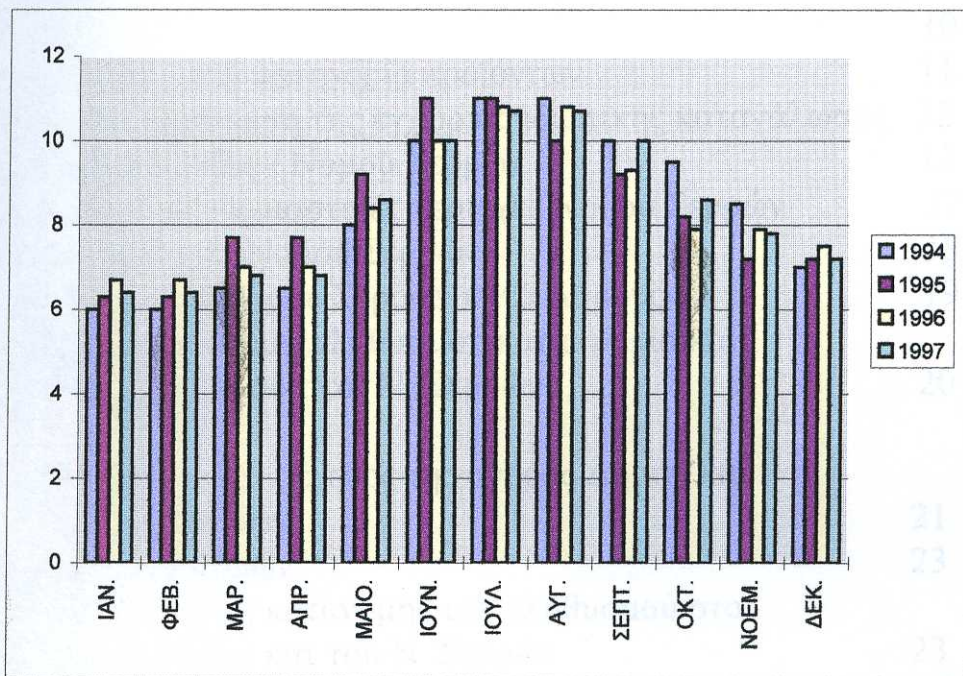


ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ : "BUSSINES PLAN - ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΗΣ
ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ ΣΙΑ Ο.Ε."**



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : ΜΟΣΚΟΦΙΔΗΣ ΠΑΝΤΕΛΗΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΤΟΓΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ
ΤΑΓΚΙΔΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

ΣΕΡΡΕΣ 1998

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ Τ.Ε.Ι. ΣΕΡΡΩΝ

ΑΡΙΘ. ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ _____ σελίδα
ΗΜΕΡ. ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ _____ 1
ΤΑΞΙΝ. ΑΡΙΘΜΟΣ _____

Εισαγωγή

Κεφάλαιο 1 ^ο : Εταιρία ``Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ``	2
1. Επιχειρηματική ιδέα	2
2. Οι Εταίροι και οι δυνατότητές τους	3
3. Η Οικονομική κατάσταση της επιχείρησης	4
Κεφάλαιο 2 ^ο : Γενικά οικονομικά στοιχεία του κράτους	5
1. Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν	5
2. Πληθωρισμός	7
3. Ανεργία	10
4. Εξέλιξη τιμών κατά κατηγορία προϊόντων	11
5. Ποσοστιαία διάρθρωση της εγχώριας ιδιωτικής κατανάλωσης	12
6. Πληθυσμός Ελλάδας / Νομού Σερρών	13
7. Αστικές περιοχές / ημιαστικές περιοχές Νομού Σερρών	17
8. Αγροτικές περιοχές Νομού Σερρών	18
9. Ο πληθυσμός του Νομού Σερρών κατά Δήμους	19
10. Ποσοστιαία κατανομή πληθυσμού κατά ηλικία και τόπο διαμονής Ελλάδα και Ν. Σερρών	20
Κεφάλαιο 3 ^ο : Φύση και μέγεθος της αγοράς Δήμου και Ν. Σερρών	21
1. Πληθυσμός Ν. Σερρών	23
2. Συγκριτικός πίνακας κατανομής του πληθυσμού στο σύνολο της Ελλάδος και του Ν. Σερρών	23
3. Σύνολο Ελλάδος	24
4. Πληθυσμός κατά ηλικία και φύλο	25
Κεφάλαιο 4 ^ο : Μέγεθος αγοράς Ν. Σερρών	27
1. Μέγεθος αγοράς Ν. Σερρών / έπιπλα	27
2. Μεγέθη διαφορετικών τμημάτων της αγοράς	33
3. Μερίδιο αγοράς ``Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ`` μέγεθος αγοράς - στοιχεία 1997 τζίρος ``Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ``	34
4. Στόχοι	35
5. Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες	35

Κεφάλαιο 5^ο : Ειδικά στοιχεία Ν. Σερρών που αφορούν τον

Κεφάλαιο 5 ⁰ : Ειδικά στοιχεία Ν. Σερρών που αφορούν τον κλάδο του επίπλου	36
1. Πληθυσμός Ν. Σερρών	36
2. Κατοικίες Ν. Σερρών	37
3. Βιομηχανία - Βιοτεχνία Ν. Σερρών	38
4. Χονδρικό - Λιανικό εμπόριο Ν. Σερρών	38
Κεφάλαιο 6 ⁰ : Κοινωνικές και δημογραφικές τάσεις στην Ελλάδα για τη δεκαετία του 1990	39
1. Βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου στην Ελλάδα	40
2. Πληθυσμιακή αύξηση στην Ελλάδα	40
3. Ποσοστό ηλικιών στο συνολικό πληθυσμό	41
4. Μέσο μέγεθος νοικοκυριού στην Ελλάδα	42
5. Κοινωνικό - Οικονομικές τάσεις στην Ελλάδα	43
Κεφάλαιο 7 ⁰ : Η αγορά του επίπλου στην Ελλάδα	44
1. Γενικές τάσεις	44
2. Χαρακτηριστικά ζήτησης	44
3. Παράγοντες επηρεασμού της ζήτησης	45
4. Χαρακτηριστικά αγοράς επίπλου	46
5. Διαρθρωτικές αλλαγές στο λιανικό εμπόριο επίπλων	47
6. Χαρακτηριστικά προσέλευσης στο κατάστημα	48
7. Positioning	49
Κεφάλαιο 8 ⁰ : Κατάστημα επίπλων ``Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ``	50
1. Τζίρος ``Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ`` ανά μήνα % συμμετοχή τζίρου μηνός στο συνολικό τζίρο	52
2. Αποτελέσματα εκμετάλλευσης	57
3. Κατάσταση λογαριασμού γενικής εκμετάλλευσης	58
4. Κατάσταση λογαριασμού αποτελεσμάτων χρήσεως	59
5. Ισολογισμός	60
6. Απασχολούμενο προσωπικό / θέσεις	61
7. Καταστήματα επίπλων στο Ν. Σερρών	62
Κεφάλαιο 9 ⁰ : Στρατηγική Marketing / Ανάλυση Swot	65
1. Σχέδιο Marketing	66
Positioning (χαρακτήρας) του καταστήματος	66
Στόχοι Marketing	66
Αγορά στόχος της ``Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ``	67
Target Group	68
Προτάσεις Marketing	69

2. Πρόγραμμα επικοινωνίας	70
Γενικός προϋπολογισμός	71
Αναλυτικός προϋπολογισμός κόστους	72
Αναλυτικός προϋπολογισμός εσόδων	73
Προϋπολογισμός επικοινωνίας 1999	74
Κονδύλι επικοινωνίας	75
Διαφημιστικός προϋπολογισμός 1999	76
Πλάνο 1 ^ο	77
Διαφημιστικός προϋπολογισμός 1999	79
Πλάνο 2 ^ο	80
3. Διαφήμιση	82
Στόχοι διαφήμισης	82
Δημιουργικό / Τακτική μέσων	83
4. Προώθηση πωλήσεων , δημόσιες σχέσεις	84
Στόχοι προώθησης πωλήσεων	84
Στόχοι δημοσίων σχέσεων	85
Προτάσεις ενεργειών προώθησης πωλήσεων	85
Ενέργειες δημοσίων σχέσεων	87
5. Στόχοι πωλήσεων 1999	88
Συμπέρασμα	90
Επίλογος	91
Πηγές πληροφοριών / Βιβλιογραφία	92

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις σελίδες που ακολουθούν παρουσιάζεται ένα επιχειρηματικό πλάνο, που σκοπό έχει να βοηθήσει την επιχείρηση `Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ` να λάβει κάποιες αποφάσεις όσον αφορά την επέκταση των εργασιών της σε ένα νέο είδος επίπλου.

Στην ανάλυση που ακολουθεί δόθηκε έμφαση στη συγκέντρωση και ανάλυση διαφόρων οικονομικών και στατιστικών στοιχείων, όσον αφορά το σύνολο της Ελλάδας και του νομού Σερρών.

Τα διάφορα αυτά στοιχεία που έχουν συγκεντρωθεί έχουν δοθεί σε μορφή πινάκων, ραβδογραμμάτων και σχεδιαγραμμάτων έτσι ώστε να γίνονται πιο εύκολα κατανοητά από τους επιχειρηματίες.

Η μεγάλη βαρύτητα που δόθηκε στη συγκέντρωση των στοιχείων αυτών έγινε όχι μόνο για την τεκμηρίωση της υλοποίησης ή της απόρριψης του σχεδίου αλλά και για να δοθεί η δυνατότητα στην επιχείρηση να έχει στη διάθεσή της πληροφορίες οικονομικών μεγεθών όπως: πληθωρισμό, ανεργία, πληθυσμό, μέγεθος αγοράς νομού Σερρών, ανταγωνισμό και άλλα, προκειμένου να πάρει κάποιες αποφάσεις όσον αφορά τη μελλοντική στρατηγική της ή ακόμα και την περαιτέρω ανάπτυξή της σε όλη την Βόρειο Ελλάδα ή και σε όλη την Ελλάδα.

Η παρούσα εργασία περιλαμβάνει εννέα κεφάλαια τα οποία μπορούμε να πούμε ότι αποτελούν δύο ενότητες. Η πρώτη ενότητα την οποία αποτελούν τα πρώτα οκτώ κεφάλαια, περιέχει την ανάλυση διαφόρων οικονομικών και στατιστικών στοιχείων, τα οποία μας επέτρεψαν να αποφασίσουμε ότι η επέκταση της επιχείρησης στο χώρο των επίπλων γραφείου, αποτελεί συμφέρουσα επένδυση.

Η δεύτερη ενότητα η οποία αποτελείται από το ένατο κεφάλαιο, περιέχει τη Στρατηγική Marketing που πρέπει να ακολουθήσει η επιχείρηση, ώστε να επιτύχει την εδραίωσή της στο χώρο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΤΑΙΡΙΑ ``Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ' ΣΙΑ ΟΕ``

Η ατομική επιχείρηση «Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία» ιδρύθηκε το 1978 από τον Δημήτριο Παπαδόπουλο, κάτοικο Σερρών, επιπλοποιό.

Το 1990 μετετράπη σε ομόρρυθμη με την είσοδο στην επιχείρηση, του Δημητρίου Ζιώγα, επίσης επιπλοποιού και με ποσοστό συμμετοχής 30%.

Αντικείμενο εργασιών τους, είναι η κατασκευή και πώληση επίπλων από καλάμι ΒΑΒΟΟ.

Η επιχείρηση διατηρεί εργοστάσιο στη ΒΠΠΕ Σερρών και κατάστημα λιανικής πώλησης στην πόλη των Σερρών, επί της οδού Βενιζέλου 5.

Οι εταίροι, βασιζόμενοι στην καλή πορεία των εργασιών τους, μελετούν το ενδεχόμενο να ασχοληθούν και με την αποκλειστική αντιπροσώπευση των παιδικών επίπλων της εταιρείας «Α» ή των επίπλων γραφείου της εταιρείας «Β».

1. Επιχειρηματική Ιδέα

Η ιδέα της αποκλειστικής αντιπροσώπευσης παιδικών επίπλων ή επίπλων γραφείου δημιουργήθηκε στον Δημήτρη Παπαδόπουλο πριν από ένα χρόνο περίπου.

Η πολυετής του πείρα και η καθημερινή του επαφή με το χώρο του επίπλου του δίνει την δυνατότητα να γνωρίζει καλά το μέγεθος της αγοράς των Σερρών καθώς επίσης τις ανάγκες των καταναλωτών αλλά και τις επιλογές που η υπάρχουσα αγορά προσφέρει στους πιθανούς αγοραστές.

Διενεργώντας μια μικρή έρευνα αγοράς, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι στο χώρο του επίπλου και ειδικότερα στο χώρο του παιδικού επίπλου και των επίπλων γραφείου, οι επιλογές των Σερραίων καταναλωτών είναι σχετικά περιορισμένες και ότι υπάρχει χώρος και για καινούργια επιχείρηση.

Έτσι, συζητώντας την ιδέα του με το συνέταιρο και τους συνεργάτες του αποφασίζουν να διερευνήσουν το ενδεχόμενο επέκτασης των εργασιών τους με την εμπορία ενός καινούργιου είδους επίπλου.

Η ιδέα για την εμπορία παιδικών επίπλων ή επίπλων γραφείου δεν στηρίχθηκε αποκλειστικά και μόνο στο σχετικά μικρό αριθμό καταστημάτων που λειτουργούν τα τελευταία χρόνια στην αγορά των Σερρών αλλά και στην εξέλιξη που παρουσιάζει η ζήτηση για τα προϊόντα αυτά στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό.

Είναι γενικά παραδεκτό ότι όλες οι επιχειρήσεις εξοπλίζονται πλέον με τα πιο σύγχρονα έπιπλα γραφείου. Τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν βοηθούν τους εργαζόμενους να ασκούν όσο πιο αποτελεσματικά και άνετα γίνεται, την εργασία τους.

Πλεονεκτήματα όπως η εργονομία, το σύγχρονο design και ο σωστός συνδυασμός χρωμάτων δημιουργούν ένα πιο ευχάριστο περιβάλλον στο χώρο της εργασίας τους.

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μια αύξηση της ζήτησης και για τα παιδικά έπιπλα. Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου δίνει την δυνατότητα στους καταναλωτές να διαθέτουν όλο και μεγαλύτερα χρηματικά ποσά για την αγορά παιδικών επίπλων.

Ο εξοπλισμός του παιδικού δωματίου με σύγχρονα έπιπλα τα οποία χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα, λειτουργικότητα και μοντέρνο design βοηθά στην δημιουργία ενός ευχάριστου περιβάλλοντος το οποίο συμβάλλει στη διαμόρφωση της προσωπικότητας του παιδιού.

Έχοντας υπόψη την ποιότητα που προσφέρουν, το εύρος των επιλογών, το πολύ καλό τους όνομα και τη χαμηλή τιμή αγοράς, η οποία τα καθιστά προσιτά σε μεγάλο αριθμό καταναλωτών, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι τόσο τα έπιπλα γραφείου της εταιρείας «B» όσο και τα παιδικά έπιπλα της εταιρείας «A», παρουσιάζουν εκ πρώτης όψεως επενδυτικό ενδιαφέρον.

2. Οι Εταίροι και οι δυνατότητές τους.

Κύριος εταίρος της ομόρρυθμης επιχείρησης είναι ο Δημήτριος Παπαδόπουλος ο οποίος ίδρυσε την επιχείρηση το 1978. Αντικείμενο των εργασιών τους είναι η κατασκευή και πώληση επίπλων από καλάμι BABOO.

Ο κ. Παπαδόπουλος είναι σήμερα 55 ετών, πατέρας δύο παιδιών και ασχολείται με το επάγγελμα του επιπλοποιού εδώ και 25 χρόνια. Γνωρίζει πολύ καλά το αντικείμενο των εργασιών μια που εργάστηκε για σειρά ετών ως βοηθός σε παρόμοια επιχείρηση. Από το 1978 και για 12 χρόνια διατηρούσε δική του επιχείρηση.

Στην εταιρεία εργάζεται και γιος του Αλέξανδρος Παπαδόπουλος, ετών 28, ο οποίος φοίτησε στο τμήμα Γραφιστικής του Τεχνολογικού Ιδρύματος Αθηνών και ασχολείται με το σχεδιασμό, τη διαφήμιση (διαφημιστικούς καταλόγους, φυλλάδια) και προώθηση των προϊόντων.

Επίσης πρόκειται να εργαστεί στην επιχείρηση και ο μικρότερος γιος του, Γιάννης, ετών 25, μετά το πέρας της στρατιωτικής του θητείας.

Ο Γιάννης Παπαδόπουλος έχει σπουδάσει στο Πάντειο Πανεπιστήμιο Αθηνών και είναι κάτοχος τίτλου μεταπτυχιακών σπουδών, τις οποίες

έχει πραγματοποιήσει στο Πανεπιστήμιο του Λονδίνου, στον κλάδο Διοίκησης και Οικονομίας.

Το 1990, με την είσοδο του Δημητρίου Ζιώγα και με ποσοστό συμμετοχής 30%, μετετράπη η ατομική επιχείρηση σε ομόρρυθμη με την επωνυμία «Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία Ο.Ε.».

Ο κύριος Ζιώγας, ετών 35, πατέρας ενός ανήλικου παιδιού, επιπλοποιός και με 10ετή πείρα στο χώρο του επίπλου ανέλαβε με την είσοδό του στην επιχείρηση τη θέση του προϊσταμένου στο τμήμα παραγωγής.

3. Η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης

Η επιχείρηση «Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία Ο.Ε» έχοντας μια επιτυχημένη εικοσαετή παρουσία στο χώρο των επίπλων BABOO και ακολουθώντας μια πολύ καλή πορεία εργασιών, κατάφερε να δημιουργήσει μια σημαντική περιουσία η οποία αποτελείται από τα εξής περιουσιακά στοιχεία:

- Κτιριακές εγκαταστάσεις, συνολικής αξίας 40.000.000 δρχ.
- Μηχανολογικό εξοπλισμό, συνολικής αξίας 10.000.000 δρχ.
- Μεταφορικά μέσα, αξίας 16.000.000 δρχ.
- Έπιπλα και λοιπό εξοπλισμό, αξίας 2.000.000 δρχ.

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι ο κύριος Παπαδόπουλος, ιδρυτής και κύριος μέτοχος της επιχείρησης διαθέτει σήμερα προσωπική περιουσία της τάξεως των 130.000.000 δρχ. και ο κύριος Ζιώγας περιουσία της τάξεως των 60.000.000 δρχ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^οΓΕΝΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ1. ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝΣΕ ΔΙΣ ΔΡΧ

1980	1.767
1990	10.504
1991	12.196
1992	14.780
1993	16.854
1994	18.927
1995	21.196
1996	29.594

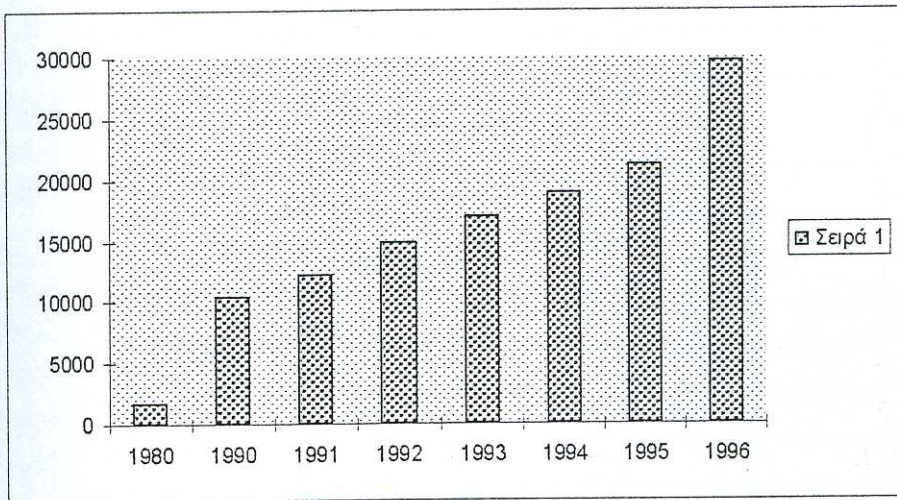
Το Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν της χώρας μας από το 1980 μέχρι το 1986 κυμάνθηκε ως εξής:

ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝΣΕ ΔΙΣ ΔΡΧ.

1980	1.767
1990	10.504
1991	12.196
1992	14.780
1993	16.854
1994	18.927
1995	21.196
1996	29.594

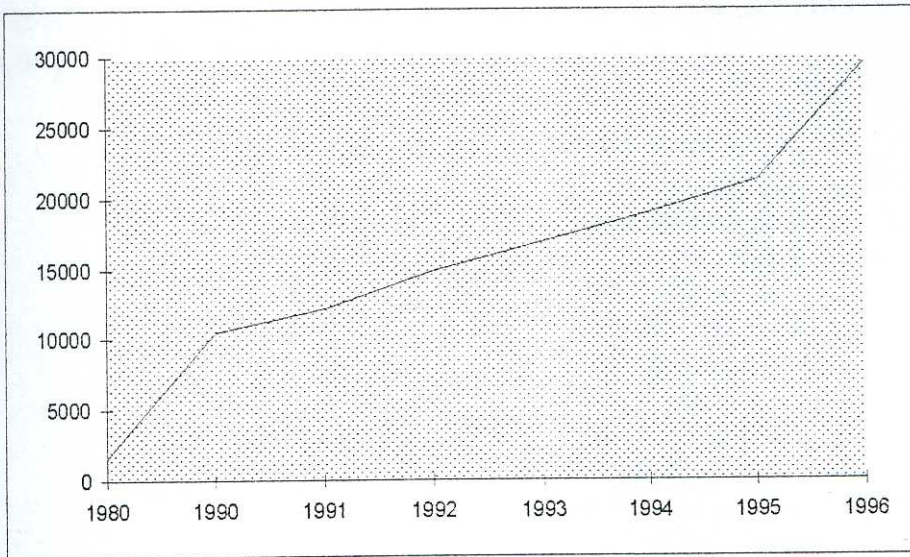
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1

ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ
(ΔΙΣ. ΔΡΧ.)



ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1. α

ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ
(ΔΙΣ. ΔΡΧ.)



ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1. β

ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ

	ΕΛΛΑΔΑ	Ε.Ο.Κ.	Ο.Ο.Σ.Α*
1987	15.6	3.1	3.2
1988	13.9	3.4	3.8
1989	14.8	5.2	5.3
1990	22.8	5.6	10.2
1991	18.2	4.4	2.9
1992	14.4	4.3	4.0
1993	12.01	3.3	4.4
1994	10.6	3.3	5.0
1995	7.9	3.0	5.9
1996	7.2	2.5	5.4
1997	4.7	2.0	4.3**
1998**	3.7	4.5	

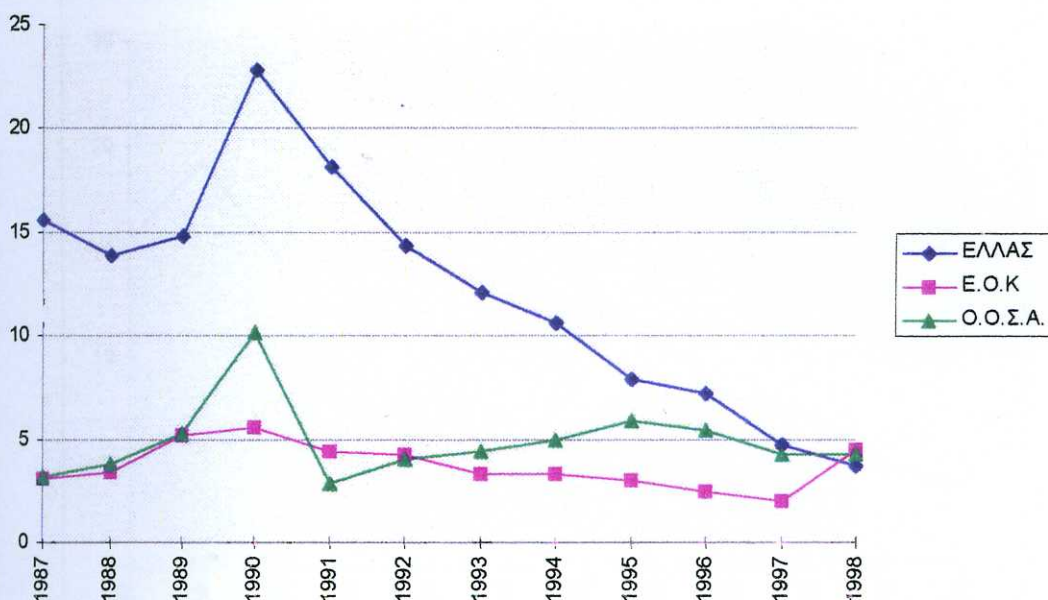
ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2

*ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

**ΕΚΤΙΜΗΣΗ

Ο Πληθωρισμός της χώρας από το 1987 έως σήμερα ακολουθεί την πορεία που φαίνεται παρακάτω:

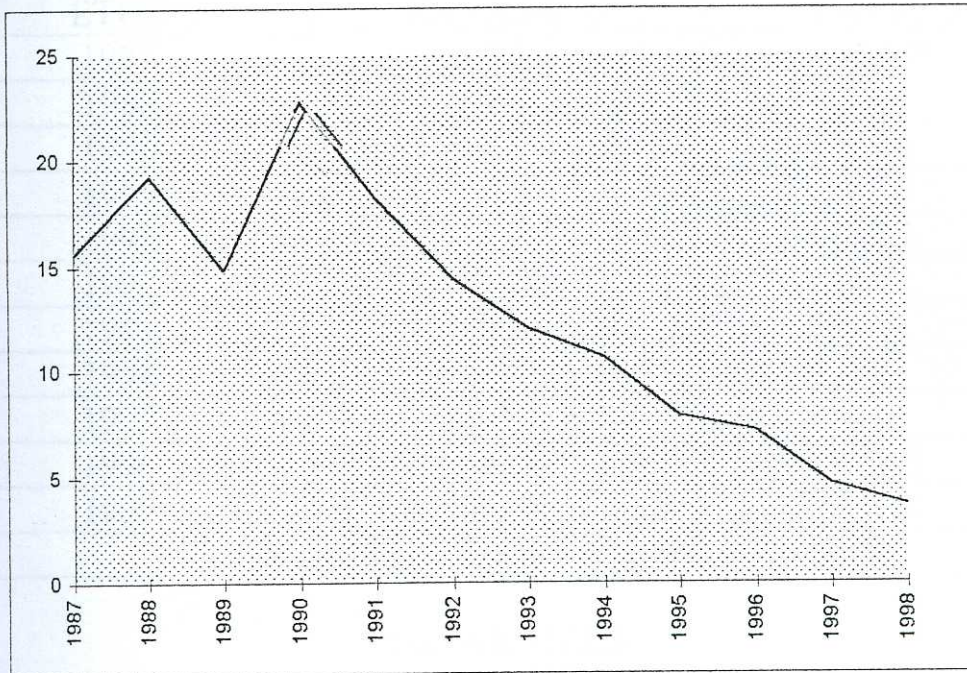
ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΕΛΛΑΣ - ΕΟΚ - ΟΟΣΑ



ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
ΕΛΛΑΣ	15,6	13,9	14,8	22,8	18,2	14,4	12,1	10,6	7,9	7,2	4,7	3,7
Ε.Ο.Κ.	3,1	3,4	5,2	5,6	4,4	4,3	3,3	3,3	3,0	2,5	2,0	4,5
Ο.Ο.Σ.Α.	3,2	3,8	5,3	10,2	2,9	4,0	4,4	5,0	5,9	5,4	4,3	4,3

ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ



	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
ΕΛΛΑΣ	15,6	19,3	14,8	22,8	18,2	14,4	12,01	10,6	7,9	7,2	4,7	3,7

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2



ΑΝΕΡΓΙΑ

ΕΤΟΣ	ΕΛΛΑΔΑ %	Ε.Ο.Κ. %
1987	7.6	11.0
1988	7.7	
1989	7.9	9.0
1990	8.3	8.4
1991	8.8	8.5
1992	8.7	
1993	9.7	
1994	9.6	
1995	10.0	
1996	10.4	10.3
1997	10.4	10.7

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3

ΑΝΕΡΓΙΑ

(ΣΕ ΧΙΛ. ΑΝΕΡΓΩΝ)

	1991	1992	1993	1994	1995
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΟΣ	301.1	349.8	398.2	403.8	424.7
ΑΡΡΕΝΕΣ	120.8	137.9	164.6	170.4	176.1
ΘΗΛΕΣ	180.3	211.9	233.6	233.4	248.6

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4

ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΙΜΩΝ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

ΤΙΜΕΣ	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
ΔΕΙΚΤΕΣ ΤΙΜΩΝ ΚΑΤΑ ΑΣΤΙΚ. ΠΕΡΙΟΧ. ΕΣΥΕ ΓΕΝ. ΔΕΙΚ. (1988=100)	61.5	75.7	88.0	100.0	113.7	137.0	162.9	189.5	216.8	204.5	208.9
ΔΙΑΤΡΟΦΗ	66.4	79.6	90.0	100.0	118.2	143.4	168.5	196.4	221.3	249.8	277.9
ΟΙΝΟΠΝΕΥ ΜΑΤΩΔΗ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΣ	54.0	65.3	75.6	100.0	115.9	147.1	178.0	218.2	258.2	304.8	342.6
ΕΝΔΥΣΗ ΥΠΟΔΗΣΗ	55.5	69.5	84.7	100.0	116.0	136.8	159.5	178.4	198.0	218.8	239.6
ΕΤΕΓΑΣΗ	63.7	76.9	88.2	100.0	110.8	138.6	174.9	201.8	233.7	258.3	283.4
ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΑΤΟΜΙΚΗ ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ	58.3	70.4	84.8	100.0	110.5	129.1	153.1	180.1	216.7	239.6	216.3
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣ Η/ ΜΟΡΦΩΣΗ ΑΝΑΨΥΧΗ	57.3	69.9	86.4	100.0	113.5	132.0	155.5	183.5	210.1	235.4	270.2
ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	65.5	82.9	92.4	100.0	106.7	134.4	160.1	193.8	230.3	243.3	258.4
ΆΛΛΑ ΑΓΑΘΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	61.0	77.0	90.7	100.0	106.8	122.0	144.7	171.1	192.4	219.0	239.7

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.5

**ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ (%) ΔΙΑΦΟΡΩΣΗ
ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΩΛΩΣΗΣ**

	1980	1990	1991	1992	1993	1994	1995
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ ΚΑΠΝΟΣ	36.5	35	34.7	34.3	34.8	35.4	35.2
ΕΝΔΥΣΗ ΥΠΟΔΗΣΗ	10.4	7.1	7	6.4	6.3	6	5.3
ΣΤΕΓΑΣΗ ΗΛΕΚΤΡΙΕ. ΘΕΡΜΑΝΣ.	15.6	17.2	17.4	17.6	18	18	18.2
ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΣ. κ ΕΞΟΠΛΩΣ. ΕΠΙΠΛΑ	8.7	7.4	7.1	7	6.8	6.8	7
ΔΑΠΑΝΕΣ ΥΤΕΙΑΣ	3.3	3	2.9	3.1	3.1	3.4	3.7
ΜΕΤΑΦΟΡ. ΕΠΙΚΟΙ- ΝΩΣΙΕΣ	12.3	16.3	17.1	17.5	16.4	15.8	16.2
ΑΝΑΨΥΧΗ ΔΙΑΣΚΕ- ΔΑΣΗ	4.3	5.3	5.4	5.3	5.7	5.5	5.4
ΕΚΠΑΙ- ΔΕΥΣΗ ΜΟΡΦΩΣΗ	0.7	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
ΆΛΛΑ ΑΓΑΘΑ κ ΥΠΗΡΕ- ΣΙΕΣ	8.2	8.2	7.9	8.3	8.4	8.7	8.5
ΕΓΧΩΡΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑ- ΛΩΣΗ	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.6

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΡΡΕΝΕΣ	ΘΗΛΕΙΣ
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ	10.259.900	5.055.408	5.204.422
ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	6.036.600	2.913.194	3.123.466
ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	2.910.466	663.219	649.555
ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	1.312.774	1.478.995	1.431.471

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.7

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

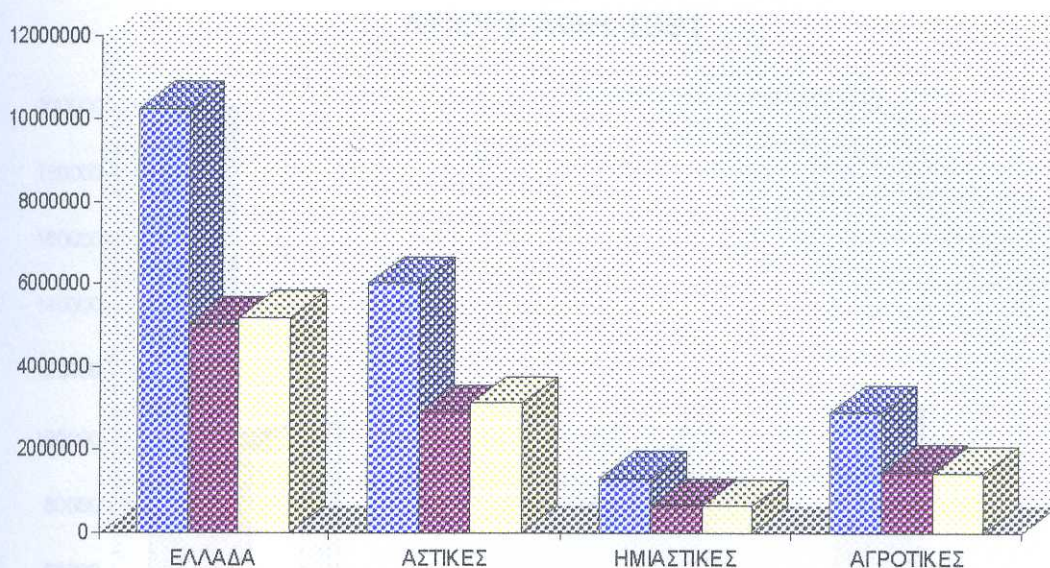
ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

	ΣΥΝΟΛΟ		ΑΡΡΕΝΕΣ		ΘΗΛΕΙΣ	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	192.828	100	95.338	100	97.490	100
ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	50.390	26	24.523	26	25.867	27
ΗΜΙΑΣΤΙΚ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	39.345	21	19.496	20	19.849	20
ΑΓΡΟΤΙΚ. ΠΕΡΙΟΧΕΣ	103.093	53	51.319	54	51.774	53

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.8

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991



ΠΙΝΑΚΑΣ 2.7

	ΕΛΛΑΔΑ	ΑΣΤΙΚΕΣ	ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ
ΣΥΝΟΛΟ	10.259.900	6.036.600	1.312.774	2.910.466
ΑΡΡΕΝΕΣ	5.055.408	2.913.194	663.219	1.478.995
ΘΗΛΕΙΣ	5.204.492	3.123.466	649.555	1.431.471

ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

	1961	1971		1981		1991	
		ΑΡΙΘΜΟΣ	ΑΛΛΑΓΗ %	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΑΛΛΑΓΗ %	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΑΛΛΑΓΗ %
ΚΑΤΟΙΚΟΙ ΕΛΛΑΔΟΣ	8358866	8766909	4.8	9739589	11.1	1025990 0	5.3
ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	3628105	4667489	28.6	5654058	21.2	6036600	6.8
ΗΜΙΑΣΤΙΚ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	1085856	1019421	-6.2	1136650	10.4	1312774	15.5
ΑΓΡΟΤΙΚ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	3671905	3079999	-16.2	2948881	-4.3	2910466	-1.3
ΣΥΝΟΛΟ ΝΟΙΚΟΚ.	2142760	2491252	16.2	2973830	19.3		

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.9

ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

ΟΜΑΔΕΣ ΗΛΙΚΙΩΝ	ΑΜΦΟΤΕΡΩΝ ΦΥΛΩΝ		ΑΡΡΕΝΕΣ		ΘΗΛΕΙΣ	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
5-9	6.947	3.3	3.448	3.6	3.049	3.1
10-14	7.879	4.9	4.082	4.3	3.797	3.9
25-34	12.146	6.3	6.616	6.9	7.027	7.2
35-44	13.187	6.8	6.632	6.9	6.555	6.7
45-54	12.954	6.7	6.351	6.7	6.603	6.8
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟ- ΟΜΑΔΑΣ	54.160	28.1	27.129	28.5	27.031	28
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣ ΜΟΥ	192.828	100	95.338	100	97.490	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.10

ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

ΟΜΑΔΕΣ ΗΛΙΚΙΩΝ	ΑΜΦΟΤΕΡΩΝ ΦΥΛΩΝ		ΑΡΡΕΝΕΣ		ΘΗΛΕΙΣ	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
5-9	3.528	7	1.895	7.7	1.633	6.3
10-14	4.199	8.3	2.158	8.8	2.041	7.9
25-34	5.488	10.9	3.447	14	4.021	15.5
35-44	6.902	13.7	3.402	13.9	3.500	13.5
45-54	5.747	11.4	2.770	11.3	2.977	11.5
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟ- ΟΜΑΔΑΣ	27.844	55.2	13.672	55.7	14.172	54.8
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	50.390	100	24.523	100	25.867	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.11

ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

ΟΜΑΔΕΣ ΗΛΙΚΙΩΝ	ΑΜΦΟΤΕΡΩΝ ΦΥΛΩΝ		ΑΡΡΕΝΕΣ		ΘΗΛΕΙΣ	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
5-9	746	1.9	378	1.9	368	1.8
10-14	963	2.5	519	2.7	444	2.2
25-34	1.497	3.8	769	3.9	728	3.7
35-44	1.591	4.1	787	4.0	804	4.0
45-54	1.686	4.3	820	4.2	866	4.4
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟ- ΟΜΑΔΑΣ	6.483	16.5	3.273	16.8	3.210	16.2
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣ ΜΟΥ	39.345	100	19.496	100	19.849	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.12

ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

ΟΜΑΔΕΣ ΗΛΙΚΙΩΝ	ΑΜΦΟΤΕΡΩΝ ΦΥΛΩΝ		ΑΡΡΕΝΕΣ		ΘΗΛΕΙΣ	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
5-9	2.223	2.1	1.175	2.9	1.048	2.0
10-14	2.717	2.6	1.405	2.7	1.312	2.5
25-34	4.678	4.5	2.400	4.7	2.278	4.4
35-44	4.694	4.5	2.443	4.8	2.251	5.3
45-54	5.521	5.4	2.761	5.4	2.760	5.3
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟ- ΟΜΑΔΑΣ	19.833	19.2	10.184	19.8	9.649	18.6
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣ ΜΟΥ	103.093	100	51.319	100	51.774	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.13

ΠΟΣΟΣΤΟ

Ο ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ ΚΑΤΑ ΔΗΜΟΥΣ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

ΔΗΜΟΙ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ
- ΣΕΡΡΩΝ	50.390
- ΝΙΓΡΙΤΗΣ	6.186
- ΗΡΑΚΛΕΙΑΣ	3.857
- ΣΙΔΗΡΟΚΑΣΤΡΟΥ	5.916
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΔΗΜΩΝ	66.349
ΣΥΝΟΛΟ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ	192.828
ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΣΤΙΚΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	34.4%

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.14

*ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΕΣΥΕ Ο ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ
ΔΗΜΩΝ ΠΛΗΝ ΑΥΤΟΥ ΤΩΝ ΣΕΡΡΩΝ ΛΟΓΙΖΕΤΑΙ ΣΑΝ
ΗΜΙΑΣΤΙΚΟΣ ΚΑΙ ΟΧΙ ΑΣΤΙΚΟΣ

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ
ΤΟΠΟ ΔΙΑΜΟΝΗΣ
ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ

ΗΛΙΚ	ΕΛΛΑΔΑ				ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ							
	ΣΥΝΟΛΟ		ΑΣΤ. ΠΕΡΙΟΧΕΣ		ΣΥΝΟΛΟ		ΑΣΤ. ΠΕΡΙΟΧΕΣ		ΗΜΙΑΣΤ.		ΑΓΡΟΤ.	
	APP.	ΘΥΛ	APP.	ΘΥΛ	APP.	ΘΥΛ	APP.	ΘΥΛ	APP.	ΘΥΛ	APP.	ΘΥΛ
5-9	5,9	5,4	7,0	6	3,6	3,1	7,7	6,3	1,9	1,8	2,9	2,0
10-14	7,2	6,6	8,0	7,1	4,3	3,9	8,8	7,9	2,7	2,2	2,7	2,5
25-34	15,3	14,7	15	15,3	6,9	7,2	14	15,5	3,9	3,7	4,7	4,4
35-44	13,9	1,5	14,3	14,0	6,9	6,7	13,9	13,5	4,0	4,0	4,8	5,3
45-54	12,6	12,3	11,7	12	6,7	6,8	11,3	11,5	4,2	4,4	5,4	5,3

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.15

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΦΥΣΗ ΚΑΙ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΔΗΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ ΚΑΙ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

Με βάση στοιχεία της ΕΣΥΕ παρατίθενται γενικά και ειδικά (για το νομό Σερρών) δημογραφικά χαρακτηριστικά με βάση τις απογραφές του 1981 και του 1991.

Εάν ληφθεί υπ' όψιν ότι οι αριθμητικές αλλαγές στα δημογραφικά θέματα δεν είναι και δεν θα είναι σημαντικές στα επόμενα χρόνια, τότε η καταγραφή αυτών των αριθμητικών δεδομένων θα διατηρήσουν την εγκυρότητα τους οπωσδήποτε ως τη δεκαετία του 2000.

Η καταγραφή αυτών των στοιχείων θα ταξινομηθούν με βάση τα παρακάτω στοιχεία:

1. Την διαμόνη των κατοίκων του Ν. Σερρών ηλικίας 5-54 ετών.

Αυτό γίνεται γιατί η διαμόνη αποτελεί τον πιο σημαντικό παράγοντα επιλογής του καταστήματος από όπου θα αγορασθούν τα προϊόντα.

α) Άμεση αγορά (πρώτος κύκλος επιρροής): Δήμος Σερρών

β) Έμμεση αγορά: Δήμοι, χωριά μακρινά από την πόλη των Σερρών

Κρίνεται πως άτομα, κυρίως γυναίκες αλλά και άνδρες, που κατοικούν στον Δήμο Σερρών και τα προάστειά του, συνιστούν τον άμεσο στόχο της επιχείρησης ``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ`` (MAIN TARGET GROUP).

2. Τις ηλικίες των ατόμων,

αυτές χωρίζονται σε πέντε κατηγορίες:

α) 5-9 ετών

β) 10-14 «

γ) 25-34 «

δ) 35-44 «

ε) 45-54 «

3. Το φύλο των ατόμων:

α) Άρρενες

β) Θήλειες

Συγκρίνοντας τα γενικά πληθυσμιακά στοιχεία της Ελλάδος με αυτά του Ν. Σερρών σημειώνονται αμέσως οι διαφορές στις τάσεις του πληθυσμού ανάμεσα στο σύνολο της Ελλάδος και του Ν. Σερρών.

Έτσι, ενώ στο σύνολο της Ελλάδος υπάρχει μια πληθυσμιακή αύξηση της τάξης του 11,1% (1971 - 1981) και 5,3% (1981 - 1991), στον νομό Σερρών υπάρχει μια πληθυσμιακή μείωση της τάξης του -3,3% και -1,7% για τις αντίστοιχες δεκαετίες.

Επίσης, στις δεκαετίες (1960 - 1980) οι τάσεις αστικοποίησης του ελληνικού πληθυσμού ήταν ιδιαίτερα έντονες, σε αντίθεση με τις τάσεις στον Ν. Σερρών, όπου είναι εμφανές ότι η αστικοποίηση εντός του νομού ακολούθησε πιο βραδείς ρυθμούς.

Η τάση αστικοποίησης των κατοίκων του νομού, εκδηλώθηκε ειδικά στην δεκαετία (1981 - 1991) με μια πληθυσμιακή μείωση του ημιαστικού πληθυσμού της τάξεως του -48,3% και του αγροτικού πληθυσμού της τάξεως του -8,8%.

Σε ότι αφορά την αριθμητική διάρθρωση των νοικοκυριών στον Ν. Σερρών παρατηρείται η ίδια εξελικτική πορεία με αυτή της Ελλάδος σαν σύνολο.

Έτσι, το (1981) ο μέσος όρος ατόμων ανά νοικοκυριό για όλη την Ελλάδα ήταν 3.2 ενώ για τον Ν. Σερρών 3.4. Το (1991) ήταν 2.9 και 3.2 αντίστοιχα.

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
Ν. ΣΕΡΡΩΝ	192.828	100	95.338	100	97.490	100
ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧ	50.390	26	24.523	26	25.867	27
ΗΜΙΑΣΤΙΚ ΠΕΡΙΟΧ	39.345	21	19.496	20	19.849	20
ΑΓΡΟΤΙΚ ΠΕΡΙΟΧ	103.093	53	51.319	54	51.774	53

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1

ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΤΑΝΟΜΗΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥ Ν. ΣΕΡΡΩΝ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

	ΕΛΛΑΔΑ	Ν. ΣΕΡΡΩΝ
	%	%
ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	59	26
ΗΜΙΑΣΤ. ΠΕΡΙΟΧΕΣ	28	21
ΑΓΡΟΤ. ΠΕΡΙΟΧΕΣ	13	53
ΣΥΝΟΛΟ	100	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2

Η διαφορετική πληθυσμιακή διασπορά σε ότι αφορά τον τόπο διαμονής του Ν. Σερρών σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας διατυπώνεται στους πίνακες (3.1 - 3.2 - 3.3).

Ο αστικός πληθυσμός του Ν. Σερρών είναι μόλις 26% όταν ο συνολικός αστικός πληθυσμός της χώρας αντιπροσωπεύει το 59%.

Αντίθετα, ιδιαίτερα αυξημένος είναι ο αγροτικός πληθυσμός του Ν. Σερρών (53%, έναντι του 28% της χώρας).

ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

ΟΜΑΔΕΣ ΗΛΙΚΙΩΝ	ΑΜΦΟΤΕΡΩΝ ΦΥΛΩΝ		ΑΡΡΕΝΕΣ		ΘΗΛΕΙΣ	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%	ΑΡΙΘΜΟΣ	%
5 - 9	581.019	5.7	298.511	5.9	282.508	5.4
10 - 14	705.795	6.9	368.058	7.2	342.737	6.6
25 - 34	1.542.024	15.0	774.064	15.3	767.960	14.7
35 - 44	1.407.665	13.7	705.038	13.9	702.627	13.5
45 - 55	1.274.684	12.4	634.999	12.6	639.685	12.3
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟ- ΟΜΑΔΑΣ	5.511.187	53.7	2.775.670	55	2.735.517	52.5
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣ ΜΟΥ	10.259.900	100	5.055.571	100	5.204.492	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΦΥΛΟ
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΚΑΤΑ ΑΣΤΙΚΕΣ, ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΤΗΣ 17^{ης} ΜΑΡΤΙΟΥ 1991

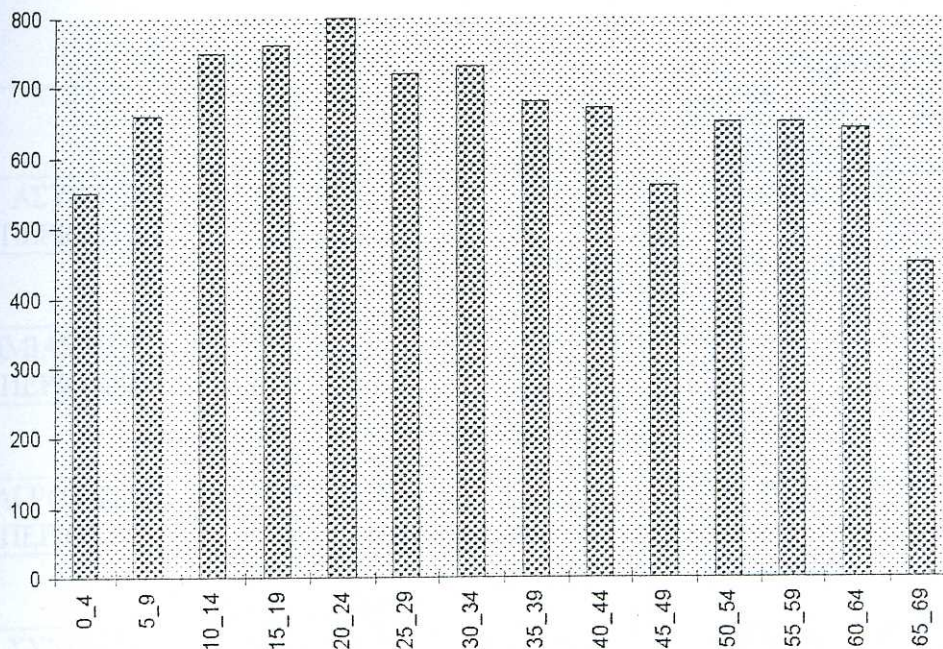
ΗΛΙΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ ΠΕΡΙΟΧΩΝ			ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ			ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ		
	ΣΥΝ ΟΛ Ο	APP ENE Σ	ΘΗ ΛΕΙ Σ	ΣΥΝ ΟΛ Ο	APP ENE Σ	ΘΗΛ ΕΙΣ	ΣΥΝ ΟΛΟ	APPE NEΣ	ΘΗΛΕ ΙΣ	ΣΥΝ ΟΛ Ο	APPE NEΣ	ΘΗΛΕΙ Σ
0-4	5569 87	286.1 43	270.8 44	332.5 87	170.8 98	161.6 89	76.254	39.237	37.017	148.1 46	76.008	72.138
5-9	663.4 34	341.0 78	322.3 56	397.0 78	203.9 31	193.1 47	90.021	46.300	43.721	176.3 35	90.847	85.488
10-14	754.4 46	337.7 20	366.7 26	454.7 57	233.1 08	221.6 49	10134 0	52.328	49.012	198.3 49	102.28 4	96.065
15-19	766.6 05	394.6 47	371.9 58	463.8 73	234.0 03	229.8 70	101.99 5	54.735	47.260	200.7 37	105.90 9	94.828
20-24	791.4 12	399.8 21	391.5 91	501.6 03	244.6 04	256.9 99	99.388	52.357	47.031	190.4 21	102.86 0	87.561
25-29	721.7 51	359.3 53	362.3 98	452.6 02	217.1 61	235.4 41	91.415	46.300	45.115	177.7 34	95.892	81.842
30-34	728.9 40	361.1 63	367.7 77	460.5 08	219.1 36	241.3 72	91.216	46.083	45.133	177.2 16	95.944	81.272
35-39	681.3 16	342.0 78	339.2 38	431.3 53	209.5 62	221.7 91	85.697	44.190	41.507	164.2 66	88.326	75.940
40-44	673.2 51	336.4 49	336.8 02	422.2 77	206.2 76	216.0 01	85.008	43.739	41.269	165.9 66	86.434	79.532
45-49	559.9 63	275.5 89	281.3 74	334.3 17	163.9 31	170.3 86	72.930	36.964	35.966	152.7 16	77.694	75.022
50-54	657.3 15	319.2 55	338.0 60	371.3 74	177.9 40	193.4 34	85.246	42.620	42.626	200.6 95	98.695	102.000
55-59	655.2 34	322.6 16	332.6 48	355.1 27	172.0 33	183.0 94	83.095	42.043	41.052	217.0 42	108.54 0	108.502
60-64	644.8 64	308.4 93	336.3 71	344.0 97	158.4 91	185.6 06	80.392	39.924	40.468	220.3 75	110.07 8	110.297
65-69	453.8 55	210.1 48	243.7 07	238.8 15	106.0 30	132.7 85	55.286	26.730	28.556	159.7 54	77.388	82.366

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

ΣΕ ΧΙΛ.



ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4

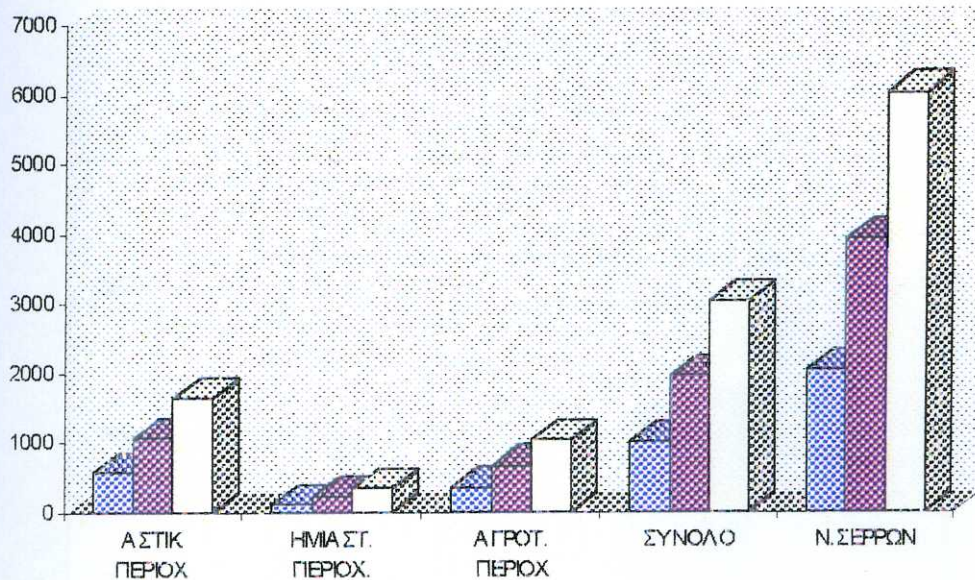
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο**ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ****ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ - ΕΠΙΠΛΑ*****Κ.Κ.Κ. (72.450 ΔΡΧ)****ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991**

		5 - 14 ΕΤΩΝ	*25 - 44 ΕΤΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	7.900	14.700	22.600
	ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ(000)	572.355	1.065.015	1.637.370
ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	1.692	3.069	4.761
	ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ(000)	122.585	222.350	344.940
ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	4.948	9.381	14.329
	ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ(000)	358.482	679.653	1.038.081
ΣΥΝΟΛΟ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	14.540	27.150	41.690
	ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ(000)	1.053.422	1.967.018	3.020.391

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1***ΚΑΤΑ ΚΕΦΑΛΗΝ ΕΙΣΟΔΗΜΑ******ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΠΙΠΛΩΝ*******ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΠΙΠΛΩΝ ΓΡΑΦΕΙΟΥ**

ΎΔ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Κ' ΣΙΑ ΟΕ΄΄

ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ Ν. ΣΕΡΡΩΝ



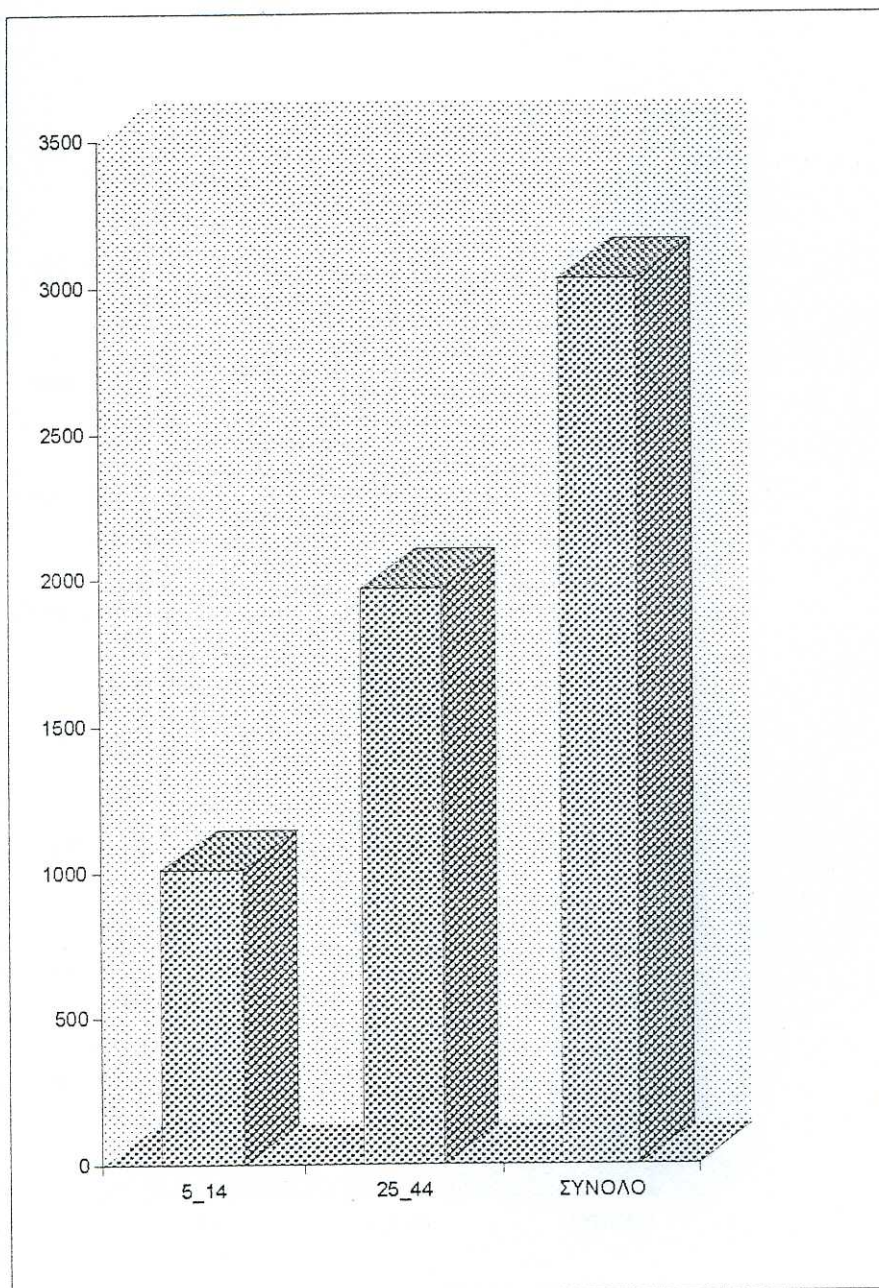
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1

	ΑΣΤ. ΠΕΡΙΟΧ.	ΗΜΙΑΣΤ. ΠΕΡΙΟΧ.	ΑΓΡΟΤ. ΠΕΡΙΟΧ.	ΣΥΝΟΛΟ	Ν.ΣΕΡΡΩΝ
5 - 14	573	123	359	1008	2056
25 - 44	1065	223	680	1967	3923
ΣΥΝΟΛΟ	1638	345	1038	3028	6032

Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Κ' ΣΙΑ Ο.Ε'

ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ Ν. ΣΕΡΡΩΝ
ΣΥΝΟΛΟ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

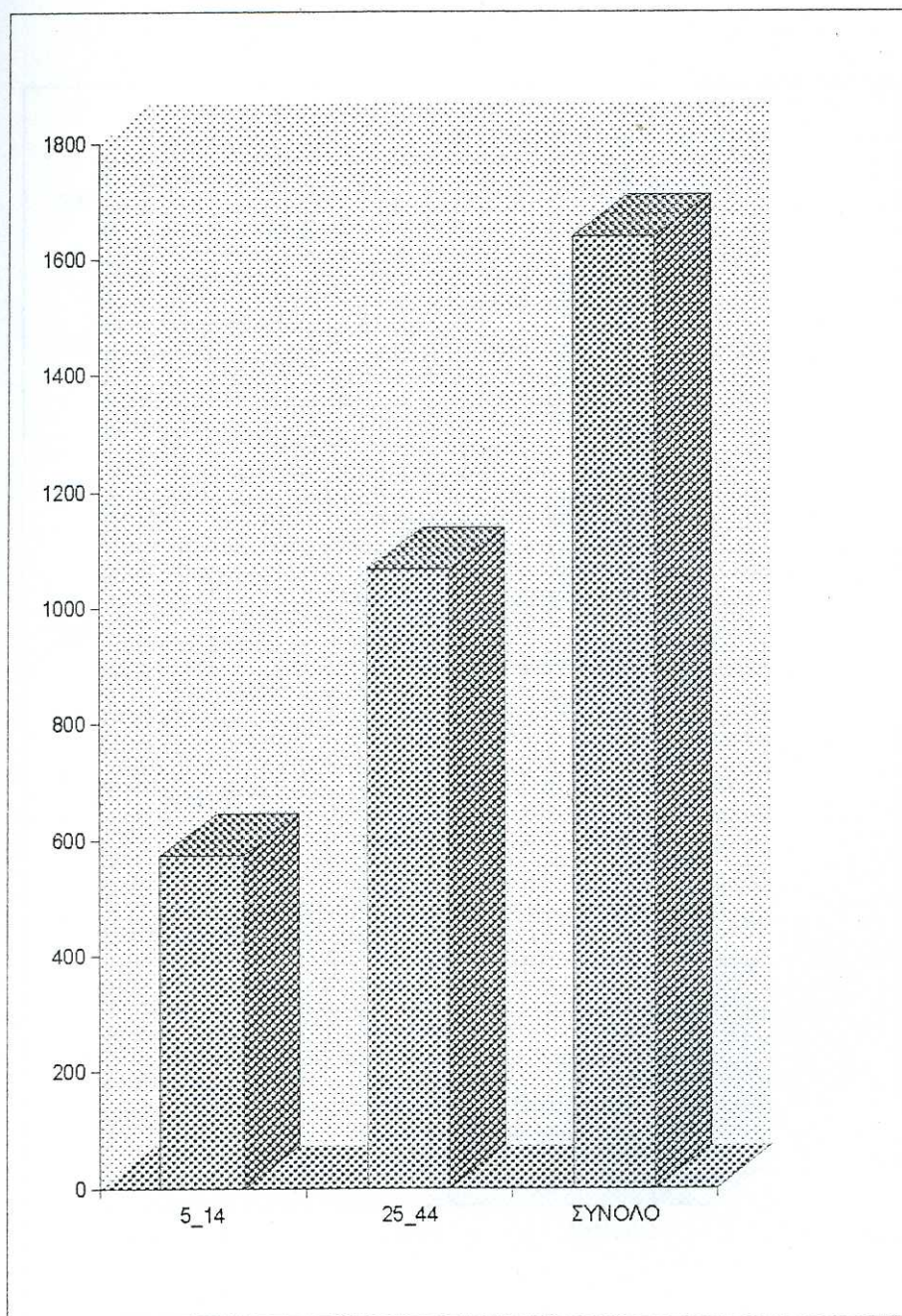


ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.α

Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ' ΣΙΑ ΟΕ

ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ Ν. ΣΕΡΡΩΝ
ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991

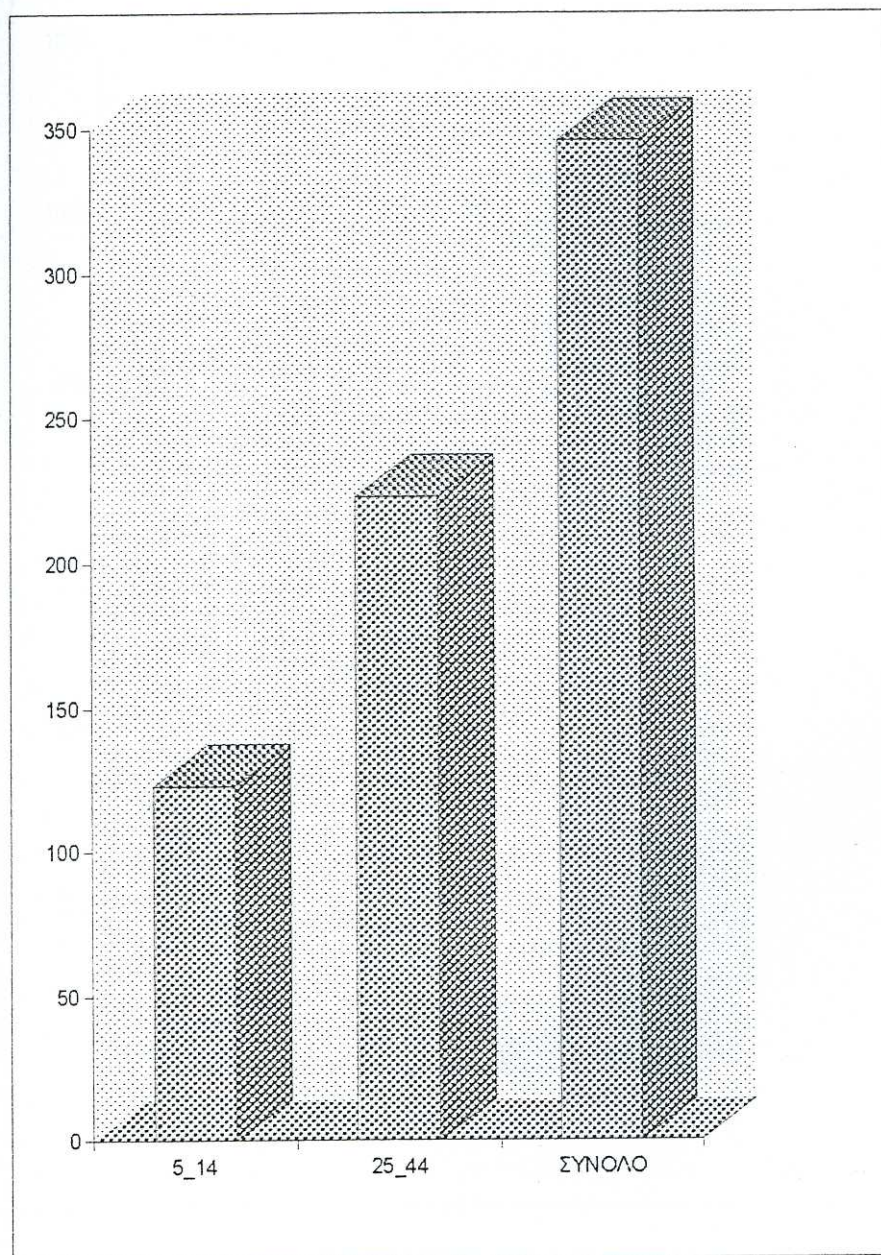


ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1. β

Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Κ' ΣΙΑ ΟΕ'

ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ Ν. ΣΕΡΡΩΝ
ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

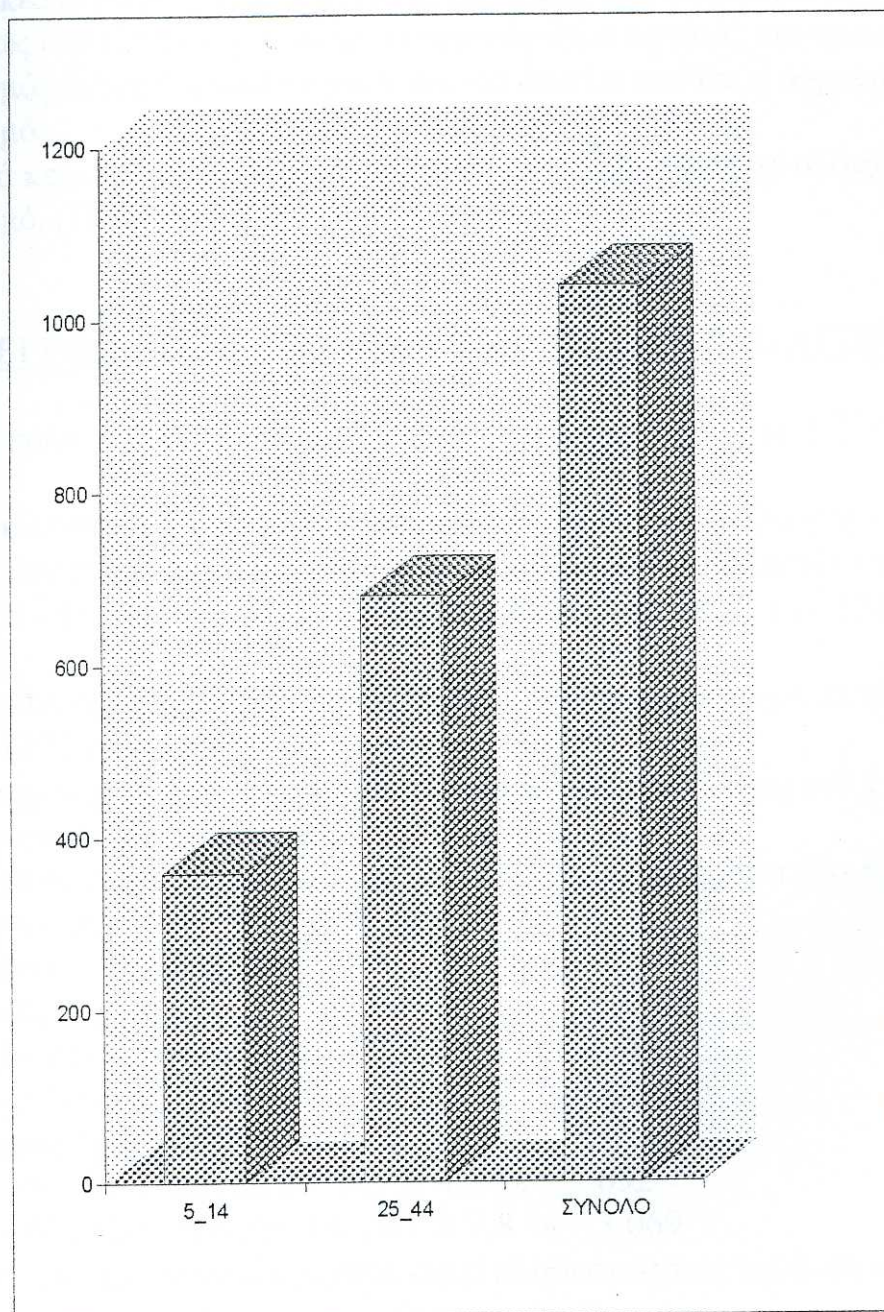
ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991



ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.γ

Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Κ' ΣΙΑ ΟΕΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ Ν. ΣΕΡΡΩΝ
ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

ΑΠΟΓΡΑΦΗ 1991



ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.δ

Η αγορά του νομού Σερρών κατά κατηγορία ηλικίας είναι:

5 - 14 ετών -----→ 2 δις. δρχ.

25 - 44 ετών -----→ 4 δις. δρχ.

Οι αγροτικές περιοχές συνιστούν μια αγορά του 1 δις. δρχ. ενώ οι ημιαστικές περιοχές είναι μια αγορά της τάξης των 350 εκατ. δρχ.

Βεβαίως δεν ελήφθει υπ' όψιν το γεγονός ότι ο αστικός και ημιαστικός πληθυσμός δαπανά μεγαλύτερα ποσά για έπιπλα από ότι ο αγροτικός πληθυσμός.

Η κατά κεφαλή κατανάλωση επιμερίσθηκε αδιακρίτως σε ολόκληρο τον πληθυσμό. (Πίνακας 4.1).

ΜΕΓΕΘΗ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

■ Στην πόλη των Σερρών υπάρχει μια αγορά της τάξης των 1.700 δις δρχ.

Οι ηλικίες των 25 - 45 ετών συνιστούν την πρωτογενή ζήτηση της τάξεως των 1.065 δις δρχ., ενώ τη δευτερογενή ζήτηση αποτελούν οι ηλικίες 5 - 14 ετών, η οποία αριθμεί μια αγορά της τάξης των 573 εκατ. δρχ.

Στις ημιαστικές περιοχές συνιστούν την πρωτογενή ζήτηση οι ηλικίες 25 - 44 (222 εκατ. δρχ.)

■ Στις αγροτικές περιοχές συνιστάτε μια αγορά της τάξεως του 1.038 δις δρχ. (πρωτογενής ζήτηση 680 εκατ. δρχ.)

■ Ενώ το σύνολο της αγοράς του νομού Σερρών ανέρχεται στα 6.032 δις δρχ. (πρωτογενής ζήτηση 3.923 δις δρχ.).

Ο πληθυσμός εκτιμήθηκε:

Αστικές περιοχές:

■ (5 - 14 ετών) σύνολο $50.390 \times 15,6 \% = 7.900$

■ (25 - 34 ετών) σύνολο $50.390 \times 29,1 \% = 14.700$

Ημιαστικές περιοχές:

■ (5 - 14 ετών) σύνολο $39.345 \times 4,3 \% = 1.692$

■ (25 - 44 ετών) σύνολο $39.345 \times 7,8 \% = 3.069$

Με τον ίδιο τρόπο υπολογίζεται και ο πληθυσμός των υπολοίπων τμημάτων της αγοράς.

ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ``Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ ΣΙΑ ΟΕ``
ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ - ΣΤΟΙΧΕΙΑ 1997
ΤΖΙΡΟΣ ``Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ ΣΙΑ ΟΕ``

	ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΚΑΤ. ΔΡΧ	ΤΖΙΡΟΣ ΕΚΑΤ. ΔΡΧ	ΜΕΡΙΔΙΟ
ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	1.637	140	40
ΗΜΙΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	0.345	140	13
ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	1.038	140	6
ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	3.028	140	5.3
ΝΟΜΟΣ ΣΕΡΡΩΝ	6.032	140	6.7

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2

■ Εάν θεωρηθεί πως η βάση της «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» είναι ο Δήμος των Σερρών και υπολογίζοντας το σύνολο του τζίρου του ότι γίνεται κατά βάση από νοικοκυριά του Δήμου Σερρών, τότε το μερίδιο αγοράς του ανέρχεται στο 40 %.

Βεβαίως οι υπολογισμοί αυτοί περικλείουν μεγάλη αυθαιρεσία γιατί σημαντικό κομμάτι του τζίρου της «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» γίνεται από κατοίκους της επαρχίας Σερρών.

Εντούτοις το στοιχείο αυτό δείχνει τη δύναμη και τον όγκο της εταιρίας «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» στην αγορά των Σερρών.

■ Τοποθετώντας την εταιρία «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» στον ευρύτερο φυσικό χώρο της (επαρχία Σερρών και Δήμος Σερρών) το μερίδιο αγοράς της προσδιορίζεται περίπου στο 5 %.

ΣΤΟΧΟΙ

Για τα επόμενα δύο χρόνια προτείνεται να είναι:

- Αύξηση μεριδίου αγοράς (πωλήσεων) στοχεύοντας:
 - α) αγορά Δήμου Σιδηροκάστρου
 - β) αγορά επαρχίας Σερρών
- Επέκταση σε νέες κατηγορίες επίπλων που και μικρότερος ανταγωνισμός υπάρχει και μεγαλύτερες τάσεις ανόδου έχουν και διαφοροποιούν την «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» έναντι των ανταγωνιστών.

Αυτές οι κατηγορίες νέων προϊόντων προτείνονται να είναι:

- α) παιδικά έπιπλα
- β) έπιπλα γραφείου

ΝΕΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Η αύξηση του ποσοστού του αστικού πληθυσμού σε σχέση με τον αγροτικό πληθυσμό στο νομό Σερρών, δημιουργεί νέα επιχειρηματικά δεδομένα στην αγορά του.

Ειδικότερα αυτός ο πληθυσμός επιδεικνύει διαφορετική καταναλωτική συμπεριφορά από ότι ο αγροτικός πληθυσμός (λόγω μόρφωσης, επαγγελματικών ασχολιών, αναγκών, αντιλήψεων, κλπ).

Αυτή η αντίληψη μεταφράζεται σε :

- α) μεγαλύτερη φροντίδα για τα παιδιά (παιδικά έπιπλα, καλύτερα / ποιοτικότερα / λειτουργικότερα).
- β) περισσότερες επιχειρηματικές δραστηριότητες στην περιοχή (έπιπλα γραφείου).

Θα πρέπει λοιπόν σοβαρά να μελετηθούν άμεσα τα παρακάτω θέματα:

- α) δημιουργία γωνιών (shops in the shop)
- β) επέκταση των προϊόντων σε νέες κατηγορίες:
 - παιδικά έπιπλα
 - έπιπλα γραφείου
 - γ) επένδυση (και ύψος) αυτής σε θέματα επικοινωνίας (διαφήμιση και προώθηση πωλήσεων).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ΕΙΔΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ Ν. ΣΕΡΡΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ
ΤΟΥ ΕΠΙΠΛΟΥΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΠΛΗ- ΘΥΣ ΜΟΣ	1971	1981	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
ΑΡΙΘΜ. ΚΑΤΟΙΚ	202898	196247	192828	195685	197648	198639	199126	199049	199040
ΑΡΙΘΜ. ΚΑΤΟΙΚ (ΠΡΩΤ. ΣΕΡΡΕΣ)	41091	45213	50875	---	---	---	---	---	---
ΠΥΚΝ. ΠΛΗΘ. (ΚΑΤΑ Τ.Χ.Μ.)	51	50	49	---	---	---	---	---	---
ΑΣΤΙΚ. ΠΛΗΘ.	41091	46317	50390	---	---	---	---	---	---
ΗΜΙΑΣΤ ΠΛΗΘ.	48554	38038	39345	---	---	---	---	---	---
ΑΓΡΟΤ. ΠΛΗΘ.	113253	111892	103093	---	---	---	---	---	---
ΓΑΜΟΙ ΜΟΝΙΜ ΚΑΤΟΙΚ	---	1399	1192	979	1081	996	1046	856	---
ΓΕΝΝΗΣ ΜΟΝΙΜ ΚΑΤΟΙΚ ΜΗΤΕΡ.	---	2.61	1582	1510	1482	1566	1517	1406	---
ΘΑΝΑΤ ΜΟΝΙΜ ΚΑΤΟΙΚ ΘΑΝΟΝ	---	1940	2229	2136	2204	2274	2230	2290	---
ΑΡΙΘ. ΝΟΙΚΟΚ	53624	57200	59668	---	---	---	---	---	---
ΕΝΕΡΓΟ ΠΛΗΘ.	87828	81996	78115	60593	63525	67441	71283	46129	58853
ΑΠΑΣΧ ΟΛΟΥ ΜΕΝΟΙ	84780	78571	73047	56860	59866	63806	66930	41718	50069
ΑΝΕΡΓ.	3048	3425	5068	3733	3659	3635	4353	4411	8784

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1

Οι γάμοι που γίνονται στο νομό κάθε χρόνο κατά μέσο όρο είναι 1.080. Κάθε χρόνο χτίζονται περίπου 1000 - 1400 νέες κατοικίες. Το 1991 υπήρχαν 81.998 κατοικίες ενώ από το 1992 έως το 1996 χτίστηκαν 5.786 νέες κατοικίες. Εκτίμηση κατοικιών 1157.

Στο μεταποιητικό χώρο υπάρχουν περίπου 3.097 επιχειρήσεις, ενώ στον εμπορικό υπάρχουν περίπου 6.127 επιχειρήσεις.

ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΚΑ- ΤΟΙ- ΚΙΕΣ	1981	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
ΑΡΙΘΜ ΚΑΤΟΙ ΚΙΩΝ	71.982	73.336	74.750	76.287	77.678	79.022	80.089	81.156	82133	83452
ΑΡΙΘΜ ΝΕΩΝ ΚΑΤΟΙ ΚΟΙΩΝ	---	1.354	1.414	1.537	1.391	1.344	1.067	1.079	977	1.319
ΑΡΙΘΜ ΔΩΜΑ- ΤΙΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΤΟΙ ΚΙΩΝ	---	5.087	5.213	5.795	5.048	4.888	3.825	3.739	3.342	4.684
ΟΓΚΟΣ (Μ3) ΝΕΩΝ ΚΑΤΟΙ ΚΙΩΝ	---	568.757	585.397	617.894	527394	524.591	426.000	425000	376000	511000

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ - ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ	1984	1988	1997
ΑΡΙΘΜ. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ κ ΒΙΟΤΕΧΝΙΩΝ	2.709	2.740	3.097
ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	9.077	10.208	—

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3

ΧΟΝΔΡΙΚΟ - ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ

ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	1984	1988	1997
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤ. ΧΟΝΔΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	249	333	1.417
ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤ. ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	3.972	3.677	4.710

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6°

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ Κ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ 1990

■ Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκε πληθυσμιακή έκρηξη σε όλο τον κόσμο με αποτέλεσμα να υπερδιπλασιασθεί ο πληθυσμός σε σαράντα χρόνια, από 2,5 δις. το 1950 σε 5,1 δις. σήμερα.

Η αύξηση αυτή δεν επηρέασε τις οικονομικά αναπτυγμένες χώρες, αντίθετα παρατηρείται μια σταθερότητα ή και μείωση του πληθυσμού τους.

Υπολογίζεται ότι το 2025 ο πληθυσμός θα φθάσει τα 8 δις. και ότι θα σταθεροποιηθεί στα τέλη του 21^{ου} αιώνα στα 10,2 δις.

■ Η γεννητικότητα τα τελευταία χρόνια, έπεσε στην Ευρώπη κάτω από 2,1 παιδιά ανά γυναίκα, που είναι το κατώτατο όριο για την ανανέωση των γενεών.

■ Η γεννητικότητα στην Ελλάδα παρουσίασε μια κάθετη πτώση από τα 3 παιδιά το 1965, στα 1,5 παιδιά σήμερα. Από το 1991 οι θάνατοι κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με τις γεννήσεις.

Το οικογενειακό μοντέλο στην Ευρώπη και στην Ελλάδα περιλαμβάνει γονείς με ένα ή με δύο παιδιά.

■ Η αιτία των εξελίξεων αυτών βρίσκεται κατά κύριο λόγο στην αστικοποίηση, στην αλλαγή του τρόπου ζωής, στις δυσκολίες και τα πολλά έξοδα των οικογενειών με πολλά παιδιά, στην «ανάγκη» παρατεταμένης εκπαίδευσης και εξασφάλισης υψηλού βιοτικού επιπέδου.

■ Το 2000 το ποσοστό του πληθυσμού με ανώτερη ή ανώτατη μόρφωση θα πλησιάζει το 30% ενώ το ποσοστό των αναλφάβητων θα μειωθεί σημαντικά.

Η μόρφωση, πέρα της τυπικής εκπαίδευσης, συνεχώς βελτιώνεται, λόγω της διεθνοποίησης των εντύπων των περιοδικών, εφημερίδων, της δορυφορικής τηλεόρασης και της αυξημένης τουριστικής κίνησης.

Ο καταναλωτής γίνεται πιο μορφωμένος και με μεγαλύτερο διαθέσιμο εισόδημα, έτοιμος να πειραματιστεί, να δοκιμάσει, και να χρησιμοποιήσει καινούργια προϊόντα και υπηρεσίες.

ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

	1971 %	1981 %	1991 %
ΑΝΩΤΕΡΗ / ΑΝΩΤΑΤΗ	3	6	7.1
ΛΥΚΕΙΟ / ΓΥΜΝΑΣΙΟ	11	16	52
ΔΗΜΟΤΙΚΟ	52	54	6.3
ΔΕΝ ΤΕΛΕΙΩΣΑΝ ΔΗΜΟΤΙΚΟ	34	24	34.6
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1

ΠΛΗΘΥΣΜΙΑΚΗ ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΥΞΗΣΗΣ
1961	8.358.866	
1971	8.766.909	+ 5 %
1981	9.739.589	+ 11 %
1991	10.259.900	+ 5.3 %

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.2

ΠΗΓΗ : ΕΣΥΕ

ΠΟΣΟΣΤΟ ΗΛΙΚΙΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ

	1971	1981	1991
0 - 14 ΕΤΩΝ	25	23	11
15 - 64 ΕΤΩΝ	64	64	66.5
65 κ ΑΝΩ	11	13	22.5

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3

Ο ρυθμός αύξησης των γεννήσεων μειώθηκε αισθητά στη δεκαετία 1981 - 1991 (από 140.930 το 1981 σε 102.462 το 1991) και ο ίδιος χαμηλός ρυθμός γεννήσεων διατηρείται μέχρι και σήμερα.

Συνέπεια της μείωσης του ρυθμού των γεννήσεων και της γενικότερης βελτίωσης των συνθηκών διαβίωσης είναι ένα συνεχώς αυξανόμενο ποσοστό καταναλωτών μεγαλύτερης ηλικίας.

ΜΕΣΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

1961	1971	1981	1991
3.78	3.4	3.1	2.9

ΠΗΓΗ : ΕΣΥΕ

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.4

Ο μειωμένος ρυθμός του πληθυσμού, οδηγεί και σε μικρότερο μέσο όρο ατόμων ανά νοικοκυριό.

Οι μόνες χώρες στην Ε.Ο.Κ. με μέσο μέγεθος νοικοκυριού πάνω από 3 άτομα είναι η Ελλάδα, η Ισπανία και η Ιρλανδία.

Παρατήρηση : το 1991 μειώθηκε ακόμα περισσότερο το μέγεθος του μέσου νοικοκυριού.

Παράλληλα υπάρχει και η τάση της αύξησης των διαζυγίων. Η εξέλιξη αυτή θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν από όσους επιθυμούν να διαφημίσουν υπηρεσίες ή προϊόντα στο περιβάλλον μιας ευτυχισμένης οικογένειας.

Η μείωση του μεγέθους του ελληνικού νοικοκυριού (με δεδομένη την μικρή αύξηση του πληθυσμού στην Ελλάδα) οδηγεί αυτόματα στην αύξηση του αριθμού των νοικοκυριών.

Κατ' επέκταση δημιουργείται μια μεγαλύτερη πρωτογενής ζήτηση (νέα νοικοκυριά και διασπασμένα νοικοκυριά).

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΑΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- A - B < 5 % του συνολικού ελληνικού πληθυσμού
 - μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα μεγαλύτερο των 400.000 δρχ.
 - επιχειρηματίες - επιστήμονες - επιτυχημένοι επαγγελματίες

- C 1 > 20 % * μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα
250.000 - 400.000 δρχ.
 - στελέχη επιχειρήσεων / προϊστάμενοι - μεγαλοαγρότες

- C 2 > 50 % * μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα
120.0 - 250.000 δρχ.
 - υπάλληλοι - μεσαίοι επαγγελματίες - μεσαίοι αγρότες

- D - E 25 % * μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα
μικρότερο των 120.000 δρχ.
 - εργάτες - μικροί αγρότες - συνταξιούχοι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο

Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΕΠΙΠΛΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΓΕΝΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ

Η Ευρωπαϊκή βιομηχανία επίπλου είναι συγκριτικά ένας μεγάλος τομέας που απασχολεί περίπου 75.000 εργαζόμενους. Επειδή υπάρχει μεγάλη ελαστικότητα ζήτησης, ο κλάδος εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις αλλαγές στην όλη οικονομική κατάσταση.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΖΗΤΗΣΗΣ

Τα έπιπλα αντιπροσωπεύουν υψηλής αξίας διαρκή καταναλωτικά αγαθά, τα οποία απαιτούν ένα σημαντικό κεφάλαιο από τον καταναλωτή.

Στις βιομηχανοποιημένες χώρες, όπως η Ελλάδα, με υψηλά πρότυπα διαβίωσης, τα νοικοκυριά και οι επιχειρήσεις είναι καλά εξοπλισμένα και η αγορά είναι κορεσμένη.

Υπολογίζεται ότι περίπου το 33% της ζήτησης θα είναι πάντοτε στην επιφάνεια και αυτό οφείλεται στις γεννήσεις, στην δημιουργία νέων νοικοκυριών και επιχειρήσεων καθώς και στην αλλαγή style - τεχνοτροπίας, που επιβάλλει σαφώς, αλλαγή (αγορές).

Η ζήτηση για τα έπιπλα είναι ελαστική και σε σχέση με το διαθέσιμο εισόδημα υπολογίζεται περίπου σε 1.5%. Αυτό σημαίνει ότι ελάχιστοι κλάδοι βιομηχανίας είναι τόσο τρωτοί στις οικονομικές αλλαγές όσο η αγορά επίπλου.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

1) ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Οι διαφορετικές τάξεις ηλικιών και η δημιουργία νέων επιχειρήσεων και νοικοκυριών είναι περισσότερο σημαντικά από τον πληθυσμό της περιοχής - νομού.

Η αναλογία ατόμων ηλικίας μεταξύ (20 - 35) αυτή τη στιγμή είναι η μεγαλύτερη στην Ευρώπη έναντι προηγούμενων χρονικών περιόδων.

Κατά συνέπεια μεταξύ του 1996 - 2000 αναμένεται ότι θα έχουμε αύξηση γεννήσεων ακόμη και σε μικρό ποσοστό καθώς και δημιουργία περισσότερων νοικοκυριών και επιχειρήσεων.

2) ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ

Ο πλούτος ενός νομού καθώς και η διανομή του πλούτου έχουν σημαντική επίδραση στη ζήτηση προϊόντων επίπλου.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΓΟΡΑΣ ΕΠΙΠΛΟΥ

Στη σημερινή δομή της παραγωγικής και λιανικής διάθεσης επίπλου διακρίνονται ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία τμηματοποιούν την αγορά βάση αισθητικής αντίληψης, prestige και design.

Επίσης, η αγορά διαμορφώνεται από τις επιταγές της μόδας περίπου κάθε 2 χρόνια, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι ο καταναλωτής αλλάζει ριζικά το style του σπιτιού του ή του γραφείου. Απλά προσπαθεί να διαμορφώσει την αντίληψη και την αισθητική του χώρου του κυρίως με μικροαγορές.

Είναι εμφανές από την πορεία των πωλήσεων των τελευταίων 4 ετών ότι οι συνολικές πωλήσεις του καταστήματος «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» αυξάνονται με ποσοστά όχι σταθερά.

Οι αιτίες που οδηγούν σε αυτή την ακανόνιστη αύξηση είναι πιθανώς η οικονομική κατάσταση του νομού, απόρροια κυρίως της γεωργικής παραγωγής και ενδεχομένως του όλου πολιτικού περιβάλλοντος και της παγκόσμιας αστάθειας (Γιουγκοσλαβικό, ΟΝΕ, κλπ).

ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΠΛΩΝ

Η βιομηχανία επίπλων της Ε.Ε δουλεύει σε διεθνές επίπεδο πάρα πολύ καιρό, αν και υπάρχουν ακόμη μεγάλες διαφορές κουλτούρας και αντίληψης μεταξύ των διαφόρων χωρών.

Η βιομηχανία έχει μια τεράστια διεθνή εμπειρία όπως και φαίνεται από τις υψηλές πωλήσεις μερικών χωρών όπως της Ιταλίας, Δανίας και Βελγίου.

Το άνοιγμα των συνόρων, η αύξηση των ταξιδιών ανά τον κόσμο, καθώς και τα δορυφορικά κανάλια σε συνδιασμό με τις πολλές ξένες σειρές που προβάλλονται από την ελληνική τηλεόραση, βοηθά στην διεθνοποίηση της κουλτούρας, και της αισθητικής αντίληψης όσον αφορά τον εσωτερικό χώρο του σπιτιού ή του γραφείου.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΣΕΛΕΥΣΗΣ ΣΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

- 1) Εμπορεύματα / Προϊόντα
 - Γκάμα
 - Διαθεσιμότητα
 - Επιλογές
 - Μόδα, style, ποιότητα
 - Αποκλειστικότητα, Τάση

- 2) Service

Πίστωση	Εγκατάσταση
Παράδοση	Ωράριο
Συμβουλές	Εγγυήσεις
Πληροφορίες	After - Sale - Service
Επιστροφές	Τοποθέτηση
Αλλαγές	Αποθήκευση

- 3) Φυσικά χαρακτηριστικά

Άνεση	Ευκολία μετακίνησης
Εντυπωσιασμός	Ευκολία εσωτερικών διαδρομών
Επιδείξεις	
Καθαριότητα	
Αποτελεσματικότητα	

- 4) Χαρακτηριστικά εργαζομένων
 - Αριθμός
 - Ικανότητα
 - Γνώση
 - Βοήθεια
 - Φιλικότητα
 - Ευγένεια

- 5) Προφίλ άλλων καταναλωτών
 - Lifestyle
 - Κοινωνική τάξη
 - Δημογραφικά χαρακτηριστικά
 - Φίλοι
 - Καθοδηγητές γνώμης

POSITIONING

Τοποθετώντας (Positioning) το κατάστημα «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» μπορούμε να εστιάσουμε σε κάποιους από τους παρακάτω τομείς:

- α) Προϊόν
- β) Εξυπηρέτηση πελατών
- γ) Επικοινωνία με τον καταναλωτή
- δ) Τρόπος που εμπορευόμαστε (πίστωση, αποδοχή πιστωτικών καρτών κ.λ.π.).

Θα πρέπει να διαχωρίσουμε δύο βασικά πράγματα.

Τοποθέτηση (Positioning) δεν σημαίνει τι μπορεί να κάνει το προϊόν μας, αλλά τι κάνουμε εμείς στο μυαλό των καταναλωτών.

Έτσι, προσπαθούμε να τοποθετήσουμε το προϊόν στο μυαλό του καταναλωτή.

Οποιοδήποτε από τα ανωτέρω και να εστιάσουμε θα πρέπει να υπάρχει μια συνέπεια και συνεργασία με το ολοκληρωμένο πακέτο συνολικά αλλά και με το καθένα ξεχωριστά.

Το βασικό Positioning θα πρέπει να αποδίδεται από τα εξής βασικά χαρακτηριστικά:

- 1) Μέση - τιμή*
- 2) Υψηλό Service
- 3) Άνετο περιβάλλον

*Μέση τιμή σχετικά με τους ανταγωνιστές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^οΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΕΠΙΠΛΩΝ ``Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Κ' ΣΙΑ ΟΕ``

ΤΖΙΡΟΣ ΣΕ ΕΚΑΤ. ΔΡΧ.

	1993	1994	1995	1996	1997
Δ.ΠΑΠΑΔΟ ΠΟΥΛΟΣ κ' ΣΙΑ ΟΕ	80	100	110	120	140

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.1

Το κατάστημα «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» βρίσκεται σε μία ανοδική πορεία, χωρίς βεβαίως σταθερότητα στους ρυθμούς ανάπτυξης

Το ζητούμενο σε αυτή τη φάση κρίνεται ότι είναι:

α) Η σταθεροποίηση των αυξητικών τάσεων της
«Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ»

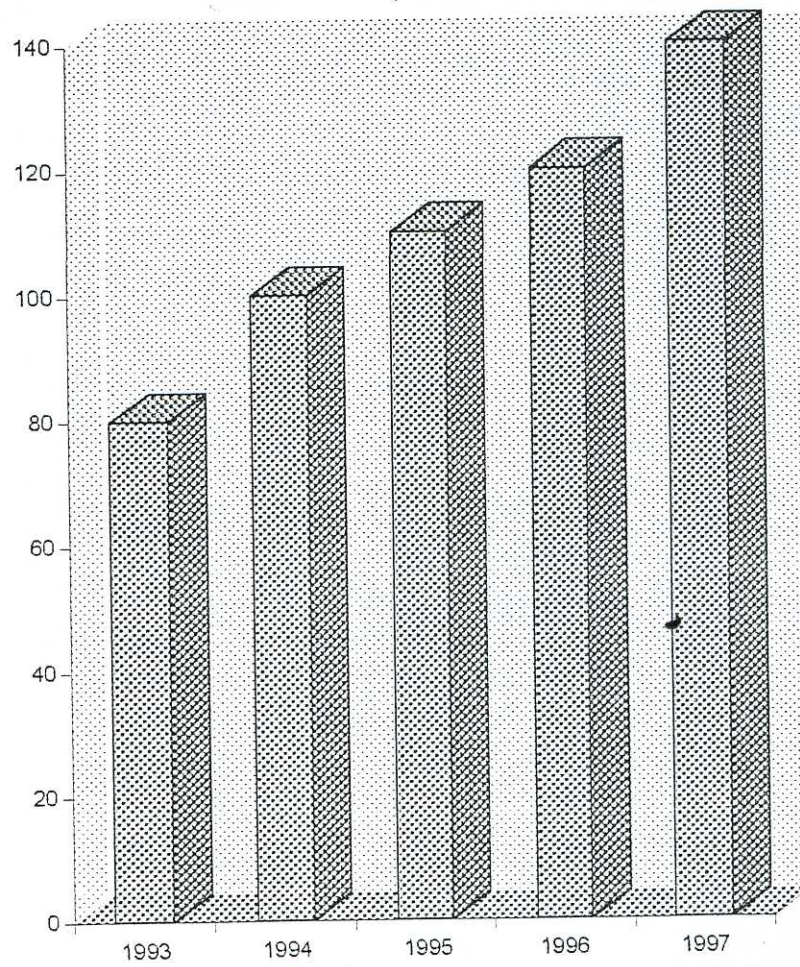
β) Η επέκταση σε νέα είδη (έπιπλα γραφείου) που θα φέρουν νέα δυναμική στην εταιρία, μεγαλύτερο TRAFFIC, μεγαλύτερο τζίρο και περισσότερα κέρδη.

Αυτά τα προϊόντα είναι πλέον απαραίτητα σε κάθε σύγχρονο νοικοκυριό ή επιχείρηση και κατ' επέκταση είναι πιο κερδοφόρα.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στα είδη (κατηγορίες) που μπορεί να έχουν ικανοποιητική κίνηση και στο ύψος της παραγγελίας αυτών, για να μην παραμείνουν σαν STOCK στο κατάστημα, γεγονός που θα έχει σαν αποτέλεσμα την δέσμευση κεφαλαίων καθώς και την ανάπτυξη του χρηματοοικονομικού κόστους.

“Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ ΣΙΑ Ο.Ε.”

ΤΖΙΡΟΣ ΣΕ ΕΚΑΤ.ΔΡΧ



ΠΙΝΑΚΑΣ 8.1

ΕΤΟΣ	1993	1994	1995	1996	1997
ΤΖΙΡΟΣ	80	100	110	120	140

**ΤΖΙΡΟΣ «Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Κ ΣΙΑ ΟΕ» ΑΝΑ ΜΗΝΑ
% ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΖΙΡΟΥ ΜΗΝΟΣ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΤΖΙΡΟ**

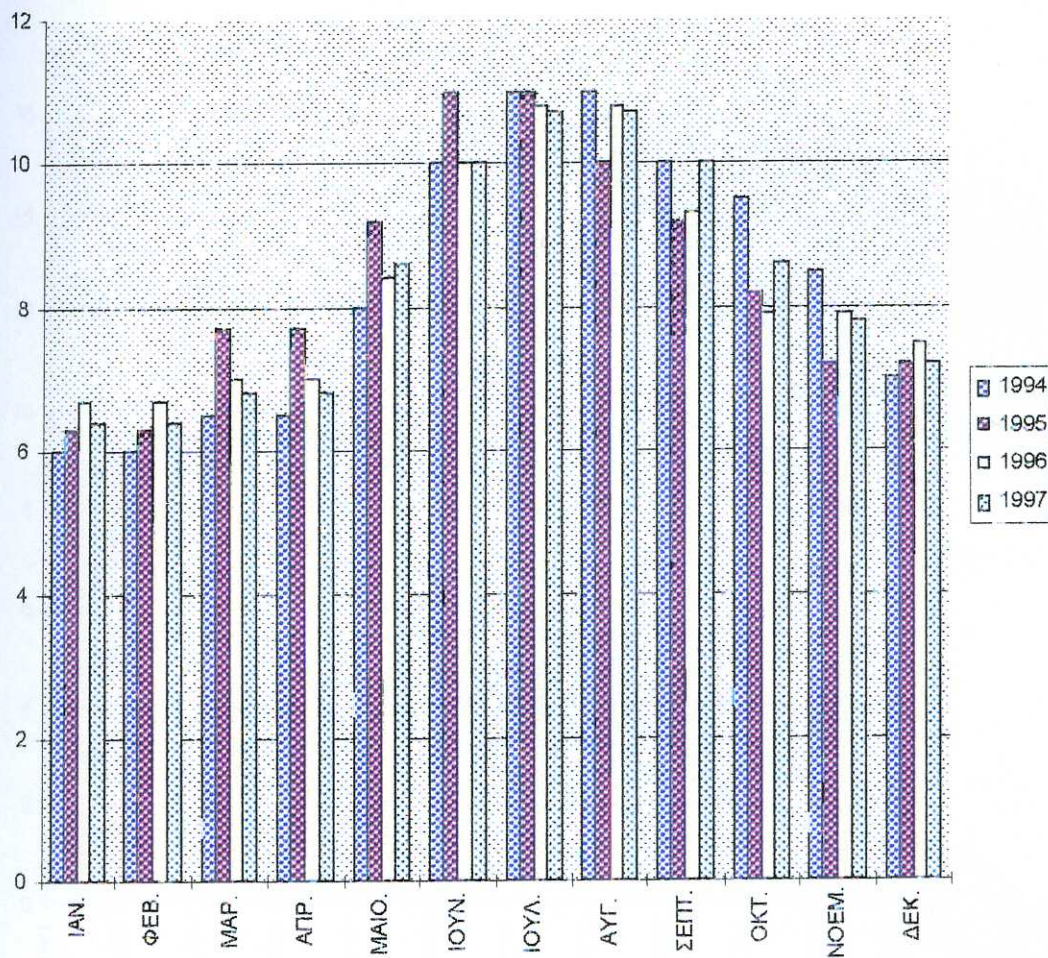
ΣΕ ΕΚΑΤ. ΔΡΧ.

ΕΤΗ	1993		1994		1995		1996		1997	
	ΤΖΙ ΡΟΣ	%	ΤΖΙ ΡΟΣ	%	ΤΖΙ ΡΟΣ	%	ΤΖΙ ΡΟΣ	%	ΤΖΙ ΡΟΣ	%
ΙΑΝ	5	6,2	6	6	7	6,3	8	6,7	9	6,4
ΦΕΒ	5	6,2	6	6	7	6,3	8	6,7	9	6,4
ΜΑΡ	5,5	6,9	6,5	6,5	8,5	7,7	8,5	7	9,5	6,8
ΑΠΡ	5,5	6,9	6,5	6,5	8,5	7,7	8,5	7	9,5	6,8
ΜΑΪ	7	8,8	8	8	10	9,2	10	8,4	12	8,6
ΙΟΥΝ	8	10	10	10	11	10	12	10	14	10
ΙΟΥΛ	9	11,25	11	11	12	11	13	10,8	15	10,7
ΑΥΓ	9	11,25	11	11	11	10	13	10,8	15	10,7
ΣΕΠ	8	10	10	10	10	9,2	11	9,3	14	10
ΟΚΤ	7	8,8	9,5	9,5	9	8,2	9,5	7,9	12	8,6
ΝΟΕ	5,5	6,9	8,5	8,5	8	7,2	9,5	7,9	11	7,8
ΔΕΚ	5,5	6,9	7	7	8	7,2	9	7,5	10	7,2
ΣΥΝ	80	100	100	100	110	100	120	100	140	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.2

“Δ.ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ ΣΙΑ Ο.Ε.”

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΖΙΡΟΥ ΑΝΑ ΜΗΝΑ

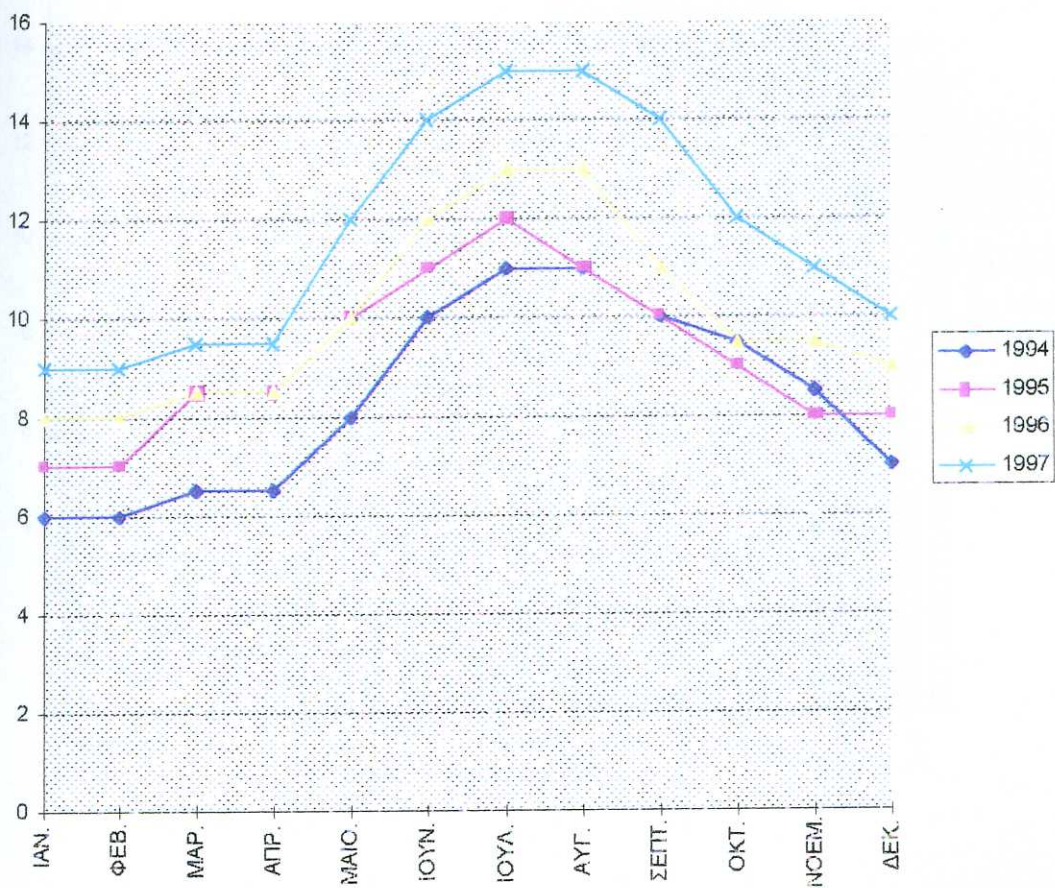


	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙΟ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠΤ	ΟΚΤ	ΝΟΕΜ	ΔΕΚ
1994	6	6	6,5	6,5	8	10	11	11	10	9,5	8,5	7
1995	7	7	8,5	8,5	10	11	12	11	10	9	8	8
1996	8	8	8,5	8,5	10	12	13	13	11	9,5	9,5	9
1997	9	9	9,5	9,5	12	14	15	15	14	12	11	10

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.2.α

“Δ.ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.”

ΤΖΙΡΟΣ ΑΝΑ ΜΗΝΑ

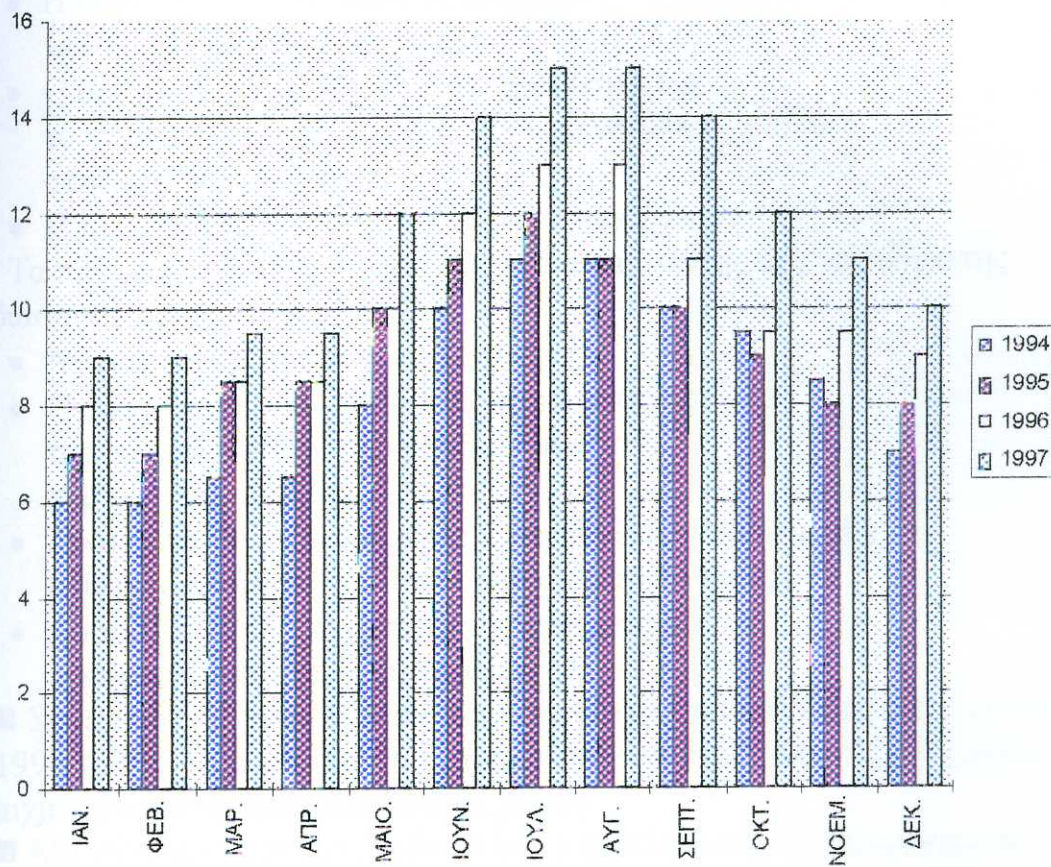


	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙΟ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠΤ	ΟΚΤ	ΝΟΕΜ	ΔΕΚ
1994	6	6	6,5	6,5	8	10	11	11	10	9,5	8,5	7
1995	7	7	8,5	8,5	10	11	12	11	10	9	8	8
1996	8	8	8,5	8,5	10	12	13	13	11	9,5	9,5	9
1997	9	9	9,5	9,5	12	14	15	15	14	12	11	10

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.2.β

“Δ.ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Κ ΣΙΑ Ο.Ε.”

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΖΙΡΟΥ ΑΝΑ ΜΗΝΑ



	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙΟ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠΤ	ΟΚΤ	ΝΟΕΜ	ΔΕΚ
1994	6	6	6,5	6,5	8	10	11	11	10	9,5	8,5	7
1995	6,3	6,3	7,7	7,7	9,2	10	11	10	9,2	8,2	7,2	7,2
1996	6,7	6,7	7	7	8,4	10	10,8	10,8	9,3	7,9	7,9	7,5
1997	6,4	6,4	6,8	6,8	8,6	10	10,7	10,7	10	8,6	7,8	7,2

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.2.γ

■ Υπάρχει μια ακανόνιστη διασπορά του τζίρου ανά μήνα της εταιρίας «Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ» από χρόνο σε χρόνο.

Αιτίες αυτής της διασποράς θεωρούνται:

- Η γεωργική παραγωγή
- Η περίοδος που γίνονται οι πληρωμές των γεωργικών παραγωγών
- Ο αριθμός των καταναλωτών που έρχονται το καλοκαίρι στην περιοχή και «επενδύουν» στην πατρίδα τους
- Η πορεία των οικοδομικών δραστηριοτήτων

Τα προβλήματα που προκύπτουν εξ αιτίας αυτής της ακανόνιστης διασποράς είναι:

- Άτακτη ρευστότητα (και πωλήσεις)
- Περίοδοι εντόνου TRAFFIC (κυκλοφορίας) των καταναλωτών στο κατάστημα και περίοδοι «απραξίας»
- Δυσκολίες στην ορθολογική (παραγγελία - παραγωγή) επίπλων (αύξηση χρηματοοικονομικού κόστους)
- Δυσκολίες στην κατάστροψη επίκαιρης και έγκυρης επικοινωνιακής πολιτικής.

■ Συγκρίνοντας τους τζίρους των μηνών τα τελευταία τέσσερα χρόνια 1994 - 1997, δεν μπορεί να ξεχωρίσουν σαν PICK SEASONS (μήνες αιχμής) συγκεκριμένοι σταθεροί μήνες.

■ Με μία όμως σχετική βεβαιότητα μπορεί κανείς να ισχυρισθεί ότι υπάρχουν τρία μπλοκ με εξάρσεις:

- α) ΜΑΙΟΣ - ΙΟΥΝΙΟΣ
- β) ΙΟΥΛΙΟΣ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ
- γ) ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ

ΣΕ ΕΚΑΤ. ΔΡΧ

	1993	1994	1995	1996	1997
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	80	100	110	120	140
ΠΩΛΗΣΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ	65	92,5	101	110	130
ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	6,3	7,5	9	10	10
(ΜΕΙΟΝ) ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	71,3	90	98,8	108	126,5
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	8,7	10	11,2	12	13,5

**ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΓΕΝΙΚΗΣ
ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ**

1/1/1997 ΕΩΣ 31/12/1997

ΧΡΕΩΣΗ		ΠΙΣΤΩΣΗ			
1. Αποθέματα έναρξης χρήσης -Εμπορεύματα	78.300.000			1. Πωλήσεις	
-Πρώτες & βοηθητικές ύλες	300.000	78.600.000		-Εμπορευμάτων χονδρικής	16.100.000
2. Αγορές χρήσης -Εμπορεύματα	112.200.000			-Εμπορευμάτων λιανικώς	127.500.000
-Πρώτες & βοηθητικές ύλες	1.400.000	113.600.000		Σύνολο πωλήσεων	143.300.000
3. Μείον αποθέματα τέλους χρήσης -Εμπορεύματα	84.800.000			2. Λοιπά οργανικά έσοδα	
-Πρώτες & βοηθητικές ύλες	1.300.000	86.100.000		-Επιχ/σεις & διάφορα έσοδα	300.000
Αγορές & διασφορά αποθεμάτων		106.000.000		πωλήσεων	
4. Οργανικά έξοδα				Σύνολο λοιπών οργανικών εσόδων	300.000
-Αμοιβές & έξοδα προσωπικού		4.300.000		ΣΥΝΟΛΟ	143.600.000
-Παροχές τρίτων		10.400.000			
-Φόροι & τέλη		600.000			
Διάφορα έξοδα					
-Έξοδα μεταφορών	2.200.000				
-Έξοδα προβολής & διαφήμισης	1.800.000				
Λοιπά διάφορα έξοδα	1.300.000	5.300.000			
Τόκοι & συναφή έξοδα		3.500.000			
Σύνολο δαπανών		24.100.000			
Συνολικό κόστος		130.100.000			
Κέρδη εκμετάλλευσης		13.500.000			
ΣΥΝΟΛΟ		143.600.000			

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ
ΧΡΗΣΕΩΣ

31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1997

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ

Κύκλος εργασιών		143.600.000
Μείον κόστος πωλήσεων		130.100.000
Μερικά αποτελέσματα εκμετάλλευσης		13.500.000
Μείον έκτακτα αποτελέσματα (κέρδη)		9.300
έκτακτα & ανόργανα έξοδα		
έκτακτες ζημίες		
Οργανικά & έκτακτα αποτελέσματα (κέρδη)		13.490.700
Μείον σύνολο αποσβέσεων	6.332.000	
Μείον οι ενσωματωμένες στο λειτουργικό	6.332.000	
κόστος		
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ (ΚΕΡΔΗ)		13.500.000

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31/12/1997

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚ Ο			ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ
1. Γήπεδα - οικόπεδα		5.000.000	1. Εταιρικό κεφάλαιο
2. Κτίρια - εγκαταστάσεις κτιρίων	32.900.000		2. Αποτελέσματα εις νέον
Μείον	18.900.000	14.000.000	Υπόλοιπο κερδών εις νέον
αποσβέσεις			Σύνολο ιδίων κεφαλαίων
3. Μηχανήματ & εξοπλισμός	6.300.000		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ
Μείον	6.299.300	700.000	1. Δάνεια τραπεζών μακροπρόθεσμα
αποσβέσεις			2. Δάνεια τραπεζών βραχυπρόθεσμα
4. Μεταφορικά μέσα	15.900.000		3. Πιστωτές διάφοροι
Μείον	11.700.900	4.199.100	4. Προμηθευτές
αποσβέσεις			5. Γραμμάτια πληρωτέα
5. Επιπλα & εξοπλισμός	1.300.000		6. Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη
Μείον	150.000	1.150.000	
αποσβέσεις			7. Ασφαλιστικοί οργανισμοί
Σύνολο παγίου ενεργητικού		24.349.800	Σύνολο υποχρεώσεων
ΚΥΚΛΟΦΟ- ΡΟΥΝ			ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚ Ο		85.000.000	
1			
Εμπορεύματα		5.000.000	
2. Πρώτες & βοηθητικές ύλες		7.000.000	
3. Πελάτες			
		600.000	
4. Χρεώστες διάφοροι		1.350.000	
5. Χρηματικά διαθέσιμα		98.950.000	
Σύνολο			
κυκλοφορούντ ος			
ενεργητικού		123.299.800	
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ			

ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ / ΘΕΣΕΙΣ

ΟΝΟΜΑ	ΘΕΣΗ
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ / ΥΠΥΘΥΝΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΖΙΩΓΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ SERVICE
ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΖΙΩΓΑ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	ΠΩΛΗΣΗΕΙΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ
ΚΟΚΚΙΝΙΔΟΥ ΕΛΕΝΗ	ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.3

**ΕΠΙΣΗΣ ΤΟ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟ ΣΤΕΛΕΧΩΝΕΙ ΔΥΝΑΜΗ 10
ΑΤΟΜΩΝ**

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΕΠΙΠΛΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΣΕΡΡΩΝ

1. ``ΑΦΟΙ ΒΑΓΕΝΑ``
 ΔΗΜΟΓΕΡΟΝΤΩΝ 5 - ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο: 66.894
 οικογενειακή επιχείρηση με μετόχους 2 αδέρφια. Κατασκευάζουν και πωλούν έπιπλα από καλάμι BABOO.
 Διατηρούν μικρή βιοτεχνία και εκθεσιακό χώρο στο Ν. Σούλι Σερρών.
 Πωλήσεις στην πόλη των Σερρών καθώς και σε όλο το νομό.

2. ``ΤΟ ΚΑΛΑΜΙ`` ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ
 ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 44, ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο : 67215 κ 78960
 Ατομική επιχείρηση. Κατασκευάζουν και πωλούν έπιπλα από ξύλο και BABOO. Διαθέτει εργοστάσιο στη ΒΙΠΕ Σερρών και έκθεση στην πόλη των Σερρών. Είναι ο κυριότερος ανταγωνιστής μας στην πόλη των Σερρών.

3. ``SATO`` ΣΠΥΡΟΣ ΚΑΡΑΜΑΝΙΔΗΣ
 ΑΡΧ. ΜΑΚΑΡΙΟΥ 4, ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο: 57093
 Αποκλειστικός αντιπρόσωπος των επίπλων γραφείου της εταιρίας ``SATO``.

4. ``MODECO`` ΤΑΦΛΑΝΙΔΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
 ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 80, ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο: 55240
 Το κατάστημα λειτουργεί με το σύστημα FRANCHISING.
 Πωλήσεις σε παιδικά έπιπλα και έπιπλα γραφείου της εταιρίας ``MODECO``.

5. ``DROMEAS`` ΠΑΠΑΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΑΕΒΕΑ.
 Τηλέφωνο : 78322
 Διατηρούν εργοστάσιο στη ΒΙΠΕ Σερρών. Μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες κατασκευής επίπλων γραφείου. Διαθέτουν αποκλειστικούς αντιπροσώπους σε 16 πόλεις της Ελλάδας και 11 Ευρωπαϊκές χώρες. Εκθεσιακοί χώροι υπάρχουν στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη και στη Βουλγαρία.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα αγοράς που πραγματοποιήσαμε και βασιζόμενοι στις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά των Σερρών, όπως :

- Ο σχετικά μικρός αριθμός ανταγωνιστών
- Οι όλο και αυξανόμενες απαιτήσεις για σύγχρονα έπιπλα γραφείου
- Ο μεγάλος αριθμός δυνητικών πελατών.

Καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η εμπορία επίπλων γραφείου είναι μια συμφέρουσα επένδυση (επέκταση) για την επιχείρησή μας.

Αρχικά η τοποθέτηση της καινούριας σειράς επίπλων θα γίνει στον υπάρχον εκθεσιακό χώρο (SHOP IN THE SHOP) εμπλουτίζοντας έτσι τη γκάμα του καταστήματός μας.

Η ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού όσον αφορά την επέκταση της επιχείρησης ``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ`` στο χώρο των επίπλων γραφείου θα γίνει μέσω μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής Marketing :

- Διαφήμιση
- Προώθηση
- Δημόσιες σχέσεις.

6. "VELO SA" ΓΑΝΙΤΣΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ
 ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ ΠΑΝΑΓΟΥΛΗ 10 ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο : 29234
 Ατομική επιχείρηση. Διατηρεί εκθεσιακό χώρο 250 τ.μ. πωλήσεις σε παιδικά έπιπλα κυρίως και έπιπλα γραφείου στην πόλη των Σερρών.
7. "NEOSET" ΓΕΩΡΓΑΚΗΣ ΕΥΡΙΠΙΔΗΣ
 ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ 1 ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο : 24820
 Ατομική επιχείρηση. Διατηρεί εκθεσιακό χώρο 200 τ.μ. πωλήσεις σε παιδικά και σύνθετα της εταιρίας "NEOSET", κυρίως στην πόλη των Σερρών.
8. "ΕΠΙΠΛΑ ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗΣ"
 ΑΜΥΝΤΑ 3, ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο : 26776
 Ατομική επιχείρηση. Πωλήσεις σε παιδικά και φοιτητικά έπιπλα στην ευρύτερη περιοχή των Σερρών.
9. "MOBILI DOMANI" ΚΥΡΙΑΚΟΠΟΥΛΟΥ ΑΓΓΕΛΙΝΑ
 Μ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ 10, ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο : 0321 - 53075
 Αντιπρόσωπος των Ιταλικών επίπλων "MOBILI DOMANI", πωλήσεις σε παιδικά, και εφηβικά έπιπλα, έπιπλα γραφείου, κουζίνες και επιπλοσυνθέσεις.
10. "ΕΠΙΠΛΑ Χ, ΤΟΥΛΟΥΠΑΚΗ - Α. ΝΑΚΑΧΤΣΗ"
 Μ. ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ 1, ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο : 24463
 Πωλήσεις σε γενικά αλλά και σε παιδικά έπιπλα στην πόλη των Σερρών.
11. "ΜΟΛΟΣ, ΕΙΡΗΝΗ ΠΟΤΚΟΒΙΡΙΝΑ"
 ΦΙΛΙΠΠΟΥ 8, ΣΕΡΡΕΣ
 τηλέφωνο : 58248
 Κατασκευή και πώληση επίπλων γραφείου. Το εργοστάσιο βρίσκεται στο 2^ο χιλ. Σερρών - Νεοχωρίου και η έκθεση στην πόλη των Σερρών. Πωλήσεις στην πόλη και στο νομό Σερρών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ, STRENGTHS

- Εκθετήριοι χώροι, άνετοι, καθαροί, μεγάλοι
- Σχετικά ολοκληρωμένη γκάμα στο χώρο των επίπλων BABOO
- Εντοπιότητα
- Ανταγωνιστικές (μεσαίες) τιμές.

ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ, WEAKNESSES

- Όχι ιδιαίτερα ισχυρός και ελκυστικός χαρακτήρας λόγω τυποποιημένου DECOR
- Ασαφή διαφοροποίηση από τους ανταγωνιστές της περιοχής.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ, OPPORTUNITIES

- Αύξηση του κλάδου των επίπλων γραφείου
- Τάσεις περιφερειακής ανάπτυξης της αγοράς μακριά από τα μεγάλα αστικά κέντρα π.χ. Θεσσαλονίκη.

ΚΙΝΔΥΝΟΙ, THREATS

- Παρατεταμένη οικονομική κρίση
- Παγκόσμιες αρνητικές εξελίξεις που επηρεάζουν άμεσα την Ελληνική οικονομία
- Προβλήματα και μείωση των αγροτικών εισοδημάτων
- Έντονα ανταγωνιστικός κλάδος που συμπιέζει τις τιμές (και το κέρδος) συνεχώς προς τα κάτω
- Τάσεις υποχώρησης της οικοδομικής δράσης.

1.ΣΧΕΔΙΟ MARKETING

POSITIONING (ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ) ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

``Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ' ΣΙΑ ΟΕ``

- 1) Έπιπλα baboo μοντέρνα και κλασσικά
- 2) Έπιπλα baboo αρίστης ποιότητας και προδιαγραφών
- 3) Έπιπλα baboo για αυτούς που ενδιαφέρονται για την αισθητική εμφάνιση του χώρου τους και δαπανούν χρήματα για την γενική αισθητική του σπιτιού
- 4) Λύσεις για αυτούς που ακολουθούν τις σύγχρονες τάσεις και θέλουν μια σχετικά συνεχή ανανέωση στην εσωτερική και εξωτερική διακόσμηση του σπιτιού.

ΣΤΟΧΟΙ MARKETING

- Άριστη εξυπηρέτηση εστιάζοντας στις σημερινές και αυριανές ανάγκες του πελάτη που αναζητά συνεχώς λύσεις
- Να ξεχωρίζει και να διαφοροποιείται από τα υπόλοιπα καταστήματα
- Αύξηση γκάμας προϊόντων και περισσότερη κίνηση στο κατάστημα (TRAFFIC)
- Κερδοφόρος ανάπτυξη
- Δημιουργία SHOPS IN SHOP OR CORNERS IN SHOP (``ΓΩΝΙΕΣ`` μέσα στο κατάστημα που όμως λειτουργούν και με μια σχετική αισθητική και εμπορική αυτονομία-boutiques).

ΑΓΟΡΑ ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΎΔ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ' ΣΙΑ ΟΕΎ

	ΠΡΩΤΕΥΩΝ ΣΤΟΧΟΣ		ΔΕΥΤΕΡΕΥΩΝ ΣΤΟΧΟΣ	
	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΑΝΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΑΝΔΡΕΣ
ΗΛΙΚΙΑ	25 - 44	25 - 44	5 - 14	5 - 14
ΕΚΠΑΙ ΔΕΥΣΗ	ΜΕΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗ	ΜΕΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗ	ΜΕΣΗ	ΜΕΣΗ
ΔΙΑΜΟΝΗ	ΠΟΛΗ ΣΕΡΡΩΝ ΕΠΑΡΧ. ΣΕΡΡΩΝ	ΠΟΛΗ ΣΕΡΡΩΝ ΕΠΑΡΧ. ΣΕΡΡΩΝ	ΕΠΑΡΧΙΑ ΣΕΡΡΩΝ	ΕΠΑΡΧΙΑ ΣΕΡΡΩΝ
ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΟΙΚΟΓΕ ΝΕΙΑΚΟ	ΜΕΣΑΙΟ	ΜΕΣΑΙΟ	ΜΕΣΑΙΟ ΑΝΩΤΕΡΟ	ΜΕΣΑΙΟ ΑΝΩΤΕΡΟ
ΟΙΚΟΓΕ ΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑ ΣΗ	ΠΑΝΤΡΕΜ ΕΝΕΣ ΑΡΡΑΒΩΝΙ ΑΣΜΕΝΕΣ	ΠΑΝΤΡΕΜ ΕΝΟΙ ΑΡΡΑΒΩΝΙ ΑΣΜΕΝΟΙ		
ΤΑΞΗ	C1, C2	C1, C2	B	B

TARGET GROUP**ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ' ΣΙΑ ΟΕ''****A) ΦΥΛΟ**

- άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες, ή στη δημιουργία επιχείρησης (στόχος: έπιπλα γραφείου)

B) ΗΛΙΚΙΑ

- 25 - 44 ετών, άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες (στόχος)

Γ) ΤΟΠΟΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ

- πόλη Σερρών
- επαρχία Σερρών

Δ) ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΑΞΕΙΣ B, C1, C1**E) ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ**

- ανώτατη
- ανώτερη
- μέση

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ MARKETING

Απαραίτητη προϋπόθεση για την αλλαγή της εικόνας της εταιρίας `` Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ `` θεωρείται η ύπαρξη μιας οργανωτικής δομής που να επιτρέπει την ανώδυνη μετάβαση στο νέο STYLE και παράλληλα διαρκή ενημέρωση και φαντασία για την διατήρησή του.

Εξειδικευμένες γνώσεις θα είναι απαραίτητες στο αρχικό στάδιο ενώ η συντήρηση απαιτεί φαντασία, αναζήτηση, δημιουργικότητα και σωστή ερμηνεία των μηνυμάτων από τον καταναλωτή.

Προτείνεται να δημιουργηθεί μια οργανωτική δομή η οποία να εξασφαλίζει την προμήθεια (όχι απαραίτητα από τους ίδιους προμηθευτές) επίπλων γραφείου στο νέο STYLE, τοποθέτησή τους στο χώρο του καταστήματος με ελκυστικό τρόπο, έτσι ώστε ο καταναλωτής στην επίσκεψή του να παίρνει ευκολότερα τις αποφάσεις του.

Επίσης, θεωρείται απαραίτητη η ύπαρξη ικανής μηχανογράφησης που να μας εξασφαλίζει τις πιο χρήσιμες πληροφορίες.

Η φιλοσοφία στηρίζεται στην συνεχή πρόκληση του καταναλωτή από νέα σχέδια, χρώματα και STYLE καθώς επίσης και στο ONE-SHOP-TRIP, που τον αποκλείει από το SHOPPING (ψάχνοντας αλλού).

Κατά συνέπεια θα πρέπει η εσωτερική εμφάνιση να ξεφύγει από την απλή έκθεση - προβολή και διάταξη εν σειρά των εμπορευμάτων (νεκρή φύση) και να ακολουθήσει μια σύγχρονη ζωντανή μορφή με πολλαπλές λύσεις που θα προκαλούν.

Η δημιουργία SHOPS-IN-SHOP θα κρατά καθηλωμένο τον καταναλωτή σε κάθε του επαφή με τον χώρο.

Παράλληλα θα του δίνει εύκολες λύσεις για το STYLE του χώρου, βοηθώντας τον να βλέπει λύσεις από το να τις φαντάζεται.

2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

TARGET GROUP

■ Το κοινό της ``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ`` έχει πολλά χαρακτηριστικά ομοιογενή, όπως είναι ο τόπος διαμονής, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, αλλά και πολλά ανομοιογενή χαρακτηριστικά όπως:

- επάγγελμα |
- μόρφωση |===== > δημογραφικά
- εισόδημα |

- τρόπος ζωής |
- αίτια αγοράς |===== > ψυχογραφικά
- είδος αγοράς |

■ Οι γυναίκες είναι αυτές που αποφασίζουν για την αγορά προϊόντων αλλά η τελική απόφαση είναι περισσότερο συλλογική διότι το ποσόν αγοράς είναι σημαντικό.

■ Οι ηλικίες που πρέπει να επικεντρωθεί / εστιάσει το ενδιαφέρον της η εταιρία ``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ`` είναι μεταξύ 25 - 44 και γυναίκες

■ Επίσης, εστίαση πρέπει να γίνει και στην πόλη των Σερρών και στην επαρχία Σερρών. Η πόλη των Σερρών επηρεάζει την απόφαση και γνώμη της επαρχίας χωρίς να συμβαίνει και το αντίθετο.

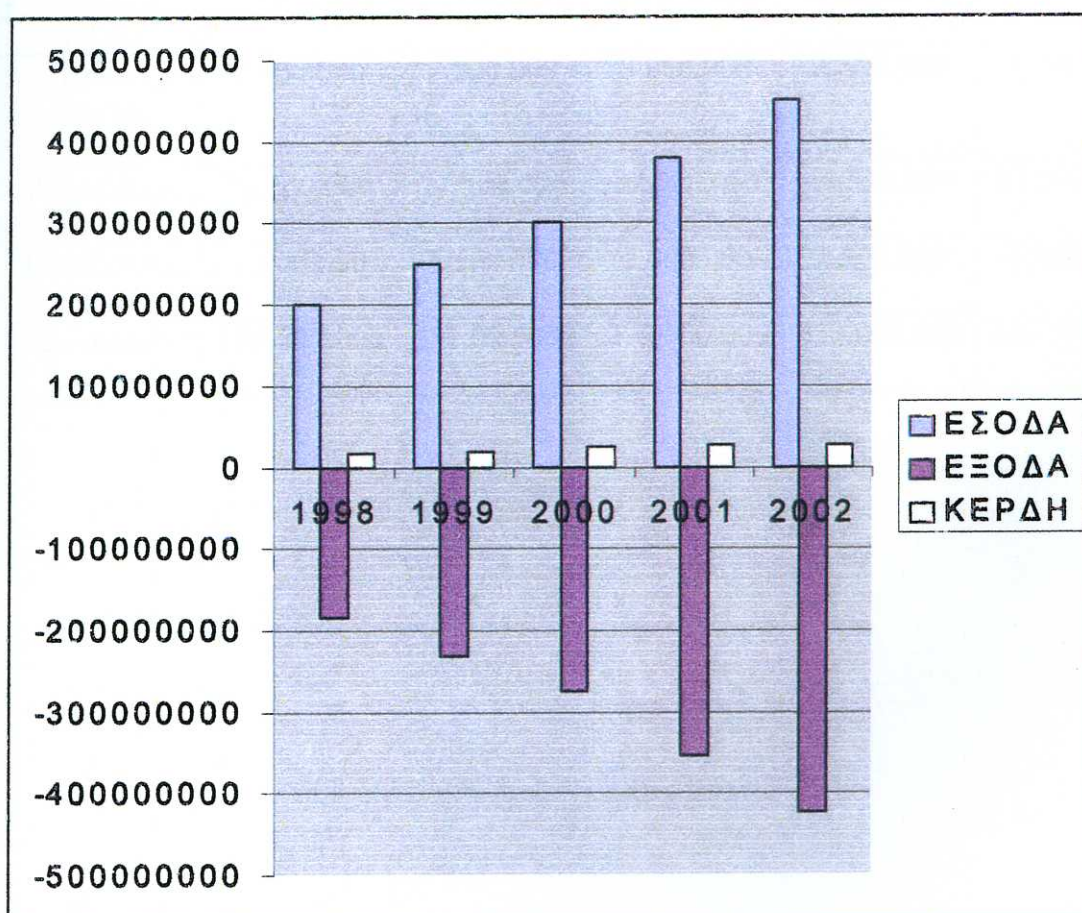
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ

Με βάση το πρόγραμμα marketing, τα βασικά στοιχεία που πρέπει να προβάλλονται σε μόνιμη βάση:

1. ποικιλία και ολοκληρωμένη γκάμα των προσφερόμενων ειδών
2. άριστες τιμές (προτείνεται να μην χρησιμοποιηθούν οι λέξεις φθηνές - χαμηλές τιμές)
3. άνετος - ωραίος - εκθετήριο χώρος
4. προσφερόμενο service (ζεστή προσωπική αντιμετώπιση / μεταφορά εγκατάσταση δωρεάν).

ΓΕΝΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Προβλέψεις	1998	1999	2000	2001	2002
Ακαθάριστα έσοδα	200.000.000	250.000.000	300.000.000	380.000.000	450.000.000
Συνολικά έξοδα	183.500.000	231.000.000	275.500.000	354.000.000	422.500.000
Αποτ/σματα (κέρδη)	16.500.000	19.000.000	24.500.000	26.000.000	27.500.000



* Βλέπε και σχεδιάγραμμα σελ. 90

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ

Προβλέψεις	1998	1999	2000	2001	2002
Κόστος αγοράς	110.000.000	140.000.000	165.000.000	215.000.000	255.000.000
Δαπάνες προσωπικού	30.000.000	40.000.000	50.000.000	60.000.000	70.000.000
Αμοιβές & έξοδα τρίτων	2.000.000	2.500.000	3.000.000	3.500.000	4.000.000
Παροχές τρίτων	2.000.000	2.500.000	3.000.000	3.500.000	4.000.000
Φόροι - τέλη	2.000.000	2.500.000	3.000.000	3.500.000	4.000.000
Διάφορα έξοδα	10.000.000	12.000.000	14.000.000	18.000.000	21.000.000
Τόκοι - συναφή έξοδα	2.000.000	2.500.000	3.000.000	3.500.000	4.000.000
Αποσβέσεις παγίων	26.500.000	27.500.000	32.500.000	44.500.000	61.500.000
Προβλέψεις εκμ/σης	1.000.000	1.500.000	2.000.000	2.500.000	3.000.000
Συνολικό κόστος	183.500.000	231.000.000	275.500.000	354.000.000	422.500.000

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΣΟΔΩΝ

Προβλέψεις	1998	1999	2000	2001	2002
1.Πωλήσεις εμπ/των	140.000.000	175.000.000	210.000.000	270.000.000	320.000.000
- Σαλόνια	80.000.000	110.000.000	130.000.000	180.000.000	220.000.000
- Κρεβατοκά μαρες	40.000.000	40.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000
- Έπιπλα γραφείου	20.000.000	25.000.000	35.000.000	45.000.000	55.000.000
2. Παροχή υπηρεσιών	20.000.000	25.000.000	30.000.000	40.000.000	50.000.000
- Επισκευές	15.000.000	20.000.000	20.000.000	25.000.000	30.000.000
- Πωλήσεις για λογ/σμό τρίτων	5.000.000	5.000.000	10.000.000	15.000.000	20.000.000
3. Λοιπά οργανικά έσοδα	40.000.000	50.000.000	60.000.000	70.000.000	80.000.000
- Επιχορηγήσ εις	20.000.000	25.000.000	25.000.000	20.000.000	20.000.000
- Έσοδα κεφαλαίων	15.000.000	20.000.000	25.000.000	30.000.000	30.000.000
- Έσοδα παρεπ/νων ασχολιών	5.000.000	5.000.000	10.000.000	20.000.000	30.000.000
Συνολικά έσοδα	200.000.000	250.000.000	300.000.000	380.000.000	450.000.000

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 1999

Στις εμπορικές επιχειρήσεις όπου δεν υπάρχουν παραγωγικά κόστη και υψηλά διοικητικά έξοδα η επένδυση σε θέματα επικοινωνίας κυμαίνεται από 5 - 15% επί τζίρου ανάλογα με το προϊόν, την εταιρία και την επιλογή ενίσχυσης ή όχι του υπό προβολή προϊόντος / επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Στην περίπτωση της εταιρίας ``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ`` και με δεδομένα:

- τον ανταγωνισμό
- την ελαστικότητα των επίπλων (σε θέματα τιμών)
- τον ``προσωπικό`` χαρακτήρα της μέχρι τώρα ακολουθούμενης επικοινωνιακής πολιτικής που ενισχύεται από το γεγονός ότι η εταιρία ``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ`` κινείται σε μία ``σχετικά κλειστή`` αγορά.

Προτείνεται οι δαπάνες για επικοινωνία να μην ξεπεράσουν το (2 - 2,5 %) επί του προβλεπόμενου τζίρου.

Δηλαδή, δαπάνη της τάξης των : 2 - 3.500.000 δραχμών.

Οι προτεινόμενες δαπάνες λαμβάνουν υπ' όψιν ότι εάν αυξηθεί η γκάμα των προσφερόμενων ειδών, τότε θα χρειασθεί έντονη επικοινωνιακή προσπάθεια για να γνωστοποιηθούν αυτά τα νέα είδη και ο νέος χαρακτήρας τη εταιρίας ``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ``.

ΚΟΝΔΥΛΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Η διάσπαση μεταξύ μέσων πάνω από τη γραμμή (διαφήμιση) και κάτω από τη γραμμή (προώθηση πωλήσεων) να γίνει στη βάση του 60 - 40 %.
ΔΗΛΑΔΗ :

	<u>1° ΠΛΑΝΟ</u>	<u>2° ΠΛΑΝΟ</u>
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ :	1.700.000	2.100.000
ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ :	1.100.000	1.400.000
	<hr/>	
ΣΥΝΟΛΟ :	2.800.000	3.500.000

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 19991° ΣΧΕΔΙΟ

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ : 1.700.000 δραχ.

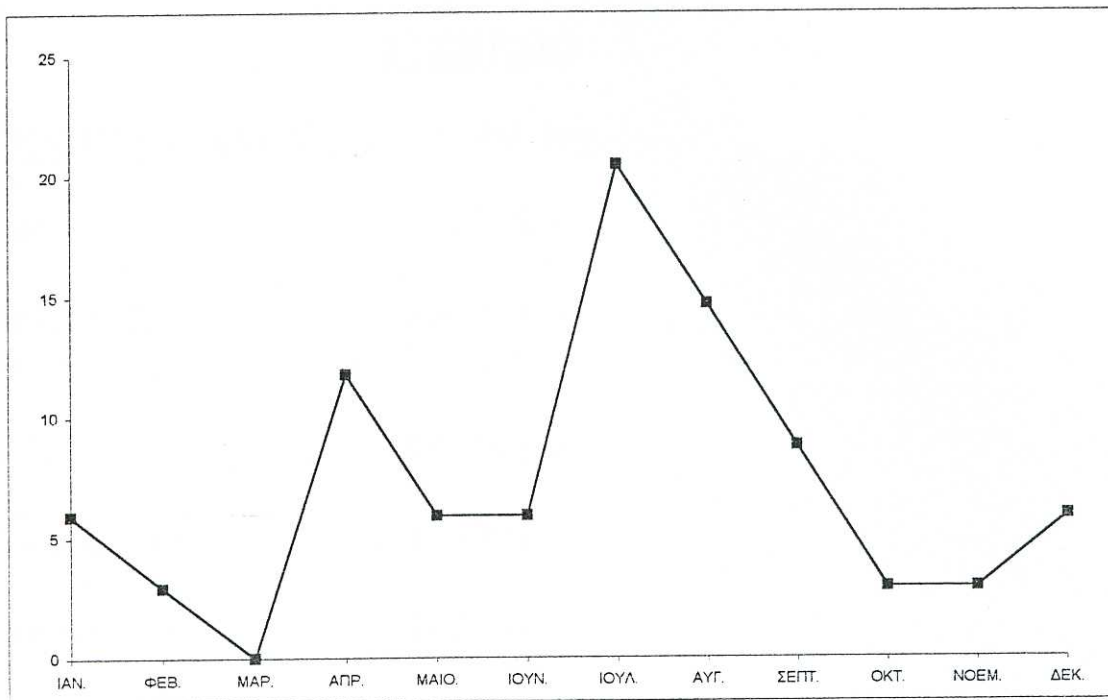
P / Φ 46%	:	800.000 «
♦ ΧΟΡΗΓΙΕΣ	:	500.000 «
♦ SPOTS	:	300.000 «
T.V 30%	:	500.000 «
ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	:	200.000 «
STAND BY	:	200.000 «

ΠΛΑΝΟ 1°ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΚΟΝΔΥΛΙΟΥ1999 - 1700000 ΔΡΧ.

ΜΗΝΕΣ	P / Φ	T.V	ΠΕΡΙΟ- ΔΙΚΑ	ΣΥΝΟΛΟ	% ΕΠΙ ΔΑΠΑΝΗΣ
ΙΑΝΟΥ	46.000	30.000	24.000	100.000	5,9
ΦΕΒΡ	25.000	25.000		50.000	3,0
ΜΑΡΤ					
ΑΠΡΙΛ	92.000	60.000	48.000	200.000	11,8
ΜΑΪΟΣ	100.000			100.000	5,9
ΙΟΥΝΙΟ	100.000			100.000	5,9
ΙΟΥΛΙΟ	161.000	105.000	84.000	350.000	20,5
ΑΥΓΟΥ	161.000	105.000	84.000	250.000	14,7
ΣΕΠΤΕ	150.000			150.000	8,8
ΟΚΤΩΒ		50.000		50.000	3,0
ΝΟΕΜ		50.000		50.000	3,0
ΔΕΚΕΜ	100.000			100.000	5,9
ΣΥΝΟΛ	935.000	625.000	240.000	170000 0	100
STAND BY				200.000	

“Δ.ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ ΣΙΑ Ο.Ε.”

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΚΟΝΔΥΛΙΟΥ 1999
ΠΛΑΝΟ1ο : 1700000 ΔΡΧ



1999	ΙΑΝ.	ΦΕΒ.	ΜΑΡ.	ΑΠΡ.	ΜΑΙΟ.	ΙΟΥΝ.	ΙΟΥΛ.	ΑΥΓ.	ΣΕΠΤ.	ΟΚΤ.	ΝΟΕΜ.	ΔΕΚ.
% ΕΠΙ ΔΑΠΑΝΗΣ	5,9	2,9	0	11,8	5,9	5,9	20,5	14,7	8,8	2,9	2,9	5,9

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 19992^ο ΣΧΕΔΙΟ

ΠΡΥΠΟΛΟΓΟΣΙΣΜΟΣ : 2.100.000 δρχ.

P / Φ 40% : 850.000 «

♦ ΧΟΡΗΓΙΕΣ : 550.000 «

♦ SPOTS : 300.000 «

T.V 40% : 850.000 «

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ 13% : 300.000 «

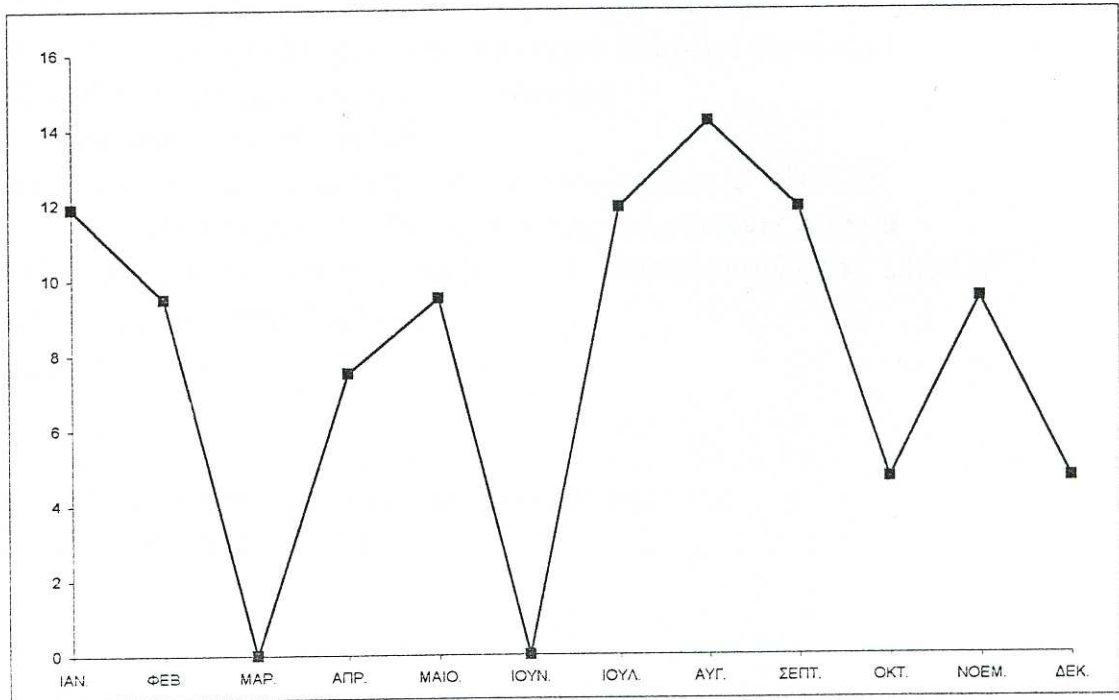
STAND BY 7% : 100.000 «

ΠΛΑΝΟ 2^οΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΚΟΝΔΥΛΙΟΥ1999 - 2100000 ΔΡΧ.

ΜΗΝΕΣ	P / Φ	T.V	ΠΕΡΙΟ- ΔΙΚΑ	ΣΥΝΟΛΟ	% ΕΠΙ ΔΑΠΑΝΗΣ
ΙΑΝ	100.000	100.000	50.000	250.000	11,9
ΦΕΒΡ	100.000	100.000		200.000	9.5
ΜΑΡΤ					
ΑΠΡΙΛ	100.000	75.000	25.000	150.000	7,1
ΜΑΙΟΣ	100.000	100.000		200.000	9.5
ΙΟΥΝΙΟ					
ΙΟΥΛΙΟ	100.000	100.000	50.000	250.000	11,9
ΑΥΓΟΥ	125.000	125.000	50.000	300.000	15,9
ΣΕΠΤΕ	100.000	150.000		250.000	11,9
ΟΚΤΩΒ	100.000			100.000	4,7
ΝΟΕΜ	50.000	100.000	50.000	200.000	9.5
ΔΕΚΕΜ	50.000	50.000		100.000	4,7
ΣΥΝΟΛ	925.000	925.000	250.000	210000 0	100.0
STAND BY				100.000	

“Δ.ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ ΣΙΑ Ο.Ε.”

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΥ ΚΟΝΔΥΛΙΟΥ 1999
ΠΛΑΝΟ2ο : 2100000 ΔΡΧ



1999	ΙΑΝ.	ΦΕΒ.	ΜΑΡ.	ΑΠΡ.	ΜΑΙΟ.	ΙΟΥΝ.	ΙΟΥΛ.	ΑΥΓ.	ΣΕΠΤ.	ΟΚΤ.	ΝΟΕΜ.	ΔΕΚ.
% ΕΠΙ ΔΑΠΑΝΗΣ	11,9	9,5	0	7,5	9,5	0	11,9	14,2	11,9	4,7	9,5	4,7

3. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΣΤΟΧΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

- Προβολή της εταιρίας ``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ`` στην πόλη των Σερρών, στην επαρχία Σερρών και στο νομό Σερρών, ευρύτερα
- προβολή σε περιόδους αιχμής της εταιρίας
``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ``
- μόνιμη συντήρηση ονόματος ``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ``
- δημιουργία συγκεκριμένης διαφημιστικής φιλοσοφίας που θα προβάλλει τον χαρακτήρα της εταιρίας ``Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ``
 - εγκαταστάσεις (περιβάλλον)
 - γκάμα προϊόντων
 - τιμές
 - service
- προβολή των νέων προϊόντων στη γκάμα της
``Δ. Παπαδόπουλος κ' Σία ΟΕ``.

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟ

Για την ανάπτυξη του προτεινόμενου προγράμματος απαιτούνται:

- τηλεοπτικό spot (πρέπει να ανανεώνεται αφού θα δείχνει μοντέλα επίπλων)
- spot για ραδιόφωνο (έπιπλα γραφείου), (από την στιγμή που η εταιρία μπει σε αυτό το συγκεκριμένο χώρο)
- μακέτα για περιοδικό Σερρών (ολοσέλιδο, τετράχρωμο).

ΤΑΚΤΙΚΗ ΜΕΣΩΝ

■ Βασικά οχήματα της διαφημιστικής καμπάνιας προτείνονται να είναι:

- ραδιόφωνο
- τηλεόραση

■ ειδικά στο κλείσιμο των ραδιοφωνικών προγραμμάτων προτείνεται κυρίως να αναζητηθούν γυναικεία προγράμματα για χορηγίες

■ για την τηλεόραση προτείνεται να μπαίνουν τα spot στις ώρες που παίζονται ταινίες μεταξύ: 21:00 - 23:00

■ η χρήση των περιοδικών θα γίνεται στις περιόδους (μήνες):

- ΠΑΣΧΑ
- ΙΟΥΛΙΟ - ΑΥΓΟΥΣΤΟ
- ΝΟΕΜΒΡΙΟ
- ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

4. ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ, ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗ

ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

ΠΛΑΝΟ 1^ο : 1.100.000

ΠΛΑΝΟ 2^ο : 1.400.000

ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

- Να συμβάλει στη δημιουργία μιας πιο στενής προσωπικής σχέσης με τους πελάτες / υποψήφιους πελάτες της εταιρίας
``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ``
- Να προσφέρει «βραχυχρόνια κίνητρα» (ευκαιρίες) που θα βοηθήσουν την εταιρία ``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ`` να :
 - προσελκύσει νέους πελάτες
 - αξιοποιήσει στο μέγιστο εποχιακές εξάρσεις (Πάσχα - Καλοκαίρι)
 - τονώσει περιόδους κάμψης
 - δώσει κίνητρα για περισσότερες και μεγαλύτερες αγορές στους πελάτες που μπαίνουν στο κατάστημα
 - αντιμετωπίσει πιο αποτελεσματικά τον ανταγωνισμό
 - υποστηρίξει διαφημιστικές ενέργειες και δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων.

ΣΤΟΧΟΙ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ

- Να επεκτείνει τις σχέσεις της εταιρίας ``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ`` με τον ευρύτερο κοινωνικό χώρο των Σερρών
- Να προωθήσει τη γενικότερη επικοινωνιακή φιλοσοφία της εταιρίας ``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ``
- Να προβάλλει τον χαρακτήρα μιας επιχείρησης που ευαισθητοποιείται στα διάφορα κοινωνικά θέματα του χώρου
- Να εκμεταλλευθεί την συνεχώς αυξανόμενη ανάγκη των τοπικών μέσων μαζικής επικοινωνίας για :

- ειδήσεις
- ρεπορτάζ
- συνεντεύξεις

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

- Περιοδικές προσφορές σε συγκεκριμένες σειρές προϊόντων (π.χ. τα σαλόνια baboo 30 % έκπτωση).
- Διαγωνισμός : προτείνεται να γίνει ένας διαγωνισμός όπου συνολικά προσφερόμενα δώρα να είναι περίπου 1.000.000 δρχ.
Τα προσφερόμενα δώρα μπορεί να είναι :
 - πλυντήριο πιάτων
 - T.V
 - σειρά καθαρολικών
 - άλλα μικρότερα σκεύη οικιακής χρήσης
 - τoστιέρα
 - καφετιέρα κ.λ.π.
 - μικρά έπιπλα της εταιρίας ``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ``
- Συνδεδεμένες προσφορές :
με την αγορά συγκεκριμένης αξίας επίπλων ένα δώρο προσδιορισμένης αξίας (π.χ. με αγορά 500.000 δρχ. ένα δώρο αξίας 30.000 δρχ.)

■ Παραγωγή φυλλαδίων

Δυνατές μορφές φυλλαδίων είναι :

- τρίπτυχο
- τετρασέλιδο
- οκτασέλιδο

Σε αυτά τα έντυπα θα απεικονίζονται :

- ο εξωτερικός χώρος των εκθετηρίων
- ο εσωτερικός χώρος με αντιπροσωπευτικά έπιπλα διαφόρων κατηγοριών

Αυτά τα φυλλάδια μπορεί να χρησιμοποιηθούν για :

- ταχυδρόμηση
- διανομή σε πελάτες που επισκέπτονται το κατάστημα
- διανομή σε σημεία όπου περνούν ή συχνάζουν δυνητικοί πελάτες
- διανομή door to door.

■ Δημιουργία διαφημιστικών δώρων :

- μικρά αξεσουάρ

■ ρολόγια κουζίνας / γραφείου

■ μικροαντικείμενα γραφείου (μολυβοθήκες / αριθμομηχανές)

■ μικροαντικείμενα με βάση το ξύλο, baboo

- σουβέρ
- ξύλινες μινιατούρες σπιτιών
- ομπρελοθήκες
- ημερολόγια για επαγγελματίες (ντοσιέ)

■ Εκδηλώσεις - happenings με θέματα :

- λύσεις για το σύγχρονο σπίτι (ομιλία)
- διακόσμηση / αρχιτεκτονική εσωτερικών χώρων (ομιλία)
- νέα υλικά επίπλων

Αυτές οι εκδηλώσεις πρέπει να αναληφθούν από έναν φορέα / σύλλογο και η εταιρία ``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ`` να εμφανιστεί ως χορηγός.

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Αυτές δεν μπορούν να προσδιοριστούν με τη σαφήνεια των ενεργειών της προώθησης πωλήσεων.

Εντούτοις κάθε ενέργεια πρέπει να λαμβάνει σοβαρά υπ' όψιν τους στόχους των δημοσίων σχέσεων.

Η φιλοσοφία που πρέπει να χαρακτηρίζει τέτοιες ενέργειες συνοψίζεται στα παρακάτω :

- Σύνδεση της εταιρίας ``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ`` με το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον των Σερρών.
- Διακριτική προβολή του ονόματος ``Δ. Παπαδόπουλος κ Σία ΟΕ``.
- Προβολή των ανθρώπων του καταστήματος ``Δ. Παπαδόπουλος κ' ΣΙΑ ΟΕ``
- Δημιουργία θετικής εικόνας για την επιχείρηση (να προκαλέσει την επικοινωνία στόμα με στόμα).

5. ΣΤΟΧΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ 1999

Μια αναδρομή από το 1997 και πριν :

Είμαστε μια εταιρία επίπλων που λειτουργούμε στο νομό Σερρών, στοχεύοντας στην ευρύτερη αγορά της επαρχίας Σερρών και του νομού Σερρών.

Οι πωλήσεις μας το 1997 ήταν 140 εκατ. δρχ. παρουσιάζοντας σημαντική αύξηση έναντι του 1996.

Έχουμε περιορισμένες πληροφορίες για την αγορά αλλά γνωρίζουμε ότι έχουμε αξιόλογη θέση στην πόλη και στην επαρχία Σερρών.

Ο ανταγωνισμός είναι ιδιαίτερα έντονος στα έπιπλα γραφείου.

Μεγάλες εταιρίες με δίκτυο διανομής και εκτός νομού έχουν πλεονεκτήματα και επίσης έχουν έδρα στην περιοχή των Σερρών.

Όλα αυτά συμβαίνουν σε μια αγορά όπου υπάρχει μεγάλος νεωτερισμός προϊόντων.

Δεν έχουμε εκμεταλλευτεί τις κτιριακές μας εγκαταστάσεις στο μέγιστο δυνατό και τις εναλλακτικές προτάσεις αγορών επίπλων προς τους καταναλωτές.

Διαφαίνεται ότι η στρατηγική marketing πρέπει να οριστεί με σαφήνεια (απαντώντας στις προκλήσεις των καιρών) και να ακολουθηθεί με πειθαρχία.

ΑΥΡΙΟ :

Στο τέλος του 1999 θα αναγνωριζόμαστε σαν μια επιθετική εταιρία με ευρεία γκάμα προϊόντων επίπλων.

Θα πρέπει να αναπτυχθεί μια στρατηγική marketing που θα χαρακτηρίζεται από άριστη τεχνική, συλλογική προσπάθεια, διάθεση νίκης και κερδοφόρα αποτελέσματα.

Οι πωλήσεις μας θα φτάσουν στα 200 εκατ. δρχ. με ποσοστό αύξησης 20 %.

Η ανάπτυξή μας θα σχεδιαστεί προσεκτικά. Θα αναπτυχθούμε στον τομέα των επίπλων γραφείου και θα επεκτείνουμε την προσπάθειά μας στην επαρχία Σερρών και Σιντικής.

Η επικοινωνία μας πρέπει να είναι διακριτική και να στηριχθούμε στην αναγνώριση και στο mouth to mouth communication.

Έτσι προτείνεται να εστιάσουμε περισσότερο στην αλλαγή του style ενημερώνοντας το κοινό. Η προσπάθεια ενημέρωσης θα πρέπει να είναι διακριτική και να στηριχθεί στο ραδιόφωνο και στο direct mail με prospects σε επιλεγμένους δυνητικούς πελάτες καθώς και σε επιχειρήσεις και οργανισμούς (στα μέλη τους).

Βεβαίως, στον υπολογισμό των πωλήσεων για το 1999 δεν προβλέπονται σημαντικές πωλήσεις στα έπιπλα γραφείου. Το 1999, θα είναι χρονιά γνωριμίας και δοκιμής.

Από το 2000 αναμένεται αυτά τα δευτερογενή στην γκάμα της εταιρίας προϊόντα να συμβάλλουν αισθητά στο συνολικό τζίρο της εταιρίας.

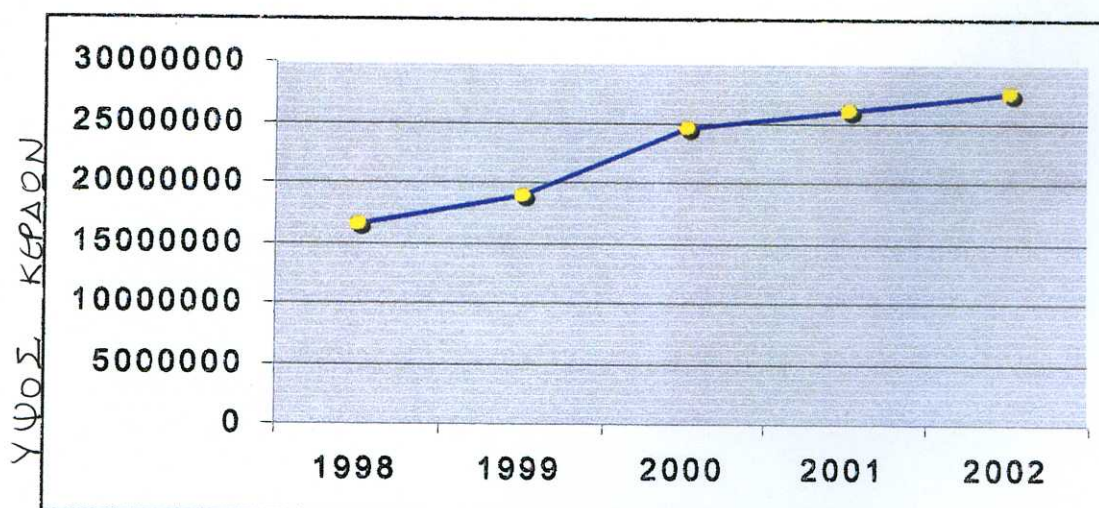
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Το παρόν επιχειρηματικό πλάνο μας βοήθησε με την ολοκλήρωση του, να καταλήξουμε στο συμπέρασμα, μέσα από την έρευνα αγοράς που πραγματοποιήσαμε, ότι, η επέκταση της επιχείρησης "Δ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ κ' ΣΙΑ Ο.Ε." στο χώρο των επίπλων γραφείου είναι συμφέρουσα.

Αποδείξαμε ότι η επέκταση αυτή αποτελεί συμφέρουσα επένδυση, αφού, και μεγάλο μερίδιο αγοράς υπάρχει με μεγάλα περιθώρια κέρδους και μικρός σχετικά αριθμός ανταγωνιστών, που επιτρέπει την είσοδο νέας επιχείρησης στο χώρο επίπλων γραφείου στο Νομό.

Συνοψίζοντας μπορούμε να πούμε ότι γενικά υπάρχει πρόσφορο έδαφος για την εδραίωση της επιχείρησης στο χώρο του επίπλου. Αυτό φαίνεται και από το σχεδιάγραμμα που ακολουθεί, το οποίο απεικονίζει τα προβλεπόμενα κέρδη της επιχείρησης για τα επόμενα πέντε χρόνια.

ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ



ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Με την ολοκλήρωση αυτής της εργασίας αντιληφθήκαμε τη σπουδαιότητα των επιχειρηματικών πλάνων και γνωρίσαμε από κοντά τον τρόπο σύνταξής τους.

Οι γνώσεις που αποκομίσαμε από την εκπόνηση αυτού του επιχειρηματικού πλάνου είναι πολύ σημαντικές και πιθανόν η γνώση τους να μας αποβεί χρήσιμη στο μέλλον σαν προηγούμενη εμπειρία.

Γνωρίσαμε την έννοια διαφόρων οικονομικών στοιχείων και παρακολουθήσαμε τη χρονική εξέλιξη και διακύμανσή τους, καθώς επίσης αντιληφθήκαμε, το ρόλο που διαδραματίζουν στην οικονομική ζωή του κράτους.

ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

- ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ
 - ΕΜΠΟΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΤΙΟ ΝΟΜΟΥ ΣΕΡΡΩΝ
 - ΕΣΥΕ
 - ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΣ
 2. ΟΙ ΝΟΜΟΙ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ ΕΠΙΛΟΓΗ)
- Η ΙΔΙΑ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ΣΩΤ. Κ. ΚΑΡΒΟΥΝΗ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΟΤΕΧΝΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ
- BRIAN FINCH - ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΠΛΑΝΑ