τις Βοηθούς Παραγωγής και τις Πωλήτριες των καταστημάτων λιανικής του Κατακόλου και της Αρχαίας Ολυμπίας.

Σε πρώτη φάση θα υπάρχει μόνο μία Βοηθός Παραγωγής η οποία σε συνεργασία με την προϊσταμένη της, θα εκτελεί όλες τις παραγωγικές διαδικασίες που θα προγραμματίζονται.

Θα συμμετέχει επίσης στις μεταφορές των παραγγελιών και θα συνδράμει στην αποθήκευση των προϊόντων.

Θα εκτελεί επίσης τις απαραίτητες εξωτερικές εργασίες που θα προκύπτουν.

Οι Πωλήτριες του πρώτου καταστήματος λιανικής στην Αρχαία Ολυμπία υπολογίζεται ότι θα είναι τέσσερις και θα εργάζονται ανά δύο σε δύο βάρδιες. Θα είναι υπεύθυνες για την εξυπηρέτηση των πελατών, τη φροντίδα και την ασφάλεια των καταστημάτων καθώς και για το μοίρασμα διαφημιστικών φυλλαδίων και την διανομή των προϊόντων στο κρουαζιερόπλοιο, το λεωφορείο ή αλλού, κατόπιν παραγγελιών από το διαδίκτυο.

Η μία πωλήτρια από τις δύο θα είναι υπεύθυνη βάρδιας και θα επιφορτίζεται με τον έλεγχο αποθεμάτων, τη συγκέντρωση και μεταφορά εισπράξεων και γενικότερα με την φροντίδα και την επίβλεψη της σωστής λειτουργίας του καταστήματος.

### Εξωτερικοί Συνεργάτες

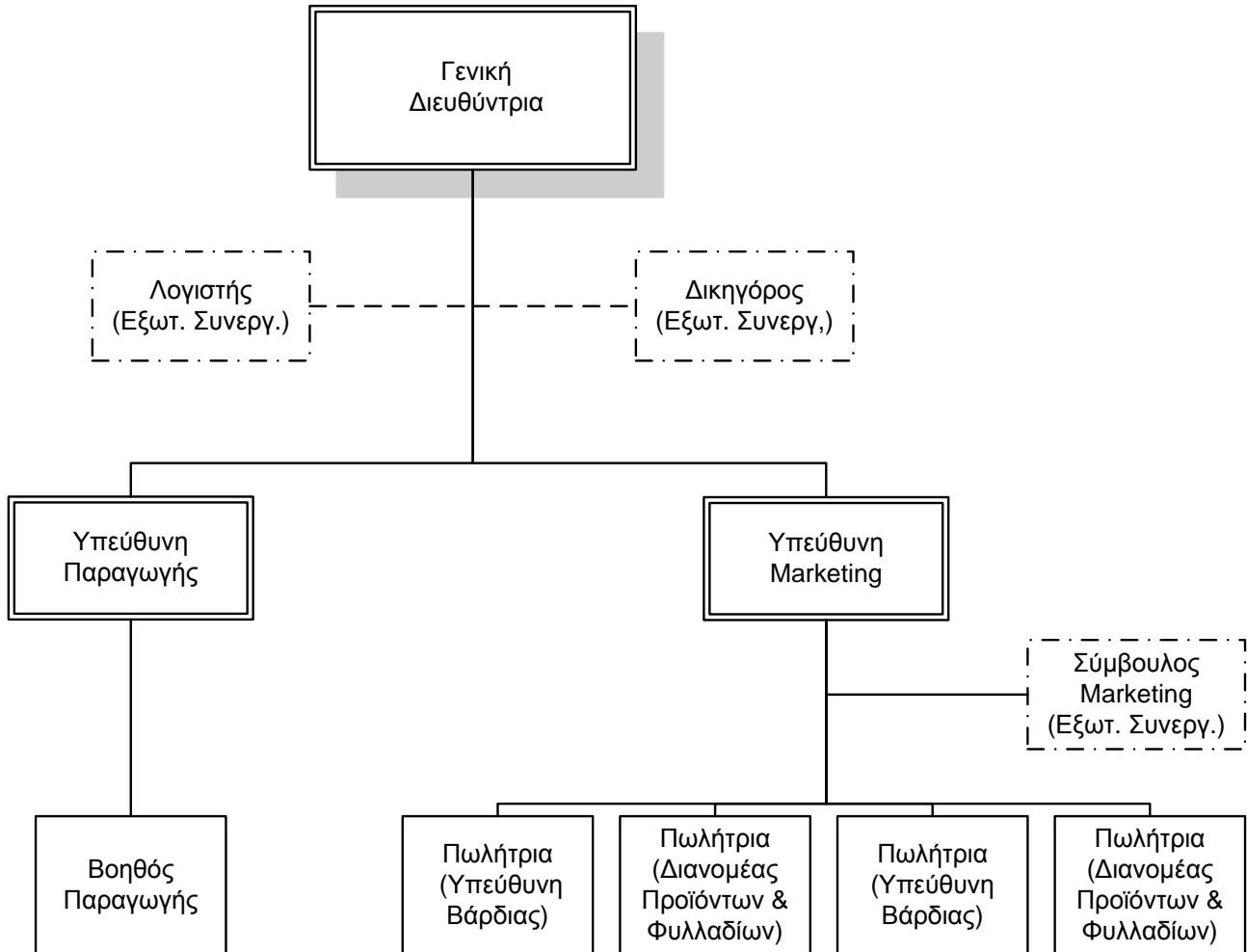
Ο συνεταιρισμός θα αναθέσει τις λογιστικές υποθέσεις σε εξωτερικό λογιστή και τις νομικές υποθέσεις σε εξωτερικό δικηγόρο. Επίσης θα συνεργάζεται με σύμβουλο Marketing, διότι για δυναμική εισχώρηση στην αγορά και σταθεροποίηση του μεριδίου αγοράς της θα χρειαστεί ισχυρό τμήμα Marketing.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα άτομα του προσωπικού, που αναφέρθηκαν ανωτέρω:

- Διοίκηση
  - Γενική Διευθύντρια (1)  
(θα εκτελεί χρέη Διευθύντριας Οικονομικών)
  
- Λοιπό διοικητικό προσωπικό
  - Υπεύθυνη Παραγωγής (1)  
(θα εκτελεί χρέη Υπεύθυνης Προμηθειών)
  
  - Υπεύθυνη Marketing (1)  
(θα είναι επιπλέον Υπεύθυνη R&D  
Υπεύθυνη E-shop  
Προϊσταμένη πωλητριών )
  
- Επιστημονικό τεχνικό προσωπικό
  -
  
- Εργατοτεχνικό προσωπικό (ειδικευμένο)
  - Βοηθοί Παραγωγής (1)
  
- Εργατοτεχνικό προσωπικό (ανειδίκευτο)
  -
  
- Προσωπικό τμήματος πωλήσεων και προώθησης
  - Πωλήτριες καταστημάτων (4)  
Υπεύθυνες βάρδιας ( 2 )  
Διανομείς προϊόντων και διαφημιστικών φυλλαδίων (2)
  
- ΣΥΝΟΛΟ ΑΤΟΜΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ (8)**
  
- Εξωτερικοί Συνεργάτες
  - Λογιστής (1)  
Δικηγόρος (1)  
Σύμβουλος Marketing (1)
  
- ΣΥΝΟΛΟ ΑΤΟΜΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ & ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ (11)**

### 1.4.3. Οργανόγραμμα Προσωπικού

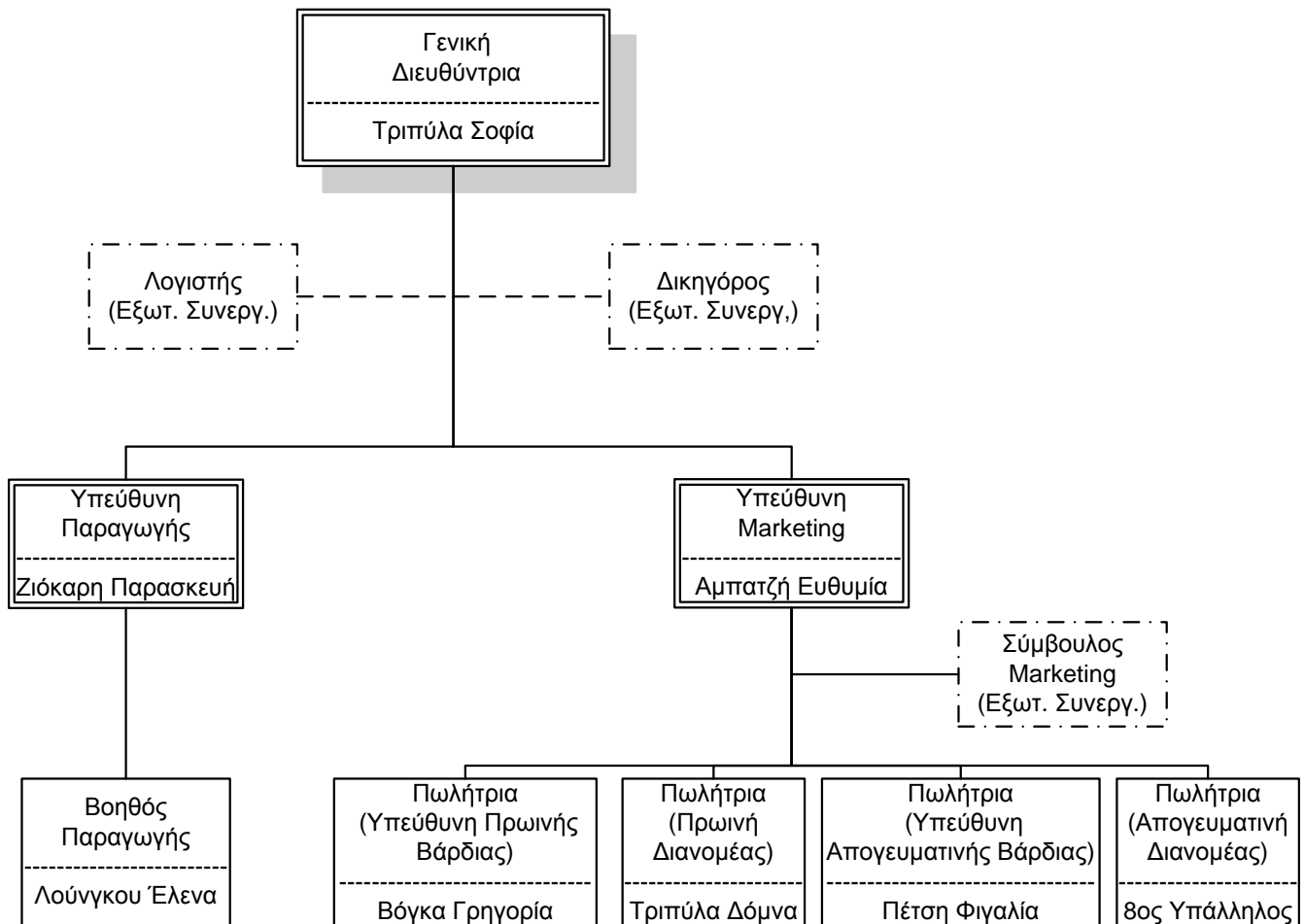
Παρακάτω παρουσιάζεται το οργανόγραμμα του προσωπικού που θα έχει η επιχείρηση κατά την έναρξη και λειτουργία της. Τονίζεται ότι αυτή είναι μια εκτιμώμενη προσεγγιστική δομή, καθώς σε αυτή τη φάση δεν είναι επακριβώς γνωστές οι ανάγκες της επιχείρησης. Ωστόσο αποτελεί μία ικανοποιητική προσέγγιση της πραγματικότητας τουλάχιστον κατά την έναρξη λειτουργίας, η οποία μας κατευθύνει για την εκτίμηση των λειτουργικών δαπανών που αφορούν το προσωπικό.



Με την ανωτέρω οργανωτική δομή επιτυγχάνεται σαφής διαχωρισμός του σκοπού, της λειτουργίας και των υποχρεώσεων κάθε τμήματος και κάθε εργαζομένου, εξασφαλίζεται μεγαλύτερη ταχύτητα κι ευελιξία κατά τη διαδικασία λήψης των αποφάσεων, χωρίς να αποκλείεται η συμμετοχή όλων των μελών στη διαδικασία αυτή ή στη δημιουργία προτάσεων, επιτυγχάνεται καλύτερος έλεγχος κάθε ιεραρχικού επιπέδου από τα ανώτερα στελέχη, με απότοκο την αποτελεσματικότερη σύμπλευση των ενεργειών κάθε τμήματος με το στρατηγικό σχέδιο που έχει καταστρωθεί για την επίτευξη των αντικειμενικών στόχων της Κοιν.Σ.Επ. .

Λαμβάνοντας υπόψη τις πληροφορίες, σχετικά με το επίπεδο σπουδών, την προϋπηρεσία, την παρούσα εργασιακή κατάσταση, την περιοχή διαμονής, τις δεξιότητες και τον χαρακτήρα των επτά μελών, που αποκτήθηκαν κατά τις συναντήσεις με τέσσερα από τα επτά μέλη της Κοιν.Σ.Επ. καθώς και τις πληροφορίες από το έντυπο της υποβληθείσας πρότασης για το ΕΣΠΑ, εκτιμάται ότι η ανωτέρω οργανωτική δομή θα αποδώσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο εφόσον συμπληρωθεί από τα άτομα σύμφωνα με το ακόλουθο σχέδιο.

Οι πληροφορίες για κάθε μέλος και το σκεπτικό που ακολουθήθηκε για την τοποθέτησή του σε κάθε θέση, παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω.



Για τη θέση της Γενικής Διευθύντριας προτείνεται η κα. Σοφία Τριπύλα, διότι ως εκλεγμένη Πρόεδρος της Διοικούσας Επιτροπής και νόμιμος εκπρόσωπος της Κοιν.Σ.Επ. έχει την αναγνώριση των υπόλοιπων μελών, έχει τη διαχειριστική ευθύνη της Κοιν.Σ.Επ. και επιπλέον έχει ήδη ασχοληθεί αρκετά με θέματα οργάνωσης και ανάπτυξης της επιχείρησης. Επίσης κατοικεί στη Ζαχάρω όπου βρίσκονται τα γραφεία και διαμένουν τα περισσότερα μέλη οπότε μπορεί άμεσα να βρίσκεται σε επαφή μαζί τους.

Για τη θέση της Υπεύθυνης Marketing προτείνεται η κα. Αμπατζή Ευθυμία, κυρίως λόγω της πολύχρονης προϋπηρεσίας σε ανάλογη θέση και της μεγάλης εμπειρίας σε θέματα Marketing.

Για τη θέση της Υπεύθυνης Παραγωγής προτείνεται η κα. Ζιόκαρη Παρασκευή, λόγω σπουδών σε Ανώτατο Εκπαιδευτικό Ίδρυμα (Φιλολογία στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο) και λόγω της καλλιτεχνικής της φύσης (ζωγραφική). Επιπλέον διαμένει στη Ζαχάρω όπου βρίσκονται τα γραφεία και ακόμη οι λοιπές εργασιακές δραστηριότητες της γίνονται απογευματινές ώρες, με αποτέλεσμα να μπορεί να αφιερώνει τον απαραίτητο χρόνο τις πρωινές ώρες για την Κοιν.Σ.Επ. .

Για τη θέση της Βοηθού Παραγωγής προτείνεται η κα. Λούνγκου Έλενα η οποία έχοντας εμπειρία στον επιχειρηματικό χώρο δύναται να συναναστρέφεται αποτελεσματικά με τοπικούς παραγωγούς κι εμπόρους και κατοικώντας κοντά στη Ζαχάρω να βρίσκεται καθημερινά στα γραφεία για υποστήριξη της παραγωγικής διαδικασίας και της διαδικασίας προμηθειών, συνδυάζοντας την εργασία στην Κοιν.Σ.Επ. με τις απογευματινές εργασιακές της ασχολίες .

Για τις θέσεις των Πωλητριών – Υπεύθυνων Βάρδιας προτείνονται η κα. Βόγκα Γρηγορία και η κα. Πέτση Φιγαλία για την πρωινή και την απογευματινή βάρδια αντίστοιχα. Η κα. Βόγκα Γρηγορία έχει αποφοιτήσει με καλό βαθμό από το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων στο ΤΕΙ Πάτρας, έχει εργαστεί ως προϊσταμένη στο Ολυμπιακό Χωριό το 2004, ως ταμίας σε πολυκατάστημα(υπεύθυνη θέση), ως υπάλληλος υποδοχής, ως αεροσυνοδός και μέχρι πρότινος σε κατάσταση με τουριστικά είδη (παρόμοια θέση) και επιπλέον είναι επικοινωνιακή, διαθέτει δηλαδή εργασιακή εμπειρία και επικοινωνιακές ικανότητες ιδανικές για την συγκεκριμένη θέση. Επίσης μένει στα Λεχαινά και θα είναι ευκολότερο σε καθημερινή βάση να επισκέπτεται για εργασία την Αρχαία Ολυμπία απ'ότι τα γραφεία στη Ζαχάρω και προτιμότερο λόγω μεγάλης διαδρομής να εργάζεται το πρωί ώστε να μην χρειάζεται να διανύει τη διαδρομή τη νύχτα. Η κα. Πέτση Φιγαλία έχει αποφοιτήσει από ΙΕΚ Εμποροϋπαλλήλων-Λογιστών, και έχει εργαστεί ως ταμίας (υπεύθυνη θέση), υπάλληλος γραφείου και υπάλληλος στα ιαματικά λουτρά Καϊάφα τα οποία έχουν υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα (εξοικίωση με τουρισμό). Επίσης είναι πολύ επικοινωνιακή, συνεπώς είναι ιδιαίτερα κατάλληλη για εργασία στο κατάστημα της Κοιν.Σ.Επ. .

Για τη θέση της Πωλήτριας – Διανομέως προϊόντων και διαφημιστικών φυλλαδίων πρωινής βάρδιας προτείνεται η κα. Τριπύλα Δόμνα η οποία είναι πολύ επικοινωνιακή και ηλικιακά μικρότερη απο τα υπόλοιπα μέλη καθιστώντας την καταλληλότερη γι' αυτήν την εργασία.

Η θέση της Πωλήτριας – Διανομέως προϊόντων και διαφημιστικών φυλλαδίων απογευματινής βάρδιας θα καλυφθεί από το άτομο που προβλέπεται οτι θα προσληφθεί.



#### 1.4.4. Κόστος Προσωπικού

Θέση	Πλήθος	Μικτή Αμοιβή (€) / μήνα	Μικτή Αμοιβή + Εργοδοτικές Εισφορές (22.35%)/μήνα	Μικτή Αμοιβή(€) + Εργ.Εισφορές/ Έτος (14μήνες)	Μηνιαία αμοιβή (€) / ειδικότητα	Μηνιαία Συνολική Δαπάνη προσωπικού (€) / ειδικότητα	Ετήσια Μικτή Αμοιβή (€) / ειδικότητα (14 μήνες)
Γενική Διευθύντρια	1	586.08	717.07	10038.96	586.08	717.07	10038.96
Υπεύθυνη Παραγωγής	1	586.08	717.07	10038.96	586.08	717.07	10038.96
Υπεύθυνη Marketing	1	586.08	717.07	10038.96	586.08	717.07	10038.96
Βοηθοί Παραγωγής	1	586.08	717.07	10038.96	586.08	717.07	10038.96
Πωλήτριες	4	586.08	717.07	10038.96	2344.32	2868.28	40155.86
<b>ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ</b>	<b>8</b>				<b>4688.64</b>	<b>5736.55</b>	<b>80311.71</b>
Λογιστής	1	100.00	-	-	100.00	100.00	1200.00
Δικηγόρος	1	50.00	-	-	50.00	50.00	600.00
Σύμβουλος Marketing	1	50.00	-	-	50.00	50.00	600.00
<b>ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ &amp; ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ</b>	<b>11</b>				<b>4888.64</b>	<b>5936.55</b>	<b>82711.71</b>

Συνολικό μηνιαίο κόστος προσωπικού : € 5.736,55  
 Συνολικό ετήσιο κόστος προσωπικού : **€ 80.311,71**

Συνολικό μηνιαίο κόστος προσωπικού & συνεργατών : € 5.936,55  
 Συνολικό ετήσιο κόστος προσωπικού & συνεργατών : **€ 82.711,71**

#### 1.4.5. Διοικητικά Κενά – Μελλοντική οργανωτική δομή

Σύμφωνα με τα δεδομένα που διαθέτουμε για το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο θα λειτουργήσει ο συνεταιρισμός, θεωρούμε την οργανωτική δομή που παρουσιάστηκε ανωτέρω, επαρκή και λειτουργική τουλάχιστον για τα πρώτα βήματα του συνεταιρισμού.

Διοικητικά κενά που θα δημιουργούσαν προβλήματα στην ομαλή λειτουργία της επιχείρησης δεν παρατηρούνται, εφόσον το κάθε στέλεχος εκτελεί τα καθήκοντά του με τον προβλεπόμενο τρόπο.

Η μη ύπαρξη Διευθύνσεως Οικονομικών που επιβάλλεται από το μικρό μέγεθος της εταιρίας, προβλέπεται να καλυφθεί από τη Γενική Διεύθυνση.

Προτιμήθηκε η μη ύπαρξη τακτικού Λογιστηρίου ώστε να διατηρηθούν σε χαμηλά επίπεδα οι δαπάνες προσωπικού. Η λογιστική λειτουργία θα ανατεθεί σε εξωτερικό λογιστή.

Καθώς η εταιρία θα μεγαλώνει θα μετατοπίζονται ευθύνες και δικαιοδοσίες σε κατώτερα στελέχη, ενώ θα προσλαμβάνονται στελέχη ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης, μέχρις ότου καλυφθούν όλα τα διοικητικά κενά που θα προκύψουν, οπότε θα φτάσουμε στην παρακάτω οργανωτική δομή.

Μελλοντικά και εφόσον η εταιρία αναπτυχθεί αρκετά, σε περισσότερες και μεγαλύτερες αγορές, θα τροποποιηθεί αναλόγως η οργανωτική δομή της εταιρίας. Θα αυξηθούν οι ειδικότητες για τον καλύτερο διοικητικό έλεγχο και τα διοικητικά επίπεδα ώστε να είναι αποδοτικότερη η εργασία ανα τομέα ευθύνης.

Η Γενική Διευθύντρια που αρχικά συγκεντρώνει στο πρόσωπό της όλες τις διευθυντικές λειτουργίες θα διαμοιράσει δικαιοδοσίες στα παρακάτω στελέχη και η ίδια θα συνεχίσει να έχει την γενική επίβλεψη της εταιρίας.

Θα προαχθεί ο Υπεύθυνος Παραγωγής σε Διευθυνή Παραγωγής.

Υφιστάμενοί του θα είναι:

- Υπεύθυνος Παραγωγής πολιτιστικών προϊόντων, διατροφικών προϊόντων και προϊόντων φροντίδας του σώματος
  - Group Βοηθών Παραγωγής
- Υπεύθυνος Ποιοτικού Ελέγχου
  - Group Βοηθών Ποιοτικού Ελέγχου
- Υπεύθυνος Προμηθειών, Αποθήκευσης & Μεταφορών
  - Βοηθός προμηθειών
  - Αποθηκάριος
  - Οδηγοί
- Γραμματέας Διευθυντή Παραγωγής

Θα προσληφθεί Διευθυντής Οικονομικών

Υφιστάμενοί του θα είναι:

- Λογιστής
  - Βοηθός Λογιστή
- Γραμματέας Διευθυντή Οικονομικών

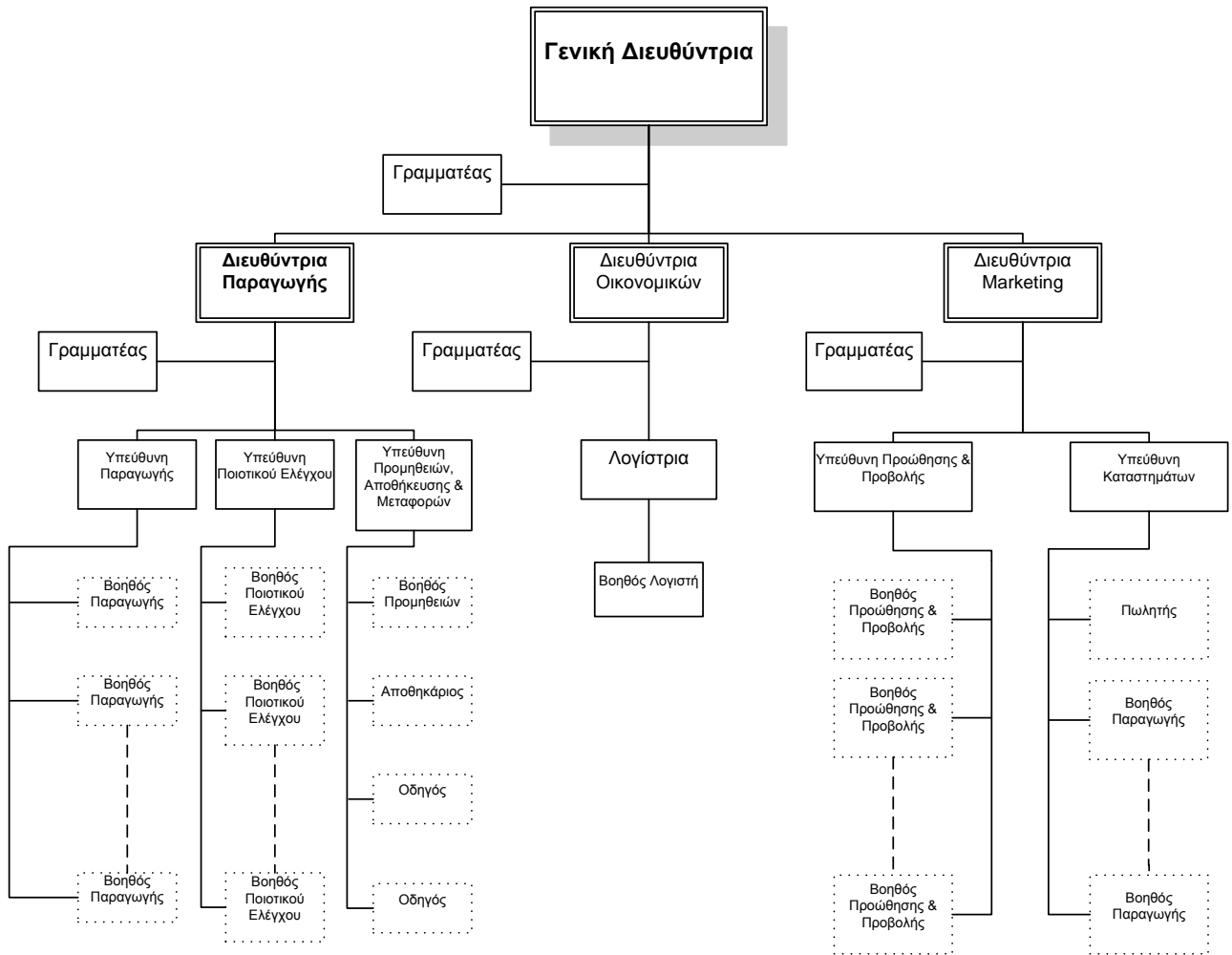
Θα προσληφθεί Διευθυντής Marketing

Υφιστάμενοί του θα είναι:

- Υπεύθυνος Προώθησης προϊόντων & Προβολής Ιδεών Ολυμπισμού & Εκεχειρίας
  - Group βοηθών προώθησης προϊόντων & προβολής
- Υπεύθυνος Καταστημάτων
  - Group πωλητών
- Γραμματέας Διευθυντή Marketing

Θα προσληφθεί Γραμματέας Γενικής Διευθύνσεως

Παρακάτω φαίνεται ένα πιθανό οργανόγραμμα της εταιρίας σε μελλοντική, ανεπτυγμένη κατάσταση, λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω δεδομένα:



#### 1.4.6. Τοποθεσία

##### ΓΡΑΦΕΙΑ

Τα γραφεία της ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. στεγάζονται στη διεύθυνση Ζαχαρία Παπαδόπουλου, στο εμπορικό κέντρο της Ζαχάρως, Ηλείας, όπου είναι και η έδρα της επιχείρησης.

Οι λόγοι που οδήγησαν στην επιλογή αυτής της τοποθεσίας είναι ότι:

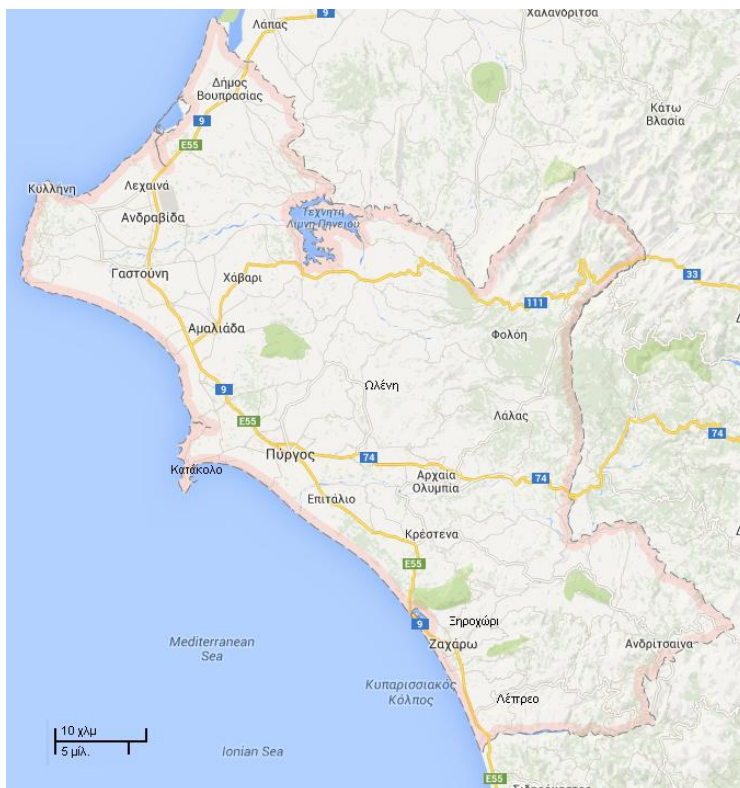
- Εξυπηρετούνται οι εργαζόμενες του συνεταιρισμού, αφού οι περισσότερες από αυτές κατοικούν σε περιοχές εντός ή σε μικρή απόσταση από τη Ζαχάρω. Εξαιρούνται η Αμπατζή Ευθυμία κάτοικος Πύργου και η Βόγκα Γρηγορία κάτοικος Λεχαινών.

Όνοματεπώνυμο	Τόπος Κατοικίας	Απόσταση (km) Κατοικίας - Ζαχάρως	Εκτιμώμενος Χρόνος (min) μετακινήσεως από Κατοικία σε Ζαχάρω
Τριπύλα Σοφία	Ζαχάρω , Ηλείας	0 km	0 min
Τριπύλα Δόμνα	Ζαχάρω , Ηλείας	0 km	0 min
Ζιόκαρη Παρασκευή	Ζαχάρω , Ηλείας	0 km	0 min
Πέτση Φιγαλία	Ξηροχώρι , Ηλείας	3 km	5 min
Λούνγκου Έλενα	Λεπρέο , Ηλείας	16,7 km	23 min
Αμπατζή Ευθυμία	Πύργος , Ηλείας	33,4 km	29 min
Βόγκα Γρηγορία	Λεχαινά , Ηλείας	70,2 km	58 min

- Το κτίριο έχει χαμηλό ενοίκιο: 100€ / μήνα
- Τα γραφεία βρίσκονται εντός του εμπορικού κέντρου, κοντά σε αρκετές υπηρεσίες (έναντι Κ.Ε.Π., Πολεοδομία).
- Βρίσκεται κοντά στα γραφεία της βουλευτού κυρίας Αυγερινοπούλου, η οποία αποτελεί για τον συνεταιρισμό σημαντικότερο υποστηρικτικό πολιτικό φορέα.
- Υπάρχει υψηλή συγκέντρωση προμηθευτών και συνεργατών στην περιοχή.
- Το μεταφορικό κόστος από τους προμηθευτές στον αποθηκευτικό χώρο των γραφείων είναι περιορισμένο.

## ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Παρατίθεται ο χάρτης του νομού Ηλείας προκειμένου να υποστηρίξει την επιλογή της βέλτιστης δυνατής τοποθεσίας.



## ΠΙΘΑΝΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

### 1. ΚΑΤΑΚΟΛΟ

#### Θετικά

- Λιμάνι άφιξης κρουαζιεροπλοίων (3<sup>ο</sup> σε επισκεψιμότητα στην Ελλάδα)
- Πολύ υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα (περίπου 750.000 τουρίστες ετησίως)

Αριθμός επιβατών κρουαζιέρας	2010	2011	2012	
ΠΕΙΡΑΙΑΣ	1.864.657	2.515.191	2.066.925	<b>1ο</b>
ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	775.512	938.291	838.875	<b>2ο</b>
ΚΑΤΑΚΟΛΟ	763.861	819.943	749.892	<b>3ο</b>
ΜΥΚΟΝΟΣ	663.371	782.365	657.511	<b>4ο</b>

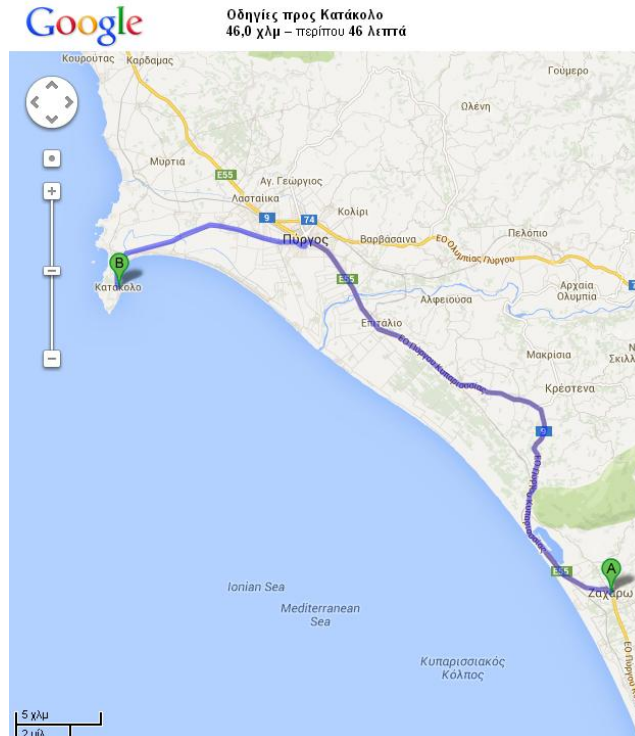
ΠΗΓΗ : ΕΝΩΣΗ ΛΙΜΕΝΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ

([http://www.elime.gr/images/stories/Documents/EnosiLimenonKrouazieras/STATISTIKA\\_STOIXEIA\\_KROUAZIERAS\\_2010\\_2012\\_SYNOLIKA.pdf](http://www.elime.gr/images/stories/Documents/EnosiLimenonKrouazieras/STATISTIKA_STOIXEIA_KROUAZIERAS_2010_2012_SYNOLIKA.pdf))

- Είναι πιθανή η παραχώρηση περιπτερου από τον Δήμο στο λιμάνι κοντά στο λιμεναρχείο, για προβολή των προϊόντων, έναντι πολύ χαμηλής τιμής.
- Προοπτικές δημιουργίας μόνιμου καταστήματος λιανικής

#### Αρνητικά

- Πολύ υψηλή συγκέντρωση ανταγωνιστικών επιχειρήσεων (περίπου 75 καταστήματα με τουριστικά είδη και κοσμήματα)
- Μεγάλη απόσταση από τα γραφεία-αποθήκες της επιχείρησης στη Ζαχάρω (46 χιλιόμετρα, περίπου 46 λεπτά με το αυτοκίνητο)



- c. Χαμηλή δαπάνη ανά άτομο σε τουριστικά προϊόντα (περίπου 10€)
- d. Χαμηλό ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα (25% – 33%)
- e. Αυξημένο κόστος μεταφοράς προϊόντων στο Κατάκολο από τις αποθήκες στη Ζαχάρω.

## 2. ΑΡΧΑΙΑ ΟΛΥΜΠΙΑ

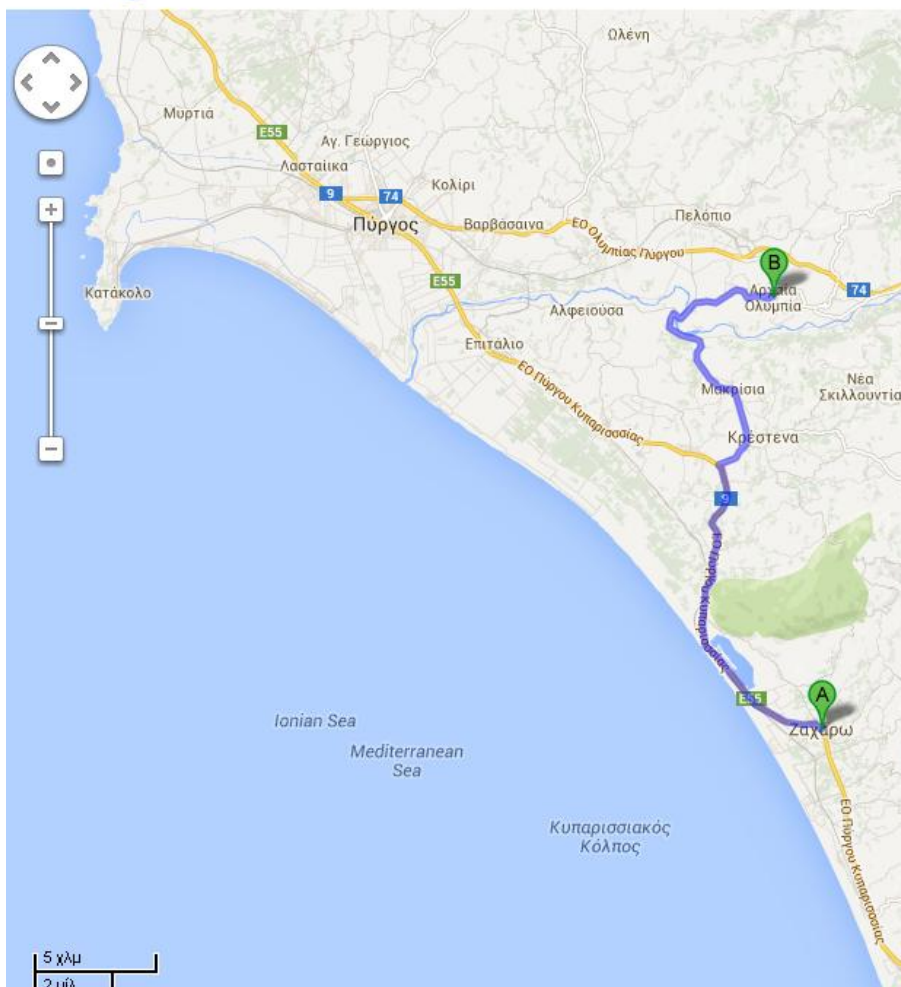
### Θετικά

- a. Πολύ σημαντικός αρχαιολογικός χώρος (4<sup>ος</sup> σε επισκεψιμότητα στην Ελλάδα, με πλήθος εισιτηρίων ανα έτος περίπου 430.000)

Αρχαιολογικοί Χώροι με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα				
	Ακρόπολη	Κνωσός	Ακρόπολη Λίνδου	Αρχαία Ολυμπία
2012	1.374.365	603.514	430.944	425.199
2011	1.317.572	623.338	510.883	438.452
2010	993.496	547.588	416.633	399.891
2009	1.087.889	589.996	444.921	328.697
2008	1.071.060	610.664	456.140	355.619
2007	1.151.587	680.323	491.743	360.997
2006	1.138.597	705.305	501.238	455.606
2005	1.002.459	653.342	461.758	446.806
2004	821.657	620.202	398.488	391.737
2003	770.010	633.903	395.760	405.031
2002	877.502	680.074	458.496	350.388
2001	1.132.973	602.668	517.169	266.993
	<b>1ος</b>	<b>2ος</b>	<b>3ος</b>	<b>4ος</b>

ΠΗΓΗ: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ ([http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p\\_param=A1802](http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A1802))

- b. Πολύ υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα στην περιοχή (περίπου 650.000 τουρίστες ανα έτος, σύμφωνα με τον Εμπορικό Σύλλογο Αρχαίας Ολυμπίας)
- c. Αρχαιολογικός χώρος άμεσα συνδεδεμένος με τον σκοπό, το πνεύμα και τις ιδέες που προβάλλει η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ.
- d. Ισχυρό παγκόσμιο τουριστικό Brandname (OLYMPIA)
- e. Βρίσκεται σχετικά κοντά στα γραφεία της επιχείρησης (περίπου 30 λεπτά με το αυτοκίνητο)
- f. Σχετικά χαμηλό μεταφορικό κόστος αποθηκευμένων προϊόντων.



Αρνητικά

- a. Υψηλή συγκέντρωση ομοειδών επιχειρήσεων (περίπου 50 καταστήματα με τουριστικά προϊόντα στην ευρύτερη περιοχή)

3. ΖΑΧΑΡΩ

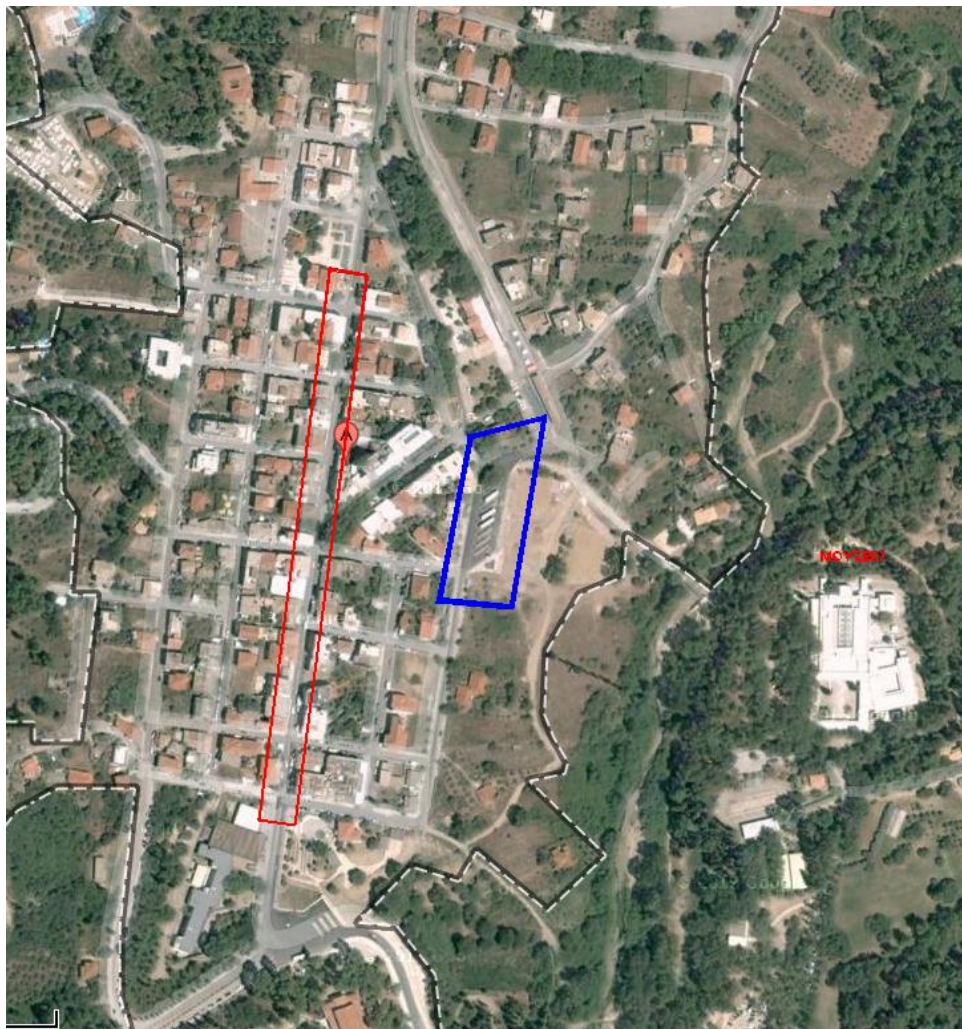
Θετικά

- a. Στην ίδια περιοχή με τα γραφεία της επιχείρησης
- b. Μηδενικό κόστος μεταφορών από αποθηκευτικούς χώρους
- c. Χαμηλή συγκέντρωση ομοειδών επιχειρήσεων
- d. Ενδεχόμενη παραχώρηση από το Δήμο του εγκαταλελειμένου κτηρίου του ΟΣΕ, και χρήση του ως χώρο εκθέσεων

Αρνητικά

- a. Πολύ χαμηλή τουριστική επισκεψιμότητα σε σχέση με τις άλλες δύο υποψήφιες περιοχές

Κατόπιν παρουσίασης των θετικών και των αρνητικών χαρακτηριστικών κάθε περιοχής, προτείνεται ως καταλληλότερη περιοχή για τον πρώτο χώρο προβολής και διάθεσης προϊόντων (κατάστημα), η Αρχαία Ολυμπία. Συγκεκριμένα προτείνεται σε πρώτη φάση, να επιδιωχθεί η ενοικίαση περιπτερού κοντά στο parking τουριστικών λεωφορείων του Αρχαιολογικού Μουσείου της Αρχαίας Ολυμπίας, το οποίο αποτελεί το κομβικότερο σημείο διέλευσης τουριστών στην Αρχαία Ολυμπία. Αυτό ισχύει διότι όλα τα τουριστικά λεωφορεία που έρχονται στην περιοχή σταματούν εκεί για να επισκεφτούν οι τουρίστες το Μουσείο. Στη συνέχεια όμως και αφού επιβιβαστούν και πάλι οι τουρίστες μεγάλο ποσοστό των λεωφορείων ξεκινά αμέσως για επόμενο προορισμό χωρίς να αφήνει τους τουρίστες να επισκεφτούν την αγορά τουριστικών προϊόντων (διαφυγόν κέρδος). Κατά συνέπεια η δημιουργία περιπτερού σε εκείνο το σημείο εξασφαλίζει πρόσβαση από αυτό το επιπλέον μεγάλο ποσοστό τουριστών.



Στην παραπάνω εικόνα φαίνεται εντός του μπλέ πλαισίου η περιοχή στην οποία προτείνεται να δημιουργηθεί το κατάστημα της Κοιν.Σ.Επ. . Αν δεν επιτευχθεί αυτό, τότε το κατάστημα θα πρέπει να δημιουργηθεί στην περιοχή εντός του κόκκινου πλαισίου, όπου βρίσκεται το μεγαλύτερο ποσοστό των καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα της περιοχής (οδός Πραξιτέλους-Κονδύλη).



Σε δεύτερη φάση και εφόσον σταθεροποιηθεί και αναπτυχθεί η λειτουργία της επιχείρησης, προτείνεται να ενοικιαστεί χώρος για κατάστημα λιανικής πώλησης προϊόντων στην περιοχή του Κατακόλου, όπου εξασφαλίζεται πολύ υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα, ενώ ταυτόχρονα έχοντας ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το καλά οργανωμένο τμήμα Marketing θα αποκτήσει σχετικά εύκολα ικανοποιητικό μερίδιο αγοράς.

Σε τρίτη φάση και αφού εξασφαλιστεί η ανάπτυξη της ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. , προτείνεται η δημιουργία χώρου προβολής των προϊόντων της στην Ζαχάρω. Σ' αυτήν την περίπτωση είναι θεμιτή η προσπάθεια παραχώρησης του εγκαταλελειμένου κτηρίου του ΟΣΕ από το Δήμο Ζαχάρως , για το σκοπό αυτό.

Κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί και εδώ όπως γίνεται αναλυτικά παρακάτω, ότι διάθεση των προϊόντων θα γίνεται εξ' αρχής και από ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop), αλλά σύντομα και από έτερα συνεργαζόμενα καταστήματα σε περιοχές με υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα της Ελλάδας (π.χ. Πλάκα Αθηνών) και του εξωτερικού.

## 2. Οικονομικά Στοιχεία Επένδυσης

### 2.1. Προβλεπόμενες συνολικές πωλήσεις ανά κατηγορία προϊόντων

Παρουσιάζονται οι 5 κατηγορίες προϊόντων, οι οποίες κατασκευάστηκαν με βάση την τιμή πώλησης των προϊόντων τους, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα.

A/A	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΕΙΔΟΣ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ (€)	ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ ΑΠΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ (€)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (€)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ	ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΑΟΣ ΑΝΑ ΤΕΜΑΧΙΟ (€)	Markup (%)
	<b>0.50 - 5.00</b>							
101		ΣΑΠΟΥΝΙΑ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (ΜΙΚΡΑ)	0.376	-	0.94	1.00	0.56	150.00%
102		ΣΑΠΟΥΝΙΑ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (ΜΕΓΑΛΑ)	0.96	3.00	2.70	2.70	1.74	181.25%
105		ΤΟΠΙΚΑ ΒΟΤΑΝΑ	0.72	5.50	4.95	4.95	4.23	587.50%
109		ΦΥΣΙΚΟΣ ΚΟΤΙΝΟΣ	0.16	-	1.00	2.00	0.84	525.00%
203		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (1)	2.4	-	6.00	4.98	3.60	150.00%
212		ΜΑΓΝΗΤΙΚΑ ΠΙΝΑΚΙΑ (ΜΑΓΝΗΤΑΚΙΑ) - (1)	0.4	2.00	1.80	1.80	1.40	350.00%
213		ΜΑΓΝΗΤΙΚΑ ΠΙΝΑΚΙΑ (ΜΑΓΝΗΤΑΚΙΑ) - (2)	1.2	3.00	2.70	2.70	1.50	125.00%
216		ΣΚΕΥΗ ΚΟΥΖΙΝΑΣ	0.96	3.83	3.45	3.45	2.49	259.06%
219		ΚΟΥΠΕΣ	0.72	4.00	3.60	3.60	2.88	400.00%
223		POST CARDS (1)	0.44	1.50	1.35	1.35	0.91	206.82%
224		POST CARDS ΣΕΤ ΤΩΝ 9 ΤΕΜΑΧΙΩΝ (2)	1.656	4.00	3.60	3.60	1.94	117.39%
225		ΑΝΑΠΤΗΡΕΣ	0.52	1.50	1.35	1.35	0.83	159.62%
226		ΔΑΧΤΥΛΗΦΟΡΕΣ	0.48	-	1.20	1.50	0.72	150.00%
231		ΒΙΒΛΙΑ (1)	2	5.00	4.50	4.50	2.50	125.00%
237		ΚΑΡΦΙΤΣΕΣ	1.12	-	2.80	2.80	1.68	150.00%
301		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (1)	1.32	5.00	4.50	4.50	3.18	240.91%
402		ΕΛΙΕΣ	2	-	5.00	5.00	3.00	150.00%
404		ΕΥΔΙ	1.28	-	3.20	3.20	1.92	150.00%
501		ΕΠΑΦΛΑ ΑΓΩΓΩΝ	2.4	-	6.00	6.00	3.60	150.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ</b>			<b>1.11</b>	<b>3.48</b>	<b>3.19</b>		3.21	
<b>19</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>			
	<b>5.10 - 10.00</b>							
103		ΚΡΕΜΕΣ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (1)	3.68	10.00	9.00	9.00	5.32	144.57%
106		ΑΛΑΤΑ (ΛΙΜΝΗΣ ΚΑΪΦΑ)	2.96	8.00	7.20	7.20	4.24	143.24%
108		ΤΣΑΪ ΑΠΟ ΦΥΛΛΑ ΕΛΙΑΣ	3.76	-	9.40	9.40	5.64	150.00%
202		ΔΙΣΚΟΣ ΕΚΧΕΙΡΙΑΣ (ΔΙΣΚΟΣ ΙΦΙΤΟΥ) - ΚΕΡΑΜΙΚΟΣ	4	-	10.00	10.00	6.00	150.00%
204		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (2)	4	10.00	9.00	9.00	5.00	125.00%
207		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (1)	2.4	-	6.00	6.00	3.60	150.00%
214		ΣΟΥΒΕΡ	3.728	8.50	7.65	7.65	3.92	105.20%
215		ΠΕΤΣΕΤΕΣ	3.328	-	8.32	7.28	4.99	150.00%
217		ΜΟΛΥΒΘΗΚΕΣ	3.056	7.64	6.88	6.88	3.82	125.00%
222		BASEBALL CAPS	2.4	7.00	6.30	6.30	3.90	162.50%
233		ΠΙΝΑΚΕΣ ΖΟΓΡΑΦΙΚΗΣ (1)	3.816	-	9.54	8.35	5.72	150.00%
243		ΠΑΣΜΙΝΕΣ	1.84	-	4.60	5.75	2.76	150.00%
244		ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΠΑ ΜΑΛΛΙΑ	2.4	-	6.00	6.00	3.60	150.00%
302		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (2)	4	10.00	9.00	9.00	5.00	125.00%
401		ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	2.912	6.50	5.85	5.90	2.94	100.89%
403		ΓΛΥΚΑ ΤΟΥ ΚΟΥΤΑΛΙΟΥ	3.2	-	8.00	8.00	4.80	150.00%
405		ΠΕΤΙΜΕΖΙ	4.08	-	10.20	10.00	6.12	150.00%
406		ΜΕΛΙ	3.32	-	8.30	8.30	4.98	150.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ</b>			<b>3.27</b>	<b>8.46</b>	<b>7.85</b>		7.78	
<b>18</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>			
	<b>10.10 - 20.00</b>							
104		ΣΑΜΠΟΥΑΝ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	5.2	-	13.00	13.00	7.80	150.00%
107		ΑΝΘΡΑΚΙΑΤΑ - ΑΙΘΕΡΙΑ ΕΛΑΙΑ	4.72	13.20	11.88	11.88	7.16	151.69%
110		ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΟΣ ΚΟΤΙΝΟΣ (ΕΠΙΧΡΩΜΩΜΕΝΟΣ)	6.4	-	16.00	16.00	9.60	150.00%
201		ΔΙΣΚΟΣ ΕΚΧΕΙΡΙΑΣ (ΔΙΣΚΟΣ ΙΦΙΤΟΥ) - ΜΕΤΑΛΛΙΚΟΣ	8	-	20.00	20.00	12.00	150.00%
208		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (2)	8	-	20.00	17.50	12.00	150.00%
218		ΚΗΡΟΠΗΓΙΑ & ΟΛΥΜΠΙΑΚΕΣ ΔΑΔΕΣ	4.792	-	11.98	10.48	7.19	150.00%
220		T-SHIRTS (1)	2.8	12.00	10.80	10.80	8.00	285.71%
221		T-SHIRTS (2)	6.4	20.00	18.00	18.00	11.60	181.25%
227		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (1)	5.6	-	14.00	12.25	8.40	150.00%
230		ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ (ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ)	6.08	-	15.20	13.30	9.12	150.00%
232		ΒΙΒΛΙΑ (2)	6	15.00	13.50	13.50	7.50	125.00%
235		ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΕΣ (1)	5.6	-	14.00	12.25	8.40	150.00%
238		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (1)	6.4	-	16.00	14.00	9.60	150.00%
242		ΠΟΡΤΟΦΟΛΙΑ	4	-	10.00	12.50	6.00	150.00%
303		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (3)	8	20.00	18.00	18.00	10.00	125.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ</b>			<b>5.87</b>	<b>16.04</b>	<b>14.82</b>		14.23	
<b>15</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>			
	<b>20.10 - 50.00</b>							
205		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (3)	16	-	40.00	35.00	24.00	150.00%
209		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (3)	16	-	40.00	35.00	24.00	150.00%
234		ΠΙΝΑΚΕΣ ΖΟΓΡΑΦΙΚΗΣ (2)	18	-	45.00	39.38	27.00	150.00%
236		ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΕΣ (2)	16	-	40.00	35.00	24.00	150.00%
239		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (2)	11.92	-	29.80	26.08	17.88	150.00%
240		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (3)	20	-	50.00	43.75	30.00	150.00%
241		ΤΣΑΝΤΕΣ	12.72	-	31.80	27.83	19.08	150.00%
304		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (4)	20	50.00	45.00	45.00	25.00	125.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ</b>			<b>16.33</b>	<b>50.00</b>	<b>40.20</b>		35.88	
<b>8</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>			
	<b>&gt;50,10</b>							
206		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (4)	55.2	-	138.00	120.75	82.80	150.00%
210		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (4)	40	-	100.00	87.50	60.00	150.00%
211		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (5)	80	-	200.00	175.00	120.00	150.00%
228		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (2)	24	-	60.00	52.50	36.00	150.00%
229		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (3)	80	-	200.00	175.00	120.00	150.00%
305		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (5)	56	150.00	135.00	135.00	79.00	141.07%
306		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (6)	112	280.00	252.00	252.00	140.00	125.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ</b>			<b>63.89</b>	<b>215.00</b>	<b>155.00</b>		142.54	
<b>7</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>		25.36	

Από την έρευνα αγοράς προκύπτει ότι στην αγορά τουριστικών προϊόντων της Αρχαίας Ολυμπίας, τα ποσοστά πωλήσεων προϊόντων ανά κατηγορία τιμής αποτυπώνονται ως εξής:

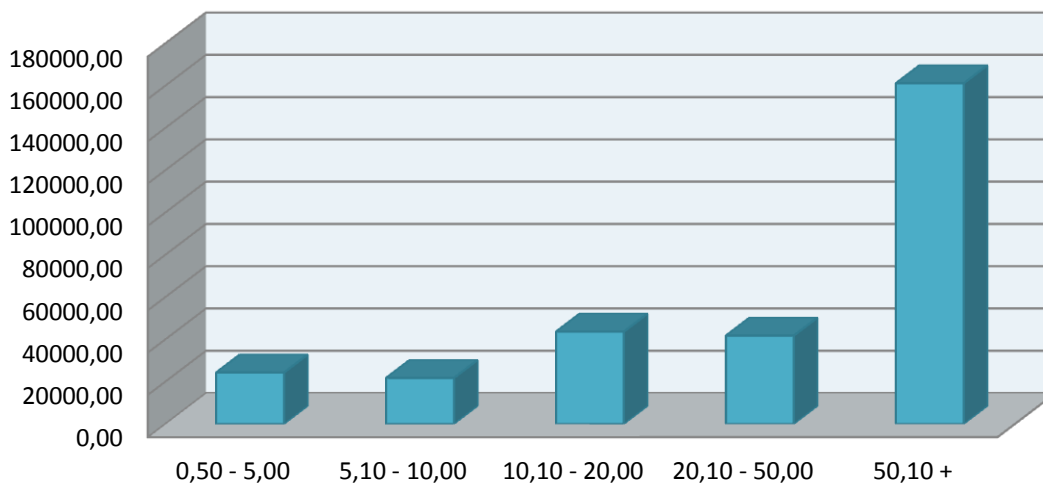
Κατηγορία τιμής προϊόντος (€)	Ποσοστό πωληθέντων προϊόντων
0,50 - 5,00	49.44%
5,10 - 10,00	17.98%
10,10 - 20,00	19.10%
20,10 - 50,00	6.74%
50,10 +	6.74%
<b>Σύνολο</b>	<b>100.00%</b>

Στο κεφάλαιο 5 της παρούσας μελέτης έχει γίνει ανάλυση του πιθανότερου οικονομικού σεναρίου για το έτος 2014, όπου έχει βρεθεί η μέση σταθμισμένη τιμή πώλησης των προϊόντων της Κοιν.Σ.Επ. ίση με 18,976 € καθώς και ο αριθμός των τεμαχίων των προϊόντων που θα πωληθούν εντός του έτους ίσος με 15.427,68 .

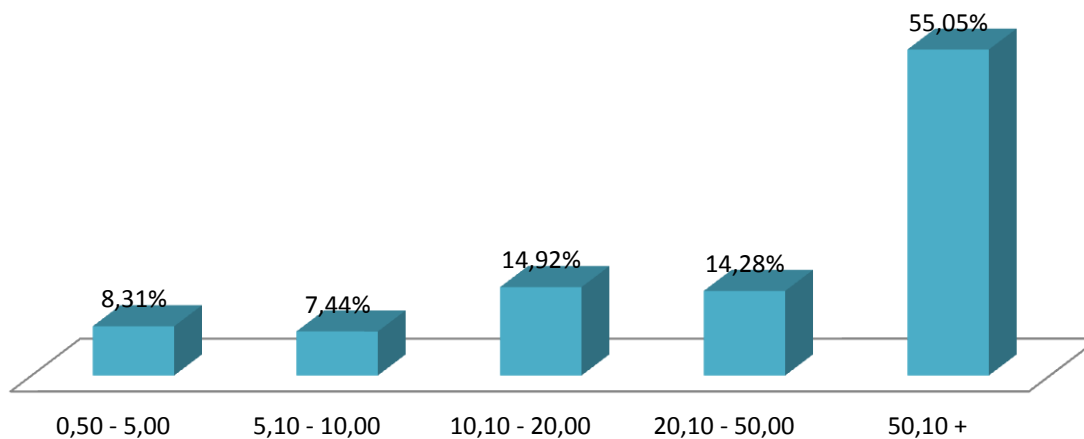
Χρησιμοποιώντας τα παραπάνω δεδομένα προκύπτει ο πίνακας :

Κατηγορία τιμής προϊόντος (€)	Ποσοστό προϊόντων	Προβλεπόμενο πλήθος πωληθέντων τεμαχίων προϊόντων	Μέσος όρος τιμής πώλησης προϊόντων κατηγορίας (€)	Προβλεπόμενες συνολικές πωλήσεις κατηγορίας προϊόντων (€)	Ποσοστό πωλήσεων κατηγορίας προς συνολικές πωλήσεις
<b>0,50 - 5,00</b>	49.44%	7627.44	3.19	<b>24331.55</b>	8.31%
<b>5,10 - 10,00</b>	17.98%	2773.90	7.85	<b>21775.09</b>	7.44%
<b>10,10 - 20,00</b>	19.10%	2946.69	14.82	<b>43669.90</b>	14.92%
<b>20,10 - 50,00</b>	6.74%	1039.83	40.20	<b>41800.99</b>	14.28%
<b>50,10 +</b>	6.74%	1039.83	155.00	<b>161172.96</b>	55.05%
<b>Σύνολο</b>	<b>100.00%</b>	<b>15427.68</b>		<b>292750.48</b>	<b>100.00%</b>

**Προβλεπόμενες Συνολικές Πωλήσεις ανά Κατηγορία Προϊόντων**



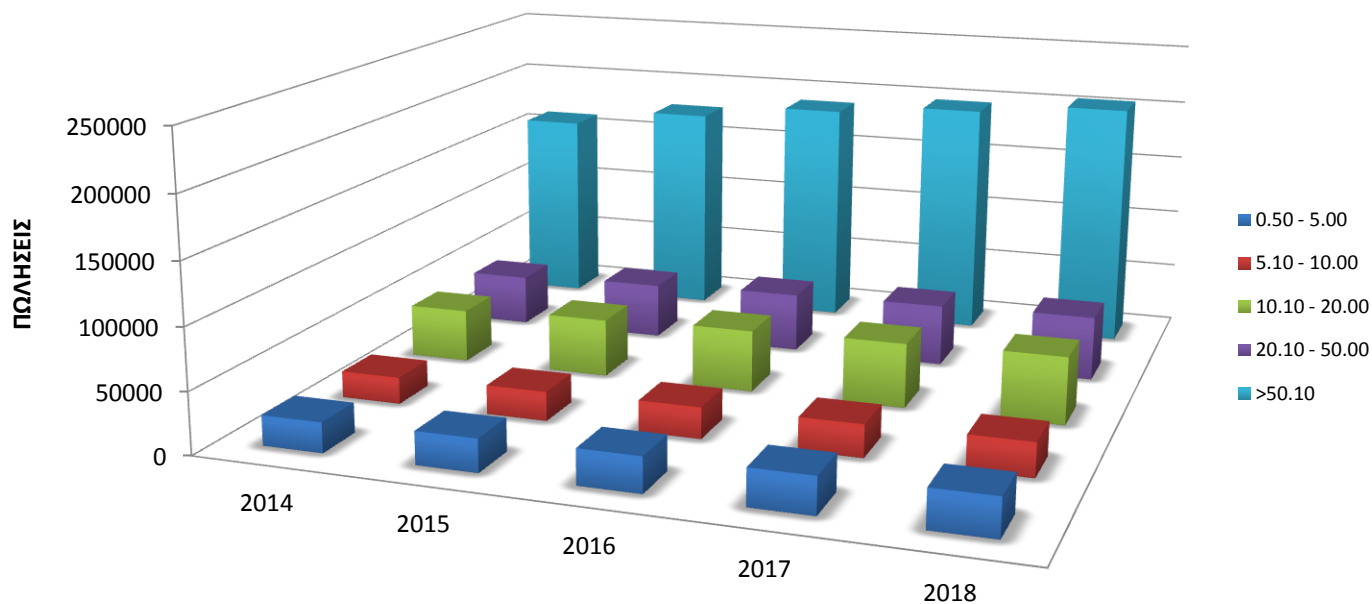
### Πωλήσεις Κατηγοριών προϊόντων προς Συνολικές Πωλήσεις



### ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ 2014-2018

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>0.50 - 5.00</b>	24331.5478	26581.0691	28386.2463	29599.5937	30891.4117
<b>5.10 - 10.00</b>	21775.0888	23788.2582	25403.7696	26489.6334	27645.7231
<b>10.10 - 20.00</b>	43669.8964	47707.3034	50947.2084	53124.9061	55443.4416
<b>20.10 - 50.00</b>	41800.9874	45665.6084	48766.8575	50851.3578	53070.6687
<b>&gt;50.10</b>	161172.961	176073.863	188031.416	196068.668	204625.713
<b>Σύνολο</b>	<b>292750.482</b>	<b>319816.102</b>	<b>341535.498</b>	<b>356134.159</b>	<b>371676.958</b>

### ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ 2014-2018



## 2.2. Προβλεπόμενες συνολικές εξαγωγές για το σύνολο των προϊόντων της επιχείρησης

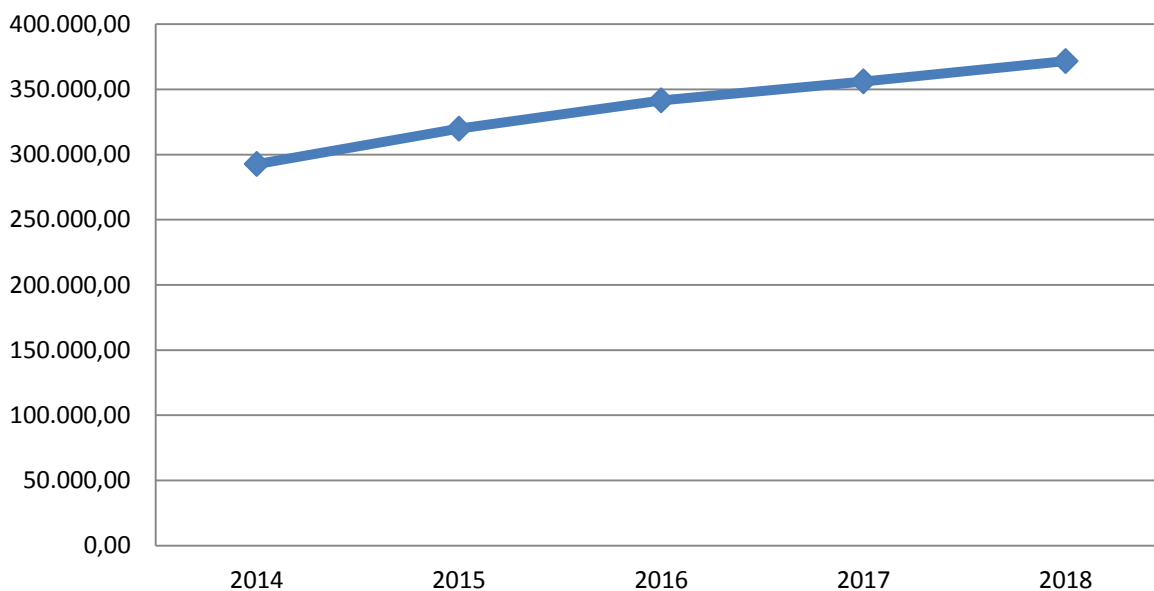
Δεν προβλέπεται να γίνουν εξαγωγές κατά το πρώτο οικονομικό έτος λειτουργίας της (2014). Οι εξαγωγές προϊόντων που θα γίνουν τα επόμενα χρόνια δεν μπορούν να εκτιμηθούν αυτή τη στιγμή διότι κατ'αρχήν δεν έχει γίνει σχετική έρευνα αγοράς και επιπλέον θα εξαρτηθεί από την πορεία της Κοιν.Σ.Επ. .

## 2.3. Ανάλυση προβλεπόμενου κύκλου εργασιών

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΥ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

	2014	2015	2016	2017	2018
Σύνολο Πωλήσεων προϊόντων	292,755.63	319,821.73	341,541.51	356,140.43	371,683.50
Έσοδα λοιπών δραστηριοτήτων	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Γενικό Σύνολο Κύκλου Εργασιών</b>	<b>292,755.63</b>	<b>319,821.73</b>	<b>341,541.51</b>	<b>356,140.43</b>	<b>371,683.50</b>

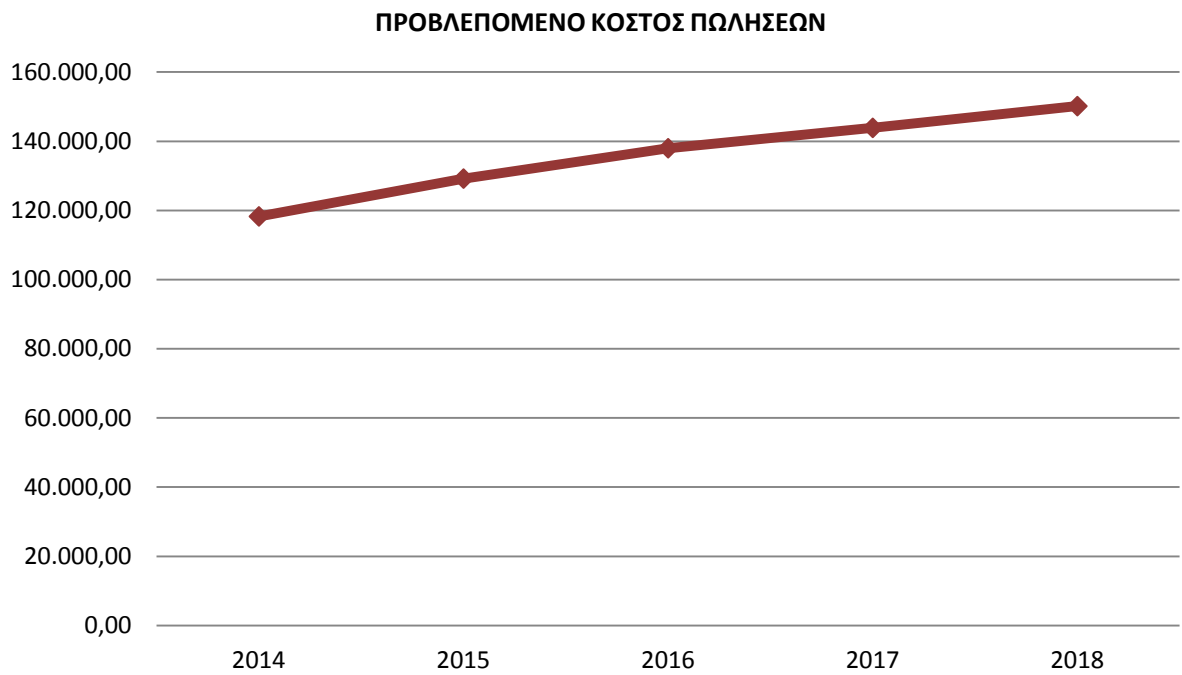
ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ



#### 2.4. Ανάλυση προβλεπόμενου κόστους πωλήσεων

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Στοιχεία Κόστους	2014	2015	2016	2017	2018
Κόστος πωληθέντων προϊόντων	118,253.16	129,186.00	137,959.30	143,856.26	150,134.59
<b>Συνολικό κόστος πωλήσεων (προ αποσβέσεων)</b>	<b>118,253.16</b>	<b>129,186.00</b>	<b>137,959.30</b>	<b>143,856.26</b>	<b>150,134.59</b>

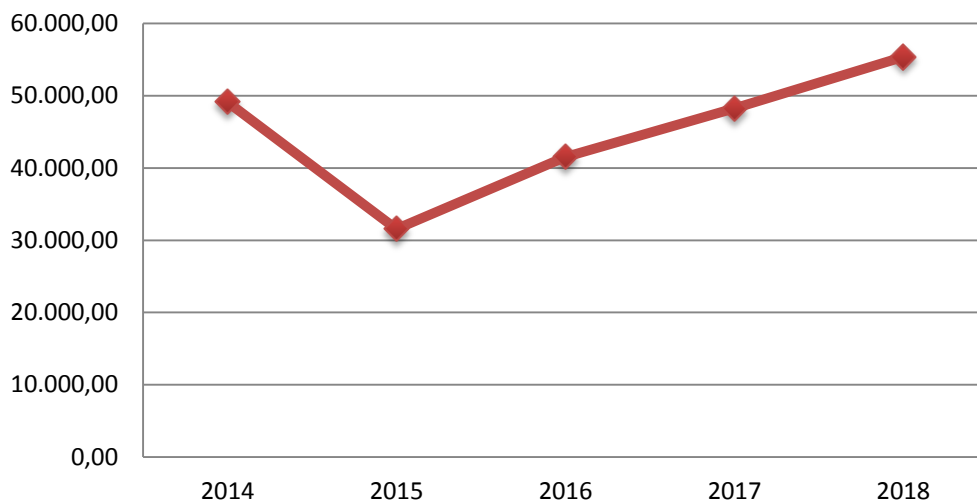


## 2.5. Προβλεπόμενος λογαριασμός αποτελεσμάτων χρήσεως

### ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ (Με ΕΣΠΑ)

		2014	2015	2016	2017	2018
	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	292,755.63	319,821.73	341,541.51	356,140.43	371,683.50
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	118,253.16	129,186.00	137,959.30	143,856.26	150,134.59
	<b>ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ (ΠΡΟ Φ.Π.Α.)</b>	<b>174,502.48</b>	<b>190,635.73</b>	<b>203,582.21</b>	<b>212,284.17</b>	<b>221,548.91</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	Φ.Π.Α. (23%)	40,135.57	43,846.22	46,823.91	48,825.36	50,956.25
	<b>ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</b>	<b>134,366.91</b>	<b>146,789.51</b>	<b>156,758.30</b>	<b>163,458.81</b>	<b>170,592.66</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	ΕΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	82,711.71	82,711.71	82,711.71	82,711.71	82,711.71
	ΕΞΟΔΑ ΕΡΕΥΝΩΝ-ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ-ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ	32,116.00	32,116.00	32,116.00	32,116.00	32,116.00
	<b>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ</b>	<b>19,539.20</b>	<b>31,961.80</b>	<b>41,930.59</b>	<b>48,631.10</b>	<b>55,764.95</b>
<b>ΠΛΕΟΝ</b>	ΕΣΟΔΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΣΟΔΑ (ΕΣΠΑ)	32,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	ΛΟΙΠΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	2,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ, ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΩΝ</b>	<b>49,539.20</b>	<b>31,961.80</b>	<b>41,930.59</b>	<b>48,631.10</b>	<b>55,764.95</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	ΤΟΚΟΙ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΩΝ</b>	<b>49,539.20</b>	<b>31,961.80</b>	<b>41,930.59</b>	<b>48,631.10</b>	<b>55,764.95</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	399.15	399.15	399.15	399.15	399.15
	<b>ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ (ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ)</b>	<b>49,140.05</b>	<b>31,562.65</b>	<b>41,531.44</b>	<b>48,231.95</b>	<b>55,365.80</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b>	ΦΟΡΟΙ (0%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	<b>ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ</b>	<b>49,140.05</b>	<b>31,562.65</b>	<b>41,531.44</b>	<b>48,231.95</b>	<b>55,365.80</b>

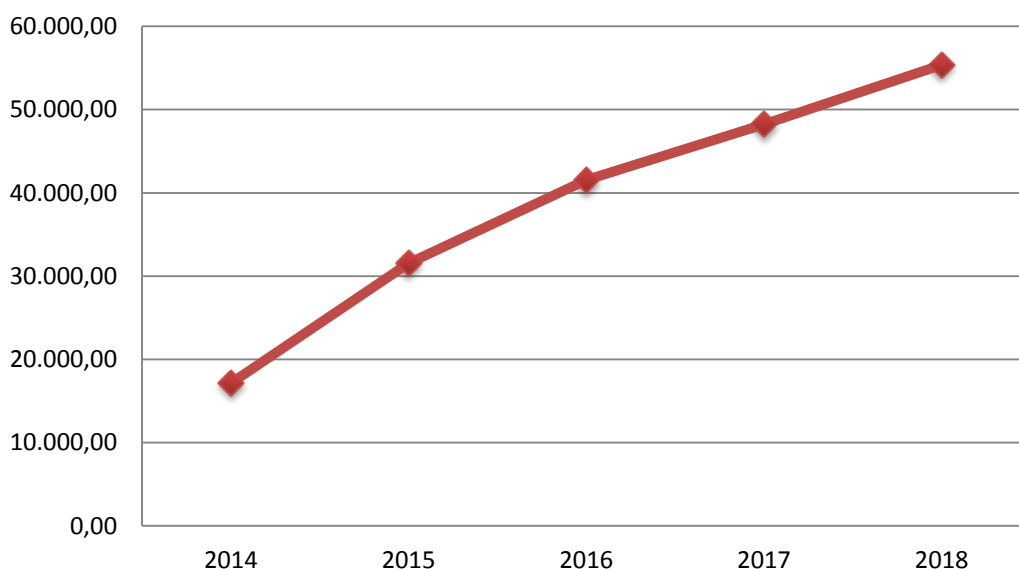
Καθαρά Αποτελέσματα Χρήσεως 2014 - 2018 (Με ΕΣΠΑ)



**ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ (Χωρίς ΕΣΠΑ)**

	2014	2015	2016	2017	2018
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	292,755.63	319,821.73	341,541.51	356,140.43	371,683.50
<b>ΜΕΙΟΝ</b> ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	118,253.16	129,186.00	137,959.30	143,856.26	150,134.59
<b>ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ (ΠΡΟ Φ.Π.Α.)</b>	<b>174,502.48</b>	<b>190,635.73</b>	<b>203,582.21</b>	<b>212,284.17</b>	<b>221,548.91</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b> Φ.Π.Α. (23%)	40,135.57	43,846.22	46,823.91	48,825.36	50,956.25
<b>ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</b>	<b>134,366.91</b>	<b>146,789.51</b>	<b>156,758.30</b>	<b>163,458.81</b>	<b>170,592.66</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b> ΕΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	82,711.71	82,711.71	82,711.71	82,711.71	82,711.71
ΕΞΟΔΑ ΕΡΕΥΝΩΝ-ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΕΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ-ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ	32,116.00	32,116.00	32,116.00	32,116.00	32,116.00
<b>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ</b>	<b>19,539.20</b>	<b>31,961.80</b>	<b>41,930.59</b>	<b>48,631.10</b>	<b>55,764.95</b>
<b>ΠΛΕΟΝ</b> ΕΣΟΔΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΣΟΔΑ (ΕΣΠΑ)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ΜΕΙΟΝ</b> ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΛΟΙΠΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	2,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ, ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΩΝ</b>	<b>17,539.20</b>	<b>31,961.80</b>	<b>41,930.59</b>	<b>48,631.10</b>	<b>55,764.95</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b> ΤΟΚΟΙ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΦΟΡΩΝ</b>	<b>17,539.20</b>	<b>31,961.80</b>	<b>41,930.59</b>	<b>48,631.10</b>	<b>55,764.95</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b> ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	399.15	399.15	399.15	399.15	399.15
<b>ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ (ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ)</b>	<b>17,140.05</b>	<b>31,562.65</b>	<b>41,531.44</b>	<b>48,231.95</b>	<b>55,365.80</b>
<b>ΜΕΙΟΝ</b> ΦΟΡΟΙ (0%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ</b>	<b>17,140.05</b>	<b>31,562.65</b>	<b>41,531.44</b>	<b>48,231.95</b>	<b>55,365.80</b>

**Καθαρά Αποτελέσματα Χρήσεως 2014 - 2018 (Χωρίς ΕΣΠΑ)**



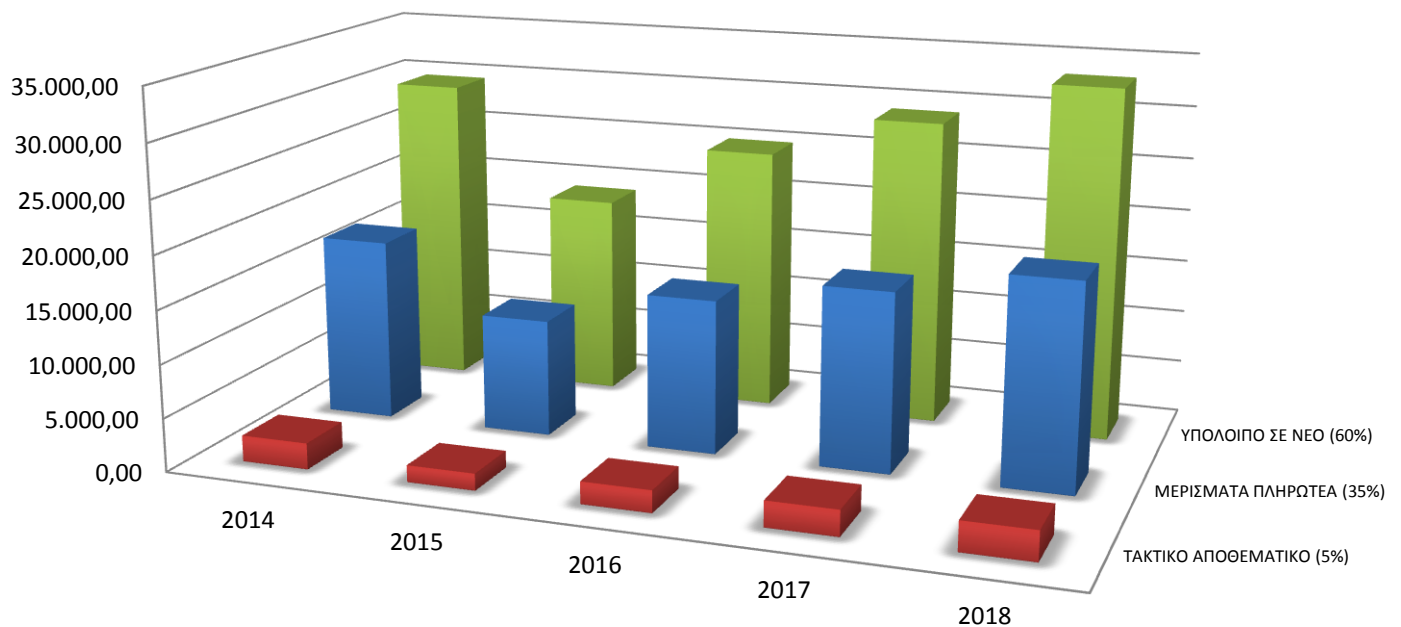


## 2.6. Προβλεπόμενος πίνακας διαθέσεως αποτελεσμάτων

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ (Με ΕΣΠΑ)**

	2014	2015	2016	2017	2018
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	49,140.05	31,562.65	41,531.44	48,231.95	55,365.80
ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ					
ΜΕΙΟΝ/ΠΛΕΟΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΜΕΙΟΝ ΦΟΡΟΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗ	<b>49,140.05</b>	<b>31,562.65</b>	<b>41,531.44</b>	<b>48,231.95</b>	<b>55,365.80</b>
ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ (5%)	<b>2,457.00</b>	<b>1,578.13</b>	<b>2,076.57</b>	<b>2,411.60</b>	<b>2,768.29</b>
ΛΟΙΠΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ (0%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ (35%)	<b>17,199.02</b>	<b>11,046.93</b>	<b>14,536.00</b>	<b>16,881.18</b>	<b>19,378.03</b>
ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΣΕ ΝΕΟ (60%)	<b>29,484.03</b>	<b>18,937.59</b>	<b>24,918.86</b>	<b>28,939.17</b>	<b>33,219.48</b>

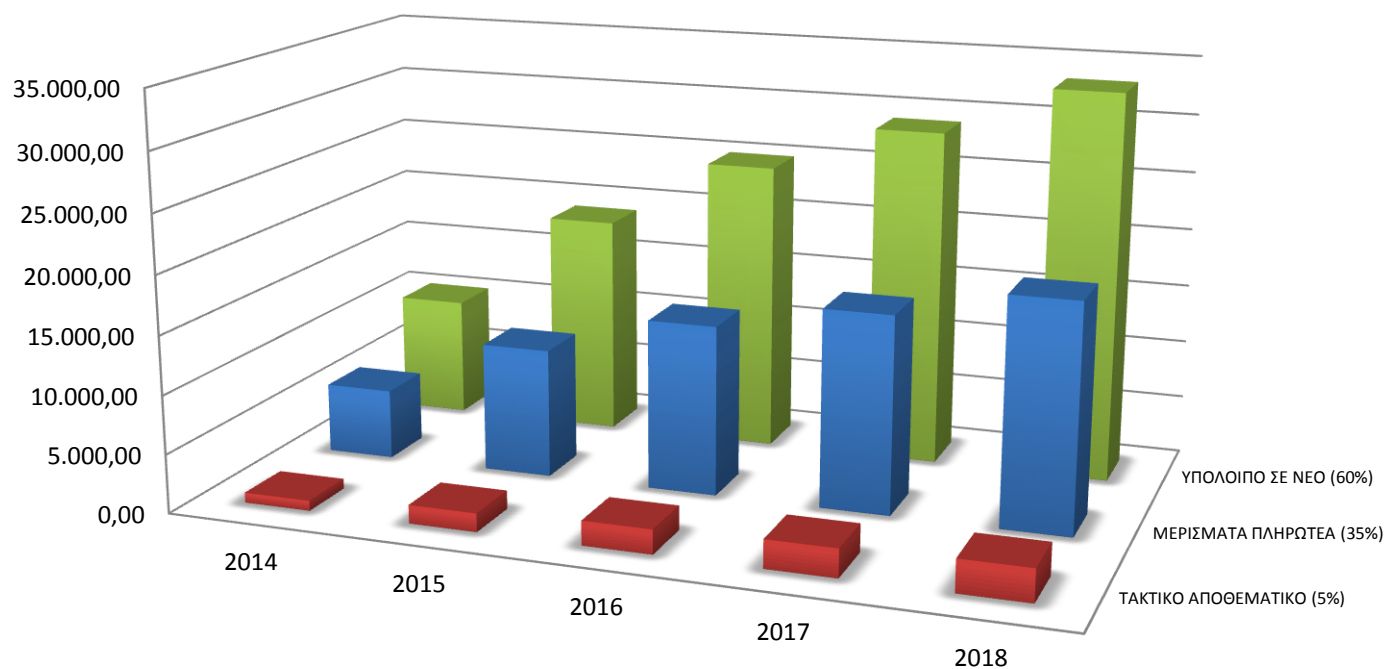
**Διάθεση Αποτελεσμάτων 2014-2018 (Με ΕΣΠΑ)**



**ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ (Χωρίς ΕΣΠΑ)**

	2014	2015	2016	2017	2018
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	17,140.05	31,562.65	41,531.44	48,231.95	55,365.80
ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ					
ΜΕΙΟΝ/ΠΛΕΟΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΜΕΙΟΝ ΦΟΡΟΙ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗ	<b>17,140.05</b>	<b>31,562.65</b>	<b>41,531.44</b>	<b>48,231.95</b>	<b>55,365.80</b>
ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ (5%)	<b>857.00</b>	<b>1,578.13</b>	<b>2,076.57</b>	<b>2,411.60</b>	<b>2,768.29</b>
ΛΟΙΠΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ (0%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ (35%)	<b>5,999.02</b>	<b>11,046.93</b>	<b>14,536.00</b>	<b>16,881.18</b>	<b>19,378.03</b>
ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΣΕ ΝΕΟ (60%)	<b>10,284.03</b>	<b>18,937.59</b>	<b>24,918.86</b>	<b>28,939.17</b>	<b>33,219.48</b>

**Διάθεση Αποτελεσμάτων 2014-2018 (Χωρίς ΕΣΠΑ)**



## 2.7. Προβλεπόμενοι ισολογισμοί

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΩΝ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΩΝ 2014-2018 (Με ΕΣΠΑ)						
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		2014	2015	2016	2017	2018
ΜΕΙΟΝ	<b>A Έξοδα εγκατάστασης</b>					
	I Έξοδα εγκατάστασης	2000	0	0	0	0
	Αποσβέσεις	0	0	0	0	0
	<b>Αναπόσβεστη αξία εξόδων εγκατάστασης</b>	2000	0	0	0	0
ΜΕΙΟΝ	<b>B Πάγιο ενεργητικό</b>					
	I Ασώματες ακινητοποιήσεις	0	0	0	0	0
	Αποσβέσεις	0	0	0	0	0
	Αναπόσβεστη αξία ασώματων ακινηστοποιήσεων	0	0	0	0	0
ΜΕΙΟΝ	II Ενσώματες ακινητοποιήσεις	3991.51	3991.51	3991.51	3991.51	3991.51
	Αποσβέσεις	399.15	798.3	1197.45	1596.6	1995.75
	Αναπόσβεστη αξία ενσώματων ακινηστοποιήσεων	3592.36	3193.21	2794.06	2394.91	1995.76
	III Συμμετοχή και άλλες μακροπρόθεσμες απαιτήσεις	0	0	0	0	0
	<b>Αναπόσβεστη αξία πάγιου ενεργητικού</b>	3592.36	3193.21	2794.06	2394.91	1995.76
ΜΕΙΟΝ	<b>Γ Κυκλοφορούν ενεργητικό</b>					
	I Αποθέματα	2971.28	3173.06	3308.69	3453.1	3603.81
	II Απαιτήσεις	0	0	0	0	0
	III Χρεώγραφα	0	0	0	0	0
	IV Διαθέσιμα	40818.84	64463.69	92424.62	124594.55	161426.14
	<b>Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού</b>	43790.12	67636.75	95733.31	128047.65	165029.95
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>	49382.48	70829.96	98527.37	130442.56	167025.71
ΠΑΘΗΤΙΚΟ						
ΜΕΙΟΝ	<b>A Ίδια κεφάλαια</b>					
	I Μετοχικό Κεφάλαιο (μερίδια)	5991.51	5991.51	5991.51	5991.51	5991.51
	II Ειδικό Αποθεματικό (5%)	2457.00	4035.13	6111.70	8523.30	11291.59
	III Αποτελέσματα σε νέο	29484.03	48421.62	73340.48	102279.65	135499.13
	<b>Σύνολο ιδίων κεφαλαίων</b>	37932.54	58448.26	85443.69	116794.46	152782.23
ΜΕΙΟΝ	<b>B Προβλέψεις για κινδύνους ή έξοδα</b>	0	0	0	0	0
	<b>Γ Υποχρεώσεις</b>					
	I Μακροπρόθεσμες	0	0	0	0	0
	II Βραχυπρόθεσμες					
	Προμηθευτές	10607.09	11460.93	12100.38	12622.77	13173.4
	Φ.Π.Α. (Ενός μήνα)	842.85	920.77	983.3	1025.33	1070.08
	<b>Σύνολο βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων</b>	11449.94	12381.7	13083.68	13648.1	14243.48
	<b>Σύνολο υποχρεώσεων</b>	11449.94	12381.7	13083.68	13648.1	14243.48
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>	49382.48	70829.96	98527.37	130442.56	167025.71

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΩΝ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΩΝ 2014-2018 (Χωρίς ΕΣΠΑ)**

		<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
ΜΕΙΟΝ	<b>A Έξοδα εγκατάστασης</b>						
	I Έξοδα εγκατάστασης		2000	0	0	0	0
	Αποσβέσεις		0	0	0	0	0
	<b>Αναπόσβεστη αξία εξόδων εγκατάστασης</b>		2000	0	0	0	0
	<b>B Πάγιο ενεργητικό</b>						
ΜΕΙΟΝ	I Ασώματες ακινητοποιήσεις		0	0	0	0	0
	Αποσβέσεις		0	0	0	0	0
	Αναπόσβεστη αξία ασώματων ακινηστοποιήσεων		0	0	0	0	0
ΜΕΙΟΝ	II Ενσώματες ακινητοποιήσεις		3991.51	3991.51	3991.51	3991.51	3991.51
	Αποσβέσεις		399.15	798.3	1197.45	1596.6	1995.75
	Αναπόσβεστη αξία ενσώματων ακινηστοποιήσεων		3592.36	3193.21	2794.06	2394.91	1995.76
	III Συμμετοχή και άλλες μακροπρόθεσμες απαιτήσεις		0	0	0	0	0
	<b>Αναπόσβεστη αξία πάγιου ενεργητικού</b>		3592.36	3193.21	2794.06	2394.91	1995.76
Γ	<b>Κυκλοφορούν ενεργητικό</b>						
	I Αποθέματα		2971.28	3173.06	3308.69	3453.1	3603.81
	II Απαιτήσεις		0	0	0	0	0
	III Χρεώγραφα		0	0	0	0	0
	IV Διαθέσιμα		20018.84	43663.69	71624.62	103794.55	140626.14
	<b>Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού</b>		22990.12	46836.75	74933.31	107247.65	144229.95
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</b>		28582.48	50029.96	77727.37	109642.56	146225.71
<b>ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>							
A	<b>Ίδια κεφάλαια</b>						
	I Μετοχικό Κεφάλαιο (μερίδια)		5991.51	5991.51	5991.51	5991.51	5991.51
	II Ειδικό Αποθεματικό (5%)		857.00	2435.13	4511.70	6923.30	9691.59
	III Αποτελέσματα σε νέο		10284.03	29221.62	54140.48	83079.65	116299.13
	<b>Σύνολο ιδίων κεφαλαίων</b>		17132.54	37648.26	64643.69	95994.46	131982.23
B	<b>Προβλέψεις για κινδύνους ή έξοδα</b>		0	0	0	0	0
Γ	<b>Υποχρεώσεις</b>						
	I Μακροπρόθεσμες		0	0	0	0	0
	II Βραχυπρόθεσμες						
	Προμηθευτές		10607.09	11460.93	12100.38	12622.77	13173.4
	Φ.Π.Α. (Ενός μήνα)		842.85	920.77	983.3	1025.33	1070.08
	<b>Σύνολο βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων</b>		11449.94	12381.7	13083.68	13648.1	14243.48
	<b>Σύνολο υποχρεώσεων</b>		11449.94	12381.7	13083.68	13648.1	14243.48
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ</b>		28582.48	50029.96	77727.37	109642.56	146225.71

## 2.8. Προβλεπόμενοι δείκτες

### ΔΕΙΚΤΕΣ (Με ΕΣΠΑ)

		2014	2015	2016	2017	2018
<b>ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ</b>						
Περιθώριο μικτού κέρδους	(Μικτά κέρδη/πωλήσεις)*100	45.90%	45.90%	45.90%	45.90%	45.90%
Περιθώριο καθαρού κέρδους	(Καθαρά κέρδη/πωλήσεις)*100	16.79%	9.87%	12.16%	13.54%	14.90%
Αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων	(Καθαρά κέρδη/ίδια κεφάλαια)*100	129.55%	54.00%	48.61%	41.30%	36.24%
<b>ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ</b>						
Κυκλοφοριακή ρευστότητα	(Κυκλοφορούν ενεργητικό/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις)	382.45%	546.26%	731.70%	938.21%	1158.64%
Πραγματική ρευστότητα	((Κυκλοφορούν ενεργητικό – αποθέματα)/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις)	356.50%	520.64%	706.41%	912.91%	1133.33%
Άμεση ρευστότητα	(Διαθέσιμα/ βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις)	356.50%	520.64%	706.41%	912.91%	1133.33%
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ</b>						
Ταχύτητα κυκλοφορίας αποθεμάτων (σε ημέρες)	(Αποθέματα/πωλήσεις) *365	3.70	3.62	3.54	3.54	3.54
Ταχύτητα κυκλοφορίας απαιτήσεων (σε ημέρες)	(Απαιτήσεις/πωλήσεις)*365	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Κυκλοφορία ενεργητικού	(Πωλήσεις/σύνολο ενεργητικού)	592.83%	451.53%	346.65%	273.02%	222.53%
<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ</b>						
Δάνεια προς ίδια κεφάλαια	(Δάνεια/ίδια κεφάλαια)	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Γενική επιβάρυνση	Υποχρεώσεις/Σύνολο Παθητικού	23.19%	17.48%	13.28%	10.46%	8.53%
Κάλυψη τόκων	(Καθαρά αποτελέσματα + χρεωστικοί τόκοι)/χρεωστικοί τόκοι	-	-	-	-	-
Χρηματοδότηση ακινητοποιήσεων	Ίδια κεφάλαια/πάγιο ενεργητικό	1055.92%	1830.39%	3058.05%	4876.78%	7655.34%

**ΔΕΙΚΤΕΣ (Χωρίς ΕΣΠΑ)**

		<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ</b>						
Περιθώριο μικτού κέρδους	(Μικτά κέρδη/πωλήσεις)*100	45.90%	45.90%	45.90%	45.90%	45.90%
Περιθώριο καθαρού κέρδους	(Καθαρά κέρδη/πωλήσεις)*100	5.85%	9.87%	12.16%	13.54%	14.90%
Αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων	(Καθαρά κέρδη/ίδια κεφάλαια)*100	100.04%	83.84%	64.25%	50.24%	41.95%
<b>ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ</b>						
Κυκλοφοριακή ρευστότητα	(Κυκλοφορούν ενεργητικό/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις)	200.79%	378.27%	572.72%	785.81%	1012.60%
Πραγματική ρευστότητα	((Κυκλοφορούν ενεργητικό – αποθέματα)/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις)	174.84%	352.65%	547.43%	760.51%	987.30%
Άμεση ρευστότητα	(Διαθέσιμα/ βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις)	174.84%	352.65%	547.43%	760.51%	987.30%
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ</b>						
Ταχύτητα κυκλοφορίας αποθεμάτων (σε ημέρες)	(Αποθέματα/πωλήσεις) *365	3.70	3.62	3.54	3.54	3.54
Ταχύτητα κυκλοφορίας απαιτήσεων (σε ημέρες)	(Απαιτήσεις/πωλήσεις)*365	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Κυκλοφορία ενεργητικού	(Πωλήσεις/σύνολο ενεργητικού)	1024.25%	639.26%	439.41%	324.82%	254.18%
<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ</b>						
Δάνεια προς ίδια κεφάλαια	(Δάνεια/ίδια κεφάλαια)	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Γενική επιβάρυνση	Υποχρεώσεις/Σύνολο Παθητικού	40.06%	24.75%	16.83%	12.45%	9.74%
Κάλυψη τόκων	(Καθαρά αποτελέσματα + χρεωστικοί τόκοι)/χρεωστικοί τόκοι	-	-	-	-	-
Χρηματοδότηση ακινητοποιήσεων	Ίδια κεφάλαια/πάγιο ενεργητικό	476.92%	1179.01%	2313.61%	4008.27%	6613.13%

### 3. Τεχνικά Στοιχεία Επένδυσης

#### 3.1. Αναλυτική περιγραφή της προτεινόμενης επένδυσης

##### 3.1.1. Σκοποί που εξυπηρετεί η επένδυση

##### 3.1.1.1. Προϊόντα που εμπορεύεται

Η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. θα εμπορεύεται προϊόντα που κατασκευάζει η ίδια, καθώς και προϊόντα που θα προμηθεύεται έτοιμα και θα τα μεταπωλεί αυτούσια, είτε κατόπιν επεξεργασίας.

Λόγω της ευρείας γκάμας προϊόντων που θα παράγει η επιχείρηση, παρατίθενται οι Κωδικοί Αριθμοί Δραστηριότητας (ΚΑΔ), που πλαισιώνουν τις δραστηριότητες της, σύμφωνα με τους οποίους θα γίνει και ο διαχωρισμός των προϊόντων στις επιμέρους κατηγορίες.

#### ΚΑΔ

α) αξιοποίηση τοπικών προϊόντων μέσω εμπορικών και μεταφορικών καθώς και παραδοσιακών επαγγελμάτων και δραστηριοτήτων καθώς και μεταποίησή τους και μεταπώλησή τους (συνταγές, παραδοσιακά καλλυντικά, ανθοιάματα και οι εφαρμογές τους)

46.45.10.02 Χονδρικό εμπόριο αρωμάτων και κολονιών

46.45.10.06 Χονδρικό εμπόριο παρασκευασμάτων για την περιποίηση των χεριών και των ποδιών

46.45.10.08 Χονδρικό εμπόριο παρασκευασμάτων ομορφιάς, μακιγιάζ, φροντίδας του δέρματος (συμπεριλαμβάνονται και τα αντιηλιακά) π.δ.κ.α.

46.45.10.10 Χονδρικό εμπόριο σαπουνιού για προσωπική υγιεινή

47.75.76.02 Λιανικό εμπόριο αρωμάτων και κολονιών

47.75.76.06 Λιανικό εμπόριο ξηρών φυτών που χρησιμοποιούνται κυρίως στην αρωματοποιία, τη φαρμακευτική ή την παραγωγή εντομοκτόνων, μυκητοκτόνων ή για παρόμοιους σκοπούς

47.75.76.12 Λιανικό εμπόριο παρασκευασμάτων ομορφιάς, μακιγιάζ, φροντίδας του δέρματος

β) παροχή υπηρεσιών πολιτισμού, περιβάλλοντος, οικολογίας και κοινής ωφελείας, μέσω εμπορικών και τουριστικών δραστηριοτήτων, εκθέσεων τουριστικών ειδών, ειδών λαϊκής τέχνης και παραδοσιακών προϊόντων, και της εμπορίας αυτών, (ιαματικός τουρισμός – Καϊάφας)

10.39.22.02 Παραγωγή κομπόστας, γλυκών κουταλιού και παρόμοιων ειδών από φρούτα και άλλους καρπούς

32.12.13.01 Κατασκευή ειδών από άργυρο

32.12.13.02 Κατασκευή ειδών χρυσοχοΐας

46.90.10.06 Χονδρικό εμπόριο διάφορων τουριστικών και λοιπών παρόμοιων ειδών λαϊκής τέχνης

47.78.89.04 Λιανικό εμπόριο διάφορων τουριστικών και λοιπών παρόμοιων ειδών λαϊκής τέχνης

46.19.10.05 Εμπορικοί αντιπρόσωποι που μεσολαβούν στην πώληση διάφορων τουριστικών και λοιπών παρόμοιων ειδών λαϊκής τέχνης

96.04.10.04 Υπηρεσίες θεραπευτικών λουτρών και ιαματικών πηγών

γ) παροχή υπηρεσιών πολιτισμού και εκπαίδευσης μέσω εκπαιδευτικών σεμιναρίων (εκδόσεις βιβλίων, cd, dvd, και άλλου οπτικοακουστικού και εκπαιδευτικού υλικού), (αναφέρονται συγκεκριμένες δραστηριότητες τις οποίες θα ασκεί η Κοιν.Σ.Επ.)

89.59.19.05 Υπηρεσίες εκπαίδευσης μέσω επιμορφωτικών σεμιναρίων  
58.11.19 Έκδοση εντύπων βιβλίων, φυλλαδίων κάθε είδους, και παρόμοιων ειδών

δ) προώθηση της απασχόλησης σε κάθε πολιτισμικό, τουριστικό, περιβαλλοντικό, καθώς και κοινής ωφέλειας τομέα, με την προώθηση του κατάλληλου εργατικού δυναμικού και την διαχείριση κάθε σχετικής επιχείρησης, καθώς και την δημιουργία συναφών επιχειρήσεων τόσο εμπορικών όσο και αναπτυξιακών.

78.30.13 Άλλες υπηρεσίες διάθεσης ανθρώπινου δυναμικού για εργασίες στον τομέα του εμπορίου

78.30.14 Άλλες υπηρεσίες διάθεσης ανθρώπινου δυναμικού για εργασίες μεταφορών, αποθήκευσης, εφοδιασμού ή βιομηχανίας

78.30.15 Άλλες υπηρεσίες διάθεσης ανθρώπινου δυναμικού για ξενοδοχεία και εστιατόρια

78.10.12 Υπηρεσίες μόνιμης τοποθέτησης προσωπικού, εκτός των υπηρεσιών αναζήτησης στελεχών.

Από τις ανωτέρω ευρείες κατηγορίες προϊόντων προτείνονται ορισμένες πιο συγκεκριμένες, για των οποίων τα προϊόντα συμφέρει να γίνει παραγωγή και εμπορία τους από το πρώτο στάδιο λειτουργίας του συνεταιρισμού.

#### Κατηγορίες προϊόντων

- I. Προϊόντα προερχόμενα από το δένδρο ελιά και άλλα τοπικά είδη βοτάνων και αλάτων
- II. Αναμνηστικά
- III. Κοσμήματα
- IV. Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής
- V. Διάφορα προϊόντα παραγόμενα κατά παραγγελία

Βάσει των ανωτέρω κατηγοριών και λαμβάνοντας υπόψη τον σκοπό της Κοιν.Σ.Επ. και τις πληροφορίες που αποκτήθηκαν από την έρευνα αγοράς που διεξήχθη, προτείνεται από το πρώτο στάδιο λειτουργίας της να γίνει εμπορία των παρακάτω προϊόντων.

- I. Προϊόντα προερχόμενα από το δένδρο ελιά και άλλα τοπικά είδη βοτάνων και αλάτων
  - i. Σαπούνι από ελαιόλαδο ΚΑΔ: 46.45.10.10
    1. Σαπούνια μικρά
    2. Σαπούνια μεγάλα
  - ii. Κρέμες από ελαιόλαδο ΚΑΔ: 47.75.76.12
  - iii. Τοπικά βότανα - μπαχαρικά (χαμομήλι, βάλσαμο, ρίγανη, βαλεριάνα κ.α.) ΚΑΔ: 47.75.76.06
  - iv. Άλατα (λίμνης Καϊάφα) ΚΑΔ: 47.75.76.12
  - v. Ανθοϊάματα - Αιθέρια Έλαια ΚΑΔ: 47.75.76.12
  - vi. Τσάι από φύλλα ελιάς ΚΑΔ: 47.75.76.06
  - vii. Κότινοι (στεφάνια από κλαδιά ελιάς) ΚΑΔ: 47.78.89.04
    1. Φυσικοί
    2. Διακοσμητικοί



- II. Αναμνηστικά ΚΑΔ: 47.78.89.04  
ΚΑΔ: 58.11.19
- i. Δίσκος Εκεχειρίας (Δίσκος Ιφίτου)
  - ii. Κεραμικά σκεύη με παραστάσεις
  - iii. Αγαματίδια
  - iv. Μαγνητικά πινάκια
  - v. Αξεσουάρ σπιτιού
    - 1. Σουβέρ
    - 2. Πετσέτες
    - 3. Σκεύη κουζίνας
    - 4. Μολυβοθήκες
    - 5. Κηροπήγια & ολυμπιακές δάδες
    - 6. Κούπες
  - vi. T-Shirts
  - vii. Baseball Caps
  - viii. Post Cards
  - ix. Αναπτήρες
  - x. Δαχτυλήθρες
  - xi. Μαχαίρια
  - xii. Τουριστικός Οδηγός (στην Αγγλική γλώσσα)
  - xiii. Βιβλία
  - xiv. Πίνακες ζωγραφικής
  - xv. Χειροτεχνίες
  - xvi. Καρφίτσες
  - xvii. Γυναικεία Ρούχα
  - xviii. Γυναικεία αξεσουάρ
    - 1. Τσάντες
    - 2. Πορτοφόλια
    - 3. Πασμίνες
    - 4. Διακοσμητικά για μαλλιά
- III. Κοσμήματα ΚΑΔ: 32.12.13.01, 32.12.13.02
- i. Περιλαίμια
  - ii. Βραχιόλια
  - iii. Σκουλαρίκια
  - iv. Δαχτυλίδια
- IV. Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής ΚΑΔ: 10.39.22.02
- i. Ελαιόλαδο
  - ii. Ελιές
  - iii. Γλυκά του κουταλιού
  - iv. Ξύδι
  - v. Πετιμέζι
  - vi. Μέλι
- V. Διάφορα προϊόντα παραγόμενα κατά παραγγελία
- i. Έπαθλα αγώνων (Διεθνές Τουρνουά Πάλης - ΟΛΥΜΠΙΑ 2013) ΚΑΔ: 46.90.10.06
  - ii. Κότινοι (Λύκεια 2013) ΚΑΔ: 46.90.10.06

### 3.1.1.2. Περιγραφή προϊόντων

Η περιγραφή των προϊόντων που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο, παρουσιάζεται αναλυτικά στο «Παράρτημα ΙΙ – Τεχνικά Στοιχεία» στην παράγραφο 8.1. .

### 3.1.1.3. Πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά των ανωτέρω προϊόντων

#### I. Προϊόντα προερχόμενα από το δένδρο ελιά και άλλα τοπικά είδη βοτάνων και αλάτων

Η ελιά για τους αρχαίους Έλληνες ήταν σύμβολο των ολυμπιακών ιδεωδών, της Ειρήνης, της Σοφίας και της Νίκης. Ήταν επίσης σύμβολο της Γαλήνης και της Γονιμότητας. Γι' αυτό και το μοναδικό βραβείο που έπαιρνε ο Ολυμπιονίκης ήταν ένα στεφάνι φτιαγμένο από κλαδί ελιάς, ο «κότινος». Ο Αριστοτέλης περιέγραψε την καλλιέργεια της ελιάς θεωρώντας την επιστήμη, ο Πλάτωνας δίδαξε κάτω από τον ίσκιο της και ο Ιπποκράτης χρησιμοποίησε το λάδι ως φάρμακο για περίπου 60 διαφορετικές παθήσεις, όπως η δερματικές παθήσεις, τραύματα και εγκαύματα, γυναικολογικές παθήσεις, λοιμώξεις του αυτιού και άλλα. Και όταν το λάδι δεν κατάφερνε να σώσει τον ασθενή, το χρησιμοποιούσαν για να αλείψουν το σώμα του νεκρού, ενώ στον τάφο του το πρόσφεραν μαζί με κρασί, μέλι και άλλα προϊόντα.

Τα προϊόντα που έχουν επιλεγεί ως παράγωγα του δένδρου της ελιάς, καθώς και τα υπόλοιπα είδη τοπικών βοτάνων και αλάτων, σκοπό έχουν την εξυπηρέτηση της ανάγκης του αγοραστικού κοινού για προϊόντα άμεσα συνδεδεμένα με την τοπική παράδοση και ιστορία (Αρχαίοι Ολυμπιακοί Αγώνες), τα οποία να είναι υψηλής ποιότητας και υγιεινά λόγω της βιολογικής τους ιδιότητας.

#### II. Αναμνηστικά

Τα τουριστικά προϊόντα που έχουν επιλεγεί, περιστρέφονται γύρω από τους αρχαίους Ολυμπιακούς Αγώνες και την Αρχαία Ολυμπία. Είναι προϊόντα καλής ποιότητας και λόγω του ότι τα περισσότερα από αυτά είναι και χρήσιμα στην καθημερινότητα του αγοραστή, θα επιτελέσουν καλύτερα τον ρόλο τους ως αναμνηστικά και ως μέσα προβολής της Αρχαίας Ολυμπίας, της Ελλάδας και της Κοιν.Σ.Επ.

#### III. Κοσμήματα

Τα κοσμήματα, θα έχουν μία μεγαλύτερη ελευθερία σχετικά με το σχέδιο, πάντοτε όμως συνδεδεμένα με την αρχαία Ελλάδα και το λιτό και καλαίσθητο χαρακτήρα της. Το εύρος ποιότητας θα εκτείνεται από απλά, οικονομικά, χειροποίητα κοσμήματα, μέχρι ακριβότερες δημιουργίες από ασήμι και χρυσό.

#### IV. Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής

Τα προϊόντα αυτά θα τα προμηθεύται ο συνεταιρισμός από τοπικούς παραγωγούς. Θα δοθεί έμφαση στην καλή ποιότητα, γεύση και εμφάνιση, προκειμένου να ικανοποιηθεί το αγοραστικό κοινό (τουρίστες κυρίως) και να δημιουργηθεί ζήτηση για τα προϊόντα αυτά και από το εξωτερικό.

#### V. Διάφορα προϊόντα παραγόμενα κατά παραγγελία

Η Κοιν.Σ.Επ. αναζητώντας ευκαιρίες μεγάλων παραγγελιών από διάφορους οργανισμούς, ομοσπονδίες και άλλους φορείς, θα παράγει διάφορα προϊόντα, που δεν έχουν αναφερθεί στην τακτική λίστα προϊόντων της. Τα προϊόντα αυτά, που εμπίπτουν φυσικά στις κατηγορίες του παρατιθέμενου ανωτέρω ΚΑΔ, θα είναι υψηλής ποιότητας και θα στοχεύουν στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί κατά την ίδρυσή της.

Η Κοιν.Σ.Επ. έχει ήδη δραστηριοποιηθεί, προμηθεύοντας την Ελληνική Ομοσπονδία Πάλης με τα βραβεία όλων των συμμετεχόντων που βραβεύτηκαν στο Διεθνές Τουρνουά Πάλης - ΟΛΥΜΠΙΑ 2013, που έγινε στην Αρχαία Ολυμπία των Ιούλιο του 2013.

Ο συνεταιρισμός έχει επίσης προμηθεύσει με φυσικούς κότινους και τους οργανωτές των αγώνων ΛΥΚΑΙΑ 2013.

#### 3.1.2. Απαιτούμενες ενέργειες

1. Ακριβής σχεδιασμός των ζητούμενων προϊόντων και των συσκευασιών τους
2. Προσδιορισμός της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιηθεί για την παραγωγή όσων προϊόντων ή τμημάτων προϊόντων θα παράγει η ίδια η Κοιν.Σ.Επ. .
3. Έρευνα για τον προσδιορισμό των πλέον συμφερόντων προμηθευτών πρώτων υλών, ημιετοίμων και ετοίμων προϊόντων, καθώς και του εξοπλισμού που θα χρησιμοποιηθεί κατά την παραγωγή που θα εκτελεί το τμήμα Παραγωγής της Κοιν.Σ.Επ. .
4. Συμφωνία συνεργασίας με τους ανωτέρω προμηθευτές

#### 3.1.3. Επιχειρηματικό Μοντέλο - Business model

##### 3.1.3.1. Περιγραφή κυρίων διαδικασιών παραγωγής

Η διαδικασία απόκτησης των προϊόντων σε τελική μορφή, ώστε να είναι έτοιμα προς διάθεση, χωρίζεται σε τέσσερις ανεξάρτητες κύριες διαδικασίες. Παρακάτω περιγράφονται σύντομα οι διαδικασίες αυτές και αναφέρονται τα προϊόντα που υπάγονται σε κάθε μία.

## A. ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΕΤΟΙΜΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τα προϊόντα που προέρχονται από αυτήν τη διαδικασία παραγωγής, έρχονται στην κατοχή της Κοιν.Σ.Επ. έτοιμα, κατόπιν παραγγελιών συγκεκριμένων προδιαγραφών, από το τμήμα Marketing, σε αρμόδιους προμηθευτές, παραγωγούς, εργαστήρια κατασκευής, βιοτεχνίες.

Ορισμένα από αυτά τα προϊόντα θα συσκευάζονται από το τμήμα Παραγωγής, λόγω διαφοροποιημένων απαιτήσεων διάθεσής τους.

Τα προϊόντα που προέρχονται από αυτήν τη διαδικασία είναι όλα όσα θα εμπορεύεται η Κοιν.Σ.Επ. κατά την έναρξή της, εκτός από τους φυσικούς κότινους, ορισμένους πίνακες ζωγραφικής, ορισμένες χειροτεχνίες και ψευδοκοσμήματα. Παρακάτω αναφέρονται τα προϊόντα που θα προέρχονται από αυτή τη διαδικασία:

- Σαπούνι από ελαιόλαδο
- Κρέμες από ελαιόλαδο
- Τοπικά βότανα - μπαχαρικά
- Άλατα (λίμνης Καϊάφα)
- Ανθοϊάματα - Αιθέρια Έλαια
- Τσάι από φύλλα ελιάς
- Διακοσμητικοί κότινοι
- Δίσκος Εκεχειρίας (Δίσκος Ιφίτου)
- Κεραμικά σκεύη με παραστάσεις
- Αγαματίδια
- Μαγνητικά πινάκια
- Αξεσουάρ σπιτιού
- T-Shirts
- Baseball Caps
- Post Cards
- Αναπτήρες
- Δαχτυλήθρες
- Μαχαίρια
- Τουριστικός Οδηγός (στην Αγγλική γλώσσα)
- Βιβλία
- Πίνακες ζωγραφικής
- Χειροτεχνίες
- Καρφίτσες
- Γυναικεία Ρούχα
- Γυναικεία αξεσουάρ
- Κοσμήματα
- Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής

## B. ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΗΜΙΕΤΟΙΜΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ & ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥΣ

Πέραν της ενδεχόμενης μεταποίησης συσκευασιών και τοποθέτησης ετικετών με το λογότυπο της Κοιν.Σ.Επ. σε διάφορα προϊόντα, δεν θα υπάρξει σε πρώτη φάση μεταποίηση ημιέτοιμων προϊόντων, πέραν ίσως

ορισμένων λεπτομερειών, διότι αυτό απαιτεί σημαντικές επενδύσεις σε εξοπλισμό και πιστοποιήσεις.

Αφού σταθεροποιηθεί η λειτουργία της επιχείρησης και δημιουργηθεί η ανάγκη για εμπορία περισσότερων προϊόντων και παράλληλα κριθεί συμφέρουσα η επένδυση σε εξοπλισμό για μεταποίηση ορισμένων προϊόντων, τότε θα πραγματοποιηθεί η συγκεκριμένη διαδικασία παραγωγής όπως περιγράφεται σε ακόλουθη παράγραφο.

Παρ'όλο όμως που σε πρώτη φάση δεν είναι δυνατή η παραγωγή και εμπορία προϊόντων που προέρχονται από αυτήν τη διαδικασία, γίνεται αναφορά σ' αυτήν διότι προβλέπεται ότι θα υλοποιηθεί μελλοντικά.

#### Γ. ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ Α΄ΥΛΩΝ & ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΗ ΩΣ ΤΟ ΤΕΛΟΣ

Τα προϊόντα που προέρχονται από αυτήν τη διαδικασία παραγωγής, παράγονται εξ'ολοκλήρου από το τμήμα Παραγωγής της Κοιν.Σ.Επ. . Το τμήμα Παραγωγής προσδιορίζει τους προμηθευτές των πρώτων υλών και στη συνέχεια ακολουθεί τις εκάστοτε διαδικασίες για την παραγωγή του τελικού προϊόντος.

Τα προϊόντα που προέρχονται από αυτήν τη διαδικασία σε πρώτη φάση είναι:

Φυσικοί κότινοι  
Πίνακες ζωγραφικής  
Χειροτεχνίες  
Ψευδοκοσμήματα

#### Δ. ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ Α΄ΥΛΩΝ & ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΗ ΩΣ ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΚΑΤΟΠΙΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Τα προϊόντα που προέρχονται από αυτήν τη διαδικασία παραγωγής, παράγονται κατόπιν ειδικών παραγγελιών από συγκεκριμένους πελάτες. Η εκτέλεση της παραγωγής γίνεται όπως στην τρίτη κατηγορία με τη διαφορά ότι εκτελείται κατόπιν συγκεκριμένης παραγγελίας, για συγκεκριμένα προϊόντα που δεν ανήκουν κατ' ανάγκη στην τακτική λίστα προϊόντων.

##### 3.1.3.2. Διάθεση προϊόντων

Η διάθεση των προϊόντων στο καταναλωτικό κοινό θα γίνεται με δύο τρόπους, ανάλογα με το είδος του πελάτη.

Α. Άμεση διάθεση προϊόντων, μέσω καταστημάτων της Κοιν.Σ.Επ., εκθεσιακών χώρων της Κοιν.Σ.Επ., ετέρων καταστημάτων και περιπτέρου παρευρισκόμενου στους εκάστοτε Ολυμπιακούς αγώνες.

Η διαδικασία άμεσης διάθεσης προϊόντων μέσω καταστημάτων και εκθεσιακών χώρων, είναι η τυπική διαδικασία διάθεσης προϊόντων σε πελάτες που επισκέπτονται κάποιο κατάστημα και αγοράζουν ένα προϊόν που τους ενδιαφέρει.

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται τα προϊόντα που θα διατίθενται στα καταστήματα και τον εκθεσιακό χώρο. Ουσιαστικά δηλαδή όλα τα προϊόντα που έχουν αναφερθεί στην παρούσα μελέτη, εκτός από τα προϊόντα που θα παράγονται κατά παραγγελία συγκεκριμένων πελατών.

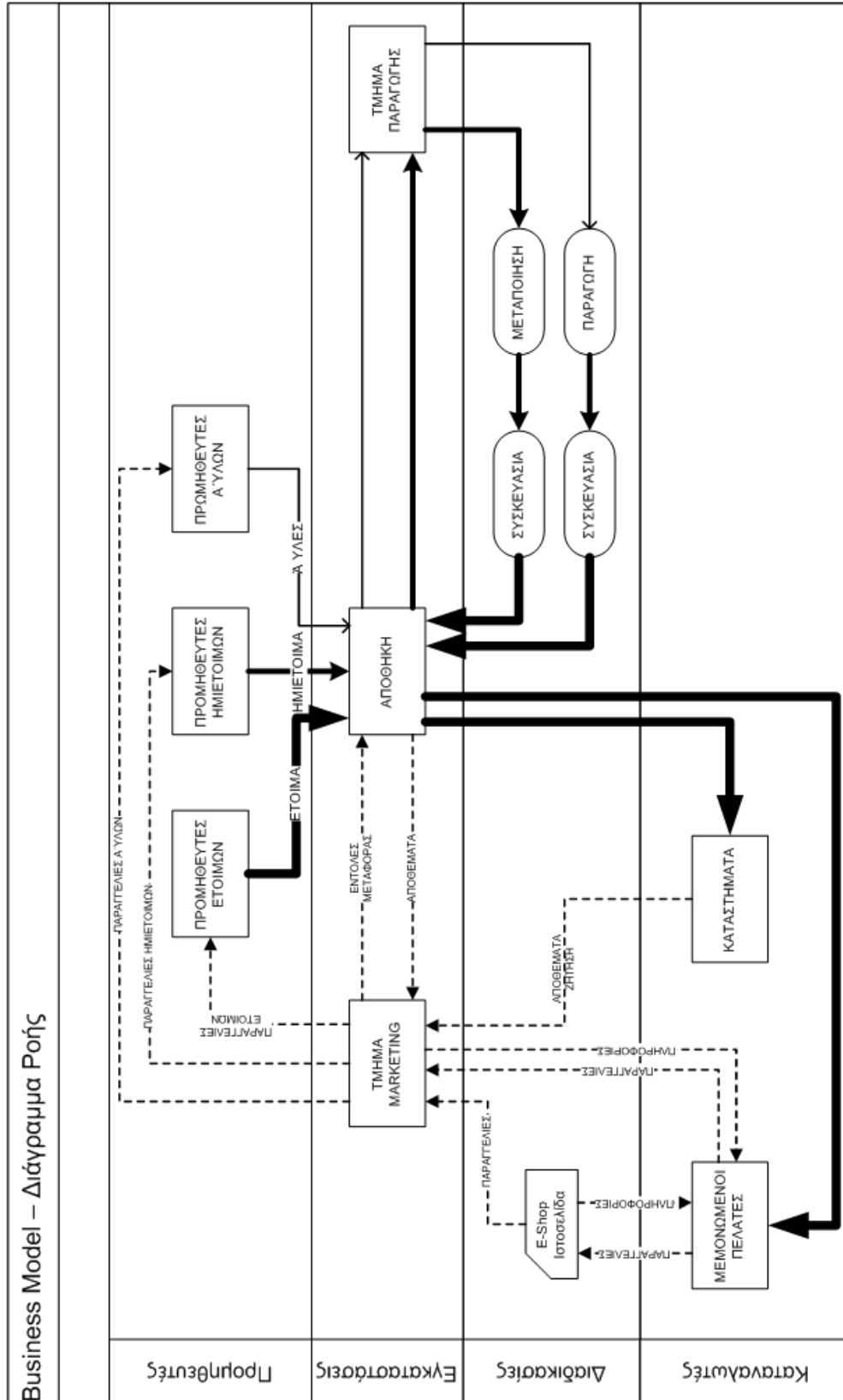
Τα καταστήματα για τα οποία γίνεται αναφορά είναι κατ'αρχήν αυτό που προτείνεται να δημιουργηθεί στην Αρχαία Ολυμπία και αυτό που σε δεύτερη φάση προτείνεται να δημιουργηθεί στο λιμάνι του Κατακόλου, Ηλείας. Επιπλέον διάθεση προϊόντων θα γίνεται και από έτερα καταστήματα που θα φιλοξενούν προϊόντα της Κοιν.Σ.Επ. . Εκθεσιακός χώρος θεωρείται, ο χώρος που θα επιδιωχθεί να χρησιμοποιηθεί στο εγκαταλελειμένο κτίριο του ΟΣΕ στη Ζαχάρω. Τέλος άμεση διάθεση προϊόντων θα γίνεται στο περίπτερο που σχεδιάζεται να παρευρίσκεται στους εκάστοτε Ολυμπιακούς Αγώνες.

- B. Διάθεση προϊόντων μέσω αποστολής τους, κατόπιν συγκεκριμένων παραγγελιών, από το ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) της Κοιν.Σ.Επ. που θα λειτουργήσει καθώς και από μεγάλες παραγγελίες που θα επιτυγχάνονται μέσω συνεργασιών με διάφορους φορείς.

Στην πρώτη περίπτωση, μεμονωμένοι καταναλωτές, επιχειρήσεις και λοιποί φορείς, θα μπορούν να κάνουν τις παραγγελίες των τακτικών προϊόντων του καταλόγου που επιθυμούν μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) που θα λειτουργήσει και θα τα παραλαμβάνουν είτε με αποστολή στο χώρο τους, είτε εφόσον είναι τουρίστες που επισκέφτηκαν τον νομό Ηλείας, μέσω του διανομέα προϊόντων σε κάποιο σημείο του νομού ή στο μέσο μεταφοράς τους (λεωφορείο, πλοίο) πριν αυτό αναχωρήσει από τον νομό.

Στη δεύτερη περίπτωση, μεμονωμένοι καταναλωτές, επιχειρήσεις και λοιποί φορείς, θα μπορούν να κάνουν ειδικές μεγάλες παραγγελίες με προϊόντα που ικανοποιούν τις απαιτήσεις τους, κατόπιν επικοινωνίας με το τμήμα Marketing της Κοιν.Σ.Επ. .

3.1.3.3. Διάγραμμα ροής



### 3.1.4. Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης

Από τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς διαπιστώνεται ότι η τουριστική κίνηση στην Ηλεία, αρχίζει περίπου στα μέσα Μαρτίου και διαρκεί μέχρι τα μέσα Νοεμβρίου. Επίσης, από τις 7 έως τις 23 Φεβρουαρίου του 2014 πρόκειται να διεξαχθούν οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες στο Σότσι της Ρωσίας.

Προτείνεται λοιπόν να γίνουν οι κατάλληλες κινήσεις από τη Διεύθυνση της Κοιν.Σ.Επ. ώστε να επιτευχθεί η παρουσία περιπτερού με προϊόντα της επιχείρησης στη Ρωσία από 7 έως 23 Φεβρουαρίου 2014.

Επιπλέον προτείνεται μέχρι τέλη Φεβρουαρίου 2014 να έχουν ολοκληρωθεί οι διαδικασίες για τη λειτουργία καταστήματος κοντά στο parking τουριστικών λεωφορείων του Αρχαιολογικού Μουσείου της Αρχαίας Ολυμπίας, ώστε να γίνει η μέγιστη δυνατή εκμετάλλευση της τουριστικής επισκεψιμότητας της περιοχής.

Παράλληλα προτείνεται μέχρι τέλη Φεβρουαρίου 2014 να έχουν ολοκληρωθεί οι διαδικασίες για τη λειτουργία ηλεκτρονικού καταστήματος ώστε να χρησιμοποιήσει από την έναρξη λειτουργίας της αυτό το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα.

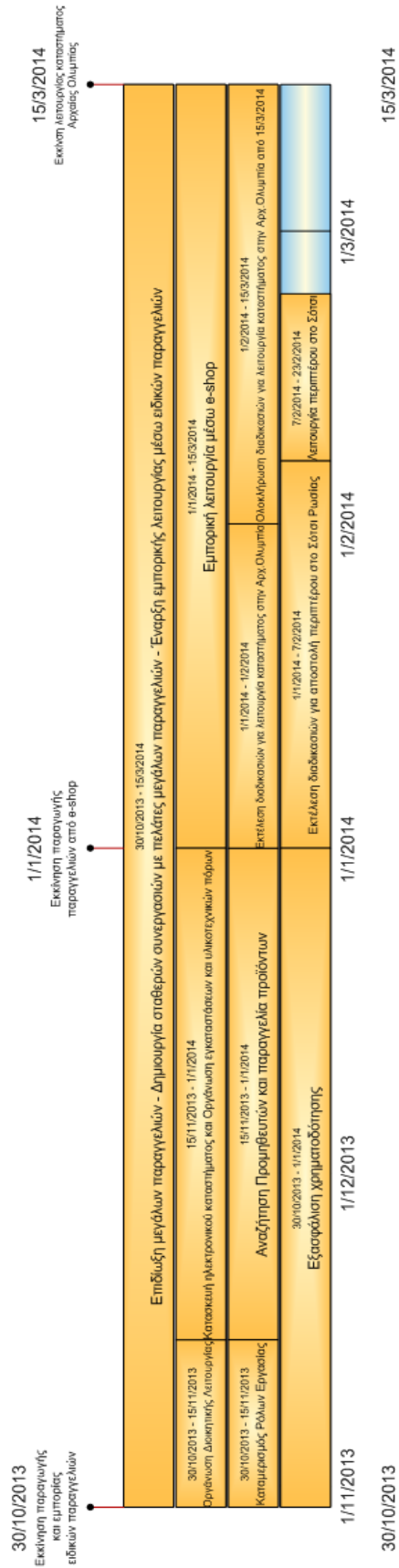
Στο διάστημα από τον Νοέμβριο του 2013 μέχρι τον Μάρτιο του 2014, πρέπει να οργανωθεί η διοικητική λειτουργία της επιχείρησης, ώστε να συντονιστούν όλες οι απαραίτητες δράσεις που θα την οδηγήσουν τον Μάρτιο του 2014 να λειτουργήσει αποτελεσματικά με το 100% της δυναμικότητας της.

Στο διάστημα αυτό θα επιδιώκονται μεγάλες παραγγελίες από διάφορους πελάτες που θα προσδιορίζονται από το τμήμα Marketing.

Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης της επιθυμητής λειτουργίας της Κοιν.Σ.Επ. :

Χρονικό Διάστημα	Διαδικασίες
Τέλη Οκτωβρίου 2013 – Μέσα Νοεμβρίου 2013	1. Οργάνωση της διοικητικής λειτουργίας της Κοιν.Σ.Επ. – Καταμερισμός ρόλων των μελών 2. Επιδίωξη μεγάλων παραγγελιών από διάφορους πελάτες και διατήρηση αυτής της διαδικασίας από το τμήμα Marketing για όλο τον κύκλο ζωής της επιχείρησης – Ειδικές παραγγελίες (ΟΛΥΜΠΙΑ 2013, ΛΥΚΑΙΑ 2013)
Μέσα Νοεμβρίου 2013 – Τέλη Δεκεμβρίου 2013	3. Εξασφάλιση χρηματοδότησης 4. Οργάνωση εγκαταστάσεων & υλικοτεχνικών πόρων 5. Αναζήτηση προμηθευτών 6. Κατασκευή ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop)
Ιανουάριος 2014	7. Εμπορική λειτουργία μέσω e-shop και ειδικών παραγγελιών 8. Οργάνωση και εκτέλεση απαραίτητων διαδικασιών για την εκκίνηση λειτουργίας καταστήματος στην Αρχαία Ολυμπία 9. Οργάνωση και εκτέλεση απαραίτητων διαδικασιών για την αποστολή περιπτερού στους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες στη Ρωσία στις 7 Φεβρουαρίου 2014
Φεβρουάριος 2014 – Μέσα Μαρτίου 2014	10. Ολοκλήρωση απαραίτητων διαδικασιών για την εκκίνηση λειτουργίας καταστήματος στην Αρχαία Ολυμπία 11. Λειτουργία περιπτερού στους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες της Ρωσίας (7/2/2014 – 23/2/2014)
Μέσα Μαρτίου και πλέον	12. Εκκίνηση εμπορικής λειτουργίας του καταστήματος στην Αρχαία Ολυμπία





### 3.1.5. Απαραίτητα πολύ γενικά τεχνικά χαρακτηριστικά της επένδυσης

Απαιτείται:

- Κτιριακός χώρος που θα στεγάζει
  - Γραφεία
  - Εργαστήριο
  - Αποθήκη
- Κατάστημα
  - Αρχαία Ολυμπία
- Εξοπλισμός
  - Γραφείων
    - Ηλεκτρονικός Υπολογιστής (1) & περιφερειακά
    - Έπιπλα
    - Τηλέφωνα & FAX
    - Εξοπλισμός ασφαλείας
    - Κλιματιστικό
  - Εργαστηρίου
    - Η/Υ (1) & περιφερειακά
    - Εργαλεία
    - Έπιπλα
  - Αποθήκης
    - Ράφια
  - Καταστημάτων
    - Ταμειακές μηχανές
    - Τηλέφωνα & FAX
    - Έπιπλα
    - Εξοπλισμός ασφαλείας
- Όχημα μεταφοράς προϊόντων

## 3.2. Γενικά στοιχεία

### 3.2.1. Παραγωγική διαδικασία

#### 3.2.1.1. Περιγραφή παραγωγικής διαδικασίας & Διαγράμματα Ροής

Η παραγωγική διαδικασία του συνόλου των προϊόντων χωρίζεται σε τέσσερις ανεξάρτητες κύριες παραγωγικές διαδικασίες, μία για κάθε ένα από τα τέσσερα υποσύνολα προϊόντων.

##### *1<sup>η</sup> Κύρια Παραγωγική Διαδικασία*

Η πρώτη κύρια παραγωγική διαδικασία χωρίζεται σε δύο φάσεις.

Στην πρώτη φάση, η οποία εκτελείται μία φορά, γίνεται ο σχεδιασμός του προϊόντος και ο σχεδιασμός της συσκευασίας του.

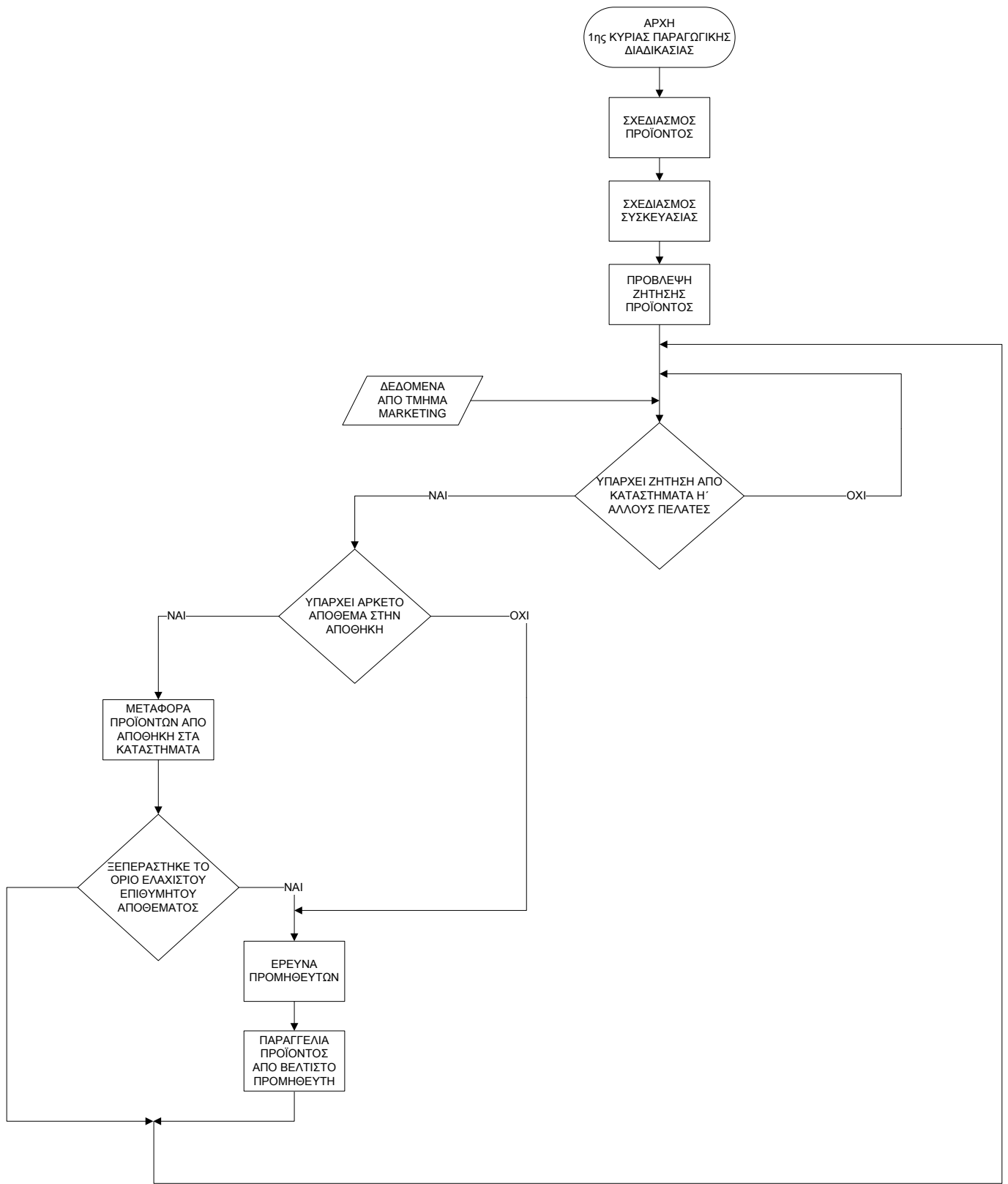
Στη δεύτερη φάση, αφού προβλεφθεί η ζήτηση για το προϊόν, γίνεται η παραγγελία του στον εκάστοτε προμηθευτή και ακολουθεί η προμήθεια των έτοιμων προς διάθεση προϊόντων. Η δεύτερη φάση επαναλαμβάνεται κάθε φορά που τα αποθέματα της αποθήκης φτάνουν σε ένα συγκεκριμένο όριο.

Τα προϊόντα που προέρχονται από αυτήν την παραγωγική διαδικασία είναι:

- Σαπούνι από ελαιόλαδο
- Κρέμες από ελαιόλαδο
- Τοπικά βότανα - μπαχαρικά
- Άλατα (λίμνης Καϊάφα)
- Ανθοιάματα - Αιθέρια Έλαια
- Τσάι από φύλλα ελιάς
- Διακοσμητικοί κόνινοι
- Δίσκος Εκεχειρίας (Δίσκος Ιφίτου)
- Κεραμικά σκεύη με παραστάσεις
- Αγαλματίδια
- Μαγνητικά πινάκια
- Αξεσουάρ σπιτιού
- T-Shirts
- Baseball Caps
- Post Cards
- Αναπτήρες
- Δαχτυλήθρες
- Μαχαίρια
- Τουριστικός Οδηγός (στην Αγγλική γλώσσα)
- Βιβλία
- Πίνακες ζωγραφικής
- Χειροτεχνίες
- Καρφίτσες
- Γυναικεία Ρούχα
- Γυναικεία αξεσουάρ
- Κοσμήματα
- Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής

Η αναλυτική περιγραφή της παραγωγής των ανωτέρω προϊόντων παρουσιάζεται στο «ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Τεχνικά Στοιχεία» στην παράγραφο 8.2. .

Ακολουθεί το διάγραμμα ροής της 1<sup>ης</sup> Κύριας Παραγωγικής Διαδικασίας:



## *2<sup>η</sup> Κύρια Παραγωγική Διαδικασία*

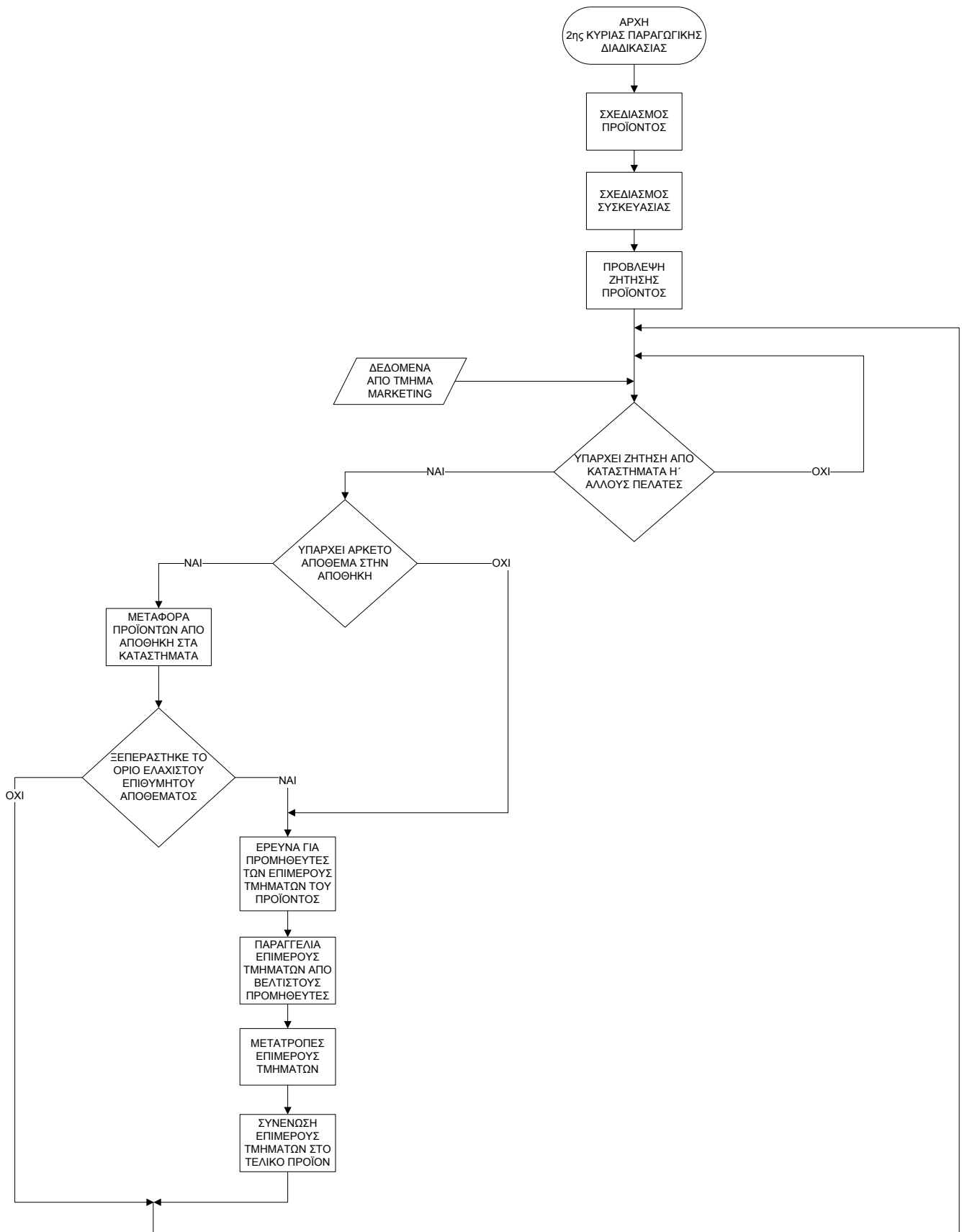
Η δεύτερη κύρια παραγωγική διαδικασία χωρίζεται σε δύο φάσεις.

Στην πρώτη φάση γίνεται ο σχεδιασμός του προϊόντος και ο σχεδιασμός της συσκευασίας του. Η φάση αυτή εκτελείται μία μόνο φορά.

Σε δεύτερη φάση και αφού προβλεφθεί η ζήτηση, γίνεται παραγγελία των επιμέρους τμημάτων του τελικού προϊόντος. Στη συνέχεια, τα επιμέρους τμήματα, συνδυάζονται, γίνονται οι απαραίτητες μετατροπές-μεταποιήσεις και το προϊόν συσκευάζεται και διοχετεύεται στα καταστήματα.

Κατά την έναρξη λειτουργίας της Κοιν.Σ.Επ. δεν θα υπάρχουν προϊόντα που προέρχονται από αυτήν την παραγωγική διαδικασία λόγω υψηλού κόστους εξοπλισμού και άλλων απαραίτητων δαπανών. Στο μέλλον όμως προβλέπεται ότι θα γίνονται μεταποιήσεις προϊόντων, οπότε αναφέρουμε την παρούσα διαδικασία.

Ακολουθεί το διάγραμμα ροής της 2<sup>ης</sup> Κύριας Παραγωγικής Διαδικασίας:



### *3<sup>η</sup> Κύρια Παραγωγική Διαδικασία*

Η τρίτη κύρια παραγωγική διαδικασία χωρίζεται σε δύο φάσεις.

Στην πρώτη φάση γίνεται ο σχεδιασμός του προϊόντος και ο σχεδιασμός της συσκευασίας του. Η φάση αυτή εκτελείται μία μόνο φορά.

Σε δεύτερη φάση και αφού προβλεφθεί η ζήτηση, γίνεται παραγγελία των πρώτων υλών και των επιμέρους τμημάτων του τελικού προϊόντος. Στη συνέχεια γίνεται η επεξεργασία των πρώτων υλών, τα επιμέρους τμήματα συνδυάζονται, γίνονται οι απαραίτητες μετατροπές και το προϊόν συσκευάζεται και διοχετεύεται στα καταστήματα.

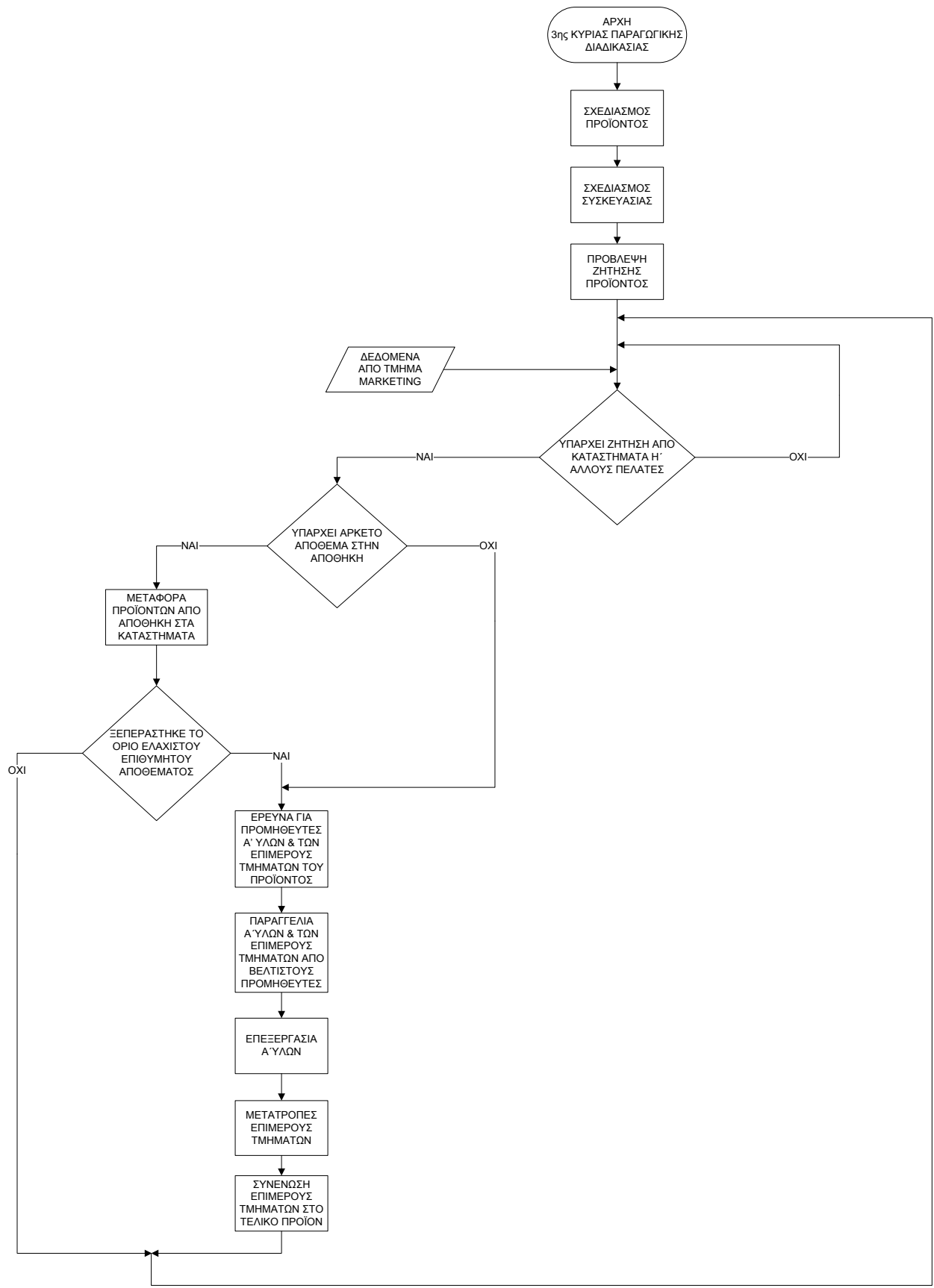
Τα προϊόντα που προέρχονται από αυτήν την παραγωγική διαδικασία είναι:

Φυσικοί κότινοι  
Πίνακες ζωγραφικής  
Χειροτεχνίες  
Ψευδοκοσμήματα

Η αναλυτική περιγραφή της παραγωγής των ανωτέρω προϊόντων παρουσιάζεται στο «ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Τεχνικά Στοιχεία» στην παράγραφο 8.2. .

Ακολουθεί το διάγραμμα ροής της 3<sup>ης</sup> Κύριας Παραγωγικής Διαδικασίας:





#### *4<sup>η</sup> Κύρια Παραγωγική Διαδικασία*

Η τέταρτη κύρια παραγωγική διαδικασία αποτελείται από μία φάση.

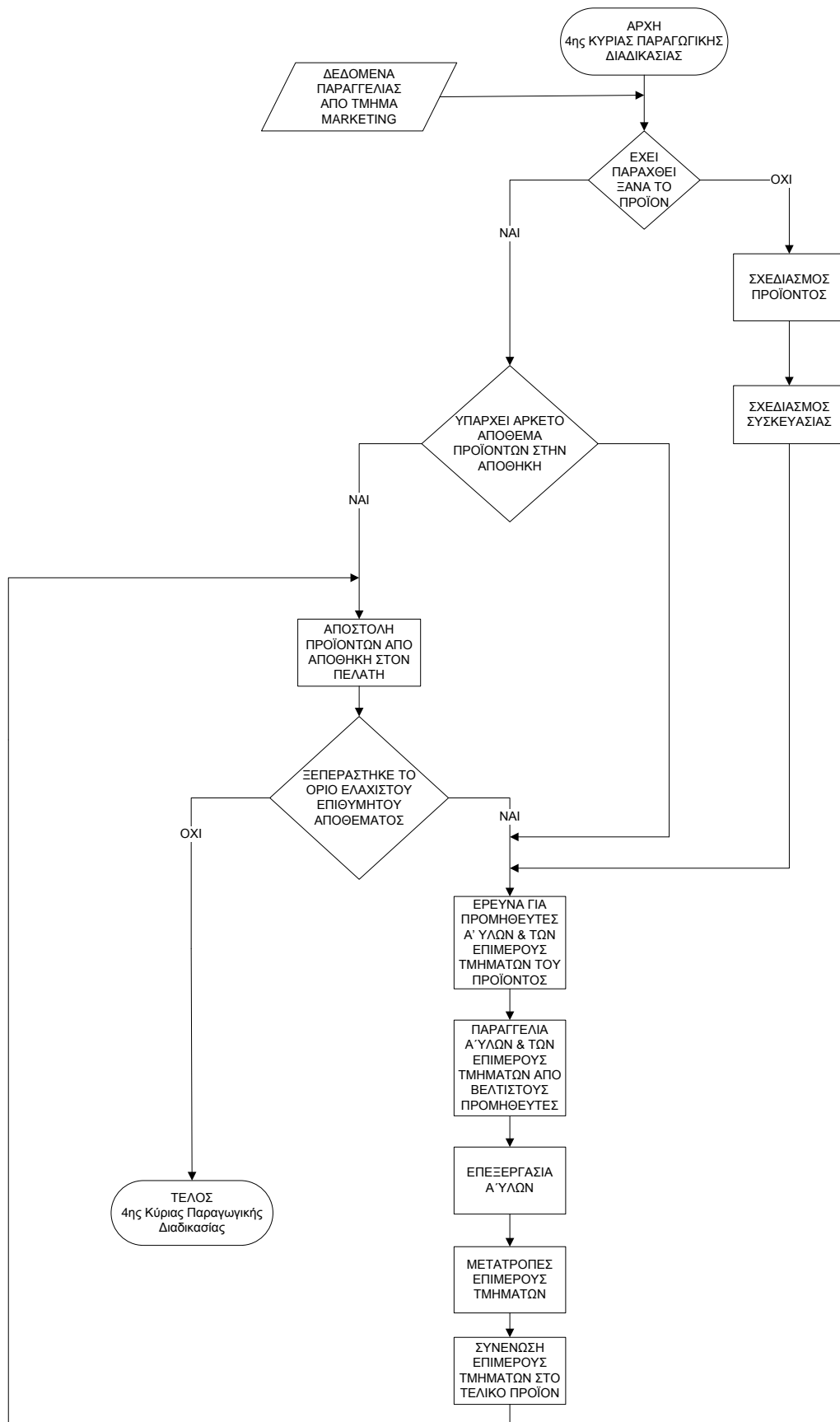
Αρχικά το τμήμα Marketing δέχεται από τον πελάτη την ειδική παραγγελία. Στη συνέχεια γίνεται ο σχεδιασμός του προϊόντος και ο σχεδιασμός της συσκευασίας του.

Ακολουθεί η παραγγελία των απαιτούμενων πρώτων υλών και των επιμέρους τμημάτων του υπό παραγωγή προϊόντος, στους εκάστοτε προμηθευτές. Όταν οι παραγγελίες φθάσουν, αρχίζει η παραγωγή του προϊόντος, με την επεξεργασία των πρώτων υλών και των διαφόρων επιμέρους τμημάτων. Τέλος με την ολοκλήρωση της παραγωγής του προϊόντος, ολοκληρώνεται και η παραγωγή της αρμόζουσας για την εκάστοτε περίπτωση συσκευασίας και το προϊόν είναι έτοιμο προς αποστολή στον πελάτη.

Τα προϊόντα που προέρχονται από αυτήν την παραγωγική διαδικασία, συμβαδίζουν με τους τομείς δραστηριότητας της επιχείρησης, δεν ανήκουν όμως κατ' ανάγκη στην τακτική λίστα με τα εμπορευόμενα προϊόντα.

Στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα βραβεία που κατασκευάστηκαν για το Τουρνουά Πάλης ΟΛΥΜΠΙΑ 2013.

Ακολουθεί το διάγραμμα ροής της 4<sup>ης</sup> Κύριας Παραγωγικής Διαδικασίας:



### 3.2.1.2. Αριθμός θέσεων εργασίας

Όπως έχει αναφερθεί αναλυτικά στο κεφάλαιο των γενικών στοιχείων της επένδυσης στην παράγραφο “1.δ.ii. Οργανωτική δομή και στελέχωση σε ανθρώπινο δυναμικό, πριν και μετά την επένδυση (στελέχη και επίπεδο εκπαίδευσης)”, ο αριθμός των θέσεων εργασίας φθάνει τις 8 θέσεις.

Όπως έχει προβλεφθεί, οι 7 θέσεις θα καλυφθούν από τα επτά ιδρυτικά μέλη και η όγδοη από μία επιπλέον υπάλληλο, η οποία θα εργαστεί ως πωλήτρια στο κατάστημα που θα λειτουργήσει.

Συγκεκριμένα:

Γενική Διευθύντρια	(1)
Υπεύθυνη Παραγωγής	(1)
Υπεύθυνη Marketing	(1)
Βοηθός Παραγωγής	(1)
Πωλήτριες καταστημάτων	(4)

### 3.2.1.3. Αριθμός απασχολούμενων στην επιχείρηση

Ο αριθμός των απασχολούμενων στην επιχείρηση φθάνει τους οκτώ (8). Οι επτά από αυτές θα είναι τα ιδρυτικά μέλη της Κοιν.Σ.Επ. και το όγδοο μία γυναίκα, κάτοικος του νομού Ηλείας που θα πληρεί τις προϋποθέσεις για να εργαστεί ως πωλήτρια στο εμπορικό κατάστημα που θα διαθέτει η Κοιν.Σ.Επ. .

### 3.2.1.4. Τεχνικά χαρακτηριστικά των πρώτων υλών

Από το σύνολο των προϊόντων που θα εμπορεύεται η Κοιν.Σ.Επ. , τα περισσότερα θα τα προμηθεύεται έτοιμα, μελλοντικά σε ορισμένα θα επεμβαίνει εκτελώντας διαφόρων ειδών επεξεργασίες και τα προϊόντα της 3<sup>ης</sup> Κύριας Παραγωγικής διαδικασίας, «Φυσικοί κότινοι», «Πίνακες ζωγραφικής», «Χειροτεχνίες» και «Ψευδοκοσμήματα» θα παράγει μεγάλο ποσοστό τους από μόνη της.

Τα τεχνικά χαρακτηριστικά των πρώτων υλών για αυτά τα προϊόντα παρουσιάζονται παρακάτω.

<u>Πρώτη Ύλη</u>	<u>Τεχνικά χαρακτηριστικά</u>
Κλαδιά ελιάς	Πάχος διαμέτρου κλαδιού ~ 7mm, ώστε να μπορούν να διαμορφωθούν στην επιθυμητή μορφή και παράλληλα να μην σπάνε εύκολα Να είναι πλούσια σε φύλλα
Καμβάς	Διάφορα μεγέθη (σύμφωνα με τα ζητούμενα προϊόντα και με τον σχεδιασμό της Υπεύθυνης Παραγωγής)
Χρώματα	Διάφορα (σύμφωνα με τον σχεδιασμό της Υπεύθυνης Παραγωγής)
Υλικά για έργα χειροτεχνίας	Διάφορα ανάλογα με το παραγόμενο έργο
Υλικά για ψευδοκοσμήματα	Διάφορα ανάλογα με τα παραγόμενα

ψευδοκοσμήματα (χάντρες, αλυσίδες κλπ.)
---

### 3.2.1.5. Τεχνικά χαρακτηριστικά των παραγόμενων προϊόντων

Τα τεχνικά χαρακτηριστικά των παραγόμενων προϊόντων έχουν παρουσιαστεί σε ικανοποιητικό βαθμό για το απαιτούμενο επίπεδο λεπτομέρειας της παρούσας μελέτης στην παράγραφο “3.α.ι.2. Περιγραφή προϊόντων”.

### 3.2.1.6. Μορφές ενέργειας και κατανάλωση αυτών

Για την εκπόνηση της παραγωγικής διαδικασίας απαιτείται ηλεκτρική ενέργεια, για τη λειτουργία του εξοπλισμού που θα χρησιμοποιηθεί και χημική ενέργεια καυσίμων για τη μεταφορά των προϊόντων με τα οχήματα.

## 3.2.2. Μηχανολογικός εξοπλισμός και συστήματα παραγωγής

### 3.2.2.1. Στοιχεία για τον ήδη υπάρχοντα και το νέο μηχανολογικό εξοπλισμό

Τα στοιχεία για τον προτεινόμενο απαιτούμενο μηχανολογικό εξοπλισμό παρουσιάζονται αναλυτικά στο «ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Τεχνικά Στοιχεία» στην παράγραφο 8.3. .

### 3.2.2.2. Η αξία του μηχανολογικού εξοπλισμού

<u>Είδος</u>	<u>Μοντέλο</u>	<u>Αξία (€)</u>
Ηλεκτρονικός Υπολογιστής (γραφείου)	Sphere E1450	467
Ηλεκτρονικός Υπολογιστής (γραφείου)	Sphere E1780	557,9
Εκτυπωτής	Color Laser Printer Samsung CLP-415NW	249
FAX	Panasonic KX-FP205GR	109
Τηλεφωνικές συσκευές (2)	Panasonic KX-TS560EX2	36*2 = 72
Blender	Izzy Multi X3 E560T3	29,9
Ζυγαριά ακριβείας	Beurer KS51	34
Αριθμομηχανή (3)	Canon AS-1200 Calculator	5,45*3= 16,35
Εργαλεία	Διάφορα	62,94
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>1598,09</b>

### 3.2.3. Δαπάνες εγκατάστασης και λειτουργίας μηχανημάτων

Τα μηχανήματα που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη παράγραφο δεν χρειάζονται εγκατάσταση από ειδικούς συνεπώς οι δαπάνες εγκαταστάσεως είναι μηδενικές. Σχετικά με τις δαπάνες λειτουργίας τους, επίσης είναι αμελητέες καθώς καταναλώνουν ηλεκτρική ενέργεια στο επίπεδο μικρής εταιρίας.

### 3.2.4. Εγκαταστάσεις και λοιπός εξοπλισμός

#### 3.2.4.1. Αναλυτική περιγραφή υπαρχουσών και προβλεπόμενων εγκαταστάσεων

##### I. Γραφεία

Πόλη	Ζαχάρω, Νομού Ηλείας
Οδός	Επί της Ζαχαρία Παπαδόπουλου, έναντι Κ.Ε.Π. Δήμου Ζαχάρως - Φυγαλείας
Ενοίκιο	100€
Εμβαδόν	30 τ.μ.
Όροφος	2 <sup>ος</sup>
Διαμόρφωση	Ενιαίος χώρος με εξωτερική τουαλέτα κοινόχρηστη
Κτίριο	Στεγάζει διάφορες υπηρεσίες
Χρονολογία κατασκευής	Αρχές του 2000
Τ.Κ.	27054
Υπηρεσίες που στεγάζονται στο κτίριο	Γραφείο Πολεοδομίας Γραφείο Γεωργικής Ανάπτυξης Κτηνιατρικό Κέντρο
Υπηρεσίες που βρίσκονται κοντά στο κτίριο	Κέντρο Εξυπηρέτησης Πολιτών Δημαρχείο Ληξιαρχείο Πνευματικό Κέντρο ΚΤΕΛ Εθνική Τράπεζα Κέντρο Υγείας

##### II. Καταστήματα

Πόλη	Αρχαία Ολυμπία, Νομού Ηλείας
Περιοχή	Κοντά στο Parking λεωφορείων του Αρχ. Μουσείου
Ενοίκιο	1000€
Εμβαδόν	50 τ.μ.
Όροφος	Ισόγειο
Διαμόρφωση	Ενιαίος χώρος με πρόσωπο στο Parking των λεωφορείων

### 3.2.4.2. Ο λοιπός εξοπλισμός της επιχείρησης

#### 3.2.4.2.1. Τεχνικά χαρακτηριστικά

##### I. Γραφεία

Γραφεία διευθυντριών	(3)
Καθίσματα διευθυντριών	(3)
Καθίσματα επισκεπτών	(3)
Καναπές	(1)
Τραπεζάκι μικρό	(1)
Βιβλιοθήκη	(2)
Ψυγείο	(1)
Κλιματιστικό	(1)
Πάγκος εργασίας εργαστηρίου	(1)
Καθίσματα υπαλλήλων παραγωγής	(2)
Πυροσβεστήρας	(1)
Φάκελοι αρχείων	(10)
Συρραπτικό	(1)
Ράφια τύπου DEXION πρώτων υλών και ετοιμών προϊόντων (πεντάδες)	(3)
Διακοσμητικά	(3)
Εξοπλισμός καθαριότητας	
Κάδος απορριμάτων (μικρός)	(4)
Κάδος απορριμάτων (μεγάλος)	(1)
Λοιπός εξοπλισμός καθαριότητας	(4)
Αναλώσιμα	
Χαρτί εκτυπωτή A4 (500φύλλα)	(5)
Σημειωματάρια	(4)
Ντοσιέ	(15)
Στυλό (50τεμάχια)	(1)
Διορθωτικό υγρό	(3)
Συνδετήρες (100 τεμαχίων)	(3)
Σύρματα για συρραπτικό (πακέτα)	(3)
Φάκελοι αποστολής εγγράφων	(250)
Αναλώσιμα καθαριότητας	(6)

## II. Καταστήματα

Καρέκλα πωλητή	(1)
Τραπέζι	(1)
Ταμειακή μηχανή	(1)
Ράφια (μήκους 3m)	(12)
Πυροσβεστήρας	(1)
Αριθμομηχανή	(1)

### Εξοπλισμός καθαριότητας

Κάδος απορριμάτων	(1)
Λοιπός εξοπλισμός καθαριότητας	(4)

### Αναλώσιμα

Σημειωματάριο	(1)
Ντοσιέ	(1)
Στυλό	(3)
Διορθωτικό υγρό	(1)
Συρραπτικό	(1)
Αναλώσιμα καθαριότητας	(6)

#### 3.2.4.2.2. Αξία (για εγκαταστάσεις και εξοπλισμό, παρατίθεται η αναπόσβεστη αξία)

Η αξία και ο επιλεγμένος προμηθευτής των εγκαταστάσεων και του λοιπού εξοπλισμού της επιχείρησης παρουσιάζεται αναλυτικά στο «ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II – Τεχνικά Στοιχεία» στην παράγραφο 8.4. .



### 3.3. Κόστος επένδυσης - Χρηματοδότηση

#### 3.3.1. Ανάλυση κόστους επένδυσης

##### 3.3.1.1. Κόστος εκκίνησης

#### ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ - ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

<u>Είδος</u>	<u>Μοντέλο</u>	<u>Ποσότητα</u>	<u>Μοναδιαία Αξία</u>	<u>Συνολική Αξία (€)</u>
Ηλεκτρονικός Υπολογιστής (γραφείου)	Sphere E1450	1	467	467
Ηλεκτρονικός Υπολογιστής (γραφείου)	Sphere E1780	1	557.9	557.9
Εκτυπωτής	Color Laser Printer Samsung CLP-415NW	1	249	249
FAX	Panasonic KX-FP205GR	1	109	109
Τηλεφωνικές συσκευές (2)	Panasonic KX-TS560EX2	2	36	72
Blender	Izzy Multi X3 E560T3	1	29.9	29.9
Ζυγαριά ακριβείας	Beurer KS51	1	34	34
Αριθμομηχανή	Canon AS-1200 Calculator	3	5.45	16.35
Εργαλεία	Διάφορα	1	62.94	62.94
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>				<b>1598.09</b>

ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

<u>Είδος</u>	<u>Ποσότητα</u>	<u>Μοναδιαία Αξία (€)</u>	<u>ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ (€)</u>
Γραφεία διευθυντριών	3	75	225
Καθίσματα διευθυντριών	3	49	147
Καθίσματα επισκεπτών	3	44.9	134.7
Καναπές	1	85	85
Τραπεζάκι μικρό	1	34.5	34.5
Βιβλιοθήκη	2	39	78
Ψυγείο	1	119	119
Κλιματιστικό	1	160	160
Πάγκος εργασίας εργαστηρίου	1	160	160
Καθίσματα υπαλλήλων παραγωγής	2	49	98
Πυροσβεστήρας	1	47.9	47.9
Φάκελοι αρχείων	10	2.5	25
Συρραπτικό	1	8.5	8.5
Ράφια τύπου DEXION πρώτων υλών και ετοιμών προϊόντων (πεντάδες)	3		190
Διακοσμητικά τοίχου	2	6	12
Διακοσμητικά λουπά	1	12	12
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 1	1	2.57	2.57
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 2	1	2.6	2.6
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 3	1	7	7
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 4	1		0
Κάδος απορριμάτων (μικρός)	4	1.18	4.72
Κάδος απορριμάτων (μεγάλος)	1	11.41	11.41
Χαρτί εκτυπωτή Α4 (500φύλλα)	5	2.98	14.9
Σημειωματάρια	4	3.3	13.2
Ντοσιέ	15	0.59	8.85
Στυλό (50τεμάχια)	1	9.99	9.99
Διορθωτικό υγρό	3	0.88	2.64
Συνδετήρες (100 τεμαχίων)	3	0.75	2.25
Σύρματα για συρραπτικό (πακέτα)	3	0.32	0.96
Φάκελοι αποστολής εγγράφων (250τεμάχια)	1	13.95	13.95
Αναλώσιμα καθαριότητας 1	1	2.03	2.03
Αναλώσιμα καθαριότητας 2	1	1.99	1.99
Αναλώσιμα καθαριότητας 3	1	1.49	1.49
Αναλώσιμα καθαριότητας 4	1	2.36	2.36
Αναλώσιμα καθαριότητας 5	1	0.98	0.98
Αναλώσιμα καθαριότητας 6	1	2.1	2.1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>			<b>1642.59</b>

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

<u>Είδος</u>	<u>Ποσότητα</u>	<u>Μοναδιαία Αξία</u>	<u>Συνολική Αξία</u>
Καρέκλα πωλητή	1	40	40
Τραπέζι	1	50	50
Ταμειακή μηχανή	1	319.8	319.8
Ράφια (μήκους 3m)	12	19.99	239.88
Πυροσβεστήρας	1	47.9	47.9
Αριθμομηχανή	1	5.45	5.45
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 1	1	2.57	2.57
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 2	1	2.6	2.6
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 3	1	7	7
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 4	1		0
Κάδος απορριμάτων (μεγάλος)	1	11.41	11.41
Σημειωματάριο	1	3.3	3.3
Ντοσιέ	1	0.59	0.59
Στυλό	3		0
Διορθωτικό υγρό	1	0.88	0.88
Συρραπτικό	1	8.5	8.5
Αναλώσιμα καθαριότητας 1	1	2.03	2.03
Αναλώσιμα καθαριότητας 2	1	1.99	1.99
Αναλώσιμα καθαριότητας 3	1	1.49	1.49
Αναλώσιμα καθαριότητας 4	1	2.36	2.36
Αναλώσιμα καθαριότητας 5	1	0.98	0.98
Αναλώσιμα καθαριότητας 6	1	2.1	2.1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>			<b>750.83</b>

ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΕΚΚΙΝΗΣΗΣ

<u>Είδος Δαπάνης</u>	<u>Προμηθευτής</u>	<u>Δαπάνη (€)</u>
Δημιουργία E-Shop	<a href="http://www.infocus.gr/eshop.htm">http://www.infocus.gr/eshop.htm</a>	1000
Μη υπολογισθέντα έξοδα		1000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>2000</b>

ΕΙΔΙΚΑ ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2014 – ΜΑΡΤΙΟΥ 2014

<u>Είδος</u>	<u>Μηνιαία δαπάνη (€)</u>	<u>Αριθμός Μηνών</u>	<u>Συνολική Δαπάνη (€)</u>
Ενοίκιο Καταστήματος	1000	3	3000
Ενοίκιο Γραφείου	100	3	300
Λογαριασμοί ΔΕΚΟ	375	3	1125
Ασφάλιση Εργαζομένων	1047.91	3	3143.73
Αμοιβές Εξωτερικών Συνεργατών	200	3	600
Διαφήμιση	1076.33	3	3229
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>			<b>11397.73</b>

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΚΙΝΗΣΗΣ

<u>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</u>	<u>ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ (€)</u>	<u>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (€)</u>
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ - ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ	1598.09	
ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ - ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ	1642.59	
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	750.83	
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΕΚΚΙΝΗΣΗΣ	2000	
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΑΡΧΙΚΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b>		<b>5991.51</b>
ΕΙΔΙΚΑ ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2014-ΜΑΡΤΙΟΥ 2014	11397.73	
		11397.73
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΚΙΝΗΣΗΣ</b>		<b>17389.24</b>

3.3.2. Χρηματοδότηση της επένδυσης

3.3.2.1. Αρχική Επένδυση

Η αρχική επένδυση των 5991.51€ θα καλυφθεί από εισφορές των μελών της Κοιν.Σ.Επ. , δηλαδή 855,93 € ανά μέλος.

3.3.2.2. Λειτουργικά έξοδα Ιανουαρίου – Μαρτίου 2014 και Κεφάλαιο Κίνησης

Θα επιδιωχθεί η επιχορήγηση του προγράμματος ΕΣΠΑ «Ολοκληρωμένη παρέμβαση για την στήριξη της Γυναικείας Απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας», ύψους 20.000,00 € και για την πρόσληψη μιας ακόμη υπαλλήλου (8<sup>ο</sup> άτομο), επιπλέον 12.000,00 € . Σύνολο επιχορήγησης 32.000,00 € . Εξ'αυτών το ποσό των 11.397,73 € θα καλύψει τα σταθερά έξοδα Ιανουαρίου-Μαρτίου το δε υπόλοιπο 20.602,27 € θα αποτελέσει κεφάλαιο κίνησης.

Αν δεν επιτευχθεί η επιχορήγηση από το ΕΣΠΑ, θα πρέπει τα μέλη της Κοιν.Σ.Επ. να συνεισφέρουν επιπλέον κεφάλαιο ίσο με το συνολικό κόστος εκκίνησης ύψους 11.397,73 € δηλαδή 1.628,25 € ανά μέλος.

### 3.3.3. Προϋπολογιστική κατάσταση πηγών και χρήσεων πόρων

#### ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΠΗΓΩΝ ΚΑΙ ΧΡΗΣΕΩΝ ΠΟΡΩΝ (ΜΕ ΕΣΠΑ)

	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
<b>I. Λειτουργικές Δραστηριότητες</b>				
Κέρδη μετά από φόρους	31562.65	41531.44	48231.95	55365.80
Αποσβέσεις	399.15	399.15	399.15	399.15
(-) Αύξηση Αποθεμάτων	201.78	135.63	144.41	150.71
(+) Αύξηση πιστώσεων προμηθευτών	853.84	639.45	522.39	550.63
(+) Αύξηση Φ.Π.Α.	77.92	62.53	42.03	44.75
<b>Σύνολο Πηγών από Λειτουργικές Δραστηριότητες</b>	<b>32691.78</b>	<b>42496.94</b>	<b>49051.11</b>	<b>56209.62</b>
<b>II. Επενδυτικές Δραστηριότητες</b>				
(+) Μείωση Εξόδων Εγκατάστασης	2000.00	0.00	0.00	0.00
<b>Σύνολο Πηγών από Επενδυτικές Δραστηριότητες</b>	<b>2000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>III. Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες</b>				
(-) Μερίσματα	11046.93	14536.00	16881.18	19378.03
<b>Σύνολο Πηγών από Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες</b>	<b>11046.93</b>	<b>14536.00</b>	<b>16881.18</b>	<b>19378.03</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ( I + II - III )</b>	<b>23644.85</b>	<b>27960.94</b>	<b>32169.93</b>	<b>36831.59</b>
(+) Ταμειακά Διαθέσιμα Αρχής Έτους	40818.84	64463.69	92424.62	124594.55
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>64463.69</b>	<b>92424.63</b>	<b>124594.55</b>	<b>161426.14</b>

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΠΗΓΩΝ ΚΑΙ ΧΡΗΣΕΩΝ ΠΟΡΩΝ (ΧΩΡΙΣ ΕΣΠΑ)**

	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
<b>I. Λειτουργικές Δραστηριότητες</b>				
Κέρδη μετά από φόρους	31562.65	41531.44	48231.95	55365.80
Αποσβέσεις	399.15	399.15	399.15	399.15
(-) Αύξηση Αποθεμάτων	201.78	135.63	144.41	150.71
(+) Αύξηση πιστώσεων προμηθευτών	853.84	639.45	522.39	550.63
(+) Αύξηση Φ.Π.Α.	77.92	62.53	42.03	44.75
Σύνολο Πηγών από Λειτουργικές Δραστηριότητες	32691.78	42496.94	49051.11	56209.62
<b>II. Επενδυτικές Δραστηριότητες</b>				
(+) Μείωση Εξόδων Εγκατάστασης	2000.00	0.00	0.00	0.00
Σύνολο Πηγών από Επενδυτικές Δραστηριότητες	2000.00	0.00	0.00	0.00
<b>III. Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες</b>				
(-) Μερίσματα	11046.93	14536.00	16881.18	19378.03
Σύνολο Πηγών από Χρηματοδοτικές Δραστηριότητες	11046.93	14536.00	16881.18	19378.03
<b>ΣΥΝΟΛΟ ( I + II - III )</b>	23644.85	27960.94	32169.93	36831.59
(+) Ταμειακά Διαθέσιμα Αρχής Έτους	20018.84	43663.69	71624.62	103794.55
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	43663.69	71624.63	103794.55	140626.14

## 4. Στοιχεία Αγοράς – Market Analysis

### 4.1. Εγχώρια αγορά

Οι παρακάτω πληροφορίες προέκυψαν από την έρευνα πεδίου που διεξήχθη στην Αρχαία Ολυμπία και το Κατάκολο από 7 έως 9 Σεπτεμβρίου 2013. Το μέγεθος του δείγματος ήταν 52 ερωτηματολόγια που αναφέρονται τελικά σε 73 άτομα, τα οποία επιλέχθηκαν τυχαία σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, στην περιοχή της αγοράς, στο μουσείο και σε πούλμαν μεταφοράς τους σε τυχαίες ώρες της ημέρας. Πληροφορίες για τον τουρισμό και για την κατάσταση της αγοράς τουριστικών ειδών τόσο της Αρχαίας Ολυμπίας όσο και του Κατακόλου μας έδωσαν οι ιδιοκτήτες και οι υπάλληλοι αρκετών καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα στις αντίστοιχες περιοχές. Επιπλέον, αρκετές πληροφορίες μας δόθηκαν από τον Εμπορικό Σύλλογο της Αρχαίας Ολυμπίας και τον Εμπορικό Σύλλογο του Κατακόλου.

#### 4.1.1. Τμηματοποίηση αγοράς

- Γεωγραφική τμηματοποίηση:

Το τμήμα της εγχώριας αγοράς που μας ενδιαφέρει, είναι η αγορά τουριστικών ειδών του νομού Ηλείας. Τα σημαντικότερα τμήματα αυτής της αγοράς από εμπορική άποψη, είναι η περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας και η περιοχή του λιμένος του Κατακόλου, διότι όπως προκύπτει από την έρευνα αγοράς που εκπονήθηκε, οι τοποθεσίες αυτές αποτελούν τους προορισμούς με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα τουριστών στον νομό Ηλείας.

- Ετήσια επισκεψιμότητα τουριστών κρουαζιέρας στο Κατάκολο :  
~ 800.000 άτομα
- Ετήσια επισκεψιμότητα τουριστών στην αγορά της Αρχαίας Ολυμπίας:  
~ 650.000 άτομα

- Δημογραφική τμηματοποίηση:

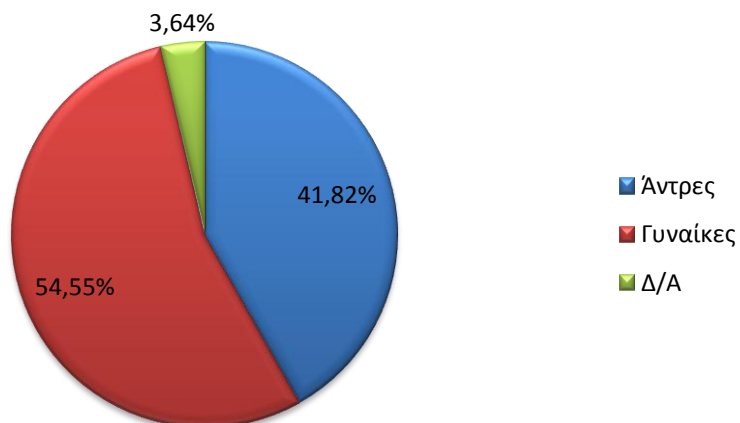
Οι δημογραφικές μεταβλητές σύμφωνα με τις οποίες τμηματοποιήθηκε η αγορά είναι το φύλο, η ηλικία, η εθνικότητα και η χρηματική δαπάνη.

- Δημογραφικά χαρακτηριστικά τουριστών Αρχαίας Ολυμπίας:

Φύλο :

- Άντρες → 41,82%
- Γυναίκες → 54,55%
- Δ/Α → 3,64%

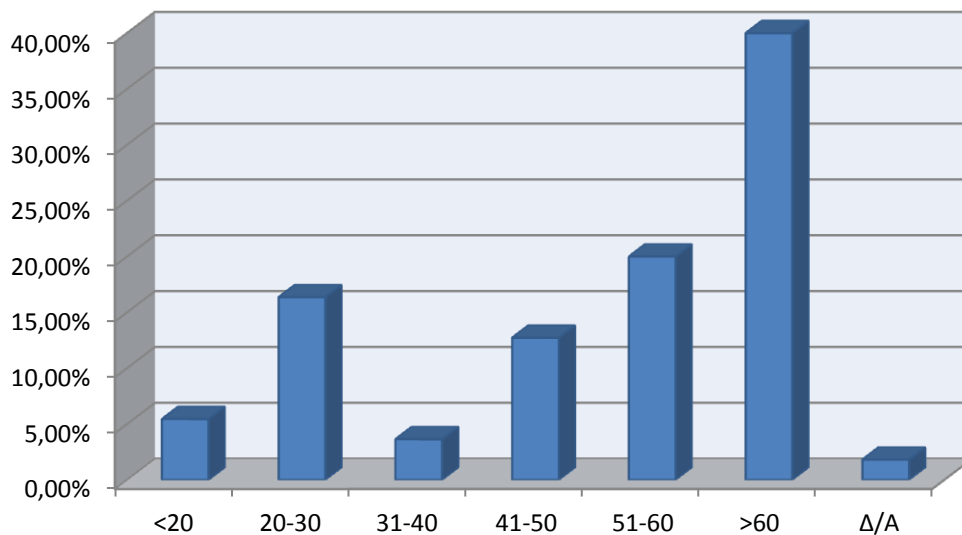
## Φύλο



Ηλικία :

- <20 → 5,45%
- 20-30 → 16,36%
- 31-40 → 3,64%
- 41-50 → 12,73%
- 51-60 → 20,00%
- >60 → 40,00%
- Δ/Α → 1,82%

## Ηλικία

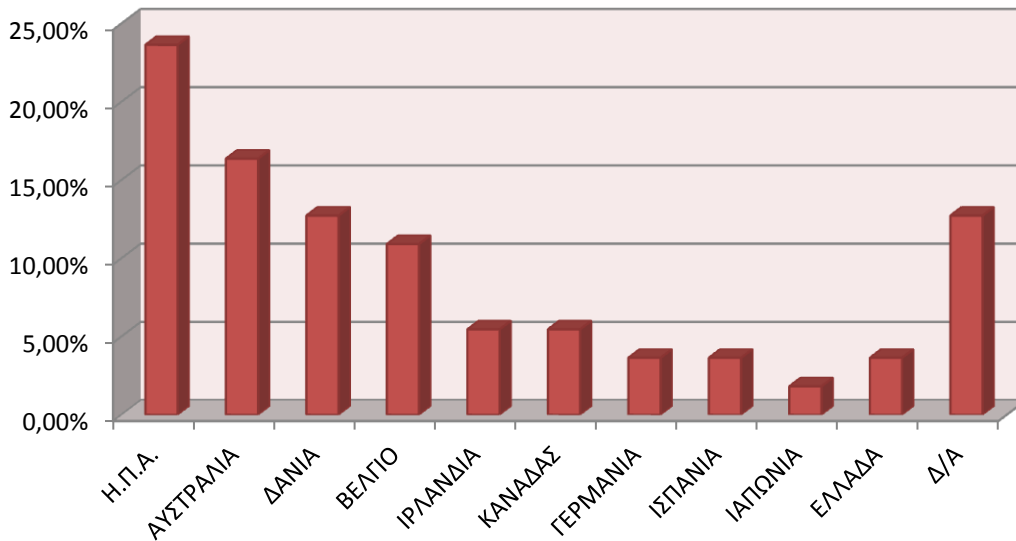




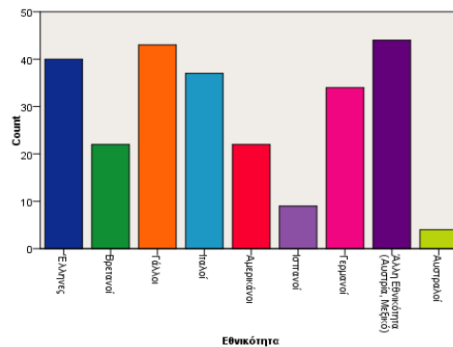
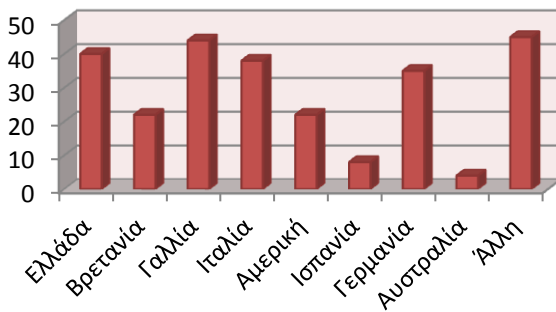
Εθνικότητα :

- Η.Π.Α. → 23,64%
- Αυστραλία → 16,36%
- Δανία → 12,73%
- Βέλγιο → 10,91%
- Ιρλανδία → 5,45%
- Καναδάς → 5,45%
- Γερμανία → 3,64%
- Ισπανία → 3,64%
- Ιαπωνία → 1,82%
- Ελλάδα → 3,64%
- Δ/Α → 12,73%

### Εθνικότητα (Ερευνα 2013)



### Εθνικότητα (Ερευνα κας Γ.Ζούνη 2009)

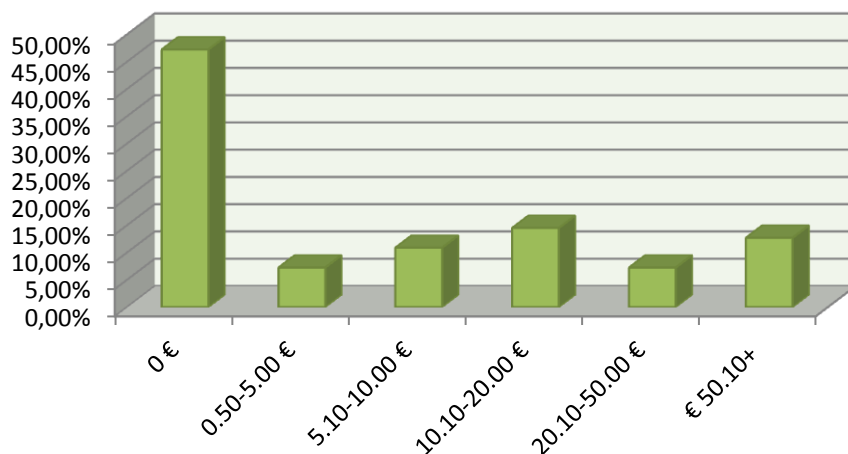


ΠΗΓΗ: Blog κυρίας Γεωργίας Ζούνη - PhD in Marketing at University of Piraeus  
[http://marketinggeorgia.blogspot.gr/2010\\_10\\_01\\_archive.html](http://marketinggeorgia.blogspot.gr/2010_10_01_archive.html)

Συνολική Δαπάνη σε τουριστικά είδη ανά απάντηση\* :

- 0€ → 47,27%
- 0,50€ – 5,00€ → 7,27%
- 5,10€ – 10,00€ → 10,91%
- 10,10€ – 20,00€ → 14,55%
- 20,10€ – 50,00€ → 7,27%
- >50€ → 12,73%

### Συνολική Δαπάνη ανά απάντηση



\*Μία απάντηση ενδεχομένως περιλαμβάνει περισσότερα του ενός άτομα

#### 4.1.2. Ανάλυση Στατιστικών Δεδομένων Έρευνας Αγοράς Αρχαίας Ολυμπίας - Κατακόλου

Η ανάλυση των στατιστικών δεδομένων παρουσιάζεται αναλυτικά στο «ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ – Στοιχεία Αγοράς» στην παράγραφο 9.1. .

##### ➤ Περιγραφή έρευνας

- Μορφή Έρευνας : Δειγματοληπτική έρευνα αγοράς με χρήση ερωτηματολογίου στην αγγλική γλώσσα
- Μέγεθος Δείγματος : 55 (55 απαντήσεις σε 52 ερωτηματολόγια)
- Επιλογή ατόμων : α) Τυχαίοι επισκέπτες της περιοχής της Αρχαίας Ολυμπίας, σε τυχαίες χρονικές στιγμές, στην περιοχή της αγοράς, του μουσείου, σε εστιατόρια και ξενοδοχεία.  
β) Ιδιοκτήτες και υπάλληλοι καταστημάτων τουριστικών ειδών στην Αρχαία Ολυμπία και στο Κατάκολο
- Διάρκεια Έρευνας : Από Σάββατο 7/9/2013 έως Δευτέρα 9/9/2013

##### ➤ Απαντήσεις ερωτηματολογίων (επεξεργασμένες)

Παρατίθενται οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων σε μορφή πίνακα:



#### 4.1.3. Ανάλυση Ανταγωνισμού

- Αναφορά μονάδων

##### 4.1.3.1. Πλήθος καταστημάτων ανά γεωγραφικό τμήμα

Στο Κατάκολο λειτουργούν περί τα 75 καταστήματα με τουριστικά είδη (συμπεριλαμβανομένων των χρυσοχοϊών), ενώ στην Αρχαία Ολυμπία λειτουργούν περί τα 50 καταστήματα με τουριστικά είδη. Και στις δύο περιοχές υπάρχουν καταστήματα που εμπορεύονται από ακριβά κοσμήματα, αγαλματίδια, καλής ποιότητας ρούχα μέχρι πιο προσιτά αναμνηστικά προϊόντα, αλλά υπάρχουν και καταστήματα που εμπορεύονται χαμηλότερης ποιότητας τουριστικά προϊόντα, ρούχα και αναμνηστικά.

- Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Πλήθος καταστημάτων τουριστικών ειδών Κατακόλου: 75

Πλήθος καταστημάτων τουριστικών ειδών Αρχαίας Ολυμπίας: 50

##### 4.1.3.2. Ανθρώπινο δυναμικό απασχολούμενο κατά μέσον όρο ανά κατάστημα τουριστικών ειδών

- Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Κατάκολο : 2 άτομα

Αρχαία Ολυμπία : 2 έως 4 άτομα κατά μέσον όρο

##### 4.1.3.3. Μέσες ετήσιες εισπράξεις ανά κατάστημα τουριστικών ειδών

- Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Κατάκολο : 25.000€ ~ 30.000€

Αρχαία Ολυμπία : 45.000€ ~ 150.000€

- ❖ Προσωπική εκτίμηση κατόπιν έρευνας αγοράς:

Ο υπολογισμός βασίζεται στην παρακάτω συνάρτηση:

Μέσες ετήσιες εισπράξεις ανά κατάστημα =

$$\frac{(\text{Τουριστική επισκεψιμότητα}) * (\text{Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τ. π.}) * (\text{Μέση δαπάνη ανά άτομο})}{(\text{Πλήθος καταστημάτων})}$$

Κατάκολο :

Τουριστική επισκεψιμότητα	= ~800.000
Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τ.π.	= 25% - 33%
Μέση δαπάνη ανά άτομο	= 10€
Πλήθος καταστημάτων	= 75

Μέσες ετήσιες εισπράξεις ανά κατάστημα =  
= 26.666,67 ~ 35.200,00 €

Αρχαία Ολυμπία :

Τουριστική επισκεψιμότητα	= ~650.000
Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τ.π.	= 57,53%
Μέση δαπάνη ανά άτομο	= <u>23,57€</u> - 43,80€
<p>Η τιμή 23,57€ προκύπτει από το σύνολο των απαντήσεων, αν αγνοήσουμε την τιμή συνολικής δαπάνης 850€ που πραγματοποιήθηκε από ένα άτομο αμερικανικής εθνικότητας. Η τιμή δαπάνης 850€ κρίνεται υπερβολική, καθώς επηρεάζει σημαντικά την ακρίβεια των αποτελεσμάτων, λόγω του μικρού μεγέθους του δείγματος, οπότε εκτιμάται ότι πρέπει να αναφερθεί και η μέση δαπάνη χωρίς να λάβουμε υπόψη την τιμή αυτή.</p>	
Πλήθος καταστημάτων	= 50

Μέσες ετήσιες εισπράξεις ανά κατάστημα =  
= 176.252,70 ~ (327.611,40€\*)

\*Η τιμή 327.611,40€ κρίνεται υπερβολική ως ένδειξη για τις Μέσες ετήσιες εισπράξεις των καταστημάτων της Ολυμπίας και γι' αυτό απορρίπτεται. Προέκυψε ως αποτέλεσμα της τιμής 850€ για τις αγορές που έκανε ένα άτομο στην Αρχαία Ολυμπία κατά την έρευνα αγοράς. Όμως λόγω του μικρού δείγματος η τιμή αυτή δίνει μη ρεαλιστικά αποτελέσματα και γι' αυτό δεν λαμβάνεται υπόψη στον υπολογισμό των μέσων ετήσιων εισπράξεων των καταστημάτων.

#### 4.1.3.4. Γεωγραφική κατανομή

##### ➤ Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Τα καταστήματα τουριστικών προϊόντων του Κατακόλου είναι διεσπαρμένα στην ευρύτερη περιοχή του λιμένος του Κατακόλου.



Το μεγαλύτερο μέρος του όγκου των καταστημάτων τουριστικών ειδών της Αρχαίας Ολυμπίας βρίσκεται επί της Πραξιτέλους Κονδύλη , ο οποίος είναι ο κεντρικός δρόμος της Ολυμπίας. Ελάχιστα καταστήματα είναι διεσπαρμένα περιφερειακά, όπου και γίνεται κατευθυνόμενο παράνομο shopping.



#### 4.1.3.5. Μηνιαίο κόστος λειτουργίας

➤ Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Κατάκολο : 1.700€ ~ 2.000€

Αρχαία Ολυμπία :

$2038,33€ + (583,33€ + 130,37€) * (\text{Αριθμό Υπαλλήλων}) =$   
 $= 2038,33€ + (713,70€) * (2 \sim 4) =$

= 3465,73€ ~ 4893,13€

Αναλυτικά:

○ Μέσο μηνιαίο ενοίκιο	= 1.200,00€
○ ΔΕΗ	= 333,33€
○ ΟΤΕ	= 30,00€
○ ΟΑΕΕ	= 375,00€
○ Αναλώσιμα	= <u>100,00€</u>
	2038,33€

○ Υπάλληλοι	= 583,33€ *(Πλήθος Υπ/λων)
○ Εργ.Εισφορές (22,35%)	= 130,37€*(Πλήθος Υπ/λων)

#### 4.1.3.6. Ετήσιο κόστος λειτουργίας

➤ Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Κατάκολο : 20.400€ ~ 24.000€

Αρχαία Ολυμπία :

$$24.460,00€ + (7.000,00€ + 1564,50€) * (\text{Πλήθος Υπαλλήλων}) = \\ = 24.460,00€ + 8.564,50€ * (2 \sim 4) =$$

$$= 41.589,00€ \sim 58.718,00€$$

Αναλυτικά:

- Μέσο ετήσιο ενοίκιο = 14.400,00€
- ΔΕΗ = 4.000,00€
- ΟΤΕ = 360,00€
- ΟΑΕΕ = 4.500,00€
- Αναλώσιμα = 1.200,00€  
24.460,00€
  
- Υπάλληλοι = 7.000,00€ \* (Πλήθος Υπ/λων)
- Εργ.Εισφορές (22.35%) = 1.564,50€ \* (Πλήθος Υπ/λων)

#### 4.1.3.7. Ωράριο και ημέρες λειτουργίας

➤ Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Κατάκολο : Ελεύθερο (από 07:00 – 24:00)

Αρχαία Ολυμπία : Από μέσα Μαρτίου έως μέσα Νοεμβρίου λειτουργούν καθημερινά από νωρίς το πρωί έως αργά το βράδυ ανάλογα την κίνηση. Τους χειμερινούς μήνες τα περισσότερα λειτουργούν περιστασιακά.

#### 4.1.3.8. Προμηθευτές

➤ Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Κατάκολο : Προμηθευτές από όλη την Ελλάδα

Αρχαία Ολυμπία : Η πλειοψηφία των προμηθευτών είναι βιοτεχνίες της Αθήνας και τα τελευταία χρόνια πάρα πολλοί εισαγωγείς.

#### 4.1.3.9. Τα τουριστικά προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση

##### 4.1.3.9.1. Είδος

➤ Απαντήσεις Εμπορικών Συλλόγων:

Κατάκολο : Μαγνητάκια

Αρχαία Ολυμπία : Αναμνηστικά T-Shirts

Κοσμήματα από ασήμι και λιγότερο από χρυσό  
καθώς και ψεύτικα

Αγαματίδια από αλάβαστρο και μπρούτζο

Σαπουνάκια ελαιόλαδου με διακόσμηση

Μαγνητάκια

Προϊόντα από δέρμα

Κεραμικά αντίγραφα μουσείων ή με διάφορα  
σχέδια χαρακτηριστικά ελληνικά

❖ Προσωπική εκτίμηση κατόπιν έρευνας αγοράς:

Κατάκολο : Μαγνητάκια

Καλής ποιότητας ρούχα (ελληνικής παραγωγής)

Σουβενίρ

Αρχαία Ολυμπία : Κοσμήματα Οικονομικά <50€

T-Shirts

Αγαματίδια

Post Cards

Μαγνητάκια

Ακριβά Κοσμήματα >100€



#### 4.1.3.9.2. Κόστος αγοράς από προμηθευτή

<u>Περιογή</u>	<u>Προϊόν</u>	<u>Κόστος αγοράς</u>
Κατάκολο	Μαγνητάκια	0,60€
Αρχαία Ολυμπία	Αναμνηστικά T-Shirts	3,50€ ~ 8,00€
	Κοσμήματα από ασήμι και λιγότερο από χρυσό καθώς και ψεύτικα	1,00€ ~ 1000,00€
	Αγαματίδια από αλάβαστρο και μπρούτζο	3,00€ ~ 100,00€
	Σαπουνάκια ελαιόλαδου με διακόσμηση	0,50€ ~ 1,50€
	Μαγνητάκια	0,50€ ~ 1,50€
	Προϊόντα από δέρμα	5,00€ ~ 50,00€
	Κεραμικά αντίγραφα μουσείων ή με διάφορα σχέδια χαρακτηριστικά ελληνικά	5,00€ ~ 50,00€

#### 4.1.3.9.3. Τιμή πώλησης των προϊόντων με τη μεγαλύτερη ζήτηση

Η τιμή πώλησης των προϊόντων με τη μεγαλύτερη ζήτηση στην Αρχαία Ολυμπία ανέρχεται στο 50% ~ 150% πάνω από κόστος χονδρικής αγοράς.

<u>Περιογή</u>	<u>Προϊόν</u>	<u>Τιμή αγοράς</u>	<u>Τιμή πώλησης</u>	<u>Τιμή αγοράς</u>	<u>Τιμή πώλησης</u>
Κατάκολο	Μαγνητάκια	0,60€	2,00€ ~ 3,00€	-	-
Αρχαία Ολυμπία	Αναμνηστικά T-Shirts	3,50€	5,25€ ~ 8,75€	8,00€	12,00€ ~ 20,00€
	Κοσμήματα από ασήμι και λιγότερο από χρυσό καθώς και ψεύτικα	1,00€	1,5€ ~ 2,5€	1000,00€	1500,00€ ~ 2500,00€
	Αγαματίδια από αλάβαστρο και μπρούτζο	3,00€	4,5€ ~ 7,5€	100,00€	150,00€ ~ 250,00€
	Σαπουνάκια ελαιόλαδου με διακόσμηση	0,50€	0,75€ ~ 1,25€	1,50€	2,25€ ~ 3,75€
	Μαγνητάκια	0,50€	0,75€ ~ 1,25€	1,50€	2,25€ ~ 3,75€
	Προϊόντα από δέρμα	5,00€	7,5€ ~ 12,5€	50,00€	75,00€ ~ 125,00€
	Κεραμικά αντίγραφα μουσείων ή με διάφορα σχέδια χαρακτηριστικά ελληνικά	5,00€	7,5€ ~ 12,5€	50,00€	75,00€ ~ 125,00€

4.1.3.9.4. Εισπράξεις ανά κατάστημα από τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση

➤ Κατάκολο : Μαγνητάκια → 750€

➤ Αρχαία Ολυμπία : -

4.1.3.9.5. Οι ποσότητες των παραπάνω προϊόντων που πωλούνται ανά κατάστημα ετησίως

➤ Κατάκολο : Μαγνητάκια → 400 κομμάτια

➤ Αρχαία Ολυμπία : Τα μικρής αξίας μπορούν να καταναλωθούν σε αρκετές εκατοντάδες κομμάτια

#### 4.1.4. Στοιχεία αγοράς τουριστικών προϊόντων

- Παρούσα κατάσταση στον νομό Ηλείας

4.1.4.1. Συνολικές ετήσιες εισπράξεις καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα

Εμπορικοί Σύλλογοι:

➤ Κατάκολο :  $30.000€ * (75 \text{ καταστήματα}) = 2.250.000,00€$

➤ Αρχαία Ολυμπία : Υπολογίζεται στα 5.000.000,00€

Προσωπική εκτίμηση κατόπιν έρευνας αγοράς:

➤ Κατάκολο :  $(26.666,67€ \sim 35200€) * (75 \text{ καταστήματα}) =$   
 $= 2.000.000,25€ \sim 2.640.000,00€$

➤ Αρχαία Ολυμπία:  $(150.000,00€ \sim 176.252,70€) * (50 \text{ καταστήματα}) =$   
 $= 7.500.000,00€ \sim 8.812.635,00€$

4.1.4.2. Ετήσια επισκεψιμότητα τουριστών

➤ Κατάκολο : ~ 800.000 άτομα

➤ Αρχαία Ολυμπία : ~ 650.000 άτομα

4.1.4.3. Επισκεψιμότητα τουριστών ανά μήνα

➤ Κατάκολο : 6.000 άτομα

➤ Αρχαία Ολυμπία : Τους μήνες αιχμής πάνω από 100.000 άτομα

#### 4.1.4.4. Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα

Εμπορικοί Σύλλογοι:

- Κατάκολο : 10%
- Αρχαία Ολυμπία : Θεωρείται πως το μεγαλύτερο ποσοστό θα ψωνίσει αν όχι από την Αρχαία Ολυμπία, σίγουρα από κάποιο άλλο μέρος

Προσωπική εκτίμηση κατόπιν έρευνας αγοράς:

- Κατάκολο : 25% - 33%
- Αρχαία Ολυμπία : 57,53%

#### 4.1.4.5. Χρηματικό ποσό που ξοδεύεται κατά μέσον όρο ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα

- Κατάκολο : 10€
- Αρχαία Ολυμπία : 120€

Προσωπική εκτίμηση κατόπιν έρευνας αγοράς:

- Κατάκολο : 10€
- Αρχαία Ολυμπία : 23,57€

#### 4.1.4.6. Προτιμήσεις ειδών τουριστικών προϊόντων ανά ηλικιακή ομάδα και φύλο

- Κατάκολο : Άνδρες → Αναμνηστικά είδη  
Γυναίκες → Ρούχα  
Παιδιά → Κεραμικά, παιχνίδια
- Αρχαία Ολυμπία : Άνδρες → Αγάλματα, σπαθιά, μαχαίρια,  
T-shirts  
Γυναίκες → Ρούχα  
Παιδιά → Κεραμικά, παιχνίδια

#### 4.1.4.7. Εξαγωγές

- Κατάκολο : 5% ~ 8%
- Αρχαία Ολυμπία : Κάποιες βιοτεχνίες της Αθήνας που έχουν καλά προϊόντα σε ανταγωνιστικές τιμές, που δεν έχουν προλάβει να αντιγράψουν οι Κινέζοι, με προϊόντα όπως αγάλματα, κοσμήματα, εικόνες κ.α. .

#### 4.1.4.8. Προβλέψεις

##### 4.1.4.8.1. Προβλέψεις για την τουριστική επισκεψιμότητα της περιοχής για τα επόμενα 5 χρόνια

Κατάκολο : Πτώση 25%

Αρχαία Ολυμπία : Θα κυμανθεί περίπου στα ίδια επίπεδα

##### 4.1.4.8.2. Προβλέψεις για την αγορά τουριστικών προϊόντων για τα επόμενα 5 χρόνια

###### i. Πλήθος καταστημάτων

Κατάκολο : Θα φθάσουν από 40 έως 30

Αρχαία Ολυμπία : Περίπου το ίδιο

###### ii. Εισπράξεις

Κατάκολο : 30% ~ 40%

Αρχαία Ολυμπία : Περίπου στα ίδια επίπεδα αν δεν βαθύνει κι άλλο η οικονομική κρίση στις χώρες των επισκεπτών.

#### 4.1.5. Αγορά Στόχος

Από τα επεξεργασμένα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς που παρουσιάστηκαν ανωτέρω προκύπτει ότι :

- Το 80.85% της συνολικής δαπάνης γίνεται από γυναίκες, για προϊόντα τιμών [ 10.10 € + ) που αποτελούν το 41.67% των προϊόντων που αγοράζουν οι γυναίκες, το οποίο αντιστοιχεί στο 91.54% της δαπάνης των γυναικών. Ποιό συγκεκριμένα τα προϊόντα τιμών [ 50.10 € + ] αποτελούν το 10.42% των προϊόντων που αγοράζουν οι γυναίκες και αντιστοιχεί στο 72.16% της γυναικείας δαπάνης.
- Οι άντρες επιτυγχάνουν μόλις το 19.15% των συνολικών δαπανών. Αγοράζουν από όλες τις κατηγορίες τιμών, μπορούμε όμως να πούμε ότι τα περισσότερα προϊόντα (60.98% των αντρικών αγορών) αντιστοιχούν στην κατηγορία τιμών [0.50 € - 20.00 €] και αποτελούν το 61.29% των δαπανών τους.
- Παρατηρούμε ότι οι γυναίκες ξοδεύουν 4 περίπου φορές περισσότερα χρήματα από τους άνδρες και προτιμούν ακριβότερα προϊόντα από αυτούς.

- Αγορές τουριστικών προϊόντων πραγματοποιούνται κυρίως από ηλικίες μέχρι 30 ετών και από 51 ετών και άνω. Η μεγαλύτερη δαπάνη γίνεται από τις ηλικίες άνω των 51 ετών (87.02% της συνολικής δαπάνης).
- Προϊόντα άνω των 10 € αγοράζει σε μεγαλύτερο ποσοστό από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, αυτή άνω των 60 ετών.
- Οι περισσότερες αγορές επιτυγχάνονται από τουρίστες των Η.Π.Α. και της Ιρλανδίας, ενώ τα ακριβότερα προϊόντα αγοράζουν οι Ιρλανδοί, οι Αυστραλοί και οι Αμερικάνοι (Η.Π.Α.) .

Συνεπώς θεωρούμε ότι αγορά στόχος είναι το σύνολο των τουριστών της Αρχαίας Ολυμπίας και των επισκεπτών του νομού Ηλείας για τουριστικούς σκοπούς. Λαμβάνοντας όμως υπόψη τα ανωτέρω συμπεράσματα από την έρευνα αγοράς, προτείνεται η πώληση προϊόντων που απευθύνονται κυρίως στις ομάδες που επιτυγχάνουν τις μεγαλύτερες δαπάνες σε τουριστικά προϊόντα στην Αρχαία Ολυμπία. Με άλλα λόγια οι κύριοι στόχοι είναι οι ομάδες που επιτυγχάνουν τις μεγαλύτερες δαπάνες, οι οποίες είναι οι γυναίκες, ηλικίας άνω των 51 ετών και μπορούμε να πούμε με επιφύλαξη εθνικότητας Ιρλανδικής, Αυστραλιακής και Αμερικανικής.

#### 4.1.6. Πρόβλεψη τάσεων αγοράς

Στην παράγραφο αυτή θα γίνει μια προσπάθεια εκτίμησης των τάσεων της αγοράς στην περιοχή που θα δραστηριοποιηθεί η Κοιν.Σ.Επ. για την ερχόμενη πενταετία. Η προσπάθεια αυτή συνίσταται στον συνυπολογισμό διαφόρων παραμέτρων που εκτιμάται ότι θα επηρεάσουν το αποτέλεσμα της πρόβλεψης, ξεκινώντας από την παρουσίαση των γενικότερων στοιχείων της παγκόσμιας οικονομίας και τουριστικής κίνησης και προχωρώντας στη συνέχεια στις οικονομίες των χωρών με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην Ελλάδα και ακόμα πιο ειδικά στην ελληνική οικονομία και τουριστική επισκεψιμότητα καθώς και πιο συγκεκριμένα της περιοχής δραστηριοποίησης της Κοιν.Σ.Επ. .

##### 4.1.6.1. Στοιχεία παγκόσμιας τουριστικής κίνησης

Από τα στοιχεία που δημοσίευσε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) παρατηρούμε ότι η παγκόσμια τουριστική κίνηση ακολουθεί γενικά ρυθμούς ανάπτυξης από το 2006 έως σήμερα και προβλέπεται ότι θα συνεχίσει να αυξάνεται μέχρι το 2020.

Συγκεκριμένα, το 2006 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 842 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 4,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Το 2007 παρουσιάζεται ως το τέταρτο συνεχόμενο έτος σταθερής μεγέθυνσης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, η οποία παρουσιάζεται συνολικά ευπροσάρμοστη στις ποικίλες κρίσεις που ενδεχομένως προκύπτουν.

Το 2008 ήταν το έτος που ο παγκόσμιος τουρισμός επλήγει σημαντικά από την παγκόσμια οικονομική κρίση και άρχισε μια αντίστροφη πορεία που συνεχίστηκε και το πρώτο μισό του 2009.

Το 2009 οι παγκόσμιες αφίξεις μειώθηκαν κατά 4,2% σε σχέση με το 2008, φτάνοντας τα 880 εκατομμύρια.

Το 2010 οι παγκόσμιες αφίξεις άγγιξαν τα 940 εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 6,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Το 2011 οι παγκόσμιες αφίξεις σημείωσαν άνοδο κατά 4,6% σε σχέση με το 2010, φθάνοντας τα 983 εκατομμύρια.

Το 2012 ο τουρισμός συνέχισε την ανάκαμψή του, ξεπερνώντας για πρώτη φορά το φράγμα του 1 δισ. στις διεθνείς αφίξεις.

Το 2013 ο τουρισμός συνεχίζει την ανάπτυξή του και αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση των διεθνών αφίξεων μεταξύ 3-4%.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης των διεθνών τουριστικών αφίξεων της τάξης του 4,1% με ορίζοντα το 2020. Συνεπώς, οι διεθνείς αφίξεις αναμένεται ως τότε να ξεπεράσουν το 1,5 δις ταξιδιωτών.

ΠΗΓΗ: ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΣΕΤΕ) – «Παγκόσμια τουριστική κίνηση»– (<http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Pangosmia%20Touristiki%20Kinisi/>)

Το 2012 οι τουριστικές αφίξεις παγκοσμίως ξεπέρασαν το 1 δισ., σημειώνοντας αύξηση κατά 4% σε σχέση με το 2011 (39 εκατ. περισσότερες αφίξεις σε σχέση με τις αφίξεις του 2011).

Η αύξηση αυτή οφείλεται στα θετικά αποτελέσματα που παρουσίασαν οι περισσότερες περιοχές κατά τη διάρκεια του έτους. Πιο συγκεκριμένα, η Ασία παρουσίασε τη μεγαλύτερη αύξηση στα νούμερα των διεθνών αφίξεων (+7,1%). Ακολουθούν Αφρική (+5,4%), Αμερική (+4,1%) και Ευρώπη (+3,6%), με την περιοχή της Μέσης Ανατολής να παρουσιάζει μείωση των διεθνών αφίξεων (-5,3%).

(Πηγή: UNWTO World Tourism Barometer, Απρίλιος 2013)

Ο ΠΟΤ προβλέπει ότι η ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού θα συνεχισθεί και το 2013, με τις διεθνείς αφίξεις να παρουσιάζουν αύξηση μεταξύ 3-4%.

(Πηγή: UNWTO World Tourism Barometer, Απρίλιος 2013)

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2012 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2013, η χώρα μας καταλαμβάνει την 32η θέση μεταξύ 140 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 96η.

#### Παγκόσμιες Τουριστικές Αφίξεις

<u>Έτος</u>	<u>Παγκόσμιες Αφίξεις</u>	<u>Είδος Μεταβολής</u>	<u>Ποσοστό</u>
2006	842.000.000	Αύξηση	+4,60%
2007	-	Αύξηση	-
2008	-	Μείωση	-
2009	880.000.000	Μείωση	-4,20%
2010	940.000.000	Αύξηση	+6,60%
2011	983.000.000	Αύξηση	+4,60%
2012	1.000.000.000	Αύξηση	+4,00%
2013	-	Αύξηση	+(3 ~ 4)%
Έως 2020	1.500.000.000	Αύξηση	Μέση ετήσια αύξηση 4,10%

### **Τουριστικές Αφίξεις ανά περιοχή το 2012**

<b>Περιοχή</b>	<b>Ποσοστιαία Μεταβολή</b>
Ασία	+7,10%
Αφρική	+5,40%
Αμερική	+4,10%
Ευρώπη	+3,60%
Μέση Ανατολή	-5,30%

### **Θέση Ελλάδας στο παγκόσμιο τουριστικό προσκήνιο**

<b>Κατηγορία σύγκρισης</b>	<b>Έτος</b>	<b>Θέση</b>
Διεθνείς αφίξεις	2012	17 <sup>η</sup>
Έσοδα	2012	23 <sup>η</sup>
Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας	2013	32 <sup>η</sup> από 140 χώρες
Γενικός Δείκτης Ανταγωνιστικότητας	2013	96 <sup>η</sup> από 140 χώρες

(Πηγή: ΣΕΤΕ – Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων - <http://sete.gr/GR/TOURISMOS/1%20Simasia%20tou%20Tourismoy%20stin%20Ellada/1%20simasia%20tou%20tourismoy%202012/>)

#### 4.1.6.2. Στοιχεία τουριστικής κίνησης προς την Ελλάδα

Η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση το 2011 αυξήθηκε κατά 9,5% και διαμορφώθηκε στις 16.427,2 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 15.007,5 χιλ. ταξιδιωτών το 2010. Κατά την επισκοπούμενη περίοδο η ταξιδιωτική κίνηση από τις λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27 διαμορφώθηκε στις 5.729,2 χιλ., παρουσιάζοντας αύξηση κατά 19,2%, ενώ οι αφίξεις από τις χώρες της ΕΕ των 27 διαμορφώθηκαν στις 10.698 χιλ., δηλ. αυξήθηκαν κατά 4,9% σε σύγκριση με το 2010. Η εξέλιξη αυτή ήταν κυρίως το αποτέλεσμα της αύξησης των αφίξεων από τις χώρες της ζώνης του ευρώ κατά 8% καθώς οι αφίξεις από τις χώρες ΕΕ των 27 εκτός της ζώνης του ευρώ παρέμειναν σχετικά σταθερές και διαμορφώθηκαν στις 4.097,8 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 4.090,7 χιλ ταξιδιωτών το 2010. Ειδικότερα, αύξηση κατά 9,9% εμφανίζουν οι αφίξεις από τη Γερμανία, ενώ οι αφίξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο μειώθηκαν κατά 2,4%. Τέλος από τις λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27, οι αφίξεις από την Ρωσία παρουσίασαν σημαντική αύξηση κατά 63,8%.

### **Ανάλυση Εισερχόμενης Ταξιδιωτικής Κίνησης 2011**

<b>Χώρα</b>	<b>Εισερχόμενες Αφίξεις</b>	<b>Είδος Μεταβολής</b>	<b>Ποσοστιαία Μεταβολή</b>
Λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27	5.729.200	Αύξηση	+19,20%
Χώρες της ΕΕ των 27	10.698.000	Αύξηση	+4,90
Χώρες ζώνης ευρώ	-	Αύξηση	+8,00%
Χώρες ΕΕ εκτός ζώνης ευρώ	4.097.800	Αμελητέα Αύξηση	+0,17%
Γερμανία	-	Αύξηση	+9,90%
Ηνωμένο Βασίλειο	-	Μείωση	-2,40%
Ρωσία	-	Σημαντική Αύξηση	+63,80%

Η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση την περίοδο Ιανουαρίου - Δεκεμβρίου 2012 μειώθηκε κατά 5,5% και διαμορφώθηκε στις 15.518 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 16.427 χιλ. ταξιδιωτών την αντίστοιχη περίοδο του 2011. Κατά την επισκοπούμενη περίοδο η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες της ΕΕ των 27 διαμορφώθηκε στις 9.792 χιλ., παρουσιάζοντας μείωση κατά 8,5%, ενώ αντίθετα οι αφίξεις από τις λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27 διαμορφώθηκαν στις 5.726 χιλ. και παρέμειναν σχεδόν αμετάβλητες (μείωση 0,1%) σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2011. Οι αφίξεις από τις χώρες της ζώνης του ευρώ μειώθηκαν κατά 11,1% και οι αφίξεις από τις χώρες ΕΕ των 27 εκτός της ζώνης του ευρώ κατά 4,2%. Ειδικότερα, μείωση κατά 5,9% εμφανίζουν οι αφίξεις από τη Γερμανία, μείωση κατά 15% εμφανίζουν οι αφίξεις από τη Γαλλία, ενώ αύξηση κατά 9,3% εμφανίζουν οι αφίξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο. Τέλος, αναφορικά με τις λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27, οι αφίξεις από τη Ρωσία παρουσίασαν αύξηση κατά 18,4% και διαμορφώθηκαν στις 875 χιλ. ταξιδιώτες, ενώ μείωση παρουσίασαν οι αφίξεις από τις ΗΠΑ κατά 22,9% και διαμορφώθηκαν στις 374 χιλ. ταξιδιώτες.

#### **Ανάλυση Εισερχόμενης Ταξιδιωτικής Κίνησης 2012**

<b>Χώρα</b>	<b>Εισερχόμενες Αφίξεις</b>	<b>Είδος Μεταβολής</b>	<b>Ποσοστιαία Μεταβολή</b>
Λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27	5.726.000	Αμελητέα Μείωση	-0,10%
Χώρες της ΕΕ των 27	9.792.000	Μείωση	-8,50%
Χώρες ζώνης ευρώ	-	Μείωση	-11,10%
Χώρες ΕΕ εκτός ζώνης ευρώ	-	Μείωση	-4,20%
Γερμανία	-	Μείωση	-5,90%
Ηνωμένο Βασίλειο	-	Αύξηση	+9,30%
Ρωσία	-	Αύξηση	+18,4%
Η.Π.Α.	347.000	Μείωση	-22,90%

Η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση την περίοδο Ιανουαρίου - Ιουνίου 2013 αυξήθηκε κατά 12,3% και διαμορφώθηκε στις 5.421 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 4.828 χιλ. ταξιδιωτών την αντίστοιχη περίοδο του 2012. Κατά την επισκοπούμενη περίοδο η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες της ΕΕ των 27 διαμορφώθηκε στις 3.144 χιλ., παρουσιάζοντας αύξηση κατά 4,6% και ταυτόχρονα οι αφίξεις από τις λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27 διαμορφώθηκαν στις 2.277 χιλ. και παρουσίασαν αύξηση κατά 25% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2012. Οι αφίξεις από τις χώρες της ζώνης του ευρώ αυξήθηκαν κατά 7% και οι αφίξεις από τις χώρες της ΕΕ των 27 εκτός της ζώνης του ευρώ αυξήθηκαν κατά 1,2%. Ειδικότερα, αύξηση κατά 13,6% εμφανίζουν οι αφίξεις από τη Γερμανία, αύξηση κατά 17,4% εμφανίζουν οι αφίξεις από τη Γαλλία, ενώ μείωση κατά 15,1% εμφανίζουν οι αφίξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο. Τέλος, αναφορικά με τις λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27, οι αφίξεις από τη Ρωσία παρουσίασαν αύξηση κατά 47% και διαμορφώθηκαν στις 337 χιλ. ταξιδιώτες και αύξηση παρουσίασαν οι αφίξεις από τις ΗΠΑ κατά 27% και διαμορφώθηκαν στις 166 χιλ. ταξιδιώτες.



### **Ανάλυση Εισεργόμενης Ταξιδιωτικής Κίνησης Ά Εξάμηνο 2013**

<u>Χώρα</u>	<u>Εισεργόμενες Αφίξεις</u>	<u>Είδος Μεταβολής</u>	<u>Ποσοστιαία Μεταβολή</u>
Λοιπές χώρες εκτός της ΕΕ των 27	2.277.000	Αύξηση	+25,00%
Χώρες της ΕΕ των 27	3.144.000	Αύξηση	+4,60%
Χώρες ζώνης ευρώ	-	Αύξηση	+7,00%
Χώρες ΕΕ εκτός ζώνης ευρώ	-	Αύξηση	+1,20%
Γερμανία	-	Αύξηση	+13,60%
Γαλλία	-	Αύξηση	+17,40%
Ηνωμένο Βασίλειο	-	Μείωση	-15,10%
Ρωσία	337.000	Σημαντική Αύξηση	+47,00%
Η.Π.Α.	166.000	Αύξηση	+27,00%

### **Εισεργόμενη ταξιδιωτική κίνηση της πρόσφατης τριετίας**

<u>Έτος</u>	<u>Εισεργόμενες Αφίξεις</u>	<u>Είδος Μεταβολής</u>	<u>Ποσοστιαία Μεταβολή</u>
2010	15.007.500	-	-
2011	16.427.200	Αύξηση	+9,50%
2012	15.518.000	Μείωση	-5,50%
2012 Ά εξάμηνο	4.828.000	-	-
2013 Ά εξάμηνο	5.421.000	Αύξηση	+12,3%

ΠΗΓΗ: Τράπεζα της Ελλάδος – Ευρωσύστημα «Εξελίξεις στο Ταξιδιωτικό Ισοζύγιο Πληρωμών»  
[http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Bank/News/PressReleases/Displtem.aspx?Item\\_ID=3860&List\\_ID=1af869f3-57fb-4de6-b9ae-bdfd83c66c95&Filter\\_by=DT](http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Bank/News/PressReleases/Displtem.aspx?Item_ID=3860&List_ID=1af869f3-57fb-4de6-b9ae-bdfd83c66c95&Filter_by=DT)

**ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ (2008 – 2013 Α ΤΡΙΜΗΝΟ)**

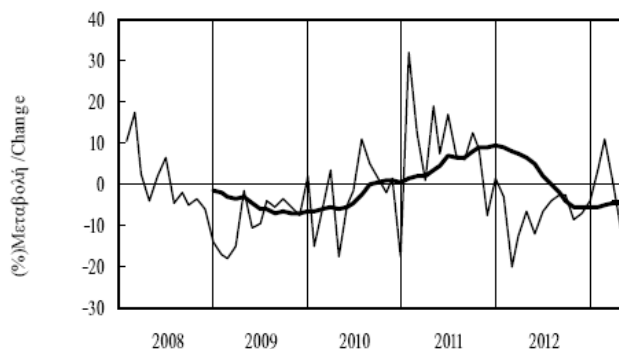
Περίοδος  Period	Αφίξεις τουριστών (1) / Tourist arrivals (1)				Ταξιδιωτικές εισπράξεις σε τιμές 2009 (2) Travel receipts in 2009 prices (2)			
	Χιλιάδες άτομα  Thousands	(% Μεταβολή/ Change			Εκατ. ευρώ  Million euros	(% Μεταβολή/ Change		
		Προηγούμενου έτους Previous year	Σωρευτικής περιόδου Cumulative period	Κινητού μέσου 12 μηνών 12-month moving average		Προηγούμενου έτους Previous year	Σωρευτικής περιόδου Cumulative period	Κινητού μέσου 12 μηνών 12-month moving average
2008	15939	-1,4	-	-	11751,4	-1,7	-	-
2009	14915	-6,4	-	-	10417,1	-11,4	-	-
2010	15007	0,6	-	-	9144,5	-12,2	-	-
2011	16427	9,5	-	-	9729,2	6,4	-	-
2012	15518	-5,5	-	-	9157,1	-5,9	-	-
2011 IV	2197	3,9	9,5	9,5	1068,3	2,7	6,4	6,4
2012 I	979	-11,7	-11,7	7,7	374,4	-14,5	-14,5	6,1
II	3849	-8,3	-9,0	1,9	2182,6	-9,2	-10,0	1,9
III	8655	-3,0	-5,3	-4,1	5705,4	-2,0	-4,6	-3,8
IV	2035	-7,4	-5,5	-5,5	894,7	-16,2	-5,9	-5,9
2013 I	1023	4,6	4,6	-4,5	360,8	-3,6	-3,6	-5,4
2011 Δεκ./Dec.	345	1,7	9,5	9,5	132,0	-8,1	6,4	6,4
2012 Ιαν./Jan.	352	-2,8	-2,8	8,8	124,9	-9,8	-9,8	6,3
Φεβρ./Feb.	266	-20,1	-11,1	8,1	105,3	-21,2	-15,4	6,2
Μάρτ./Mar.	360	-12,7	-11,7	7,7	144,2	-13,0	-14,5	6,1
Απρ./Apr.	626	-6,5	-9,8	6,6	300,2	-7,3	-11,4	5,7
Μάιος/May	1180	-12,2	-10,8	4,9	687,0	-14,2	-12,8	4,1
Ιούν./Jun.	2044	-6,4	-9,0	1,9	1195,4	-6,6	-10,0	1,9
Ιούλ./Jul.	2863	-4,1	-7,2	-0,2	1929,4	-6,1	-8,4	-1,7
Αύγ./Aug.	3269	-2,5	-5,9	-1,9	2285,6	-0,3	-5,8	-3,3
Σεπτ./Sept.	2523	-2,5	-5,3	-4,1	1490,4	1,3	-4,6	-3,8
Οκτ./Oct.	1311	-8,3	-5,5	-5,4	612,2	-20,6	-5,9	-6,2
Νοέμ./Nov.	393	-7,2	-5,6	-5,4	152,8	-7,2	-5,9	-6,0
Δεκ./Dec.	331	-4,2	-5,5	-5,5	129,7	-1,8	-5,9	-5,9
2013 Ιαν./Jan.	366	3,8	3,8	-5,4	119,3	-4,5	-4,5	-5,8
Φεβρ./Feb.	296	11,1	6,9	-4,8	117,3	11,4	2,8	-5,4
Μάρτ./Mar.	362	0,5	4,6	-4,5	124,2	-13,9	-3,6	-5,4
Απρ./Apr.	557	-10,9	-1,5	-4,7	262,9	-12,4	-7,5	-5,6

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος / Source: Bank of Greece.

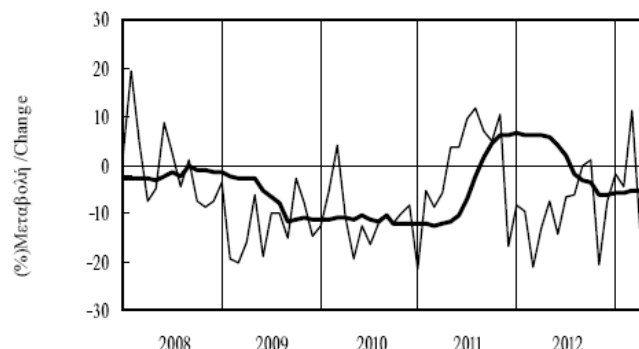
(1) Από το 2008 έρευνα συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος (αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό) / Since 2008 border survey of the Bank of Greece (non-resident arrivals from abroad).

(2) Αποπληθωρισμένα στοιχεία με τον Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΕΛΣΤΑΤ). / Data deflated with CPI (ELSTAT).

Αφίξεις τουριστών/Tourist arrivals



Ταξιδιωτικές εισπράξεις / Travel receipts



— προηγούμενου έτους/previous year  
 ——— κινήτου μέσου 12 μηνών/ 12-month moving average

Διεθνείς τουριστικές αφίξεις 2000-2012 (με και χωρίς οικονομικούς μετανάστες*)					
International tourist arrivals 2000-2012 (with and without economic immigrants*)					
Έτος	Αφίξεις χωρίς οικονομικούς μετανάστες**	Μεταβολή	Αφίξεις με οικονομικούς μετανάστες	Μεταβολή	Κρουαζιέρες
Year	Arrivals without economic immigrants**	% Change	Arrivals with economic immigrants	% Change	Cruises
2000	12.378.282		13.095.545		471.908
2001	13.019.202	5,18%	14.057.331	7,34%	621.357
2002	12.556.494	-3,55%	14.179.999	0,87%	738.178
2003	12.468.411	-0,70%	13.969.393	-1,49%	815.167
2004	11.735.556	-5,88%	13.312.629	-4,70%	954.791
Έτος	Αφίξεις***	Μεταβολή			
Year	Arrivals***	% Change			
2005	14.388.182				
2006	15.226.241	5,82%			
2007	16.165.265	6,17%			
2008	15.938.806	-1,40%			
2009	14.914.537	-6,43%			
2010	15.007.493	0,62%			
2011	16.427.247	9,46%			
2012	15.517.622	-5,54%			

\* Ο όρος "οικονομικοί μετανάστες" αναφέρεται σε Αλβανούς και Βούλγαρους οικονομικούς μετανάστες.

\* The term "economic immigrants" refers to economic immigrants from Albania and Bulgaria.

\*\* Για τα έτη 2000 και 2001 έχουν αφαιρεθεί μόνο οι Αλβανοί οικονομικοί μετανάστες.

\*\* For the years 2000 and 2001 only Albanian economic immigrants have been taken into account.

\*\*\* Για τα έτη 2005-2012 τα στοιχεία προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος.

\*\*\* For the years 2005-2012 data comes from the "Border Surveys" of the Bank of Greece.

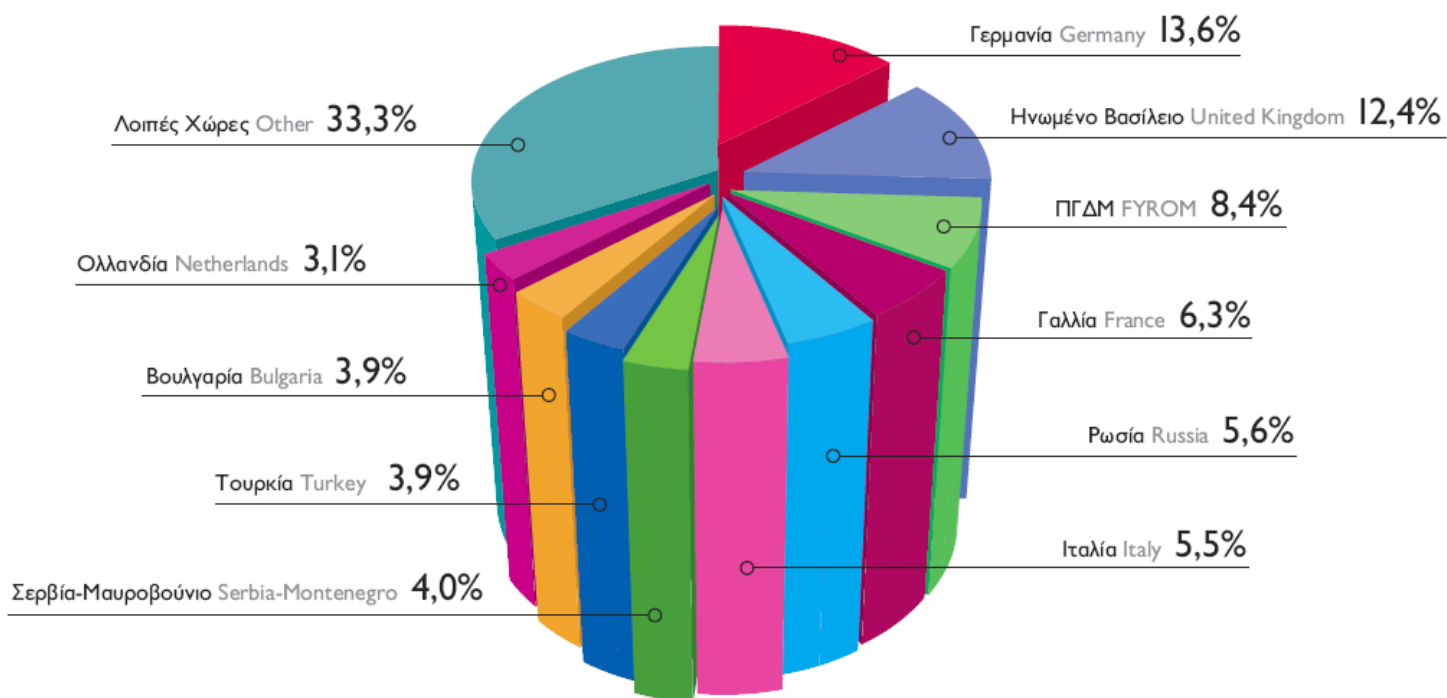
Σημείωση: Τα στοιχεία των ετών 2005-2012 προέρχονται από την Έρευνα Συνόρων της ΤτΕ και γι'αυτό παρατηρείται ασυνέχεια με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ των προηγούμενων ετών. Βάσει της μεθοδολογίας της έρευνας της ΕΣΥΕ, λαμβάνονται υπόψη οι διαλείψεις των συνόρων όλων ανεξαρτήτως των αλλοδαπών, ενώ βάσει της Έρευνας Συνόρων λαμβάνεται υπόψη η διέλευση μόνο των μη-οικονομικών, δηλαδή των ατόμων που δεν έχουν νόμιμο τόπο διαμονής στη Ελλάδα. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται κυρίως στα άτομα προερχόμενα από Αλβανία και Βουλγαρία, λόγω του μεγάλου αριθμού μεταναστών που βρίσκονται στη χώρα μας. Ο ΣΕΤΕ είχε επισημάνει εδώ και καιρό τα προβλήματα της μεθοδολογίας που ακολουθείσε η ΕΣΥΕ και γι'αυτό ενσωμάτωσε στοιχεία διεθνών αφίσεων αφιέροντας τους Αλβανούς και τους Βούλγαρους οικονομικούς μετανάστες, κάτι που δεν είναι πλέον αναγκαίο με τα πιο ακριβή στοιχεία της Έρευνας Συνόρων.

Note: Data regarding years 2005-2012 comes from the "Border Surveys" of the Bank of Greece and that is why there is discontinuity with the data provided by the Hellenic Statistical Authority in previous years. The "Border Surveys" is methodologically and practically the best method for accurate estimations of non-resident arrivals. Therefore the method used by the Hellenic Statistical Authority to collect data about "arrivals of foreigners" (including residents and non-residents) was abandoned.

Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, Τράπεζας της Ελλάδος και National Statistical Institute of Bulgaria για τον αριθμό των Βούλγαρων εργαζόμενων στη χώρα μας την περίοδο 2002-2004

Source: SETE, based on data provided by the Hellenic Statistical Authority, the Bank of Greece and the National Statistical Institute of Bulgaria (regarding Bulgarians working in Greece for the period 2002-2004)

## Οι 10 Χώρες Με Την Μεγαλύτερη Τουριστική Επισκευμότητα 2012



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατικής Αρχής και Τράπεζας της Ελλάδος  
(<http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Ellinikos%20tourismos,%20sticheia%20&%20arithmoi/>)

## Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις Ανά Χώρα Προέλευσης 2012

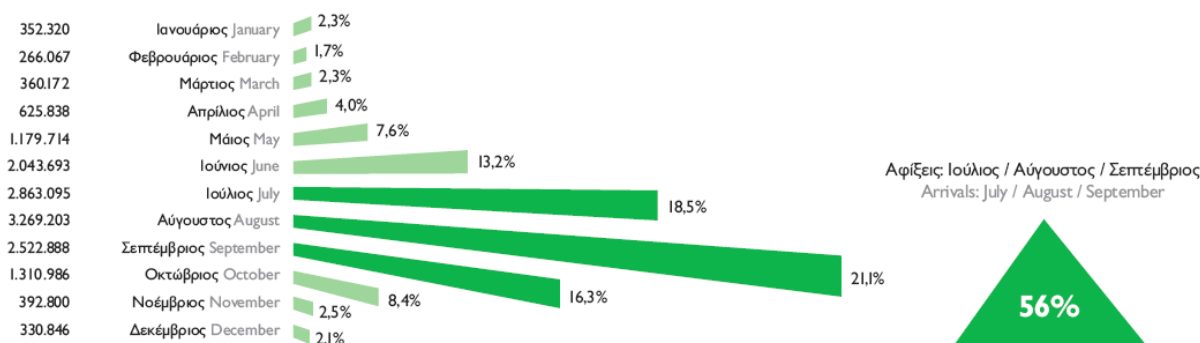
		Μεταβολή Change 2012/2011
Χώρες Ευρώπης Europe	13.851.064	-5,5%
Χώρες Ευρωπαϊκής Ένωσης EU Countries	9.791.909	-8,5%
Χώρες Ασίας Asia	937.050	6,2%
Χώρες Αμερικής America	558.728	-22,4%
Χώρες Ωκεανίας Oceania	133.368	-1,2%
Χώρες Αφρικής Africa	37.411	-2,7%
Γερμανία Germany	2.108.787	-5,9%
Ηνωμένο Βασίλειο United Kingdom	1.920.794	9,3%
ΠΓΔΜ FYROM	1.300.000	-4,1%
Γαλλία France	977.376	-15,0%
Ρωσία Russia	874.787	18,4%
Ιταλία Italy	848.073	-9,6%
Σερβία-Μαυροβούνιο Serbia-Montenegro	620.450	-10,3%
Τουρκία Turkey	602.306	9,1%
Βουλγαρία Bulgaria	599.110	-12,7%
Ολλανδία Netherlands	478.483	-14,7%
Αλβανία Albania	469.213	14,1%
Κύπρος Cyprus	424.827	-3,4%
ΗΠΑ USA	373.831	-22,9%
Βέλγιο Belgium	326.937	-24,4%
Σουηδία Sweden	319.756	-4,2%
Ελβετία Switzerland	299.619	-17,1%
Νορβηγία Norway	294.114	29,8%
Τσεχία Czech Republic	289.034	-6,5%
Πολωνία Poland	254.682	-43,5%
Αυστρία Austria	236.416	-23,8%
Ρουμανία Romania	230.396	3,0%
Ισραήλ Israel	207.711	-8,1%
Δανία Denmark	205.194	-16,2%
Ισπανία Spain	155.722	0,6%
Φινλανδία Finland	154.134	-8,1%

ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ, Επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής και Τράπεζας της Ελλάδος  
(<http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/Ellinikos%20tourismos,%20sticheia%20&%20arithmoi/>)



## Εποχικότητα Διεθνών Τουριστικών Αφίξεων, 2012

### Αφίξεις Arrivals



Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων Ελληνικής Στατιστικής Αρχής Source: SETE, based on data provided by the Hellenic Statistical Authority

### 4.1.6.3. Στοιχεία παγκόσμιας οικονομικής κατάστασης

Οι προοπτικές της παγκόσμιας οικονομίας για το 2013 κρίνονται γενικά θετικές, κυρίως λόγω του δυναμισμού των αναδυόμενων οικονομιών, οι οποίες συνέβαλαν κατά  $\frac{3}{4}$  στην αύξηση του παγκόσμιου ΑΕΠ τα τελευταία πέντε χρόνια. Στις προηγμένες οικονομίες η ανάκαμψη αναμένεται ότι θα είναι βραδεία και εύθραυστη, καθώς δεν έχει εξαλειφθεί η επίδραση σειράς αρνητικών παραγόντων, όπως αδυναμίες στο χρηματοπιστωτικό τομέα και έλλειψη αξιόπιστων προγραμμάτων μεσοπρόθεσμης δημοσιονομικής προσαρμογής, σε ορισμένες οικονομίες. Ο ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ στη ζώνη του ευρώ θα παραμείνει ελαφρά αρνητικός το 2013, ενώ σταδιακή ανάκαμψη της οικονομίας προβλέπεται από το δεύτερο εξάμηνο του τρέχοντος έτους και θετικός ρυθμός ανάπτυξης το 2014. Ωστόσο, η οικονομική κρίση δεν έχει ακόμη ξεπεραστεί, όπως μαρτυρούν οι πρόσφατες εξελίξεις στην κυπριακή οικονομία, και οι προκλήσεις για τη ζώνη του ευρώ παραμένουν σημαντικές, με κυριότερες την εύρυθμη λειτουργία της Οικονομικής και Νομισματικής Ένωσης και την προώθηση της ανάπτυξης ώστε να μειωθεί το πολύ υψηλό ποσοστό ανεργίας, ιδιαίτερα σε ορισμένες χώρες-μέλη.

Το παγκόσμιο ΑΕΠ προβλέπεται ότι θα σημειώσει μικρή επιτάχυνση έναντι του 2012, η οποία όμως θα οφείλεται αποκλειστικά στη μικρή επιτάχυνση των αναδυόμενων οικονομιών. Ο ρυθμός ανάπτυξης των προηγμένων οικονομιών προβλέπεται ότι θα παραμείνει χαμηλός και αμετάβλητος το 2013, στο 1,2%. Ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης στις ΗΠΑ και την Ιαπωνία προβλέπεται ότι θα επιβραδυνθεί, ενώ στη ζώνη του ευρώ προβλέπεται ότι θα παραμείνει αρνητικός (-0,3% από -0,6% το 2012).

Στη ζώνη του ευρώ, παρά τη θετική υποδοχή των θεσμικών πρωτοβουλιών για την ενίσχυση της οικονομικής διακυβέρνησης και τη μείωση των επιτοκιακών περιθωρίων των κρατικών ομολόγων, το οικονομικό κλίμα παραμένει αρνητικό. Ο σύνθετος δείκτης παραγγελιών PMI σταθεροποιήθηκε τον Απρίλιο, μετά από πτώση δύο μηνών, ενώ οι προσδοκίες των

επιχειρήσεων επηρεάστηκαν αρνητικά από τις εξελίξεις στην Κύπρο. Ο πληθωρισμός υποχώρησε ραγδαία, στο 1,2% τον Απρίλιο από 1,7% το Μάρτιο, και προβλέπεται να διαμορφωθεί μεταξύ 1,2% και 2,0%, σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες της ΕΚΤ, το τρέχον έτος.

Το διαρθρωτικό δημοσιονομικό έλλειμμα στο σύνολο της ζώνης του ευρώ περιορίστηκε σημαντικά το 2012 στο 2,0% του δυνητικού ΑΕΠ, από 3,4% το προηγούμενο έτος, ενώ αναμένεται να περιοριστεί στο 1,2% το 2013. Λόγω της ύφεσης, το έλλειμα της γενικής κυβέρνησης εκτιμάται ότι υποχώρησε λιγότερο στο 3,6% του ΑΕΠ το 2012 από 4,1% το 2011, ενώ προβλέπεται περαιτέρω υποχώρηση στο 2,9% το 2013. Το ακαθάριστο δημόσιο χρέος αυξήθηκε κατά σχεδόν 5 εκατοστιαίες μονάδες στο 92,9% του ΑΕΠ το 2012 και εκτιμάται ότι θα σταθεροποιηθεί στο 95% το 2013 και το 2014.

Το 2012, οι οικονομίες των χωρών της Νοτιοανατολικής (ΝΑ) Ευρώπης σημείωσαν σημαντική επιβράδυνση, αφενός λόγω της επιδείνωσης της ύφεσης στη ζώνη του ευρώ και της υποχώρησης της εξωτερικής ζήτησης και αφετέρου λόγω της συνεχιζόμενης απομόχλευσης των τραπεζών. Η Τουρκία αποτελεί εξαίρεση, καθώς, παρά την επιβράδυνση, διατηρεί τον υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης στην περιοχή, εξέλιξη που οφείλεται κυρίως στη θετική συμβολή καθαρών εξαγωγών προς αγορές εκτός της ΕΕ, αλλά και στη χαλαρή νομισματική πολιτική.

#### Βασικοί μακροοικονομικοί και τραπεζικοί δείκτες των χωρών της ΝΑ Ευρώπης

Χώρα	ΑΕΠ (ετήσιες μεταβολές %)			Πληθωρισμός (ετήσιες μεταβολές %)			Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών (% του ΑΕΠ)			Δείκτης κεφαλαιακής επάρκειας (%)		Λόγος δανείων προς καταθέσεις (%)		Δάνεια σε καθυστέρηση (%)	
	2011	2012 <sup>2</sup>	2013 <sup>3</sup>	2011	2012 <sup>2</sup>	2013 <sup>3</sup>	2011	2012 <sup>2</sup>	2013 <sup>3</sup>	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Αλβανία	3,1	1,3	1,8	3,5	2,0	2,2	-13,0	-10,1	-9,4	15,6	16,2	61,3	58,3	18,8	22,5
Βοσνία-Ερζεγοβίνη <sup>1</sup>	1,0	-0,5	0,6	3,7	2,1	1,9	-9,5	-9,7	-8,7	13,6	14,1	96,7	100,6	11,8	12,7
Βουλγαρία	1,7	0,8	1,4	3,4	2,4	2,6	1,7	-0,7	-1,6	17,5	16,6	102,4	97,7	14,9	16,6
Κροατία <sup>1</sup>	0,0	-2,0	-0,4	2,3	3,4	3,0	-0,9	0,0	-0,6	17,9	19,1	126,3	121,1	12,3	13,9
Μαυροβούνιο <sup>1</sup>	3,2	-0,5	2,2	3,1	4,1	2,7	-17,7	-17,7	-20,6	15,1	14,7	107,6	94,5	15,5	18,5
ΠΓΔΜ	2,8	-0,3	1,5	3,9	3,3	3,0	-3,0	-3,9	-3,8	16,7	17,1	89,0	89,4	9,7	10,3
Ρουμανία	2,2	0,2	1,6	5,8	3,4	4,6	-4,5	-3,8	-4,0	14,9	14,7	119,1	114,5	14,3	18,2
Σερβία	1,6	-1,7	1,7	7,0	12,2	10,2	-9,2	-10,6	-8,9	19,1	16,4	129,8	129,0	19,0	19,9
Τουρκία	8,8	2,2	3,0	6,5	8,9	7,7	-9,7	-5,9	-6,6	16,5	17,9	98,2	103,0	2,7	2,9

Πηγές: European Commission, *EU Candidate and Pre-accession Countries Economic Quarterly (CCEQ)*, 1/2013, IMF, *World Economic Outlook (WEO)*, April 2013 και εθνικές κεντρικές τράπεζες.

1 Οι τραπεζικοί δείκτες για το 2012 αφορούν στοιχεία του γ' τριμήνου του έτους.

2 Εκτιμήσεις.

3 Προβλέψεις.

Το 2013, ο ρυθμός ανάπτυξης των χωρών της περιοχής αναμένεται να βελτιωθεί ελαφρά, καθώς η νομισματική πολιτική παραμένει χαλαρή και η οικονομία της ευρωζώνης αναμένεται να ανακάμψει σταδιακά. Από την άλλη πλευρά όμως, η ύπαρξη δημοσιονομικών περιορισμών, διαρθρωτικών αδυναμιών και προβλημάτων ανταγωνιστικότητας, καθώς και η συνεχιζόμενη



άνοδος των μη εξυπηρετούμενων δανείων σε αρκετές χώρες αναμένεται να ασκήσουν αρνητική επίδραση.

ΠΗΓΗ: ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2012-2013 - ΜΑΪΟΣ 2013 –  
([http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Publications/MonPolicy.aspx?Filter\\_By=11](http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Publications/MonPolicy.aspx?Filter_By=11))

#### 4.1.6.4. Στοιχεία οικονομικής κατάστασης των χωρών των τουριστών με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην Ελλάδα

##### ΑΕΠ 2011-2012 και εκτιμήσεις έως 2018 των χωρών με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην Ελλάδα 2012

Country	Subject Descriptor	Units	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Albania	Gross domestic product, constant prices	Percent change	3.000	1.300	1.800	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
Austria	Gross domestic product, constant prices	Percent change	2.696	0.792	0.774	1.646	1.572	1.572	1.401	1.345
Belgium	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.784	-0.200	0.156	1.234	1.291	1.353	1.496	1.556
Bulgaria	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.841	0.775	1.200	2.300	3.500	3.500	3.500	3.500
Cyprus	Gross domestic product, constant prices	Percent change	0.533	-2.425	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
Czech Republic	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.887	-1.249	0.297	1.632	2.726	2.767	2.957	2.988
Denmark	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.104	-0.570	0.836	1.344	1.541	1.526	1.526	1.525
Finland	Gross domestic product, constant prices	Percent change	2.777	-0.209	0.508	1.160	1.484	1.956	2.035	2.016
France	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.693	0.030	-0.066	0.882	1.457	1.746	1.848	1.902
Germany	Gross domestic product, constant prices	Percent change	3.096	0.865	0.613	1.455	1.319	1.317	1.279	1.237
Israel	Gross domestic product, constant prices	Percent change	4.605	3.104	3.564	3.947	3.564	3.514	3.381	3.466
Italy	Gross domestic product, constant prices	Percent change	0.374	-2.369	-1.471	0.516	1.203	1.400	1.401	1.200
FYR Macedonia	Gross domestic product, constant prices	Percent change	2.861	-0.267	2.018	3.126	3.567	3.886	4.051	4.182
Netherlands	Gross domestic product, constant prices	Percent change	0.993	-0.884	-0.534	1.079	1.590	1.758	1.893	2.057
Norway	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.349	2.994	2.456	2.192	2.060	2.083	2.096	2.119
Poland	Gross domestic product, constant prices	Percent change	4.321	2.045	1.312	2.223	2.691	3.322	3.527	3.679
Romania	Gross domestic product, constant prices	Percent change	2.158	0.327	1.598	1.982	2.327	2.884	3.324	3.508
Russia	Gross domestic product, constant prices	Percent change	4.300	3.400	3.371	3.781	3.700	3.600	3.600	3.600
Serbia	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.600	-1.757	2.001	2.000	2.200	2.500	2.750	3.000
Spain	Gross domestic product, constant prices	Percent change	0.417	-1.419	-1.558	0.738	1.352	1.460	1.506	1.573
Sweden	Gross domestic product, constant prices	Percent change	3.767	1.197	1.005	2.212	2.300	2.404	2.431	2.400
Switzerland	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.927	0.980	1.276	1.788	1.890	1.890	1.940	1.940
Turkey	Gross domestic product, constant prices	Percent change	8.503	2.619	3.429	3.732	4.338	4.398	4.473	4.473
United Kingdom	Gross domestic product, constant prices	Percent change	0.915	0.166	0.688	1.539	1.839	1.938	2.080	2.472
United States	Gross domestic product, constant prices	Percent change	1.808	2.211	1.851	2.950	3.562	3.444	3.340	2.916

ΠΗΓΗ: ΔΙΕΘΝΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ – World Economic Outlook  
(<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/01/weodata/weoselgr.aspx>)

Από τον παραπάνω πίνακα γίνεται αντιληπτό ότι μετά το 2013 σύμφωνα με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, οι 25 χώρες με τη μεγαλύτερη τουριστική επισκεψιμότητα στην Ελλάδα, προβλέπεται ότι θα παρουσιάσουν ΑΕΠ θετικό και στις περισσότερες περιπτώσεις αυξανόμενο με την πάροδο των ετών με ορίζοντα το 2018.

Αυτό υποδηλώνει για τα ανωτέρω κράτη υγιείς οικονομίες για την επόμενη πενταετία, που σημαίνει ότι θα αυξηθούν τα κατά κεφαλήν έσοδα των πολιτών των κρατών αυτών. Το γεγονός αυτό θα επιτρέψει να κάνουν τουρισμό στην Ελλάδα περισσότεροι πολίτες των παραπάνω χωρών, για περισσότερες ημέρες, κάνοντας περισσότερα έξοδα. Αυτό μεταφράζεται ως περισσότερα έσοδα από τον τουρισμό για την Ελλάδα και τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις.

Παρακάτω παρατίθεται η τουριστική επισκεψιμότητα και το ΑΕΠ 2011-2015 για τις 15 χώρες με τη μεγαλύτερη τουριστική επισκεψιμότητα του έτους 2012.

Χώρα (TOP 15)	Επισκεψιμότητα 2012	ΑΕΠ ετήσιες μεταβολές(%)				
		2011	2012	2013*	2014*	2015*
Γερμανία	2.108.787	+3,09	+0,86	+0,61	+1,45	+1,31
Ηνωμένο Βασίλειο	1.920.794	+0,91	+0,16	+0,69	+1,54	+1,84
ΠΓΔΜ	1.300.000	+2,86	-0,27	+2,02	+3,13	+3,57
Γαλλία	977.376	+1,69	+0,03	-0,06	+0,88	+1,46
Ρωσία	874.787	+4,30	+3,40	+3,37	+3,78	+3,70
Ιταλία	848.073	+0,37	-2,37	-1,47	+0,56	+1,20
Σερβία-Μαυροβούνιο	620.450	+1,6	-1,7	+1,7	+2,00	+2,20
Τουρκία	602.306	+8,50	+2,61	+3,43	+3,73	+4,34
Βουλγαρία	599.110	+1,84	+0,77	+1,2	+2,3	+3,5
Ολλανδία	478.483	+0,99	-0,88	-0,53	+1,08	+1,59
Αλβανία	469.213	+3,0	+1,3	+1,8	+2,50	+2,50
Κύπρος	424.827	+0,5	-2,4	-	-	-
ΗΠΑ	373.831	+1,8	+2,21	+1,85	+2,95	+3,56
Βέλγιο	326.937	+1,78	-0,20	+0,15	+1,23	+1,29
Σουηδία	319.756	+3,76	+1,19	+1,00	+2,21	+2,30

\*Προβλέψεις

ΠΗΓΗ: ΔΙΕΘΝΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ – World Economic Outlook

(<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/01/weodata/weoselgr.aspx>)

ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2012-2013 - ΜΑΪΟΣ 2013 -  
([http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Publications/MonPolicy.aspx?Filter\\_By=11](http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Publications/MonPolicy.aspx?Filter_By=11))

#### 4.1.6.5. Στοιχεία οικονομικής κατάστασης της Ελλάδας

Μετά από τρία χρόνια εφαρμογής προγραμμάτων προσαρμογής, υπάρχουν σήμερα ενδείξεις ότι η οικονομία εξισορροπεί – σε χαμηλά επίπεδα παραγωγικής δραστηριότητας – και ότι είναι πιθανόν να ανακάμψει τον επόμενο χρόνο, υπό την προϋπόθεση ότι θα συνεχιστεί χωρίς αποκλίσεις η εφαρμογή του προγράμματος σταθεροποίησης.

Για έκτο συνεχές έτος η ελληνική οικονομία βρίσκεται σε βαθιά ύφεση. Ωστόσο, η απομάκρυνση του κινδύνου εξόδου της χώρας από το ευρώ μετά τις εκλογές του Ιουνίου 2012, σε συνδυασμό με τις αποφάσεις για τη διαχείριση της κρίσης χρέους σε διεθνές επίπεδο, έχουν αντιστρέψει την τάση για διαρκή επιδείνωση του επιχειρηματικού κλίματος. Η πρόκληση είναι τώρα να συνεχιστεί η βελτίωση του κλίματος ώστε με τη σειρά της να μεταφερθεί στην πραγματική οικονομία.

Το ΑΕΠ αναμένεται να υποχωρήσει με ρυθμό κοντά στο 4,6% φέτος και η ανεργία να σταθεροποιηθεί γύρω στο 28%. Εκτιμάται ότι η οικονομία θα εισέλθει σε τροχιά θετικών ρυθμών ανάπτυξης από το 2014, ενώ η ανεργία θα αρχίσει να αποκλιμακώνεται από το 2015.

Το 2013 αναμένεται πρωτογενές πλεόνασμα για πρώτη φορά μετά το 2002, καθώς και περαιτέρω συρρίκνωση του εξωτερικού ελλείματος, με τη συνεχιζόμενη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας τιμών κόστους να στηρίζει τις εξαγωγές.

Ο ετήσιος ρυθμός υποχώρησης του ΑΕΠ το α' τρίμηνο του 2013 (-5,3%), σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της ΕΛΣΤΑΤ, ήταν ηπιότερος σε σύγκριση με εκείνον που καταγράφηκε το δ' τρίμηνο του 2012 (-5,7%). Σύμφωνα με εκτιμήσεις βάσει εποχικά διορθωμένων στοιχείων της Τράπεζας της Ελλάδος, το α' τρίμηνο του 2013 το ΑΕΠ υποχώρησε έναντι του προηγούμενου τριμήνου με ηπιότερο ρυθμό από ότι είχε υποχωρήσει το ΑΕΠ το δ' τρίμηνο του 2012 έναντι του γ' τριμήνου του 2012.



Παρότι οι λιανικές πωλήσεις μειώνονται με έντονο ρυθμό και το 2013, ο δείκτης επιχειρηματικών προσδοκιών στο λιανικό εμπόριο βελτιώνεται συστηματικά από τον Οκτώβριο του 2012 μέχρι τον Απρίλιο του τρέχοντος έτους. Η βελτίωση αντανάκλα τις θετικότερες προσδοκίες των επιχειρήσεων που έχουν επιβιώσει στην κρίση. Θετικά αναμένεται να επιδράσει στη δραστηριότητα του κλάδου και η άρση διαρθρωτικών αγκυλώσεων που, μεταξύ άλλων, περιόριζαν το φάσμα δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων. Την τελευταία φορά (2005) που έγιναν σημαντικές διαρθρωτικές παρεμβάσεις στο λιανικό εμπόριο, με την απελευθέρωση του ωραρίου των καταστημάτων, καταγράφηκε σημαντική άνοδος των επενδύσεων, ενώ και η απασχόληση συνέχισε να αυξάνεται.

Στις υπηρεσίες, παρότι το εμπόριο εξακολουθεί να δοκιμάζεται από τη μείωση των εισοδημάτων, η δραστηριότητα σε κλάδους που συνδέονται με τον τουρισμό αναμένεται να ανακάμψει.

Αισιοδοξία επικρατεί και στον τομέα της κρουαζιέρας μετά την άρση των σχετικών περιοριστικών διατάξεων (καμποτάζ).

#### ΑΕΠ Ελλάδας 2011-2012 και εκτιμήσεις ΔΝΤ έως 2018

Country	Subject Descriptor	Units	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Greece	Gross domestic product, constant prices	Percent change	-7.106	-6.383	-4.214	0.596	2.941	3.730	3.509	3.299

ΠΗΓΗ: ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2012-2013 - ΜΑΪΟΣ 2013 – ([http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Publications/MonPolicy.aspx?Filter\\_By=11](http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Publications/MonPolicy.aspx?Filter_By=11))  
ΔΙΕΘΝΕΣ ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ – World Economic Outlook  
(<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/01/weodata/weose|gr.aspx>)

#### 4.1.6.6. Προβλέψεις για την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα

Το α' τρίμηνο του 2013 οι αφίξεις τουριστών στη χώρα μας αυξήθηκαν κατά 4,6%, ενώ οι ταξιδιωτικές εισπράξεις μειώθηκαν κατά 3,7%. Η αύξηση της τουριστικής κίνησης αναμένεται να συνεχιστεί και να ενταθεί τους επόμενους μήνες. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) καταγράφεται αύξηση των προκρατήσεων της τάξεως του 15%-20%. Οι συνολικές αφίξεις για το έτος προβλέπεται να αυξηθούν κατά 10% περίπου, φθάνοντας τα 17 εκατομμύρια, ενώ άνοδο θα σημειώσουν και οι ταξιδιωτικές εισπράξεις.

ΠΗΓΗ: ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ 2012-2013 - ΜΑΪΟΣ 2013 – ([http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Publications/MonPolicy.aspx?Filter\\_By=11](http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Publications/MonPolicy.aspx?Filter_By=11))

Για τα επόμενα 5 χρόνια οι προβλέψεις για την τουριστική κίνηση στην Ελλάδα είναι θετικές, καθώς η παγκόσμια οικονομία σταθεροποιείται, το παγκόσμιο ΑΕΠ αναμένεται να αυξηθεί, με αποτέλεσμα ανάλογη αύξηση της τουριστικής ζήτησης και αφού η πολιτική κατάσταση στην Ελλάδα είναι σταθερή και η οικονομία της αναμένεται να περάσει σε τροχιά ανάπτυξης από το 2014, η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα εκτιμάται ότι θα αυξηθεί.

#### 4.1.6.7. Προβλέψεις για την τουριστική κίνηση στον Νομό Ηλείας

Η τουριστική κίνηση στον νομό Ηλείας την ερχόμενη πενταετία προβλέπεται ότι θα εξελιχθεί ανάλογα με την τουριστική κίνηση στη χώρα. Η ανωτέρω ανάλυση καταδεικνύει ότι η τουριστική κίνηση στη χώρα θα είναι αυξημένη τα επόμενα χρόνια, καθώς η οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα σταθεροποιείται και πρόκειται να εμφανιστούν θετικοί ρυθμοί ανάπτυξης από το επόμενο έτος και επιπλέον διότι οι χώρες από τις οποίες προέρχεται το μεγάλο σύνολο του τουρισμού θα έχουν ανάπτυξη. Αυτό συνεπάγεται περισσότερο τουρισμό, με περισσότερες ημέρες διαμονής και περισσότερες

χρηματικές δαπάνες που αντιστοιχούν σε έσοδα για την Ελλάδα και τον νομό Ηλείας.

Υπάρχει ωστόσο ενδεχόμενο να μειωθούν τα κρουαζιερόπλοια που καταφθάνουν ετησίως στο λιμάνι του Κατακόλου κατά 100 περίπου πλοία. Τα κρουαζιερόπλοια που έρχονται στο Κατάκολο ετησίως είναι περισσότερα από 300. Αυτό σημαίνει μείωση περίπου 30% ~ 33%, που συνεπάγεται σχετική μείωση και στην γενικότερη τουριστική οικονομία της περιοχής και ιδιαίτερα του Κατακόλου.

Ωστόσο αν και το ανωτέρω ενδεχόμενο θεωρείται αρκετά επισφαλές, ακόμη και στην περίπτωση που θα συμβεί, η περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας υπολογίζεται ότι δεν θα πληγθεί οικονομικά, διότι τα κρουαζιερόπλοια πιθανότατα θα σταματούν αντί για το λιμάνι του Κατακόλου στο λιμάνι της Πάτρας, ώστε να επιτυγχάνονται οι επισκέψεις των τουριστών στην Αρχαία Ολυμπία.

## 5. Ανταγωνιστική Θέση & Στρατηγική

### 5.1. Ανάλυση Κατάστασης

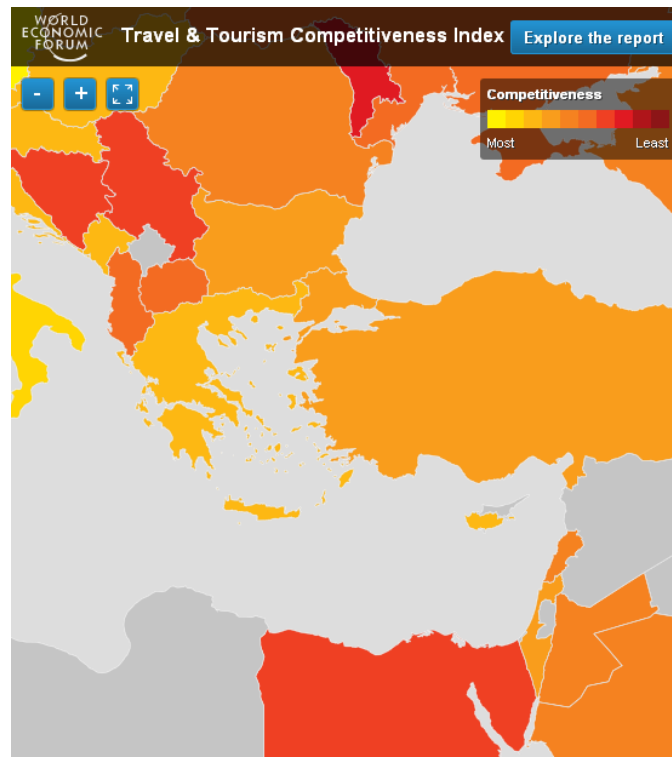
#### 5.1.1. Ανάλυση PEST

##### ❖ Πολιτική Ανάλυση

Στην Ελλάδα έπειτα από τρία τουλάχιστον χρόνια πολιτικής και οικονομικής αβεβαιότητας, σαν αποτέλεσμα του δημοσιονομικού εκτροχιασμού, επικρατεί μια πολιτική σταθερότητα σε σχέση με τις χώρες της Μέσης Ανατολής, Βορείου Αφρικής και την Τουρκία, όπου έχουν ξεσπάσει τα τελευταία χρόνια έντονες εμφύλιες συγκρούσεις. Η κατάσταση αυτή δημιουργεί ευνοϊκές συνθήκες για προσέλκυση τουριστών και κρουαζιερόπλοιων στην Ελλάδα, όπου το πολιτικό τοπίο είναι αρκετά πιο σταθερό, από τις τουριστικά ανταγωνιστικές χώρες της περιοχής, όπως Τουρκία, Αίγυπτος, Ισραήλ. Αυτό άλλωστε αντανακλάται και στη θέση της Ελλάδος, με βάση τον Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας το 2013, σε σχέση με τις χώρες Τουρκία, Ισραήλ, και Αίγυπτο.

Δείκτης Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας – World Economic Forum

Χώρα	Θέση 2013 από 140 χώρες	Θέση 2011 από 139 χώρες	Μεταβολή
Ελλάδα	32	29	-10,34%
Τουρκία	46	50	+8,00%
Ισραήλ	53	46	-15,22%
Αίγυπτος	85	75	-13,33%



ΠΗΓΗ: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 – World Economic Forum ([http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf))

Επιπλέον, η βαθειά οικονομική κρίση των τελευταίων ετών που προκάλεσε πολιτική αστάθεια, δημιούργησε μία αρνητική εικόνα της χώρας διεθνώς με αποτέλεσμα να αποθαρρύνονται οι τουρίστες να επιλέγουν την Ελλάδα ως χώρα προορισμού. Όπως χαρακτηριστικά τονίζουν οι τουριστικοί πράκτορες, «κυριαρχεί η παραπληροφόρηση και κινδυνολογία», ενώ οι «διεθνείς τουριστικοί οργανισμοί παγώνουν τις κρατήσεις και αποσύρουν συνεργάτες τους από τη χώρα μας». Σημειώνουν ακόμη «πληρωμές δεν γίνονται και προκαταβολές δεν καταβάλλονται, λόγω του φόβου πιθανών ακυρώσεων, αλλά και με το σκεπτικό της φημολογούμενης επιστροφής της χώρας μας στη δραχμή». Το πολιτικό κλίμα στην Ελλάδα παρ'όλα αυτά είναι πλέον αρκετά σταθεροποιημένο και θέλοντας η κυβέρνηση να παραμείνει η Ελλάδα στον δρόμο για την οικονομική ανάπτυξη, θα διασφαλίσει την πολιτική σταθερότητα, όπως διευκρινίζουν η Κομισιόν και η ΕΚΤ.

ΠΗΓΕΣ: (<http://www.capital.gr/NewsTheme.asp?id=1875344>)  
(<http://www.skai.gr/news/greece/article/203309/epistoli-iatta-stous-politikous-arhigous-gia-to-pligma-pou-dehetai-o-tourismos/>)

#### ❖ Οικονομική Ανάλυση

Η οικονομική σταθεροποίηση και η πιθανή έξοδος της παγκόσμιας οικονομίας από την πρόσφατη παγκόσμια πιστωτική κρίση, αναμένεται να οδηγήσει σε αύξηση του ακαθάριστου προϊόντος στις αναπτυγμένες οικονομίες με αντίστοιχη αύξηση της ζήτησης τουριστικών προϊόντων και πηρεσιών.

Η ελληνική οικονομία σταθεροποιείται και από το 2014 αναμένονται θετικοί ρυθμοί ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, μετά από τρία χρόνια εφαρμογής προγραμμάτων προσαρμογής, υπάρχουν σήμερα ενδείξεις ότι η οικονομία εξισορροπεί – σε χαμηλά επίπεδα παραγωγικής δραστηριότητας – και ότι είναι πιθανόν να ανακάμψει τον επόμενο χρόνο, υπό την προϋπόθεση ότι θα συνεχιστεί χωρίς αποκλίσεις η εφαρμογή του προγράμματος σταθεροποίησης. Το ΑΕΠ αναμένεται να υποχωρήσει με ρυθμό κοντά στο 4,6% φέτος και η ανεργία να σταθεροποιηθεί γύρω στο 28%. Εκτιμάται ότι η οικονομία θα εισέλθει σε τροχιά θετικών ρυθμών ανάπτυξης από το 2014, ενώ η ανεργία θα αρχίσει να αποκλιμακώνεται από το 2015.

Αναφορικά με την παγκόσμια οικονομία οι προοπτικές για το 2013 κρίνονται γενικά θετικές, κυρίως λόγω του δυναμισμού των αναδύμενων οικονομιών, οι οποίες συνέβαλαν κατά  $\frac{3}{4}$  στην αύξηση του παγκόσμιου ΑΕΠ τα τελευταία πέντε χρόνια. Στις προηγμένες οικονομίες η ανάκαμψη αναμένεται ότι θα είναι βραδεία και εύθραυστη, καθώς δεν έχει εξαλειφθεί η επίδραση σειράς αρνητικών παραγόντων, όπως αδυναμίες στο χρηματοπιστωτικό τομέα και έλλειψη αξιόπιστων προγραμμάτων μεσοπρόθεσμης δημοσιονομικής προσαρμογής, σε ορισμένες οικονομίες. Ο ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ στη ζώνη του ευρώ θα παραμείνει ελαφρά αρνητικός το 2013, ενώ σταδιακή ανάκαμψη της οικονομίας προβλέπεται από το δεύτερο εξάμηνο του τρέχοντος έτους και θετικός ρυθμός ανάπτυξης το 2014. Ωστόσο, η οικονομική κρίση δεν έχει ακόμη ξεπεραστεί, όπως

μαρτυρούν οι πρόσφατες εξελίξεις στην κυπριακή οικονομία, και οι προκλήσεις για τη ζώνη του ευρώ παραμένουν σημαντικές, με κυριότερες την εύρυθμη λειτουργία της Οικονομικής και Νομισματικής Ένωσης και την προώθηση της ανάπτυξης ώστε να μειωθεί το πολύ υψηλό ποσοστό ανεργίας, ιδιαίτερα σε ορισμένες χώρες-μέλη.

Στις υπηρεσίες, παρότι το εμπόριο εξακολουθεί να δοκιμάζεται από τη μείωση των εισοδημάτων, η δραστηριότητα σε κλάδους που συνδέονται με τον τουρισμό αναμένεται να ανακάμψει. Αισιοδοξία επικρατεί και στον τομέα της κρουαζιέρας μετά την άρση των σχετικών περιοριστικών διατάξεων (καμποτάζ).

Για την Ελλάδα ειδικότερα, σε σχέση με τη συγκεκριμένη επιχειρηματική πρόταση συντρέχουν θετικά και οι κάτωθι εξελίξεις:

Στηρίζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα μέσω προγράμματος ΕΣΠΑ, με τίτλο «Ολοκληρωμένη παρέμβαση για την στήριξη της Γυναικείας Απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας». Το Πρόγραμμα στοχεύει στην τόνωση της απασχόλησης μέσω της δημιουργίας πρόσθετων δυνατοτήτων πρόσβασης στην αγορά εργασίας άνεργων, απολυμένων, απειλούμενων από ανεργία και αυτοαπασχολούμενων κάτω από το όριο της φτώχειας γυναικών, από 18 έως 64 ετών σε οκτώ Περιφέρειες της χώρας: Κρήτη, Ιόνια Νησιά, Βόρειο Αιγαίο, Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα και Πελοπόννησος. Ο συνολικός προϋπολογισμός του προγράμματος ήταν αρχικά 40.000.000 ευρώ Δημόσια Δαπάνη και συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ), στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εθνικό Αποθεματικό Απροβλέπτων». Ο αυξημένος προϋπολογισμός (77 εκατ. ευρώ) προέκυψε από υπερδέσμευση πόρων λαμβάνοντας επίσης υπόψη ότι λόγω της οικονομικής συγκυρίας και των προβλημάτων ρευστότητας, ορισμένες από τις προτάσεις που επελέγησαν μπορεί να συναντήσουν δυσκολίες συγκέντρωσης των δικαιολογητικών που απαιτούνται από τους κοινοτικούς κανονισμούς. Συγκεκριμένα, αποφασίστηκε η ένταξη 2.444 προτάσεων έργων που πληρούσαν τις τυπικές προϋποθέσεις και τα κριτήρια αξιολόγησης του προγράμματος με προϋπολογισμό 76.928.109,45 ευρώ. Αναλυτικά, στην Υποδράση 1 που αναφέρεται σε γυναίκες 18-35 ετών εντάσσονται 1.239 έργα με προϋπολογισμό 39.041.974,06 ευρώ και στην Υποδράση 2 που αναφέρεται σε γυναίκες 36-64 ετών 1.205 έργα με προϋπολογισμό 37.886.135,35 ευρώ. Οι προτάσεις που εντάχθηκαν είχαν βαθμολογία από 81 μονάδες και πάνω με άριστα το 100. Σε πρώτη φάση δεν εγκρίθηκε η αίτηση που έγινε από την Κοιν.Σ.Επ. λόγω συγκέντρωσης μονάδων ελαφρώς λιγότερων από 81, έγινε όμως ένσταση και αναμένεται δευτερεύουσα αξιολόγηση.

Ευνοϊκή φορολογική αντιμετώπιση των Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων καθώς έχει οριστεί ότι το ποσοστό των κερδών της Κοιν.Σ.Επ. που διατίθεται για τον σχηματισμό αποθεματικού (5%) και για τις δραστηριότητές της (60%) δεν υπόκειται σε φορολογία εισοδήματος. Το ποσοστό κερδών που διανέμεται στους εργαζομένους υπόκειται σε παρακράτηση φόρου 10%.



❖ Κοινωνική Ανάλυση

Η κοινωνική ωρίμανση των πρώην σοσιαλιστικών χωρών της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης και Ρωσίας δημιουργούν ευκαιρίες προσέλκυσης μεγάλων ομάδων νέων πελατών στην τουριστική αγορά της Νοτίου Ευρώπης.

**Αφίξεις από πρώην σοσιαλιστικές χώρες 2009 - 2012**

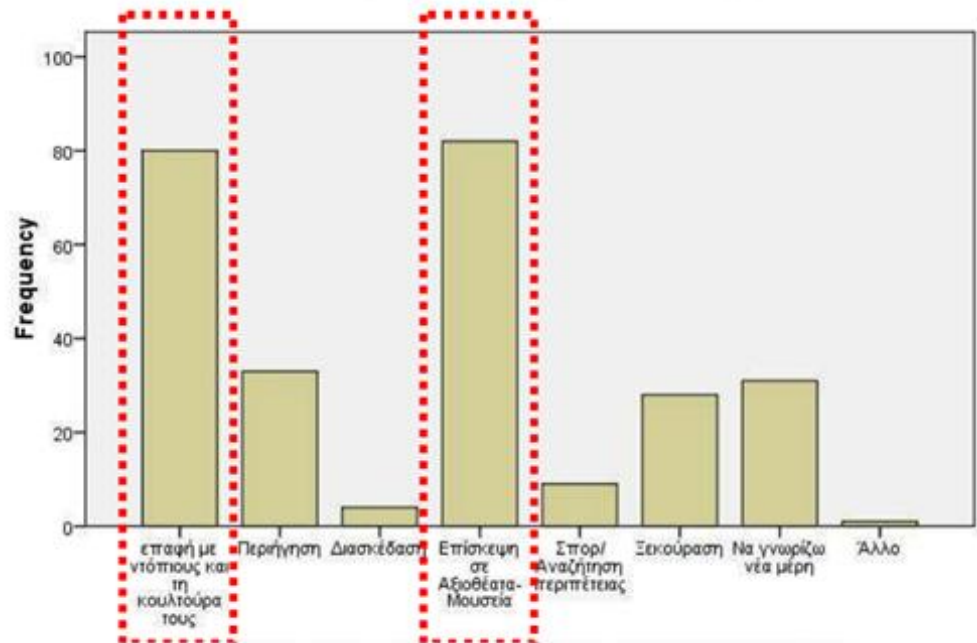
Χώρα	2009	2010	2011	2012	Μεταβολή 2009 -2012
Ρωσία	276021	451239	738927	874787	216,93%
Εσθονία	21242	13842	9862	4757	-77,61%
Λεττονία	12027	21948	7846	15300	27,21%
Λιθουανία	37501	16295	13666	21601	-42,40%
Ουγγαρία	70894	109160	69756	69789	-1,56%
Πολωνία	203487	402170	450618	254682	25,16%
Ρουμανία	307596	257939	223699	230396	-25,10%
Τσεχία	267833	294936	309062	289034	7,92%
Σλοβακία	48549	49406	41788	44782	-7,76%
Αλβανία	234276	242083	411245	469213	100,28%
Σερβία-Μαυροβούνιο	498356	706635	692059	620450	24,50%
Βουλγαρία	657130	664389	686209	599110	-8,83%
<b>Σύνολο</b>	<b>2634912</b>	<b>3230042</b>	<b>3654737</b>	<b>3493901</b>	<b>32,60%</b>

ΠΗΓΗ: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος

Πράγματι, όπως φαίνεται από τον παραπάνω επισυναπτόμενο πίνακα, η μέση ετήσια αύξηση τουριστών από τη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή ξεπερνά το 10%, ο οποίος είναι ένας σχετικά υψηλός ρυθμός.

Σχετικά με τις διαθέσεις των τουριστών της Αρχαίας Ολυμπίας, τόσο η έρευνα αγοράς που εκπονήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2013 στο πλαίσιο αυτής της εργασίας, όσο και προηγούμενη έρευνα που εκπονήθηκε το καλοκαίρι 2009 στην περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας, έδειξε ότι οι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή, εκτός από τις επισκέψεις σε αξιοθέατα, ενδιαφέρονται για την επαφή με τον ντόπιο πληθυσμό και την κουλτούρα του. Τα αποτελέσματα της εργασίας που εκπονήθηκε από την ομάδα της κυρίας Γεωργίας Ζούνη παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

### Κύρια δραστηριότητα για την οποία ενδιαφέρονται, όταν επισκέπτονται την Αρχαία Ολυμπία οι τουρίστες



ΠΗΓΗ: Blog κυρίας Γεωργίας Ζούνη - PhD in Marketing at University of Piraeus  
[http://marketinggeorgia.blogspot.gr/2010\\_10\\_01\\_archive.html](http://marketinggeorgia.blogspot.gr/2010_10_01_archive.html)

Αυτό το χαρακτηριστικό προσφέρει ευκαιρίες πώλησης προϊόντων, που σχετίζονται με την ιστορία του τόπου, τον φυσικό και πολιτιστικό πλούτο και τις παραδόσεις του. Ωστόσο ιδιαίτερως σημαντική είναι και η πληροφορία για την ανάγκη επαφής των τουριστών με ανθρώπους από τον τόπο της Αρχαίας Ολυμπίας, γεγονός που δημιουργεί ευκαιρίες ευκολότερης και αποτελεσματικότερης προσέγγισης των δυνητικών πελατών από επικοινωνιακούς και κοινωνικούς πωλητές και πωλήτριες των καταστημάτων με τουριστικά είδη.

#### ❖ Τεχνολογική Ανάλυση

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας των κοινωνικών μέσων επικοινωνίας (social media) καθιστούν εφικτή τη διαφήμιση διεθνώς με χαμηλό κόστος σε στοχευμένες ομάδες πελατών, παραδείγματος χάριν των επιβατών προσεγγίζοντων στο λιμάνι κρουαζιερόπλοιων.

Αναβάθμιση των υποδομών του λιμένος του Κατακόλου, ύψους 6,7 εκατομμυρίων ευρώ διάρκειας 23 μηνών από τον Οκτώβριο του 2012, για την εξυπηρέτηση κρουαζιερόπλοιων μεγαλύτερων των 300 μέτρων, που συνεπάγεται μεγαλύτερο αριθμό τουριστών στην περιοχή. Το έργο, όπως αναφέρεται στο Τεχνικό Δελτίο που υπέγραψε ο Περιφερειάρχης Δυτικής Ελλάδας κ. Απόστολος Κατσιφάρας, περιλαμβάνει: Πρώτον, την επέκταση του παραλιακού κρηπιδώματος μπροστά από τα καταστήματα με την κατασκευή κρηπιδότοιχου από τεχνητούς ογκόλιθους σε απόσταση οκτώ μέτρων από το υφιστάμενο παραλιακό και σε μήκος 206 μέτρων. Προβλέπεται, επίσης, η κατασκευή κρηπιδότοιχου μήκους 63 μέτρων περίπου ο οποίος οριοθετείται μεταξύ του υφιστάμενου παραλιακού και του ανατολικού παραλιακού κρηπιδώματος της Μαρίνας Κατακόλου. Δεύτερον, το έργο περιλαμβάνει επέκταση του προσήνεμου Μώλου του λιμένα σε απόσταση 150 μέτρων περίπου και, τρίτον, συμπληρωματικές εργασίες στον κεντρικό προβλήτα με την κατασκευή νέας νησίδας παραβολής και μεταλλικής πεζογέφυρας προς περαιτέρω επέκταση της βόρειας πλευράς του προβλήτα. «Το έργο που θα παραδοθεί θα είναι ένας ασφαλής λιμένας που θα μπορεί να εξυπηρετεί τα κρουαζιερόπλοια μήκους άνω των 300 μέτρων και ταυτόχρονα θα γίνεται καλύτερη διαχείριση και εξυπηρέτηση των επισκεπτών που αποβιβάζονται από αυτά», αναφέρει το Τεχνικό Δελτίο του έργου. Δικαιούχος του έργου, που συγχρηματοδοτείται από κοινοτικούς πόρους, ορίζεται η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας και η χρονική διάρκεια υλοποίησης της πράξης προσδιορίζεται στους 23 μήνες.

ΠΗΓΗ: Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (<http://www.pde.gov.gr/gr/enimerosi/deltiati-pou/item/1773-me-67-ekatomuria-euro-avathmizontai-oi-upodomes-sto-limani-tou-katakolou-apofasi-apo-ton-perifereiarxi.html>)

Ακολουθεί ο πίνακας της ανάλυσης PEST που παρουσιάζει σε συνοπτική μορφή όσα αναφέρθηκαν στις ανωτέρω παραγράφους:

### Πολιτική Ανάλυση

- Πολιτική σταθερότητα στην Ελλάδα σε σχέση με τις τουριστικά ανταγωνιστικές χώρες της Μέσης Ανατολής, Βορείου Αφρικής και Τουρκίας, όπου οι έντονες εμφύλιες συγκρούσεις εκεί, δημιουργούν ενοϊκό κλίμα για την προσέλκυση τουριστών στην Ελλάδα.
- Η βαθειά οικονομική κρίση των τελευταίων ετών, είχε προκαλέσει πολιτική αστάθεια στην Ελλάδα, δημιουργώντας αρνητική εικόνα της χώρας διεθνώς, με αποτέλεσμα να αποθαρρύνονται οι τουρίστες να επιλέγουν την Ελλάδα ως χώρα προορισμού. Ωστόσο το πολιτικό κλίμα είναι πλέον αρκετά σταθεροποιημένο και αναμένεται βελτίωση της εικόνας της χώρας στα μάτια των δυνητικών επισκεπτών.

### Οικονομική Ανάλυση

- Η ελληνική οικονομία σταθεροποιείται σε χαμηλά επίπεδα παραγωγικής δραστηριότητας
- Το ΑΕΠ της Ελλάδος αναμένεται να υποχωρήσει με ρυθμό γύρω στο 4,6% το 2013
- Η ανεργία στην Ελλάδα αναμένεται να σταθεροποιηθεί στο 28%
- Εκτιμάται ότι η ελληνική οικονομία θα εισέλθει σε τροχιά θετικών ρυθμών ανάπτυξης από το 2014
- Η ανεργία στην Ελλάδα θα αρχίσει να αποκλιμακώνεται από το 2015
- Σχετικά με την παγκόσμια οικονομία οι προοπτικές για το 2013 κρίνονται γενικά θετικές
- Ο ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ στη ζώνη του ευρώ θα παραμείνει ελαφρά αρνητικός το 2013
- Σταδιακή ανάκαμψη της οικονομίας στη ζώνη του ευρώ προβλέπεται από το δεύτερο εξάμηνο του τρέχοντος έτους και θετικός ρυθμός ανάπτυξης το 2014
- Η δραστηριότητα σε κλάδους που συνδέονται με τον τουρισμό αναμένεται να ανακάμψει
- Αισιοδοξία επικρατεί στον τομέα της κρουαζιέρας
- Στηρίζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα μέσω προγράμματος ΕΣΠΑ, για το οποίο έγινε ένσταση κατόπιν απόρριψης της πρώτης αιτήσεως.
- Ευνοϊκή φορολογική αντιμετώπιση των Κοινωνικών Συνεταιριστικών Επιχειρήσεων, με φόρο 10% επί των κερδών των εργαζομένων.

### Κοινωνική Ανάλυση

- Η κοινωνική ωρίμανση των πρώην σοσιαλιστικών χωρών της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης και Ρωσίας δημιουργούν ευκαιρίες προσέλκυσης μεγάλων ομάδων νέων πελατών στην τουριστική αγορά της Νοτίου Ευρώπης. Συγκεκριμένα παρατηρείται ετήσια αύξηση των ετήσιων τουριστικών αφίξεων από αυτές τις χώρες την τελευταία τετραετία μεγαλύτερη του 10%, ο οποίος είναι ένας αρκετά υψηλός ρυθμός.
- Οι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας, εκτός από τις επισκέψεις σε αξιοθέατα, ενδιαφέρονται για την επαφή με τον ντόπιο πληθυσμό και την κουλτούρα του. Αυτό το χαρακτηριστικό προσφέρει ευκαιρίες πώλησης προϊόντων, που σχετίζονται με την ιστορία του τόπου, τον φυσικό και πολιτιστικό πλούτο και τις παραδόσεις του και επιπλέον ότι είναι ευκολότερη και αποτελεσματικότερη η προσέγγιση δυνητικών πελατών από επικοινωνιακούς και κοινωνικούς πωλητές.

### Τεχνολογική Ανάλυση

- Η ανάπτυξη της τεχνολογίας των κοινωνικών μέσων επικοινωνίας (social media) καθιστούν εφικτή τη διαφήμιση διεθνώς με χαμηλό κόστος σε στοχευμένες ομάδες πελατών, παραδείγματος χάριν των επιβατών προσεγγίζοντων στο λιμάνι κρουαζιερόπλοιων.
- Αναβάθμιση των υποδομών του λιμένα του Κατακόλου, ύψους 6,7 εκατομμυρίων ευρώ διάρκειας 23 μηνών από τον Οκτώβριο του 2012, για την εξυπηρέτηση κρουαζιερόπλοιων μεγαλύτερων των 300 μέτρων, που συνεπάγεται μεγαλύτερο αριθμό τουριστών στην περιοχή.

### 5.1.2. Ανάλυση SWOT

#### ❖ Δυνατά Σημεία

- Εύκολη πρόσβαση σε μεγάλο αριθμό πελατών:
  - Επιβάτες κρουαζιεροπλοίων που σταματούν για μερικές ώρες στο λιμάνι του Κατακόλου και μεταβιβάζονται στην Αρχαία Ολυμπία
  - Επιβάτες λεωφορείων που επισκέπτονται το Μουσείο και τον αρχαιολογικό χώρο της Αρχαίας Ολυμπίας κάνοντας περιήγηση (tour) σε διάφορες τοποθεσίες της Ελλάδας.
- Γειτνίαση με ιστορικά μνημεία υψηλής πολιτιστικής αξίας:
  - Αρχαιολογικό μουσείο Αρχαίας Ολυμπίας
  - Αρχαιολογικός χώρος Αρχαίας Ολυμπίας
  - Ναός του Επικούρειου Απόλλωνα στην Φιγαλεία
  - Μεσαιωνικό κάστρο Χλεμούτσι στην Κυλλήνη
  - Αρχαιολογικό μουσείο Αρχαίας Ήλιδας
- Ως Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση που δεν έχει ως αυτοσκοπό το κέρδος, θα έχει την υποστήριξη των τοπικών κοινωνικών φορέων, διότι όπως αναφέρεται και στον σκοπό ιδρύσεώς της, θα συμβάλλει στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας μέσω προώθησης της απασχόλησης των γυναικών που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικές ομάδες και την προβολή του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου της περιοχής, με τα προϊόντα και τις λοιπές δράσεις της, εκδηλώνοντας έμπρακτα το αίσθημα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR).
- Υποστηρίζεται από την έναρξη λειτουργίας της από την βουλευτή κα. Διονυσία-Θεοδώρα Αυγερινούπουλου, η οποία συμμετέχει ενεργά στην προώθηση και ανάπτυξη της Κοιν.Σ.Επ. .
- Ευνοϊκή φορολόγηση ως Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση, δηλαδή μηδενική φορολόγηση του 65% των κερδών, τα οποία θα διατίθενται για τις δραστηριότητες της και για αποθεματικό, και παρακράτηση 10% επί του 35% των κερδών τα οποία θα διανέμονται στους εργαζομένους.
- Χαμηλό κόστος παραγωγής και προμήθειας προϊόντων, διότι το μεγαλύτερο μέρος των εμπορευόμενων προϊόντων θα παράγεται από τοπικούς παραγωγούς και βιοτέχνες και ένα μέρος από τις εργαζόμενες στην Κοιν.Σ.Επ. .
- Ισχυρό Brandname, διότι αν και δεν έχει γίνει ακόμη η τελική επιλογή του, θα περιλαμβάνει τον όρο «OLYMPIA», που είναι παγκοσμίως αναγνωρίσιμος.
- Τα εμπορευόμενα προϊόντα θα είναι ελληνικής παραγωγής, καλής ποιότητας, κατά το δυνατόν χειροποίητα από γυναίκες της τοπικής κοινωνίας, ικανοποιώντας την ανάγκη του καταναλωτικού κοινού για προϊόντα αυθεντικά παραγόμενα από ντόπιο πληθυσμό.

- Υπάρχουσες δημόσιες σχέσεις με φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης και άλλους φορείς της ευρύτερης περιοχής του νομού, καθώς δύο εκ των μελών είναι υπάλληλοι πολιτικών γραφείων του νομού Ηλείας.
- Γνώσεις και εμπειρία Marketing από ένα μέλος που έχει εργασιακή εμπειρία 23 ετών στον τομέα αυτόν.
- Γνώσεις τουριστικών επιχειρήσεων από ένα μέλος με σπουδές σχετικές με τις τουριστικές επιχειρήσεις και εργασιακή εμπειρία σε κατάσταση με τουριστικά είδη.
- Χαμηλό ενοίκιο γραφείου-εργαστηρίου-αποθήκης επιχείρησης.
- Χαμηλή αμοιβή δικηγόρου – λογιστή.

#### ❖ Αδύνατα Σημεία

- Σχετική δυσκολία διαφοροποίησης προϊόντων τουρισμού, καθώς τα περισσότερα προϊόντα μπορούν να βρεθούν σε όλα τα τουριστικά καταστήματα σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς.
- Ευκολία αντιγραφής των πρωτότυπων ιδεών από ανταγωνιστικά καταστήματα.
- Στενή εξάρτηση του αριθμού τουριστών – δυνητικών πελατών από την τοπική τουριστική υποδομή (λιμάνι Κατακόλου, λιμάνι Κυλλήνης), η ποιότητα των οποίων υστερεί σε σχέση με άλλους προορισμούς.
- Έλλειψη σχετικής εμπειρίας και γνώσεων των περισσότερων μελών της Κοιν.Σ.Επ. με το αντικείμενο της εμπορίας τουριστικών ειδών, εκτός από την κυρία Βόγκα Γρηγορία, η οποία έχει σχετικές σπουδές και έχει εργαστεί σε κατάσταση με τουριστικά είδη.
- Έλλειψη πηγών χρηματοδότησης του εγχειρήματος (πέραν της πιθανής χρηματοδότησης από το πρόγραμμα ΕΣΠΑ)

#### ❖ Ευκαιρίες

- Αναπτύσσονται οι υποδομές του λιμένας του Κατακόλου από το 2012 και για 23 μήνες, με σκοπό την εξυπηρέτηση κρουαζιερόπλοιων μεγαλύτερων των 300 μέτρων, που καλώς εχόντων των πραγμάτων θα επισκέπτεται μεγαλύτερος αριθμός τουριστών το Κατάκολο και κατ' επέκταση την Αρχαία Ολυμπία.
- Με κατάλληλους χειρισμούς από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς μπορεί να αναδειχθεί η δυτική Ελλάδα (Δυτική Πελοπόννησος και Ιόνια Νησιά) ως μια προστατευμένη περιοχή, απομονωμένη από το Αιγαίο Πέλαγος, Μικρά

Ασία και Μέση Ανατολή, ώστε να προσελκύσει τουρισμό που θα επέλεγε τους προαναφερθέντες ανταγωνιστικούς προορισμούς.

- Με κατάλληλες διαδικασίες προώθησης της Κοιν.Σ.Επ. (διαφημιστικά φυλλάδια) μπορεί να γίνει αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση του μεγάλου πλήθους των δυνητικών πελατών που συρρέουν στο Parking των λεωφορείων στο λιμάνι του Κατακόλου και στο parking του Μουσείου στην Αρχαία Ολυμπία.
- Ως Κοιν.Σ.Επ. χρήση της κοινωνικά επικεντρωμένης ιδιότητας της (CSR – Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη) για διαφημιστικούς σκοπούς.
- Ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής σε προϊόντα τουριστικής φύσης.
- Σύνδεση των τουριστικών προϊόντων που θα παράγονται με οικολογικά, τοπικά, αγροτικά προϊόντα (π.χ. ελιά) και προϊόντα τοπικής βιοτεχνίας.
- Δυνατότητα ανάπτυξης διαφήμισης σε κρουαζιερόπλοια που προσεγγίζουν την περιοχή (διαφήμιση στις τηλεοράσεις των πλοίων κατόπιν συνεννόησης) και online παραγγελίες (i-phones κλπ) από τουρίστες κρουαζιερόπλοιων με παράδοση των προϊόντων στο λεωφορείο μεταφοράς ή στο σκάφος.
- Υπάρχει η δυνατότητα διάθεσης μέρους των προϊόντων σε έτερα καταστήματα που βρίσκονται σε προορισμούς με υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα σε διάφορα σημεία της Ελλάδας και του εξωτερικού (π.χ. κατάστημα στην Πλάκα Αθηνών).
- Υπάρχει η δυνατότητα αποστολής περιπτέρου με προϊόντα της Κοιν.Σ.Επ. στους εκάστοτε Ολυμπιακούς Αγώνες.

#### ❖ Απειλές

- Πολιτική και οικονομική αποσταθεροποίηση της χώρας και της ευρύτερης περιοχής, με αρνητική επίδραση στον εισερχόμενο τουρισμό.
- Ενδεχόμενη μείωση το ερχόμενο έτος περίπου 100 πλοίων από τα συνολικά περίπου 300 που επισκέπτονται ετησίως το λιμάνι του Κατακόλου.
- Μεγάλο πλήθος ανταγωνιστών (50 στην Αρχαία Ολυμπία και 75 στο Κατάκολο)
- Ενδεχόμενη απόρριψη της ενστάσεως για το ΕΣΠΑ, θα οδηγήσει σε χρηματοδοτικό πρόβλημα.

Ακολουθεί ο πίνακας της ανάλυσης SWOT που παρουσιάζει σε συνοπτικά τα ανωτέρω:

#### Δυνατά Σημεία

- Εύκολη πρόσβαση σε μεγάλο αριθμό πελατών
- Γειτνίαση με ιστορικά μνημεία υψηλής πολιτιστικής αξίας
- Ως Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση που δεν έχει ως αυτοσκοπό το κέρδος, θα έχει την υποστήριξη των τοπικών πολιτικών φορέων εκδηλώνοντας έμπρακτα το αίσθημα της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR).
- Υποστηρίζεται από την έναρξη λειτουργίας της από την βουλευτή κα. Διονυσία-Θεοδώρα Αυγερινού, η οποία συμμετέχει ενεργά στην πρόωθηση και ανάπτυξη της Κοιν.Σ.Επ. .
- Ευνοϊκή φορολόγηση ως Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση
- Χαμηλό κόστος παραγωγής και προμήθειας προϊόντων
- Ισχυρό Brandname, διότι αν και δεν έχει γίνει ακόμη η τελική επιλογή του, θα περιλαμβάνει τον όρο «OLYMPIA», που είναι παγκοσμίως αναγνωρίσιμος.
- Τα εμπορεύσιμα προϊόντα θα είναι ελληνικής παραγωγής, καλής ποιότητας, κατά το δυνατόν χειροποίητα από γυναίκες της τοπικής κοινωνίας, ικανοποιώντας την ανάγκη του καταναλωτικού κοινού για προϊόντα αυθεντικά παραγόμενα από ντόπιο πληθυσμό.
- Υπάρχουσες δημόσιες σχέσεις με φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης και άλλους φορείς της ευρύτερης περιοχής του νομού, καθώς δύο εκ των μελών είναι υπάλληλοι πολιτικών γραφείων του νομού Ηλείας.
- Γνώσεις και εμπειρία Marketing από ένα μέλος που έχει εργασιακή εμπειρία 23 ετών στον τομέα αυτόν.
- Γνώσεις τουριστικών επιχειρήσεων από ένα μέλος με σπουδές σχετικές με τις τουριστικές επιχειρήσεις και εργασιακή εμπειρία σε κατάστημα με τουριστικά είδη.
- Χαμηλό ενοίκιο γραφείου-εργαστηρίου-αποθήκης επιχείρησης.
- Χαμηλή αμοιβή δικηγόρου – λογιστή.

#### Ευκαιρίες

- Αναπτύσσονται οι υποδομές του λιμένας του Κατακόλου από με σκοπό την εξυπηρέτηση κρουαζιερόπλοιων μεγαλύτερων των 300 μέτρων
- Μπορεί να αναδειχθεί η δυτική Ελλάδα (Δυτική Πελοπόννησος και Ιόνια Νησιά) ως μια προστατευμένη περιοχή, απομονωμένη από το Αιγαίο Πέλαγος, Μικρά Ασία και Μέση Ανατολή, ώστε να προσελκύσει τουρισμό που θα επέλεγε τους προαναφερθέντες ανταγωνιστικούς προορισμούς.
- Με κατάλληλες διαδικασίες προώθησης της Κοιν.Σ.Επ. (διαφημιστικά φυλλάδια) μπορεί να γίνει αποτελεσματικότερη εκμετάλλευση του μεγάλου πλήθους των δυνητικών πελατών που συρρέουν στο Parking των λεωφορείων στο λιμάνι του Κατακόλου και στο parking του Μουσείου στην Αρχαία Ολυμπία.
- Ως Κοιν.Σ.Επ. χρήση της κοινωνικά επικεντρωμένης ιδιότητας της (CSR – Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη) για διαφημιστικούς σκοπούς.
- Ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής σε προϊόντα τουριστικής φύσης.
- Σύνδεση των τουριστικών προϊόντων που θα παράγονται με οικολογικά, τοπικά, αγροτικά προϊόντα (π.χ. ελιά) και προϊόντα τοπικής βιοτεχνίας.
- Δυνατότητα ανάπτυξης διαφήμισης σε κρουαζιερόπλοια που προσεγγίζουν την περιοχή και online παραγγελίες (smart-phones κλπ) από τουρίστες κρουαζιερόπλοιων με παράδοση των προϊόντων στο λεωφορείο μεταφοράς ή στο σκάφος.
- Υπάρχει η δυνατότητα διάθεσης μέρους των προϊόντων σε έτερα καταστήματα που βρίσκονται σε προορισμούς με υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα σε διάφορα σημεία της Ελλάδας και του εξωτερικού
- Υπάρχει η δυνατότητα αποστολής περιπτερου με προϊόντα της Κοιν.Σ.Επ. στους εκάστοτε Ολυμπιακούς Αγώνες.

#### Αδύνατα Σημεία

- Σχετική δυσκολία διαφοροποίησης προϊόντων τουρισμού
- Ευκολία αντιγραφής των πρωτότυπων ιδεών από ανταγωνιστικά καταστήματα.
- Στενή εξάρτηση του αριθμού τουριστών – δυνητικών πελατών από την τοπική τουριστική υποδομή (λιμάνι Κατακόλου, λιμάνι Κυλλήνης), η ποιότητα των οποίων υστερεί σε σχέση με άλλους προορισμούς.
- Έλλειψη σχετικής εμπειρίας και γνώσεων των περισσότερων μελών της Κοιν.Σ.Επ. με το αντικείμενο της εμπορίας τουριστικών ειδών, εκτός από την κυρία Βόγκα Γρηγορία, η οποία έχει σχετικές σπουδές και έχει εργαστεί σε κατάστημα με τουριστικά είδη.
- Έλλειψη πηγών χρηματοδότησης του εγχειρήματος (πέραν της πιθανής χρηματοδότησης από το πρόγραμμα ΕΣΠΑ)

#### Απειλές

- Πολιτική και οικονομική αποσταθεροποίηση της χώρας και της ευρύτερης περιοχής, με αρνητική επίδραση στον εισερχόμενο τουρισμό.
- Ενδεχόμενη μείωση το ερχόμενο έτος περίπου 100 πλοίων από τα συνολικά περίπου 300 που επισκέπτονται ετησίως το λιμάνι του Κατακόλου.
- Μεγάλο πλήθος ανταγωνιστών (50 στην Αρχαία Ολυμπία και 75 στο Κατάκολο)
- Ενδεχόμενη απόρριψη της ενστάσεως για το ΕΣΠΑ, θα οδηγήσει σε χρηματοδοτικό πρόβλημα.



## **5.2. Ανάλυση ανταγωνιστικότητας επιχείρησης**

### **5.2.1. Ανταγωνιστικότητα σε σχέση με το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον**

Το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον της χώρας είναι ευνοϊκό καθώς το κόστος παραγωγής έχει μειωθεί σαν αποτέλεσμα των μέτρων προσαρμογής της οικονομίας, συντελείται σταδιακή αποκατάσταση της τραπεζικής σταθερότητας, η οποία οδηγεί σε συνθήκες ομαλής τραπεζικής χρηματοδότησης και το παγκόσμιο εθνικό προϊόν προβλέπεται ότι θα αυξηθεί με συνεπακόλουθη αύξηση της διεθνούς ζήτησης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

### **5.2.2. Ανταγωνιστικότητα σε σχέση με το ανταγωνιστικό περιβάλλον στον συγκεκριμένο κλάδο**

Το ανταγωνιστικό περιβάλλον στον κλάδο εμπορίας τουριστικών προϊόντων στο νομό Ηλείας και ειδικότερα στην Αρχαία Ολυμπία και το Κατάκολο είναι έντονο με 50 και 75 καταστήματα τουριστικών ειδών αντίστοιχα. Πέρα από το πλήθος των ανταγωνιστριών εταιριών, ενυπάρχει στον κλάδο το πρόβλημα της εύκολης αντιγραφής των προϊόντων που έχουν απορρόφηση από το αγοραστικό κοινό, διότι σε γενικές γραμμές είναι προϊόντα εύκολα στην παραγωγή, με χαμηλό κόστος παραγωγής και γι' αυτό οι προσπάθειες διαφοροποίησης των προσφερόμενων προϊόντων από την εκάστοτε εταιρία καταλήγουν να φέρνουν παροδικά αποτελέσματα. Συνεπώς στο συγκεκριμένο χώρο η Κοιν.Σ.Επ. θα πρέπει να έχει στόχο τη διαρκή ανάπτυξη και ανανέωση των προϊόντων και των μεθόδων της.

Πρέπει επιπλέον να αναφερθεί ότι τόσο στην Αρχαία Ολυμπία όσο και στο Κατάκολο τα περισσότερα καταστήματα τουριστικών προϊόντων έχουν συνηθισμένα τουριστικά προϊόντα που τα ίδια ή παρόμοια μπορούν να βρεθούν στα περισσότερα καταστήματα με τουριστικά είδη, εξαιρουμένων των κοσμημάτων. Επίσης αρκετά καταστήματα βρίσκονται σε παλιά κτίρια, δεν έχουν ανανεωθεί και είναι φθαρμένα με κακή τοποθέτηση των προϊόντων, αποτελώντας αρνητική εικόνα για τους διερχόμενους δυνητικούς πελάτες στους οποίους δεν δημιουργείται η επιθυμία να εισέλθουν. Τέλος, πρέπει να αναφερθεί ότι η εξυπηρέτηση θεωρείται από τον τουρισμό μέτρια έως κακή. Η Κοιν.Σ.Επ. προκειμένου να περιμένει θετικά αποτελέσματα, οφείλει να αναγνωρίσει τα προαναφερθέντα φαινόμενα και να τα αποφύγει όχι μόνο κατά την έναρξη λειτουργίας της αλλά καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής της.

## **5.3. Στρατηγική**

### **5.3.1. Στόχοι**

1. Λειτουργία καταστήματος με τουριστικά προϊόντα κοντά στο parking τουριστικών λεωφορείων του αρχαιολογικού μουσείου της Αρχαίας Ολυμπίας, ή εναλλακτικά στην οδό Πραξιτέλους-Κονδύλη.
2. Εμπορία τουριστικών προϊόντων, αναμνηστικών και ειδών διατροφής και φροντίδας του ανθρώπινου σώματος, βασισμένα σε βιολογικά, τοπικά, αγροτικά προϊόντα, παραγόμενα κατά πλειοψηφία από τοπικούς παραγωγούς και βιοτέχνες, κατά προτίμηση γυναίκες, τα οποία να αποπνέουν το πνεύμα του Ολυμπισμού και της Αρχαίας Ολυμπίας.

### Προϊόντα:

- I. Προϊόντα προερχόμενα από το δένδρο ελιά και άλλα τοπικά είδη βοτάνων και αλάτων
  - II. Αναμνηστικά
  - III. Κοσμήματα
  - IV. Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής
  - V. Διάφορα προϊόντα παραγόμενα κατά παραγγελία
3. Ποιότητα των προϊόντων ανώτερη από τη μέση ποιότητα των τουριστικών προϊόντων του ανταγωνισμού.
  4. Απαιτούμενη αρχική επένδυση ύψους 5.991,51€
  5. Break Even Point που αντιστοιχεί σε πωλήσεις ύψους 251.055,71 €
  6. Ετήσιες εισπράξεις και καθαρά αποτελέσματα χρήσεως πρώτης πενταετίας χωρίς ΕΣΠΑ:

	<u>Πωλήσεις</u>	<u>Καθαρά Αποτελέσματα Χρήσεως</u>
2014 →	292.755,63 €	17.140,05 €
2015 →	319.821,73 €	31.562,65 €
2016 →	341.541,51 €	41.531,44 €
2017 →	356.140,43 €	48.231,95 €
2018 →	371.683,50 €	55.365,80 €

### 5.3.2. Βασικές Ικανότητες – Στρατηγικά Πλεονεκτήματα

#### 1. Σχεδιασμός προϊόντων

Ιδιαίτερος, καλαίσθητος σχεδιασμός προϊόντων, διαφοροποιημένος κατά την αισθητική των γυναικών-μελών της Κοιν.Σ.Επ. από τα συνηθισμένα προϊόντα που κυκλοφορούν στα τουριστικά καταστήματα της χώρας. Ο σχεδιασμός θα είναι προσανατολισμένος ιστορικά στους αρχαίους Ολυμπιακούς Αγώνες και στην αισθητική της εποχής.

#### 2. Ποιότητα προϊόντων τοπικής παραγωγής

Τα προϊόντα θα είναι ανώτερης ποιότητας από αυτά που κυκλοφορούν στην αγορά, θα είναι κατά το δυνατόν χειροποίητα κατασκευασμένα από γυναίκες της Ολυμπίας, ή εναλλακτικά από τοπικούς παραγωγούς και βιοτέχνες, ώστε να θεωρούνται αυθεντικά τοπικά προϊόντα, ανεβάζοντας έτσι την αξία τους.

#### 3. Εξυπηρέτηση πελατών

Η ποιότητα της εξυπηρέτησης πελατών θα εκτείνεται από την άριστη εξυπηρέτηση από την πλευρά των πωλητριών, μέχρι την παράδοση προϊόντων κατόπιν online παραγγελιών στο κρουαζιερόπλοιο ή στο λεωφορείο μεταφοράς των τουριστών και την επιβράβευση των αγορών με κάποιο συμβολικό δώρο.

#### 4. Κοινωνικός Χαρακτήρας της επιχείρησης

Σε κάθε πλευρά δράσεως της Κοιν.Σ.Επ. θα προβάλλεται η κοινωνική ευαισθησία και συμβολή της (CSR), σημαντικός παράγοντας προβολής της θετικής εικόνας της.

#### 5. On line πωλήσεις

Προτείνεται η δημιουργία e-shop με καταλόγους των διαθέσιμων προϊόντων και τη δυνατότητα αγορών με τη χρήση (smart-phones, tablets κλπ) από τουρίστες που θα φτάνουν στον Νομό Ηλείας με κρουαζιερόπλοια ή λεωφορεία. Η ενημέρωση για το e-shop θα γίνεται με διαφήμιση στις τηλεοράσεις του πλοίου, με διαφημιστικά φυλλάδια στα λεωφορεία, κατόπιν συνεννόησης με τα τουριστικά γραφεία, καθώς και με διάθεση διαφημιστικών φυλλαδίων στους χώρους συγκέντρωσης των τουριστικών λεωφορείων στο Κατάκολο και στην Αρχαία Ολυμπία.

#### 6. Συσκευασία

Το χαρτί περιτυλίγματος και η σακούλα μεταφοράς θα είναι από οικολογικό υλικό με τυπωμένα τα στοιχεία της Κοιν.Σ.Επ. . Σε κάθε συσκευασία το προϊόν θα συνοδεύεται και από μία κάρτα με πληροφορίες σχετικές με την ιστορική σημασία του αντικειμένου καθώς και με πληροφορίες για τον κοινωνικό χαρακτήρα και σκοπό της επιχείρησης και την Εταιρική Κοινωνική της Ευθύνη (CSR).

#### 7. Ιδιαίτερο τμήμα Marketing

Για μία τόσο μικρού μεγέθους επιχείρηση είναι ασυνήθιστη η ύπαρξη ξεχωριστού τμήματος Marketing. Ωστόσο, έχοντας ανάμεσα στα ιδρυτικά μέλη της Κοιν.Σ.Επ. την κυρία Αμπατζή Ευθυμία, η οποία έχει εργασιακή εμπειρία 23 ετών σε θέματα Marketing, η ύπαρξη ξεχωριστού τμήματος, το οποίο θα εκτελεί τις λειτουργίες Marketing θα εξασφαλίσει στην επιχείρηση τεράστια οφέλη.

### 5.3.3. Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα

#### 1. Τοποθεσία καταστήματος

Προτείνεται ως καταλληλότερο σημείο για το κατάστημα(περίπτερο) της επιχείρησης, το parking του Αρχαιολογικού Μουσείου της Αρχαίας Ολυμπίας. Ένα κατάστημα τουριστικών προϊόντων τοποθετημένο δίπλα σε αυτό το parking θα έχει πρόσβαση στο 100% του τουριστικού κοινού που διέρχεται από την Αρχαία Ολυμπία, σε αντίθεση με την οδό Πραξιτέλους – Κονδύλη όπου βρίσκονται τα περισσότερα καταστήματα τουριστικών ειδών, από την οποία περνάει μόνο ένα ποσοστό (25% – 50%), των επισκεπτών της Αρχαίας Ολυμπίας, αφού οι υπόλοιποι επιβιβάζονται στα λεωφορεία και οδεύουν σε επόμενο προορισμό. Η αδειοδότηση για εγκατάσταση περιπτέρου

στο σημείο μπορεί να εξασφαλιστεί χρησιμοποιώντας την κοινωνική ιδιότητα της επιχείρησης.

2. Σχεδιασμός και ποιότητα προϊόντων

Σχεδιασμός προϊόντων καλής ποιότητας, βασισμένος σε ιστορικά και παραδοσιακά τοπικά στοιχεία. Προϊόντα από τοπικές βιοτεχνίες και παραγωγούς, κατά προτίμηση γυναίκες της περιοχής (CSR), που εκφράζουν την τοπική κουλτούρα και αποπνέουν το πνεύμα του Ολυμπισμού.

3. Εξυπηρέτηση πελατών

Άριστη εξυπηρέτηση από επικοινωνιακές πωλήτριες.  
Online πωλήσεις και παράδοση στο κρουαζιερόπλοιο ή στο πούλμαν.  
Επιβράβευση των αγορών με συμβολικό δώρο.

4. Κοινωνικός χαρακτήρας επιχείρησης

Σε κάθε μορφή δράσεως της Κοιν.Σ.Επ. θα προβάλλεται η κοινωνική ευαισθησία και συμβολή της στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας (CSR), σημαντικός παράγοντας προβολής της θετικής εικόνας της.

5.3.4. Κύρια σημεία για την εξασφάλιση της επιτυχίας

1. Φροντίδα άριστης εικόνας καταστήματος
2. Άριστη εξυπηρέτηση πελατών και κοινωνικότητα πωλητριών
3. Επιβράβευση αγορών με συμβολικό δώρο
4. Εξάπλωση της καλής φήμης του Brandname “Women of Olympia” ( ή οποιουδήποτε άλλου συναφούς που να περιλαμβάνει τον παγκοσμίως αναγνωρίσιμο όρο OLYMPIA), του κοινωνικού της σκοπού και της αυθεντικότητας και καλής ποιότητας των προϊόντων της.
5. Προσεκτική επιλογή προϊόντων ώστε να συνδυάζουν το σύνολο των επιθυμητών ιδιοτήτων: Καλή ποιότητα, αυθεντικά προϊόντα παραγόμενα από γυναίκες κατά προτίμηση της Ολυμπίας, αποπνέουν το πνεύμα της Αρχαίας Ολυμπίας και του Ολυμπισμού.
6. Ομαδικό πνεύμα εργασιακής κουλτούρας  
Αποτελεσματική κατανομή ρόλων των μελών  
Σκοπός η εξυπηρέτηση των τουριστών –πελατών και η προβολή της τοπικής κοινωνίας  
Επικέντρωση στον σκοπό και όχι στο κέρδος
7. Αδιάκοπη αναζήτηση δυνητικών πελατών και νέων τρόπων εξυπηρέτησής τους
8. Αδιάκοπη αναζήτηση νέων προϊόντων (πάντα ένα βήμα μπροστά από τους ανταγωνιστές)
9. Σωστή οικονομική διαχείριση

### 5.3.5. Προτεραιότητες

1. Εκπόνηση πιο επικεντρωμένης έρευνας αγοράς
2. Εύρεση τοπικών παραγωγών που να παράγουν τα ζητούμενα προϊόντα με τις επιθυμητές προδιαγραφές, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς
3. Εύρεση έτερων καταστημάτων για αρχική διάθεση προϊόντων και μελέτη αποτελεσμάτων
4. Ενοικίαση καταστήματος στην Αρχαία Ολυμπία και εμπορία προϊόντων σύμφωνα με την έρευνα αγοράς και τα αποτελέσματα της αρχικής διάθεσης προϊόντων σε έτερα καταστήματα
5. Παράλληλη αναζήτηση ευκαιριών παραγωγής μεγάλων παραγγελιών

### 5.3.6. Στρατηγική Marketing

Η στρατηγική Marketing που προτείνεται αποτελεί μια πρώτη προσέγγιση του τρόπου με τον οποίο η Κοιν.Σ.Επ. θα επιτύχει την αποτελεσματική διείσδυση στην αγορά την οποία στοχεύει, την αγορά τουριστικών προϊόντων της Αρχαίας Ολυμπίας σε πρώτη φάση. Η προτεινόμενη στρατηγική εξαρτάται άμεσα από τα στοιχεία της ήδη εκπονημένης έρευνας αγοράς και γι' αυτό προτείνεται να τροποποιηθεί καταλλήλως κατόπιν πιο επικεντρωμένης έρευνας που θα γίνει σε δεύτερο χρόνο.

Επιπλέον να αναφερθεί ότι οι ποσότητες, οι τιμές, τα είδη των προϊόντων, ο τρόπος διάθεσης και προώθησης τους, θα μεταβάλλονται ανάλογα με τη ζήτηση και τις ανάγκες των πελατών οι οποίες θα προκύπτουν, δεδομένα τα οποία θα παρακολουθούνται συστηματικά από το τμήμα Marketing της επιχείρησης.

#### 5.3.6.1 Προϊόντα (Product)

Τα προϊόντα με τα οποία θα αρχίσει η εμπορική λειτουργία της επιχείρησης, τα οποία υποδηλώνονται σε γενικές γραμμές από την έρευνα αγοράς, προτείνεται να είναι τα παρακάτω:

Κατηγορίες προϊόντων

- I. Προϊόντα προερχόμενα από το δένδρο ελιά και άλλα τοπικά είδη βοτάνων και αλάτων
- II. Αναμνηστικά
- III. Κοσμήματα
- IV. Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής
- V. Διάφορα προϊόντα παραγόμενα κατά παραγγελία

Βάσει των ανωτέρω κατηγοριών και λαμβάνοντας υπόψη τον σκοπό της Κοιν.Σ.Επ. και τις πληροφορίες που αποκτήθηκαν από την έρευνα αγοράς που διεξήχθη, προτείνεται από το πρώτο στάδιο λειτουργίας της να γίνει εμπορία των παρακάτω προϊόντων.

- I. Προϊόντα προερχόμενα από το δένδρο ελιά και άλλα τοπικά είδη βοτάνων και αλάτων
  - i. Σαπούνι από ελαιόλαδο ΚΑΔ: 46.45.10.10
    1. Σαπουνάκια μικρά

2. Σαπούνια για το σπίτι
- ii. Κρέμες από ελαιόλαδο ΚΑΔ: 47.75.76.12
  - iii. Τοπικά βότανα (χαμομήλι, βάλσαμο, ρίγανη, βαλεριάνα) ΚΑΔ: 47.75.76.06
  - iv. Άλατα (λίμνης Καϊάφα) ΚΑΔ: 47.75.76.12
  - v. Ανθοιάματα - Αιθέρια Έλαια ΚΑΔ: 47.75.76.12
  - vi. Τσάι από φύλλα ελιάς ΚΑΔ: 47.75.76.06
  - vii. Κότινοι (στεφάνια από κλαδιά ελιάς) ΚΑΔ: 47.78.89.04
    - 1. Φυσικοί
    - 2. Διακοσμητικοί
- II. Αναμνηστικά ΚΑΔ: 47.78.89.04
- i. Δίσκος Εκεχειρίας (Δίσκος Ιφίτου)
  - ii. Κεραμικά σκεύη με παραστάσεις
  - iii. Αγαλματίδια
  - iv. Μαγνητικά πινάκια
  - v. Αξεσουάρ σπιτιού
    - 1. Σουβέρ
    - 2. Πετσέτες
    - 3. Σκεύη κουζίνας
    - 4. Μολυβοθήκες
    - 5. Κηροπήγια & ολυμπιακές δάδες
    - 6. Κούπες
  - vi. T-Shirts
  - vii. Baseball Caps
  - viii. Post Cards
  - ix. Αναπτήρες
  - x. Δαχτυλήθρες
  - xi. Μαχαίρια
  - xii. Τουριστικός Οδηγός (στην Αγγλική γλώσσα)
  - xiii. Βιβλία
  - xiv. Πίνακες ζωγραφικής
  - xv. Χειροτεχνίες
  - xvi. Καρφίτσες
  - xvii. Γυναικεία Ρούχα
  - xviii. Γυναικεία αξεσουάρ
    - 1. Τσάντες
    - 2. Πορτοφόλια
    - 3. Πασμίνες
    - 4. Διακοσμητικά για μαλλιά
- III. Κοσμήματα ΚΑΔ: 32.12.13.01, 32.12.13.02
- i. Περιλαίμια
  - ii. Βραχιόλια
  - iii. Σκουλαρίκια
  - iv. Δαχτυλίδια
- IV. Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής ΚΑΔ: 10.39.22.02
- i. Ελαιόλαδο

- ii. Ελιές
- iii. Γλυκά του κουταλιού
- iv. Ξύδι
- v. Πετιμέζι
- vi. Μέλι

- V. Διάφορα προϊόντα παραγόμενα κατά παραγγελία
  - i. Έπαθλα αγώνων (Διεθνές Τουρνουά Πάλης - ΟΛΥΜΠΙΑ 2013) ΚΑΔ: 46.90.10.06
  - ii. Κότινοι (Λύκεια 2013) ΚΑΔ: 46.90.10.06

Περιγραφή των προτεινόμενων προϊόντων παρουσιάζεται αναλυτικά στο 3<sup>ο</sup> Κεφάλαιο της παρούσας μελέτης «Τεχνικά Χαρακτηριστικά Επένδυσης» παράγραφος «3.α.ι.2. Περιγραφή Προϊόντων»

#### 5.3.6.2. Τιμολόγηση προϊόντων (Price)

Η τιμολόγηση των προϊόντων θα γίνει με βάση το κόστος προμήθειας ή παραγωγής τους και τις τιμές πώλησης του ανταγωνισμού για προϊόντα παρόμοια με αυτά που εμπορεύονται ανταγωνιστικές επιχειρήσεις στην περιοχή. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η Κοιν.Σ.Επ. θα προσπαθήσει να κερδίσει μερίδιο αγοράς από τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις θα πρέπει παρά την καλή ποιότητά της να προσφέρει ανταγωνιστικές τιμές. Μία επιλογή για την τιμή αυτών των προϊόντων λοιπόν είναι, να είναι μεγαλύτερη από το κόστος προμήθειάς τους κατά τουλάχιστον 125% και 10% κάτω από τη μέση τιμή που προσφέρει ο ανταγωνισμός.

Για τα προϊόντα που δεν κυκλοφορούν αλλά θα τα εισάγει για πρώτη φορά στην αγορά η Κοιν.Σ.Επ. οι τιμές θα κυμανθούν περίπου 150% πάνω από το κόστος προμήθειας, ή παραγωγής τους εφόσον παράγονται από την Κοιν.Σ.Επ. .

Σύμφωνα με τα παραπάνω καταλήγουμε στις εξής τιμές:

A/A	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΕΙΔΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ/ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ (-20% ΚΑΤΑΛΟΓΟΥ)	ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ/ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ	ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ ΑΠΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (150% ΜΑΡΚΟΥΠ Υ -10% ΤΙΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ )	ΚΕΡΔΟΣ ΑΝΑ ΤΕΜΑΧΙΟ	Markup (%)	Profit margin (%)
	I								
101		ΣΑΠΟΥΝΙΑ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (ΜΙΚΡΑ)	0.376	0.47	-	0.94	0.56	150.00%	60.00%
102		ΣΑΠΟΥΝΙΑ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (ΜΕΓΑΛΑ)	0.96	1.20	3.00	2.70	1.74	181.25%	64.44%
103		ΚΡΕΜΕΣ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (1)	3.68	4.60	10.00	9.00	5.32	144.57%	59.11%
104		ΣΑΜΠΟΥΑΝ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	5.2	6.50		13.00	7.80	150.00%	60.00%
105		ΤΟΠΙΚΑ ΒΟΤΑΝΑ	0.72	0.90	5.50	4.95	4.23	587.50%	85.45%
106		ΑΛΑΤΑ (ΛΙΜΝΗΣ ΚΑΪΑΦΑ)	2.96	3.70	8.00	7.20	4.24	143.24%	58.89%
107		ΑΝΘΟΪΑΜΑΤΑ - ΑΙΘΕΡΙΑ ΕΛΑΙΑ	4.72	5.90	13.20	11.88	7.16	151.69%	60.27%
108		ΤΣΑΪ ΑΠΟ ΦΥΛΛΑ ΕΛΙΑΣ	3.76	4.70	-	9.40	5.64	150.00%	60.00%
109		ΦΥΣΙΚΟΣ ΚΟΤΙΝΟΣ	0.16	0.20	-	1.00	0.84	525.00%	84.00%
110		ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΟΣ ΚΟΤΙΝΟΣ (ΕΠΙΧΡΩΜΙΩΜΕΝΟΣ)	6.4	8.00	-	16.00	9.60	150.00%	60.00%
	II								
201		ΔΙΣΚΟΣ ΕΚΕΧΕΙΡΙΑΣ (ΔΙΣΚΟΣ ΙΦΙΤΟΥ) - ΜΕΤΑΛΛΙΚΟΣ	8	10.00	-	20.00	12.00	150.00%	60.00%
202		ΔΙΣΚΟΣ ΕΚΕΧΕΙΡΙΑΣ (ΔΙΣΚΟΣ ΙΦΙΤΟΥ) - ΚΕΡΑΜΙΚΟΣ	4	5.00	-	10.00	6.00	150.00%	60.00%
203		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (1)	2.4	3.00	-	6.00	3.60	150.00%	60.00%
204		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (2)	4	5.00	10.00	9.00	5.00	125.00%	55.56%
205		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (3)	16	20.00	-	40.00	24.00	150.00%	60.00%
206		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (4)	55.2	69.00	-	138.00	82.80	150.00%	60.00%
207		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (1)	2.4	3.00	-	6.00	3.60	150.00%	60.00%
208		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (2)	8	10.00	-	20.00	12.00	150.00%	60.00%
209		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (3)	16	20.00	-	40.00	24.00	150.00%	60.00%
210		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (4)	40	50.00	-	100.00	60.00	150.00%	60.00%
211		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (5)	80	100.00	-	200.00	120.00	150.00%	60.00%
212		ΜΑΓΝΗΤΙΚΑ ΠΙΝΑΚΙΑ (ΜΑΓΝΗΤΑΚΙΑ) - (1)	0.4	0.50	2.00	1.80	1.40	350.00%	77.78%
213		ΜΑΓΝΗΤΙΚΑ ΠΙΝΑΚΙΑ (ΜΑΓΝΗΤΑΚΙΑ) - (2)	1.2	1.50	3.00	2.70	1.50	125.00%	55.56%
214		ΣΟΥΒΕΡ	3.728	4.66	8.50	7.65	3.92	105.20%	51.27%
215		ΠΕΤΣΕΤΕΣ	3.328	4.16	-	8.32	4.99	150.00%	60.00%
216		ΣΚΕΥΗ ΚΟΥΖΙΝΑΣ	0.96	1.20	3.83	3.45	2.49	259.06%	72.15%
217		ΜΟΛΥΒΟΘΗΚΕΣ	3.056	3.82	7.64	6.88	3.82	125.00%	55.56%
218		ΚΗΡΟΠΗΓΙΑ & ΟΛΥΜΠΙΑΚΕΣ ΔΑΔΕΣ	4.792	5.99	-	11.98	7.19	150.00%	60.00%
219		ΚΟΥΠΕΣ	0.72	0.90	4.00	3.60	2.88	400.00%	80.00%
220		T-SHIRTS (1)	2.8	3.50	12.00	10.80	8.00	285.71%	74.07%
221		T-SHIRTS (2)	6.4	8.00	20.00	18.00	11.60	181.25%	64.44%
222		BASEBALL CAPS	2.4	3.00	7.00	6.30	3.90	162.50%	61.90%
223		POST CARDS (1)	0.44	0.55	1.50	1.35	0.91	206.82%	67.41%
224		POST CARDS ΣΕΤ ΤΩΝ 9 ΤΕΜΑΧΙΩΝ (2)	1.656	2.07	4.00	3.60	1.94	117.39%	54.00%
225		ΑΝΑΠΤΗΡΕΣ	0.52	0.65	1.50	1.35	0.83	159.62%	61.48%
226		ΔΑΧΤΥΛΗΘΡΕΣ	0.48	0.60	-	1.20	0.72	150.00%	60.00%
227		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (1)	5.6	7.00	-	14.00	8.40	150.00%	60.00%
228		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (2)	24	30.00	-	60.00	36.00	150.00%	60.00%
229		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (3)	80	100.00	-	200.00	120.00	150.00%	60.00%
230		ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ (ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ)	6.08	7.60	-	15.20	9.12	150.00%	60.00%
231		ΒΙΒΛΙΑ (1)	2	2.50	5.00	4.50	2.50	125.00%	55.56%
232		ΒΙΒΛΙΑ (2)	6	7.50	15.00	13.50	7.50	125.00%	55.56%
233		ΠΙΝΑΚΕΣ ΖΩΓΡΑΦΙΚΗΣ (1)	3.816	4.77	-	9.54	5.72	150.00%	60.00%
234		ΠΙΝΑΚΕΣ ΖΩΓΡΑΦΙΚΗΣ (2)	18	22.50	-	45.00	27.00	150.00%	60.00%
235		ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΕΣ (1)	5.6	7.00	-	14.00	8.40	150.00%	60.00%
236		ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΕΣ (2)	16	20.00	-	40.00	24.00	150.00%	60.00%
237		ΚΑΡΦΙΤΣΕΣ	1.12	1.40	-	2.80	1.68	150.00%	60.00%
238		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (1)	6.4	8.00	-	16.00	9.60	150.00%	60.00%
239		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (2)	11.92	14.90	-	29.80	17.88	150.00%	60.00%
240		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (3)	20	25.00	-	50.00	30.00	150.00%	60.00%
241		ΤΣΑΝΤΕΣ	12.72	15.90	-	31.80	19.08	150.00%	60.00%
242		ΠΟΡΤΟΦΟΛΙΑ	4	5.00	-	10.00	6.00	150.00%	60.00%
243		ΠΑΣΜΙΝΕΣ	1.84	2.30	-	4.60	2.76	150.00%	60.00%
244		ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΓΙΑ ΜΑΛΛΙΑ	2.4	3.00	-	6.00	3.60	150.00%	60.00%
	III								
301		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (1)	1.32	1.65	5.00	4.50	3.18	240.91%	70.67%
302		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (2)	4	5.00	10.00	9.00	5.00	125.00%	55.56%
303		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (3)	8	10.00	20.00	18.00	10.00	125.00%	55.56%
304		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (4)	20	25.00	50.00	45.00	25.00	125.00%	55.56%
305		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (5)	56	70.00	150.00	135.00	79.00	141.07%	58.52%
306		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (6)	112	140.00	280.00	252.00	140.00	125.00%	55.56%
	IV								
401		ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	2.912	3.64	6.50	5.85	2.94	100.89%	50.22%
402		ΕΛΙΕΣ	2	2.50	-	5.00	3.00	150.00%	60.00%
403		ΓΛΥΚΑ ΤΟΥ ΚΟΥΤΑΛΙΟΥ	3.2	4.00	-	8.00	4.80	150.00%	60.00%
404		ΕΥΔΙ	1.28	1.60	-	3.20	1.92	150.00%	60.00%
405		ΠΕΤΙΜΕΖΙ	4.08	5.10	-	10.20	6.12	150.00%	60.00%
406		ΜΕΛΙ	3.32	4.15	-	8.30	4.98	150.00%	60.00%
	V								
501		ΕΠΑΘΛΑ ΑΓΩΝΩΝ	2.4	3.00	-	6.00	3.60	150.00%	60.00%



#### 5.3.6.3. Διάθεση προϊόντων (Place)

- I. Κατ' αρχήν η διάθεση των προϊόντων θα γίνεται στο κατάστημα της Κοιν.Σ.Επ. στην Αρχαία Ολυμπία, το οποίο θα έχει τυπική μορφή καταστήματος τουριστικών ειδών. Στην καλύτερη περίπτωση θα βρίσκεται δίπλα στο parking του αρχαιολογικού μουσείου της Αρχαίας Ολυμπίας, διαφορετικά θα βρίσκεται στην οδό Πραξιτέλους – Κονδύλη, όπου βρίσκονται και τα περισσότερα καταστήματα τουριστικών ειδών της περιοχής.

Αν εγκριθεί άδεια τοποθέτησης περιπτέρου στην περιοχή του parking του μουσείου, η διάθεση των προϊόντων θα γίνεται με απευθείας αγορές των πελατών από το κατάστημα, στο οποίο τα προϊόντα θα βρίσκονται με κατάλληλο τρόπο τοποθετημένα σε βιτρίνες, ράφια και κρεμάστες, ώστε να φαίνονται καθαρά οι ιδιότητες του και να είναι θελκτικά στα μάτια του υποψήφιου πελάτη.

- II. Στο internet μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος της Κοιν.Σ.Επ.

Θα λειτουργήσει ιστοσελίδα και ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) στο διαδίκτυο, στο οποίο θα μπορούν υποψήφιοι πελάτες να έχουν πρόσβαση σε κατάλογο με τα προϊόντα της επιχείρησης και να εκτελούν παραγγελίες από το ηλεκτρονικό τους μέσο (ηλεκτρονικό υπολογιστή, i-phone, tablet κ.τ.λ.), είτε από το σπίτι, είτε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους, για παράδειγμα από το κρουαζιερόπλοιο.

Στην πρώτη περίπτωση τα προϊόντα θα παραδίδονται με ταχυδρομική αποστολή στην διεύθυνση του πελάτη, όπου τα έξοδα αποστολής θα βαρύνουν τον παραλήπτη. Στην δεύτερη περίπτωση θα υπάρχει υπάλληλος σε ετοιμότητα για απευθείας παράδοση, των προϊόντων στην τοποθεσία που βρίσκεται ο πελάτης εφόσον βρίσκεται εντός νομού, ακόμη και στο κρουαζιερόπλοιο ή στο τουριστικό λεωφορείο, όταν φυσικά βρίσκονται στο λιμάνι του Κατακόλου ή σε parking αντίστοιχα.

- III. Σε δεύτερη φάση και αφού σταθεροποιηθεί η λειτουργία της επιχείρησης, διάθεση προϊόντων θα γίνεται σε stand διαφόρων καταστημάτων που βρίσκονται σε περιοχές με υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Το τμήμα Marketing θα αναζητά διαρκώς ευκαιρίες συνεργασίας με καταστήματα τουριστικών ειδών, στα οποία θα στέλνουν προϊόντα τους και θα τους παραχωρείται ποσοστό από τα κέρδη. Η πρόταση αυτή απαιτεί ιδιαίτερο σχεδιασμό, καθώς θα πρέπει να γίνεται έρευνα αγοράς για κάθε υποψήφια αγορά στην οποία πρόκειται να γίνει διείσδυση με αυτόν τον τρόπο.

#### 5.3.6.4. Προώθηση προϊόντων (Promotion)

##### I. Διαφημιστικά φυλλάδια

Στα διαφημιστικά φυλλάδια θα αναφέρεται καθαρά η επωνυμία της Κοιν.Σ.Επ., ο σκοπός της, ο κοινωνικός χαρακτήρας της (CSR), θα προβάλεται η καλή ποιότητα των προϊόντων της, τα τοπικά τους χαρακτηριστικά, οι οικονομικές τιμές τους και η δυνατότητα άμεσης παράδοσης των προϊόντων στο πλοίο, στο λεωφορείο ή αλλού, εφ'όσον γίνουν οι αγορές ηλεκτρονικά.

Επίσης θα αναφέρονται η διεύθυνση του καταστήματος σε μικρό χάρτη της περιοχής, η ηλεκτρονική διεύθυνση όπου θα παρουσιάζονται τα στοιχεία της επιχείρησης και τα προϊόντα της και η σελίδα του e-shop όπου θα υπάρχει κατάλογος με τα διαθέσιμα προϊόντα.

Διαφημιστικά φυλλάδια θα μοιράζονται:

- i. στο parking τουριστικών λεωφορείων του αρχαιολογικού μουσείου της Αρχαίας Ολυμπίας
- ii. στο parking τουριστικών λεωφορείων του λιμένος του Κατακόλου
- iii. μέσα στα κρουαζιερόπλοια κατόπιν συνεννοήσεως με τα τουριστικά γραφεία
- iv. μέσα σε κάποια από τα τουριστικά λεωφορεία

##### II. Online διαφήμιση του καταστήματος και του e-shop, σε site υψηλής επισκεψιμότητας σχετικά με την Αρχαία Ολυμπία.

##### III. Προώθηση των προϊόντων μέσω της ιστοσελίδας της Κοιν.Σ.Επ. και της σελίδας στο facebook ή αλλού.

Στην ιστοσελίδα και στη σελίδα στο facebook θα αναφέρεται η επωνυμία της Κοιν.Σ.Επ., ο σκοπός της, ο κοινωνικός χαρακτήρας της (CSR), θα προβάλεται η καλή ποιότητα των προϊόντων της, τα τοπικά τους χαρακτηριστικά, οι οικονομικές τιμές τους και η δυνατότητα άμεσης παράδοσης των προϊόντων στο πλοίο, στο λεωφορείο ή αλλού, εφ'όσον γίνουν οι αγορές ηλεκτρονικά από το e-shop.

##### IV. Διαφήμιση στις τηλεοράσεις των κρουαζιεροπλοίων

Θα διαφημίζεται η Κοιν.Σ.Επ. στις τηλεοράσεις των κρουαζιεροπλοίων όσο αυτά θα κινούνται με προορισμό το Κατάκολο. Θα αναφέρεται επιπλέον η δυνατότητα αγοράς αυθεντικών τοπικών προϊόντων εκείνη τη στιγμή με σύνδεση από τον φορητό υπολογιστή ή smart phone με το e-shop και η παράδοση αυτών στο πλοίο πριν αυτό αναχωρήσει ή αλλού. Η παραπάνω διαδικασία θα υλοποιηθεί όταν σταθεροποιηθεί η λειτουργία της επιχείρησης και δημιουργηθεί η οικονομική δυνατότητα για κάτι τέτοιο.

##### V. Μαζί με κάθε αγορά θα δίνεται μέσα στη σακούλα και κάποιο μονοσέλιδο ενημερωτικό έντυπο που θα συνδέει την ιστορία της Ολυμπίας και τον

σκοπό των γυναικών της Ολυμπίας, με την κατηγορία των προϊόντων που αγοράστηκαν, αναβαθμίζοντας έτσι τον πνευματικό χαρακτήρα των αγορών και κατ' επέκταση την αξία των προϊόντων και της Κοιν.Σ.Επ. .

VI. Προτείνεται παράλληλα με την ιδιαίτερα ευγενική και κοινωνική συμπεριφορά των πωλητριών, η προσφορά στους υποψήφιους πελάτες ενός συμβολικού δώρου, (π.χ. ένα μικρό κυπελάκι γλυκό του κουταλιού από αυτά τα οποία θα πωλούνται στο κατάστημα). Η πράξη αυτή εφόσον γίνεται διακριτικά, θα δημιουργεί θετική εικόνα για το κατάστημα, θα προωθεί τα γλυκά του κουταλιού και θα δημιουργεί στον υποψήφιο πελάτη την υποχρέωση να αγοράσει έστω και κάτι οικονομικό.

### 5.3.7. Budgets

#### I. Budget Παραγωγής

Οι παραγγελίες των προϊόντων θα γίνονται 2 μήνες πριν τον μήνα που προβλέπεται ότι θα πωληθούν, ώστε να παραλαμβάνονται εγκαίρως (το αργότερο 2 μήνες μετά την παραγγελία) για να υπάρχει το περιθώριο να βρεθούν αντικαταστάτες προμηθευτές σε περίπτωση που δημιουργηθούν προβλήματα στην παραγωγή κάποιων προμηθευτών.

#### II. Budget Πωλήσεων και Budget Κόστους Πωληθέντων

Οι πληρωμές κόστους των παραγγελιών θα γίνονται στους προμηθευτές 4 μήνες μετά την παραγγελία (2 μήνες μετά την παραλαβή).

#### III. Budget payroll – αμοιβών και άλλων εξόδων

#### IV. Budget ΦΠΑ

#### V. Budget υποχρεώσεων προς προμηθευτές

Ακολουθούν οι πίνακες των παραπάνω αναφερόμενων προϋπολογισμών:

<b>Προβλέψεις αριθμού τεμαχίων που θα πωληθούν ανά μήνα 2014-2018</b>							
2014	Εποχικότητα Τουριστικών Αφίξεων στην Ελλάδα	Συνολικός Αριθμός Τεμαχίων	Αριθμός Τεμαχίων	Αριθμός Τεμαχίων	Αριθμός Τεμαχίων	Αριθμός Τεμαχίων	Αριθμός Τεμαχίων >50.10 € (6.74%)
			0.50 € - 5.00 € (49.44%)	5.10 € - 10.00 € (17.98%)	10.10 € - 20.00 € (19.10%)	20.10 € - 50.00 € (6.74%)	
Ιανουάριος	2.30%	354.84	175.43	63.80	67.77	23.92	23.92
Φεβρουάριος	1.70%	262.27	129.67	47.16	50.09	17.68	17.68
Μάρτιος	2.30%	354.84	175.43	63.80	67.77	23.92	23.92
Απρίλιος	4%	617.11	305.10	110.96	117.87	41.59	41.59
Μάιος	7.60%	1172.50	579.69	210.82	223.95	79.03	79.03
Ιούνιος	13.20%	2036.45	1006.82	366.15	388.96	137.26	137.26
Ιούλιος	18.50%	2854.12	1411.08	513.17	545.14	192.37	192.37
Αύγουστος	21.10%	3255.24	1609.39	585.29	621.75	219.40	219.40
Σεπτέμβριος	16.30%	2514.71	1243.27	452.15	480.31	169.49	169.49
Οκτώβριος	8.40%	1295.93	640.71	233.01	247.52	87.35	87.35
Νοέμβριος	2.50%	385.69	190.69	69.35	73.67	26.00	26.00
Δεκέμβριος	2.10%	323.98	160.18	58.25	61.88	21.84	21.84
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100.0%</b>	<b>15427.68</b>	<b>7627.44</b>	<b>2773.90</b>	<b>2946.69</b>	<b>1039.83</b>	<b>1039.83</b>
<b>2015</b>							
Ιανουάριος	2.30%	387.64	191.65	69.70	74.04	26.13	26.13
Φεβρουάριος	1.70%	286.52	141.65	51.52	54.72	19.31	19.31
Μάρτιος	2.30%	387.64	191.65	69.70	74.04	26.13	26.13
Απρίλιος	4%	674.16	333.30	121.21	128.76	45.44	45.44
Μάιος	7.60%	1280.90	633.28	230.31	244.65	86.33	86.33
Ιούνιος	13.20%	2224.73	1099.91	400.01	424.92	149.95	149.95
Ιούλιος	18.50%	3117.99	1541.54	560.62	595.54	210.15	210.15
Αύγουστος	21.10%	3556.20	1758.18	639.40	679.23	239.69	239.69
Σεπτέμβριος	16.30%	2747.20	1358.22	493.95	524.72	185.16	185.16
Οκτώβριος	8.40%	1415.74	699.94	254.55	270.41	95.42	95.42
Νοέμβριος	2.50%	421.35	208.32	75.76	80.48	28.40	28.40
Δεκέμβριος	2.10%	353.93	174.99	63.64	67.60	23.86	23.86
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100.0%</b>	<b>16854.01</b>	<b>8332.62</b>	<b>3030.35</b>	<b>3219.12</b>	<b>1135.96</b>	<b>1135.96</b>
<b>2016</b>							
Ιανουάριος	2.30%	413.97	204.67	74.43	79.07	27.90	27.90
Φεβρουάριος	1.70%	305.98	151.27	55.01	58.44	20.62	20.62
Μάρτιος	2.30%	413.97	204.67	74.43	79.07	27.90	27.90
Απρίλιος	4%	719.94	355.94	129.45	137.51	48.52	48.52
Μάιος	7.60%	1367.89	676.29	245.95	261.27	92.20	92.20
Ιούνιος	13.20%	2375.82	1174.60	427.17	453.78	160.13	160.13
Ιούλιος	18.50%	3329.74	1646.22	598.69	635.98	224.42	224.42
Αύγουστος	21.10%	3797.71	1877.59	682.83	725.36	255.97	255.97
Σεπτέμβριος	16.30%	2933.77	1450.46	527.49	560.35	197.74	197.74
Οκτώβριος	8.40%	1511.88	747.47	271.84	288.77	101.90	101.90
Νοέμβριος	2.50%	449.97	222.46	80.90	85.94	30.33	30.33
Δεκέμβριος	2.10%	377.97	186.87	67.96	72.19	25.48	25.48
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100.0%</b>	<b>17998.60</b>	<b>8898.51</b>	<b>3236.15</b>	<b>3437.73</b>	<b>1213.11</b>	<b>1213.11</b>
<b>2017</b>							
Ιανουάριος	2.30%	431.66	213.41	77.61	82.45	29.09	29.09
Φεβρουάριος	1.70%	319.05	157.74	57.37	60.94	21.50	21.50
Μάρτιος	2.30%	431.66	213.41	77.61	82.45	29.09	29.09
Απρίλιος	4%	750.72	371.15	134.98	143.39	50.60	50.60
Μάιος	7.60%	1426.36	705.19	256.46	272.44	96.14	96.14
Ιούνιος	13.20%	2477.37	1224.81	445.43	473.18	166.97	166.97
Ιούλιος	18.50%	3472.07	1716.59	624.28	663.17	234.02	234.02
Αύγουστος	21.10%	3960.04	1957.84	712.01	756.37	266.91	266.91
Σεπτέμβριος	16.30%	3059.17	1512.46	550.04	584.30	206.19	206.19
Οκτώβριος	8.40%	1576.51	779.43	283.46	301.11	106.26	106.26
Νοέμβριος	2.50%	469.20	231.97	84.36	89.62	31.62	31.62
Δεκέμβριος	2.10%	394.13	194.86	70.86	75.28	26.56	26.56
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100.0%</b>	<b>18767.94</b>	<b>9278.87</b>	<b>3374.48</b>	<b>3584.68</b>	<b>1264.96</b>	<b>1264.96</b>
<b>2018</b>							
Ιανουάριος	2.30%	450.50	222.73	81.00	86.05	30.36	30.36
Φεβρουάριος	1.70%	332.98	164.63	59.87	63.60	22.44	22.44
Μάρτιος	2.30%	450.50	222.73	81.00	86.05	30.36	30.36
Απρίλιος	4%	783.48	387.35	140.87	149.64	52.81	52.81
Μάιος	7.60%	1488.61	735.97	267.65	284.33	100.33	100.33
Ιούνιος	13.20%	2585.49	1278.27	464.87	493.83	174.26	174.26
Ιούλιος	18.50%	3623.60	1791.51	651.52	692.11	244.23	244.23
Αύγουστος	21.10%	4132.86	2043.29	743.09	789.38	278.56	278.56
Σεπτέμβριος	16.30%	3192.69	1578.46	574.04	609.80	215.19	215.19
Οκτώβριος	8.40%	1645.31	813.44	295.83	314.25	110.89	110.89
Νοέμβριος	2.50%	489.68	242.10	88.04	93.53	33.00	33.00
Δεκέμβριος	2.10%	411.33	203.36	73.96	78.56	27.72	27.72
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>100.0%</b>	<b>19587.03</b>	<b>9683.83</b>	<b>3521.75</b>	<b>3741.12</b>	<b>1320.17</b>	<b>1320.17</b>

**Προβλέψεις παραγγελιών τεμαχίων ανά μήνα 2014-2018**

2013-2014	Συνολική Παραγγελία Τεμαχίων	Αριθμός Τεμαχίων 0.50 € - 5.00 € (49.44%)	Αριθμός Τεμαχίων 5.10 € - 10.00 € (17.98%)	Αριθμός Τεμαχίων 10.10 € - 20.00 € (19.10%)	Αριθμός Τεμαχίων 20.10 € - 50.00 € (6.74%)	Αριθμός Τεμαχίων >50.10 € (6.74%)
Νοέμβριος '13	354.84	175.43	63.80	67.77	23.92	23.92
Δεκέμβριος '13	262.27	129.67	47.16	50.09	17.68	17.68
Ιανουάριος '14	354.84	175.43	63.80	67.77	23.92	23.92
Φεβρουάριος '14	617.11	305.10	110.96	117.87	41.59	41.59
Μάρτιος '14	1172.50	579.69	210.82	223.95	79.03	79.03
Απρίλιος '14	2036.45	1006.82	366.15	388.96	137.26	137.26
Μάιος '14	2854.12	1411.08	513.17	545.14	192.37	192.37
Ιούνιος '14	3255.24	1609.39	585.29	621.75	219.40	219.40
Ιούλιος '14	2514.71	1243.27	452.15	480.31	169.49	169.49
Αύγουστος '14	1295.93	640.71	233.01	247.52	87.35	87.35
Σεπτέμβριος '14	385.69	190.69	69.35	73.67	26.00	26.00
Οκτώβριος '14	323.98	160.18	58.25	61.88	21.84	21.84
Νοέμβριος '14	387.64	191.65	69.70	74.04	26.13	26.13
Δεκέμβριος '14	286.52	141.65	51.52	54.72	19.31	19.31
2015						
Ιανουάριος	387.64	191.65	69.70	74.04	26.13	26.13
Φεβρουάριος	674.16	333.30	121.21	128.76	45.44	45.44
Μάρτιος	1280.90	633.28	230.31	244.65	86.33	86.33
Απρίλιος	2224.73	1099.91	400.01	424.92	149.95	149.95
Μάιος	3117.99	1541.54	560.62	595.54	210.15	210.15
Ιούνιος	3556.20	1758.18	639.40	679.23	239.69	239.69
Ιούλιος	2747.20	1358.22	493.95	524.72	185.16	185.16
Αύγουστος	1415.74	699.94	254.55	270.41	95.42	95.42
Σεπτέμβριος	421.35	208.32	75.76	80.48	28.40	28.40
Οκτώβριος	353.93	174.99	63.64	67.60	23.86	23.86
Νοέμβριος	413.97	204.67	74.43	79.07	27.90	27.90
Δεκέμβριος	305.98	151.27	55.01	58.44	20.62	20.62
2016						
Ιανουάριος	413.97	204.67	74.43	79.07	27.90	27.90
Φεβρουάριος	719.94	355.94	129.45	137.51	48.52	48.52
Μάρτιος	1367.89	676.29	245.95	261.27	92.20	92.20
Απρίλιος	2375.82	1174.60	427.17	453.78	160.13	160.13
Μάιος	3329.74	1646.22	598.69	635.98	224.42	224.42
Ιούνιος	3797.71	1877.59	682.83	725.36	255.97	255.97
Ιούλιος	2933.77	1450.46	527.49	560.35	197.74	197.74
Αύγουστος	1511.88	747.47	271.84	288.77	101.90	101.90
Σεπτέμβριος	449.97	222.46	80.90	85.94	30.33	30.33
Οκτώβριος	377.97	186.87	67.96	72.19	25.48	25.48
Νοέμβριος	431.66	213.41	77.61	82.45	29.09	29.09
Δεκέμβριος	319.05	157.74	57.37	60.94	21.50	21.50
2017						
Ιανουάριος	431.66	213.41	77.61	82.45	29.09	29.09
Φεβρουάριος	750.72	371.15	134.98	143.39	50.60	50.60
Μάρτιος	1426.36	705.19	256.46	272.44	96.14	96.14
Απρίλιος	2477.37	1224.81	445.43	473.18	166.97	166.97
Μάιος	3472.07	1716.59	624.28	663.17	234.02	234.02
Ιούνιος	3960.04	1957.84	712.01	756.37	266.91	266.91
Ιούλιος	3059.17	1512.46	550.04	584.30	206.19	206.19
Αύγουστος	1576.51	779.43	283.46	301.11	106.26	106.26
Σεπτέμβριος	469.20	231.97	84.36	89.62	31.62	31.62
Οκτώβριος	394.13	194.86	70.86	75.28	26.56	26.56
Νοέμβριος	450.50	222.73	81.00	86.05	30.36	30.36
Δεκέμβριος	332.98	164.63	59.87	63.60	22.44	22.44
2018						
Ιανουάριος	450.50	222.73	81.00	86.05	30.36	30.36
Φεβρουάριος	783.48	387.35	140.87	149.64	52.81	52.81
Μάρτιος	1488.61	735.97	267.65	284.33	100.33	100.33
Απρίλιος	2585.49	1278.27	464.87	493.83	174.26	174.26
Μάιος	3623.60	1791.51	651.52	692.11	244.23	244.23
Ιούνιος	4132.86	2043.29	743.09	789.38	278.56	278.56
Ιούλιος	3192.69	1578.46	574.04	609.80	215.19	215.19
Αύγουστος	1645.31	813.44	295.83	314.25	110.89	110.89
Σεπτέμβριος	489.68	242.10	88.04	93.53	33.00	33.00
Οκτώβριος	411.33	203.36	73.96	78.56	27.72	27.72
Νοέμβριος	470.14	232.44	84.53	89.80	31.69	31.69
Δεκέμβριος	347.50	171.80	62.48	66.37	23.42	23.42

<b>Προβλέψεις Πωλήσεων ανά μήνα 2014-2018</b>						
<b>2014</b>	<b>Συνολικές Πωλήσεις (€)</b>	<b>Πωλήσεις Κατηγορίας 0.50 € - 5.00 €</b>	<b>Πωλήσεις Κατηγορίας 5.10 € - 10.00 €</b>	<b>Πωλήσεις Κατηγορίας 10.10 € - 20.00 €</b>	<b>Πωλήσεις Κατηγορίας 20.10 € - 50.00 €</b>	<b>Πωλήσεις Κατηγορίας &gt;50.10 €</b>
Ιανουάριος	6,733.38	559.63	500.83	1,004.41	961.42	3,706.98
Φεβρουάριος	4,976.85	413.64	370.18	742.39	710.62	2,739.94
Μάρτιος	6,733.38	559.63	500.83	1,004.41	961.42	3,706.98
Απρίλιος	11,710.23	973.26	871.00	1,746.80	1,672.04	6,446.92
Μάιος	22,249.43	1,849.20	1,654.91	3,318.91	3,176.88	12,249.15
Ιούνιος	38,643.74	3,211.76	2,874.31	5,764.43	5,517.73	21,274.83
Ιούλιος	54,159.79	4,501.34	4,028.39	8,078.93	7,733.18	29,817.00
Αύγουστος	61,771.44	5,133.96	4,594.54	9,214.35	8,820.01	34,007.50
Σεπτέμβριος	47,719.17	3,966.04	3,549.34	7,118.19	6,813.56	26,271.19
Οκτώβριος	24,591.47	2,043.85	1,829.11	3,668.27	3,511.28	13,538.53
Νοέμβριος	7,318.89	608.29	544.38	1,091.75	1,045.02	4,029.32
Δεκέμβριος	6,147.87	510.96	457.28	917.07	877.82	3,384.63
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>292,755.64</b>	<b>24,331.55</b>	<b>21,775.09</b>	<b>43,669.90</b>	<b>41,800.99</b>	<b>161,172.96</b>
<b>2015</b>						
Ιανουάριος	7,355.90	611.36	547.13	1,097.27	1,050.31	4,049.70
Φεβρουάριος	5,436.97	451.88	404.40	811.02	776.32	2,993.26
Μάρτιος	7,355.90	611.36	547.13	1,097.27	1,050.31	4,049.70
Απρίλιος	12,792.87	1,063.24	951.53	1,908.29	1,826.62	7,042.95
Μάιος	24,306.45	2,020.16	1,807.91	3,625.76	3,470.59	13,381.61
Ιούνιος	42,216.47	3,508.70	3,140.05	6,297.36	6,027.86	23,241.75
Ιούλιος	59,167.02	4,917.50	4,400.83	8,825.85	8,448.14	32,573.66
Αύγουστος	67,482.39	5,608.61	5,019.32	10,066.24	9,635.44	37,151.59
Σεπτέμβριος	52,130.94	4,332.71	3,877.49	7,776.29	7,443.49	28,700.04
Οκτώβριος	26,865.03	2,232.81	1,998.21	4,007.41	3,835.91	14,790.20
Νοέμβριος	7,995.54	664.53	594.71	1,192.68	1,141.64	4,401.85
Δεκέμβριος	6,716.26	558.20	499.55	1,001.85	958.98	3,697.55
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>319,821.73</b>	<b>26,581.07</b>	<b>23,788.26</b>	<b>47,707.30</b>	<b>45,665.61</b>	<b>176,073.86</b>
<b>2016</b>						
Ιανουάριος	7,855.45	652.88	584.29	1,171.79	1,121.64	4,324.72
Φεβρουάριος	5,806.21	482.57	431.86	866.10	829.04	3,196.53
Μάρτιος	7,855.45	652.88	584.29	1,171.79	1,121.64	4,324.72
Απρίλιος	13,661.66	1,135.45	1,016.15	2,037.89	1,950.67	7,521.26
Μάιος	25,957.15	2,157.35	1,930.69	3,871.99	3,706.28	14,290.39
Ιούνιος	45,083.48	3,746.98	3,353.30	6,725.03	6,437.23	24,820.15
Ιούλιος	63,185.18	5,251.46	4,699.70	9,425.23	9,021.87	34,785.81
Αύγουστος	72,065.26	5,989.50	5,360.20	10,749.86	10,289.81	39,674.63
Σεπτέμβριος	55,671.27	4,626.96	4,140.81	8,304.39	7,949.00	30,649.12
Οκτώβριος	28,689.49	2,384.44	2,133.92	4,279.57	4,096.42	15,794.64
Νοέμβριος	8,538.54	709.66	635.09	1,273.68	1,219.17	4,700.79
Δεκέμβριος	7,172.37	596.11	533.48	1,069.89	1,024.10	3,948.66
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>341,541.51</b>	<b>28,386.25</b>	<b>25,403.77</b>	<b>50,947.21</b>	<b>48,766.86</b>	<b>188,031.42</b>
<b>2017</b>						
Ιανουάριος	8,191.23	680.79	609.26	1,221.87	1,169.58	4,509.58
Φεβρουάριος	6,054.39	503.19	450.32	903.12	864.47	3,333.17
Μάρτιος	8,191.23	680.79	609.26	1,221.87	1,169.58	4,509.58
Απρίλιος	14,245.62	1,183.98	1,059.59	2,125.00	2,034.05	7,842.75
Μάιος	27,066.67	2,249.57	2,013.21	4,037.49	3,864.70	14,901.22
Ιούνιος	47,010.54	3,907.15	3,496.63	7,012.49	6,712.38	25,881.06
Ιούλιος	65,885.98	5,475.92	4,900.58	9,828.11	9,407.50	36,272.70
Αύγουστος	75,145.63	6,245.51	5,589.31	11,209.36	10,729.64	41,370.49
Σεπτέμβριος	58,050.89	4,824.73	4,317.81	8,659.36	8,288.77	31,959.19
Οκτώβριος	29,915.80	2,486.37	2,225.13	4,462.49	4,271.51	16,469.77
Νοέμβριος	8,903.51	739.99	662.24	1,328.12	1,271.28	4,901.72
Δεκέμβριος	7,478.95	621.59	556.28	1,115.62	1,067.88	4,117.44
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>356,140.43</b>	<b>29,599.59</b>	<b>26,489.63</b>	<b>53,124.91</b>	<b>50,851.36</b>	<b>196,068.67</b>
<b>2018</b>						
Ιανουάριος	8,548.72	710.50	635.85	1,275.20	1,220.63	4,706.39
Φεβρουάριος	6,318.62	525.15	469.98	942.54	902.20	3,478.64
Μάρτιος	8,548.72	710.50	635.85	1,275.20	1,220.63	4,706.39
Απρίλιος	14,867.34	1,235.66	1,105.83	2,217.74	2,122.83	8,185.03
Μάιος	28,247.95	2,347.75	2,101.07	4,213.70	4,033.37	15,551.55
Ιούνιος	49,062.22	4,077.67	3,649.24	7,318.53	7,005.33	27,010.59
Ιούλιος	68,761.45	5,714.91	5,114.46	10,257.04	9,818.07	37,855.76
Αύγουστος	78,425.22	6,518.09	5,833.25	11,698.57	11,197.91	43,176.03
Σεπτέμβριος	60,584.41	5,035.30	4,506.25	9,037.28	8,650.52	33,353.99
Οκτώβριος	31,221.41	2,594.88	2,322.24	4,657.25	4,457.94	17,188.56
Νοέμβριος	9,292.09	772.29	691.14	1,386.09	1,326.77	5,115.64
Δεκέμβριος	7,805.35	648.72	580.56	1,164.31	1,114.48	4,297.14
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>371,683.50</b>	<b>30,891.41</b>	<b>27,645.72</b>	<b>55,443.44</b>	<b>53,070.67</b>	<b>204,625.71</b>

<b>Προβλέψεις Κόστους Πωληθέντων ανά μήνα 2014-2018 (4 μήνες μετά την αγορά)</b>							
2014	Μήνας παραγγελιών που αποπληρώνονται	Συνολικό Κόστος Πωληθέντων (€)	Κόστος Πωληθέντων Κατηγορίας 0.50 € - 5.00 €	Κόστος Πωληθέντων Κατηγορίας 5.10 € - 10.00 €	Κόστος Πωληθέντων Κατηγορίας 10.10 € - 20.00 €	Κόστος Πωληθέντων Κατηγορίας 20.10 € - 50.00 €	Κόστος Πωληθέντων Κατηγορίας >50.10 €
Ιανουάριος '14	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Φεβρουάριος '14	-	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Μάρτιος '14	Νοέμβριος '13	2,719.82	194.73	208.62	397.83	390.55	1,527.99
Απρίλιος '14	Δεκέμβριος '13	2,010.30	143.93	154.20	294.05	288.67	1,129.39
Μάιος '14	Ιανουάριος '14	2,719.82	194.73	208.62	397.83	390.55	1,527.99
Ιούνιος '14	Φεβρουάριος '14	4,730.13	338.66	362.83	691.88	679.21	2,657.38
Ιούλιος '14	Μάρτιος '14	8,987.24	643.45	689.37	1,314.58	1,290.51	5,049.02
Αύγουστος '14	Απρίλιος '14	15,609.42	1,117.57	1,197.32	2,283.21	2,241.41	8,769.35
Σεπτέμβριος '14	Μάιος '14	21,876.83	1,566.30	1,678.07	3,199.95	3,141.37	12,290.37
Οκτώβριος '14	Ιούνιος '14	24,951.42	1,786.42	1,913.91	3,649.68	3,582.85	14,017.67
Νοέμβριος '14	Ιούλιος '14	19,275.27	1,380.03	1,478.51	2,819.42	2,767.80	10,828.82
Δεκέμβριος '14	Αύγουστος '14	9,933.27	711.18	761.93	1,452.95	1,426.35	5,580.49
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>112,813.51</b>	<b>8,077.01</b>	<b>8,653.39</b>	<b>16,501.39</b>	<b>16,199.26</b>	<b>63,378.47</b>
<b>2015</b>							
Ιανουάριος	Σεπτέμβριος '14	2,956.33	211.66	226.77	432.43	424.51	1,660.86
Φεβρουάριος	Οκτώβριος '14	2,483.32	177.80	190.48	363.24	356.59	1,395.12
Μάρτιος	Νοέμβριος '14	2,971.28	212.73	227.91	434.61	426.66	1,669.26
Απρίλιος	Δεκέμβριος '14	2,196.16	157.24	168.46	321.24	315.35	1,233.80
Μάιος	Ιανουάριος '15	2,971.28	212.73	227.91	434.61	426.66	1,669.26
Ιούνιος	Φεβρουάριος '15	5,167.44	369.97	396.37	755.85	742.01	2,903.06
Ιούλιος	Μάρτιος '15	9,818.14	702.94	753.10	1,436.11	1,409.82	5,515.81
Αύγουστος	Απρίλιος '15	17,052.55	1,220.90	1,308.02	2,494.30	2,448.63	9,580.10
Σεπτέμβριος	Μάιος '15	23,899.41	1,711.10	1,833.21	3,495.80	3,431.79	13,426.65
Οκτώβριος	Ιούνιος '15	27,258.25	1,951.58	2,090.85	3,987.10	3,914.10	15,313.64
Νοέμβριος	Ιούλιος '15	21,057.32	1,507.62	1,615.21	3,080.08	3,023.69	11,829.97
Δεκέμβριος	Αύγουστος '15	10,851.62	776.93	832.38	1,587.28	1,558.22	6,096.43
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>128,683.09</b>	<b>9,213.21</b>	<b>9,870.67</b>	<b>18,822.65</b>	<b>18,478.02</b>	<b>72,293.98</b>
<b>2016</b>							
Ιανουάριος	Σεπτέμβριος '15	3,229.65	231.23	247.73	472.41	463.76	1,814.41
Φεβρουάριος	Οκτώβριος '15	2,712.91	194.23	208.09	396.82	389.55	1,524.11
Μάρτιος	Νοέμβριος '15	3,173.06	227.18	243.39	464.13	455.63	1,782.62
Απρίλιος	Δεκέμβριος '15	2,345.31	167.91	179.90	343.05	336.77	1,317.59
Μάιος	Ιανουάριος '16	3,173.06	227.18	243.39	464.13	455.63	1,782.62
Ιούνιος	Φεβρουάριος '16	5,518.37	395.09	423.29	807.18	792.40	3,100.21
Ιούλιος	Μάρτιος '16	10,484.91	750.68	804.25	1,533.64	1,505.56	5,890.41
Αύγουστος	Απρίλιος '16	18,210.63	1,303.81	1,396.85	2,663.69	2,614.92	10,230.70
Σεπτέμβριος	Μάιος '16	25,522.47	1,827.31	1,957.71	3,733.21	3,664.85	14,338.49
Οκτώβριος	Ιούνιος '16	29,109.41	2,084.12	2,232.85	4,257.87	4,179.91	16,353.63
Νοέμβριος	Ιούλιος '16	22,487.37	1,610.01	1,724.90	3,289.26	3,229.03	12,633.37
Δεκέμβριος	Αύγουστος '16	11,588.58	829.70	888.91	1,695.08	1,664.04	6,510.45
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>137,555.73</b>	<b>9,848.45</b>	<b>10,551.25</b>	<b>20,120.46</b>	<b>19,752.07</b>	<b>77,278.61</b>
<b>2017</b>							
Ιανουάριος	Σεπτέμβριος '16	3,448.98	246.93	264.56	504.49	495.25	1,937.63
Φεβρουάριος	Οκτώβριος '16	2,897.15	207.42	222.23	423.77	416.01	1,627.61
Μάρτιος	Νοέμβριος '16	3,308.69	236.89	253.79	483.97	475.11	1,858.82
Απρίλιος	Δεκέμβριος '16	2,445.56	175.09	187.59	357.71	351.17	1,373.91
Μάιος	Ιανουάριος '17	3,308.69	236.89	253.79	483.97	475.11	1,858.82
Ιούνιος	Φεβρουάριος '17	5,754.25	411.98	441.38	841.68	826.27	3,232.73
Ιούλιος	Μάρτιος '17	10,933.08	782.77	838.62	1,599.20	1,569.92	6,142.19
Αύγουστος	Απρίλιος '17	18,989.03	1,359.54	1,456.56	2,777.55	2,726.70	10,668.01
Σεπτέμβριος	Μάιος '17	26,613.41	1,905.42	2,041.39	3,892.78	3,821.50	14,951.37
Οκτώβριος	Ιούνιος '17	30,353.67	2,173.20	2,328.29	4,439.87	4,358.58	17,052.65
Νοέμβριος	Ιούλιος '17	23,448.57	1,678.83	1,798.63	3,429.85	3,367.06	13,173.37
Δεκέμβριος	Αύγουστος '17	12,083.93	865.16	926.90	1,767.53	1,735.17	6,788.73
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>143,585.00</b>	<b>10,280.12</b>	<b>11,013.73</b>	<b>21,002.37</b>	<b>20,617.83</b>	<b>80,665.85</b>
<b>2018</b>							
Ιανουάριος	Σεπτέμβριος '17	3,596.41	257.49	275.86	526.05	516.42	2,020.46
Φεβρουάριος	Οκτώβριος '17	3,020.98	216.29	231.73	441.88	433.79	1,697.18
Μάρτιος	Νοέμβριος '17	3,453.10	247.23	264.87	505.09	495.84	1,939.94
Απρίλιος	Δεκέμβριος '17	2,552.29	182.73	195.77	373.33	366.49	1,433.87
Μάιος	Ιανουάριος '18	3,453.10	247.23	264.87	505.09	495.84	1,939.94
Ιούνιος	Φεβρουάριος '18	6,005.38	429.96	460.64	878.42	862.33	3,373.82
Ιούλιος	Μάρτιος '18	11,410.23	816.93	875.22	1,668.99	1,638.43	6,410.25
Αύγουστος	Απρίλιος '18	19,817.77	1,418.87	1,520.13	2,898.77	2,845.70	11,133.59
Σεπτέμβριος	Μάιος '18	27,774.90	1,988.57	2,130.48	4,062.67	3,988.29	15,603.90
Οκτώβριος	Ιούνιος '18	31,678.40	2,268.05	2,429.90	4,633.64	4,548.80	17,796.88
Νοέμβριος	Ιούλιος '18	24,471.94	1,752.10	1,877.13	3,579.54	3,514.00	13,748.30
Δεκέμβριος	Αύγουστος '18	12,611.31	902.92	967.35	1,844.67	1,810.90	7,085.01
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>149,845.79</b>	<b>10,728.37</b>	<b>11,493.96</b>	<b>21,918.15</b>	<b>21,516.84</b>	<b>84,183.15</b>





Προβλέψεις μηνιαίων καταβολών Φ.Π.Α. 2014-2019			
2014	Πωλήσεις (€)	Κόστος	
		Πωληθέντων (€)	Φ.Π.Α. (€)
Ιανουάριος	6,733.38	2,719.82	923.12
Φεβρουάριος	4,976.85	2,010.30	682.30
Μάρτιος	6,733.38	2,719.82	923.12
Απρίλιος	11,710.23	4,730.13	1,605.42
Μάιος	22,249.43	8,987.24	3,050.30
Ιούνιος	38,643.74	15,609.42	5,297.90
Ιούλιος	54,159.79	21,876.83	7,425.08
Αύγουστος	61,771.44	24,951.42	8,468.61
Σεπτέμβριος	47,719.17	19,275.27	6,542.10
Οκτώβριος	24,591.47	9,933.27	3,371.39
Νοέμβριος	7,318.89	2,956.33	1,003.39
Δεκέμβριος	6,147.87	2,483.32	842.85
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>292,755.64</b>	<b>118,253.16</b>	<b>40,135.57</b>
2015			
Ιανουάριος	7,355.90	2,971.28	1,008.46
Φεβρουάριος	5,436.97	2,196.16	745.39
Μάρτιος	7,355.90	2,971.28	1,008.46
Απρίλιος	12,792.87	5,167.44	1,753.85
Μάιος	24,306.45	9,818.14	3,332.31
Ιούνιος	42,216.47	17,052.55	5,787.70
Ιούλιος	59,167.02	23,899.41	8,111.55
Αύγουστος	67,482.39	27,258.25	9,251.55
Σεπτέμβριος	52,130.94	21,057.32	7,146.93
Οκτώβριος	26,865.03	10,851.62	3,683.08
Νοέμβριος	7,995.54	3,229.65	1,096.16
Δεκέμβριος	6,716.26	2,712.91	920.77
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>319,821.73</b>	<b>129,186.00</b>	<b>43,846.22</b>
2016			
Ιανουάριος	7,855.45	3,173.06	1,076.95
Φεβρουάριος	5,806.21	2,345.31	796.01
Μάρτιος	7,855.45	3,173.06	1,076.95
Απρίλιος	13,661.66	5,518.37	1,872.96
Μάιος	25,957.15	10,484.91	3,558.62
Ιούνιος	45,083.48	18,210.63	6,180.76
Ιούλιος	63,185.18	25,522.47	8,662.42
Αύγουστος	72,065.26	29,109.41	9,879.84
Σεπτέμβριος	55,671.27	22,487.37	7,632.30
Οκτώβριος	28,689.49	11,588.58	3,933.21
Νοέμβριος	8,538.54	3,448.98	1,170.60
Δεκέμβριος	7,172.37	2,897.15	983.30
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>341,541.51</b>	<b>137,959.30</b>	<b>46,823.91</b>
2017			
Ιανουάριος	8,191.23	3,308.69	1,122.98
Φεβρουάριος	6,054.39	2,445.56	830.03
Μάρτιος	8,191.23	3,308.69	1,122.98
Απρίλιος	14,245.62	5,754.25	1,953.01
Μάιος	27,066.67	10,933.08	3,710.73
Ιούνιος	47,010.54	18,989.03	6,444.95
Ιούλιος	65,885.98	26,613.41	9,032.69
Αύγουστος	75,145.63	30,353.67	10,302.15
Σεπτέμβριος	58,050.89	23,448.57	7,958.53
Οκτώβριος	29,915.80	12,083.93	4,101.33
Νοέμβριος	8,903.51	3,596.41	1,220.63
Δεκέμβριος	7,478.95	3,020.98	1,025.33
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>356,140.43</b>	<b>143,856.26</b>	<b>48,825.36</b>
2018			
Ιανουάριος	8,548.72	3,453.10	1,171.99
Φεβρουάριος	6,318.62	2,552.29	866.26
Μάρτιος	8,548.72	3,453.10	1,171.99
Απρίλιος	14,867.34	6,005.38	2,038.25
Μάιος	28,247.95	11,410.23	3,872.67
Ιούνιος	49,062.22	19,817.77	6,726.22
Ιούλιος	68,761.45	27,774.90	9,426.91
Αύγουστος	78,425.22	31,678.40	10,751.77
Σεπτέμβριος	60,584.41	24,471.94	8,305.87
Οκτώβριος	31,221.41	12,611.31	4,280.32
Νοέμβριος	9,292.09	3,753.36	1,273.91
Δεκέμβριος	7,805.35	3,152.83	1,070.08
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>371,683.50</b>	<b>150,134.59</b>	<b>50,956.25</b>

<b>Προβλέψεις Υποχρεώσεων προς Προμηθευτές 2014-2018</b>			
	Παραγγελία (τεμάχια)	Κόστος Παραγγελίας	Υποχρεώσεις προς Προμηθευτές
2013			
Νοέμβριος	354.84	2,719.82	2,719.82
Δεκέμβριος	262.27	2,010.30	4,730.13
2014			
Ιανουάριος	354.84	2,719.82	7,449.95
Φεβρουάριος	617.11	4,730.13	12,180.08
Μάρτιος	1172.50	8,987.24	18,447.49
Απρίλιος	2036.45	15,609.42	32,046.61
Μάιος	2854.12	21,876.83	51,203.62
Ιούνιος	3255.24	24,951.42	71,424.91
Ιούλιος	2514.71	19,275.27	81,712.93
Αύγουστος	1295.93	9,933.27	76,036.78
Σεπτέμβριος	385.69	2,956.33	57,116.28
Οκτώβριος	323.98	2,483.32	34,648.18
Νοέμβριος	387.64	2,971.28	18,344.19
Δεκέμβριος	286.52	2,196.16	10,607.09
2015			
Ιανουάριος	387.64	2,971.28	10,622.03
Φεβρουάριος	674.16	5,167.44	13,306.16
Μάρτιος	1280.90	9,818.14	20,153.02
Απρίλιος	2224.73	17,052.55	35,009.41
Μάιος	3117.99	23,899.41	55,937.54
Ιούνιος	3556.20	27,258.25	78,028.35
Ιούλιος	2747.20	21,057.32	89,267.53
Αύγουστος	1415.74	10,851.62	83,066.60
Σεπτέμβριος	421.35	3,229.65	62,396.84
Οκτώβριος	353.93	2,712.91	37,851.50
Νοέμβριος	413.97	3,173.06	19,967.24
Δεκέμβριος	305.98	2,345.31	11,460.93
2016			
Ιανουάριος	413.97	3,173.06	11,404.34
Φεβρουάριος	719.94	5,518.37	14,209.81
Μάρτιος	1367.89	10,484.91	21,521.65
Απρίλιος	2375.82	18,210.63	37,386.97
Μάιος	3329.74	25,522.47	59,736.38
Ιούνιος	3797.71	29,109.41	83,327.42
Ιούλιος	2933.77	22,487.37	95,329.88
Αύγουστος	1511.88	11,588.58	88,707.83
Σεπτέμβριος	449.97	3,448.98	66,634.34
Οκτώβριος	377.97	2,897.15	40,422.07
Νοέμβριος	431.66	3,308.69	21,243.40
Δεκέμβριος	319.05	2,445.56	12,100.38
2017			
Ιανουάριος	431.66	3,308.69	11,960.09
Φεβρουάριος	750.72	5,754.25	14,817.19
Μάρτιος	1426.36	10,933.08	22,441.58
Απρίλιος	2477.37	18,989.03	38,985.05
Μάιος	3472.07	26,613.41	62,289.76
Ιούνιος	3960.04	30,353.67	86,889.18
Ιούλιος	3059.17	23,448.57	99,404.68
Αύγουστος	1576.51	12,083.93	92,499.58
Σεπτέμβριος	469.20	3,596.41	69,482.57
Οκτώβριος	394.13	3,020.98	42,149.88
Νοέμβριος	450.50	3,453.10	22,154.41
Δεκέμβριος	332.98	2,552.29	12,622.77
2018			
Ιανουάριος	450.50	3,453.10	12,479.46
Φεβρουάριος	783.48	6,005.38	15,463.86
Μάρτιος	1488.61	11,410.23	23,421.00
Απρίλιος	2585.49	19,817.77	40,686.47
Μάιος	3623.60	27,774.90	65,008.28
Ιούνιος	4132.86	31,678.40	90,681.29
Ιούλιος	3192.69	24,471.94	103,743.00
Αύγουστος	1645.31	12,611.31	96,536.54
Σεπτέμβριος	489.68	3,753.36	72,515.01
Οκτώβριος	411.33	3,152.83	43,989.44
Νοέμβριος	470.14	3,603.62	23,121.12
Δεκέμβριος	347.50	2,663.59	13,173.40

\* Οι προμήθειες θα πρέπει να φτάνουν το αργότερο 2 μήνες από την ημερομηνία παραγγελίας τους και οι πληρωμές κόστους των παραγγελιών θα γίνονται στους προμηθευτές 4 μήνες μετά την παραγγελία (2 μήνες μετά την παραλαβή).

### 5.3.8. Ανάλυση Νεκρού Σημείου (Break Even Analysis)

Πλήθος τεμαχίων πωληθέντων προϊόντων	= X
Μέση Σταθμική Τιμή πώλησης προϊόντων ανά τεμάχιο	= T
Μέσο Σταθμικό Κόστος προμήθειας/παραγωγής προϊόντων ανά τεμάχιο	= K
Σταθερά Έξοδα	= ΣΕ

Αναζητούμε το σημείο X (Πλήθος τεμαχίων πωληθέντων προϊόντων) όπου τα Καθαρά κέρδη θα είναι ίσα με 0.

$$(\text{Καθαρά Κέρδη}) = 0 \rightarrow$$

$$\rightarrow (\text{Μεικτά Κέρδη}) - (\text{Φ.Π.Α.}) * (\text{Μεικτά Κέρδη}) - (\text{Σταθερά Έξοδα}) = 0$$

$$\rightarrow (\text{Μεικτά Κέρδη}) * [1 - (\text{Φ.Π.Α.})] = (\text{Σταθερά Έξοδα}) \rightarrow$$

$$\rightarrow [(\text{Συνολικά Έσοδα}) - (\text{Συνολικό Κόστος προμήθειας/παραγωγής})] * [1 - (\text{Φ.Π.Α.})] = (\text{Σταθερά Έξοδα}) \rightarrow$$

$$\rightarrow [(X * T) - (X * K)] * (1 - 23\%) = (\text{Σταθερά Έξοδα}) \rightarrow$$

$$\rightarrow [(X * T) - (X * K)] * (77\%) = (\text{Σταθερά Έξοδα}) \quad (1)$$

Τα Σταθερα Έξοδα επιμερίζονται ως εξής:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΞΟΔΩΝ	ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΞΟΔΩΝ	ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ (€)
Αμοιβές Εργαζομένων	(586.08 €)x(14 μήνες)x(8 άτομα)	65,640.96 €
Ασφάλιση Εργαζομένων	(22.35%)x(586.08 €)x(14 μήνες)x(8 άτομα)	14,670.75 €
Αμοιβές Εξωτερικών Συνεργατών	(Δικηγ.-Λογιστ.-Σύμβ. Marketing): (200 €)x(12 μήνες)	2,400.00 €
Ενοίκια καταστημάτων	(1000 €)x(12 μήνες)	12,000.00 €
Ενοίκιο γραφείων	(100 €)x(12 μήνες)	1,200.00 €
Λογαριασμοί ΔΕΚΟ	(ΔΕΗ: 4000€)+(ΟΤΕ: 360€)+(ΕΥΔΑΠ: 140€)	4,500.00 €
Αναλώσιμα	(Γραφείων-Καταστημάτων: 1500€)	1,500.00 €
Αποσβέσεις εξοπλισμού	(10%)*(3991,51 €)	399.15 €
Έξοδα διάθεσης/διαφήμισης		12,916.00 €
	Διαφημιστικά φυλλάδια 2.000.000τεμ. A5 =10000€	
	Έντυπα με κάθε αγορά 10.000τεμ. A5 = 116€	
	Διαφήμιση στο internet (100€)*(12μήνες) = 1200€	
	Έξοδα e-shop = 100€	
	Δώρα με κάθε αγορά (0,15€)*(10000αγορές) = 1500€	
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>115,226.87 €</b>

$$(1) \rightarrow [(X * T) - (X * K)] * (77\%) = 115.226,87 \text{ €} \rightarrow$$

$$\rightarrow X * (T - K) * (77\%) = 115.226,87 \text{ €} \quad (2)$$

Θα πρέπει να υπολογίσω τη Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης ανά τεμάχιο (T) και το Μέσο Σταθμικό Κόστος Προμήθειας/Παραγωγής ανά τεμάχιο (K) .

\*Χρησιμοποιώ τον Σταθμικό Μέσο αντί για τον Αριθμητικό Μέσο, διότι κάθε μία από τις πέντε κατηγορίες τιμής πώλησης προϊόντων έχει διαφορετική συχνότητα αγορών, όπως προκύπτει από την έρευνα αγοράς που διεξήχθη. (π.χ. Το 49,44% των προϊόντων ανήκουν στην κατηγορία τιμής 0.50 – 5.00 €, ενώ το 6,74% των προϊόντων ανήκουν στην κατηγορία τιμής 20,10 – 50,00€ .)

Παρουσιάζονται παρακάτω τα δεδομένα, που προκύπτουν από την έρευνα αγοράς και τον πίνακα προϊόντων, και ο υπολογισμός του Μέσου Σταθμικού Κόστους Προμήθειας και της Μέσης Σταθμικής Τιμής Πώλησης.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΓΟΡΑΖΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ - (fi)	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ (€/τεμ) - (Xi)	ΣΤΑΘΜΙΚΗ ΤΙΜΗ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ (€/τεμ) - (fixi)
0.50 - 5.00	49.44%	1.11	0.548784
5.10 - 10.00	17.98%	3.27	0.587946
10.10 - 20.00	19.10%	5.87	1.12117
20.10 - 50.00	6.74%	16.33	1.100642
>50.10	6.74%	63.89	4.306186

<b>ΜΕΣΟ ΣΤΑΘΜΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ (€/τεμάχιο)</b>	$\frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$	<b>7.665</b>
--	---------------------------------	--------------

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΓΟΡΑΖΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ - (fi)	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ (€/τεμ) - (xi)	ΣΤΑΘΜΙΚΗ ΤΙΜΗ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ (€/τεμ) - (fixi)
0.50 - 5.00	49.44%	3.19	1.577136
5.10 - 10.00	17.98%	7.85	1.41143
10.10 - 20.00	19.10%	14.82	2.83062
20.10 - 50.00	6.74%	40.2	2.70948
>50.10	6.74%	155	10.447

<b>ΜΕΣΗ ΣΤΑΘΜΙΚΗ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (€/τεμάχιο)</b>	$\frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$	<b>18.976</b>
---	---------------------------------	---------------

A/A	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΤΙΜΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΕΙΔΟΣ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ (ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 20% ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΗ ΤΙΜΗ ΛΟΓΩ ΜΕΓΑΛΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΠΑΡΑΓΕΛΙΑΣ) (€)	ΚΟΣΤΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ ΑΠΟ ΚΑΤΑΛΟΓΟ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ(€)	ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ ΑΠΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ (€)	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ (ΒΑΣΙΣΜΕΝΗ ΣΕ ΜΑΡΚΑΠ 150% ΚΑΙ 10% ΚΑΤΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΙΜΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ) (€)	ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΑΝΑ ΤΕΜΑΧΙΟ (€)	Markup (%)
	<b>0.50 - 5.00</b>							
101		ΣΑΠΟΥΝΙΑ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (ΜΙΚΡΑ)	0.376	0.47	-	0.94	0.56	150.00%
102		ΣΑΠΟΥΝΙΑ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (ΜΕΓΑΛΑ)	0.96	1.20	3.00	2.70	1.74	181.25%
105		ΤΟΠΙΚΑ ΒΟΤΑΝΑ	0.72	0.90	5.50	4.95	4.23	587.50%
109		ΦΥΣΙΚΟΣ ΚΟΤΙΝΟΣ	0.16	0.20	-	1.00	0.84	525.00%
203		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (1)	2.4	3.00	-	6.00	3.60	150.00%
212		ΜΑΓΝΗΤΙΚΑ ΠΙΝΑΚΙΑ (ΜΑΓΝΗΤΑΚΙΑ) - (1)	0.4	0.50	2.00	1.80	1.40	350.00%
213		ΜΑΓΝΗΤΙΚΑ ΠΙΝΑΚΙΑ (ΜΑΓΝΗΤΑΚΙΑ) - (2)	1.2	1.50	3.00	2.70	1.50	125.00%
216		ΣΚΕΥΗ ΚΟΥΖΙΝΑΣ	0.96	1.20	3.83	3.45	2.49	259.06%
219		ΚΟΥΠΕΣ	0.72	0.90	4.00	3.60	2.88	400.00%
223		POST CARDS (1)	0.44	0.55	1.50	1.35	0.91	206.82%
224		POST CARDS ΣΕΤ ΤΩΝ 9 ΤΕΜΑΧΙΩΝ (2)	1.656	2.07	4.00	3.60	1.94	117.39%
225		ΔΙΑΠΗΡΕΣ	0.52	0.65	1.50	1.35	0.83	159.62%
226		ΔΑΧΤΥΛΗΦΕΣ	0.48	0.60	-	1.20	0.72	150.00%
231		ΒΙΒΛΙΑ (1)	2	2.50	5.00	4.50	2.50	125.00%
237		ΚΑΡΦΙΤΣΕΣ	1.12	1.40	-	2.80	1.68	150.00%
301		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (1)	1.32	1.65	5.00	4.50	3.18	240.91%
402		ΕΛΙΕΣ	2	2.50	-	5.00	3.00	150.00%
404		ΞΥΔΙ	1.28	1.60	-	3.20	1.92	150.00%
501		ΕΠΑΘΛΑ ΑΓΩΓΩΝ	2.4	3.00	-	6.00	3.60	150.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ 19</b>			<b>1.11</b>	<b>1.39</b>	<b>3.48</b>	<b>3.19</b>		
	<b>5.10 - 10.00</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>		
103		ΚΡΕΜΕΣ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ (1)	3.68	4.60	10.00	9.00	5.32	144.57%
106		ΑΛΑΤΑ (ΛΙΜΝΗΣ ΚΑΪΑΦΑ)	2.96	3.70	8.00	7.20	4.24	143.24%
108		ΤΣΑΪ ΑΠΟ ΦΥΛΛΑ ΕΛΙΑΣ	3.76	4.70	-	9.40	5.64	150.00%
202		ΔΙΣΚΟΣ ΕΚΕΧΕΙΡΙΑΣ (ΔΙΣΚΟΣ ΙΦΙΤΟΥ) - ΚΕΡΑΜΙΚΟΣ	4	5.00	-	10.00	6.00	150.00%
204		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (2)	4	5.00	10.00	9.00	5.00	125.00%
207		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (1)	2.4	3.00	-	6.00	3.60	150.00%
214		ΣΟΥΒΕΡ	3.728	4.66	8.50	7.65	3.92	105.20%
215		ΠΕΤΣΕΤΕΣ	3.328	4.16	-	8.32	4.99	150.00%
217		ΜΟΛΥΒΟΘΗΚΕΣ	3.056	3.82	7.64	6.88	3.82	125.00%
222		BASEBALL CAPS	2.4	3.00	7.00	6.30	3.90	162.50%
233		ΠΙΝΑΚΕΣ ΖΩΓΡΑΦΙΚΗΣ (1)	3.816	4.77	-	9.54	5.72	150.00%
243		ΠΑΣΜΙΝΕΣ	1.84	2.30	-	4.60	2.76	150.00%
244		ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΓΙΑ ΜΑΛΛΙΑ	2.4	3.00	-	6.00	3.60	150.00%
302		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (2)	4	5.00	10.00	9.00	5.00	125.00%
401		ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	2.912	3.64	6.50	5.85	2.94	100.89%
403		ΓΛΥΚΑ ΤΟΥ ΚΟΥΤΑΛΙΟΥ	3.2	4.00	-	8.00	4.80	150.00%
405		ΠΕΤΙΜΕΖΙ	4.08	5.10	-	10.20	6.12	150.00%
406		ΜΕΛΙ	3.32	4.15	-	8.30	4.98	150.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ 18</b>			<b>3.27</b>	<b>4.09</b>	<b>8.46</b>	<b>7.85</b>		
	<b>10.10 - 20.00</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>		
104		ΣΑΜΠΟΥΑΝ ΑΠΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	5.2	6.50	-	13.00	7.80	150.00%
107		ΑΝΘΟΪΑΜΑΤΑ - ΑΙΘΕΡΙΑ ΕΛΑΙΑ	4.72	5.90	13.20	11.88	7.16	151.69%
110		ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΟΣ ΚΟΤΙΝΟΣ (ΕΠΙΧΡΩΜΙΩΜΕΝΟΣ)	6.4	8.00	-	16.00	9.60	150.00%
201		ΔΙΣΚΟΣ ΕΚΕΧΕΙΡΙΑΣ (ΔΙΣΚΟΣ ΙΦΙΤΟΥ) - ΜΕΤΑΛΛΙΚΟΣ	8	10.00	-	20.00	12.00	150.00%
208		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (2)	8	10.00	-	20.00	12.00	150.00%
218		ΚΗΡΟΠΗΓΙΑ & ΟΛΥΜΠΙΑΚΕΣ ΔΑΔΕΣ	4.792	5.99	-	11.98	7.19	150.00%
220		T-SHIRTS (1)	2.8	3.50	12.00	10.80	8.00	285.71%
221		T-SHIRTS (2)	6.4	8.00	20.00	18.00	11.60	181.25%
227		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (1)	5.6	7.00	-	14.00	8.40	150.00%
230		ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ (ΣΤΗΝ ΑΓΓΛΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ)	6.08	7.60	-	15.20	9.12	150.00%
232		ΒΙΒΛΙΑ (2)	6	7.50	15.00	13.50	7.50	125.00%
235		ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΕΣ (1)	5.6	7.00	-	14.00	8.40	150.00%
238		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (1)	6.4	8.00	-	16.00	9.60	150.00%
242		ΠΟΡΤΟΦΟΛΙΑ	4	5.00	-	10.00	6.00	150.00%
303		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (3)	8	10.00	20.00	18.00	10.00	125.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ 15</b>			<b>5.87</b>	<b>7.33</b>	<b>16.04</b>	<b>14.82</b>		
	<b>20.10 - 50.00</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>		
205		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (3)	16	20.00	-	40.00	24.00	150.00%
209		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (3)	16	20.00	-	40.00	24.00	150.00%
234		ΠΙΝΑΚΕΣ ΖΩΓΡΑΦΙΚΗΣ (2)	18	22.50	-	45.00	27.00	150.00%
236		ΧΕΙΡΟΤΕΧΝΙΕΣ (2)	16	20.00	-	40.00	24.00	150.00%
239		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (2)	11.92	14.90	-	29.80	17.88	150.00%
240		ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΡΟΥΧΑ (3)	20	25.00	-	50.00	30.00	150.00%
241		ΤΣΑΝΤΕΣ	12.72	15.90	-	31.80	19.08	150.00%
304		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (4)	20	25.00	50.00	45.00	25.00	125.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ 8</b>			<b>16.33</b>	<b>20.41</b>	<b>50.00</b>	<b>40.20</b>		
	<b>&gt;50,10</b>		<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>		
206		ΚΕΡΑΜΙΚΑ ΣΚΕΥΗ ΜΕ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΙΣ (4)	55.2	69.00	-	138.00	82.80	150.00%
210		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (4)	40	50.00	-	100.00	60.00	150.00%
211		ΑΓΑΛΜΑΤΙΔΙΑ (5)	80	100.00	-	200.00	120.00	150.00%
228		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (2)	24	30.00	-	60.00	36.00	150.00%
229		ΜΑΧΑΙΡΙΑ (3)	80	100.00	-	200.00	120.00	150.00%
305		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (5)	56	70.00	150.00	135.00	79.00	141.07%
306		ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ (6)	112	140.00	280.00	252.00	140.00	125.00%
<b>ΠΛΗΘΟΣ 7</b>			<b>63.89</b>	<b>79.86</b>	<b>215.00</b>	<b>155.00</b>		
			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΑΓΟΡΑΣ</b>			<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ</b>		

Συνεπώς:

Μέσο Σταθμικό Κόστος Προμήθειας ανά τεμάχιο →  $K = 7,665 \text{ €/τεμάχιο}$

Μέσης Σταθμικής Τιμής Πώλησης ανά τεμάχιο →  $T = 18,976 \text{ €/τεμάχιο}$

Μέσο Ακαθάριστο Κέρδος ανά τεμάχιο ( $T - K$ ) →  $ΜΑΚ = 11,311 \text{ €/τεμάχιο}$

(2) →  $X * (T - K) * (77\%) = 115.226,87 \text{ €}$  →

→  $X * (18,976 \text{ €/τεμ.} - 7,665 \text{ €/τεμ.}) * (77\%) = 115.226,87 \text{ €}$  →

→  $X * (11,311 \text{ €/τεμ.}) * (77\%) = 115.226,87 \text{ €}$  →

→  $X * (8,7094 \text{ €/τεμ.}) = 115.226,87 \text{ €}$  →

→  $X = 13.230,17 \text{ τεμάχια}$  →

→  $X = 13.230,17 \text{ τεμάχια}$

### **Break Even Point :**

Πλήθος τεμαχίων πωληθέντων προϊόντων →  $X = 13.230,17 \text{ τεμάχια}$

Έσοδα ( $T * X$ ) →  $ΕΣ = 251.055,71 \text{ €}$

Κόστος Πωληθέντων ( $K * X$ ) →  $ΚΠ = 101.409,25 \text{ €}$

Σταθερά Έξοδα →  $ΣΕ = 115.226,87 \text{ €}$

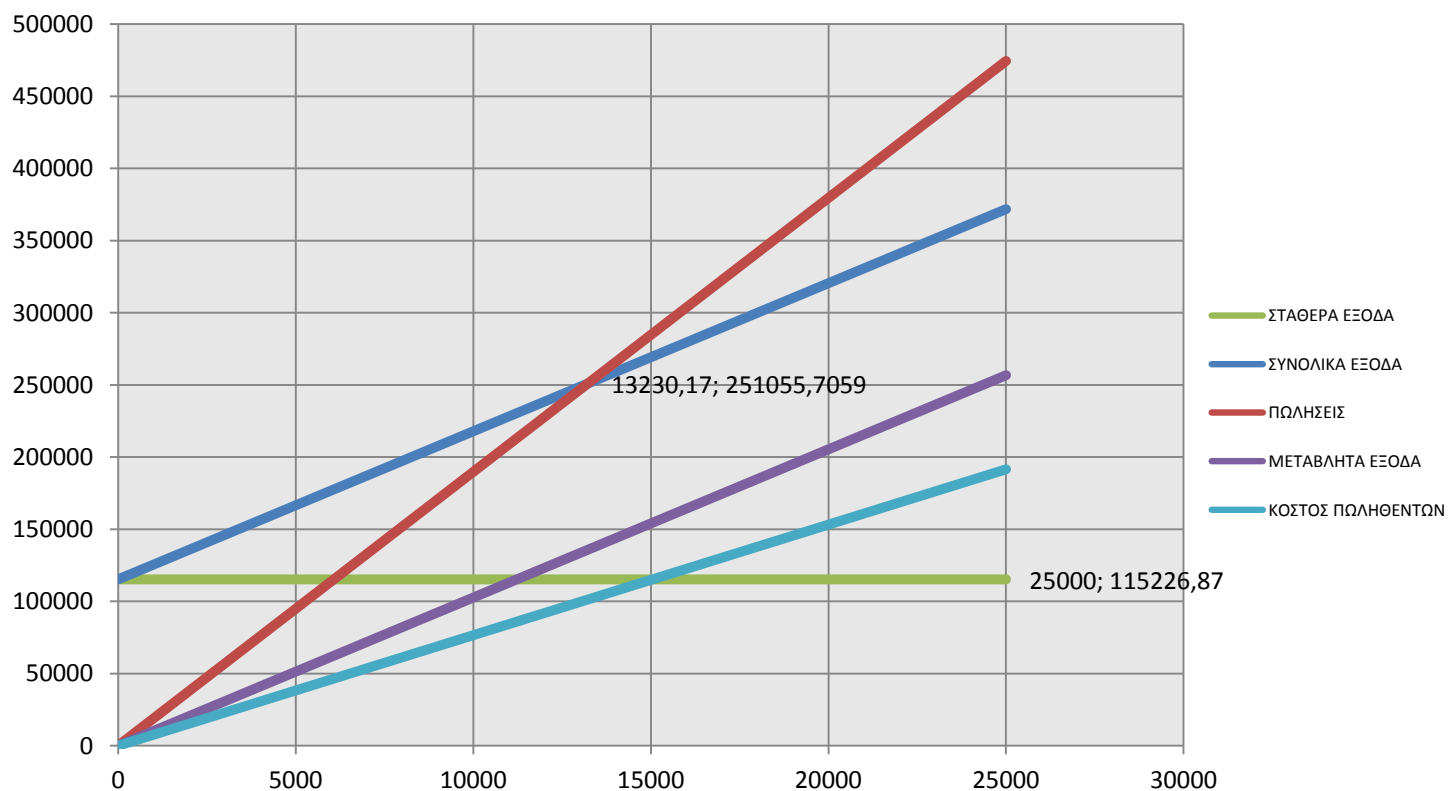
Φ.Π.Α. Πωληθέντων ( $ΜΑΚ * X * 23\%$ ) →  $ΦΠΑ = 34.418,68 \text{ €}$

Άρα το Break Even Point, όπου η επιχείρηση δεν παρουσιάζει ούτε κέρδη ούτε ζημίες, βρίσκεται για πωλήσεις ύψους 251.055,71 € που αντιστοιχούν σε 13.230,17 τεμάχια προϊόντων, κόστους προμήθειας πωληθέντων 101.409,25 €.

Από το παρακάτω διάγραμμα γίνεται φανερό ότι για ετήσια πώληση τεμαχίων μεγαλύτερη από 13.230,17 προβλέπεται κέρδος, ενώ για μικρότερη από 13.230,17 προβλέπονται ζημίες.

## Break Even Point

(x,y) = (Πλήθος Τεμαχίων, Χρηματικές Μονάδες (€))



ΠΛΗΘΟΣ ΤΕΜΑΧΙΩΝ	13.230,17
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	251.055,71 €
ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	115.226,87 €
ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ	135.827,93 €
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	101.409,25 €
Φ.Π.Α.	34.418,68 €

### 5.3.9. Ανάλυση Ευαισθησίας

Στο παρόν κεφάλαιο θα μελετήσουμε πως θα διαμορφωθούν οι ετήσιες πωλήσεις της Κοιν.Σ.Επ. αν για διάφορους λόγους μεταβληθούν οι τιμές των βασικών παραμέτρων που τις επηρεάζουν. Για το λόγο αυτό θα δημιουργήσουμε 3 διαφορετικά σενάρια σχετικά με την πορεία της Κοιν.Σ.Επ. για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της. Τα σενάρια αυτά θα αποτελούνται από ένα αισιόδοξο, από ένα απαισιόδοξο και από το πιο πιθανό σενάριο.

Οι μεταβλητές που θα χρησιμοποιηθούν και οι παράμετροι που τις επηρεάζουν είναι:

- Πλήθος τεμαχίων πωληθέντων προϊόντων ( X )
  - Τουριστική επισκεψιμότητα Αρχαίας Ολυμπίας
  - Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα
  - Μερίδιο Αγοράς
  - Μέσος αριθμός τουριστικών προϊόντων ανά πελάτη
  - Μέση Δαπάνη ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα
- Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης ( T )
- Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων ( K )

#### Πιθανότερο Σενάριο Οικονομικού Έτους 2014

Στο σενάριο αυτό θεωρούμε ότι λόγω της προβλεπόμενης εξόδου της παγκόσμιας οικονομίας από την πρόσφατη χρηματοπιστωτική κρίση καθώς και λόγω του επιθετικού Marketing που θα εφαρμοστεί από την Κοιν.Σ.Επ. μέσω της υψηλής ετήσιας επένδυσης στην προώθηση των προϊόντων της, οι παράμετροι που επηρεάζουν το πλήθος τεμαχίων πωληθέντων προϊόντων θα διαφοροποιηθούν από τις μέσες τιμές που έχουν προκύψει από την έρευνα αγοράς και θα ανέλθουν στα ποσοστά που φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

Εκτιμάται ότι τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, οι χρηματικοί πόροι που θα δαπανηθούν εντός του έτους για σκοπούς προώθησης της Κοιν.Σ.Επ. και των προϊόντων της, η λειτουργία ξεχωριστού τμήματος marketing, καθώς και το e-shop που θα λειτουργήσει, θα αυξήσουν το μερίδιο αγοράς κατά 40%.

Σχετικά με τη Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης και το Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων θεωρείται ότι ο τρόπος με τον οποίο έχουν υπολογιστεί κατά την διαδικασία της τιμολόγησης στην Στρατηγική Marketing αντιπροσωπεύει την πραγματικότητα και κατά συνέπεια θα χρησιμοποιηθούν αυτούσιες στο συγκεκριμένο σενάριο με τις τιμές  $T = 18,976 \text{ €/τεμάχιο}$  και  $K = 7,665 \text{ €/τεμάχιο}$  αντίστοιχα.

Επισημαίνεται ότι το προβλεπόμενο από το ΔΝΤ για το 2014 ΑΕΠ των 15 χωρών με τη μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική κίνηση στην Ελλάδα σταθμισμένο με το



ποσοστό τουριστικής κίνησης που αναλογεί στην κάθε χώρα, δίνει την τιμή 1,985%. Η παραπάνω τιμή για το σύνολο των τουριστικών αφίξεων στη χώρα προκύπτει ως ανάλογο ποσό περίπου 2,606%. Για το πιθανότερο σενάριο εκτιμάται λοιπόν ότι πρέπει να χρησιμοποιηθεί η τιμή 2,606%.

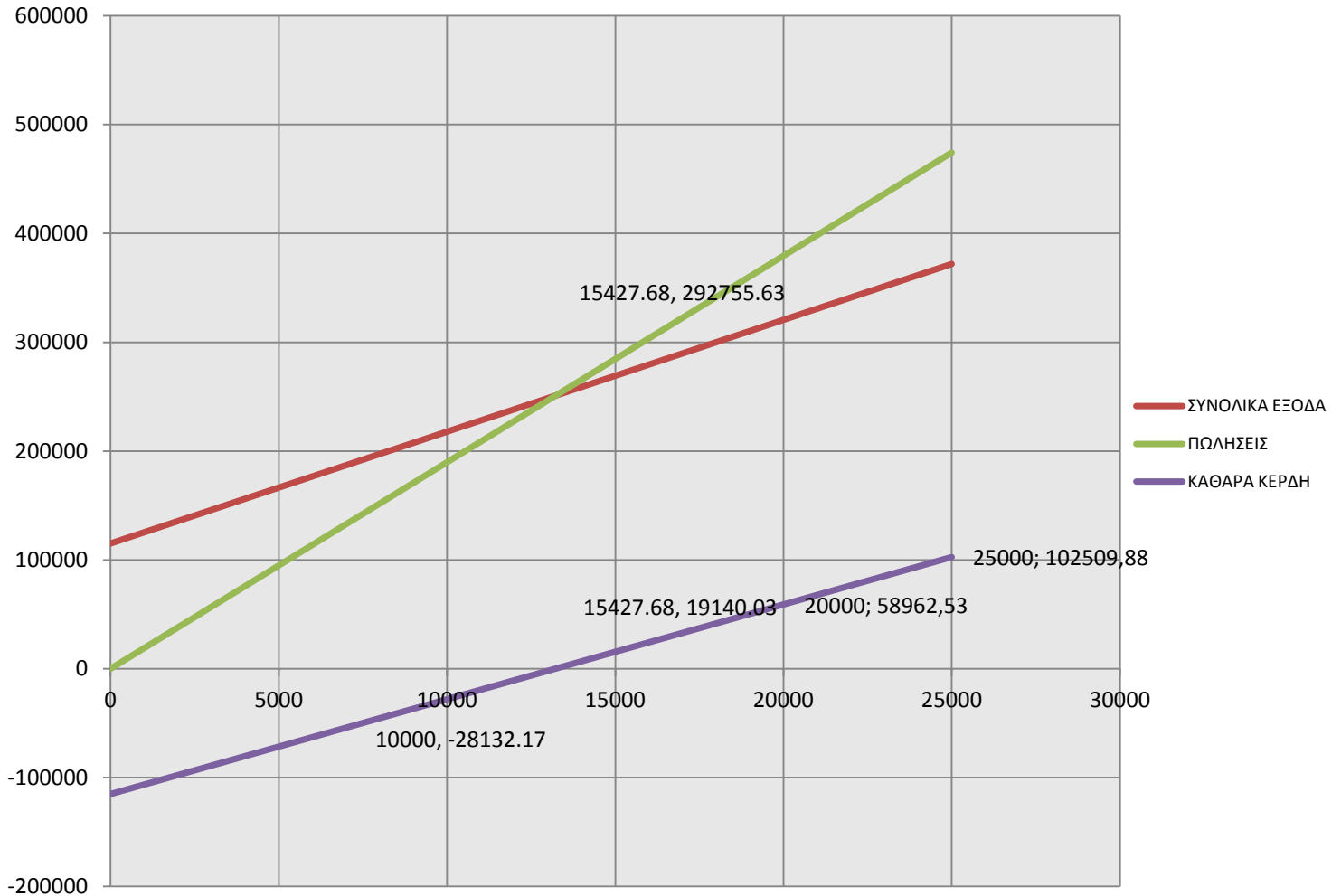
Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι τιμές των μεταβλητών που θα χρησιμοποιηθούν στο πιθανότερο σενάριο του πρώτου έτους λειτουργίας της επιχείρησης, δηλαδή από 1/1/2014 έως 31/12/2014, καθώς και τα αποτελέσματα.

**Πιθανότερο Σενάριο Οικονομικού Έτους 2014**

ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ	ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ (2012)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ	ΑΙΤΙΑ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. (2014)
Πλήθος Τεμαχίων Πωληθέντων Προϊόντων ( Χ )		9082.3587			15427.67889
	Τουριστική Επισκεψιμότητα Αρχαίας Ολυμπίας (άτομα)	650000	10%+7.5%	Προβλεπόμενη αύξηση τουριστικών αφίξεων Ελλάδος 10% για το 2013 και 7.5% για το 2014.	768625
	Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα	57.53%	0.000%		57.53%
	Μερίδιο Αγοράς 1/51 = 1.96%	1.96%	40.000%	Τοποθεσία +10%, Ποιότητα +10%, Διαφήμιση +10%, E-shop +10%	2.74%
	Δαπάνη ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα (€) - (Δεν χρησιμοποιείται στους υπολογισμούς)	23.57	2.606%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	24.18
	Μέσος αριθμός τουριστικών προϊόντων ανά πελάτη και κατάστημα (2.119 προϊόντα ανά πελάτη/1.71 καταστήματα) → 29% σε 1 κατ/μα, 71% σε 2 κατ/ματα (Χρησιμοποιείται αντί της δαπάνης ανά άτομο)	1.239	2.606%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	1.271474351
Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης Κοιν.Σ.Επ.(€) ( Τ )		18.976			18.976
Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων Κοιν.Σ.Επ.(€)(Κ)		7.665			7.665
Προβλεπόμενες Πωλήσεις	( Χ ) * ( Τ )	172346.84			292755.6345
Προβλεπόμενο Κόστος Πωληθέντων	( Χ ) * ( Κ )	69616.279			118253.1587
Σταθερά Έξοδα	( ΣΕ )	115226.87			115226.87
Προβλεπόμενα Συνολικά Έξοδα	(ΣΕ) + ( Χ ) *(Κ) + 0.23*( Χ ) * [(Τ) - (Κ)]	208471.18			273615.5981
Προβλεπόμενα Κέρδη	Προβλ.Πωλήσεις-Προβλ.Συνολ.Έξοδα	-36124.34			19140.03642
Φ.Π.Α.					40135.56945

## Πιθανότερο Σενάριο Έτους 2014

(x,y) = (Πλήθος Τεμαχίων, Χρηματικές Μονάδες (€))

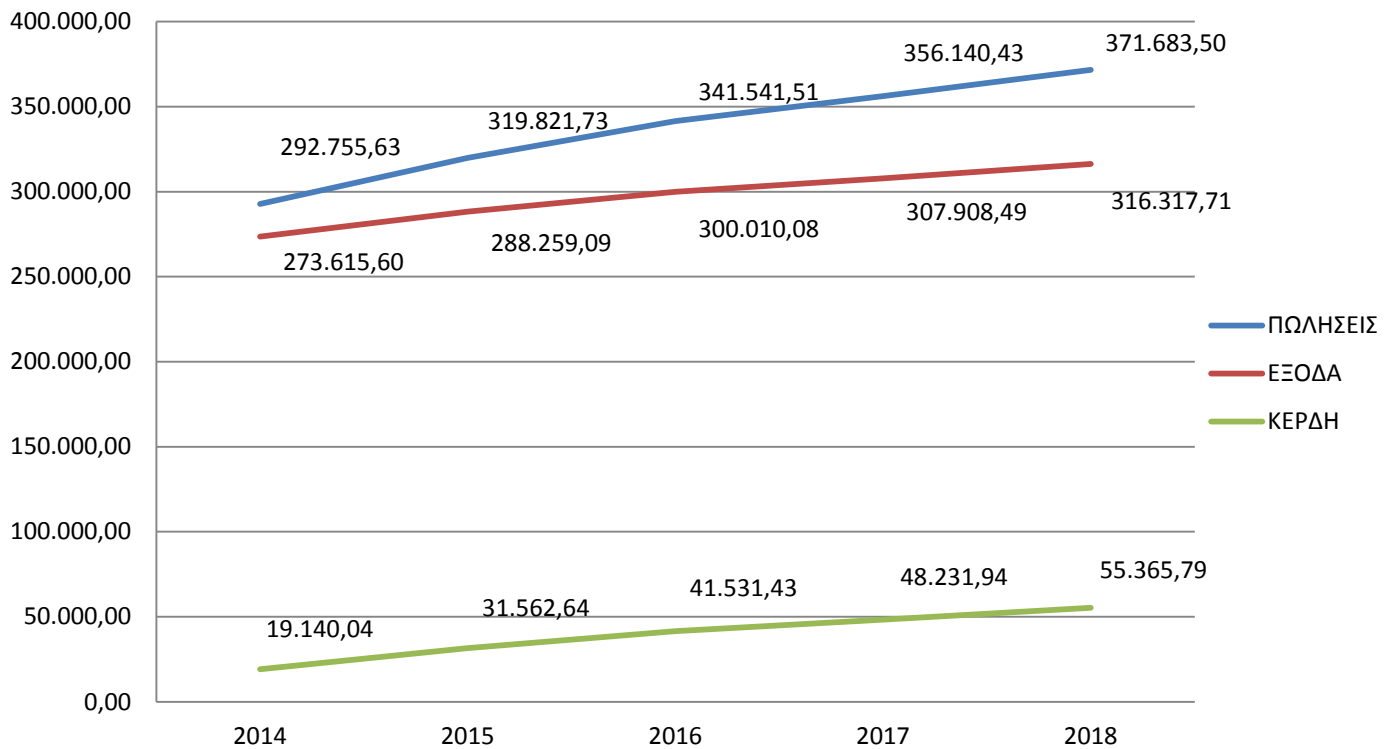


Στο σενάριο αυτό παρουσιάζονται καθαρά κέρδη ύψους 19.140,03 € από τα οποία το 35% που ισούται με 6.699,01 € θα μοιραστεί στις εργαζόμενες, το 5% που ισούται με 957,00 € θα κρατηθεί ως αποθεματικό και το 60% που ισούται με 11.484,02 € θα επανεπενδυθεί για την ανάπτυξη της Κοιν.Σ.Επ. .

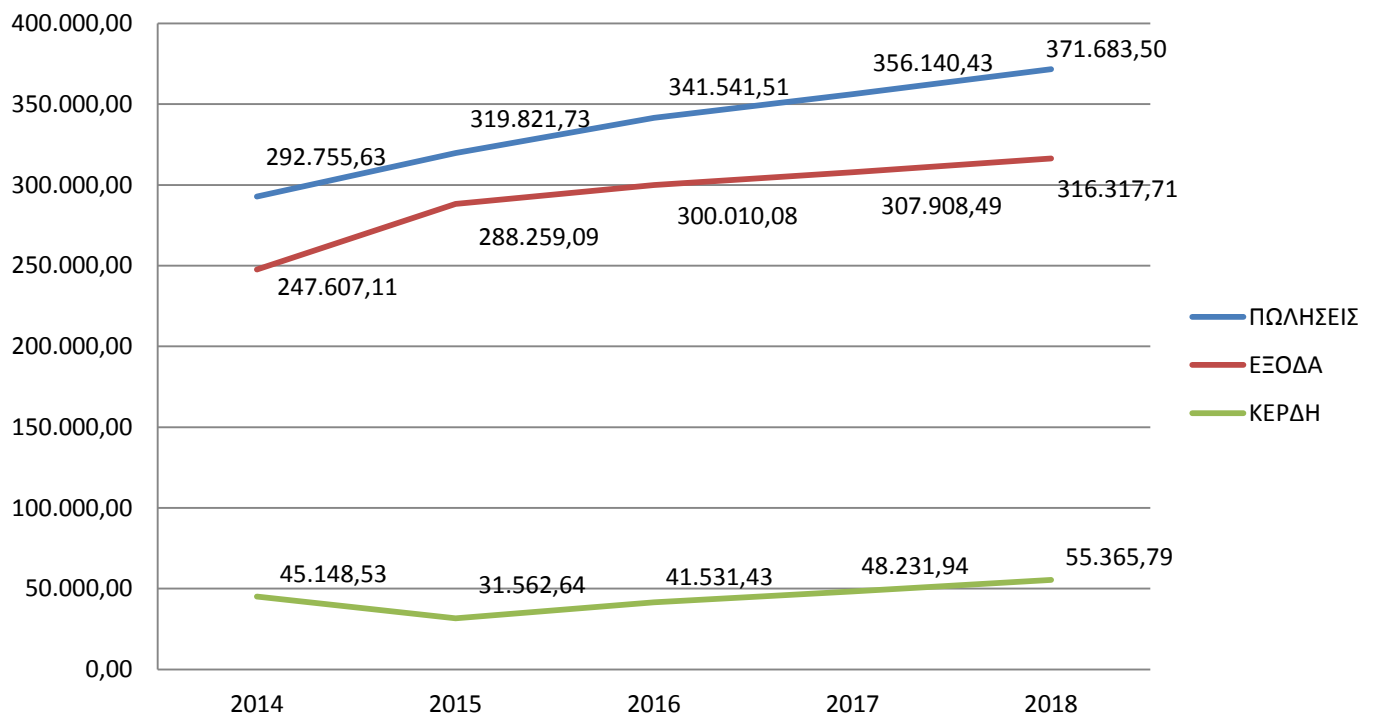
Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας που δείχνει πως διαμορφώνεται το πιθανότερο σενάριο για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας 2014 έως 2018:

ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ	ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ (2012)		ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ	ΑΙΤΙΑ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. (2014)		2015		2016		2017		2018	
		9082.359					15427.67889		16854.012		17998.604		18767.94		19587.031
Πλήθος Τεμαχίων Πωληθέντων Προϊόντων (X)		9082.359					15427.67889		16854.012		17998.604		18767.94		19587.031
	Τουριστική Επισκεψιμότητα Αρχαίας Ολυμπίας (άτομα)	650000	10%+7.5%		Προβλεπόμενη αύξηση τουριστικών αφίξεων Ελλάδος 10% για το 2013 και 7.5% για το 2014.	768625		5.000%	807056.25	2.500%	827232.66	0.000%	827232.66	0.000%	827232.66
	Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα	57.53%	0.000%			57.53%		0.000%	57.53%	0.000%	57.53%	0.000%	57.53%	0.000%	57.53%
	Μερίδιο Αγοράς 1/51 = 1.96%	1.96%	40.000%		Τοποθεσία +10%, Ποιότητα +10%, Διαφήμιση +10%, E-shop +10%	2.74%		1.000%	2.77%	1.000%	2.80%	1.000%	2.83%	1.000%	2.86%
	Δαπάνη ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα (€) - (Δεν χρησιμοποιείται στους υπολογισμούς)	23.57	2.606%		Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	24.18		3.013%	24.912905	3.155%	25.698907	3.242%	26.532066	3.331%	27.415849
	Μέσος αριθμός τουριστικών προϊόντων ανά πελάτη και κατάστημα (2.119 προϊόντα ανά πελάτη/1.71 καταστήματα) --> 29% σε 1 κατ/μα, 71% σε 2 κατ/ματα (Χρησιμοποιείται αντί της δαπάνης ανά άτομο)	1.239	2.606%		Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	1.271474351		3.013%	1.3097839	3.155%	1.3511076	3.242%	1.3949105	3.331%	1.4413749
Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης Κοιν.Σ.Επ.(€) (T)		18.976				18.976									
Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων Κοιν.Σ.Επ.(€)(K)		7.665				7.665									
Προβλεπόμενες Πωλήσεις	(X) * (T)	172346.8				292755.63			319821.73		341541.51		356140.43		371683.50
Προβλεπόμενο Κόστος Πωληθέντων	(X) * (K)	69616.28				118253.16			129186.00		137959.30		143856.26		150134.59
Σταθερά Έξοδα	(ΣΕ)	115226.9				115226.87			115226.87		115226.87		115226.87		115226.87
Προβλεπόμενα Συνολικά Έξοδα	(ΣΕ) + (X) * (K) + 0.23 * (X) * [(T) - (K)]	208471.2				273615.60			288259.09		300010.08		307908.49		316317.71
Προβλεπόμενα Κέρδη	Προβλ.Πωλήσεις-Προβλ.Συνολ.Έξοδα	-36124.34				19140.04			31562.64		41531.43		48231.94		55365.79
Φ.Π.Α.						40135.57			43846.22		46823.91		48825.36		50956.25

### Πιθανότερο προβλεπόμενο σενάριο 2014-2018 (χωρίς ΕΣΠΑ)



### Πιθανότερο προβλεπόμενο σενάριο 2014-2018 (με ΕΣΠΑ)



#### Απαισιόδοξο Σενάριο Οικονομικού Έτους 2014

Στο σενάριο αυτό θεωρούμε ότι τα ποσοστά των παραμέτρων που επηρεάζουν τις βασικές μεταβλητές από τις οποίες εξαρτώνται οι Πωλήσεις και τα Έξοδα είναι για διάφορους λόγους χαμηλότερες από εκείνες του πιθανότερου σεναρίου.

Συγκεκριμένα αν το επιθετικό Marketing που θα εφαρμοστεί δεν αποδώσει όσο περιμένουμε, αν δεν επιτευχθεί η ζητούμενη τοποθεσία καταστήματος (+0%), αν το e-shop δεν θα έχει τη ζητούμενη απήχηση (+0%), αν λόγω κακής διαχείρισης δεν επιτευχθεί η ζητούμενη ποιότητα προϊόντων ή δημιουργηθούν άλλα μη προβλέψιμα προβλήματα (+5%), θα προκύψει χαμηλότερο μερίδιο αγοράς. Υπολογίζουμε όμως ότι λόγω της δυνατότητας της εταιρίας να έχει αρκετό εργατικό δυναμικό, το μερίδιο αγοράς δεν θα υποχωρήσει κάτω από τον μέσο όρο αλλά αντίθετα θα αυξηθεί κατά 15%.

Θεωρούμε επίσης ότι η πρόβλεπόμενη αύξηση του τουρισμού είναι 20% μικρότερη από όσο υπολογίσαμε στο πιθανότερο σενάριο, από το 2014 και για τα επόμενα 2 έτη, δηλαδή 6% αντί για 7.5% .

Επιπλέον λαμβάνουμε μία τιμή (2,000%) αρκετά χαμηλότερη από την υπολογιζόμενη τιμή για τη μέση σταθμισμένη αύξηση του ΑΕΠ των χωρών των επισκεπτών της Ελλάδας η οποία έχει υπολογιστεί σε 2,606% περίπου και την αυξάνουμε ανάλογα με την αντίστοιχη αύξηση της τιμής του πιθανότερου σεναρίου.

Σχετικά με τη Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης και το Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων θεωρείται ότι ο τρόπος με τον οποίο έχουν υπολογιστεί κατά την διαδικασία της τιμολόγησης στην Στρατηγική Marketing αντιπροσωπεύει την πραγματικότητα και κατά συνέπεια θα χρησιμοποιηθούν αυτούσιες στο συγκεκριμένο σενάριο με τις τιμές  $T = 18,976$  €/τεμάχιο και  $K = 7,665$  €/τεμάχιο αντίστοιχα.

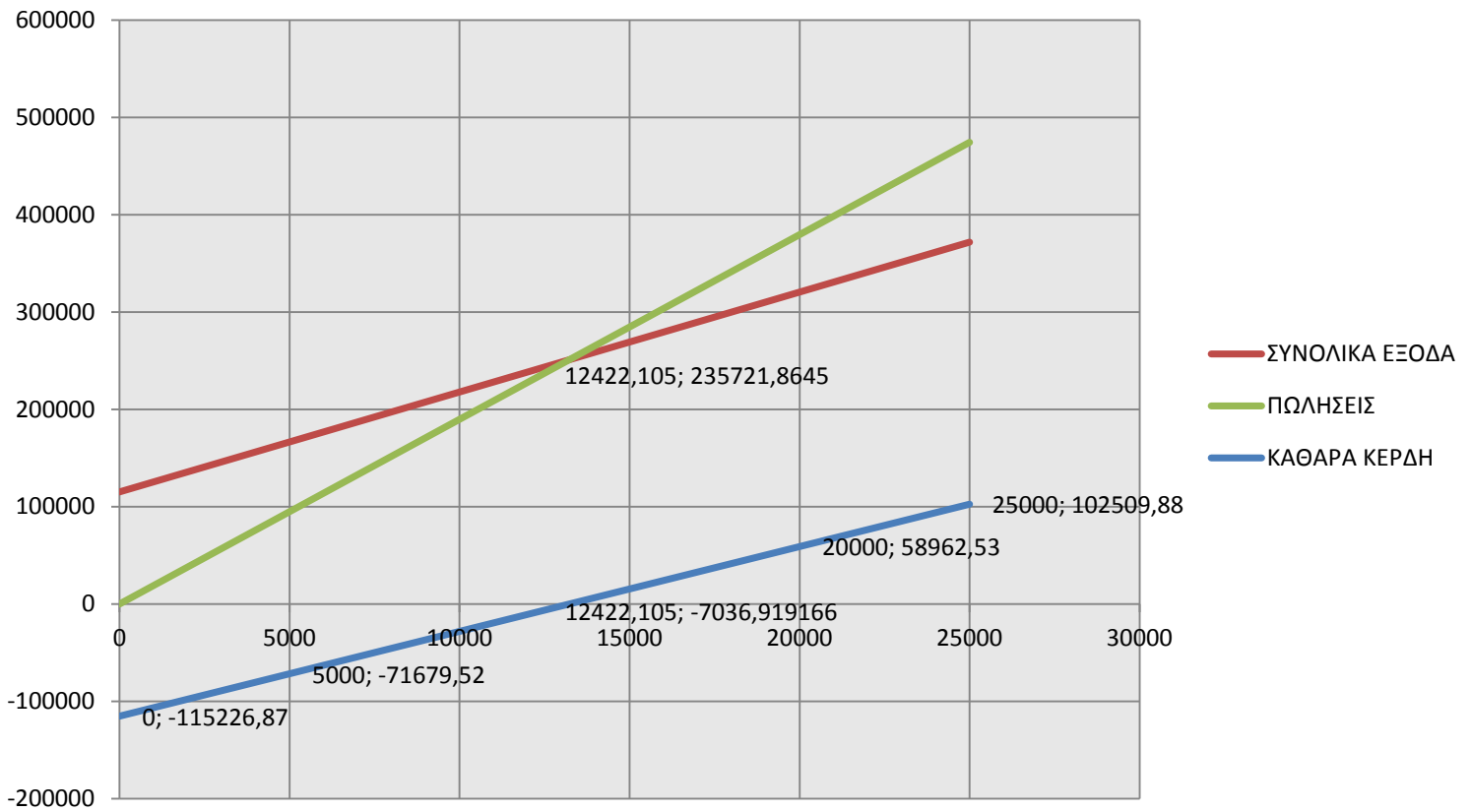
Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι τιμές των μεταβλητών που θα χρησιμοποιηθούν στο απαισιόδοξο σενάριο του πρώτου έτους λειτουργίας της επιχείρησης, δηλαδή από 1/1/2014 έως 31/12/2014.

**Απαισιόδοξο Σενάριο Οικονομικού Έτους 2014**

ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ	ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ (2012)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ	ΑΙΤΙΑ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. (2014)
Πλήθος Τεμαχίων Πωληθέντων Προϊόντων (X)		9082.3587			12422.10543
	Τουριστική Επισκεψιμότητα Αρχαίας Ολυμπίας (άτομα)	650000	10%+6%	Προβλεπόμενη αύξηση τουριστικών αφίξεων Ελλάδος 10% για το 2013 και 6% για το 2014.	757900
	Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα	57.53%	0.000%		57.53%
	Μερίδιο Αγοράς 1/51 = 1.96%	1.96%	15.000%	Τοποθεσία +0%, Ποιότητα +5%, Διαφήμιση +10%, E-shop +0%	2.25%
	Δαπάνη ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα (€) - (Δεν χρησιμοποιείται στους υπολογισμούς)	23.57	2.000%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	24.04
	Μέσος αριθμός τουριστικών προϊόντων ανά πελάτη και κατάστημα (2.119 προϊόντα ανά πελάτη/1.71 καταστήματα) → 29% σε 1 κατ/μα, 71% σε 2 κατ/ματα (Χρησιμοποιείται αντί της δαπάνης ανά άτομο)	1.239	2.000%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	1.263964912
Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης Κοιν.Σ.Επ.(€) (Τ)		18.976			18.976
Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων Κοιν.Σ.Επ.(€)(Κ)		7.665			7.665
Προβλεπόμενες Πωλήσεις	(X) * (Τ)	172346.84			235721.8726
Προβλεπόμενο Κόστος Πωληθέντων	(X) * (Κ)	69616.279			95215.43812
Σταθερά Έξοδα	(ΣΕ)	115226.87			115226.87
Προβλεπόμενα Συνολικά Έξοδα	(ΣΕ) + (X) * (Κ) + 0.23 * (X) * [(Τ) - (Κ)]	208471.18			242758.7881
Προβλεπόμενα Κέρδη	Προβλ.Πωλήσεις-Προβλ.Συνολ.Έξοδα	-36124.34			-7036.915427
Φ.Π.Α.					32316.47994

# Απαισιόδοξο Σενάριο Έτους 2014

(x,y) = (Πλήθος Τεμαχίων, Χρηματικές Μονάδες (€))

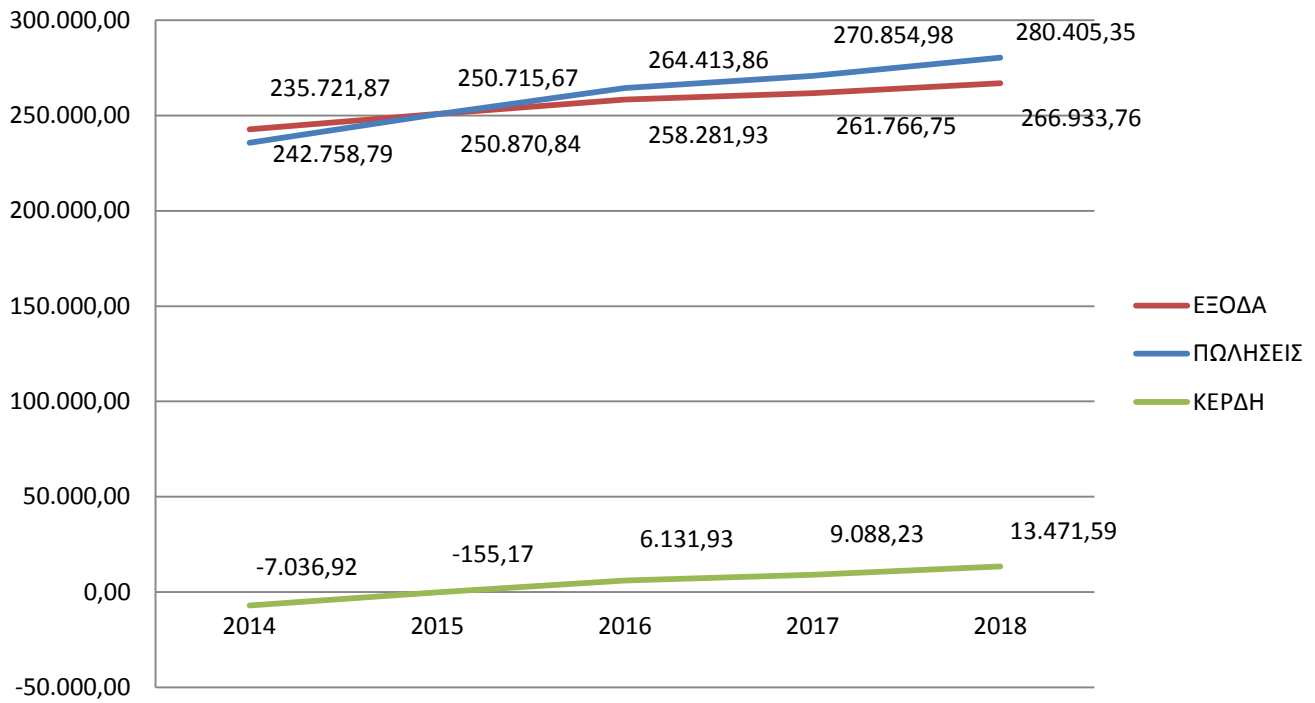


Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας που δείχνει πως διαμορφώνεται το απαισιόδοξο σενάριο για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας 2014 έως 2018:

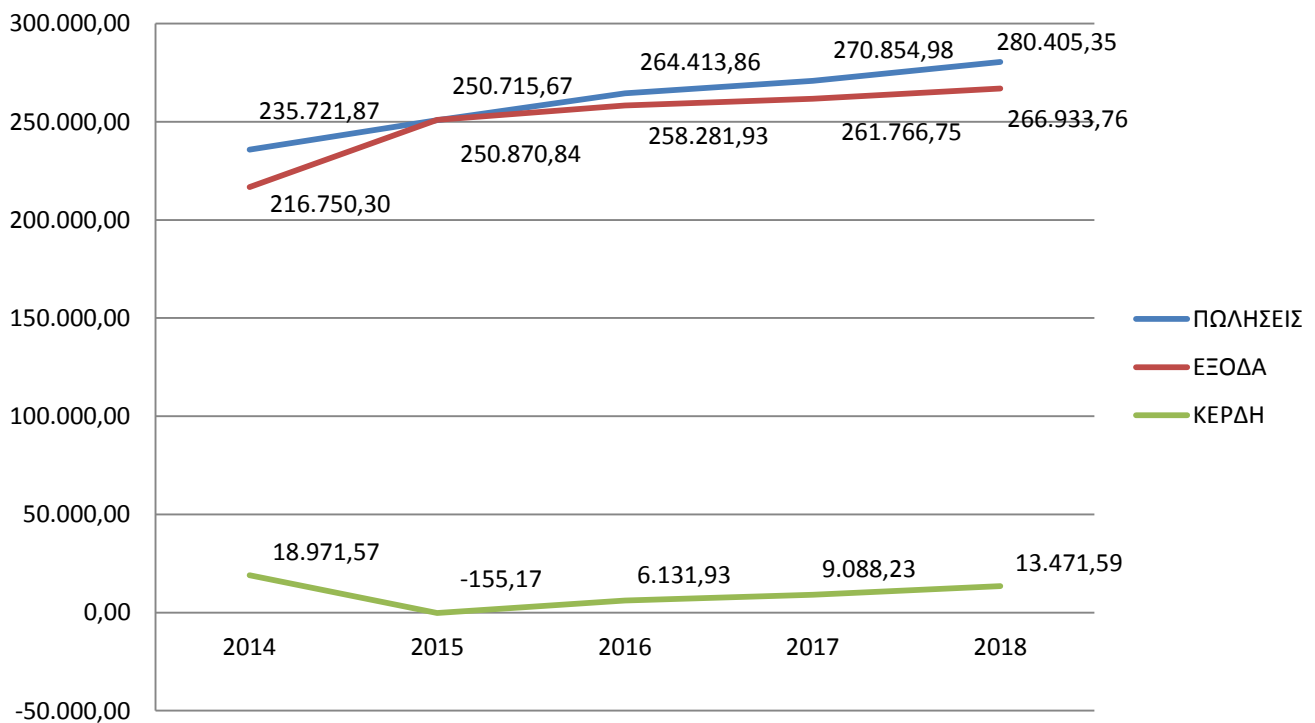
ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ	ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ (2012)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ	ΑΙΤΙΑ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. (2014)	2015		2016		2017		2018	
Πλήθος Τεμαχίων Πωληθέντων Προϊόντων (X)		9082.3587			12422.10543		13212.251		13934.12		14273.555		14776.842
	Τουριστική Επισκεψιμότητα Αρχαίας Ολυμπίας (άτομα)	650000	10%+6%	Προβλεπόμενη αύξηση τουριστικών αφίξεων Ελλάδος 10% για το 2013 και 6% για το 2014.	757900	4.000%	788216	2.000%	803980.32	0.000%	803980.32	0.000%	803980.32
	Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα	57.53%	0.000%		57.53%	0.000%	57.53%	0.000%	57.53%	0.000%	57.53%	0.000%	57.53%
	Μερίδιο Αγοράς 1/51 = 1.96%	1.96%	15.000%	Τοποθεσία +0%, Ποιότητα +5%, Διαφήμιση +10%, E-shop +0%	2.25%	0.000%	2.25%	1.000%	2.28%	0.000%	2.28%	1.000%	2.30%
	Δαπάνη ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα (€) - (Δεν χρησιμοποιείται στους υπολογισμούς)	23.57	2.000%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	24.04	2.270%	24.58714	2.372%	25.170347	2.436%	25.783496	2.501%	26.428342
	Μέσος αριθμός τουριστικών προϊόντων ανά πελάτη και κατάσταση (2.119 προϊόντα ανά πελάτη/1.71 καταστήματα) -> 29% σε 1 κατ/μα, 71% σε 2 κατ/ματα (Χρησιμοποιείται αντί της δαπάνης ανά άτομο)	1.239	2.000%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	1.263964912	2.270%	1.2926569	2.372%	1.3233187	2.436%	1.3555548	2.501%	1.3894572
Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης Κοιν.Σ.Επ.(€) (T)		18.976			18.976								
Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων Κοιν.Σ.Επ.(€)(K)		7.665			7.665								
Προβλεπόμενες Πωλήσεις	(X) * (T)	172346.84			235721.87		250715.67		264413.86		270854.98		280405.35
Προβλεπόμενο Κόστος Πωληθέντων	(X) * (K)	69616.279			95215.44		101271.90		106805.03		109406.80		113264.49
Σταθερά Έξοδα	(ΣΕ)	115226.87			115226.87		115226.87		115226.87		115226.87		115226.87
Προβλεπόμενα Συνολικά Έξοδα	(ΣΕ) + (X) * (K) + 0.23 * (X) * [(T) - (K)]	208471.18			242758.79		250870.84		258281.93		261766.75		266933.76
Προβλεπόμενα Κέρδη	Προβλ. Πωλήσεις - Προβλ. Συνολ. Έξοδα	-36124.34			-7036.92		-155.17		6131.93		9088.23		13471.59
Φ.Π.Α.					32316.48		34372.07		36250.03		37133.08		38442.40



### Απαισιόδοξο προβλεπόμενο σενάριο 2014-2018 (χωρίς ΕΣΠΑ)



### Απαισιόδοξο προβλεπόμενο σενάριο 2014-2018 (με ΕΣΠΑ)



#### Αισιόδοξο Σενάριο Οικονομικού Έτους 2014

Στο σενάριο αυτό θεωρούμε ότι τα ποσοστά των παραμέτρων που επηρεάζουν τις βασικές μεταβλητές από τις οποίες εξαρτώνται οι Πωλήσεις και τα Έξοδα είναι για διάφορους λόγους υψηλότερες από εκείνες του πιθανότερου σεναρίου.

Συγκεκριμένα αυτό θα συμβεί αν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και το επιθετικό Marketing που θα εφαρμοστεί αποδόσουν περισσότερο από όσο περιμένουμε. Εκτιμούμε όμως ότι λόγω της μικρής εμπειρίας των μελών της εταιρίας καθώς και άλλων περιοριστικών παραγόντων όπως έλλειψη συνεργασίας των τουριστικών γραφείων με την Κοιν.Σ.Επ. και δημιουργία προβλημάτων από τον ανταγωνισμό, το μερίδιο αγοράς δεν θα ξεπεράσει το 50%.

Θεωρούμε επίσης ότι η πρόβλεπόμενη αύξηση του τουρισμού είναι 10% μεγαλύτερη από όσο υπολογίσαμε στο πιθανότερο σενάριο, από το 2014 και για τα επόμενα 2 έτη, δηλαδή 8.25% αντί για 7.5% .

Επιπλέον λαμβάνουμε υπόψη μία μεγαλύτερη τιμή (3,00%) για τη μέση σταθμισμένη, με το ποσοστό τουριστικής κίνησης που αναλογεί στην κάθε χώρα επισκεπτών της Ελλάδας, αύξηση του ΑΕΠ, η οποία σύμφωνα με δεδομένα από το ΔΝΤ αντιστοιχεί στην τιμή 2,606%. Η τιμή αυτή θα αυξάνεται ανά έτος ανάλογα με την αύξηση της αντίστοιχης τιμής του πιθανότερου σεναρίου.

Σχετικά με τη Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης και το Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων θεωρείται ότι ο τρόπος με τον οποίο έχουν υπολογιστεί κατά την διαδικασία της τιμολόγησης στην Στρατηγική Marketing αντιπροσωπεύει την πραγματικότητα και κατά συνέπεια θα χρησιμοποιηθούν αυτούσιες στο συγκεκριμένο σενάριο με τις τιμές  $T = 18,976$  €/τεμάχιο και  $K = 7,665$  €/τεμάχιο αντίστοιχα.

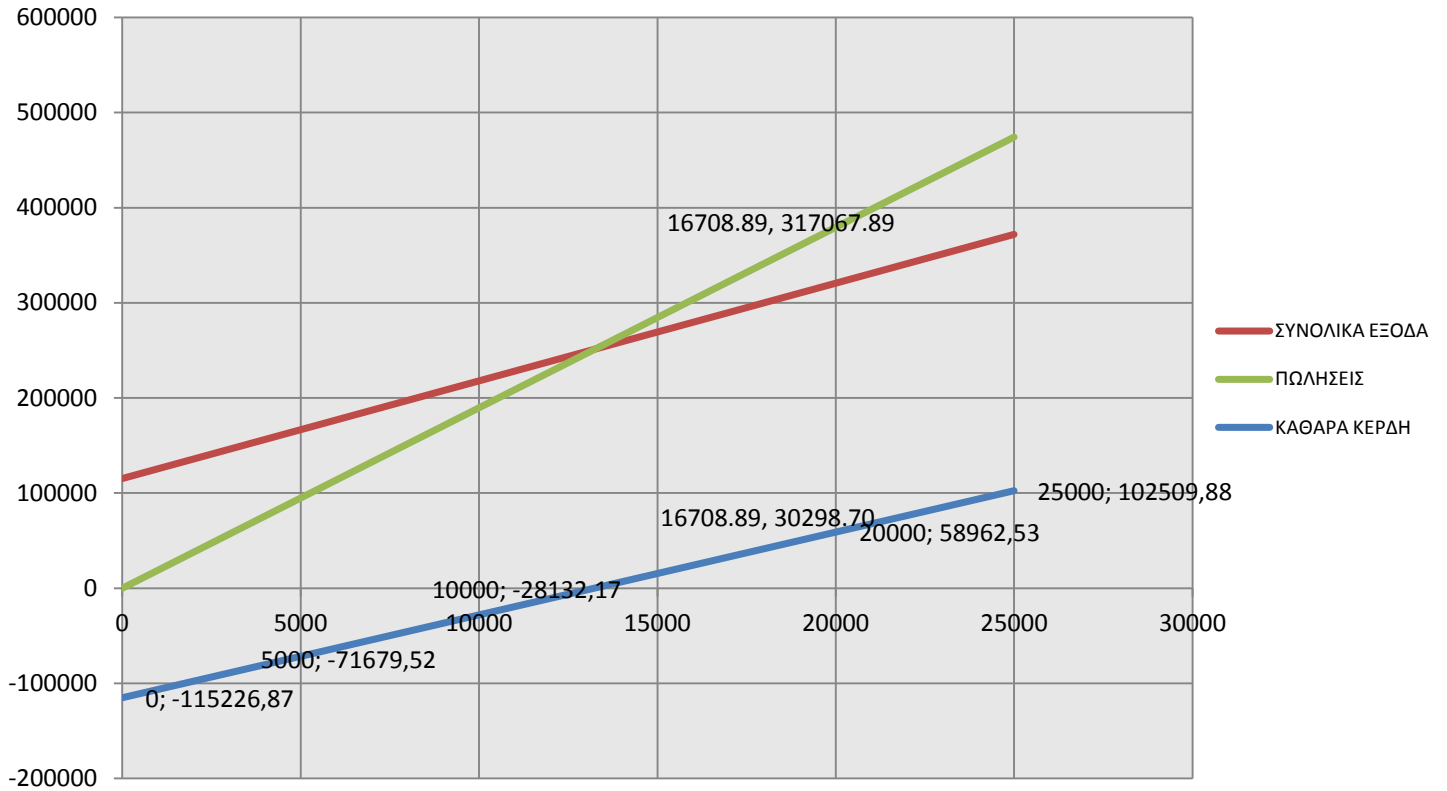
Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι τιμές των μεταβλητών που θα χρησιμοποιηθούν στο αισιόδοξο σενάριο του πρώτου έτους λειτουργίας της επιχείρησης, δηλαδή από 1/1/2014 έως 31/12/2014.

**Δισιόδοξο Σενάριο Οικονομικού Έτους 2014**

ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ	ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ (2012)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ	ΑΙΤΙΑ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. (2014)
Πλήθος Τεμαχίων Πωληθέντων Προϊόντων ( X )		9082.3587			16708.89471
	Τουριστική Επισκεψιμότητα Αρχαίας Ολυμπίας (άτομα)	650000	10%+8.25%	Προβλεπόμενη αύξηση τουριστικών αφίξεων Ελλάδος 10% για το 2013 και 8.25% για το 2014.	773987.5
	Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα	57.53%	0.000%		57.53%
	Μερίδιο Αγοράς 1/51 = 1.96%	1.96%	50.000%	Τοποθεσία +10%, Ποιότητα +12.5%, Διαφήμιση +12.5%, E-shop +10%, Εξυπηρέτηση +5%	2.94%
	Δαπάνη ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα (€) - (Δεν χρησιμοποιείται στους υπολογισμούς)	23.57	3.000%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	24.28
	Μέσος αριθμός τουριστικών προϊόντων ανά πελάτη και κατάστημα (2.119 προϊόντα ανά πελάτη/1.71 καταστήματα) → 29% σε 1 κατ/μα, 71% σε 2 κατ/ματα (Χρησιμοποιείται αντί της δαπάνης ανά άτομο)	1.239	3.000%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	1.276356725
Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης Κοιν.Σ.Επ.(€) ( T )		18.976			18.976
Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων Κοιν.Σ.Επ.(€)(Κ)		7.665			7.665
Προβλεπόμενες Πωλήσεις	( X ) * ( T )	172346.84			317067.986
Προβλεπόμενο Κόστος Πωληθέντων	( X ) * ( Κ )	69616.279			128073.6779
Σταθερά Έξοδα	( ΣΕ )	115226.87			115226.87
Προβλεπόμενα Συνολικά Έξοδα	(ΣΕ) + ( X ) * ( Κ ) + 0.23 * ( X ) * [ ( T ) - ( Κ ) ]	208471.18			286769.2388
Προβλεπόμενα Κέρδη	Προβλ. Πωλήσεις-Προβλ. Συνολ. Έξοδα	-36124.34			30298.74719
Φ.Π.Α.					43468.69085

## Αισιόδοξο Σενάριο Έτους 2014

(x,y) = (Πλήθος Τεμαχίων, Χρηματικές Μονάδες (€))

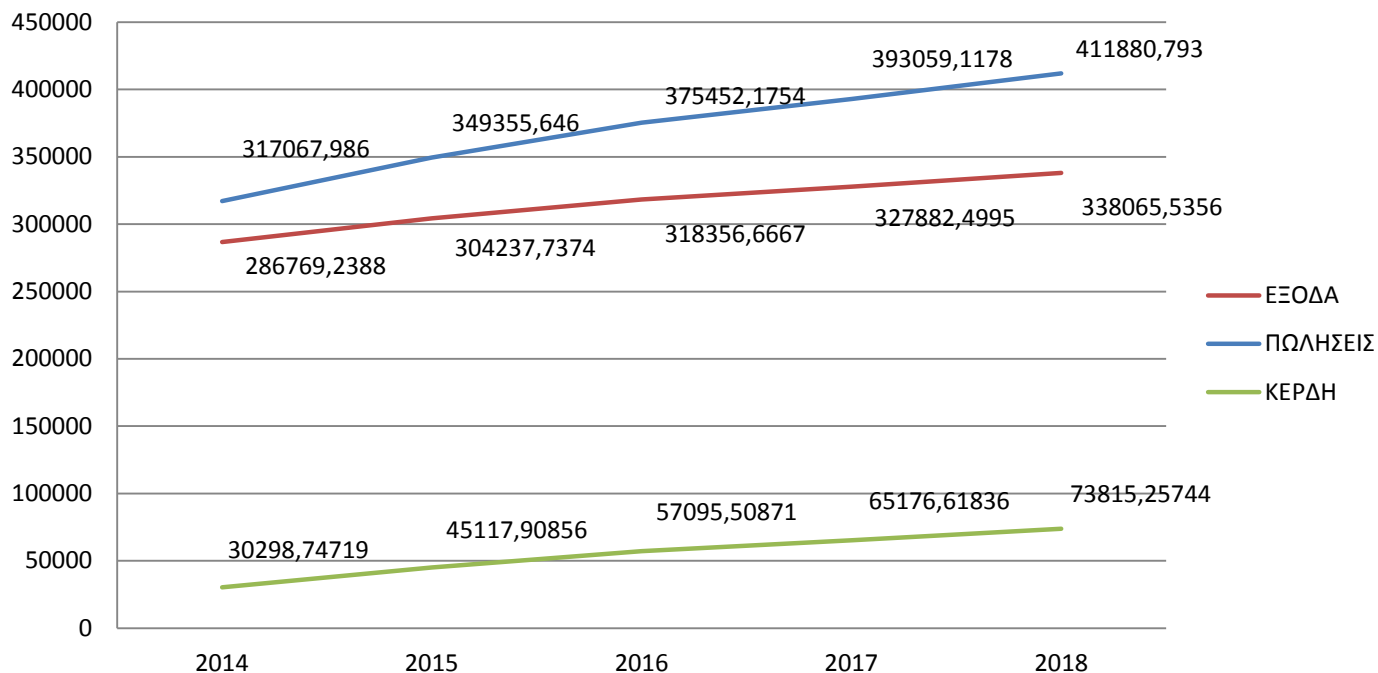


Στο σενάριο αυτό παρουσιάζονται καθαρά κέρδη ύψους 30.298,74 € από τα οποία το 35% που ισούται με 10.604,56 € θα μοιραστεί στις εργαζόμενες, το 5% που ισούται με 1.514,94 € θα κρατηθεί ως αποθεματικό και το 60% που ισούται με 18.179,24 € θα επανεπενδυθεί για την ανάπτυξη της Κοιν.Σ.Επ. .

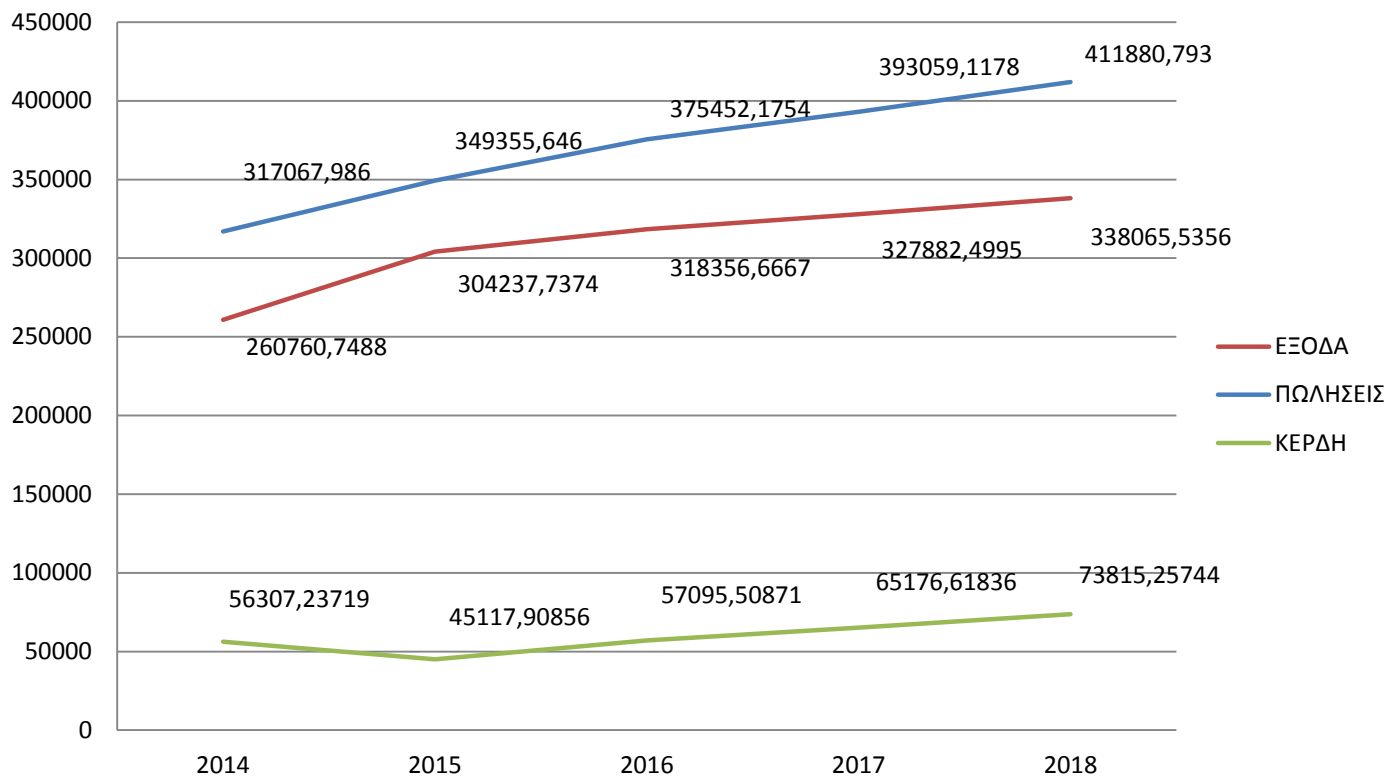
Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας που δείχνει πως διαμορφώνεται το αισιόδοξο σενάριο για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας 2014 έως 2018:

ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ	ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ (2012)	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ	ΑΙΤΙΑ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΓΙΑ ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. (2014)	2015		2016		2017		2018	
Πλήθος Τεμαχίων Πωληθέντων Προϊόντων (X)		9082.3587			16708.89471		18410.394		19785.633		20713.486		21705.354
	Τουριστική Επισκεψιμότητα Αρχαίας Ολυμπίας (άτομα)	650000	10%+8.25%	Προβλεπόμενη αύξηση τουριστικών αφίξεων Ελλάδος 10% για το 2013 και 8.25% για το 2014.	773987.5	5.500%	816556.81	2.750%	839012.12	0.000%	839012.12	0.000%	839012.12
	Ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα	57.53%	0.000%		57.53%	0.000%	57.53%	0.000%	57.53%	0.000%	57.53%	0.000%	57.53%
	Μερίδιο Αγοράς 1/51 = 1.96%	1.96%	50.000%	Τοποθεσία +10%, Ποιότητα +12.5%, Διαφήμιση +12.5%, E-shop +10%, Εξυπηρέτηση +5%	2.94%	1.000%	2.97%	1.000%	3.00%	1.000%	3.03%	1.000%	3.06%
	Δαπάνη ανά άτομο για τουριστικά προϊόντα (€) - (Δεν χρησιμοποιείται στους υπολογισμούς)	23.57	3.000%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	24.28	3.405%	25.103735	3.558%	25.996926	3.653%	26.946594	3.751%	27.957361
	Μέσος αριθμός τουριστικών προϊόντων ανά πελάτη και κατάστημα (2.119 προϊόντα ανά πελάτη/1.71 καταστήματα) -> 29% σε 1 κατ/μα, 71% σε 2 κατ/ματα (Χρησιμοποιείται αντί της δαπάνης ανά άτομο)	1.239	3.000%	Προβλεπόμενη μέση σταθμισμένη αύξηση ΑΕΠ 2014 των χωρών με την μεγαλύτερη εισερχόμενη τουριστική επισκεψιμότητα	1.276356725	3.405%	1.3198167	3.558%	1.3667757	3.653%	1.4167041	3.751%	1.4698446
Μέση Σταθμική Τιμή Πώλησης Κοιν.Σ.Επ.(€) (T)		18.976			18.976								
Μέσο Σταθμικό Κόστος Πωληθέντων Κοιν.Σ.Επ.(€)(K)		7.665			7.665								
Προβλεπόμενες Πωλήσεις	(X) * (T)	172346.84			317067.986		349355.65		375452.18		393059.12		411880.79
Προβλεπόμενο Κόστος Πωληθέντων	(X) * (K)	69616.279			128073.6779		141115.67		151656.88		158768.87		166371.54
Σταθερά Έξοδα	(ΣΕ)	115226.87			115226.87		115226.87		115226.87		115226.87		115226.87
Προβλεπόμενα Συνολικά Έξοδα	(ΣΕ) + (X) * (K) + 0.23 * (X) * [(T) - (K)]	208471.18			286769.2388		304237.74		318356.67		327882.5		338065.54
Προβλεπόμενα Κέρδη	Προβλ.Πωλήσεις-Προβλ.Συνολ.Έξοδα	-36124.34			30298.74719		45117.909		57095.509		65176.618		73815.257
Φ.Π.Α.					43468.69085		47895.194		51472.918		53886.756		56467.129

### Αισιόδοξο προβλεπόμενο σενάριο 2014-2018 (χωρίς ΕΣΠΑ)



### Αισιόδοξο προβλεπόμενο σενάριο 2014-2018 (με ΕΣΠΑ)



#### 5.3.10. Στρατηγική εξόδου

Όπως αναφέρεται στο καταστατικό, η διάρκεια του Συνεταιρισμού είναι απεριόριστη. Συνεπώς δεν προγραμματίζεται χρόνος περάτωσης της εμπορικής λειτουργίας της ούτε προβλέπεται να πωληθεί, αφού πρόκειται για εταιρία κοινωνικού σκοπού, συνεπώς δεν κρίνεται αναγκαίος στην παρούσα μελέτη ο σχεδιασμός στρατηγικής εξόδου.

## 6. Συμπεράσματα

Από το πρώτο κεφάλαιο, όπου παρουσιάζονται οι απαιτήσεις της επιχείρησης σε ανθρώπινο δυναμικό, προκύπτει η οργανωτική δομή και το οργανόγραμμα της επιχείρησης, η οποία ακολουθεί top-down διοικητική οργάνωση. Επίσης, κατόπιν ανάλυσης των θετικών και αρνητικών σημείων διαφόρων πιθανών τοποθεσιών για το εμπορικό κατάστημα, επιλέχθηκε ως τοποθεσία μία κομβική περιοχή διέλευσης των τουριστών στην Αρχαία Ολυμπία, κοντά στο αρχαιολογικό μουσείο.

Από το δεύτερο κεφάλαιο και τη μελέτη των παρατιθέμενων οικονομικών στοιχείων, προβλέπεται ότι η επιχείρηση θα είναι βιώσιμη, υγιής και θα αναπτύσσεται σημαντικά κάθε χρόνο, τουλάχιστον για τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας της.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται παρουσίαση και περιγραφή των προϊόντων που προτείνεται να παράγονται και να πωλούνται, βάσει της εκπονηθείσας έρευνας αγοράς, τα οποία είναι προϊόντα προερχόμενα από το δένδρο ελιά, τοπικά είδη βοτάνων και αλάτων, τουριστικά αναμνηστικά, κοσμήματα και ψευδοκοσμήματα, τυποποιημένα προϊόντα διατροφής και άλλα προϊόντα που θα παράγονται κατόπιν ειδικών παραγγελιών. Όλα τα παραπάνω προϊόντα θα έχουν τοπικό χαρακτήρα, θα αποπνέουν το πνεύμα των αρχαίων Ολυμπιακών Αγώνων και του Ολυμπισμού. Τα προϊόντα θα διατίθενται από το κατάστημα της Κοιν.Σ.Επ. στην Αρχαία Ολυμπία καθώς και μέσω αποστολής τους, κατόπιν παραγγελιών από το ηλεκτρονικό κατάστημα. Οι ειδικές παραγγελίες θα αποστέλονται στον πελάτη κατόπιν συνεννόησης με το τμήμα Μάρκετινγκ. Επίσης προτείνεται εκκίνηση της λειτουργίας του καταστήματος στην Αρχαία Ολυμπία στα μέσα Μαρτίου 2014, όπου και θα αρχίσουν ουσιαστικά οι τουριστικές επισκέψεις στην περιοχή. Ανάλογα με τα είδη των προϊόντων προτείνονται τέσσερις βασικές παραγωγικές διαδικασίες, όπου στην πρώτη τα προϊόντα θα παραλαμβάνονται έτοιμα από την Κοιν.Σ.Επ. κατόπιν παραγγελιών σε τοπικούς κυρίως παραγωγούς, στη δεύτερη θα υποβάλλονται σε μερική μεταποίηση, στην τρίτη θα κατασκευάζονται εξολοκλήρου από το τμήμα παραγωγής και στην τέταρτη θα παράγονται οι ειδικές παραγγελίες, δηλαδή προϊόντα που ενδεχομένως δεν ανήκουν στην τακτική λίστα προϊόντων της επιχείρησης, με τον εκάστοτε απαιτούμενο από τους ανωτέρω τρεις τρόπους. Το συνολικό κόστος εκκίνησης είναι €17.400 περίπου, με σύνολο αρχικής επένδυσης €6.000 περίπου και θα καλυφθεί από ισόποσες εισφορές των μελών, δηλαδή περίπου €855 ανά μέλος.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, όπου γίνεται παρουσίαση των αποτελεσμάτων της επεξεργασίας των στοιχείων της έρευνας αγοράς, βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (80%) του αγοραστικού κοινού των ομοειδών με την Κοιν.Σ.Επ. επιχειρήσεων είναι γυναίκες, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των δαπανών για τουριστικά προϊόντα γίνονται από τουρίστες ηλικίας άνω των 50 ετών. Επίσης, οι τουρίστες ενδιαφέρονται για προϊόντα που να έχουν τοπικό χαρακτήρα, να είναι καλής ποιότητας, καθώς και για καλή εξυπηρέτηση από την πλευρά των πωλητών. Η τουριστική επισκεψιμότητα της Αρχαίας Ολυμπίας και του Κατακόλου είναι τουλάχιστον 650.000 και 800.000 άτομα αντίστοιχα και το ποσοστό του ριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα είναι περίπου 57,5% και 30% αντίστοιχα. Σχετικά με τον ανταγωνισμό και σύμφωνα με την έρευνα αγοράς, το μέγεθος του ανταγωνισμού στην Αρχαία Ολυμπία και το Κατάκολο είναι 50 και 75 καταστήματα αντίστοιχα, οι μέσες ετήσιες εισπράξεις ανά κατάστημα κυμαίνονται κατά μέσον όρο στις €176.000 και €35.000, και τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση είναι μαγνητάκια,



αναμνηστικά, καλής ποιότητας ρούχα (ελληνικής παραγωγής), κοσμήματα, αγαλαματίδια, T-shirts, καρτ ποστάλ.

Στο ίδιο κεφάλαιο έγινε προσπάθεια πρόβλεψης των τάσεων της αγοράς στον κλάδο τουριστικών προϊόντων της Αρχαίας Ολυμπίας, όπου ξεκινώντας από την παρουσίαση της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης και κινούμενοι σε πιο περιορισμένα σύνολα, καταλήγουμε σε συμπεράσματα για την ελληνική αγορά και αυτήν της Αρχαίας Ολυμπίας. Συγκεκριμένα προβλέπεται μέση ετήσια αύξηση των παγκόσμιων τουριστικών αφίξεων 4,10% μέχρι το 2020, ενώ οι αφίξεις τουριστών προς την Ελλάδα για το 2013 προβλέπεται να αυξηθούν κατά 10% περίπου και οι προβλέψεις είναι θετικές για τα επόμενα 5 χρόνια, καθώς η παγκόσμια οικονομία σταθεροποιείται, το παγκόσμιο ΑΕΠ και ειδικότερα των χωρών με τη μεγαλύτερη τουριστική επισκεψιμότητα προς Ελλάδα αναμένεται να αυξηθεί, με αποτέλεσμα ανάλογη αύξηση της τουριστικής ζήτησης και αφού η πολιτική κατάσταση στην Ελλάδα είναι σταθερή και η οικονομία της αναμένεται να περάσει σε τροχιά ανάπτυξης από το 2014, η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα εκτιμάται ότι θα αυξηθεί, με ανάλογη αύξηση της τουριστικής κίνησης του Ν.Ηλείας και της Αρχαίας Ολυμπίας, που συνεπάγεται αύξηση των εισπράξεων της τοπικής τουριστικής αγοράς.

Η ανάλυση του πολιτικού, οικονομικού, κοινωνικού, τεχνολογικού περιβάλλοντος (PEST) στο οποίο ανήκει η Κοιν.Σ.Επ. , καθώς και η ανάλυση ισχυρών και αδύνατων σημείων, ευκαιριών και απειλών (SWOT), που διεξήχθησαν στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζουν γενικότερα θετικές προοπτικές λαμβάνοντας φυσικά υπόψη τα επικίνδυνα σημεία. Ως στρατηγικά πλεονεκτήματα καταδεικνύονται ο ιδιαίτερος, διαφοροποιημένος σχεδιασμός των προϊόντων προσανατολισμένος στους αρχαίους Ολυμπιακούς Αγώνες, η ανώτερη ποιότητα των προϊόντων, η άριστη εξυπηρέτηση σε όλες τις διαστάσεις αλληλεπίδρασης της επιχείρησης με το αγοραστικό κοινό, ο κοινωνικός χαρακτήρας της, οι online πωλήσεις, η ιδιαίτερη έμφαση στη συσκευασία και η εκτεταμένη δράση ξεχωριστού τμήματος Μάρκετινγκ που σκοπό θα έχει την επίτευξη υψηλού μεριδίου αγοράς. Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα θεωρούνται η κομβική τοποθεσία του καταστήματος, ο σχεδιασμός και η ποιότητα των προϊόντων, η εξυπηρέτηση των πελατών και η εταιρική κοινωνική ευθύνη της Κοιν.Σ.Επ. που θα προβάλλεται με κάθε ευκαιρία.

Σχετικά με τη στρατηγική Μάρκετινγκ, οι κατηγορίες προϊόντων έχουν αναφερθεί ανωτέρω, η τιμολόγηση οφείλει να είναι ανταγωνιστική οπότε προτείνεται να είναι 125% πάνω από το κόστος προμήθειας και 10% κάτω από τη μέση τιμή που προσφέρει ο ανταγωνισμός για τα προϊόντα που κυκλοφορούν ήδη, ενώ γι'αυτά που εισάγονται για πρώτη φορά οι τιμές θα κυμανθούν περίπου 150% πάνω από το κόστος προμήθειας ή παραγωγής τους. Η διάθεση των προϊόντων θα γίνεται αρχικά από το κατάστημα στην Αρχαία Ολυμπία και μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) με απευθείας διανομή στο μέσο μεταφοράς των τουριστών ή ταχυδρομική αποστολή. Σε δεύτερη φάση θα γίνεται διάθεση προϊόντων και σε έτερα καταστήματα περιοχών με υψηλή τουριστική επισκεψιμότητα. Η προώθηση περιλαμβάνει διαφημιστικά φυλλάδια, online διαφήμιση, διαφήμιση στις τηλεοράσεις των κρουαζιεροπλοίων προς Κατάκολο (σε δεύτερη φάση), συνοδευτικό ενημερωτικό για την αποστολή και τον κοινωνικό χαρακτήρα της Κοιν.Σ.Επ. και προσφορά συμβολικού δώρου στους υποψήφιους πελάτες.

Μετά την παρουσίαση διαφόρων προϋπολογισμών που χρησιμεύουν στη δημιουργία των πινάκων με τα οικονομικά αποτελέσματα, ακολουθεί η ανάλυση νεκρού σημείου, όπου το νεκρό σημείο πωλήσεων είναι περίπου €251.000 και αντιστοιχεί σε μηδενικά κέρδη και μηδενικές

ζημίες. Ακολουθούν τα τρία πιθανά οικονομικά σενάρια, όπου για το πιθανότερο οικονομικό σενάριο προκύπτουν πωλήσεις €292.755,63 για το 2014 που φθάνουν τις €371.683,50 το 2008 με αντίστοιχα κέρδη €19.140,04 και € 50.956,25 , χωρίς χρήση επιχορήγησης (ΕΣΠΑ). Για το απαισιόδοξο σενάριο προκύπτουν πωλήσεις €235.721,87 για το 2014 και €280.405,35 για το 2018 με αντίστοιχα κέρδη -7.036,92€ (ζημίες) και €13.471,59, ενώ για το αισιόδοξο σενάριο προκύπτουν πωλήσεις €317.067,99 για το 2014 που φθάνουν τις €411.880,79 για το 2018 με αντίστοιχα κέρδη €30.298,74 και €73.815,26 .

Συμπερασματικά, η επένδυση θεωρείται συμφέρουσα οπότε προτείνεται η υλοποίησή της.

## 7. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

### 7.1. Πορεία Εργασίας

Μετά την ανάθεση του θέματος της παρούσας διπλωματικής εργασίας και την ενημέρωση σχετικά με αυτό από τον καθηγητή κύριο Αραβώση, έγινε πρόσθετη ενημέρωση επί του θέματος από τη βουλευτή κυρία Αυγερινοπούλου η οποία και έφερε τον εκτελών την εργασία σε επαφή με τα αρμόδια μέλη της Κοιν.Σ.Επ. .

Αφού έγινε ο αρχικός σχεδιασμός, η οργάνωση για την εκπόνηση της μελέτης και η δημιουργία του πρώτου τμήματος των «Γενικών Στοιχείων» του επιχειρηματικού σχεδίου, ο εκτελών την εργασία επισκέφτηκε τον νομό Ηλείας με σκοπό την έρευνα αγοράς και την απόκτηση πληροφοριών από τοπικούς φορείς που σχετίζονταν με την τοπική αγορά (Εμπορικούς Συλλόγους κ.α.) καθώς και από το μέλος της Κοινωνικής Συνεταιριστικής Επιχείρησης κυρία Αμπατζή Ευθυμία.

Στη συνέχεια ολοκληρώθηκε η κατασκευή των «Γενικών Στοιχείων» του επιχειρηματικού σχεδίου καθώς και μέρους του κεφαλαίου των «Τεχνικών Στοιχείων» και των «Στοιχείων Αγοράς», από στοιχεία που προέκυψαν από την επίσκεψη στον Νομό Ηλείας. Για την ολοκλήρωση των κεφαλαίων «Τεχνικά Στοιχεία» και «Στοιχεία Αγοράς», δημιουργήθηκε η ανάγκη για εκπόνηση δεύτερης έρευνας αγοράς στις περιοχές της Αρχαίας Ολυμπίας και του Κατακόλου.

Ακολούθησε η εκπόνηση έρευνας αγοράς στις περιοχές αυτές, τα αποτελέσματα της οποίας αναφέρονται στο αντίστοιχο κεφάλαιο της εργασίας («Στοιχεία Αγοράς») και οδηγούν στην επιλογή των προϊόντων που θα εμπορευτεί η Κοιν.Σ.Επ. , τα οποία περιγράφονται αναλυτικά στο κεφάλαιο «Τεχνικά Στοιχεία». Κατά τη δεύτερη επίσκεψη στον νομό Ηλείας ο εκτελών την εργασία συναντήθηκε με τρία επιπλέον μέλη της Κοιν.Σ.Επ., τις κυρίες Τριπύλα Σοφία, Λούνγκου Έλενα και Τριπύλα Δόμνα, στις οποίες έγινε αναφορά των μέχρι εκείνης της στιγμής αποτελεσμάτων της μελέτης και περιγραφή των ιδεών του για την αποτελεσματική δημιουργία της Κοιν.Σ.Επ., ενώ παράλληλα έλαβε πληροφορίες σχετικά με τις απόψεις τους για τη λειτουργία και τη δράση της επιχείρησης.

Κατόπιν ολοκλήρωσης των Τεχνικών Στοιχείων και Στοιχείων Αγοράς του επιχειρηματικού σχεδίου, δημιουργήθηκε το κεφάλαιο «Ανταγωνιστική Θέση & Στρατηγική», όπου γίνεται εκτίμηση της ανταγωνιστικής θέσης της Κοιν.Σ.Επ. και προτείνεται η στρατηγική ανάπτυξης της.

Με την ολοκλήρωση των ανωτέρω κεφαλαίων κατασκευάστηκαν τα «Οικονομικά Στοιχεία», όπου παρουσιάζονται πίνακες με τα εκτιμώμενα οικονομικά αποτελέσματα της επιχείρησης για τα πρώτα 5 έτη λειτουργίας της.

Το επιχειρηματικό σχέδιο ολοκληρώνεται τελικά με την δημιουργία του «Σημειώματος προς τη Διοίκηση» όπου γίνεται μία σύντομη περιγραφή της επιχειρηματικής πρότασης και των αποτελεσμάτων της παρούσας μελέτης και τοποθετείται στην αρχή της εργασίας προς σύντομη ενημέρωση των ενδιαφερόμενων αναγνωστών.

## **7.2. Ερωτηματολόγια**

Παρακάτω παρατίθενται τα ερωτηματολόγια που εστάλησαν προς συμπλήρωση στον Αντιπρόεδρο του Εμπορικού Συλλόγου Αρχαίας Ολυμπίας κ. Νικόλαο Καρυώτη και στον Πρόεδρο του Εμπορικού Συλλόγου Κατακόλου κ. Στέφανο Γιακουμέλο και ακολουθεί το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα αγοράς στην Αρχαία Ολυμπία από 7/9/2013 έως 9/9/2013, όπου συμπληρώθηκαν 52 αντίτυπα, ενώ συνοπτική παρουσίαση των απαντήσεων παρουσιάζεται σε σχετικό πίνακα στην παράγραφο 7.3. .



**ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ**  
**NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY OF ATHENS**

Προς τον Πρόεδρο του Εμπορικού Συλλόγου Αρχαίας Ολυμπίας κ. Νικόλαο Καρυώτη .

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο συντάχθηκε με σκοπό την απόκτηση στοιχείων απαραίτητων για την εκπόνηση έρευνας αγοράς στην περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας του νομού Ηλείας .

Η χρονική περίοδος, τα στοιχεία της οποίας μας ενδιαφέρουν, είναι η τελευταία Ζετία.

**Α. Στοιχεία αγοράς τουριστικών προϊόντων**

1. Αριθμός καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα
2. Γεωγραφική κατανομή καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα (τοποθεσία)
3. Ανθρώπινο δυναμικό που απασχολείται ανα κατάστημα
4. Κόστος λειτουργίας καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα
5. Ωράριο και ημέρες λειτουργίας
6. Προμηθευτές καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα
7. Συνολικές ετήσιες εισπράξεις καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα
8. Ετήσιες εισπράξεις ανα κατάστημα τουριστικών προϊόντων
9. Τα τουριστικά προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση
  - i. Είδος
  - ii. Κόστος αγοράς από προμηθευτή
  - iii. Τιμή πώλησης
  - iv. Οι ειπράξεις ανα κατάστημα από τα παραπάνω προϊόντα
  - v. Οι ποσότητες των παραπάνω προϊόντων που πωλούνται ανα κατάστημα ετησίως

**Β. Στοιχεία για τον τουρισμό της περιοχής της Αρχαίας Ολυμπίας**

1. Ετήσια επισκεψιμότητα τουριστών
2. Επισκεψιμότητα τουριστών ανα μήνα
3. Πλήθος ή ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα
4. Χρηματικό ποσό που ξοδεύεται κατα μέσον όρο ανα άτομο για τουριστικά προϊόντα
5. Προτιμήσεις ειδών τουριστικών προϊόντων ανα ηλικιακή ομάδα και φύλο

**Γ. Προβλέψεις**

1. Προβλέψεις για την τουριστική επισκεψιμότητα της περιοχής για τα επόμενα 5 χρόνια
2. Προβλέψεις για την αγορά τουριστικών προϊόντων για τα επόμενα 5 χρόνια
  - i. Πλήθος καταστημάτων
  - ii. Εισπράξεις

**Δ. Εξαγωγές τουριστικών προϊόντων στο εξωτερικό**

*Στοιχεία επικοινωνίας*

Κινητό :

e-mail :

FAX :

Μετά τιμής,  
Χατζηδιαμαντής Διαμαντής  
Σχολή Μηχανολόγων Μηχανικών Ε.Μ.Π.



**ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ**  
**NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY OF ATHENS**

Προς τον Πρόεδρο του Εμπορικού Συλλόγου Κατακόλου κ. Στέφανο Γιακουμέλο .

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο συντάχθηκε με σκοπό την απόκτηση στοιχείων απαραίτητων για την εκπόνηση έρευνας αγοράς στην περιοχή του Κατακόλου Ηλείας .

Η χρονική περίοδος, τα στοιχεία της οποίας μας ενδιαφέρουν, είναι η τελευταία Ζετία.

**A. Στοιχεία αγοράς τουριστικών προϊόντων**

10. Αριθμός καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα
11. Γεωγραφική κατανομή καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα (τοποθεσία)
12. Ανθρώπινο δυναμικό που απασχολείται ανα κατάσταση
13. Κόστος λειτουργίας καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα
14. Ωράριο και ημέρες λειτουργίας
15. Προμηθευτές καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα
16. Συνολικές ετήσιες εισπράξεις καταστημάτων με τουριστικά προϊόντα
17. Ετήσιες εισπράξεις ανα κατάσταση τουριστικών προϊόντων
18. Τα τουριστικά προϊόντα με τη μεγαλύτερη ζήτηση
  - i. Είδος
  - ii. Κόστος αγοράς από προμηθευτή
  - iii. Τιμή πώλησης
  - iv. Οι ειπράξεις ανα κατάσταση από τα παραπάνω προϊόντα
  - v. Οι ποσότητες των παραπάνω προϊόντων που πωλούνται ανα κατάσταση ετησίως

**B. Στοιχεία για τον τουρισμό της περιοχής του Κατακόλου**

6. Ετήσια επισκεψιμότητα τουριστών
7. Επισκεψιμότητα τουριστών ανα μήνα
8. Πλήθος ή ποσοστό τουριστών που αγοράζουν τουριστικά προϊόντα
9. Χρηματικό ποσό που ξοδεύεται κατα μέσον όρο ανα άτομο για τουριστικά προϊόντα
10. Προτιμήσεις ειδών τουριστικών προϊόντων ανα ηλικιακή ομάδα και φύλο

**Γ. Προβλέψεις**

3. Προβλέψεις για την τουριστική επισκεψιμότητα της περιοχής για τα επόμενα 5 χρόνια
4. Προβλέψεις για την αγορά τουριστικών προϊόντων για τα επόμενα 5 χρόνια
  - i. Πλήθος καταστημάτων
  - ii. Εισπράξεις

**Δ. Εξαγωγές τουριστικών προϊόντων στο εξωτερικό**

*Στοιχεία επικοινωνίας*

Κινητό :

e-mail :

FAX :

Μετά τιμής,  
Χατζηδιαμαντής Διαμαντής  
Σχολή Μηχανολόγων Μηχανικών Ε.Μ.Π.



**ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ**  
**NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY OF ATHENS**

Answering this survey will assist me to complete my thesis. Your cooperation is greatly appreciated.

**PART I – DEMOGRAPHIC INFORMATION**

1. MALE ( ) FEMALE ( )
2. NATIONALITY : ( ..... )
3. AGE GROUP : <20( ), 20-30 ( ), 31-40 ( ), 41-50 ( ), 51-60 ( ), >60 ( )

**PART II – MARKET RESEARCH**

1. Did you buy tourist items or souvenirs from Ancient Olympia ?  
 YES ( ) NO ( )
2. If yes , what is the approximate amount that you spent on tourist items and souvenirs from Ancient Olympia ?  
 Total Spending : ( € ..... )
3. Please fill in the number of ITEMS and the amount of money that you spent on tourist items and souvenirs, which belong to the following price categories.

<u>Product Price (€)</u>	<u>Number of ITEMS</u>	<u>Total Spending (€)</u>
0.50 – 5.00		€
5.10 – 10.00		€
10.10 – 20.00		€
20.10 – 50.00		€
50.10 +		€

4. What kind of products did you buy ?  
 ( ..... )
5. Does your spending refer to you only, or does it include other members of your party ?  
 Only me ( ) Others ( )  
 If others , please indicate number of other people : ( ..... )
6. Could you please list items that you would like to buy, but they were not available ?  
 ( ..... )

**THANK YOU AND ENJOY THE REST OF YOUR VACATION**





#### 7.4. Πηγές

Βιβλιογραφία:

Αραβώσης Κ.

“Κατάρτιση και Αξιολόγηση Επενδυτικών Σχεδίων & Προγραμμάτων”,  
Νομική Βιβλιοθήκη, 2003

Εφημερίς Της Κυβερνήσεως Της Ελληνικής Δημοκρατίας

“ΝΟΜΟΣ ΥΠ’ ΑΡΙΘΜ. 4019 – Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική  
Επιχειρηματικότητα και λοιπές διατάξεις”

Τεύχος Πρώτο, Αρ. Φύλλου 216, 30 Σεπτεμβρίου 2011

Κότλερ Φ., Κέλερ Κ. Λ.

“Μάρκετινγκ - Μάνατζμεντ”,  
Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2006

Λεώπουλος Β., Πρωτοσύγγελος Σ., Κηρυττόπουλος Κ.

“Προγραμματισμός και Διοίκηση Έργων”,  
Βοήθημα για το μάθημα, Εκδόσεις Ε.Μ.Π.

Παναγιωτακόπουλος Δ.

“Συστημική Μεθοδολογία & Τεχνική Οικονομική”,  
Εκδόσεις ΖΥΓΟΣ, Θεσσαλονίκη, 2005

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

“Ελληνικός Τουρισμός: Στοιχεία & Αριθμοί”  
ΣΕΤΕ, 2013

Τράπεζα της Ελλάδος – Ευρωσύστημα, Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών

“Νομισματική Πολιτική 2012 – 2013”,  
Ίδρυμα Εκτύπωσης Τραπεζογραμματίων και Αξιών της Τράπεζας της  
Ελλάδος, Μάιος 2013

Τράπεζα της Ελλάδος – Ευρωσύστημα, Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών -  
Διεύθυνση Στατιστικής

“Στατιστικό Δελτίο Οικονομικής Συγκυρίας”  
Ίδρυμα Εκτύπωσης Τραπεζογραμματίων και Αξιών της Τράπεζας της  
Ελλάδος, Τεύχος 150, Μάιος-Ιούνιος 2013

## Ιστότοποι:

Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ.)

“Μουσεία - Αρχαιολογικοί Χώροι (Επισκέψεις-Εισπράξεις)”

[http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p\\_param=A1802](http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A1802)

ΕΣΠΑ 2007-2013

“Αποτελέσματα Αξιολόγησης του Προγράμματος: Ολοκληρωμένη παρέμβαση για την στήριξη της Γυναικείας Απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας”

<http://www.espa.gr/el/Pages/NewsFS.aspx?item=543>

Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις του Ν. 4019/2011

“Τι είναι οι Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις του Ν.4019/2011”

<http://www.taxheaven.gr/acforum/index.php?showtopic=84781>

Ομοσπονδία Εμπορικών Συλλόγων Ηλείας

“Στοιχεία επικοινωνίας Προέδρων Ε.Σ.”

[http://www.esee.gr/Portals/0/css3\\_menu/images/Om-ES-Hleias.pdf](http://www.esee.gr/Portals/0/css3_menu/images/Om-ES-Hleias.pdf)

Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ)

“Ο Ελληνικός Τουρισμός”

<http://sete.gr/GR/TOYRISMOS/I%20Simasia%20tou%20Tourismoy%20stin%20Ellada/I%20simasia%20tou%20tourismoy%202012/>

2<sup>ο</sup> ΕΠ.ΑΛ. ΠΥΡΓΟΥ

“Ο Τουρισμός στην Ηλεία”

<http://2epal-pyrgou.ilei.sch.gr/ereunitikes/TourismosStinHleia.pdf>

World Economic Forum

“The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013”

[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf)

World Economic Outlook

“World Economic And Financial Surveys”

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/02/weodata/index.aspx>

## 8. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Τεχνικά Στοιχεία

Ακολουθεί ανάλυση των προϊόντων που αναφέρονται στο κεφάλαιο 3 «Τεχνικά Στοιχεία Επένδυσης», καθώς και των διαδικασιών παραγωγής τους.

### 8.1. Περιγραφή προϊόντων που θα εμπορεύεται η Κοιν.Σ.Επ.

I. Προϊόντα προερχόμενα από το δένδρο ελιά και άλλα τοπικά είδη βοτάνων και αλάτων

i. Σαπούνι από ελαιόλαδο

#### 1. Σαπούνια μικρά

Σχήμα	Κυκλικό, Παραλληλόγραμμο, Οβάλ
Μέγεθος	15g
Υλικό	Ελαιόλαδο, καυστική σόδα
Συσκευασία	Οικολογικό χαρτί
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA
Περιπτώσεις χρήσεως	Ξενοδοχεία, εστιατόρια, σπίτια



Σαπουνάκι από ελαιόλαδο

#### 2. Σαπούνια μεγάλα

Σχήμα	Κυκλικό, Παραλληλόγραμμο, Οβάλ
Μέγεθος	50g
Υλικό	Ελαιόλαδο, καυστική σόδα
Συσκευασία	Οικολογικό χαρτί
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA
Περιπτώσεις χρήσεως	Σπίτι, ξενοδοχεία, εστιατόρια



Σαπούνι από ελαιόλαδο για το σπίτι

ii. Κρέμες από ελαιόλαδο

Περιεχόμενο	Κρέμες από ελαιόλαδο
Ουσία	Διάφορες (ενυδατικές, αντιγήρανσης κ.α.)
Συσκευασία	Πλαστικό μπουκάλι ή βαζάκι

Ποσότητα	250ml
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Κρέμα από ελαιόλαδο

iii. Τοπικά βότανα - μπαχαρικά

Περιεχόμενο	100g από τοπικά βότανα ή μπαχαρικά
Ουσία	Ξηρά θρυμματισμένα βότανα ή μπαχαρικά, που δεν έχουν ραντιστεί και αναπτύχθηκαν χωρίς λιπάσματα
Συσκευασία	Οικολογικό χαρτί
Ποσότητα	100g
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Τοπικά Βότανα - Μπαχαρικά

iv. Άλατα

Περιεχόμενο	500g από τοπικά άλατα μάνιου
Ουσία	Άλατα μάνιου από τοπικές ιαματικές πηγές (λουτρά Καϊάφα)
Συσκευασία	Πλαστικό βαζάκι
Ποσότητα	500g
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Άλατα μπάνιου (από λουτρό Καϊάφα)

v. Ανθοϊάματα – Αιθέρια Έλαια

Περιεχόμενο	10ml αιθέρια έλαια - ανθοϊάματα
Ουσία	Αιθέρια έλαια και ανθοϊάματα παρασκευασμένα από βότανα της περιοχής
Συσκευασία	Μικρό μπουκαλάκι
Ποσότητα	10ml
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Αιθέρια Έλαια - Ανθοϊάματα

vi. Τσάι από φύλλα ελιάς

Περιεχόμενο	160g τσαγιού από φύλλα ελιάς (20 μερίδες των 8g)
Ουσία	Ξηρά θρυμματισμένα φύλλα ελιάς, που δεν έχουν ραντιστεί και αναπτύχθηκαν χωρίς λιπάσματα
Συσκευασία	Κουτί από οικολογικό χαρτί
Ποσότητα	160g - (20 χρήσεις των 8g)
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

ΠΗΓΗ: EUROPEAN MEDICINES AGENCY  
[http://www.ema.europa.eu/docs/en\\_GB/document\\_library/Herbal\\_Community\\_herbal\\_monograph/2011/02/WC500102059.pdf](http://www.ema.europa.eu/docs/en_GB/document_library/Herbal_Community_herbal_monograph/2011/02/WC500102059.pdf)



Τσάι από φύλλα ελιάς

vii. Κότινοι (στεφάνια από κλαδιά ελιάς)

1. Φυσικοί

Μορφή	Στεφάνι με κορδέλα
Υλικό	Κλαδί ελιάς
Μέγεθος	Διάμετρος ~30cm, ώστε να στέκεται στο κεφάλι ανθρώπου
Είδος	Αναμνηστικό, βραβείο πρωταθλητών
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA (σε καρτελάκι)



Κότινος φυσικός

2. Διακοσμητικοί

Μορφή	Επιχρωμιωμένος κότινος απλός, Επιχρωμιωμένος κότινος στεραιωμένος σε πέτρα
Υλικό	Επιχρωμιωμένο κλαδί ελιάς
Μέγεθος	Διάμετρος στεφάνης ~20cm
Είδος	Διακοσμητικό, βραβείο
Συσκευασία	Κουτί από οικολογικό υλικό τυλιγμένο με κορδέλα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Επιχρωμιωμένος κότινος απλός



Επιχρωμιωμένος κότινος στεραιωμένος σε πέτρα

## II. Τουριστικά προϊόντα

### i. Δίσκος Εκεχειρίας (Δίσκος Ιφίτου)

Το προϊόν αυτό δεν κυκλοφορεί στην αγορά καθώς ο δίσκος αυτός δεν έχει βρεθεί και δεν είναι γνωστή η μορφή του. Ο δίσκος του Ιφίτου περιέχει γραμμένη την ανακωχή που κηρύσσουν οι Ηλείοι, όταν πρόκειται να γίνουν Ολυμπιακοί Αγώνες. Οι επιγραφές σ' αυτόν δεν είναι γραμμένες σε ευθείες γραμμές, αλλά τα γράμματα περιτρέχουν κυκλικά το δίσκο ακολουθώντας την περιφέρειά του.

Αρχαίο κείμενο:

«Ο δε του Ιφίτου δίσκος την εκεχειρίαν, ην επί τοις Ολυμπίοις επαγγέλουσιν Ηλείοι. Ταύτην ουκ ες ευθύ έχει γεγραμμένην, αλλά εις κύκλον σχήμα περίεισιν, επί τω δίσκω τα γράμματα.»

(Παυσανίας 5.20.1, όπου υπάρχει και το κείμενο τής Ιερής Εκεχειρίας επάνω στον Δίσκο του Ιφίτου, Παυσανίας 5.4.5 – 6, Πλουτ. Λυκ.1.1 και 23.2 , Θουκ. 5.49)

Οι γυναίκες της ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ. μπορούν από τις περιγραφές που υπάρχουν στην αρχαία ελληνική γραμματεία (Παυσανίας 5.4.5 – 6, Πλουτ. Λυκ.1.1 και 23.2 , Θουκ. 5.49), να δημιουργήσουν μια προσεγγιστική μορφή του δίσκου.

Μορφή	Δίσκος με ανάγλυφο το αρχαίο κείμενο της εκεχειρίας των Ολυμπιακών Αγώνων να αναγράφεται σπειροειδώς, στηριγμένος σε βάση ή σε κορνίζα
Μέγεθος	Διάμετρος ~12cm
Υλικό	Μεταλλικό ή κεραμικό
Είδος	Διακοσμητικό



Ο δίσκος του Ιφίτου θα μοιάζει με τον εικονιζόμενο δίσκο της Φαιστού, με βασική διαφορά ότι το κείμενο θα είναι γραμμένο στα αρχαία ελληνικά και όχι σε Γραμμική Β΄

## ii. Κεραμικά σκεύη με παραστάσεις

Μορφή	Ζωγραφισμένα με θέματα από τους αρχαίους Ολυμπιακούς Αγώνες, πιάτα, δοχεία, αμφορείς, τασάκια, κούπες κ.α.
Μέγεθος	4cm ~ 50cm
Υλικό	Κεραμικό
Είδος	Διακοσμητικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA
Συσκευασία	Κουτί από οικολογικό χαρτί



Χειροποίητα κεραμικά σκεύη με παραστάσεις αρχαίων Ολυμπιακών αγώνων

## iii. Αγαματίδια

Μορφή	Αθλητές αρχαίων αγωνισμάτων
Μέγεθος	~ 8cm, ~15cm
Υλικό	Αλάβαστρος, μπρούτζος, γύψος
Είδος	Διακοσμητικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA





Ο δισκοβόλος



Παγκράτιο

iv. Μαγνητικά πινάκια (μαγνητάκια)

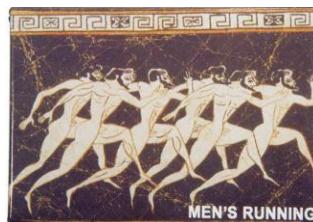
Μορφή	Παράσταση εμπρός και μαγνήτης αυτοκόλλητος πίσω
Μέγεθος	3cm ~ 10cm
Υλικό	Πλαστικό, κεραμικό
Είδος	Διακοσμητικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Αυτοκόλλητα μαγνητάκια



Μαγνητικός πίνακας  
(Το άναμμα της Ολυμπιακής Δάδας)



Μαγνητικός πίνακας  
(Δρόμος ανδρών)



Μαγνητικός πίνακας  
(Πένταθλο)



Μαγνητικός πίνακας  
(Η στέψη του νικητή)



Μαγνητικός πίνακας  
(Προετοιμασία των κλαδιών ελιάς)



Ανάγλυφο με μαγνήτη  
(Δισκοβόλος)



Αμφορέας με μαγνήτη

## v. Αξεσουάρ σπιτιού

### 1. Σουβέρ

Μορφή	Έξι δίσκοι με θήκη
Μέγεθος	10cm X 10cm
Υλικό	Πλαστικό, κεραμικό
Είδος	Διακοσμητικά - χρήσεως
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Στην εικόνα φαίνεται ο δίσκος της Φαιστού. Όμως θα γίνει παραγωγή και εμπορία του δίσκου της Εκεχειρίας (δίσκος του Ιφίτου), τον οποίο θα κατασκευάσει ο συνεταιρισμός βασισμένος στις περιγραφές της αρχαιοελληνικής γραμματείας.

### 2. Πετσέτες

Μορφή	Πετσέτες με παραστάσεις από Αρχαία Ολυμπία και Ολυμπιακά αγωνίσματα
Μέγεθος	Χειρός, προσώπου, σώματος
Υλικό	Βαμβακερά νήματα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

### 3. Σκεύη κουζίνας

Μορφή	Παράσταση εμπρός και μαγνήτης αυτοκόλλητος πίσω
Μέγεθος	3cm ~ 10cm
Υλικό	Πλαστικό, κεραμικό
Είδος	Διακοσμητικά - χρήσεως
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Σετ από ξύλινες κουτάλες μαγειρικής



Ξύλινη βάση κοπής

#### 4. Μολυβοθήκες

Μορφή	Παράσταση από αρχαίους ολυμπιακούς αγώνες περιμετρικά
Μέγεθος	Ύψος 9cm, Διάμετρος 7cm
Υλικό	Κεραμικό
Είδος	Διακοσμητικό
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Μολυβοθήκη με παράσταση από αρχαίους Ολυμπιακούς αγώνες

#### 5. Κηροπήγια & Ολυμπιακές δάδες

Μορφή	Διάφορες
Μέγεθος	Διάφορα
Υλικό	Κεραμικό, μεταλλικό
Είδος	Διακοσμητικά - χρήσεως
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Κηροπήγια



Δάδα μεταφοράς ολυμπιακής φλόγας

## 6. Κούπες

Μορφή	Κυλινδρική με λαβή
Μέγεθος	Ύψος 10cm, Διάμετρος 8cm
Υλικό	Κεραμικό
Είδος	Διακοσμητικά – χρήσεως
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Κούπες με κλαδί ελιάς

## vi. T-Shirts

Μορφή	T-shirt με παράσταση σχετική με την Αρχαία Ολυμπία
Μέγεθος	Small, Medium, Large
Υλικό	Βαμβακερό
Χρώμα	Διάφορα
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



T-shirt με παράσταση αρχαίων δρομέων

vii. Baseball Caps

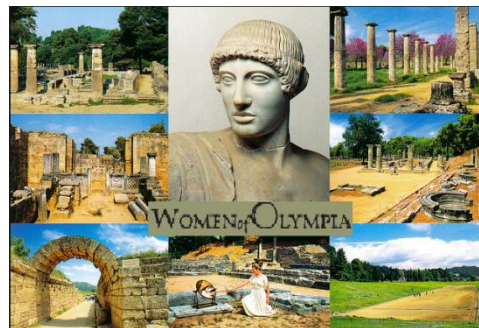
Μορφή	Καπέλο με παράσταση σχετική με ρην Αρχαία Ολυμπία
Μέγεθος	One size
Υλικό	Βαμβακερό
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Baseball cap με χρυσό κότινο και το λογότυπο του συνεταιρισμού

viii. Post Cards

Μορφή	Καρτ ποστάλ
Μέγεθος	10cm X 15cm
Υλικό	Πλαστικοποιημένο χαρτί
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Postcards

ix. Αναπτήρες

Μορφή	Αναπτήρας με λογότυπο Κοιν.Σ.Επ.
Μέγεθος	5 cm
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

x. Δαχτυλήθρες

Μορφή	Καρτ ποστάλ
Μέγεθος	10cm X 15cm
Υλικό	Πλαστικοποιημένο χαρτί
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Δαχτυλήθρες

xi. Μαχαίρια

Μορφή	Παραδοσιακά μαχαίρια
Μέγεθος	19cm – 50cm
Υλικό	Λάμα: Ανοξείδωτο ατσάλι, Χειρολαβή: Κόκαλο ή κέρατο και μπρούτζο
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Παραδοσιακά Μαχαίρια

xii. Τουριστικός Οδηγός (στην Αγγλική γλώσσα)

Μορφή	Τουριστικός Οδηγός στην Αγγλική γλώσσα
Μέγεθος	150 σελίδες περίπου
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

xiii. Βιβλία

Μορφή	Βιβλία σχετικά με την Αρχαία Ελλάδα, Αρχαία Ολυμπία, Αρχαίους Ολυμπιακούς Γαώνες
Μέγεθος	100 – 200 σελίδες
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

xiv. Πίνακες ζωγραφικής

Μορφή	Πίνακες ζωγραφικής σε κάδρο
Μέγεθος	Μικροί 20x30 cm έως 60x100cm
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

xv. Χειροτεχνίες

Μορφή	Διάφορες χειροτεχνίες και καλλιτεχνήματα φτιαγμένα από γυναίκες της περιοχής
Μέγεθος	Διάφορα
Είδος	Αναμνηστικά
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

xvi. Καρφίτσες

Μορφή	Παράσταση σχετική με Αρχαία Ολυμπία και επιγραφή λογότυπου
Μέγεθος	1cm ~ 3cm
Υλικό	Μεταλλικό
Είδος	Αξεσουάρ
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

xvii. Γυναικεία Ρούχα

Μορφή	Καλής ποιότητας ρούχα, κυρίως φορέματα
Μέγεθος	Small, Medium, Large
Υλικό	Διάφορα καλής ποιότητας
Είδος	Ρούχα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

xviii. Γυναικεία αξεσουάρ

1. Τσάντες

Μορφή	Διάφορες
Μέγεθος	Διάφορα
Υλικό	Δέρμα και υποκατάστατα δέρματος
Είδος	Αξεσουάρ
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

2. Πορτοφόλια

Μορφή	Διάφορες
Μέγεθος	Διάφορα
Υλικό	Δέρμα και υποκατάστατα δέρματος
Είδος	Αξεσουάρ
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

3. Πασμίνες

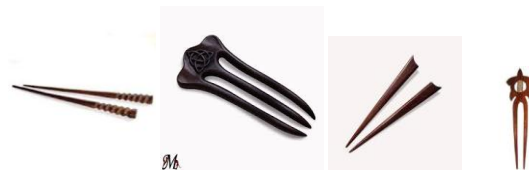
Μέγεθος	70cm X 180cm
Χρώμα	Διάφορα
Υλικό	Μετάξι και υποκατάστατα
Είδος	Αξεσουάρ
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Πασμίνια λαχανί

4. Διακοσμητικά για μαλλιά

Μορφή	Διάφορες
Μέγεθος	Διάφορα
Υλικό	Ξύλο ελιάς
Είδος	Αξεσουάρ
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Διακοσμητικά για τα γυναικεία μαλλιά



### III. Κοσμήματα

#### i. Περιλαίμια

Μορφή	Διάφορες
Μέγεθος	Διάφορα
Υλικό	Ασήμι, χρυσό και διάφορα άλλα
Είδος	Κοσμήματα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

#### ii. Βραχιόλια

Μορφή	Διάφορες
Μέγεθος	Διάφορα
Υλικό	Ασήμι, χρυσό και διάφορα άλλα
Είδος	Κοσμήματα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

#### iii. Σκουλαρίκια

Μορφή	Διάφορες
Μέγεθος	Διάφορα
Υλικό	Ασήμι, χρυσό και διάφορα άλλα
Είδος	Κοσμήματα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

#### iv. Δαχτυλίδια

Μορφή	Διάφορες
Μέγεθος	Διάφορα
Υλικό	Ασήμι, χρυσό και διάφορα άλλα
Είδος	Κοσμήματα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA

#### IV. Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής

##### i. Ελαιόλαδο

Μορφή	Ελαιόλαδο σε καλαίσθητο μπουκαλάκι με φελό
Μέγεθος	100ml , 250ml, 500ml
Συσκευασία	Γυάλινο μπουκάλι
Είδος	Διατροφικά προϊόντα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Μπουκαλάκια με ελαιόλαδο

##### ii. Ελιές

Μορφή	Ελιές σε γυάλινο βαζάκι
Μέγεθος	250ml, 500ml
Συσκευασία	Γυάλινο βαζάκι
Είδος	Διατροφικά προϊόντα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Ελιές σε βαζάκι

##### iii. Γλυκά του κουταλιού

Μορφή	Γλυκά κουταλιού σε γυάλινο βαζάκι
Μέγεθος	500ml
Συσκευασία	Γυάλινο βαζάκι
Είδος	Διατροφικά προϊόντα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Γλυκό του κουταλιού

iv. Ξύδι

Μορφή	Ξύδι σε μπουκάλι
Μέγεθος	250ml
Συσκευασία	Γυάλινο μπουκάλι
Είδος	Διατροφικά προϊόντα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Ξύδι

v. Πετιμέζι

Μορφή	Παραδοσιακό σιρόπι σταφυλιού σε μπουκάλι
Μέγεθος	250ml
Συσκευασία	Γυάλινο μπουκάλι
Είδος	Διατροφικά προϊόντα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Πετιμέζι

vi. Μέλι

Μορφή	Μέλι σε βαζάκι
Μέγεθος	100ml , 250ml, 500ml
Συσκευασία	Γυάλινο μπουκάλι
Είδος	Διατροφικά προϊόντα
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Μέλι

V. Διάφορα προϊόντα παραγόμενα κατά παραγγελία

i. Έπαθλα αγώνων (Διεθνές Τουρνουά Πάλης - ΟΛΥΜΠΙΑ 2013, Ιούλιος 2013)

Μορφή	1.Κότινος επιχρωμιωμένος στεραιωμένος σε λευκή πέτρα 2.Κλαδί ελιάς επιχρωμιωμένο στεραιωμένο σε λευκή πέτρα 3.Κότινος επιχρωμιωμένος απλός
Μέγεθος	Διάμετρος ~20cm
Συσκευασία	Κουτί από ανακυκλώσιμο χαρτί με κορδέλα
Είδος	Διακοσμητικά - Βραβεία
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA



Κότινος επιχρωμιωμένος στεραιωμένος σε λευκή πέτρα



Άνω: Κλαδί ελιάς επιχρωμομένο  
σε λευκή πέτρα  
Κάτω: Η συσκευασία του



Άνω: Κότινος επιχρωμομένος απλός  
Κάτω: Η συσκευασία του



Βραβεία στις συσκευασίες τους

ii. Κότινοι (Λύκεια 2013, Αύγουστος 2013)

Μορφή	Στεφάνι με κορδέλα
Υλικό	Κλαδί ελιάς
Μέγεθος	Διάμετρος ~30cm, ώστε να στέκεται στο κεφάλι ανθρώπου
Είδος	Αναμνηστικό, βραβείο πρωταθλητών
Λογότυπο	WOMEN of OLYMPIA (σε καρτελάκι)



Κότινος φυσικός



Κότινος κατά τη βράβευση

## 8.2. Περιγραφή της παραγωγικής διαδικασίας των παραγόμενων προϊόντων

➤ Ακολουθεί η περιγραφή της διαδικασίας παραγωγής για κάθε προϊόν που παράγεται με την 1<sup>η</sup> Κύρια Παραγωγική Διαδικασία.

- Σαπούνι από ελαιόλαδο

### Φάση 1<sup>η</sup>

1. Σχεδιασμός της μορφής των σαπουνιών (σχήμα, μέγεθος, σχέδιο επάνω στο σαπούνι)
2. Σχεδιασμός της συσκευασίας των σαπουνιών (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)

### Φάση 2<sup>η</sup>

3. Πρόβλεψη ζήτησης για σαπούνια (μικρά & μεγάλα)
4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Κρέμες από ελαιόλαδο

### Φάση 1<sup>η</sup>

1. Επιλογή των ειδών κρέμας από ελαιόλαδο που θα εμπορευτούν (ενυδατική, αντιγήρανσης κλπ.) και των ποσοτήτων ανά συσκευασία
2. Σχεδιασμός της συσκευασίας των κρεμών από ελαιόλαδο (σχήμα, χρώμα, ετικέτα με λογότυπο)

### Φάση 2<sup>η</sup>

3. Πρόβλεψη ζήτησης για κρέμες από ελαιόλαδο
4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Τοπικά βότανα – μπαχαρικά

### Φάση 1<sup>η</sup>

1. Επιλογή ειδών και ποσοτήτων ανά συσκευασία βοτάνων και μπαχαρικών που θα εμπορευτούν
2. Σχεδιασμός της συσκευασίας τους (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)

### Φάση 2<sup>η</sup>

3. Πρόβλεψη ζήτησης για τοπικά βότανα και μπαχαρικά
4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Άλατα (λίμνης Καϊάφα)
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Επιλογή ειδών και ποσοτήτων ανά συσκευασία αλάτων που θα εμπορευτούν
    2. Σχεδιασμός της συσκευασίας των αλάτων (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    3. Πρόβλεψη ζήτησης για άλατα
    4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
    5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  
- Ανθοϊάματα - Αιθέρια Έλαια
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Επιλογή ειδών και ποσοτήτων ανά συσκευασία ανθοϊαμάτων και αιθέριων ελαίων που θα εμπορευτούν
    2. Σχεδιασμός της συσκευασίας των ανθοϊαμάτων και αιθέριων ελαίων (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    3. Πρόβλεψη ζήτησης για ανθοϊάματα και αιθέρια έλαια
    4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
    5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  
- Τσάι από φύλλα ελιάς
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Σχεδιασμός τελικού προϊόντος (μορφή συσκευασίας, ποσότητα προϊόντος, ποιότητα, ετικέτα με λογότυπο)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    2. Πρόβλεψη ζήτησης για τσάι από φύλλα ελιάς
    3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  
- Κότινοι διακοσμητικοί
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Σχεδιασμός της μορφής των διακοσμητικών κότινων (σχήμα, μέγεθος, σχέδιο)
    2. Σχεδιασμός της συσκευασίας των διακοσμητικών κότινων (υλικό, σχήμα, χρώμα, ετικέτα με λογότυπο)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    3. Πρόβλεψη ζήτησης για διακοσμητικούς κότινους



4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
  5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  6. Συσκευασία του στο κουτί που επιλέγεται για την περίπτωση χρήσεως
- Δίσκος Εκεχειρίας (Δίσκος Ιφίτου)
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Μελέτη χωρίων αρχαίας ελληνικής γραμματείας όπου περιγράφεται ο δίσκος του Ιφίτου (Παυσανίας 5.20.1, όπου υπάρχει και το κείμενο της Ιερής Εκεχειρίας επάνω στον Δίσκο του Ιφίτου, Παυσανίας 5.4.5 – 6, Πλουτ. Λυκ.1.1 και 23.2 , Θουκ. 5.49).
      2. Σχεδιασμός της μορφής του δίσκου ώστε να προσεγγίζει την πραγματικότητα σύμφωνα με τις αρχαιοελληνικές περιγραφές (υλικό, σχήμα, χρώμα, μέγεθος, επιγραφή)
      3. Σχεδιασμός της συσκευασίας του δίσκου (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      4. Πρόβλεψη ζήτησης για αναμνηστικά τύπου Δίσκος Εκεχειρίας
      5. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      6. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  - Κεραμικά σκεύη με παραστάσεις
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε σκεύους (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας του κάθε σκεύους δίσκου (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για κεραμικά σκεύη με παραστάσεις
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  - Αγαματίδια
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε αγαματιδίου (υλικό, μέγεθος, σχέδιο)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας του κάθε αγαματιδίου (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για αγαματίδια
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή

5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
- Μαγνητικά πινάκια
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε μαγνητικού πινακίου (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας του κάθε μαγνητικού πινακίου (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για μαγνητικά πινάκια
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  - Αξεσουάρ σπιτιού
    - Σουβέρ
    - Πετσέτες
    - Σκεύη κουζίνας
    - Μολυβοθήκες
    - Κηροπήγια & ολυμπιακές δάδες
    - Κούπες
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε αξεσουάρ σπιτιού (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο ενδεχόμενης παράστασης)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας του κάθε αξεσουάρ σπιτιού (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για κάθε αξεσουάρ σπιτιού
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  - T-Shirts
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε T-shirts (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      2. Πρόβλεψη ζήτησης για T-Shirts
      3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Baseball Caps

Φάση 1<sup>η</sup>

1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε καπέλου (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)

Φάση 2<sup>η</sup>

2. Πρόβλεψη ζήτησης για καπέλα
3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Post Cards

Φάση 1<sup>η</sup>

1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε είδους ταχυδρομικής κάρτας (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο εικόνας)

Φάση 2<sup>η</sup>

2. Πρόβλεψη ζήτησης για ταχυδρομικές κάρτες
3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Αναπτήρες

Φάση 1<sup>η</sup>

1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε αναπτήρα (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)
2. Σχεδιασμός της συσκευασίας κάθε είδους αναπτήρα (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)

Φάση 2<sup>η</sup>

3. Πρόβλεψη ζήτησης για αναπτήρες
4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Δαχτυλήθρες

Φάση 1<sup>η</sup>

1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε είδους δαχτυλήθρας (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)
2. Σχεδιασμός της συσκευασίας κάθε είδους δαχτυλήθρας (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)

Φάση 2<sup>η</sup>

3. Πρόβλεψη ζήτησης για δαχτυλήθρες
4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή

5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
- Μαχαίρια
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε είδους μαχαιριού (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας κάθε είδους μαχαιριού (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για μαχαίρια
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  - Τουριστικός Οδηγός (στην Αγγλική γλώσσα)
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Σχεδιασμός της μορφής και του περιεχομένου του τουριστικού οδηγού (σχήμα, μέγεθος, υλικό, εξώφυλλο, αγγλική γλώσσα)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας του τουριστικού οδηγού (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για τουριστικούς οδηγούς
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  - Βιβλία
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Επιλογή των ειδών βιβλίων που θα εμπορευτούν (περιεχόμενο, μέγεθος)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας των βιβλίων (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για βιβλία
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Πίνακες ζωγραφικής
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Σχεδιασμός της μορφής και του είδους κάθε πίνακα ζωγραφικής (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)
    2. Σχεδιασμός της συσκευασίας κάθε είδους πίνακα ζωγραφικής (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    3. Πρόβλεψη ζήτησης για πίνακες ζωγραφικής
    4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
    5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  
- Χειροτεχνίες
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Σχεδιασμός της μορφής και του είδους κάθε χειροτεχνίας (σχήμα, μέγεθος, υλικό)
    2. Σχεδιασμός της συσκευασίας κάθε είδους χειροτεχνίας (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    3. Πρόβλεψη ζήτησης για χειροτεχνίες
    4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
    5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  
- Καρφίτσες
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε καρφίτσας (σχήμα, μέγεθος, υλικό, σχέδιο παράστασης)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    2. Πρόβλεψη ζήτησης για καρφίτσες
    3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
    4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  
- Γυναικεία Ρούχα
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Επιλογή ειδών ρούχων που θα εμπορευτούν (σχήμα, μέγεθος, υλικό)
    2. Σχεδιασμός της συσκευασίας κάθε είδους ρούχου (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    3. Πρόβλεψη ζήτησης για τα διάφορα είδη γυναικείων ρούχων

4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
  5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
- Γυναικεία Αξεσουάρ
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Επιλογή ειδών γυναικείων αξεσουάρ που θα εμπορευτούν (σχήμα, μέγεθος, υλικό)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας κάθε είδους γυναικείου αξεσουάρ (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για τα διάφορα είδη γυναικείων αξεσουάρ
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  - Κοσμήματα
    - Περιλαίμια
    - Βραχιόλια
    - Σκουλαρίκια
    - Δαχτυλίδια
    - Φάση 1<sup>η</sup>
      1. Σχεδιασμός της μορφής κάθε κοσμήματος (υλικό, σχέδιο)
      2. Σχεδιασμός της συσκευασίας του κάθε κοσμήματος (υλικό, σχήμα, ετικέτα με λογότυπο)
    - Φάση 2<sup>η</sup>
      3. Πρόβλεψη ζήτησης για κάθε είδος κοσμήματος
      4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτή
      5. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων
  - Τυποποιημένα προϊόντα διατροφής
    - Ελαιόλαδο
      - Φάση 1<sup>η</sup>
        1. Σχεδιασμός τελικού προϊόντος (μορφή μπουκαλιού, ποσότητα προϊόντος, ποιότητα, ετικέτα με λογότυπο)
      - Φάση 2<sup>η</sup>
        2. Πρόβλεψη ζήτησης για μπουκαλάκια με ελαιόλαδο
        3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
        4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Ελιές

- Φάση 1<sup>η</sup>

- 1. Σχεδιασμός τελικού προϊόντος (μορφή βάζου, ποσότητα προϊόντος, ποιότητα, ετικέτα με λογότυπο)

- Φάση 2<sup>η</sup>

- 2. Πρόβλεψη ζήτησης για βαζάκια με ελιές
    3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Γλυκά του κουταλιού

- Φάση 1<sup>η</sup>

- 1. Σχεδιασμός τελικού προϊόντος (συνταγή δημιουργίας, μορφή βάζου, ποσότητα προϊόντος, ποιότητα, ετικέτα με λογότυπο)

- Φάση 2<sup>η</sup>

- 2. Πρόβλεψη ζήτησης για βαζάκια με γλυκά του κουταλιού
    3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Ξύδι

- Φάση 1<sup>η</sup>

- 1. Σχεδιασμός τελικού προϊόντος (μορφή μπουκαλιού, ποσότητα προϊόντος, ποιότητα, ετικέτα με λογότυπο)

- Φάση 2<sup>η</sup>

- 2. Πρόβλεψη ζήτησης για μπουκαλάκια με ξύδι
    3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Πετιμέζι

- Φάση 1<sup>η</sup>

- 1. Σχεδιασμός τελικού προϊόντος (μορφή μπουκαλιού, ποσότητα προϊόντος, ποιότητα, ετικέτα με λογότυπο)

- Φάση 2<sup>η</sup>

- 2. Πρόβλεψη ζήτησης για μπουκαλάκια με πετιμέζι
    3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

- Μέλι

- Φάση 1<sup>η</sup>

- 1. Σχεδιασμός τελικού προϊόντος (μορφή βάζου, ποσότητα προϊόντος, ποιότητα, ετικέτα με λογότυπο)

- Φάση 2<sup>η</sup>

- 2. Πρόβλεψη ζήτησης για βαζάκια με μέλι
    3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    4. Παραγγελία με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αριθμό τεμαχίων

➤ Ακολουθεί η περιγραφή της διαδικασίας παραγωγής για κάθε προϊόν που παράγεται με την 3<sup>η</sup> Κύρια Παραγωγική Διαδικασία.

- Κότινοι φυσικοί

- Φάση 1<sup>η</sup>

- 1. Σχεδιασμός τελικού προϊόντος (μορφή, μέγεθος, μέθοδος κατασκευής, ποιότητα, καρτελάκι με λογότυπο)

- Φάση 2<sup>η</sup>

- 2. Πρόβλεψη ζήτησης για φυσικούς κότινους
    3. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    4. Παραγγελία συγκεκριμένης ποσότητας από κλαδιά ελιάς σύμφωνα με τη ζήτηση
    5. Εκτύπωση αντίστοιχου αριθμού ετικετών
    6. Συνένωση κλαδιών ελιάς και δημιουργία στεφανιών
    7. Τοποθέτηση καρτέλας με λογότυπο
    8. Τοποθέτηση κορδέλας

- Πίνακες ζωγραφικής

- Φάση 1<sup>η</sup>

- 1. Σχεδιασμός τελικών προϊόντων (παράσταση πίνακα, μορφή, μέγεθος, μέθοδος κατασκευής, ποιότητα)
    2. Σχεδιασμός συσκευασίας (υλικό, μορφή, χρώμα)

- Φάση 2<sup>η</sup>

- 3. Πρόβλεψη ζήτησης για πίνακες ζωγραφικής
    4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    5. Παραγγελία συγκεκριμένης ποσότητας από επιμέρους υλικά
    6. Εκτύπωση αντίστοιχου αριθμού ετικετών
    7. Κατασκευή πινάκων
    8. Τοποθέτηση καρτέλας με λογότυπο



- Χειροτεχνίες
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Σχεδιασμός τελικών προϊόντων (μορφή, μέγεθος, μέθοδος κατασκευής, ποιότητα)
    2. Σχεδιασμός συσκευασίας (υλικό, μορφή, χρώμα)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    3. Πρόβλεψη ζήτησης για έργα χειροτεχνίας
    4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    5. Παραγγελία συγκεκριμένης ποσότητας από επιμέρους υλικά
    6. Εκτύπωση αντίστοιχου αριθμού ετικετών
    7. Κατασκευή έργων χειροτεχνίας
    8. Τοποθέτηση καρτέλας με λογότυπο
  
- Ψευδοκοσμήματα
  - Φάση 1<sup>η</sup>
    1. Σχεδιασμός τελικών προϊόντων (υλικό, μορφή, μέγεθος, μέθοδος κατασκευής, ποιότητα)
    2. Σχεδιασμός συσκευασίας (υλικό, μορφή, χρώμα)
  - Φάση 2<sup>η</sup>
    3. Πρόβλεψη ζήτησης για ψευδοκοσμήματα
    4. Έρευνα για την πλέον συμφέρουσα επιλογή προμηθευτών
    5. Παραγγελία συγκεκριμένης ποσότητας από επιμέρους υλικά
    6. Εκτύπωση αντίστοιχου αριθμού ετικετών
    7. Κατασκευή ψευδοκοσμημάτων
    8. Τοποθέτηση καρτέλας με λογότυπο

### 8.3. Στοιχεία για τον απαιτούμενο μηχανολογικό εξοπλισμό

- I. Είδος  
 Ηλεκτρονικός Υπολογιστής (γραφείου)

Λειτουργία που πραγματοποιεί

Θα χρησιμοποιείται από τη Γενική Διεύθυνση για την εκτέλεση των αρμοδιοτήτων της και από το Τμήμα Παραγωγής για τον σχεδιασμό και την παρακολούθηση των παραγωγικών διαδικασιών, των προϊόντων και των επιμέρους στοιχείων του (ετικέτες, καρτέλες κ.α.). Θα χρησιμεύει επίσης για την παρακολούθηση των αποθεμάτων και γενικότερα για όλες τις διαδικασίες εκτός αυτών που εμπίπτουν στο τμήμα Marketing.

Τύπος  
 Desktop

Μοντέλο  
 Sphere E1450

## Χαρακτηριστικά

### Γενικά

---

Τύπος  
Workstation

---

### Επεξεργαστής

---

Κατασκευαστής Επεξεργαστή  
AMD

Επεξεργαστής  
AMD A-Series

Ονομασία Επεξεργαστή  
4000

Ταχύτητα Επεξεργαστή  
3.20 GHz

---

### Software

---

Λειτουργικό Σύστημα  
Windows 8 64 Bit

Παρεχόμενο Software  
Turbo-X Internet Security 30ημ

---

### Μνήμη

---

Μέγεθος Μνήμης  
4 GB

Τύπος Μνήμης  
DDR3

Ταχύτητα Μνήμης  
1333 MHz

---

### Σκληρός Δίσκος

---

Χωρητικότητα Σκληρού Δίσκου  
500 GB

Ταχύτητα  
7200 rpm

---

### Κάρτα γραφικών

---

Chipset  
AMD

Κάρτα Γραφικών  
AMD 7480D

---

### Μητρική

---

Chipset Μητρικής  
AMD

Τύπος Chipset Μητρικής  
A55

Τύπος Υποστηριζόμενης Μνήμης  
DDR3

---

### Θήκη

---

Τύπος Θήκης

---

Mini Tower
Τροφοδοτικό
Παρεχόμενη Ισχύς Τροφ. (Watts) 400 W
Οπτικά μέσα
Οπτικό Μέσο DVD±RW Double layer
Δικτύωση
Τύπος Δικτύωσης Gigabit Ethernet
Ταχύτητα Δικτύου 10/100/1000 Mbps
Ήχος
Κανάλια Ήχου 5.1
Περιφερειακά
Οθόνη LED LG 21,5" 22EN33S-B
Πληκτρολόγιο & Mouse Turbo-X Wired Desktop DWC-4000
<u>Χρονολογία κτήσης</u> 2013

II. Είδος  
Ηλεκτρονικός Υπολογιστής (γραφείου)

Λειτουργία που πραγματοποιεί

Θα χρησιμοποιείται από το Τμήμα Marketing για την εκτέλεση των αρμοδιοτήτων του καθώς και για την διαχείριση του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Τύπος  
Desktop

Μοντέλο  
Sphere E1780

Χαρακτηριστικά  
Γενικά

Τύπος

Workstation
Επεξεργαστής
Κατασκευαστής Επεξεργαστή Intel
Επεξεργαστής Intel Core i3
Ονομασία Επεξεργαστή 3240
Ταχύτητα Επεξεργαστή 3.40 GHz
Software
Λειτουργικό Σύστημα Windows 8 64 Bit
Μνήμη
Μέγεθος Μνήμης 4 GB
Τύπος Μνήμης DDR3
Ταχύτητα Μνήμης 1333 MHz
Σκληρός Δίσκος
Χωρητικότητα Σκληρού Δίσκου 500 GB
Ταχύτητα 7200 rpm
Κάρτα γραφικών
Chipset Intel
Κάρτα Γραφικών Intel HD Graphics 2500
Μητρική
Chipset Μητρικής Intel
Τύπος Chipset Μητρικής H61
Θήκη
Τύπος Θήκης Mini Tower
Τροφοδοτικό
Παρεχόμενη Ισχύς Τροφ. (Watts) 400 W
Οπτικά μέσα
Οπτικό Μέσο

---

DVD±RW Double layer

---

Δικτύωση

Τύπος Δικτύωσης  
Gigabit Ethernet  
Ταχύτητα Δικτύου  
10/100/1000 Mbps

---

Ήχος

Κανάλια Ήχου  
5.1

---

Περιφερειακά

---

Οθόνη

LED LG 21,5" 22EN33S-B

---

Πληκτρολόγιο & Mouse

Turbo-X Wired Desktop DWC-4000

---

Χρονολογία κτήσης

2013

III.Είδος

Εκτυπωτής

Λειτουργία που πραγματοποιεί

Θα αποτελέσει τον τακτικό εκτυπωτή για όλες τις εκτυπώσεις της επιχείρησης. Θα χρησιμοποιείται όμως ιδιαίτερος από το Τμήμα Παραγωγής για την εκτύπωση των ετικετών και των καρτέλων πληροφοριών των προϊόντων, καθώς και για την εκτύπωση έντυπων προϊόντων που ενδεχομένως να προκύψουν.

Τύπος

Έγχρωμος Εκτυπωτής Laser

Μοντέλο

Color Laser Printer Samsung CLP-415NW

---

Χαρακτηριστικά

Τύπος εκτύπωσης

Έγχρωμη

Συνιστώμενη χρήση

Για το γραφείο

Ταχύτητα ασπρόμαυρης εκτύπωσης

έως 18 σελ/λεπτό

Ταχύτητα έγχρωμης εκτύπωσης

έως 18 σελ/λεπτό

Ανάλυση εκτύπωσης

έως 9600 x 600 dpi

---

---

Μηνιαίος κύκλος εργασιών  
Έως 40.000 σελίδες  
Συνδέσεις  
1xUSB 2.0 Θύρα Ethernet WiFi  
Μνήμη  
256 MB  
Γλώσσα  
SPL  
Smartphone/tablet applications  
Mobile print  
Λειτουργικό σύστημα

---

Mac OS 10.4 Mac OS 10.5 Mac OS 10.6 Mac OS 10.7 Windows 8 32  
Bit Windows 8 64 Bit Windows Vista Windows XP

---

#### Επιπλέον χαρακτηριστικά

---

Card reader  
Όχι  
LCD οθόνη  
Κειμένου 2 γραμμών  
Εκτύπωση διπλής όψης  
Χειροκίνητη  
Εκτύπωση σε CD/DVD  
Όχι

---

#### Χαρτί

---

Τροφοδοσία χαρτιού  
250 φύλλα  
Μέγιστο βάρος Χαρτιού  
220 gr

---

#### Αναλώσιμα

---

Toner  
4  
Κόστος/σελίδα αυθεντικό μαύρο (λεπτά του ευρώ)  
2.88  
Κόστος/σελίδα αυθεντικό έγχρωμο (λεπτά του ευρώ)  
15.54

---

#### Διαστάσεις και Βάρος

---

Μήκος  
42 cm  
Πλάτος  
42.6 cm  
Ύψος  
26.4 cm  
Βάρος  
16.62 kg

---

#### Χρονολογία κτήσης

2013

#### IV.Είδος

FAX

#### Λειτουργία που πραγματοποιεί

Αποστολή και παραλαβή Fax, λειτουργεί και σαν φωτοαντιγραφικό

#### Τύπος

FAX & Φωτοαντιγραφικό

#### Μοντέλο

Panasonic KX-FP205GR

#### Χαρακτηριστικά

##### Σύστημα Συμπύκνωσης

MH/MR/MMR

Μέγεθος

A4

Αυτόματος Τροφοδότης

έως 10 φύλλα

Χωρητικότητα Χαρτιού

20 φύλλα

Ασύρματο Τηλέφωνο

Όχι

Οθόνη LCD (φορητού)

Ναι

Ανοιχτή Ακρόαση

Όχι

Τρόπος Κλήσης

Τονικό

Συμβατότητα

ITU-T GROUP3

Μελανοταινία / Τόνερ

Μελανοταινία

##### Λειτουργίες

Φωτοαντιγραφικό

Ναι

Λειτουργία Τηλεφωνητή

Όχι

Λειτουργία Ανάκτησης

Ναι

##### FAX

Ταχύτητα Μεταβίβασης

12 Sec / Page

Τεχνολογία Εκτύπωσης

Thermal Transfer

Ταχύτητα Εκτύπωσης

2 σελ. / λεπτό

##### Σάρωση

Ταχύτητα Φωτογράφησης

0.03 σελ. / sec

Πλάτος Σάρωσης

20.8 cm

Μεγέθυνση

Φωτογράφησης

200%

Σμίκρυνση

Φωτογράφησης

72%

##### Τεχνικά

##### Χαρακτηριστικά

Αναγνώριση Κλήσης

Ναι

LCD Οθόνη

Ναι

Μνήμη Εγγράφων

28 σελίδες

Τηλεφωνικός Κατάλογος

59 επαφές

Ανάλυση Φάξ

Super Fine

Διαβαθμίσεις Γκρι

64 Επίπεδα

Διαδοχική Πολλαπλή

Αποστολή

20 σταθμοί

Διόρθωση Λαθών

Ναι

Ηλεκτρονική Ρύθμιση

Έντασης

Volume Control

Πλήκτρο Πλοήγησης

---

59 Σταθμοί

---

Διαστάσεις και Βάρος

Βάρος  
2.7 kg

Πάχος  
20 cm

---

Πλάτος  
35.6 cm

Ύψος  
4.6 cm

---

Χρονολογία κτήσης

2013

V. Είδος

Τηλεφωνικές συσκευές (2)

Λειτουργία που πραγματοποιεί  
Πραγματοποίηση τηλεφωνικών συνομιλιών

Τύπος  
Ενσύρματο με αναγνώριση κλείσεων

Μοντέλο

Panasonic KX-TS560EX2

Χαρακτηριστικά

Οθόνη

Μαύρο

Αναγνώριση Κλήσης

Ναι

Τηλεφωνικός Κατάλογος

50 επαφές

Τύπος Γραμμής

PSTN

Χρώμα

Μαύρο

---

Χρονολογία κτήσης

2013

VI. Είδος

Blender

Λειτουργία που πραγματοποιεί  
Θρυμματισμός ξηρών φύλλων ελιάς για τη δημιουργία τσαγιού

Μοντέλο

Izzy Multi X3 E560T3



Χαρακτηριστικά

Χωρητικότητα σε lt

0,5

Ταχύτητες

1

Κανάτα

Πλαστική

Κοπήριο για ξηρούς καρπούς

Ναι

Θρυμματισμός πάγου

Ναι

Διακεκομμένη κίνηση

Ναι

Ισχύς σε Watt

500W

Επιπλέον

Τριπλό μαχαίρι με λάμες τιτανίου για μεγαλύτερη αντοχή και αποτελεσματικότητα

Εγγύηση προμηθευτή

2 έτη

Ιστοσελίδα κατασκευαστή

<http://www.benrubi.gr>

Χρονολογία κτήσης

2013

VII. Είδος

Ζυγαριά ακριβείας

Λειτουργία που πραγματοποιεί

Ζύγισμα μάζας προϊόντων πριν την τοποθέτησή τους στις τελικές συσκευασίες τους, όπως τσάι, ελαιόλαδο κ.α.

Μοντέλο

Beurer KS51

Πηγή: [www.medi-shop.gr](http://www.medi-shop.gr)

Χαρακτηριστικά

Ικανότητα ζύγισης

5 lt

Διαβάθμιση

1gr

Λειτουργία απόβαρου βάρους

Ναι

Αυτόματη απενεργοποίηση

Ναι

Ύψος

14mm

Χρονολογία κτήσης

2013

VIII. Είδος

Αριθμομηχανή

Λειτουργία που πραγματοποιεί

Εκτέλεση απλών αριθμητικών πράξεων για το γραφείο και τα καταστήματα

Μοντέλο

Canon AS-1200 Calculator

Πηγή: [http://www.computerbeast.gr/catalogue?page=shop.product\\_details&flypage=flypage.tpl&product\\_id=86216&category\\_id=526](http://www.computerbeast.gr/catalogue?page=shop.product_details&flypage=flypage.tpl&product_id=86216&category_id=526)

Χαρακτηριστικά

Τύπος	Απλό
Ψηφία	12
Οθόνη	LCD
Μέγεθος Οθόνης	91.5 x 23.8 mm
Μέγεθος Χαρακτήρων	19 x 6.12 mm
Αυτόματη απενεργοποίηση	Ναι
Τύπος Μπαταρίας	LR44
Λειτουργία	Με μπαταρία/Με φως
Αριθμός μπαταριών	1
Διαστάσεις (WxDxH):	119 x 177 x 37 mm
Βάρος	152 g
Υλικό	Πλαστικό

Χρώμα Γκρι

Χρονολογία κτήσης  
2013

IX. Είδος

Εργαλεία

Λειτουργία που πραγματοποιούν

Θα χρησιμοποιούνται στην επεξεργασία υλικών κατά την παραγωγική διαδικασία

Τύπος

Ψαλίδι κλαδέματος	SAMURAI KS-4EBL <a href="http://www.plus4u.gr/showitem.php?ID=120082791">http://www.plus4u.gr/showitem.php?ID=120082791</a>	11,90€
Ψαλίδι μεγάλο ραπτικής	SINGER original (90mm) <a href="http://www.eaparts.gr/content.aspx?catid=213&amp;pcatid=73&amp;m=&amp;partid=41076&amp;cpi=1&amp;s=&amp;l=1">http://www.eaparts.gr/content.aspx?catid=213&amp;pcatid=73&amp;m=&amp;partid=41076&amp;cpi=1&amp;s=&amp;l=1</a>	12,96€
Πριόνι	STANLEY JET CUT <a href="http://www.praktiker.gr/p/prioni-kladematos-stanley-jet-cut-25571">http://www.praktiker.gr/p/prioni-kladematos-stanley-jet-cut-25571</a>	21,99€
Πένσα	PRAXX 160MM CS <a href="http://www.praktiker.gr/p/pensa-genikis-xrasis-praxx-160mm-cs-25372">http://www.praktiker.gr/p/pensa-genikis-xrasis-praxx-160mm-cs-25372</a>	2,99€
Εργαλεία ξυλογλυπτικής	Σετ εργαλείων ξυλογλυπτικής <a href="http://pacoartcenter.gr/product.php?productid=276">http://pacoartcenter.gr/product.php?productid=276</a>	7,50€
Χωνί	<a href="http://coozina.gr/store/product.php?productid=2913">http://coozina.gr/store/product.php?productid=2913</a>	5,6€

---

#### 8.4. Αξία εγκαταστάσεων και λοιπού εξοπλισμού επιχείρησης

##### ΓΡΑΦΕΙΑ

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ	ΑΞΙΑ (€)
Γραφεία διευθυντριών	3	<a href="http://www.homemarkt.gr/DF/DE644A.el.aspx?ref=bestprice.gr">http://www.homemarkt.gr/DF/DE644A.el.aspx?ref=bestprice.gr</a>	3*75 = 225
Καθίσματα διευθυντριών	3	<a href="http://www.electrostudio.gr/product.asp?catid=2184&amp;pcatid=7664&amp;ref=bestprice.gr">http://www.electrostudio.gr/product.asp?catid=2184&amp;pcatid=7664&amp;ref=bestprice.gr</a>	3*49= 147
Καθίσματα επισκεπτών	3	<a href="http://www.homemarkt.gr/000/08F11.el.aspx?ref=bestprice.gr">http://www.homemarkt.gr/000/08F11.el.aspx?ref=bestprice.gr</a>	3*44,9= 134,7
Καναπές	1	<a href="http://www.sioutishomecare.gr/cmProductsRec.php?arId=2380&amp;catid=83&amp;ref=bestprice.gr">http://www.sioutishomecare.gr/cmProductsRec.php?arId=2380&amp;catid=83&amp;ref=bestprice.gr</a>	85
Τραπεζάκι μικρό	1	<a href="http://www.polihome.gr/component/virtuemart/saloni/trapezakia-saloniou/trapezakisaloniouliberooval-detail?Itemid=0&amp;ref=bestprice.gr">http://www.polihome.gr/component/virtuemart/saloni/trapezakia-saloniou/trapezakisaloniouliberooval-detail?Itemid=0&amp;ref=bestprice.gr</a>	34,5
Βιβλιοθήκη	2	<a href="http://www.polihome.gr/component/virtuemart/grafeio/bibliothikes/vivliothikicarlosmeduorafia-detail?Itemid=0&amp;ref=bestprice.gr">http://www.polihome.gr/component/virtuemart/grafeio/bibliothikes/vivliothikicarlosmeduorafia-detail?Itemid=0&amp;ref=bestprice.gr</a>	2*39= 78
Ψυγείο	1	<a href="http://www.bestprice.gr/item/2152355537/crown-df-120">http://www.bestprice.gr/item/2152355537/crown-df-120</a>	119
Κλιματιστικό	1	<a href="http://www.bestprice.gr/item/2153560104/gree-gwhkf-k3dna6e">http://www.bestprice.gr/item/2153560104/gree-gwhkf-k3dna6e</a>	160
Πάγκος εργασίας εργαστηρίου	1	<a href="http://www.frigohellas.gr/product_detail.jsp?prdId=750630/217&amp;ref=bestprice.gr">http://www.frigohellas.gr/product_detail.jsp?prdId=750630/217&amp;ref=bestprice.gr</a>	160
Καθίσματα υπαλλήλων παραγωγής	2	<a href="http://www.sioutishomecare.gr/cmProductsRec.php?arId=2201&amp;catid=75&amp;ref=bestprice.gr">http://www.sioutishomecare.gr/cmProductsRec.php?arId=2201&amp;catid=75&amp;ref=bestprice.gr</a>	2*49= 98
Πυροσβεστήρας	1	<a href="http://www.o-germanos.com/catalog/product_info.php?products_id=307&amp;ref=bestprice.gr">http://www.o-germanos.com/catalog/product_info.php?products_id=307&amp;ref=bestprice.gr</a>	47,9
Φάκελοι αρχείων	10	<a href="http://www.demou.gr/portal/index.php?page=shop.browse&amp;category_id=99&amp;vmcchk=1&amp;option=com_virtuemart&amp;Itemid=107">http://www.demou.gr/portal/index.php?page=shop.browse&amp;category_id=99&amp;vmcchk=1&amp;option=com_virtuemart&amp;Itemid=107</a>	2,5*10= 25
Συρραπτικό	1	<a href="http://www.plaisio.gr/stylo-molivia/promitheies/stapler-">http://www.plaisio.gr/stylo-molivia/promitheies/stapler-</a>	8,5

		<a href="http://syrraptiko/Q-Connect-Metal-Stapler-KF01965.htm">syrraptiko/Q-Connect-Metal-Stapler-KF01965.htm</a>	
Ράφια τύπου DEXION πρώτων υλών και ετοιμών προϊόντων (πεντάδες)	3	<a href="http://casanuova.gr/index.php/metallikes-kataskeues-casanuova/rafia-tupou-dexion">http://casanuova.gr/index.php/metallikes-kataskeues-casanuova/rafia-tupou-dexion</a>	190
Διακοσμητικά τοίχου	2	<a href="http://www.epipla-diakosmos.gr/esoterikou-xorou/epipla-stock/kamvas-pinakas-zografikis-75792-kamvas-pinakas-zografikis-75792/flypage.tpl/index.html?ref=bestprice.gr">http://www.epipla-diakosmos.gr/esoterikou-xorou/epipla-stock/kamvas-pinakas-zografikis-75792-kamvas-pinakas-zografikis-75792/flypage.tpl/index.html?ref=bestprice.gr</a>	2*6 = 12
Διακοσμητικά λοιπά	1	<a href="http://www.diaviou.gr/product.php?products_id=6617&amp;ref=bestprice.gr">http://www.diaviou.gr/product.php?products_id=6617&amp;ref=bestprice.gr</a>	12
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 1	1	<a href="http://www.ready.gr/gr/product/asr-2000?ref=bestprice.gr">http://www.ready.gr/gr/product/asr-2000?ref=bestprice.gr</a>	2,57
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 2	1	<a href="http://www.ready.gr/gr/product/f-056?ref=bestprice.gr">http://www.ready.gr/gr/product/f-056?ref=bestprice.gr</a>	2,6
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 3	1	<a href="http://www.play247.gr/index.php?referrer=true&amp;main_page=product_info&amp;products_id=51646&amp;ref=bestprice.gr">http://www.play247.gr/index.php?referrer=true&amp;main_page=product_info&amp;products_id=51646&amp;ref=bestprice.gr</a>	7
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 4	1	Σετ με σκούπα	
Κάδος απορριμάτων (μικρός)	4	<a href="http://www.klim-paper.gr/index.php?main_page=product_info&amp;cPath=12_14&amp;products_id=248&amp;zenid=416dfca90ad9a3d162e0f9b8bc79a6ba">http://www.klim-paper.gr/index.php?main_page=product_info&amp;cPath=12_14&amp;products_id=248&amp;zenid=416dfca90ad9a3d162e0f9b8bc79a6ba</a>	4*1,18 = 4,72
Κάδος απορριμάτων (μεγάλος)	1	<a href="http://www.shopday.gr/index.php?main_page=product_info&amp;products_id=10107&amp;ref=bestprice.gr">http://www.shopday.gr/index.php?main_page=product_info&amp;products_id=10107&amp;ref=bestprice.gr</a>	11,41
Χαρτί εκτυπωτή A4 (500φύλλα)	5	<a href="http://www.shopday.gr/index.php?main_page=product_info&amp;products_id=4476&amp;ref=bestprice.gr">http://www.shopday.gr/index.php?main_page=product_info&amp;products_id=4476&amp;ref=bestprice.gr</a>	5*2,98= 14,9
Σημειωματάρια	4	<a href="http://www.greekbooks.gr/gifts/eco-friendly/simiomatario-hill-me-prasini-leptomeria.product">http://www.greekbooks.gr/gifts/eco-friendly/simiomatario-hill-me-prasini-leptomeria.product</a>	4*3,30= 13,2
Ντοσιέ	15	<a href="http://www.lichnari.gr/index.php?page=shop.product_details&amp;flypage=flypage.tpl&amp;product_id=366&amp;category_id=269&amp;manufacturer_id=0&amp;option=com_virtuemart&amp;ref=bestprice.gr">http://www.lichnari.gr/index.php?page=shop.product_details&amp;flypage=flypage.tpl&amp;product_id=366&amp;category_id=269&amp;manufacturer_id=0&amp;option=com_virtuemart&amp;ref=bestprice.gr</a>	15*0,59= 8,85
Στυλό (50τεμάχια)	1	<a href="http://www.officemall.gr/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;product_id=1026&amp;category_id=50&amp;ref=bestprice.gr">http://www.officemall.gr/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;product_id=1026&amp;category_id=50&amp;ref=bestprice.gr</a>	9,99

Διορθωτικό υγρό	3	<a href="http://www.officemall.gr/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;product_id=425&amp;category_id=18&amp;ref=bestprice.gr">http://www.officemall.gr/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;product_id=425&amp;category_id=18&amp;ref=bestprice.gr</a>	3*0,88= 2,64
Συνδετήρες (100 τεμαχίων)	3	<a href="http://www.paperless.gr/product_info.php?products_id=6352&amp;ref=bestprice.gr">http://www.paperless.gr/product_info.php?products_id=6352&amp;ref=bestprice.gr</a>	3*0,75 = 2,25
Σύρματα για συρραπτικό (πακέτα)	3	<a href="http://www.websupplies.gr/el/product/39363132393330/ProductDetails.aspx?ref=bestprice.gr">http://www.websupplies.gr/el/product/39363132393330/ProductDetails.aspx?ref=bestprice.gr</a>	3*0,32 =0,96
Φάκελοι αποστολής εγγράφων	250	<a href="http://www.paperless.gr/product_info.php?products_id=3063&amp;ref=bestprice.gr">http://www.paperless.gr/product_info.php?products_id=3063&amp;ref=bestprice.gr</a>	13,95
Αναλώσιμα καθαριότητας 1	1	<a href="http://www.plaisio.gr/special-catalog/prosopiki-ygeiini/xartia-kouzinas/Clean-Workstyle-Paper-Towels-Roll-800Gr.htm">http://www.plaisio.gr/special-catalog/prosopiki-ygeiini/xartia-kouzinas/Clean-Workstyle-Paper-Towels-Roll-800Gr.htm</a>	2,03
Αναλώσιμα καθαριότητας 2	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?cPath=253_269&amp;products_id=1712">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?cPath=253_269&amp;products_id=1712</a>	1,99
Αναλώσιμα καθαριότητας 3	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?cPath=432&amp;products_id=1782">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?cPath=432&amp;products_id=1782</a>	1,49
Αναλώσιμα καθαριότητας 4	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=4553">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=4553</a>	2,36
Αναλώσιμα καθαριότητας 5	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=5665">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=5665</a>	0,98
Αναλώσιμα καθαριότητας 6	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=1310">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=1310</a>	2,10

#### ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ	ΑΞΙΑ
Καρέκλα πωλητή	1	<a href="http://www.epipla-diakosmos.gr/esoterikou-xorou/epipla-esoterikou-xorou-salonia-trapezaries-kouzines/karekles/karekles-grafeiou-poluthrones/karekla-grafeiou-eo559-karekla-grafeiou-eo559/flypage.tpl/index.html">http://www.epipla-diakosmos.gr/esoterikou-xorou/epipla-esoterikou-xorou-salonia-trapezaries-kouzines/karekles/karekles-grafeiou-poluthrones/karekla-grafeiou-eo559-karekla-grafeiou-eo559/flypage.tpl/index.html</a>	40
Τραπέζι	1	<a href="http://www.epipla-diakosmos.gr/esoterikou-xorou/epipla-esoterikou-xorou-salonia-trapezaries-kouzines/epipla-">http://www.epipla-diakosmos.gr/esoterikou-xorou/epipla-esoterikou-xorou-salonia-trapezaries-kouzines/epipla-</a>	50

		<a href="http://grafeiou.gr/grafeo-eo12501-120x70-grafeio-WENGE-eo12501-120x70/flypage.tpl/index.html?ref=bestprice.gr">grafeiou/grafeio-eo12501-120x70-grafeio-WENGE-eo12501-120x70/flypage.tpl/index.html?ref=bestprice.gr</a>	
Ταμειακή μηχανή	1	<a href="http://www.bestprice.gr/item/2153435776/dps-s-700">http://www.bestprice.gr/item/2153435776/dps-s-700</a>	319,80
Ράφια (μήκους 3m)	12	<a href="http://www.praktiker.gr/p/rafi-direct-postforming-240x40cm-18mm-karydia-10776">http://www.praktiker.gr/p/rafi-direct-postforming-240x40cm-18mm-karydia-10776</a>	12*19,99=239,88
Πυροσβεστήρας	1	<a href="http://www.o-germanos.com/catalog/product_info.php?products_id=307&amp;ref=bestprice.gr">http://www.o-germanos.com/catalog/product_info.php?products_id=307&amp;ref=bestprice.gr</a>	47,9
Αριθμομηχανή	1	<a href="http://www.computerbeast.gr/index.php?page=shop.product_details&amp;flypage=flypage.tpl&amp;product_id=86216&amp;category_id=5263%2C&amp;vmcchk=1&amp;option=com_virtuemart&amp;Itemid=29">http://www.computerbeast.gr/index.php?page=shop.product_details&amp;flypage=flypage.tpl&amp;product_id=86216&amp;category_id=5263%2C&amp;vmcchk=1&amp;option=com_virtuemart&amp;Itemid=29</a>	5,45
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 1	1	<a href="http://www.ready.gr/gr/product/asr-2000?ref=bestprice.gr">http://www.ready.gr/gr/product/asr-2000?ref=bestprice.gr</a>	2,57
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 2	1	<a href="http://www.ready.gr/gr/product/f-056?ref=bestprice.gr">http://www.ready.gr/gr/product/f-056?ref=bestprice.gr</a>	2,6
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 3	1	<a href="http://www.play247.gr/index.php?referrer=true&amp;main_page=product_info&amp;products_id=51646&amp;ref=bestprice.gr">http://www.play247.gr/index.php?referrer=true&amp;main_page=product_info&amp;products_id=51646&amp;ref=bestprice.gr</a>	7
Είδος εξοπλισμού καθαριότητας 4	1	Σετ με σκούπα	
Κάδος απορριμάτων (μεγάλος)	1	<a href="http://www.shopday.gr/index.php?main_page=product_info&amp;products_id=10107&amp;ref=bestprice.gr">http://www.shopday.gr/index.php?main_page=product_info&amp;products_id=10107&amp;ref=bestprice.gr</a>	11,41
Σημειωματάριο	1	<a href="http://www.greekbooks.gr/gifts/eco-friendly/simiomatario-hill-me-prasini-leptomeria.product">http://www.greekbooks.gr/gifts/eco-friendly/simiomatario-hill-me-prasini-leptomeria.product</a>	3,30
Ντοσιέ	1	<a href="http://www.lichnari.gr/index.php?page=shop.product_details&amp;flypage=flypage.tpl&amp;product_id=366&amp;category_id=269&amp;manufacturer_id=0&amp;option=com_virtuemart&amp;ref=bestprice.gr">http://www.lichnari.gr/index.php?page=shop.product_details&amp;flypage=flypage.tpl&amp;product_id=366&amp;category_id=269&amp;manufacturer_id=0&amp;option=com_virtuemart&amp;ref=bestprice.gr</a>	0,59
Στυλό	3	Από γραφεία	
Διορθωτικό υγρό	1	<a href="http://www.officemall.gr/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;product_id=425&amp;category_id=18&amp;ref=bestprice.gr">http://www.officemall.gr/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;product_id=425&amp;category_id=18&amp;ref=bestprice.gr</a>	0,88
Συρραπτικό	1	<a href="http://www.plaisio.gr/stylo-molivia/promitheies/stapler-syrraptiko/Q-Connect-Metal-">http://www.plaisio.gr/stylo-molivia/promitheies/stapler-syrraptiko/Q-Connect-Metal-</a>	8,5

		<a href="#">Stapler-KF01965.htm</a>	
Αναλώσιμα καθαριότητας 1	1	<a href="http://www.plaisio.gr/special-catalog/prosopiki-ygeiini/xartia-kouzinas/Clean-Workstyle-Paper-Towels-Roll-800Gr.htm">http://www.plaisio.gr/special-catalog/prosopiki-ygeiini/xartia-kouzinas/Clean-Workstyle-Paper-Towels-Roll-800Gr.htm</a>	2,03
Αναλώσιμα καθαριότητας 2	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?cPath=253_269&amp;products_id=1712">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?cPath=253_269&amp;products_id=1712</a>	1,99
Αναλώσιμα καθαριότητας 3	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?cPath=432&amp;products_id=1782">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?cPath=432&amp;products_id=1782</a>	1,49
Αναλώσιμα καθαριότητας 4	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=4553">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=4553</a>	2,36
Αναλώσιμα καθαριότητας 5	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=5665">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=5665</a>	0,98
Αναλώσιμα καθαριότητας 6	1	<a href="http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=1310">http://www.shopnsave.gr/product_info.php?products_id=1310</a>	2,10



## 9. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ – Στοιχεία Αγοράς

Τα παρακάτω αποτελέσματα οδήγησαν στην επιλογή των προϊόντων που θα εμπορεύεται η Κοιν.Σ.Επ. (Κεφ.3) και στον προσδιορισμό της αγοράς στόχου της (target market, Κεφ.4) .

### 9.1. Αποτελέσματα Επεξεργασίας Στατιστικών Δεδομένων Έρευνας Αγοράς Αρχαίας Ολυμπίας – Κατακόλου

#### 9.1.1. Αριθμός απαντήσεων

Σε 52 ερωτηματολόγια προέκυψαν → 55 απαντήσεις

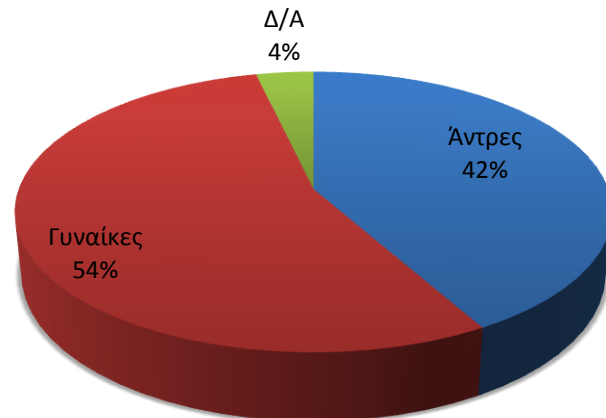
#### 9.1.2. Συνολικός αριθμός ατόμων στα οποία αναφέρονται οι αγορές

Προβλέφθηκε ότι ο κάθε επισκέπτης που θα συμπλήρωνε το ερωτηματολόγιο θα αναφερόταν σε αγορές που έκαναν κι άλλα μέλη της ομάδας όπου ανήκε (π.χ. ο σύζυγος, το παιδί κ.α.). Έτσι υπήρχε η ερώτηση σε πόσα επιπλέον άτομα αναφέρονται οι αγορές που συμπληρώθηκαν.

Προέκυψε λοιπόν ο συνολικός αριθμός των ατόμων στα οποία αναφέρονται οι αγορές ότι είναι → 73

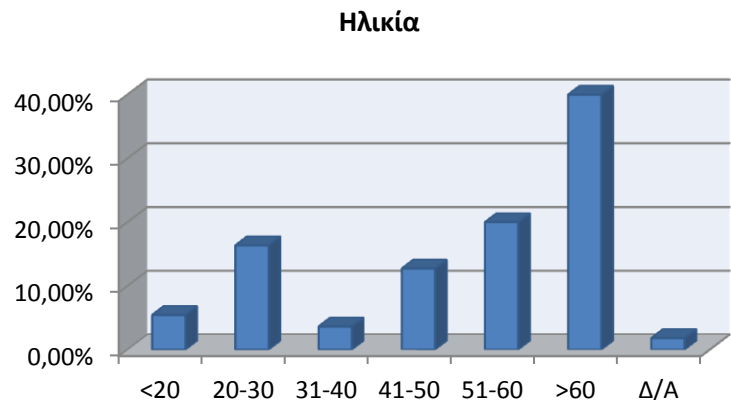
#### 9.1.3. Φύλο

Φύλο	Άτομα	Ποσοστό
Άντρες	23	41.82%
Γυναίκες	30	54.55%
Δ/Α	2	3.64%
Σύνολο	55	100.00%



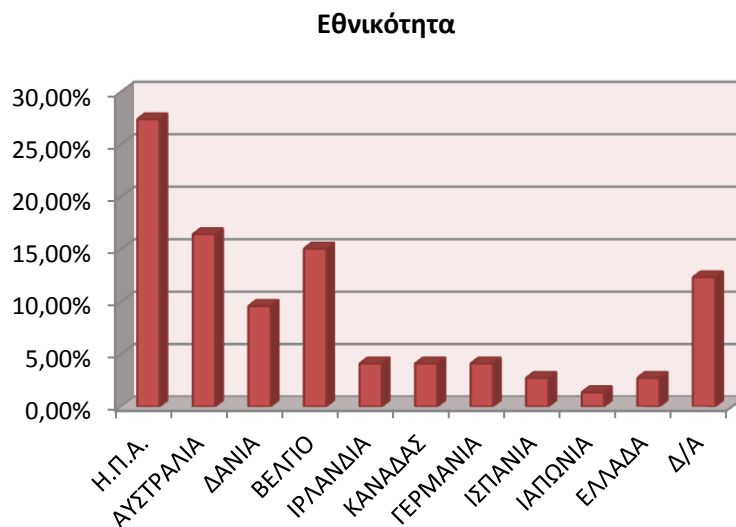
#### 9.1.4. Ηλικία

Ηλικία	Πλήθος	Ποσοστό
<20	3	5.45%
20-30	9	16.36%
31-40	2	3.64%
41-50	7	12.73%
51-60	11	20.00%
>60	22	40.00%
Δ/Α	1	1.82%
Σύνολο	55	100.00%



### 9.1.5. Εθνικότητα

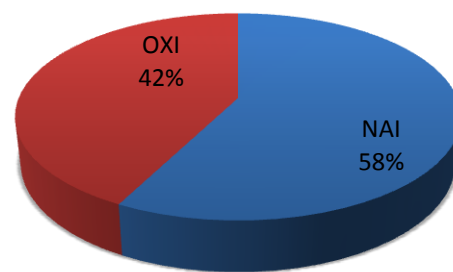
Εθνικότητα	Πλήθος	Ποσοστό
Η.Π.Α.	20	27.40%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	12	16.44%
ΔΑΝΙΑ	7	9.59%
ΒΕΛΓΙΟ	11	15.07%
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	3	4.11%
ΚΑΝΑΔΑΣ	3	4.11%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	3	4.11%
ΙΣΠΑΝΙΑ	2	2.74%
ΙΑΠΩΝΙΑ	1	1.37%
ΕΛΛΑΔΑ	2	2.74%
Δ/Α	9	12.33%
Σύνολο	73	100.00%



### 9.1.6. Ποσοστό που αγόρασε ή όχι τουριστικά προϊόντα

Αγόρασαν	Πλήθος	Ποσοστό
ΝΑΙ	29 + 13 = 42	57.53%
ΟΧΙ	26 + 5 = 31	42.47%
Σύνολο	73	100.00%

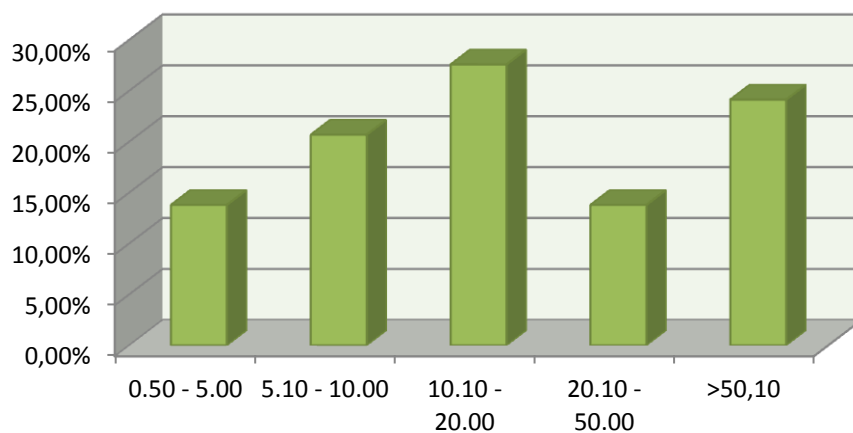
#### Αγόρασαν τουριστικά προϊόντα



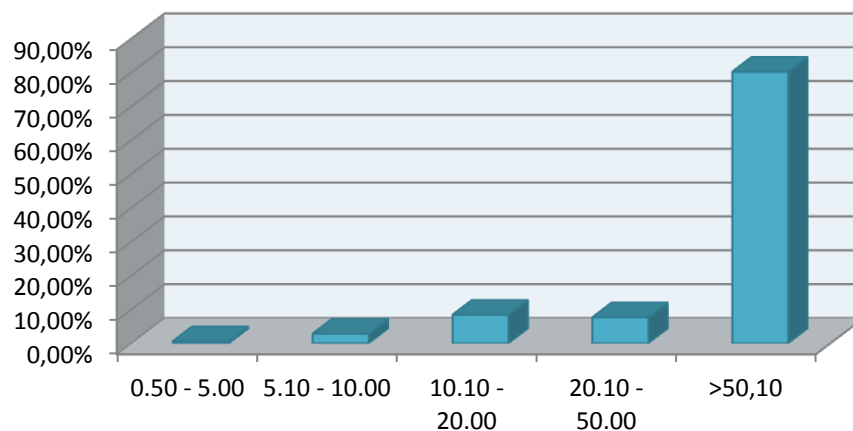
### 9.1.7. Συνολική δαπάνη

Κατηγορία Δαπάνης	Πλήθος ατόμων	Ποσοστό ατόμων	Ποσό χρημάτων	Ποσοστό δαπάνης
0.50 - 5.00	4	13.79%	12.00 €	0.65%
5.10 - 10.00	6	20.69%	53.00 €	2.88%
10.10 - 20.00	8	27.59%	155.80 €	8.47%
20.10 - 50.00	4	13.79%	142.00 €	7.72%
>50,10	7	24.14%	1,477.00 €	80.28%
Σύνολο	29	100.00%	1,839.80 €	100.00%

**Ποσοστά επισκεπτών που προέβησαν σε αγορές, τα οποία αναλογούν στις κατηγορίες δαπανών**



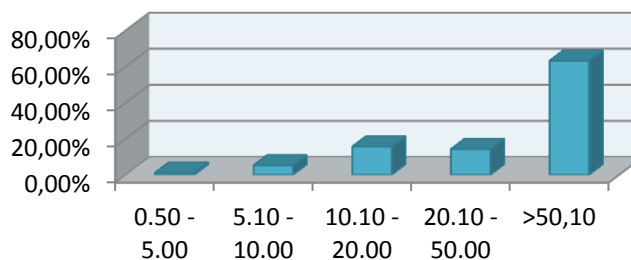
**Ποσοστά δαπανών που αναλογούν στις κατηγορίες δαπανών**



Αν εξαιρέσουμε την ακραία για το μέγεθος του δείγματος τιμή 850€ από τις δαπάνες θα προκύψει το παρακάτω διάγραμμα:

Κατηγορία Δαπάνης	Ποσό χρημάτων	Ποσοστό δαπάνης
0.50 - 5.00	12.00 €	1.21%
5.10 - 10.00	53.00 €	5.35%
10.10 - 20.00	155.80 €	15.74%
20.10 - 50.00	142.00 €	14.35%
>50,10	627.00 €	63.35%
Σύνολο	989.80 €	100.00%

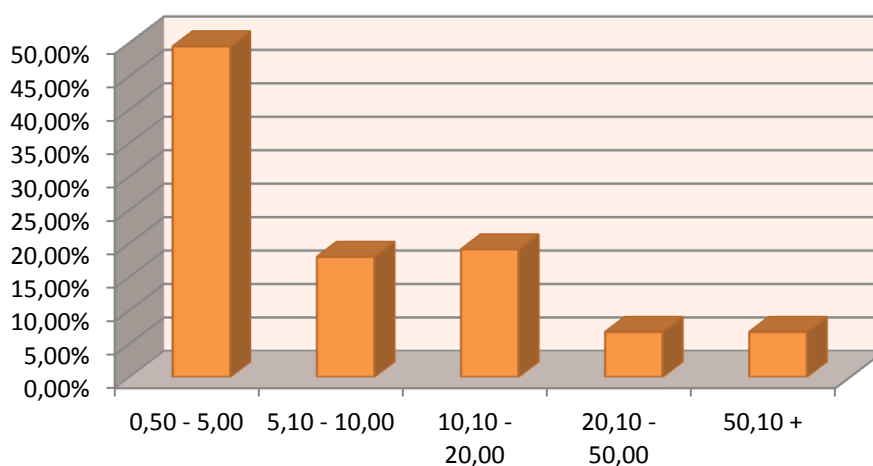
**Ποσοστά δαπανών που αναλογούν στις κατηγορίες δαπανών (εξαιρώντας την ακραία τιμή 850€)**



9.1.8. Προτιμήσεις προϊόντων σύμφωνα με την τιμή τους

Κατηγορία τιμής προϊόντος (€)	Πλήθος προϊόντων	Ποσοστό προϊόντων	Πλήθος πελατών κατηγορίας	Ποσοστό πλήθους πελατών	Πλήθος προϊόντων ανά πελάτη
0,50 - 5,00	44	49.44%	16	32.00%	2.75
5,10 - 10,00	16	17.98%	12	24.00%	1.333333333
10,10 - 20,00	17	19.10%	12	24.00%	1.416666667
20,10 - 50,00	6	6.74%	6	12.00%	1
50,10 +	6	6.74%	4	8.00%	1.5
Σύνολο	89	100.00%	50	100.00%	-

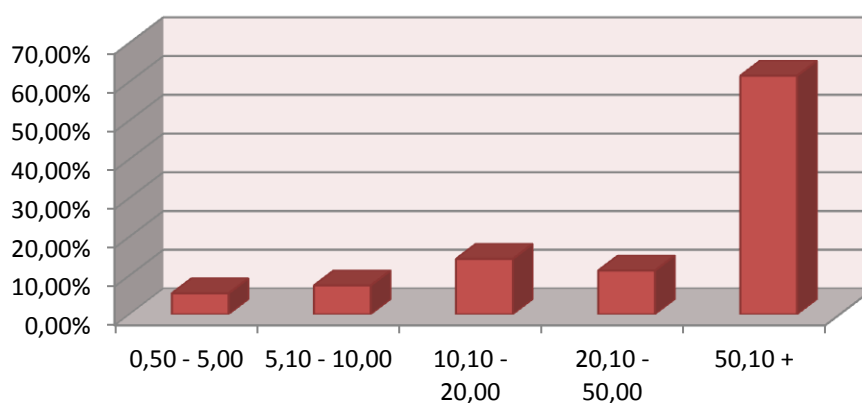
Ποσοστό προϊόντων ανά Κατηγορία Τιμής



Κατηγορία τιμής προϊόντος (€)	Συνολική Δαπάνη (προσεγγιστικά*)	Ποσοστό δαπάνης
0,50 - 5,00	99.3	5.41%
5,10 - 10,00	136.5	7.44%
10,10 - 20,00	262.3	14.30%
20,10 - 50,00	207	11.29%
50,10 +	1129	61.56%
Σύνολο	1834.1	100.00%

\*Απόκλιση λόγω ανακριβών καταγραφών: -0.31%  
Έγινε συμπλήρωση ορισμένων στοιχείων χρησιμοποιώντας τιμές κοντά στις μέσες τιμές των κλάσεων

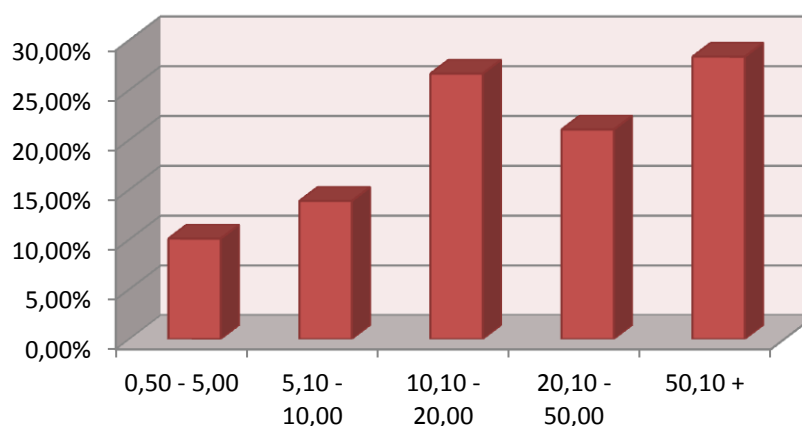
### Συνολική Δαπάνη ανά Κατηγορία Τιμής



Αν εξαιρέσουμε την ακραία για το μέγεθος του δείγματος τιμή 850€ από τις δαπάνες θα προκύψει το παρακάτω διάγραμμα:

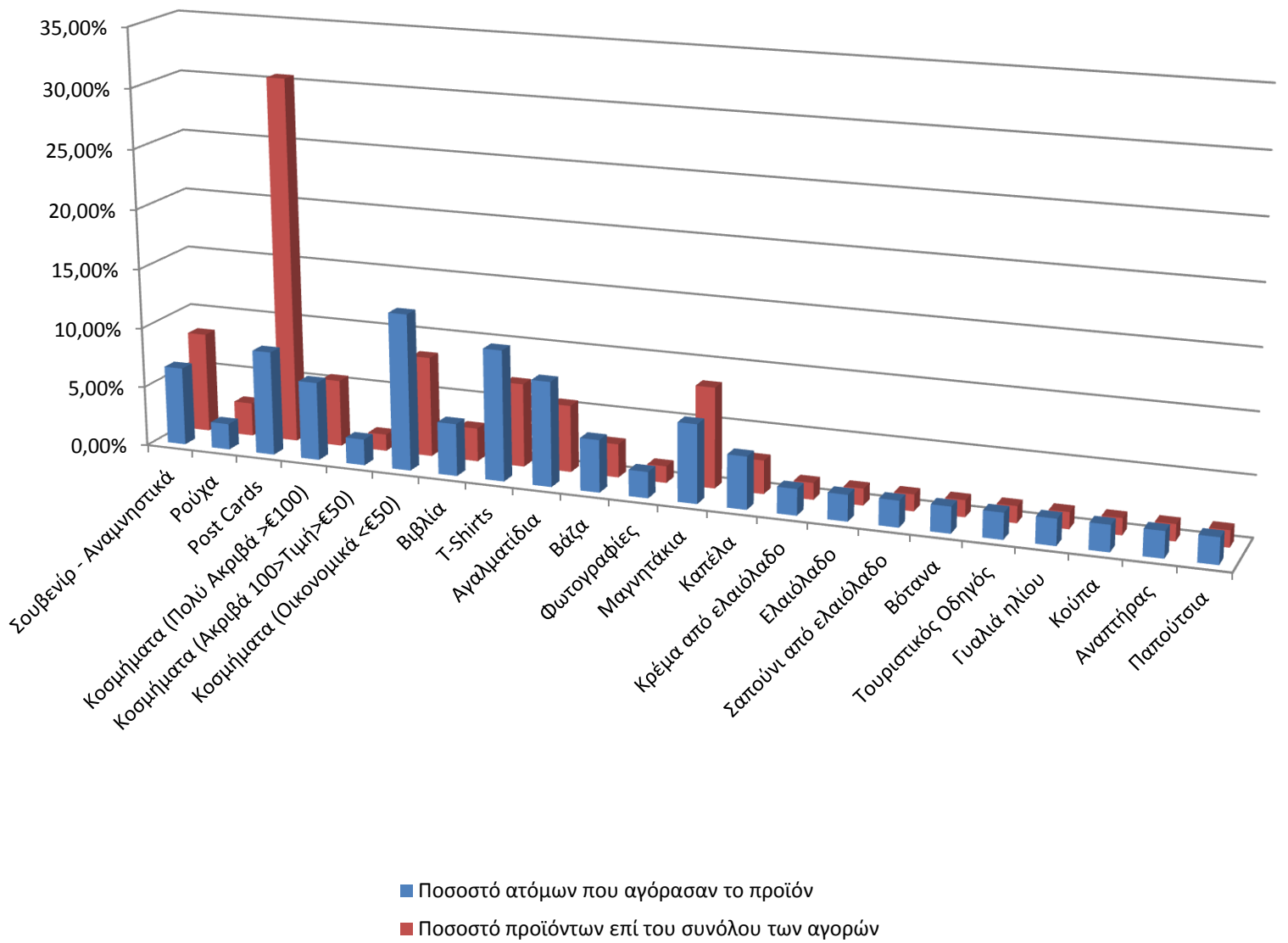
Κατηγορία τιμής προϊόντος (€)	Συνολική Δαπάνη μείον την τιμή 850€* (προσεγγιστικά)	Ποσοστό δαπάνης
0,50 - 5,00	99.3	10.09%
5,10 - 10,00	136.5	13.87%
10,10 - 20,00	262.3	26.65%
20,10 - 50,00	207	21.03%
50,10 +	279	28.35%
<b>Σύνολο</b>	<b>984.1</b>	<b>100.00%</b>
* Αφαιρέθηκε η τιμή 850€ από τις αγορές ως υπερβολική για το μέγεθος του δείγματος		

**Συνολική Δαπάνη ανά Κατηγορία Τιμής (μείον της τιμής 850€)**



9.1.9. Προϊόντα που αγοράστηκαν

Τουριστικά Είδη που αγοράστηκαν	Πλήθος ατόμων	Ποσοστό ατόμων που αγόρασαν	Πλήθος προϊόντων	Ποσοστό προϊόντων επί του συνόλου
Σουβενίρ - Αναμνηστικά	3	6.52%	6	8.33%
Ρούχα	1	2.17%	2	2.78%
Post Cards	4	8.70%	22	30.56%
Κοσμήματα (Πολύ Ακριβά >€100)	3	6.52%	4	5.56%
Κοσμήματα (Ακριβά 100>Τιμή>€50)	1	2.17%	1	1.39%
Κοσμήματα (Οικονομικά <€50)	6	13.04%	6	8.33%
Βιβλία	2	4.35%	2	2.78%
T-Shirts	5	10.87%	5	6.94%
Αγαλαμάτidia	4	8.70%	4	5.56%
Βάζα	2	4.35%	2	2.78%
Φωτογραφίες	1	2.17%	1	1.39%
Μαγνητάκια	3	6.52%	6	8.33%
Καπέλα	2	4.35%	2	2.78%
Κρέμα από ελαιόλαδο	1	2.17%	1	1.39%
Ελαιόλαδο	1	2.17%	1	1.39%
Σαπούνι από ελαιόλαδο	1	2.17%	1	1.39%
Βότανα	1	2.17%	1	1.39%
Τουριστικό Οδηγό	1	2.17%	1	1.39%
Γυαλιά ηλίου	1	2.17%	1	1.39%
Κούπα	1	2.17%	1	1.39%
Αναπτήρας	1	2.17%	1	1.39%
Παπούτσια	1	2.17%	1	1.39%
<b>Σύνολο</b>	<b>46</b>	<b>100.00%</b>	<b>72</b>	<b>100.00%</b>



9.1.10. Προϊόντα που θα ήθελαν να βρουν αλλά δεν βρήκαν

Τουριστικά Είδη που δεν μπόρεσαν να βρούν	Πλήθος ατόμων	Ποσοστό
Βιβλίο για την Αρχαία Ολυμπία στην Αγγλική γλώσσα	1	8.33%
Μαχαίρια	1	8.33%
Μεταλλική στέκα για τα μαλλιά	1	8.33%
Εικόνα	1	8.33%
Αυθεντικά τοπικά προϊόντα	1	8.33%
Γραμματόσημα	2	16.67%
Μικρές μεταλλικές δαχτυλήθρες	1	8.33%
Τσιγάρα	1	8.33%
Ημερολόγιο	1	8.33%
Ιδιαίτερο T-Shirt	1	8.33%
Άλατα	1	8.33%
<b>Σύνολο</b>	<b>12</b>	<b>100.00%</b>



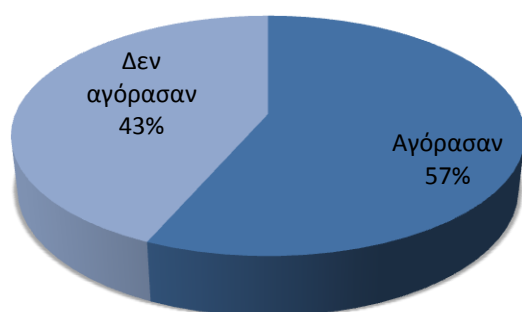


### 9.1.11. Ειδικοί συνδυασμοί

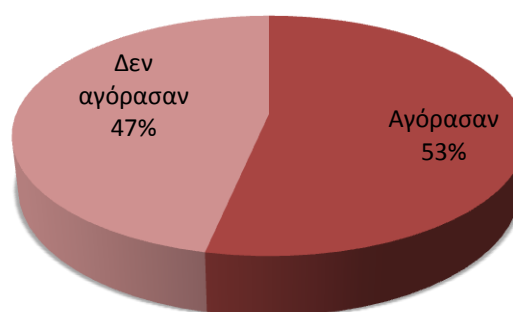
#### 9.1.11.1. Συνολική Δαπάνη ανά Φύλο

Φύλο	Αγόρασαν	Δεν αγόρασαν	Σύνολο
Άντρες	13	10	23
Γυναίκες	16	14	30
Σύνολο	29	24	53

#### Άντρες

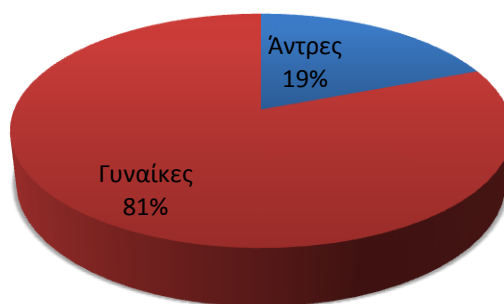


#### Γυναίκες



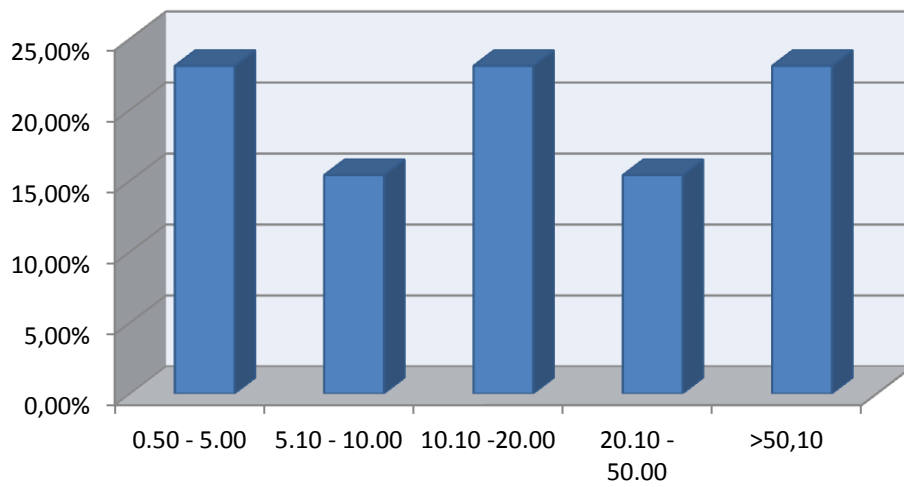
Φύλο	Συνολική Δαπάνη	Ποσοστό δαπάνης
Άντρες	352.3	19.15%
Γυναίκες	1487.5	80.85%
Σύνολο	1839.8	100.00%

#### Ποσοστό δαπάνης

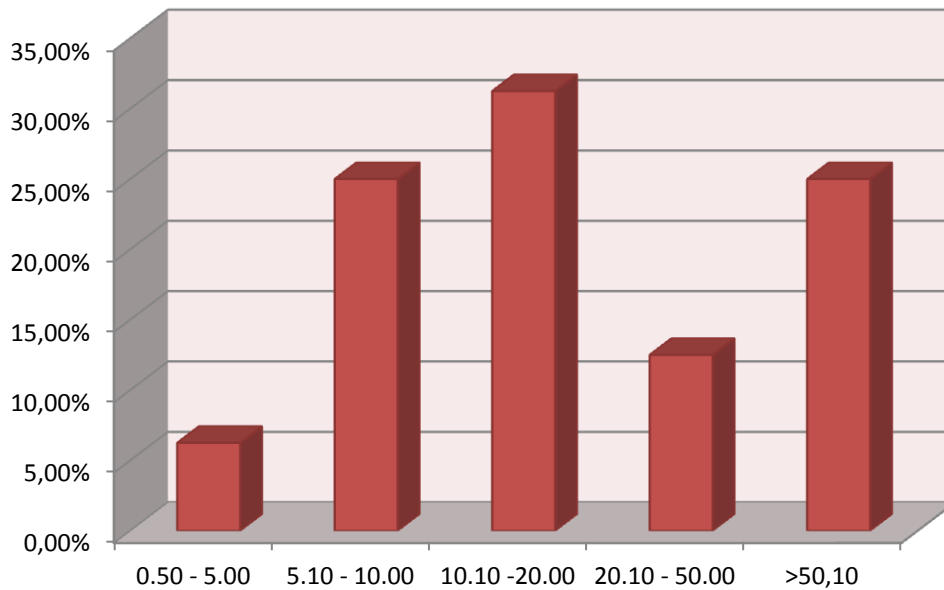


Κατηγορία Δαπάνης	Πλήθος Αντρών	Πλήθος Γυναικών	Σύνολο	Ποσοστό Αντρών	Ποσοστό Γυναικών
0.50 - 5.00	3	1	4	23.08%	6.25%
5.10 - 10.00	2	4	6	15.38%	25.00%
10.10 -20.00	3	5	8	23.08%	31.25%
20.10 - 50.00	2	2	4	15.38%	12.50%
>50,10	3	4	7	23.08%	25.00%
Σύνολο	13	16	29	100.00%	100.00%

**Ποσοστό Αντρών ανά Κατηγορία Συνολικής Δαπάνης**

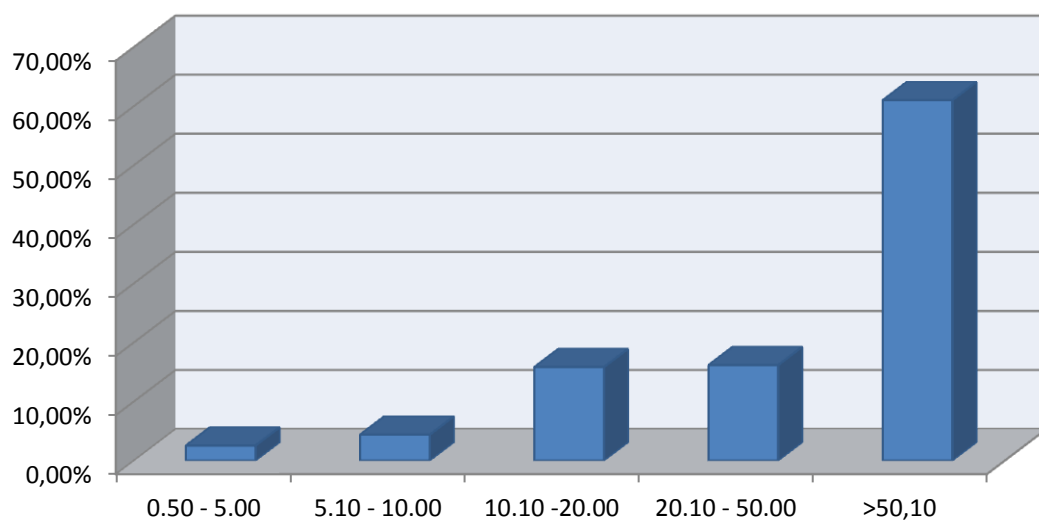


**Ποσοστό Γυναικών ανά Κατηγορία Συνολικής Δαπάνης**

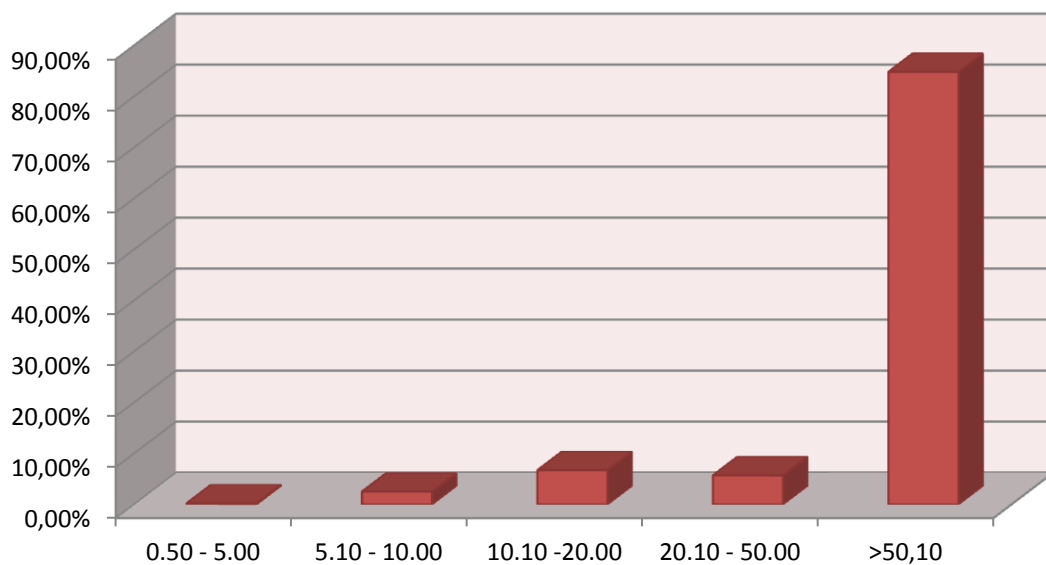


Κατηγορία Δαπάνης	Δαπάνη Αντρών	Δαπάνη Γυναικών	Σύνολο	Ποσοστό Δαπάνης Αντρών	Ποσοστό Δαπάνης Γυναικών
0.50 - 5.00	9	3	12	2.55%	0.20%
5.10 - 10.00	15.5	37.5	53	4.40%	2.52%
10.10 - 20.00	55.8	100	155.8	15.84%	6.72%
20.10 - 50.00	57	85	142	16.18%	5.71%
>50,10	215	1262	1477	61.03%	84.84%
Σύνολο	352.3	1487.5	1839.8	100.00%	100.00%

### Συνολική Δαπάνη Αντρών



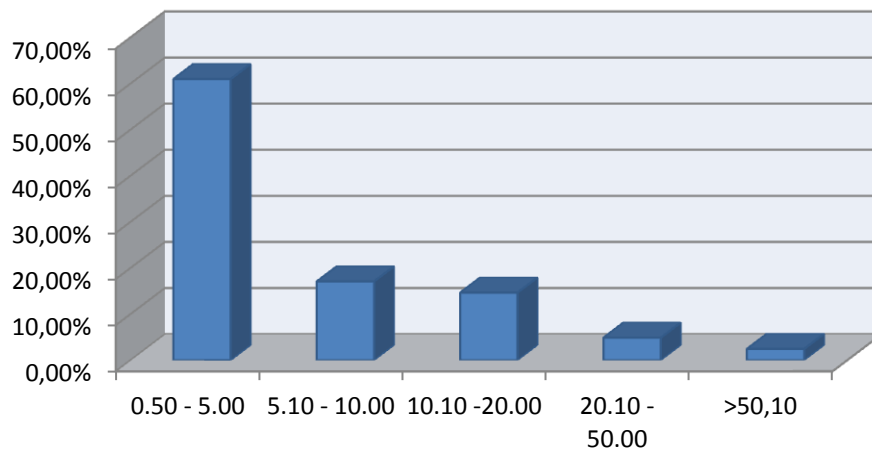
### Συνολική Δαπάνη Γυναικών



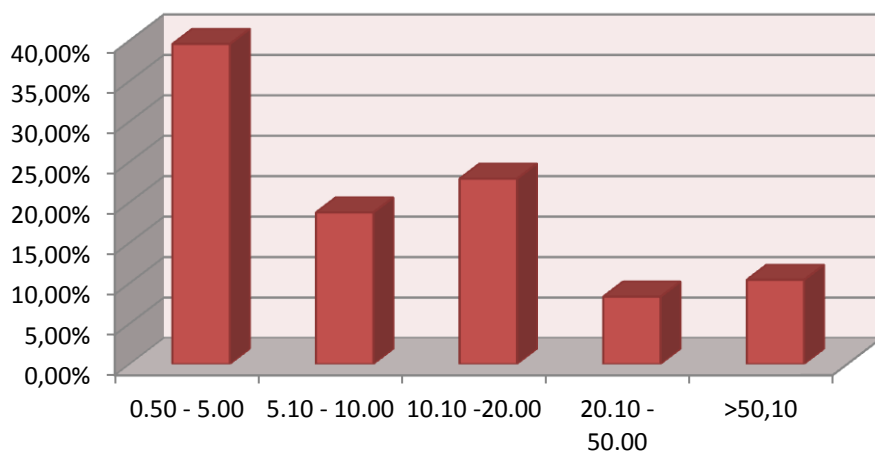
9.1.11.2. Επιμερισμός δαπανών ανά κατηγορία τιμής προϊόντων και φύλο

Κατηγορία τιμής προϊόντων	Άντρες		Γυναίκες		Σύνολο	
	Πλήθος προϊόντων	Ποσοστό	Πλήθος προϊόντων	Ποσοστό	Προϊόντων	Ποσοστό
0.50 - 5.00	25	60.98%	19	39.58%	44	49.44%
5.10 - 10.00	7	17.07%	9	18.75%	16	17.98%
10.10 - 20.00	6	14.63%	11	22.92%	17	19.10%
20.10 - 50.00	2	4.88%	4	8.33%	6	6.74%
>50,10	1	2.44%	5	10.42%	6	6.74%
Σύνολο	41	100.00%	48	100.00%	89	100.00%

Πλήθος προϊόντων που αγοράστηκαν από κάθε κατηγορία (Άντρες)

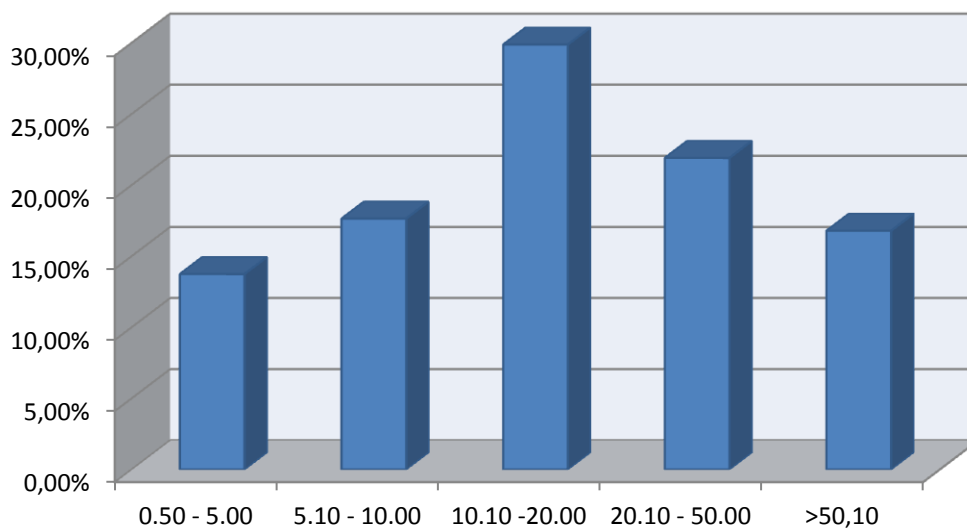


**Πλήθος προϊόντων που αγοράστηκαν από κάθε κατηγορία  
(Γυναίκες)**

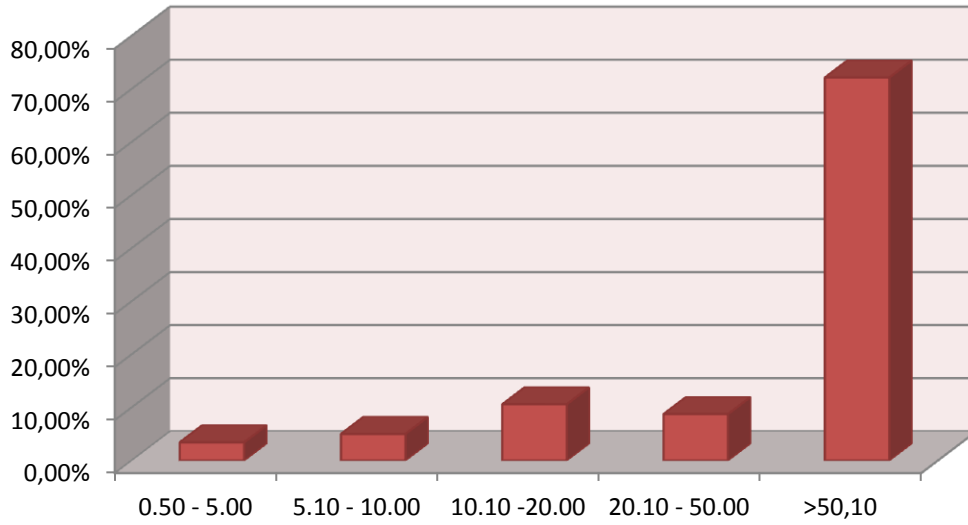


Κατηγορία τιμής προϊόντων	Άντρες		Γυναίκες		Συνολική δαπάνη	Ποσοστό <sup>4</sup>
	Δαπάνη	Ποσοστό	Δαπάνη	Ποσοστό		
0.50 - 5.00	48.3	13.75%	51	3.44%	99.3	5.41%
5.10 - 10.00	62	17.65%	74.5	5.02%	136.5	7.44%
10.10 - 20.00	105	29.89%	157.3	10.61%	262.3	14.30%
20.10 - 50.00	77	21.92%	130	8.77%	207	11.29%
>50,10	59	16.79%	1070	72.16%	1129	61.56%
Σύνολο	351.3	100.00%	1482.8	100.00%	1834.1	100.00%

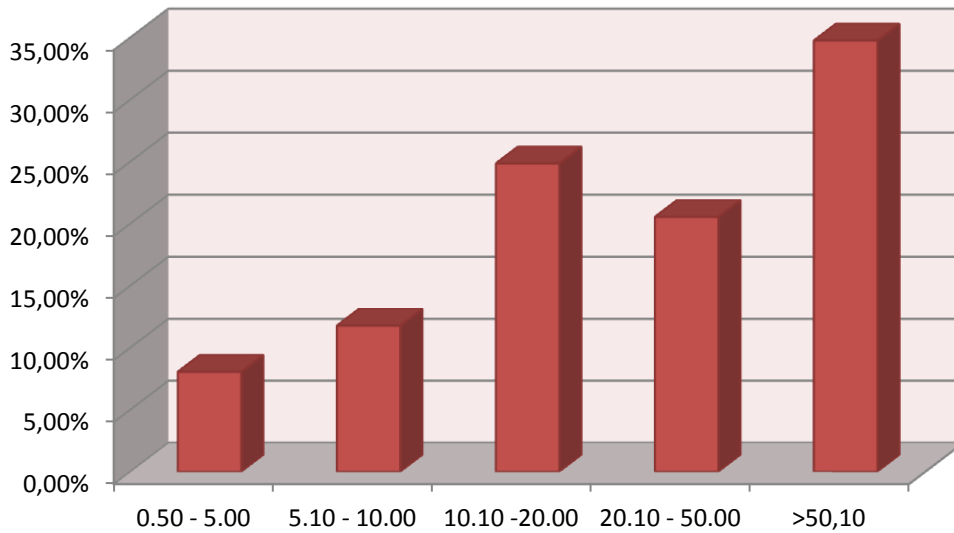
**Δαπάνη Ανδρών ανά Κατηγορία Τιμής Προϊόντων**



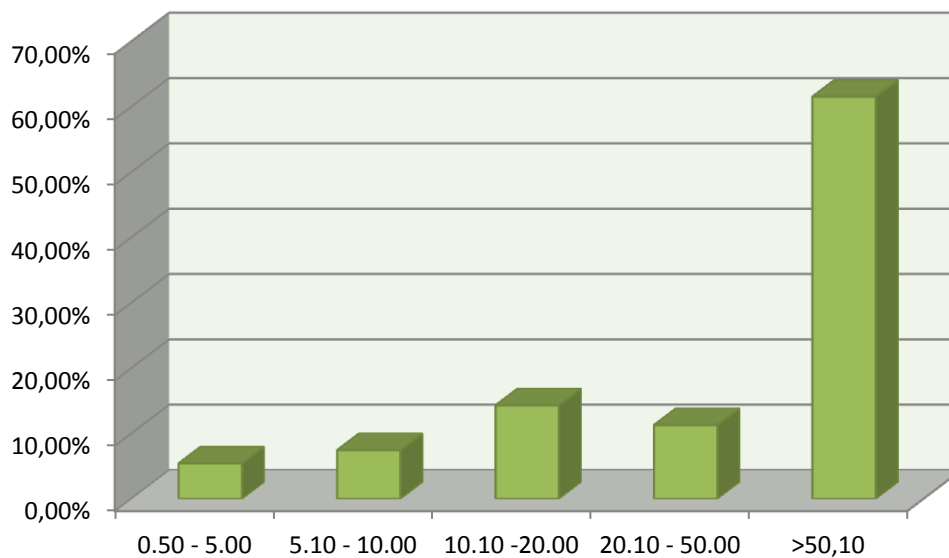
**Δαπάνη Γυναικών ανά Κατηγορία Τιμής Προϊόντων**



**Δαπάνη Γυναικών ανά Κατηγορία Τιμής Προϊόντων (εξαιρώντας την τιμή 850€)**



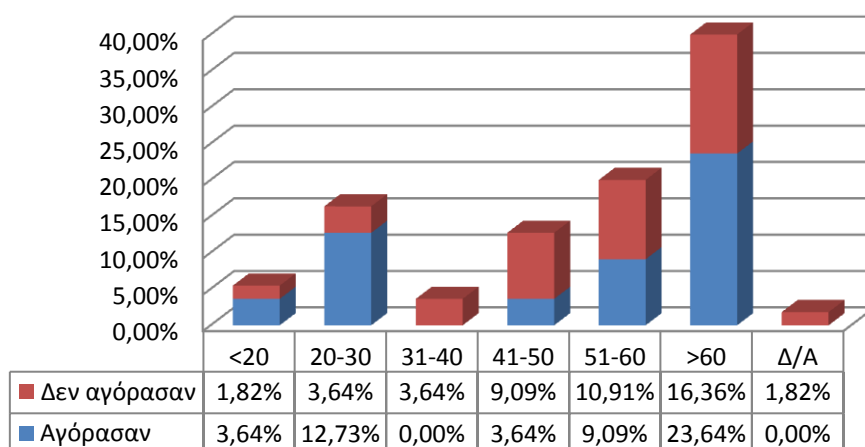
### Συνολική Δαπάνη ανά Κατηγορία Τιμής Προϊόντων



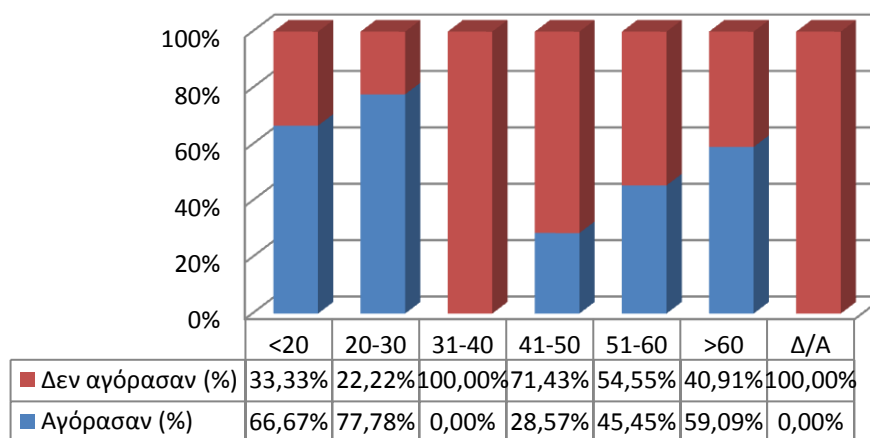
### 9.1.11.3. Συνολική Δαπάνη ανά Ηλικία

Ηλικία	Πλήθος			Ποσοστό	
	Αγόρασαν	Δεν αγόρασαν	Σύνολο	Αγόρασαν (%)	Δεν αγόρασαν (%)
<20	2	1	3	66.67%	33.33%
20-30	7	2	9	77.78%	22.22%
31-40	0	2	2	0.00%	100.00%
41-50	2	5	7	28.57%	71.43%
51-60	5	6	11	45.45%	54.55%
>60	13	9	22	59.09%	40.91%
Δ/Α	0	1	1	0.00%	100.00%
Σύνολο	29	26	55	52.73%	47.27%

**Επισκέπτες που Αγόρασαν και που Δεν Αγόρασαν επί του  
Συνόλου των επισκεπτών**



**Επισκέπτες που Αγόρασαν και που Δεν Αγόρασαν ανά  
Κατηγορία Ηλικίας**

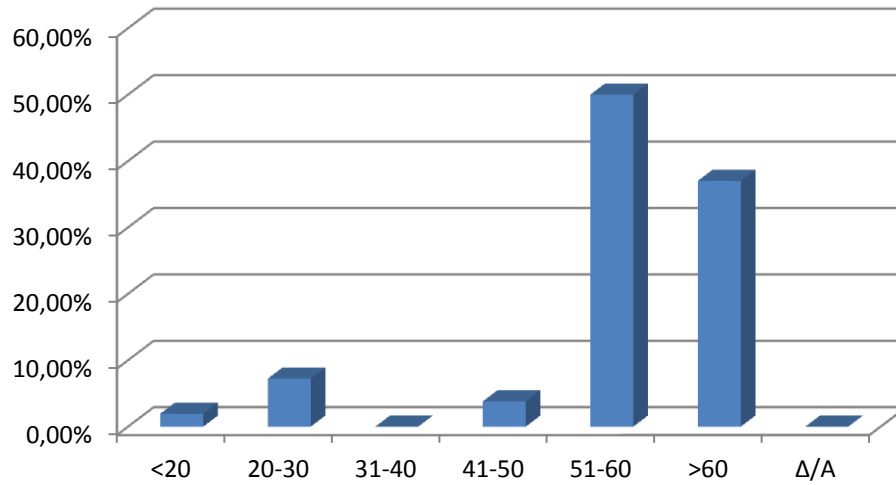


Ηλικία	Συνολική Δαπάνη	Ποσοστό Δαπάνης
<20	35.8	1.95%
20-30	133	7.23%
31-40	0	0.00%
41-50	70	3.80%
51-60	920	50.01%
>60	681	37.01%
Δ/A	0	0.00%
<b>Σύνολο</b>	<b>1839.8</b>	<b>100.00%</b>

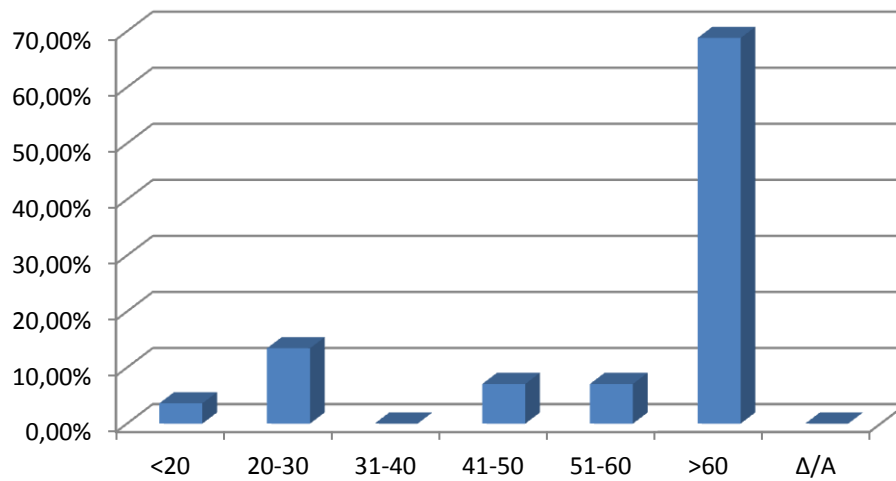
Ηλικία	Συνολική Δαπάνη (-850€)	Ποσοστό Δαπάνης (-850€)
<20	35.8	3.62%
20-30	133	13.44%
31-40	0	0.00%
41-50	70	7.07%
51-60	70	7.07%
>60	681	68.80%
Δ/A	0	0.00%
<b>Σύνολο</b>	<b>989.8</b>	<b>100.00%</b>



### Ποσοστό Δαπάνης



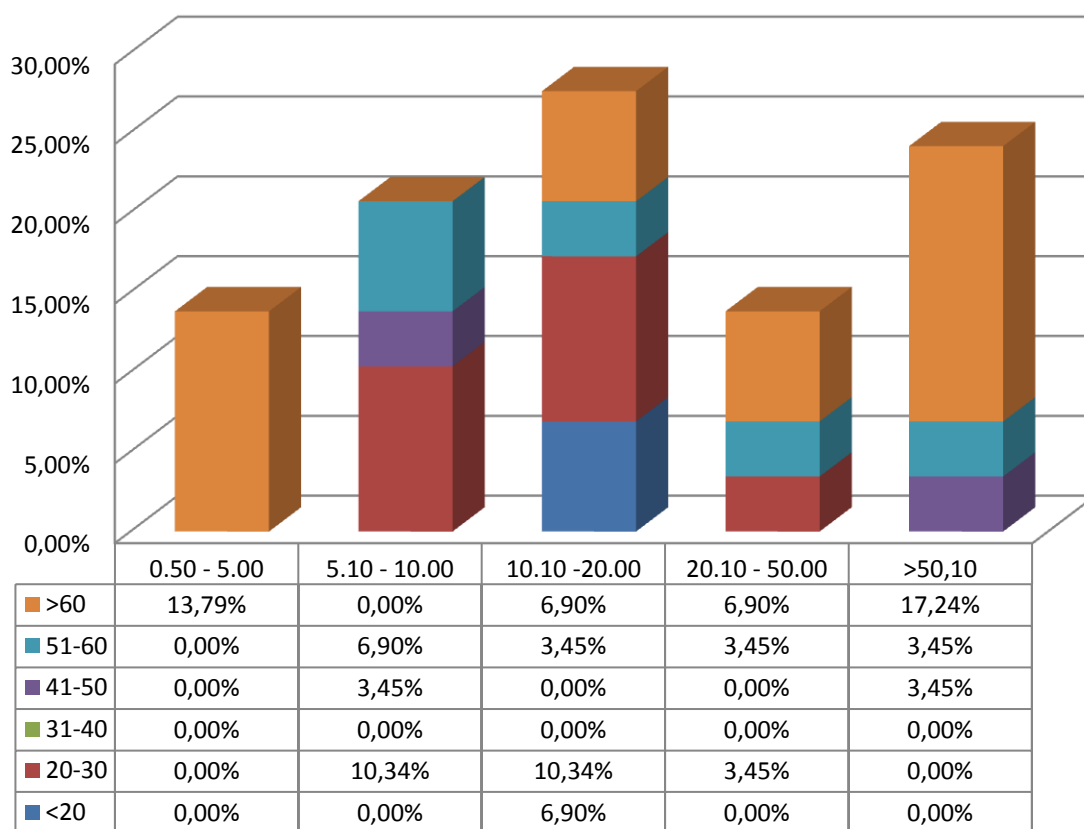
### Ποσοστό Δαπάνης (εξαιρώντας την τιμή 850€)



Κατηγορία Δαπάνης	<20	20-30	31-40	41-50	51-60	>60	Σύνολο
0.50 - 5.00	0	0	0	0	0	4	4
5.10 - 10.00	0	3	0	1	2	0	6
10.10 - 20.00	2	3	0	0	1	2	8
20.10 - 50.00	0	1	0	0	1	2	4
>50,10	0	0	0	1	1	5	7
<b>Σύνολο</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>29</b>

Κατηγορία Δαπάνης	<20	20-30	31-40	41-50	51-60	>60	Σύνολο
0.50 - 5.00	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	13.79%	13.79%
5.10 - 10.00	0.00%	10.34%	0.00%	3.45%	6.90%	0.00%	20.69%
10.10 -20.00	6.90%	10.34%	0.00%	0.00%	3.45%	6.90%	27.59%
20.10 - 50.00	0.00%	3.45%	0.00%	0.00%	3.45%	6.90%	13.79%
>50,10	0.00%	0.00%	0.00%	3.45%	3.45%	17.24%	24.14%
Σύνολο	6.90%	24.14%	0.00%	6.90%	17.24%	44.83%	100.00%

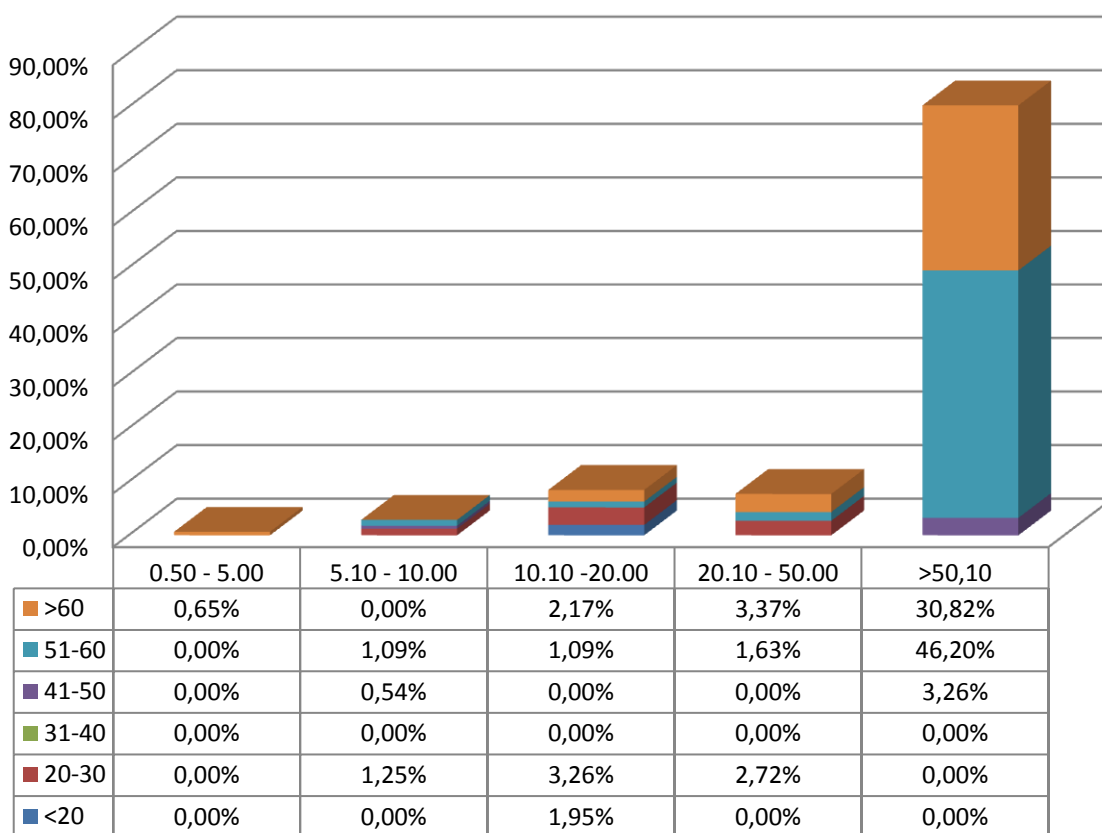
**Πλήθος επισκεπτών ανά Ηλικία που δαπάνησαν χρήματα ανά Κατηγορία Δαπάνης**



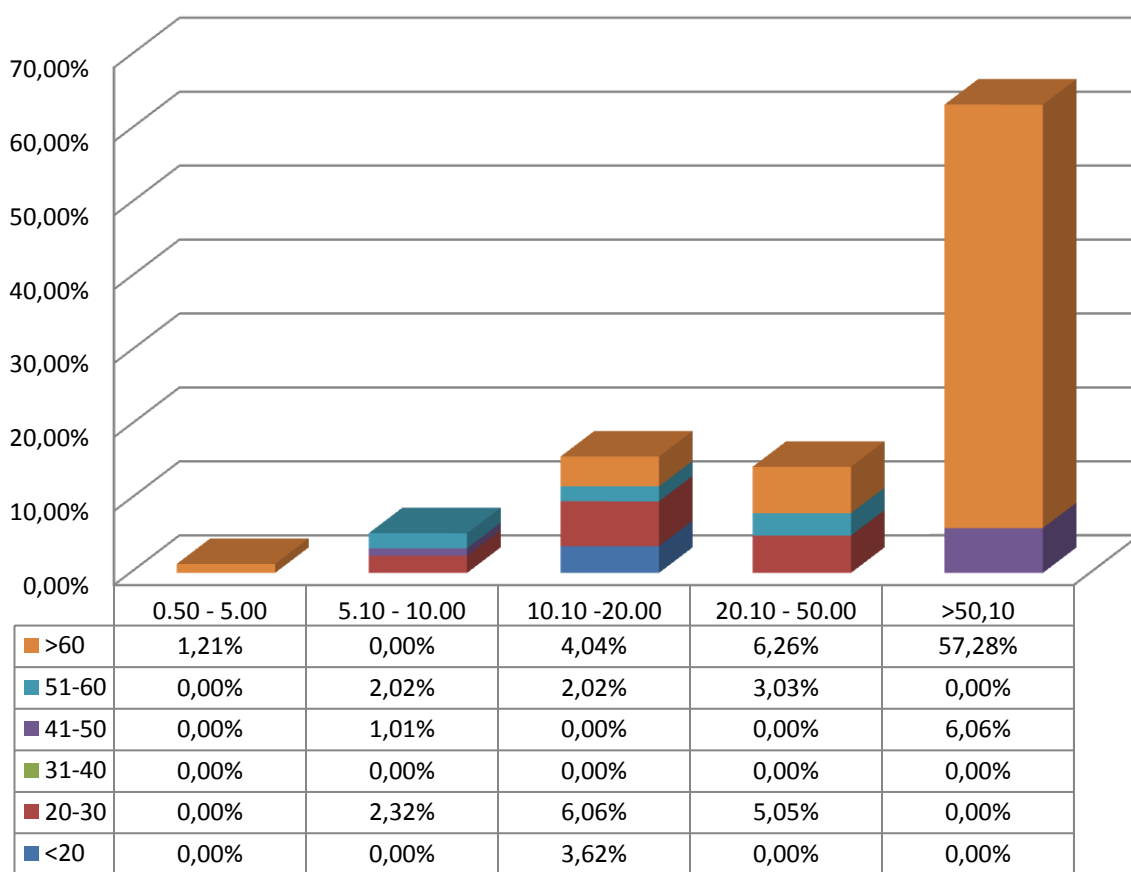
Κατηγορία Δαπάνης	<20	20-30	31-40	41-50	51-60	>60	Σύνολο
0.50 - 5.00	0	0	0	0	0	12	12
5.10 - 10.00	0	23	0	10	20	0	53
10.10 -20.00	35.8	60	0	0	20	40	155.8
20.10 - 50.00	0	50	0	0	30	62	142
>50,10	0	0	0	60	850	567	1477
Σύνολο	35.8	133	0	70	920	681	1839.8

Κατηγορία Δαπάνης	<20	20-30	31-40	41-50	51-60	>60	Σύνολο
0.50 - 5.00	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.65%	0.65%
5.10 - 10.00	0.00%	1.25%	0.00%	0.54%	1.09%	0.00%	2.88%
10.10 - 20.00	1.95%	3.26%	0.00%	0.00%	1.09%	2.17%	8.47%
20.10 - 50.00	0.00%	2.72%	0.00%	0.00%	1.63%	3.37%	7.72%
>50,10	0.00%	0.00%	0.00%	3.26%	46.20%	30.82%	80.28%
Σύνολο	1.95%	7.23%	0.00%	3.80%	50.01%	37.01%	100.00%

**Δαπάνες επί του συνόλου των δαπανών ανά Ηλικία και Κατηγορία Δαπάνης**

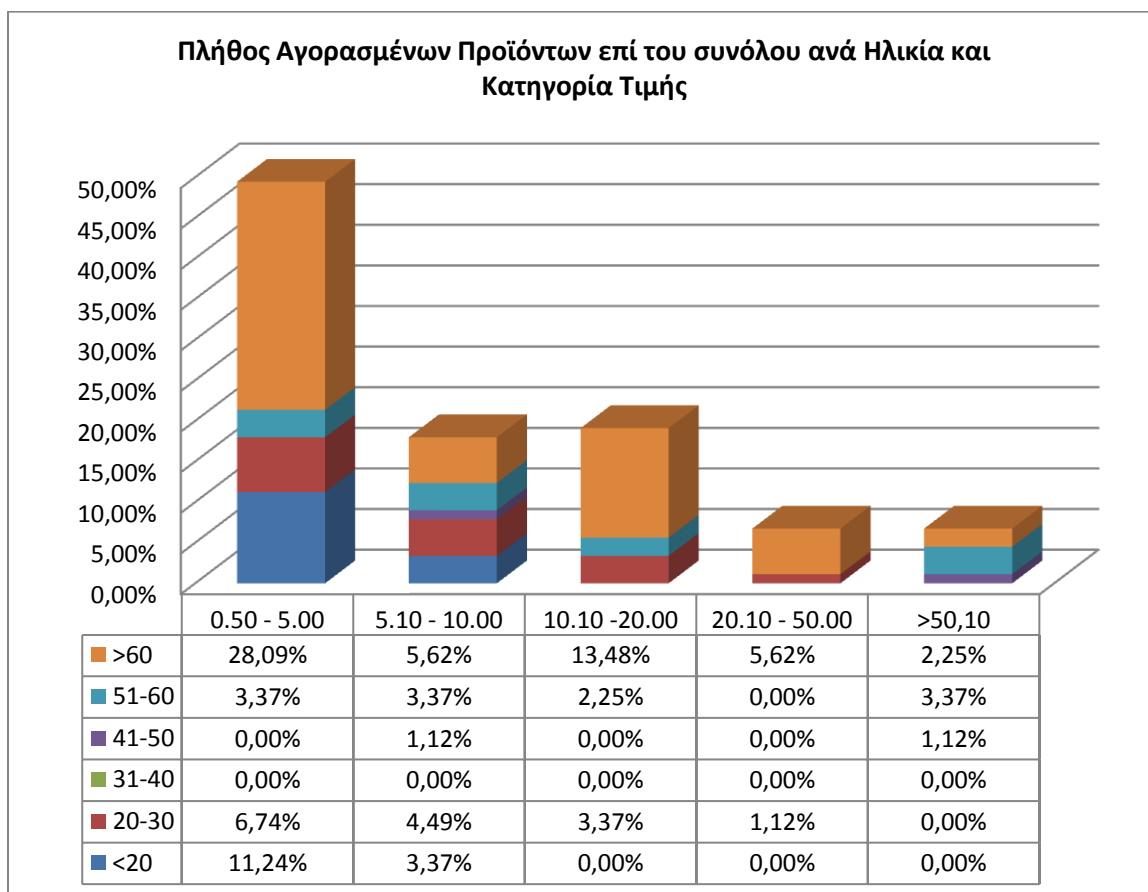


**Δαπάνες επί του συνόλου των δαπανών ανά Ηλικία και Κατηγορία  
Δαπάνης (εξαιρώντας την τιμή 850€)**



Κατηγορία τιμής προϊόντων	<20	20-30	31-40	41-50	51-60	>60	Σύνολο
0.50 - 5.00	10	6	0	0	3	25	44
5.10 - 10.00	3	4	0	1	3	5	16
10.10 -20.00	0	3	0	0	2	12	17
20.10 - 50.00	0	1	0	0	0	5	6
>50,10	0	0	0	1	3	2	6
Σύνολο	13	14	0	2	11	49	89

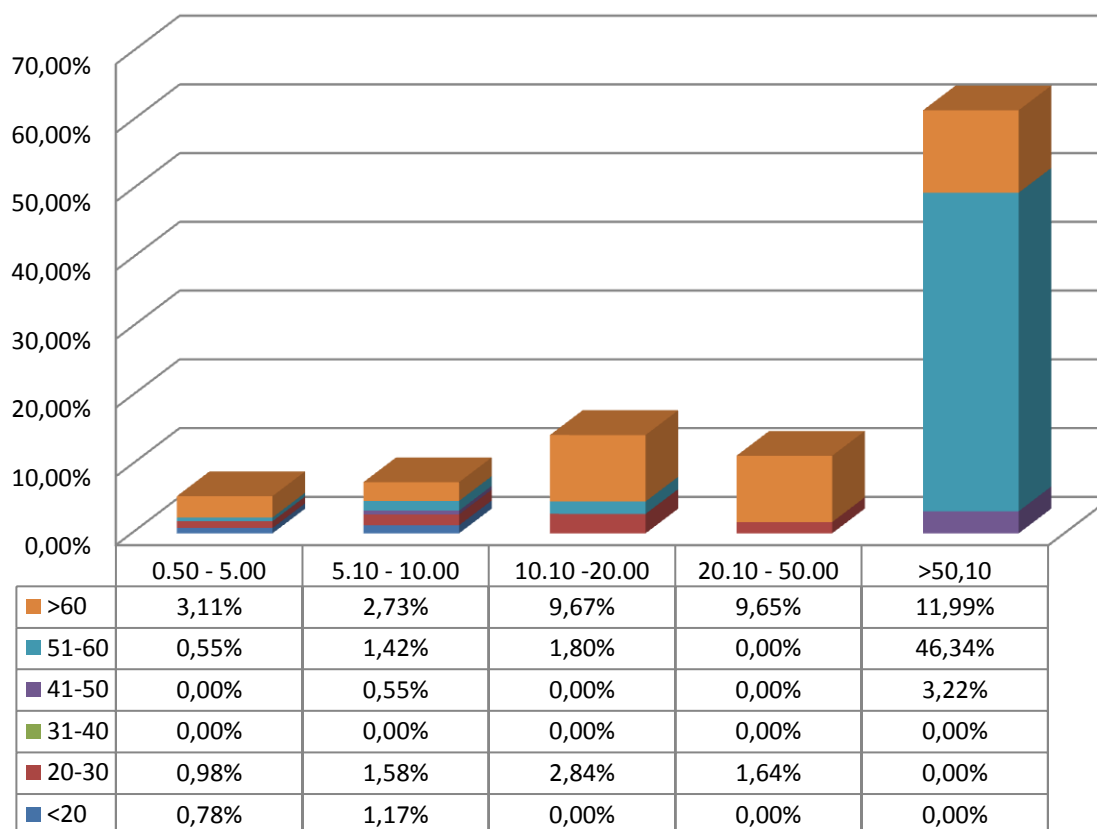
Κατηγορία τιμής προϊόντων	<20	20-30	31-40	41-50	51-60	>60	Σύνολο
0.50 - 5.00	11.24%	6.74%	0.00%	0.00%	3.37%	28.09%	49.44%
5.10 - 10.00	3.37%	4.49%	0.00%	1.12%	3.37%	5.62%	17.98%
10.10 -20.00	0.00%	3.37%	0.00%	0.00%	2.25%	13.48%	19.10%
20.10 - 50.00	0.00%	1.12%	0.00%	0.00%	0.00%	5.62%	6.74%
>50,10	0.00%	0.00%	0.00%	1.12%	3.37%	2.25%	6.74%
Σύνολο	14.61%	15.73%	0.00%	2.25%	12.36%	55.06%	100.00%



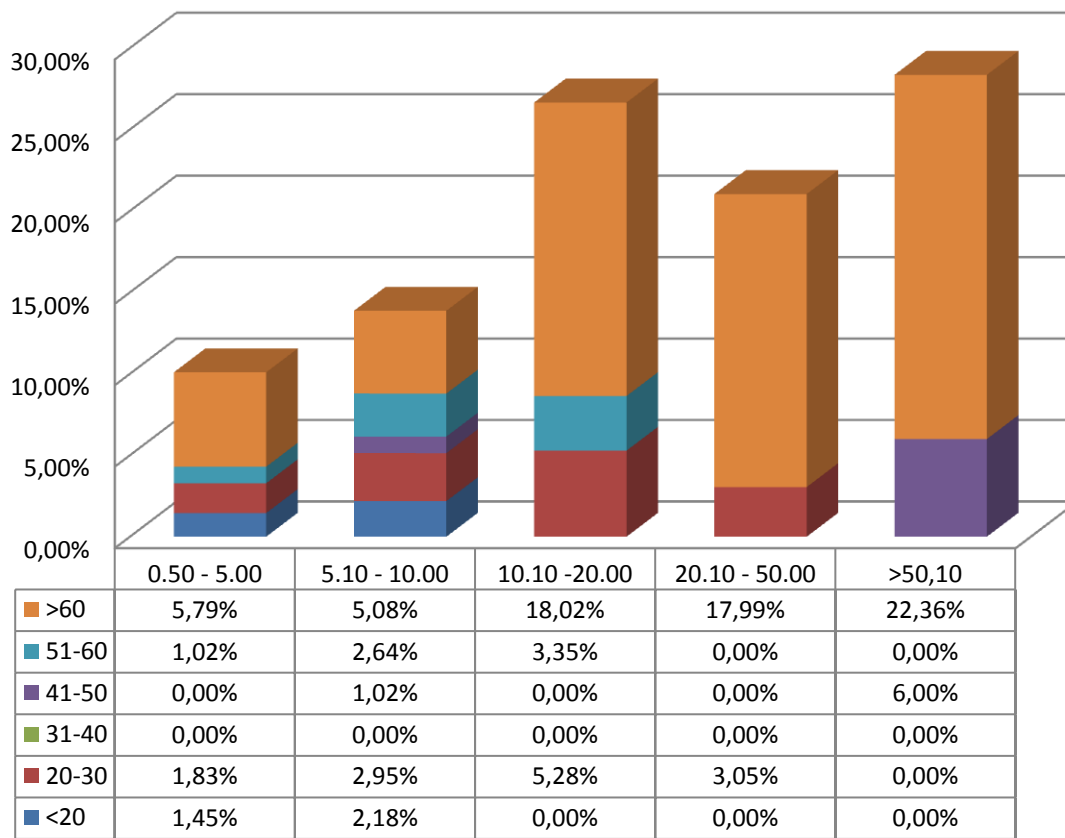
Κατηγορία τιμής προϊόντων	<20	20-30	31-40	41-50	51-60	>60	Σύνολο
0.50 - 5.00	14.3	18	0	0	10	57	99.3
5.10 - 10.00	21.5	29	0	10	26	50	136.5
10.10 - 20.00	0	52	0	0	33	177.3	262.3
20.10 - 50.00	0	30	0	0	0	177	207
>50,10	0	0	0	59	850	220	1129
Σύνολο	35.8	129	0	69	919	681.3	1834.1

Κατηγορία τιμής προϊόντων	<20	20-30	31-40	41-50	51-60	>60	Σύνολο
0.50 - 5.00	0.78%	0.98%	0.00%	0.00%	0.55%	3.11%	5.41%
5.10 - 10.00	1.17%	1.58%	0.00%	0.55%	1.42%	2.73%	7.44%
10.10 - 20.00	0.00%	2.84%	0.00%	0.00%	1.80%	9.67%	14.30%
20.10 - 50.00	0.00%	1.64%	0.00%	0.00%	0.00%	9.65%	11.29%
>50,10	0.00%	0.00%	0.00%	3.22%	46.34%	11.99%	61.56%
Σύνολο	1.95%	7.03%	0.00%	3.76%	50.11%	37.15%	100.00%

**Δαπάνη επισκεπτών επί της συνολικής ανά Ηλικία και Κατηγορία Τιμής προϊόντων**



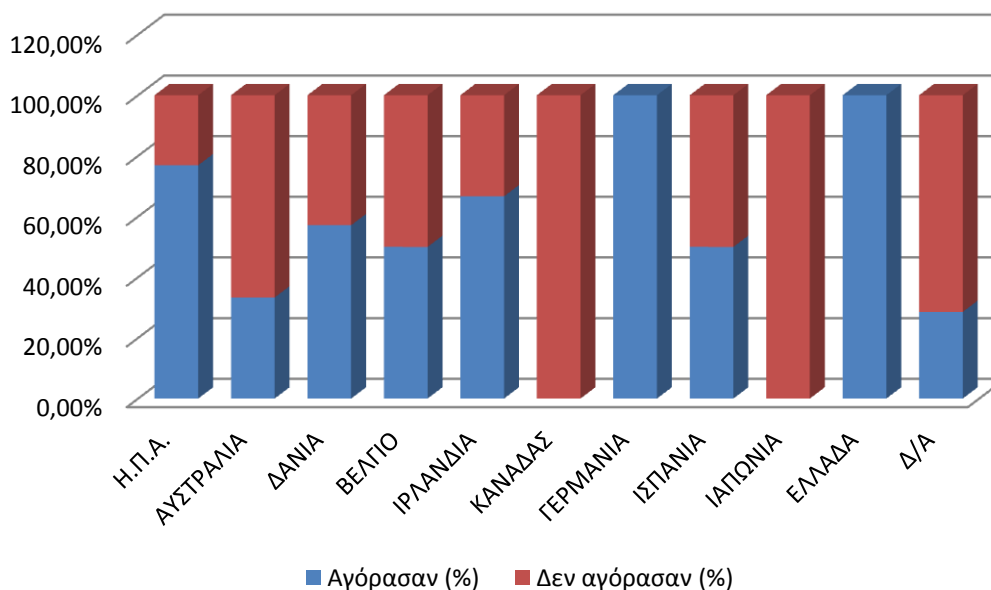
**Δαπάνη επισκεπτών επί της συνολικής ανά Ηλικία και Κατηγορία Τιμής προϊόντων (εξαιρώντας την τιμή 850€)**



9.1.11.4. Συνολική Δαπάνη ανά Εθνικότητα

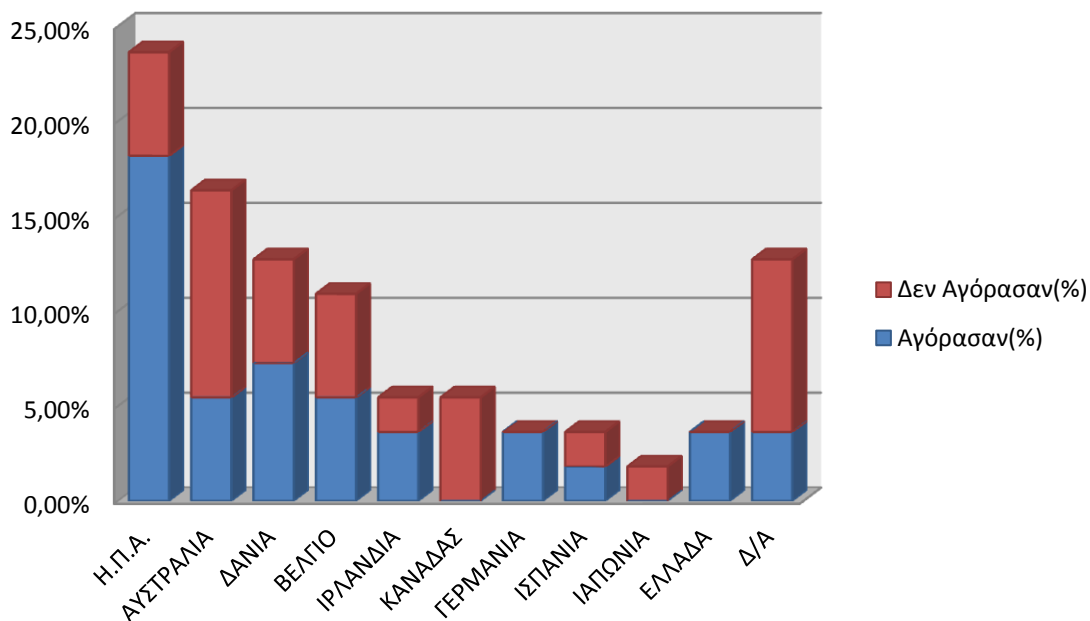
Εθνικότητα	Πλήθος			Ποσοστό		Ποσοστό επί του Συνόλου των αγορών	
	Αγόρασαν	Δεν αγόρασαν	Σύνολο	Αγόρασαν (%)	Δεν αγόρασαν (%)	Αγόρασαν(%)	Δεν Αγόρασαν(%)
Η.Π.Α.	10	3	13	76.92%	23.08%	18.18%	5.45%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	3	6	9	33.33%	66.67%	5.45%	10.91%
ΔΑΝΙΑ	4	3	7	57.14%	42.86%	7.27%	5.45%
ΒΕΛΓΙΟ	3	3	6	50.00%	50.00%	5.45%	5.45%
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	2	1	3	66.67%	33.33%	3.64%	1.82%
ΚΑΝΑΔΑΣ	0	3	3	0.00%	100.00%	0.00%	5.45%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2	0	2	100.00%	0.00%	3.64%	0.00%
ΙΣΠΑΝΙΑ	1	1	2	50.00%	50.00%	1.82%	1.82%
ΙΑΠΩΝΙΑ	0	1	1	0.00%	100.00%	0.00%	1.82%
ΕΛΛΑΔΑ	2	0	2	100.00%	0.00%	3.64%	0.00%
Δ/Α	2	5	7	28.57%	71.43%	3.64%	9.09%
Σύνολο	29	26	55	52.73%	47.27%	52.73%	47.27%

Πλήθος επισκεπών που Αγόρασαν και Δεν Αγόρασαν ανά Εθνικότητα





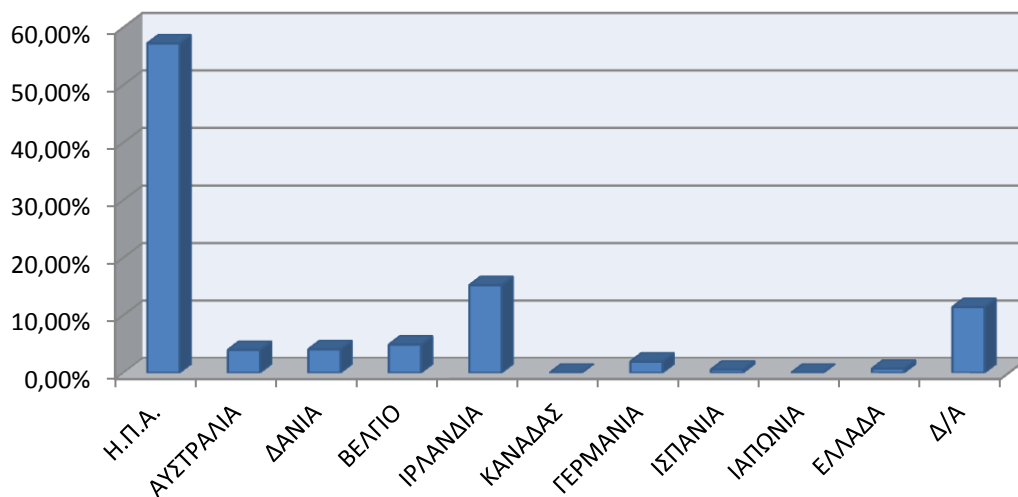
**Πλήθος επισκεπτών επί του συνόλου που Αγόρασαν και Δεν Αγόρασαν  
ανά Εθνικότητα**



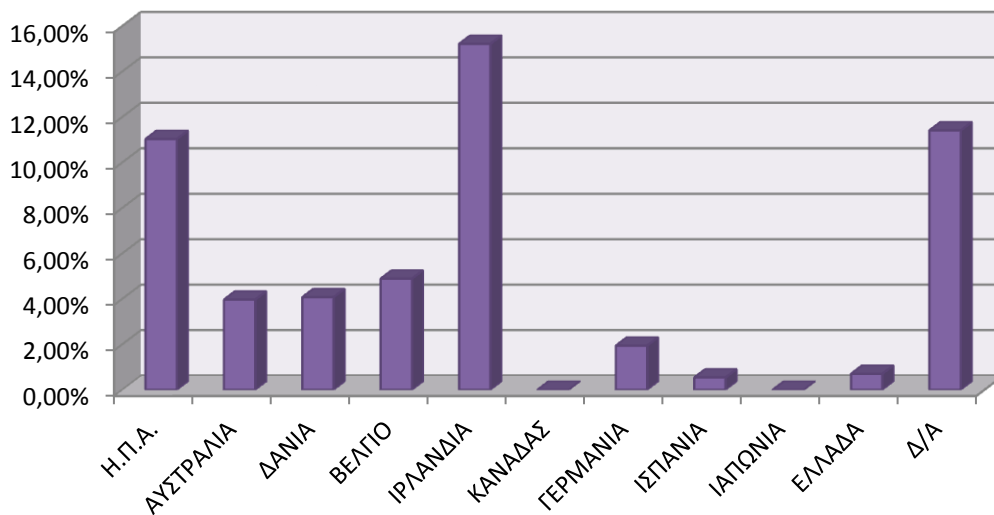
Εθνικότητα	Συνολική Δαπάνη	Ποσοστό Δαπάνης
Η.Π.Α.	1053	57.23%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	73	3.97%
ΔΑΝΙΑ	75	4.08%
ΒΕΛΓΙΟ	90	4.89%
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	280	15.22%
ΚΑΝΑΔΑΣ	0	0.00%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	35.8	1.95%
ΙΣΠΑΝΙΑ	10	0.54%
ΙΑΠΩΝΙΑ	0	0.00%
ΕΛΛΑΔΑ	13	0.71%
Δ/Α	210	11.41%
<b>Σύνολο</b>	<b>1839.8</b>	<b>100.00%</b>

Εθνικότητα	Συνολική Δαπάνη (-850€)	Ποσοστό Δαπάνης (-850€)
Η.Π.Α.	203	11.03%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	73	3.97%
ΔΑΝΙΑ	75	4.08%
ΒΕΛΓΙΟ	90	4.89%
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	280	15.22%
ΚΑΝΑΔΑΣ	0	0.00%
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	35.8	1.95%
ΙΣΠΑΝΙΑ	10	0.54%
ΙΑΠΩΝΙΑ	0	0.00%
ΕΛΛΑΔΑ	13	0.71%
Δ/Α	210	11.41%
<b>Σύνολο</b>	<b>989.8</b>	<b>53.80%</b>

### Ποσοστό Δαπάνης



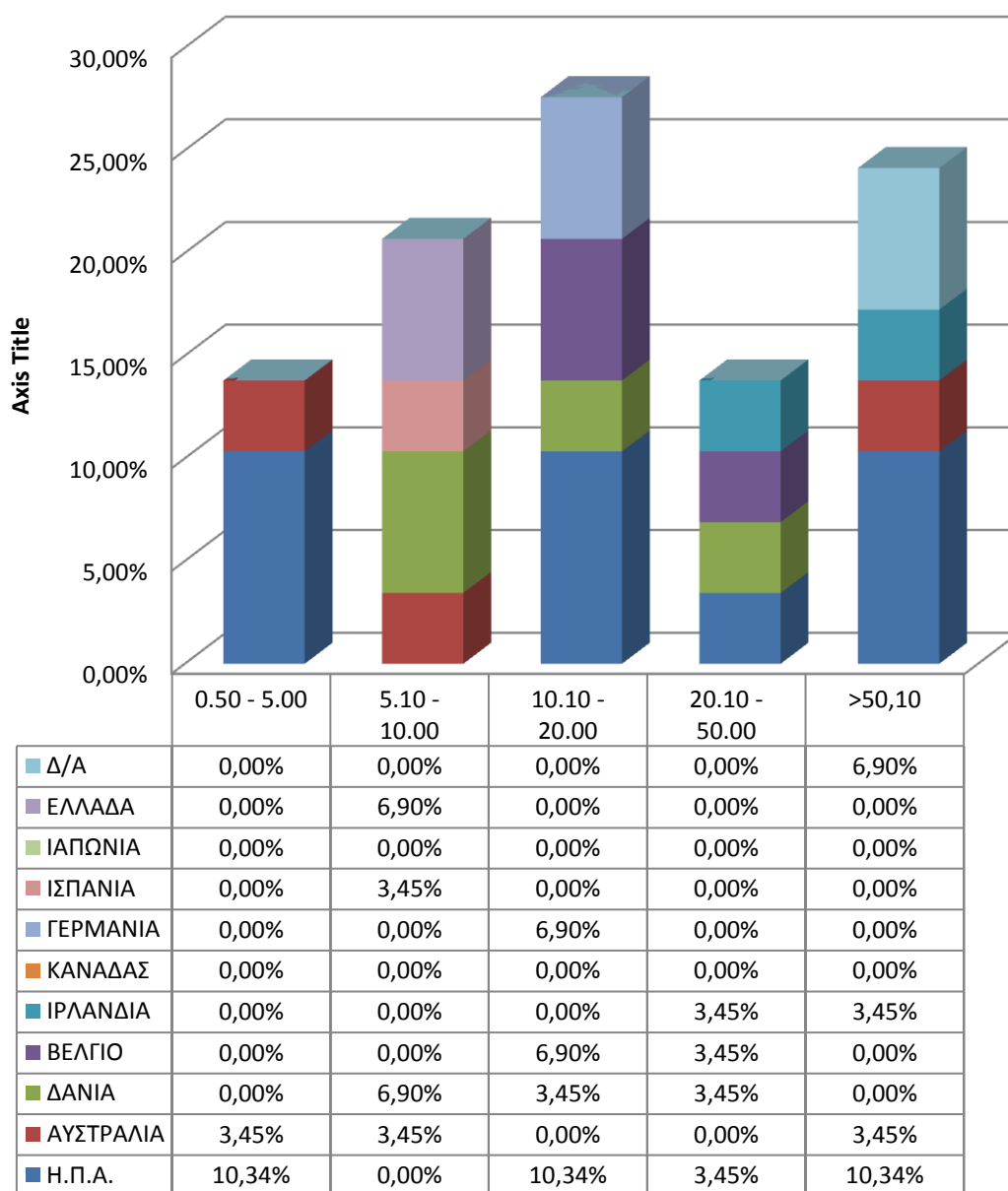
### Ποσοστό Δαπάνης (Εξαιρώντας την τιμή 850€)



Κατηγορία Δαπάνης	Η.Π.Α.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΒΕΛΓΙΟ	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Δ/Α	Σύνολο
0.50 - 5.00	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
5.10 - 10.00	0	1	2	0	0	0	0	1	0	2	0	6
10.10 - 20.00	3	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	8
20.10 - 50.00	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	4
>50,10	3	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	7
<b>Σύνολο</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>29</b>

Κατηγορία Δαπάνης	Η.Π.Α.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΒΕΛΓΙΟ	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Δ/Α	Σύνολο
0.50 - 5.00	10.34%	3.45%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	13.79%
5.10 - 10.00	0.00%	3.45%	6.90%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.45%	0.00%	6.90%	0.00%	20.69%
10.10 - 20.00	10.34%	0.00%	3.45%	6.90%	0.00%	0.00%	6.90%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	27.59%
20.10 - 50.00	3.45%	0.00%	3.45%	3.45%	3.45%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	13.79%
>50,10	10.34%	3.45%	0.00%	0.00%	3.45%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	6.90%	24.14%
Σύνολο	34.48%	10.34%	13.79%	10.34%	6.90%	0.00%	6.90%	3.45%	0.00%	6.90%	6.90%	100.00%

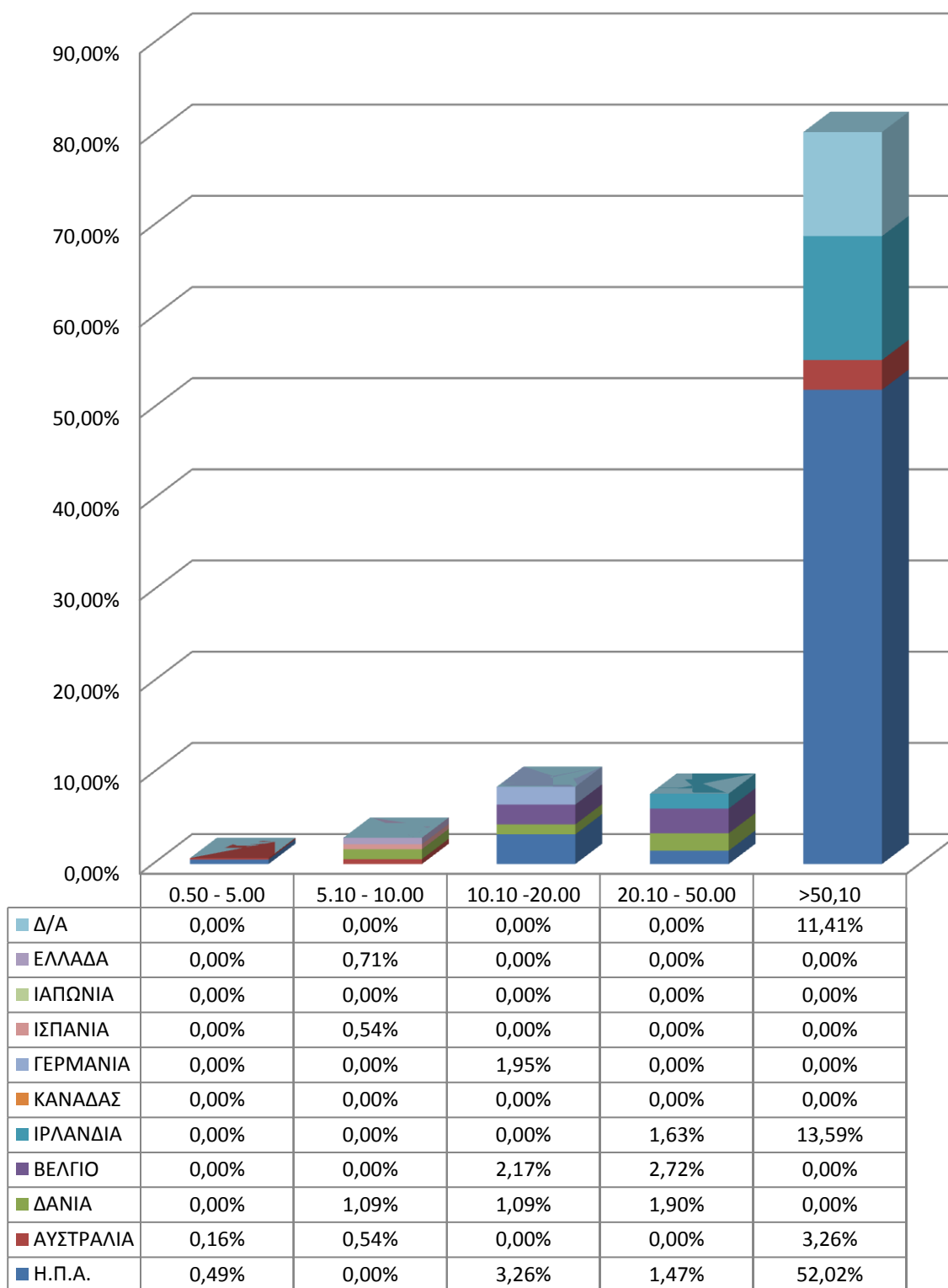
### Πλήθος Επισκεπτών ανά Κατηγορία Δαπάνης και Εθνικότητα



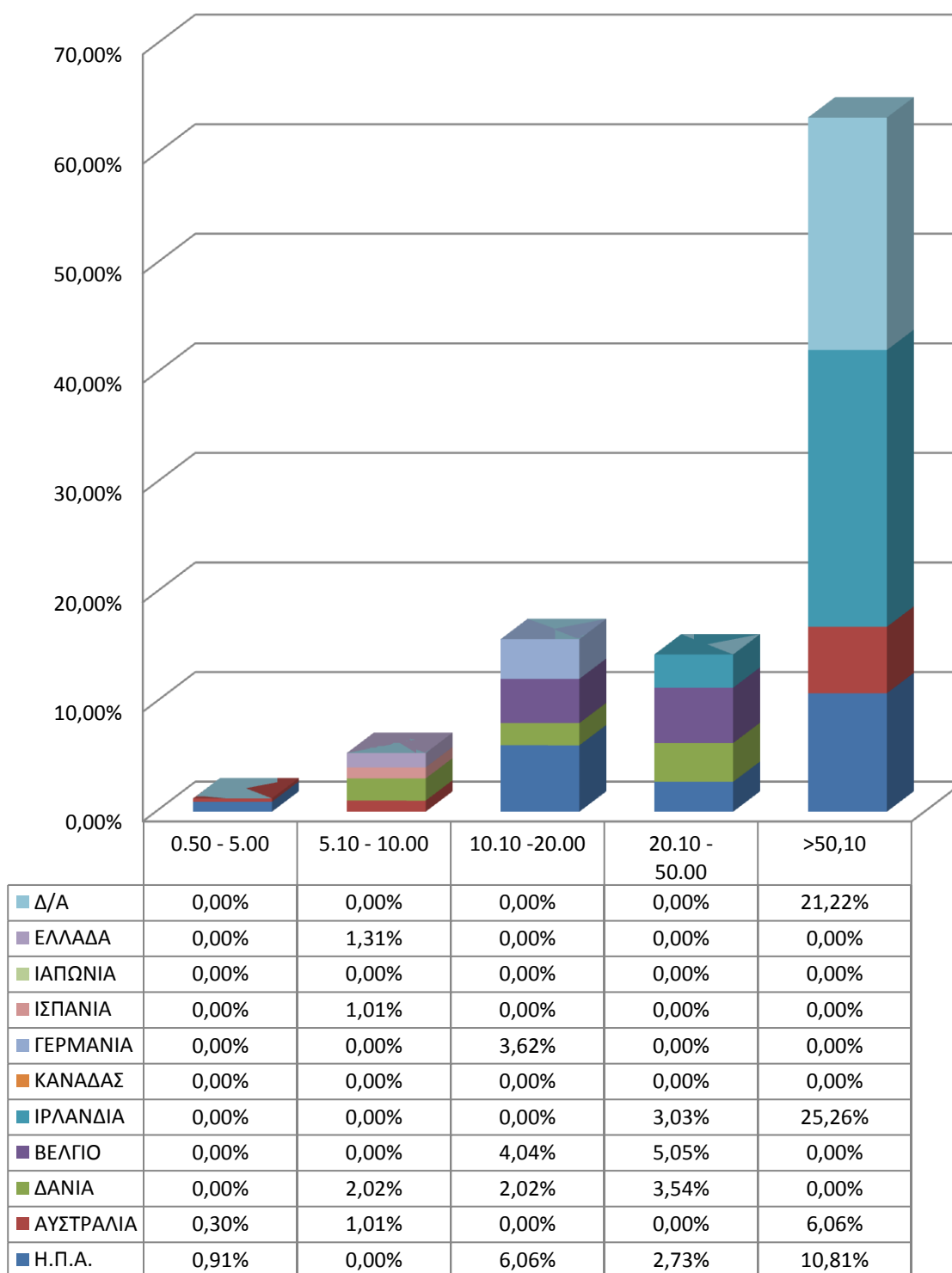
Κατηγορία Δαπάνης	Η.Π.Α.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΒΕΛΓΙΟ	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Δ/Α	Σύνολο
0.50 - 5.00	9	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
5.10 - 10.00	0	10	20	0	0	0	0	10	0	13	0	53
10.10 - 20.00	60	0	20	40	0	0	35.8	0	0	0	0	155.8
20.10 - 50.00	27	0	35	50	30	0	0	0	0	0	0	142
>50,10	957	60	0	0	250	0	0	0	0	0	210	1477
Σύνολο	1053	73	75	90	280	0	35.8	10	0	13	210	1839.8

Κατηγορία Δαπάνης	Η.Π.Α.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΒΕΛΓΙΟ	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Δ/Α	Σύνολο
0.50 - 5.00	0.49%	0.16%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.65%
5.10 - 10.00	0.00%	0.54%	1.09%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.54%	0.00%	0.71%	0.00%	2.88%
10.10 - 20.00	3.26%	0.00%	1.09%	2.17%	0.00%	0.00%	1.95%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	8.47%
20.10 - 50.00	1.47%	0.00%	1.90%	2.72%	1.63%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	7.72%
>50,10	52.02%	3.26%	0.00%	0.00%	13.59%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	11.41%	80.28%
Σύνολο	57.23%	3.97%	4.08%	4.89%	15.22%	0.00%	1.95%	0.54%	0.00%	0.71%	11.41%	100.00%

**Δαπάνη Επισκεπτών επί του συνόλου των δαπανών ανά Κατηγορία Δαπάνης και Εθνικότητα**



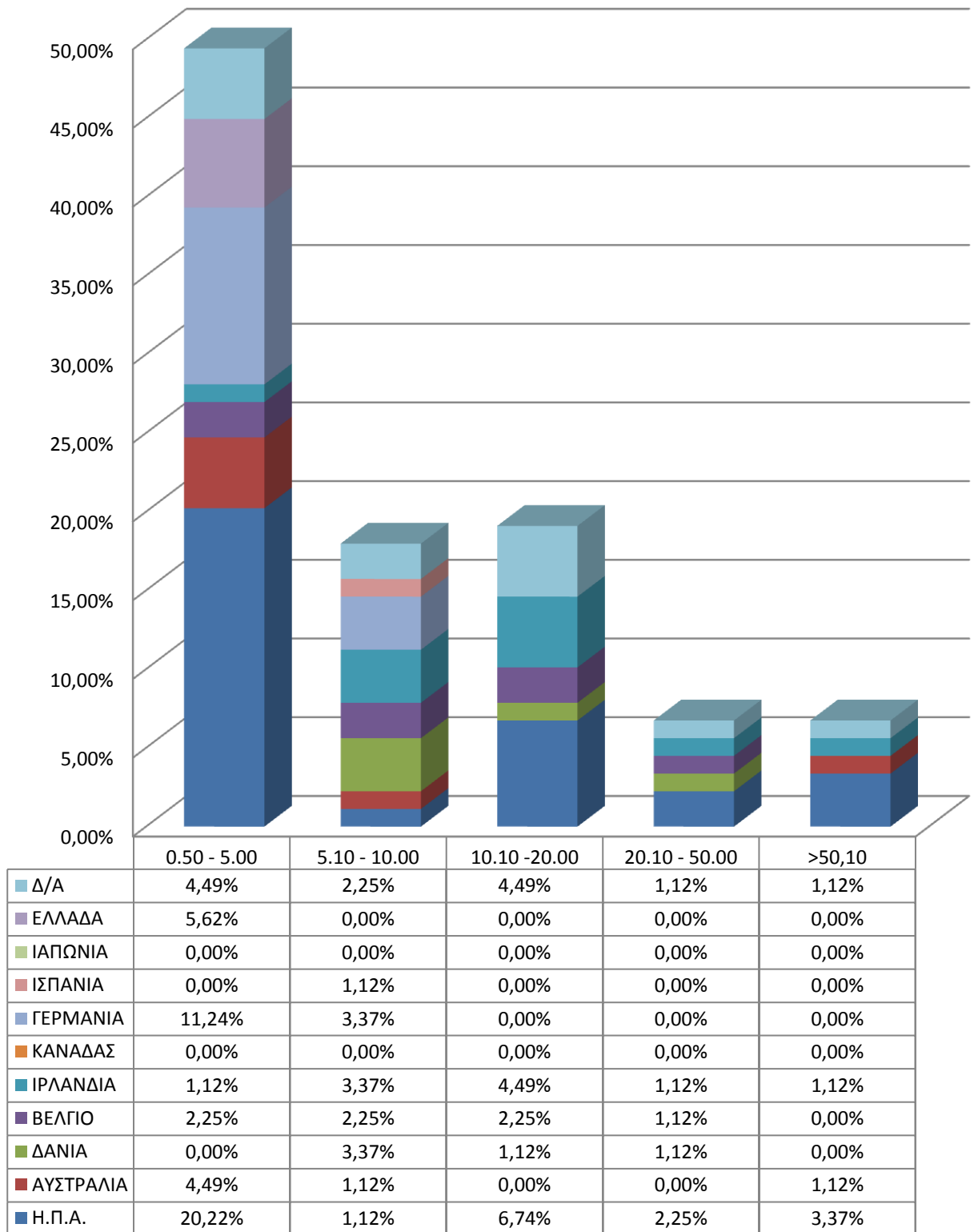
**Δαπάνη Επισκεπτών επί του συνόλου των δαπανών ανά Κατηγορία  
Δαπάνης και Εθνικότητα (εξαιρώντας την τιμή 850€)**



Κατηγορία τιμής προϊόντων	Η.Π.Α.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΒΕΛΓΙΟ	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Δ/Α	Σύνολο
0.50 - 5.00	18	4	0	2	1	0	10	0	0	5	4	44
5.10 - 10.00	1	1	3	2	3	0	3	1	0	0	2	16
10.10 - 20.00	6	0	1	2	4	0	0	0	0	0	4	17
20.10 - 50.00	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	6
>50,10	3	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	6
Σύνολο	30	6	5	7	10	0	13	1	0	5	12	89

Κατηγορία τιμής προϊόντων	Η.Π.Α.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΒΕΛΓΙΟ	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Δ/Α	Σύνολο
0.50 - 5.00	20.22%	4.49%	0.00%	2.25%	1.12%	0.00%	11.24%	0.00%	0.00%	5.62%	4.49%	49.44%
5.10 - 10.00	1.12%	1.12%	3.37%	2.25%	3.37%	0.00%	3.37%	1.12%	0.00%	0.00%	2.25%	17.98%
10.10 - 20.00	6.74%	0.00%	1.12%	2.25%	4.49%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	4.49%	19.10%
20.10 - 50.00	2.25%	0.00%	1.12%	1.12%	1.12%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.12%	6.74%
>50,10	3.37%	1.12%	0.00%	0.00%	1.12%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	1.12%	6.74%
Σύνολο	33.71%	6.74%	5.62%	7.87%	11.24%	0.00%	14.61%	1.12%	0.00%	5.62%	13.48%	100.00%

### Πλήθος προϊόντων επί του συνόλου ανά Κατηγορία Τιμής και Εθνικότητα

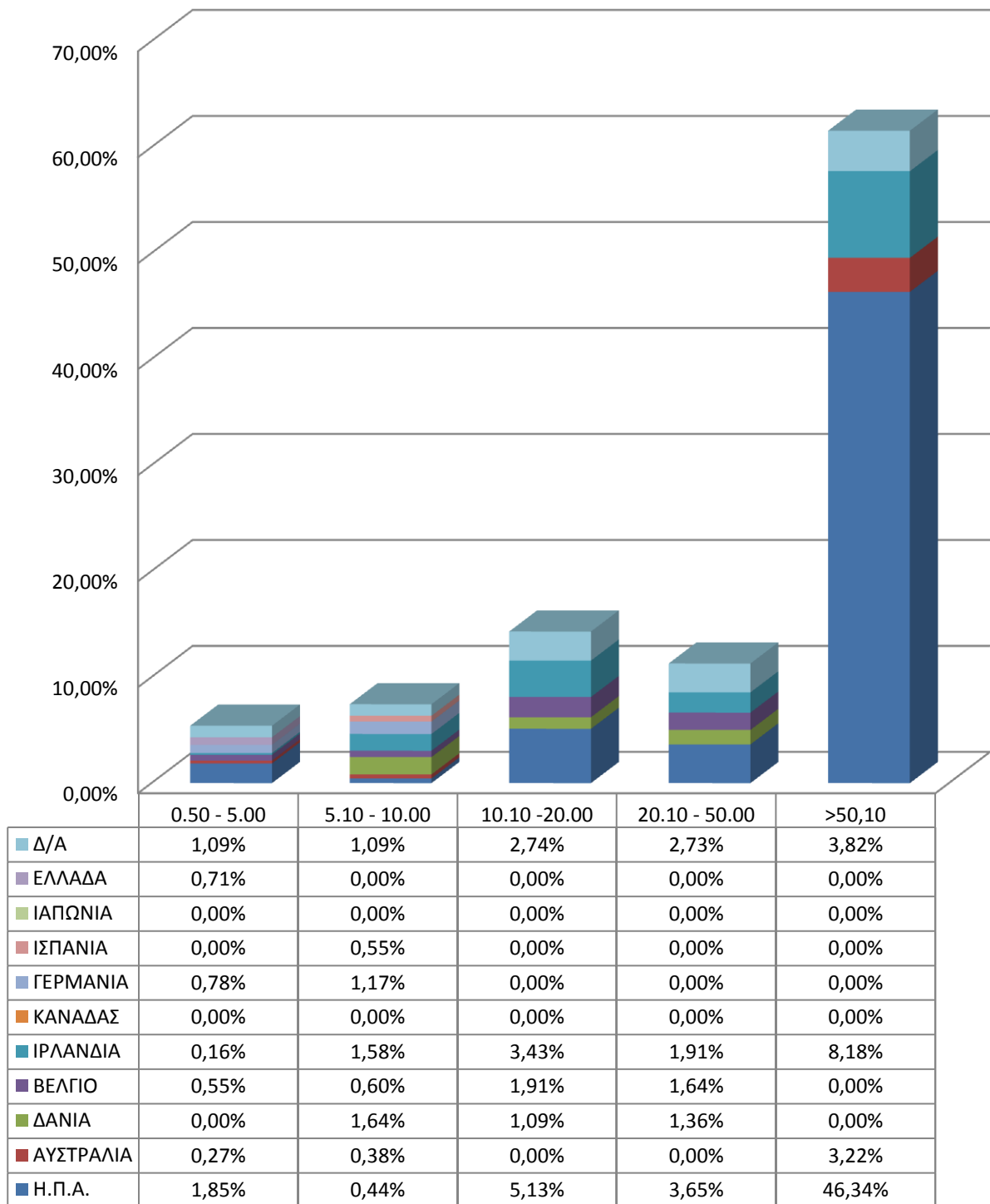




Κατηγορία τιμής προϊόντων	Η.Π.Α.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΒΕΛΓΙΟ	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Δ/Α	Σύνολο
0.50 - 5.00	34	5	0	10	3	0	14.3	0	0	13	20	99.3
5.10 - 10.00	8	7	30	11	29	0	21.5	10	0	0	20	136.5
10.10 - 20.00	94	0	20	35	63	0	0	0	0	0	50.3	262.3
20.10 - 50.00	67	0	25	30	35	0	0	0	0	0	50	207
>50,10	850	59	0	0	150	0	0	0	0	0	70	1129
Σύνολο	1053	71	75	86	280	0	35.8	10	0	13	210.3	1834.1

Κατηγορία τιμής προϊόντων	Η.Π.Α.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	ΔΑΝΙΑ	ΒΕΛΓΙΟ	ΙΡΛΑΝΔΙΑ	ΚΑΝΑΔΑΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΙΑΠΩΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	Δ/Α	Σύνολο
0.50 - 5.00	1.85%	0.27%	0.00%	0.55%	0.16%	0.00%	0.78%	0.00%	0.00%	0.71%	1.09%	5.41%
5.10 - 10.00	0.44%	0.38%	1.64%	0.60%	1.58%	0.00%	1.17%	0.55%	0.00%	0.00%	1.09%	7.44%
10.10 - 20.00	5.13%	0.00%	1.09%	1.91%	3.43%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.74%	14.30%
20.10 - 50.00	3.65%	0.00%	1.36%	1.64%	1.91%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.73%	11.29%
>50,10	46.34%	3.22%	0.00%	0.00%	8.18%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.82%	61.56%
Σύνολο	57.41%	3.87%	4.09%	4.69%	15.27%	0.00%	1.95%	0.55%	0.00%	0.71%	11.47%	100.00%

**Δαπάνη επισκεπτών επί της συνολικής ανά Κατηγορία Τιμών Προϊόντων και Εθνικότητα**



**Δαπάνη επισκεπτών επί της συνολικής ανά Κατηγορία Τιμών και Εθνικότητα  
(εξαιρώντας την τιμή 850€)**

