

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τίτλος εργασίας: ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ
ΤΕΧΝΟΒΛΑΣΤΟΥ (SPIN-OFF) ΜΕ ΕΝΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Πτυχιακή των:
ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ ΚΩΣΤΑΣ
ΣΚΑΠΟΥΛΛΗ ΑΓΑΘΗ

Επιβλέπων Καθηγητής:
ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΓΑΤΟΜΑΤΗΣ

ΠΑΤΡΑ, 06-04-2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΠΡΟΦΙΛ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ & ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ SPIN-OFF

1.ΠΡΟΦΙΛ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	9
1.2.ΒΛUETOOTH.....	11
1.2.1.ΡΙCΟΝΕΤ.....	12
1.2.2.ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΚΠΟΜΠΗΣ ΒΛUETOOTH.....	14
1.2.3. ΜΕΤΑΔΟΣΗ ΜΕ ΔΙΑΣΠΟΡΑ ΦΑΣΜΑΤΟΣ.....	15
1.2.4.ΣΥΝΔΕΣΗ ΒΛUETOOTH.....	15
1.2.5.ΕΓΚΡΙΣΗ- ΕΞΟΥΣΙΟΔΟΤΗΣΗ.....	16
1.2.6.ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΒΛUETOOTH.....	16
1.2.7.ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΒΛUETOOTH.....	16
1.2.8.ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΒΛUETOOTH ΜΕ ΥΠΕΡΥΘΡΕΣ.....	17
1.2.9.ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΒΛUETOOTH.....	17
1.2.10.ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΒΛUETOOTH.....	18
1.3.ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ SPIN-OFF.....	19
1.3.1. ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ ΚΑΙ ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ.....	20
1.3.2. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΕΙ Η ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ.....	22
1.3.3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΝΤΑΞΗΣ ΣΤΗ ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ.....	22
1.3.4. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ SPIN-OFF ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ.....	24
1.3.5. ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΕΝΟΣ ΝΕΟΥ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ.....	25
1.4.ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ.....	26
1.4.1.ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΕΙ ΤΟ Δ.Ε.....	27
1.4.2.ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗ Δ.Ε.....	27
1.4.2.1. ΕΞΑΙΡΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΔΕ.....	28
1.4.3.ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ.....	29
1.5.ΕΙΔΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΩΝ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ.....	30
1.5.1.ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΕΘΝΙΚΟΥ Δ.Ε.....	34
1.5.2.ΤΕΛΗ ΓΙΑ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΟΥ Δ.Ε.....	35
1.5.3.ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΝΟΜΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ Δ.Ε.....	36
1.5.4.ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ Δ.Ε.....	37
1.5.4.1.ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ Δ.Ε.....	38
1.6.ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ ΕΦΕΥΡΕΣΗΣ.....	38
1.6.1.ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΠΟΡΡΕΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ Δ.Ε.....	39
1.6.2.ΕΙΔΗ ΕΦΕΥΡΕΣΕΩΝ.....	40
1.7.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

2.1.ΙΔΡΥΤΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	43
2.2.ΕΤΑΙΡΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ.....	44
2.2.1.ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ Α.Ε.....	45
2.2.2.ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ Α.Ε.....	46
2.2.3.ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΙΔΡΥΣΗΣ Α.Ε.....	47

2.2.4.ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ Α.Ε.....	50
2.2.5.ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ Α.Ε.....	50
2.2.5.1.ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟΥ Α.Ε.....	51
2.2.6.ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α.Ε.....	51
2.2.7.ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ Α.Ε.....	52
2.2.8.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	54

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΗΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ

3.1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	56
3.2.ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	59
3.2.1.ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	60
3.2.2.ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	60
3.2.3.ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	61
3.2.4.ΑΠΟΣΤΟΛΗ.....	62
3.2.5.ΟΡΑΜΑ.....	62
3.2.6.ΠΟΛΙΤΙΚΗ.....	62
3.2.7.ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ.....	63
3.2.8.ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ.....	63
3.2.9.ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ.....	63
3.2.10.ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ.....	65

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. MARKETING PLAN

4.1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	70
4.2.ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΓΟΡΑΣ.....	71
4.3.ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ.....	72
4.4.ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	74
4.4.1.SIEMENS.....	74
4.4.2.SONY HELLAS Α.Ε.....	74
4.4.3.PANASONIC.....	75
4.4.4.SAMSUNG.....	75
4.4.5.BOSCH.....	75
4.5.ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΗΣ LG ΚΑΙ ΤΗΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	76
4.6.ΗΙ-ΤΕΧΝΟ ΚΑΙ ΤΕΛΙΚΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ.....	78
4.7.ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	79
4.8.ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT.....	80
4.9.ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (MARKETING MIX).....	82
4.9.1. PRODUCT.....	82
4.9.2. PRICE.....	83
4.9.3. PLACE.....	84
4.9.4. PROMOTION.....	84

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΝΟ

5.1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	86
5.2..ΣΧΕΣΗ ΤΙΜΗΣ-ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....	86
5.3.ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ.....	87
5.4.ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ.....	87
5.5.ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΤΙΚΗ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ.....	88
5.6.ΑΠΟΘΗΚΗ-ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ.....	88
5.7.ΠΟΣΟΣΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ.....	89
5.8.ΕΞΕΛΙΞΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ.....	90
5.8.1.ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΠΟΡΕΙΑΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ.....	90
5.8.2.ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ.....	91
5.8.3.ΔΕΙΚΤΗΣ ΜΕΙΚΤΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ.....	92
5.8.4.ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ.....	94
5.8.5.ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΑΘΑΡΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ.....	95

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... 96

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....99

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ1. ΝΟΜΟΣ 2843/2000 ΑΡΘΡΟ 34 ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	102
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ2. ΕΝΤΥΠΟ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΓΙΑ ΕΝΤΑΞΗ ΣΤΗ ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ.....	103
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ3. ΝΟΜΟΣ 2929/2001 ΑΡΘΡΟ 11 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΕΡΕΥΝΗΤΗ ΣΤΗ SPIN-OFF ΕΤΑΙΡΕΙΑ.....	106
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ.....	107

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.

1.1. PICONET ΚΑΙ SCATERNET.....	13
1.2. FREQUENCY HOPPING SPREAD SPECTRUM.....	15
1.3.ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	24

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.

2.1. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΣΤΑΣΗΣ Α.Ε.....	49
-----------------------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.

4.1. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΓΙΑ ΤΟ 2009.....	72
4.2. ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑ ΠΡΟΙΟΝ.....	83

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.

5.1. ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ.....	90
5.2. ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ.....	91
5.3. ΔΕΙΚΤΗΣ ΜΙΚΤΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ.....	92
5.4. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ.....	94
5.5. ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΑΘΑΡΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ.....	95

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.

1.1.ΕΜΒΕΛΕΙΑ ΙΣΧΥΟΣ ΣΗΜΑΤΟΣ.....	14
1.2.ΤΕΛΗ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗΣ ΤΟΥ Δ.Ε.....	35
1.3.ΤΕΛΗ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ.....	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.

2.1.ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ Α.Ε.....	50
---------------------------------------	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.

3.1. ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ.....	60
3.2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ LG HELLAS ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 2003-2009.....	68

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη σημερινή κοινωνία της γνώσης, η γνώση αποτελεί κινητήρια δύναμη της οικονομικής ανάπτυξης και αλλαγών γι' αυτό η αξιοποίηση μιας νέας τεχνολογίας ή καινοτομίας θεωρείται απαραίτητη ειδικά όταν οι υφιστάμενες επιχειρήσεις αδυνατούν. Η γνώση και πολύ περισσότερο η αξιοποίηση της νέας γνώσης δεν είναι απλά και μόνο ένα συγκριτικό πλεονέκτημα που ξεχωρίζει τον άριστο από τον καλό αλλά είναι ο απαραίτητος παράγοντας για την επιβίωση σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον. Η επιχειρηματική αξιοποίηση των διαφόρων καινοτομιών αποφέρει πολλά οφέλη στις τοπικές κοινωνίες αφού με την δημιουργία νέων επιχειρήσεων επιτυγχάνεται η αύξηση της απασχόλησης, δημιουργούνται έσοδα στα εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα, γίνεται πιο εύκολη η εξεύρεση εργασίας για τους νέους επιστήμονες και συμβάλλουν γενικότερα στην οικονομία της χώρας.

Σκοπός της εν λόγω πτυχιακής εργασίας είναι:

1. Να συμβάλει στην κατανόηση πως θα συνεργαστούν βασισμένα στη γνώση και στην έρευνα το Πανεπιστήμιο, ο ερευνητής και οι ιδιώτες με απώτερο σκοπό την εμπορική αξιοποίηση των ερευνητικών αποτελεσμάτων και τη δημιουργία τεχνολογιών (spin-off εταιρειών).
2. Να παρουσιάσει τη διαδικασία ίδρυσης και τον τρόπο λειτουργίας μίας spin-off επιχείρησης.
3. Να καταρτίσει δεκαετή προϋπολογισμό για την μελλοντική πορεία της επιχείρησης.

Συνοπτικά οι spin-off εταιρείες έχουν σκοπό την οικονομική αξιοποίηση καινοτομικών εν γένει προϊόντων όπως, αποτελέσματα επιστημονικής έρευνας, εφευρέσεις κ.τ.λ.

Για την δημιουργία τεχνολογικού προϊόντος θα πρέπει:

- Να είναι καινοτομικό.
- Να υπερέχει σε ποιότητα από τα ήδη υπάρχοντα προϊόντα στην αγορά.
- Να έχει μοναδικά πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά προς τον καταναλωτή.
- Να έχει μειωμένο κόστος προς τον καταναλωτή.
- Να υπάρχει η δυνατότητα άμεσης πρόσβασης στην αγορά.

Φυσικά ένα προϊόν για να διατεθεί στην αγορά θα πρέπει να είναι προσιτό σε ότι αφορά τη χρήση του, το κόστος συντήρησής του, την αξιοπιστία του και να εκπληρώνει πάνω απ' όλα τις ανάγκες του καταναλωτή.

Οι εταιρίες spin-off (επιχειρήσεις έντασης γνώσης ή τεχνοβλαστοί) είναι οι επιχειρήσεις των οποίων η δραστηριότητα επικεντρώνεται στην εφαρμογή καινοτόμων επιχειρηματικών σχεδίων καθώς και στην εμπορική εκμετάλλευση της γνώσης που παράγεται στα ερευνητικά εργαστήρια από άτομα υψηλού επιπέδου τεχνικής και επιστημονικής εκπαίδευσης με την συνδρομή εμπειρογνομόνων στην επιχειρηματική λειτουργία, παραγωγικών μονάδων και ιδιωτικών χρηματοδοτικών οργανισμών.

Κύριο χαρακτηριστικό των εταιρειών spin-off είναι η αξιοποίηση και ανάπτυξη των πρωτογενών ερευνητικών δραστηριοτήτων με στόχο τη διάθεση καινοτομικών προϊόντων στην εγχώρια αγορά. Στόχος μας είναι να γίνει κατανοητό πως μία ερευνητική ομάδα που συνέβαλε τα μέγιστα ώστε να πραγματοποιηθεί μια εφεύρεση θα εκμεταλλευτεί εμπορικά τα ερευνητικά αποτελέσματα και τηρώντας τις απαραίτητες προϋποθέσεις θα προβεί στην ίδρυση μιας τέτοιας εταιρείας.

Ως ερευνητές νοούνται:

- Οι ερευνητές των δημόσιων ερευνητικών και τεχνολογικών φορέων.
- Τα μέλη των Α.Ε.Ι.
- Το επιστημονικό προσωπικό του Τ.Ε.Ι.
- Οι μεταπτυχιακοί ερευνητές και φοιτητές.

Οι τεχνοβλαστοί πρέπει να είναι απαραίτητα Α.Ε ή Ε.Π.Ε και πρέπει υποχρεωτικά να ανήκουν κατά πλειοψηφία, δηλαδή σε ποσοστό 50%+ σε ιδιώτες επενδυτές συμπεριλαμβανομένων και των ερευνητών ή σε νομικά πρόσωπα ιδιωτικού τομέα και όχι σε δημόσιους οργανισμούς. Η συμμετοχή του Δημόσιου οργανισμού παραγωγής γνώσης ή και των ερευνητών θα πρέπει να εμφανίζεται στο καταστατικό ίδρυσης του τεχνοβλαστού, όπου επίσης θα πρέπει να αναφέρεται ρητά, ότι η αξιοποίηση του συγκεκριμένου ερευνητικού αποτελέσματος είναι η κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας θα απαντηθούν ερωτήματα όπως:

- Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι στη δημιουργία μιας εταιρείας spin-off ;
- Τι είναι οι θερμοκοιτίδες των Πανεπιστημίων και τι προσφέρουν στις φιλοξενούμενες εταιρείες ;
- Ποιος ο μετέπειτα ρόλος του Πανεπιστημίου μετά την ίδρυση της εταιρείας;
- Ποια διαδικασία ακολουθείται για απόκτηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας;
- Ποιός έχει τα δικαιώματα πάνω στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για την εκμετάλλευση των ερευνητικών αποτελεσμάτων και ποια είναι αυτά;
- Πως επωφελείται αυτός που έχει μερίδιο στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας;
- Ποια θα είναι η μορφή της νεοσύστατης εταιρείας;
- Ποιό είναι το νομοθετικό πλαίσιο λειτουργίας των εταιρειών αυτών;

Σημαντικό στάδιο στην πορεία για την ίδρυση και λειτουργία του τεχνοβλαστού διαδραματίζουν οι θερμοκοιτίδες των Πανεπιστημίων οι οποίες προετοιμάζουν κατάλληλα τις επιχειρήσεις πριν από την είσοδο τους στην ανταγωνιστική αγορά. Οι θερμοκοιτίδες λειτουργούν σαν εφαλτήριο για μία δυναμική ένταξη στις αγορές στις οποίες απευθύνονται. Υποδέχονται στους χώρους τους νέες και κατά κύριο λόγο καινοτόμες εταιρείες στις οποίες προσφέρονται υποδομές και υπηρεσίες που τις βοηθούν όχι μόνο να επιβιώσουν αλλά και να αναπτυχθούν σε επιχειρηματικές μονάδες, μέχρι το στάδιο ωρίμανσης τους, οπότε και κρίνεται σκόπιμο και εφικτό για τις εταιρείες να εγκαταλείψουν το προστατευόμενο επιχειρησιακό περιβάλλον της θερμοκοιτίδας με στόχο την αυτονομία τους σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας τους.

Μεγάλο και σημαντικό μέρος της πτυχιακής μας εργασίας καταλαμβάνει το επιχειρησιακό σχέδιο (business plan) που είναι αναγκαίο τόσο κατά την διάρκεια σχεδιασμού της επιχείρησης όπου κρίνεται η είσοδος στη θερμοκοιτίδα όσο και για την ομαλή λειτουργία της. Ο βασικός σκοπός του επιχειρησιακού σχεδίου είναι η αποτύπωση των διαδικασιών για την εύρεση και τον καταμερισμό των απαιτούμενων ανθρώπινων και οικονομικών πόρων που κρίνονται αναγκαίοι για την δημιουργία χρηματοροής για την ανάπτυξη και λειτουργία της επιχείρησης. Σε ένα επιχειρησιακό σχέδιο υπάρχει πάντα ο κίνδυνος να ήμαστε υπέρ-αισιόδοξοι ως προς τις προβλέψεις μας. Το πιθανότερο αποτέλεσμα αυτής της αισιοδοξίας είναι να καταλήξουμε π.χ. σε πλασματικά νούμερα πωλήσεων γι' αυτό χρειάζεται προσοχή κατά τον καταρτισμό του ώστε να είναι όσο πιο ρεαλιστικό γίνεται.

Συνοψίζοντας μπορούμε να πούμε ότι το επιχειρησιακό σχέδιο περιγράφει τα στρατηγικά, λειτουργικά και χρηματοοικονομικά δεδομένα της επιχείρησης, τεκμηριώνει την οργανωτική της δομή, την μελλοντική της κατεύθυνση και την στρατηγική της τοποθέτηση στην αγορά. Περαιτέρω και λεπτομερής ανάλυση του επιχειρησιακού σχεδίου ακολουθεί στην εργασία.

Ανακεφαλαιώνοντας ο σκοπός της πτυχιακής μας εργασίας είναι να δείξει πως μετά από μια εφεύρεση θα οδηγηθούμε στην ίδρυση μίας spin-off εταιρείας, το σχεδιασμό που θα προηγηθεί (business plan), το τρόπο που θα λανσάρει και θα διανέμει στην αγορά το προϊόν και γενικότερα πως σκοπεύουμε να εκμεταλλευτούμε εμπορικά τα συγκεκριμένα ερευνητικά αποτελέσματα προς το συμφέρον μας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΠΡΟΦΙΛ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ & ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ SPIN-OFF

1.1. ΠΡΟΦΙΛ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η HI-TECHNO A.E ιδρύθηκε το 2011 με έδρα την Πάτρα. Είναι από τις πρώτες spin-off εταιρείες στην Ελλάδα αφού ιδρύθηκε από την ερευνητική ομάδα του Πανεπιστημίου Πατρών με επικεφαλής τον καθηγητή κ. Αναγνωστόπουλο και μετά την πολύτιμη βοήθεια της LG που σήμερα πλέον αποτελεί και ένα από τους βασικότερους μετόχους μας. Η καινοτομία που οδήγησε στη δημιουργία της spin-off εταιρείας είναι η δυνατότητα ενσωμάτωσης Bluetooth τεχνολογίας σε ηλεκτρικές συσκευές που θα τους παρέχει την ικανότητα να δέχονται εντολές από ένα κινητό τηλέφωνο ή από ένα τηλεχειριστήριο αναγνώρισης Bluetooth. Κάθε συσκευή που θα υποστηρίζει την τεχνολογία Bluetooth θα περιέχει ένα μικρό και φθηνό chip το οποίο θα έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να στέλνει και να λαμβάνει δεδομένα ανάλογα με την περίπτωση, μέσω μιας συγκεκριμένης ραδιοσυχνότητας.

Η Hi-Techno διατηρεί ένα εργοστάσιο στην περιοχή Αχαΐας που μέσω αυτού θα γίνεται η συναρμολόγηση του πομποδέκτη Bluetooth. Μετά θα αποστέλλεται αποκλειστικά και μόνο στη θυγατρική της LG Electronics inc στην Ελλάδα, την LG Ελλάς όπου θα γίνεται η ενσωμάτωση του πομποδέκτη Bluetooth στις ηλεκτρικές συσκευές της ή μέσω αυτής θα πωλούνται οι εξωτερικοί πομποδέκτες και από εκεί θα διανέμεται στην ελληνική αγορά από τα ήδη υπάρχοντα κανάλια διανομής της LG.

Τα προϊόντα της Hi-Techno είναι τα ακόλουθα:

1. Ενσωματωμένοι πομποδέκτες.

Οι ενσωματωμένοι πομποδέκτες Bluetooth θα ενσωματώνονται αποκλειστικά από την LG στα προϊόντα όπου το κάθε ένα θα διαθέτει διαφορετικό Profile που θα αφορά:

- Κλιματιστικά.
- Τηλεοράσεις.
- Ήχο-συστήματα.
- Blue-ray's DVD's.
- Καφετιέρες.
- Βραστήρες.
- Πλυντήρια/ Στεγνωτήρια.
- Ηλεκτρικές κουζίνες.
- Φούρνους μικροκυμάτων.

2. Εξωτερικοί πομποδέκτες Bluetooth.

Θα συναρμολογούνται στο εργοστάσιο της Hi-Techno με σκοπό να ικανοποιήσουν τους καταναλωτές που δεν επιθυμούν ή δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα για άμεση αντικατάσταση των ηλεκτρικών συσκευών τους π.χ. των τηλεοράσεων και των DVD's players. Ο συγκεκριμένος πομποδέκτης θα ενσωματώνεται στις ήδη υπάρχουσες συσκευές εξωτερικά και θα έχει τις ίδιες ικανότητες και δυνατότητες με τους ενσωματωμένους πομποδέκτες.

3. Τηλεχειριστήριο.

Θα έχει την δυνατότητα να δώσει εντολές στους ενσωματωμένους πομποδέκτες ή στους εξωτερικούς. Το τηλεχειριστήριο θα διαθέτει τα profile όλων των συσκευών που αναγνωρίζουν τη συγκεκριμένη τεχνολογία για να μπορεί να επικοινωνεί με όλες. Αυτό θα δίνει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να το αγοράσει μία φορά και να μπορεί να επικοινωνεί με τις συσκευές που σταδιακά θα έχει αγοράσει. Το τηλεχειριστήριο θα διαθέτει κουμπιά τα οποία θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες και απαιτήσεις της κάθε συσκευής (π.χ. ένταση ήχου, έναρξη, χρονόμετρο κ.τ.λ.) όπου μέσω μιας μικρής οθόνης θα ελέγχονται τόσο οι εντολές όσο και σε ποια συσκευή επιθυμούμε να τις δώσουμε αφού θα μπορούμε να είμαστε συνδεδεμένοι μέχρι και με 7 ηλεκτρικές συσκευές ταυτόχρονα νοουμένου ότι αυτές θα έχουν ενσωματωμένο τον πομποδέκτη Bluetooth.



1.2. BLUETOOTH

Τα τελευταία χρόνια η ασύρματη επικοινωνία έχει γίνει πολύ δημοφιλής και η καθημερινή χρήση της έχει αυξηθεί. Έχουν αναπτυχθεί πολλές συσκευές που παρέχουν στους χρήστες πληθώρα υπηρεσιών κάνοντας την ζωή τους πιο εύκολη. Ένα πρότυπο ασύρματης επικοινωνίας είναι και το Bluetooth. Ως ασύρματο δίκτυο χαρακτηρίζεται το τηλεπικοινωνιακό δίκτυο το οποίο χρησιμοποιεί ραδιοκύματα ως φορείς πληροφορίας. Τα δεδομένα μεταφέρονται μέσω ηλεκτρομαγνητικών κυμάτων.

«Το Bluetooth είναι ένα πρότυπο ασύρματης επικοινωνίας μικρής εμβέλειας, το οποίο καθιστά δυνατή τη σύνδεση ανάμεσα σε συσκευές που διαθέτουν τη δυνατότητα Bluetooth. Το όνομα "Bluetooth" προέρχεται από τον βασιλιά της Δανίας κατά τον 9^ο αιώνα Harald Bluetooth. Υπάρχουν δύο λόγοι για τους οποίους η συγκεκριμένη τεχνολογία πήρε το όνομα του. Ο πρώτος λόγος είναι για να τιμηθεί η προσπάθεια του να ενώσει τις Σκανδιναβικές χώρες με το τότε Βασίλειο της Δανίας και ο δεύτερος λόγος έχει να κάνει με τη μεγάλη επιρροή που έχουν οι σύγχρονες σκανδιναβικές εταιρείες τηλεπικοινωνιών Ericsson, Nokia κτλ. Το Bluetooth είναι μία τεχνολογία που εξελίσσεται συνεχώς. Η πρώτη έκδοση της αναπτύχθηκε αρχικά από την Ericsson και αργότερα από το Bluetooth special interest (SIG)»¹.



1.2.1. PICONET

Οι συσκευές με ενσωματωμένη τη τεχνολογία Bluetooth οργανώνονται σε ομάδες με την ονομασία piconets. Κάθε ένα από αυτά αποτελείται από μια πρωτεύουσα συσκευή (master) και έως επτά δευτερεύουσες (slave). Μια πρωτεύουσα και μία μόνο δευτερεύουσα συσκευή χρησιμοποιούν την από σημείο προς σημείο (point to point) επικοινωνία. Αν υπάρχουν πολλές δευτερεύουσες, τότε η επικοινωνία γίνεται από σημείο προς πολλά σημεία (point to multipoint).

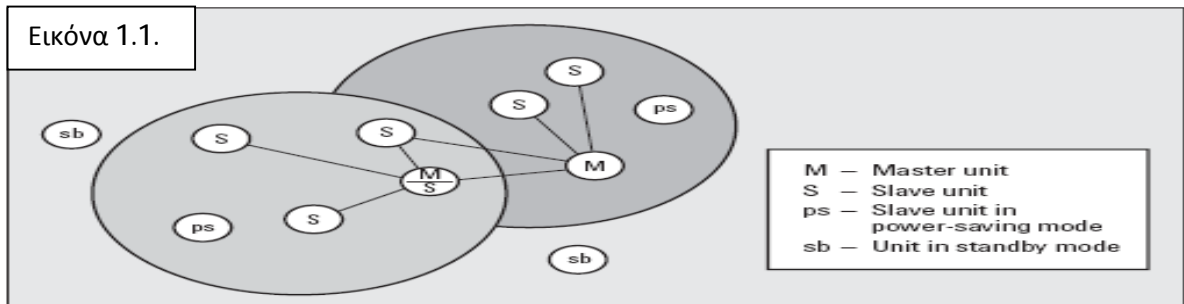
Η πρωτεύουσα συσκευή αναλαμβάνει τη διαχείριση και το συγχρονισμό συχνότητας του δικτύου με τη χρήση της χρονοδιαμετρικής αμφίδρομης επικοινωνίας (time division multiplex), εκπέμποντας συνεχώς χρονοθυρίδες (time slots). Η δευτερεύουσα απαντά, μόνο αν η ληφθείσα χρονοθυρίδα περιέχει πληροφορίες για αυτήν. Κάθε συσκευή ενός piconet μπορεί να επικοινωνήσει με μια άλλη σε ένα άλλο piconet, δημιουργώντας ένα scatternet. Μια πρωτεύουσα συσκευή σε ένα piconet μπορεί να έχει το ρόλο μιας δευτερεύουσας σε ένα άλλο (μικτή λειτουργία), μια δευτερεύουσα μπορεί να συμμετάσχει σε δύο piconets, αλλά ένα piconet μπορεί να έχει μόνο μία πρωτεύουσα. Το piconet είναι ένα δίκτυο που συνδέει μία ομάδα συσκευών που χρησιμοποιούν τα πρωτόκολλα τεχνολογίας Bluetooth και επιτρέπει σε μία κύρια συσκευή την master να διασυνδεθεί μέχρι και με επτά ενεργές συσκευές τις slaves. Μέχρι και 255 περισσότερες συσκευές slave μπορούν να είναι ανενεργές τις οποίες η master συσκευή, το χειριστήριο στην περίπτωση μας μπορεί να τις κάνει ενεργές οποιαδήποτε στιγμή.

Στην περίπτωση μας τα piconets που θα δημιουργούνται από τα προϊόντα της Hi-Techno το ρόλο της master συσκευής θα αναλαμβάνει το τηλεχειριστήριο με τα προϊόντα που θα έχουν ενσωματωμένη τεχνολογία Bluetooth να αναλαμβάνουν το ρόλο των slave συσκευών. Έτσι το τηλεχειριστήριο θα μπορεί να επικοινωνεί συγχρόνως μέχρι και με 7 συσκευές.

Κατά το στάδιο της σύνδεσης η μονάδα Bluetooth μπορεί να βρίσκεται σε διάφορες φάσεις λειτουργίας όπως για παράδειγμα sniff, hold και park καταστάσεις που χρησιμοποιούνται για να εξοικονομήσουν ενέργεια ή για να ελευθερώσουν χωρητικότητα σε ένα piconet.

- Ενεργός κατάσταση: Στην ενεργό κατάσταση η μονάδα Bluetooth συμμετέχει ενεργά στο κανάλι.
- Κατάσταση sniff: Στην κατάσταση sniff οι δραστηριότητες ανίχνευσης μηνυμάτων του σκλάβου μπορούν να μειωθούν. Αυτό σημαίνει ότι ο αφέντης μπορεί να αρχίσει μετάδοση μόνο σε χρονικές σχισμές.
- Κατάσταση αναμονής (hold): Ενώ βρίσκεται σε κατάσταση σύνδεσης με ένα σκλάβο μπορεί να τεθεί σε αναμονή. Στη κατάσταση αναμονής ο σκλάβος μπορεί να εκτελεί άλλες ενέργειες όπως π.χ. η συμμετοχή σε ένα άλλο piconet (περίπτωση scatternet).

- Κατάσταση Park: Εάν ένας σκλάβος δεν χρειάζεται να συμμετέχει στο piconet αλλά θέλει να παραμείνει συγχρονισμένος στο κανάλι για να συμμετέχει στο piconet αργότερα. Η κατάσταση Park είναι χρήσιμη εάν υπάρχουν περισσότερες από επτά συσκευές που πρέπει περιστασιακά να συμμετέχουν στο ίδιο piconet. Ο σκλάβος που βρίσκεται στην κατάσταση αυτή ενεργοποιείται τακτικά για να επανασυγχρονιστεί με το κανάλι και για να ελέγξει τα μηνύματα που στέλνονται από τον αφέντη.



Πηγή: http://wiki.forum.nokia.com/index.php/bluetooth_protocol

Εικόνα 1.1. Ο κάθε κύκλος αφορά ένα piconet και οι δύο μαζί διαμορφώνουν ένα scatternet, με τις master συσκευές και τις slave. Σε κάθε piconet(κύκλο) έχουμε από μία master συσκευή με τις slave τις. Όταν ενωθούν οι δύο κύκλοι, τα piconets, τότε δημιουργείται το scatternet όπου δεν μπορούν να υπάρχουν δύο master συσκευές άρα μια master συσκευή θα μετατραπεί σε slave και έτσι θα είναι master συσκευή στο piconets της και slave συσκευή στο scatternet. Παρατηρούμε ότι δύο συσκευές έχουν τα αρχικά sb (standby) και βρίσκονται εκτός των ορίων του piconet δηλαδή είναι σε φάση αναμονής μέχρι να αποφασίσουμε να τους αποστείλουμε πληροφορίες που τις αφορούν και να ενεργοποιηθούν και έτσι θα τοποθετηθούν εντός του κύκλου.

1.2.2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΚΠΟΜΠΗΣ ΒΛΥΕΤΟΟΤΗ

Το Bluetooth λειτουργεί στο αδέσμευτο φάσμα συχνοτήτων 2,4 GHz (κατ' ακρίβεια 2,402 GHz και 2,480 GHz) ώστε οι συσκευές να μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς προβλήματα σε οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη. Για να περιοριστούν στο ελάχιστο οι παρεμβολές από παρεμφερείς συσκευές, το Bluetooth εκμεταλλεύεται την αμφίδρομη επικοινωνία και τη μέθοδο μετάδοσης με διασπορά φάσματος Frequency Hopping (έως και 1600 εναλλαγές συχνότητας ανά δευτερόλεπτο).

Για να επικοινωνεί το Bluetooth με τις διαφορετικές συσκευές έχουν δημιουργηθεί διαφορετικά πρωτόκολλα για διαφορετικές εφαρμογές τα οποία ονομάζονται προφίλ (profile). Κάθε προφίλ περιλαμβάνει πρότυπα για όλα τα επίπεδα και προσφέρει λύσεις για την διασύνδεση με διαφορετικά δίκτυα μεγαλύτερης κλίμακας.

Απαραίτητη προϋπόθεση για να έχουν μια επιτυχή επικοινωνία δύο συσκευές πρέπει να χρησιμοποιούν τουλάχιστον ένα Bluetooth profile το οποίο να υπάρχει και στις 2 συσκευές. Άρα αν μία συσκευή όπως για παράδειγμα ένα τηλεχειριστήριο επιθυμεί να επικοινωνεί με διαφορετικές συσκευές θα πρέπει απαραίτητα να έχει ενσωματωμένο ένα Profile για κάθε μία συσκευή που επιθυμεί να επικοινωνήσει.

Υπάρχουν 3 κατηγορίες συσκευών Bluetooth από άποψη ισχύος: Οι συσκευές class 1, class 2 και class 3 που ανάλογα έχουν και μεγαλύτερη εμβέλεια.

Πίνακας 1.1.Εμβέλεια ισχύος σήματος

Κλάσεις	Μέγιστη επιτρεπόμενη δύναμη MW(dBm)	Εμβέλεια σε μέτρα(μ)
Class 1	100 m.w(dBm20)	100m
Class 2	2,5m.w(dBm4)	20m
Class 3	1m.w(dBm0)	10m

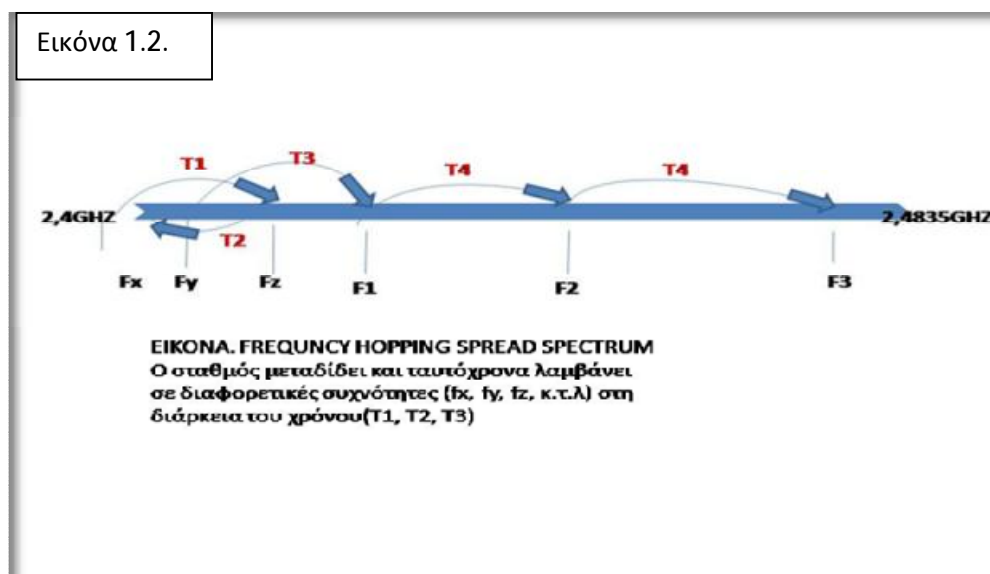
Πηγή: <http://en.wikipedia.org/wiki/bluetooth>

Οι πομποδέκτες που θα λανσάει η εταιρεία μας στην ελληνική αγορά θα είναι κλάσης1 ώστε να προσφέρουμε όσο μεγαλύτερη εμβέλεια είναι δυνατό στη master συσκευή μας, το τηλεχειριστήριο και να γίνει ακόμα πιο απλή η επικοινωνία με τις slave ηλεκτρικές συσκευές.

1.2.3. ΜΕΤΑΔΟΣΗ ΜΕ ΔΙΑΣΠΟΡΑ ΦΑΣΜΑΤΟΣ (FREQUENCY HOPPING SPREAD SPECTRUM)

Με τη τεχνική FHSS ο πομπός εναλλάσσει την συχνότητα εκπομπής του πολύ γρήγορα μεταξύ κάποιων προσυμφωνημένων συχνοτήτων μεταξύ πομπού και δέκτη. Σαν αποτέλεσμα το εύρος ζώνης που απασχολείται από τη μετάδοση είναι μεγαλύτερο από το ελάχιστο δυνατό. Επειδή η συχνότητα της μετάδοσης αλλάζει πολύ γρήγορα είναι πολύ δύσκολο να παρεμβληθεί άλλο σήμα στη μετάδοση. Αυτό μάλιστα αποτελεί και ένα από τα κύρια πλεονεκτήματα που παρέχει το Bluetooth που συμβάλλει στην υλοποίηση του οράματος της εταιρείας μας για την δημιουργία του έξυπνου σπιτιού αφού μειώνονται στο ελάχιστο με αυτή τη μέθοδο οι πιθανές παρεμβολές από άλλες παρεμφερείς συσκευές.

Εικόνα 1.2.



1.2.4. ΣΥΝΔΕΣΗ BLUETOOTH

Κάθε συσκευή διαθέτει μία μοναδική διεύθυνση η οποία όμως δεν αποκαλύπτεται σε περίπτωση αναζήτησης, αντίθετα με το όνομα της το οποίο εμφανίζεται. Εκτός από την συγκεκριμένη διεύθυνση κάθε συσκευή διαθέτει ένα αναγνωριστικό το οποίο καθορίζει τον τύπο της (π.χ. ηλεκτρονικός υπολογιστής, καφετιέρα, κινητό τηλέφωνο κ.τ.λ.) και επιπρόσθετα οι Bluetooth συσκευές εμφανίζουν κατά απαίτηση όλα τα προφίλ που υποστηρίζουν. Εφόσον μία συσκευή εντοπίσει μετά από αίτηση του χρήστη της στην εμβέλεια της οποιαδήποτε άλλη συσκευή, τότε είναι εφικτή η σύνδεση τους.

Ωστόσο για τη μεταφορά δεδομένων και την χρήση οποιασδήποτε άλλης υπηρεσίας απαιτείται συνήθως το "ζευγάρισμα" των δύο συσκευών. Τα "ζευγάρια" συσκευών μπορούν να πραγματοποιήσουν μία ασφαλή σύνδεση, εφόσον προηγηθεί η εισαγωγή από τον χρήστη ενός κοινού κωδικού πρόσβασης (passkey). Αφού εισάγουμε το passkey και στις δύο συσκευές τότε το ζευγάρισμα είναι επιτυχές και όλες οι μελλοντικές συνδέσεις των δύο συσκευών γίνονται αυτόματα χωρίς να απαιτείται κάθε φορά η εισαγωγή του κωδικού.

1.2.5. ΕΓΚΡΙΣΗ-ΕΞΟΥΣΙΟΔΟΤΗΣΗ

Η έγκριση (authorization) είναι η διαδικασία απόφασης αν μια συσκευή X επιτρέπεται να έχει πρόσβαση στην υπηρεσία Ψ ή όχι. Εδώ χρησιμοποιείται η εφαρμογή εμπιστοσύνης(trusted). Συσκευές εμπιστοσύνης (πιστοποιημένες και σημειωμένες ήδη ως εμπιστοσύνης) επιτρέπονται να έχουν πρόσβαση στις υπηρεσίες. Συσκευές μη εμπιστοσύνης ή συσκευές άγνωστες χρειάζεται πρώτα να πιστοποιηθούν από τον χρήστη έτσι ώστε μετά να πάρουν την έγκριση για πρόσβαση στις υπηρεσίες.

1.2.6. ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ BLUETOOTH .

- Είναι διεθνώς εγκεκριμένο πρότυπο στη συχνότητα των 2,4GHZ και δεν απαιτείται αδειοδότηση. Οι τελικοί χρήστες δεν απαιτείται να εγγραφούν για την χρήση Bluetooth.
- Είναι δωρεάν αφού δεν εξαρτάται από τον όγκο των μεταβιβαζόμενων δεδομένων.
- Παρέχει προστασία από πιθανές παρεμβολές.
- Υπάρχει καλή εμβέλεια με την σύνδεση Bluetooth κλάσης 1.

1.2.7. ΑΣΦΑΛΕΙΑ BLUETOOTH

Δεδομένου ότι το Bluetooth είναι σε θέση να επικοινωνήσει με σχεδόν οποιαδήποτε άλλη συσκευή Bluetooth, η ασφάλεια είναι μια σημαντική ανησυχία που πρέπει να αντιμετωπιστεί. Αυτό γίνεται με τους πιο κάτω τρόπους:

1. Τυχαία αναπήδηση συχνότητας (FHSS) .
2. Αυθεντικοποίηση που επιτρέπει σε ένα χρήστη να περιορίσει την πρόσβαση μόνο σε συγκεκριμένες, ήδη αναγνωρίσιμες συσκευές.
3. Κρυπτογράφηση που χρησιμοποιεί κρυφά κλειδιά για την αποτροπή ανάγνωσης των δεδομένων από μη εξουσιοδοτημένους χρήστες.

1.2.8. ΣΥΓΚΡΙΣΗ BLUETOOTH ΜΕ ΥΠΕΡΥΘΡΕΣ

Οι υπέρυθρες επικοινωνίες είναι αρκετά αξιόπιστες και δεν κοστίζουν πολύ για να ενσωματωθούν σε μία συσκευή. Αν και μέσω των υπέρυθρων μπορεί επίσης να επιτευχθεί ασύρματη σύνδεση, παρόλα αυτά υπάρχουν αρκετά μειονεκτήματα συγκρίνοντας τις με το Bluetooth.

- Απαιτείται οπτική επαφή των υπέρυθρων θυρών των συσκευών που επιθυμούν να συνδεθούν.
- Ο μέγιστος ρυθμός μετάδοσης δεδομένων δεν υπερβαίνει τα 115.200 bits ανά δευτερόλεπτο.
- Δεν επιτρέπει την ταυτόχρονη μεταφορά δεδομένων σε περισσότερες από μία συσκευή.

Οι συσκευές που εκμεταλλεύονται την τεχνολογία Bluetooth δεν πρέπει απαραίτητα να έχουν τοποθετηθεί σε κοντινή απόσταση. Αρκεί να βρίσκονται στον ίδιο χώρο. Ο μέγιστος ρυθμός μετάδοσης δεδομένων φθάνει έως και 1M bit ανά δευτερόλεπτο ενώ ταυτόχρονα μπορούν να ενωθούν πολλές συσκευές.

Όσον αφορά την σύγκριση του Bluetooth με το WI-FI υπάρχουν βασικές διαφορές. Το WI-FI παρέχει υψηλότερη ρυθμοαπόδοση και καλύπτει μεγαλύτερες αποστάσεις συγκριτικά με το Bluetooth. Απαιτούνται όμως ακριβότερες πρώτες ύλες κατασκευής και έχει μεγαλύτερη κατανάλωση ισχύος.

1.2.9. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ BLUETOOTH

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ BLUETOOTH³

- Είναι ασύρματη, δεν χρειάζονται καλώδια.
- Το κόστος κατασκευής του κυκλώματος είναι χαμηλό αφού μπορεί να φτάσει μέχρι και 5€
- Οι συσκευές αυτό-αναγνωρίζονται για να επικοινωνήσουν μεταξύ τους.
- Η ραδιοσυχνότητα λειτουργίας του είναι ελεγχόμενη, αλλά ελεύθερη, οι ίδιες συσκευές μπορούν να χρησιμοποιηθούν παντού στο πλανήτη χωρίς προβλήματα.
- Με ένα δίκτυο Bluetooth μπορούν να επικοινωνήσουν μέχρι και 255 συσκευές και οι οκτώ από αυτές ταυτόχρονα.
- Χαμηλή κατανάλωση 0,01W.
- Η ζεύξη είναι αμφίδρομη και περνά μέσα από τοίχους.
- Η αναπήδηση συχνότητας (frequency hopping) ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο διακοπής ή παρεμβολών στην επικοινωνία.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ BLUETOOTH³

- Μικρό σχετικά εύρος, από 10m μέχρι 100m.
- Περιορισμός μέχρι και οκτώ συσκευών σε ένα δίκτυο.
- Πιθανές παρεμβολές από άλλες ανταγωνιστικές τεχνολογίες που λειτουργούν στο ίδιο φάσμα συχνοτήτων.
- Χαμηλό επίπεδο ασφάλειας.

1.2.10. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ BLUETOOTH

Οι μέχρι σήμερα εφαρμογές του Bluetooth πριν από την ανακάλυψη και εφαρμογή της νέας καινοτομίας από την Hi-Techno ήταν:

- Ασύρματη δικτύωση μεταξύ επιτραπέζιου και φορητού υπολογιστή.
- Ασύρματα περιφερειακά όπως εκτυπωτές, ποντίκια και πληκτρολόγια τα οποία επικοινωνούν με ένα επιτραπέζιο ή φορητό υπολογιστή.
- Ασύρματα ακουστικά για κινητά τηλέφωνα.
- Ασύρματη μεταφορά ψηφιακών αρχείων.
- Ιατρικές εφαρμογές αφού δοκιμάζονται συσκευές από εταιρείες που παρέχουν ηλεκτρονικές συσκευές προχωρημένης ιατρικής.
- Ασύρματη επικοινωνία στο αυτοκίνητο.

Με την εφαρμογή της καινοτομίας που αναπτύχθηκε στο Πανεπιστήμιο Πατρών από την ερευνητική ομάδα του κ. Αναγνωστόπουλου αναμένεται να αλλάξουν οι λειτουργίες και η χρήση του Bluetooth όπως την γνωρίζαμε μέχρι σήμερα. Ένα κινητό τηλέφωνο ή ένα απλό τηλεχειριστήριο αναγνώρισης Bluetooth (master) θα μπορεί να ελέγχει τις λειτουργίες του "έξυπνου σπιτιού", όπως την ρύθμιση του κλιματιστικού, του ήχο-συστήματος, της τηλεόρασης, του καυστήρα θέρμανσης ακόμη και να θέσει σε λειτουργία την καφετιέρα στην κουζίνα ενώ βρισκόμαστε στο υπνοδωμάτιο. Στην Hi-Techno φιλοδοξούμε να επεκταθούμε και σε άλλες εφαρμογές για την υλοποίηση του "έξυπνου σπιτιού" όπως είναι π.χ. ο φωτισμός.

Ας μην ξεχνάμε ότι η χρήση καινοτόμων τεχνολογικών λύσεων επιταχύνει την ανταπόκριση στις προκλήσεις της αγοράς, περιορίζει το κόστος, αυξάνει τις πωλήσεις και την ικανοποίηση των πελατών και τελικά συντελεί στην διάκριση της εταιρείας. Σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον όπως είναι αυτό της διάθεσης στην αγορά ηλεκτρικών συσκευών, η νεοϊδρυθείσα εταιρεία Hi-Techno με τη χρησιμοποίηση της τεχνολογίας Bluetooth αποκτά από την αρχή ένα συγκριτικό πλεονέκτημα απέναντι στους ανταγωνιστές της και μία δυναμική ώστε να προσφέρει προϊόντα υψηλής ποιότητας καλύπτοντας απόλυτα τις ανάγκες τόσο των συνεργατών της όσο και των τελικών καταναλωτών.

1.3. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ SPIN-OFF

Οι εταιρείες spin-off είναι οι επιχειρήσεις όπου η δραστηριότητα τους επικεντρώνεται στην εφαρμογή καινοτόμων επιχειρηματικών σχεδίων καθώς και στην εμπορική εκμετάλλευση της πνευματικής ιδιοκτησίας που παράγεται στα ερευνητικά εργαστήρια με τη συμμετοχή των ατόμων που συνεισέφεραν στη δημιουργία της συγκεκριμένης πνευματικής ιδιοκτησίας. Επιχειρείται δηλαδή η σύνδεση της ερευνητικής δραστηριότητας με την παραγωγική διαδικασία. Για τον λόγο αυτό οι επιχειρήσεις φιλοξενούνται στις θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων των Πανεπιστημίων που λειτουργούν ως δομές στέγασης νέο-ιδρυθέντων εταιριών.

Μετά την ενσωμάτωση της τεχνολογίας Bluetooth στις ηλεκτρικές συσκευές και την απόκτηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας, έπρεπε να παρθεί μια σημαντική απόφαση σχετικά με ποιο τρόπο θα εκμεταλλεύονταν οι δικαιούχοι της ευρεσιτεχνίας τα ερευνητικά αποτελέσματα προς όφελος τους.

Οι εμπλεκόμενοι στην δημιουργία των spin-off εταιριών είναι :

- 1) Ο φορέας παραγωγής γνώσης, όπου στην προκειμένη περίπτωση είναι το Πανεπιστήμιο Πατρών το οποίο φιλοξενεί και πραγματοποιεί δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης και μπορεί να λειτουργήσει και ως θερμοκοιτίδα για τους νέους τεχνολογικούς.
- 2) Παραγωγή τεχνολογίας (ερευνητές) όπου αναπτύσσουν τεχνολογίες , ιδρύουν και συμμετέχουν σε εταιρείες spin-off.
- 3) Ο επενδυτής, η LG electronics η οποία πρόσφερε τα κεφάλαια της για χρηματοδότηση της έρευνας ώστε με την υλοποίηση της ανακάλυψης να επωφεληθεί από την ίδρυση της εταιρείας αποκτώντας μερίδιο στο μετοχικό της κεφάλαιο αλλά και να έχει τον πρώτο και αποκλειστικό λόγο για την διανομή των καινοτομικών προϊόντων στην ελληνική αγορά.

Βάση του Ν.2843/2000 του άρθρου 34_[ΒΛ.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΙ] οι νόμιμοι δικαιούχοι της εφεύρεσης και άρα οι άμεσα εμπλεκόμενοι είχαν στη διάθεση τους κυρίως τρεις επιλογές για να εκμεταλλευτούν εμπορικά την καινοτομία.

1. Να εκχωρήσουν τα δικαιώματα για εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων της έρευνας σε υφιστάμενη εταιρεία (technology licensing).
2. Να δημιουργήσουν νέα εταιρεία στην οποία θα συμμετέχουν ο ερευνητικός φορέας ή η εταιρεία spin-off του φορέα και η υφιστάμενη επιχείρηση.
3. Να δημιουργήσουν μία spin-off επιχείρηση.

1.3.1. ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ ΚΑΙ ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ

Η ανάγκη για την ανάπτυξη της κοινωνίας της γνώσης φέρνει τα Πανεπιστήμια στο επίκεντρο της κοινωνίας. Ο ρόλος τους στη παραγωγή καινοτομίας είναι θεμελιώδης και η συνεισφορά τους στην καλλιέργεια της επιχειρηματικότητας σημαντική. Τα Πανεπιστήμια διαδραματίζουν συνεχώς αυξανόμενο ρόλο στην τοπική και περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη. Τα κύρια χαρακτηριστικά που κάνουν τα Πανεπιστήμια να αποτελούν ένα τόσο σημαντικό παράγοντα είναι ότι αποτελούν τους παραγωγούς της γνώσης και ότι η γνώση συνυπάρχει με το ανθρώπινο δυναμικό. Η δημιουργία των επιστημονικών τεχνολογικών πάρκων ξεκίνησε στις Η.Π.Α τη δεκαετία του 50', ενώ στην Ευρώπη άρχισαν να εμφανίζονται στα τέλη της δεκαετίας του 60'. Ωστόσο τη μεγάλη ανάπτυξη την γνώρισαν τη δεκαετία 1985-1995.

«Η ίδρυση των επιστημονικών και τεχνολογικών πάρκων θεσπίστηκε νομικά με τον Ν.2741/1999. Κατά τον νόμο, το επιστημονικό και τεχνολογικό πάρκο είναι μία περιοχή ή δίκτυο περιοχών διαμορφωμένων έτσι ώστε να φιλοξενούν επιχειρήσεις που αναπτύσσουν ερευνητικές δραστηριότητες ή και προϊόντα καινοτομικού χαρακτήρα, κυρίως σύγχρονης τεχνολογίας, καθώς και επιχειρήσεις και οργανισμούς που παρέχουν χρηματοοικονομική υποστήριξη στην καινοτόμο έρευνα»⁴.

«Στους βασικούς σκοπούς του Πανεπιστημίου Πατρών περιλαμβάνονται η παραγωγή και η διάχυση της γνώσης. Βασικό εργαλείο για τη διάχυση της γνώσης που παράγεται σε ένα ακαδημαϊκό περιβάλλον αποτελεί η επιστημονική δημοσίευση-ανακοίνωση. Η μεταφορά όμως γνώσης και τεχνογνωσίας μπορεί να γίνεται και με τη διαχείριση της πνευματικής ιδιοκτησίας μέσω διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας»⁵. Η πολιτική διαχείρισης πνευματικών δικαιωμάτων του Πανεπιστημίου Πατρών αποσκοπεί:

- 1) Στη θεσμοθέτηση εναλλακτικών μορφών διαχείρισης της έρευνας για όλα τα μέλη της ακαδημαϊκής κοινότητας.
- 2) Στην εξασφάλιση της συμμετοχής του Πανεπιστημίου.
- 3) Στην αύξηση του αριθμού των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας στα οποία συμμετέχει το Πανεπιστήμιο Πατρών.
- 4) Στην δημιουργία ενός ικανού χαρτοφυλακίου (portfolio) από ευρεσιτεχνίες.
- 5) Στην συνολική προβολή και εκμετάλλευση των ευρεσιτεχνιών αυτών.

Η λειτουργία των επιστημονικών και τεχνολογικών πάρκων έχει δύο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, αφενός στο πάρκο φιλοξενούνται επιχειρήσεις που ασχολούνται κυρίως με ανάπτυξη ερευνητικών δραστηριοτήτων και με την παραγωγή και προώθηση καινοτόμων προϊόντων σύγχρονης τεχνολογίας και με επιχειρήσεις που μπορούν να προσφέρουν χρηματοδότηση.

Αφετέρου από τον όρο "φιλοξενούν", συνεπάγεται ότι οι επιχειρήσεις εγκαθίστανται στην περιοχή του πάρκου προσωρινά.

«Το επιστημονικό Πάρκο Πατρών ιδρύθηκε το 1989 με πρωταρχικό στόχο την ανάδειξη καινοτομικών-τεχνολογικών μονάδων και επιχειρήσεων. Προσπαθεί να συμβάλει στη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη επιχειρήσεων που βασίζονται στην τεχνογνωσία και την καινοτομία για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους. Η λειτουργία τέτοιων μονάδων αποσκοπεί στην γρήγορη μετατροπή των αποτελεσμάτων έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης σε επιχειρηματική επιτυχία»⁶. Το επιστημονικό πάρκο Πατρών διαθέτει ειδικούς χώρους που αποτελούν την θερμοκοιτίδα που διατίθεται για την αρχική εγκατάσταση, την προσωρινή λειτουργία και ανάδειξη των εταιρειών. Σε αυτούς τους χώρους παρέχονται υποστηρικτικές διευκολύνσεις και υπηρεσίες από το επιστημονικό πάρκο Πατρών προκειμένου οι φιλοξενούμενες μονάδες να υλοποιήσουν το επιχειρηματικό τους σχέδιο.

Στη θερμοκοιτίδα εντάσσονται μονάδες που μπορεί να έχουν ήδη μια πρώτη περίοδο λειτουργίας και που κατέχουν ένα καινοτομικό αποτέλεσμα κάτι που έγινε και στη δική μας περίπτωση αφού η Hi-Techno είχε ανάγκη από μια τέτοια υποστήριξη προκειμένου:

- Να κατοχυρώσει το καινοτομικό αποτέλεσμα.
- Να καταρτίσει και να δοκιμάσει το σχέδιο εκμετάλλευσης της καινοτομίας.
- Να υλοποιήσει το σχέδιο εκμετάλλευσης.

Η θερμοκοιτίδα αποτελεί το βασικότερο τμήμα της λειτουργικής δομής του επιστημονικού πάρκου Πατρών. Λειτουργεί σαν εφαλτήριο για μία δυναμική ένταξη στις αγορές στις οποίες απευθύνεται. Υποδέχεται στο χώρο της νέες και κατά κύριο λόγο καινοτόμες εταιρείες στις οποίες προσφέρονται χρήσιμες υποδομές, λειτουργικές διευκολύνσεις και υπηρεσίες προσαρμοσμένες στις συγκεκριμένες ανάγκες της κάθε μίας από αυτές που τις βοηθούν όχι μόνο να επιβιώσουν αλλά και να αναπτυχθούν σε επιχειρηματικές μονάδες, μέχρι το στάδιο ωρίμανσης τους οπότε και κρίνεται σκόπιμο και εφικτό για τις εταιρείες να εγκαταλείψουν το "προστατευμένο" επιχειρησιακό περιβάλλον της θερμοκοιτίδας με στόχο την αυτονομία τους σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας τους.

1.3.2. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΕΙ Η ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ

Οι βασικές υπηρεσίες που παρέχει η θερμοκοιτίδα του Πανεπιστημίου Πατρών προς τις φιλοξενούμενες επιχειρήσεις είναι οι ακόλουθες⁷:

1. Υπηρεσίες ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας.
 - Εύρεση προμηθευτών τεχνολογίας.
 - Εύρεση δυνητικών πελατών.
 - Βιομηχανική ιδιοκτησία.
2. Υπηρεσίες πληροφόρησης και διαμεσολάβησης.
 - Τεχνική υποστήριξη δικτύου υπολογισμών.
 - Παροχή υπηρεσιών διαδικτύου και σχεδιασμού ιστοσελίδων.
3. Οικονομική και νομική υπηρεσία.
 - Τήρηση βιβλίων.
 - Υποστήριξη κατάρτισης επιχειρηματικών σχεδίων.
 - Υποστήριξη σε νομικά θέματα.
4. Γραμματεία και τεχνική Υπηρεσία.
 - Τηλεφωνικό κέντρο, γραμματειακή υποστήριξη.
5. Επίσης παρέχει και διάφορες διευκολύνσεις.
 - Φωτοτυπικό.
 - Χρήση υπολογιστών-τηλεπικοινωνιακών Συστημάτων.
 - Πρόσβαση στο internet .
 - Χρήση αίθουσας συσκέψεων και συνεδριάσεων και Αίθουσα εκδηλώσεων.

1.3.3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΝΤΑΞΗΣ ΣΤΗ ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ

Η Hi-Techno και κάθε νέα επιχείρηση που επιθυμούσε να εγκατασταθεί στην θερμοκοιτίδα του Πανεπιστημίου Πατρών ακολούθησε την πιο κάτω διαδικασία⁸:

1. Κατάθεσε γραπτή εκδήλωση ενδιαφέροντος προς το επιστημονικό πάρκο Πατρών.
2. Το επιστημονικό πάρκο Πατρών είχε μία προσωπική επαφή με τη επιχείρηση και μέσω ενός έντυπου έγινε η απαραίτητη ενημέρωση και της παραδόθηκε η αίτηση υποψήφιας μονάδας "περιγραφής σχεδίου δράσης της στο επιστημονικό πάρκο Πατρών" και της έγινε ενημέρωση για τα απαραίτητα δικαιολογητικά που απαιτούνται.
3. Το επιστημονικό πάρκο Πατρών όρισε ένα πρόσωπο, τον χειριστή για να αναλάβει τις συνεννοήσεις με την Hi-Techno.
4. Η επιχείρηση με τη σειρά της κατάθεσε το συμπληρωμένο έντυπο και τα απαραίτητα δικαιολογητικά σύμφωνα με τον οδηγό.[ΒΛ.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ2]
5. Δόθηκε επίδοση παραστατικού παραλαβής της αίτησης (αριθμός Πρωτοκόλλου) στην Hi-Techno.

6. Έγινε μία πρώτη επεξεργασία της αίτησης και διαβιβάστηκε για αξιολόγηση.
7. Μετά το στάδιο της αξιολογήσεως ακολούθησε η σύνταξη έκθεσης από την πλευρά του επιστημονικού πάρκου.
8. Έγινε ενημέρωση στην επιχείρηση και της παραδόθηκε πρόσκληση για να παρουσιάσει την πρόταση της. Σε περίπτωση που είχε αρνητική γνώμη, η Hi-Techno είχε το δικαίωμα επαναφοράς του αιτήματος.
9. Παρουσιάστηκε στο διοικητικό συμβούλιο της Hi-Techno η αποδοχή του αιτήματος.
10. Πάρθηκε η οριστική απόφαση από το διοικητικό συμβούλιο του επιστημονικού πάρκου για ένταξη της εταιρείας στην θερμοκοιτίδα.
11. Ξεκίνησε η διαδικασία ένταξης.
12. Υπογράφηκε συμφωνητικό και ολοκληρώθηκε η ένταξη της εταιρείας.

Η αίτηση για ένταξη συνοδευόταν και από ένα σύντομο επιχειρηματικό σχέδιο. Το συμβόλαιο που υπογράφηκε μεταξύ επιστημονικού πάρκου Πατρών και της Hi-Techno έχει ισχύ αρχικά για 12 μήνες όπου θεωρείται και η δοκιμαστική περίοδος. Με την πάροδο των 12 μηνών η εταιρεία υποχρεούται να πάρει την απόφαση για το αν θα ζητήσει παράταση της σύμβασης ή όχι. Σε περίπτωση που επιθυμεί ανανέωση της σύμβασης πρέπει να υποβάλει και ένα σύντομο απολογισμό και προγραμματισμό για τα επόμενα χρόνια όπου αν κριθεί ικανοποιητικός ανανεώνεται συνήθως για άλλους 12 μήνες. Η διαδικασία αυτή μπορεί να συνεχιστεί μέχρι και για 3 χρόνια όπου θα εξεταστεί η δυνατότητα αποχώρησης της εταιρείας από την θερμοκοιτίδα.

Η Hi-techno θα θεωρηθεί σκόπιμο να εγκαταλείψει την θερμοκοιτίδα του Πανεπιστημίου Πατρών όταν με την πάροδο του χρόνου σημειωθεί αυξανόμενος κύκλος εργασιών, πετύχει σταθερά κέρδη προ φόρων και έχει ένα σταθερά αυξανόμενο αλλά και διατηρήσιμο πελατολόγιο. Οι παραπάνω παράγοντες θα αποδεικνύουν την επιτυχημένη εξέλιξη της επιχείρησης στην αγορά που απευθύνεται αφού πλέον θα έχει πάρει τα απαραίτητα εφόδια από την θερμοκοιτίδα και θα μπορεί να λειτουργεί αυτοδύναμα.

1.3.4. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ SPIN OFF ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Η δημιουργία εταιρειών spin-off έχει αρκετά πλεονεκτήματα τόσο για την κοινωνία όσο και για τους άμεσα εμπλεκόμενους. Μερικά από τα πλεονεκτήματα ίδρυσης και λειτουργίας εταιρειών spin-off είναι τα ακόλουθα:

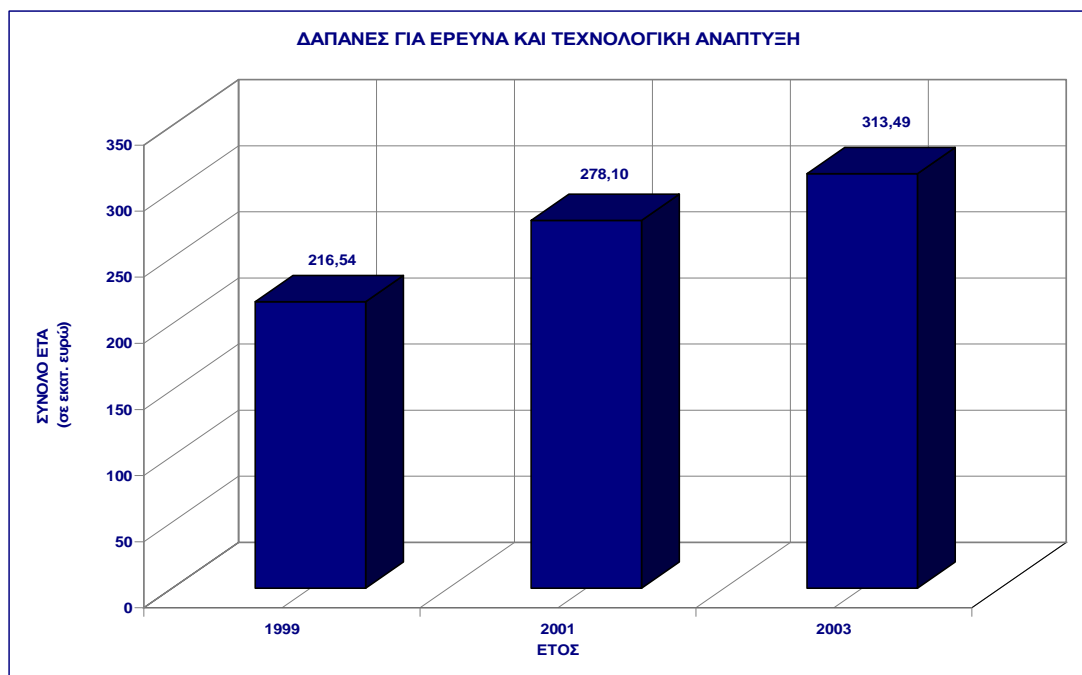
1. Δημιουργούν θέσεις εργασίας για το επιστημονικό προσωπικό άρα συμβάλουν κατά κάποιο τρόπο και στη μείωση της ανεργίας.
2. Συμβάλουν στην ανάπτυξη της βιομηχανίας υψηλής τεχνολογίας.
3. Συμβάλουν στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.
4. Συχνά συνεχίζουν την ερευνητική συνεργασία τους με το φορέα παραγωγής γνώσης.
5. Δημιουργούν έσοδα για το Πανεπιστήμιο, μέρος των οποίων επενδύεται σε ερευνητικές υποδομές ή διατίθεται για προγράμματα βασικής έρευνας.

Το οικονομικό όφελος των φορέων παραγωγής γνώσης μπορεί να προκύπτει από :

- Τα δικαιώματα εκμετάλλευσης διανοητικής ιδιοκτησίας π.χ. δίπλωμα ευρεσιτεχνίας του ερευνητικού φορέα.
- Μετοχικά κέρδη που διανέμονται στο τέλος κάθε εταιρικής χρήσης.
- Πιθανή εκποίηση των μετοχών του τεχνοβλαστού.

Πρέπει όμως να τονιστεί ότι δεν είναι σύνηθες να προκύπτουν κέρδη και από τις 3 πηγές.

Εικόνα 1.3: Δαπάνες για έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη στην Ελλάδα



ΠΗΓΗ: EUROPEAN INNOVATION SCOREBOARD 2003

Εικόνα 1.4. Μέσα σε τέσσερα χρόνια οι δαπάνες για έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη αυξήθηκαν κατά 44%. Παρόλα αυτά είναι κοινό μυστικό όμως ότι μέχρι και σήμερα οι επιδόσεις της χώρας μας στην έρευνα, την τεχνολογία και την καινοτομία είναι χαμηλές. Σύμφωνα με το "European Innovation Scoreboard" του 2007 η Ελλάδα βρίσκεται μόλις στην 29^η θέση μεταξύ 37 δυτικών χωρών. Τα στοιχεία της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ) είναι αποκαλυπτικά αφού η χώρα μας χαρακτηρίζεται από χαμηλές επενδύσεις στην έρευνα και ανάπτυξη τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα. Οι λόγοι που οδηγούν σε αυτή τη δυσχερή θέση είναι αρκετοί και οι βασικότεροι από αυτούς συνοψίζονται παρακάτω:

- Η έλλειψη σοβαρής τεχνολογικής υποδομής.
- Το μικρό σχετικά μέγεθος της εγχώριας αγοράς επηρεάζει αρνητικά την ανάληψη κινδύνου, με αποτέλεσμα να παρουσιάζονται πολύ μικρά ποσοστά ιδιωτικών επενδύσεων σε έρευνα και ανάπτυξη.
- Ο μεγάλος αριθμός μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων που διοικούνται από τον ιδιοκτήτη-επιχειρηματία.

1.3.5. ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΕΝΟΣ ΝΕΟΥ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Η δημιουργία και η παραγωγή ενός νέου-καινοτομικού προϊόντος από μία spin-off εταιρεία πρέπει να πληρεί ορισμένες βασικές προϋποθέσεις και να συγκεντρώνει κάποια βασικά χαρακτηριστικά ώστε να εισέλθει με επιτυχία στην ανταγωνιστική αγορά. Για μία spin-off εταιρεία η λέξη "προϊόν" είναι μία ευρύτερη έννοια η οποία μπορεί να περιγράψει μια υπηρεσία ή γκάμα προϊόντων ή και ένα μόνο προϊόν.

Τα βασικά χαρακτηριστικά και κριτήρια για να πετύχει ένα νέο προϊόν στην αγορά είναι τα εξής:

- Το προϊόν να ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών καλύτερα από αυτά των ανταγωνιστών.
- Να γίνει μελέτη της αγοράς στην οποία απευθύνεται το νέο προϊόν και να πραγματοποιηθεί έρευνα αγοράς για την κατανόηση των πραγματικών αναγκών.
- Να έχει μοναδικά πλεονεκτήματα για τον πελάτη.
- Το προϊόν να είναι τελείως καινούργιο ή να αποτελεί καινοτομία, βάση κάποιου ήδη υπάρχοντος προϊόντος.

1.4. ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ⁹

Αποτελεί ένα νομικό τίτλο προστασίας ο οποίος εκχωρείται για διάστημα 20 ετών στον εφευρέτη ή στην ομάδα συν-δικαιούχων. Ο εφευρέτης είναι υποχρεωμένος να περιγράψει την εφεύρεση και να πληρώσει την προβλεπόμενη συνδρομή στο γραφείο ευρεσιτεχνιών. Η δυνατότητα για χορήγηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας χάνεται αν δημοσιευθεί ή ανακοινωθεί δημόσια η ιδέα της πατέντας πριν καταχωρηθεί η αίτηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας χορηγείται από την αρμόδια εξουσιοδοτημένη αρχή τον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (Ο.Β.Ι.) μετά από την υποβολή της σχετικής αίτησης από τον δικαιούχο. Ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας ιδρύθηκε το 1987 (Ν1733/87) και είναι Νομικό Πρόσωπο ιδιωτικού Δικαίου (ΝΠΙΔ), οικονομικά ανεξάρτητο και διοικητικά αυτοτελές. Ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας εδρεύει στην Αθήνα και εποπτεύεται από το Υπουργείο Ανάπτυξης με αποκλειστική αρμοδιότητα την πληροφόρηση για τους τίτλους ιδιοκτησίας. Σκοπός του Οργανισμού Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας αποτελεί η συμβολή στην τεχνολογική και βιομηχανική ανάπτυξη της χώρας μέσω της προστασίας των δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας.

Το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας (Δ.Ε) περιγράφει πλήρως την εφεύρεση στην οποία αναφέρεται και δίνει στο κάτοχο του το μονοπωλιακό δικαίωμα να εκμεταλλεύεται την εφεύρεση σε συγκεκριμένο γεωγραφικό χώρο και για όσο χρόνο το δίπλωμα βρίσκεται σε ισχύ (20 χρόνια). Ενδιαφέρουσα είναι η διαπίστωση ότι το 80% της τεχνολογίας που έχει παραχθεί παγκοσμίως είναι καταγεγραμμένη στα διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Περίπου 6,3 εκατομμύρια Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας βρίσκονται σε ισχύ από το 2007, ενώ περισσότερες από 1.700.000 αιτήσεις πραγματοποιούνται κάθε χρόνο παγκοσμίως, σύμφωνα με τις εκθέσεις του WIPO. Σχεδόν το 50% των αιτήσεων αυτών προέρχεται από 2 χώρες, Ιαπωνία και Η.Π.Α. Ο αυξανόμενος αριθμός των αιτήσεων που κατατίθενται κάθε χρόνο αντανακλά την αυξανόμενη σημασία των Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας στην οικονομία και την ανάπτυξη, τόσο στο ιδιωτικό τομέα όσο και στο δημόσιο τομέα αφού η χρήση των Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας χρησιμοποιείται πλέον ευρέως για την προστασία των καινοτομιών. Τις τελευταίες δύο δεκαετίες υπήρξε μία θεαματική αύξηση του αριθμού των αιτήσεων για χορήγηση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας (ΔΕ) σε όλο τον κόσμο. «Οι αιτήσεις για χορήγηση από το Ευρωπαϊκό Γραφείο Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας έφτασαν το 2004 τις 178.500, ενώ το αμερικάνικο γραφείο δέχθηκε 370.000. Και στις δύο περιπτώσεις ο αριθμός των αιτήσεων υπερβαίνει το διπλάσιο του αντίστοιχου πριν μία 10ετία. Υπολογίζεται, ότι παγκοσμίως 5.500.000 διπλώματα βρίσκονται σε ισχύ, από τα οποία 1.635.000 στις ΗΠΑ, 1.100.000 στην Ιαπωνία και 1.275.00 συνολικά στη Μ. Βρετανία, Γερμανία και Γαλλία»¹⁰.

1.4.1. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΕΙ ΤΟ Δ.Ε

Η απόκτηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας παρέχει στο κάτοχο του τα ακόλουθα δικαιώματα:

1. Το δικαίωμα να παράγει, να προσφέρει και να διαθέτει στην αγορά τα προϊόντα που προστατεύονται από το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.
2. Το δικαίωμα να απαγορεύσει σε τρίτους που δεν τους έχουν παραχωρήσει τα σχετικά δικαιώματα, τη χρήση, παραγωγή , πώληση και γενικότερα την οικονομική εκμετάλλευση του προϊόντος.

1.4.2. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑ

Βασικές προϋποθέσεις για να χορηγηθεί δίπλωμα ευρεσιτεχνίας είναι οι εξής:

1. Να είναι νέες.
Νέα είναι εφεύρεση η οποία δεν ανήκει στην στάθμη της τεχνικής. Στάθμη της τεχνικής εννοούμε κάθε τι το οποίο ήταν γνωστό στο ευρύ κοινό πριν από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης ανεξάρτητα από το πώς έγινε η δημοσιοποίηση της πληροφορίας, το πού έγινε, αν το γνώριζε ή όχι ο ενδιαφερόμενος ακόμα και αν η δημοσιοποίηση έγινε από τον ίδιο τον καταθέτη της αίτησης ή τον εφευρέτη.
2. Να επιδέχονται βιομηχανική εφαρμογή.
Για να θεωρηθεί εφεύρεση ένα τεχνικό επίτευγμα εκτός από το να είναι νέο θα πρέπει να επιλύει ένα τεχνικό πρόβλημα με τέτοιο τρόπο που να εμπεριέχει ένα εφευρετικό βήμα δηλαδή μια εξέλιξη της τεχνικής, πέραν όσων είναι ήδη γνωστά. Μια εφεύρεση θεωρείται επιδεκτική βιομηχανικής εφαρμογής αν το αντικείμενο της μπορεί να παραχθεί ή να χρησιμοποιηθεί σε οποιοδήποτε τομέα παραγωγικής δραστηριότητας. Τα επινοήματα αυτά μπορεί να είναι είτε προϊόντα είτε μέθοδος παραγωγής προϊόντος.
3. Να εμπεριέχουν εφευρετική δραστηριότητα.
Θεωρείται ότι εμπεριέχει μία εφεύρεση εάν σύμφωνα με την κρίση ενός ειδικού δεν προκύπτει με εμφανή τρόπο από την στάθμη της τεχνικής.

1.4.2.1. ΕΞΑΙΡΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΧΟΡΗΓΗΣΗ Δ.Ε

Αναγκαία προϋπόθεση για χορήγηση Δ.Ε είναι να υπάρχει εφεύρεση όπως αναφέραμε και πιο πάνω η οποία θα επιλύει ένα τεχνικό πρόβλημα.

Οι περιπτώσεις που βάση νόμου δεν θεωρούνται εφευρέσεις είναι οι ακόλουθες¹¹:

- Οι ανακαλύψεις, επιστημονικές και μαθηματικές θεωρίες.
- Αισθητικές δημιουργίες .
- Σχέδια και προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών.
- Παρουσίαση πληροφοριών.
- Μέθοδοι χειρουργικής και θεραπευτικής αγωγής.
- Διαγνωστικές μέθοδοι που εφαρμόζονται στο ανθρώπινο σώμα ή στο σώμα των ζώων.
- Οι εφευρέσεις των οποίων η δημοσίευση ή η εφαρμογή αντίκειται στη δημόσια τάξη ή στα χρηστά ήθη.

ΛΟΓΟΙ ΘΕΣΠΙΣΗΣ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Δύο είναι οι κύριοι λόγοι θέσπισης δικαιώματος ευρεσιτεχνίας. Ο ένας είναι η παροχή κινήτρου στα άτομα και στις επιχειρήσεις να επιδίδονται σε έρευνα και να αναπτύσσουν καινούργια προϊόντα, η προώθηση με άλλα λόγια της καινοτομίας. Η προσδοκία κερδοφόρας εκμετάλλευσης του αποκλειστικού δικαιώματος ενθαρρύνει τα άτομα και τις επιχειρήσεις να στρέφουν την δραστηριότητά τους σε καινοτόμα προϊόντα από τα οποία θα έχει αργότερα όφελος το κοινωνικό σύνολο. Ο δεύτερος λόγος είναι η δημοσιοποίηση των καινοτομιών. Αν δεν υπήρχε το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας οι εφευρέτες θα προσπαθούσαν να κρατήσουν τις εφευρέσεις τους κρυφές για να μην τις αντιγράψουν οι ανταγωνιστές. Προϋπόθεση για την απονομή του διπλώματος είναι η αποκάλυψη και λεπτομερής περιγραφή της εφεύρεσης. Έτσι έχουμε μια ανταλλαγή (trade off) μεταξύ εφευρέτη και κοινωνικού συνόλου, ο εφευρέτης αποκαλύπτει την καινοτομία του και η πολιτεία του παρέχει το δικαίωμα να την εκμεταλλεύεται αποκλειστικά για τα επόμενα 20 χρόνια.

ΛΟΓΟΙ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΦΕΥΡΕΣΗΣ ΜΕ Δ.Ε.

Γιατί να καταχωρήσουμε την εφεύρεση μας με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας; Ο λόγος είναι ότι αν δεν την καταχωρούσαμε θα δίναμε το δικαίωμα σε οποιοδήποτε άλλον να το κάνει και να αποκτήσει αυτός το μονοπωλιακό δικαίωμα πάνω στην εφεύρεση για μία 20ετία ή ακόμη θα μπορούσε κάποιος να την εκμεταλλευτεί εμπορικά χωρίς να έχει προβεί στις απαραίτητες διαδικασίες για έκδοση διπλώματος ευρεσιτεχνίας με αποτέλεσμα να κάνει την εφεύρεση ευρέως γνωστή οπότε δεν θα μπορούσαμε να αποκτήσουμε δίπλωμα γιατί θα εμπίπτει στην στάθμη της τεχνικής. Αξιοσημείωτο είναι ότι αν μία καταχωρημένη εφεύρεση αντιγραφεί ή εκμεταλλευτεί εμπορικά, ως δικαιούχοι μπορούμε να απαιτήσουμε από το

ελληνικό δικαστήριο την άρση της προσβολής του διπλώματος ευρεσιτεχνίας και την παράλειψη της στο μέλλον. Με κάποιες προϋποθέσεις του νόμου μπορούμε να απαιτήσουμε την αποκατάσταση της ζημιάς που έχουμε υποστεί ή την απόδοση της ωφέλειας που κέρδισε εις βάρος μας ο τρίτος. Οι παραπάνω αξιώσεις ενός κατόχου Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας, αναγνωρίζονται από τον νόμο και σε εκείνον ο οποίος έχει καταθέσει αίτηση για απονομή Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας και αναμένει την απονομή του, καθώς και σε εκείνον που έχει λάβει αποκλειστική άδεια εκμετάλλευσης της εφεύρεσης.

1.4.3. ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ

«Το διεθνές πλαίσιο για το δικαίωμα προτεραιότητας θεσπίστηκε με την Σύμβαση των Παρισίων, της οποίας κράτος-μέλος είναι και η Ελλάδα. Τα κράτη-μέλη της Σύμβασης θέσπισαν το δικαίωμα προτεραιότητας για να διευκολύνουν τον δικαιούχο μιας εφεύρεσης να μπορεί να προετοιμαστεί κατάλληλα για να προστατεύσει την εφεύρεση του σε περισσότερες χώρες. Έτσι ο δικαιούχος μιας αίτησης διπλώματος ευρεσιτεχνίας που κατατέθηκε σε μία χώρα-μέλος έχει το δικαίωμα προτεραιότητας έναντι οποιουδήποτε άλλου, να αποκτήσει για την ίδια εφεύρεση δίπλωμα ευρεσιτεχνίας σε οποιοσδήποτε άλλες χώρες-μέλη. Το δικαίωμα προτεραιότητας γεννάται με την κανονική κατάθεση μιας αίτησης διπλώματος ευρεσιτεχνίας σε μια χώρα-μέλος της σύμβασης των Παρισίων. Κανονική κατάθεση είναι η κατάθεση μιας αίτησης στην οποία δόθηκε ημερομηνία κατάθεσης σύμφωνα με το δίκαιο της χώρας που κατατέθηκε. Η ημερομηνία κατάθεσης λέγεται ημερομηνία προτεραιότητας για τις επόμενες καταθέσεις αιτήσεων σε άλλες χώρες-μέλη. Η χρονική διάρκεια του δικαιώματος προτεραιότητας διαρκεί μόνο 12 μήνες από την ημερομηνία της πρώτης κατάθεσης»¹¹. Αν ο δικαιούχος δεν εκμεταλλευτεί το δικαίωμα αυτό στην 12μηνη αυτή προθεσμία δεν μπορεί να κάνει αργότερα επίκληση διεθνούς προτεραιότητας.

Μια εφεύρεση προστατεύεται μόνο στο έδαφος του κράτους για το οποίο ο εφευρέτης ζήτησε έκδοση Δ.Ε και εφόσον τα αρμόδια όργανα αυτού του κράτους του χορηγήσουν τελικά Δ.Ε. Έτσι εάν ο εφευρέτης ζητήσει την έκδοση μόνο ελληνικού διπλώματος και το δίπλωμα του απονεμηθεί, η εφεύρεση του θα προστατεύεται μόνο στην Ελλάδα και σε καμία άλλη χώρα άρα ένας ανταγωνιστής του στην Ιταλία ή στην Γερμανία θα μπορεί να αντιγράψει την εφεύρεση του, να την αναπαραγάγει και να την κυκλοφορήσει νόμιμα σε όποιο κράτος επιθυμεί πλην της Ελλάδας. Δηλαδή για τις χώρες για τις οποίες δεν ζητήθηκε δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ο δικαιούχος της εφεύρεσης δεν έχει το μονοπωλιακό δικαίωμα. Βέβαια και ο δικαιούχος του ελληνικού διπλώματος θα μπορεί ταυτόχρονα να εμπορεύεται την εφεύρεση του και σε όσες άλλες χώρες του κόσμου επιθυμεί, έστω κι αν δεν έχει δίπλωμα ευρεσιτεχνίας γι' αυτές.

Άρα όσον αφορά την Hi-Techno βρισκόμαστε μπροστά σε ένα μεγάλο δίλημμα. Αν θα επικαλεστούμε την διεθνή προτεραιότητα εντός των 12 μηνών για να έχουμε και σε άλλες χώρες το μονοπώλιο ή αν απλά θα επεκταθούμε και σε άλλες χώρες χωρίς την απόκτηση των αντίστοιχων διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και άρα δεν θα έχουμε το αποκλειστικό δικαίωμα για εκμετάλλευση του. Αφού στην δεύτερη περίπτωση μετά την πάροδο των 12 μηνών οποιαδήποτε εταιρεία θα μπορεί να παράγει πανομοιότυπα προϊόντα και να εκμεταλλευτεί τη δική μας καινοτομία.

Το να μην προβούμε σε επίκληση της διεθνούς προτεραιότητας θα έχει καταστροφικά αποτελέσματα για εμάς σε περίπτωση που κάποιος άλλος το εκμεταλλευτεί εμπορικά γι' αυτό εντός της προθεσμίας θα πρέπει να κινήσουμε τις απαραίτητες διαδικασίες για την απόκτηση Ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας για να προστατεύσουμε τα συμφέροντά μας και την καινοτομία μας στις χώρες που εμείς επιθυμούμε.

Για να αναγνωριστεί το δικαίωμα προτεραιότητας πρέπει να συντρέχουν οι εξής προϋποθέσεις:

- Να γίνει κανονική κατάθεση μίας αίτησης Δ.Ε σε μία χώρα-μέλος της Σύμβασης των Παρισίων.
- Να γίνει κανονική κατάθεση μίας αίτησης Δ.Ε σε οποιαδήποτε άλλη χώρα-μέλος εντός της προθεσμίας των 12 μηνών από την ημερομηνία της πρώτης κατάθεσης.
- Να δηλωθούν κατά την κατάθεση της δεύτερης αίτησης η χώρα και η ημερομηνία της πρώτης κατάθεσης.

1.5. ΕΙΔΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΩΝ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες το εθνικό ,το ευρωπαϊκό και το κοινοτικό δίπλωμα και η διαδικασία απόκτησης τους διαφέρει.

1) Το Εθνικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.

Το εθνικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ζητείται και απονέμεται από τον Ο.Β.Ι με αποτέλεσμα η εφεύρεση να προστατεύεται και να μονοπωλείται μόνο εντός της ελληνικής επικράτειας.

Το δικαίωμα ευρεσιτεχνίας ρυθμίζεται αποκλειστικά από το δίκαιο του κράτους όπου ζητείται προστασία. Από το δίκαιο της χώρας αυτής θα κριθεί η ύπαρξη δικαιωμάτων στο συγκεκριμένο άυλο αγαθό, το περιεχόμενο και η απώλεια τους. Έτσι με βάση την αρχή της εδαφικότητας και το δικαίωμα δεν μπορεί να προσβληθεί από πράξεις που λαμβάνουν χώρα στην αλλοδαπή χώρα και το αντίστροφο. Συνεπώς προκειμένου να προστατεύσουμε την εφεύρεση μας σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο μετά την εθνική αίτηση θα πρέπει εντός της προθεσμίας που ορίζει ο νόμος να υποβάλουμε κατάθεση για απονομή Ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

2) Το Ευρωπαϊκό δίπλωμα

Ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας (European Patent Organization ή EPO) είναι ο αρμόδιος διεθνής οργανισμός για χορήγηση ευρωπαϊκών Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας η λειτουργία του οποίου καθορίστηκε από τη Σύμβαση για το Ευρωπαϊκό Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας στις 5 Οκτωβρίου 1973 και η έδρα του βρίσκεται στο Μόναχο. Από το 2008 το EPO έχει 34 κράτη-μέλη τα 27 κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης συν άλλα επτά κράτη τα οποία αναγνωρίζουν τα Ευρωπαϊκά Διπλώματα ως εθνικά. Οι επίσημες γλώσσες του Ευρωπαϊκού Γραφείου Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας είναι τα αγγλικά, γαλλικά και γερμανικά και οι αιτήσεις για απόκτηση Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας πρέπει να κατατίθενται σε μια από αυτές τις γλώσσες και στη γλώσσα της χώρας που επιθυμούμε να αποκτήσουμε Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας.

Ένα Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας για παράδειγμα που έχει επικυρωθεί σε 13 χώρες στοιχίζει περίπου 20.000€ εκ των οποίων οι 14.000€ αφορούν μόνο τη μετάφραση του. Έτσι ένα ευρωπαϊκό Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας είναι 10 φορές ακριβότερο απ' ό,τι ένα αμερικάνικο που στοιχίζει μόλις 1.850€. Η απονομή ή μη ενός Ευρωπαϊκού Διπλώματος υπάγεται στην αποκλειστική αρμοδιότητα του Ευρωπαϊκού Γραφείου το οποίο εκδίδει μία ενιαία απόφαση με την οποία απορρίπτει την αίτηση του καταθέτη ή δέχεται την αίτηση και του χορηγεί το δίπλωμα. Η απόφαση αυτή είναι ενιαία με τη έννοια ότι, το δίπλωμα αυτό αν δεν χορηγηθεί δεν ισχύει σε κανένα κράτος της σύμβασης του Μονάχου και εάν χορηγηθεί ισχύει σε όσα κράτη της Σύμβασης επιθυμεί ο καταθέτης παρακάμπτοντας τα εθνικά γραφεία ευρεσιτεχνίας του κάθε κράτους τα οποία δεν έχουν καμία αρμοδιότητα να επανεξετάσουν την αίτηση. «Η μόνη προϋπόθεση για να έχει ισχύ το Ευρωπαϊκό Δίπλωμα που απονέμει το EPO σύμφωνα με το άρθρο 65 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης Δ.Ε είναι ότι εντός 3 μηνών από τη δημοσίευση της απόφασης ο δικαιούχος θα πρέπει να προβεί σε ξεχωριστή κατάθεση του διπλώματος στο Εθνικό Γραφείο κάθε κράτους στο οποίο επιθυμεί ο καταθέτης να τεθεί σε ισχύ. Το συγκεκριμένο δίπλωμα πρέπει να κατατεθεί μεταφρασμένο στην επίσημη γλώσσα του κάθε κράτους στο οποίο γίνεται η κατάθεση. Αυτό συνεπάγεται ότι ο καταθέτης θα πρέπει να καταβάλει το υψηλό κόστος που απαιτείται για τα εθνικά τέλη και τις δικηγορικές αμοιβές κάθε κράτους ξεχωριστά αλλά κυρίως θα πρέπει να καταβάλει το εξαιρετικά υψηλό κόστος για την μετάφραση της περίληψης και των αξιώσεων του Διπλώματος στην επίσημη γλώσσα του κάθε κράτους, έξοδα τα οποία δεν μπορούν να εκτιμηθούν παγίως αφού εξαρτάται κάθε φορά από την έκταση του κειμένου του εκάστοτε Διπλώματος»¹². Λόγω του υψηλού κόστους οι περισσότεροι εφευρέτες δεν ζητούν την επικύρωση της εφεύρεσης τους σε μεγάλο αριθμό κρατών.

«Το ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας παρέχει στον δικαιούχο για κάθε συμβαλλόμενο κράτος για το οποίο έχει εκδοθεί τα ίδια δικαιώματα που θα απονέμονται στο κράτος αυτό. Το κυριότερο όμως είναι ότι είναι ενιαίο. Το ευρωπαϊκό Δ.Ε με ισχύ σε όλα τα συμβαλλόμενα κράτη μπορεί να αποκτηθεί με την κατάθεση μιας κοινής αίτησης που υποβάλλεται στα αρμόδια όργανα και σε μια μόνο γλώσσα Αγγλικά, Γαλλικά ή Γερμανικά. Είναι πιο οικονομικό από την απόκτηση των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας μέσω εθνικής κατάθεσης σε κάθε ένα κράτος ξεχωριστά που εμείς επιθυμούμε»¹³.

Το Ευρωπαϊκό δίπλωμα δεν θα πρέπει να συγχέεται με το κοινοτικό δίπλωμα το οποίο δεν έχει τεθεί ακόμη σε ισχύ από τα κράτη μέλη. Πρόκειται για ένα ξεχωριστό δίπλωμα με ισχύ σε όλες τις χώρες της ευρωπαϊκής ένωσης το οποίο θα απονέμεται στον καταθέτη.

3) Κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας

Η Ευρωπαϊκή επιτροπή πρότεινε τον Ιούλιο του 2000 τη δημιουργία ενός κοινοτικού Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας προκειμένου οι εφευρέτες να διαθέτουν ενιαίο Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας με νομική ισχύ σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Συγκρίνοντας το με το Ευρωπαϊκό Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας είναι ενιαίο μέχρι την έκδοση του, μετά μετατρέπεται σε εθνικό για κάθε χώρα ξεχωριστά που επιθυμούμε να το ενεργοποιήσουμε.

Τα πλεονεκτήματα από την εφαρμογή του κοινοτικού Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας είναι τα ακόλουθα:

- Απλουστευμένη προστασία των εφευρετών σε όλη την κοινοτική επικράτεια.
- Σημαντική μείωση του κόστους απόκτησης του Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας και ειδικότερα των δαπανών μετάφρασης του που είναι πολύ υψηλές για την απόκτηση Ευρωπαϊκού Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας.

Το κοινοτικό Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας δεν έχει σκοπό να αντικαταστήσει τα υφιστάμενα εθνικά και ευρωπαϊκά συστήματα αλλά να συνυπάρξει με αυτά. Οι εφευρέτες θα διατηρήσουν τη δυνατότητα να επιλέγουν το σύστημα προστασίας με το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας που θεωρούν αυτοί το καταλληλότερο. «Αν επιθυμεί την κατοχύρωση της εφεύρεσης του σε ευρωπαϊκά κράτη που δεν είναι κοινοτικά όπως π.χ. η Ελβετία τότε για τα κράτη αυτά θα πρέπει να ακολουθήσει τη ξεχωριστή εθνική διαδικασία»¹⁴

Για τα υπόλοιπα κοινοτικά κράτη θα πρέπει να μεταφραστούν στην επίσημη γλώσσα κάθε κράτους μόνο οι αξιώσεις του διπλώματος, κείμενο σχετικά μικρό σε σύγκριση με την περιγραφή της εφεύρεσης που απαιτείται μετάφραση για απόκτηση του ευρωπαϊκού διπλώματος.

Το κοινοτικό Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας θα στοιχίζει περίπου 6,200€μόνον, για όλες τις χώρες, και από αυτό μόνο το 10% αφορά τη μετάφραση. Συγκρίνοντας το με το Ευρωπαϊκό Δ.Ε η μετάφραση που πρέπει να υποστεί αφορά περίπου κατά μέσο όρο 100 σελίδες και περιλαμβάνει τις αξιώσεις και την περίληψη της ευρεσιτεχνίας ενώ για το κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας απαιτείται μετάφραση μόνο για 3 σελίδες κατά μέσο όρο. Το κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ακόμη δεν έχει τεθεί σε πλήρη εφαρμογή γι' αυτό για να προστατεύσουμε τα δικαιώματά μας θα προχωρήσουμε στην απόκτηση του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

Εκτός από τις πιο πάνω διαδικασίες υπάρχει και η διαδικασία της Διεθνούς αίτησης. Η κατάθεση διεθνούς αίτησης στοχεύει στην απονομή ενός αριθμού εθνικών διπλωμάτων με βάση την Συνθήκη Διεθνούς Συνεργασίας για τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, γνωστή περισσότερο σαν PTC (Patent Cooperation Treaty). Το πλεονέκτημα της κατάθεσης Διεθνούς αίτησης είναι ότι μία μόνο αίτηση είναι αρκετή για να εκδοθεί ένας αριθμός Δ.Ε, εφόσον βέβαια πληρούνται οι προϋποθέσεις απονομής του αντίστοιχου Δ.Ε στην εκάστοτε χώρα.

Ο καταθέτης μπορεί να επιλέξει μεταξύ των 142 κρατών που έχουν υπογράψει την συνθήκη. Η διεθνής αίτηση Ελλήνων καταθετών μπορεί να κατατεθεί στον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (OBI), το Ευρωπαϊκό Γραφείο Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας (EPO) ή το Διεθνή Οργανισμό Διανοητικής Ιδιοκτησίας (WIPO) που εδρεύει στη Γενεύη. Εφόσον είναι επιθυμητή η επίκληση δικαιώματος προτεραιότητας από προγενέστερη αίτηση, η διεθνής κατάθεση πρέπει να πραγματοποιηθεί μέσα σε ένα χρόνο από την πρώτη αίτηση. Η αίτηση συντάσσεται στα αγγλικά, γερμανικά ή γαλλικά και η χρονική διάρκεια για χορήγηση της αίτησης είναι 18-30 μήνες. Στη συνέχεια υπάρχει χρονικό περιθώριο 12 μηνών ώστε ο καταθέτης να επιλέξει τις χώρες προστασίας που τον ενδιαφέρουν και να προετοιμαστεί προκειμένου να ξεκινήσει η ενεργοποίηση της εθνικής διαδικασίας.

Όσον αφορά το βασικότερο θέμα που είναι το οικονομικό υπολογίζεται ότι το κόστος για τα τέλη κατάθεσης μιας αίτησης είναι περίπου 2700€ για κάθε μία χώρα χωρίς να υπολογίζεται το υψηλό κόστος των μεταφράσεων που απαιτείται για κάθε χώρα που θα ζητήσουμε προστασία. Το πλεονέκτημα του διεθνούς Διπλώματος είναι ότι ο καταθέτης έχει άλλους οκτώ μήνες σε σχέση με άλλες διαδικασίες για να σκεφτεί την πιθανότητα επέκτασης της προστασίας της εφεύρεσης του σε άλλα κράτη, να διορίσει τον τοπικό αντιπρόσωπο, να προετοιμάσει τις μεταφράσεις και να πληρώσει τα εθνικά τέλη σε κάθε συμβαλλόμενο κράτος.

1.5.1. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΕΘΝΙΚΟΥ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Παρακάτω παρουσιάζεται η διαδικασία¹⁵ που έπρεπε να ακολουθήσει η HI-TECHNO και γενικότερα οποιοσδήποτε επιθυμεί χορήγηση εθνικού Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας.

1. Έγινε κατάθεση της αίτησης για χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας στον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (Ο.Β.Ι.) από τους νόμιμους δικαιούχους.
2. Δόθηκε μία προθεσμία τεσσάρων μηνών για τυχόν διορθώσεις ή συμπλήρωση ελλείψεων.
3. Έγινε έλεγχος για το "νέο" και την εφευρετική δραστηριότητα και συντάχθηκε μία έκθεση έρευνας.
4. Δόθηκε μία προθεσμία τριών μηνών για τυχόν παρατηρήσεις του καταθέτη στην έκθεση έρευνας.
5. Συντάχθηκε η τελική έκθεση έρευνας.
6. Εκδόθηκε το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας που έχει ισχύ για 20 χρόνια από την επόμενη της ημερομηνίας κατάθεσης της αίτησης το οποίο ανανεώνεται κάθε χρόνο με την καταβολή των ετήσιων τελών προστασίας. Όσο αυτονόητο κι αν ακούγεται, τα τέλη αυτά είναι σημαντικά και πολλές φορές καθορίζουν αν ένας εφευρέτης θα κατοχυρώσει την εφεύρεσή του ή όχι.

Τα απαραίτητα έγγραφα που κατέθεσε η Hi-Techno για χορήγηση του εθνικού διπλώματος ευρεσιτεχνίας στον Ο.Β.Ι ήταν τα ακόλουθα¹¹:

1. Αίτηση.
2. Περιγραφή της εφεύρεσης και ενός τρόπου υλοποίησης της.
3. Τις αξιώσεις σε ένα ανεξάρτητο φύλλο.
4. Περίληψη της εφεύρεσης που χρησιμεύει μόνο για τεχνική πληροφόρηση.
5. Σχέδια της εφεύρεσης.

Οι αξιώσεις οι οποίες υπάρχουν σε κάθε δίπλωμα ορίζουν σαφώς τα απαραίτητα χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να έχει κατ' ελάχιστο ένα αντικείμενο, είτε αυτό είναι υλικό αντικείμενο είτε είναι μέθοδος για να εμπίπτει στην προστασία που παρέχει το δίπλωμα. Σε περίπτωση δηλαδή που εξετάζεται αν ένα αντικείμενο παραβιάζει ένα προϋπάρχον δίπλωμα ευρεσιτεχνίας τότε εξετάζεται αν το αντικείμενο αυτό έχει όλα τα χαρακτηριστικά που αναφέρονται στις αξιώσεις. Για να ισχύει ένα δίπλωμα θα πρέπει η εφεύρεση όπως ορίζεται στις αξιώσεις να πληρεί τις προαναφερθείσες προϋποθέσεις, δηλαδή να είναι νέα και να εμπεριέχει εφευρετικό βήμα.

1.5.2. ΤΕΛΗ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗΣ ΣΕ ΙΣΧΥ ΤΟΥ Δ.Ε .

Απαραίτητη προϋπόθεση για απόκτηση και διατήρηση σε ισχύ του Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας από τους δικαιούχους είναι η αδιάλειπτη πληρωμή των ετήσιων τελών, τόσο στο στάδιο της αίτησης όσο και μετά τη χορήγηση του. Τα ετήσια τέλη προκαταβάλλονται για κάθε επόμενο έτος ή και για όλα τα επόμενα έτη προστασίας. Η τελευταία προθεσμία πληρωμής των τελών στον Ο.Β.Ι είναι η κατ' έτος τελευταία ημέρα του μήνα κατά τον οποίο πραγματοποιήθηκε η κατάθεση. Τα τέλη παρουσιάζονται αναλυτικά στον επόμενο πίνακα.

Πίνακας 1.2. Τέλη απόκτησης και διατήρησης του Δ.Ε		
Τέλος κατάθεσης της αίτησης για χορήγηση Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας (Άρθρο 24 παρ. 2 ν. 1733/87)		50,00 €
Τέλος για κάθε αξίωση που περιέχεται στην αίτηση για χορήγηση Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας (Άρθρο 8 παρ. 3 και 4 ν.1733/1987). Αφορά τις Αξιώσεις μετά τη δέκατη.		30,00 € ανά αξίωση
Τέλος για τη σύνταξη της Έκθεσης Έρευνας (συμπεριλαμβανόμενης και της Τελικής Έκθεσης Έρευνας) (Άρθρο 8 παρ. 4 ν. 1733/1987)		300,00 €
Τέλος για τη σύνταξη της Έκθεσης Έρευνας με Αιτιολογημένη Γνώμη (συμπεριλαμβανόμενης και της Τελικής Έκθεσης Έρευνας με Αιτιολογημένη Γνώμη) (ΥΑ 10374/04.08.09)		800,00 €
Τέλος χορήγησης για τα Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας (Άρθρο 8 παρ. 11 , άρθρο 18 παρ. 1 και 6, άρθρο 24 παρ. 1, ν. 1733/1987)		150,00 €
Ετήσια τέλη για την προστασία των Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας (Άρθρο 24 παρ. 2, ν. 1733/1987)		
Πρώτος	χρόνος προστασίας	0
Δεύτερος	>>	0
Τρίτος	>>	20,00 €
Τέταρτος	>>	50,00 €
Πέμπτος	>>	80,00 €
Έκτος	>>	90,00 €
Έβδομος	>>	100,00 €
Όγδοος	>>	115,00 €
Ένατος	>>	140,00 €
Δέκατος	>>	190,00 €
Ενδέκατος	>>	240,00 €
Δωδέκατος	>>	300,00 €
Δέκατος τρίτος	>>	400,00 €
Δέκατος τέταρτος	>>	500,00 €
Δέκατος πέμπτος	>>	600,00 €
Δέκατος έκτος	>>	700,00 €
Δέκατος έβδομος	>>	800,00 €
Δέκατος όγδοος	>>	900,00 €
Δέκατος ένατος	>>	1000,00 €
Εικοστός	>>	1100,00 €

ΠΗΓΗ: WWW.OBI.GR/OBI/OBI-

Βάση του νόμου 1733/1987 όποιος καταθέσει δήλωση παραίτησης στον Ο.Β.Ι ή όποιος δεν καταβάλει εμπρόθεσμα το τέλος προστασίας, σύμφωνα με το άρθρο 24 εκπίπτει από τα δικαιώματα που απορρέουν από το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Σε τέτοια περίπτωση ο Ο.Β.Ι εκδίδει πράξη για την έκπτωση η οποία δημοσιεύεται στο ειδικό δελτίο βιομηχανικής ιδιοκτησίας και ισχύει από την ημερομηνία δημοσίευσής της.

Τα πιο πάνω τέλη πρέπει να πληρώνονται στον Ο.Β.Ι με ένα από τους πιο κάτω τρόπους:

1. Με πληρωμή τοις μετρητοίς στο ταμείο του ΟΒΙ.
2. Με τραπεζική προσωπική επιταγή εκδιδόμενη για λογαριασμό του ΟΒΙ.
3. Με ταχυδρομική επιταγή.
4. Με κατάθεση στο τραπεζικό λογαριασμό του ΟΒΙ.

1.5.3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΝΟΜΗΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ Δ.Ε.

Η διαδικασία¹⁶ για απόκτηση του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας παρουσιάζεται πιο κάτω:

1. Ο καταθέτης συμπληρώνει και καταθέτει στον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας τα ειδικά έγγραφα της έντυπης αίτησης.
2. Μαζί με την έντυπη αίτηση συνυποβάλει και τα απαιτούμενα έγγραφα:
 - α. Περιγραφή εφεύρεσης.
 - β. Τις αξιώσεις του όπου προσδιορίζει επακριβώς τα σημεία της εφεύρεσης τα οποία θέλει να κατοχυρώσει.
 - γ. Περίληψη, όπου κάνει μία σύντομη και συνοπτική περιγραφή της εφεύρεσης.
 - δ. Σχέδια που απεικονίζεται η εφεύρεση
3. Ο φάκελος του εξετάζεται και συντάσσεται μία έκθεση έρευνας από τον πρώτο εξεταστή στη Χάγη.
4. Ο φάκελος επανεξετάζεται από ένα δεύτερο εξεταστή στο Μόναχο που συντάσσει την τελική έκθεση, βάση της οποίας η αρμόδια επιτροπή αποφασίζει εάν θα χορηγήσει τελικά ή όχι το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας στον καταθέτη.

1.5.4. ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Το κόστος για απόκτηση του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας παρουσιάζεται στο παρακάτω πίνακα ενδεικτικά για 3 και για 13 χώρες ενώ αξίζει να τονιστεί ότι η όλη διαδικασία μπορεί να διαρκέσει μέχρι και 44 μήνες.

Πίνακας 1.3. Τέλη απόκτησης ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας		
ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ	ΓΙΑ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΣΕ 3 ΧΩΡΕΣ	ΓΙΑ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ ΣΕ 13 ΧΩΡΕΣ
Αριθμός μεταφράσεων	2	8
<u>Διαδικαστικά έξοδα</u>		
Κατάθεση	160	160
Έρευνα	690	690
Ορισθέντα κράτη	225	525
3 ^ο έτος αίτησης	380	380
4 ^ο έτος αίτησης	405	405
Εξέταση	1430	1430
Χορήγηση	715	715
Φόρος αξίωσης	320	320
Διοικητικά έξοδα	250	250
Έξοδα μετάφρασης	3400	13600
Έξοδα κύρωσης	95	1700
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ	<u>8070</u>	<u>20175</u>
Κόστος διαδικασίας χωρίς τη μετάφραση	4670	6575
Κόστος εξωτερικών υπηρεσιών	12500	19500
ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΤΑ ΤΗ ΧΟΡΗΓΗΣΗ		
Κόστος διατήρησης 10 ετών τελών	2.975	16597
Κόστος διατήρησης 20 ετών τελών	22658	89508
ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ	20570	39675
ΣΥΝΟΛΟ 10 ΕΤΗ	23545	56272
ΣΥΝΟΛΟ 20 ΕΤΗ	43228	129183

Πηγή : www.obi.gr/obi/?tabid=139

Παρατηρείται για μία ακόμη φορά ότι τα έξοδα για μετάφραση του Δ.Ε είναι αρκετά υψηλά στην περίπτωση του Ευρωπαϊκού Δ.Ε. Για απόκτηση διπλώματος σε 3 χώρες το κόστος μετάφρασης ανέρχεται στις 3400€ ενώ για 13 χώρες είναι 13600€. Αν από το συνολικό κόστος αφαιρέσουμε το κόστος μετάφρασης στην περίπτωση των 3 χωρών από τις 8070€ το κόστος θα ήταν 4670€ ενώ στην περίπτωση των 13 χωρών από το συνολικό 20175€ το κόστος χωρίς τη μετάφραση θα ήταν μόλις 6575€

1.5.4.1. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ Δ.Ε

Εκτός από τα πλεονεκτήματα που απορρέουν από την απόκτηση του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας υπάρχουν και κάποια προβλήματα, κάποια μειονεκτήματα. Τα πιο σημαντικά παρουσιάζονται πιο κάτω.

1. Υψηλό κόστος για χώρες της Ευρώπης σε σύγκριση με Η.Π.Α και Ιαπωνία γι' αυτό και αυτές οι δύο χώρες έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό απόκτησης Δ.Ε.
2. Αλληλεπικάλυψη μεταξύ ευρωπαϊκών και εθνικών διαδικασιών.
3. Ανάγκη μετάφρασης των κειμένων σε πολλές γλώσσες.
4. Αργές και χρονοβόρες διαδικασίες.
5. Ελλιπής πρόσβαση σε δημοσιευμένες ευρεσιτεχνίες

1.6. ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ ΕΦΕΥΡΕΣΗΣ

Το Πανεπιστήμιο Πατρών πρέπει να είναι πάντοτε ένας εκ των συν-δικαιούχων. Όσον αφορά τον αριθμό των δικαιούχων δεν υπάρχει περιορισμός αλλά δεν είναι και απαραίτητο οι δικαιούχοι να είναι και εφευρέτες ούτε είναι απαραίτητο όλοι οι εφευρέτες να είναι συν-δικαιούχοι, κάτι που έγινε και στην περιπτώσή μας αφού από όλη την ερευνητική ομάδα μόνο ο καθηγητής είναι δικαιούχος της εφεύρεσης μαζί με το Πανεπιστήμιο και την Ig.

1.6.1. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΠΟΡΡΕΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΥΡΕΣΙΤΕΧΝΙΑΣ

Σύμφωνα με το Νόμο 1733/1987 του άρθρου 10 τα δικαιώματα πάνω στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας διακρίνονται σε ηθικό και περιουσιακό δικαίωμα. Το ηθικό δικαίωμα δημιουργείται από την πραγματοποίηση της εφεύρεσης και ανήκει σε κάθε περίπτωση στον εφευρέτη ή στους εφευρέτες, στα φυσικά δηλαδή πρόσωπα που συνέλαβαν την εφεύρεση και στο τέλος την πραγματοποίησαν. Σε κάθε περίπτωση το όνομα του εφευρέτη ή των εφευρετών αναφέρεται στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και ο εφευρέτης έχει το δικαίωμα να απαιτήσει από τον κάτοχο του διπλώματος να τον αναγνωρίσει ως εφευρέτη. Το περιουσιακό δικαίωμα δημιουργείται από τη χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας από τον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας. Τα πράγματα δεν είναι τόσο απλά όσον αφορά το περιουσιακό κομμάτι του δικαιώματος. Στο δίκαιο των εφευρέσεων γίνεται διάκριση μεταξύ εφευρέτη δηλαδή αυτού που πραγματοποίησε την εφεύρεση και του καταθέτη δηλαδή αυτού που κατάθεσε την αίτηση για χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας και στον οποίο θα εκδοθεί το δίπλωμα. Στη διαδικασία για χορήγηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας οι ηθικές εξουσίες με κεντρική αυτή του δικαιώματος αναγραφής του ονόματος του ανήκει στον "εφευρέτη" κ. Αναγνωστόπουλο, ενώ οι περιουσιακές εξουσίες στους φερόμενους "καταθέτες" το Πανεπιστήμιο Πατρών, τον κ. Αναγνωστόπουλο και στην εταιρεία LG αφού πρόκειται για εξαρτημένη εφεύρεση. Τη χορήγηση του διπλώματος τη ζήτησαν οι καταθέτες και το δίπλωμα που εκδόθηκε τους ανήκει.

Το περιουσιακό δικαίωμα δίνει στον δημιουργό την εξουσία να επιτρέπει ή να απαγορεύει:

1. Εγγραφή ή αναπαραγωγή του έργου.
2. Μετάφραση του έργου.
3. Διασκευή, προσαρμογή ή άλλες μετατροπές στο έργο.
4. Να κυκλοφορήσει το πρωτότυπο ή το αντίτυπο του έργου.

Ενώ στην άλλη περίπτωση το ηθικό δικαίωμα δίνει στον δημιουργό τις εξουσίες:

1. Να αποφασίσει για το χρόνο, το τόπο και τον τρόπο που θα δημοσιεύσει το έργο του.
2. Την αναγνώριση της πατρότητας του πάνω στο έργο.
3. Την απαγόρευση κάθε παραμόρφωσης, περικοπής ή άλλης τροποποίησης του έργου του.

Τελειώνοντας με το θέμα των δικαιωμάτων αξίζει να τονιστεί ότι το ηθικό δικαίωμα είναι ανεξάρτητο από το περιουσιακό και παραμένει στον δημιουργό ακόμα και μετά τη μεταβίβαση του περιουσιακού δικαιώματος. Το ηθικό δικαίωμα είναι αμεταβίβαστο μεταξύ των ζωντανών σε αντίθεση με το περιουσιακό που μεταβιβάζεται. Μετά το θάνατο του δημιουργού το ηθικό δικαίωμα μεταβιβάζεται στους κληρονόμους του, που οφείλεται να το ασκούν σύμφωνα με τη θέληση του δημιουργού, εφόσον τέτοια θέληση έχει ρητά εκφραστεί.

1.6.2. ΕΙΔΗ ΕΦΕΥΡΕΣΕΩΝ

Σύμφωνα με το νόμο 1733/1987 οι εφευρέσεις χωρίζονται σε 3 κατηγορίες:

1. Ελεύθερες.
2. Υπηρεσιακές.
3. Εξαρτημένες.

1.ΕΛΕΥΘΕΡΕΣ ΕΦΕΥΡΕΣΕΙΣ

Οι ελεύθερες εφευρέσεις όπου δεν συναντώνται συχνά είναι όταν ο εφευρέτης προχωρεί στην εφεύρεση με δικά του μέσα με αποτέλεσμα να του ανήκει εξολοκλήρου η εφεύρεση.

2.ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΕΣ ΕΦΕΥΡΕΣΕΙΣ

Οι υπηρεσιακές εφευρέσεις είναι εκείνες που πραγματοποιούνται στα πλαίσια υποχρέωσης του εργαζομένου. Είναι προϊόν μιας συμβατικής σχέσης εργαζομένου με τον εργοδότη αφού ο εργαζόμενος έχει προσληφθεί με την υποχρέωση να αναπτύξει εφευρετική δραστηριότητα. Σε αυτή την περίπτωση το 100% του δικαιώματος ανήκει στον εργοδότη. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι για να χαρακτηριστεί μια εφεύρεση υπηρεσιακή πρέπει να προκύπτει από την μεταξύ τους σύμβαση. Όπως έχουμε αναφέρει πιο πάνω στις υπηρεσιακές εφευρέσεις η εφεύρεση ανήκει στον εργοδότη αυτός δηλαδή έχει το δικαίωμα κατάθεσης για απόκτηση Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας με τον εργαζόμενο να έχει το δικαίωμα να κατονομαστεί ως εφευρέτης.

3.ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΕΣ ΕΦΕΥΡΕΣΕΙΣ

Στην προκειμένη περίπτωση η εφεύρεση πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο έργου που χρηματοδοτήθηκε από τρίτο, την LG προς τον οποίο υπάρχουν συμβατικές υποχρεώσεις του Πανεπιστημίου Πατρών. Το είδος της εφεύρεσης σε μία τέτοια περίπτωση αποφασίζετε από την επιτροπή ερευνών του Πανεπιστημίου. Έτσι η επιτροπή ερευνών αποφάσισε ότι η εφεύρεση ανήκει στην κατηγορία της εξαρτημένης εφεύρεσης.

Οι εξαρτημένες εφευρέσεις είναι αυτές που πραγματοποιούνται από τον εφευρέτη αλλά όχι με δικά του μέσα αλλά με τη χρήση υλικών , μέσων ή πληροφοριών του Πανεπιστημίου στο οποίο εργάζεται. Στην περίπτωση μας η εφεύρεση θεωρείται εξαρτημένη αφού ο καθηγητής κ. Αναγνωστόπουλος οδηγήθηκε στην εφεύρεση του με τη βοήθεια του Πανεπιστημίου Πατρών. Αξίζει να σημειωθεί ότι η έρευνα χρηματοδοτήθηκε από την εταιρεία LG με απώτερο σκοπό την απόκτηση μεριδίου πάνω στο Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας.

Στις εξαρτημένες εφευρέσεις το 60% του δικαιώματος ανήκει στον εφευρέτη- κ. Αναγνωστόπουλο και το 40% ανήκει στον εργοδότη-Πανεπιστήμιο. Ο όμιλος εταιρειών LG όμως λόγω της χρηματοδότησης της έρευνας δικαιούται μέρος του ποσοστού πάνω στο μερίδιο του Πανεπιστημίου, έτσι ο ερευνητής διατήρησε το 60% του δικαιώματος, με το Πανεπιστήμιο και τον όμιλο να μοιράζονται το 40%, 10% στο Πανεπιστήμιο και 30% στην εταιρεία LG, έτσι είχαμε την από κοινού υποβολή της αίτησης για την χορήγηση του Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας. Εφευρέτης θα αναγράφεται ο Αναγνωστόπουλος και οι τρεις μαζί θα είναι οι δικαιούχοι. Στην εξαρτημένη εφεύρεση, ο εργαζόμενος ενημερώνει αμέσως τον εργοδότη του για την πραγματοποίηση της εφεύρεσης, προκειμένου να συνυποβάλλουν Αίτηση Απονομής Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας. Πρέπει να τονιστεί ότι ο εφευρέτης που θα αναγράφεται στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας πρέπει να είναι φυσικό πρόσωπο ενώ οι δικαιούχοι μπορούν να είναι είτε φυσικά είτε νομικά πρόσωπα.

1.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Hi-Techno θα παράγει και θα διανέμει στην ελληνική αγορά με την βοήθεια των καναλιών διανομής της LG τρία προϊόντα. Τους εσωτερικούς πομποδέκτες που θα είναι ενσωματωμένοι στις ήδη υπάρχουσες ηλεκτρικές συσκευές της LG, τους εξωτερικούς που θα τους τοποθετούν οι καταναλωτές στις ηλεκτρικές τους συσκευές και το τηλεχειριστήριο για να ελέγχουν τις λειτουργίες των συσκευών.

Η εφεύρεση που οδήγησε στην ίδρυση της Hi-Techno είναι η τοποθέτηση τεχνολογίας Bluetooth στις ηλεκτρικές συσκευές και με αυτό το τρόπο θα μπορεί ο καταναλωτής να δώσει τις εντολές που επιθυμεί στις συσκευές της οικίας από το ειδικό τηλεχειριστήριο. Το συγκεκριμένο τηλεχειριστήριο θα δίνει εντολές ταυτόχρονα μέχρι και σε 7 συσκευές σε ακτίνα 100m διαπερνώντας τα φυσικά εμπόδια. Τι σημαίνει αυτό; Την δημιουργία κατά κάποιον τρόπο του "έξυπνου σπιτιού" αφού από οποιοδήποτε χώρο του σπιτιού μπορούμε να δώσουμε εντολές στις ηλεκτρικές μας συσκευές.

Η πιο πάνω καινοτομία κατοχυρώθηκε με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας από τον Ο.Β.Ι που μας προστατεύει εντός της ελληνικής επικράτειας. Επίσης ενεργοποιήσαμε το δικαίωμα προτεραιότητας και κινήσαμε τις απαραίτητες διαδικασίες για απόκτηση του Ευρωπαϊκού Διπλώματος. Το ότι αποκτήσαμε το Δ.Ε αποτελεί από μόνο του ένα τεράστιο πλεονέκτημα αφού για τα επόμενα 20 χρόνια θα έχουμε το μονοπωλιακό δικαίωμα για να εκμεταλλευόμαστε εμπορικά την εφεύρεση. Ως επακόλουθο αυτού η εταιρεία μας ξεκινάει τα δύσκολα πρώτα χρόνια λειτουργίας της έχοντας στα χέρια της ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών, ικανό να την οδηγήσει ψηλά αν φυσικά το εκμεταλλευτούμε κατάλληλα.

Αν και η απόκτηση Ευρωπαϊκού Διπλώματος είναι αρκετά δαπανηρή ειδικά όσον αφορά τη μετάφραση των αξιώσεων, στη Hi-Techno κρίναμε απαραίτητο να το αποκτήσουμε γιατί σε διαφορετική περίπτωση θα ήταν πιθανών οποιοσδήποτε να το εκμεταλλευτεί εμπορικά και να το λανσάρει σε οποιαδήποτε αγορά πλην της Ελλάδας.

Όσον αφορά τώρα τους δικαιούχους της εφεύρεσης αυτοί είναι το Πανεπιστήμιο, η LG και ο καθηγητής. Η συγκεκριμένη εφεύρεση έγινε στους χώρους του Πανεπιστημίου Πατρών από το καθηγητή χρησιμοποιώντας όμως μέσα και υλικά του Πανεπιστημίου και η έρευνα χρηματοδοτήθηκε από την LG και γι' αυτό έχουμε εξαρτημένη εφεύρεση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

2.1. ΙΔΡΥΤΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Όπως προαναφέρθηκε και πιο πάνω η εταιρεία θα παραμείνει στη θερμοκοιτίδα του Πανεπιστημίου Πατρών μέχρι τη στιγμή που θα κριθεί σκόπιμο να αποχωρήσει από αυτή. Συγχρόνως με την παραμονή της στη θερμοκοιτίδα πρέπει να γίνουν και οι απαραίτητες διαδικασίες για την ίδρυση και λειτουργία της εταιρείας. Οι δικαιούχοι της εφεύρεσης είναι τρεις αφού πρόκειται για εξαρτημένη εφεύρεση και είναι ο εφευρέτης το Πανεπιστήμιο Πατρών και ο επενδυτής.

1. Ο εφευρέτης , καθηγητής κ. Αναγνωστόπουλος με ποσοστό 60 % πάνω στην εφεύρεση.
2. Το Πανεπιστήμιο Πατρών που προσέφερε στέγαση και πληροφόρηση για την υλοποίηση της εφεύρεσης με ποσοστό 10% πάνω στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας.
3. Ο επενδυτής , ο όμιλος εταιρειών LG που χρηματοδότησε την ερευνητική δραστηριότητα και κατέχει το 30 % πάνω στο Δ.Ε.

Σύμφωνα με το Νόμο 2929/2001 του Άρθρο 11_[ΒΛ.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ3] η συμμετοχή μελών και ερευνητικού προσωπικού Πανεπιστημίων και Τ.Ε.Ι, στις παραπάνω επιχειρηματικές δραστηριότητες επιτρέπεται μετά τη συμπλήρωση τριετίας από το διορισμό τους και μετά από απόφαση της συγκλήτου ή της συνέλευσης, αντιστοίχως. Με την απόφαση αυτή καθορίζεται ο τρόπος και η έκταση της συμμετοχής του εν λόγω προσωπικού στις ανωτέρω επιχειρήσεις. Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή μέλους του προσωπικού αυτού με την ιδιότητα του διευθύνοντος συμβούλου ή του Προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου ή άλλης ανάλογης θέσης στα όργανα διοίκησης της επιχείρησης. Άρα ο καθηγητής θα είναι ιδρυτικό μέλος της εταιρείας χωρίς όμως να κατέχει υψηλόβαθμη θέση σε αυτή λόγο του περιορισμού στο νόμο .Το Πανεπιστήμιο θα παραχωρήσει το ποσοστό που έχει πάνω στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας με αντάλλαγμα όχι χρηματικό ποσό αλλά μερίδιο στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας που βάση νόμου όμως δεν θα πρέπει να υπερβαίνει το 50% , το 50%+ πρέπει να ανήκει σε ιδιώτες και όχι στο δημόσιο. Όσο αφορά τον όμιλο εταιρειών ο λόγος που χρηματοδότησε την έρευνα ήταν για να επωφεληθεί μελλοντικά από τα δικαιώματα πάνω στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και κατ' επέκταση να αποκτήσει μερίδιο στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας. Επίσης η LG εκτός από βασικός μέτοχος της εταιρείας θα είναι και ένας πολύτιμος συνεργάτης της αφού η τεχνολογία που αναπτύχθηκε θα διανέμεται στην ελληνική αγορά κατ' αποκλειστικότητα από αυτή.

Οι εταιρείες spin-off πρέπει βάση νόμου να έχουν την μορφή Ανώνυμης Εταιρείας ή Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης και η συμμετοχή των ερευνητών σε αυτές θεωρείται απαραίτητη, ειδικότερα όμως:

1. Στο καταστατικό της εταιρείας θα πρέπει να ορίζεται ότι η κύρια εμπορική δραστηριότητα της εταιρείας βασίζεται στην εμπορική εκμετάλλευση και αξιοποίηση της επιστημονικής γνώσης και των ερευνητικών αποτελεσμάτων.
2. Κατά τη διαδικασία σύστασης πρέπει να υπάρχουν συμβάσεις μεταφοράς τεχνολογίας και άδειες εκμετάλλευσης ευρεσιτεχνίας.
3. Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας πρέπει να ανήκει κατά πλειοψηφία σε ιδιωτικούς φορείς. Η συμμετοχή του δημόσιου και των νομικών προσώπων δημοσίου τομέα δηλαδή του Πανεπιστημίου Πατρών στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας δεν μπορεί να υπερβαίνει το 50% .

2.2. ΕΤΑΙΡΙΚΟΣ ΤΥΠΟΣ

Η Ανώνυμη εταιρεία είναι ο τύπος της κατεξοχήν κεφαλαιουχικής εταιρείας και τα βασικά χαρακτηριστικά της θα αναπτυχθούν στη συνέχεια του ιδίου κεφαλαίου. Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι η ανώνυμη εταιρεία είναι ο μοναδικός εταιρικός τύπος που επιτρέπει τη συγκέντρωση μεγάλων κεφαλαίων από απεριόριστο αριθμό μετοχών και την εύκολη μεταβίβαση των μετοχών.

ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Σε αντίθεση με τις προσωπικές εταιρείες, ουσιώδες στοιχείο για την ίδρυση της κεφαλαιουχικής είναι η συγκέντρωση κεφαλαίου. Το πρόσωπο των εταίρων είναι αδιάφορο για την υπό-σύσταση εταιρεία, γι' αυτό η μεταβίβαση της εταιρικής ιδιότητας είναι ελεύθερη, ενώ γεγονότα που επέρχονται στα πρόσωπα των εταίρων, όπως ο θάνατος και η πτώχευση δεν επηρεάζουν την εταιρεία. Οι εταίροι στην Α.Ε δεν έχουν δικαίωμα ούτε υποχρέωση εταιρικής συνεργασίας ενώ με τη διοίκηση της εταιρείας είναι επιφορτισμένα ειδικά όργανα διοικήσεως, τα μέλη των οποίων δεν είναι ανάγκη να έχουν την εταιρική ιδιότητα. Οι εταίροι εκφράζουν την βούληση τους μόνο στην συνέλευση οι αποφάσεις της οποίας λαμβάνονται με πλειοψηφία, ενώ η έκταση των εταιρικών δικαιωμάτων εξαρτάται από το ύψος της εισφοράς. Στις κεφαλαιουχικές εταιρείες για τα χρέη ευθύνεται μόνο η εταιρεία και όχι οι εταίροι.

2.2.1. ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ¹

1. Αποτελεί τη σοβαρότερη μορφή επιχειρηματικής δράσεως με το νομικό τύπο εταιρείας. Ο νόμος ορίζει για την ίδρυση της , μεγάλο σχετικά κεφάλαιο ως κατώτατο όριο (60.000.00€). Γενικότερα όμως η φύση της Α.Ε ευνοεί την συγκέντρωση συνήθως πολύ ανώτερων από το νόμιμο όριο κεφαλαίων.
2. Το κεφάλαιο της ανώνυμης εταιρείας διαιρείται σε ίσα μερίδια τις μετοχές.
3. Για την σύσταση της ανώνυμης εταιρείας απαιτούνται αυστηροί όροι δημοσιότητας, συμβολαιογραφικό έγγραφο , έγκριση της εποπτεύουσας αρχής (νομάρχη) και δημοσίευση του καταστατικού της στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης. Γενικότερα σε όλη τη διάρκεια της ζωής της η δημοσιότητα είναι απαραίτητη, δημοσίευση στις εφημερίδες του ετήσιου ισολογισμού της , ανακοινώσεις των μελών του διοικητικού συμβουλίου , μεταβολή της έδρας κ.ά.
4. Η διάρκεια ζωής της ανώνυμης εταιρείας ορίζεται μακρά, συνήθως 50 έτη.
5. Η ευθύνη των μετόχων της ανώνυμης εταιρείας είναι περιορισμένη και φθάνει μέχρι το ποσό της εισφοράς τους. Οι μέτοχοι δεν ευθύνονται προσωπικά με την ατομική τους περιουσία για τις υποχρεώσεις της εταιρείας. Η ευθύνη τους περιορίζεται στην εκπλήρωση της υποχρέωσης που ανέλαβαν για την καταβολή της εισφοράς τους.
6. Οι αποφάσεις στην ανώνυμη εταιρεία παίρνονται κατά πλειοψηφία. Οι αποφάσεις για τα τρέχοντα ζητήματα και για την όλη διοίκηση και διαχείριση της εταιρικής περιουσίας είναι αρμοδιότητα του διοικητικού συμβουλίου και οι σοβαρότερες αποφάσεις (διορισμός διοικητικού συμβουλίου, αύξηση κεφαλαίου, διάλυση εταιρείας, αλλαγή σκοπού κ.α.) είναι αρμοδιότητα της γενικής συνέλευσης των μετόχων. Στη γενική συνέλευση έχουν δικαίωμα να παραστούν και να ψηφίσουν όλοι οι μέτοχοι. Κάθε μετοχή αντιπροσωπεύει και μία ψήφο. Στην ανώνυμη εταιρεία η πλειοψηφία είναι πανίσχυρη και αποφασίζει για κάθε ζήτημα. Η μειοψηφία δεν έχει παρά μόνο κάποιες ασθενείς δυνατότητες ελέγχου. Όπως γίνεται αντιληπτό αυτό εξασφαλίζει στην ανώνυμη εταιρεία σταθερότητα διοικήσεως και απόλυτη ευχέρεια χειρισμών στη λειτουργία της.
7. Η ανώνυμη εταιρεία λόγω της σοβαρότητας της (μεγάλα κεφάλαια , δημοσιότητα) παρέχει πλεονεκτήματα που καμία άλλη μορφή δεν μπορεί να εξασφαλίσει. Στην αρχή αντιμετωπίζεται με μεγαλύτερη εμπιστοσύνη τόσο από την αγορά γενικότερα όσο και από τις τράπεζες. Σε αυτό συντελεί και ο εύκολος τρόπος μεταβίβασης των μετοχών, που μπορούν να δοθούν ως ενέχυρο για εξασφάλιση μίας συναλλαγής ή και να μεταβιβαστούν για να επιτευχθεί η είσοδος νέων προσώπων στην εταιρεία. Παράλληλα οι τράπεζες και το κράτος , πολλές φορές , προκειμένου να χρηματοδοτήσουν μια επένδυση απαιτούν να περιβληθεί αυτή τον τύπο της ανώνυμης

εταιρείας. Επίσης, στο χρηματιστήριο αξιών γίνονται δεκτές μόνο ανώνυμες εταιρείες.

2.2.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ (Α.Ε)

Οι λόγοι που οδήγησαν τους ιδρυτές της hi-techno ώστε η εταιρεία να πάρει την μορφή της ανώνυμης εταιρείας και όχι της Ε.Π.Ε είναι τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

1. Το μεγάλο ύψος του κεφαλαίου της είναι ένα αξιόλογο πλεονέκτημα που της δίνει υπεροχή από τις άλλες μορφές.
2. Στο κύκλο των συναλλασσόμενων με αυτή (τράπεζες, προμηθευτές, πελάτες κ.ο.κ.) εμπνέει αυξημένη εμπιστοσύνη. Την ίδια εμπιστοσύνη εμπνέει και μεταξύ των μετόχων..
3. Το περιορισμένο της ευθύνης. Η ευθύνη των μετόχων της ανώνυμης εταιρείας απέναντι στους δανειστές της περιορίζεται στο ύψος της συμμετοχής τους σε αυτή. Δεν υπάρχει η απεριόριστη και αλληλεγγύη ευθύνη που συναντάται στους ομόρρυθμους εταίρους των προσωπικών εταιρειών και στους ατομικούς επιχειρηματίες.
4. Φορολογικά πλεονεκτήματα. Η υπεραξία (κέρδος) , που τυχόν προκύπτει κατά την πώληση των μετοχών λόγο διαφοράς τιμής πώλησης και τιμής κτήσεως, απαλλάσσονται από το φόρο εισοδήματος. Υπάρχουν βέβαια και άλλα φορολογικά πλεονεκτήματα, όπως η απαλλαγή του εισφερόμενου κεφαλαίου κατά τη σύσταση της ανώνυμης εταιρείας, των καταστατικών, της μεταβίβασης μετοχών, της διανομής των κερδών κ.λπ. Επίσης δεν ζητείται τεκμήριο υπάρξεως εισοδήματος (πόθεν-έσχεος) για τα μετρητά που καταθέτουν οι μέτοχοι της Α.Ε για σύσταση ή αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου.
5. Εχέγγυα μεγαλύτερης τάξεως και ειλικρίνειας. Η ανώνυμη εταιρεία υποχρεούται από το νόμο να τηρεί τα περισσότερα και σοβαρότερα βιβλία από κάθε άλλη μορφή επιχείρησης. Επίσης υπόκειται στον έλεγχο του κράτους, που ασκείται από την οικεία νομαρχία και το Υπουργείο Εμπορίου(έλεγχος γενικών συνελεύσεων μετόχων, ισολογισμών) και ακόμα υποχρεούται αλλαγής του διοικητικού συμβουλίου, της έδρας και των αυξήσεων του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας κ.ο.κ.). με όλα αυτά αναγκάζεται , κατά κάποιο τρόπο να έχει μεγαλύτερη τάξη στο λογιστήριο της και να είναι σε θέση να παρέχει σοβαρότερα και πιο αξιόπιστα στοιχεία. Από την κατάσταση αυτή ωφελούνται τόσο οι μέτοχοι, όσο και οι δανειστές της εταιρείας, αλλά και οι δημόσιες αρχές.
6. Εξασφάλιση καλών σχέσεων μεταξύ των μετόχων. Το κυριότερο, ίσως, πλεονέκτημα που προσφέρει η ανώνυμη εταιρεία στους μετόχους της είναι οι καλές και σίγουρες σχέσεις ανάμεσα στους μετόχους. Στην προσωπική εταιρεία επιτρέπεται η εκ μέρους ενός εταίρου καταγγελία αυτής οποτεδήποτε. Συνεπώς , αυτός που έχει την πλειοψηφία δεν μπορεί να

αισθάνεται ασφαλής, αφού και ο έχων συμμετοχή στην εταιρεία μόλις 1% μπορεί να ζητήσει τη λύση της και να καταστρέψει ολόκληρη την επιχείρηση. Η κατάσταση αυτή αποτελεί σοβαρότατο ανασταλτικό παράγοντα για κάθε επιχειρηματία και σε συνδυασμό με το απεριόριστο της επιχειρηματικής ευθύνης καταλήγει σε τεράστιο μειονέκτημα. Αντίθετα, στην ανώνυμη εταιρεία δεν επιτρέπεται η καταγγελία αυτής και η λύση επέρχεται μόνο με απόφαση την πλειοψηφίας. Έτσι η πλειοψηφία των μετόχων αποκλείεται να αιφνιδιασθεί ή να εκβιασθεί από την μειοψηφία.

2.2.3. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΙΔΡΥΣΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η διαδικασία (περιληπτικά) που ακολουθείται για την ίδρυση μιας Α.Ε και κατ' επέκταση της Hi-Techno είναι η ακόλουθη ²:

Καταρχήν συντάχθηκε το καταστατικό της εταιρείας που υποχρεωτικά πρέπει να συντάσσεται στη δημοτική γλώσσα. Επίσης κατά την υπογραφή του συμβολαίου συστάσεως της Hi-Techno ήταν υποχρεωτική η παρουσία δικηγόρου. Το ιδρυτικό συμβόλαιο υπογράφηκε από τα ιδρυτικά μέλη της Α.Ε, το δικηγόρο και ενώπιον του συμβολαιογράφου. Στην περίπτωση του Πανεπιστημίου Πατρών, που αποτελεί Νομικό πρόσωπο, εξουσιοδότησε το κατάλληλο πρόσωπο για να παραστεί ενώπιον του συμβολαιογράφου και να υπογράψει το ιδρυτικό έγγραφο. Στη συνέχεια ένα αντίγραφο του συμβολαίου κατατέθηκε στην εποπτεύουσα αρχή, την αρμόδια νομαρχία, για να εγκριθεί και βάση νόμου ο Υπουργός Εμπορίου είναι αυτός που χορηγεί την άδεια συστάσεως της Α.Ε.

Μετά από το πέρας 15 ημερών από την υπογραφή του συμβολαίου οι ιδρυτές της Α.Ε καταβάλλουν στην Δ.Ο.Υ το φόρο συγκεντρώσεως κεφαλαίου. Στη συνέχεια το διπλότυπο καταβολής προσκομίστηκε στην αρμόδια υπηρεσία της νομαρχίας όπου είχε υποβληθεί το καταστατικό προς έγκριση.

Το ιδρυτικό συμβόλαιο, που περιείχε και το καταστατικό, προσκομίστηκε στο οικείο επιμελητήριο το οποίο με τη σειρά του χορήγησε βεβαίωση για την επωνυμία και το διακριτικό τίτλο της εταιρείας.

Αφού εγκρίθηκε το καταστατικό και χορηγήθηκε η σχετική άδεια λειτουργίας η αρμόδια υπηρεσία της νομαρχίας έγραψε την νεοϊδρυθείσα εταιρεία στο ειδικό μητρώο για την Α.Ε . Η ίδια υπηρεσία απέστειλε για δημοσίευση στην Ε.Φ.Κ την σχετική ανακοίνωση για την σύσταση της Α.Ε και καταχωρήθηκε η συστατική πράξη στο Μητρώο Ανώνυμων Εταιρειών. Με τις δύο αυτές πράξεις ολοκληρώθηκε και η διαδικασία σύστασης της Α.Ε ωστόσο η απόκτηση της νομικής προσωπικότητας της εταιρείας γίνεται με την καταχώρηση στο οικείο μητρώο Α.Ε .

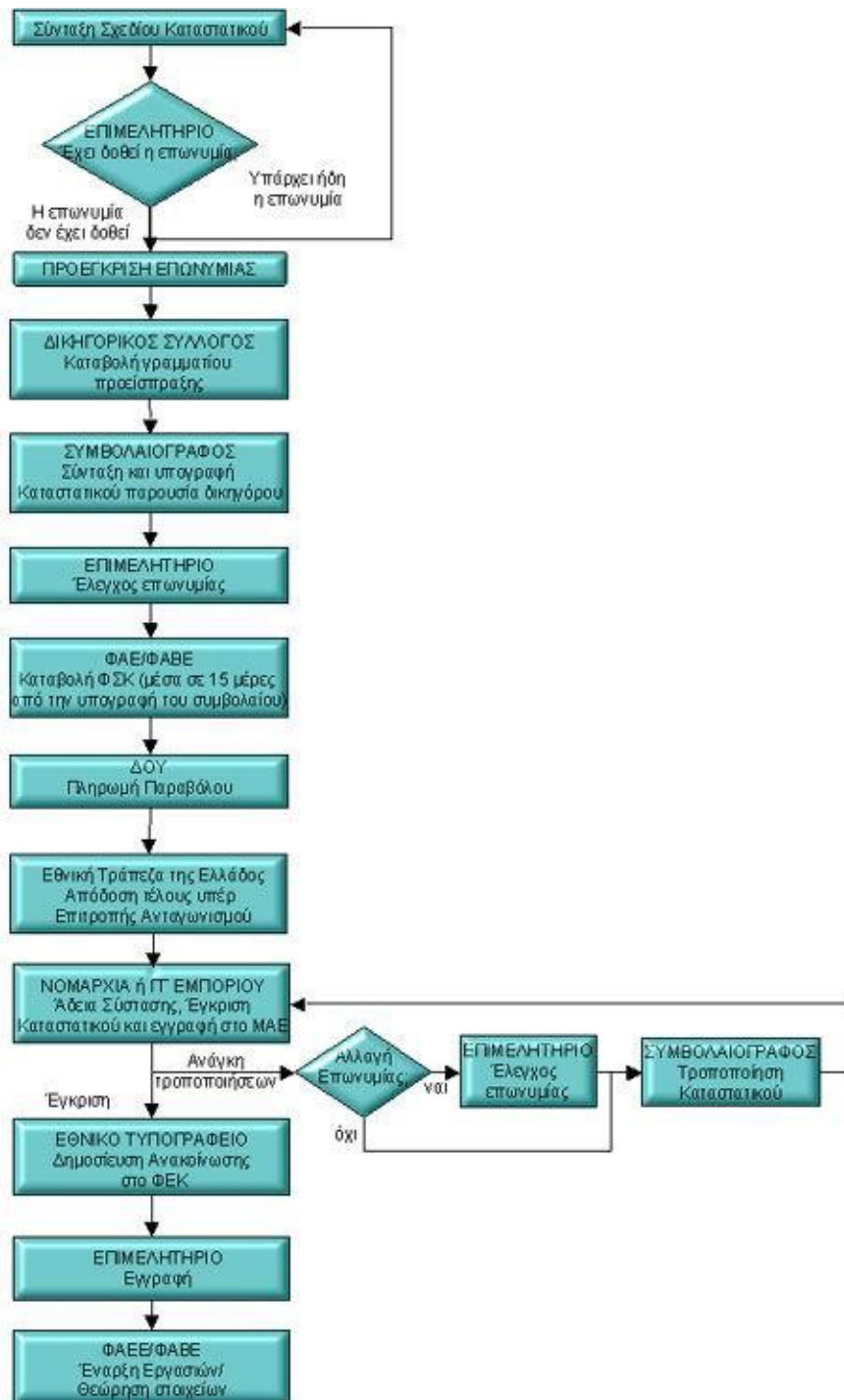
Ο Υπουργός Εμπορίου έγκρινε το καταστατικό και της χορήγησε την άδεια λειτουργίας. Η νομαρχία μελέτησε ολόκληρο το ιδρυτικό συμβόλαιο και κυρίως το κατά πόσο οι διατάξεις του καταστατικού είναι σύμφωνες με το νόμο. Επόμενο στάδιο ήταν η έκδοση της απόφασης του νομάρχη με την οποία εγκρίθηκε η σύσταση της εταιρείας και το καταστατικό. Η ανακοίνωση για τη σύσταση της Α.Ε αποστάληκε για δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης.

Στο τέλος η εγκριτική απόφαση του Νομάρχη στην οποία αναφέρεται και ο αριθμός που έλαβε η Α.Ε κοινοποιήθηκε στους ιδρυτές της εταιρείας. Με το έγγραφο αυτό η νεοϊδρυθείσα εταιρεία Hi-Techno Α.Ε έκανε εγγραφή στην αρμόδια Δ.Ο.Υ και έλαβε αριθμό φορολογικού μητρώου.

Η δημοσιότητα πραγματοποιείται:

- 1) Με την καταχώρηση της απόφασης του νομάρχη περί παροχής άδειας συστάσεως της Α.Ε. και έγκρισης του καταστατικού της στο μητρώο Α.Ε.
- 2) Με την δημοσίευση σχετικής ανακοίνωσης με τα στοιχεία της ιδρυθείσας Α.Ε. στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (Τεύχος Α.Ε.& Ε.Π.Ε)

Εικόνα 2.1. Διαδικασία σύστασης Α.Ε



Πηγή □ www.gge.gr/09/diadsystasis/html/a.e.html

2.2.4. ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ HI-TECHNO A.E

Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζονται λεπτομερώς τα επιμέρους έξοδα που δαπανηθήκαν για την σύσταση της Hi-techno.

Πίνακας 2.1. Κόστος σύστασης hi-techno A.E	
1. Έλεγχος επωνυμίας στο επιμελητήριο	35€
2. Δικηγόρος (0,5×ΜΚ)	4500€
3. Συμβολαιογράφος	800€
4. Επιμελητήριο για έλεγχο επωνυμίας	33€
5. Καταβολή Φ.Σ.Κ (1%×ΜΚ)	9000€
6. Εθνική τράπεζα (1%×ΜΚ)	900€
7. Πληρωμή παραβόλου Δημοσίου και ΤΑΠΕΤ	544€
8. Εγγραφή στο επιμελητήριο και πρώτη συνδρομή	500€
ΣΥΝΟΛΟ	16312€

Πηγή : www.gge.gr/09diadisystasis/html/kostosae.html

2.2.5. ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Το καταστατικό της ανώνυμης εταιρείας αποτελεί τον καταστατικό της χάρτη, γιατί είναι όχι μόνο το νομικό έγγραφο της συστάσεως της, αλλά διαλαμβάνει και όλα τα βασικά θέματα που αφορούν στις σχέσεις των μετόχων μεταξύ τους, στη διοίκηση της εταιρείας, στις υποχρεώσεις της έναντι τρίτων και του κράτους και γενικά στη ζωή και στη διάλυση της. Το καταστατικό της εταιρείας πρέπει να είναι συνταγμένο με σαφήνεια και ακριβολογία που να προλαβαίνει αμφιβολίες και περιπλοκές. Οι διατάξεις του πρέπει να είναι σύμφωνες με το νόμο, ο οποίος ορίζει και το ελάχιστο περιεχόμενο του. Έτσι το καταστατικό της ανώνυμης εταιρείας πρέπει να περιλαμβάνει τις ακόλουθες διατάξεις ³:

- 1) Εταιρική επωνυμία και σκοπό ίδρυσης της εταιρείας.
- 2) Έδρα και χρονική διάρκεια ζωής της εταιρείας.
- 3) Για το ύψος και τον τρόπο καταβολής του εταιρικού της κεφαλαίου.
- 4) Για τον αριθμό των μετοχών της κάθε κατηγορίας, αν υπάρχουν διαφορετικές κατηγορίες μετοχών.
- 5) Για την σύγκληση, συγκρότηση, τη λειτουργία και τις αρμοδιότητες του διοικητικού συμβουλίου.
- 6) Για τα δικαιώματα των μετόχων.
- 7) Για τη λύση της εταιρείας και την εκκαθάριση της περιουσίας της.

Όλα τα παραπάνω είναι στοιχεία που αποτελούν το ελάχιστο περιεχόμενο του καταστατικού της ανώνυμης εταιρείας.

2.2.5.1. ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟΥ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Το καταστατικό της εταιρείας σπάνια παραμένει για πολύ χρόνο αναλλοίωτο. Συνήθως επακολουθούν τροποποιήσεις τις οποίες υπαγορεύουν οι συνεχώς μεταβαλλόμενες ανάγκες της εταιρείας. Οι πιο συνηθισμένες περιπτώσεις τροποποίησης του καταστατικού γίνονται για τις εξής περιπτώσεις:

- 1) Αλλαγή της έδρας της εταιρείας.
- 2) Αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου.
- 3) Μεταβολή του σκοπού της εταιρείας.
- 4) Παράταση της διάρκειας ζωής της εταιρείας.

Αξιοσημείωτο είναι ότι ενώ για τον καταρτισμό του καταστατικού απαιτείται συμβολαιογραφικό έγγραφο, οι τροποποιήσεις του γίνονται με ιδιωτικό έγγραφο, δηλαδή με πρακτικό της γενικής συνέλευσης των μετόχων. .

2.2.6. ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Οι μετοχές ως τίτλος, είναι ένα έγγραφο στο οποίο ενσωματώνονται κάποια δικαιώματα τα οποία μπορεί να ασκήσει ο κύριος της. Η κατοχή της μετοχής δίνει στο μέτοχο, ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών που κατέχει και το ποσό του κεφαλαίου που αντιπροσωπεύει αναλογικά δικαιώματα, τόσο στην περιουσία της ανώνυμης εταιρείας και τα αποτελέσματα της όσο και στην έκφραση γνώμης στη γενική συνέλευση των μετόχων, που είναι το ανώτατο όργανο αποφάσεων της ανώνυμης εταιρείας. Όταν δημιουργείται μία ανώνυμη εταιρεία οι ιδρυτές καθορίζουν τις σχέσεις τους σύμφωνα με το ποσοστό συμμετοχής τους στο μετοχικό κεφάλαιο και πιο συγκεκριμένα με τον αριθμό των μετοχών που κατέχει ο καθένας από αυτούς.

Η κάλυψη του μετοχικού κεφαλαίου γίνεται από τους μετόχους είτε σε μετρητά είτε σε είδος (ακίνητα, μηχανήματα, έπιπλα, κινητά, κ.τ.λ.). Σύμφωνα με το άρθρο 8 του νόμου Ν.Ν 2190/1920 η εισφορά σε είδος υποτιμάται από την επιτροπή. Ο ίδιος ο νόμος που προαναφέρθηκε ορίζει ότι το κατώτατο όριο του μετοχικού κεφαλαίου είναι 60.000€ ολοσχερώς καταβλημένο κατά τη σύσταση της ανώνυμης εταιρείας.

Τι συμβαίνει σε περίπτωση που εκφραστεί η επιθυμία για αύξηση ή μείωση του μετοχικού κεφαλαίου; Η αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου μπορεί να γίνει από την Γενική Συνέλευση, το διοικητικό συμβούλιο ή την καταστατική συνέλευση αν θα γίνει τροποποίηση του καταστατικού και απαιτείται η έγκριση και η άδεια από την διοίκηση και δημοσίευση τους «δελτίο Α.Ε και Ε.Π.Ε» όπως γίνεται και κατά την ίδρυση. Σε περίπτωση μείωσης του μετοχικού κεφαλαίου έχουμε πάντα τροποποίηση του καταστατικού και πρέπει να εγκριθεί από την γενική συνέλευση.

Άρα να εγκριθεί η τροποποίηση, να χορηγηθεί άδεια και να δημοσιευθεί όπως και κατά την ίδρυση.

2.2.7. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Τα όργανα της Ανώνυμης Εταιρείας είναι ⁴:

1. Γενική Συνέλευση των μετόχων

Η Γενική Συνέλευση των μετόχων είναι το ανώτατο όργανο της εταιρείας αφού αυτό αποφασίζει για όλες τις εταιρικές υποθέσεις. Αποφασίζει για τις πιθανών τροποποιήσεις του καταστατικού, την εκλογή των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου και των ελεγκτών, εγκρίνει τον ισολογισμό και τη διάθεση των κερδών. Επίσης η Γενική Συνέλευση αποφασίζει για συγχώνευση, παράταση ή για πιθανή διάλυση της εταιρείας. Συγκαλείται από το Διοικητικό Συμβούλιο με πρόσκληση των μετόχων. Η Γενική Συνέλευση συνεδριάζει και αποφασίζει έγκαιρα όταν υπάρχει απαρτία και πλειοψηφία.

2. Διοικητικό Συμβούλιο

Το διοικητικό συμβούλιο πρέπει να αποτελείται από τουλάχιστο τρία μέλη μέτοχους ή μη, το οποίο διοικεί, διευθύνει και εκπροσωπεί την ανώνυμη εταιρεία. Ειδικότερα:

- A. Εκπροσωπεί το νομικό πρόσωπο της ανώνυμης εταιρείας
- B. Διευθύνει τις εταιρικές υποθέσεις.
- Γ. Διαχειρίζεται την περιουσία της εταιρείας.

Το διοικητικό συμβούλιο έχει αρμοδιότητα για κάθε θέμα εκτός από εκείνα για τα οποία ο νόμος ή το καταστατικό ορίζει ότι η αποκλειστική αρμοδιότητα ανήκει στη γενική συνέλευση της ανώνυμης εταιρείας. Το διοικητικό συμβούλιο συνέρχεται μία φορά κάθε μήνα από τον πρόεδρο που καθορίζει τον τόπο, τον χρόνο καθώς και τα θέματα της συνεδρίασης. Το διοικητικό συμβούλιο βρίσκεται σε απαρτία όταν είναι παρόντα τα μισά συν ένα μέλη του. Εάν ο νόμος ή το καταστατικό δε ορίζει διαφορετικά αποφασίζει κατά απόλυτη πλειοψηφία.. Το καταστατικό όμως μπορεί να ορίζει, ότι ένα ή περισσότερα άτομα μέλη του διοικητικού συμβουλίου ή άλλα πρόσωπα, θα εκπροσωπούν την εταιρεία. Όταν ο νόμος ορίζει "άλλα πρόσωπα", εννοεί τους διευθυντές της εταιρείας. Στην περίπτωση αυτή, αυτός που διευθύνει ονομάζεται Γενικός Διευθυντής.

3. Ελεγκτές

Ο έλεγχος της ανώνυμης εταιρείας, ανήκει στους ελεγκτές. Ο έλεγχος δε αυτός διακρίνεται σε τακτικό, έκτακτο και κρατικό.

- Ο Τακτικός έλεγχος ενεργείται από δύο ελεγκτές ή ένα ορκωτό λογιστή, οι οποίοι διορίζονται από το καταστατικό. Οι δε επόμενοι από τη γενική συνέλευση. Ασκούν διοικητικό και διαχειριστικό έλεγχο, δίνουν οδηγίες στους δικαστές και καταγγέλλουν παραβάσεις του νόμου, του καταστατικού και των αποφάσεων της συνέλευσης.
- Έκτακτος έλεγχος είναι αυτός που διατάσσεται από το δικαστήριο και μπορούν να τον ζητήσουν οι μέτοχοι που εκπροσωπούν το ένα εικοστό του μετοχικού κεφαλαίου και ο Υπουργός Εμπορίου. Αν τον έλεγχο τον ζητήσει ο Υπουργός, το δικαστήριο υποχρεούται να τον διατάξει. Αν όμως τον ζητούν οι μέτοχοι θα πρέπει να πιθανολογείται ότι παραβιάζει τον νόμο, το καταστατικό ή οι αποφάσεις της γενικής συνέλευσης.
- Ο Κρατικός έλεγχος ενεργείται από το Υπουργείο εμπορίου, κατά την ίδρυση της ανώνυμης εταιρείας που είναι απαραίτητος για την έγκριση του καταστατικού και χορήγηση της άδειας και κατά τη λειτουργία της όταν πρόκειται για τροποποίηση του καταστατικού.

2.2.8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι spin-off επιχειρήσεις βάση νόμου πρέπει να έχουν την μορφή της Α.Ε ή της Ε.Π.Ε . Οι ιδρυτές της Hi-Techno κατέληξαν στο συμπέρασμα η εταιρεία που θα ιδρύσουν να έχει τη μορφή της Α.Ε απορροφώντας έτσι πλεονεκτήματα που απορρέουν από αυτή τη μορφή.

Ένα από τα κυριότερα πλεονεκτήματα της Ανώνυμης Εταιρείας έναντι της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης είναι ότι για την σύσταση της απαιτείται η συγκέντρωση υψηλότερου κεφαλαίου και έχει και τη μεγαλύτερη διάρκεια ζωής (50 χρόνια). Δεν πρέπει όμως να παραγνωρίζουμε και ένα σημαντικό μειονέκτημα της Α.Ε έναντι της Ε.Π.Ε που αφορά τους όρους δημοσιότητας που πρέπει να τηρηθούν αλλά και την κρατική επιτήρηση που δέχεται. Λόγω όμως των υψηλών κεφαλαίων της αλλά και κατά κάποιο τρόπο της δημοσιότητας η Α.Ε αντιμετωπίζεται με μεγαλύτερη εμπιστοσύνη από τις υπόλοιπες μορφές επιχειρήσεων. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι οι τράπεζες και το κράτος πολλές φορές για να χρηματοδοτήσουν μία επένδυση "απαιτούν από τις εταιρείες να έχουν τη μορφή της Ανώνυμης Εταιρείας.

Όσον αφορά το μετοχικό κεφάλαιο της Hi-Techno Α.Ε σε αυτό συμμετέχουν οι τρεις ιδρυτές, το Πανεπιστήμιο, η LG και ο καθηγητής-ερευνητής. Αυτό φυσικά όσον αφορά τα πρώτα βήματα της εταιρείας αφού ένας βασικός μελλοντικός στόχος είναι σε αυτή να συμμετέχουν και άλλα φυσικά και νομικά πρόσωπα. Η μόνη προϋπόθεση-περιορισμός όσον αφορά το θέμα του μετοχικού κεφαλαίου μίας spin-off εταιρείας είναι ότι απαγορεύεται η συμμετοχή των Ν.Π.Δ.Δ να υπερβαίνει το 50% του μετοχικού κεφαλαίου.

Η οργάνωση της Α.Ε αναλαμβάνεται από τα τρία όργανα της εταιρείας, τη Γενική Συνέλευση, το Διοικητικό Συμβούλιο και τους ελεγκτές. Ως spin-off εταιρεία όμως υπάρχει ένας σημαντικός περιορισμός στο θέμα του Διοικητικού Συμβουλίου και αυτό δεν είναι άλλος από τον περιορισμό ο καθηγητής να μην κατέχει ηγετική θέση σε αυτό.

Πιστεύουμε ότι η επιλογή που πήραν οι ιδρυτές η εταιρεία μας να πάρει τη μορφή της Α.Ε αντί τη μορφή της Ε.Π.Ε κρίνεται η κατάλληλη επιλογή παρά τα μειονεκτήματα που παρουσιάζει η συγκεκριμένη μορφή αλλά και τους περιορισμούς από το νόμο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΗΣ HI-TECHNO



Επωνυμία: Hi-Techno A.E

Έτος: 2011

Νομική μορφή: Ανώνυμη Εταιρεία

3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ BUSINESS PLAN

Το επιχειρησιακό σχέδιο συντάχθηκε πριν την ίδρυση της εταιρείας ώστε να κριθεί βάση αυτού η είσοδος ή μη στη θερμοκοιτίδα του Πανεπιστημίου Πατρών αλλά και να προσελκύσει το ενδιαφέρον πιθανών μετόχων.

Το business plan είναι μία εμπειριστατωμένη μελέτη η οποία καταγράφει λεπτομερώς τι είναι μια συγκεκριμένη επιχείρηση, με τι ασχολείται, πού βρίσκεται και πού θέλει να φτάσει. Είναι ένα εργαλείο σχεδιασμού της επιχειρηματικής δραστηριότητας με πολλαπλά οφέλη το οποίο αποτελεί κομβικό σημείο για την ίδρυση, την μελλοντική πορεία και γενικότερα τη βιωσιμότητα της εταιρείας. Ο στόχος του business plan είναι να αναλύσει την υπάρχουσα κατάσταση της αγοράς και της επιχείρησης και με αυτό τον τρόπο να καθοδηγήσει τις ενέργειες των στελεχών της προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις και τακτικές. Έτσι επιτρέπει την προκαταβολική επαλήθευση του εάν είναι εφικτή μία επιχειρηματική ιδέα από εμπορική, οικονομική και χρηματοδοτική σκοπιά. Με αυτό τον τρόπο προσφέρει στον υποψήφιο επιχειρηματία ένα σημαντικό εργαλείο προγραμματισμού και ελέγχου των μελλοντικών του δραστηριοτήτων και αποτελεί ένα μέσο επικοινωνίας απαραίτητο για την παρουσίαση της μελλοντικής επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα υποψήφιο συνεργάτη ή ένα υποψήφιο χρηματοδότη.

Ο σκοπός του είναι η επιτυχία της επιχείρησης και η ελαχιστοποίηση του ρίσκου. Συνεπώς το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα εργαλείο οργάνωσης αλλά και παρουσίασης. Είναι εργαλείο οργάνωσης γιατί προσδιορίζει τη στρατηγική της εκάστοτε επιχείρησης, επισημαίνει τις δυνατότητες της αλλά και τα εμπόδια τα οποία θα μπορούσαν να προκύψουν όπως και τις πιθανές λύσεις τους. Το επιχειρηματικό σχέδιο δομεί τις κινήσεις και καθορίζει το δρόμο που πρέπει να ακολουθηθεί. Θεωρείται εργαλείο παρουσίασης γιατί θα αποτελέσει το πρώτο στοιχείο επικοινωνίας του επιχειρηματία προς τρίτους, το οποίο θα μας επιτρέψει να προσελκύσουμε συνεργάτες εσωτερικούς αλλά και εξωτερικούς σαν προωθητικό υλικό.

Πολύ σημαντικό ρόλο διαδραματίζει το business plan και για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις αφού λειτουργεί σαν οδηγός για αυτές καθώς αναπτύσσονται στον επιχειρηματικό κόσμο. Αποτελεί το προσχέδιο για το πώς θα μοιάζει η επιχείρηση στο μέλλον και παρέχει πολύτιμα εργαλεία για την ανάλυση της, τον προσδιορισμό των αναγκών της και την πραγματοποίηση των απαραίτητων αλλαγών. Για να διατηρεί όμως την αξία του πρέπει να ενημερώνεται συνεχώς για τις νέες εξελίξεις.

Μέρος του business plan αποτελεί και ο προϋπολογισμός της εταιρείας για τα επόμενα 10 χρόνια που θα δείχνει με αριθμούς τις προβλέψεις για τα οικονομικά δεδομένα της εταιρείας μας. Σε καμία περίπτωση φυσικά τα νούμερα δεν θα ανταποκρίνονται με ακρίβεια στην εικόνα που πιθανώς να έχει η εταιρεία μας αλλά θα αποτελούν μία ρεαλιστική και εφικτή πρόβλεψη.

Το επιχειρηματικό σχέδιο απαντά σε τρία απλά μεν, αλλά ζωτικής σημασίας δε ερωτήματα για την επιχείρησή μας.

- Που βρισκόμαστε τώρα;
- Που θέλουμε να βρεθούμε;
- Πως θα το επιτύχουμε;

Γενικά όσον αφορά τα συγκεκριμένα ερωτήματα μας δείχνουν ποια είναι η αφετηρία μας, ο επιθυμητός προορισμός μας (επιχειρηματικοί στόχοι) και πώς σχεδιάζουμε να φτάσουμε εκεί (επιχειρηματική στρατηγική). Το business plan είναι σαν ένας οδικός χάρτης που απεικονίζει την περιοχή μέσα στην οποία θα κινηθούμε (αγορά, πελάτες, ανταγωνιστές), τα εμπόδια που θα συναντήσουμε και τις εναλλακτικές διαδρομές που έχουμε στη διάθεση μας. Μας επιτρέπει δηλαδή να ελέγχουμε την πρόοδο μας και να δούμε πόση απόσταση έχουμε καλύψει μέχρι τον προορισμό που εμείς έχουμε θέσει σαν στόχο από την αρχή.

Τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για τον επιχειρηματία είναι τα ακόλουθα:

- Προσελκύει το ενδιαφέρον πιθανών επενδυτών.
- Αποτελεί οδηγό για την δημιουργία αξίας από και για την επιχείρηση.
- Συμβάλλει σημαντικά στη συνεχή βελτίωση της επιχείρησης.
- Αποτελεί τη βάση για συνεχή παρακολούθηση και έλεγχο.

Σε τι χρησιμεύει το business plan; Συμβάλλει στην δομή και οργάνωση της επιχείρησης, βοήθα στην λήψη αποφάσεων με βάση τους στόχους και την πολιτική της επιχείρησης. Ακόμη δείχνει τα δυνατά σημεία αλλά και τις αδυναμίες της επιχείρησης. Επίσης θεωρείται απαραίτητο δικαιολογητικό για τη σύναψη δανείων, ανάληψη εθνικών και ευρωπαϊκών επιδοτήσεων και προσέλκυση επενδυτών.

Όπως αναφέραμε το business plan είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για κάθε σύγχρονη επιχείρηση. Παρακάτω παραθέτουμε τους λόγους για τους οποίους θεωρείται τόσο χρήσιμο.

- Είναι μία περίληψη και αποτίμηση μιας επιχειρηματικής ιδέας και το γραπτό αποτέλεσμα μιας διαδικασίας σχεδιασμού.
- Υποχρεώνει τους συμμετέχοντες να σκεφτούν την επιχειρηματική τους πρόταση με συστηματικό τρόπο.

- Δείχνει τις πιθανότητες επιτυχίας και την ικανότητα του νέου επιχειρηματία να φέρει εις πέρας το έργο του. Αποτελεί δε σε πολλές περιπτώσεις τη μόνη χειροπιαστή άποψη μιας νέας επιχείρησης που βρίσκεται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης της.
- Παρέχει τα μέσα για την εξέταση όλων των πτυχών της νέας επιχείρησης και των συνεπειών μιας σειράς στρατηγικών αποφάσεων σχετικά με τη διαχείριση, το marketing, τα οικονομικά και το ανθρώπινο δυναμικό.
- Αποτελεί ένα εργαλείο διαχείρισης που καθοδηγεί το νέο επιχειρηματία.
- Αναγνωρίζει τους πιθανούς πελάτες-καταναλωτές, την αγορά-στόχο και το απαιτούμενο όγκο πωλήσεων ώστε η επιχείρηση να είναι βιώσιμη.
- Παραθέτει τα απαραίτητα υλικά και τους απαραίτητους πόρους και αποκαλύπτει ποια από αυτά πρέπει να αποκτηθούν.
- Αποτελεί σημείο αναφοράς και επικοινωνίας μεταξύ των μελλοντικών συνεταιριών και τη βάση για την υλοποίηση μιας επιχειρηματικής πρότασης.

Οι λόγοι που στην Hi-Techno συντάξαμε το business plan είναι:

- Η εύρεση επενδυτών που θα δώσουν την απαραίτητη ώθηση στην εταιρεία για να εξελιχθεί.
- Ως νεοσύστατη εταιρεία μέσω του business plan θα έχουμε την απαραίτητη προβολή.
- Ότι θα μας δοθεί η ευκαιρία και η δυνατότητα να δούμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα μας αλλά και την μελλοντική εξέλιξη που αναμένεται να έχουμε.
- Λόγω του ότι είμαστε νέα επιχείρηση θα μας χρησιμεύσει σαν μια βάση για να ασκούμε έλεγχο αν προχωρούμε όπως τα είχαμε σχεδιάσει ενώ σε αντίθετη περίπτωση να προβούμε σε πιθανές διορθώσεις.

Σαν συμπέρασμα μπορούμε να πούμε ότι το Business Plan αποτελεί μια ολοκληρωμένη προσπάθεια εκ μέρους του ιδίου του επιχειρηματία στο οποίο καταγράφει και οργανώνει τις σκέψεις και τις πληροφορίες του σχετικά με τον σχεδιασμό και το πρόγραμμα δράσης της επιχείρησης του. Το business plan καθοδηγεί τη πορεία που θα ακολουθήσει ο επιχειρηματίας, τον βοηθά στην εξασφάλιση χρηματοδότησης, να κατανοήσει το είδος και τη μορφή της επιχείρησης που χρειάζεται, καθώς επίσης να καταγράψει και να αναλύσει τον ανταγωνισμό. Είναι δηλαδή το αποτέλεσμα μιας διαδικασίας σχεδιασμού δεδομένου ότι επιτρέπει στον επιχειρηματία να καταλάβει.

- Ποιοι είναι οι πελάτες του;
- Γιατί θα αγοράσουν το προϊόν του;
- Πόσο θα τους κοστίσει;
- Πόσοι πόροι είναι απαραίτητοι;
- Πώς θα δημιουργήσει αξία και έσοδα;

Με βάση τα δεδομένα που θα προκύψουν από την παραπάνω ανάλυση θα καθοριστούν οι τελικές προτάσεις η εφαρμογή των οποίων θα συμβάλει στη βελτίωση των εσωτερικών λειτουργιών της επιχείρησης και την ανάπτυξη και επέκταση των δραστηριοτήτων της στην εγχώρια αγορά.

3.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η HI-TECHNO ιδρύθηκε το 2011 με έδρα την Πάτρα από τον καθηγητή κ. Αναγνωστόπουλο και την ερευνητική του ομάδα με την πολύτιμη συμβολή του Πανεπιστημίου Πατρών αφού αυτό πρόσφερε στέγαση και πληροφόρηση μέσω του ειδικά διαμορφωμένου του χώρου, την θερμοκοιτίδα . Ο χρόνος παραμονής της εταιρείας στην θερμοκοιτίδα θα κριθεί ανάλογα με το πότε θα είμαστε έτοιμοι να λειτουργήσουμε "αυτόνομα" στην αγορά με τις δικές μας δυνάμεις. Σημαντικό ρόλο στην ίδρυση της εταιρείας διαδραμάτισε και ο όμιλος εταιρειών LG που πίστεψε στην ερευνητική ομάδα και χωρίς την χρηματοδότηση του δεν θα ήταν εφικτή η εφεύρεση.

Ο λόγος ίδρυσης της εταιρείας είναι να εκμεταλλευτεί εμπορικά τα ερευνητικά αποτελέσματα που της παρέχουν την ικανότητα και την δυνατότητα να ενσωματώσει την τεχνολογία Bluetooth στις ηλεκτρικές συσκευές. Αξίζει να σημειωθεί ότι η καινοτομία έχει καταχωρηθεί με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας από τον Οργανισμό Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας που θα την προστατεύει για τα επόμενα είκοσι (20) χρόνια, δηλαδή μας δίνει το μονοπωλιακό δικαίωμα για εκμετάλλευση της.

Η εταιρεία Hi-Techno έχει την μορφή της Ανώνυμης Εταιρείας και δραστηριοποιείται στην παραγωγή:

1. Πομποδεκτών Bluetooth που μπορούν να ενσωματωθούν στις ηλεκτρικές συσκευές ή να τοποθετηθούν εξωτερικά στις ήδη υπάρχουσες.
2. Τηλεχειριστήρια με σκοπό την επικοινωνία με τις πιο πάνω συσκευές.

Αυτό που κάνει την Hi-Techno να διαφοροποιείται από τις υπόλοιπες εταιρείες είναι ότι στις ηλεκτρικές συσκευές έχει ενσωματώσει τεχνολογία Bluetooth που επιτρέπει στο χρήστη τους μέσω ενός τηλεχειριστηρίου να δίνει εντολές μέχρι και σε εφτά διαφορετικές συσκευές ενώ αυτός βρίσκεται εντός της οικίας του.

3.2.1. ΜΕΤΟΧΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Ο μοναδικός περιορισμός όσον αφορά το μετοχικό κεφάλαιο μίας εταιρείας spin-off είναι ότι το δημόσιο και στην περίπτωση μας το Πανεπιστήμιο Πατρών δεν μπορεί να έχει στην κατοχή του πέρα του 50% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας, αλλά η πλειοψηφία του να ανήκει στον ιδιωτικό τομέα.

Πίνακας 3.1. Μετοχική διάρθρωση hi-techno		
ΜΕΤΟΧΟΙ	ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΕΥΡΩ)	ΠΟΣΟΣΤΟ(%)
Κ.ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ	459.000€	51%
LG electronics inc	270.000€	30%
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ	171.000€	19%
ΣΥΝΟΛΟ	900.000€	100%

Εδώ αξίζει να τονιστεί ότι ένας από τους μελλοντικούς στόχους της Hi-Techno είναι η συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας κι' άλλων προσώπων είτε φυσικών είτε νομικών. Αυτό γνωρίζουμε ότι για να επιτευχθεί θα πρέπει από την πλευρά μας να δείξουμε την απαραίτητη συνέπεια αλλά και να προβάλουμε κατάλληλα την εταιρεία μας ώστε να προσελκύσουμε το ενδιαφέρον του κοινού. Αν το πετύχουμε αυτό μετά από ένα εύλογο χρονικό διάστημα, γνωρίζουμε ότι θα δώσουμε μία περαιτέρω ώθηση αλλά και δυναμική στην εταιρεία μας εμπνέοντας κατά συνέπεια και εμπιστοσύνη στους καταναλωτές.

3.2.2. ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Τα προϊόντα της hi-techno είναι τα ακόλουθα:

1. Πομποδέκτες Bluetooth που θα ενσωματώνονται αποκλειστικά από την LG στα προϊόντα με διαφορετικό Profile το κάθε ένα ώστε να αφορά:
 - Κλιματιστικά.
 - Τηλεόραση .
 - Ήχο-σύστημα.
 - Blue-ray's DVD's.
 - Καφετιέρα.
 - Βραστήρας.
 - Πλυντήριο/Στεγνωτήριο.
 - Ηλεκτρικές κουζίνες.

2. Εξωτερικούς πομποδέκτες Bluetooth που θα μπορούν να ενσωματωθούν στις ήδη υπάρχουσες ηλεκτρικές συσκευές.
3. Το τηλεχειριστήριο που θα μπορεί να δώσει εντολές στις πιο πάνω συσκευές αφού θα έχουν και τα δύο το απαραίτητο Profile. Το συγκεκριμένο τηλεχειριστήριο θα έχει κουμπιά που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και απαιτήσεις της κάθε συσκευής όπου μέσω μιας μικρής οθόνης θα ελέγχονται οι εντολές αλλά και σε ποια συσκευή επιθυμούμε να τις δώσουμε.

Τα προϊόντα της εταιρείας μας έχουν δημιουργηθεί με στόχο την διευκόλυνση της ζωής του καταναλωτή κατά την παραμονή του στην οικία του. Έχουμε κατά κάποιο τρόπο συμβάλει στη δημιουργία του "έξυπνου σπιτιού" δημιουργώντας έτσι μοναδικά πλεονεκτήματα όπου θα επωφελούνται οι πελάτες μας.

Μετά από την απόκτηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας από τον οργανισμό βιομηχανικής ιδιοκτησίας η εφεύρεση μας έχει καταχωρηθεί και μας παρέχει προστασία για τα επόμενα 20 χρόνια δίνοντας μας το μοναδικό πλεονέκτημα να είμαστε η μόνη εταιρεία που μπορεί να παράγει και να εμπορεύεται τα συγκεκριμένα προϊόντα στην ελληνική επικράτεια. Αυτό από μόνο του είναι ένα "όπλο" στα χέρια μας έναντι των υπολοίπων ανταγωνιστών μας που υποσχόμαστε να το εκμεταλλευτούμε. Τα προϊόντα της εταιρείας μας μειώνουν το χρόνο και το κόπο που απαιτείται για την διεκπεραίωση μιας εργασίας.

3.2.3. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η Hi-Techno διοικείται από επταμελές διοικητικό συμβούλιο που εκλέγεται κάθε 3 χρόνια από την γενική συνέλευση. Η οργάνωση της εταιρείας αποτελείται από τρεις πρώτης γραμμής διευθυντές

1. Οικονομικό διευθυντή.
2. Διευθυντή ανθρώπινου δυναμικού.
3. Διευθυντή παραγωγής.

Το επταμελές (7) διοικητικό συμβούλιο της hi-techno αποτελείται από τον Πρόεδρο του διοικητικού συμβουλίου, των Αντιπρόεδρο και τρία μέλη, το καθηγητή, τον εκπρόσωπο του Πανεπιστημίου και των εκπρόσωπο της LG στο διοικητικό συμβούλιο ώστε να έχει φωνή και η LG στις αποφάσεις αφού την αφορούν και αυτή. Επίσης το διοικητικό συμβούλιο συμπληρώνουν ο Γενικός διευθυντής εμπορικού τμήματος και ο Γραμματέας Διοικητικού Συμβουλίου.

Σύμφωνα με το Άρθρο 11 του Νόμου 2929/2001 η συμμετοχή μελών και ερευνητικού προσωπικού Πανεπιστημίων και Τ.Ε.Ι, στις παραπάνω επιχειρηματικές δραστηριότητες επιτρέπεται μετά τη συμπλήρωση τριετίας από το διορισμό τους και μετά από απόφαση της συγκλήτου ή της συνέλευσης, αντιστοίχως. Με την απόφαση αυτή καθορίζεται ο τρόπος και η έκταση της συμμετοχής του εν λόγω προσωπικού στις ανωτέρω επιχειρήσεις.

Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή μέλους του προσωπικού αυτού με την ιδιότητα του διευθύνοντος συμβούλου ή του Προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου ή άλλης ανάλογης θέσης στα όργανα διοίκησης της επιχείρησης. Άρα ο καθηγητής θα είναι ιδρυτικό μέλος της εταιρείας χωρίς όμως να κατέχει υψηλόβαθμη θέση σε αυτή λόγω του περιορισμού στο Νόμο.

Επίσης η εταιρεία διαθέτει και τρεις υπεύθυνους για διάφορα θέματα της εταιρείας.

1. Υπεύθυνος σχεδιασμού
2. Υπεύθυνος προμηθευτών
3. Υπεύθυνος σχέσεων με LG

Εκτός από τα πιο πάνω άτομα η εταιρεία εργοδοτεί και πέντε άτομα στο λογιστήριο καθώς και προσωπικό που θα εργάζεται στο εργοστάσιο.

Θα υπάρχει ένα απλό εργατικό δυναμικό που οι αρμοδιότητες του θα είναι αποκλειστικά στην συναρμολόγηση των προϊόντων για να αποσταλούν στην LG Hellas καθώς επίσης και υψηλά εκπαιδευμένο προσωπικό που η αρμοδιότητα του θα είναι να επιβλέπει ώστε η όλη διαδικασία συναρμολόγησης να κυλάει ομαλά.

3.2.4. ΑΠΟΣΤΟΛΗ

Η αποστολή μας στη Hi-Techno είναι να παρέχουμε προϊόντα υψηλής τεχνολογίας, ποιότητας και αξίας με απώτερο σκοπό την διευκόλυνση της ζωής των καταναλωτών. Σταδιακά χρόνο με το χρόνο να αυξάνουμε την παραγωγή μας εμπνέοντας ταυτόχρονα μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στους μετόχους μας. Έχουμε στόχο να αναπτυχθούμε σε βάθος χρόνου στην αγορά ανεβαίνοντας ταυτόχρονα και στη συνείδηση τόσο των συνεργατών μας όσο και των τελικών καταναλωτών.

Επίσης σημαντικό κεφάλαιο για εμάς στην Hi-Techno είναι οι εργαζόμενοι μας γι' αυτό θα τους προστατεύουμε σε ένα φιλικό περιβάλλον, επιβραβεύοντας πάνω απ' όλα την κάθε τους θετική προσπάθεια.

3.2.5. ΟΡΑΜΑ

Σε βάθος χρόνου τα τελικά προϊόντα μας να γίνουν από τις πρώτες επιλογές των καταναλωτών στην Ελλάδα βελτιώνοντας έτσι την ποιότητα ζωής τους ενώ αυτοί βρίσκονται εντός της οικίας τους.

3.2.6. ΠΟΛΙΤΙΚΗ

«Καμία πρόταση για μείωση του κόστους δεν θα γίνεται αποδεκτή αν αυτή υποβαθμίζει την ποιότητα των προϊόντων μας».

3.2.7. ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ HI-TECHNO

- Να αυξάνουμε σταδιακά τις πωλήσεις κάθε χρόνο διατηρώντας χαμηλά το κόστος με στόχο την αύξηση του κέρδους, προσφέροντας όμως πάντα την ίδια ποιότητα.
- Να επιτύχουμε το 20% των ετήσιων πωλήσεων μας από προϊόντα που δεν υπήρχαν πριν από 5 χρόνια.
- Συνέχιση συνεργασίας με Πανεπιστήμιο Πατρών για πιθανή εκμετάλλευση ερευνητικών αποτελεσμάτων στο κλάδο που μας αφορά.

3.2.8. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ HI-TECHNO

- Τα προϊόντα της Hi-Techno να βρίσκονται σε όλα τα μήκη και πλάτη της Ελλάδας ώστε να έχουν πρόσβαση στα σημεία πώλησης όλοι οι Έλληνες καταναλωτές και με την πάροδο του χρόνου να έχουμε παρουσία και εκτός Ελλάδας.
- Έχουμε σαν μελλοντικό στόχο την ίδρυση καταστημάτων λιανικής πώλησης για να στηριχθούμε σε ένα δικό μας δίκτυο διανομής.
- Επέκταση μελλοντικά και σε άλλες συσκευές. Η συγκεκριμένη καινοτομία θα μπορούσε να είχε εφαρμογή και στη λειτουργία του φωτισμού , των ρολών κτλ.
- Το ειδικό τηλεχειριστήριο που θα ελέγχει τις ηλεκτρικές συσκευές θα μπορούσε μελλοντικά να ενσωματωθεί και στα κινητά της LG ούτως ώστε μέσα από ένα κινητό τηλέφωνο να μπορεί ο καταναλωτής να ελέγχει τις λειτουργίες του έξυπνου σπιτιού.
- Προσέλκυση του ενδιαφέροντος τόσο των φυσικών όσο και των νομικών προσώπων για συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας.

3.2.9. ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ

Όπως προαναφέραμε και πιο πάνω οι τρεις βασικοί συντελεστές που οδήγησαν στη δημιουργία της spin-off εταιρείας Hi-techno είναι :

1. Το Πανεπιστήμιο Πατρών.
2. LG electronics Inc.
3. Ο καθηγητής κ. Αναγνωστόπουλος.

Τα κίνητρα που τους οδήγησαν στη δημιουργία της εταιρείας διαφέρουν μεταξύ τους. Η LG αρχικά κατά τη διάρκεια της έρευνας επένδυσε τα κεφάλαια της για να βοηθήσει στην υλοποίηση της ερευνητικής δραστηριότητας με σκοπό την απόκτηση μεριδίου στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και κατ' επέκταση στο μετοχικό κεφάλαιο για να επωφεληθεί μελλοντικά από την πιθανή κερδοφόρα εξέλιξη της εταιρείας.

Τα προϊόντα που θα παράγονται και θα διανέμονται στην αγορά θα έχουν την επωνυμία LG συνδυάζοντας την τεχνογνωσία και την πείρα της κολοσσού εταιρείας με την καινοτομία που προσφέρει η hi-techno. Το κίνητρο που είχε ο όμιλος να προβεί σε μια τόσο σοβαρή επένδυση είναι η απόκτηση ενός μεριδίου στο μετοχικό κεφάλαιο και μελλοντικά αν κριθεί σκόπιμο να προχωρήσει στην εξαγορά του πλειοψηφικού πακέτου των μετοχών. Επίσης ο ρόλος της LG θα είναι διπλός αφού εκτός από βασικός μέτοχος θα είναι και ένας πολύτιμος συνεργάτης.

Το Πανεπιστήμιο Πατρών συνέβαλε τα μέγιστα στην υλοποίηση του σκοπού της ερευνητικής δραστηριότητας αφού έδωσε τα απαραίτητα εφόδια τόσο στους δύο βασικούς συντελεστές όσο και στην νεοσύστατη εταιρεία μέσω της θερμοκοιτίδας. Το αποτέλεσμα αυτής της βοήθειας ήταν να αποκτήσει ποσοστό στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας όπου θα του αποφέρει ένα χρηματικό ποσό στο τέλος της κάθε εταιρικής χρήσης σε περίπτωση κερδοφορίας της εταιρείας. Τα συγκεκριμένα κέρδη θα δίνουν στο Πανεπιστήμιο τη δυνατότητα να τα διοχετεύει για διάφορες έρευνες ή για οποιοδήποτε σκοπό αυτό επιθυμεί. Επιθυμία του Πανεπιστημίου είναι να συνεχίσει τη συνεργασία και στο προσεχές μέλλον με τη διατήρηση ενός ποσοστού στο μετοχικό κεφαλαίο της εταιρείας, καθώς και σε περίπτωση νέας ερευνητικής δραστηριότητας στο κλάδο που αφορά την hi-techno τον πρώτο λόγο να τον έχει αυτή.

Από την πλευρά του ο ερευνητής συνέβαλε στα μέγιστα προς υλοποίηση αυτής της εφεύρεσης και είχε σαν επακόλουθο να θεωρηθεί ο εφευρέτης στο δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και να κατέχει και το μεγαλύτερο ποσοστό πάνω σε αυτό. Σήμερα ο εφευρέτης αλλά και ιδρυτής Αναγνωστόπουλος έχει ένα ποσοστό στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας όπου σε περίπτωση που υπάρξει επιθυμία από επενδυτή για συμμετοχή είναι διαθέσιμος να πωλήσει ένα μέρος του αφού ο ίδιος δεν έχει την απαραίτητη οικονομική δυνατότητα για να δώσει την περαιτέρω δυναμική που χρειάζεται στην εταιρεία.

3.2.10. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

Από τη στιγμή της σύλληψης της αρχικής ιδέας, δηλαδή από τη στιγμή της έρευνας μέχρι και τη στιγμή της υλοποίησης της, τη σύσταση της Ανώνυμης Εταιρείας hi-techno που έχει σκοπό να εκμεταλλεύεται εμπορικά τα ερευνητικά αποτελέσματα στο πλευρό μας βρίσκονται δύο βασικοί και ζωτικής σημασίας για την εταιρεία μας συνεργάτες, η LG και το Πανεπιστήμιο Πατρών. Παρακάτω ακολουθεί μία σύντομη ανάλυση και ένα μικρό ιστορικό για κάθε ένα από αυτούς.



Η LG έχει για έδρα την Σεούλ της Νότιας Κορέας και είναι η ναυαρχίδα του ομίλου LG Group ενός από του μεγαλύτερους ομίλους ηλεκτρονικών στο κόσμο.

«Η LG ομάδα ήταν μια συγχώνευση των δύο κορεάτικων εταιρειών Lucky και Gold star από την οποία προήλθε και η ονομασία LG. Η LG Electronics είναι η ναυαρχίδα της εταιρείας LG Group, ένα από τους μεγαλύτερους στον ηλεκτρονικό κόσμο ομίλους. Βασισμένη στην μακρόχρονη εμπειρία της στην κατασκευή οικιακών συσκευών και χάρη στην τεχνολογική της τεχνογνωσία η LG είναι πρωτοπόρος σε όλες τις εξελίξεις της ψηφιακής εποχής. Στην διάρκεια του 21^{ου} αιώνα έχει παρουσιάσει πολλά νέα προϊόντα, έχει εφαρμόσει νέες τεχνολογίες στην κατασκευή κινητών συσκευών και ψηφιακών τηλεοράσεων καθιστώντας την κυρίαρχο στην παγκόσμια αγορά»¹.

Η LG αποτελεί παγκόσμιο ηγέτη τεχνολογίας και καινοτομίας στα καταναλωτικά ηλεκτρονικά προϊόντα, τις οικιακές συσκευές και την κινητή επικοινωνία απασχολώντας περισσότερους από 84.000 εργαζόμενους σε 115 μονάδες και 84 θυγατρικές παγκοσμίως.

Η LG αποτελείται από πέντε επιχειρησιακές μονάδες:

1. Οικιακή ψυχαγωγία.
2. Κινητή επικοινωνία.
3. Οικιακές συσκευές.
4. Κλιματισμός.
5. Επαγγελματικές λύσεις.

Η LG είναι ο βασικός μέτοχος και τροφοδότης της εταιρείας αλλά και ένας πολύτιμος συνεργάτης. Από αυτή τη συνεργασία τα οφέλη που θα προκύψουν θα είναι ποικίλα και αφορούν και τις δύο πλευρές τόσο την LG όσο και την δική μας εταιρεία. Ας μην ξεχνάμε ότι η εταιρεία μας θα επωφεληθεί από την φήμη και το κύρος της LG αλλά και η LG από την πλευρά της θα επωφεληθεί από την καινοτομία και την μοναδικότητα που θα προσφέρουν στην ελληνική αγορά τα προϊόντα μας.

Παρακάτω ακολουθεί ένα σύντομο ιστορικό για την LG:

1960

- Ίδρυση της εταιρείας με την επωνυμία Gold star.
- Παραγωγή των πρώτων ραδιοφώνων, τηλεοράσεων, ψυγείων, πλυντηρίων και κλιματιστικών στην Κίνα.

1995

- Μετονομασία της εταιρείας σε LG Electronics..

1998

- Δημιουργία της πρώτης τηλεόρασης Plasma 60 ιντσών.

2001

- Τα κινητά τηλέφωνα CDMA κατακτούν την πρώτη θέση στην αγορά της Αυστραλίας.

2002

- Μαζική εξαγωγή έγχρωμων κινητών τηλεφώνων GPRS στην Ευρώπη.
- Δημιουργία γραμμής παραγωγής κινητών τηλεφώνων CDMA και του κέντρου έρευνας και ανάπτυξης στην Κίνα.

2003

- Η εταιρεία αναδύκνείται κορυφαίος κατασκευαστής κινητών τηλεφώνων CDMA στον κόσμο.

2004

- Διάθεση της πρώτης τηλεόρασης Plasma 71 ιντσών στην παγκόσμια αγορά.

2008

- Παρουσίαση της νέας εταιρικής ταυτότητας. "Η LG συνδυάζει ιδανικά τη μοντέρνα σχεδίαση με την έξυπνη τεχνολογία, σε προϊόντα που ταιριάζουν με τη ζωή σας.
- Η LG κατακτά την 1^η θέση στην αγορά πλυντηρίων εμπρόσθιας φόρτωσης στις Η.Π.Α για 5 συνεχόμενα τρίμηνα.
- Παρουσίαση πρώτου κινητού τηλεφώνου με Bluetooth.
- Παρουσίαση της πρώτης συσκευής αποθήκευσης δικτύου με blu-ray στον κόσμο.
- Συνολικές πωλήσεις περισσότερων από 100 εκατομμυρίων κλιματιστικών μονάδων LG.

2009

- Παρουσίαση στη Διεθνή Έκθεση IFA 2009 τις πιο πρόσφατες προτάσεις οικιακών συσκευών. Πρώτη εμφάνιση του πλυντηρίου ρούχων LG με κάδο χωρητικότητας 11 κιλών.

2010

- Η LG electronics συμμετέχει στο μετοχικό κεφάλαιο της Hi-techno με μελλοντικό σκοπό αν κριθεί προς το συμφέρον της, την εξαγορά του πλειοψηφικού πακέτου.

Η LG Electronics κατέχει την ηγετική θέση στους τομείς της τεχνολογίας και της καινοτομίας προσφέροντας πρωτοποριακά προϊόντα αξιοποιώντας την τεχνογνωσία της. Είναι ένας από τους μεγαλύτερους κατασκευαστές συστημάτων οικιακής ψυχαγωγίας προσφέροντας στον καταναλωτή προηγμένη τεχνολογία και υψηλή αισθητική. Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και η ανάπτυξη βέλτιστων προϊόντων που προσαρμόζονται στις ανάγκες του καταναλωτή αποτελούν θεμελιώδης αρχές για την LG. Αναπτύσσοντας νέες τεχνολογίες και εξερευνώντας μια σειρά μεθόδων για τη μείωση εκπομπών αερίων υιοθετεί μια προληπτική και δυναμική προσέγγιση για το περιβάλλον και την ενέργεια.

LG ΕΛΛΑΣ ELECTRONICS ²

Στο πλαίσιο της διεθνούς στρατηγικής για ακόμη πιο γρήγορη και αποτελεσματική ανάπτυξη, ιδρύθηκε το 2002 η θυγατρική εταιρεία LG electronics Ελλάς, η οποία θα συνεισφέρει δυναμικά τόσο στην ελληνική όσο και στην ευρωπαϊκή αγορά. Στόχος της είναι η κατάκτηση μιας ηγετικής θέσης στην ελληνική αγορά, ένας στόχος εξαιρετικά φιλόδοξος σε μία ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά με απαιτητικό κοινό. Η LG electronics Hellas σε επίπεδο πωλήσεων για το οικονομικό έτος 2009 συνέχισε το ρυθμό ανάπτυξης της ξεπερνώντας τα 219εκ. ευρώ καταγράφοντας αύξηση της τάξεως του 15%.

Παρακάτω ακολουθεί ένα σύντομο ιστορικό της LG HELLAS.

2002 Ίδρυση της LG HELLAS.

2003 Έναρξη εμπορικής δραστηριότητας .

1^η θέση στις πωλήσεις ηλεκτρονικών υπολογιστών.

2006 100 εκατομμύρια πωλήσεις.

2007 100 άτομα προσωπικό.

1^η θέση στις πωλήσεις τηλεοράσεων Plasma.

2008 1^η θέση στις πωλήσεις ψυγείων ντουλάπας.

2009 Σχεδόν 200 εκατομμύρια πωλήσεις.

Πίνακας 3.2. Αποτελέσματα πωλήσεων LG HELLAS για τα έτη 2003-2009		
Έτος	Πωλήσεις σε εκ.	Ποσοστιαία αύξηση
2003	20,5	
2004	57,2	
2005	88,5	55%
2006	117,8	33%
2007	163,1	39%
2008	190,3	17%
2009	219,1	15%

ΠΗΓΗ: WWW.LG.COM/GR/INDE

Πίνακας 3.2. Παρατηρείται μία δυναμική και μία ραγδαία ανάπτυξη της εταιρείας τα τελευταία χρόνια με αποκορύφωμα το 2007 που έφτασε μέχρι και το 39%. Η δυναμικότητα που παρουσιάζει η LG στην ελληνική αγορά οφείλεται πρωτίστως στον ιδιαίτερα ευρύ και εντυπωσιακό τομέα της γκάμας των προϊόντων της, ο οποίος περιλαμβάνει τηλεοράσεις, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, κινητά τηλέφωνα, ψηφιακά μέσα αποθήκευσης δεδομένων, ψυγεία, πλυντήρια ρούχων και κλιματιστικά, αλλά και λόγω της πλήρους κάλυψης του ελλαδικού χώρου με το τεράστιο δίκτυο διανομής της.

Όραμα της LG Ελλάς

Το όραμα της εταιρείας για τον 21^ο αιώνα είναι να αποκτήσει ηγετική θέση στο κλάδο της ψηφιακής τεχνολογίας σε παγκόσμιο επίπεδο, προσφέροντας στους πελάτες της πρωτοποριακά προϊόντα και υπηρεσίες που να ικανοποιούν τις ανάγκες τους.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

Στην εταιρεία θεωρούμε πολύ σημαντική τη συνεργασία με το Πανεπιστήμιο αφού χάρη σε αυτό έχουμε λόγο ύπαρξης. Όσον αφορά το μέλλον, το Πανεπιστήμιο θα παραμείνει μέτοχος της εταιρείας και θα αποκομίζει ένα σημαντικό ποσό στο τέλος κάθε εταιρικής χρήσης ως μέρος χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν είναι διαθέσιμο για να πωλήσει ένα μέρος του ποσοστού αν αυτό θεωρηθεί σκόπιμο για το γενικό καλό της επιχείρησης.

Τα θετικά από αυτή τη συνεργασία δεν είναι μόνο προς όφελος του Πανεπιστημίου αλλά και προς όφελος της hi-techno όπου θα διατηρήσει τους δεσμούς της με αυτό. Αυτό σημαίνει ότι σε περίπτωση νέας ανακάλυψης στο χώρο του Πανεπιστημίου στη hi-techno θα έχουμε τον πρώτο λόγο σε αυτή, ειδικά αν είναι στο κλάδο όπου δραστηριοποιούμαστε.

«Το Πανεπιστήμιο Πατρών ιδρύθηκε με το Ν.Δ.4425 το 1964 ως αυτοδιοικούμενο ΝΠ.ΔΔ υπό την εποπτεία του κράτους στο πλαίσιο του προγράμματος Διοικητικής Ανάπτυξης της χώρας. Σκοπός της ιδρύσεως του Πανεπιστημίου Πατρών όπως αναφέρεται στην εισηγητική έκθεση που συνόδευε το σχέδιο Νομοθετικού Διατάγματος στην Βουλή ήταν η διδασκαλία και η έρευνα θεμάτων αναγόμενων στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας με έμφαση στις θετικές επιστήμες, τεχνολογία, οικονομικές και κοινωνικές επιστήμες και την οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων»³.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. MARKETING PLAN

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει μία ανάλυση της λιανικής αγοράς ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών. Μπορεί ως hi-techno να μην ασχολούμαστε με την λιανική αγορά δραστηριοποιείται όμως η LG που εκτός από συνεργάτης μας είναι και μέτοχος μας. Άλλωστε στην εταιρεία δεν αποκλείουμε κάποια στιγμή να ασχοληθούμε και με το λιανικό εμπόριο. «Η λιανική αγορά ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών κατά το χρονικό διάστημα 1997-2008 είχε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 5,9% ωστόσο αν το δούμε πιο μεμονωμένα συγκρίνοντας το 2007 με το 2008 παρατηρούμε ότι το συνολικό μέγεθος της αγοράς αυξήθηκε μόλις κατά 0,5% »¹. Η εικόνα του συγκεκριμένου κλάδου στη χώρα μας χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων σε διάφορα επίπεδα όπως τιμών, προσφορών, πιστωτικών διευκολύνσεων κ.α. Το στοιχείο αυτό ενισχύεται από τα υψηλά επίπεδα κορεσμού που χαρακτηρίζουν αρκετές κατηγορίες συσκευών που έχουν υψηλά επίπεδα διείσδυσης στα ελληνικά νοικοκυριά, τα οποία μόνο αρνητική επίδραση μπορεί να έχουν στη ζήτηση. Ο κορεσμός φυσικά μπορεί να επέρχεται και λόγω της φύσης συγκεκριμένων προϊόντων όπως συμβαίνει με τις λευκές συσκευές που έχουν υψηλό βαθμό κορεσμού και τη χαμηλότερη συχνότητα αντικατάστασης ή τα κλιματιστικά όπου η αγορά τους παρουσιάζει έντονες εποχιακές διακυμάνσεις επηρεαζόμενη άμεσα από τις καιρικές συνθήκες. Επίσης σ' αυτό το κεφάλαιο θα γίνει μία ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος αλλά και της αγοράς στόχου. Σημαντικό μέρος του κεφαλαίου μας καταλαμβάνει η ανάλυση Swot που θα μας βοηθήσει στην κατανόηση των δυνατών, αδύνατων σημείων μας αλλά και των ευκαιριών και απειλών που θα παρουσιαστούν βάση του περιβάλλοντος που δραστηριοποιούμαστε. Η Swot ανάλυση χρήζει απαραίτητης προσοχής αφού χρησιμεύει σαν οδηγός για να εκμεταλλευτούμε τις μελλοντικές ευκαιρίες που θα μας παρουσιαστούν αλλά και να προετοιμαστούμε κατάλληλα για να αντιμετωπίσουμε τους πιθανούς κινδύνους.

Δεν θα μπορούσαμε κατά την ανάπτυξη του Marketing Plan να μην αναφερθούμε στο μείγμα Μάρκετινγκ. Αποτελείται από την ανάλυση των 4P's, του προϊόντος, της τιμής, της διανομής και της προώθησης όπου είναι πολύ σημαντικά αφού καθορίζουν τη φήμη που θα αποκτήσει ένα προϊόν και γενικότερα τη ζήτησή του.

4.2. ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΓΟΡΑΣ

Οι μεγάλες αλυσίδες προκειμένου να φέρουν πελάτες στα καταστήματα τους επιστρατεύουν όλα τα μέσα που έχουν στη διάθεσή τους, από γενναίες πιστωτικές διευκολύνσεις μέχρι και τιμές κάτω του κόστους σε ορισμένα προϊόντα και για περιορισμένο διάστημα. Κάποιες άλλες προσφέρουν κίνητρα, κυρίως εκπτώσεις για να κεντρίσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών και να αντικαταστήσουν τις παλιές λευκές συσκευές με νέες.

Όσον αφορά την κατανομή των μεριδίων αγοράς στο κλάδο αυτά έχουν συγκεντρωθεί στις μεγάλες αλυσίδες και στους μεγάλους αγοραστικούς ομίλους που εξελίχθηκαν σε "κυρίαρχους" της λιανικής διάθεσης. Οι μεγάλες αλυσίδες ελέγχουν περίπου το 58% - 60% της πίτας. Η είσοδος στην Ελληνική αγορά μεγάλων εταιρειών του εξωτερικού έχει αλλάξει το εγχώριο λιανικό εμπόριο ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών οικιακών συσκευών. Υπάρχουν περιπτώσεις κατά τις οποίες οι εταιρείες εισήλθαν με άμεσο τρόπο στην αγορά, είτε ιδρύοντας δικά τους καταστήματα είτε αποκτώντας τον πλήρη έλεγχο εγχώριων επιχειρήσεων. Οι προαναφερθείσες εξελίξεις επηρέασαν σε σημαντικό βαθμό τις επιχειρήσεις. Η αναπτυξιακή δυναμική των μεγάλων αλυσίδων ώθησε τις επιχειρήσεις να προσχωρήσουν σε αγοραστικούς ομίλους ώστε να διασφαλίσουν την οικονομική τους βιωσιμότητα και να ανταπεξέλθουν στο όλο και πιο έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Σήμερα η λεγόμενη πίτα είναι χωρισμένη στους συνεταιρισμούς που περιλαμβάνουν αλυσίδες όπως Electronet, Expert, ΣΕΗΟΣ κ.α. Μεταξύ των βασικών πλεονεκτημάτων που έχουν οι συνεταιρισμοί έναντι των μεγάλων πολυεθνικών αλυσίδων που λειτουργούν στην Ελλάδα είναι αφενός τα μικρότερα λειτουργικά έξοδα καθώς εργάζονται οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες και συνήθως τους ανήκει και το κτίριο και αφετέρου η προσωπική σχέση που έχουν αναπτύξει με τους πελάτες στις τοπικές αγορές όπου δραστηριοποιούνται είναι ένα στοιχείο που απουσιάζει από τους πολυεθνικούς ανταγωνιστές.

«Το πρόσφατο 2009 αποτέλεσε χρονιά σημαντικής υποχώρησης για τον κλάδο παρά τις τονωτικές "ενέσεις" όπως τα προγράμματα απόσυρσης παλαιών κλιματιστικών και η χορήγηση μαθητικού υπολογιστή. Πιο συγκεκριμένα οι συσκευές ηλεκτρονικών (τηλεοράσεις, ήχο-συστήματα) υποχώρησαν έως και 10%. Σημαντική κάμψη της τάξης του 8% παρατηρήθηκε επίσης και στις πωλήσεις λευκών συσκευών εξέλιξη που συνδέεται άμεσα και με την πτώση στην αγορά κατοικίας»². Οι αιτίες της συνολικής πτώσης στις πωλήσεις είναι η οικονομική κρίση που έχει συμπιέσει σημαντικά το διαθέσιμο εισόδημα των ελληνικών νοικοκυριών αλλά και η μείωση στη χορήγηση νέων καταναλωτικών δανείων αφού ο κύριος όγκος των αγορών ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών γινόταν με δανειακά προγράμματα δόσεων άρα η απόρριψη των αιτημάτων των καταναλωτών από τις τράπεζες έχει άμεση επίδραση στο τζίρο των επιχειρήσεων

4.3. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΩΝ

Ο κλάδος των ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών χωρίζεται στις τέσσερις ακόλουθες κατηγορίες:

1. Λευκών συσκευών που περιλαμβάνει μεγάλες συσκευές όπως ψυγεία, κουζίνες, πλυντήρια ρούχων και πιάτων.
2. Μαύρων συσκευών που περιλαμβάνει συσκευές ήχου και εικόνας όπως τηλεοράσεις και DVD players.
3. Μικροσυσκευών που αποτελεί ένα επιμέρους τμήμα της αγοράς ηλεκτρικών ειδών στο οποίο περιλαμβάνεται τόσο η πώληση μικρών ηλεκτρονικών συσκευών όσο και η διάθεση οικιακών ειδών που σχετίζονται με τις παραπάνω κατηγορίες προϊόντων.
4. Κλιματιστικών μηχανημάτων που περιλαμβάνονται μηχανήματα κλιματισμού.

Εικόνα 4.1. Πωλήσεις ηλεκτρικών ειδών για το 2009



www.icap.com

Παρατηρούμε ότι ηγετική θέση στις πωλήσεις ηλεκτρικών ειδών για το έτος 2009 κατέχουν οι μαύρες συσκευές με ποσοστό 39%. Ο λόγος είναι η ποικιλία που υπάρχει στη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων για να επιλέξουν οι καταναλωτές έναντι των υπόλοιπων κατηγοριών. Επίσης οι μαύρες συσκευές όπως π.χ. οι τηλεοράσεις και τα DVD players είναι άμεσα συνδεδεμένα με την τεχνολογία και οποιαδήποτε εξέλιξη στην τεχνολογία μπορεί να επηρεάσει άμεσα και θετικά την ζήτησή τους.

Στην δεύτερη θέση βρίσκονται οι λευκές οικιακές συσκευές με ποσοστό 33,5%. Οι λευκές οικιακές συσκευές αποτελούν μέρος του αναγκαίου οικιακού εξοπλισμού. Η διαμόρφωση και η εξέλιξη της ζήτησης τους καθορίζεται κυρίως από την εξέλιξη της οικοδομικής δραστηριότητας, την δημιουργία νέων νοικοκυριών, την τιμή πώλησης των προϊόντων σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα, τις ευκολίες πληρωμής, το βαθμό κορεσμού τους, την αντικατάσταση οικιακών συσκευών λόγω της παλαιότητας κ.τ.λ. Κύριο χαρακτηριστικό των λευκών οικιακών συσκευών σήμερα είναι ότι έχουν επηρεαστεί άμεσα από την οικονομική κρίση όπου η αγορά κατοικίας ακολουθεί πτωτική πορεία και έτσι σαν επακόλουθο οι πωλήσεις των λευκών συσκευών διατηρούνται σε χαμηλά επίπεδα..

Στην 3^η θέση βρίσκονται οι μικροσυσκευές και τα κλιματιστικά με ποσοστό 10,20%. Ο λόγος των χαμηλών πωλήσεων των κλιματιστικών οφείλεται αποκλειστικά στο ότι είναι εποχιακά προϊόντα και άρα η ζήτηση τους παρουσιάζει διακυμάνσεις.

Όσον αφορά το 2010 σύμφωνα με την έρευνα της GFK (εταιρεία έρευνας κατανάλωσης) «κατά τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο στην χώρα μας πωλήθηκαν 2.619.425 ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές όλων των κατηγοριών σε σύγκριση με το ίδιο διάστημα πέρσι που πωλήθηκαν 2.594.656. Η αύξηση των τεμαχίων κυμάνθηκε στο 1%. Από το σύνολο των πωληθέντων πτωτικά κατά 3,4% κινήθηκαν οι πωλήσεις των μικρών οικιακών συσκευών, κατά 4,7% των λευκών, και κατά 5,1% των κλιματιστικών». Όσον αφορά την μελλοντική πώληση των τηλεοράσεων και την προοπτική που παρουσιάζουν η έλευση των τρισδιάστατων τηλεοράσεων 3D αλλά και των τηλεοράσεων με ασύρματη ή ενσύρματη διασύνδεση στο διαδίκτυο αναμένεται να ταράξουν τα νερά και να αναθερμάνουν το ενδιαφέρον του κόσμου για τις τηλεοράσεις. Γενικότερα μπορούμε να πούμε ότι παρά τα αρνητικά σημάδια της αγοράς καλλιεργούνται προσδοκίες για τα προϊόντα της νέας τεχνολογίας τα οποία σε συγκυρίες κρίσης κερδίζουν έδαφος γιατί ο κόσμος για λόγους κόστους περιορίζει τις εξόδους του και αξιοποιεί για την διασκέδαση του το λεγόμενο home entertainment στις διάφορες εκφράσεις του.

Σήμερα στην Ελληνική αγορά εφαρμόζονται 3 μοντέλα λειτουργίας των σημείων πώλησης.

1. Τα υπερκαταστήματα που διαθέτουν τεράστιους εκθεσιακούς χώρους άνω των 2.000 τ.μ.
2. Οι αλυσίδες μεγάλων καταστημάτων.
3. Τα μικρότερα καταστήματα συνοικιακής/τοπικής εμβέλειας η πλειοψηφία των οποίων έχει προσχωρήσει σε ένα από τους 3 μεγαλύτερους συνεταιριστικούς προμηθευτικούς οργανισμούς (expert, electronet και ΣΕΗΟΣ)

4.4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Όσον αφορά τους ανταγωνιστές μας ο αριθμός είναι αρκετά μεγάλος και περιλαμβάνει εταιρείες κολοσσούς που δραστηριοποιούνται στην διεθνή αγορά με μεγάλη γκάμα προϊόντων αλλά και τεράστια πείρα από την πολύχρονη παρουσία τους τόσο στην ελληνική όσο και στην διεθνή αγορά.

Ένα στοιχείο που πρέπει με την πάροδο του χρόνου να εκμεταλλευτούμε στο έπαρκο είναι η απουσία ίδιων προϊόντων από την ελληνική αγορά αφού έχουμε κατοχυρωμένη την εφεύρεση μας με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν υποκατάστατα, απλά εμείς θα πρέπει με την πάροδο του χρόνου να δείξουμε και να υποστηρίξουμε τα δυνατά δικά μας σημεία έναντι των ανταγωνιστών. Αυτό θα επιτευχθεί με τη σωστή προβολή των προϊόντων μας όπου θα τονίζουμε τα δυνατά μας σημεία και τη διαφορετικότητά που παρέχουν έναντι των υπολοίπων. Όλα τα προϊόντα που παράγει και διαθέτει στην ελληνική αγορά η Hi-Techno, σε συνεργασία με την LG υπάρχουν ήδη στην αγορά αφού δεν αποτελούν κάτι το εντελώς καινούργιο, άρα θα πρέπει να αποδείξουμε στο ελληνικό κοινό ότι αξίζουμε να την εμπιστοσύνη τους.

4.4.1. SIEMENS

«Η Siemens ενισχύει διαρκώς την παρουσία της στην Ελλάδα και έχει ενσωματωθεί πλήρως στην οικονομία της χώρας. Η Siemens συνεργάζεται με κρατικές και ιδιωτικές ελληνικές επιχειρήσεις συστήνοντας ευέλικτες κοινοπραξίες που δραστηριοποιούνται δυναμικά και επεκτείνονται στην εσωτερική και διεθνή αγορά»³. Οι ανταγωνιστικές αυτές κοινοπραξίες απασχολούν μεγάλο αριθμό εργαζομένων, πραγματοποιούν σημαντικές εξαγωγές και έχουν εξελιχθεί σε κέντρα έρευνας και μεταφοράς τεχνογνωσίας που συμβάλλουν στην τεχνολογική ανάπτυξη της χώρας. Η Siemens σήμερα γιορτάζει τα 110 χρόνια επιτυχής παρουσίας στην ελληνική αγορά.

4.4.2. SONY HELLAS A.E

«Η Sony δραστηριοποιείται στην ελληνική αγορά από το 1992 με έδρα το Μαρούσι Αττικής και απασχολεί συνολικά 100 εργαζόμενους. Η Sony Hellas είναι ο αποκλειστικός αντιπρόσωπος της Sony corporation για την ελληνική αγορά σε προϊόντα ήχου, εικόνας, ψυχαγωγίας, τηλεπικοινωνίας, H/Y και σε προϊόντα αυτοκινήτου»⁴. Η Sony Hellas έχει καταφέρει να κατακτήσει την πρώτη θέση στις περισσότερες κατηγορίες προϊόντων που διαθέτει και το όνομα της συνδέεται με την πρωτοπορία της τεχνολογικής επανάστασης και την άριστη ποιότητα κατασκευής. Η Sony είναι μοναδικά τοποθετημένη στο να δημιουργεί συσκευές που προσφέρουν την απόλυτη ψυχαγωγική εμπειρία στον σύγχρονο καταναλωτή

και το πετυχαίνει εναρμονίζοντας στοιχεία όπως η παγκόσμια εμβέλεια της η υπεροχή στο σχεδιασμό καθώς και το ψυχαγωγικό περιεχόμενο που αναπτύσσει.

Έχοντας πλέον κατακτήσει την κορυφή της παγκόσμιας αγοράς ηλεκτρονικών προϊόντων οι άνθρωποι της Sony συνεχίζουν να αναζητούν διαρκώς καινοτομίες.

4.4.3. PANASONIC

Η Panasonic θεωρείται χωρίς αμφιβολία μία από τις μεγαλύτερες και τις πιο επιτυχημένες εταιρείες ηλεκτρονικών ειδών στον κόσμο. «Η Panasonic κάποτε ξεκίνησε με μόλις τρεις υπαλλήλους ενώ σήμερα απασχολεί πέρα των 290.000 ατόμων παγκοσμίως. Η εταιρεία δεν σπάει απλά το ένα τεχνολογικό φράγμα μετά το άλλο είναι και μία εταιρεία που δίνει προτεραιότητα στις ανάγκες των υπαλλήλων και των πελατών της»⁵. Η γκάμα προϊόντων της Panasonic ξεπερνά σήμερα τα 15.000 διαφορετικά προϊόντα. Η Panasonic στην Ελλάδα καλύπτει όλο το βορειοελλαδικό χώρο, τόσο σε θέματα πωλήσεων όσο και σε τεχνική υποστήριξη απασχολώντας συνολικά 130 άτομα.

4.4.4. SAMSUNG

Από την ημέρα ίδρυσης της ως μια μικρή εταιρεία εξαγωγών στην πόλη Τάγκα της Κορέας, η Samsung έχει εξελιχθεί σε μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες ηλεκτρονικών ειδών στον κόσμο. Σήμερα η Samsung έχει πετύχει μέσω της καινοτομίας και της άριστης ποιότητας των προϊόντων της να χαίρει παγκόσμια αναγνώριση. «Το 2010 ήταν σταθμός για την εταιρεία αφού για 2^ο συνεχόμενο έτος παρέμεινε στην 1^η θέση στην προτίμηση των καταναλωτών όσον αφορά τις τηλεοράσεις»⁶. Ενώ μέχρι το 2007 ήταν για 6 συνεχόμενα έτη στην πρώτη θέση στις πωλήσεις των LCD τηλεοράσεων. Το όραμα της Samsung για τη νέα δεκαετία είναι "Εμπνέουμε το κόσμο. Δημιουργούμε το μέλλον." .

4.4.5. BOSCH

Η Bosch πιστεύει ότι η παγκόσμια αύξηση της παραγωγής συσκευών αποτελεί πηγή ρύπανσης του περιβάλλοντος. Για το λόγο αυτό η Bosch προσπαθεί ώστε τα προϊόντα της από την παραγωγή τους και για όλη την διάρκεια της ζωής τους να είναι όσο περισσότερα φιλικά προς το περιβάλλον.

Οι οικιακές συσκευές Bosch σήμερα καταναλώνουν λιγότερη ενέργεια και νερό από ότι κατανάλωναν μερικά χρόνια πριν. Η Bosch ήταν η πρώτη εταιρεία στο κλάδο η οποία από το 1995 εφάρμοσε τις οικολογικές οδηγίες της E.E σχεδιάζοντας με ευθύνη την περιβαλλοντική πολιτική της.

Παρακάτω παραθέτουμε κάποια σημαντικά στοιχεία που προκύπτουν από την περιβαλλοντική πολιτική της Bosch⁷:

- 72% λιγότερη κατανάλωση νερού.
- 34% λιγότερη κατανάλωση ενέργειας.
- 35% λιγότερα υπολείμματα από την παραγωγή
- 96% των υπολειμμάτων ανακυκλώνονται και επαναχρησιμοποιούνται.

Η Bosch διαθέτει μια μεγάλη γκάμα από οικιακές συσκευές με την κορυφαία γερμανική ποιότητα, μοντέρνου αλλά πάντα διαχρονικού σχεδιασμού που καλύπτουν κάθε ανάγκη με τον καλύτερο τρόπο και προσδίδουν σε κάθε μικρή καθημερινή στιγμή ένα άγγιγμα πολυτελείας.

4.5. ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΗΣ LG ΚΑΙ ΤΗΣ HI-TECHNO ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Λόγω της συνεργασίας με την LG θα επωφεληθούμε από το ήδη υπάρχων δίκτυο διανομής της. Κατ' επέκταση οι τελικοί πελάτες των προϊόντων μας, πριν αυτά φτάσουν στα χέρια των καταναλωτών, θα είναι τα καταστήματα λιανικής πώλησης στην Ελλάδα στα οποία είχε ήδη παρουσία σε αυτά η LG. Η διανομή σε αυτά τα καταστήματα δεν θα γίνεται από εμάς αλλά μέσω της LG electronics Ελλάς που θα παραλαμβάνει τους πομποδέκτες Bluetooth, θα τους ενσωματώνει στα προϊόντα και θα τα διανέμει στα ακόλουθα (κυρίως) καταστήματα λιανικής πώλησης στον ελλαδικό χώρο.

MEDIA MARKT (Media Saturn Holding)⁸

Η Media Markt και η Saturn αποτελούν μέλος του ομίλου Metro group του 3^{ου} μεγαλύτερου ομίλου στο λιανικό εμπόριο στον κόσμο. Στην ελληνική αγορά η Media Markt έκανε την πρεμιέρα της το Νοέμβριο του 2005 ανοίγοντας το πρώτο της κατάστημα στο Μαρούσι. Μέχρι σήμερα άνοιξε άλλα 8 καταστήματα σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Λάρισα, ενώ έχει σαν στόχο να επεκταθεί μελλοντικά σε Πάτρα, Ηράκλειο και Θράκη.

ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ⁹

Η εταιρεία Κωτσόβολος ξεκίνησε σαν απλό μαγαζί το 1950 στην Αθήνα. Σήμερα λειτουργεί 78 καταστήματα και απασχολεί πάνω από 2200 εργαζομένους. Από τον Σεπτέμβριο του 2004 κάτοχος της πλειοψηφίας του μεριδίου ιδιοκτησίας είναι ο όμιλος DSGI όπου κατέχει το 25%. Η εταιρεία Κωτσόβολος είναι ο μεγαλύτερος μας πελάτης με ποσοστό στην ελληνική αγορά 20%.

ΟΜΙΛΟΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΘΗΝΩΝ ¹⁰

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1989 με 3 καταστήματα και σιγά-σιγά επέκτεινε το δίκτυο της σε περιφερειακές αγορές της Αττικής. Ο όμιλος Ηλεκτρονική Αθηνών εκτός από την Ελλάδα δραστηριοποιείται και στην αγορά της Κύπρου με ποσοστό 6% και έχει σαν στόχο την ανάπτυξη του δικτύου της σε Βαλκανικές χώρες κυρίως της Βουλγαρίας και της Αλβανίας.

Η Ηλεκτρονική Αθηνών αριθμεί 66 καταστήματα και συμπληρώνει 21 χρόνια παρουσίας στο χώρο του λιανικού εμπορίου. Το δίκτυο της Ηλεκτρονικής Αθηνών στην Ελλάδα αποτελείται από 53 καταστήματα με το σήμα Ηλεκτρονική, 3 καταστήματα στην Κύπρο και 10 νέα καταστήματα με το σήμα Σαραφίδης μετά την εξαγορά του από αυτήν.

ΣΕΗΟΣ-EURONICS ¹¹

Ιδρύθηκε το 1982 από 30 καταστήματα ηλεκτρικών ειδών. Τα αρχικά ΣΕΗΟΣ σημαίνουν Συνεταιρισμός Εμπορικών Ηλεκτρικών Οικιακών Συσκευών (ΣΕΗΟΣ). Η εξέλιξη της αγοράς και η διορατικότητα των μελών του συνεταιρισμού τον οδήγησαν το 1998 στην συνεργασία με την Euronics όπου είναι η μεγαλύτερη αλυσίδα ηλεκτρικών ειδών η οποία αριθμεί περισσότερα από 9000 καταστήματα σε 22 ευρωπαϊκές χώρες. Το 2000 ιδρύθηκε η Α.Ε ΣΕΗΟΣ –Euronics Ελλάς η οποία δραστηριοποιείται στην ελληνική αγορά με αυτή τη μορφή μέχρι σήμερα.

ELECTRONET ¹²

Η electronet ιδρύθηκε το 1996 από μια ομάδα δυναμικών και επιτυχημένων επιχειρηματιών στο χώρο της λιανικής πώλησης ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών.

Τα οικονομικά στοιχεία της Electronet την κατατάσσουν ανάμεσα στις 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις ηλεκτρικών ειδών στην ελληνική αγορά. Κύριο χαρακτηριστικό της εταιρείας είναι το γεγονός ότι η μητρική εταιρεία έχει πετύχει μηδενικό τραπεζικό δανεισμό.

ΡΑΔΙΟ ΚΟΡΑΣΙΔΗ ¹³

Ιδρύθηκε το 1947. Στα καταστήματα του Ράδιο Κορασίδη σήμερα έχουν παρουσία οι μεγαλύτεροι εμπορικοί οίκοι της παγκόσμιας αγοράς προϊόντων τεχνολογίας. Σήμερα αριθμεί 46 σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα και απασχολεί 540 εργαζομένους, αριθμός που αυξάνεται συνεχώς με την επέκταση του δικτύου καταστημάτων. Η εταιρεία ειδικεύεται στην πώληση ηλεκτρικών οικιακών συσκευών, Ηλεκτρικών Υπολογιστών και τηλεπικοινωνιακών προϊόντων.

MULTIRAMA ¹⁴

Η Multirama ιδρύθηκε το 1996. Το 2008 επέκτεινε την αγορά της και στο διαδίκτυο δημιουργώντας on-line κατάστημα. Πρόσφατα η Multirama προχώρησε στη διερεύνηση της παρουσίας της στην βουλγαρική αγορά ανοίγοντας το 9^ο της κατάστημα θέλοντας να συνεχίσει το αναπτυξιακό πλάνο που έχει χαράξει για την επέκταση της στην γειτονική αγορά από το 2000. Σήμερα η Multirama αριθμεί 83 καταστήματα στην Ελλάδα και 9 καταστήματα στην Βουλγαρία.

EXPERT ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΙΚΗ Α.Ε ¹⁵

Η Expert προμηθευτική Α.Ε είναι μέλος της Expert international η οποία αριθμεί συνολικά 4400 σημεία λιανικής πώλησης στην Ευρώπη με κύκλο εργασιών 10 δις. Ο τρόπος ο οποίος λειτουργεί η Expert είναι μία μορφή συνεργατικού franchising καθώς οι μέτοχοι που απαρτίζουν την εταιρεία είναι ουσιαστικά και οι επιχειρήσεις (σημεία πώλησης) οι οποίες έχουν συμβόλαιο εμπορικής συνεργασίας και χρήσης σημάτων με την Expert προμηθευτική Α.Ε. Η Expert αριθμεί δίκτυο 115 σημείων πώλησης που μέσω αυτού του δικτύου έχει πετύχει την σχεδόν πλήρη κάλυψη του Ελλαδικού χώρου.

PUBLIC ¹⁶

Η Public είναι μία ελληνική αλυσίδα πολυκαταστημάτων ψυχαγωγίας η οποία ιδρύθηκε το 2005 και αριθμεί 9 καταστήματα. Πρόσφατα η Public ένωσε για πρώτη φορά τις δυνάμεις της με το notos galleries και δημιούργησαν το πλέον καινοτόμο 9 επιπέδων και συνολικής έκτασης 12.000τ.μ εμπορικό κέντρο σε όλη τη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Το νέο Public εκτείνεται σε 3000τ.μ και φιλοξενεί πάνω από 20.000 προϊόντα τεχνολογίας.

4.6. HI-TECHNO ΚΑΙ ΤΕΛΙΚΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ TARGET GROUP

Όλοι οι καταναλωτές θεωρούνται target group (αγορά στόχο) της εταιρείας μας αφού πρόκειται για καταναλωτικά προϊόντα. Μπορεί τα καταναλωτικά προϊόντα που θα φθάνουν στα χέρια των καταναλωτών να είναι καινοτομικά αλλά λόγω του σχετικά χαμηλού κόστους για εμάς δεν θα προσφέρονται σε μια "απαγορευμένη" γι' αυτούς τιμή. Άλλωστε τα προϊόντα τεχνολογίας δεν θεωρούνται πλέον προϊόντα "πολυτελείας" όπως συνέβαινε στα προηγούμενα χρόνια αφού η τεχνολογία έχει εισέλθει για τα καλά στην καθημερινότητα του καταναλωτή και θεωρούνται πλέον απαραίτητα.

Τα προϊόντα τεχνολογίας έχουν πλέον εισέλθει για τα καλά στις οικίες των καταναλωτών αφού δεν υπάρχει οικία που να μην διαθέτει π.χ. τηλεόραση, πλυντήριο ή καφετιέρα στην οικία του. Από την ομάδα των καταναλωτών, που πιθανόν να μην έχουν την οικονομική δυνατότητα να αντικαταστήσουν τις

συσκευές τους, η Hi-Techno μπορεί να τους ικανοποιήσει μέσω των εξωτερικών πομποδεκτών που ενσωματώνονται στις υπάρχουσες συσκευές κάνοντας την διαμονή στην οικία πιο εύκολη για τους καταναλωτές και σε μία αρκετά προσιτή για αυτούς τιμή.

Για τους υπόλοιπους που φτιάχνουν τώρα το νοικοκυριό τους ή έχουν την δυνατότητα για αντικατάσταση των ηλεκτρικών συσκευών η Hi-Techno προσφέρει καινοτομικά προϊόντα υψηλής ποιότητας λόγω της συνεργασίας με την LG και χωρίς υψηλή επιβάρυνση λόγω της καινοτομίας αλλά σε προσιτές τιμές. Σαν συμπέρασμα των πιο πάνω θα μπορούσε να λεχθεί ότι έχουμε ένα αρκετά μεγάλο πληθυσμιακό target group αφού τα προϊόντα μας αφορούν όλους τους καταναλωτές.

Αγορά στόχος για εμάς δεν αποτελούν μόνο τα φυσικά πρόσωπα αλλά θα πρέπει να δώσουμε και την απαραίτητη σημασία και στα νομικά πρόσωπα (Ν.Π). Στον ελλαδικό χώρο δραστηριοποιούνται πληθώρα εταιρειών, τόσο ελληνικές όσο και ξένες όπου με διάφορες προσφορές θα ήταν εφικτό να εξοπλίσουμε τα γραφεία τους με τα υψηλής ποιότητας προϊόντα μας.

Επίσης αξίζει να τονιστεί και ένα μεγάλο πλεονέκτημα που προκύπτει από τη συνεργασία με την LG και αυτό δεν είναι άλλο από την έτοιμη πελατειακή βάση που διαθέτει η εταιρεία και τους "πιστούς" της πελάτες που την εμπιστεύονται, αφού διαχρονικά ικανοποιεί κάθε τους ανάγκη και τους αφήνει απόλυτα ικανοποιημένους σε σχέση με το κόστος και το όφελος που τους προσφέρουν τα προϊόντα.

4.7. ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Τα προϊόντα που θα παράγονται και θα διανέμονται στην ελληνική αγορά από την Hi-Techno διαφέρουν από αυτά των ανταγωνιστών της. Παρόλο που το περιβάλλον που θα δραστηριοποιηθούμε κρίνεται δύσβατο και άκρως ανταγωνιστικό ευελπιστούμε ως νέα επιχείρηση με νέες ιδέες και εφαρμογές να καταφέρουμε να φανούμε αντάξιοι των προσδοκιών του καταναλωτή. Μπορεί να μην διαθέτουμε την απαραίτητη πείρα αλλά με την βοήθεια των συνεργατών μας αλλά και του Διοικητικού Συμβουλίου ευχόμαστε να υπερκαλύψουμε αυτή μας την αδυναμία. Όσον αφορά την οικονομική δυνατότητα της εταιρείας, ως νεοσύστατη κρίνεται ικανοποιητική αλλά πρέπει να βρεθούν νέοι πόροι (π.χ. αύξηση μετοχικού κεφαλαίου) ώστε να δοθεί η απαραίτητη ώθηση για την ανάπτυξη της εταιρείας αφού η οικονομική κατάσταση είναι κάτι που υστερούμε έναντι των ανταγωνιστών μας.

4.8. ANALΥΣΗ SWOT

Το αρκτικόλεξο Swot προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις Strengths (Δυνάμεις), Weakness (Αδυναμίες), Opportunities (Ευκαιρίες) και Threats (Απειλές).

Η ανάλυση Swot είναι μια μέθοδος εκτίμησης της ετοιμότητας της επιχείρησης αφού μέσω της Swot θα εντοπιστούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησης μας. «Επίσης με την ανάλυση της Swot γίνεται και μια διάγνωση και εκτίμηση των ευκαιριών και απειλών που υπάρχουν στο περιβάλλον της επιχείρησής μας»¹⁷.

Οι δυνάμεις και αδυναμίες της επιχείρησης που αναφέρονται πιο κάτω αφορούν τους εσωτερικούς παράγοντες που εντοπίστηκαν από την ανάλυση των λειτουργιών και γενικότερα των συστημάτων της επιχείρησης και αφορούν την παρούσα κατάσταση. Από την άλλη πλευρά οι ευκαιρίες και οι απειλές της επιχείρησης εντοπίστηκαν από την μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης στο οποίο δραστηριοποιείται και αφορούν το μέλλον.

Παρακάτω ακολουθεί η ανάλυση swot για την hi-techno όπου μέσω αυτής μπορούν να βγουν σημαντικά συμπεράσματα τόσο για το παρόν όσο και για το μέλλον της εταιρείας γενικότερα.

ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που έχουμε έναντι των υπόλοιπων ανταγωνιστών είναι η δυνατότητα ενσωμάτωσης της τεχνολογίας Bluetooth στις ηλεκτρικές συσκευές φτάνει να διατηρήσουμε την ποιότητα σε υψηλά επίπεδα.
- Η συνεργασία με την LG προσδίδει φήμη και κύρος και στην δική μας εταιρεία εκτός από την τεχνογνωσία που μας παρέχει.
- Η διατήρηση των δεσμών με το Πανεπιστήμιο μπορεί να δημιουργήσει νέες δραστηριότητες για το μέλλον μετά από μία νέα ανακάλυψη που θα αφορά το κλάδο στον οποίο δραστηριοποιούμαστε.
- Αν και κάθε νέα επιχείρηση ξεκινά με μηδενική πελατεία αυτό δεν φαίνεται να συμβαίνει και με την περίπτωση της Hi-Techno. Ένα από τα πλεονεκτήματα που δημιουργεί η συνεργασία με την LG, ίσως το κυριότερο, είναι ότι η LG έχει ήδη τους δικούς της πιστούς πελάτες που την εμπιστεύονται και την προτιμούν τόσα χρόνια.
- Μετά την απόκτηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας μόνο εμείς μπορούμε να παράγουμε και να πωλούμε το συγκεκριμένο προϊόν.
- Λόγω της επωνυμίας των προϊόντων (LG) θα έχουμε ισχυρό brand name και φήμη αποδίδοντας εγγύηση στους καταναλωτές..
- Λόγω τις νομικής της μορφής (Α.Ε) εμπνέει εμπιστοσύνη στις τράπεζες.
- Χρηματοδότηση από ευρωπαϊκή ένωση και εθνικούς πόρους.

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- Οι οικονομικοί πόροι που είναι αναγκαίοι τόσο για πιθανή επέκταση της γκάμας των προϊόντων μας όσο και γενικότερα για την υγιή ανάπτυξη της επιχείρησής μας βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα.
- Περιορισμένο χαρτοφυλάκιο προϊόντων που με την πάροδο του χρόνου η ενίσχυση τους κρίνεται απαραίτητη για να μπορούμε να ανταποκριθούμε καλύτερα στις ανάγκες του αγοραστικού κοινού.
- Δεν είμαστε γνωστοί στο ευρύ κοινό ως Hi-Techno.
- Μείωση αισθητά στη χορήγηση των καταναλωτικών δανείων.
- Συμπιεσμένο διαθέσιμο εισόδημα νοικοκυριών.
- Το πάγωμα στην οικοδομή και η βουτιά στην αγορά διαμερισμάτων σημαίνει λιγότερα νοικοκυριά προς στήσιμο.
- Δεν έχουμε δικό μας δίκτυο διανομής.

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- Νέα προϊόντα με νέες τεχνολογίες .
- Επιδότηση από αναπτυξιακά προγράμματα ΕΣΠΑ.
- Οι καταναλωτές δείχνουν την ανάγκη για "νέα" προϊόντα.
- Παρά την καινοτομία που προσφέρουμε στην αγορά το κόστος απόκτησης της θεωρείται χαμηλό.
- Μετά την απόκτηση και του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας μπορούμε να εισέλθουμε σε νέες αγορές.
- Λόγω της φύσης της εταιρείας και των προϊόντων μας κατ' επέκταση που παράγουμε απευθυνόμαστε σε ένα ευρύ κοινό, σε ένα τεράστιο target group

ΑΠΕΙΛΕΣ

- Συνέχιση ή και ενδυνάμωση της κρίσης.
- Αύξηση ή και διατήρηση του ήδη έντονου ανταγωνισμού.
- Είσοδος νέων πολυεθνικών εταιρειών στην ελληνική αγορά.
- Ο συνεχής πόλεμος τιμών που ακολουθείται στην αγορά.
- Δυσμενής οικονομική κατάσταση ελληνικής οικονομίας τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

Όσον αφορά τη Swot ανάλυση της Hi-Techno που προηγήθηκε, θα μας βοηθήσει μετά τον εντοπισμό των δυνατών μας σημείων να επενδύσουμε σε αυτά ώστε να τα εκμεταλλευτούμε όσο το δυνατό καλύτερα αλλά και να προβούμε σε εξάλειψη των αδύνατων μας σημείων. Επίσης θα μας χρησιμεύσει σαν οδηγός για να εκμεταλλευτούμε τις μελλοντικές ευκαιρίες που θα μας παρουσιαστούν αλλά και να εντοπίσουμε τους πιθανούς κινδύνους για να είμαστε όσο καλύτερα προετοιμασμένοι για να τους αντιμετωπίσουμε.

4.9. ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (MARKETING MIX)

«Το μείγμα Μάρκετινγκ είναι ο συνδυασμός του ανθρώπινου δυναμικού και των υλικών μέσων, τα οποία απαιτούνται για την εκπλήρωση των στόχων της επιχείρησης στην αγορά»¹⁸.

Το μείγμα Μάρκετινγκ αποτελεί την παραγωγική προσπάθεια της επιχείρησης και συνίσταται από τα στοιχεία του προϊόντος, του συστήματος καθορισμού της τιμής, του συστήματος διανομής και του συστήματος επικοινωνίας.

Είναι ένας συνδυασμός έμφυχου υλικού και των παραπάνω στοιχείων για να δώσει σε ένα προϊόν την απαιτούμενη φήμη. Αξίζει να σημειωθεί ότι όταν μεταβάλλεται ένα από τα στοιχεία του μείγματος Μάρκετινγκ επηρεάζεται και η ισορροπία των άλλων μεταβλητών.

Τα στοιχεία που σχηματίζουν το Marketing mix είναι τα λεγόμενα 4P's:

1. Product (προϊόν).
2. Price (τιμή).
3. Place (διανομή).
4. Promotion (προώθηση).

4.9.1. PRODUCT (ΠΡΟΪΟΝ)

Όταν ένας καταναλωτής αγοράζει ένα προϊόν, αγοράζει και την ελπίδα της ωφέλειας που πηγάζει από το προϊόν.

Τα προϊόντα της Hi-Techno αποτελούν την τελευταία λέξη της τεχνολογίας αφού με ένα τηλεχειριστήριο είναι πλέον εφικτό να δώσουμε εντολές στις ηλεκτρικές συσκευές του σπιτιού μας. Ο καταναλωτής εισπράττει αρκετά πλεονεκτήματα από τα προϊόντα μας όπως ευκολία κατά τη διαμονή στο σπίτι, υψηλή τεχνολογία ακόμα και κάποιος που δεν μπορεί να αγοράσει τις συγκεκριμένες ηλεκτρικές συσκευές μπορεί να ενσωματώσει την καινοτομία στις δικές του.

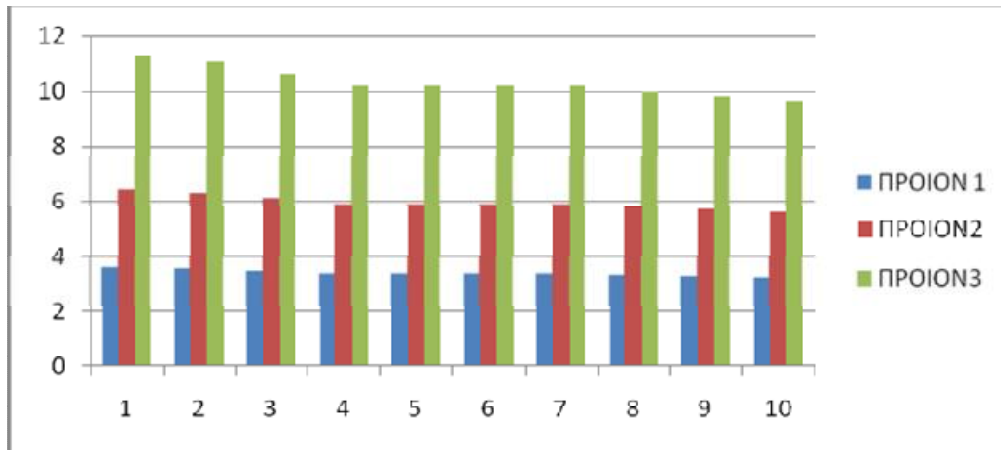
Επίσης τα προϊόντα λανσάρονται στην αγορά σε συνεργασία με τη κολοσσό εταιρεία LG προσδίδοντας έτσι φήμη και κύρος στα προϊόντα.

Η Hi-Techno παρέχει εγγύηση στα προϊόντα της για μια 5ετία προστατεύοντας έτσι τα συμφέροντα του καταναλωτή σε περίπτωση που το προϊόν υποστεί φθορά η οποία δεν είναι υπό την ευθύνη του.

4.9.2. PRICE (ΤΙΜΗ)

Το κέρδος αποτελεί τον τελικό στόχο της όλης διοικητικής προσπάθειας και εξαρτάται από τρεις παράγοντες, την τιμή, το κόστος και την ποσότητα. Για το λόγο αυτό οι τιμές αποτελούν ένα από τα πιο στρατηγικά στοιχεία μίας επιχείρησης από τα οποία θα εξαρτηθεί η μελλοντική επιτυχία ή αποτυχία τους.

Εικόνα 4.2. ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗ ΤΙΜΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑ ΠΡΟΪΟΝ



ΠΡΟΪΟΝ 1:ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
ΠΡΟΪΟΝ 2:ΕΝΣΩΜΑΤΩΜΕΝΟ
ΠΡΟΪΟΝ 3:ΤΗΛΕΧΕΙΡΙΣΤΗΡΙΟ

Οι τιμές των τριών προϊόντων ξεκινούν από διαφορετικά επίπεδα βάση του προϋπολογισμού. Ο βασικός λόγος όπως αναφέραμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο είναι ότι το τηλεχειριστήριο θα πωλείται σε υψηλότερη τιμή από τα υπόλοιπα λόγω του ότι οι πωλήσεις του θα είναι σε χαμηλότερα επίπεδα από τα άλλα δύο αφού το κάθε νοικοκυριό θα χρειάζεται ένα ή δύο τηλεχειριστήρια.

ΕΤΗ	ΠΡΟΪΟΝ 1(€)	ΠΡΟΪΟΝ 2(€)	ΠΡΟΪΟΝ 3(€)
1	3,64	6,45	11,32
2	3,58	6,34	11,08
3	3,48	6,12	10,62
4	3,38	5,91	10,19
5	3,38	5,91	10,19
6	3,38	5,91	10,19
7	3,38	5,91	10,19
8	3,33	5,82	9,99
9	3,29	5,72	9,80
10	3,24	5,63	9,62

Τη χαμηλότερη τιμή πώλησης έχουν οι εσωτερικοί πομποδέκτες για το λόγο ότι θα έχουν περαιτέρω επεξεργασία από την LG για να ενσωματωθούν στις ηλεκτρικές συσκευές και άρα θα ανεβαίνει το κόστος τους. Επίσης παρατηρείται ότι οι τιμές και των τριών προϊόντων θα ακολουθήσουν μία σταθερή πορεία από τον 4^ο μέχρι τον 7^ο χρόνο και μετά θα μειώνονται σταδιακά. Η συγκεκριμένη μείωση θα γίνει κυρίως λόγω της μειωμένης πλέον ζήτησης που αναμένεται να έχουν τα προϊόντα μας σε σύγκριση με τα πρώτα χρόνια λειτουργίας μας αλλά και

λόγω των ανταγωνιστών μας που αναμένουμε να κάνουν κάποια στρατηγική κίνηση για να αποκτήσουν αυτοί το συγκριτικό πλεονέκτημα που έχουμε.

Σαν συμπέρασμα μπορούμε να πούμε ότι στη Hi-Techno θα τιμολογούμε τα προϊόντα μας και βάση του κύκλου ζωής τους. Για τα πρώτα χρόνια λειτουργίας που το προϊόν θεωρείται μοναδικό θα είναι σε υψηλότερα επίπεδα η τιμή τους και με τη πάροδο του χρόνου θα την μειώνουμε σταδιακά.

4.9.3. PLACE (ΔΙΑΝΟΜΗ)

Έχει καταστεί πλέον ότι το κατάλληλο προϊόν, με την κατάλληλη τιμή και το καλύτερο σύστημα επικοινωνίας, δεν ικανοποιεί τον καταναλωτή, αν το προϊόν δεν βρίσκεται στον κατάλληλο τόπο και χρόνο, όπου και όταν, δηλαδή, ζητηθεί από τον καταναλωτή.

Η Hi-Techno στα πρώτα χρόνια λειτουργίας της δεν θα έχει δικό της δίκτυο διανομής αλλά θα χρησιμοποιεί το δίκτυο διανομής της LG. Δεν έχουμε σκοπό φυσικά αυτό να διατηρηθεί επ' αόριστο αφού ένας από τους μελλοντικούς στόχους μας είναι να παράγουμε μόνοι μας τις ηλεκτρικές συσκευές έχοντας το δικό μας δίκτυο διανομής όποτε χρονικά αυτό κριθεί σκόπιμο και εφικτό από οικονομικής πλευράς.

Το ότι η διανομή μας θα γίνεται από την LG έχει όπως είναι αναμενόμενο αρκετά πλεονεκτήματα. Η LG είναι μία τεράστια εταιρεία από οικονομικής πλευράς αλλά και από πλευράς φήμης. Διαθέτει πλέον την απαιτούμενη πείρα στην αγορά και ένα τεράστιο πελατολόγιο. Βάση των πιο πάνω δεδομένων ξέρουμε ότι ειδικά στα πρώτα δύσκολα χρόνια λειτουργίας μας θα έχουμε ένα τέλεια καταρτισμένο και δοκιμασμένο στο χρόνο δίκτυο διανομής. Στην ουσία θα πετύχουμε τα τελικά προϊόντα που θα έχουν ενσωματωμένη την τεχνολογία Hi-Techno αλλά και οι εξωτερικοί πομποδέκτες που θα πωλούνται ανεξάρτητα να βρίσκονται σε όποια σημεία πώλησης στην Ελλάδα, έχουν παρουσία και τα προϊόντα της LG.

4.9.4. PROMOTION (ΠΡΟΩΘΗΣΗ)

Για να πωληθεί ένα προϊόν πρέπει όπως είπαμε και πριν να ικανοποιεί μια συγκεκριμένη ανάγκη του καταναλωτή, να γίνει επιλογή του κατάλληλου δικτύου διανομής και να πωλείται στην κατάλληλη τιμή. Παρόλα αυτά οι πιο πάνω αποφάσεις και ενέργειες δεν επαρκούν για να πουληθεί ένα προϊόν. Η επιχείρηση πρέπει να επικοινωνήσει με το τμήμα της αγοράς προς το οποίο απευθύνεται το προϊόν για να πληροφορήσει τους καταναλωτές για την ύπαρξη του προϊόντος τονίζοντας τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα του.

Η διαφήμιση σήμερα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο και στην Hi-Techno το γνωρίζουμε και επιθυμία μας είναι να το εκμεταλλευτούμε όσο το δυνατό καλύτερα στο πλαίσιο φυσικά των οικονομικών μας δυνατοτήτων. Μπορεί στην

Hi-Techno να μην έχουμε άμεση επαφή με τον τελικό καταναλωτή έχουμε όμως έμμεση επαφή και γι' αυτό και η καινοτομία που αναπτύχθηκε και διανέμεται στο τέλος από την LG είναι αναγκαίο να προβληθεί κατάλληλα. Μέσα από τις καλές σχέσεις και τους δυνατούς δεσμούς που επιθυμούμε να κτίσουμε με την LG Hellas δεν θα μπορούσαμε να παραβλέψουμε την από κοινού προβολή των τελικών προϊόντων μέσω των Μ.Μ.Ε και όχι μόνο.

Άλλωστε όπως έχει υποθεί η LG Hellas δεν αποτελεί απλά ένα πολύτιμο συνεργάτη για εμάς αλλά και τον βασικό μας μέτοχο άρα κατά κάποιο τρόπο υπάρχει μία αλληλεξάρτηση μεταξύ των δύο εταιρειών, γι' αυτό το λόγο αποφασίστηκε κάθε χρόνο να διατίθεται ένα πάγιο ποσό προς την LG Hellas για να το διοχετεύσει στο δικό της προϋπολογισμό για τη διαφήμιση, δίνοντας της την ελευθερία να το χρησιμοποιήσει όπως αυτή θεωρεί σκόπιμο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΝΟ

5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα γίνει προσπάθεια για ανάλυση της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης στηριγμένη στο παράρτημα 4 που είναι ο οικονομικός προϋπολογισμός για τα επόμενα 10 χρόνια. Σε καμία περίπτωση δεν πιστεύουμε ότι μετά την πάροδο των 10 χρόνων ο προϋπολογισμός μας θα είναι απόλυτα ορθός αλλά ευελπιστούμε ότι θα είμαστε κοντά στα πραγματικά δεδομένα. Ο προϋπολογισμός άλλωστε αποτελεί καθαρά μία πρόβλεψη της μελλοντικής πορείας της Hi-Techno. Κατά τη συγγραφή του έγινε προσπάθεια εκ μέρους μας ώστε να μην είμαστε ούτε υπεραισιόδοξοι αλλά ούτε και απαισιόδοξοι για να μην οδηγηθούμε σε λάθος συμπεράσματα. Μέσα από τον προϋπολογισμό μπορούμε να βγάλουμε σημαντικά συμπεράσματα αλλά και να προβλέψουμε κάποια "προβλήματα" που ίσως παρουσιαστούν μπαίνοντας έτσι στη διαδικασία να τα αποτρέψουμε. Θα μπορούσε για παράδειγμα σε κάποιο χρονικό σημείο να εμφανίζεται μία μεγάλη αύξηση στα έξοδα της επιχείρησης χωρίς την ανάλογη ή ακόμη και μεγαλύτερη αύξηση στα έσοδα. Ο προϋπολογισμός μας δίνει αυτή τη δυνατότητα να σκεφτούμε τα μέτρα για πρόληψη από τώρα για να αποφύγουμε την μεγάλη αύξηση των εξόδων ή ακόμη καλύτερα να βρούμε τρόπους για να δώσουμε ώθηση στα έσοδά μας.

Μεγάλη έμφαση σε αυτό το κεφάλαιο θα δοθεί στην εξέλιξη που θα έχουν στο χρόνο κάποια βασικά οικονομικά μεγέθη όπως οι πωλήσεις, η τιμή που έχει κάθε κατηγορία προϊόντος αλλά και των δεικτών καθαρού και μικτού περιθωρίου κέρδους αφού μέσω αυτών θα βγουν σημαντικά συμπεράσματα για την μελλοντική πορεία της επιχείρησης και κατ' επέκταση για τη βιωσιμότητά της.

Επίσης σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει και μία περαιτέρω ανάλυση στην παραγωγική διαδικασία και ποιοι συμμετέχουν σε αυτή, στον αποθηκευτικό μας χώρο και στον τρόπο διαχείρισης του αλλά και στην πιστωτική πολιτική της εταιρείας.

Τελειώνοντας πρέπει να τονιστεί ότι η ανάλυση των πιο πάνω στοιχείων που αναφέρθηκαν αλλά και διαφόρων άλλων στοιχείων που θεωρούμε απαραίτητα για το οικονομικό πλάνο βασίστηκαν στον δεκαετή προϋπολογισμό της Hi-Techno ο οποίος αναλύεται στο Παράρτημα 4.

5.2. ΣΧΕΣΗ ΤΙΜΗΣ-ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Τα τελικά προϊόντα που θα φτάνουν στα χέρια των καταναλωτών θα είναι σε υψηλά επίπεδα ποιότητας. Αφενός γιατί θα έχουν σαν βάση τα ήδη υπάρχοντα προϊόντα της κολοσσού εταιρείας LG γνωστά για την ποιότητα τους και αφετέρου θα έχουν ενσωματωμένη την τεχνολογία της Hi-Techno που την έχουμε προστατεύσει με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Αποτέλεσμα των πιο πάνω είναι να επωφελείται στο τέλος ο καταναλωτής αφού αυτός είναι που απορροφά τα πλεονεκτήματα ή μειονεκτήματα που του προσφέρει ένα προϊόν.

Η σχέση τιμής και ποιότητας είναι ένας προβληματισμός που βασανίζει κατά κόρον τους καταναλωτές πριν προβούν στην αγορά κάποιου προϊόντος. Όπως προαναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο η ποιότητα των τελικών προϊόντων που θα φτάσουν στα χέρια των καταναλωτών πρέπει να είναι σε άριστη ποιότητα. Ένας από τους βασικούς μας στόχους άλλωστε είναι να μην αποδεχθούμε οποιαδήποτε μείωση στην τιμή των προϊόντων αν αυτό υποβαθμίζει την ποιότητα.

Η τελική τιμή που θα έχουν τα προϊόντα θα κυμανθεί περίπου στα επίπεδα που η LG πωλούσε τα προϊόντα της εκτός από μια λογική αύξηση που θα έχουν λόγω της καινοτομίας που παρουσιάζεται σε αυτά.

Σαν συμπέρασμα μπορούμε να πούμε ότι η σχέση τιμής και ποιότητας θα αφήνει ικανοποιημένους τους καταναλωτές αφού θα υπάρχει μία μικρή αύξηση στην τιμή αλλά με ταυτόχρονη αύξηση και στην ποιότητα.

5.3. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ

Η εταιρεία θα αγοράζει τα απαραίτητα εξαρτήματα από τους προμηθευτές της. Τα εξαρτήματα θα φυλάσσονται στους ειδικά διαμορφωμένους χώρους της εταιρείας και μετά τη λήψη της παραγγελίας από την LG θα ξεκινά η διαδικασία συναρμολόγησης μέσω των μηχανημάτων και της βοήθειας από το ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό. Λόγω της συμφωνίας με την LG ανά πάσα στιγμή στους αποθηκευτικούς χώρους της εταιρείας μας θα υπάρχουν τα έτοιμα προϊόντα προς παράδοση και ταυτόχρονα θα ξεκινά η συναρμολόγηση για την επόμενη παραγγελία. Επίσης κατά την παραγωγική διαδικασία υπάρχουν εργαζόμενοι που αρμοδιότητα τους είναι να ελέγχουν και να δοκιμάζουν τα προϊόντα ώστε να είμαστε απολύτως σίγουροι ότι κατά την παραγωγική διαδικασία δεν παρασκευάζονται ελαττωματικά προϊόντα ή σε περίπτωση παραγωγής τέτοιων προϊόντων να αποτρέπεται εγκαίρως η αποστολή τους προς την LG.

5.4. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ

Το προσωπικό που θα έχει η Hi-Techno και θα πληρώνεται για να συμμετέχει στην παραγωγική διαδικασία θα χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες:

1. Οι εργάτες οι οποίοι θα συμμετέχουν με τα μηχανήματα στην παραγωγική διαδικασία.
2. Οι εργάτες που αρμοδιότητά τους θα είναι να δοκιμάζουν τα έτοιμα προϊόντα ώστε να επιτυγχάνεται η πρόληψη και η αποτροπή ελαττωματικών προϊόντων.
3. Ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό που θα επιβλέπει την όλη διαδικασία ώστε να επιτυγχάνεται η ομαλή λειτουργία της παραγωγικής διαδικασίας. Θα έχουν κάτω από τη δικαιοδοσία τους δύο μηχανές ο κάθε ένας με το προσωπικό τους ώστε να είναι ξεκάθαρες οι αρμοδιότητες του κάθε ενός.

Την ηγετική ομάδα του πιο πάνω προσωπικού αποτελούν οι 3 διευθυντές πρώτης γραμμής, ο οικονομικός διευθυντής, ο διευθυντής ανθρώπινου δυναμικού και ο διευθυντής παραγωγής. Επίσης στην εταιρεία εργάζονται και τρία άτομα που είναι υπεύθυνα για κάποια συγκεκριμένα θέματα. Ο υπεύθυνος σχεδιασμού, ο υπεύθυνος προμηθευτών και ο υπεύθυνος όσον αφορά τις σχέσεις της εταιρείας μας με την LG.

5.5. ΠΙΣΤΩΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ HI-TECHNO

Η μοναδική στην ουσία εταιρεία που θα έχει υποχρεώσεις απέναντι μας είναι η LG. Η πιστωτική πολιτική της εταιρείας θα είναι 60 ημέρες προθεσμία στην LG για την εκπλήρωση των υποχρεώσεων της, αλλιώς θα επιβάλλονται τόκοι.

Όσον αφορά τους χρεώστες μας, τους προμηθευτές εξαρτημάτων, για να συνδυάζεται με τους πιστωτές και να έχουμε συνέχεια διαθέσιμα λεφτά θα ζητούμε 60 ημέρες πίστωση. Είναι μία πολιτική που θα επιθυμούσαμε να συνεχίσουμε για αρκετά χρόνια για όσο καιρό τουλάχιστον θα συνεχίζεται η συνεργασία με την LG.

5.6. ΑΠΟΘΗΚΗ-ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ

Η εταιρεία θα ενοικιάζει ένα χώρο 3000τ.μ στην Πάτρα του Νομού Αχαΐας που θα στεγάζεται ο αποθηκευτικός χώρος της εταιρείας αλλά και τα μηχανήματα που θα γίνεται η συναρμολόγηση και παραγωγή των προϊόντων. Το ενοίκιο του εν λόγω χώρου θα ανέρχεται στις 7000€με αύξηση 14% κάθε 2 χρόνια.

Στον αποθηκευτικό χώρο της εταιρείας μας δεν θα έχουμε υψηλό αριθμό αποθεμάτων για λόγους χωρητικότητας αλλά και οικονομίας. Η πολιτική της Hi-Techno όσον αφορά τα αποθέματα είναι η παραγγελία της LG να έρχεται στην εταιρεία μας 2 μήνες πριν να είναι αυτές αναγκαίες. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα στους αποθηκευτικούς χώρους της εταιρείας τα αποθέματα να διατηρούνται σε χαμηλά επίπεδα αφού ανά πάσα στιγμή σε αυτούς θα υπάρχουν τα εξαρτήματα της παραγγελίας που μόλις λάβαμε αλλά και τα έτοιμα προϊόντα που έχουμε την υποχρέωση να τα παραδώσουμε άμεσα και μας έγινε η παραγγελία πριν από 2 μήνες.

5.7. ΠΟΣΟΣΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ

Τα προϊόντα που θα παράγει και θα διαθέτει στην ελληνική αγορά η Hi-Techno στην ουσία είναι τρία, το τηλεχειριστήριο, οι ενσωματωμένοι πομποδέκτες και οι εξωτερικοί πομποδέκτες.

Το τηλεχειριστήριο θα έχει το υψηλότερο ποσοστό περιθωρίου κέρδους που θα ανέρχεται στο 55% και θα μειώνεται σταδιακά για τα επόμενα χρόνια μέχρι να φτάσει το 47%. Το υψηλό ποσοστό περιθωρίου κέρδους στο τηλεχειριστήριο προκύπτει από δύο βασικούς παράγοντες:

1. Λόγω της καινοτομίας και της μοναδικότητας των προϊόντων είναι φυσικό επακόλουθο το ποσοστό να κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα.
2. Το τηλεχειριστήριο θα μπορεί να επικοινωνεί ταυτόχρονα μέχρι και με 7 συσκευές, άρα κάθε νοικοκυριό θα έχει ανάγκη από 1 ή 2 τηλεχειριστήρια γι' αυτό και το περιθώριο κέρδους του είναι το υψηλότερο έναντι των υπόλοιπων προϊόντων.

Οι εξωτερικοί πομποδέκτες θα έχουν περιθώριο κέρδους 45% που με την πάροδο του χρόνου θα φτάσει μέχρι και στο 37%. Ο κυριότερος λόγος είναι όπως και στο τηλεχειριστήριο, η καινοτομία. Ας μην ξεχνάμε άλλωστε ότι τους εξωτερικούς πομποδέκτες θα τους αγοράζουν αυτοί που δεν επιθυμούν την αντικατάσταση των συσκευών τους και ίσως να είναι και οι περισσότεροι.

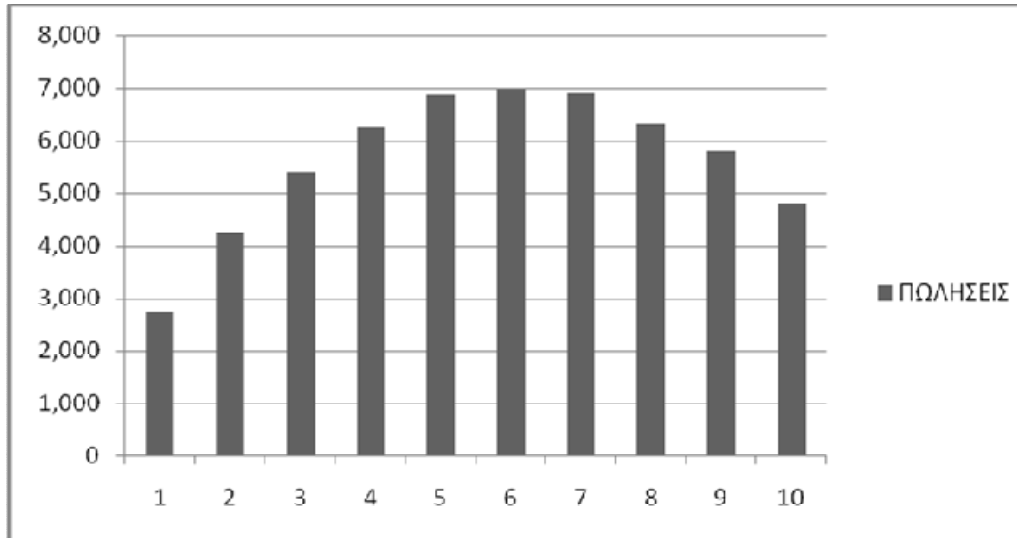
Οι ενσωματωμένοι πομποδέκτες έχουν το μικρότερο ποσοστό περιθωρίου κέρδους που θα ξεκινά την πρώτη χρονιά από 35% και θα φτάσει μέχρι το 27% με την πάροδο των 10 χρόνων. Ο λόγος είναι ότι οι εσωτερικοί πομποδέκτες υπόκεινται σε περαιτέρω επεξεργασία από την LG και ως αποτέλεσμα αυτού θα αυξάνεται το κόστος τους και κατ' επέκταση το κόστος των τελικών προϊόντων.

Γενικά ένας λόγος που το περιθώριο κέρδους και των τριών προϊόντων είναι σε υψηλά επίπεδα είναι ότι το κόστος των πρώτων υλών είναι ιδιαίτερα χαμηλό για εμάς που σε συνδυασμό με την ύπαρξη της καινοτομίας που διαθέτουν, μας δίνουν την δυνατότητα να έχουμε ένα σχετικά υψηλό περιθώριο κέρδους χωρίς να επιβαρύνεται ο τελικός καταναλωτής.

5.8. ΕΞΕΛΙΞΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

5.8.1. ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΠΟΡΕΙΑΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Εικόνα 5.1.Πωλήσεις hi-techno



ΕΤΗ	ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΠΩΛΗΣΕΙΣ(Σε εκατ.)
1	2.730.387 €
2	4.241.873 €
3	5.395.951 €
4	6.236.278 €
5	6.875.167 €
6	6.985.259€
7	6.904.733 €
8	6.314.537 €
9	5.817.458 €
10	4.805.568 €

Βάση του πίνακα πωλήσεων παρατηρούμε ότι οι πωλήσεις της Hi-Techno υπολογίζονται να ξεκινούν την πρώτη χρονιά από 2.730.387εκ.ευρώ με υψηλότερο σημείο να είναι τον 6^ο χρόνο με 6.985.259εκ.ευρώ. Τον 1^ο χρόνο συγκριτικά με τον 6^ο είναι σε χαμηλά επίπεδα λόγω των μεταβλητών που υπολογίζεται να επηρεάσουν το ύψος των πωλήσεων. Η Hi-Techno και τα προϊόντα της είναι νέα στην αγορά και ίσως να μην έχουμε την άμεση ανταπόκριση από τους καταναλωτές που θα θέλαμε μέχρι να περάσει μία λογική χρονική περίοδος και να γίνουν ευρέως γνωστά. Αυτή η περίοδος υπολογίζεται στα 3 με 5 χρόνια ώστε να γίνουν γνωστά τα προϊόντα μας. Ένας άλλος λόγος αφορά τη φύση των προϊόντων μας που δεν τυγχάνουν άμεσης αντικατάστασης λόγω φθοράς έτσι είναι πιθανόν μία μεγάλη μερίδα των καταναλωτών ενώ επιθυμεί να αποκτήσει τα προϊόντα μας να το αναβάλλει συνεχώς μέχρι να της καταστούν απόλυτα αναγκαία.

Επίσης υπολογίζεται μία σταθεροποίηση των πωλήσεων τον 4^ο με 7^ο χρόνο και μετά να ακολουθεί μία πτώση λόγω της φθοράς που θα έχουμε. Πρέπει να τονιστεί ότι μετά τα πρώτα 8 χρόνια θα πρέπει να είμαστε έτοιμοι να λανσάρουμε κάτι

καινούργιο στην αγορά με επέκταση της γκάμας των προϊόντων μας για να αναθερμάνουμε το ενδιαφέρον των καταναλωτών.

Ένας άλλος παράγοντας που θα επηρεάσει αρνητικά τις πωλήσεις είναι ότι τα προϊόντα μας μετά την πάροδο των πρώτων χρόνων δεν θα θεωρούνται και τόσο νέα οπότε ίσως να χάσουμε το ενδιαφέρον του κόσμου, καθώς επίσης είναι πιθανόν να έχουμε και μία δυνατή απάντηση από τους ανταγωνιστές για να αποκτήσουν αυτοί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα λανσάροντας στην αγορά ένα καινούργιο προϊόν με σκοπό να επισκιάσει την καινοτομία μας.

Όσον αφορά τις πωλήσεις των επιμέρους κατηγοριών των προϊόντων με τις υψηλότερες πωλήσεις αναμένεται να είναι οι εξωτερικοί πομποδέκτες αφού θα είναι πιο εύκολο και πιο οικονομικό για τους καταναλωτές που δεν θέλουν ή δεν μπορούν να αντικαταστήσουν τις ήδη υπάρχοντες τους ηλεκτρικές συσκευές, να προβούν στη συγκεκριμένη αγορά. Ενώ με τις χαμηλότερες πωλήσεις υπολογίζεται να είναι το τηλεχειριστήριο αφού οι καταναλωτές θα είναι "υποχρεωμένοι" να το αγοράσουν μία φορά για να μπορούν να επικοινωνούν μέχρι και με 7 συσκευές ταυτόχρονα άρα είναι επόμενο να διατηρείται σε χαμηλά επίπεδα πωλήσεων.

5.8.2. ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ

Εικόνα 5.2. Μεικτό κέρδος Hi-Techno



ΕΤΗ	ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ(€)
1	1.186.490
2	1.791.848
3	2.167.890
4	2.384.101
5	2.643.146
6	2.692.278
7	2.654.972
8	2.352.268
9	2.087.200
10	1.650.294

Το μικτό κέρδος επηρεάζεται άμεσα από την πορεία που έχουν ταυτόχρονα οι πωλήσεις και το κόστος των πωλήσεων. Για όσο χρονικό διάστημα καταφέρνουμε η αύξηση των πωλήσεων να είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη αύξηση του κόστους τότε θα έχουμε και την ταυτόχρονη αύξηση του μικτού κέρδους της εταιρείας.

Όπως είναι ξεκάθαρο από τα πιο πάνω ο λόγος της πτώσης του μικτού κέρδους τον 7^ο χρόνο είναι ότι η μείωση των πωλήσεων είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη μείωση του κόστους πωλήσεων. Από τη στιγμή που η πορεία του μικτού κέρδους επηρεάζεται άμεσα από τις πωλήσεις τότε η αιτία της πτώσης αλλά και τα μέτρα που ίσως θα αναγκαστούμε να λάβουμε είναι τα ίδια με αυτά που αναφέρθηκαν προηγουμένως.

Η πορεία άλλωστε των πωλήσεων και κατ' επέκταση του μικτού κέρδους θα επηρεάσει και τους οικονομικούς δείκτες που ακολουθούν.

5.8.3. ΔΕΙΚΤΗΣ ΜΙΚΤΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ

Εικόνα 5.3. Δείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους



Ο Δείκτης του μικτού περιθωρίου κέρδους προκύπτει από την διαίρεση του μεικτού κέρδους με τον κύκλο εργασιών.

Ο αριθμοδείκτης του μικτού περιθωρίου κέρδους μας δείχνει το μικτό κέρδος που απολαμβάνει μια επιχείρηση από την πώληση προϊόντων αξίας 100€. Ο υπολογισμός του μικτού κέρδους είναι πολύ σημαντικός για όλες της επιχειρήσεις γιατί τους παρέχει ένα μέτρο αξιολόγησης της αποδοτικότητας τους, καθώς επίσης και την ικανότητα της διοίκησης να επιτυγχάνει φθηνές αγορές σε περίπτωση που έχουμε υψηλό ποσοστό ή το αντίθετο σε περίπτωση χαμηλού ποσοστού. Μια επιχείρηση για να θεωρηθεί επιτυχημένη θα πρέπει να έχει ένα αρκετά υψηλό ποσοστό μικτού κέρδους ώστε να της επιτρέπει να καλύπτει τα λειτουργικά και άλλα έξοδα αλλά συγχρόνως να της αφήνει και ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος. Όσο υψηλότερο είναι το συγκεκριμένο ποσοστό τόσο το καλύτερο για την βιωσιμότητα της επιχείρησης.

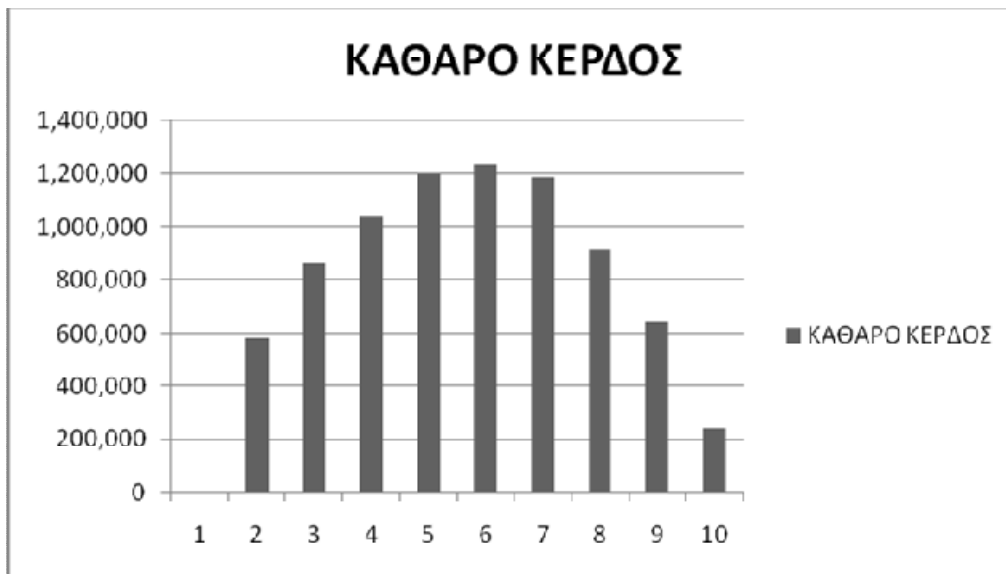
Το ποσοστό του μεικτού περιθωρίου κέρδους της hi-techno κρίνεται ικανοποιητικό με υψηλότερο σημείο το 43% και χαμηλότερο το 34%. Άρα αν υποθέσουμε ότι για 10 χρόνια καταφέρουμε να κρατήσουμε το ποσοστό του μικτού κέρδους πέρα του 34% θα πρέπει να αισθανόμαστε ικανοποιημένοι. Ο λόγος της μικρής μείωσης που έχει το ποσοστό μας σε βάθος χρόνου οφείλεται κατά κύριο λόγο στη μείωση των πωλήσεων αλλά και στην ταυτόχρονη αύξηση των εξόδων διαχείρισης. Το χρονικό σημείο που χρίζει προσοχής είναι από τον 7^ο χρόνο και μετά αφού η συγκεκριμένη πτώση επηρεάζει άμεσα και την πορεία του καθαρού περιθωρίου κέρδους. Η αύξηση των εξόδων διαχείρισης επηρεάζει και τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης μας. Στα έξοδα διαχείρισης περιλαμβάνονται οι μισθοί του διοικητικού συμβουλίου αλλά και οι μισθοί διαχείρισης που κάθε χρόνο αυξάνονται δημιουργώντας αύξηση στα λειτουργικά έξοδα.

Βάση αυτών των δεδομένων θα πρέπει να λάβουμε κάποια μέτρα στα επόμενα χρόνια για να προστατεύσουμε τα συμφέροντα της εταιρείας μας. Οι επιλογές που έχουμε στη διάθεση μας δεν είναι και πάρα πολλές αφού ή θα προβούμε σε περικοπές μισθών ή θα ψάξουμε τρόπους για να αυξήσουμε τις πωλήσεις και να καλύψουμε τη διαφορά.

Μια λύση για τις πωλήσεις θα ήταν η επέκταση σε νέες αγορές αφού έχουμε το ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας ή να λανσάρουμε στην αγορά κάποιο νέο προϊόν ή ακόμη ο συνδυασμός και των δύο.

5.8.4. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ

Εικόνα 5.4. Καθαρό κέρδος Hi-Techno



ΕΤΗ	ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ(€)
1	1.912
2	581.725
3	863.207
4	1.042.157
5	1.202.352
6	1.237.202
7	1.185.467
8	915.34
9	641.408
10	239.617

Το καθαρό κέρδος μιας επιχείρησης για να είναι σε υψηλά νούμερα θα πρέπει τα έσοδα της εταιρείας να είναι μεγαλύτερα από τα έξοδα της. Σε διάστημα 10 χρόνων είναι κατανοητό ότι η αύξηση των εσόδων πρέπει να είναι μεγαλύτερη από την αύξηση των εξόδων για να έχουμε άνοδο του καθαρού κέρδους ή πιο απλά θα πρέπει το μεικτό κέρδος να υπερκαλύπτει τα λειτουργικά έξοδα και να αφήνει ένα ικανοποιητικό ποσό καθαρού κέρδους.

Στη Hi-Techno παρατηρείται μια ανοδική πορεία τα πρώτα έξι χρόνια του καθαρού κέρδους που οφείλεται στο ότι η αύξηση των εσόδων της εταιρείας είναι μεγαλύτερη από την αύξηση των εξόδων. Η μείωση του καθαρού κέρδους σημειώνεται μετά τον 7^ο χρόνο που μέχρι και το 10^ο συμπιέζει αισθητά τα καθαρά κέρδη της εταιρείας μας. Ο κυριότερος λόγος οφείλεται στην μεγαλύτερη αύξηση των εξόδων μας χωρίς να συμβαίνει κάτι αντίστοιχο και στα έσοδα μας. Επίσης σε περίπτωση που πετυχαίναμε ένα υψηλότερο μεικτό κέρδος τότε θα ήταν εφικτό να υπερκαλύψουμε τη διαφορά.

Τα μέτρα για να αντιμετωπίσουμε αυτού του είδους τα προβλήματα αναλύθηκαν στον δείκτη του μεικτού περιθωρίου κέρδους αλλά θα αναλυθούν και στο δείκτη του καθαρού περιθωρίου κέρδους που ακολουθεί.

5.8.5. ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΑΘΑΡΟΥ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ

Εικόνα 5.5. Δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους



Ο δείκτης του καθαρού περιθωρίου κέρδους προκύπτει από την διαίρεση των καθαρών κερδών με τις πωλήσεις. Ο αριθμοδείκτης αυτός μας δείχνει το ποσοστό του καθαρού κέρδους που επιτυγχάνει η επιχείρησή μας από τις πωλήσεις της, δηλαδή δείχνει το κέρδος από τις λειτουργικές της δραστηριότητες. Η διαφορά του μεικτού από το καθαρό κέρδος είναι ότι ανάμεσα τους υπάρχουν τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης και γι' αυτό το λόγο όπως τονίσαμε και πριν το μεικτό κέρδος πρέπει να είναι σε ψηλά επίπεδα για να μπορεί στο τέλος να μας δώσει ένα υψηλό καθαρό περιθώριο κέρδους. Οι λόγοι και τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν αναφέρθηκαν και στην ανάλυση του δείκτη μεικτού περιθωρίου κέρδους αφού αλληλοεπηρεάζονται άμεσα. Πρέπει να μειώσουμε τα λειτουργικά έξοδα και να προβούμε σε ταυτόχρονη προσπάθεια για αύξηση των πωλήσεων ώστε ο δείκτης του καθαρού περιθωρίου κέρδους να διορθωθεί στο άμεσο μέλλον. Αν δούμε άλλωστε τα ποσοστά συγκριτικά τον 1^ο χρόνο το ποσοστό του μικτού είναι 42% ενώ το καθαρό είναι στο 0%. Στον επόμενο χρόνο το μικτό είναι 42% με το καθαρό να ανεβαίνει στο 14%, ο λόγος είναι ότι το 1^ο χρόνο υπήρχαν υψηλά λειτουργικά έξοδα που δεν υπήρχαν το 2^ο γι' αυτό δόθηκε αυτή η ώθηση στο καθαρό.

Ένα άλλο μέτρο για να αποφύγουμε την πτώση των δεικτών που θα ήταν καλό να επανεξετάσουμε είναι ο καθορισμός του ποσοστού του περιθωρίου κέρδους. Το περιθώριο κέρδους για τη Hi-Techno κυμαίνεται στα ίδια σταθερά επίπεδα για μια τριετία τον 4^ο με 7^ο χρόνο και για τα τρία προϊόντα.

Σε περίπτωση που οι πιο πάνω τρόποι που αναφέραμε για τόνωση των πωλήσεων ή μείωση των εξόδων κρίνουμε ότι δεν είναι εφικτοί τότε καλό θα ήταν να κρατήσουμε σταθερό το ποσοστό περιθωρίου και μετά τον 7^ο χρόνο ώστε να καλύψουμε τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησής μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Βάση της μελέτης που προηγήθηκε μπορεί εύκολα κάποιος να κατανοήσει πως μπορεί μια εφεύρεση που υλοποιήθηκε εντός του Πανεπιστημίου από μία ερευνητική ομάδα και ένα καθηγητή-ερευνητή ακολουθώντας μία διαδικασία θα την εκμεταλλευτούν εμπορικά με ίδρυση μίας επιχείρησης spin-off.

Η Hi-Techno δημιουργήθηκε μετά από την εφεύρεση του καθηγητή-ερευνητή, την συμβολή του Πανεπιστημίου, που πρόσφερε στέγαση και πληροφόρηση και τη κολοσσό εταιρεία LG η οποία πίστεψε στην προοπτική της συγκεκριμένης ανακάλυψης και επένδυσε σε αυτή. Αυτοί οι τρεις ήταν και οι δικαιούχοι της εφεύρεσης που μέσω του Οργανισμού Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας (Ο.Β.Ι) απέκτησαν το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας το οποίο τους παρέχει προστασία για 20 χρόνια εντός της ελληνικής επικράτειας. Όσον αφορά τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας ο λόγος που πολλοί δεν προχωρούν στην απόκτηση τους είναι ότι το εθνικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που χορηγείται από τον Ο.Β.Ι δεν θεωρείται αρκετό από μόνο του. Αν επιθυμούμε την προστασία της εφεύρεσης μας σε πολλές χώρες ώστε να μην την εκμεταλλευτεί εμπορικά κάποιος άλλος αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο με την απόκτηση του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

Το ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας μπορεί να μας προστατεύσει σε όσα κράτη εμείς επιθυμούμε εντός της Ευρώπης αλλά είναι αναγκαίο οι αξιώσεις και η περίληψη της εφεύρεσης να μεταφραστούν στη γλώσσα της κάθε χώρας ξεχωριστά που ζητούμε προστασία με το κόστος τους να είναι αρκετά υψηλό. Αυτός είναι ο κυριότερος λόγος που πολλοί ερευνητές δεν κατοχυρώνουν τις εφευρέσεις τους. Το υψηλό κόστος για προστασία μία εφεύρεσης εντός του ευρωπαϊκού χώρου είναι ένας σοβαρός ανασταλτικός παράγοντας όσο αφορά την έρευνα. Αυτό το πρόβλημα θα λυθεί στο μέλλον όταν τεθεί σε εφαρμογή το κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας που συγκριτικά με το ευρωπαϊκό έχει χαμηλότερο κόστος.

Στη Hi-Techno παρά το υψηλό κόστος για απόκτηση ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας κρίθηκε απαραίτητο να κινηθούν οι διαδικασίες για απόκτηση του για δύο κυρίως λόγους:

1. Να αποτρέψουμε οποιοδήποτε σε μία ευρωπαϊκή χώρα στη οποία έχουμε αποκτήσει το δίπλωμα να εκμεταλλευτεί την καινοτομία μας.
2. Μας δίνει τη δυνατότητα και το πλεονέκτημα μέσω της προστασίας των 20 ετών σε κάποια χρονική στιγμή που εμείς κρίνουμε εφικτό να επεκταθούμε σε οποιαδήποτε χώρα που έχουμε προστασία.

Το επόμενο και εξίσου σημαντικό βήμα για την ίδρυση μιας εταιρείας spin-off μετά την εφεύρεση και την απόκτηση του διπλώματος ευρεσιτεχνίας είναι η διαδικασία ίδρυσης της, ποια μορφή πρέπει να έχει η εταιρεία και ποιοι οι περιορισμοί του νόμου.

Μια επιχείρηση spin-off πρέπει βάση του νόμου να έχει τη μορφή της Α.Ε ή της Ε.Π.Ε. Συγκρίνοντας τις δύο αυτές μορφές επιχειρήσεων κρίνεται κατάλληλη η Α.Ε κυρίως λόγω του υψηλότερου μετοχικού κεφαλαίου που απαιτείται, λόγω της εμπιστοσύνης που εμπνέουν στους καταναλωτές και στις τράπεζες αλλά κυρίως στο γεγονός ότι οι μέτοχοι ευθύνονται μόνο μέχρι το ποσό της εισφοράς τους. Αυτά είναι μερικά από τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η Α.Ε έναντι της Ε.Π.Ε.

Στο θέμα της μετοχικής διάρθρωσης της εταιρείας λόγω της μορφής της (Α.Ε) μπορεί να συμμετέχει οποιοσδήποτε με το μοναδικό περιορισμό να αφορά το δημόσιο, στο να μην κατέχει πέρα του 50% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας. Η εταιρεία στα πρώτα χρόνια λειτουργίας της έχει μόνο τρεις μετόχους, τους ιδρυτές της, κάτι που δεν της δίνει τις καλύτερες πιθανότητες για μελλοντική εξέλιξη. Η εξεύρεση νέων μετόχων για συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο της, είτε εξαγοράζοντας υπάρχουσες μετοχές είτε μέσω αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου κρίνεται απαραίτητη. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω της σωστής προβολής της επιχείρησης, των δυνατών της σημείων, του οράματος της αλλά πάνω απ' όλα προβάλλοντας το συγκριτικό πλεονέκτημα που έχουμε έναντι των ανταγωνιστών μας. Το συγκριτικό πλεονέκτημα που έχει η Hi-Techno είναι ότι έχει ενσωματώσει στις ηλεκτρικές συσκευές την τεχνολογία Bluetooth που μέσω ενός τηλεχειριστηρίου ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να δώσει εντολές μέχρι και σε εφτά συσκευές εντός της οικίας του που έχουν τη συγκεκριμένη τεχνολογία. Για όσους καταναλωτές τώρα δεν έχουν την οικονομική ευχέρεια να αγοράσουν νέες ηλεκτρικές συσκευές η Hi-Techno σε συνεργασία με την LG τους προσφέρει τους εξωτερικούς πομποδέκτες. Η τοποθέτηση και μόνο του πομποδέκτη στις ήδη υπάρχουσες ηλεκτρικές συσκευές είναι αρκετή ώστε να μπορεί ο καταναλωτής να ελέγχει τις λειτουργίες της συσκευής από το ειδικά σχεδιασμένο τηλεχειριστήριο.

Η Hi-Techno δεν έχει σκοπό να σταματήσει εδώ αφού με κατοχυρωμένη την εφεύρεση για τα επόμενα 20 χρόνια έχει σαν στόχο την επέκταση της καινοτομίας και σε άλλες λειτουργίες όπως για παράδειγμα του φωτισμού ή των ρολών κάνοντας ακόμη πιο εύκολη τη διαμονή των καταναλωτών στην οικία τους.

Λόγω του μεγέθους της εταιρείας αλλά και της μικρής οικονομικής της δυνατότητας τα προϊόντα θα λανσάρονται στην ελληνική αγορά με την επωνυμία της LG και μέσω του ήδη υπάρχοντος δικτύου διανομής της. Αυτό θα συνεχιστεί για όσο χρονικό διάστημα η Hi-Techno κρίνει σκόπιμο ότι η συγκεκριμένη βοήθεια από τη συγγενική πλέον εταιρεία LG, της είναι απαραίτητη.

Η Hi-Techno θα διοικείται από επταμελές διοικητικό συμβούλιο όπου θα το πλαισιώνουν κάποιοι διευθυντές πρώτης γραμμής και κάποιοι υπεύθυνοι για συγκεκριμένα θέματα, με όλους τους πιο πάνω να έχουν ξεκάθαρες αρμοδιότητες.

Ακόμη ένας περιορισμός, που αφορά τις spin-off επιχειρήσεις, έχει να κάνει με την θέση που θα κατέχει στο διοικητικό συμβούλιο ο καθηγητής-ερευνητής. Ο καθηγητής μπορεί να συμμετέχει στο Δ.Σ, αλλά όχι σε υψηλόβαθμη θέση, γι' αυτό και στο Δ.Σ της Hi-Techno ο καθηγητής κ. Αναγνωστόπουλος είναι απλό μέλος. Επίσης στην εταιρεία θα εργάζονται πέντε άτομα στο λογιστήριο και κάποιοι άλλοι εργαζόμενοι στο εργοστάσιο.

Το εργοστάσιο της Hi-Techno θα βρίσκεται στην Πάτρα και σε αυτό θα εργάζεται ένα απλό εργατικό δυναμικό που σε συνδυασμό με τα μηχανήματα θα συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία καθώς επίσης και κάποιοι εργάτες με αποκλειστική αρμοδιότητα να ελέγχουν τα τελικά προϊόντα για πρόληψη και αποτροπή ελαττωματικών προϊόντων. Τις δύο πιο πάνω κατηγορίες εργαζομένων θα επιβλέπει ένα ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό με αρμοδιότητα η όλη διαδικασία να κυλάει ομαλά.

Η εταιρεία στα πρώτα στάδια λειτουργίας της για να εισέλθει στην θερμοκοιτίδα του Πανεπιστημίου Πατρών αλλά και αργότερα για να προβληθεί κατάλληλα ώστε να προσελκύσει το ενδιαφέρον πιθανών μετόχων και επενδυτών σύνταξε το επιχειρησιακό σχέδιο.

Το επιχειρησιακό σχέδιο είναι πολύ σημαντικό εργαλείο και απαιτεί πολλή προσοχή κατά την σύνταξη του. Κατά τη διαδικασία σχεδιασμού και σύνταξης του επιχειρησιακού σχεδίου τα στελέχη της Hi-Techno και οποιασδήποτε άλλης επιχείρησης δεν πρέπει να είναι πολύ αισιόδοξα ως προς τις προβλέψεις τους αλλά και ούτε και πολύ απαισιόδοξα για να μην οδηγηθούν σε πλασματικά αποτελέσματα στο τέλος. Σημαντικό μέρος της εργασίας μας αποτελεί ο προϋπολογισμός. Ο προϋπολογισμός της Hi-Techno συντάχθηκε για τα επόμενα 10 έτη. Μέσω του προϋπολογισμού θα γίνουν εμφανής κάποιες αδυναμίες της επιχείρησης που ίσως να αφορούν και μεταγενέστερα έτη. Άρα ένας σωστός προϋπολογισμός θα μας δώσει την ευχέρεια να προβληματιστούμε εγκαίρως για προβλήματα που προβλέπουμε να εμφανιστούν στο μέλλον. Φυσικά αξίζει να σημειωθεί ότι τα νούμερα του προϋπολογισμού δεν θα ανταποκρίνονται με ακρίβεια στην πραγματικότητα, αφού προσπαθεί να προβλέψει την πορεία της επιχείρησης στο χρόνο με τα σημερινά δεδομένα. Δεν αποτελεί τυχαίο γεγονός άλλωστε ότι πολλές φορές μετά τα πρώτα χρόνια αναθεωρείται ο προϋπολογισμός λόγω της μεταβολής διαφόρων παραγόντων είτε θετικά είτε αρνητικά.

Το μέλλον για τη Hi-Techno προδιαγράφεται αρκετά αισιόδοξο φτάνει να εκμεταλλευτεί τα δυνατά της σημεία και γενικότερα τα πλεονεκτήματα έναντι των υπόλοιπων πανομοιότυπων εταιρειών αρκεί φυσικά να καλύψει τα μειονεκτήματα της σε μερικά επίπεδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΠΡΟΦΙΛ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ SPIN-OFF

- (1) Εγκυκλοπαίδεια wikipedia
<http://en.wikipedia.org/wiki/Bluetooth>
- (2) http://wiki.forum.nokia.com/index.php/Bluetooth_Protocol
- (3) www.bluetomorrow.com/about-bluetooth-technology/general-bluetooth-information/bluetooth-advantages.html
- (4) Ευφημία Παναγιωτίδου, 2008, Έρευνα-Καινοτομία Εταιρείες spin-off/Τεχνοβλαστοί, Εκδόσεις Σακκούλα, Αθήνα-Θεσσαλονίκη, σελ.144
- (5) Έντυπο "Διαχείριση Πνευματικής Ιδιοκτησίας Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας στο Πανεπιστήμιο Πατρών"
- (6) Σκοπός Επιστημονικού Πάρκου Πατρών
www.psp.org.gr/Presentation/Aim
- (7) Υπηρεσίες Θερμοκοιτίδας Επιστημονικού Πάρκου Πατρών
www.psp.org.gr/services/services/
- (8) Διαδικασία ένταξης θερμοκοιτίδας Πανεπιστημίου Πατρών
www.psp.org.gr/services/process-for-a-firm-to-join-bsp/
- (9) Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας
www.obι.gr
- (10) Παρουσίαση, "Βιομηχανική Ιδιοκτησία και παραγωγή καινοτομίας"/Μ.Σαμουλίδης, Αναπληρωτής Καθηγητής European Patent Attorney
- (11) Έντυπο Οργανισμού Βιομηχανικής ιδιοκτησίας "Οδηγός απόκτησης Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας", Αθήνα 2008
- (12) Ευφημία Παναγιωτίδου, 2008, Έρευνα-Καινοτομία Εταιρείες spin-off/Τεχνοβλαστοί, εκδόσεις Σακκούλα, Αθήνα-Θεσσαλονίκη, σελ.108
- (13)Ευρωπαϊκό Γραφείο Ευρεσιτεχνιών
www.european-Patent.org/
- (14) Ευφημία Παναγιωτίδου, 2008, Έρευνα-Καινοτομία Εταιρείες spin-off/Τεχνοβλαστοί, εκδόσεις Σακκούλα, Αθήνα-Θεσσαλονίκη, σελ.111
- (15) Διαδικασία χορήγησης Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας
www.obι.gr/obi/?tabid=158

(16) Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, "Οδηγός απόκτησης Ευρωπαϊκού Δ.Ε", 2007

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

(1) Αναγνωστόπουλος Άλκης, 2005, Εμπορικό Δίκαιο, Εκδόσεις ΔΚ, Πάτρα, σελ.204

(2) Γενική Γραμματεία Εμπορίου/Διαδικασία Σύστασης Α.Ε
www.gge.gr/09diadsystasis/html/a.e.html

(3) Αναγνωστόπουλος Άλκης, 2005, Εμπορικό Δίκαιο, Εκδόσεις ΔΚ, Πάτρα, σελ.205

(4) Αναγνωστόπουλος Άλκης, 2005, Εμπορικό Δίκαιο, Εκδόσεις ΔΚ, Πάτρα, σελ.212

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΗΣ ΗΙ-TECHNO

(1) LG INC

www.Lg.com

(2) LG Hellas

www.Lg.com/gr

(3) Πανεπιστήμιο Πατρών

www.upatras.gr/Index/Page/Id/12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. MARKETING PLAN

(1) Μελέτη ICAP (Εταιρεία Επιχειρηματικών Πληροφοριών) "Ανάλυση Ελληνικής αγοράς ηλεκτρικών ειδών"

(2) Ημερησία online άρθρο της Σοφίας Μυττά

www.imerisia.gr/article.asp?capid=12334&subid=2&Pubid=26695151

(3) Siemens

www.siemens.home.gr

(4) Sony Hellas

www.sony.gr

(5) Panasonic Hellas

www.panasonic.gr

(6) *Samsung*

www.samsung.com/gr

(7) *Bosch*

www.bosch.gr/content/language1/html/index.html

(8) *Media Markt*

www.mediamaarkt.gr

(9) *Κωτσόβολος*

www.kotsovolos.gr

(10) *Ηλεκτρονική Αθηνών*

www.electroniki.gr

(11) *ΣΕΗΟΣ*

www.seios.gr

(12) *Electronet*

www.electronet.gr

(13) *Ράδιο Κορασίδα*

www.radiokorasidi.gr

(14) *Multirama*

www.multirama.gr

(15) *Expert*

www.expertHELLAS.com

(16) *Public*

www.public.gr

(17) *Πετρόφ-Τζωρτζάκης-Τζωρτζάκη, 2002, Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ η ελληνική προσέγγιση, Εκδόσεις Rosili, σελ.135*

(18) *Πετρόφ-Τζωρτζάκης-Τζωρτζάκη, 2002, Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ η ελληνική προσέγγιση, Εκδόσεις Rosili, σελ.169*

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.

Νόμος 2843/2000. Άρθρο 34

Αξιοποίηση ερευνητικών αποτελεσμάτων.

Η παρ.3 του άρθρου 23 του ν.2741/1999 (ΦΕΚ 199 Α') αντικαθίσταται ως εξής:

"3.Α. Τα ερευνητικά αποτελέσματα και η γνώση που παράγεται σε ερευνητικά κέντρα, εκπαιδευτικά ιδρύματα, επιχειρήσεις ή άλλους οργανισμούς στην Ελλάδα και το εξωτερικό μπορεί να αξιοποιηθεί οικονομικά με διάφορους τρόπους, και ιδίως:

1. Απευθείας εμπορική αξιοποίηση με την παραγωγή και διάθεση προϊόντων ή παροχή υπηρεσιών από τον ίδιο φορέα στον οποίο παράγεται η γνώση. Στην περίπτωση που ο φορέας είναι ίδρυμα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, οι δραστηριότητες μπορεί να αναλαμβάνονται από τις εταιρείες αξιοποίησης και διαχείρισης της περιουσίας τους.
2. Εκχώρηση εμπορικής αξιοποίησης με τη διάθεση από το φορέα παραγωγής γνώσης άδειας εμπορικής εκμετάλλευσης της γνώσης, έναντι τμήματος που καθορίζεται με σύμβαση εκχώρησης σε άλλο οργανισμό ή επιχείρηση οποιασδήποτε μορφής.
3. Ίδρυση ή συμμετοχή σε επιχειρήσεις αξιοποίησης είτε με τη σύσταση από το φορέα παραγωγής της γνώσης θυγατρικής επιχείρησης, οποιασδήποτε μορφής για την εμπορική εκμετάλλευση αυτής, είτε με τη συμμετοχή του φορέα γνώσης σε από κοινού δραστηριότητα εκμετάλλευσης με άλλους οργανισμούς ή επιχειρήσεις.
4. Τεχνολογικές επιχειρήσεις επιστημόνων, τεχνολόγων και ερευνητών με τη δημιουργία επιχειρηματικής δραστηριότητας από τα φυσικά πρόσωπα που παρήγαγαν εμπορικά εκμεταλλεύσιμες γνώσεις, στην οποία μπορεί να συμμετέχει με οποιονδήποτε τρόπο ο φορέας στον οποίο παράχθηκαν οι γνώσεις, καθώς και τρίτα φυσικά ή νομικά πρόσωπα.
5. Συντονισμός δύο ή περισσότερων από τους ανωτέρω τρόπους ή και με άλλο τρόπο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.

ΕΝΤΥΠΟ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΓΙΑ ΕΝΤΑΞΗ ΣΤΗ ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΑ ΤΟΥ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ ΠΑΡΚΟΥ ΠΑΤΡΩΝ

ΠΕΡΙΓΡΑΓΗ ΥΠΟΨΗΦΙΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Παρακαλούμε σε ένα κείμενο μέχρι τρεις (3) σελίδες να αναφερθείτε στα εξής:

Σύντομο ιστορικό:

Τομέας και αντικείμενο δραστηριότητας:

Αριθμός εργαζομένων στην μονάδα:

Οργανωτική Δομή, και δραστηριότητες των κυριότερων τμημάτων:

Υποδομή :

Έχετε στην κατοχή σας συγκεκριμένη τεχνογνωσία;

Εάν ΝΑΙ τότε παρακαλούμε σε ένα συνοπτικό κείμενο να μας δώσετε τα εξής:

Σύντομη περιγραφή της:

Τρόπους εκμετάλλευσής της:

Έχετε υποβάλει αίτηση κατοχύρωσης πνευματικών ή βιομηχανικών δικαιωμάτων;
Εάν ΝΑΙ

Σε ποιο στάδιο της κατοχύρωσης βρίσκεστε;

Έχετε εξαγοράσει δικαιώματα τρίτων;

Άλλο.....

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ ή ΟΝΟΜΑΣΙΑ-ΤΙΤΛΟΣ	
ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ (Καταστατικό)	
ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ	
ΚΛΑΔΟΣ	
ΚΥΡΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	
ΝΟΜΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ (ΟΔΟΣ- ΑΡΙΘΜΟΣ)	
ΤΑΧ. ΚΩΔΙΚΑΣ / ΠΟΛΗ	
Α.Φ.Μ. / ΕΦΟΡΙΑ (Δ.Ο.Υ.)	
ΤΗΛΕΦΩΝΟ / FAX	
ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΝΟΜΙΜΟΥ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥ	
ΤΗΛΕΦΩΝΟ / FAX	

ΣΚΟΠΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Παρακαλούμε να αναφερθείτε στους λόγους και στα προσδοκώμενα από την εγκατάσταση της μονάδας περιλαμβάνοντας όπου κρίνετε σκόπιμο και τα εξής:

Χρήση των διατιθέμενων από το ΕΠΠ

υποδομών:

διευκολύνσεων:

υπηρεσιών:

συνεργασιών:

τεχνογνωσίας:

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ) ΣΧΕΔΙΟΥ

Παρακαλούμε να συμπεριλάβετε και τα εξής:

Περιγραφή του σκοπού επιχειρηματικού σας σχεδίου:

Περιγραφή της βασικής ιδέας και της σημερινής του φάσης (εάν ήδη έχει ξεκινήσει η υλοποίησή του) :

Τις δραστηριότητες που πρόκειται να αναπτύξετε στους χώρους του Επιστημονικού Πάρκου Πατρών.

Τομείς τεχνολογικής ανάπτυξης και καινοτομικής δραστηριότητας:

Τι πρόκειται να αναπτυχθεί (Τεχνολογίες, προϊόντα, υπηρεσίες, διαδικασίες, μεθοδολογίες, τεχνικές)

Τεκμηρίωση της τεχνολογίας, τεχνογνωσίας ή του καινοτομικού περιεχομένου

Εκτίμηση των αναγκών της αγοράς (Ελληνικής ή/και Διεθνούς)

Απαιτούμενη υποδομή για υλοποίηση στόχων

Τις μεθόδους προβολής, προώθησης, διάθεσης, πώλησης

Χρονοδιαγράμματα φάσεων

Εκτίμηση απαιτούμενων δαπανών

Εκτίμηση πιθανών εσόδων και πηγές τους

Αριθμός προσώπων και ειδικότητες

ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Παρακαλούμε να επισημάνετε την πρωτοτυπία ή και καινοτομικότητα του σχεδίου σας, υποδεικνύοντας το τι αφορά

ανάπτυξη/παραγωγή νέων προϊόντων:

δημιουργία/παροχή υπηρεσιών:

δημιουργία/προώθηση/διάχυση:

μεθοδολογιών:

διαδικασιών:

τεχνικών:

ενσωμάτωση υψηλής τεχνολογίας, τεχνογνωσίας καινοτομικού περιεχομένου σε υφιστάμενη οντότητα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3.

ΝΟΜΟΣ 2929/2001 ΑΡΘΡΟ 11

Βάση του άρθρου 11 του Ν.2919/2001 ρυθμίστηκε η συμμετοχή των μελών εκπαιδευτικού και ερευνητικού προσωπικού Πανεπιστημίου και Τ.Ε.Ι στην επιχειρηματική δραστηριότητα εκμετάλλευσης της γνώσης και των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Το εκπαιδευτικό και ερευνητικό προσωπικό των Α.Ε.Ι και Τ.Ε.Ι σύμφωνα με την τροποποίηση του Άρθρου αυτού με το νόμο 3440/2006, η συμμετοχή των μελών εκπαιδευτικού και ερευνητικού προσωπικού Πανεπιστημίου και Τ.Ε.Ι στις επιχειρηματικές δραστηριότητες επιτρέπεται μετά την συμπλήρωση τριετίας από τον διορισμό τους και μετά από απόφαση της Συγκλήτου του Α.Ε.Ι ή της Συνέλευσης των Τ.Ε.Ι αντιστοίχως.

Με σχετικές αποφάσεις τους, τα ανώτατα όργανα διοίκησης των ιδρυμάτων, καθορίζουν τον τρόπο και την έκταση συμμετοχής του εν λόγω προσωπικού στις ανωτέρω επιχειρήσεις. Όμως σύμφωνα με την ίδια τροποποίηση δεν επιτρέπεται η συμμετοχή μέλους του προσωπικού Α.Ε.Ι και Τ.Ε.Ι με την ιδιότητα του Διευθύνοντος Συμβούλου ή του Προέδρου του Διοικητικού Συμβουλίου ή άλλης ανάλογης θέσης στα όργανα διοίκησης της επιχείρησης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΗΙ-ΤΕΧΝΟ Α.Ε

Κοστολόγηση και τιμολόγηση

Προϊόν 1 - Ενσωματωμένο

Προϊόν 2 – Εξωτερικό

Προϊόν 3 - Τηλεχειριστήριο

Κοστολόγιο 1 - Ανα μονάδα

	<u>Προϊόν 1</u>	<u>Προϊόν 2</u>	<u>Προϊόν 3</u>
	€	€	€
Εξαρτήματα	2,00	3,00	4,00
Εργατικά – Παραγωγή	0,09	0,14	0,28
Άμεσα έξοδα - Κοστολόγιο 2	0,27	0,41	0,82
Σύνολο	2,37	3,55	5,10

Κοστολόγιο 2 - Άμεσα έξοδα ανα μηχανή- ετήσια

Καύσιμα – Ρεύμα	1.500	1.500	1.500
Αναλώσιμα	3.000	3.000	3.000
Εργατικά – Δοκιμή	15.000	15.000	15.000
Συντήρηση	1.500	1.500	1.500
Εργατικά - Επιστήμονες	15.000	15.000	15.000
Ετήσια γενικά έξοδα μηχανής	36.000	36.000	36.000
Ετήσια παραγωγή	132.000	88.000	44.000
Κόστος ανά μονάδα	0,27	0,41	0,82

Εργατικά - Παραγωγή

Λεπτά ανα μονάδα	1	1,5	3
Ώρες εργασίας	180	180	180
	€	€	€
Μέσος μηνιαίος μισθός	1.000	1.000	1.000
	€	€	€
Εργατικά ανα ώρα	5,56	5,56	5,56
	€	€	€
Εργατικά ανα μονάδα	0,093	0,139	0,278

	<u>Χρ.1</u>	<u>Χρ.2</u>	<u>Χρ.3</u>	<u>Χρ.4</u>	<u>Χρ.5</u>	<u>Χρ.6</u>	<u>Χρ.7</u>	<u>Χρ.8</u>	<u>Χρ.9</u>	<u>Χρ.10</u>
<u>Μονάδες - Προϊόν 1</u>	200.000	300.000	390.000	450.000	500.000	500.000	500.000	475.000	450.000	400.000
<u>Μονάδες - Προϊόν 2</u>	170.000	290.000	400.000	470.000	515.000	525.000	520.000	470.000	450.000	350.000
<u>Μονάδες - Προϊόν 3</u>	80.000	120.000	150.000	190.000	210.000	215.000	210.000	200.000	180.000	160.000
<u>Περιθώριο - Προϊόν 1</u>	35%	34%	32%	30%	30%	30%	30%	29%	28%	27%
<u>Περιθώριο - Προϊόν 2</u>	45%	44%	42%	40%	40%	40%	40%	39%	38%	37%
<u>Περιθώριο - Προϊόν 3</u>	55%	54%	52%	50%	50%	50%	50%	49%	48%	47%
<u>Τιμή Πώλησης - Προϊόν 1</u>	3,64	3,58	3,48	3,38	3,38	3,38	3,38	3,33	3,29	3,24
<u>Τιμή Πώλησης - Προϊόν 2</u>	6,45	6,34	6,12	5,91	5,91	5,91	5,91	5,82	5,72	5,63
<u>Τιμή Πώλησης - Προϊόν 3</u>	11,32	11,08	10,62	10,19	10,19	10,19	10,19	9,99	9,80	9,62

**Λογαριασμοί
αποτελεσμάτων**

		Χρ.1	Χρ.2	Χρ.3	Χρ.4	Χρ.5	Χρ.6	Χρ.7	Χρ.8	Χρ.9	Χρ.10
	Σημ.	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
Κύκλος εργασιών	1	2.730.387	4.241.873	5.395.951	6.236.278	6.875.167	6.985.259	6.904.733	6.314.537	5.817.458	4.805.568
Κόστος πωλήσεων	2	1.543.897	2.450.025	3.228.061	3.852.177	4.232.021	4.292.981	4.249.761	3.962.269	3.730.258	3.155.274
Μεικτό κέρδος		1.186.490	1.791.848	2.167.890	2.384.101	2.643.146	2.692.278	2.654.972	2.352.268	2.087.200	1.650.294
Λειτουργικά έξοδα											
Έξοδα διαχείρισης	3	- 723.500	- 649.025	- 719.024	- 757.226	- 811.570	- 843.545	- 887.167	- 939.229	- 1.013.533	- 1.075.264
Έξοδα διανομής	4	- 417.000	- 372.850	- 328.993	- 285.442	- 292.214	- 269.325	- 256.791	- 244.631	- 252.862	- 261.505
Λειτουργικό κέρδος		45.990	769.973	1.119.874	1.341.434	1.539.361	1.579.409	1.511.014	1.168.408	820.805	313.525
Έξοδα χρηματοδότησης	5	- 43.600	- 42.816	- 40.865	- 38.737	- 36.421	- 32.906	- 29.181	- 24.232	- 19.045	- 14.004
Κέρδος πριν την φορολογία		2.390	727.157	1.079.009	1.302.697	1.502.940	1.546.502	1.481.834	1.144.177	801.760	299.521
Φορολογία	9	- 478	- 145.431	- 215.802	- 260.539	- 300.588	- 309.300	- 296.367	- 228.835	- 160.352	- 59.904
Καθαρό κέρδος		1.912	581.725	863.207	1.042.157	1.202.352	1.237.202	1.185.467	915.341	641.408	239.617
% Μεικτού κέρδους		43%	42%	40%	38%	38%	39%	38%	37%	36%	34%
% Καθαρού κέρδους		0%	14%	16%	17%	17%	18%	17%	14%	11%	5%

Ισολογισμοί

		Χρ.1	Χρ.2	Χρ.3	Χρ.4	Χρ.5	Χρ.6	Χρ.7	Χρ.8	Χρ.9	Χρ.10
	Σημ.	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
Πάγια στοιχεία ενεργητικού											
Ευρεσιτεχνία	6	41.330	43.030	44.750	46.500	48.280	50.070	51.870	53.685	55.525	57.415
Αύλα περιουσιακά στοιχεία	6	318.000	276.000	234.000	192.000	150.000	120.000	90.000	60.000	30.000	-
Μηχανήματα και εξοπλισμός	6	585.000	916.000	1.023.000	1.169.000	1.009.500	845.000	685.000	520.000	356.800	191.600
		944.330	1.235.030	1.301.750	1.407.500	1.207.780	1.015.070	826.870	633.685	442.325	249.015
Τρέχων στοιχεία ενεργητικού											
Αποθέματα	10	358.335	473.838	564.181	622.085	631.332	624.813	580.856	545.688	457.773	457.773
Χρεώστες	11	455.065	706.979	899.325	1.039.380	1.145.861	1.164.210	1.150.789	1.052.423	969.576	800.928
Μετρητά		23.260	147.637	461.337	841.761	1.517.908	2.076.775	2.389.067	2.462.160	2.243.252	1.677.576
		836.660	1.328.455	1.924.844	2.503.226	3.295.100	3.865.798	4.120.712	4.060.271	3.670.601	2.936.277
Σύνολο ενεργητικού		1.780.990	2.563.485	3.226.594	3.910.726	4.502.880	4.880.868	4.947.582	4.693.956	4.112.926	3.185.292
Κεφάλαιο και αποθεματικά											
Μετοχικό κεφάλαιο		900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Αποθεματικά	8	1.912	583.637	1.146.844	1.789.002	2.391.354	2.828.555	3.014.022	2.929.364	2.570.771	1.810.388
		901.912	1.483.637	2.046.844	2.689.002	3.291.354	3.728.555	3.914.022	3.829.364	3.470.771	2.710.388
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις											
Δανεισμός	7	504.416	452.281	397.018	338.439	276.345	210.526	140.757	66.803	-	-
		504.416	452.281	397.018	338.439	276.345	210.526	140.757	66.803	-	-
Τρέχουσες υποχρεώσεις											
Δανεισμός	7	49.184	52.135	55.263	58.579	62.094	65.819	69.768	73.955	66.803	-
Πιστωτές	12	325.000	430.000	511.667	564.167	572.500	566.667	526.667	495.000	415.000	415.000
Φορολογία	9	478	145.431	215.802	260.539	300.588	309.300	296.367	228.835	160.352	59.904
		374.662	627.566	782.732	883.285	935.182	941.786	892.802	797.790	642.155	474.904
Σύνολο κεφαλαίου και υποχρεώσεων		1.780.990	2.563.485	3.226.594	3.910.726	4.502.880	4.880.868	4.947.582	4.693.956	4.112.926	3.185.292

Καταστάσεις χρηματορρών

	<u>Χρ.1</u>	<u>Χρ.2</u>	<u>Χρ.3</u>	<u>Χρ.4</u>	<u>Χρ.5</u>	<u>Χρ.6</u>	<u>Χρ.7</u>	<u>Χρ.8</u>	<u>Χρ.9</u>	<u>Χρ.10</u>
	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
ΡΟΗ ΜΕΤΡΗΤΩΝ ΑΠΟ ΕΡΓΑΣΙΕΣ										
Κέρδος πρὶν τη φορολογία	2.390	727.157	1.079.009	1.302.697	1.502.940	1.546.502	1.481.834	1.144.177	801.760	299.521
Αναπροσαρμογές για:										
Αποσβέσεις	107.000	151.000	175.000	206.000	206.500	194.500	195.000	195.000	195.200	195.200
Χρεωστικούς τόκους	33.600	30.816	27.865	24.737	21.421	17.906	14.181	10.232	6.045	2.004
Ροή μετρητών από εργασίες πρὶν από αλλαγές στο κεφάλαιο										
Κινήσεως	142.990	908.973	1.281.874	1.533.434	1.730.861	1.758.909	1.691.014	1.349.408	1.003.005	496.725
Μείωση / (αύξηση) στα αποθέματα	- 358.335	- 115.503	- 90.343	- 57.904	- 9.247	6.518	43.958	35.168	87.915	-
Μείωση / (αύξηση) στα εμπορικά και άλλα εισπρακτέα ποσά (Μείωση) / αύξηση στους εμπορικούς και άλλους πιστωτές	- 455.065	- 251.914	- 192.346	- 140.055	- 106.481	- 18.349	13.421	98.366	82.847	168.648
	325.000	105.000	81.667	52.500	8.333	- 5.833	- 40.000	- 31.667	- 80.000	-
Ροή μετρητών από εργασίες	- 345.410	646.555	1.080.851	1.387.975	1.623.466	1.741.245	1.708.393	1.451.275	1.093.767	665.373
Φορολογία που πληρώθηκε		- 478	- 145.431	- 215.802	- 260.539	- 300.588	- 309.300	- 296.367	- 228.835	- 160.352
Καθαρή ροή μετρητών από εργασίες	- 345.410	646.077	935.420	1.172.174	1.362.927	1.440.657	1.399.092	1.154.908	864.932	505.021
ΡΟΗ ΜΕΤΡΗΤΩΝ ΑΠΟ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ										
Πληρωμή για αγορά ακινήτων, εγκαταστάσεων και εξοπλισμού	- 650.000	- 440.000	- 240.000	- 310.000	- 5.000	-	- 5.000	-	- 2.000	-
Πληρωμή για αύλων πέρουσιακών στοιχείων	- 401.330	- 1.700	- 1.720	- 1.750	- 1.780	- 1.790	- 1.800	- 1.815	- 1.840	- 1.890
Καθαρή ροή μετρητών από επενδυτικές δραστηριότητες	-1.051.330	- 441.700	- 241.720	- 311.750	- 6.780	- 1.790	- 6.800	- 1.815	- 3.840	- 1.890

**ΡΟΗ ΜΕΤΡΗΤΩΝ ΑΠΟ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

Εισπράξεις από έκδοση μετοχικού κεφαλαίου	900.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Εισπράξεις από δανεισμό	600.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Αποπληρωμή δανείου	- 46.400	- 49.184	- 52.135	- 55.263	- 58.579	- 62.094	- 65.819	- 69.768	- 73.955	- 66.803	
Πληρωμή τόκων	- 33.600	- 30.816	- 27.865	- 24.737	- 21.421	- 17.906	- 14.181	- 10.232	- 6.045	- 2.004	
Πληρωμή μερισμάτων	-	-	- 300.000	- 400.000	- 600.000	- 800.000	- 1.000.000	- 1.000.000	- 1.000.000	- 1.000.000	
Καθαρή ροή μετρητών για χρηματοδοτικές δραστηριότητες	1.420.000	- 80.000	- 380.000	- 480.000	- 680.000	- 880.000	- 1.080.000	- 1.080.000	- 1.080.000	- 1.068.807	
Καθαρή αύξηση σε μετρητά	23.260	124.377	313.700	380.424	676.147	558.867	312.292	73.093	- 218.908	- 565.676	
Μετρητά:											
Στην αρχή της χρήσεως	-	23.260	147.637	461.337	841.761	1.517.908	2.076.775	2.389.067	2.462.160	2.243.252	
Στο τέλος της χρήσεως	23.260	147.637	461.337	841.761	1.517.908	2.076.775	2.389.067	2.462.160	2.243.252	1.677.576	

Notes		Σημ.	Χρ.1	Χρ.2	Χρ.3	Χρ.4	Χρ.5	Χρ.6	Χρ.7	Χρ.8	Χρ.9	Χρ.10
			€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
1	Κύκλος εργασιών											
	Προϊόν 1		727.791	1.075.145	1.356.581	1.520.563	1.689.514	1.689.514	1.689.514	1.582.432	1.478.325	1.296.066
	Προϊόν 2		1.096.648	1.837.347	2.446.883	2.779.251	3.045.349	3.104.482	3.074.916	2.733.689	2.575.147	1.971.100
	Προϊόν 3		905.948	1.329.381	1.592.487	1.936.465	2.140.303	2.191.263	2.140.303	1.998.416	1.763.986	1.538.403
			2.730.387	4.241.873	5.395.951	6.236.278	6.875.167	6.985.259	6.904.733	6.314.537	5.817.458	4.805.568
			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Κόστος πωλήσεων											
	Προϊόν 1: Εξαρτήματα		400.000	600.000	780.000	900.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	950.000	900.000	800.000
	Εργατικά - Παραγωγή		18.519	27.778	36.111	41.667	46.296	46.296	46.296	43.981	41.667	37.037
	Άλλα άμεσα έξοδα		54.545	81.818	106.364	122.727	136.364	136.364	136.364	129.545	122.727	109.091
	Αποσβέσεις μηχανημάτων		16.000	24.000	24.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000	32.000
	Προϊόν 2: Εξαρτήματα		510.000	870.000	1.200.000	1.410.000	1.545.000	1.575.000	1.560.000	1.410.000	1.350.000	1.050.000
	Εργατικά - Παραγωγή		23.611	40.278	55.556	65.278	71.528	72.917	72.222	65.278	62.500	48.611
	Άλλα άμεσα έξοδα		69.545	118.636	163.636	192.273	210.682	214.773	212.727	192.273	184.091	143.182
	Αποσβέσεις μηχανημάτων		20.000	40.000	50.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
	Προϊόν 3: Εξαρτήματα		320.000	480.000	600.000	760.000	840.000	860.000	840.000	800.000	720.000	640.000
	Εργατικά - Παραγωγή		22.222	33.333	41.667	52.778	58.333	59.722	58.333	55.556	50.000	44.444
	Άλλα άμεσα έξοδα		65.455	98.182	122.727	155.455	171.818	175.909	171.818	163.636	147.273	130.909
	Αποσβέσεις μηχανημάτων		24.000	36.000	48.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
			1.543.897	2.450.025	3.228.061	3.852.177	4.232.021	4.292.981	4.249.761	3.962.269	3.730.258	3.155.274
			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

3 Έξοδα διαχείρισης

Μισθοί διοικητικού συμβουλίου	227.500	250.250	275.275	302.803	333.083	366.391	403.030	443.333	487.666	536.433
Μισθοί προσωπικού	175.500	184.275	193.489	203.163	213.321	223.987	235.187	246.946	259.293	272.258
Ενοίκια	84.000	84.000	95.760	95.760	109.166	109.166	124.450	124.450	141.873	141.873
Αποσβέσεις εξοπλισμού	5.000	9.000	11.000	12.000	12.500	12.500	13.000	13.000	13.200	13.200
Διάφορα	72.000	78.000	100.000	100.000	100.000	100.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Έξοδα εγγραφής εταιρείας	16.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Δημοτικά Τέλη	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Απομείωση προγραμμάτων υπολογιστών	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000	-	-	-	-	-
Έρευνα	100.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Διαγραφή εξόδων ανάπτυξης	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
	723.500	649.025	719.024	757.226	811.570	843.545	887.167	939.229	1.013.533	1.075.264

- - - - - - - - - - -

4 Έξοδα διανομής

Διαφήμιση	300.000	250.000	200.000	150.000	150.000	120.000	100.000	80.000	80.000	80.000
Μισθοί διάθεσης	117.000	122.850	128.993	135.442	142.214	149.325	156.791	164.631	172.862	181.505
	417.000	372.850	328.993	285.442	292.214	269.325	256.791	244.631	252.862	261.505

- - - - - - - - - - -

5 Έξοδα χρηματοδότησης

Τόκοι δανείων	33.600	30.816	27.865	24.737	21.421	17.906	14.181	10.232	6.045	2.004
Άλλα έξοδα χρηματοδότησης και τραπεζών	10.000	12.000	13.000	14.000	15.000	15.000	15.000	14.000	13.000	12.000
	43.600	42.816	40.865	38.737	36.421	32.906	29.181	24.232	19.045	14.004

- - - - - - - - - - -

6 Πάγια στοιχεία ενεργητικούΕυρεσιτεχνία

Αρχικό υπόλοιπο	-	41.330	43.030	44.750	46.500	48.280	50.070	51.870	53.685	55.525
Προσθήκες	41.330	1.700	1.720	1.750	1.780	1.790	1.800	1.815	1.840	1.890
Τελικό υπόλοιπο	41.330	43.030	44.750	46.500	48.280	50.070	51.870	53.685	55.525	57.415

- - - - - - - - - - -

Άυλα περιουσιακά στοιχείαΠρογράμματα υπολογιστή*Κόστος*

Αρχικό υπόλοιπο

- 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000

Προσθήκες

60.000 - - - - - - - - -

Τελικό υπόλοιπο

60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000

Αποσβέσεις

Αρχικό υπόλοιπο

- 12.000 24.000 36.000 48.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000

Χρέωση έτους

12.000 12.000 12.000 12.000 12.000 - - - - -

Τελικό υπόλοιπο

12.000 24.000 36.000 48.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000 60.000

Έξοδα ανάπτυξης*Κόστος*

Αρχικό υπόλοιπο

- 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000

Προσθήκες

300.000 - - - - - - - - -

Τελικό υπόλοιπο

300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000 300.000

Αποσβέσεις

Αρχικό υπόλοιπο

- 30.000 60.000 90.000 120.000 150.000 180.000 210.000 240.000 270.000

Χρέωση έτους

30.000 30.000 30.000 30.000 30.000 30.000 30.000 30.000 30.000 30.000

Τελικό υπόλοιπο

30.000 60.000 90.000 120.000 150.000 180.000 210.000 240.000 270.000 300.000

Καθαρή αξία

318.000 276.000 234.000 192.000 150.000 120.000 90.000 60.000 30.000 -

- - - - - - - - - -

Μηχανήματα και εξοπλισμόςΜηχανήματα*Κόστος*

Αρχικό υπόλοιπο

- 600.000 1.000.000 1.220.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000

Προσθήκες- Μηχανή 1

160.000 80.000 - 80.000 - - - - -

Προσθήκες- Μηχανή 2

200.000 200.000 100.000 100.000 - - - - -

Προσθήκες- Μηχανή 3

240.000 120.000 120.000 120.000 - - - - -

Τελικό υπόλοιπο

600.000 1.000.000 1.220.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000 1.520.000

Αποσβέσεις

Αρχικό υπόλοιπο	-	60.000	160.000	282.000	434.000	586.000	738.000	890.000	1.042.000	1.194.000
Χρέωση έτους	60.000	100.000	122.000	152.000	152.000	152.000	152.000	152.000	152.000	152.000
Τελικό υπόλοιπο	60.000	160.000	282.000	434.000	586.000	738.000	890.000	1.042.000	1.194.000	1.346.000

*Εξοπλισμός**Κόστος*

Αρχικό υπόλοιπο	-	50.000	90.000	110.000	120.000	125.000	125.000	130.000	130.000	132.000
Προσθήκες	50.000	40.000	20.000	10.000	5.000	-	5.000	-	2.000	-
Τελικό υπόλοιπο	50.000	90.000	110.000	120.000	125.000	125.000	130.000	130.000	132.000	132.000

Αποσβέσεις

Αρχικό υπόλοιπο	-	5.000	14.000	25.000	37.000	49.500	62.000	75.000	88.000	101.200
Χρέωση έτους	5.000	9.000	11.000	12.000	12.500	12.500	13.000	13.000	13.200	13.200
Τελικό υπόλοιπο	5.000	14.000	25.000	37.000	49.500	62.000	75.000	88.000	101.200	114.400

Καθαρή αξία

585.000	916.000	1.023.000	1.169.000	1.009.500	845.000	685.000	520.000	356.800	191.600
----------------	----------------	------------------	------------------	------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

- - - - - - - - - - -

7 Δανεισμός

Αρχικό υπόλοιπο	-	553.600	504.416	452.281	397.018	338.439	276.345	210.526	140.757	66.803
Νέα δάνεια	600.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Αποπληρωμή	- 80.000	- 80.000	- 80.000	- 80.000	- 80.000	- 80.000	- 80.000	- 80.000	- 80.000	- 68.807
Τόκοι	33.600	30.816	27.865	24.737	21.421	17.906	14.181	10.232	6.045	2.004
Τελικό υπόλοιπο	553.600	504.416	452.281	397.018	338.439	276.345	210.526	140.757	66.803	- 0

Αποπληρωτέο:

<1 έτους	49.184	52.135	55.263	58.579	62.094	65.819	69.768	73.955	66.803	-
>1 έτους	504.416	452.281	397.018	338.439	276.345	210.526	140.757	66.803	-	-
	553.600	504.416	452.281	397.018	338.439	276.345	210.526	140.757	66.803	-

- - - - - - - - - - -

- - - - - - - - - - -

8 Αποθεματικά

Αρχικό υπόλοιπο	-	1.912	583.637	1.146.844	1.789.002	2.391.354	2.828.555	3.014.022	2.929.364	2.570.771
Κέρδος για το έτος	1.912	581.725	863.207	1.042.157	1.202.352	1.237.202	1.185.467	915.341	641.408	239.617
Μερίσματα	-	-	- 300.000	- 400.000	- 600.000	- 800.000	- 1.000.000	- 1.000.000	- 1.000.000	- 1.000.000
Τελικό υπόλοιπο	1.912	583.637	1.146.844	1.789.002	2.391.354	2.828.555	3.014.022	2.929.364	2.570.771	1.810.388

- - - - - - - - - - -

9 Φορολογία

Κέρδος πρίν την φορολογία	2.390	727.157	1.079.009	1.302.697	1.502.940	1.546.502	1.481.834	1.144.177	801.760	299.521
Χρέωση έτους προς 20%	478	145.431	215.802	260.539	300.588	309.300	296.367	228.835	160.352	59.904

- - - - - - - - - - -

Αρχικό υπόλοιπο	-	478	145.431	215.802	260.539	300.588	309.300	296.367	228.835	160.352
Αποπληρωμή	-	- 478	- 145.431	- 215.802	- 260.539	- 300.588	- 309.300	- 296.367	- 228.835	- 160.352
Χρέωση έτους προς 20%	478	145.431	215.802	260.539	300.588	309.300	296.367	228.835	160.352	59.904
Τελικό υπόλοιπο	478	145.431	215.802	260.539	300.588	309.300	296.367	228.835	160.352	59.904

- - - - - - - - - - -

10 Αποθέματα

Αγορές εξαρτημάτων έτους		1.950.000	2.580.000	3.070.000	3.385.000	3.435.000	3.400.000	3.160.000	2.970.000	2.490.000
Εξαρθήματα Φεβρουαρίου - 1/12	-	162.500	215.000	255.833	282.083	286.250	283.333	263.333	247.500	207.500
Κόστος πωλήσεων έτους (εκτός αποσβέσεις)		2.350.025	3.106.061	3.700.177	4.080.021	4.140.981	4.097.761	3.810.269	3.578.258	3.003.274
Άμεσο κόστος πωληθέντων Ιανουαρίου - 1/12	-	195.835	258.838	308.348	340.002	345.082	341.480	317.522	298.188	250.273

Τελικά αποθέματα	358.335	473.838	564.181	622.085	631.332	624.813	580.856	545.688	457.773	457.773
------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

- - - - - - - - - - -

11 Χρεώστες

Πωλήσεις έτους	2.730.387	4.241.873	5.395.951	6.236.278	6.875.167	6.985.259	6.904.733	6.314.537	5.817.458	4.805.568
Χρεώστες - 2/12	455.065	706.979	899.325	1.039.380	1.145.861	1.164.210	1.150.789	1.052.423	969.576	800.928

- - - - - - - - - - -

12 Πιστωτές

Αγορές εξαρτημάτων έτους	1.950.000	2.580.000	3.070.000	3.385.000	3.435.000	3.400.000	3.160.000	2.970.000	2.490.000
Πιστωτές - 2/12	325.000	430.000	511.667	564.167	572.500	566.667	495.000	415.000	415.000
	-	-	-	-	-	-	-	-	-

13 Κοστολόγηση και τιμολόγηση

*Στους προϋπολογισμούς δεν υπολογίζονται πιθανές επιχορηγήσεις σε εθνικό ή ευρωπαϊκό επίπεδο