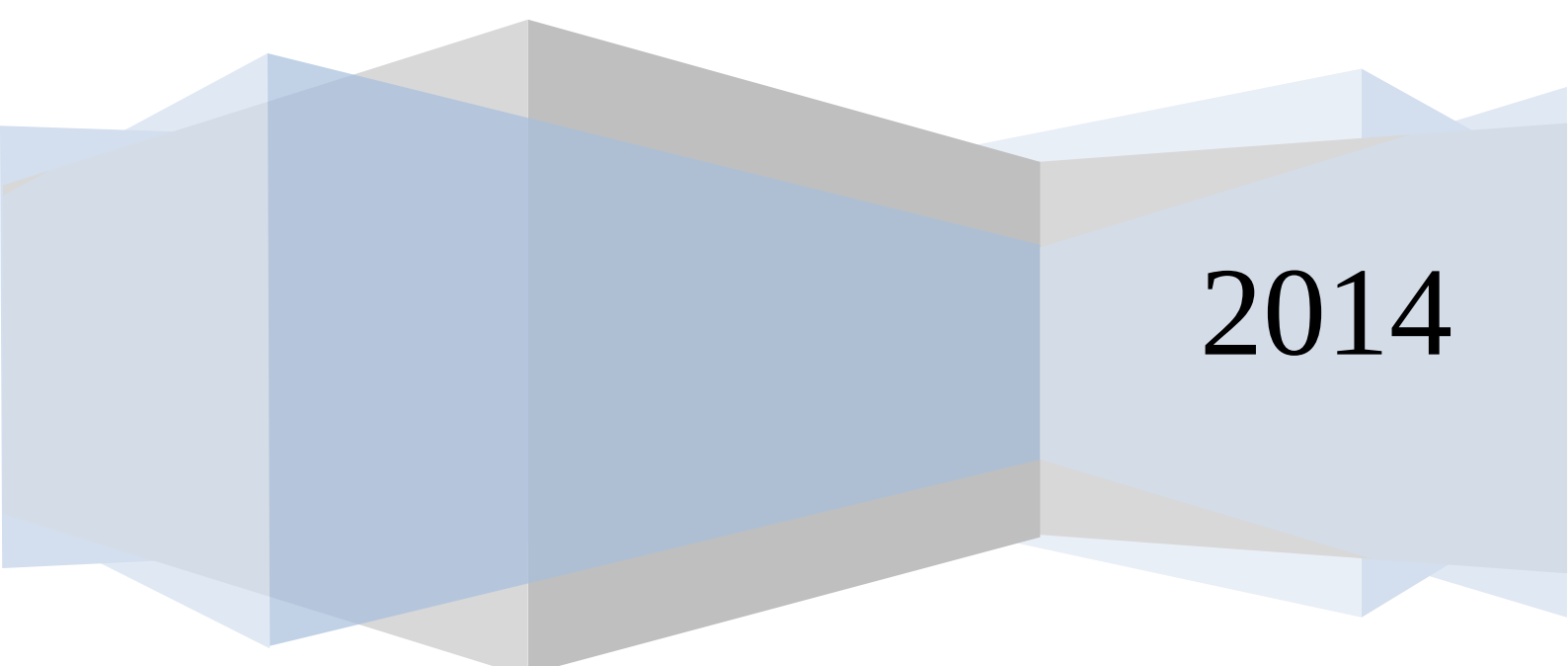


ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΜ: 21040

Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο



2014



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΗΛΕΜΑΤΙΚΗΣ

ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

“Συμβατικά και διαδικτυακά μέσα μαζικής ενημέρωσης –
Τεχνο-οικονομική Αποτίμηση”

Χατζηθανάσης Γεώργιος

ΑΜ: 21040

Επιβλέπων καθηγητής

Μιχαλακέλης Χρήστος, Λέκτορας

Μέλη εξεταστικής επιτροπής

Αναγνωστόπουλος Δημοσθένης, Καθηγητής

Καμαλάκης Θωμάς, Επίκουρος Καθηγητής



ΑΘΗΝΑ 2014

Πρόλογος:

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο “Συμβατικά και διαδικτυακά μέσα μαζικής ενημέρωσης – Τεχνο-οικονομική Αποτίμηση” εκπονήθηκε από τον φοιτητή του 8ου εξαμήνου του τμήματος Πληροφορικής και Τηλεματικής του Χαροκοπέιου πανεπιστημίου υπό την επίβλεψη του λέκτορα κυρίου Χρήστου Μιχαλακέλη και ολοκληρώθηκε τον μήνα Ιούνιο του 2014.

Στα πλαίσια της εργασίας αυτής ήρθα σε επαφή με την σημερινή αγορά των μέσων μαζικής ενημέρωσης, των τεχνολογιών που χρησιμοποιούν, αλλά και ένα σύνολο ανθρώπων που θα ήθελα να ευχαριστήσω για την ηθική και τεχνική συμπαράσταση που μου παρείχαν.

Ειδικότερα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κύριο Χρήστο Μιχαλακέλη που καθ' όλη την διάρκεια της προσπάθειάς μου με καθοδηγούσε και με στήριζε.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κύριο Γιώργο Παπατριανταφύλλου παραγωγό, διευθυντή δημοσιων σχέσεων και σύμβουλο επικοινωνίας, τον κύριο Νίκο Κυριανάκη τεχνικό διευθυντή, την κυρία Κική Μαρέλδου διευθύντρια πωλήσεων και όλο το υπόλοιπο προσωπικό του ραδιοφωνικού σταθμού Kiss 92.9 FM.

Σημαντικές ήταν οι συμβουλές όσον αφορά ενδοεταιρικά ζητήματα του κύριου Ανδρέα Αποστολόπουλου, γενικού διευθυντή της General Pack A.B.E. Για την νομική και φορολογική καθοδήγηση ευχαριστώ τον κύριο Ευθύμιο Σουρβά φοιτητή νομικής στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Τέλος χωρίς την συμπαράσταση γονέων και φίλων, όπως κάθε τι άλλο στην ζωή θα ήταν άκαρπο.

Περιεχόμενα:

Πρόλογος:	6
Περίληψη:	10
Λέξεις κλειδιά:	10
Abstract:	11
Key words:	11
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ:	12
1.1 Η τηλεόραση στην Ελλάδα:	13
1.1.1 Η έγχρωμη τηλεόραση:	14
1.1.2 Ιδιωτική τηλεόραση:	14
1.1.3 Επίγεια Ψηφιακή Τηλεόραση:	15
1.1.4 Θεσμικό πλαίσιο:	15
1.2 Το Ραδιόφωνο:	16
1.2.1 Συμβατικό ραδιόφωνο (FM):	17
1.2.2 Το ραδιόφωνο στο Internet:	23
1.2.3 Ψηφιακό ραδιόφωνο:	24
2. ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ:	26
2.1 Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις:	26
2.1.1 Χώρος:	26
2.1.2 Εξοπλισμός:	27
2.1.3 Ιστοσελίδα:	30
2.1.4 Πνευματικά δικαιώματα:	30
2.1.4 Ίδρυση εταιρίας:	31
2.1.5 Εξειδικευμένος εξοπλισμός:	32
2.2 Προσωπικό:	33
2.2.1 Παραγωγοί:	33
2.2.2 Διευθυντικό προσωπικό:	34
2.2.3 Υπόλοιπο προσωπικό:	34
2.3 Μισθοδοσία:	35
3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (BUSINESS PLAN):	36
3.1 Επιτελική Σύνοψη	36
3.2 Εταιρική παρουσίαση:	39
3.3 Προϊόντα και υπηρεσίες:	41

3.4 Συνοπτική ανάλυση της αγοράς:	42
3.5 Διαχείριση - Management:	48
3.6 Οικονομικό Σχέδιο - Financial Plan:.....	54
3.6.1 Τιμολόγηση υπηρεσιών σταθμού:	54
3.6.2 Παραδοχές:	58
3.6.3 Διάγραμμα εσόδων- εξόδων νεκρού σημείου:	64
3.6.4 Περίοδος αποπληρωμής:	65
3.6.5 Πρόβλεψη πωλήσεων:.....	68
3.6.6 Πρόβλεψη διείσδυσης:	68
3.6.7 Μελλοντικές ενέργειες:	70
4. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ:.....	72
4.1 Γιατί το ραδιόφωνο υπερτερεί:.....	74
4.2 Ο ήχος της μουσικής:	75
4.3 Διασκέδαση μέσω αλγορίθμων:	75
4.4 Αυτοκίνητα, η δύναμη του ραδιοφώνου:	76
4.5 Το μέλλον του ραδιοφώνου:	77
4.6 Η πορεία του ραδιοφώνου στην Ελλάδα:.....	79
5.ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΘΗΚΑΝ:.....	80
5.1 Cost Per Click – CPC:.....	80
5.2 Peer-to-peer – P2P:.....	80
5.3 WordPress:	82
5.4 Radio Link Protocol – RLP:.....	83
5.5 Server – Client model:.....	83
5.6 ShoutCast Protocol:.....	84
5.7 Digital Audio Broadcasting – DAB:	84
5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:	86
5.1 Έντυπη:.....	86
5.2 Διαδίκτυο:.....	87
5.3 Λοιπές πηγές:	87
5.4 Ηλεκτρονικά καταστήματα και υπηρεσίες:.....	87

Περίληψη:

Η εξέλιξη του διαδικτύου είχε ως αποτέλεσμα την παροχή υπηρεσιών μέσω αυτού, που μέχρι πρότινος παρέχονταν με συμβατικούς τρόπους. Ανάμεσα σε αυτές τις υπηρεσίες είναι και μέσα μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ), όπως το ραδιόφωνο και η τηλεόραση. Δεκάδες σταθμοί και τηλεοπτικά κανάλια έχουν υιοθετήσει τις νέες αυτές τακτικές και τεχνολογία με σκοπό την αύξηση του εύρους του κοινού, καθώς και την βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών τους.

Σήμερα τα διαδικτυακά ΜΜΕ ακμάζουν και επιτρέπουν σε νέες γενιές που έχουν έρθει σε επαφή από μικρή ηλικία με το διαδίκτυο να συμμετέχουν και αυτές σε θέματα ψυχαγωγίας και διασκέδασης. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται μεγάλη ποικιλία όσον αφορά το υλικό σε σχέση με το παρελθόν. Η αύξηση στο περιεχόμενο δείχνει ότι το διαδίκτυο είναι πλέον ένα αναπόσπαστο κομμάτι των μέσων μαζικής ενημέρωσης, το οποίο υπαγορεύει αλλαγές στην λειτουργία επιχειρήσεων που κινούνται στον τομέα αυτόν. Με μικρό κόστος λειτουργίας και πολλές δυνατότητες, το διαδίκτυο ξεκινάει έναν νέο ανταγωνισμό μεταξύ επιχειρήσεων. Πράγμα που σημαίνει ότι η επιλογή εξοπλισμού, προσωπικού, καθώς και η διάθρωση σωστών στρατηγικών «πλεύσης» είναι μονόδρομος.

Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας θα γίνει ανασκόπηση των μέσων παροχής υπηρεσιών ενημέρωσης τόσο με το συμβατικό τρόπο όσο και διαδικτυακά, καθώς και τεχνοοικονομική αποτίμησή τους, αναφορικά με τη διείσδυση, την κοστολογική σύγκριση, την εξέλιξη, τις απαιτήσεις σε εύρος ζώνης, τη διαμόρφωση της αντίστοιχης αγοράς κλπ, ενώ θα αναπτυχθεί ένα απλό επιχειρηματικό σχέδιο παροχής τέτοιων υπηρεσιών, όπου θα περιγραφούν τα νομικά, οικονομικά, τεχνολογικά κ.α. θέματα που ανακύπτουν.

Λέξεις κλειδιά:

ΜΜΕ, Ραδιόφωνο, διαδίκτυο, Business Plan, SWOT, PEST

Abstract:

The evolution of the Internet has resulted in the creation of services that previously were provided with conventional means. Among these services are media, such as radio and television. Radio stations and television channels have adopted new tactics and technology in order to gain audience and improve the quality of their services.

Nowadays online-media flourish and allow new generations that have grown up with the presence of the internet in their homes, to participate into the creation of online means of entertainment and information (infotainment). The dramatic increase of content show that the internet is an integral part of media, which dictates changes in the operation of businesses of this area. With small operational cost and large capabilities, the internet triggers a new type of competition between firms. Which means that the selection of equipment, personell and the strategic planning of the company's operation should be selected thoroughly.

In the context of this paper we will review the means that provide information services both in the conventional manner and online, as well as techno-economic valuation, regarding the penetration, costing comparison, the development, the bandwidth requirements, configuration of the corresponding market etc. There will be a developement a of a business plan to provide such services, which will describe the legal, economic, technological issues that arise.

Key words:

Media, Radio, Internet, Business Plan, Swot, Pest

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Πριν ξεκινήσει η κοστολόγηση και το αναλυτικό business plan, καλό θα ήταν να αναφερθούν κάποια εισαγωγικά στοιχεία για το αντικείμενο της πτυχιακής εργασίας.

Μέσα μαζικής ενημέρωσης (MME):

Ως Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ή Επικοινωνίας εννοούνται όλα τα διαθέσιμα μέσα με τα οποία μπορεί να ενημερωθεί για προηγούμενα και τρέχοντα συμβάντα ένα μεγάλο πλήθος ανθρώπων.

Τα MME χωρίζονται σε:

- *Ασύγχρονα μέσα*, όπως είναι ο τύπος και το διαδίκτυο καθώς η πληροφορία τους μεταδίδεται σε διαφορετικές χρονικές στιγμές για κάθε διακριτό χρήστη.
- *Σύγχρονα μέσα*, όπως είναι το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, καθώς όλοι οι χρήστες λαμβάνουν την πληροφορία συγχρόνως.

Τύπος:

Ο Τύπος διαχωρίζεται πλέον σε ηλεκτρονικό και παραδοσιακό. Ηλεκτρονικός Τύπος είναι η τηλεόραση, οι ιστοσελίδες (web pages) κλπ. Παραδοσιακός Τύπος είναι οι εφημερίδες, τα περιοδικά κλπ.

Διαδίκτυο:

Η καθημερινή ενημέρωση από ελληνικούς και ξένους διαδικτυακούς τόπους έχει μπει ολοένα και περισσότερο στη ζωή του Ελληνικού κοινού. Οι ελληνικοί διαδικτυακοί τόποι προσφέρουν στην πλειοψηφία τους άμεση ενημέρωση, ενώ ο αυξανόμενος αριθμός τους εγγυάται πλουραλισμό απόψεων. Επιπλέον, σε αυτή την κατεύθυνση βοηθάει και η παρουσία εκατοντάδων ενημερωτικών ιστολογίων (blogs).

Ραδιόφωνο:

Το ραδιόφωνο είναι ένα αρκετά παλιό μέσο μαζικής ενημέρωσης που όμως θεωρείται ως ένας ευχάριστος τρόπος ενημέρωσης και ψυχαγωγίας γιατί περνάει ειδήσεις με άποψη.

Τηλεόραση:

Η Τηλεόραση στην Ελλάδα γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη κυρίως μετά την δημιουργία των ιδιωτικών σταθμών το 1989. Η τηλεόραση πέρα από την ψυχαγωγία και την ενημέρωση των τηλεθεατών. Έχει μεγάλη επικοινωνιακή δύναμη αφού βρίσκεται δίπλα στον πολίτη οποιαδήποτε ώρα και ημέρα ασκώντας άμεση ή έμμεση επιρροή στη διαμόρφωση των ιδεών και των απόψεων του πάνω σε κάθε ζήτημα και θέμα.

Όλοι έχουν έρθει σε επαφή με το ραδιόφωνο καθώς και την τηλεόραση ως σύγχρονα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Για αυτό η επόμενη παράγραφος ασχολείται με κάποια ιστορικά στοιχεία που αφορούν την Ελλάδα.

1.1 Η τηλεόραση στην Ελλάδα:

Η ιστορία της Ελληνικής τηλεόρασης αρχίζει το 1951 οπότε με τον νόμο 1663 προβλέπεται η ίδρυση και λειτουργία ραδιοτηλεοπτικών σταθμών των Ενόπλων Δυνάμεων - διάταξη η οποία καταργείται 15 χρόνια αργότερα - ενώ παράλληλα προβλέπεται και η λειτουργία της Υπηρεσίας Ενημέρωσης Ενόπλων Δυνάμεων (ΥΕΝΕΔ) που θα είχε την αρμοδιότητα για την εγκατάσταση και λειτουργία ραδιοτηλεοπτικών σταθμών.



Αυτό ορισμένοι το θυμούνται. Οι νεότεροι μπορούν να ανατρέξουν στο αρχείο του υπουργείου Εξωτερικών, όπου αναφέρεται, μεταξύ άλλων: Στις αρχές της δεκαετίας του '60

Η πρώτη εικόνα από τηλεόραση 30-γραμμών το 1930

ξεκινά η πειραματική μετάδοση τηλεοπτικών εκπομπών στη Θεσσαλονίκη. Ο πρώτος πειραματικός σταθμός Ελληνικής τηλεόρασης λειτούργησε το 1961 στη Θεσσαλονίκη από τη ΔΕΗ στα πλαίσια της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης. Η επίσημη όμως έναρξη της Ελληνικής κρατικής τηλεόρασης έγινε στις 23 Φεβρουαρίου 1966, με πρώτη παρουσιάστρια την Ελένη Κυπραίου και συντονιστή το δημοσιογράφο Γεώργιο Κάρτερ.

1.1.1 Η έγχρωμη τηλεόραση:

Η έγχρωμη μετάδοση στην Ελληνική τηλεόραση με το σύστημα Secam εισέρχεται το 1979. Μέχρι τότε η τηλεόραση πέρασε από πολλά στάδια. Το πρώτο και το κυριότερο ήταν η βασική ανακάλυψη της λειτουργίας της. Οι πρώτες προσπάθειες, αναφέρει το Κέντρο Διάδοσης Επιστημών & Μουσείο Τεχνολογίας έγιναν με εικόνα τηλεόρασης 30-γραμμών τη δεκαετία του 1930.



Δέκτης του 1938. Παρόλο που το μέγεθος της οθόνης ήταν μόνο 12 ίντσες (~ 30.48 cm), ο σωλήνας ήταν τόσο μακρύς ώστε έπρεπε να στερεωθεί κάθετα. Με την βοήθεια ενός καθρέφτη ήταν δυνατό να παρακολουθήσει κανείς τηλεόραση.

Με την ανακάλυψη της αύξησης της ηλεκτρικής αγωγιμότητας του σεληνίου με την έκθεση του στο φως το 1873 (φωτοαγωγιμότητα), έγινε θεωρητικά δυνατή η λήψη εικόνων με ηλεκτρισμό. Μια από τις πρώτες απόπειρες κατασκευής συσκευής βασισμένης στο φαινόμενο της φωτοαγωγιμότητας ήταν η συσκευής σάρωσης εικόνας με έναν περιστρεφόμενο δίσκο με μικρές τρύπες τοποθετημένες σε σπείρα, από τον Νίπκοφ (Nipkow) το 1884 (μηχανικό σύστημα τηλεόρασης). Η αργή απόκριση του σεληνίου στο φως δεν επέτρεπε τη γρήγορη σάρωση που απαιτείται για τη λήψη κινούμενων εικόνων.

1.1.2 Ιδιωτική τηλεόραση:

Προς το τέλος του 1989 εμφανίζονται στις τηλεοπτικές συχνότητες τα δύο πρώτα ιδιωτικά κανάλια, το Mega Channel και ο Antenna TV, γεγονός που σηματοδοτεί την ουσιαστική αναδιάρθρωση του επικοινωνιακού πεδίου της χώρας. Με την πάροδο λίγων μηνών το ένα τηλεοπτικό κανάλι μετά το άλλο εμφανίζονται σε ολόκληρη την Ελληνική επικράτεια, εκπέμποντας είτε πανελλαδικά είτε τοπικά.

1.1.3 Επίγεια Ψηφιακή Τηλεόραση:

Η Επίγεια Ψηφιακή Τηλεόραση (DVB-T) αποτελεί τη νέα τεχνολογία μετάδοσης σήματος η οποία σταδιακά αντικαθιστά την παραδοσιακή αναλογική, όπως η μαυρόασπρη μετάδοση τηλεοπτικού προγράμματος έδωσε τη θέση της στην έγχρωμη. Στην Ελλάδα η μετάβαση στην επίγεια ψηφιακή τηλεόραση για τους πανελλαδικής εμβέλειας ιδιωτικούς σταθμούς ξεκίνησε από το Ξυλόκαστρο καλύπτοντας τον Κορινθιακό Κόλπο το 2009. Σταδιακά, το επίγειο ψηφιακό σήμα έφθασε σε μεγάλα αστικά κέντρα, καθώς και σε ακριτικές περιοχές της χώρας.

Σήμερα, η επίγεια ψηφιακή τηλεόραση καλύπτει περισσότερο από το 70% του πληθυσμού της χώρας.

1.1.4 Θεσμικό πλαίσιο:

Η Ελλάδα ανήκει στην ομάδα των χωρών της «Περιοχής 1», οι οποίες το 2006 στη Γενεύη στο πλαίσιο της περιοχικής διάσκεψης της Παγκόσμιας Ένωσης Τηλεπικοινωνιών (ITU) συμφώνησαν για τη μετάβαση από την αναλογική στην ψηφιακή εκπομπή των τηλεοπτικών προγραμμάτων τους. Καταληκτική ημερομηνία για τη μετάβαση στην επίγεια ψηφιακή τηλεόραση είναι το έτος 2015.

Πρόσφατα ανακοινώθηκε από το Υπουργείο Επικρατείας και το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων ο νέος Χάρτης Συχνοτήτων Επίγειας Ψηφιακής Ευρυεκπομπής Τηλεοπτικού σήματος (Κοινή Υπουργική Απόφαση 42800/2012 Φ.Ε.Κ. Β' 2704/5-10-12) όπου ορίζονται τα 156 κέντρα εκπομπής της ελληνικής επικράτειας. Σύντομα αναμένεται να ανακοινωθεί από την Πολιτεία το χρονοδιάγραμμα υλοποίησης του έργου της μετάβασης σύμφωνα με τους νόμους 4038/2012 αρ.8 παρ. 3 και 4053/2012 αρ.37.

1.2 Το Ραδιόφωνο:

Στις 21 Μαΐου 1938, άρχισε η επίσημη ιστορία της ραδιοφωνίας στην Ελλάδα. Ωστόσο, η προϊστορία του ελληνικού ραδιοφώνου είχε αρχίσει πολλά χρόνια πριν. Ήδη από το 1923 άρχισε μια προσπάθεια εγκατάστασης ραδιοφωνικού πομπού. Οι πειραματισμοί κράτησαν αρκετά χρόνια. Ο πρώτος ραδιοφωνικός σταθμός εξέπεμψε στη Θεσσαλονίκη με ιδιωτική πρωτοβουλία από το ραδιοηλεκτρολόγο Χρήστο Τσιγγιρίδη το 1926 και 20 ολόκληρα χρόνια λειτούργησε στην πόλη, μεταδίδοντας τακτικά εκπομπές. Ο πρώτος όμως εθνικός ραδιοφωνικός σταθμός ιδρύθηκε και λειτούργησε στην περιοχή των Αθηνών, αφού στις 25 Μαρτίου του 1938 εγκαινιάστηκε από τον τότε βασιλιά Γεώργιο Β', ενώ το 1945 ιδρύθηκε το Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας (Ε.Ι.Ρ.) που ανέλαβε την ευθύνη λειτουργίας του σταθμού. Αμέσως μετά την απελευθέρωση άρχισαν να ιδρύονται κι άλλοι σταθμοί σε διάφορες πόλεις της χώρας που υπάγονταν στη δικαιοδοσία του Ε.Ι.Ρ., καθώς και πολλοί στρατιωτικοί σταθμοί, υπό τη δικαιοδοσία των ενόπλων δυνάμεων (ΥΕΝΕΔ). Από τα τέλη της δεκαετίας του '70, αρχικά η μπάντα των μεσαίων και στη συνέχεια η ζώνη των FM κατακλύζεται από εκατοντάδες ερασιτέχνες (οι επονομαζόμενοι και "πειρατές"), που εκπέμπουν πολυποίκιλα προγράμματα, αμφισβητώντας ανοιχτά το ραδιοφωνικό μονοπώλιο της κρατικής ραδιοφωνίας. Ραδιοσταθμό κατασκεύασαν, επίσης, οι φοιτητές του ΕΜΠ κατά τη διάρκεια της εξέγερσης του Πολυτεχνείου κατά της Χούντας το 1973.

Στα πλαίσια τη γενικής εκσυγχρονιστικής προσπάθειας και προσαρμογής των δομών στις προδιαγραφές της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, την τελευταία εικοσαετία μόλις, εκσυγχρονίστηκε και ο θεσμός της ραδιοφωνίας. Με το νόμο 1730/1987 ιδρύθηκε νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου για τη ραδιοφωνία και την τηλεόραση, που λειτουργεί με τη μορφή ανώνυμης εταιρίας με έδρα την Αθήνα. Με την Υπουργική απόφαση 14631/Ζ2/2691/29.5.87 καθορίστηκαν οι προϋποθέσεις και οι όροι ίδρυσης ραδιοσταθμών τοπικής ισχύος, από Δήμους και κοινότητες. Τέλος με το προεδρικό διάταγμα 25/1988 έχουμε την "απελευθέρωση" της ιδιωτικής ραδιοφωνίας, καθώς τέθηκαν οι όροι ίδρυσης τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών και από φυσικά ή νομικά πρόσωπα.

1.2.1 Συμβατικό ραδιόφωνο (FM):

Σήμερα κατανομή των ραδιοφωνικών συχνοτήτων γίνεται από το Εθνικό Ραδιοτηλεοπτικό Συμβούλιο (ΕΣΡ). Το ραδιόφωνο στις μέρες μας εκπέμπει στα FM (87 MHz ως τα 108 MHz). Το FM είναι η διαμόρφωση συχνότητας (Frequency Modulation) είναι μία αναλογική διαμόρφωση σήματος. Στην διαμόρφωση συχνότητας η συχνότητα του υψίσυχνου σήματος (φέρον κύμα) μεταβάλλεται ανάλογα με το πλάτος του σήματος πληροφορίας (ακουστικό σήμα). Το διαμορφωμένο σήμα που προκύπτει έχει σταθερό πλάτος άλλα μεταβαλλόμενη συχνότητα και μοιάζει να παρουσιάζει «πυκνώματα» και «αραιώματα». Ο τρόπος με τον οποίο το πλάτος του ακουστικού σήματος επηρεάζει το φέρον είναι ο εξής. Όπου το ακουστικό σήμα έχει μεγάλο πλάτος έχουμε αύξηση της συχνότητας του φέροντος και όπου το ακουστικό σήμα έχει μικρό πλάτος έχουμε μείωση της συχνότητας του φέροντος.

Οι συχνότητες στα FM είναι πυκνοκατοικημένες καθώς υπάρχουν **42** ραδιοφωνικοί σταθμοί για τον νομό Αττικής. Πιο συγκεκριμένα (35 που έλαβαν νόμιμη άδεια και 7 που έλαβαν βεβαίωση νόμιμης λειτουργίας ή ανήκουν σε πολιτικό κόμμα:

ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΦΟΡΕΑ
FLASH 96 FM	96,0 MHZ	FLASH ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ - ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ Α.Ε.
EASY 97,2 FM (ΠΡΩΗΝ ANTENNA RADIO)	97,2 MHZ	ΡΑΔΙΟΤΗΛ/ΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε. (Δ.Τ. EASY 97,2 FM)
902 ΑΡΙΣΤΕΡΑ ΣΤΑ FM	90,1 MHZ	ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ Α.Ε. (Δ.Τ. E RADIO - TV)
ΞΕΝΙΟΣ 94,30 FM STEREO XFM 94,3	94,3 MHZ	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑΣ ΑΝΩ ΛΙΟΣΙΩΝ
V FM (πρώην VILLAGE 88,3 FM πρώην ΚΛΙΚ FM)	88,3 MHZ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ VILLAGE 88,3 FM Α.Ε
ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΕΚΚΛΗΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ-89,4 FM:Η ΆΛΛΗ ΦΩΝΗ ΣΤΑ FM	89,5 MHZ	ΙΕΡΑ ΣΥΝΟΔΟΣ ΤΗΣ ΕΚΚΛΗΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΚΑΙ ΜΟΡΦΩΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ

ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΦΟΡΕΑ
RED FM 96,3 (πρώην ΡΑΔΙΟ CAPITAL)	96,3 MHZ	ΜΟΥΣΙΚΕΣ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.
ΚΑΝΑΛΙ 1 90,6 FM STEREO	90,4 MHZ	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑ ΠΕΙΡΑΙΑ (ΔΗ.ΡΑ.Π.)
ΣΤΑΘΜΟΣ ΔΙΕΣΗ (ΠΡΩΗΝ ΣΤΑΘΜΟΣ 101,3 FM)	101,3 MHZ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ Α.Ε.
ΜΕΛΩΔΙΑ FM 100	99,2 MHZ	ΜΕΛΩΔΙΑ Α.Ε. ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
KISS FM	92,9 MHZ	KISS ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ Α.Ε.
BEST RADIO	92,6 MHZ	THREE DEE ΑΝΩΝΥΜΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΣΚΑΙ 100,3 FM	100,3 MHZ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ & ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ Α.Ε.
ALPHA 989 (πρώην ΡΑΔΙΟ ENNEA 98,9 -πρώην ΘΕΜΑ 98,9 -πρώην ALPHA 98,9 - πρώην ALPHA NEWS)	98,9 MHZ	ALPHA ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
RADIO SFERA 102,2 FM	102,2 MHZ	SPACE FM STEREO ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΕΝ ΛΕΥΚΩ	87,7 MHZ	FRONTSTAGE ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΗ Α.Ε.
ΛΑΜΨΗ	92,3 MHZ	ΛΑΜΨΗ ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε.
ΒΗΜΑ FM (πρώην CITY 99,5 πρώην PLANET)	99,5 MHZ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΒΗΜΑ FM Α.Ε.

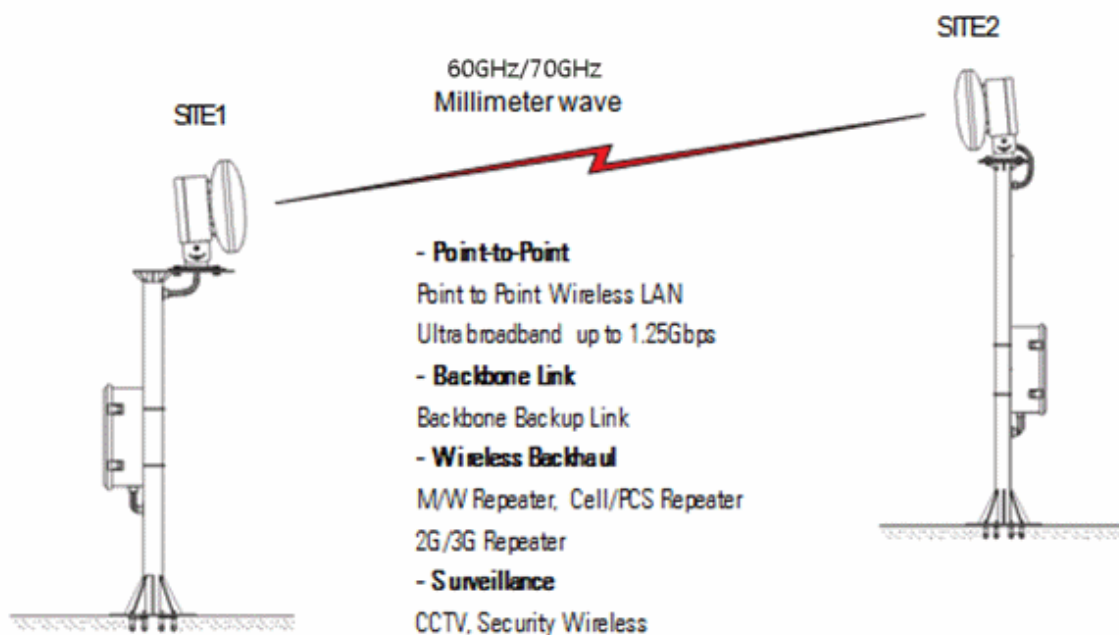
ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΦΟΡΕΑ
ΡΥΘΜΟΣ	94,9 MHZ	ΗΧΟΣ ΚΑΙ ΡΥΘΜΟΣ Α.Ε
ΠΕΙΡΑΪΚΗ ΕΚΚΛΗΣΙΑ	91,2 MHZ	ΙΕΡΑ ΜΗΤΡΟΠΟΛΗ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
SENTRA FM 103,3 (ΠΡΩΗΝ RADIO GOLD)	103,30 MHZ	N.S.P RADIO ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ Α.Ε
MAD RADIO 106,2 (ΠΡΩΗΝ ΕΚΣΤΑΣΗ 106,2 FM - ΠΡΩΗΝ DIVA FM)	106,2 0 MHZ	MAD RADIO ΑΝΩΝΥΜΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΠΑΡΕΑ 104 FM	104 MHZ	ΔΗΜ. ΡΙΖΟΣ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ Α.Ε
REAL FM (ΠΡΩΗΝ ΡΑΔΙΟ ΒΕΡΟΝΙΚΑ)	97,8 MHZ	ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΛΗΘΙΝΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ Α.Ε. (Δ.Τ. REAL FM Α.Ε.)
105,5 ΣΤΟ ΚΟΚΚΙΝΟ	105.5 MHZ	LEFT MEDIA ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ - ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ Α.Ε
APT FM (ΠΡΩΗΝ ΡΑΔΙΟ ΑΣΤΥ)	102.7 MHZ	ΛΑΪΚΟΣ ΟΡΘΟΔΟΞΟΣ ΣΥΝΑΓΕΡΜΟΣ
GALAXY 92 FM	92,0 MHZ	ΡΑΔΙΟΤ/ΚΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ ΑΚΤΙΝΑ ΕΠΕ
FREEDOM 88,9 (πρώην PLAY 88,9 -πρώην FREEDOM πρώηνANGEL FM - πρώην JERONIMO GROOVY)	88,9 MHZ	ΜΟΥΣΙΚΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε.
ΡΑΔΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ 9.41	94,0 MHZ	ΔΗΜΟΤ.ΕΠΙΧΕΙΡ. ΡΑΔ/ΦΩΝΙΑΣ ΔΗΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΑΘΗΝΑ 9,84 FM STEREO	98,3 MHZ	ΔΗΜΟΣ ΑΘΗΝΑΙΩΝ ΕΠΙΧ. ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑΣ "ΑΘΗΝΑ" (Δ.Ε.Ρ.Α)
NITRO 102,4	102,5 MHZ	ΙΚΟ PRESS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΦΟΡΕΑ
89,8 ΔΡΟΜΟΣ RADIO(ΠΡΩΗΝ 898 SOHO RADIO -ΠΡΩΗΝ CIAO FM)	89,8 MHZ	ΘΕΜΑ ΡΑΔΙΟ Α.Ε. (Δ.Τ. ΘΕΜΑ 89,8)
DERTI 98,6 (πρώην SUPER STAR 98,6 FM πρώην EVA FM)	98,6 MHZ	ΡΑΔΙΟΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΑΕ
LOVE RADIO	97,5 MHZ	LOVE RADIO BROADCASTING ΑΕ
PEPPER 96,6 (ΠΡΩΗΝ ΔΙΦΩΝΟ FM ΠΡΩΗΝ HIJACK96,6 ΠΡΩΗΝ CAPTAIN JACK 96,6 ΠΡΩΗΝ PROFIT FM)	96,6 MHZ	ΔΙΦΩΝΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ Α.Ε. (ΠΡΩΗΝ CAPTAIN HIJACK ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΑΕ - ΠΡΩΗΝ ΡΑΔΙΟ ΠΡΟΦΙΤ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΙΣ ΑΕ)
MENTA 88 FM (πρώην OASIS πρώην VIRGIN RADIO πρώην ΔΙΦΩΝΟ FM πρώην 88 FM)	88,0 MHZ	ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΕΣ Α.Ε. (Δ.Τ. ΟΑΣΙΣ 88 FM)
NRJ/ENERGY 88,6 (πρώην FRESH 88,6 πρώην JOHN GREEK 88,6 πρώην POLIS 88,6 FM STEREO)	88,6 MHZ	ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ Α.Ε
NOVA SPORT (ΠΡΩΗΝ ΣΠΟΡ FM 94,6)	94,6 MHZ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ Α.Ε. ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
MUSIC 89,2 (πρώην ARREN- A πρώην SPORTIME RADIO 89,2 πρώην CHAMPIONS 89,2 FM πρώην ALPHA SPORTS)	89,2 MHZ	ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ Α.Ε.
ORANGE 93,2 (πρώην 932 HAPPY RADIO, πρώην ORANGE 93,2 FM πρώην ATHENS BUSINESS RADIO)	93,2 MHZ	ΡΑΔΙΟ ΑΘΗΝΑ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ
ATHENS RADIO DEE JAY	95,2 MHZ	INTERNATIONAL RADIO NETWORKS Α.Ε. ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ROCK FM	96,9 MHZ	ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΚΔΟΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ Α.Ε. "AIRLINK Α.Ε."

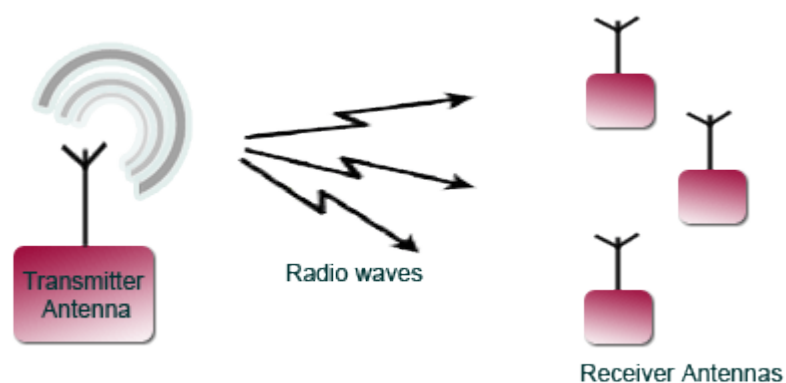
Όσον αφορά την μετάδοση του ήχου από το στούντιο μέχρι του δέκτες των ακροατών το σήμα στην Αττική δεν μεταδίδεται με τον πατροπαράδοτο τρόπο, όπως περισσότεροι λανθασμένα πιστεύουν. Το λεκανοπέδιο Αττικής λόγω της περιέργης μορφολογίας δεν δίνει την δυνατότητα ένας σταθμός να εκπέμπει απευθείας από το στούντιο του, καθώς λόγω κτηρίων και άλλων παραγόντων εξασθένησης το σήμα δεν θα μπορούσε να φτάσει ομοιογενώς σε όλη την Αττική. Με λίγα λόγια εγκαταστάσεις του σταθμού **δεν** διαθέτουν κεραία εκπομπής.

Την αναμετάδοση του σήματος την αναλαμβάνουν τα κέντρα εκπομπής. Στο λεκανοπέδιο Αττικής υπάρχουν δυο, το ένα βρίσκεται στον Υμηττό και το άλλο στην Πάρνηθα. Εκτός αυτού, για τις νότιες περιοχές του λεκανοπεδίου υπάρχει και το κέντρο εκπομπής της Αίγινας.

Η μετάδοση της εκπομπής γίνεται σε 2 βήματα. Πρώτο βήμα είναι σύνδεση των ραδιοφωνικών σταθμών με τα κέντρα εκπομπής γίνεται με τις λεγόμενες ραδιοζεύξεις (radio-link).



Το δεύτερο βήμα, είναι ότι κέντρο εκπομπής αφού λάβει το σήμα και το διαμορφώσει σε FM γίνεται η μετάδοση της εκπομπής στους ακροατές.



Επειδή η κοστολόγηση τέτοιου εξοπλισμού είναι ιδιαίτερα δύσκολη και απαιτεί άδειες αλλά και επιπλέον γνώσεις που ξεφεύγουν από τα όρια και το αντικείμενο της πτυχιακής δεν μπορεί να υπολογιστεί το ακριβές κόστος. Με πρόχειρους υπολογισμούς ¹, το κόστος ανέρχεται στα **6.500 €** για την εγκατάσταση της ραδιοζεύξης μεταξύ σταθμού και κέντρου εκπομπής.

¹ Από τον τεχνικό διευθυντή του Kiss 92.9 FM κυρίου Κυριανάκη

1.2.2 Το ραδιόφωνο στο Internet:

Πέρα όμως των ραδιοφωνικών σταθμών που εκπέμπουν στα FM, τα διαδικτυακά ραδιόφωνα που έχουν καταχωρηθεί στο live24.gr είναι **337** πανελλαδικά. Αξίζει να σημειωθεί ότι το νούμερο είναι μικρό σε σχέση με τους υπάρχοντες σταθμούς, καθώς πολλοί δεν είναι εγγεγραμμένοι στο Portal του Live24 και άλλοι δεν είναι καν νόμιμοι, πράγμα το οποίο μεγαλώνει δραματικά το νούμερο των υπάρχοντων σταθμών. Γίνεται εμφανές ότι το internet έδωσε στο ραδιόφωνο την ελευθερία να ανοίξει τα φτερά πέρα από τα FM και να δώσει στο κοινό μεγάλη ποικιλία σταθμών.

Τεχνικές λεπτομέρειες:

- Βασική διαφορά σε ένα σε έναν σταθμό που εκπέμπει μέσω διαδικτύου είναι ότι για να γίνει η εκπομπή πρέπει να υπάρχει ένας διακομιστής (server) ο οποίος να αναλαμβάνει να υποστηρίζει την λειτουργία του προγράμματος αναπαραγωγής (media player) αναπαραγωγής των χρηστών. Τέτοιου είδους server λειτουργούν με το πρωτόκολλο SHOUTCast..
- Για την δημιουργία ενός ραδιοφωνικού σταθμού είναι η δυνατότητα με βασικό εξοπλισμό που δεν είναι άλλος από έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα μικρόφωνο. Αυτό δίνει την δυνατότητα σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες με μικρό προϋπολογισμό (budget) να μπορέσουν να βγουν στον «αέρα» και τον ανταγωνισμό.
- Ένα ακόμα πλεονέκτημα είναι η δυνατότητα παράλληλης εκπομπής της ροής προγράμματος (stream) σε διαφορετικούς διακομιστές. Αυτό προσφέρει προστασία από την διακοπή της ροής προγράμματος που συνεχίζει να μεταδίδεται από τον δεύτερο διακομιστή.

1.2.3 Ψηφιακό ραδιόφωνο:

Με την οικιακή χρήση των επίγειων αποκωδικοποιητών πέρα από την πλοήγηση στα ψηφιακά κανάλια της χώρας ο χρήστης έχει πρόσβαση και σε ψηφιακούς ραδιοφωνικούς σταθμούς. Ξεκίνησε για πρώτη φορά στην Ελλάδα η μετάδοση ραδιοφωνικού προγράμματος επίγεια ψηφιακά.

Πέντε ραδιοφωνικά προγράμματα της Ελληνικής Ραδιοφωνίας εντάχθηκαν στο ψηφιακό μπουκέτο DVB-T που ξεκίνησε να μεταδίδει δοκιμαστικά η ΕΡΤ από τα κέντρα εκπομπής Πάρνηθας, Πηλίου και Χορτιάτη. Έτσι, όσοι κάτοικοι Αθηνών και Θεσσαλίας διαθέτουν ψηφιακό αποκωδικοποιητή **MPEG-2** ή **MPEG-4** θα είναι σε θέση να λαμβάνουν, εκτός από τα τηλεοπτικά κανάλια, και τους 5 ραδιοφωνικούς σταθμούς της ΕΡΑ: NET 105.8, Δεύτερο Πρόγραμμα, Τρίτο Πρόγραμμα, ΕΡΑ ΣΠΟΡ και ΚΟΣΜΟΣ.

Τεχνικές λεπτομέρειες:

- Το **MPEG-4** είναι μια μέθοδος καθορισμού συμπίεσης ήχου και εικόνας (ψηφιακά δεδομένα). Εισήχθη στα τέλη του 1998 και έχει οριστεί ως πρότυπο για μια ομάδα μορφών κωδικοποίησης ήχου και βίντεο και της συναφούς τεχνολογίας που συμφωνήθηκαν από το ISO / IEC Moving Picture Experts Group (MPEG) (ISO / IEC JTC1/SC29/WG11) στο πλαίσιο του επίσημου προτύπου ISO / IEC 14496 - Κωδικοποίηση των οπτικοακουστικών αντικειμένων. Σαν λειτουργίες το MPEG-4 περιλαμβάνει την συμπίεση των δεδομένων AV για το διαδίκτυο (streaming media) και τη διανομή CD, φωνής (τηλέφωνο, τηλεοπτικής τηλεφωνίας) και εφαρμογές τηλεόρασης και ραδιοφώνου.

2. ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ:

Για την δημιουργία του σταθμού είναι ιδιαίτερα σημαντικό να επιλεγεί ο σωστός εξοπλισμός και χώρος για την λειτουργία του.

2.1 Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις:

2.1.1 Χώρος:

Για να προσδιοριστεί ο χώρος ενός σταθμού θα πρέπει να γίνουν κάποιες παραδοχές οι οποίες θα διευκολύνουν τον προσδιορισμό των αναγκών μας.

- Πέρα από τον χώρο που θα πραγματοποιούνται οι εκπομπές πρέπει να υπάρχει και ένα δωμάτιο στο οποίο καλεσμένα συγκροτήματα θα μπορούν να παρουσιάζουν το υλικό τους στον αέρα (On Air). Εκτός αυτού στον ίδιο χώρο μπορούν να γίνονται ηχογραφήσεις για διαφημιστικά σποτ και άλλες τέτοιου είδους ενέργειες.
- Χώρος για δυο γραφεία.
- Κάποιο χώρο για κουζίνα.
- Ο χώρος δεν πρέπει να βρίσκεται στο ισόγειο για λόγους ασφαλείας.

Με τις παραπάνω παραδοχές καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι πρέπει να βρεθεί χώρος προς ενοικίαση με ο οποίος να μην είναι ήδη χωρισμένος σε δωμάτια έτσι ώστε να γίνει η διαμόρφωση βάσει των παραπάνω αναγκών του σταθμού. Το συνολικό μέγεθος πρέπει να είναι γύρω στα 100 με 120 τετραγωνικά μέτρα.

Μετά από έρευνα ο χώρος που επιλέχτηκε είναι στην τοποθεσία του Κεραμικού (Γκάζι). Τα κριτήρια μετά οποία έγινε η επιλογή είναι:

- Ο χώρος είναι αρκετά κοντά στον σταθμό του Κεραμικού, με αυτόν τον τρόπο είναι εύκολη η προσέλευση στην εργασία, χωρίς να χρειάζεται η χρήση οχήματος.
- Το Γκάζι σαν περιοχή προσελκύει κόσμο διαφόρων ηλικιών. Έτσι με μικρή τοπική προώθηση του σταθμού (π.χ αφίσες) μπορεί να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή απήχηση.
- Τα δυο είδη σταθμών χρειάζονται αρκετά μεγάλες ταχύτητες στο διαδίκτυο. Η περιοχή αυτή υποστηρίζει υπηρεσία VDSL (ή VHDSL Very-high-bitrate DSL).

Καταληκτικά ο χώρος που επιλέχτηκε είναι, χώρος γραφείων. Με μέγεθος εκατόν είκοσι (120) τετραγωνικά μέτρα στον 2^ο όροφο, πλησίον της κεντρικής πλατείας του Γκαζιού. Η τιμή ενοικίασης είναι **700€** το μήνα.

2.1.2 Εξοπλισμός:

Ο Εξοπλισμός θα χωριστεί στις εξής τρεις κατηγορίες:

1. Εγκατάσταση

- Λόγω του ακριβού εξοπλισμού που πρέπει να προστατευθεί, πρέπει να γίνει εγκατάσταση πόρτας ασφαλείας (η αγορά και η εγκατάσταση ανέρχεται στα **700€**).
- Λόγω του αυξημένου κόστους θέρμανσης (πετρέλαιο και αέριο) και επειδή ο χώρος είναι σε νεόδμητο κτήριο -που μας δίνει το πλεονέκτημα νέων κουφωμάτων- θα πρέπει να γίνει εγκατάσταση δυο κλιματιστικών. Η επιλεγμένη ενεργειακή κλάση A+/ A+++ (η διαφορετικές κλάσεις αναφέρονται ξεχωριστά σε ψύξη και θέρμανση). Συνολικό ποσό απόκτησης και εγκατάστασης είναι **1.200€**.

2. Επίπλωση

Η επίπλωση δεν χρειάζεται να αναλυθεί εις βάθος. Για αυτόν τον λόγο γίνεται η παραδοχή ότι για να επιπλωθεί ο χώρος θα πρέπει δοθεί ένα ποσό γύρω στα **6.000€**.

3. Μουσικά είδη

- Είδη συγκροτήματος:
 - Ντραμς Pearl VB825S Vision
 - Σετ πιατίνια για την ντραμς Meinl MCS Cymbal Set
 - Σκαμπό για ντραμς
 - Σετ μικροφώνων μαζί με σταντ και καλώδια t.bone Drumset
 - Δυο ενισχυτές κιθάρας Ronald Cube-80GX
 - Δυο ποδοδιακόπτες για τους παραπάνω ενισχυτές Rolland GA-FC
 - Τρία σταντ οργάνων Millenium GS-3500B
 - Ενισχυτής μπάσου Gallien Krueger
 - Τρία μικρόφωνα οργάνων Shure SM57 LC
 - Τρία σταντ μικροφώνων οργάνων K&M 25960
 - Τέσσερα μικρόφωνα φωνής Senheiser E845
 - Τρία σταντ μικροφώνων (σπαστά)
 - Ένα σταντ μικροφώνου (ίσιο)
 - Μείκτης εικοσιτεσσάρων καναλιών Behringer SX 2442FX
 - Σετ ηχείων για φωνητικά με ενισχυτή the box PA 252 Eco MKII E800 Set
 - Εικοσιπέντε καλώδια σύνδεσης

Κόστος εξοπλισμού **5278,05€**

- Μουσική Παραγωγή
 - Κεντρική κονσόλα μίξης AIRENCE USB **3.037,10 €**
 - Επέκταση κονσόλας AIRENCE USB EXTENDER **1.582,08 €**
 - Ηχεία (monitors) KRK RP8 RoKit G3 Bundle **499 €**
 - Προενισχυτής ακουστικών ART HeadAMP 4 **58€**
 - Τέσσερα ακουστικά studio Superlux HD-662 F **120€**
 - Τέσσερα μικρόφωνα παραγωγών Shure SM 7 B **1556,00€**
 - Τέσσερις επιτραπέζιες βάσεις μικροφώνου Millenium MA-2050 **156€**

Your Shopping Basket

item	quantity	total price			
✗ Pearl VB825S Vision Rock Red Wine item #: 325379	1	698,00 EUR	✗ Sennheiser E845 price per unit: 105,00 EUR item #: 130758	4	420,00 EUR
✗ Meinl MCS Cymbal Set Plus item #: 314652	1	299,00 EUR	✗ K&M 21070 Black price per unit: 36,00 EUR item #: 269316	3	108,00 EUR
✗ Millenium CB-901 Pro Series item #: 180216	1	49,00 EUR	✗ Millenium MS 2012 item #: 278152	1	27,00 EUR
✗ Millenium DTRAB-1118 Drum Stool pneumat item #: 225429	1	59,00 EUR	✗ Behringer SX 2442FX item #: 217454	1	435,00 EUR
✗ the t.bone Drumset 1 Set item #: 192178	1	399,00 EUR	✗ Cordial CTM 10 FM-BK price per unit: 16,49 EUR item #: 105081	15	247,35 EUR
156982 the t.bone DC 4000	1x		✗ Roland GA-FC price per unit: 91,00 EUR item #: 279994	2	182,00 EUR
160838 Beyerdynamic MKV 87	4x		✗ Shure SM57 LC price per unit: 105,00 EUR item #: 109768	3	315,00 EUR
128513 the sssnake SM10 BK	7x		✗ K&M 25960 price per unit: 53,00 EUR item #: 109867	3	159,00 EUR
133136 Millenium MS-2003	2x		✗ the box PA 252 Eco MKII E800 Set item #: 230435	1	499,00 EUR
130531 Millenium MS-2002 Mic Stand	1x		223282 the box PA 252 ECO MKII	2x	
✗ Roland Cube-80GX price per unit: 366,00 EUR item #: 318869	2	732,00 EUR	173889 the t.amp E800	1x	
✗ Millenium GS-3500 B price per unit: 16,90 EUR item #: 280707	3	50,70 EUR	109364 the sssnake SLL22510	2x	
✗ Cordial CAI 5 BK price per unit: 11,00 EUR item #: 169000	10	110,00 EUR	✗ KRK RP8 RoKit G3 Bundle item #: 326718	1	499,00 EUR
✗ Gallien Krueger MB115-II item #: 305102	1	489,00 EUR	322747 KRK RP8 RoKit G3	2x	
✗ Thomann Creative Bundle #219 price per unit: 399,00 EUR item #: CBDL219	4	1596,00 EUR	239488 the t.akustik ISO-Pad 8	1x	
129929 Shure SM 7 B	1x		✗ ART HeadAMP 4 item #: 112044	1	58,00 EUR
141196 the t.bone YGM 180	1x		✗ Superlux HD-662 F price per unit: 30,00 EUR item #: 245987	4	120,00 EUR
182688 Cordial CCM 10 FM	1x				
✗ Millenium MA-2050 price per unit: 39,00 EUR item #: 165296	4	156,00 EUR			

4. Υπολογιστές

- Κεντρικός υπολογιστής (συνδεδεμένος με την κονσόλα Aircence) Turbo-X Atlas F4550 **990,00€**
- Δυο επιπλέον σκληροί δίσκοι για αποθήκευση Seagate HDD SATA III 4TB 64MB **313.8€**
- Δυο οθόνες LG IPS231P-BN LED Monitor 23" **348€**
- Πληκτρολόγιο και ποντίκι Logitech MK 330 Wireless Desktop Combo **32,48€**
- Τρεις υπολογιστές άλλων εργασιών (δυο για τα γραφεία, ένας για την παραγωγή) Turbo-X Pegasus P100 **1647,00€**
- Τέσσερις κάμερες παρακολούθησης με καταγραφέα και οθόνη Turbo-X DVR Kit TXN-4522 **509,00 €**
- Πέντε πολύμπριζα ασφαλείας Turbo-X Tel με 6 θέσεις **59,60€**

Τα μουσικά είδη είναι όλα επιλεγμένα από την ιστοσελίδα του Thomann Cyberstore. Μετά από επαφή μου με τον υπεύθυνο πωλήσεων Πέτρο Ναλμπάντη, για εταιρίες που εξοπλίζονται από τον Thomann προσφέρουν **2%**. Άρα η συνολική τιμή 7667,05€ διαμορφώνεται σε 7513,71€
Το συνολικό κόστος εξοπλισμού και εγκατάστασης **25.296,27€**

2.1.3 Ιστοσελίδα:

Πέρα από τον εξοπλισμό ένας ραδιοφωνικός σταθμός (συμβατικός και μη) χρειάζεται και διαύλους προώθησης και διαφήμισης. Γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο θα πρέπει να δημιουργηθεί site του σταθμού. Βάσει των αναγκών ενός σταθμού επιλέχτηκε πακέτο διετές με **1.117,50€**. Το πακέτο συμπεριλαμβάνει απεριόριστες επιλογές μενού και σελίδων, δυο έτη domain name (onoma.gr) και Google Adwords (δώδεκα διαφημιστικά μηνύματα), σελίδα στο Facebook, λογαριασμό Twitter και λογαριασμό στο Youtube με δίλεπτο διαφημιστικό βίντεο.

2.1.4 Πνευματικά δικαιώματα:

Όσον αφορά την ελληνική νομοθεσία, η λειτουργία ενός ραδιοφωνικού σταθμού που χρησιμοποιεί κομμάτια καλλιτεχνών είτε ελλήνων είτε ξένων πρέπει να δίνει κάποιο πόσο για την χρήση υλικού τους. Η Ελληνική εταιρία πνευματικών δικαιωμάτων (ΑΕΠΠ), σε συνεργασία με άλλες αντίστοιχες εταιρίες ανά τον κόσμο αναλαμβάνει να κατανέμει τα έσοδα στους καλλιτέχνες. Η κατανομή γίνεται ανάλογα με τον αριθμό κομματιών και την συχνότητα που είναι στον “αέρα” ή αναπαράγονται σε ένα μαγαζί. Η ισχύουσα Νομοθεσία περί πνευματικής ιδιοκτησίας (Ν. 2121/1993), οι Ευρωπαϊκές οδηγίες και οι διεθνείς συνθήκες, παρέχουν στους δημιουργούς των μουσικών έργων, απόλυτα και αποκλειστικά δικαιώματα επί των έργων τους (περιουσιακό – ηθικό), τα οποία υφίστανται και στις περιπτώσεις επιγραμμικών (online) χρήσεων μουσικής (Διαδίκτυο, κινητή τηλεφωνία, IPTV/VOD κ.λ.π.). Για τις άνω νόμιμες χρήσεις (μηχανική εγγραφή σε διακομιστές), μηχανική αναπαραγωγή, παρουσίαση στο κοινό όπως επίσης και το να καθίστανται τα έργα προσιτά στο κοινό σε χρόνο από τόπο που ο χρήστης επιλέγει, προαπαιτείται η έγγραφη άδεια της ΑΕΠΠ, όσον αφορά στο εκπροσωπούμενο ρεπερτόριο. Υπάρχουν δυο τρόποι πληρωμής όσον αφορά του ραδιοφωνικούς σταθμούς. Εφόσον ο σταθμός δεν έχει έσοδα, τότε ανά μήνα πρέπει να δίνεται το ποσό των **60€**.

Η περίπτωση που εξετάζεται είναι όταν ο σταθμός έχει κέρδη, το πόσο μετατρέπεται αυτόματα σε ποσοστό επί των συνολικών εσόδων και μένει σταθερό στο δυο κόμμα δυο τις εκατό (2.2%). Στο ανωτέρω ποσό προστίθεται και ο αναλογών Φ.Π.Α σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία όπως ισχύει σήμερα ή θα ισχύει στο μέλλον.

2.1.4 Ίδρυση εταιρίας:

Για την δημιουργία του ραδιοφωνικού σταθμού θα πρέπει να ιδρυθεί εταιρία. Στην περίπτωση αυτή θα επιλεγθεί μια ετερόρρυθμη εταιρία (Ε.Ε).

Για την ίδρυση ετερόρρυθμης εταιρείας πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη, τα οποία κατά την έκφραση του νόμου υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού (άρθρο 741, Αστικού Κώδικα). Τα ιδρυτικά μέλη της ετερόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το δέκατο όγδοο (18ο) έτος της ηλικίας τους (σύμφωνα με το άρθρο 127 του Αστικού Κώδικα, όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 3 του Ν.1329/83). Συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση προσωπικής εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας.

Διαίρεση των εταίρων της ετερόρρυθμης εταιρείας σε δύο κατηγορίες: τους ομόρρυθμους και τους ετερόρρυθμους. Η ευθύνη των ομόρρυθμων εταίρων απέναντι στους πιστωτές της εταιρείας είναι αλληλέγγυα και απεριόριστη. Η ευθύνη των ετερόρρυθμων εταίρων είναι περιορισμένη και δεν μπορεί να υπερβεί το ποσό της εισφοράς τους στην εταιρεία. Η ετερόρρυθμη εταιρεία δεν χρειάζεται συμβολαιογραφικό έγγραφο για την κατάρτισή της, αντιθέτως αρκεί ένα ιδιωτικό συμφωνητικό. Ο ετερόρρυθμος εταίρος ευθύνεται ως ομόρρυθμος στις περιπτώσεις που αναγράφεται το όνομα του στην επωνυμία της εταιρείας ή συμμετέχει στη διαχείριση και εκπροσώπησή της.

2.1.5 Εξειδικευμένος εξοπλισμός:

Ο εξοπλισμός που θα αναφερθεί παρακάτω αφορά σταθμούς που έχουν δραστηριότητα στο διαδίκτυο.

Με την παραδοχή ότι τα πρώτα χρόνια λειτουργίας του σταθμού δεν θα γίνει αγορά server, αλλά ενοικίαση του. Ο εξυπηρετητής είναι αποκλειστικός (dedicated), αυτό σημαίνει ότι όλη η υπολογιστική ισχύς του μηχανήματος θα είναι στην διάθεση του σταθμού. Με εύρος ζώνης στα 20TB/μήνα μπορούμε να έχουμε σχεδόν απεριόριστο αριθμό ακροατών. Με την δυνατότητα δημιουργίας πολλαπλών ροών προγράμματος μπορούμε να δημιουργήσουμε δικλείδα ασφαλείας σε περίπτωση προβλήματος, με σκοπό να μην διακοπεί η εκπομπή του σταθμού. Το κόστος ενοικίασης ενός αποκλειστικού εξυπηρετητή ανέρχεται στα 99€ όσον αφορά την εγκατάσταση (εφάπαξ) και ανά μήνα **125€**. Με 12μηνο συμβόλαιο συνεργασίας το κόστος εγκατάστασης είναι δωρεάν. Μαζί με τον Φ.Π.Α η τιμή της ενοικίασης είναι στα **153.75€/μήνα**. Μερικά επιπλέον χαρακτηριστικά του εξυπηρετητή παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

CPU	Intel Core i7 920 Quad Core
RAM	48GB DDR3
HDD	2x3 TB SATA II Software Raid 1
Uplink	200 MBIT / 1GB on board
Bandwidth	20 TB/μήνα

Με το συγκεκριμένο συμβόλαιο συνεργασίας ο σταθμός καταχωρείται άμεσα στην λίστα του ραδιοφωνικού portal MultiRadio.gr, πράγμα το οποίο μειώνει το κόστος της προώθησης. Πέρα των παραπάνω χαρακτηριστικά από το τμήμα development της εταιρίας παρέχει την δυνατότητα δημιουργίας εφαρμογής για iPhone/Android με κόστος **100€** ανά εφαρμογή (εφάπαξ). Με την προσθήκη το Φ.Π.Α τιμή ανέρχεται στα **246€** και για τις δυο εφαρμογές.



Dedicated Servers

2.2Προσωπικό:

2.2.1 Παραγωγοί:

Για την κάλυψη του προγράμματος δεν θα ακολουθήσουμε το πρωτόκολλο όλων των σταθμών και αντί για ζωντανό πρόγραμμα από τις 6πμ έως τις 12μμ, θα καλύφθει και ένα επιπλέον δίωρο από τα μεσάνυχτα μέχρι τις 2μμ.

Τα ωράρια θα είναι τα εξής:

✓ Δευτέρα – Παρασκευή

- (06:00 - 10:00) Εκπομπή δυο (2) ατόμων, με κάλυψη ειδήσεων (4 ώρες)
- (10:00 - 13:00) Εκπομπή ενός ατόμου (3 ώρες)
- (13:00 - 16:00) Εκπομπή ενός ατόμου (3 ώρες)
- (16:00 - 20:00) Εκπομπή δυο (2) ατόμων (4 ώρες)
- (20:00 - 23:00) Εκπομπή ενός ατόμου, καλεσμένος καλλιτέχνης ή συγκρότημα (3 ώρες)
- (23:00 - 02 :00) Εκπομπή ενός ατόμου (3 ώρες)

✓ Σάββατο

- (10:00 - 13:00) Εκπομπή ενός ατόμου (3 ώρες)
- (17:00 - 20:00) Εκπομπή ενός ατόμου (3 ώρες)
- (22:00 – 01:00) Live αναμετάδοση συναυλίας ή άλλου μουσικού event

✓ Κυριακή

- (10:00 - 13:00) Εκπομπή ενός ατόμου (3 ώρες)
- (17:00 - 20:00) Εκπομπή ενός ατόμου (3 ώρες)
- (20:00 – 22:00) Καλύτερα αποσπάσματα εκπομπών
- (22:00 – 00:00) Top 30 κομματιών της εβδομάδας

✓ **Συνολικά**

- Τέσσερα (4) άτομα με 20 ώρες την εβδομάδα (Δευτέρα – Παρασκευή).
- Δυο (4) άτομα με 15 ώρες (Δευτέρα – Παρασκευή).
- Δυο (2) άτομα με 6 ώρες (Σαββατοκύριακο με άλλες υποχρεώσεις μέσα στον σταθμό).

2.2.2 Διευθυντικό προσωπικό:

- Γενικός διευθυντής
- Διευθυντής δημοσίων σχέσεων - επικοινωνίας (παραγωγός το Σαββατοκύριακο)
- Διευθυντής πωλήσεων (παραγωγός το Σαββατοκύριακο)
- Διευθυντής οικονομικών

2.2.3 Υπόλοιπο προσωπικό:

- Υπεύθυνος για την ενημέρωση των κοινωνικών δικτύων και της ιστοσελίδας του σταθμού. Συντήρηση υπολογιστών και ροής προγράμματος (streaming).
- Λογιστής για την διευθέτηση οικονομικών και φορολογικών ζητημάτων. Εκτός αυτού θα έχει συνεχή επικοινωνία με τους διευθυντές για συμβουλευτική υποστήριξη.
- **(Εξωτερικός συνεργάτης)** Ηχολήπτης για τις live εμφανίσεις συγκροτημάτων. Θα αναλάβει επίσης κατά την εγκατάσταση του σταθμού στον χώρο την ρύθμιση και τοποθέτηση του ηχητικού εξοπλισμού και παραγωγής.
- **(Εξωτερικός συνεργάτης)** Γραφίστας ο οποίος θα αναλάβει την δημιουργία αφισών εκδηλώσεων και άλλων.

2.3 Μισθοδοσία:

Η πολιτική μισθοδοσίας που θα ακολουθήσει η εταιρία βασίζεται σε τακτική που βοηθά στην αποτελεσματικότητα του προσωπικού, ώστε να εξελίσσεται συνεχώς. Ο μισθός λοιπόν χωρίζεται σε δυο μέρη: Ελάχιστος μηνιαίος μισθός και ποσοστό επί των κερδών της εταιρίας.

- **Μισθός παραγωγών:** 30€ την ώρα και 1 μονάδα συμμετοχής σε κέρδη
- **Μισθός διευθυντών:** 1300€ μηνιαίως με 2 μονάδες συμμετοχής σε κέρδη
- **Μισθός προγραμματιστή:** 550€ με 1 μονάδα συμμετοχής σε κέρδη
- **Μισθός λογιστή:** 1250€ μηνιαίως

(Τα παραπάνω ποσά είναι μεικτά, χωρίς κρατήσεις)

Μονάδες συμμετοχής:

Οι μονάδες συμμετοχής ουσιαστικά είναι ποσοστό επί των μηνιαίων κερδών της εταιρίας. Συνολικά η επιχείρηση αποτελείται από 14 άτομα, οι μονάδες συμμετοχής είναι 18. Αν για παράδειγμα η επιχείρηση σημειώσει καθαρό κέρδος 4.000 € το 50% διανέμεται στο προσωπικό. Τα 2.000 € χωρίζονται σε 18 μονάδες συμμετοχής (111,1€). Εν κατακλείδι ένας παραγωγός που δουλεύει 20 ώρες την εβδομάδα, με την παραπάνω υπόθεση μπορεί ο μισθός του θα διαμορφωθεί στα 711,1€. Ένας διευθυντής έχει την δυνατότητα να λάβει μισθό 1522€.

Με αυτή την τακτική πληρωμών η εταιρία έχει την δυνατότητα να προσφέρει επιπλέον οφέλη μήνες με κέρδος, ενώ αποφεύγει την ζημιά σε περιόδους χωρίς μεγάλες αποδοχές. Τέλος, η ενδυνάμωση του κινήτρου των υπαλλήλων βοηθά την εξέλιξη και αποτελεσματική λειτουργία της εταιρίας ανά τους μήνες.

3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (BUSINESS PLAN):

3.1 Επιτελική Σύνοψη

Η σύσταση και λειτουργία του ραδιοφωνικού σταθμού, ως κύριο στόχο έχει την διείσδυση στην ελληνική αγορά των MME. Για τα τρία πρώτα χρόνια πέρα από το κέρδος, που για κάθε εταιρία είναι κύριο μέλημα, σκοπός είναι απόκτηση ακροαματικότητας από σταθμούς που μπορούν να θεωρηθούν ανταγωνιστές. Στον τρίτο χρόνο ο σταθμός θα έχει καταφέρει να αποσπάσει πολύ αξιόλογα ποσοστά και σχεδόν να περάσει σε ακροαματικότητα σταθμό που πέρα του γεγονότος ότι εκπέμπει και στα FM, λειτουργεί και από το 1989.

Παρά την μεγάλη ποικιλία σε ραδιόφωνα, πάντα υπάρχει χώρος για κάτι νέο. Κάτι νέο με σκοπό να έρθει για να μείνει. Τα μεγαλύτερα rock ραδιόφωνα απαρτίζονται από ανθρώπους μεγάλης ηλικίας με συγκεκριμένο τρόπο σκέψης και σαν ραδιόφωνα δεν επεκτείνονται πλήρως στον τομέα της διασκέδασης. Η ευκαιρία που πρέπει να εκμεταλλευτεί ο σταθμός είναι η δημιουργία ενός τρόπου ψυχαγωγίας και ενημέρωσης που εμπεριέχει και ποιοτικές προτάσεις για έξοδο. Μια νέα ολοκληρωμένη τάση για νέους, αλλά και μεγαλύτερες ηλικίες που θα φέρει την αγνή rock μουσική πίσω στην ζωή.

Πρόκειται για έναν ραδιοφωνικό σταθμό ο οποίος δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο. Κύριο χαρακτηριστικό που τον ξεχωρίζει είναι η ύπαρξη πλήρους εξοπλισμένου στούντιο ηχογραφήσεων και ζωντανών εμφανίσεων. Η ροή προγράμματος του θα περιλαμβάνει μουσική, ενημέρωση και ψυχαγωγία. Το είδος της μουσικής το οποίο θα αντιπροσωπεύει ο σταθμός, θα είναι mainstream rock.

Ένα χαρακτηριστικό που θα κάνει την διαφορά σε σχέση με άλλα ραδιόφωνα, είναι η σκέψη για δημιουργία πιστού κοινού με την έννοια ότι ο σταθμός σκοπό έχει να γίνει μέρος της καθημερινότητας του ακροατήριου, καθώς και της διασκέδασης μέσα στο σαββατοκύριακο. Με την χρήση κάρτας μέλους ο σταθμός έχει την δυνατότητα εσόδων, αλλά και απόκτησης αφοσιωμένων ακροατών, αφού και το ίδιο θα έχει απολαβές από την απόκτηση της κάρτας.

Το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε δεν περιορίζεται από επαγγελματικά ή προσωπικά ενδιαφέροντα αλλά ούτε από το βιοτικό επίπεδο. Στοχεύουμε κυρίως τις ηλικίες από 16 έως 50, εκμεταλλευόμενοι τη δυνατότητά τους να υιοθετήσουν νέες υπηρεσίες. Με τα μακροπρόθεσμα σχέδια επέκτασης και στα FM ο σταθμός έχει την ικανότητα να καλύψει μεγαλύτερο φάσμα ηλικιών.

Στην Ελλάδα υπάρχουν διαδικτυακοί αλλά και συμβατικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί οι όποιοι έχουν αντιπροσωπεύουν το ίδιο είδος μουσικής (mainstream, rock) με τον “Shin Radio”. Επειδή το ραδιόφωνο στηρίζεται στο γούστο που έχει ο κάθε άνθρωπος για την μουσική, η ύπαρξη άλλων ραδιοφωνικών σταθμών δεν αποτελεί λόγο ανησυχίας για την επιτυχία του εγχειρήματος. Παρόλα αυτά μπορούμε να θεωρήσουμε κύριους ανταγωνιστές του σταθμού τους εξής δυο: Red 96.3 FM και Rock 96.9. Οι δυο αυτοί σταθμοί είναι προς το παρόν οι επικρατέστεροι και αποσπούν σεβαστά ποσοστά ακροαματικότητας. Στην πορεία του business plan θα δούμε ότι με σωστή στρατηγική μπορούμε να φτάσουμε την ακροαματικότητα του Rock FM 96.9 μέσα σε 3 χρόνια πράγματα που δίνει σιγουριά για την επιτυχία του σταθμού.

Το αρχικό κόστος της επένδυσης είναι 65.000 € και είναι χωρίζεται σε τρεις εταίρους, καθώς και ένα δάνειο ύψους 40.000 €. Με λίγα λόγια ανά άτομο που ενδιαφέρεται να επενδύσει, το αρχικό κεφάλαιο είναι πολύ μικρό και βολεύει μια επένδυση που γρήγορα μπορεί να αποφέρει κέρδη σε μια εποχή με δύσκολες οικονομικές συνθήκες.

Με την βοήθεια του σωστού marketing και επικοινωνίας, ο σταθμός μπορεί να γίνει σε μικρό χρονικό διάστημα το κέντρο της προσοχής. Η επιτυχία του σταθμού βασίζεται και σε ένα πολύ μεγάλο βαθμό στην αποδοτικότητα του προσωπικού. Στην αγορά εργασίας υπάρχει νέος κόσμος με πολλές σπουδές, υψηλή κατάρτιση και όρεξη για εργασία. Με αυτά τα χαρακτηριστικά η εταιρία έχει όσον αφορά το προσωπικό, την καλύτερη ποιότητα σε ανθρώπινο δυναμικό. Πέρα από τα αυστηρά κριτήρια με τα όποια αυτό θα επιλεγεί, ο μισθός του έχει άμεση εξάρτηση από την επιτυχία και απήχηση που έχει ο σταθμός. Εξασφαλίζοντας έτσι την ένθερμη ενασχόληση του προσωπικού με τον σταθμό.

Ως στόχος της εταιρίας είναι ο Shin Radio να γίνει η πρώτη επιλογή των νεαρών ηλικιών όσον αφορά την ροκ μουσική. Πέρα από την μουσική σκοπό ο σταθμός είναι να δημιουργήσει μια νέα τάση ψυχαγωγίας με σκοπό να εντυφώσει στην καθημερινή ζωή του κοινού και να ξεφύγει από τις κλασσική γραμμή πλεύσης που ακολουθούν άλλοι σταθμοί, οργανώνοντας εκδηλώσεις κάθε μήνα που θα αποτελούν την καλύτερη επιλογή διασκέδασης για νέους.

Όσον αφορά την στρατηγική μετά τα τρία χρόνια που καλύπτει το Business Plan ο σταθμός σκοπό έχει να επεκταθεί και στα FM, με αυτόν τον τρόπο μπορεί να αποκτήσει επιπλέον κοινό, κάνοντας αισθητή την παρουσία του και στον ραδιόφωνο του αυτοκινήτου και όχι μόνο. Με αυτή την νέα επέκταση δίνεται η δυνατότητα στον σταθμό να επεκτείνει το target group του σε μεγαλύτερες ηλικίες. Τέλος, ο σταθμός θα έχει και την οικονομική ευχέρεια να επενδύσει και σε τεχνολογίες όπως το **D.A.B** (Digital Audio Broadcasting).

3.2 Εταιρική παρουσίαση:

Η “Shin Music Productions” είναι η εταιρία τύπου Ε.Ε και αποτελεί το νομικό πρόσωπο του ραδιοφωνικού σταθμού “Shin Radio”. Ο σταθμός λειτουργεί στο διαδίκτυο με το δικό του στούντιο παραγωγής, αλλά και ηχογραφήσεων. Μια «φρέσκια» πρόταση που απαρτίζεται από τόλμη, σωστή επιλογή εξοπλισμού και στρατηγική γραμμή.

Ακολουθεί το λεπτομερές επιχειρηματικό σχέδιο που δείχνει την πορεία αυτής της επιχείρησης μέσα σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον.



Έχοντας λάβει υπόψη προτιμήσεις των ακροατών επιλέχτηκαν συγκεκριμένες τεχνολογίες και τακτικές που αποτελούν **κλειδιά** για μια ανοδική πορεία του σταθμού οι οποίες παρουσιάζονται παρακάτω:

- Ο Shin Radio διαθέτει πλήρως εξοπλισμένο στούντιο με σκοπό ζωντανές (live) εμφανίσεις συγκροτημάτων. Αυτό δίνει το προβάδισμα στον σταθμό ότι μπορεί να είναι ο πρώτος που θα παρουσιάζει σχήματα της ελληνικής και ξένης ροκ σκηνής.
- Η πλειοψηφία των ιστοσελίδων διαφόρων σταθμών είναι αρκετά «φτωχές» σε σχεδίαση και λειτουργικότητα, πράγμα το οποίο δίνει το πλεονέκτημα ότι μια καλοσχεδιασμένη ιστοσελίδα κερδίζει το κοινό ευκολότερα, σε σχέση με μια δύσχρηστη σελίδα που απωθεί τον χρήστη.
- Η ποιότητα ήχου που θα προσφέρει ο σταθμός στους ακροατές είναι από τις υψηλότερες στην αγορά. Ο ακροατής έχει την δυνατότητα να ακούσει την ροή προγράμματος στα 128kbps, αυτή η ποιότητα αγγίζει την ποιότητα μουσικής των Audio CD, με αυτόν τον τρόπο ο ακροατής απολαμβάνει «κρυστάλλινο» ήχο στον υπολογιστή του καθώς και στο κινητό τηλέφωνό του (τύπου Smartphone).
- Γίνεται χρήση των κορυφαίων πρωτοκόλλων μετάδοσης πολυμέσων όπως είναι το ShoutCast 2.2.0. Για την εκπομπή γίνεται χρήση του Aircast 4.3, λογισμικού που εκμεταλλεύεται όλες τις δυνατότητες της κονσόλας AIRENCE USB που συμπεριλάβαμε στην κοστολόγηση του εξοπλισμού. Πρόκειται για την τελευταία λέξη της τεχνολογίας όσον αφορά τον εξοπλισμό ραδιοφωνικών σταθμών.

3.3 Προϊόντα και υπηρεσίες:

Το “Shin Radio” προσπαθεί να παρέχει υψηλής ποιότητας Ροκ μουσική . Μέσω εκδηλώσεων θα προσπαθήσει να αλλάξει τον τρόπο αντιμετώπισης του ροκ στοιχείου στην Ελλάδα και να διαμορφώσει ένα νέο μεγαλύτερο ακροατήριο.

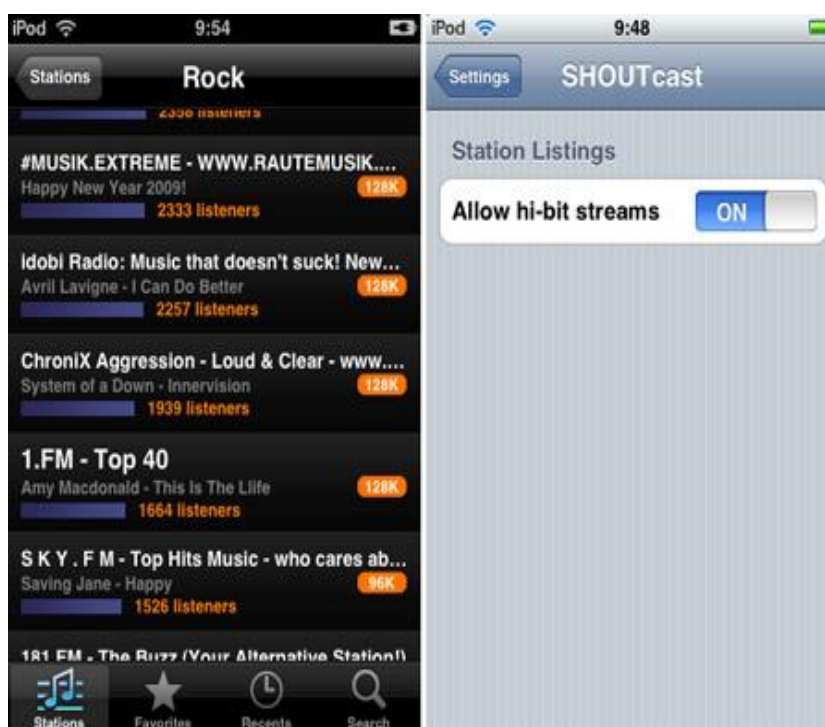
Οι παράγοντες που θα δώσουν στο “Shin Radio σαφές πλεονέκτημα είναι η πρόσληψη παραγωγών με εμπειρία και γνώση στο ροκ στοιχείο. Εκτός αυτού ο “Shin Radio” θα αλλάξει ριζικά τον τρόπο παρουσίασης της εκπομπής από τους παραγωγούς. Οι παραγωγοί στον αέρα του σταθμού θα καλύπτουν μουσικά νέα και θα αλληλεπιδρούν με το κοινό. Δυστυχώς πολλοί παραγωγοί άλλων ραδιοφωνικών σταθμών απλά επικεντρώνονται στην προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών, αλλοιώνοντας έτσι την πραγματική ταυτότητα και σκοπό του ραδιοφώνου.

Κύρια πηγή εσόδων για την εταιρία είναι:

- Διαφημιστικά «σποτ» που θα παίζονται στον αέρα του “Shin Radio”.
- Διαφημιστικές φωτογραφίες (banners), ή άλλο διαφημιστικό υλικό στην ιστοσελίδα του σταθμού ή στα μέσα κοινωνική δικτύωσης. Η χρέωση θα γίνεται με την τακτική CPC (Cost Per Click).
- Εκδηλώσεις που αναλαμβάνει να οργανώνει ή να συμμετάσχει ο “Shin Radio”. Τέτοιες ενέργειες αποτελούν ένα μεγάλο κομμάτι στην συντήρηση και ανάπτυξη του σταθμού, καθώς πέρα από τα κέρδη γίνεται και μια αρκετά δυναμική προώθηση του σταθμού.
- Εγγραφές μελών επί πληρωμή με κάποια προνόμια όσον αφορά εκδηλώσεις και άλλες προσφορές. Με την σύναψη συμφωνιών με άλλες εταιρίες και οργανισμούς ο σταθμός έχει την δυνατότητα να προσφέρει έναντι κάποιου ποσού κάποια επιπλέον προνόμια σε ακροατές που τον στηρίζουν με την συνδρομή τους.
- Γραπτά μηνύματα (SMS) αυξημένης χρέωσης.

3.4 Συνοπτική ανάλυση της αγοράς:

Στις μέρες μας παρατηρείται αύξηση των χρηστών του διαδικτύου από μία πληθώρα συσκευών, ενώ πολλοί είναι εκείνοι που έχουν αντικαταστήσει το συμβατικό ραδιόφωνο με το ραδιόφωνο μέσω του διαδικτύου. Πάνω από το 95% νέων από ηλικίες 13 και άνω, έχουν ένα ή παραπάνω έναν ή παραπάνω τρόπους να ακούσουν διαδικτυακούς σταθμούς καθώς πέρα από τον υπολογιστή δίνεται η δυνατότητα της πρόσβασης και από το έξυπνα τηλέφωνα (smartphones) ή ταμπλέτες (tablets).



Το “Shin Radio” ιδρύεται με σκοπό να γίνει το νούμερο 1 ελληνικό ροκ ραδιόφωνο στην Ελλάδα. Σήμερα ελάχιστοι ραδιοφωνικοί σταθμοί αγκαλιάζουν το ροκ είδος, περίπου εξήντα τρεις (63). Από αυτούς τους σταθμούς μόνο τρεις (3) είναι Αθηναϊκοί και εκπέμπουν και στα FM. Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται τα ονόματα όλων των ελληνικών Ροκ σταθμών. Με κόκκινο χρωματισμό φαίνονται οι τρεις (3) βασικοί ανταγωνιστές με κριτήριο την τοποθεσία και την εκπομπή του προγράμματος στα FM.

1055 Rock 105.5	FuzzRadio	Passenger	Rockharadio
Rainbow 89	Grassagoogoo	Passenger Radio	RockMachine
Alter2youGreek-World	InRaSta	Perfect Radio 103,3	Rockvelvet
Atlantis FM 105.2	Issallos art studio	Radio - Sense	Satisfactory
CR Radio	Just Radio	Radio 1D	Studio E 103
Crash Radio	Kwni Radio	Radio Cancelled	sweetFM
Dazz Radio	Libido Radio	Radio Gold @net	sweetFM 96k
DELICIOUS RADIO	Lizard Radio	Radio Heaven	TargetRadio
DistortionRadio	Los almiros rock radio	Radio Isart	Time Radio
dRadio	Magiclamp Radio	Radio Jukebox	Twisted Radio
Driver FM	Monkey Webradio	Radio maga	VoodooRadio
Energy FM	MU.F.A.	Radio848	VOX 103.3
e-Rock Radio	Music Alley	Red 96.3	Wave Fm 97.4
FlexiRadio	Music Dreams	Rock FM 96.9	Wild Radio
Focus Radio	Octava Radio	Rock Radio 104.7	Μουσικές EBEERIEΣ
Freedomway Radio	Paradise Radio 90.3	Rock Revenge	Πηγή Live24

Μετά από έρευνα ευχρηστίας, λειτουργικότητας και εμφάνισης στις ιστοσελίδες των σταθμών, ελάχιστοι είναι άξιοι λόγου καθώς διαθέτουν μικρό προϋπολογισμό (Budget) σε σχέση με αυτόν που θα διαθέσει το Shin Radio στην σχεδίαση και επιμέλεια της σελίδας. Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνονται με πράσινο χρωματισμό οι σελίδες που διαθέτουν άξια λόγου ιστοσελίδα.

1055 Rock 105.5	FuzzRadio	Passenger	Rockharadio
Rainbow 89	Grassagoogoo	Passenger Radio	RockMachine
Alter2youGreek-World	InRaSta	Perfect Radio 103,3	Rockvelvet
Atlantis FM 105.2	issallos art studio	Radio - Sense	Satisfactory
CR Radio	Just Radio	Radio 1D	Studio E 103
Crash Radio	Kwni Radio	Radio Cancelled	sweetFM
Dazz Radio	Libido Radio	Radio Gold @net	sweetFM 96k
DELICIOUS RADIO	Lizard Radio	Radio Heaven	TargetRadio
DistortionRadio	Los almiros rock radio	Radio Isart	Time Radio

dRadio	Magiclamp Radio	Radio Jukebox	Twisted Radio
Driver FM	Monkey Webradio	Radio maga	VoodooRadio
ENERGYFM	MU.F.A.	Radio848	VOX 103.3
e-Rock Radio	Music Alley	Red 96.3	Wave Fm 97.4
FlexiRadio	Music Dreams	Rock FM 96.9	Wild Radio
Focus Radio	Octava Radio	Rock Radio 104.7	Μουσικές EBEERIEΣ
Freedomway Radio	Paradise Radio 90.3	Rock Revenge Radio	Πηγή Live24

Βάσει των δύο παραπάνω πινάκων μπορούμε να θεωρήσουμε κύριους ανταγωνιστές του σταθμού, τους εξής:

Ακροαματικότητα 2013	26 Μαρτίου έως 6 Απριλίου	7 Απριλίου έως 3 Ιουνίου	Άνοδος
	6.8 %	6.4 %	- 0.4 %
	5.2 %	5.4 %	0.2 %

Οι παραπάνω σταθμοί είναι οι κύριοι ροκ σταθμοί που έχουν το πλεονέκτημα ότι εκπέμπουν και στα FM και στο διαδίκτυο, πράγματα το οποίο αυξάνει την πρόκληση. Με τον τρόπο αυτόν, σε περίπτωση που ο “Shin Radio” περάσει τα στατιστικά των δυο αυτών σταθμών, θα είναι στην κορυφή του ελληνικού Ροκ-Ραδιοφώνου.

Σαν έμμεσους ανταγωνιστές μπορούμε να θεωρήσουμε οποιαδήποτε υπηρεσία προσφέρει υπηρεσίες μουσικής.

- Μια από αυτές είναι το **Spotify** της Cosmote, το **Napster** της Vodafone. Αυτές οι υπηρεσίες δίνουν την δυνατότητα στον χρήστη να ετοιμάσει τις δικές του μουσικές λίστες προτείνοντας τους παράλληλα και νέα κομμάτια και συγκροτήματα. Ο κίνδυνος αυτών των υπηρεσιών έγκειται στο ότι ο χρήστης ακούγοντας έτοιμες λίστες δεν θα έχει την ανάγκη να ακούσει ραδιόφωνο.
- Υπηρεσίες **P2P** (Peer-to-peer) αποτελούν τον κύριο άξονα διακίνησης πειρατικού οπτικό-ακουστικού υλικού.
- Πειρατικοί ραδιοσταθμοί. Ενώ δεν αποτελούν άμεσοι απειλή, παράνομοι ραδιοσταθμοί αποσπώνε ένα ποσοστό ακροατών που δυνητικά θα μπορούσε να ακούσει τον σταθμό.
- Ανά τα έτη το Youtube έχει εξελιχθεί δραματικά όσον αφορά στην διαχείριση του υλικού. Ο χρήστης μπορεί εύκολα να δημιουργήσει λίστες κομματιών. Εκτός αυτού η τεχνικές που εφαρμόζει η ιστοσελίδα στις προτάσεις αντιστοιχών βίντεο μπορεί θέση σε κίνδυνο έναν σταθμό καθώς η ανάγκη της εξερεύνησης νέων κομματιών και προτάσεων καλύπτεται πλήρως.

Άμεσοι Ανταγωνιστές	Έμμεσοι Ανταγωνιστές
Red 96.3 FM	Spotify, Napster
Rock 96.9 FM	P2P(μTorrent, bitTorrent, FrostWire)
-	Πειρατικοί Σταθμοί
-	Youtube, Daily Motion

SWOT- PEST ANALYSIS:

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται η SWOT και PEST ανάλυση για τον σταθμό.

- Η ανάλυση **SWOT** είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης, όταν η επιχείρηση πρέπει να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους.

Το αρκτικόλεξο SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (αντίστοιχα στα ελληνικά: δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές).

- Η ανάλυση **PEST** είναι ένα στρατηγικό εργαλείο του Μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται για την ανάλυση του Μακροπεριβάλλοντος μίας επιχείρησης. Με την έννοια του περιβάλλοντος δεν εννοούμε το φυσικό περιβάλλον αλλά τα συστήματα και τις δομές που περιβάλλουν μία επιχείρηση.

Το αρκτικόλεξο SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: Political, Economical, Social, Technological (αντίστοιχα στα ελληνικά με ελεύθερη μετάφραση: κοινωνικό περιβάλλον, οικονομικό περιβάλλον, κοινωνικό περιβάλλον, τεχνολογικό περιβάλλον).

SWOT

Strengths / Δυνατά σημεία - Εκμετάλλευση της περιοχής (Γκάζι – Κεραμεικός) για εκδηλώσεις που διοργανώνει ο σταθμός - Εξοπλισμός ήχου και εγκαταστάσεις - Στούντιο για τη φιλοξενία συγκροτημάτων και καλλιτεχνών	Weaknesses/Αδύναμα σημεία - Δυο μεγάλοι ανταγωνιστές που εκπέμπουν και στα FM - Πίσω από μερικούς σταθμούς κρύβονται μεγάλα ονόματα στο χώρο των ελληνικών επιχειρήσεων - Ο σταθμός δεν εκπέμπει από την αρχή στα FM - Ροκ είδος περιορίζει το “target group”
Opportunities / Ευκαιρίες - Πολλά ανερχόμενα Ροκ συγκροτήματα και καλλιτέχνες - Μεγάλη προσφορά σε παραγωγούς και προσωπικό, λόγω ανεργίας - Ανάγκη για ανανέωση ραδιοφωνικού τοπίου - Συνεχής διεξόδυση του Διαδικτύου στην ελληνική κοινωνία.	Threats / Απειλές - Νέες τεχνολογίες που μπορούν να απειλήσουν το μέλλον του ραδιοφώνου «Σαμποτάζ» από αντίπαλους σταθμούς, για να αντικρούσουν την πρωτοβουλία - Η δημιουργία του σταθμού μπορεί να μην έχει απήχηση στο κοινό και να μην καταφέρει να αποσπάσει κομμάτι της ακροαματικότητας

PEST

Political / Πολιτικά - Νομοθεσία πάνω σε πνευματικά δικαιώματα - Εφαρμοζόμενες πολιτικές των εκάστοτε κυβερνήσεων - Πίεση από ευνοούμενες από την κυβέρνηση ανταγωνίστριες επιχειρήσεις - Μονοπωλιακές τακτικές	Economic / Οικονομικά - Εταιρίες παραγωγής - Φορολογία μικρομεσαίων επιχειρήσεων - Πειρατεία - Αύξηση πληθωρισμού - Τιμολόγηση εργασίας - Ανταγωνιστές σταθμοί
Social / Κοινωνικά - Εκδηλώσεις και πρότυπα που προβάλλονται στο κοινό - Εθνικοί και Θρησκευτικοί παράγωγοι - Επιρροή των διαφόρων κοινωνικών δικτύων (Facebook, Twitter, Google +) στην καθημερινότητα - Διαφήμιση και δημοσιότητα - Κριτικές σε ιστοσελίδες και εφημερίδες - Μουσικά ρεύματα τα οποία αλλάζουν ανά τα χρόνια	Technological / Τεχνολογικά - Συνεχώς αυξανόμενοι χρήστες του διαδικτύου - Νέες τεχνολογίες επιτρέπουν μεγαλύτερες ταχύτητες στο διαδίκτυο - Εξαιρετική ποιότητα ήχου βασισμένες σε νέα πρωτόκολλα μετάδοσης - Μεγάλο εύρος συσκευών με πρόσβαση στο διαδίκτυο

3.5 Διαχείριση - Management:

Για την επιτυχία του σταθμού σημαντικό είναι να υπάρχουν απαραίτητα κριτήρια για την επιλογή του προσωπικού. Παρακάτω περιγράφονται τα προσόντα ανά ομάδες προσωπικού που προηγουμένως αναφέραμε στην κοστολόγηση εξοπλισμού και προσωπικού.

- **Παραγωγοί:**

- ✓ Σπουδές τριτοβάθμια εκπαίδευσης σε σχολές Επικοινωνίας, Μέσων Ενημέρωσης ή Δημόσιων Σχέσεων, Οικονομικών, Marketing ή ευρύτερα σπουδές και κατάρτιση στους τομείς της επικοινωνίας και των Μέσων Ενημέρωσης.
- ✓ Εμπειρία από προηγούμενες απασχολήσεις στην παραγωγή μουσικών ραδιοφωνικών εκπομπών.
- ✓ Σπουδές ή κατάρτιση στην αγωγή του λόγου (ορθοφωνία).
- ✓ Εξάσκηση στην τεχνική απόδοσης της αποτελεσματικής – σύντομης – περιεκτικής ομιλίας. Να μπορεί να αποδείξει πως μετατρέπει τον λόγο (την οποιαδήποτε μορφή του) σε ραδιοφωνικό.
- ✓ Εξάσκηση στην πειστική ομιλία και κειμενογραφία. Τεχνικές με τις οποίες θα μετατρέπει σε πειστικά τα μηνύματά του.
- ✓ Γνώση στην ανάλυση και ερμηνεία των ερευνητικών αποτελεσμάτων.
- ✓ Γνώσεις στην κοινωνική ψυχολογία. Πώς συμπεριφέρεται το ακροατήριο;
- ✓ Ιδιαίτερα καλή γνώση του κώδικος επικοινωνίας του ραδιοφωνικού μέσου.
- ✓ Μουσικές γνώσεις και έρευνα στο μουσικό πεδίο.
- ✓ Ιδιαίτερα καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας. Ιδιώματα – συντακτικό – ετυμολογία – γραμματική.

- ✓ Ιδιαίτερα καλή γνώση της Αγγλικής γλώσσας. Προφορά – λεξιλόγιο.
- ✓ Γνώσεις στην ιδανική επικοινωνία.
- ✓ Γνώσεις στην ψυχολογία και την συμπεριφορά.
- ✓ Γνώσεις στρατηγικού σχεδιασμού, ώστε να γίνεται κατάρτιση της θεματολογίας και το σύνολο της εκπομπής όσο πιο αποτελεσματικά γίνεται.
- **Διευθυντής Δημοσίων Σχέσεων:**
 - ✓ Προϋπηρεσία τουλάχιστον 5 ετών σε αντίστοιχη θέση τομέα επικοινωνίας ή Δημοσίων Σχέσεων.
 - ✓ Να έχει διαχειριστεί Επικοινωνιακά Κρίσεις αλλά επιπλέον να είναι σε θέση να παρουσιάσει τις επιτυχίες του στον σχεδιασμό και την υλοποίηση Προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων.
 - ✓ Να είναι καλός ομιλητής , με σωστή σωματική επικοινωνία , συνεχή ροή λόγου , καλή φωνή με καλή ορθοφωνία , να χειρίζεται σωστά τον λόγο.
 - ✓ Σημαντικό προσόν , η ευχέρεια στις παρουσιάσεις.
 - ✓ Θα πρέπει να έχει στρατηγική σκέψη .
 - ✓ Να είναι άριστος γνώστης των νέων τεχνολογιών .
 - ✓ Είναι σημαντικό να έχει μελετήσει ψυχολογία και κοινωνιολογία .
 - ✓ Να μπορεί να πραγματοποιεί depth interview (συνεντεύξεις σε βάθος – εφαρμογή της ποιοτικής έρευνας) .

- ✓ Απαραίτητο προσόν η ευχέρεια στην ανάπτυξη σχέσεων , το ομαδικό πνεύμα και να εμπνέει τους συνεργάτες του .
- ✓ Το αντικείμενο σπουδών του να είναι σε κάποιον απο τους τομείς της Επικοινωνίας , των Μέσων Ενημέρωσης , Κοινωνιολογία , Ψυχολογία , Διοίκηση Επιχειρήσεων και βεβαίως στις Δημόσιες Σχέσεις.
- ✓ Να μπορεί να διαχειρίζεται αποτελεσματικά τον χρόνο του και να έχει τη δυνατότητα να ταξιδεύει συχνά .
- ✓ Να διαθέτει ισχυρή κράση και να αντέχει κάτω από δύσκολες και αντίξοες συνθήκες .
- ✓ Θα πρέπει να έχει εξαιρετικό dress code (να ντύνεται ιδανικά για τη θέση του και το είδος της επιχείρησης στην οποία βρίσκεται) .
- ✓ Είναι απαραίτητο να πιστεύει στον ανθρωπισμό και να διέπεται από τις αρχές και τις αξίες του Ήθους , της Αξιοπιστίας , της Συνέπειας , της Ειλικρίνειας και της Διαφάνειας .
- ✓ Να χειρίζεται με άνεση τον προφορικό λόγο και να γράφει με άριστο τρόπο κείμενα δημοσιότητας (άρθρα – δελτία τύπου – ομιλίες) .
- ✓ Να μιλά τουλάχιστον την Αγγλική γλώσσα.
- ✓ Συνεχής μελέτη του αντικειμένου του.
- ✓ Να γνωρίζει με λεπτομέρειες την ιστορία των Δημοσίων Σχέσεων και να εφαρμόζει στην πράξη τον κώδικα Ηθικής.

- **Διευθυντής πωλήσεων:**

- ✓ Πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σε Α.Ε.Ι και μεταπτυχιακό τίτλο από σχολή διοίκησης επιχειρήσεων.
- ✓ Γνώσεις μάρκετινγκ και πωλήσεων.
- ✓ Διαπροσωπικά προσόντα, διπλωματία και ικανότητα πειθούς κατά τη διαπραγμάτευση.
- ✓ Ικανότητα κατανόησης των αναγκών των πελατών.
- ✓ Ικανότητα επιτήρησης και κινητοποίησης μιας ομάδας.
- ✓ Αντοχή στην πίεση και στο άγχος.
- ✓ Καλό επίπεδο γνώσης μιας ή περισσότερων ξένων γλωσσών μπορεί να είναι αναγκαίο.
- ✓ Ικανότητα αξιολόγησης κινδύνων και λήψη αποφάσεων.
- ✓ Καλές δεξιότητες διοίκησης και οργάνωσης.
- ✓ Αναλυτικές δεξιότητες και ικανότητα καθαρής επεξήγησης πολύπλοκων καταστάσεων.
- ✓ Ικανότητα πρόληψης και σχεδιασμού, ειδικά όταν πρόκειται για τις αγορές.

- **Διευθυντής Οικονομικών:**

- ✓ Πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σε Α.Ε.Ι και μεταπτυχιακό δίπλωμα στα χρηματοοικονομικά, στη λογιστική, στα οικονομικά, ή στη διοίκηση επιχειρήσεων.
- ✓ Δεξιότητες αναλυτικής σκέψης και επίλυσης προβλημάτων.
- ✓ Οικονομικές και μαθηματικές δεξιότητες και διαπροσωπικά προσόντα.
- ✓ Κριτική σκέψη και συλλογισμός για την αναγνώριση των δυνατών και αδυνάτων σημείων των εναλλακτικών λύσεων στα προβλήματα.
- ✓ Εξέταση των σχετικών κοστών και οφελών του δυναμικού των δραστηριοτήτων για να επιλεγεί η πιο κατάλληλη.
- ✓ Δεξιότητες γραψίματος και παρουσίασης για αποτελεσματική επικοινωνία.
- ✓ Ομαδική εργασία και δεξιότητες διοίκησης.
- ✓ Γνώσεις τεχνολογίας πληροφοριών περιλαμβανομένης της ικανότητας για πολύπλοκους υπολογισμούς σε λογιστικά φύλλα.

- **Λογιστής:**

- ✓ Πτυχίο από ΑΕΙ λογιστικής κατεύθυνσης ή ΤΕΙ Λογιστικής.
- ✓ Τουλάχιστον διετής προϋπηρεσία στο αντικείμενο.
- ✓ Άριστη γνώση της αγγλικής γλώσσας.

- ✓ Γνώση και η ευχέρεια στη χρήση λογιστικού πακέτου και του Ελληνικού Γενικού Λογιστικού Σχεδίου (ΕΓΛΣ-Greek General Chart of Accounts).
- ✓ Άριστη γνώση ηλεκτρονικού υπολογιστή καθώς και της σουίτας Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint).
- ✓ Ο οργανωτικές ικανότητες και πνεύμα ομαδικότητας.

- **Προγραμματιστής:**

- ✓ Πτυχίο από ΑΕΙ ή ΤΕΙ με αντικείμενο την πληροφορική.
- ✓ Τουλάχιστον διετής προϋπηρεσία στο αντικείμενο.
- ✓ Διαχείριση βάσεων δεδομένων (**MySQL**).
- ✓ Γνώση στην διαχείριση σελίδων σε περιβάλλον **Wordpress**.
- ✓ Γνώση **Java, HTML(5), PHP**.
- ✓ Ικανότητα στην δημιουργία **Javascript**.
- ✓ Εξοικειωμένος με την φιλοσοφία κοινωνικών δικτύων
- ✓ Γνώσεις στην διαχείριση σελίδων και λογαριασμών Facebook, Twitter, Google+.
- ✓ Σωστή ανάγνωση στατιστικών Facebook.

- **Γραφίστας:**

- ✓ Πτυχίο από ΤΕΙ γραφιστικής ή ΙΕΚ.
- ✓ Εμπειρία στο αντικείμενο (προϋπηρεσία προορατική).
- ✓ Γνώση σε Adobe Web Cs5.5, Adobe Photoshop, Illustrator.

Ως επιχείρηση θεωρούμε πολύ σημαντική την προϋπηρεσία και το καταρτισμένο προσωπικό, καθώς για την σωστή λειτουργία του σταθμού όλοι οι υπάλληλοι πρέπει να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους. Η εξάρτηση μεταξύ παραγωγών διευθυντών και των υπολοίπων ανθρώπων του σταθμού είναι μεγάλη, για αυτό και τα κριτήρια που αναλύσαμε παραπάνω κρίνονται απαραίτητα.

3.6 Οικονομικό Σχέδιο - Financial Plan:

3.6.1 Τιμολόγηση υπηρεσιών σταθμού:

Με σκοπό την απόκτηση εσόδων ο σταθμός προσφέρει συγκεκριμένες υπηρεσίες σε πελάτες αλλά και το κοινό. Με αυτόν τον τρόπο θα γίνει απόσβεση της επένδυσης και η συντήρηση και κερδοφορία του σταθμού.

- **Διαφήμιση στον «αέρα» της ροής προγράμματος:**
 - Μηνιαίο πακέτο προβολής **Basic**: Πέντε διαφημιστικά (spot) ημερησίως **150€** και δώρο δέκα spot.
 - Μηνιαίο πακέτο προβολής **Value**: Δέκα spot ημερησίως **275€** και δώρο είκοσι spot.
 - Μηνιαίο πακέτο προβολής **Advanced**: Είκοσι spot ημερησίως **600€** και δώρο δέκα επιπλέον spot επικεντρωμένα σε ώρες υψηλής ακροαματικότητας (9π.μ με 1μ.μ) και (9μ.μ με 12 μ.μ).

- **Διαφήμιση στην σελίδα:**

Εφόσον ο σταθμός εφαρμόζει πολιτική CPC χρεώσεων στον ιστότοπο του η τιμολόγηση διαμορφώνεται ως εξής:

- Μόνο φωτογραφία (banner) της επιχείρησης, το κόστος ανά κλικ είναι στα **0,10 €**.
- Φωτογραφία και επιπλέον πληροφορίες ή αξιολόγηση (αν πρόκειται για επιχείρηση στον χώρο της εστίασης ή κάποια άλλη επιχείρηση τουρισμού) στην σελίδα των χορηγών του σταθμού. Το κόστος ανά κλικ ανέρχεται στα **0,25€** (καθώς καταναλώνονται επιπλέον υπολογιστικοί πόροι).

- **Κάρτα μέλους:**

Οι κάρτες μέλους αποτελούν μια επιπλέον πολιτική εσόδων την οποία δεν έχουν υιοθετήσει άλλοι σταθμοί. Η κάρτα προσφέρει προνόμια στον ιδιοκτήτη της όπως:

- Επιπλέον συμμετοχές σε κληρώσεις. Με την αποστολή ενός SMS κλήρωσης (όπως περιγράφονται παρακάτω) θα έχει παραπάνω από μια συμμετοχές αυξάνοντας τις πιθανότητες νίκης.
- Στις εκδηλώσεις του σταθμού θα έχουν V.I.P προνόμια τα οποία του εξασφαλίζουν ανάλογα με την εκδήλωση κάποιο κερασμένο ποτό ή δωρεάν είσοδο κ.λπ.
- Έχουν την δυνατότητα να δουν τον αγαπημένο τους παραγωγό ζωντανά στο στούντιο του σταθμού.

Τιμολόγηση κάρτας:

- **Μηνιαία:**

Διάρκεια τριάντα μέρες από την ημέρα ενεργοποίησης της συνδρομής. Στις κληρώσεις τους σταθμού ανά SMS θα έχει δυο επιπλέον συμμετοχές (τρεις μαζί με το SMS του). Το κόστος της κάρτας θα είναι 10€.

- **Εξαμηνιαία:**

Διάρκεια έξι μήνες από την ημέρα ενεργοποίησης της συνδρομής. Στις κληρώσεις τους σταθμού ανά SMS θα έχει τρεις επιπλέον συμμετοχές (τέσσερις μαζί με το SMS του). Το κόστος της κάρτας θα είναι 55€.

- **Ετήσια:** Διάρκεια ένας χρόνος από την ημέρα ενεργοποίησης της συνδρομής. Στις κληρώσεις τους σταθμού ανά SMS θα έχει τέσσερις επιπλέον συμμετοχές (πέντε μαζί με το SMS του). Το κόστος της κάρτας θα είναι 100€.

- **SMS με αυξημένη χρέωση:**

Τα SMS με αυξημένη χρέωση χρησιμοποιούνται κατά την διάρκεια των εκπομπών και αποτελούν έναν τρόπο επικοινωνίας του κοινού με τον παραγωγό. Εκτός αυτούς στις διάφορες κληρώσεις που θα γίνονται κατά διάρκεια της σεζόν ο τρόπος συμμετοχής θα είναι ή μέσω Facebook (με αναγκαστικό «Μου Αρέσει» στην σελίδα του σταθμού, ή των χρεώσεων SMS.

- Το SMS επικοινωνίας κοστίζει 1,23€ ανά SMS και από αυτό γίνονται οι εξής κρατήσεις:

- 0,23€ Φ.Π.Α
- 0,55€ Πάροχοι Κινητής Τηλεφωνίας
- 0,20€ Πάροχος υπηρεσίας (Yuboto)

Τελικό καθαρό κέρδος για το σταθμό **0,25€** ανά SMS.

- Το SMS για συμμετοχή σε κλήρωση 2.46€ ανά SMS και από αυτό γίνονται οι εξής κρατήσεις:
 - 0,46€ Φ.Π.Α
 - 1,1€ Πάροχοι κινητής τηλεφωνίας
 - 0,40€ Πάροχος υπηρεσίας (Yuboto)

Τελικό καθαρό κέρδος για το σταθμό **0,50€** ανά SMS.

- **Εκδηλώσεις:**

Για το σταθμό παίζει έχει άμεση σημασία η δημοτικότητα του. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να ενισχυθεί η εξωστρέφεια του σταθμού και αλληλεπίδραση του με το κοινό. Η διοργάνωση εκδηλώσεων όπως πάρτι και παρουσιάσεις συγκροτημάτων, τονώνει τον σταθμό και από πλευρά εσόδων αλλά και απήχησης. Επί των καθαρών εσόδων στο τέλος της εκδήλωσης ο σταθμός θα έχει να αποκομίσει το **10%**. Για ένα μεσαίου μεγέθους μαγαζί σε δημοφιλέσ σημείο της Αθήνας, ο τζίρος για πάρτι μέσα στο Σαββατοκύριακο ανέρχεται στα **10.000€**.

3.6.2 Παραδοχές:

- Δαπάνες κεφαλαίου, Capex (Capital Expenditure):
 - Όπως είχαμε αναφέρει και στην αναλυτική κοστολόγηση του εξοπλισμού το ποσό εγκατάστασης είναι **25.296,27 €**.
 - Για να μπορέσει η εταιρία να είναι έτοιμη για να λειτουργήσει πλήρως, θεωρούμε ότι τον πρώτο μήνα λειτουργίας της θα γίνονται έλεγχοι, πρόχειρες εκπομπές και διάφορες άλλες διαδικασίες αξιολόγησης της ετοιμότητας του σταθμού, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι ο σταθμός δεν θα έχει καθόλου έσοδα.
 - Για τον πρώτο και τους δυο επόμενους μήνες οι μονάδες συμμετοχής δεν θα δοθούν στο προσωπικό για λόγους περιορισμού των εξόδων.
- Αρχικό κεφάλαιο επένδυσης ανέρχεται σε 65.000 € χωρισμένο στον ομόρρυθμο και τους ετερόρρυθμους εταίρους:
 - Ομόρρυθμος εταίρος εφόσον αναλαμβάνει την εύθνη της εταιρίας και καλείται να είναι ο κύριος εκπρόσωπός της, θα συμμετάσχει με το μικρότερο πόσο από τους ετερόρρυθμους εταίρους. Το ποσό ανέρχεται στα 5.000 €.
 - Ετερόρρυθμοι εταίροι 2 στο σύνολο. Το αρχικό κεφάλαιο είναι 10.000€ για τον καθένα.
 - Επιχειρηματικό δάνειο 40.000 €. Οι όροι με τους οποίους το δάνειο θα αποπληρωθεί, αποτελούνται από επιτόκιο 7,5 σταθερό για τρία χρόνια που είναι και η περίοδος αποπληρωμής του δανείου. Η μηνιαία δόση θα είναι **1.255,30 €**. Στους υπολογισμούς έχει ληφθεί υπ' όψιν η εισφορά του Ν. 128/75 (0,60%). Αναλυτικότερα τα ποσά παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Το κεφάλαιο αυτό καλύπτει την εταιρία για την αγορά και εγκατάσταση του εξοπλισμού, καθώς και για την λειτουργία της εταιρίας για 3 μήνες επιπλέον χωρίς η ίδια να έχει έσοδα.

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται η αποπληρωμή του δανείου.

Έτος	Σύνολο ετήσιων καταβολών	Σύνολο ετήσιων καταβληθέντων τόκων	Σύνολο ετήσιου καταβληθέντος κεφαλαίου	Άληκτο κεφάλαιο
1	15.063,60 €	2.791,02 €	12.272,58 €	27.727,52€
2	15.063,60 €	1.759,19 €	13.304,41 €	14.423,01 €
3	15.063,60 €	640,62 €	14.423,01 €	0,00 €
Σύνολο:	45.190,83 €	5.190,83 €	40.000,00 €	

- Λειτουργικά κόστη, Opex (Operational Expenditure):

- ο Μισθοί προσωπικού, 11.200 €
- ο Δ.Ε.Η και Ε.Υ.Δ.Α.Π, ~250€
- ο VDSL σύνδεση, 39.99 €
- ο Ενοικίαση server 153.75 €
- ο Προώθηση μέσω Facebook, 342,84€
- ο Έκτακτα έξοδα ~500 €
- ο Δόση δανείου 1.255,30 €

Τα συνολικά μηνιαία έξοδα για του 3 πρώτους μήνες **13741.88€**.

Στην συνέχεια τα έξοδα διαμορφώνονται στα **13399.04€** (χωρίς έξοδα προώθησης του Facebook).

Λόγω ασφαλέστερης πρόβλεψης του OPEX στον μέλλον, ανά χρόνο προσθέτουμε 1.000 € στα μηνιαία έξοδα σε περίπτωση που υπάρχουν επιπλέον οικονομικές υποχρεώσεις της επιχείρησης.

- Αναμενόμενα έσοδα για τους 3 πρώτους μήνες:
 - SMS:
 - SMS απλό:
 - 10 SMS ανά ώρα για 20 ώρες (καθημερινές).
 - 5 SMS ανά ώρα για 10 ώρες (Σάββατο – Κυριακή).
 - SMS κλήρωσης:
 - 4 κληρώσεις ανά μήνα. 250 SMS η κάθε μια.
 - Κάρτες μελών:
 - Μηνιαία κάρτα, 40 συνδρομητές ανά μήνα.
 - Εξαμηνιαία κάρτα, 15 συνδρομητές ανά μήνα.
 - Ετήσια κάρτα, 5 συνδρομείς ανά μήνα.
 - Διαφημιστικά Spot:
 - Basic, 5 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Value, 2 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Advanced, 1 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Διαφημιστικά στην ιστοσελίδα:
 - Banners, 7 κεντρικά με 300 view το κάθε ένα.
 - Αρθρογραφία – κριτικές, 15 σε υποσελίδες του σταθμού με 200 view η κάθε μια.
 - Εκδηλώσεις:

Ο σταθμός που θα αναλαμβάνει μια εκδήλωση τον μήνα.

Με τις χρεώσεις που αναφέραμε στην κοστολόγηση το ποσό που συγκεντρώνεται από το παραπάνω σενάριο ανέρχεται στα **7.425 €**.

- Αναμενόμενα έσοδα των επόμενων 9 μηνών του 1^{ου} χρόνου:
 - SMS:
 - SMS απλό:
 - 15 SMS ανά ώρα για 20 ώρες (καθημερινές).
 - 10 SMS ανά ώρα για 10 ώρες (Σάββατο – Κυριακή).
 - SMS κλήρωσης:
 - 4 κληρώσεις ανά μήνα. 320 SMS η κάθε μια.
 - Κάρτες μελών:
 - Μηνιαία κάρτα, 60 συνδρομητές ανά μήνα.
 - Εξαμηνιαία κάρτα, 32 συνδρομητές ανά μήνα.
 - Ετήσια κάρτα, 10 συνδρομείς ανά μήνα.
 - Διαφημιστικά Spot:
 - Basic, 10 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Value, 7 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Advanced, 3 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Διαφημιστικά στην ιστοσελίδα:
 - Banners, 7 κεντρικά με 400 view το κάθε ένα.
 - Αρθρογραφία – κριτικές, 15 σε υποσελίδες του σταθμού με 300 view η κάθε μια.
 -
 - Εκδηλώσεις:

Ο σταθμός που θα αναλαμβάνει μια εκδήλωση τον μήνα.

Με τις χρεώσεις που αναφέραμε στην κοστολόγηση το ποσό που συγκεντρώνεται από το παραπάνω σενάριο ανέρχεται στα **12.880 €**.

- Αναμενόμενα έσοδα για τους 2^ο έτους:
 - SMS:
 - SMS απλό:
 - 20 SMS ανά ώρα για 20 ώρες (καθημερινές).
 - 15 SMS ανά ώρα για 10 ώρες (Σάββατο – Κυριακή).
 - SMS κλήρωσης:
 - 4 κληρώσεις ανά μήνα. 500 SMS η κάθε μια.
 - Κάρτες μελών:
 - Μηνιαία κάρτα, 100 συνδρομητές ανά μήνα.
 - Εξαμηνιαία κάρτα, 50 συνδρομητές ανά μήνα.
 - Ετήσια κάρτα, 10 συνδρομές ανά μήνα.
 - Διαφημιστικά Spot:
 - Basic, 10 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Value, 7 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Advanced, 3 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Διαφημιστικά στην ιστοσελίδα:
 - Banners, 10 κεντρικά.
 - Αρθρογραφία – κριτικές, 15 σε υποσελίδες του σταθμού.
 - Εκδηλώσεις:

Οι εκδηλώσεις που θα αναλαμβάνει να οργανώνει ο σταθμός θα είναι συνολικά 2 ανά μήνα.

Με τις χρεώσεις που αναφέραμε στην κοστολόγηση το ποσό που συγκεντρώνεται από το παραπάνω σενάριο ανέρχεται στα **25.412,5 €**.

- Αναμενόμενα έσοδα για τους 3^{οι} έτους:
 - SMS:
 - SMS απλό:
 - 27 SMS ανά ώρα για 20 ώρες (καθημερινές).
 - 20 SMS ανά ώρα για 10 ώρες (Σάββατο – Κυριακή).
 - SMS κλήρωσης:
 - 4 κληρώσεις ανά μήνα. 500 SMS η κάθε μια.
 - Κάρτες μελών:
 - Μηνιαία κάρτα, 100 συνδρομητές ανά μήνα.
 - Εξαμηνιαία κάρτα, 50 συνδρομητές ανά μήνα.
 - Ετήσια κάρτα, 10 συνδρομές ανά μήνα.
 - Διαφημιστικά Spot:
 - Basic, 10 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Value, 7 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Advanced, 3 spots εταιριών – οργανισμών.
 - Διαφημιστικά στην ιστοσελίδα:
 - Banners, 10 κεντρικά.
 - Αρθρογραφία – κριτικές, 15 σε υποσελίδες του σταθμού.
 - Εκδηλώσεις:

Οι εκδηλώσεις που θα αναλαμβάνει να οργανώνει ο σταθμός θα είναι συνολικά 2 ανά μήνα.

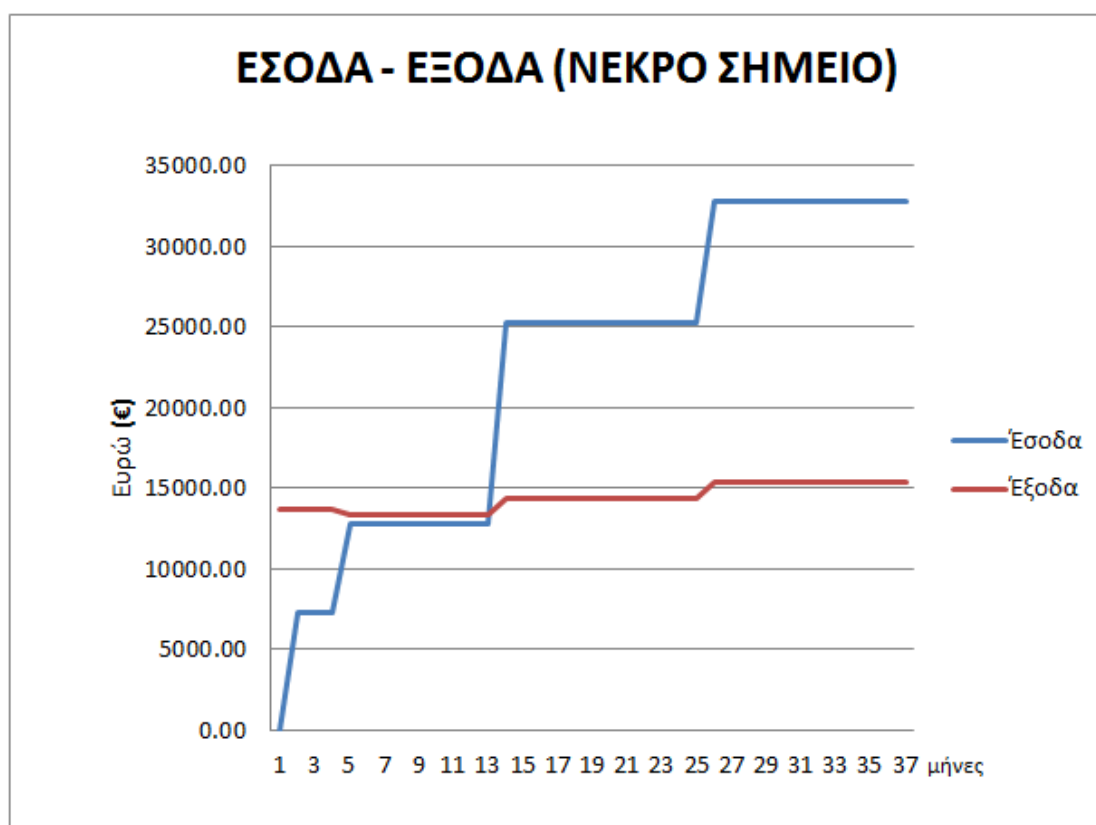
Με τις χρεώσεις που αναφέραμε στην κοστολόγηση το ποσό που συγκεντρώνεται από το παραπάνω σενάριο ανέρχεται στα **32.815 €**.

3.6.3 Διάγραμμα εσόδων- εξόδων νεκρού σημείου:

Με το οικονομικό πλάνο που εφαρμόστηκε είναι εύκολο να διεξαχθεί το συμπέρασμα ότι με το χαμηλό αρχικό κεφάλαιο δεν θα υπάρξουν άμεσα έσοδα.

Τους πρώτους μήνες λειτουργίας του σταθμού μέρος των εξόδων καλύπτεται από το αποθεματικό της εταιρίας. Στην συνέχεια του πρώτου έτους τα έσοδα σχεδόν εξισώνονται μετά έξοδα. Μετά τον πρώτο χρόνο που η εταιρία έχει κάνει αισθητή την παρουσία της στον χώρο του ραδιοφώνου τα έσοδα πλέον ξεπερνούν τα έξοδα και πλέον η εταιρία έχει καθαρά κέρδη και την δυνατότητα να απολαμβάνουν μέτοχοι και προσωπικό τα ποσοστά που τους αντιστοιχούν.

Πιο αναλυτικά τα μεγέθη φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.



3.6.4 Περίοδος αποπληρωμής:

- Όσον αφορά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του σταθμού αυτή είναι η πιο κρίσιμη περίοδος της “ζωής” του, καθώς μέσα σε ένα διάστημα 12 μηνών πρέπει να γίνει η αισθητή η παρουσία του και να κερδίσει την εμπιστοσύνη του κοινού ώστε από τον δεύτερο χρόνο να αρχίσει να έχει πραγματικό κέρδος. Μετά τα έξοδα ς εγκατάστασης το ποσό που μένει ως αποθεματικό είναι **39703.73 €**. Στην συνέχεια κατά τον μήνα εγκατάστασης που δεν θεωρείται κανονικός μήνας λειτουργίας το ποσό μετά τα λειτουργικά έξοδα φτάνει στο ποσό των **25961.85€**. Λεπτομερέστερα στο παρακάτω διάγραμμα φαίνεται ότι τα έσοδα δεν επαρκούν για να καλύψουν το κόστος.

Παρόλα αυτά τα έσοδα δείχνουν ότι η αγορά «ανοίγεται» για την επιχείρηση. Η εμπιστοσύνη και απήχηση έχουν κερδηθεί, επιτρέποντας στον σταθμό τον δεύτερο χρόνο να «ανοίξει» πλήρως τα φτερά του.

	ΕΣΟΔΑ (€)	ΕΞΟΔΑ (€)	ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ (€)	ΤΖΙΡΟΣ (€)
Εγκατάσταση	0.00	13741.88	25961.85	0.00
1 ^{ος} μήνας	7325.00	13741.88	19544.97	0.00
2 ^{ος} μήνας	7325.00	13741.88	13128.09	0.00
3 ^{ος} μήνας	7325.00	13741.88	6711.21	0.00
4 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	6092.17	0.00
5 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	5473.13	0.00
6 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	4854.09	0.00
7 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	4235.05	0.00
8 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	3616.01	0.00
9 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	2996.97	0.00
10 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	2377.93	0.00
11 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	1758.89	0.00
12 ^{ος} μήνας	12780.00	13399.04	1139.85	0.00

- Τα δυο επόμενα χρόνια η επιχείρηση έχει ενσωματωθεί πλήρως στην ελληνική ραδιοφωνική αγορά και έχει κέρδη. Η περίοδος αυτή δείχνει ότι ένας τομέας που φαίνεται κορεσμένος, έχει ν' αποδώσει αρκετά έσοδα. Παρακάτω φαίνεται ότι το αποθεματικό αρχίζει και αυξάνεται και οι πέρα από τις μονάδες συμμετοχής που απολαμβάνει το προσωπικό γίνεται και η αποπληρωμή των μετόχων.

	ΕΣΟΔΑ	ΕΞΟΔΑ	ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	ΤΖΙΡΟΣ
	(€)	(€)	(€)	(€)
13 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	1958.36	10913.46
14 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	2776.87	10913.46
15 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	3595.38	10913.46
16 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	4413.89	10913.46
17 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	5232.40	10913.46
18 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	6050.91	10913.46
19 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	6869.42	10913.46
20 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	7687.93	10913.46
21 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	8506.44	10913.46
22 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	9324.95	10913.46
23 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	10143.45	10913.46
24 ^{ος} μήνας	25312.50	14399.04	10961.96	10913.46
25 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	12268.16	17415.96
26 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	13574.36	17415.96
27 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	14880.56	17415.96
28 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	16186.75	17415.96
29 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	17492.95	17415.96
30 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	18799.15	17415.96
31 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	20105.34	17415.96
32 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	21411.54	17415.96
33 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	22717.74	17415.96
34 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	24023.93	17415.96
35 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	25330.13	17415.96
36 ^{ος} μήνας	32815.00	15399.04	26636.33	17415.96

- Τα ποσοστά επί των κερδών για του μετόχους είναι για το ομόρρυθμο 50% και για τους δυο ετερόρρυθμους 25% έκαστος. Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται πότε το αρχικό κεφάλαιο του καθενός αποπληρώνεται ανά μήνα σε βάθος τριών χρόνων.



Φαίνεται ξεκάθαρα ότι ο ομόρρυθμος αποκτά κέρδη από το τέλος του δεύτερου χρόνου, καθώς απολαμβάνει μεγαλύτερο ποσοστό έχοντας βάλει μικρότερο ποσό στην αρχή. Μην ξεχνάμε όμως ότι σε περίπτωση που η επιχείρηση αποτύχει αναλαμβάνει πλήρη ευθύνη επί των χρεών. Από την άλλη μεριά οι ετερόρρυθμοι εταίροι αποσβένουν το ποσό τους από την αρχή του τρίτου χρόνου, μέσα όμως σε έναν μόλις χρόνο έχουν κέρδος περίπου στα **10.000€**.

3.6.5 Πρόβλεψη πωλήσεων:

Από το παρακάτω διάγραμμα φαίνεται η πορεία των εσόδων του σταθμού ανά τετράμηνο. Το σχήμα δείχνει με τρόπο ξεκάθαρο ότι με τις πηγές εσόδων που έχουν δημιουργηθεί, καθώς και το πέρασμα του χρόνου σε συνάρτηση με την εμπιστοσύνη και σοβαρότητα που θα εμπνέει η εταιρία, από τις αρχές του πρώτου έτους τα σχηματίζονται έσοδα τα οποία αυξάνονται σημαντικά από τις αρχές του δεύτερου έτους.



3.6.6 Πρόβλεψη διείσδυσης:

Παρακάτω φαίνεται η πρόβλεψη διείσδυσης για τα 3 χρόνια που σχεδιάστηκε το Business Plan. Το ποσοστό ακροαματικότητας αφορά μόνο τον νομό Αττικής. Ο πληθυσμός αναφοράς αποτελείται από ανθρώπους με ηλικία από 13 έως 70 έτη. Το δείγμα για τα νούμερα ακροαματικότητας για τον πρώτο χρόνο μόνο των **Red 96.3 FM** και **Rock 96.9 FM**, είναι ποσοστά ακροαματικότητας για την περίοδο 9/12/2013 έως 19/01/2014.

Το δείγμα της έρευνας για την περίοδο αυτή ήταν 5.043 άτομα και επιλέχτηκε από σταθερά τηλέφωνα που αντιστοιχούν στις περιοχές που κάλυπτε η έρευνα με τεχνικές τυχαίας δειγματοληψίας, ακολουθώντας για την επιλογή του ερωτώμενου ποσοστώσεις ως προς το φύλο, την ηλικία, την απασχόληση και την περιοχή κατοικίας.

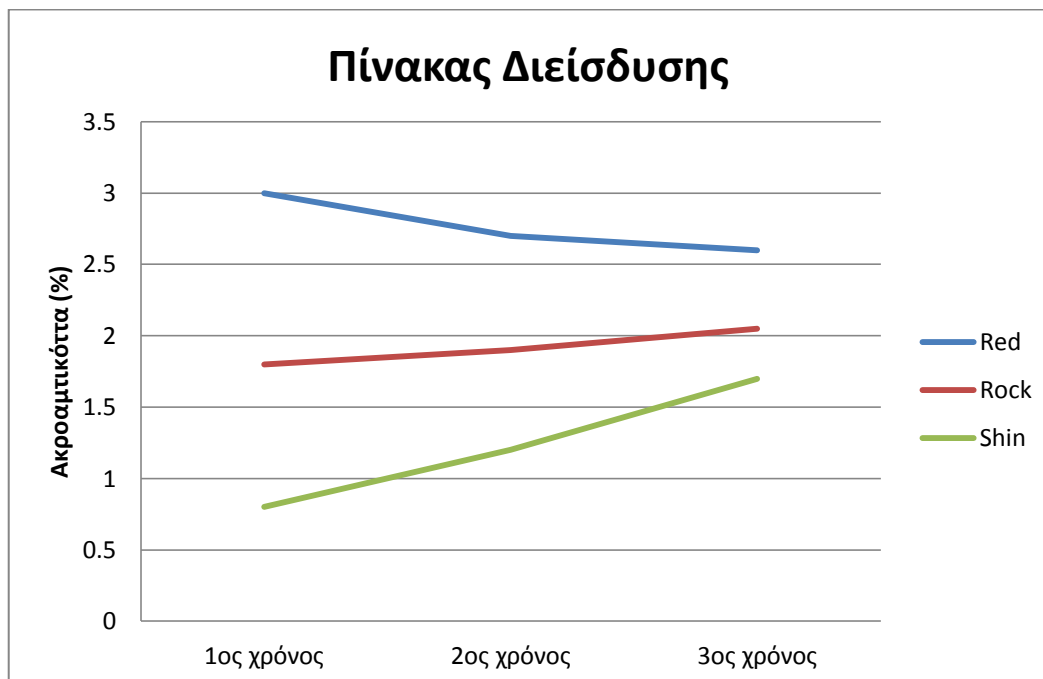
Τα νούμερα των “like” στο Facebook μετρήθηκαν 21/5/2014. Όσον αφορά τον **Shin Radio** τα “like” υπολογίστηκαν βάσει των ποσών που δόθηκαν στην προώθηση των πρώτων μηνών και των υπόλοιπων παραπάνω παραδοχών. Η ακροαματικότητα του σταθμού προβλέπεται από τον 3^ο χρόνο και μετά έχει την δυνατότητα να περάσει τον **Rock 96.9 FM** που είναι και από τους κύριους ανταγωνιστές. Καλό είναι να τονιστεί ότι οι παρακάτω δυο κανονικοί σταθμοί εκπέμπουν και στα FM πράγμα το οποίο σημαίνει ότι αν ο σταθμός καταφέρει να φτάσει ποσοστά της τάξεως του 2% αποτελεί πραγματική απειλή στην αγορά των μέσων μαζική ενημέρωσης.

ROCK 96.9 FM	Ακροαματικότητα (%)	Ακροαματικότητα (ακροατές)	Facebook (like)
1ος χρόνος	1.8	55.458	52.427
2ος χρόνος	1.9	58.539	61.230
3ος χρόνος	2.05	63.161	68.500

RED 96.3 FM	Ακροαματικότητα (%)	Ακροαματικότητα (ακροατές)	Facebook (like)
1ος χρόνος	3	92.430	77.004
2ος χρόνος	2.7	83.187	81.000
3ος χρόνος	2.6	80.106	84.000

SHIN RADIO	Ακροαματικότητα (%)	Ακροαματικότητα (ακροατές)	Facebook (like)
1ος χρόνος	0.8	24.648	27.000
2ος χρόνος	1.2	36.972	38.000
3ος χρόνος	1.7	52.377	60.000

Παρακάτω φαίνεται ο πίνακας διείσδυσης ο οποίος δείχνει την πορεία του σταθμού τα τρία πρώτα χρόνια λειτουργία.



3.6.7 Μελλοντικές ενέργειες:

Σαν μακροπρόθεσμο στόχο θα μπορούσε να γίνει επέκταση του ραδιοφώνου σε FM συχνότητες. Οι ελπίδες παρόλα αυτά είναι ελάχιστες καθώς όλο το ωφέλιμο φάσμα συχνοτήτων είναι κατάμεστο και η λίστα αναμονής εταιριών που περιμένουν την νέα ανακατανομή συχνοτήτων δημιουργήθηκε από το 1999. Το υπουργείο Μεταφορών και Δικτύων ανακοίνωσε τη διενέργεια πρόχειρου διαγωνισμού για την ανάδειξη τεχνικού συμβούλου ο οποίος θα αναλάβει την «επικαιροποίηση του χάρτη συχνοτήτων ραδιοφώνου FM και την υποστήριξη στο σχετικό διεθνή συντονισμό συχνοτήτων». Οι χάρτες που υπάρχουν ως σήμερα εκδόθηκαν το 1999 και μέχρι σήμερα δεν έχουν δοθεί οι άδειες λειτουργίας.

Μια εναλλακτική είναι η εξαγορά κάποιου ήδη υπάρχοντος ραδιοσταθμού που πιθανόν να έχει χρέη λόγω των οικονομικών συγκυριών. Με την ενδεχόμενη συγχώνευση αυτή, ο σταθμός θα μπορεί να ανταπεξέλθει με μεγαλύτερη επιτυχία

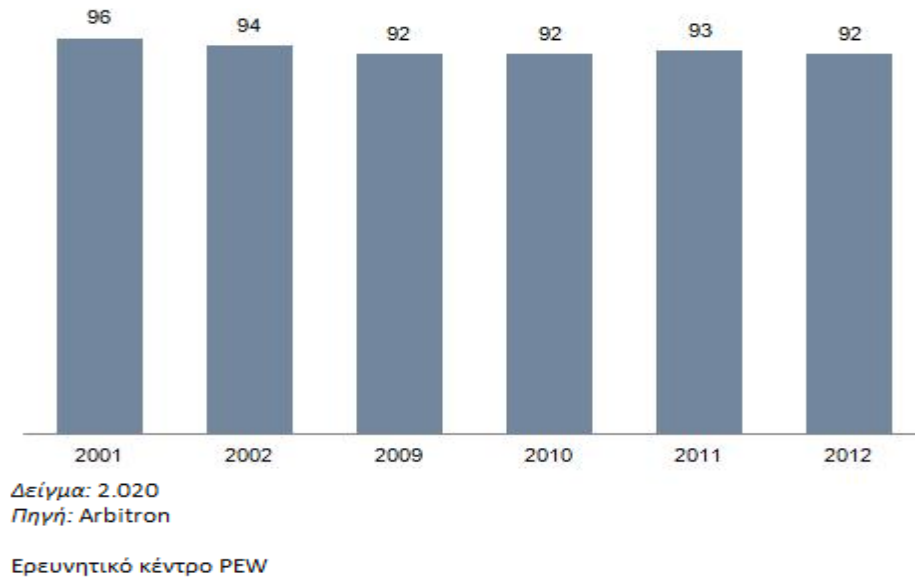
4. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟΥ:

Τα τελευταία χρόνια έχουμε βιώσει την εξέλιξη της τηλεόρασης, από αναλογική σε ψηφιακή καθώς και δορυφορική. Δεν γνωρίζουμε όμως προς τα που θα κινηθεί το ραδιόφωνο στο μέλλον. Πολλοί μάλιστα πιστεύουν στην παρακμή του ραδιοφώνου. Τέτοιες φημολογίες όμως έχουν βάση;

“Το ραδιόφωνο είναι η πρωτότυπη μορφή κοινωνικού δικτύου, λόγω του ότι επιτρέπει να έρχεσαι σε επαφή δωρεάν με άλλους ανθρώπους και ιδέες μέσα στην ίδια κοινότητα και όχι μόνο. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά είναι αυτά που κάνουν το ραδιόφωνο μοναδικό και είναι λόγοι που κρύβονται πίσω από την μακροζωία του. Το επίγειο ραδιόφωνο μεγαλώνει , καθώς και το διαδικτυακό, με λίγα η αγορά του ραδιοφώνου συνεχίζει να αναπτύσσεται.” - John Donham, διευθύνων σύμβουλος της υπηρεσίας TuneIn.

“Η προσβασιμότητα στην μουσική έχει βιώσει μεγάλη επέκταση και διαφοροποίηση την τελευταία δεκαετία” εξηγεί ο αντιπρόεδρος της Nielsen, David Bakula. “Ενώ νεότεροι ακροατές επιλέγουν πιο αναπτυγμένες τεχνολογικά μεθόδους, η παραδοσιακές μέθοδοι ανακάλυψης, όπως το ραδιόφωνο και η διάδοση στόμα με στόμα συνεχίζει να αποτελεί ακόμα κινητήρια δύναμη. Με τόσους τρόπους να αγοράσει, καταναλώσει και να ανακαλύψει νέα μουσική, δεν είναι περίεργο που ο καταναλωτής συνεχίζει να έχει πρόσβαση και να απολαμβάνει μουσική σε όλο και μεγαλύτερους αριθμούς”.

Γενικότερα, το ποσοστό των ανθρώπων στις Ηνωμένες Πολιτείες που ακούν FM/AM ραδιόφωνο κάθε βδομάδα, έχει παραμείνει το ίδιο σε περίοδο 10 χρόνων, από το 2002 μέχρι το 2012. Σύμφωνα με δεδομένα από το ερευνητικό κέντρο Pew, το 92% των αμερικανών πολιτών ηλικίας 12 και άνω ακούνε εκπομπές στο ραδιόφωνο τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα μόλις 2% λιγότερο από το 2002.



Παράλληλα, η Ofcom, η ρυθμιστική αρχή όσον αφορά τις τηλεπικοινωνίες και ραδιοφωνικές μεταδόσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο, πρόσφατα εξέδωσε έρευνα για το ψηφιακό ραδιόφωνο, αποκαλύπτοντας ότι οι καταναλωτές αγοράζουν ακόμα ραδιόφωνα για FM και όχι για **DAB** (Digital Audio Broadcasting).

Μόνο το ένα τρίτο (**33.4%**) όλων των ραδιοφώνων που πουλήθηκαν του τελευταίους δώδεκα μήνες (μέχρι τον Ιούνιο του 2013) περιελάμβαναν ενσωματωμένο DAB δέκτη, παρά το γεγονός ότι αυξήθηκαν οι πωλήσεις από τον προηγούμενο χρόνο (**28.7%**). Την ίδια χρονική περίοδο, γύρω στο ένα τρίτο (**33.9%**) των συνολικών ωρών ακρόασης ήταν μέσω ψηφιακού ραδιοφώνου, που περιλαμβάνει το DAB, ψηφιακή τηλεόραση, διαδικτυακό ραδιόφωνο και εφαρμογές σε κινητά. Τα παραπάνω παρουσιάζουν αύξηση κατά **11.2%** την ίδια περίοδο του 2010 και **4.4%** για το 2012.

Ενώ το DAB ραδιόφωνο μεγαλώνει το κοινό του στο Ηνωμένο Βασίλειο, ακόμα το FM ραδιόφωνο υπερέχει αριθμητικά. Πιο συγκεκριμένα ο Roy Martin, ιδρυτής και συντάκτης στο Radio Today εξηγεί αυτή την μεγάλη διαφορά στα μεγέθη: “Το παραδοσιακό ραδιόφωνο αντιπροσωπεύει ιστορικές για την μουσική δεκαετίες. Σε αντίθεση με την τηλεόραση, η όποια με την ψηφιοποίηση της προσφέρει πολλά περισσότερα κανάλια, **HDTV** (High Definition Television) και άλλες διακρατικές υπηρεσίες το ψηφιακό ραδιόφωνο δεν προσφέρει αρκετά πρόσθετα για να προσελκύσει το κοινό”.

Αξίζει να σημειωθεί και η χρήση του ραδιοφώνου στα αυτοκίνητα. Και στην αυτοκίνηση το FM ραδιόφωνο παραμένει στις επάλξεις επί δεκαετίες. Σύμφωνα με την Ofcom, σχεδόν τα 2 τρίτα **(61.7%)** τον καινούργιων αυτοκινήτων δεν διαθέτουν DAB δέκτη στον εξοπλισμό τους.

Ενώ στο Ηνωμένο Βασίλειο το τηλεοπτική μετάβαση από το αναλογικό στο ψηφιακό σήμα έχει ολοκληρωθεί με επιτυχία, το μέλλον του ραδιοφώνου είναι ακόμα αβέβαιο. Το σχέδιο δράσης για το ψηφιακό ραδιόφωνο ορίζει ότι η οποιαδήποτε αλλαγή όσον αφορά ψηφιακές εκπομπές θα γίνει μόνο όταν η αγορά είναι έτοιμη για αυτό. Η αλλαγή θα γίνει όταν παραπάνω από τη μισή ακρόαση του ραδιοφώνου γίνεται ψηφιακά, όταν η κάλυψη του DAB γίνει ισάξια με τα FM και η τοπική κάλυψη DAB φτάσει το 90% του πληθυσμού του Ηνωμένου Βασιλείου.

Το ραδιόφωνο των FM θα μπορούσε να κατηγοριοποιηθεί ανάμεσα στους δίσκους βινυλίου και το θέατρο, απειλείται από νέες τεχνολογίες, παρόλα αυτά παραμένει ανθεκτικό στις αλλαγές. Τα πράγματα όμως αλλάζουν, λίγο πιο αργά από αυτό που κάποιοι προέβλεψαν.

4.1 Γιατί το ραδιόφωνο υπερτερεί;

Ενώ είναι σαφές ότι το ραδιόφωνο εξελίσσεται έως έναν βαθμό σε συνάρτηση με τις ψηφιακές καινοτομίες, είναι εξίσου εμφανές όμως ότι οι αλλαγές δεν είναι αυτές που οι περισσότεροι περίμεναν.

Γενικά υπάρχει η άποψη ότι η άνοδος του ψηφιακού ραδιοφώνου, σημαίνει τον “θάνατο” του αναλογικού προκατόχου του. Ενώ έχει αποδειχθεί ότι σε κάποιες περιπτώσεις ισχύει αυτή η άποψη (π.χ φωτογραφία), υπάρχει λόγος που τα πράγματα δεν αλλάζουν τόσο πρόθυμα αλλού.

“Το ραδιόφωνο είναι ένα από τα παλαιότερα μέσα μαζικής ενημέρωσης και λειτουργεί ορθά εδώ και έναν αιώνα”, εξηγεί ο διευθύνων σύμβουλος του TuneIn, της μεγαλύτερης ραδιοφωνικής πύλης στο διαδίκτυο. “Το ραδιόφωνο έχει καθιερώσει την θέση του μέσα στην καθημερινή ζωή του ανθρώπου. Βρίσκεται παντού, στο αυτοκίνητο, την δουλειά και το σπίτι. Είναι φτηνό και εύκολο στην χρήση από οποιαδήποτε ηλικία”, προσθέτει ο διευθύνων σύμβουλος του Last.fm. Συνεχίζει λέγοντας “Δεν είναι απαραίτητη η πρόσβαση στο διαδίκτυο και μπορεί κάποιος να αγοράσει ένα ραδιόφωνο έναντι μικρού χρηματικού ποσού”. Ο ίδιος προβλέπει ότι η κυριαρχία του αναλογικού ραδιοφώνου θα συνεχιστεί για τα επόμενα χρόνια. Από την άλλη, η εξάπλωση του DAB ραδιοφώνου είναι αργή, αλλά η ανάπτυξη του διαδικτυακού ραδιοφώνου είναι ταχύτατη και θα συνεχίσει με τους ίδιους ρυθμούς.

4.2 Ο ήχος της μουσικής:

Πολλοί πιστεύουν ότι η ως τώρα επιτυχία του ραδιοφώνου οφείλεται στο ότι οι ακροατές δεν ενδιαφέρονται για τον υψηλής ποιότητας ήχο όταν ακούνε μουσική. Αυτή η υπόθεση εξηγεί όμως τον λόγο που το FM/AM ραδιόφωνο συνεχίζει να ευδοκιμεί;

“Πιστεύω ότι οι άνθρωποι ενδιαφέρονται πραγματικά για την ποιότητα του ήχου, αυτός μάλιστα είναι και ο λόγος που υπήρξαν και πωλήσεις στον τομέα του DAB ως τώρα”, εξηγεί ο Roy Martin. “Τους δελέασαν όμως με την λάθος υπόσχεση της ποιότητας του CD και το μόνο που διαπίστωσαν ήταν ότι ο σταθμός τον οποίον θέλουν να ακούσουν είναι σε μονοφωνικό κανάλι και η ποιότητα δεν ξεπερνά τα 80kb/s.

Καταληκτικά, η διαφορά στην ποιότητα του ήχου δεν είναι αρκετή ώστε να αλλάξει ο κόσμος το ραδιόφωνο σε ένα νέο ψηφιακό. Η HDTV αποτελεί κλασσικό παράδειγμα αυτής της τακτικής, κατά το οποίο οι καταναλωτές δεν μπόρεσαν να αναβαθμίσουν μέχρι την ώρα που χρειάστηκε να αλλάξουν τηλεόραση. Μετά την αλλαγή η άνθρωποι καταλάβανε την διαφορά, αλλά η διαφορά στην ποιότητα μόνο δεν αρκεί για να φέρει την άμεση αλλαγή.

4.3 Διασκέδαση μέσω αλγορίθμων:

Πολλές υπηρεσίες τύπου ραδιοφώνου (π.χ Spotify) υπόσχονται “έξυπνες” και “αυτόματες” υπηρεσίες για το κοινό. Αυτό όμως σημαίνει την κατάργηση του ανθρώπινου στοιχείου όσον αφορά την επιλογή του μουσικού περιεχομένου, καθώς και την διασκέδαση των ακροατών. Πρέπει όμως ο κόσμος να ψυχαγωγείται από έξυπνους αλγόριθμους;

Η επικράτηση των “κοινωνικών δικτύων” σημαίνει ότι οι καταναλωτές έχουν συνηθίσει να ανακαλύπτουν και να επιμελούνται το δικό τους περιεχόμενο. Πολλοί άνθρωποι μάλιστα συμβουλευονται επιρροές από φίλους που για τους ίδιους αποτελεί σημείο εκκίνησης. “Ο κόσμος χρειάζεται το αυθεντικό ραδιόφωνο, στην πραγματικότητα υπάρχουν μόνο δυο τρόποι ακρόασης μουσικής, είτε μέσω της προσωπικής συλλογής του καθενός, είτε μέσω του ραδιοφώνου”, προσθέτει ο John Donham. Συνεχίζει λέγοντας, “Ο άνθρωπος μπορεί να χρησιμοποιεί και τους δυο τρόπους ανάλογα με την περίπτωση και τις ανάγκες του. Πολλοί άνθρωποι βαριούνται πολύ εύκολα τις έτοιμες μουσικές λίστες. Κάτι τέτοιο δεν αποτελεί πρόβλημα με το κανονικό ραδιόφωνο. Πέρα από την μουσική το ραδιόφωνο προσφέρει, ενημερωτικά δελτία καθώς και “ζωντανές” συζητήσεις, κάτι που δεν μπορεί κάποιος να ακούσει μέσω μια υπηρεσίας τύπου «on demand»”.

Τέλος, η έντονη καθημερινότητα περιορίζει τον χρόνο του ανθρώπου με αποτέλεσμα να μην του επιτρέπει να διαθέσει αρκετή ώρα για να ανακαλύψει την μουσική που ο ίδιος επιθυμεί. Με αυτόν τον τρόπο, οι άνθρωποι αρκούνται στον να πατήσουν ένα διακόπτη στο ραδιόφωνό τους και να ακούσουν την γνώριμη φωνή του αγαπημένου τους παραγωγού που θα αναλύει τα σημαντικά γεγονότα της ημέρας παίζοντας παράλληλα νέες και αγαπημένες μουσικές επιτυχίες.

4.4 Αυτοκίνητα, η δύναμη του ραδιοφώνου:

Δεν θα ήταν σωστό να μην συμπεριληφθούν σε αυτή την πρόβλεψη για το μέλλον του ραδιοφώνου, τα αυτοκίνητα. Χονδρικά η μισή ακροατικότητα του ραδιοφώνου προέρχεται από οδηγούς οχημάτων. Η αγορά λοιπόν είναι αρκετά μεγάλη.

Ενώ το FM/AM ραδιόφωνο συνεχίζει να ακμάζει μέσα στο αυτοκίνητο, μια νέα πρωτοβουλία από εταιρίες όπως η Pandora (Internet Radio) ήρθε στην επιφάνεια. Εκτός αυτού και το Spotify ανακοίνωσε την συνεργασία με την αυτοκινητοβιομηχανία Ford που θα το ενσωματώνει στο σύστημα “SYNC AppLink” των αμαξιών της. Το όφελος που θα έχει αυτό είναι ότι θα φέρει την δυνατότητα στον χρήστη να ενεργοποιεί μέσω φωνητικών εντολών την μουσική σε παραπάνω από ένα εκατομμύριο αυτοκίνητα της εταιρίας. Παράλληλα και η Volvo η λανσάρει ένα σύστημα αναπαραγωγής μουσικής από τους διακομιστές του Spotify, μέσω ενσωματωμένης κάρτας κινητής τηλεφωνίας στο αυτοκίνητο ή μέσω κινητού του οδηγού. Εκτός αυτών και το Napster πρόσφατα ανακοινώσε την συνεργασία του με την γερμανική αυτοκινητοβιομηχανία BMW.

“Ένα μεγάλο μέρος της ακρόασης ραδιοφώνου γίνεται μες το αυτοκίνητο, γι’ αυτό και η αποτελεί μεγάλο μέτωπο προσοχής και ανάπτυξης”, λέει ο John Donham. “Διαθέσαμε μεγάλο ποσοστό των πόρων μας για να φέρουμε το TuneIn στα ταμπλό των αυτοκινήτων σε παγκόσμια κλίμακα. Έχει ήδη εγκατασταθεί σε μοντέλα αμαξιών της BMW, MINI, Ford, Tesla και της General Motors και η λίστα αυξάνεται συνεχώς. Στόχος μας οι οδηγοί να απολαμβάνουν την εμπειρία του ραδιοφώνου καθ’ όλη την διάρκεια της οδήγησήςς.”

Η εταιρία Sirius XM (παρέχει δορυφορικά πάνω από 150 ραδιοφωνικούς σταθμούς) παρέχει πρόσθετο εξοπλισμό ώστε τα αυτοκίνητα να μπορούν να έχουν δορυφορική σύνδεση για ραδιόφωνο. Με αυτόν τον τρόπο δεν απαιτείται σύνδεση στο διαδίκτυο και δεν χρειάζεται και ο

οδηγός δεν χρειάζεται ανησυχεί για προβλήματα λήψης και άλλων περιορισμών. Στο 70% των νέων αυτοκινήτων υπάρχει δορυφορικός δέκτης, με το μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους να έρχεται από τις εγγραφές. Εικοσιτέσσερα εκατομμύρια άνθρωποι πληρώνουν για την πρόσβαση στην υπηρεσία, αποφέροντας τρία δισεκατομμύρια δολάρια το χρόνο.

Η απανταχού παρουσία του δορυφορικού ραδιοφώνου υποδεικνύει ότι η Sirius θα έχει πλεονέκτημα για καιρό ακόμα, αλλά η ανάπτυξη του ασύρματου δικτύου (WiFi) δείχνει ότι θα αποτελέσει στο μέλλον στο εξοπλισμό του αυτοκινήτου. Οι υπηρεσίες όπως το Spotify, Pandora και άλλες είναι αρκετά πιθανό να τραβήξουν την προσοχή σε λίγο καιρό. Φαίνεται ότι τα αυτοκίνητα θα αποτελέσουν καθοριστικό πεδίο μάχης όσον αφορά το ραδιόφωνο.

4.5 Το μέλλον του ραδιοφώνου:

Πολλά σενάρια εξέλιξης του ραδιοφώνου υπάρχουν, καθώς και πολλές εικασίες για το μέλλον του. Η πραγματικότητα όμως πάντα διαφέρει από τις υποθέσεις.

Είναι αλήθεια ότι το ραδιόφωνο έχει βιώσει μεγάλες αλλαγές προς την αυτοματοποίηση, την εξατομίκευση και τον εκδημοκρατισμό, αλλά αυτό όμως δεν σημαίνει ότι σε δέκα χρόνια το ραδιόφωνο δεν θα έχει ανάγκη από επαγγελματίες παραγωγούς και DJ, που ουσιαστικά αυτοί έχουν την ευθύνη για την ανανέωση του μουσικού περιεχομένου και την “ανακάλυψη” νέας μουσικής. Εύθυμές φωνές, ειδήσεις, νέα μουσική, το ραδιόφωνο του μέλλοντος θα περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω μαζί με νέες τεχνολογικές προσθήκες και καινοτομίες.

Στην Αμερική αναλογικά ραδιόφωνα των FM και AM θα είναι λειτουργικά για τα επόμενα δέκα χρόνια, καθώς σε τέσσερα χρόνια θα γίνουν οι νέες πενταετείς συμβάσεις για τις διαθέσιμες ραδιοσυχνότητες.

Ένα από τα πιο πιθανά σενάρια για το μέλλον του ραδιοφώνου είναι η δημιουργία μιας συσκευής που να μπορεί να υποστηρίξει όλες τις τεχνολογίες ραδιοφώνου (π.χ FM/AM, διαδικτυακό, DAB). Μια τέτοια πρόταση ετοιμάζει η Sony, μια συσκευή με οθόνη αφής που θα αναλαμβάνει να αναζητά τους τοπικούς σταθμούς και θα τους κατατάσσει αλφαβητικά μαζί με τα logo τους. Θα μπορούσε κανείς να το φανταστεί σαν ένα ραδιοφωνικό jukebox.



Το παραπάνω πρωτότυπο τέτοιας συσκευής υπάρχει στην πραγματικότητα. Αναπτύχθηκε από την διαδικτυακή υπηρεσία ραδιοφώνου “RadioPlayer” μια πλατφόρμα η την οποία υποστηρίχτηκε από το BBC μαζί με άλλους εμπορικούς εταίρους. Το ραδιόφωνο αυτό δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να πλοηγηθεί σε διαθέσιμα ραδιόφωνα χωρίς να ανησυχεί για τον τρόπο μετάδοσης. Η “RadioPlayer” έχει εκκινήσει συζητήσεις με κατασκευαστές στο πώς θα μπορούσε η ιδέα αυτή να εξελιχθεί στο μέλλον. Η χρήση οθόνη προσθέτει επιπλέον δυνατότητες διαφήμισης και εκτός αυτού, το ραδιόφωνο μπορεί να εξελιχθεί και σε μια πιο “οπτική” εμπειρία.

Σύμφωνα με τον John Donham της TuneIn,, πάντα θα υπάρχει ανάγκη για ραδιόφωνο και όπως είχε πει, η αγορά θα μεγαλώσει με την αρμονική συνύπαρξη ψηφιακού και αναλογικού ραδιοφώνου. “Παρόλα αυτά για να συνεχίσει η αύξηση της προσοχής νέων ακροατών (τεχνολογικά **ενημερωμένων**), καινούργια καταναλωτικά μοντέλα πρέπει να δημιουργηθούν. ώστε να ταυτίζονται με τις συνήθειες και προσδοκίες και να έχουν πρόσβαση σε ραδιοφωνικό περιεχόμενο παντού”.

Ο διευθύνων σύμβουλος της “Audioboo” (ιστοσελίδα για την ανάρτηση και κοινοποίηση ηχητικού περιεχομένου από παραγωγούς) Rob Proctor, πιστεύει ότι η ψηφιακές πλατφόρμες που επιτρέπουν στον καταναλωτή να δημιουργεί το δικό περιεχόμενο διαμορφώνουν την βιομηχανία του ραδιοφώνου.

Το κλειδί της επιτυχίας βρίσκεται στο ότι ο καθένας μπορεί να δημιουργεί τις δικές του λίστες από συνεντεύξεις, ειδήσεις, μουσική και ότι άλλο επιθυμούν. Νεότερες γενιές δεν είναι εξοικειωμένες με το να ανοίγουν το ραδιόφωνό τους συγκεκριμένη ώρα για να ακούν ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα, επιθυμούν να επιμελούνται τις δικές λίστες και να αλληλεπιδρούν με συνομηλίκους τους κοινοποιώντας το περιεχόμενο που δημιούργησαν με το πάτημα ενός κουμπιού.

Θα χρειαστεί να περάσουν δυο γενιές ώστε το ραδιόφωνο να εξελιχτεί πλήρως. Όχι μόνο θα συνεχίσει να υφίσταται, αλλά θα αποκτήσει μεγαλύτερο κοινό από ποτέ. Καταληκτικά όμως ίσως θα πρέπει να αλλάξει ο τρόπος με τον οποίο εννοείται η λέξη “ραδιόφωνο”.

4.6 Η πορεία του ραδιοφώνου στην Ελλάδα:

Όπως φαίνεται, οι αλλαγές στο ραδιόφωνο τα επόμενα χρόνια θα δημιουργήσουν μια τελείως διαφορετική οπτική σε παγκόσμια κλίμακα.

Στο εξωτερικό οι αλλαγές αυτές έχουν αρχίσει ήδη να λαμβάνουν χώρα. Στην Ελλάδα από την άλλη τα πράγματα κυλάνε με μια χρονοκαθυστέρηση όπως είναι λογικό. Βέβαια το DAB έχει ήδη υλοποιηθεί από τον Kiss 92.9 FM που σε συνεργασία με το T.E.I Πειραιά.

Εκτός αυτού η εταιρία κινητής τηλεφωνίας Cosmote έφερε την υπηρεσία του “Spotify” στην Ελλάδα η οποία αγαπήθηκε αμέσως. Πέρα από το στο “Spotify” πολλοί καλλιτέχνες και μουσικοί παραγωγοί χρησιμοποιούν το “Soundcloud” με σκοπό την εύκολη πρόσβαση του κοινού σε υλικό που έχουν δημιουργήσει. Πολλές ακόμα υπηρεσίες έχουν αγαπηθεί από το ελληνικό καταναλωτικό κοινό.

Όπως όλα δείχνουν η βασιλεία του ραδιοφώνου θα συνεχίσει για χρόνια ακόμα. Το ραδιόφωνο δεν αποτελεί πια ένα απλό μέσο ενημέρωσης και ψυχαγωγίας, είναι μια ανθρώπινη ανάγκη για επικοινωνία, δημιουργία, έμπνευση και ενημέρωση. Οι ανάγκες του ανθρώπου ποτέ δεν χάνονται, απλά εξελίσσονται.

Οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν στους διακομιστές ευρετηρίου αυτούς τα αρχεία που ψάχνουν, χρησιμοποιώντας ένα κατάλληλο πρόγραμμα-πελάτη. Όταν το αρχείο βρεθεί, ανοίγει μια σύνδεση μεταξύ των δύο χρηστών για τη μεταφορά του. Σε αυτή τη κατηγορία ανήκουν το Napster το DC++ και το WinMX.

- **Αποκεντρωτικά P2P δίκτυα**

Η φιλοσοφία εδώ είναι εντελώς διαφορετική. Κάθε σύστημα που συμμετέχει αποτελεί ταυτόχρονα πελάτη αλλά και διακομιστή (client- server, ή αλλιώς servent). Μόλις κάποιος συνδεθεί μέσω ενός ανάλογου προγράμματος-πελάτη P2P, κάνει γνωστή την παρουσία του σε ένα μικρό αριθμό υπολογιστών ήδη συνδεδεμένων οι οποίοι με τη σειρά τους προωθούν τη δήλωση παρουσίας του σε ένα μεγαλύτερο δίκτυο υπολογιστών κ.λ.π. Πλέον ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να αναζητήσει οποιαδήποτε πληροφορία μεταξύ των διαμοιραζόμενων αρχείων. Τα δίκτυα αυτά λέγονται και δεύτερης γενιάς. Η μεταφορά των αρχείων είναι όμοια με αυτή των συγκεντρωτικών P2P δικτύων. Σε αυτή τη κατηγορία ανήκουν το Kazaa, το Gnutella και το BearShare.

- **P2P δίκτυα τρίτης γενιάς**

Είναι αυτά τα οποία διαθέτουν χαρακτηριστικά ανωνυμίας όπως το Freenet, το I2P και το Entropy. Είναι αποκεντρωτικού τύπου και η φιλοσοφία του βασίζεται εκτός από την ανωνυμία, στην υψηλή βιωσιμότητα του, στο συνεχή διαμοιρασμό των αρχείων και στην κωδικοποίησή τους έτσι ώστε κανείς να μην μπορέσει ποτέ να αποκτήσει κανένα είδος ελέγχου πάνω σε αυτό. Τα δίκτυα αυτού του τύπου είναι υπό ανάπτυξη και έχουν χαρακτηριστεί ως μικρά παγκόσμια δίκτυα.



5.3 WordPress:

Το WordPress είναι ελεύθερο και ανοικτού κώδικα λογισμικό ιστολογίου και πλατφόρμα δημοσιεύσεων, γραμμένο σε PHP και MySQL. Συχνά τροποποιείται για χρήση ως Σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (ΣΠΔ ή CMS). Έχει πολλές δυνατότητες, συμπεριλαμβανομένων μιας αρχιτεκτονικής για πρόσθετες λειτουργίες, και ενός συστήματος προτύπων. Το WordPress χρησιμοποιείται σε περισσότερα από το 14% των 1.000.000 μεγαλύτερων ιστότοπων.

Κυκλοφόρησε για πρώτη φορά στις 27 Μαΐου 2003, από τον Matt Mullenweg ως παραλλαγή του b2/cafeblog. Από τον Φεβρουάριο του 2011, η έκδοση 3.0 έχει ληφθεί (download) περισσότερες από 32,5 εκατομμύρια φορές. Η τρέχουσα έκδοση του WordPress είναι η 3.9 και κυκλοφόρησε στις 16 Απριλίου του 2014. Τον Αύγουστο του 2014 αναμένεται και η έκδοση 4.0

Το WordPress έχει ένα σύστημα προτύπων ιστού το οποίο χρησιμοποιεί έναν επεξεργαστή προτύπων. Οι χρήστες του μπορούν να αλλάζουν τη θέση διαφόρων στοιχείων του γραφικού περιβάλλοντος χωρίς να χρειάζεται να επεξεργάζονται κώδικα PHP ή HTML. Μπορούν επίσης να εγκαθιστούν και να αλλάζουν μεταξύ διαφόρων οπτικών θεμάτων. Μπορούν ακόμα να επεξεργαστούν τον κώδικα PHP και HTML στα οπτικά θέματα, προκειμένου να επιτύχουν προχωρημένες τροποποιήσεις. Το WordPress έχει επίσης δυνατότητα ενσωματωμένης διαχείρισης συνδέσμων, μόνιμους συνδέσμους οι οποίοι είναι φιλικοί προς τις μηχανές αναζήτησης, δυνατότητα ανάθεσης πολλαπλών κατηγοριών και υποκατηγοριών στα άρθρα, και υποστήριξη για ετικέτες στα άρθρα και τις σελίδες. Συμπεριλαμβάνονται επίσης αυτόματα φίλτρα, τα οποία παρέχουν προτυποποιημένη μορφοποίηση του κειμένου (για παράδειγμα μετατροπή των διπλών εισαγωγικών σε «έξυπνα» εισαγωγικά (δηλαδή " " σε “ ”)). Το WordPress υποστηρίζει επίσης τα πρότυπα Trackback και Pingback για προβολή συνδέσμων προς άλλους ιστότοπους, οι οποίοι με τη σειρά τους έχουν συνδέσμους προς μια δημοσίευση ή άρθρο. Τέλος, το WordPress έχει μια πλούσια αρχιτεκτονική πρόσθετων λειτουργιών, η οποία επιτρέπει στους χρήστες και στους προγραμματιστές να επεκτείνουν τη λειτουργικότητά του πέρα από τις δυνατότητες οι οποίες αποτελούν μέρος της βασικής εγκατάστασης.



5.4 Radio Link Protocol – RLP:

Το Radio Link Protocol (RLP) είναι ένα πρωτόκολλο αυτόματης επανάληψης αιτημάτων (automatic repeat request ή ARQ) και χρησιμοποιείται πάνω σε ασύρματη διεπαφή. Οι περισσότερες ασύρματες επαφές είναι συντονισμένοι έτσι ώστε παρέχουν 1% απώλειες πακέτων. Παρόλα αυτά απώλειες πακέτων της τάξης του 1% σε ένα TCP/IP είναι σχεδόν απαγορευμένες. Το RLP ανιχνεύει απώλειες πακέτων και εκτελεί επαναμεταδόσεις για να φέρει το ποσοστό των απωλειών πακέτων στο 0.01% ή και ακόμα στο 0.0001% που είναι κατάλληλο για εφαρμογές TCP/IP. Το RLP υλοποιεί κατακερματισμό ροής δεδομένων (stream) και επανασυναρμολόγηση. Νεότερες μορφές RLP παρέχουν την δυνατότητα πλαισιοποίησης (framing), αλλά και συμπίεσης (compression).

5.5 Server – Client model:

Στην επιστήμη των υπολογιστών το μοντέλο αρχιτεκτονικής λογισμικού πελάτη-διακομιστή αποτελεί μία συνήθη μέθοδο ανάπτυξης λογισμικού στην οποία ο πελάτης (ένα τμήμα λογισμικού) ζητά κάτι (π.χ. έναν πόρο, τα αποτελέσματα ενός υπολογισμού κ.ο.κ.) και ένα άλλο τμήμα λογισμικού, ο διακομιστής (ή εξυπηρετητής), του το επιστρέφει. Κάθε διακομιστής μπορεί να εξυπηρετεί πολλαπλούς πελάτες.

Ο διακομιστής και ο πελάτης μπορούν να εκτελούνται σε διαφορετικές διεργασίες, οι οποίες με τη σειρά τους μπορούν να εκτελούνται σε διαφορετικούς υπολογιστές, οπότε απαιτείται ένα δίκτυο υπολογιστών για τη διαδιεργασιακή επικοινωνία μεταξύ τους. Σε αυτή την περίπτωση το μοντέλο πελάτη-διακομιστή αποτελεί μία από τις μεθόδους ανάπτυξης και λειτουργίας κατανεμημένων συστημάτων, όπου θεωρούμε τόσο τον πελάτη όσο και τον διακομιστή διαφορετικά τμήματα της ίδιας κατανεμημένης εφαρμογής (π.χ., με την έννοια αυτή, ο Παγκόσμιος Ιστός είναι μία μεγάλη κατανεμημένη εφαρμογή αποτελούμενη από τους πλοηγούς Web και το σύνολο των διακομιστών Web).

5.6 ShoutCast Protocol:

Πρόκειται για (server-client) πρωτόκολλο. Το λογισμικό, αναπτύχθηκε από τη Nullsoft (αγοράστηκε από την AOL την 1η Ιουνίου 1999) και κατά κύριο λόγο υποστηρίζει MP3 μορφή κομματιών καθώς και HE-AAC. Οποιοδήποτε πρόγραμμα αναπαραγωγής ήχου έχει πρόσθετα που επιτρέπουν στον κάθε ένα να ακούει ζωντανά την αγαπημένη του εκπομπή μέσω διαδικτύου, από οποιοδήποτε συσκευή (PC, tablet, smartphone). Εκτός αυτού έχουν αναπτυχθεί και νέα διαδικτυακά μέσα αναπαραγωγής που είναι γραμμένα σε HTML5.



5.7 Digital Audio Broadcasting – DAB:

Το Digital Audio Broadcasting (DAB), είναι ψηφιακή τεχνολογία εκπομπής σήματος για ραδιοφωνικούς σταθμούς, χρησιμοποιείται σε μερικές χώρες, ειδικότερα στην Ευρώπη. Από το 2006, περίπου 1.002 σταθμοί εκπέμπουν με το DAB.

Το πρότυπο DAB ξεκίνησε σαν ευρωπαϊκό ερευνητικό πρόγραμμα το 1980. Ο νορβηγικός οργανισμός μετάδοσης (Norwegian Broadcasting Corporation NRK) δημιούργησε το πρώτο DAB κανάλι παγκοσμίως την 1 Ιουνίου 1995 (NRK Klassik). Το BBC και το SR δημιούργησε τις πρώτες ψηφιακές μεταδόσεις τον Σεπτέμβριο 1995. DAB δέκτες έγιναν διαθέσιμοι σε πολλές χώρες από τις αρχές του 2000. Το DAB μπορεί να εξυπηρετήσει περισσότερους σταθμούς σε ένα εύρος ζώνης από το αναλογικό ραδιόφωνο που εκπέμπει στα FM. Το DAB είναι πιο ευάλωτο όσον αφορά τον θόρυβο και την έκλειψη πολλαπλής οδεύσεως (multipath fading) για την κινητή ακρόαση, καθώς η ποιότητα λήψης πέφτει κατακόρυφα όταν η ισχύς σήματος πέφτει κάτω από ένα συγκεκριμένο κατώφλι, ενώ στα FM η ποιότητα λήψης φθίνει πιο αργά.

Η ποιότητα ήχου ποικίλει και εξαρτάται από τον ρυθμό δειγματοληψίας. Οι περισσότεροι σταθμοί που έχουν υιοθετήσει το DAB χρησιμοποιούν συνήθως ρυθμούς της τάξης των

128kbit/s ή λιγότερο. Με τον κωδικοποιητή ήχου MP2 απαιτούνται γύρω στα 160 kbit/s για να φθάσει η ποιότητα ήχου την ποιότητα ενός FM ραδιοφώνου. Τα 128kbit/s δίνουν καλύτερο εύρος ή λόγο σήματος προς θόρυβο από τα FM, αλλά πιο διάχυτη στερεοφωνική «εικόνα». Παρόλα αυτά με 256 ή 192 kbit/s και τον MP2 κωδικοποιητή μπορεί να επιτευχθεί ποιότητα ήχου πανομοιότυπη με ενός CD.

Μια βελτιωμένη έκδοση του συστήματος κυκλοφόρησε τον Φεβρουάριο του 2007, η οποία ονομάστηκε DAB+. Το DAB συμβατό με το DAB+ με την έννοια ότι δέκτες που λειτουργούν με την παλαιότερη έκδοση δεν μπορούν να λαμβάνουν εκπομπή σε DAB+. Παρόλα αυτά σταθμοί μπορούν να ενσωματώσουν DAB και DAB+ στην ίδια εκπομπή σήματος για να γίνει πιο ομαλή η μετάβαση στο DAB+. Το DAB είναι δυο φορές πιο αποδοτικό από τον προκάτοχό του καθώς έχει υιοθετήσει τον AAC+ κωδικοποιητή. Εκτός αυτού μπορεί να προσφέρει υψηλής ποιότητας ήχο σε ρυθμούς χαμηλούς όπως τα 64 kbit/s.

Η ποιότητα λήψης είναι πιο ανεκτική στο DAB+ σε σχέση το DAB λόγω της προσθήκης κωδικοποίησης διόρθωσης λαθών Reed-Solomon.

Στην διαχείριση φάσματος οι συχνότητες που διατίθενται για DAB υπηρεσίες, συντομογραφούνται ως T- DAB, όπου το “T” αντιπροσωπεύει το επίγειο (terrestrial). Πάνω από είκοσι χώρες παρέχουν εκπομπές τύπου DAB. Κάποιες χώρες, όπως η Αυστραλία, η Ιταλία, η Ελβετία και η Γερμανία έχουν σταθμούς που εκπέμπουν σε DAB+. Παρακάτω φαίνεται η χρήση του DAB παγκοσμίως.



5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

5.1 Έντυπη:

- Δημήτριος Βασιλείου, Νικόλαος Ηρειώτης (2009)
Ανάλυση επενδύσεων και διαχείριση χαρτοφυλακίου
Εκδόσεις: Rosili, Αθήνα
- Γιώργος Παπατριανταφύλλου (2011)
Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων
Εκδόσεις: Σταμούλης, Αθήνα
- Patrick Montana, Bruce H. Charnov (1999)
Μάνατζμεντ (μια μεθοδική σειρά σεμιναρίων)
Εκδόσεις: Κλειδάριθμος
- Mark Hirschey (2008)
Fundamentals of Managerial Economics, 9th edition
Εκδόσεις: South- Western Cengage Learning
- Trefor Jones (2004)
Business Economics and Managerial Decision Making
Εκδόσεις: John Wiley & Sons LTD

5.2 Διαδίκτυο:

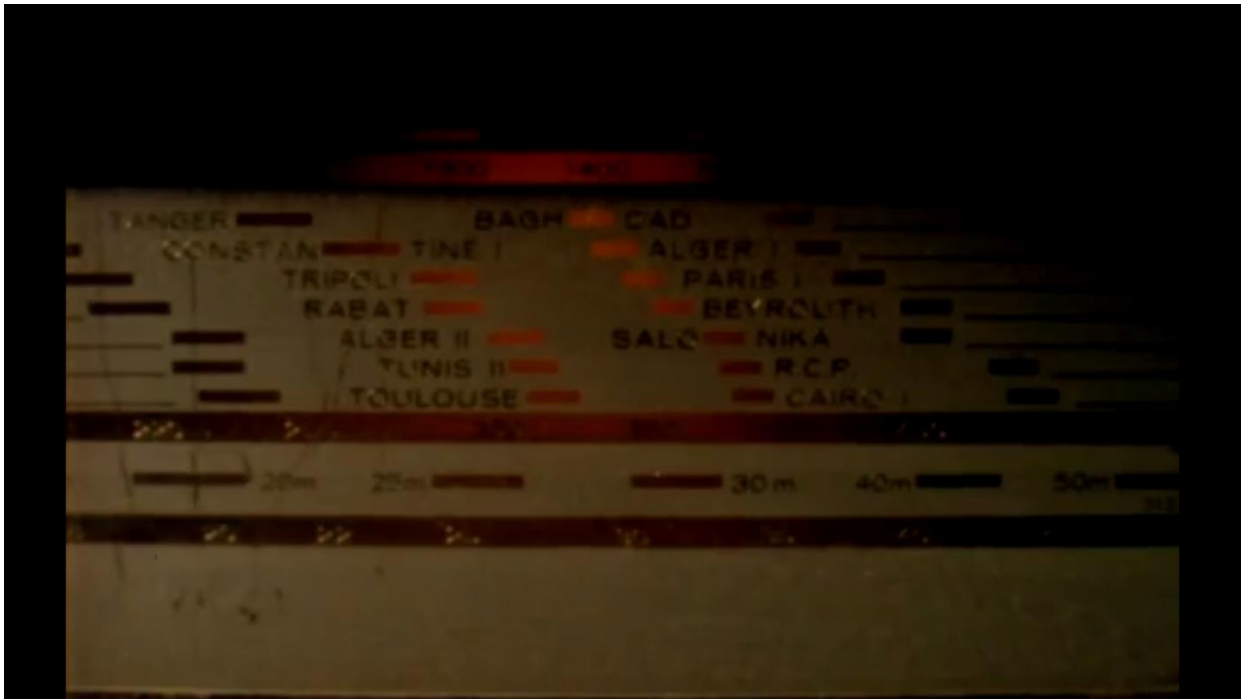
- Luigi Moreno (2001)
Point-to-Point radio link engineering
Σύνδεσμος: <http://www.activeonline.com.au/PPRLE%20E-Book%20v1%202.pdf>
- Paul Sawers (2013)
The future of radio
Σύνδεσμος: <http://thenextweb.com/insider/2013/11/27/the-future-of-radio/>

5.3 Λοιπές πηγές:

- Καθημερινή [Εφημερίδα](www.kathimerini.gr)
- Wikipedia [Εγκυκλοπαίδεια](el.wikipedia.org/wiki/)
- Digea [Υπηρεσία επίγειας ψηφιακής τηλεόρασης](www.digea.gr)
- Ραδιόφωνο [Blog και ραδιοφωνικό portal] (<http://www.radiofono.gr/>)
- Εθνικό συμβούλιο ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ) (www.esr.gr)
- Χρυσή Ευκαιρία [Ιστοσελίδα αγγελιών] (www.xe.gr)
- Σκρουτζ [Μηχανή σύγκρισης τιμών] (www.skroutz.gr)
- Ελληνική Εταιρεία Προστασίας της Πνευματικής Ιδιοκτησίας (ΑΕΠΠΙ) (www.aepi.gr/)
- Startup Greece [Νέα γενιά επιχειρηματικότητας](www.startupgreece.gov.gr)
- E-Radio [Ραδιοφωνικό portal] (www.e-radio.gr)
- Kiss Radio 92.9 [Ραδιοφωνικός σταθμός] (www.kiss.gr/default.asp)

5.4 Ηλεκτρονικά καταστήματα και υπηρεσίες:

- Πλαίσιο Computers (www.plaisio.gr)
- Thomman Cyberstore (thomann.de)
- D&R Electronica Weesp (<http://www.d-r.nl/index.html>)
- MultiHosting (www.multihosting.gr)
- Yuboto υπηρεσίες mobile marketing και προηγμένων τηλεπικοινωνιακών λύσεων.
(www.yuboto.com/)



“...Στο καντράν του ραδιοφώνου μου με περιμένουν όλες οι πόλεις που ονειρεύτηκα, Βαγδάτη, Πράγα, Νέα Ορλεάνη. Στέλνουν τους ήχους του μέσα από μεσαία κύματα και σύννεφα παρασίτων. Είναι από εκείνα τα παλιά ραδιόφωνα, τότε που τα ταξίδια έξω πόλη ήτανε πολύ μακρινά, ως και αδύνατα. Τότε λοιπόν, με μια κίνηση της βελόνας βρισκόσουν από την Αθήνα στην Βαγδάτη και με μια πιο απαλή κίνηση από την Βαγδάτη στην Ταγγέρη. Ίσως σε κάποιο μέρος του κόσμου, σε κάποιο άλλο καντράν, κάποιος ακούει μέσα από τα παράσιτα, την Αθήνα μια τόσο μακρινή πολύ για αυτόν, όσο μακρινή και για μένα...” Ρένος Χαραλαμπίδης στην ταινία «Φθηνά Τσιγάρα»