



ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΜΑΣΤΕΡ

ΤΜΗΜΑ: MBA

ΘΕΜΑ: ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ

‘FORMA STUDIO GYM ...

***GYM IS NOT A DESTINATION IS A WAY OF
LIVING.....’***

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΧΑΡΟΥΛΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΑ: Δρ. ΑΓΓΕΛΟΣ ΤΣΑΚΛΑΓΚΑΝΟΣ

ΗΜΕΡΟΜΗΝΕΙΑ: 03/09/2014

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Μια μελέτη σκοπιμότητας επενδύσεων έχει μια συγκεκριμένη μορφή ως προς το πώς καταρτίζεται, ποιους κανόνες και ποια μεθοδολογία ακολουθεί. Στην συγκεκριμένη εργασία γίνεται ανάλυση επιχείρησης/ γυμναστηρίου, γίνεται ανάλυση σε σχέση με την τοποθεσία, το σκοπό, το κόστος, κτ.λ και χρησιμοποιείται μεθοδολογία των Ερωτηματολογίων όπου βάση των δεδομένων αυτών γίνεται ανάλυση σεναρίων από όπου καταλήγει στο πιο πιθανό σενάριο το οποίο μπορεί να εφαρμοστεί επιτυχώς για την συγκεκριμένη επιχείρηση.

(λέξεις κλειδιά Γυμναστήριο, Ερωτηματολόγιο, Πιθανά σενάρια, Κοστολόγηση)

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	Αριθμός Σελίδας
Γενικά.....	6
2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α: Γενικές Πληροφορίες για την Εταιρεία.....	6
2.1 Περιγραφή της Επιχείρησης.....	6
2.2 Τι είναι η Ε.Π.Ε.....	7
2.3 Χαρακτηριστικά της Ε.Π.Ε.....	7
2.4 Διαδικασία ίδρυσης της Ε.Π.Ε	7
2.4.1 Εταίροι.....	7
2.4.2 Σκοπός.....	9
2.5 Προσωπικά έγγραφα για Κυπριακή Ε.Π.Ε.....	9
2.5.1 Διαδικασία σύστασης.....	10
2.5.2 Διαδικασία συντήρησης.....	10
3.0 ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β: Διαδικασία που απαιτείτε για τη λειτουργία ιδιωτικής επιχείρησης γυμναστικής	10
Η επιχείρηση	
3.1 Μακροοικονομική ανάλυση της επιχείρησης.....	12
3.2 Στόχος της Επιχείρησης.....	12
3.3 Χρηματοδότηση.....	12
3.4 Προϊόντα και υπηρεσίες	13
3.5 Στάδια καινοτομίας	14
3.6 Τοποθεσία επιχείρησης	14
4 ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ: Κριτήρια τμηματοποίησης (πληθυσμός/καταναλωτής).....	15
4.1 Ανάλυση καταναλωτή	17
4.2 Ανάλυση ανταγωνιστών	18
4.3 ανταγωνιστικό πλεονέκτημα	19
4.4 Υπόδειγμα των 5 ανταγωνιστικών δυνάμεων.....	21
4.5 Ανάλυση αγοράς του Porter	22
4.6 Swot analysis	23
5.0 ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ : Γενικός κόστος επιχείρησης.....	24
5.1 Ανάλυση εργασιών κατασκευής γυμναστηρίου	25
5.2 Αθλητικές επιφάνειες	26
5.3 Παραγωγική διαδικασία	27
5.4 Διάγραμμα Διοίκησης γυμναστηρίου	29
5.5 Προσδιορισμός τιμής πώλησης	30
5.6 Μάρκετινγκ –Διαφήμιση –Πρώθηση	30
6.0 ΜΕΡΟΣ Ε : ΜΕΘΟΛΟΓΙΑ.....	32
6.1 ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΕΙΣ.....	32
ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	40
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	41
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	42