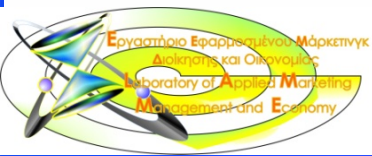




Τ.Ε.Ι. Λάρισας
Παράρτημα
Καρδίτσας



Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου



ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

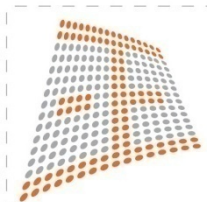
Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στις ελληνικές επιχειρήσεις επίπλου, ξύλου & κουφωμάτων

MEDWOOD 2010

ΔΡ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ – ΑΝ. ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΤΕΙ ΛΑΡΙΣΑΣ

ΚΟΛΥΜΠΙΡΗΣ ΤΙΜΟΛΕΩΝ & ΤΖΙΑΒΑΡΑΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ,
ΤΕΛΕΙΟΦΟΙΤΟΙ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ

ΑΘΗΝΑ, 23-4-2010



ΤΜΗΜΑ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ &
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΞΥΛΟΥ & ΕΠΙΠΛΟΥ

Περιεχόμενα

- 1 «Η οικονομική κρίση»
- 2 Τι έχει συμβεί μέχρι σήμερα
- 3 Πως αντιμετωπίζουν την οικονομική κρίση μέχρι σήμερα οι επιχειρήσεις ξύλου, επίπλου & κουφωμάτων
- 4 Συμπεράσματα - προτάσεις

«Η οικονομική κρίση» - Ελληνική Οικονομία

- ❖ Η διεθνής οικονομική κρίση βρήκε την ελληνική οικονομία σε μια ιδιαίτερα δύσκολη περίοδο και την επιβάρυναν με:
 1. Τα σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα της παραγωγικής βάσης,
 2. τα υψηλά ελλείμματα του δημόσιου τομέα,
 3. το αρνητικό ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών,
 4. τη γραφειοκρατία του δημόσιου τομέα κλπ.



«Η οικονομική κρίση» - Το περιβάλλον

1. Γενικά παρατηρείται μείωση της ζήτησης στην εσωτερική και διεθνή αγορά.
2. Οι επιχειρήσεις σήμερα βιώνουν μία πρωτόγνωρη αβεβαιότητα λόγω της έλλειψης ζήτησης, ρευστότητας και εμπιστοσύνης.
3. Η εμπιστοσύνη σήμερα έχει αρχίσει να αλλοιώνεται σοβαρά, με δεδομένο ότι τόσο οι ακάλυπτες επιταγές όσο και η μη ανταπόκριση των πελατών των επιχειρήσεων στις υποχρεώσεις τους στρεβλώνουν το περιβάλλον και τους όρους των συναλλαγών. Η κατάσταση αυτή επιτείνει την αβεβαιότητα και περιορίζει ακόμη περισσότερο τις συναλλαγές.
4. Η πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης έχει καταστεί ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση, αφού πλέον το πιστωτικό σύστημα περιορίζεται σε επιλεκτικές χρηματοδοτήσεις, δημιουργώντας συνθήκες, ακόμη και ασφυξίας στις επιχειρήσεις και στην αγορά.
5. Υπάρχει μια διάχυτη απαισιοδοξία των επιχειρήσεων σε όλα τα επίπεδα σχετικά με την ένταση της κρίσης στο αμέσως επόμενο διάστημα, την οποία θεωρούν ότι θα ενταθεί ακόμη περισσότερο απ' ότι είναι σήμερα.

«Η οικονομική κρίση» - Το περιβάλλον

- ❖ Σύμφωνα με δήλωση του κ. Martin Cudka (Προέδρου της UEA – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Επιπλοποιών)
 - ❖ «Η οικονομική κρίση θα έχει επιπτώσεις σε όλες τις επιχειρήσεις επίπλου, αλλά οι μικρότερες λόγω της ευελιξίας τους θα προσαρμοστούν και θα επιβιώσουν, ενώ οι μεγάλες θα χρειαστεί να καταβάλλουν περισσότερες προσπάθειες για να αναδιαρθρωθούν».
- ❖ Κατά τον Bob Pritchard σε καταστάσεις παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, η επιχειρηματική επιτυχία οφείλεται σε ποσοστό 80% στην στρατηγική της επιχείρησης και μόνο 20% στις καταστάσεις ή τις συνθήκες που διέπουν τη λειτουργία της.
- ❖ Σε κάθε αγορά, σε κάθε επιχειρηματικό περιβάλλον υπάρχουν ευκαιρίες και δυνατότητες. Το θέμα είναι να μπορούν να τις αναγνωρίσουν και να είναι έτοιμοι να πραγματοποιήσουν τις απαραίτητες αλλαγές ώστε να τις αξιοποιήσουν.



Ορισμός «κρίσης» κατά τους Κινέζους

危機

Danger

Opportunity



«Η οικονομική κρίση» - Στατιστικές

- ✓ **Δείκτης τιμών καταναλωτή** (Πληθωρισμός) Μάρτιος 2010/Μάρτιος 2009 **3,9**.
- ✓ **Δείκτης ανεργίας** Δ'Τρίμηνο 2009 **10,3**
- ✓ **Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής** Φεβρουάριος 2010/Φεβρουάριος 2009 **-9,2**
- ✓ **Δείκτης κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο** Ιανουάριος 2010/Ιανουάριος 2009 **5,3**
- ✓ **Δείκτης τιμών παραγωγού στη Βιομηχανία** Φεβρουάριος 2010/Φεβρουάριος 2009 **6,7**.
- ✓ **Οικοδομική δραστηριότητα** Δεκέμβριος 2009/Δεκέμβριος 2008 **-22,6%** (όγκος), **-14,2%** (αριθμός αδειών).
 1. Μεγαλύτερη μείωση αδειών Ιόνια νησιά -20,1%, Θεσσαλία -17,9%, Βόρειο Αιγαίο -17,6%, Αττική -17,3%.
 2. Μικρότερη μείωση αδειών Δυτική Ελλάδα - 0,1%, Ανατολική Μακεδονία & Θράκη -7,3% και Ήπειρος -8,5%

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2010.

«Η οικονομική κρίση» - Στατιστικές

✓ Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής
2010/Φεβρουάριος 2009 -9,2

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2010.

Παραγωγής

Φεβρουάριος

ΞΥΛΟ	ΕΤΟΣ	Δ.Β.Π.	ΔΙΑΦΟΡΑ %
	2010	75,3	
			+52,80%
	2009	49,3	
			-36,00%
	2008	77,0	

ΕΠΙΠΛΟ	ΕΤΟΣ	Δ.Β.Π.	ΔΙΑΦΟΡΑ %
	2010	68,8	
			-7,30%
	2009	74,3	
			-25,30%
	2008	99,4	

ΕΤΟΣ ΒΑΣΗΣ 2005: 100, Πηγή: ΕΣΥΕ, 2010.

«Η οικονομική κρίση» - Στατιστικές

- ✓ Μεταβολές Δείκτη Κύκλου Εργασιών στη Βιομηχανία Μηνός Φεβρουαρίου

Ξ Υ Λ Ο	ΕΤΟΣ	Δ.Κ.Ε.	ΔΙΑΦΟΡΑ %
	2010	53,3	
			-13,90%
	2009	61,9	
			-35,10%
	2008	9,4	

Ε Π Ι Π Λ Ο	ΕΤΟΣ	Δ.Κ.Ε.	ΔΙΑΦΟΡΑ %
	2010	47,1	
			-8,00%
	2009	51,1	
			-29,30%
	2008	72,4	

ΕΤΟΣ ΒΑΣΗΣ 2005: 100, Πηγή: ΕΣΥΕ, 2010.

«Η οικονομική κρίση» - Στατιστικές

- ✓ Μεταβολές Δείκτη Κύκλου Εργασιών στο λιανικό Εμπόριο Μηνός Φεβρουαρίου

Ε Π Ι Π Λ Ο	ΕΤΟΣ	Δ.Κ.Ε.	ΔΙΑΦΟΡΑ %
	2010	96,0	
			2,90%
	2009	93,3	

- ✓ Μεταβολές Δείκτη Όγκου πωλήσεων στο λιανικό Εμπόριο Μηνός Φεβρουαρίου

Ε Π Ι Π Λ Ο	ΕΤΟΣ	Δ.Ο.	ΔΙΑΦΟΡΑ %
	2010	94,5	
			3,40%
	2009	91,5	

ΕΤΟΣ ΒΑΣΗΣ 2005: 100, Πηγή: ΕΣΥΕ, 2010.

Μεθοδολογία της έρευνας

- ✓ Δημιουργία ειδικά δομημένου ερωτηματολογίου αποκλειστικά για την παρούσα έρευνα.
- ✓ Περιελάμβανε 29 ερωτήσεις οι οποίες διαμορφώθηκαν σε δύο (2) διαφορετικές ομάδες.
 - σχετικές με τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων (11 ερωτήσεις), και
 - σχετικά με την επίδραση της οικονομικής κρίσης στις ελληνικές επιχειρήσεις επίπλου, ξύλου και κουφωμάτων (17 ερωτήσεις).
- ✓ Τα ερωτηματολόγια συγκεντρώθηκαν από τις επιχειρήσεις
 - που έλαβαν μέρος σε 2 κλαδικές εκθέσεις στην Αθήνα (Χειμώνας 2010),
 - μέσω προσωπικών συνεντεύξεων, καθώς και
 - με προσωπικές επισκέψεις και αποστολή e-mails σε σύνολο 200 επιχειρήσεων.

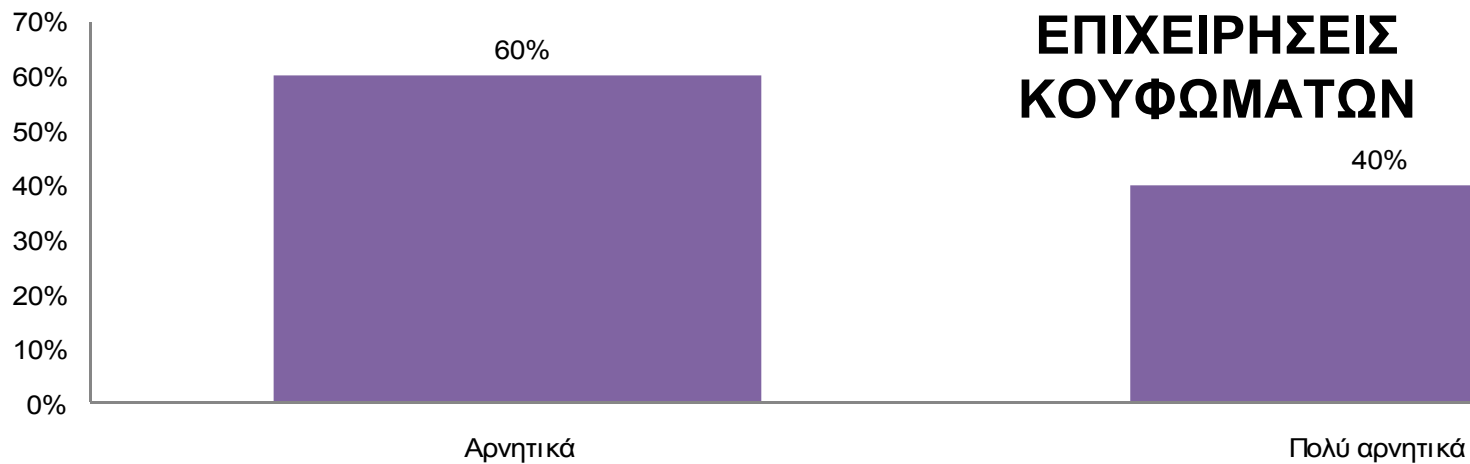


- ✓ Τελικά, συγκεντρώθηκαν συνολικά 60 ερωτηματολόγια.
- ✓ Τα δεδομένα επεξεργάστηκαν με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS ver 17.

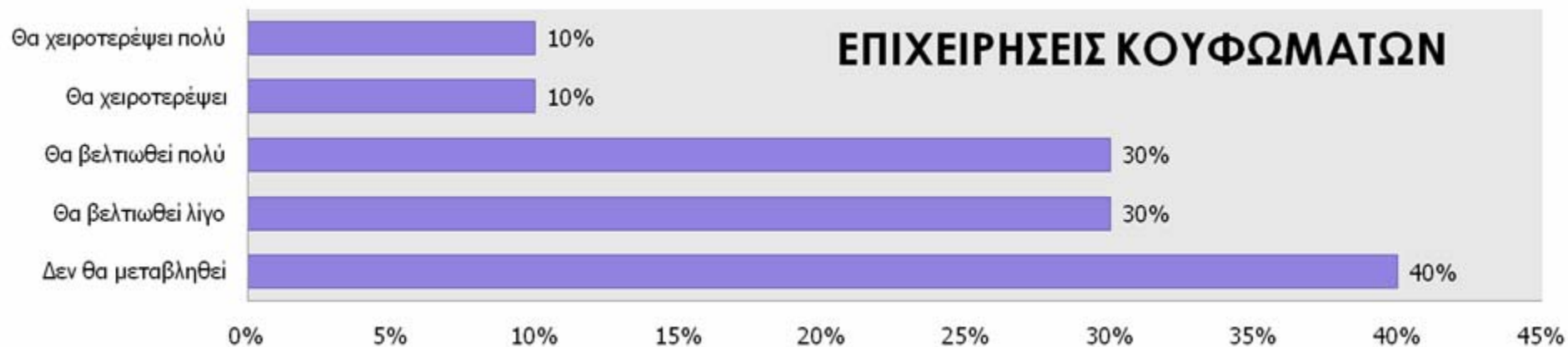
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ



Επηρεασμός του κλάδου από την πρόσφατη οικονομική κρίση

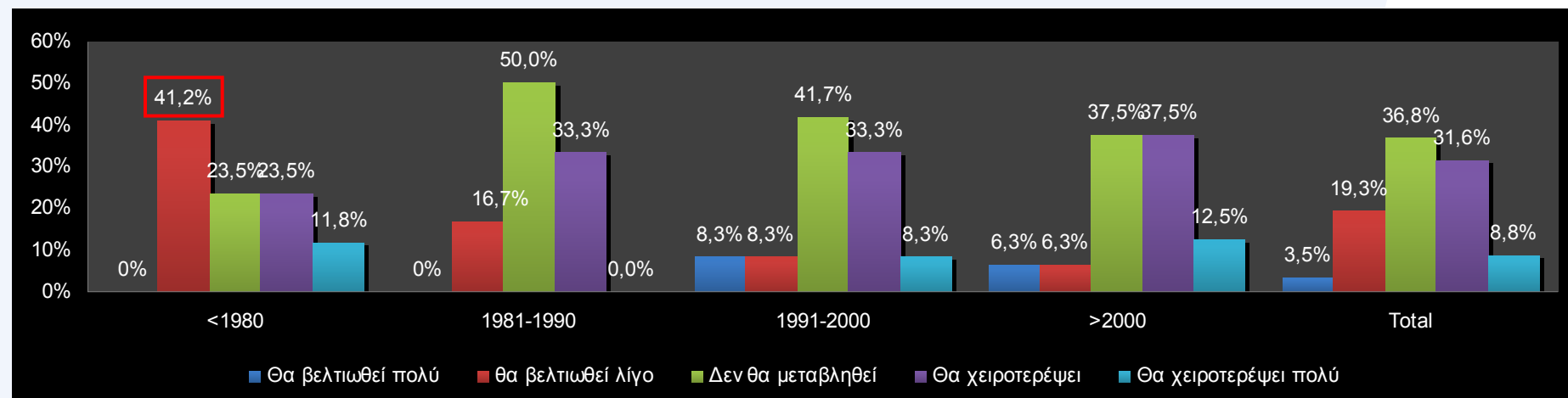
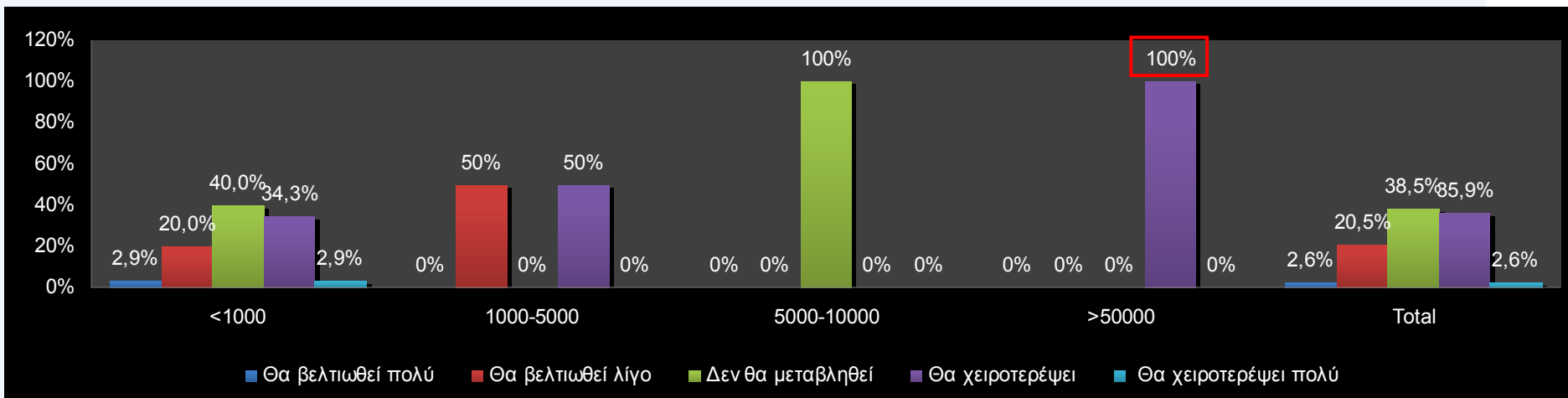


Διαμόρφωση κατάστασης του κλάδου στο αμέσως προσεχές 12μηνο

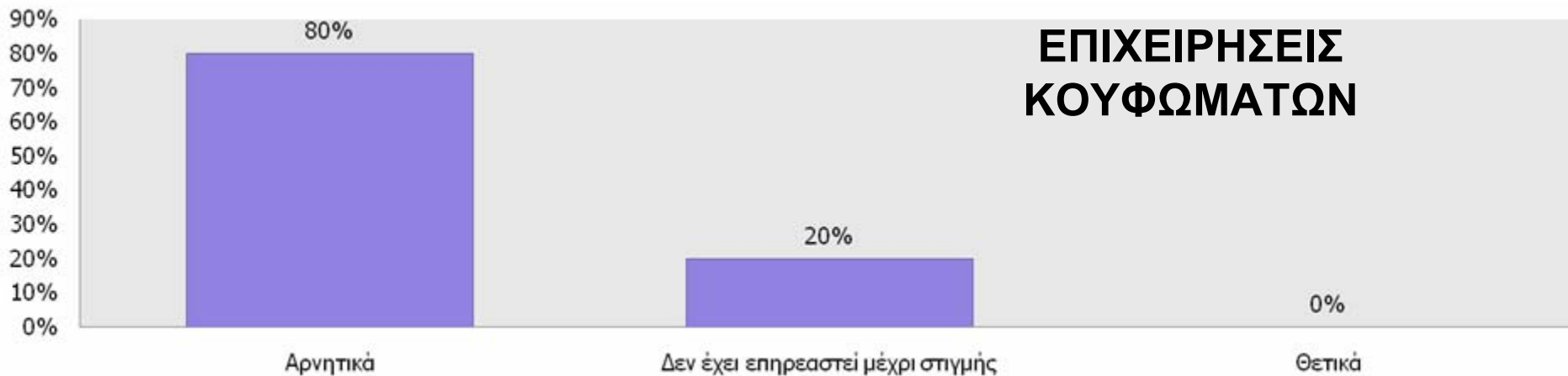
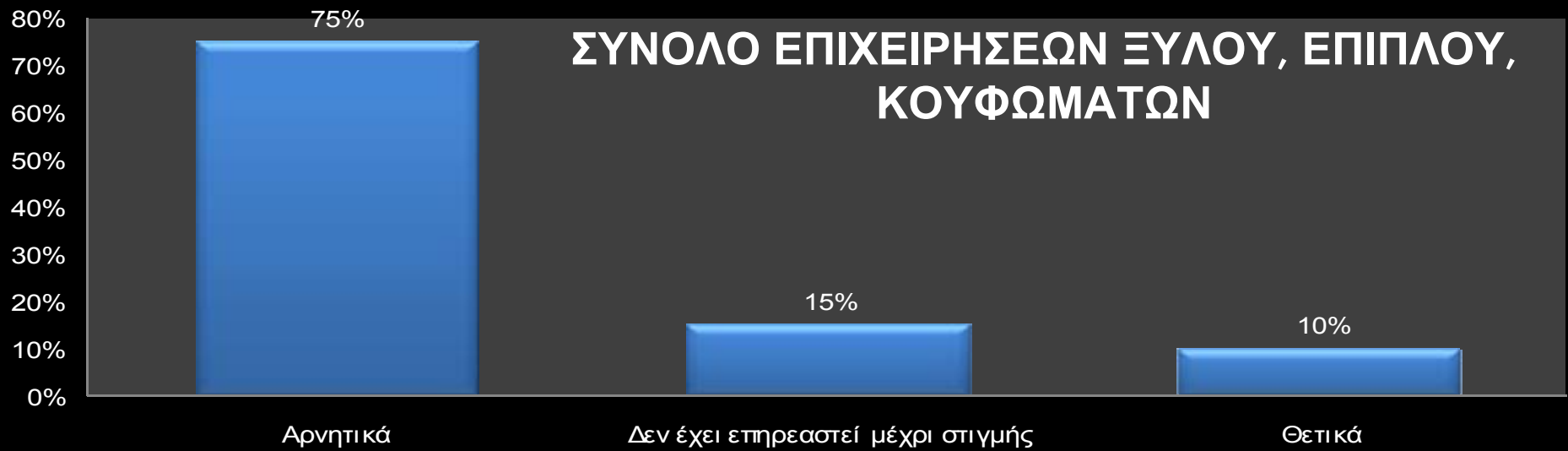


Διαμόρφωση της κατάστασης του κλάδου σε σχέση με τον κύκλο εργασιών και το έτος ίδρυσής τους

ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΞΥΛΟΥ, ΕΠΙΠΛΟΥ, ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ

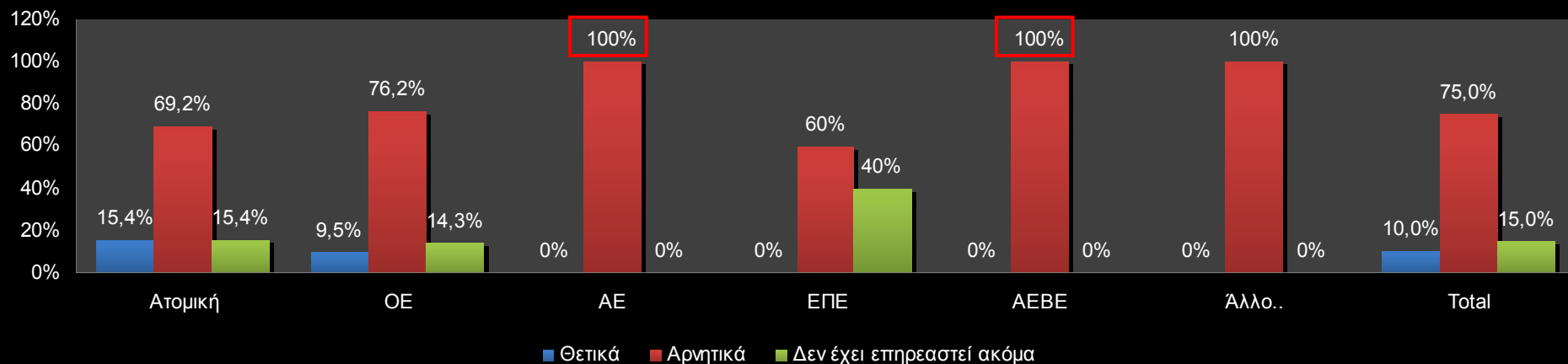


Βαθμός επηρεασμού των επιχειρήσεων από την πρόσφατη οικονομική κρίση



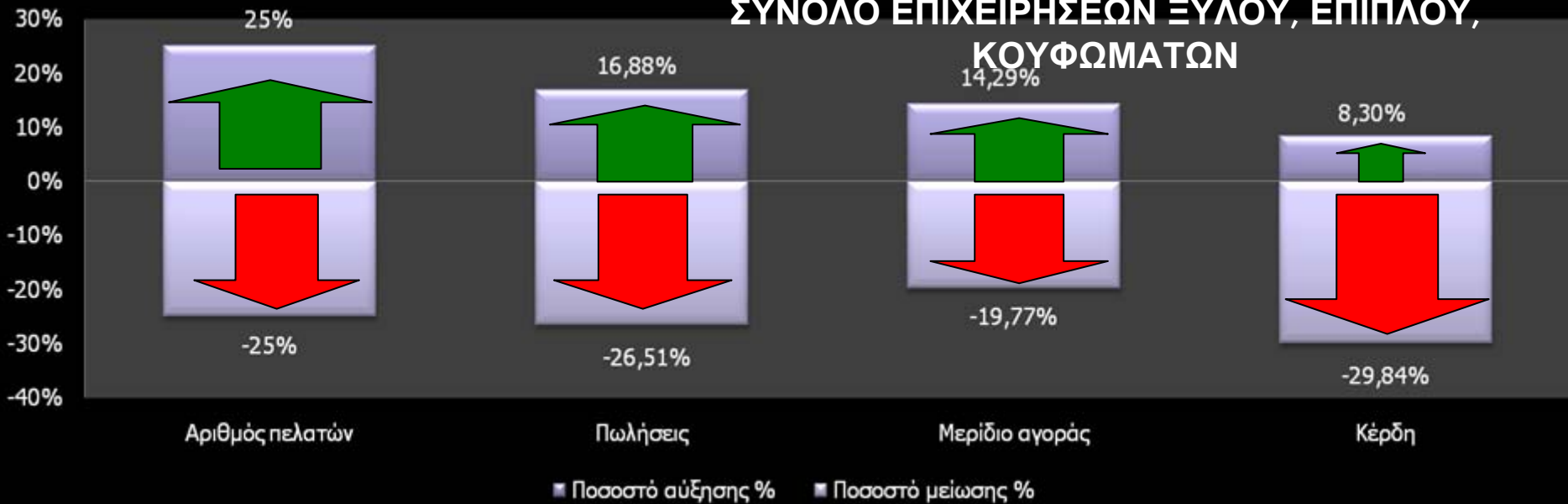
Επηρεασμός των επιχειρήσεων από την πρόσφατη οικονομική κρίση σε σχέση με τη Νομική μορφή & τον κύκλο εργασιών τους

ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΞΥΛΟΥ, ΕΠΙΠΛΟΥ, ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ

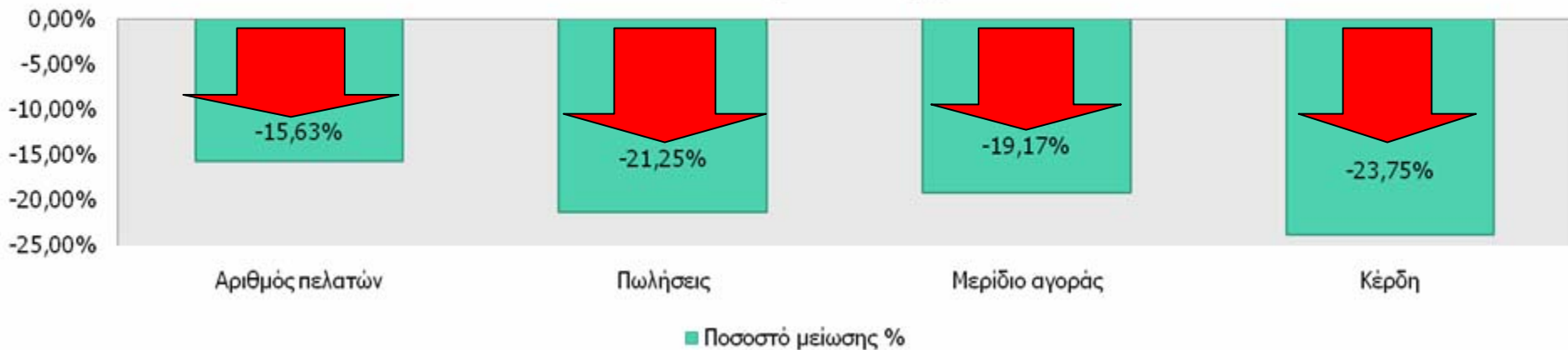


Επηρεασμός δεικτών των επιχειρήσεων

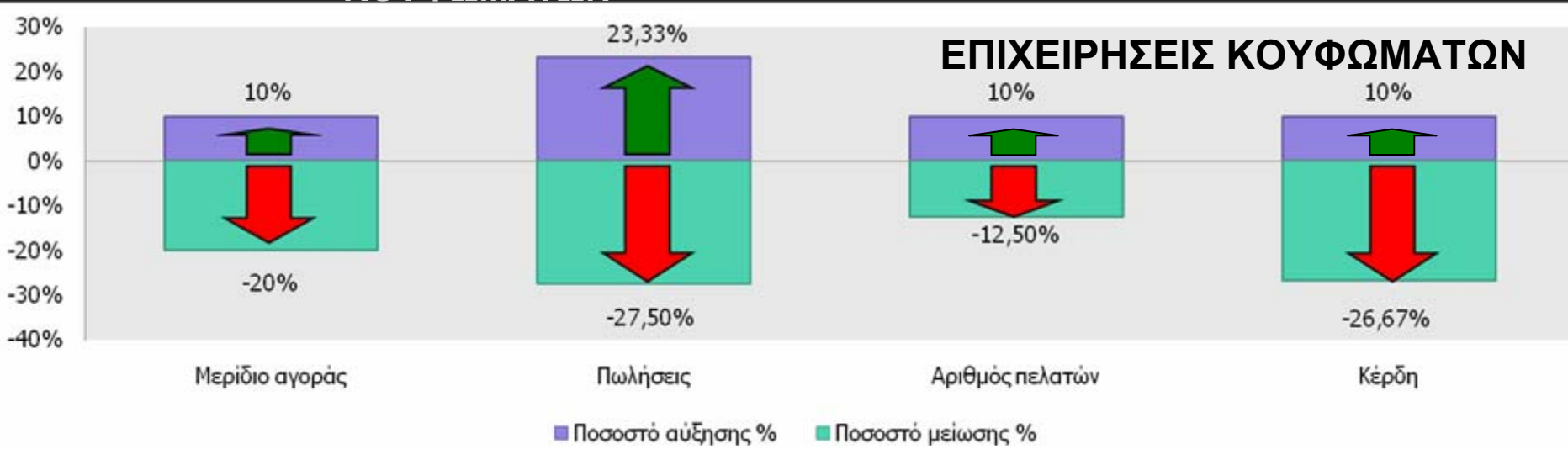
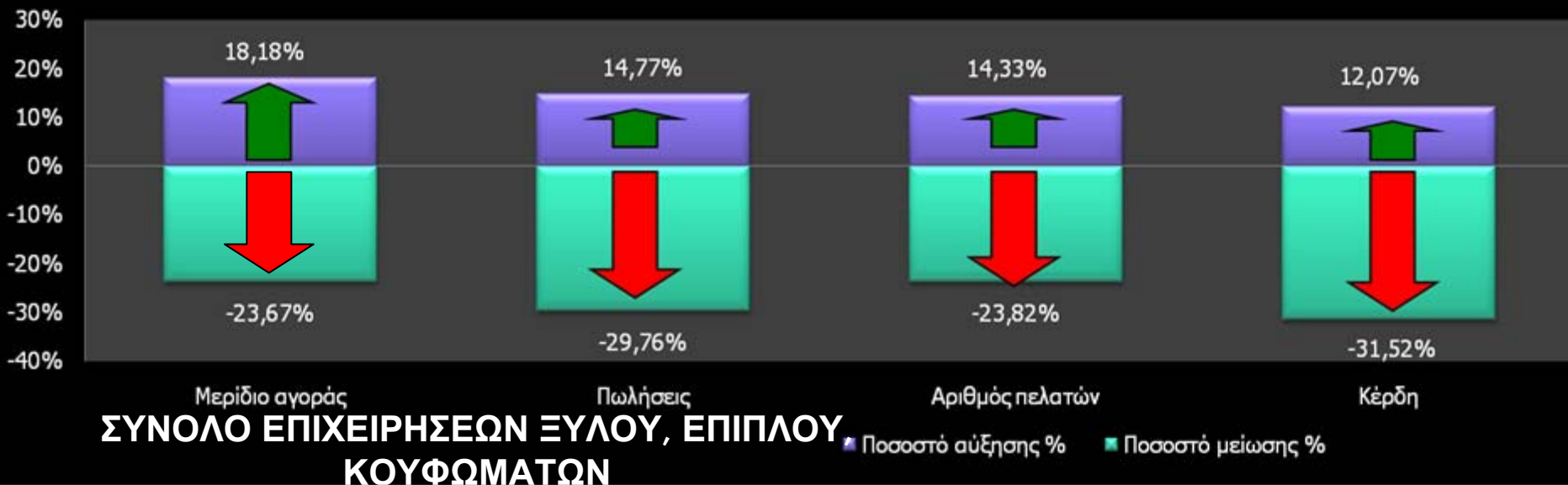
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΞΥΛΟΥ, ΕΠΙΠΛΟΥ,
ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ



Ποσοστό μείωσης % ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ

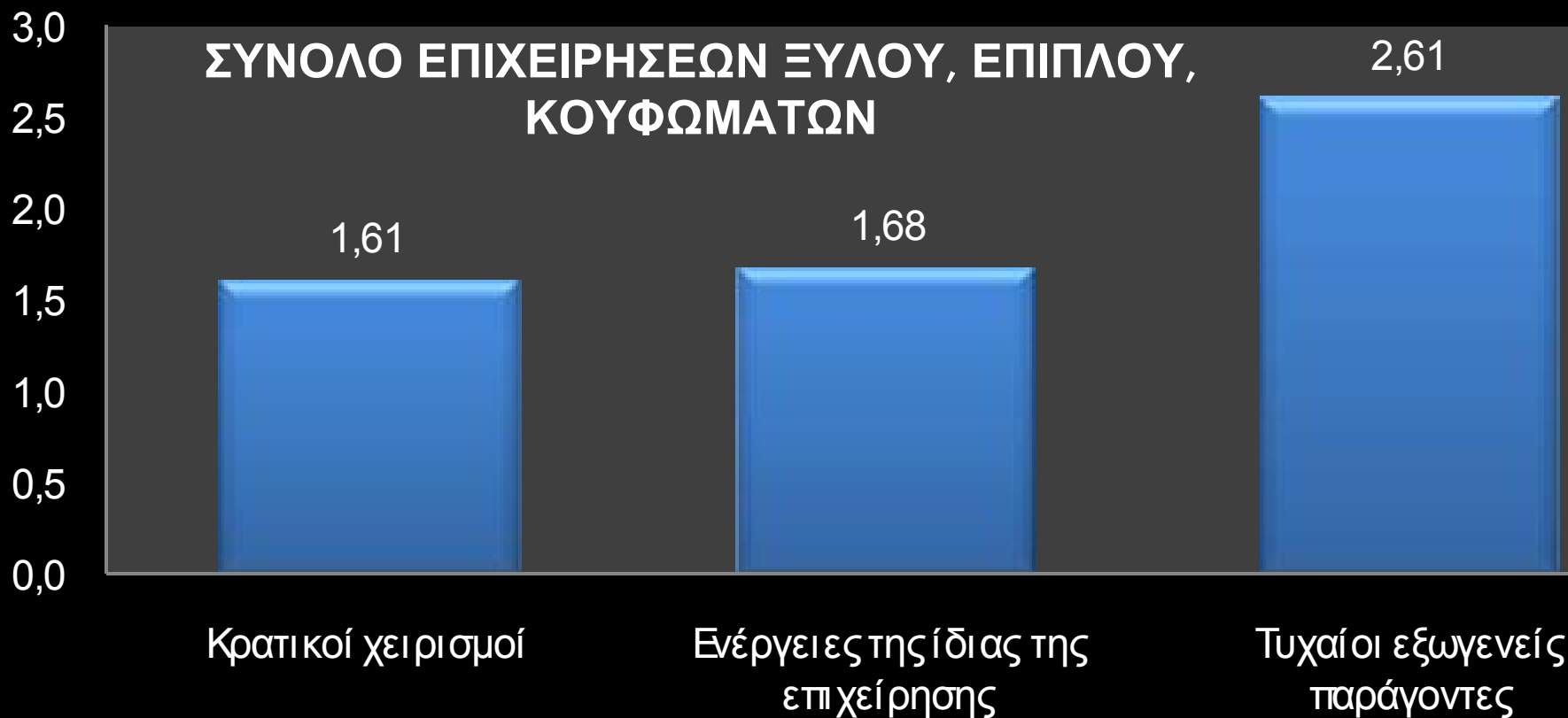


Πρόβλεψη διαμόρφωσης δεικτών απόδοσης των επιχειρήσεων το αμέσως προσεχές 12μηνο



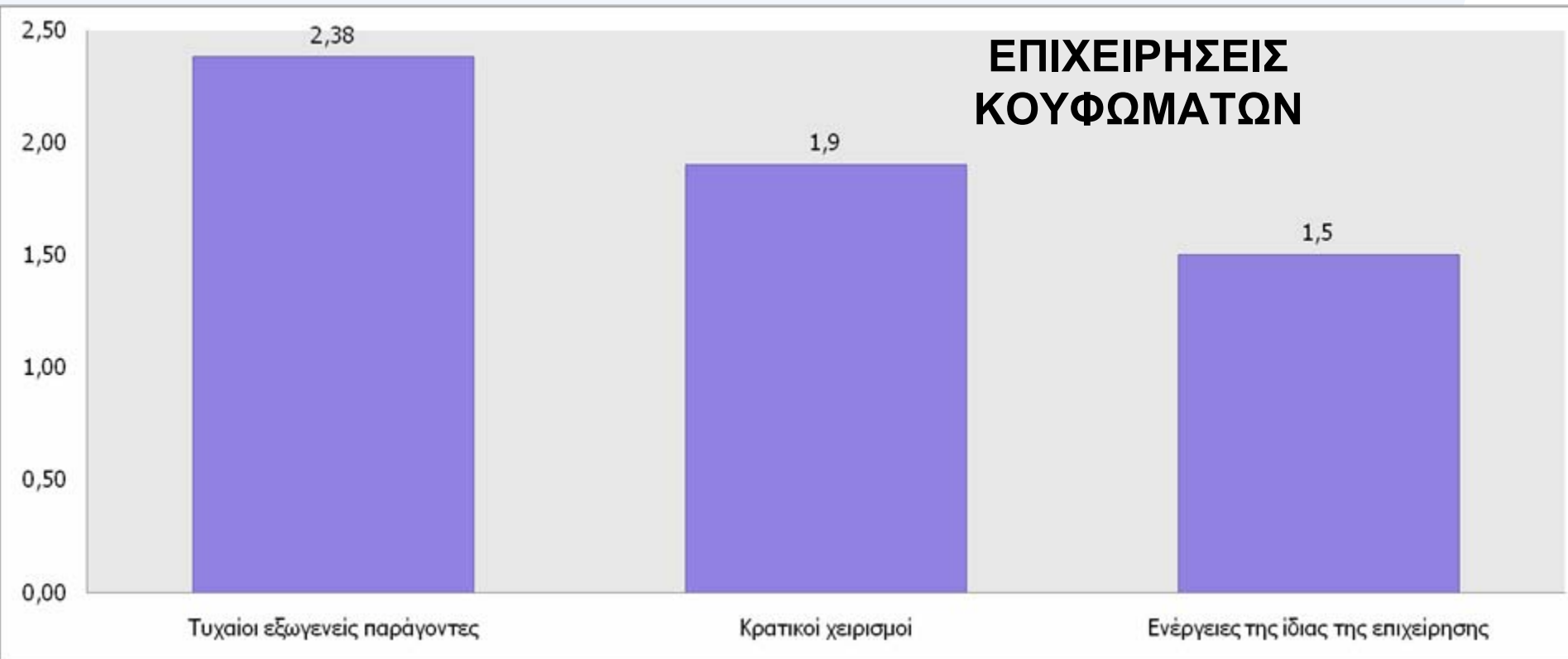
Ιεράρχηση παραγόντων που θα βελτιώσουν τις τυχόν αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην επιχείρησης

Ιεράρχηση με σημαντικότερο το 1



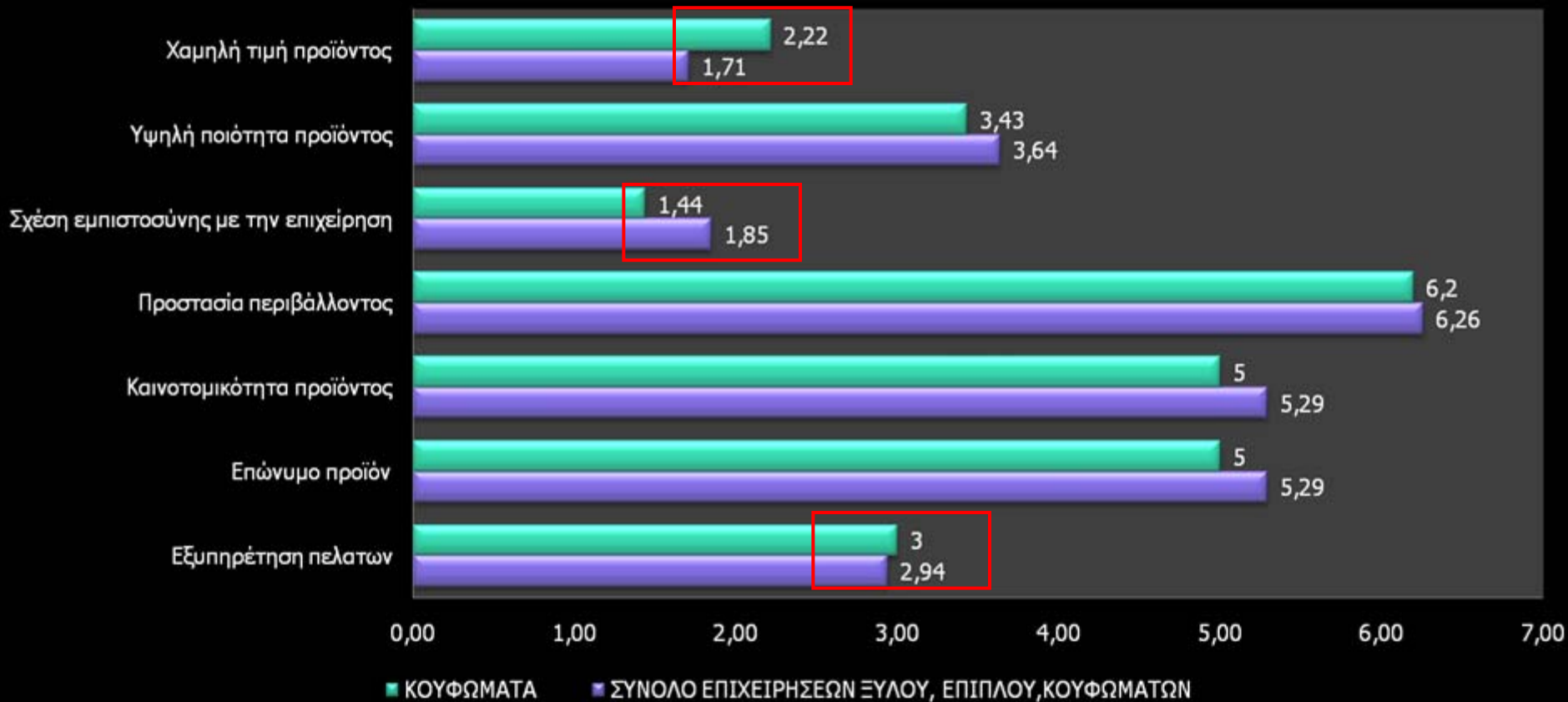
Ιεράρχηση παραγόντων που θα βελτιώσουν τις τυχόν αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην επιχείρησης

Ιεράρχηση με σημαντικότερο το 1



Ιεράρχηση σημαντικότητας κριτηρίων πελατών κατά το προσεχές 12 μήνο.

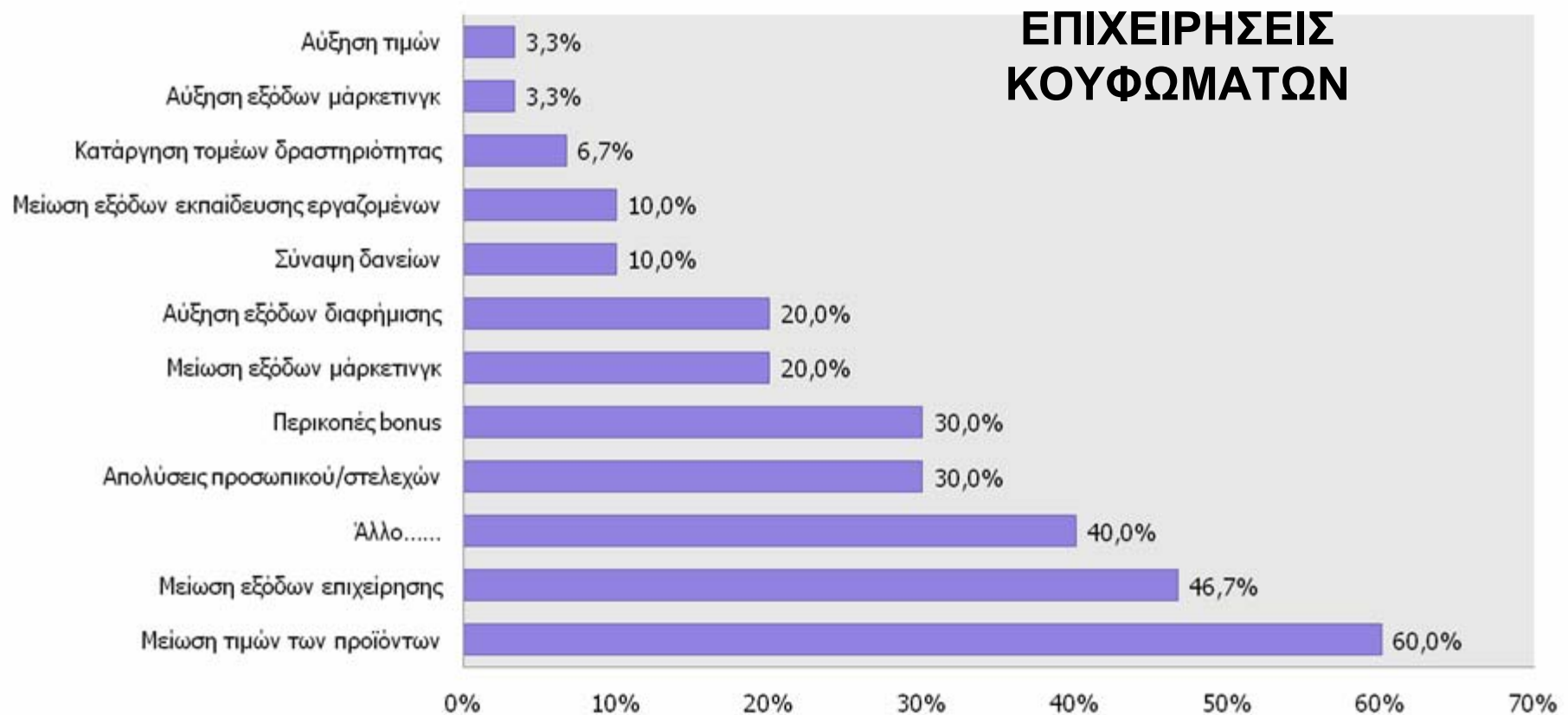
Ιεράρχηση με σημαντικότερο το 1



Ενέργειες για την αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων των επιχειρήσεων λόγω της οικονομικής κρίσης



Ενέργειες για την αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων των επιχειρήσεων λόγω της οικονομικής κρίσης

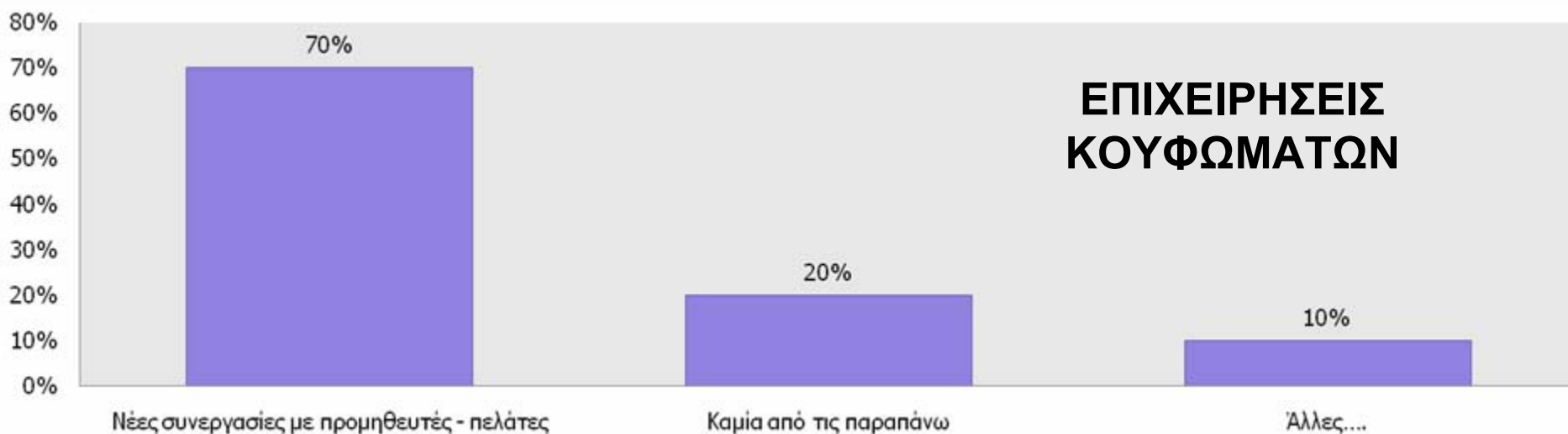


Ενέργειες για το άμεσο μέλλον

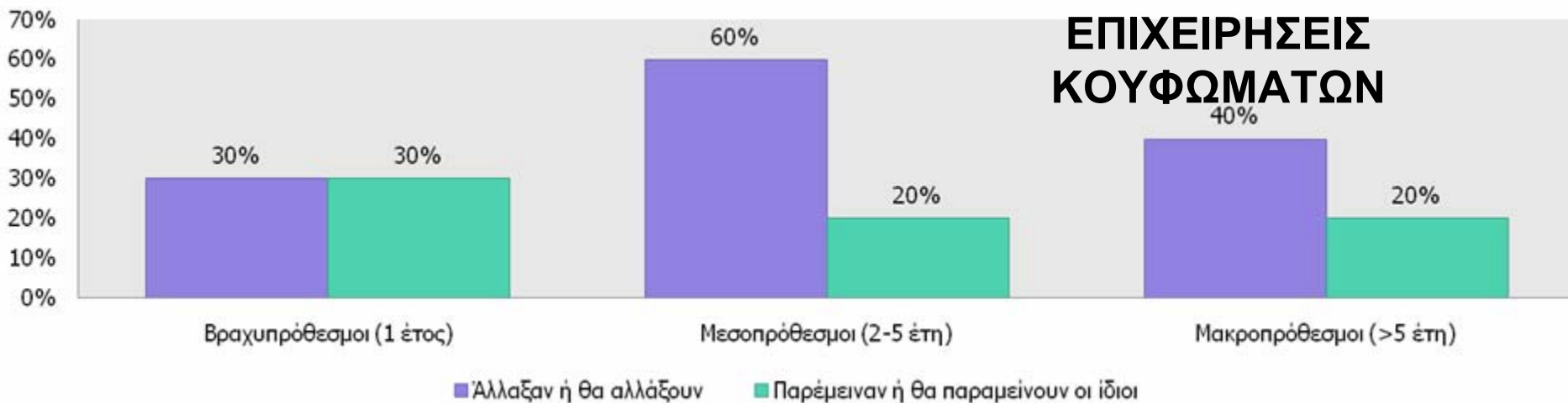
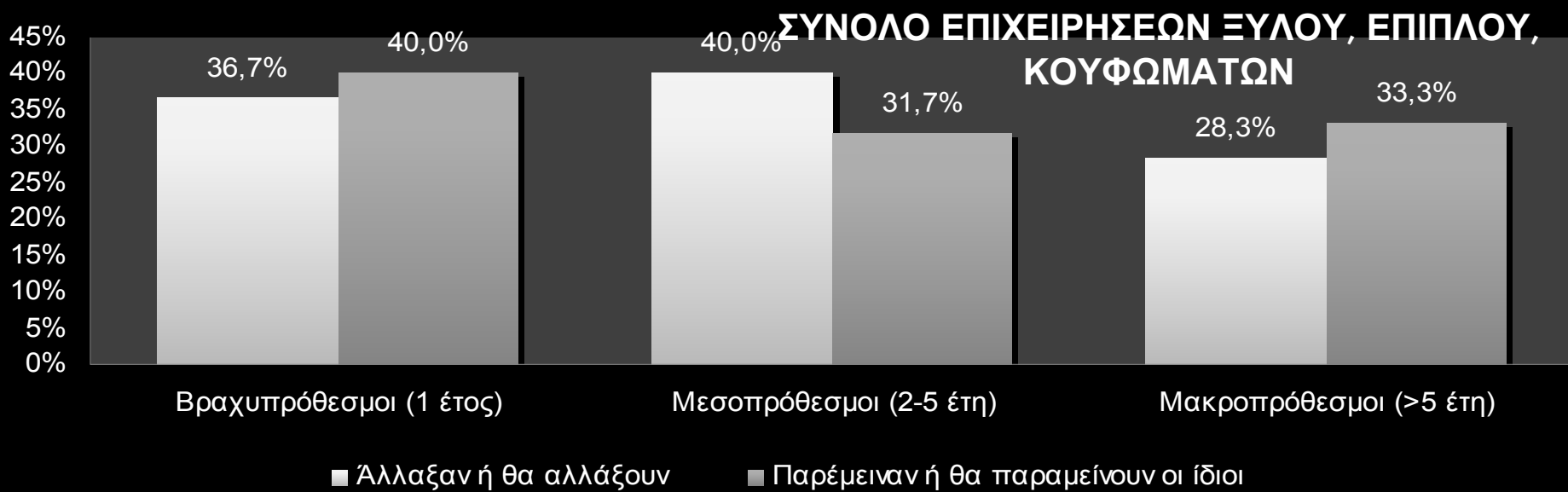
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΞΥΛΟΥ, ΕΠΙΠΛΟΥ, ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ



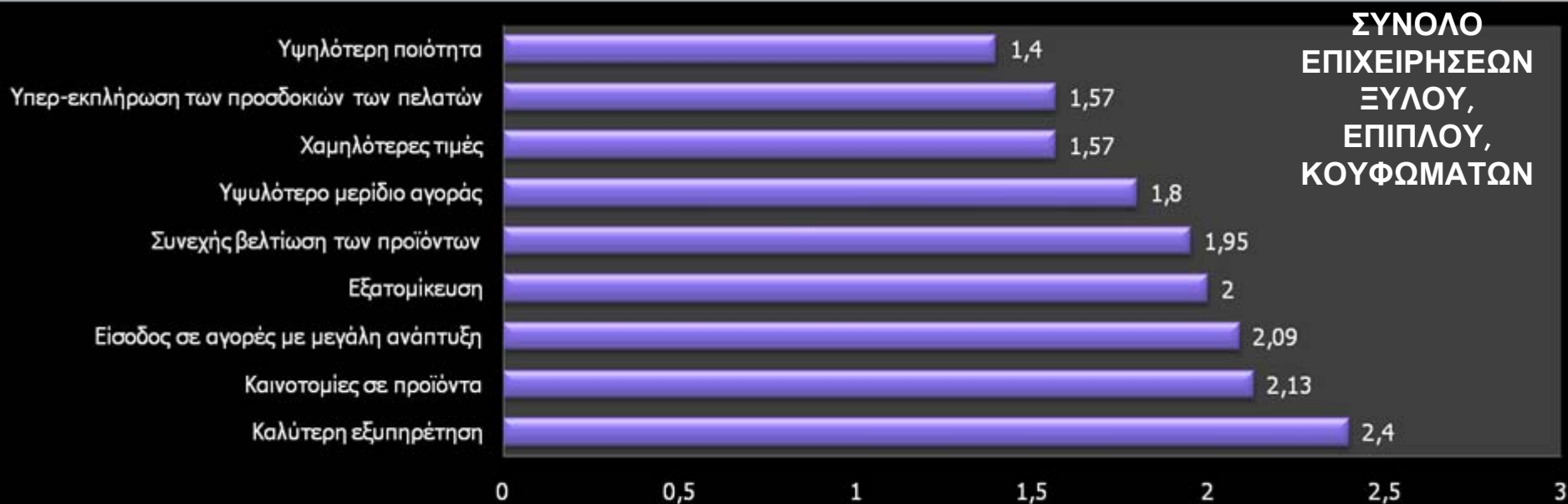
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ



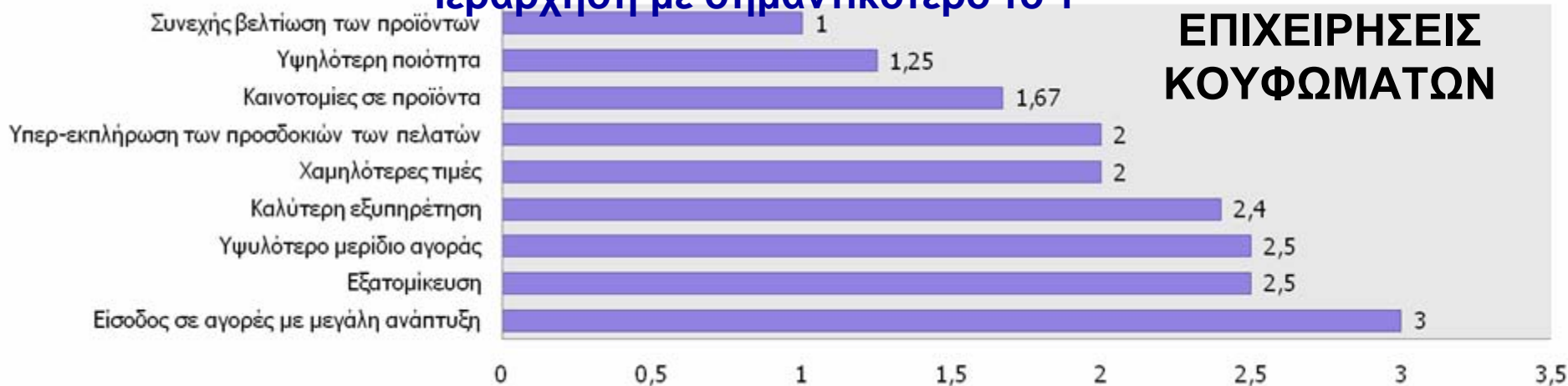
Μεταβολή ή πρόθεση μεταβολής των στόχων των επιχειρήσεων



Βασικότερες στρατηγικές μάρκετινγκ των επιχειρήσεων



Ιεράρχηση με σημαντικότερο το 1



Τρόποι αντιμετώπισης του ανταγωνισμού σήμερα στην ανορά επίπλων - ξύλου

Σημαντικότερο το 1

Μειώστε τα κόστη και τις τιμές

Κάντε τα πράγματα διαφορετικά απ' ότι ο ανταγωνισμός (στρατηγική διαφοροποίηση)

Κάντε τα πράγματα καλύτερα απ' ότι ο ανταγωνισμός (λειτουργική υπεροχή)

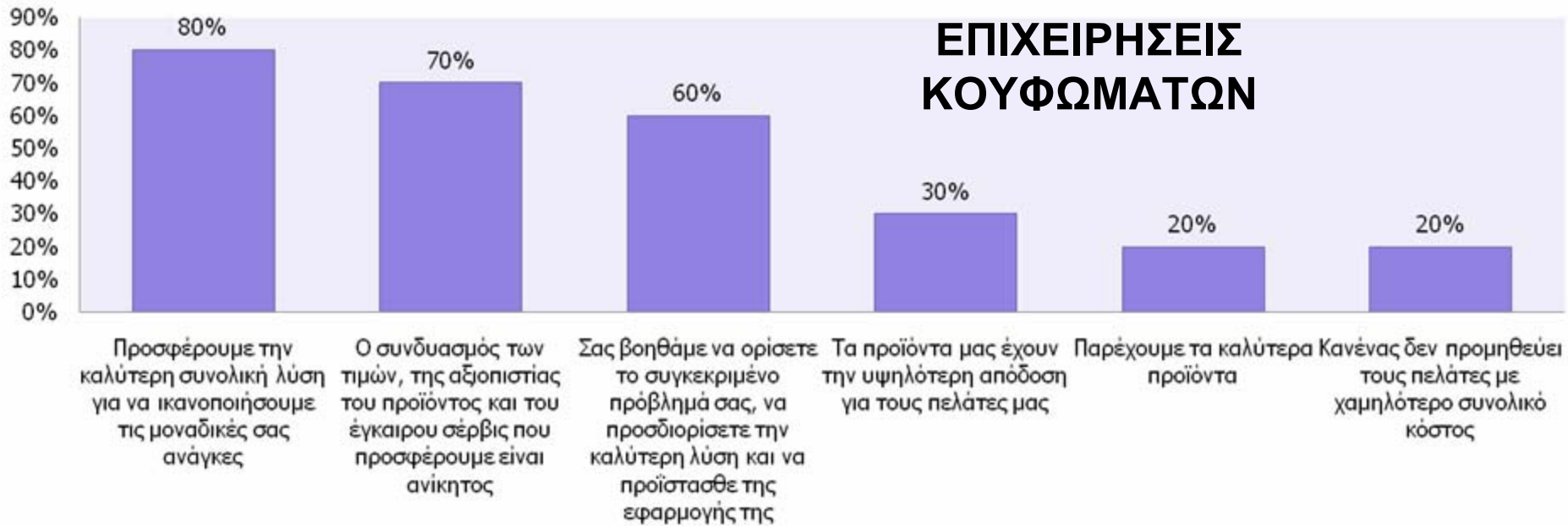
Δαπανήστε περισσότερα απ' ότι ο ανταγωνισμός



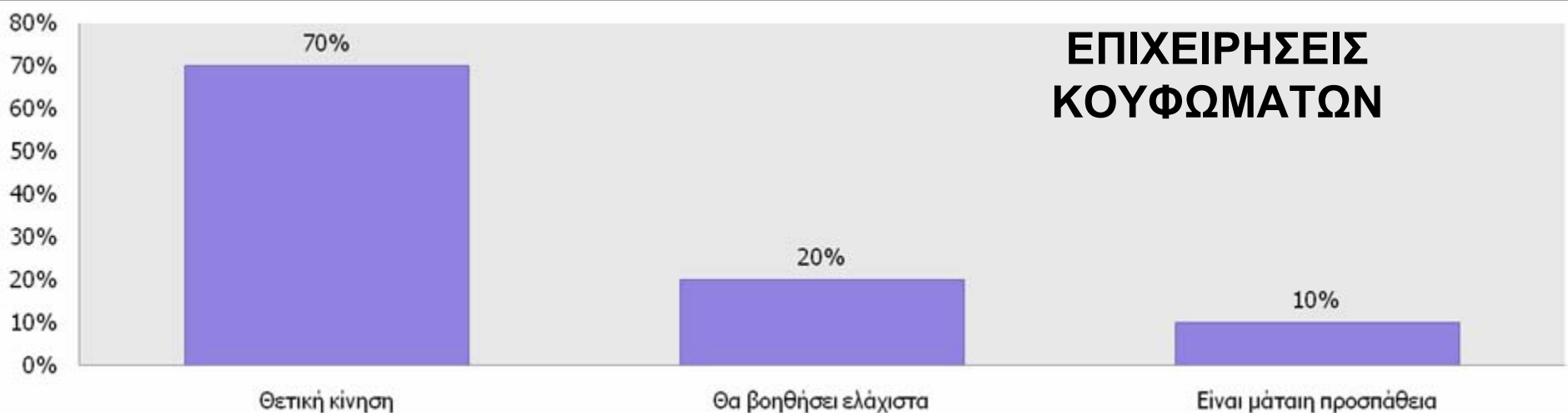
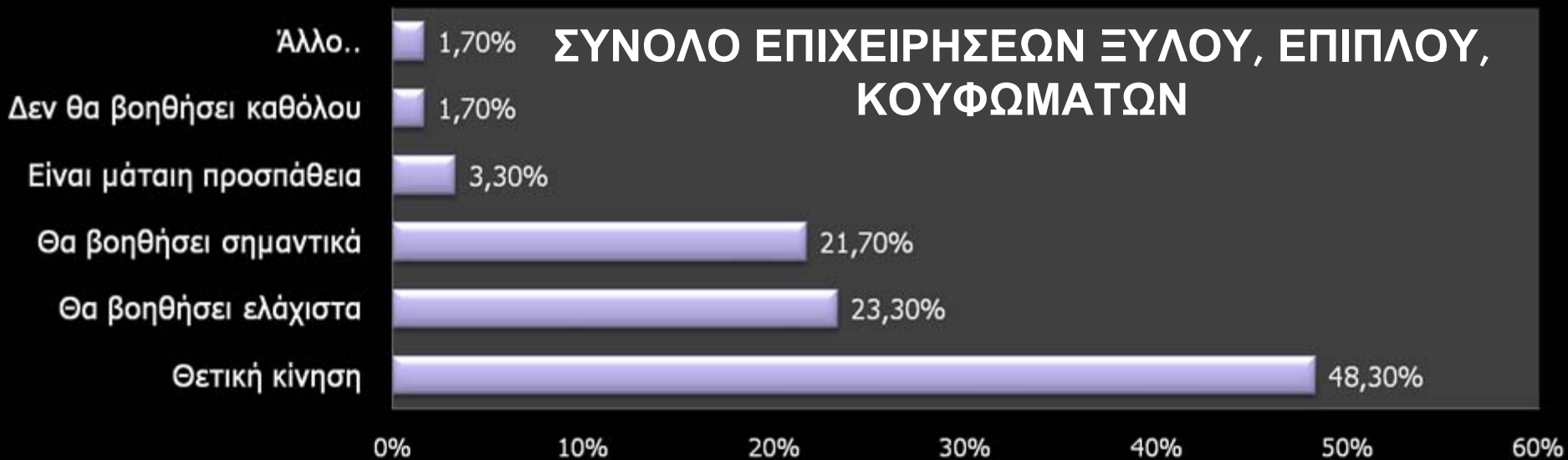
ΣΥΝΟΛΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΞΥΛΟΥ, ΕΠΙΠΛΟΥ,
ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ



Επιλέξτε τις 3 καλύτερες για σας αξίες για τα προϊόντα σας σήμερα



Συμβολή της παρούσας έρευνας στην πληρέστερη ενημέρωση των επιχειρήσεων των κλάδων επίπλου & ξύλου και στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης



Συμπεράσματα

- ✓ Στην μεγάλη τους πλειοψηφία οι ελληνικές επιχειρήσεις επίπλου και ξύλου έχουν επηρεαστεί από την πρόσφατη οικονομική κρίση από αρνητικά έως πολύ αρνητικά. Ένα πολύ μικρό ποσοστό αυτών έχει δει να πηγαίνουν καλύτερα οι επιχειρήσεις τους.
- ✓ Οι προβλέψεις για την οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων αυτών για το επόμενο έτος δείχνουν ότι η κατάσταση αυτή όχι μόνο δεν θα βελτιωθεί, αλλά θα χειροτερέψει ακόμη περισσότερο. Λιγότερο από το 1/4 αυτών βλέπει με σχετική αισιοδοξία το μέλλον και θεωρεί ότι η κατάσταση αυτή θα ανατραπεί και θα βελτιωθεί η κατάσταση των πωλήσεων και των κερδών τους.
- ✓ Η μείωση των πωλήσεων ανήλθε κατά μέσο όρο σε 27%, η μείωση των κερδών τους κατά 30%, ενώ το μερίδιό τους στην αγορά μειώθηκε κατά 20%.
- ✓ Αντίθετα, όσες επιχειρήσεις επωφελήθηκαν από την οικονομική αυτή κρίση, αύξησαν τα κέρδη τους κατά 8% κατά μέσο όρο και η αύξηση του μεριδίου τους στην αγορά αυξήθηκε κατά 14% περίπου.

Συμπεράσματα

- ✓ Οι προβλέψεις για την επόμενη χρονιά δείχνουν ακόμη μεγαλύτερες μειώσεις, ήτοι στις πωλήσεις 30%, στα κέρδη 32%, στους πελάτες κατά 24% και στο μερίδιο αγοράς κατά 24%.
- ✓ Η μειοψηφία βέβαια των επιχειρήσεων που προβλέπει βελτίωση της κατάστασης θεωρεί ότι θα υπάρξει μια αύξηση των πωλήσεών τους κατά 14% και των κερδών τους κατά 12%.
- ✓ Οι σημαντικότεροι παράγοντες που τυχόν θα βελτιώσουν τις τυχόν αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις ελληνικές επιχειρήσεις των κλάδων ξύλου και επίπλου θεωρούνται οι κρατικοί χειρισμοί, αλλά και ενέργειες της ίδιας της επιχείρησης.
- ✓ Τα σημαντικότερα κριτήρια στα οποία θα δώσουν μεγαλύτερη σημασία οι πελάτες τους είναι η χαμηλή τιμή και η σχέση εμπιστοσύνης προς την επιχείρηση και ακολουθούν σε σημαντικότητα οι παράγοντες της εξυπηρέτησης των πελατών και η υψηλή ποιότητα των προϊόντων.

Συμπεράσματα

- ✓ Οι ενέργειες στις οποίες προτίθενται να προβούν άμεσα οι ελληνικές επιχειρήσεις επίπλου και ξύλου για να αντιμετωπίσουν την δυσχερή κατάσταση στην οποία έχουν περιέλθει λόγω της οικονομικής κρίσης είναι:
 - η μείωση των τιμών των προϊόντων,
 - η μείωση των εξόδων διαφήμισης,
 - Οι μειώσεις του προσωπικού/στελεχών,
 - η σύναψη δανείων,
 - οι περικοπές bonus,
 - η μείωση εξόδων marketing,
 - η αύξηση εξόδων διαφήμισης κλπ.

- ✓ Αντίστοιχα οι μελλοντικές τους ενέργειες εστιάζονται κυρίως σε νέες τους συνεργασίες ή ακόμη και σε καμία ενέργεια αναμένοντας τις εξελίξεις της ελληνικής οικονομίας.

Συμπεράσματα

- ✓ Οι μακροπρόθεσμοι στόχοι των επιχειρήσεων της έρευνας παρέμειναν ή θα παραμείνουν οι ίδιοι από το 1/3 αυτών, ενώ λίγο μικρότερο ποσοστό (28%) δηλώνει πως αυτοί άλλαξαν ή θα αλλάξουν.
- ✓ Οι μεσοπρόθεσμοι στόχοι τους σε ποσοστό 32% παρέμειναν ή θα παραμείνουν οι ίδιοι, ενώ σε ποσοστό 40% δηλώνεται πως αυτοί άλλαξαν ή πρόκειται να αλλάξουν.
- ✓ Τέλος, οι βραχυπρόθεσμοι στόχοι τους δεν έχουν αλλάξει ούτε σκοπεύουν να τους αλλάξουν σε ποσοστά 40% και 36% αντίστοιχα.
- ✓ Οι βασικές στρατηγικές marketing οι οποίες εφαρμόζονται από τις επιχειρήσεις ξύλου και επίπλου εστιάζονται κυρίως
 - ✓ στην υψηλή ποιότητα και
 - ✓ στις χαμηλές τιμές,
 - ✓ στο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς,
 - ✓ στη συνεχή βελτίωση των προϊόντων της επιχείρησης,
 - ✓ στην καινοτομία σε προϊόντα,
 - ✓ στην είσοδο σε αγορές με μεγάλη ανάπτυξη και
 - ✓ Στην καλύτερη εξυπηρέτηση.
- ✓ Η συμβολή της παρούσας έρευνας στην πληρέστερη ενημέρωση των επιχειρήσεων των κλάδων επίπλου & ξύλου και στην αντιμετώπιση της οικονομικής αυτής κρίσης, θεωρείται από το 95% των επιχειρήσεων θετική.

Προτάσεις

- ❖ **17 ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ που προτείνονται για την αντιμετώπιση της οποιασδήποτε «κρίσης» που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις ξύλου & επίπλου σήμερα, είναι οι παρακάτω:**
 - 1. Εστιάστε σε κερδοφόρες επιχειρηματικές δραστηριότητες**
 - 2. Επαναπροσδιορισμός των στρατηγικών προμηθευτών σε μια σχέση win-win (λογικές απαιτήσεις, διαπραγμάτευση, συμμετοχή στο όραμα της ανάπτυξης)**
 - 3. Εκμεταλλευτείτε την καινοτομία και την τεχνολογία**
 - 4. Βεβαιωθείτε ότι απασχολείτε τους σωστούς ανθρώπους**
 - 5. Κατανοήστε τα κόστη παραγωγής και τα περιθώρια κέρδους**
 - 6. Μειώστε σημαντικά τα κόστη σας**
 - 7. Βελτιώστε τις δεξιότητές σας.**

Προτάσεις

8. Υποστηρίξτε τους συνεργάτες σας
9. Διαφοροποιηθείτε ξεκάθαρα από τους ανταγωνιστές σας
10. Μεγιστοποιείστε την αποτελεσματικότητα της ιστοσελίδας σας
11. Μετρείστε την απόδοσή σας
12. Επαναδραστηριοποιείστε τους αδρανείς πελάτες σας
13. Κρατείστε τις τιμές ρεαλιστικές
14. Αυτοματοποιείστε τη διοίκηση της επιχείρησης, τους λογαριασμούς, τον έλεγχο της αποθήκης, τις αμοιβές, τις οικονομικές εκθέσεις
15. Αυξήστε τους πελάτες σας
16. Όχι απολύσεις προσωπικού πάνω στους οποίους έχει επενδύσει η επιχείρηση
17. Έλεγχος της στρατηγική της. Να παρακολουθεί τις εξελίξεις και να προσαρμόζει τις διαδικασίες κατά τέτοιον τρόπο ώστε να εξυπηρετούν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο τους πελάτες της.

Προτάσεις

- ❖ Και 12 ΑΠΛΑ «ΜΥΣΤΙΚΑ»....., που δεν κοστίζουν, με μεγάλη αποτελεσματικότητα:
 - Να είστε θετικοί και ενθουσιώδεις
 - Να πιστεύετε στον εαυτό σας
 - Αγνοείτε τα άσχημα νέα. Κλείστε τις τηλεοράσεις!!!
 - Μοιραστείτε τα καλά νέα.
 - Να είστε ο καλύτερος σύμβουλος των πελατών σας
 - «Ένας πελάτης που έχει εξυπηρετηθεί πολύ καλά, θα μπορούσε να έχει μεγαλύτερη αξία από μια διαφήμιση αξίας 10.000 \$» *Jim Rohn*
 - Όχι μόνο μη σταματάτε το μάρκετινγκ (δεν μπορείτε να αναπτυχθείτε αν δεν μεταδώσετε το μήνυμά σας), αλλά επιπλέον διαφημίζεστε όσο περισσότερο γίνεται!!!
 - Παρέχετε εξαιρετικές υπηρεσίες
 - Παρέχετε Αξία
 - Αναζητείστε πρόσθετες πηγές εσόδων
 - Αυξήστε τη διαδικτυακή επιχειρηματική σας δραστηριότητα
 - Συνεχίστε να χαμογελάτε!!!!
 - Συνεχίστε να μαθαίνεται, αλλάξτε τον τρόπο που κάνετε Business και κυρίως να είστε ενθουσιώδεις!!!

Προτάσεις

- ✓ Παρέμβαση του κράτους με εγγυήσεις του προς τις Τράπεζες ώστε να διασφαλιστεί η απαραίτητη ρευστότητα.
- ✓ Ενημέρωση των επιχειρήσεων και βελτίωση των όρων συμμετοχής στο ΤΕΜΠΜΕ, ώστε να αποκτήσουν περισσότερες επιχειρήσεις πρόσβαση σ' αυτό.
- ✓ Άμεση ενεργοποίηση προγραμμάτων του ΕΣΠΑ, ώστε εκείνες τουλάχιστον που διατηρούν αναλλοίωτα ακόμη τα σχέδιά τους για εκσυγχρονισμό να τα υλοποιήσουν.
- ✓ Η πρόσφατη δήλωση του Υφυπουργού Περιβάλλοντος Ενέργειας & Κλιματικής Αλλαγής Ι. Μανιάτη «να κάνουμε τα σπίτια μας πράσινα» (ΒΗΜΑ 18.4.2010) αποτελεί μια πολύ καλή «ευκαιρία» μείωσης του βαθμού της «κρίσης» για τις επιχειρήσεις των ξύλινων κουφωμάτων.

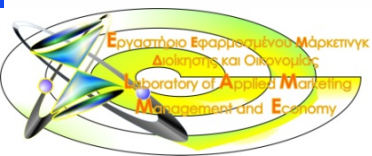




Τ.Ε.Ι. Λάρισας
Παράρτημα
Καρδίτσας



Τμήμα Σχεδιασμού και Τεχνολογίας Ξύλου και Επίπλου



ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Σας ευχαριστούμε
για την προσοχή σας!