



Επιχειρηματικότητα

Οικονομικές πτυχές της επιχειρηματικότητας



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TORINO
COORDINATOR

OSLOMET



TÁRKI Social
Research
Institute Inc.



education • migration
Sirius



**KOÇ
UNIVERSITY**



UNIVERSITY
of the
PELOPONNESE



FRIEDRICH-SCHILLER-
UNIVERSITÄT
JENA



UNIVERSITAT DE
BARCELONA



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

**IND
IRE**

ISTITUTO
NAZIONALE
DOCUMENTAZIONE
INNOVAZIONE
RICERCA EDUCATIVA



LEVINSKY
College of Education



ars media



Institute
for Education



Фондация за
достъп до права
Foundation for
Access to Rights



Universitat
de Girona



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant No. 101004807. The contents of the document are the sole responsibility of the authors. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains.



Περιεχόμενα

Αυτός ο σύντομος οδηγός περιέχει όλα τα βασικά στοιχεία για την κατανόηση των οικονομικών πτυχών της λειτουργίας μιας επιχείρησης.

Καλύπτει τα εξής θέματα:

1. Άμεσο έναντι έμμεσου κόστους
2. Σταθερά και μεταβλητά κόστη
3. Ελαχιστοποίηση κόστους έναντι μεγιστοποίησης της αξίας

Δημιουργώντας τον προϋπολογισμό σας!





Πως να πετύχετε κέρδη

Όλες οι πετυχημένες επιχειρήσεις πουλάνε προϊόντα ή υπηρεσίες σε υψηλότερες τιμές από τα κόστη τους.
Αυτό οδηγεί σε **κέρδη**.

Τα κέρδη είναι τα χρήματα που παραμένουν όταν αφαιρέσουμε από τα έσοδα (αριθμός αντικειμένων που πουλήσατε * τιμή αντικειμένου) το κόστος λειτουργίας της επιχείρησής σας.

Αλλά για να ξέρετε πραγματικά αν θα πετύχετε κέρδη θα πρέπει να είστε πολύ προσεκτικοί με το ποιο θα είναι το κόστος των εργασιών σας.

Συνήθως τα κόστη διαχωρίζονται σε **Άμεσα και Έμμεσα Κόστη**.



Διαφορετικοί τύποι κόστους

Τυπικά κόστη της λειτουργίας μιας επιχείρησης περιλαμβάνουν κάποια από τα ακόλουθα:

Ενοίκιο

ΔΕΚΟ

Μισθοδοσία

Υλικά που χρειάζονται για την παραγωγή του προϊόντος ή της υπηρεσίας

Κόστη Marketing

Κόστη διανομής των προϊόντων

κτλ

Ένα είδος κόστους που παραμελείται πολύ είναι ο χρόνος που ξοδεύετε για να οργανώσετε και να διευθύνετε την επιχείρησή σας - κάντε πάντα μια εκτίμηση και γι' αυτό!



Άμεσα και Έμμεσα Κόστη

Ορισμένα κόστη συνδέονται άμεσα με την παραγωγή της υπηρεσίας ή του προϊόντος. Άλλα δεν συνδέονται τόσο στενά, αλλά είναι σημαντικά για τη λειτουργία της επιχείρησης.

Για παράδειγμα, σε μια εταιρεία που παράγει ηλεκτρονικά παιχνίδια, το κόστος του προσωπικού που σχετίζεται με τους προγραμματιστές/τους ανθρώπους που ασχολούνται με την κωδικοποίηση αποτελείται από το άμεσο κόστος.

Από την άλλη πλευρά, το κόστος του διοικητικού προσωπικού, το ενοίκιο, οι υπηρεσίες κοινής ωφέλειας κατατάσσονται στο έμμεσο κόστος.



Σταθερά και μεταβλητά κόστη

Σταθερό κόστος είναι το κόστος που δεν μεταβάλλεται ανάλογα με τον αριθμό των παραγόμενων ειδών. Στο προηγούμενο παράδειγμα, το ενοίκιο, το οποίο δεν θα αλλάξει με βάση τον αριθμό των παιχνιδιών που παράγονται, χαρακτηρίζεται ως σταθερό κόστος.

Μεταβλητό κόστος είναι το κόστος που μεταβάλλεται ανάλογα με τον αριθμό των παραγόμενων ειδών. Στο προηγούμενο παράδειγμα, το κόστος μάρκετινγκ για τη διάδοση της παραγωγής των παιχνιδιών που παράγονται θα μεταβάλλεται καθώς αυξάνεται ο αριθμός των παιχνιδιών.

Ένα ενδιαφέρον ζήτημα με τα σταθερά κόστη είναι ότι όταν μια εταιρεία μπορεί να αυξήσει την παραγωγή της, τότε αυτά μειώνονται, πράγμα που σημαίνει ότι μπορεί να προσφέρει καλύτερες τιμές για τα προϊόντα της.



Ελαχιστοποίηση κόστους έναντι μεγιστοποίησης της αξίας

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι δεν επικεντρώνονται όλα τα επιχειρηματικά μοντέλα στην επίτευξη χαμηλών τιμών και γι' αυτό δίνουν έμφαση στο **μειωμένο κόστος**. Μια στρατηγική ελαχιστοποίησης του κόστους σημαίνει ότι στοχεύετε στη μείωση του κόστους όσο το δυνατόν περισσότερο, ώστε το προϊόν/υπηρεσία να προσφέρεται στη χαμηλότερη δυνατή τιμή. Σούπερ μάρκετ όπως το **Lidl** προσπαθούν να έχουν περιορισμένο κόστος ώστε να προσφέρουν καλές τιμές.

Μια άλλη στρατηγική είναι η εστίαση στη **μεγιστοποίησης της αξίας**, η οποία σημαίνει ότι η εταιρεία δεν εστιάζει στρατηγικά στη μείωση του κόστους αλλά στην προσφορά προϊόντων/υπηρεσιών σε κορυφαία αξία. Τα προϊόντα της Apple, για παράδειγμα, είναι πασίγνωστα για την ποιότητα και την αξία που δίνουν στους κατόχους τους, επομένως η εταιρεία είναι σε θέση να τα πουλάει σε υψηλές τιμές.

Φυσικά μια επιχείρηση μπορεί να βρει μια ισορροπία μεταξύ μιας στρατηγικής ελαχιστοποίησης του κόστους και μεγιστοποίησης της αξίας. Είναι θέμα επιλογής και καλής χαρτογράφησης των κενών της αγοράς και του ανταγωνισμού.



Το ζήτημα του κόστους

Ένα από τα πιο γνωστά ρητά στον τομέα των επιχειρήσεων είναι το "πρέπει να ξοδέψεις χρήματα για να βγάλεις χρήματα". Έτσι, το κόστος είναι μέρος της διαδικασίας - η παρακολούθησή του, η προσπάθεια να διατηρήσετε σε ένα ορισμένο επίπεδο αυτά που δεν είναι τόσο σημαντικά για την επιχείρησή σας, η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο μπορεί να μειωθεί καθώς αυξάνεται ο όγκος των εργασιών σας - είναι όλα απαραίτητες διαδικασίες που πρέπει να αντιμετωπιστούν από την ηγεσία.



Ευχαριστούμε!