

2013

þÿ • À¹ Ç μ¹ Á · ¼ ± Ä^{1 0} Ì Ã Ç - ´¹ ¿

þÿ ´¹ ± ´^{1 0} Ä Å ±⁰ ¿ Í À ± ½ Ä ¿ À É » μ⁻ ¿ Å Å

Nicolaides, Evis

þÿ Á³ Á ± ¼ ¼ ± " · ¼ Ì Ã^{1 ±} Å " ¹ ¿⁻⁰ · Ä · Å, £ Ç ¿ » ® Ý^{1 0} ¿ ½ ¿ ¼^{1 0} Î ½ • À¹ Ä Ä · ¼ Î ½^{0 ± 1} " ¹ ¿⁻⁰ ·
þÿ ± ½ μ À¹ Ä Ä ® ¼¹ ¿ • μ ¬ À ¿ »¹ Å ¬ Æ ¿ Å

<http://hdl.handle.net/11728/7372>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository



ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟΥ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ

από

ΕΥΗΣ ΝΙΚΟΛΑΙΔΗΣ

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα

Πανεπιστήμιο Νεάπολις

Πάφος, Κύπρος

2013

Υποβλήθηκε στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις σαν μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για τον βαθμό μεταπτυχιακού τίτλου στην Διοίκηση Επιχειρήσεων MBA

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σε αυτή την διατριβή μελετήθηκε η εφαρμογή μιας επιχειρηματικής ιδέας για την αγορά της Κύπρου. Συγκεκριμένα αναπτύχθηκε ένα επιχειρηματικό σχέδιο για ένα διαδικτυακό παντοπωλείο/υπεραγορά με έδρα την Πάφο και δυνατότητα επέκτασης της σε όλη την ελεύθερη Κύπρο. Όλα αυτά έγιναν με αφορμή την “στέρηση” της αγοράς του νησιού και ειδικά της επαρχίας Πάφου από ένα διαδικτυακό παντοπωλείο/υπεραγορά.

Αρχικά έγινε έρευνα στην εγχώρια αγορά του νησιού και συγκεκριμένα μόνον στις ελεύθερες περιοχές. Ετοιμάστηκε ερωτηματολόγιο το οποίο ήταν στοχευόμενο σε συγκεκριμένα ερωτήματα για να μπορεί να αναπτυχθεί το επιχειρηματικό σχέδιο ρεαλιστικά. Τα ερωτηματολόγια σκορπίστηκαν σε 330 καταναλωτές στρατηγικά έτσι ώστε να διαφανεί ο σωστός αντίκτυπος από το κοινό για αυτή την επιχειρηματική ιδέα.

Στην συνέχεια έγινε ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας όπου διαφάνηκε ότι ο βασικότερος ενδοιασμός του κόσμου της Κύπρου για την διαδικτυακή υπεραγορά / παντοπωλείο έχει να κάνει με την ασφαλή συναλλαγή και με την εμπειρία της αγοράς και της σωστής επιλογής. Αυτό υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές δεν είναι εξοικειωμένοι με την διαδικτυακή αγορά. Επίσης νιώθουν επιφυλακτικοί μήπως εξαπατηθούν ή / και ανασφάλεια για την έκθεση των προσωπικών τους στοιχείων στο διαδίκτυο.

Μελετήθηκε η εσωτερική ανάλυση του επιχειρηματικού σχεδίου. Πιο αναλυτικά περιγράφηκε η επιχείρηση που προτείνεται, τα προϊόντα και υπηρεσίες της, οι τρόποι πληρωμής που θα επιτρέπονται στο διαδίκτυο, η πολιτική της εταιρείας γενικότερα και η τοποθεσία της. Επίσης έγινε εξωτερική ανάλυση, ανάλυση του ανταγωνισμού, της αγοράς, ανάλυση ΔΑΕΑ (Swot) και περιβάλλοντος. Αναφέρθηκε η στρατηγική της εταιρείας, το πλάνο μάρκετινγκ της, η στρατηγική της διαφήμισης της και το διοικητικό πλάνο που θα την κυβερνά.

Τέλος μελετήθηκε το οικονομικό πλάνο της επιχείρησης, έχει γίνει ανάλυση ευαισθησίας σε τρία διαφορετικά σενάρια (κανονικό, αισιόδοξο και απαισιόδοξο) λειτουργίας της για περίοδο τριών χρόνων και έδειξαν και τα τρία ότι παρόλο των δύσκολων καιρικών συνθηκών που επικρατούν στο νησί αλλά και της μικρής αγοράς η επιχείρηση μπορεί να ιδρυθεί και να λειτουργήσει με επιτυχία.

Στα επόμενα κεφάλαια θα ακολουθήσουν με λεπτομέρεια, τα αποτελέσματα της έρευνας στην εγχώρια αγορά, η μελέτη του επιχειρηματικού σχεδίου και τα τρία πιθανά σενάρια που ενδεχομένως να περάσει η επιχείρηση στην περίπτωση υλοποίησης της.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ. Ηλία Ντινένη για την εμπιστοσύνη που μου έχει δείξει στο πρόσωπο μου με την ανάθεση της παρούσας πτυχιακής εργασίας μέσα από την οποία μου έδωσε την ευκαιρία να ασχοληθώ με ένα τόσο ενδιαφέρον αλλά και επίκαιρο θέμα. Η καθοδήγηση και η έμπρακτη βοήθεια αλλά και η συμβολή, ειδικά στα πρώτα στάδια ήταν καταλυτική για την περαιτέρω πορεία και ολοκλήρωση της διατριβής μου.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω, τέλος στην οικογένεια μου, για την στήριξη κατά τη διάρκεια των σπουδών μου όπως επίσης και το στενό μου περιβάλλον για κάθε μικρή και μεγάλη βοήθεια συμπαράστασης στις επιλογές μου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	6
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ -ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	9
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ – ΠΙΝΑΚΕΣ.....	10
1.Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ.....	11
1.1 Εισαγωγή.....	11
1.2 Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan)	11
1.3 Κίνητρα	12
1.4 Διατύπωση της ανάγκης για χρήση του διαδικτ. παντοπωλείου στην Κύπρο	13
1.5 Ανασκόπηση βιβλιογραφίας.....	14
2.Η ΚΥΠΡΟΣ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ.....	25
2.1 Έρευνα στην αγορά της Κύπρου	25
2.2 Αποτελέσματα της έρευνας στην αγορά της Κύπρου.....	25
2.3 Συμπεράσματα της έρευνας	34
3.ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ.....	37
3. 1 Εσωτερική ανάλυση.....	37
3.1.1 Περιγραφή της επιχείρησης.....	37
3.1.2 Προϊόντα και Υπηρεσίες	38
3.1.3 Τρόποι πληρωμής που θα επιτρέπονται στο διαδικτυακό κατάστημα.....	39
3.1.4 Πιστωτική πολιτική.....	40
3.1.5 Επιστροφές χρημάτων/προϊόντων και ακύρωση παραγγελιών	40
3.1.6 Τοποθεσία.....	40
3.2 Εξωτερική Ανάλυση.....	41
3.2.1 Ανάλυση καταναλωτή	41
3.2.2 Ανάλυση του ανταγωνισμού.....	41
3.2.3 Ανάλυση αγοράς	43
3.2.4 Ανάλυση ΔΑΕΑ (δυνατά /αδύνατα σημεία, ευκαιρίες και απειλές) – Swot Analysis.....	44
3.2.5 Ανάλυση περιβάλλοντος	45
3.3 Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής	46
3.3.1 Στρατηγική προϊόντων	46
3.3.2 Πλάνο Μάρκετινγκ.....	46
3.3.3 Διαφήμιση και η στρατηγική που θα ακολουθείται.....	47
3.3.4 Διοικητικό Πλάνο.....	48

4.ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	51
4.1 Οικονομικό πλάνο	51
4.2 Υποθέσεις.....	52
4.3 Κόστη εκκίνησης.....	53
4.4 Σενάριο 1 – Κανονικό σενάριο.....	54
4.5 Σενάριο 2 – Αισιόδοξο σενάριο	59
4.6 Σενάριο 3 – Απαισιόδοξο σενάριο	64
4.7 Ανάλυση νεκρού σημείου (Break Even Analysis)	67
5.Επίλογος – Συμπεράσματα	69
ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ ΚΑΙ ΣΧΕΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	71
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1.....	74
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2.....	80

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ -ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Σχεδιάγραμμα 1 : Πρώτη ερώτηση ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση.....	26
Σχεδιάγραμμα 2 : Δεύτερη ερώτηση ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση.....	27
Σχεδιάγραμμα 3 : Τρίτη ερώτηση ερωτηματολογίου – Γραφική παρουσίαση.....	27
Σχεδιάγραμμα 4 : Τέταρτη ερώτηση ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση.....	28
Σχεδιάγραμμα 5 : Πέμπτη ερώτηση ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση.....	29
Σχεδιάγραμμα 6 : Έκτη ερώτηση ερωτηματολογίου.....	30
Σχεδιάγραμμα 7 : Έβδομη ερώτηση ερωτηματολογίου.....	31
Σχεδιάγραμμα 8 : Ερώτηση νούμερο οκτώ του ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση...	32
Σχεδιάγραμμα 9 : Ερώτηση νούμερο εννέα του ερωτηματολογίου.....	33
Σχεδιάγραμμα 10 : Ερώτηση δέκα του ερωτηματολογίου.....	33
Σχεδιάγραμμα 11: Ερώτηση έντεκα του ερωτηματολογίου.....	34
Σχεδιάγραμμα 12: Διοικητικό πλάνο της εταιρείας (οργανόγραμμα).....	46

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ – ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1: Χρεώσεις της εταιρείας PayPal.....	39
Πίνακας 2: Οι ανταγωνιστές στην αγορά της Κύπρου.....	42
Πίνακας 3: Ανάλυση ΔΑΕΑ.....	44
Πίνακας 4: Τρόποι Διαφήμισης.....	47
Πίνακας 5: Κόστη εκκίνησης εταιρείας και κεφαλαιουχικά κόστη.....	53
Πίνακας 6: Λογαριασμός Κερδών – Ζημιών Κανονικό σενάριο.....	54
Πίνακας 7: Ισολογισμός Balance Sheet της επιχείρησης - Κανονικό σεν.....	56
Πίνακας 8: Ταμειακές ροές της επιχείρησης – Κανονικό σενάριο.....	57
Πίνακας 9: Λογαριασμός Κερδών – Ζημιών Αισιόδοξο σενάριο.....	59
Πίνακας 10: Ισολογισμός Balance Sheet της επιχείρησης – Αισιόδ. σεν.....	61
Πίνακας 11: Ταμειακές ροές της επιχείρησης – Αισιοδ. Σενάριο.....	62
Πίνακας 12: Λογαριασμός Κερδών – Ζημιών Απαισιόδοξο σενάριο.....	64
Πίνακας 13: Ισολογισμός Balance Sheet της επιχείρησης – Απαισ. σεν.....	65
Πίνακας 14: Ταμειακές ροές της επιχείρησης – Απαισιόδοξο σενάριο.....	66
Πίνακας 15: Ανάλυση σημείου μηδενικού κέρδους (Break Even Analysis).....	68

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

1.1 Εισαγωγή

Η Κύπρος τους τελευταίους μήνες περνά μια οικονομική κρίση, με αρνητικές επιπτώσεις στην Κυπριακή κοινωνία. Η υψηλή ανεργία, η μείωση του βιοτικού επιπέδου και ειδικότερα η ανεργία των νέων και η συνεχιζόμενη ύφεση, προδιαγράφουν ζοφερές προοπτικές για το μέλλον που μας περιμένει. Μέσα στην σημερινή δύσκολη οικονομική πραγματικότητα η ενίσχυση ορισμένων κλάδων της οικονομίας, στους οποίους η Κύπρος φαίνεται να διαθέτει συγκριτικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, είναι μια ρεαλιστική διέξοδος από την κρίση.

Τα τελευταία χρόνια η τεχνολογία αναπτύσσεται ραγδαία. Η σημερινή εποχή έχει φέρει νέες εξελίξεις στο χώρο των πωλήσεων, επιτρέποντας στους κατόχους καταστημάτων και μη να λειτουργούν ηλεκτρονικά καταστήματα δίνοντας τους τη δυνατότητα να προβάλλουν και να πουλούν τα αγαθά τους σε ολόκληρο τον κόσμο, οποιαδήποτε ώρα της μέρας μέσω του «κοινού μας κόσμου», το διαδίκτυο.

Σε μία αναζήτηση στις μεγαλύτερες μηχανές αναζήτησης (Google και yahoo) στο διαδίκτυο μπορούμε να παρατηρήσουμε αρκετές υπεραγορές και παντοπωλεία τα οποία προσφέρουν δυνατότητα παραγγελίας μέσω διαδικτύου και κατ' οίκον παράδοσης στον πελάτη. Η επιχειρηματική ιδέα σε αυτή την πτυχιακή εργασία είναι να κτιστεί και να μελετηθεί ένα διαδικτυακό παντοπωλείο στην Κύπρο με υπηρεσία κατ' οίκον παράδοσης στους καταναλωτές προσφέροντας ποικιλία προϊόντων ποιότητα και αξιοπιστία. Αυτό για να μπορεί να γίνει σωστά χρίζει βαθιάς μελέτης και έρευνας στην εγχώρια αγορά. Ο σχεδιασμός του επιχειρηματικού σχεδίου είναι απαραίτητος για να παρουσιαστεί μια ρεαλιστική προσέγγιση της επιχείρησης και για να παρθεί η ορθή απόφαση εάν αξίζει τον κόπο να προχωρήσει κανείς στην ίδρυση της επιχείρησης ή όχι.

1.2 Τι είναι το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan)

Η δημιουργία ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου (ΕΣ) συμβάλλει αποφασιστικά στην βελτίωση της απόδοσης της επιχείρησης. Τα τελευταία χρόνια η κατάθεση επιχειρηματικού σχεδίου είναι απαραίτητη για επιχειρηματικά δάνεια, επιδοτήσεις από την

Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλες παρόμοιες ενέργειες. Σκοπός του ΕΣ είναι να αναλύσει την υπάρχουσα κατάσταση (αγορά, επιχείρηση) και να καθοδηγήσει τις ενέργειες των μελών-στελεχών της επιχείρησης προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις και τακτικές. Είναι χρήσιμο για μια μικρομεσαία επιχείρηση, γιατί συμβάλει στην (1) Δομή και οργάνωση της επιχείρησης (2) την λήψη αποφάσεων, με βάση τους στόχους και την πολιτική της επιχείρησης (3) την καταγραφή, ανάλυση και κατανόηση της αγοράς, των καταναλωτών και του ανταγωνισμού και (4) αποτελώντας σημείο αναφοράς, καταδεικνύει την επίτευξη ή όχι των στόχων της επιχείρησης [1].

Το ΕΣ πρέπει να είναι σαφές, κατανοητό και ρεαλιστικό και να αποτελείται από τέσσερις μεγάλες ενότητες (α) την εσωτερική ανάλυση (Περιγραφή της επιχείρησης) (β) την Εξωτερική ανάλυση (Περιγραφή της αγοράς) (γ) την επιλογή, προσδιορισμό και υλοποίηση της στρατηγικής και τέλος (δ) το οικονομικό πλάνο. Η κάθε ενότητα περιέχει υποκατηγορίες οι οποίες πρέπει να καλύψουν όλο το φάσμα της επιχειρηματικής δράσης. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μορφή ενός ΕΣ δεν είναι τυποποιημένη ως προς τη δομή της, ούτε και ως προς το περιεχόμενο της [1].

1.3 Κίνητρα

Περισσότεροι από 200,000 Κύπριοι παραγγέλνουν από το διαδίκτυο κάθε χρόνο (τουλάχιστο μια φορά). Παρόλα αυτά, με βάση τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας Κύπρου, μόνο το 20% παραγγέλνει από Κυπριακά ηλεκτρονικά καταστήματα. Τέτοιο χαμηλό ποσοστό αν και ανησυχητικό, φανερώνει τα περιθώρια βελτίωσης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Κύπρο. Χρειάζονται περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα, μεγαλύτερο εύρος προϊόντων και ανταγωνιστικότερες τιμές [2].

Το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει τα εξής πλεονεκτήματα:

- Ανοικτό 24ώρες το 24ώρο με αποτέλεσμα οι πωλήσεις να είναι περισσότερες.
- Μεγαλύτερη αγορά (εκτός της ευρύτερης περιοχής του φυσικού καταστήματος).
- Πολύ πιο χαμηλά λειτουργικά έξοδα: (α) δεν χρειάζεται να πληρώνεις ενοίκιο, (β) λιγότερο ή καθόλου προσωπικό, (γ) φθηνότερες μέθοδοι μάρκετινγκ και διαφήμισης.
- Ευκολότερη προώθηση των προϊόντων. Για εξειδικευμένα προϊόντα είναι πολύ πιο δύσκολο να εντοπίσετε πιθανούς αγοραστές. Με το ηλεκτρονικό κατάστημα, ο πελάτης σας βρίσκει από μόνος του τι ψάχνει μέσω μηχανών αναζήτησης (Google ή Yahoo).

- Τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό, με το ηλεκτρονικό κατάστημα υπάρχει μεγαλύτερη ευελιξία, τόσο από πλευράς μάρκετινγκ (αλλαγή του σχεδιασμού, των διαφημίσεων), όσο και από πλευράς προϊόντων (απόσυρση κάποιων προϊόντων και προσθήκη κάποιων άλλων) [2].

Το πρόγραμμα «Επιχειρείτε Διαδικτυακά» (www.go-e.mcit.gov.cy) αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού και έχει σκοπό την προώθηση και ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Κύπρο. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού έχει ιδρυθεί το Γραφείο eΔράση το οποίο είναι υπεύθυνο να υλοποιήσει συγκεκριμένο στρατηγικό σχέδιο. Στα πλαίσια του εν λόγω προγράμματος, υπάρχουν σχέδια επιχορηγήσεων για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σκοπό την ανάπτυξη της απαραίτητης υποδομής έτσι ώστε να καταστούν έτοιμες να επιχειρήσουν διαδικτυακά. [1]. Η οικονομική ενίσχυση που δίδεται από το υπουργείο για την ίδρυση του ηλεκτρονικού καταστήματος είναι σημαντικό βοήθημα και κίνητρο για την υλοποίηση της ιδέας προσφέροντας στην προκειμένη περίπτωση δύο οικονομικά πλάνα [3]

1.4 Διατύπωση της ανάγκης για χρήση του διαδικτυακού παντοπωλείου στην Κύπρο

Η οικονομική κατάσταση του μέσου Κύπριου στη δύσκολη αυτή εποχή που διανύουμε επιβάλλει ενδελεχή έρευνα πριν την πραγματοποίηση οποιασδήποτε αγοράς. Τα βασικότερα κριτήρια για την έρευνα αγοράς είναι η **τιμή** και η **ποιότητα** του κάθε προϊόντος όπως όμως και η εξυπηρέτηση που θα δεχτεί πριν (sales service) αλλά πολύ βασικότερα και μετά την αγορά του (after sales service).

Στο πλαίσιο της δύσκολης οικονομικής συγκυρίας που καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε, η ενίσχυση των μικρών και μικρομεσαίων εγχώριων επιχειρήσεων έναντι των πολυεθνικών κολοσσών είναι πιο απαραίτητη από ποτέ. Η έξυπνη επιχειρηματικότητα και η προσαρμογή του παραδοσιακού στις σύγχρονες ανάγκες θα μπορούσε να μας δώσει μια εναλλακτική λύση στην κρίση.

Μια νέα εποχή ανατέλλει για τον κύπριο καταναλωτή αφού εκτός από την δουλειά του και προσωπικά ψώνια αυτού και της οικογένειάς του στην υπεραγορά της περιοχής του δεν έχει χρόνο να δραστηριοποιηθεί με οτιδήποτε άλλο. Η τεχνολογία είναι σε θέση να εξυπηρετήσει τον ίδιο σε ένα σημείο ανάγκης του καταναλωτή, από το σπίτι του ή το χώρο εργασίας του κάνοντας αγορές τροφίμων και οτιδήποτε προϊόντων από διαδικτυακό παντοπωλείο του νησιού με ανταγωνιστική τιμή και δυνατότητα κατ' οίκον παράδοσης.

Αυτό για να μπορέσει να μελετηθεί έγινε έρευνα (ερωτηματολόγια) στην εγχώρια αγορά η οποία αποκάλυψε πως οι μόνιμοι κάτοικοι του νησιού και κυρίως οι κύπριοι βλέπουν αυτή την επιχειρηματική ιδέα, ποια είναι τα οφέλη τους, πως θα νιώθουν ασφαλής στις αγορές τους και πως θα γίνεται σωστή επιλογή των προϊόντων στο καλάθι τους.

1.5 Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Το διαδικτυακό παντοπωλείο είναι σχετικά μια νέα φιλοσοφία ψωνίσματος και χρίζει ανάλυσης εάν μπορεί να εφαρμοστεί σε μεγάλες και μικρές αγορές στον κόσμο. Η αγορά τροφίμων στην Ευρώπη και συγκεκριμένα στο Ηνωμένο Βασίλειο (HB) το 2012 ανερχόταν στα 163,200.000 εκατομμύρια βρετανικές λίρες, μία αύξηση του ποσοστού 3.8% η οποία παρουσιάστηκε από το 2011. Οι δαπάνες για τρόφιμα από τους κατοίκους του HB είναι πολύ ψηλές καθιστώντας τα ψώνια στα παντοπωλεία ένα από τα μεγαλύτερα καθημερινά έξοδα τους. Γνωρίζοντας ο καταναλωτής το κόστος που ξοδεύει στα εβδομαδιαία του ψώνια γίνεται πιο συνειδητοποιημένος και επιλεκτικός στις αγορές του διεκδικώντας εκπτωτικά κουπόνια, εβδομαδιαίες προσφορές και συγκρίσεις τιμών μεταξύ υπεραγορών. Ένα μεγάλο ποσοστό του κόσμου προτιμούν να ψωνίζουν από κοντινά μικρά καταστήματα παρά να ταξιδεύουν μεγάλες αποστάσεις και να επισκέπτονται μεγάλες υπεραγορές. Ακόμα πολλοί είναι αυτοί οι οποίοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για τις αγορές τους μιας και πλέον το διαδικτυακό κατάστημα προσφέρει τα πάντα σε ένα όμορφο και εύχρηστο περιβάλλον [4].

Ο μεγαλύτερος έμπορος λιανικής αγοράς στην Ευρώπη αλλά και στον κόσμο την εποχή μας είναι το Ocado στο HB. Εγκαταστάθηκε το 2000 και καταχωρήθηκε τον Ιούλιο του 2010 στο Χρηματιστήριο του Λονδίνου. Το ocado.co.uk παρέχει ποιοτικά προϊόντα παντοπωλείου τα οποία παραδίδει απευθείας στο χώρο που ο πελάτης επιθυμεί. Καλύπτει το 70% του πληθυσμού του HB με δύο μεγάλα κεντρικά σημεία παροχών προϊόντων στο Hatfield και στο Dordon, Warwickshire και δέκα σημεία διανομής στην χώρα [4].

Ο στόχος του Ocado είναι να κάνει τον πελάτη να νιώθει «όμορφα» στο περιβάλλον που του προσφέρει στο διαδίκτυο και να απολαμβάνει τον τρόπο αγοράς προϊόντων, χωρίς φυσικά να φαίνεται ότι πίσω από αυτό υπάρχει μία μεγάλη κερδοφόρα επιχείρηση η οποία στο τέλος της μέρας προσφέρει ελκυστικές οικονομικές αποδόσεις. Η αποστολή του Ocado είναι να φέρει επανάσταση στον τρόπο που ο κόσμος ψωνίζει δίνοντας στους πελάτες του μία μοναδική καινοτόμα και πράσινη εναλλακτική λύση στις αγορές του σε σχέση με τον παραδοσιακό τρόπο ψωνίσματος που γνώριζε μέχρι στιγμής. Με όλα αυτά, η

σπουδαία τιμή (great value), η υπηρεσία, η δυνατότητα επιλογής και ο νέος πράσινος τρόπος ψωνίσματος βοηθούν την εταιρεία να επιτύχει την αποστολή της [5].

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω το Ocado βρίσκεται σε ένα μεγάλο αλλά και ανταγωνιστικό περιβάλλον στο ΗΒ. Στην εγχώρια αγορά βρίσκονται ακόμα τέσσερα μεγάλα διαδικτυακά παντοπωλεία όπως το Asda, Sainsbury's, Tesco και Waitrose τα οποία θα αναφερθούν στην συνέχεια της βιβλιογραφικής ανασκόπησης.

Το Ocado χρησιμοποιεί ένα διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο σε σχέση με τους ανταγωνιστές του το οποίο είναι κτισμένο στην νέα τεχνολογία και στις δεξιότητες της επιστήμης της μεταφοράς (logistics skills). Η εταιρεία επενδύει σε αυτή την πλατφόρμα για να υλοποιήσει μία επιτακτική πρόταση σε ένα ευρύτερο φάσμα πελατών και να οδηγήσει στην ανάπτυξη γύρω από την δημιουργία του κύκλου επενδύσεων, της ζήτησης των πελατών αλλά και των οικονομικών αποδόσεων. Η ομάδα του Ocado δίνει τεράστια σημασία στο επιχειρηματικό μοντέλο που προσφέρει για να παρασύρει με θετική έννοια τον κόσμο στη νέα μέθοδο αγοράς. Αυτό επιτρέπει στην εταιρεία να επενδύει στην εκπλήρωση του νέου μοντέλου και της υπηρεσίας των αγορών στους πελάτες της με αποτέλεσμα να κτίζεται μία ανανεώσιμη και κερδοφόρα επιχείρηση των επενδυτών της[6].

Οι στρατηγικοί στόχοι της εταιρείας επικεντρώνονται στα μακροχρόνια κέρδη που δίνει η ανάπτυξη και η υπηρεσία της παράδοσης των προϊόντων στους πελάτες της:

- αναπτύσσοντας την νέα πρόταση στους πελάτες της να διατηρήσει την ηγετική θέση στην εγχώρια αγορά όσον αφορά την εξυπηρέτηση, το εύρος των προϊόντων που προσφέρονται αλλά και την ελκυστική τιμή που παρέχεται στον πελάτη.
- στην ανάπτυξη του αριθμού πελατών της εταιρείας, τη διατήρηση τους και την ενθάρρυνση τους να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα στο διαδικτυακό κατάστημα.
- στη λειτουργία ενός περιβάλλον τελευταίας τεχνολογίας με υψηλότερα επίπεδα παροχής υπηρεσιών με το χαμηλότερο δυνατό κόστος
- και τέλος στην δυνατότητα της ικανότητας δημιουργίας νέων κέντρων εξυπηρέτησης για την εξυπηρέτηση των πελατών της στην χώρα.

Ο αριθμός των πελατών στο κατάστημα αυξάνεται λόγω της ποιότητας της υπηρεσίας, το εύρος προϊόντων που προσφέρονται και της εμπιστοσύνης στις τιμές που δίνεται από τους πελάτες. Σημαντικό είναι ότι η εταιρεία συνεχίζει να παρέχει αξιόπιστα σε ψηλές αποδόσεις τον ακριβή χρόνο παράδοσης των παραγγελιών της. Επίσης, συνεχώς το διαδικτυακό κατάστημα βελτιώνετε για την γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών του. Το

Ocado αξίζει να σημειωθεί ότι χρησιμοποιεί τελευταίας τεχνολογίας εφαρμογές σε κινητά τηλέφωνα για την άμεση εξυπηρέτηση των πελατών του, αποστολή γραπτών μηνυμάτων για την παράδοση σε προκαθορισμένο χρόνο, διαδικτυακό εντοπισμό της παραγγελίας μέσω του λογαριασμού του κάθε πελάτη αλλά και δυνατή σύνδεση του λογαριασμού του μέσω Face book [6].

Ο αριθμός των προϊόντων που προσφέρονται στο κατάστημα ανέρχεται στις είκοσι οκτώ χιλιάδες, πολύ μεγαλύτερος από κάθε άλλη υπεραγορά στην χώρα. Αξίζει να σημειωθεί ότι σχεδόν κάθε καλάθι του πελάτη έχει τουλάχιστο ένα προϊόν της εταιρείας Ocado. Ο ανταγωνισμός στις τιμές των προϊόντων είναι πολύ μεγάλος στην εγχώρια αγορά. Πολλά επώνυμα αλλά και τυπικά προϊόντα τιμολογούνται σαν προϊόντα Ocado κατά διαστήματα με αποτέλεσμα να ενθαρρύνουν τον πελάτη στις αγορές του. Το μέσο κόστος καλαθιού αγορών στο HB ανέρχεται στις 112.17 λίρες [7].

Το προσωπικό της εταιρείας ανέρχεται σχεδόν στους 6.500 χιλιάδες υπαλλήλους οι οποίοι δείχνουν τεράστιο ενδιαφέρον για την δουλειά τους. Η εκπαίδευση που προσφέρθηκε σε αυτούς αλλά και η πείρα που απέκτησαν κατά την διάρκεια του χρόνου έχει ως αντίκτυπο τις καλύτερες δυνατές βαθμολογίες της εταιρείας από τους πελάτες της.

Το Ocado προκειμένου να μειώσει σημαντικά κόστη στο τιμολόγιο των πελατών του προσφέρει τα προϊόντα σε κατ' οίκον παράδοση απευθείας από τον προμηθευτή. Αυτό το επιτυγχάνει με τη νέα τεχνολογία και τους αυτοματισμούς που χρησιμοποιεί στις εγκαταστάσεις του καθώς επίσης και με τα διάφορα σημεία διανομής που έχει στην χώρα. Ουσιαστικά η παραγγελία γίνεται από το διαδίκτυο (ηλεκτρονικό υπολογιστή, tablet ή κινητό τηλέφωνο) και απευθείας γίνεται η παραγγελία στον προμηθευτή, ετοιμάζεται στα κεντρικά κέντρα της εταιρείας (central fulfillment centre) και στην συνέχεια γίνεται η παράδοση από τον υπάλληλο της εταιρείας στον πελάτη. Τα κόστη τα οποία αποφεύγει είναι η μεταφορά από τον προμηθευτή στα κέντρα διανομής μεταπωλητών και από τους μεταπωλητές σε τοπικά καταστήματα. Αυτά είναι σημαντικά κόστη τα οποία κάνουν ανταγωνιστική την εταιρεία [7].

Ο κύριος στρατηγικός στόχος της εταιρείας είναι να κτίσει μία επιχείρηση η οποία θα είναι κάτι περισσότερο από μία υπεραγορά, πιο απλή, γρήγορη, πιο προσωπική και βολική για τον πελάτη, πιο παραγωγική και πληροφοριακή για τους προμηθευτές και πιο πολύτιμη για τους επενδυτές. Οι πελάτες αυξάνονται συνεχώς, από απλούς οικιακούς μέχρι και καταστήματα εμπορικούς οι οποίοι εφοδιάζονται με εκπαιδευτικά προϊόντα φρέσκα και ποιοτικά στις καλύτερες τιμές. Κάνοντας εγγραφή στην επικοινωνία του μάρκετινγκ ο

πελάτης λαμβάνει ηλεκτρονικό μήνυμα προσφορών καθημερινά οι οποίες ετοιμάστηκαν για τον ίδιο τον πελάτη δηλ. ανάλογα με τις ανάγκες του. Αυτό σημαίνει ότι παίρνει προϊόντα σε προσφορά που τον ενδιαφέρουν. Η στρατηγική τους για μακροχρόνιο κέρδος είναι η λειτουργία σε βιομηχανικά πρότυπα στις χαμηλότερες τιμές. Αυτό επιτυγχάνεται με το επιχειρηματικό μοντέλο το οποίο διαθέτουν και με την τεχνολογία αλλά και αυτοματισμούς που χρησιμοποιούνται.

Οι πελάτες της εταιρείας περιμένουν την καλύτερη εξυπηρέτηση και για αυτό πρώτο μέλημα του Ocado είναι να εξυπηρετεί τον πελάτη της σε ψηλά επίπεδα. Τα σημαντικά κλειδιά για την εταιρεία είναι η αξιοπιστία – παράδοση στον σωστό χρόνο και όπως πρέπει, άμεση διαθεσιμότητα των προϊόντων – παραδόσεις την επόμενη μέρα και σε κάποιες περιοχές ακόμα και την ίδια μέρα. Σημειώνετε ότι η παραγγελία γίνεται μόνον μέσω διαδικτύου και όχι τηλεφωνικά. Στα μη αναλώσιμα προϊόντα εάν για οποιοδήποτε λόγο ο πελάτης δεν το επιθυμεί μπορεί να το επιστρέψει και να πάρει τα χρήματα του πίσω [7].

Οι πελάτες θέλουν να νοιώθουν ότι κάνουν αγορές από το διαδίκτυο για να εξοικονομήσουν χρήματα. Η διαθεσιμότητα των προϊόντων είναι τεράστια με αριθμό τη χρονιά 2012 στις είκοσι οκτώ χιλιάδες. Στα φαγώσιμα παρουσιάζεται ημερομηνία λήξεως η οποία είναι εγγυημένη από την ίδια την εταιρεία και οι πελάτες νοιώθουν σίγουροι ότι ψωνίζουν με ποιότητα στο καλάθι τους. Ακόμα υπάρχει μεγάλη ποικιλία προϊόντων για τα κατοικίδια του πελάτη.

Πρωτοποριακό είναι το γεγονός ότι μπορείς να γεμίζεις το καλάθι σου ηλεκτρονικά ενώ δεν έχεις σύνδεση στο διαδίκτυο (δηλ. Offline) και όταν έχεις σύνδεση κάνεις την παραγγελία χωρίς να χάνεις χρόνο. Αυτό επιτυγχάνεται με την εγκατάσταση λογισμικού στον υπολογιστή του πελάτη. Οι τρόποι πληρωμής στο διαδικτυακό κατάστημα είναι Visa, MasterCard, Visa Delta, Visa Debit, Switvh, American Express και John Lewis Partnership κάρτες. Κάρτες Solo και Electron δεν είναι δεκτές [7].

Το ελάχιστο κόστος παραγγελίας στο διαδικτυακό παντοπωλείο είναι 40 βρετανικές λίρες. Για παραγγελίες πάνω από 75 λίρες προσφέρεται δωρεάν παράδοση σε συγκεκριμένες μέρες και ώρες της εβδομάδας. Για παραγγελίες κάτω από 75 λίρες υπάρχει έξτρα χρέωση ανάλογα με την ποσότητα της παραγγελίας και την διεύθυνση που βρίσκεται ο πελάτης [7].

Μέχρι τον Φεβρουάριο του 2013 η εταιρεία λειτουργούσε ένα κέντρο ετοιμασίας παραγγελιών αλλά λόγω της ζήτησης της αγοράς και της ανάγκης να παραδίδονται οι παραγγελίες την καθορισμένη ώρα δημιούργησε και δεύτερο κέντρο στην πόλη Dordon, Warwickshire. Σήμερα όλες οι παραγγελίες γίνονται στα δύο μεγάλα κέντρα στην χώρα και ελέγχονται από ένα λογισμικό το οποίο είναι μοναδικό στον κόσμο και φυσικά δεν πωλείται έξω στην αγορά. Έχει δημιουργηθεί για να καλύπτει πλήρως και με ακρίβεια το επιχειρηματικό μοντέλο της εταιρείας.

Η ομάδα του Ocado είναι ευαίσθητη στο περιβάλλον. Φιλοδοξεί ότι είναι η πιο «πράσινη» επιχείρηση στο Ηνωμένο Βασίλειο, το πιο καινοτόμο αλλά και φθινό κατάστημα λιανικών πωλήσεων σε είδη παντοπωλείου στην χώρα του και με τους δικούς του τρόπους βοηθά στην μείωση της περιβαλλοντικής διεύθυνσης, όπως για παράδειγμα: (α) οι τσάντες μεταφοράς προϊόντων μαζεύονται από τους πελάτες για ανακύκλωση (β) οι πελάτες μπορούν να επιλέξουν την μεταφορά προϊόντων τους με τα πράσινα φορτηγά τα οποία τροφοδοτούνται με βιοπετρέλαιο και οι ρύποι στην ατμόσφαιρα είναι σχεδόν μηδενικοί και τέλος (γ) τη μείωση των αποβλήτων στο περιβάλλον.

Για την σωστή λειτουργία του οργανισμού πρέπει να υπάρχει και η σωστή διακυβέρνηση η οποία αποτελείται από τον πρόεδρο, το διευθύνων σύμβουλο, τον επικεφαλής των οικονομικών υπηρεσιών, τον μη εκτελεστικό σύμβουλο και ανώτερο ανεξάρτητο διοικητικό σύμβουλο, πέντε μη εκτελεστικούς διευθυντές, τον εμπορικό διευθυντή και τον διευθυντή νομικών και επιχειρηματικών υποθέσεων [7].

Κατά περιόδους η εταιρεία συναντούσε διάφορα προβλήματα τα οποία προσπαθούσε να τα επιλύσει άμεσα. Για παράδειγμα το 2011 λόγω του μεγάλου αριθμού των παραγγελιών και της ανικανότητας να εξυπηρετήσουν τις παραγγελίες τους το μικτό κέρδος μειώθηκε. Άμεσα η εταιρεία προχώρησε στην δημιουργία του δεύτερου μεγάλου κέντρου διανομής για να μπορεί να ανταπεξέλθει, φυσικά αυτό αποτελούσε ένα τεράστιο κόστος για την εταιρεία αλλά τα «πράσινα» φώτα της ανάπτυξης της ήταν πολλά και έτσι προχώρησε στην κατασκευή του [8]. Για χρόνια το καθαρό κέρδος της εταιρείας ήταν σχεδόν μηδενικό αλλά με πίστη στην νέα εποχή ψωνίσματος και καλή εξυπηρέτηση πλέον το Ocado είναι πασίγνωστο και έρευνες διαφημίζουν ότι το 2025 έχει την δυνατότητα να γίνει παγκόσμιο [9].

Ακόμα ένα μεγάλο τοπικό και διαδικτυακό παντοπωλείο σήμερα στο ΗΒ είναι το Sainsbury. Ανακαλύφθηκε το 1869 από τον James Sainsbury και την σύζυγο του Mary Ann Sainsbury όπου δημιούργησαν το πρώτο τοπικό κατάστημα στο Λονδίνο. Σήμερα

λειτουργούν περισσότερα από 1000 τοπικά καταστήματα και με δυνατότητα παραγγελίας μέσω διαδικτύου για παράδοση ή συλλογή από τα καταστήματα. Αξίζει να σημειωθεί ότι το προσωπικό ανέρχεται κοντά στις εκατόν πενήντα χιλιάδες άτομα. Το όραμα της εταιρείας είναι να προσφέρει στον κόσμο τον πιο έμπιστο έμπορο λιανικής πώλησης στο ΗΒ κάνοντας ψώνια σε πολύ ελκυστικές τιμές [10].

Η εταιρεία προσφέρει στον πελάτη κυρίως ποιοτικό φαγητό, φρέσκο και πιστοποιημένο, διάφορα επώνυμα εμπορεύματα και ρουχισμό, αναπτυσσόμενους ανακαινισμένους χώρους στα τοπικά καταστήματα και υπηρεσίες παράδοσης και συλλογής παραγγελιών μέσω διαδικτύου από τα τοπικά καταστήματα. Το διαδικτυακό κατάστημα το οποίο μας ενδιαφέρει ξεπερνά τις 165.000 χιλιάδες παραγγελίες την εβδομάδα με τζίρο περίπου 800.000.000 εκατομμύρια το χρόνο και κατατάσσεται σαν δεύτερο στην εγχώρια αγορά. Το διαδικτυακό κατάστημα προσφέρει περισσότερο από έξι χιλιάδες επώνυμα προϊόντα και προϊόντα Sainsbury, καθώς επίσης και προϊόντα για το σπίτι, τον κήπο, παιχνίδια και άλλα πολλά. Επίσης προσφέρει την υπηρεσία Click & Collect, η οποία δίνει την δυνατότητα στον πελάτη να κάνει την αγορά μέσω διαδικτύου σε μη φαγώσιμα προϊόντα και να συλλέξει την παραγγελία μετά από τρεις με πέντε εργάσιμες μέρες από το τοπικό κατάστημα της επιλογής του εντελώς δωρεάν. Στο διαδικτυακό κατάστημα αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει ελάχιστο κόστος αγοράς 25 λιρών . Επιπρόσθετα το διαδικτυακό κατάστημα δίνει την ευκαιρία στον πελάτη να επιλέξει πότε να γίνει η παράδοση σε συγκεκριμένη μέρα ή την επόμενη μέρα νοουμένου ότι η παραγγελία έγινε πριν της 14:00 μ.μ ή μετά από τρεις με πέντε μέρες από της 07:00 π.μ μέχρι της 19:00 μ.μ. Το Σάββατο οι παραγγελίες μπορούν να παραδοθούν από της 07:00 π.μ μέχρι της 12:00 μ.μ.. Την Κυριακή και τις δημόσιες αργίες δεν γίνονται παραδόσεις παραγγελιών. Η ενημέρωση του χρόνου παράδοσης γίνεται με γραπτά μηνύματα στο κινητό τηλέφωνο του πελάτη. Σημειώνετε ότι πρέπει ο παραλήπτης να είναι τουλάχιστο δεκαοκτώ χρονών και να είναι ικανός να ελέγξει και να υπογράψει ότι παρέλαβε την παραγγελία στην συγκεκριμένη διεύθυνση. Εάν για οποιοδήποτε λόγο μετανιώσει ο πελάτης για το προϊόν που παράγγειλε ή είναι ελαττωματικό έχει το δικαίωμα να το επιστρέψει στην αρχική του κατάσταση όπως το παράλαβε. Η εταιρεία μπορεί να δώσει αντικατάσταση ή μετρητά χρήματα πίσω [10].

Η υπηρεσία παράδοσης προσφέρεται στο 88% του πληθυσμού στο ΗΒ καθώς επίσης και σε επιλεγμένα καταστήματα στην Βόρεια Ιρλανδία. Η επιλογή του καταστήματος που θα γίνει η παραγγελία εξαρτάτε από τον ταχυδρομικό κώδικα του πελάτη.

Οι τρόποι πληρωμής στο κατάστημα στο διαδίκτυο είναι με χρεωστική/ πιστωτική κάρτα, Visa, MasterCard, American Express, Electron Maestro και πρέπει να είναι καταγεγραμμένες στο τραπεζικό σύστημα του HB. Πληρωμές μέσω PayPal δεν επιτρέπονται. Η χρέωση του λογαριασμού γίνεται την ημέρα της παράδοσης [10].

Στα καταστήματα Sainsbury μπορείς να χρησιμοποιήσεις την δημοφιλή κάρτα Nectar. Η εταιρεία Nectar είναι ένα σύστημα εκπωτικών καρτών το οποίο συνεργάζεται με διάφορες εταιρείες καθώς επίσης και με την αλυσίδα υπεραγορών, βενζινάδικων και καφετεριών Sainsbury. Με οποιαδήποτε αγορά από το διαδικτυακό κατάστημα ή τοπικό κατάστημα της εταιρείας Sainsbury μπορείς να πιστώσεις την κάρτα Nectar και στην συνέχεια να την εξαργυρώσεις σε αεροπορικό εισιτήριο ή σινεμά ή σε καφετέρια συνεργατιδών εταιρειών της [10]. Η εταιρεία έχει 11.5 εκατομμύρια πελάτες οι οποίοι είναι κάτοχοι της εκπωτικής κάρτας. Καθημερινά δίδονται κουπόνια στους πελάτες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και σε σταθμούς τραίνων στην χώρα τα οποία μπορούν να χρησιμοποιήσουν για την επόμενη επίσκεψη τους στο διαδικτυακό κατάστημα. [11]

Επίσης η εταιρεία Sainsbury προσφέρει διάφορες προτάσεις εφαρμογών εξοικονόμησης ενέργειας. Στην αγορά καινούριας ηλεκτρικής συσκευής μπορείς να παραδώσεις την παλιά σου στους οδηγούς της εταιρείας για ανακύκλωση. Ο πελάτης μπορεί ακόμα να παραδώσει στον οδηγό τις σακούλες της παραγγελίας του για ανακύκλωση.

Η εταιρεία είναι στρατηγικός συνεργάτης και επενδυτής της Tamar Energy Ltd όπου έχει πλάνο να δημιουργήσει δίκτυο με 40 παραγωγικούς σταθμούς αναερόβιας χώνευσης (anaerobic digestion) όπου μετατρέπουν τα οργανικά απόβλητα σε ενέργεια. Η δυναμικότητα του δικτύου θα είναι εκατόν μεγαβάτ (100MW) από πράσινη ενέργεια και θα μπορεί να τροφοδοτεί μέχρι και 200,000 σπίτια [11].

Ο John Lewis Partnership είναι μία από τις πρώτες 10 επιχειρήσεις λιανικής πώλησης στο HB. Η εταιρεία Waitrose είναι θυγατρική του John Lewis Partnership η οποία αποτελείται από μία αριστοκρατική αλυσίδα Βρετανικών υπεραγορών. Η έδρα της είναι στο Bracknell, Berkshire στο HB με 291 καταστήματα σε όλο το HB όπου κατατάσσεται έκτη μεγαλύτερη εταιρεία λιανικής πώλησης ειδών παντοπωλείου στο HB [12]. Η εταιρεία έχει βασιλικό ένταλμα να προμηθεύει είδη παντοπωλείου, το κρασί και τα οινοπνευματώδη ποτά στην Βασίλισσα Ελισάβετ II και από της 1^η Ιανουαρίου 2011 και τον Πρίγκιπα Κάρολο [12].

Όταν η εταιρεία Ocado άρχισε να δουλεύει τον Οκτώβριο του 2000 ο John Lewis Partnership ήταν ο κύριος προμηθευτής της. Η εταιρεία , Waitrose λειτουργεί αυτόνομα την δική της υπηρεσία παράδοσης προϊόντων διαδικτυακού παντοπωλείου. Το διαδικτυακό κατάστημα (Waitrose.co.uk) είναι διαθέσιμο σε συγκεκριμένες περιοχές της χώρας και είναι ανεξάρτητο από το Ocado, μία ξεχωριστή εντελώς επιχείρηση. Η εταιρεία τον Οκτώβριο του 2011 δημιούργησε στο Δυτικό Λονδίνο κέντρο εξυπηρέτησης «Dotcom Fulfillment Centre» το οποίο εργοδότα σε αυτό 200 υπαλλήλους και παρέχει κατ' οίκον παράδοση φαγητού [12].

Το διαδικτυακό παντοπωλείο όπως και τα άλλα στο HB προσφέρουν πολλών ειδών προϊόντα. Η εταιρεία δίνει έμφαση στην ποιότητα των προϊόντων της για να αφήσει το πελάτη ευχαριστημένο. Για παραγγελίες μέσω διαδικτύου υπάρχει ελάχιστο κόστος παραγγελίας το οποίο ανέρχεται στις 50 λίρες. Στο διαδικτυακό κατάστημα ο πελάτης εκτός από την παραγγελία για παράδοση μπορεί να κάνει παραγγελία για παραλάβει από τοπικό κατάστημα Waitrose της περιοχής του. Όπως και οι άλλες εταιρείες η Waitrose δεν παραδίδει την παραγγελία σε άτομο κάτω των 18 ετών για ευνόητους λόγους. Το μικτό κέρδος στις διαδικτυακές πωλήσεις χρόνο με χρόνο αυξάνεται. Ο στόχος της εταιρείας είναι μέχρι το 2017 να ανοίξει μέχρι και 400 καταστήματα και να διπλασιάσει τα έσοδα της στα οκτώ δισεκατομμύρια λίρες μέχρι το 2016 [12].

Η εταιρεία Tesco δραστηριοποιείται σε πολλά μέρη του κόσμου. Όσο αφορά την Ευρώπη και ειδικά το HB οι λειτουργίες του είναι σε μεγάλο βαθμό στην ομάδα με πάνω από 3000 καταστήματα και 310.000 υπαλλήλους . Η πολυκλαδική προσέγγιση της εταιρείας επιτρέπει σε αυτή να προσεγγίζει νέους πελάτες συνεχώς. Η διαδικτυακή υπηρεσία της εταιρείας είναι ισχυρή με αριθμό specialized dotcom καταστημάτων να εξυπηρετούν την ζήτηση των πελατών. Οι παραγγελίες γίνονται στο διαδίκτυο (tesco.co.uk) με υπολογιστή αλλά και εφαρμογή στα νέα κινητά της νέας γενιάς. Η δημοφιλής υπηρεσία Click & Collect επιτρέπει στον πελάτη να κάνει την παραγγελία του μέσω διαδικτύου και να την παραλαμβάνει από ένα από τα 1.500 καταστήματα Click & Collect την επόμενη εργάσιμη μέρα μετά της 4 μ.μ. Δεν επιτρέπεται να γίνεται συλλογή παραγγελίας από καταστήματα που είναι μόνον για παράδοση. Το είδος της παράδοσης της παραγγελίας στα Tesco εξαρτάτε από τα προϊόντα που έγιναν αγορά. Για παράδειγμα εάν κάποιος αγοράσει ηλεκτρικά είδη ή έπιπλα ή μεγάλα αντικείμενα ο πελάτης έχει την δυνατότητα να επιλέξει την μέρα που θέλει την παράδοση με το ανάλογο κόστος. Εάν τα προϊόντα είναι μικρού μεγέθους η παράδοση ορίζεται 2 με 5 μέρες αργότερα σε ένα χαμηλό κόστος ή μπορεί να οριστεί και την επόμενη μέρα σε πιο υψηλό κόστος. Φυσικά

όπως και οι άλλοι ανταγωνιστές στην αγορά η παράδοση γίνεται σε άτομο πάνω από 18 χρόνων. Εάν η παραγγελία είναι μικρή και ο πελάτης απουσιάζει μπορεί να δοθεί σε γείτονα του. Εάν για οποιοδήποτε λόγο ο πελάτης δεν είναι ευχαριστημένος με ένα προϊόν μπορεί να επιστραφεί και να γίνει μέρος επιστροφής από την πληρωμή του [13].

Η εταιρεία Tesco δίνει δωρεάν «πράσινους» βαθμούς στους πελάτες της για αυτούς που επιλέγουν να παραλάβουν την παραγγελία τους χωρίς τσάντες. Οι βαθμοί μπορούν να χρησιμοποιηθούν στα καταστήματα Tesco και στο διαδίκτυο. Όπως και τα πιο πάνω καταστήματα οι αποδεκτοί τρόποι πληρωμής είναι διάφορες πιστωτικές κάρτες σε ελεγχόμενο διαδικτυακό περιβάλλον [13].

Ακόμα μία μεγάλη εταιρεία στο ΗΒ είναι η ASDA η οποία έχει 500 μικρά και μεγάλα τοπικά καταστήματα στο Ηνωμένο Βασίλειο ανάλογα με την περιοχή. Οι τιμές είναι παντού χαμηλές και ίδιες σε όλα. Η εταιρεία δίνει έμφαση στην ποικιλία προϊόντων στην καλύτερη τιμή και στο ευχάριστο περιβάλλον ψωνίσματος. Τα καταστήματα ASDA έχουν ποικιλία 40 χιλιάδων προϊόντων, είδη σπιτιού, ηλεκτρονικών, υγείας και ομορφιάς, μουσικής και βίντεο και παιχνίδια για παιδιά από τη μεγάλη ποικιλία George στα τοπικά καταστήματα. Τα υπερκαταστήματα εκτός από την μεγάλη ποικιλία προϊόντων διαθέτουν και άλλες υπηρεσίες όπως φαρμακεία και καφετέριες και κάποια από αυτά και βενζινάδικο [14].

Η εταιρεία επίσης δραστηριοποιείται και στο διαδίκτυο (asda.co.uk) με κατ' οίκον παράδοση ή συλλογή από τον πελάτη σε καταστήματα τα οποία προσφέρονται της επιλογής του την επόμενη εργάσιμη μέρα μετά της 5 μ.μ. Η παράδοση γίνεται μέχρι της 11 μ.μ την επόμενη μέρα [14].

Η εταιρεία δεσμεύεται στον πελάτη ότι εάν βρεθεί οποιοσδήποτε ανταγωνιστής ίδιου τύπου όπως Tesco, Sainsbury ή Waitrose στην εγχώρια αγορά που μπορεί να έχει χαμηλότερες τιμές, πληρώνει την διαφορά. Δίνει εγγύηση ότι είναι πάντοτε 10% φθηνότερη στο διαδικτυακό της κατάστημα [14].

Η εταιρεία ASDA προσφέρει στους πελάτες της την πιστωτική κάρτα ASDA η οποία τους δίνει 1% επιστροφή χρημάτων με τις αγορές τους στα καταστήματα της ή ακόμα και στο βενζινάδικο, 0.5% επιστροφή με αγορές οπουδήποτε αλλού και πολλά άλλα. Επιπρόσθετα προσφέρεται τα ψώνια να γίνονται μέσω εφαρμογών και σε κινητά τηλέφωνα. Η εταιρεία ASDA για τον πελάτη της προσφέρει την υπηρεσία ευκολίας να σαρώσει τον ειδικό κωδικό (barcode) ενός προϊόντος με το κινητό του τηλέφωνο και να

προστεθεί στο καλάθι αγορών του. Ακόμα σε κινητά τηλέφωνα με λειτουργικό Android δίνει την δυνατότητα να μιλήσει στο τηλέφωνο τι ακριβώς θέλει και να προστεθεί στο καλάθι αγορών του αυτόματα. Οι καινοτόμες αυτές ιδέες χρησιμοποιούνται από αρκετό κόσμο στις καθημερινές αγορές τους [14].

Μια τέτοια επιχείρηση έχει την δυνατότητα να αποδώσει καρπούς με τους σωστούς χειρισμούς και το σωστό περιβάλλον λειτουργίας της. Σε αυτή την πτυχιακή εργασία θα αναλύσουμε τους παράγοντες που μπορεί ή όχι να δραστηριοποιηθεί κάτι τέτοιο στην Κύπρο μας και θα κτιστεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο σε πραγματική έρευνα η οποία έγινε στην εγχώρια αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.Η ΚΥΠΡΟΣ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ

2.1 Έρευνα στην αγορά της Κύπρου

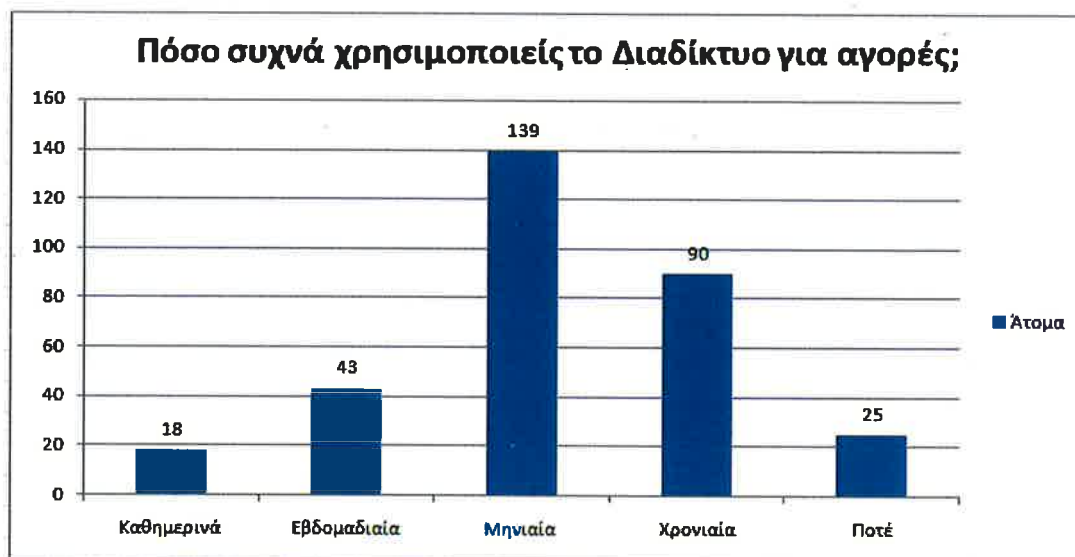
Η Κύπρος είναι ένα μικρό νησί στην Ανατολική Μεσόγειο. Η βόρεια πλευρά της βρίσκεται υπό κατοχή από την Τουρκία από το 1974. Η έρευνα στην αγορά της Κύπρου σχετικά με το διαδικτυακό παντοπωλείο / υπεραγορά έγινε στην ελληνοκυπριακή πλευρά με συμμετέχοντες κοντά στα 300 άτομα από όλες τις ελεύθερες περιοχές.

Για την επιτυχία του επιχειρηματικού σχεδίου που έχει ως στόχο αυτή η πτυχιακή εργασία έχει γίνει πραγματική έρευνα με ερωτηματολόγιο 11 ερωτήσεων στους κατοίκους του νησιού. Σκόπιμα το ερωτηματολόγιο δεν είναι μεγάλο για να έχουμε την μεγαλύτερη ανταπόκριση από το κοινό (330 ερωτηματολόγια σκορπίστηκαν – 300 επιστράφηκαν) αλλά ουσιώδη έτσι ώστε να μπορεί να δώσει απάντηση σε διάφορα ερωτήματα που ενδεχομένως να προκύψουν στην δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδίου. Η επιλογή των ατόμων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ήταν στρατηγικά επιλεγμένοι δηλ. επιλέχθηκαν άτομα τα οποία ζουν μόνιμα στο νησί και είναι κυρίως Κύπριοι για πιο ρεαλιστικά αποτελέσματα, αφού οι πλειονότητα των κατοίκων είναι κυπριακής καταγωγής. Έχει επιλεγεί κόσμος με περίπου ίσα νούμερα θηλυκού και αρσενικού γένους σε νεαρή ηλικία και με επιλογή ανώτερου και ανώτατου μορφωτικού επιπέδου.

2.2 Αποτελέσματα της έρευνας στην αγορά της Κύπρου

Όπως έχει αναφερθεί το ερωτηματολόγιο το ολοκλήρωσαν γύρω στα 300 άτομα. Τα αποτελέσματα είναι απίστευτα αλλά όμως αληθινά. Πιο κάτω ακολουθεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων σε γραφική μορφή της κάθε ερώτησης που ήταν στο ερωτηματολόγιο.

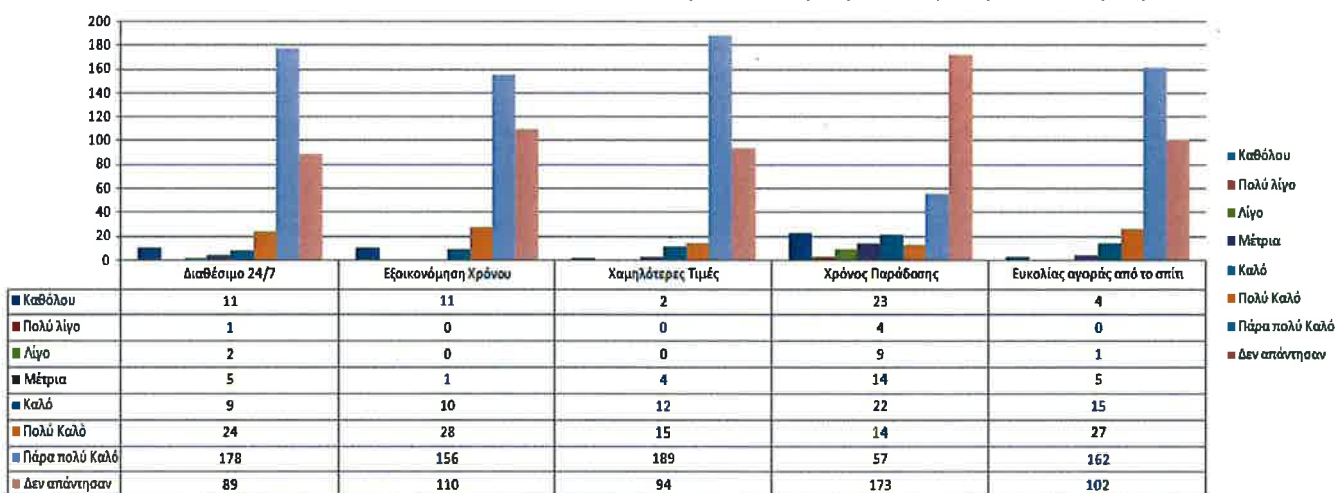
Η πρώτη ερώτηση που ο καταναλωτής αντιμετώπισε ήταν «Πόσο συχνά χρησιμοποιείς το Διαδίκτυο για αγορές;» Συνοψίζοντας τις απαντήσεις μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι πολλά άτομα χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για αγορές μία φορά τον μήνα. Ακολούθως πολλά άτομα το χρησιμοποιούν μία φορά τον χρόνο και αρκετά μία φορά την εβδομάδα αλλά και καθημερινά. Ένα σεβαστό ποσοστό των καταναλωτών δεν χρησιμοποιεί το διαδίκτυο καθόλου για αγορές. Πιο κάτω παρατηρούμε γραφικά την απάντηση της ερώτησης.



Σχεδιάγραμμα 1 : Πρώτη ερώτηση ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση

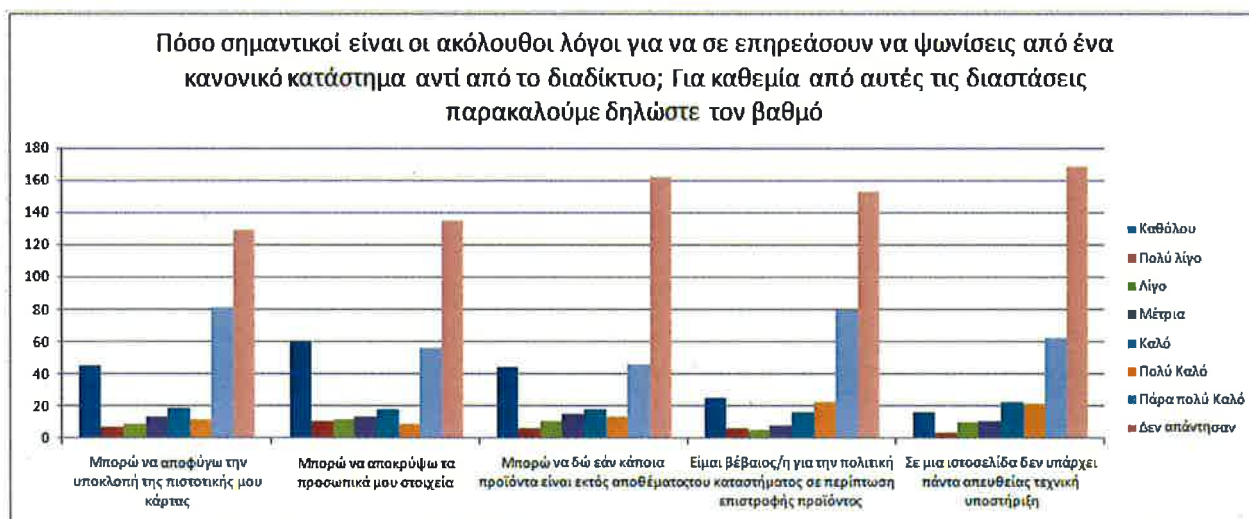
Στην συνέχεια η ερώτηση που ακολουθούσε ήταν: «Πόσο σημαντικοί είναι οι ακόλουθοι λόγοι για να σε επηρεάσουν να ψωνίσεις από το διαδίκτυο αντί από ένα κανονικό κατάστημα. Παρακαλώ για κάθε μία από τις διαστάσεις δηλώστε τον βαθμό.» Είναι φανερό ότι τους καταναλωτές τους ενδιαφέρει το γεγονός ότι μπορούν να ψωνίσουν οποιαδήποτε ώρα και μέρα της εβδομάδας από το σπίτι τους και επίσης τον πολύτιμο χρόνο που θα χάσουν για ψώνια από ένα τοπικό κατάστημα. Επίσης για αυτούς σημαντικό είναι και η τιμή του προϊόντος. Στην επιλογή του χρόνου παράδοσης οι ερωτηθέντες δεν απάντησαν και αυτό δείχνει πως οι καταναλωτές δεν έχουν εμπειρία στην διαδικτυακή αγορά. Στην επόμενη γραφική φαίνεται γραφικά η απάντηση των ερωτηθέντων.

Πόσο σημαντικοί είναι οι ακόλουθοι λόγοι για να σε επηρεάσουν να ψωνίσεις από το διαδίκτυο αντί από ένα κανονικό κατάστημα. Για καθεμία από αυτές τις διαστάσεις παρακαλούμε δηλώστε τον βαθμό



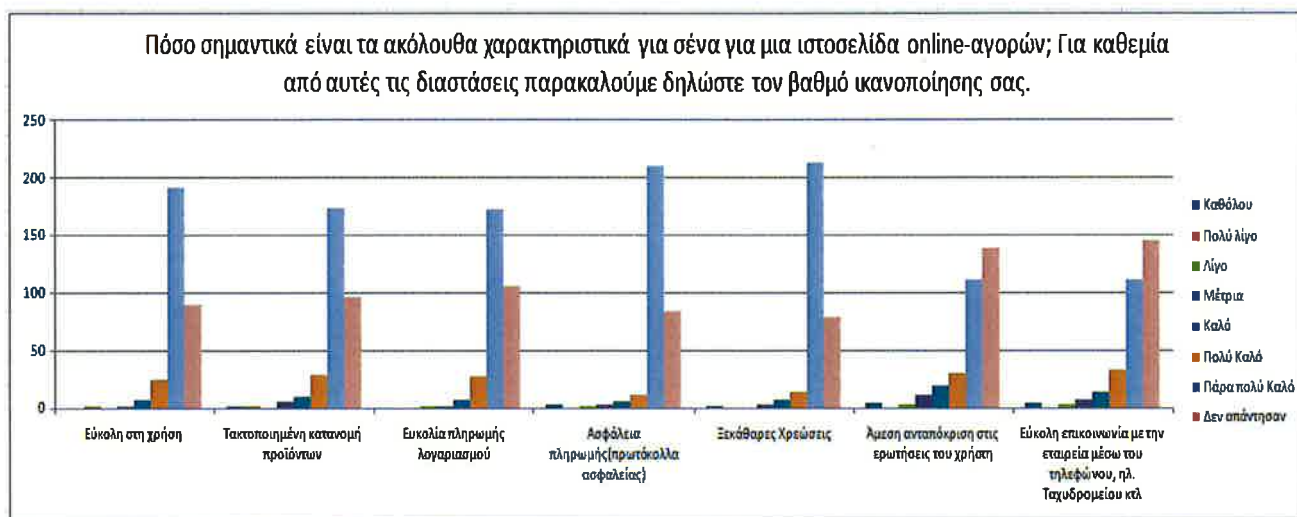
Σχεδιάγραμμα 2 : Δεύτερη ερώτηση ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση

Η Τρίτη ερώτηση στο ερωτηματολόγιο ρωτούσε «Πόσο σημαντικοί είναι οι ακόλουθοι λόγοι για να σε επηρεάσουν να ψωνίσεις από ένα κανονικό κατάστημα αντί από το διαδίκτυο. Για κάθε μία από αυτές τις διαστάσεις παρακαλώ δηλώστε τον βαθμό.» Είναι πραγματικότητα ότι πολλοί καταναλωτές είναι αβέβαιοι για τις αγορές τους από το διαδίκτυο. Αυτό αποκαλύπτει αυτή η ερώτηση και παρουσιάζεται το αποτέλεσμα της γραφικά (Γρ.3).



Σχεδιάγραμμα 3 : Τρίτη ερώτηση ερωτηματολογίου – Γραφική παρουσίαση

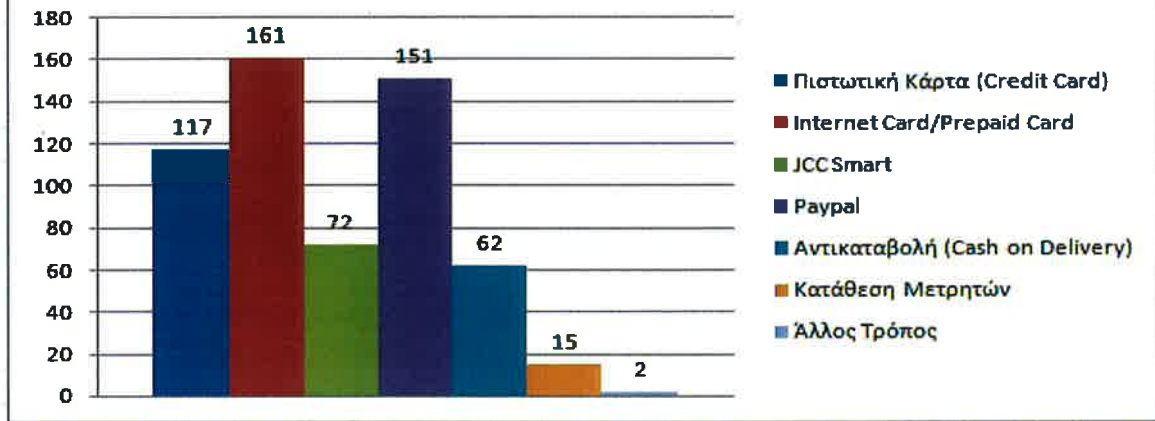
Η επόμενη ερώτηση που ακολουθούσε ήταν «Πόσο σημαντικά είναι για σένα τα χαρακτηριστικά για μία ιστοσελίδα για αγορές μέσω διαδικτύου;» Βλέποντας την γραφική 4 είναι ξεκάθαρο πως ο πελάτης του αρέσει το ωραίο περιβάλλον στην ιστοσελίδα, η τακτοποιημένη κατανομή των προϊόντων, η εύκολη πληρωμή λογαριασμού, η αίσθηση της ασφάλειας πληρωμής του λογαριασμού, οι ξεκάθαρες χρεώσεις και η εύκολη και άμεση επικοινωνία με το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών.



Σχεδιάγραμμα 4 : Τέταρτη ερώτηση ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση

Η ερώτηση 5 εστιάζοταν στους τρόπους πληρωμής στο διαδίκτυο . «Ποια από τις ακόλουθες μεθόδους θα χρησιμοποιούσες για να πληρώσεις τις αγορές που έκανες στο διαδίκτυο;». Οι περισσότεροι επέλεξαν την κάρτα διαδικτύου η οποία έχει μία επιπρόσθετη ασφάλεια από την τράπεζα που συνεργάζεται ο κάθε πελάτης. Επίσης πολλοί επέλεξαν την υπηρεσία της PayPal η οποία επίσης διαφημίζεται ως ο πιο εύκολος και ασφαλής τρόπος να πληρώσεις μέσω διαδικτύου και τέλος ένας μεγάλος αριθμός προτιμά να πληρώνει την ώρα που λαμβάνει την παραγγελία του.

Ποια από τις ακόλουθες μεθόδους θα χρησιμοποιούσες για να πληρώσεις τις αγορές που έκανες στο διαδίκτυο;



Σχεδιάγραμμα 5 : Πέμπτη ερώτηση ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε την παράδοση της παραγγελίας του πελάτη. «Πόσο σημαντικό είναι για σένα ένα κατάστημα στο διαδίκτυο να έχει δωρεάν παράδοση των προϊόντων του;». Σχεδόν όλοι απάντησαν με θετική έκφραση έκτος από ένα σεβαστό ποσοστό που δεν ασχολήθηκε ιδιαίτερα με την ερώτηση αφού δεν θεωρεί πολύ σημαντικό την δωρεάν παράδοση από τις διαδικτυακές παραγγελίες.



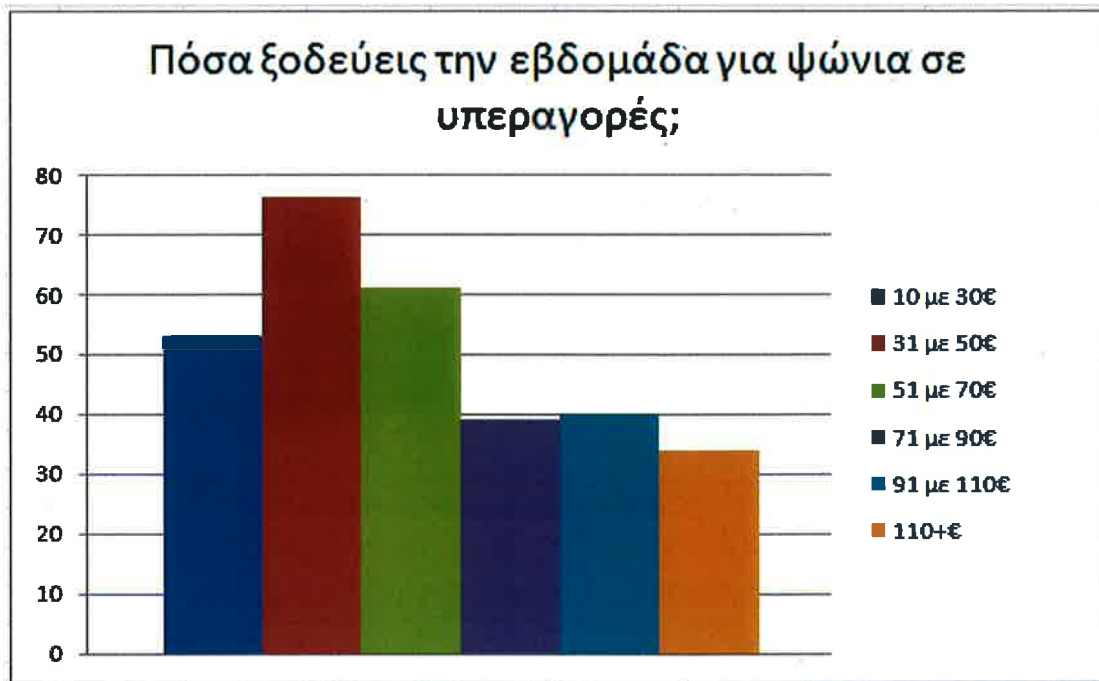
Σχεδιάγραμμα 6 : Έκτη ερώτηση ερωτηματολογίου

Στη συνέχεια ο πελάτης ρωτήθηκε « Τι ώρες θα προτιμούσες να παραλαμβάνεις τα προϊόντα που έχεις αγοράσει». Ένα μεγάλο ποσοστό απάντησε το απόγευμα προς το βράδυ, προφανώς λόγω του φόρτου εργασίας που έχει ο καθένας στην καθημερινότητα του.



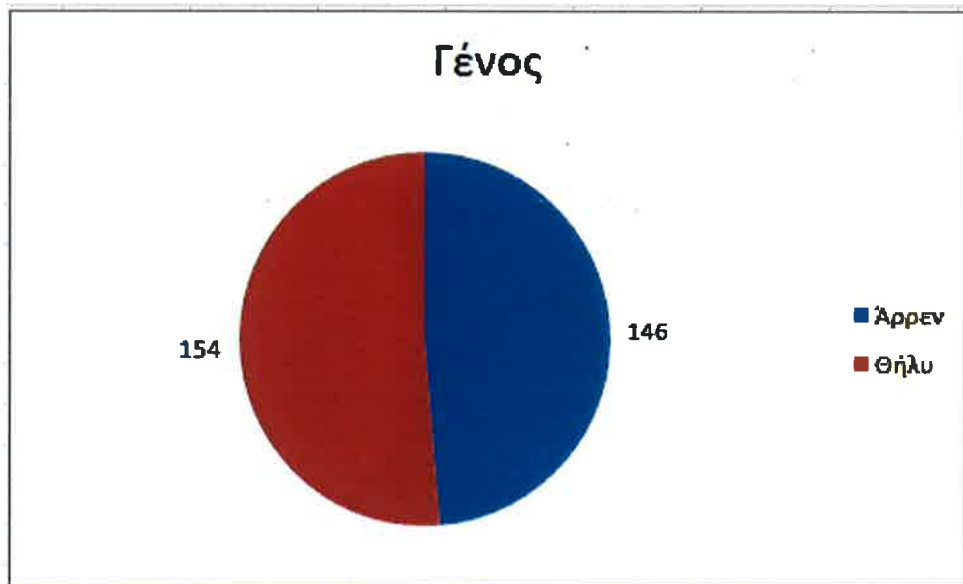
Σχεδιάγραμμα 7 : Έβδομη ερώτηση ερωτηματολογίου

Η τέταρτη ερώτηση από το τέλος αναφερόταν στο «Πόσα ξοδεύει ο πελάτης την εβδομάδα για ψώνια σε υπεραγορές» και οι πλείστοι είναι μεταξύ 30 ευρώ με 100 ευρώ εβδομαδιαίως. Παρατηρείται ότι το κόστος μιας οικογένειας την εβδομάδα σε μία υπεραγορά – παντοπωλείο είναι αρκετά μεγάλο με τα σημερινά δεδομένα.

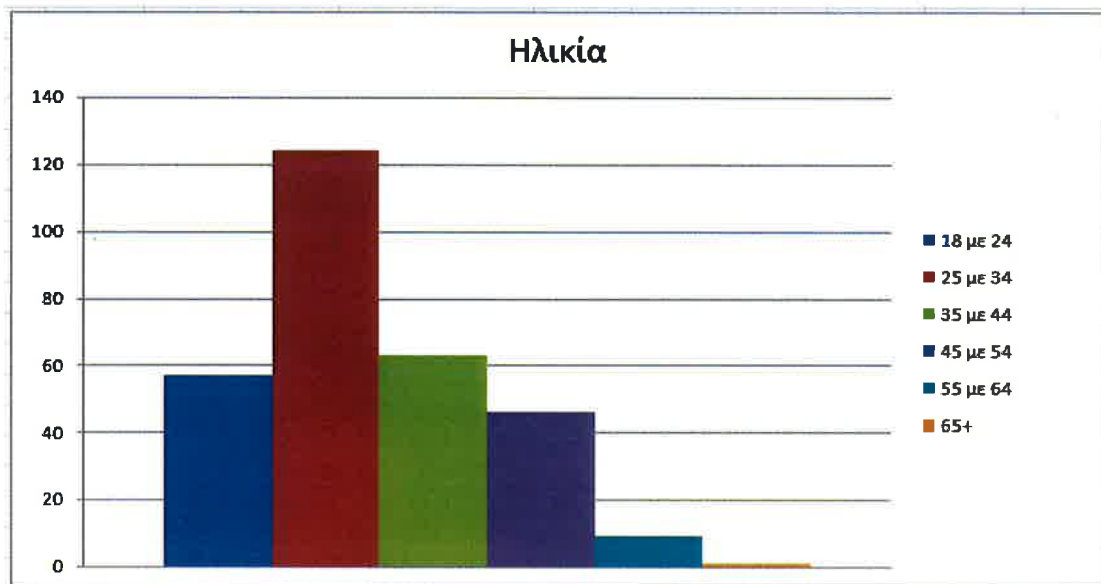


Σχεδιάγραμμα 8 : Ερώτηση νούμερο οκτώ του ερωτηματολογίου– Γραφική παρουσίαση

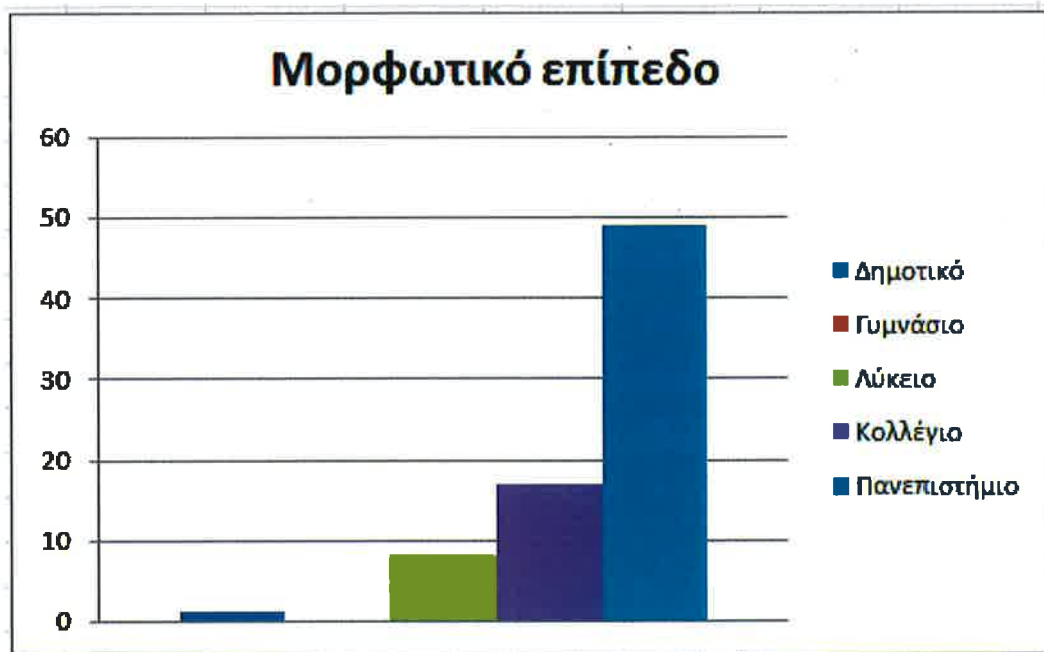
Ακολούθως ρωτήθηκε το φύλλο του καταναλωτή. Στο σκόρπισμα των ερωτηματολογίων έγιναν προσπάθειες να δίνεται περίπου η ίδια ποσότητα σε γυναίκες και άντρες (Γρ.9), ρωτήθηκε η ηλικία του καταναλωτή, όπου εστιάστηκε η έρευνα σε νέους ανθρώπους (Γρ. 10) αλλά και το μορφωτικό επίπεδο (Γρ. 11).



Σχεδιάγραμμα 9 : Ερώτηση νούμερο εννέα του ερωτηματολογίου



Σχεδιάγραμμα 10 : Ερώτηση δέκα του ερωτηματολογίου



Σχεδιάγραμμα 11: Ερώτηση έντεκα του ερωτηματολογίου

2.3 Συμπεράσματα της έρευνας

Είναι φανερό ότι οι πιο πάνω ερωτήσεις κάλυψαν ένα μεγάλο ποσοστό ερωτημάτων για την δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδίου ενός διαδικτυακού παντοπωλείου - υπεραγοράς στο νησί το οποίο θα εξυπηρετεί τους κατοίκους με κατ' οίκον παράδοση. Οι ερωτηθέντες μέσα από το ερωτηματολόγιο εξέφρασαν κάποια ανησυχία σχετικά με την ασφάλεια των αγορών τους μέσω διαδικτύου. Ίσως να είναι επιφυλακτικοί οι κάτοικοι λόγω της μικρής αγοράς του νησιού και του μικρού αριθμού ηλεκτρονικών καταστημάτων που προσφέρονται σήμερα.

Φαίνεται ξεκάθαρα ότι ο βασικότερος ενδιασμός για την διαδικτυακή υπεραγορά έχει να κάνει πρώτα με την ασφαλή συναλλαγή και μετά με την εμπειρία της αγοράς και της σωστής επιλογής. Είναι φανερό ότι ο «πλαστικό» χρήμα είναι ο βασικότερος τρόπος πληρωμής στις αγορές στο διαδίκτυο. Το κυριότερο πλεονέκτημα του ηλεκτρονικού καταστήματος σύμφωνα με την έρευνα από τους καταναλωτές είναι οι καλύτερες τιμές και προσφορές σε σύγκριση με τα τοπικά καταστήματα αλλά και η δυνατότητα εξοικονόμησης χρόνου. Στην συνέχεια ακολουθεί η τεράστια ποικιλία σε προϊόντα, η οποία για τους καταναλωτές είναι ένα σημείο υπεροχής των ηλεκτρονικών αγορών έναντι των τοπικών καταστημάτων.

Παρόλο που δεν παρατηρήθηκαν αισθητές διαφοροποιήσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών, η έρευνα στην αγορά αποκάλυψε ότι ενώ και τα δύο φύλλα καταλαβαίνουν τα διάφορα πλεονεκτήματα των διαδικτυακών αγορών, οι άντρες φαίνεται ότι το νοιώθουν περισσότερο ότι στο διαδίκτυο μπορείς να εντοπίσεις καλύτερες τιμές και προσφορές με ανεξάντλητη ποικιλία προϊόντων σε σχέση με τα τοπικά καταστήματα.

Τα αποτελέσματα της έρευνας φανέρωσαν ότι οι καταναλωτές στο νησί είναι κατά ένα μεγάλο ποσοστό από πολύ μέχρι πάρα πολύ θετικοί προς τις αγορές μέσω διαδικτύου. Παράλληλα ένα σημαντικό ποσοστό ερωτηθέντων είναι ουδέτεροι προς την ηλεκτρονική αγορά και προφανώς οι λόγοι που συμβαίνει αυτό είναι χαμηλή εξοικείωση με τις ηλεκτρονικές αγορές ή και ακόμα να μην ξεκαθάρισαν εντελώς τα πλεονεκτήματα τους. Πολύ μικρό είναι και το ποσοστό αυτών που είναι αρνητικοί προς τις ηλεκτρονικές αγορές.

Οι πλείστοι επιλέγουν να πληρώσουν σε μία αγορά στο διαδίκτυο με πλαστικό χρήμα. Οι ερωτηθέντες στην έρευνα δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τις πιστωτικές τους κάρτες με προτίμηση τις προπληρωμένες για λόγους ασφαλείας. Αρκετοί είναι αυτοί που πληρώνουν με αντικαταβολή.

Οι συχνότεροι αγοραστές το διαδίκτυο παρατηρήθηκε ότι είναι κυρίως άνδρες σε ηλικία από 18-34 ετών . Θα λέγαμε ότι ένας στους επτά έχει κάνει κάποια αγορά μέσω διαδικτύου τους τελευταίους έξι μήνες. Πολλοί είναι αυτοί που δεν έχουν κάνει κάποια διαδικτυακή αγορά το τελευταίο χρόνο.

Παρουσιάζεται μία ανασφάλεια τουλάχιστο από τους μισούς ερωτηθέντες ότι όταν αγοράζεις προϊόντα στο διαδίκτυο δεν έχεις την δυνατότητα να τα ελέγξεις τόσο καλά όσο όταν τα αγοράζεις από ένα τοπικό κατάστημα. Ο φόβος για υποκλοπή στοιχείων κάρτας είναι επίσης ένας σημαντικός παράγοντας, ενώ ένας σημαντικός αριθμός καταναλωτών θεωρεί ως μειονέκτημα το φόβο που νιώθει για πιθανή διαρροή προσωπικών του στοιχείων.

Συγκεφαλαιώνοντας μπορούμε να πούμε ότι οι ηλεκτρονικές αγορές, πέρα από κάποιους ενδοιασμούς που μπορεί να δημιουργεί, έγινε ένα σημαντικό όπλο εξοικονόμησης χρόνου και χρήματος, προσφέροντας μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων με άμεση πρόσβασή τους στον καταναλωτή με το πάτημα ενός κουμπιού!

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (BUSINESS PLAN)

3. 1 Εσωτερική ανάλυση

3.1.1 Περιγραφή της επιχείρησης

Η επιχειρηματική ιδέα αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι η ίδρυση μιας διαδικτυακής υπεραγοράς/παντοπωλείου στην Κύπρο με κατ οίκον παράδοση της παραγγελίας στον πελάτη. Η διαδικτυακή υπεραγορά/παντοπωλείο θα είναι κάτι πρωτόγνωρο για τους κατοίκους του νησιού και είναι βέβαιο πως πολλοί θα ενθουσιαστούν λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα της έρευνας που προηγήθηκε.

Η ονομασία του παντοπωλείου θα είναι cyprusmarket και θα εμφανίζεται στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.cyprusmarket.com.cy. Η επιλογή της ονομασίας έγινε βασιζόμενοι σε δύο λέξεις κλειδιά Cyprus & Market τα οποία έχουν πολλές πιθανότητες εμφάνισης στις πρώτες σελίδες της διαδικτυακής μηχανής αναζήτησης (Google ή Yahoo). Η ηλεκτρονική διεύθυνση δεσμεύτηκε από το τμήμα πληροφορικής του Πανεπιστημίου Κύπρου και θα πληρώνεται με ένα συγκεκριμένο κόστος τον χρόνο. Η επιχείρηση θα είναι νέα ανεξάρτητη και δεν θα έχει καμία σχέση με τις τοπικές υπεραγορές και παντοπωλεία του νησιού.

Η προμήθεια των προϊόντων θα γίνεται από μεγάλους προμηθευτές προϊόντων από τρόφιμα, ποτά, κατεψυγμένα φαγητά, κονσέρβες, διάφορα είδη σπιτιού, γραφική ύλη μέχρι και προϊόντα για το κατοικίδιο ενός σπιτιού. Θα συμφωνηθεί και θα υπογραφεί συμβόλαιο το οποίο θα θέτει τον προμηθευτή υπεύθυνο, να έχει απόθεμα στην εταιρεία περίπου 100 κομμάτια από κάθε προϊόν σε συγκεκριμένο αποθηκευτικό χώρο της εταιρείας. Η απογραφή των προϊόντων θα γίνεται με λογισμικό πρόγραμμα στο οποίο θα έχει πρόσβαση και ο προμηθευτής, έχοντας την δυνατότητα ανά πάσα στιγμή να βλέπει πόσα κομμάτια πωλήθηκαν από το κάθε είδος προϊόντος που παραχώρησε έτσι ώστε να τα συμπληρώνει ανά λόγος με δική του ευθύνη. Στο τέλος κάθε εβδομάδας η εταιρεία θα τον πληρώνει για τα προϊόντα που πωλήθηκαν στην συμφωνημένη τιμή αγοράς τους. Το κέρδος της επιχείρησης θα είναι η προμήθεια πάνω στην τιμή πώλησης του προϊόντος.

Η επιχείρηση θα λειτουργά καθημερινά, όλες τις μέρες, αργίες και σαββατοκύριακα πράγμα το οποίο θα δουλέψει σαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τα τοπικά

καταστήματα ή άλλα διαδικτυακά παντοπωλεία που υπάρχουν σήμερα στο νησί. Οι παραδόσεις – διανομές των παραγγελιών θα γίνονται όλες την ερχόμενη μέρα μετά την παραγγελία.

Η επιχείρηση αναμένεται να είναι κερδοφόρα λόγω της καινοτόμας ιδέας της αλλά και των πολλών πλεονεκτημάτων που έχει σαν ηλεκτρονικό κατάστημα. Ο στόχος της είναι να παρέχει ποιοτικά προϊόντα στην ενδεδειγμένη ώρα παράδοσης τους με σεβασμό προς τον πελάτη. Το όραμα και η αποστολή της εταιρείας είναι μια μέρα να είναι το μεγαλύτερο διαδικτυακό κατάστημα στην Κύπρο, καλύπτοντας όλες τις περιοχές του νησιού και μακροπρόθεσμα να αναπτυχθεί και στην Ανατολική Μεσόγειο μιας και η Κύπρος βρίσκεται σε μία καλή γεωγραφική θέση.

3.1.2 Προϊόντα και Υπηρεσίες

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω το παντοπωλείο/υπεραγορά θα έχει από τρόφιμα μέχρι και προϊόντα για τα κατοικίδια ζώα ενός σπιτιού. Όλες οι παραγγελίες θα εκτελούνται την ερχόμενη μέρα σε κατ οίκον παράδοση από της 09:00 μέχρι τις 20:00 ο βράδυ. Για αγορές κάτω των 70 ευρώ το κόστος διανομής θα ανέρχεται στα 5 ευρώ οπουδήποτε στην Πάφο. Οι παραγγελίες που θα γίνονται πριν της 14:00 το μεσημέρι θα έχουν την δυνατότητα να παραδοθούν πριν της 12:00 το μεσημέρι την ερχόμενη μέρα. Οι υπόλοιπες παραγγελίες ο πελάτης θα ορίζει ποια ώρα επιθυμεί να γίνεται η παράδοση μέχρι τις 20:00 το βράδυ σε ωριαία βάση. Σε περίπτωση αδυναμίας παράδοσης της προτεινόμενης ώρας ο οδηγός υποχρεούται να επικοινωνήσει με τον πελάτη για να ορισθεί νέα ώρα παράδοσης. Σε περίπτωση καθυστερημένης παραγγελίας (περισσότερο από 20 λεπτά) γίνεται έκπτωση στον πελάτη 15% στην παραγγελία του το οποίο μέρος 2% το επιβαρύνεται ο οδηγός που ανάλαβε να παραδώσει την παραγγελία. Αυτό θα γίνεται για την συνεχή ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών. Από την έρευνα που προηγήθηκε το ελάχιστο κόστος παραγγελίας θα οριστεί στα 30 ευρώ (Βλέπε Γρ.8).

Οι παραγγελίες στο ηλεκτρονικό κατάστημα θα γίνονται μόνον μέσω διαδικτύου. Δεν θα επιτρέπεται να γίνεται παραγγελία μέσω τηλεφώνου. Ακόμα θα υπάρχει εφαρμογή στα κινητά τηλέφωνα με την οποία ο καταναλωτής θα μπορεί να κάνει τις αγορές του διαδικτυακά. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα κινητά τα οποία έχουν κάμερα θα μπορούν να σαρώνουν τον κωδικό προϊόντος που κρατούν στα χέρια τους και αυτόματα θα προστίθεται στο ηλεκτρονικό καλάθι των αγορών τους. Επίσης δεν θα επιτρέπεται στον

πελάτη η συλλογή των προϊόντων από την αποθήκη της εταιρείας αλλά μόνο με κατ οίκον παράδοση όπως προβλέπουν οι κανονισμοί της εταιρείας.

Μελλοντικά η εταιρεία έχει σκοπό της δημιουργία συσκευασίας δικού της προϊόντος το οποίο θα προμηθεύει στην αγορά σε χαμηλότερο κόστος προς τον πελάτη.

3.1.3 Τρόποι πληρωμής που θα επιτρέπονται στο διαδικτυακό κατάστημα

Βασιζόμενοι στην έρευνα που προηγήθηκε το διαδικτυακό κατάστημα θα δέχεται πληρωμές μέσω PayPal, JCC smart και πληρωμές την ώρα της παράδοσης (Γρ.5).

- Πληρωμές μέσω PayPal: Η σταθερή επιβάρυνση από την εταιρεία για αποδοχή πληρωμών στο λογαριασμό του διαδικτυακού καταστήματος είναι 3.4% + €0.35 EUR μηνιαία για κάθε συναλλαγή [10]. Όταν ο λογαριασμός Paypal του διαδικτυακού καταστήματος παραλάβει περισσότερο από 2500 ευρώ τον μήνα η χρέωση της εταιρείας πληρωμών μειώνει τα κόστη μέχρι και σε 1.9% + €0.35 για κάθε συναλλαγή τον μήνα. Πιο κάτω μπορεί να παρατηρηθεί με ακρίβεια πως γίνεται η χρέωση [15].

Πίνακας 1: Χρεώσεις της εταιρείας PayPal [15]

Μηνιαίες πωλήσεις	Τιμή ανά συναλλαγή
€0.00 EUR - €2,500.00 EUR	3.4% + €0.35 EUR
€2,500.01 EUR - €10,000.00 EUR	2.9% + €0.35 EUR
€10,000.01 EUR - €50,000.00 EUR	2.7% + €0.35 EUR
€50,000.01 EUR - €100,000.00 EUR	2.4% + €0.35 EUR
> €100,000.00 EUR	1.9% + €0.35 EUR

- Πληρωμές μέσω JCC Smart: Για έσοδα μέχρι 50.000 ευρώ η εταιρεία χρεώνει 600 ευρώ τον χρόνο + 3% για κάθε συναλλαγή. Όταν τα έσοδα της επιχείρησης αυξηθούν τότε αυξάνεται το χρονιαίο πάγιο καθώς επίσης και η χρέωση ανά συναλλαγή [16].
- Πληρωμές την ώρα της παράδοσης θα επιτρέπεται μόνον στους υφιστάμενους πελάτες. Για να μπορεί ο πελάτης να επιλέξει αυτό τον τρόπο πληρωμής πρέπει να έκανε τουλάχιστο μία φορά παραγγελία. Με αυτό τον τρόπο τα στοιχεία του πελάτη είναι επιβεβαιωμένα με χωρίς ρίσκο να γίνονται ψεύτικες παραγγελίες για ζημιά της επιχείρησης.

3.1.4 Πιστωτική πολιτική

Πιστωτική πολιτική δεν θα προσφέρεται σε κανένα πελάτη είτε αυτός είναι ιδιώτης είτε εμπορικός είτε βιομηχανικός. Τουλάχιστο για τα πρώτα δύο χρόνια δεν θα γίνονται εξαιρέσεις. Πίστωση πιθανόν να γίνεται στους μεγάλους καταναλωτές στο μέλλον.

3.1.5 Επιστροφές χρημάτων/προϊόντων και ακύρωση παραγγελιών

Σε περίπτωση που για οποιοδήποτε λόγο ένα προϊόν δεν παραδοθεί στο καλάθι αγορών από τον οδηγό, άμεσα γίνεται επιστροφή χρημάτων εάν η παραγγελία είναι προπληρωμένη. Όλες οι επιστροφές προϊόντων είναι δεκτές μόνο κατά την διάρκεια επτά εργάσιμων ημερών στην κατάσταση που παραλήφθηκε. Στην περίπτωση φαγώσιμου, ποτού και προϊόντων τα οποία προορίζονται για καθημερινή χρήση πρέπει η επιστροφή να γίνεται μέσα σε ένα 24ωρο.

Κατεστραμμένα προϊόντα θα αντικαθιστούνται άμεσα. Σε περίπτωση που ο πελάτης δεν θέλει να περιμένει για την αντικατάστασή τους τότε θα επιστρέφονται χρήματα.

Ο πελάτης έχει δικαίωμα να ακυρώσει την παραγγελία μέσα σε δύο ώρες από την ώρα που την. Σε περίπτωση επιπρόσθετης καθυστέρησης τότε η παραγγελία δεν θα μπορεί να ακυρωθεί.

3.1.6 Τοποθεσία

Η τοποθεσία των υποστατικών της επιχείρησης είναι ένα κρίσιμο σημείο για την επιτυχία ή την αποτυχία της επιχείρησης. Η τοποθεσία πρέπει να βρίσκεται «γύρω» από τους πελάτες. Τα κεντρικά γραφεία και η αποθήκη με τα προϊόντα θα βρίσκονται στην επαρχία της Πάφου (περιοχή βιοτεχνικής Αγίας Βαρβάρας) κοντά στον αυτοκινητόδρομο Πάφου - Λεμεσού. Επιλέγηκε αυτή η τοποθεσία λόγω του ότι οι προμηθευτές από άλλες επαρχίες θα μπορούν να προμηθεύουν εύκολα την αποθήκη της εταιρείας χωρίς να χρειάζεται να ταξιδεύουν στο κέντρο της πόλης. Οι περιοχές διανομής των παραγγελιών αρχικά θα είναι στην επαρχία της Πάφου και τα κοντινά περίχωρα σε ακτίνα όχι περισσότερο από 15 χιλιόμετρα από την πόλη ή/και από την αποθήκη. Στο μέλλον και αφού επιτρέπεται θα δημιουργηθεί δεύτερο κέντρο εξυπηρέτησης λίγο μετά την Λεμεσό (περιοχή παρεκκλησιάς) για την εξυπηρέτηση των επαρχιών Λεμεσού και Λευκωσίας. Η περιοχή Λάρνακας, Αμμοχώστου θα καλύπτεται συγκεκριμένες μέρες της εβδομάδας από υπάλληλο που θα επισκέπτεται την επαρχία δύο φορές την εβδομάδα.

3.2 Εξωτερική Ανάλυση

3.2.1 Ανάλυση καταναλωτή

Υπάρχει αρκετός κόσμος σε διάφορες ηλικίες ο οποίος κάνει αγορές στο διαδίκτυο. Οι πιο συχνοί αγοραστές στο διαδίκτυο, είναι άτομα με ηλικίες από 18-34 ετών. Οι καταναλωτές της Κύπρου, πράγμα που έδειξε η έρευνα, έχουν τάση ανησυχίας σχετικά με την ασφάλεια των αγορών τους μέσω διαδικτύου. Οι κάτοικοι είναι επιφυλακτικοί λόγω της μικρής αγοράς του νησιού και του μικρού αριθμού ηλεκτρονικών καταστημάτων που προσφέρονται σήμερα. Αλλά το μέλλον, η νεολαία του τόπου, βλέπει πολύ θετικά το ηλεκτρονικό εμπόριο και είναι σχεδόν σίγουρο ότι πλέον σχεδόν όλες οι αγορές θα γίνονται διαδικτυακά. Ακόμα από την ερώτηση οκτώ του ερωτηματολογίου που ετοιμάστηκε αποκαλύπτει ότι τα εβδομαδιαία ψώνια σε μία υπεραγορά έχουν ένα σημαντικό κόστος για μια οικογένεια και πλέον ο πελάτης ψάχνει το ιδανικό ποιότητα και τιμή.

3.2.2 Ανάλυση του ανταγωνισμού

Αυτή την στιγμή στην Κύπρο υπάρχουν δύο διαδικτυακές υπεραγορές, με έδρα τους την επαρχία Λευκωσίας και Λάρνακας. Η ποικιλία των προϊόντων που προσφέρουν και οι δύο υπεραγορές δεν είναι μεγάλη. Θα έλεγε κανείς ότι προσφέρονται τα βασικά είδη για κάποιο σπίτι. Αξίζει να σημειωθεί ότι και οι δύο είναι αυστηροί στο θέμα της παράδοσης και στην διαδικασία παραγγελίας. Πιο κάτω μπορούμε να παρατηρήσουμε κάποια χαρακτηριστικά των ανταγωνιστών.

Πίνακας 2: Οι ανταγωνιστές στην αγορά της Κύπρου

Όνομα Ανταγωνιστή	Χρονιά που ιδρύθηκε	Μέγεθος	Αξία στους πελάτες	Δυνάμεις	Αδυναμίες
The Cheap Basket Ltd [17]	1968	1 υποκαταστήματα	Καλό όνομα στην αγορά της παροχής υπηρεσιών από το 1968	Κανονικό, τοπικό κατάστημα το οποίο διατηρεί την καλή του φήμη στην αγορά με δυνατότητα παραγγελίας από το διαδίκτυο.	-Παράδοση της παραγγελίας σε συγκεκριμένες μέρες και ώρες. - Στην επαρχία Πάφου αλλά και στο Τρόδος δεν υπάρχει παράδοση. -Ελάχιστο κόστος καλαθιού ανέρχεται στα 40 ευρώ. -Δεν υπάρχει παράδοση τις αργίες και τα Σαββατοκύριακα.
Nsi SupermarketCY LTD [18]	2011	1 υποκατάστημα	Μέλημα του η άριστη εξυπηρέτηση αλλά και η διαφήμιση στους καταναλωτές.	-Οργανωμένο διαδικτυακό κατάστημα. -Δωρεάν παράδοση στην Λευκωσία.	-Παράδοση της παραγγελίας υπάρχει μόνον στην επαρχία Λευκωσίας. -Δεν προσφέρεται παράδοση στις άλλες επαρχίες. -Οι τρόποι πληρωμής είναι μόνο με πιστωτικές κάρτες και πληρωμή στην παράδοση. - Όριο παραγγελίας 40 ευρώ. -Δεν υπάρχει ευελιξία στις ώρες παράδοσης. -Δεν υπάρχει παράδοση τις αργίες και τα Σαββατοκύριακα.

Η επιχειρηματική ιδέα πλεονεκτεί σε σχέση με τους σημερινούς ανταγωνιστές της. Οι περισσότερες επιλογές στην παράδοση της παραγγελίας (εξυπηρέτηση τις αργίες και τα Σαββατοκύριακα) πλεονεκτεί σε σχέση με τους τωρινούς ανταγωνιστές. Επίσης η εφαρμογή στα κινητά τηλέφωνα των πελατών της εταιρείας, η σάρωση κωδικού προϊόντος μέσω του κινητού τηλεφώνου αλλά και το ελάχιστο κόστος παραγγελίας στα 30 ευρώ αντί στα 40 ευρώ θα αποτελέσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Σημειώνεται ότι οι δύο ανταγωνιστές δεν έχουν δημοσιευμένο το οικονομικό τους πλάνο και δεν μπορεί να γίνει ανάλυση σε αυτό τον τομέα.

3.2.3 Ανάλυση αγοράς

Για την ανάλυση της αγοράς έγινε έρευνα από 300 άτομα σε ερωτηματολόγια (δείγμα επισυνάπτεται στο τέλος της πτυχιακής εργασίας) τα οποία σκορπιστήκαν στις επαρχίες της Κύπρου στις ελεύθερες περιοχές. Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 2, το ερωτηματολόγιο αποτελείτο από 11 ερωτήσεις. Σκόπιμα δεν έγινε μεγάλο για να έχουμε την μεγαλύτερη ανταπόκριση από το κοινό αλλά ουσιώδη έτσι ώστε να μπορεί να δώσει απάντηση σε διάφορα ερωτήματα για την δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδίου. Η επιλογή των ατόμων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ήταν στρατηγικά επιλεγμένοι δηλ. επιλέχθηκαν άτομα τα οποία ζουν μόνιμα στο νησί και είναι κυρίως Κύπριοι για πιο ρεαλιστικά αποτελέσματα, αφού οι πλειονότητα των κατοίκων είναι κυπριακής καταγωγής. Έχει επιλεγεί κόσμος με περίπου ίσα νούμερα θηλυκού και αρσενικού γένους σε νεαρή ηλικία και με επιλογή ανώτερου και ανώτατου μορφωτικού επιπέδου αφού η πλειονότητα αποφοιτά από κολλέγια και πανεπιστήμια στις μέρες μας.

Η επιχείρηση θα εστιαστεί σε όλες τις ηλικίες οι οποίες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Θα δοθεί έμφαση στους μαθητές οι οποίοι ζουν μόνοι τους αλλά και σε κόσμο ο οποίος δουλεύει καθημερινά μέχρι αργά το απόγευμα. Επίσης για τους ηλικιωμένους το διαδικτυακό κατάστημα θα ήταν μεγάλη ευκολία λόγω της δυσκολίας τους να επισκεφθούν ένα τοπικό κατάστημα. Είναι βέβαιο ότι το διαδικτυακό παντοπωλείο θα δώσει ανακούφιση σε αυτούς που θα το χρησιμοποιήσουν.

3.2.4 Ανάλυση ΔΑΕΑ (δυνατά /αδύνατα σημεία, ευκαιρίες και απειλές) – Swot Analysis

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

Κατά την ανάλυση SWOT μελετώνται τα δυνατά (Strengths) και αδύνατα (Weaknesses) σημεία της επιχείρησης, καθώς και οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats) που υπάρχουν. Στον πιο κάτω πίνακα έγινε η ανάλυση SWOT για την επιχειρηματική ιδέα που προτείνετε.

Πίνακας 3: Ανάλυση ΔΑΕΑ

Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία
<ul style="list-style-type: none"> • Διαθέσιμο 24 ώρες την μέρα, 7 μέρες την εβδομάδα. • Σωστή και ποιοτική εξυπηρέτηση πελατών • Μεγαλύτερη ευελιξία στον τρόπο διανομής • Μεγάλη ποικιλία προϊόντων με διαφορετικές τιμές (τρισδιάστατη παρουσίαση προϊόντων) • Δωρεάν παράδοση με αγορές 30 ευρώ και άνω • Εφαρμογές σε κινητά τηλέφωνα • Παράδοση τα σαββατοκύριακα αλλά και τις αργίες. • Το πρώτο διαδικτυακό κατάστημα στην επαρχία Πάφου 	<ul style="list-style-type: none"> • Αρχικά θα γίνεται μόνο διανομή στην επαρχία της Πάφου • Τα προϊόντα θα συμπληρώνονται από τους προμηθευτές, δεν θα είναι προπληρωμένα και ιδιοκτησία της εταιρείας. (Πιθανόν να πετυχαίνουν καλύτερες τιμές εάν προπληρώνονται. • Ρίσκο να μην συμπληρωθεί κάτι σωστά από τον προμηθευτή .
Ευκαιρίες	Απειλές
<ul style="list-style-type: none"> • Υπάρχει η δυνατότητα να 	<ul style="list-style-type: none"> • Αλυσίδες μεγάλων τοπικών

<p>αναπτυχθεί η επιχείρησή και να καλύψει όλη την Κύπρο</p> <ul style="list-style-type: none"> • Οι δύσκολες μέρες στο νησί – οικονομική κρίση • Ποικιλία προϊόντων σε διάφορες τιμές • Στο μέλλον παραγωγή ιδιόκτητων προϊόντων 	<p>καταστημάτων στην επαρχία της Πάφου</p> <ul style="list-style-type: none"> • Μεγάλα κόστη λειτουργίας • Νέα πρόταση στην αγορά της Κύπρου, πως θα το αντιληφθεί ο κύπριος καταναλωτής;
---	---

3.2.5 Ανάλυση περιβάλλοντος

Γενικά οι κύπριοι θα λέγαμε ότι δεν είναι εξοικειωμένοι με την ηλεκτρονική αγορά και γενικότερα με το διαδίκτυο. Μέσα από την έρευνα ο βασικότερος ενδοιασμός για την πραγματοποίηση αγορών μέσω διαδικτύου, σχετίζεται με την ασφάλεια της συναλλαγής και κατά δεύτερο λόγο με την εμπειρία αγοράς και τη σωστή επιλογή.

Οι καταναλωτές ενθουσιάζονται με το γεγονός «εξοικονόμηση χρόνου» και τοποθετούν αυτό στα κυριότερα πλεονεκτήματα που προσφέρονται μέσω των διαδικτυακών αγορών, τις καλύτερες τιμές και προσφορές σε σύγκριση με τα τοπικά καταστήματα. Ακολουθεί η ανεξάντλητη ποικιλία σε προϊόντα, η οποία αποτελεί για το καταναλωτικό κοινό άλλο ένα σημείο υπεροχής των ηλεκτρονικών αγορών έναντι αυτών σε καταστήματα.

Στο παρόν στάδιο ο ανταγωνισμός δεν είναι μεγάλος. Ακόμα στην επαρχία Πάφου δεν δραστηριοποιείται καμιά εταιρεία με το διαδικτυακό παντοπωλείο και αυτό θα βοηθήσει αφάνταστα την εταιρεία να κάνει μια δυνατή αρχή. Αυτό που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι ο ανταγωνισμός των μεγάλων αλυσίδων καταστημάτων στο νησί. Λόγω της μακροχρόνιας πείρας τους και στο καλό όνομα που διατηρούν στην αγορά έχουν την δύναμη μεγάλων προσφορών αλλά και δημιουργίας πλούσιου ηλεκτρονικού καταστήματος. Αυτοί θα μπορούσαν να ανταγωνιστούν την εταιρεία. Για αυτό πρέπει όλα να γίνουν στρατηγικά με πλάνα πωλήσεων, μάρκετινγκ, διοίκησης και στρατηγική προϊόντων έτσι ώστε η εταιρεία να είναι μοναδική και να προσφέρει του πελάτη αξιοπιστία στα ψώνια του.

3.3 Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής

3.3.1 Στρατηγική προϊόντων

Ο πελάτης στην επίσκεψη του στο διαδικτυακό κατάστημα θα έχει την ευχέρεια να διαβάσει τα χαρακτηριστικά του κάθε προϊόντος, την περιγραφή τους, να βλέπει την τιμή του αλλά και τα πιθανά σχόλια και βαθμολογίες που ενδεχομένως να υπάρχουν από άλλους πελάτες. Ακόμα τα προϊόντα που θα καταχωρούνται στο ηλεκτρονικό κατάστημα θα παρουσιάζονται σε τρισδιάστατη μορφή. Ο επισκέπτης στο κατάστημα θα μπορεί να μελετήσει ένα προϊόν στην τρισδιάστατη του μορφή. Με αυτό θα αποφασίζει ο πελάτης εάν θα προχωρήσει στην αγορά του προϊόντος ή όχι. Το κατάστημα θα δέχεται επιστροφές προϊόντων μόνον και αφού παραδοθούν στην κατάσταση στην οποία πωλήθηκαν. Το κόστος επιστροφής θα το επιβαρύνεται ο πελάτης.

3.3.2 Πλάνο Μάρκετινγκ

Το μάρκετινγκ αποτελεί το ζωτικό κομμάτι της επιχείρησης. Το πόσο καλά θα τοποθετηθεί η επιχείρηση στην αγορά είναι αυτό που σε συνδυασμό βέβαια με κάποια άλλα θα κρίνει τελικά την επιτυχία ή την αποτυχία της επιχείρησης. Οι στόχοι της επιχείρησης είναι το ηλεκτρονικό κατάστημα να είναι κάτι περισσότερο από μία υπεραγορά, να γίνονται οι αγορές απλά, γρήγορα και να νιώθει ο πελάτης όμορφα και ασφαλή στο περιβάλλον του. Επίσης η παράδοση των παραγγελιών στον σωστό ενδεδειγμένο χρόνο είναι το νούμερο ένα μέλημα της εταιρείας όσο αφορά τις υπηρεσίες της.

Το διαδικτυακό κατάστημα με την εγγραφή μέλους πελάτη σε αυτό, αυτόματα θα δίδει δώρο κουπόνι αξίας 10 ευρώ το οποίο μπορεί να εξαργυρωθεί στην πρώτη παραγγελία από το κατάστημα. Για την εγγραφή μέλους πρέπει ο χρήστης να είναι τουλάχιστο 18 ετών. Στη φόρμα συμπλήρωσης της εγγραφής μέλους θα σημειώνεται και η ημερομηνία γεννήσεως του πελάτη. Την μέρα των γενεθλίων του μέλους θα αποστέλλεται κουπόνι αξίας 20 ευρώ για αγορές από το κατάστημα τη συγκεκριμένη μέρα με ελάχιστο κόστος παραγγελίας 50 ευρώ. Επίσης με αγορές 70 ευρώ και πάνω το διαδικτυακό κατάστημα προσφέρει δωρεάν παράδοση στο χώρο που ορίζει ο πελάτης. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι παραγγελίες δεν παραδίδεται σε άτομα κάτω των 18 ετών.

Κάθε εβδομάδα το κατάστημα θα έχει νέες προσφορές τις οποίες θα αποστέλλει ηλεκτρονικά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στο μέλος του για ενημέρωση (newsletter).

3.3.3 Διαφήμιση και η στρατηγική που θα ακολουθείται

Όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω θα υπάρξουν διάφορες τεχνικές του μάρκετινγκ. Η διαφήμιση όμως είναι πολύ σημαντική για την επιτυχία της επιχείρησης. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν banners στο διαδίκτυο τα οποία θα τοποθετούνται σε ιστοσελίδες οι οποίες έχουν πολλές επισκέψεις την μέρα. Επίσης μπορούν να τοποθετηθούν διαφημίσεις στο Google όπου οι επισκέπτες είναι χιλιάδες καθημερινά. Ακόμα κέντρα κοινωνικής δικτύωσης όπως Facebook, MySpace, Twitter κτλ που οι πελάτες ανταλλάσσουν ιδέες θα βοηθήσουν αφάνταστα την επιχείρηση να ελκύσει περισσότερους πελάτες στο διαδίκτυο. Πιο κάτω μπορούμε να δούμε διάφορους τρόπους διαφήμισης και τι αντίκτυπο έχουν στην αγορά.

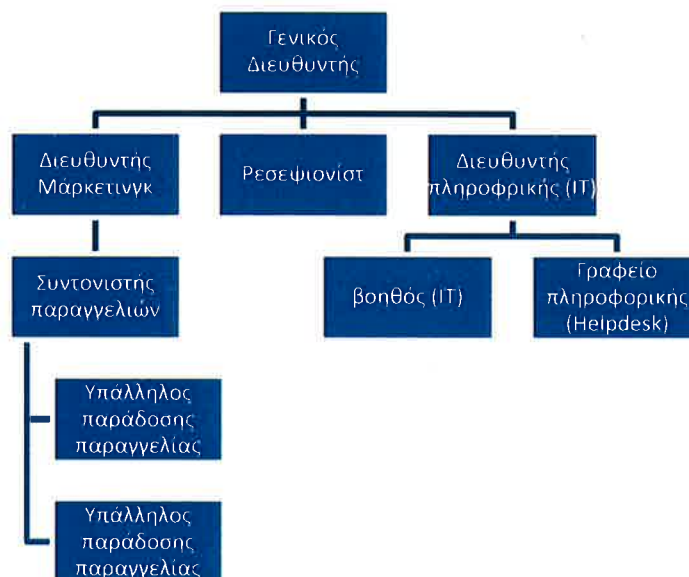
Πίνακας 4: Τρόποι Διαφήμισης

Είδος Διαφήμισης	Αναμενόμενη άνοδος επιχείρησης	Κόστος (€)	Στοχευόμενη ημερομηνία
Εκτύπωση διαφημιστικών μέσων	Ενημερώνουν τους πελάτες ότι η επιχείρηση βρίσκεται ενεργή στο διαδίκτυο	Φαίνεται με λεπτομέρεια στο κεφάλαιο με το οικονομικό πλάνο	Δεκέμβριο 2013
Διαδικτυακή διαφήμιση	Θα δημιουργήσει μια καλή φήμη σε απευθείας σύνδεση στους πελάτες	Φαίνεται με λεπτομέρεια στο κεφάλαιο με το οικονομικό πλάνο	Την χρονιά 2013-2014
Από πόρτα σε πόρτα στους πελάτες	Να πετυχαίνει πελάτες από νέες περιοχές	Φαίνεται με λεπτομέρεια στο κεφάλαιο με το οικονομικό πλάνο	Δεκέμβριο με Ιούνιο 2013
Κοινωνικά μέσα	Θα ελκύσει νέους πελάτες μέσω των κοινωνικών δικτύων MME	Φαίνεται με λεπτομέρεια στο κεφάλαιο με το οικονομικό πλάνο	Την χρονιά 2013

3.3.4 Διοικητικό Πλάνο

Η διοίκηση σε μία εταιρεία θέτει τις βάσεις για την επιτυχία της επιχείρησης. Οι άνθρωποι, τα μηχανήματα και οι διάφορες λειτουργίες της επιχείρησης χρειάζονται συντονισμό, εκπαίδευση και οργάνωση στο χώρο και το χρόνο.

Πιο κάτω μπορούμε να παρατηρήσουμε πως προβλέπεται να είναι η διοίκηση της εταιρείας. Το σχεδιάγραμμα απεικονίζει πως προβλέπεται να είναι η εταιρεία στα πρωταρχικά στάδια. Στην πορεία αναμένεται αύξηση των υπαλλήλων και διευθυντών τμημάτων.



Σχεδιάγραμμα 12: Διοικητικό πλάνο της εταιρείας (οργανόγραμμα)

Αρμοδιότητες και ευθύνες διευθυντικών στελεχών

Ο γενικός Διευθυντής έχει την ευθύνη του γενικού συντονισμού της Εταιρείας, της εύρυθμης λειτουργίας του εσωτερικού περιβάλλοντος και της εφαρμογής αποτελεσματικής διοικητικής και παραγωγικής διαδικασίας στην εταιρεία.

Ο διευθυντής μάρκετινγκ είναι ίσως η σημαντικότερη θέση στην εταιρεία. Πιο συγκεκριμένα ο διευθυντής μάρκετινγκ είναι υπεύθυνος ώστε να αυξήσει τις πωλήσεις και το πελατολόγιο της εταιρείας και να τους ενημερώσει για τα νέα προϊόντα της, τα οποία προσπαθεί να αυξήσει συνεχώς προγραμματίζοντας συναντήσεις με προμηθευτές. Πρώτα

όμως πρέπει να σχεδιάσει την εμπορική πολιτική που θα ακολουθήσει η εταιρεία για να προσελκύσει τους πελάτες της, δηλαδή κάποιες δραστηριότητες με σκοπό την διαφήμιση της εταιρείας και του προϊόντος. Επίσης θα πρέπει να πραγματοποιεί ανά τακτά χρονικά διαστήματα έρευνα αγοράς ώστε να μπορέσει λαμβάνοντας υπόψη του τα αποτελέσματα να πάρει μελλοντικές αποφάσεις και να σχεδιάσει τα μελλοντικά του σχέδια πώλησης. Ακόμα πρέπει να λάβει μέτρα και να κάνει κινήσεις με τις οποίες η εταιρεία να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του ανταγωνισμού.

Ο διευθυντής πληροφορικής με την σειρά του είναι υπεύθυνος στην ομαλή λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος και οποιαδήποτε προβλήματα δημιουργηθούν μαζί με το τεχνικό προσωπικό του πρέπει να διορθώνονται άμεσα.

Η σελίδα παραμένει σκόπιμα κενή

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

4.1 Οικονομικό πλάνο

Ο οικονομικός στόχος της επιχείρησης είναι να υπάρχει μία σταθερή αύξηση 15% κάθε χρόνο στις πωλήσεις. Θα γίνουν τα αδύνατα δυνατά η παράδοση να γίνεται στον σωστό ενδεδειγμένο χρόνο. Σε περίπτωση που ο κύκλος εργασιών αυξηθεί πέραν των δυνατοτήτων της επιχείρησης και δεν υπάρχει χρόνος για την διανομή όπως υπόσχεται η εταιρεία, θα δοθεί σε εξωτερικό συνεργάτη μέρος της παράδοσης και διανομής. Αυτό θα γίνει προκειμένου να κρατήσει η επιχείρηση την ποιότητα της υπηρεσίας της.

Στο αρχικό στάδιο 2 αυτοκίνητα τύπου βαν θα είναι αρκετά για την εκκίνηση της λειτουργίας της εταιρείας. Η επιχείρηση θα ιδρυθεί και θα είναι συνεταιρική από 3 άτομα. Οι συνέταιροι θα παραδώσουν το ποσό των 10.000 ευρώ έκαστος για να μπορεί η εταιρεία να αρχίσει τη λειτουργία της και να καλύψει τις πρώτες ανάγκες της. Στην αρχή θα ήταν καλό να επενδυθεί ένα 5% του κόστους εκκίνησης στην διαφήμιση έτσι ώστε ο κόσμος να δοκιμάσει το νέο τρόπο ψωνίσματος. Τα γραφεία και η αποθήκη όπως αναφέρθηκε πιο πάνω θα βρίσκονται στην Αγία Βαρβάρα, είναι ιδιόκτητα από τον ένα από τους τρεις συνεταίρους και θα παραχωρηθούν για χρήση από την εταιρεία με προνομακό ενοίκιο.

Το κύριο και άμεσα αναγνωρίσιμο κέρδος της επιχείρησης θα έρχεται από την προμήθεια στην πώληση των προϊόντων. Υπάρχει η δυνατότητα παρεμφερών εσόδων όπως, από διαφημίσεις, πώληση προϊόντων εισαγόμενα ή κατασκευασμένα αποκλειστικά για πώληση από την επιχείρηση, μεταφοράς παρεμφερών προϊόντων κατά τη διαδικασία παράδοσης, από χορηγούς και άλλα παραπλήσια. Τα πιο πάνω δεν συμπεριλαμβάνονται στις οικονομικές προβλέψεις, για σκοπούς εξέτασης αποκλειστικά εξετάζεται η κερδοφορία της κεντρικής ιδέας.

4.2 Υποθέσεις

Οι οικονομικές καταστάσεις οι οποίες ακολουθούν στην συνέχεια βασίστηκαν στις πιο κάτω υποθέσεις:

- Η προμήθεια για κάθε παραγγελία τον πρώτο χρόνο θα είναι 6%, τον δεύτερο 7% και τον τρίτο 8% αφού πλέον το διαδικτυακό κατάστημα θα είναι γνωστό στους καταναλωτές.
- Τα πρώτα χρόνια ο αρχιλογιστής θα πληρώνεται 1000 ευρώ με ακόμα 6 υπαλλήλους
- Ο μισθός των υπαλλήλων θα αυξάνεται 3% κάθε χρόνο
- Όλα τα Assets θα αποσβένονται σε 5 χρόνια
- Ο εταιρικός φόρος ανέρχεται στο 12.5%
- Τον πρώτο χρόνο δεν υπολογίζεται απόσβεση του πάγιου ενεργητικού, η απόσβεση υπολογίζεται από τον δεύτερο χρόνο
- Το κόστος μάρκετινγκ θα μειώνεται χρόνο με χρόνο και θα σταθεροποιείται στις 10.000 ευρώ
- Υπάρχει ετήσιο εταιρικό τέλος 350 ευρώ τέλος το οποίο φαίνεται μετά τον 2^ο χρόνο

Η πρόβλεψη των οικονομικών καταστάσεων του επιχειρηματικού πλάνου βασίζεται σε 3 σενάρια, πιο κάτω αναπτύσσεται η ανάλυση ευαισθησίας του οικονομικού πλάνου για τα επόμενα 3 χρόνια σε 3 διαφορετικά σενάρια βασισμένα σε διαφορετικά ποσοστά αύξησης των πωλήσεων:

- Οι παραγγελίες για τα τρία επόμενα χρόνια και ο μέσος όρος παραγγελιών από το καλάθι αγορών θα αυξάνονται 15% κάθε χρόνο (κανονικό σενάριο).
- Οι παραγγελίες για τα τρία επόμενα χρόνια και ο μέσος όρος παραγγελιών από το καλάθι αγορών θα αυξάνονται 25% κάθε χρόνο (αισιόδοξο σενάριο).
- Οι παραγγελίες για τα τρία επόμενα χρόνια και ο μέσος όρος παραγγελιών από το καλάθι αγορών θα αυξάνονται 3% κάθε χρόνο (απαισιόδοξο σενάριο).

4.3 Κόστη εκκίνησης

Η εταιρεία για να μπορεί να ξεκινήσει τη λειτουργία της χρειάζονται κάποια κόστη εκκίνησης, μερικά συμβαίνουν μόνο κατά την εκκίνηση της επιχείρησης και κάποια είναι επαναλαμβανόμενα. Στον πιο κάτω πίνακα φαίνονται αναλυτικά τα κόστη που αναφέρονται καθώς επίσης και τα κεφαλαιουχικά κόστη αλλά και κόστη εξοπλισμού της επιχείρησης.

Πίνακας 5: Κόστη εκκίνησης εταιρείας και κεφαλαιουχικά κόστη.

Κόστη εκκίνησης	Σχόλια	Κόστη
Εγγραφές		
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	Εταιρεία consulting	€ 3.000
Εταιρικό κόστος & φόροι	Εταιρεία consulting	€ 600
Πλασματικό κόστος ονόματος	Εταιρεία consulting	€ 60
Εγγραφή αυτοκινήτου	Θα γίνει από τον πολίτη	€ 0
Κόστη ενοικίασης υποστατικών	ανά μήνα	€ 350
Εκτίμηση λογαριασμού ηλεκτρικού ρεύματος	ανά μήνα	€ 200
Εκτίμηση λογαριασμού νερού	ανά μήνα	€ 15
Λογαριασμός internet και τηλεφώνου	Cytanet internet 20 Mbps	€ 100,74
Μισθοί	4 * 854€ 1 * 1300€ 1 * 1400€ 3 * 1600€	€ 10.916
Κοινωνικές ασφαλίσσεις (6.8%)	232.29€ 88.40€ 95.20€ 326.40€	€ 742
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	ανά μήνα	€ 350
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	Για ένα χρόνο	€ 20.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	Ανά μήνα	€ 100
Hosting ιστοσελίδας	ανά χρόνο	€ 46
Ολικό κόστος εκκίνησης		€ 36.480

Εξοπλισμός/κεφαλαιουχικά κόστη	Σχόλια	Κόστος
Κεφαλαιουχικό κόστος εκκίνησης		
3 μέτοχοι οι οποίοι θα επενδύσουν €10.000		€ 30.000
Δωρεές από τρίτους		€ 30.000
Οικονομικό βοήθημα από την κυβέρνηση	Νέα επιχείρηση	€ 6.500
Εξοπλισμός & κτήρια		
Οχήματα	Δύο καινούρια αυτοκίνητα τύπου βαν, απόσβεση σε 5 χρόνια	€ 23.000
Εξοπλισμός Η/Υ και λογισμικά	Προσφορές από διάφορα μαγαζιά - απόσβεση σε 5 χρόνια	€ 5.000
Τηλέφωνα και τηλεμειότυπο	Microstorm LTD - Απόσβεση σε 5 χρόνια	€ 1.000
Σύστημα συναγερμού	Wave Electronics and Security Systems - Απόσβεση σε 5 χρόνια	€ 900
Εξοπλισμός γραφείου		
Έπιπλα & Γραφεία & καρέκλες	Γραφεία, καρέκλες υπαλλήλων, καρέκλες επισκεπτών, καναπές στην είσοδο του χώρου	€ 2.000
Ολικός εξοπλισμός/ κεφαλαιουχικό κόστος		€ 98.400

4.4 Σενάριο 1 – Κανονικό σενάριο

Το κανονικό σενάριο υποθέτει παραγγελίες για τα τρία επόμενα χρόνια και το καλάθι αγορών αύξηση 15% κάθε χρόνο.

Πίνακας 6: Οικ. κατάσταση Λογαριασμός Κερδών – Ζημιών (Κανονικό σενάριο)

<u>Κανονικό σενάριο</u>				
<u>Λογαριασμός Κερδών Ζημιών</u>				
Πληροφορίες	1ο Έτος (€)	2ο Έτος (€)	3ο Έτος (€)	
Αριθμός παραγγελιών	45.000	51.750	59.513	<i>Ποσοστό αύξησης 15%</i>
Μέσο κόστος παραγγελίας	60	69	79	
	<u>2.700.000</u>	<u>3.570.750</u>	<u>4.701.527</u>	
<u>Κέρδη/Ζημιά σε ευρώ</u>				
Πωλήσεις (Προμήθεια)	162.000	249.953	376.122	
Κόστος πωληθέντων προϊόντων (COGS)	0	0	0	
Λειτουργικό κέρδος	<u>162.000</u>	<u>249.953</u>	<u>376.122</u>	
	<i>Gross Profit - Increase</i>	<i>0%</i>	<i>54%</i>	<i>50%</i>
	<i>Gross Profit - Margin</i>	<i>6%</i>	<i>7%</i>	<i>8%</i>
<u>Άλλα έξοδα</u>				
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	0	0	
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	0	0	
Κόστος ονόματος	60	0	0	
Λογιστικά και ελεγκτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	1.200	1.200	1.200	
Κόστη ενοικίασης	4.200	4.200	4.200	
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200	4.200	4.200	
Λογαριασμός νερού	180	180	180	
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209	1.209	1.209	
Ασφάλεια	1.358	1.358	1.358	
Κοινωνικές ασφαλίσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	8.907	9.174	9.449	
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200	4.200	4.200	
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	20.000	15.000	10.000	
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200	1.200	1.200	
Hosting ιστοσελίδας	46	46	46	
Μισθοί	130.992	134.916	138.960	
Καύσιμα	12.000	13.000	14.000	
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700	700	700	
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	500	500	

Διάφορα κόστη	150	150	150
Απόσβεση οχημάτων	0	4.600	4.600
Απόσβεση εξοπλισμού Γραφείου	0	400	400
Απόσβεση εξοπλισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών	0	1.000	1.000
Απόσβεση τηλεφώνων και τηλεομοιότυπου	0	200	200
Απόσβεση Συστήματος συναγερμού	0	180	180
Ολικά έξοδα	194.702	197.613	197.932
Κέρδη πριν φόρους και τόκους	-32.702	52.340	178.190
Ζημίες από προηγούμενα έτη	0	-32.702	0
Εταιρικός φόρος (12,5%)	0	2.455	22.274
Τόκοι	0	0	0
Καθαρό κέρδος ή ζημιά για το έτος	-32.702	49.885	155.916
Συσσωρευμένο κέρδος ή ζημιά	-32.702	17.183	173.099

Σε αυτό το σενάριο παρατηρούμε ότι η εταιρεία τον πρώτο χρόνο ξεκινά με ζημιά. Η καθαρή ζημιά της εταιρείας είναι -32.702 ευρώ. Αυτό θεωρείται λογικό λόγω του ότι η εταιρεία στην εκκίνηση της έχει περισσότερα έξοδα όπως μάρκετινγκ, κόστος εγγραφής/ενεργοποίησης κτλ. Αισιόδοξο όμως φαίνεται το μέλλον αφού από τον δεύτερο χρόνο τα πάγια κόστη της επιχείρησης παραμένουν σχετικά σταθερά ενώ τα έσοδα αυξάνονται λόγω αύξησης των πωλήσεων και της προμήθειας πάνω σε αυτές. Ως αποτέλεσμα η εταιρεία προβλέπεται να είναι κερδοφόρα από το δεύτερο έτος με κέρδος 17.183 ευρώ. Το τρίτο χρόνο τα έσοδα της εταιρείας είναι σταθερά και με αύξηση πάνω στις πωλήσεις το κέρδος της εταιρείας ανέρχεται στα 173.099 ευρώ. Το μικτό κέρδος αυξάνεται τον δεύτερο χρόνο κατά 54% και τον τρίτο χρόνο κατά 50%

Πίνακας 7: Οικ.. κατάσταση Ισολογισμός Balance Sheet της επιχείρησης - Κανονικό σεν.

Ισολογισμός - Balance Sheet

	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
	(€)	(€)	(€)
Non current/fixed assets			
Οχήματα	23.000	18.400	13.800
Εξοπλισμός γραφείου	2.000	1.600	1.200
Εξοπλισμός Η/Υ	5.000	4.000	3.000
Τηλέφωνα και τηλεομοιότυπα	1.000	800	600
Συστήματα συναγερμού	900	720	540
Current Assets			
Μετρητά	1.898	60.618	242.733
	33.798	86.138	261.873
Τρέχουσες υποχρεώσεις			
Πληρωτέος Εταιρικός Φόρος	0	2.455	22.274
Fixed Assets+ Current Assets- τρέχουσες υποχρεώσεις	33.798	83.683	239.599
Κεφάλαιο και Αποθέματα			
κεφάλαιο των ιδρυτών της εταιρείας	30.000	30.000	30.000
κεφάλαιο από τρίτους	30.000	30.000	30.000
Επιχορήγηση από την Κυπριακή δημοκρατία	6.500	6.500	6.500
Συσσωρευμένο κέρδος και ζημιά	-32.702	17.183	173.099
Καθαρή θέση - Net worth	33.798	83.683	239.599

Η καθαρή θέση της εταιρείας από τον πρώτο χρόνο μέχρι τον τρίτο σε αυτό το σενάριο έχει μια αυξημένη τάση η οποία οφείλεται στην αύξηση των κερδών και των καθαρών εισροών.

Πίνακας 8: Οικ.. κατάσταση: Ταμειακές ροές της επιχείρησης – Κανονικό σενάριο

Ταμειακές Ροές	1ο	2ο	3ο
	Έτος	Έτος	Έτος
	(€)	(€)	(€)
Μετρητά από πωλήσεις	162.000	249.953	376.122
Κεφάλαιο	0	0	0
Κεφάλαιο ιδρυτών	30.000	0	0
Κεφάλαιο δότη	30.000	0	0
Κυβερνητική Χορηγία	6.500	0	0
Συνολικές Εισροές	228.500	249.953	376.122
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα	0	0	0
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	0	0
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	0	0
Κόστος ονόματος	60	0	0
Αγορά οχημάτων	23.000	0	0
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	2.000	0	0
Αγορά Η/Υ	5.000	0	0
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιότυπου	1.000	0	0
Αγορά Συστημάτων Ασφαλείας	900	0	0
Λογιστικά και ελεγκτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	1.200	1.200	1.200
Κόστη ενοικίασης	4.200	4.200	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200	4.200	4.200
Λογαριασμός νερού	180	180	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209	1.209	1.209
Ασφάλεια	1.358	1.358	1.358
Κοινωνικές ασφαλίσσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	8.907	9.174	9.449
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200	4.200	4.200
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	20.000	15.000	10.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200	1.200	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	46	46
Μισθοί	130.992	134.916	138.960
Καύσιμα	12.000	13.000	14.000
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700	700	700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	500	500
Διάφορα κόστη	150	150	150
Πληρωμή Εταιρικού Φόρου	-	-	2.455
Συνολικές Εκροές	226.602	191.233	194.007
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	1.898	58.720	182.115
Προηγούμενο ταμειακού υπόλοιπου	0	1.898	60.618
Μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	1.898	60.618	242.733

Από τις ταμειακές ροές παρατηρούμε ότι το αρχικό κεφάλαιο των 66.500 ευρώ φαίνεται να καλύπτει οριακά τις ανάγκες του πρώτου χρόνου και έτσι αποφεύγετε η σκέψη για δάνειο ή χρήση τρεχούμενου λογαριασμού. Τον δεύτερο και τρίτο χρόνο λόγω θετικών εισροών οι καθαρές καταθέσεις αυξάνονται αισθητά. Παρόλο που τον πρώτο χρόνο υπάρχει ζημιά, φαίνεται ότι οι με το εισερχόμενο κεφάλαιο που υπήρξε ήταν ικανό να καλύψει τις εκροές, τα έξοδα που προέκυψαν.

*Οι ταμειακές ροές και των τριών σεναρίων φαίνονται αναλυτικά στο παράρτημα της εργασίας.

4.5 Σενάριο 2 – Αισιόδοξο σενάριο

Οι παραγγελίες για τα τρία επόμενα χρόνια και το καλάθι αγορών θα αυξάνονται 25% κάθε χρόνο.

Πίνακας 9: Οικ.. κατάσταση Λογαριασμός Κερδών – Ζημιών (Αισιόδοξο σενάριο)

<u>Αισιόδοξο σενάριο</u>				
<u>Λογαριασμός Κερδών Ζημιών</u>				
Πληροφορίες	1ο Έτος (€)	2ο Έτος (€)	3ο Έτος (€)	
Αριθμός παραγγελιών	45.000	56.250	70.313	<i>Ποσοστό αύξησης 25%</i>
Μέσο κόστος παραγγελίας	60	75	94	
	<u>2.700.000</u>	<u>4.218.750</u>	<u>6.609.422</u>	
<u>Κέρδη/Ζημιά σε ευρώ</u>				
Πωλήσεις (Προμήθεια)	162.000	295.313	528.754	
Κόστος πωληθέντων προϊόντων (COGS)	0	0	0	
Λειτουργικό κέρδος	<u>162.000</u>	<u>295.313</u>	<u>528.754</u>	
	<i>Gross Profit - Increase</i>	<i>0%</i>	<i>82%</i>	<i>79%</i>
	<i>Gross Profit - Margin</i>	<i>6%</i>	<i>7%</i>	<i>8%</i>
<u>Άλλα έξοδα</u>				
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	0	0	
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	0	0	
Κόστος ονόματος	60	0	0	
Λογιστικά και ελεγκτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	1.200	1.200	1.200	
Κόστη ενοικίασης	4.200	4.200	4.200	
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200	4.200	4.200	
Λογαριασμός νερού	180	180	180	
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209	1.209	1.209	
Ασφάλεια	1.358	1.358	1.358	
Κοινωνικές ασφαλίσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	8.907	9.174	9.449	
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200	4.200	4.200	
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	20.000	15.000	10.000	
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200	1.200	1.200	
Hosting ιστοσελίδας	46	46	46	
Μισθοί	130.992	134.916	138.960	
Καύσιμα	12.000	13.000	14.000	
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700	700	700	
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	500	500	
Διάφορα κόστη	150	150	150	

Απόσβεση οχημάτων	0	4.600	4.600
Απόσβεση εξοπλισμού Γραφείου	0	400	400
Απόσβεση εξοπλισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών	0	1.000	1.000
Απόσβεση τηλεφώνων και τηλεομοιότυπου	0	200	200
Απόσβεση Συστήματος συναγερμού	0	180	180
Ολικά έξοδα	194.702	197.613	197.932
Κέρδη πριν φόρους και τόκους	-32.702	97.700	330.822
Ζημίες από προηγούμενα έτη	0	-32.702	0
Εταιρικός φόρος (12,5%)	0	8.125	41.353
Τόκοι	0	0	0
Καθαρό κέρδος ή ζημιά για το έτος	-32.702	89.575	289.469
Συσσωρευμένο κέρδος ή ζημιά	-32.702	56.873	346.342

Όπως και το προηγούμενο σενάριο ο λογαριασμός κερδών ζημιών δείχνει ξεκάθαρα ότι τον πρώτο χρόνο η επιχείρηση ξεκινά με ζημιά. Η καθαρή ζημιά της εταιρείας είναι -32.702 ευρώ. Αυτό θεωρείται λογικό λόγω του ότι η εταιρεία όπως και πριν στην εκκίνηση της έχει περισσότερα έξοδα όπως μάρκετινγκ, κόστος εγγραφής/ενεργοποίησης κτλ. Αισιόδοξο όμως φαίνεται το μέλλον αφού και εδώ από τον δεύτερο χρόνο τα πάγια κόστη της επιχείρησης παραμένουν σχετικά σταθερά ενώ τα έσοδα αυξάνονται λόγω αύξησης των πωλήσεων και της προμήθειας πάνω σε αυτές. Ως αποτέλεσμα η εταιρεία προβλέπεται να είναι κερδοφόρα από το δεύτερο έτος με κέρδος 56.873 ευρώ. Το τρίτο χρόνο τα έσοδα της εταιρείας αφού είναι σταθερά και με αύξηση πάνω στις πωλήσεις το κέρδος της εκτοξεύεται στα 346.342 ευρώ. Το μικτό κέρδος τον δεύτερο χρόνο αυξάνεται στο 82% και το τρίτο στο 79%.

Πίνακας 10: Οικ.. κατάσταση Ισολογισμός Balance Sheet της επιχείρησης – Αισιόδ. σεν.

Ισολογισμός - Balance Sheet

	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
	(€)	(€)	(€)
Non current/fixed assets			
Οχήματα	23.000	18.400	13.800
Εξοπλισμός γραφείου	2.000	1.600	1.200
Εξοπλισμός Η/Υ	5.000	4.000	3.000
Τηλέφωνα και τηλεμοιότυπα	1.000	800	600
Συστήματα συναγερμού	900	720	540
Current Assets			
Μετρητά	1.898	105.978	435.055
	33.798	131.498	454.195
Τρέχουσες υποχρεώσεις			
Πληρωτέος Εταιρικός Φόρος	0	8.125	41.353
Fixed Assets+ Current Assets- τρέχουσες υποχρεώσεις	33.798	123.373	412.842
Κεφάλαιο και Αποθέματα			
κεφάλαιο των ιδρυτών της εταιρείας	30.000	30.000	30.000
Κεφάλαιο από τρίτου	30.000	30.000	30.000
Επιχορήγηση από την Κυπριακή δημοκρατία	6.500	6.500	6.500
Συσσωρευμένο κέρδος και ζημιά	-32.702	56.873	346.342
Καθαρή θέση - Net worth	33.798	123.373	412.842

Η καθαρή θέση της εταιρείας από τον πρώτο χρόνο μέχρι τον τρίτο και σε αυτό το σενάριο έχει μια αυξημένη τάση η οποία οφείλεται στην αύξηση των κερδών και των καθαρών εισροών της επιχείρησης

Πίνακας 11: Οικ. κατάσταση Ταμειακές ροές της επιχείρησης – Αισιοδ. σενάριο

Ταμειακές Ροές	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
	(€)	(€)	(€)
Μετρητά από πωλήσεις	162.000	295.313	528.754
Κεφάλαιο	0	0	0
Κεφάλαιο ιδρυτών	30.000	0	0
Κεφάλαιο δότη	30.000	0	0
Κυβερνητική Χορηγία	6.500	0	0
Συνολικές Εισροές	228.500	295.313	528.754
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα	0	0	0
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	0	0
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	0	0
Κόστος ονόματος	60	0	0
Αγορά οχημάτων	23.000	0	0
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	2.000	0	0
Αγορά Η/Υ	5.000	0	0
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεομοιότυπου	1.000	0	0
Αγορά Συστημάτων Ασφαλείας	900	0	0
Λογιστικά και ελεγκτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	1.200	1.200	1.200
Κόστη ενοικίασης	4.200	4.200	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200	4.200	4.200
Λογαριασμός νερού	180	180	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209	1.209	1.209
Ασφάλεια	1.358	1.358	1.358
Κοινωνικές ασφαλίσσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	8.907	9.174	9.449
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200	4.200	4.200
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	20.000	15.000	10.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200	1.200	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	46	46
Μισθοί	130.992	134.916	138.960
Καύσιμα	12.000	13.000	14.000
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700	700	700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	500	500
Διάφορα κόστη	150	150	150
Πληρωμή Εταιρικού Φόρου	-	-	8.125
Συνολικές Εκροές	226.602	191.233	199.677
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	1.898	104.080	329.077
Προηγούμενο ταμειακού υπόλοιπου	0	1.898	105.978
Μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	1.898	105.978	435.055

Οι ταμειακές ροές δείχνουν ότι το βασικότερο κεφάλαιο 66.500 ευρώ φαίνεται να καλύπτει τις ανάγκες του πρώτου χρόνου και έτσι αποφεύγετε η σκέψη για δάνειο ή χρήση τρεχούμενου λογαριασμού και σε αυτή την περίπτωση. Τον δεύτερο και τρίτο χρόνο λόγω θετικών εισροών οι καθαρές καταθέσεις αυξάνονται αισθητά. Παρόλο που τον πρώτο χρόνο υπάρχει ζημιά, φαίνεται ότι οι με το εισερχόμενο οικονομικό κεφάλαιο που στήριξε την επιχείρηση ήταν ικανό να καλύψει τις εκροές και όσα έξοδα προέκυψαν.

4.6 Σενάριο 3 – Απαισιόδοξο σενάριο

Το απαισιόδοξο σενάριο υποθέτει παραγγελίες για τα τρία επόμενα χρόνια και στο καλάθι αγορών αύξηση 3% κάθε χρόνο μόνον.

Πίνακας 12: Οικ.. κατάσταση Λογαριασμός Κερδών – Ζημιών (Απαισιόδοξο σενάριο)

<u>Απαισιόδοξο σενάριο</u>				
<u>Λογαριασμός Κερδών Ζημιών</u>				
<u>Πληροφορίες</u>	<u>1ο Έτος</u>	<u>2ο Έτος</u>	<u>3ο Έτος</u>	<i>Ποσοστό αύξησης 3%</i>
	<u>(€)</u>	<u>(€)</u>	<u>(€)</u>	
Αριθμός παραγγελιών	45.000	46.350	47.741	
Μέσο κόστος παραγγελίας	60	62	64	
	<u>2.700.000</u>	<u>2.873.700</u>	<u>3.055.424</u>	
<u>Κέρδη/Ζημιά σε ευρώ</u>				
Πωλήσεις (Προμήθεια)	162.000	201.159	244.434	
Κόστος πωληθέντων προϊόντων (COGS)	0	0	0	
Λειτουργικό κέρδος	<u>162.000</u>	<u>201.159</u>	<u>244.434</u>	
	<i>Gross Profit - Increase</i>	<i>0%</i>	<i>24%</i>	<i>22%</i>
	<i>Gross Profit - Margin</i>	<i>6%</i>	<i>7%</i>	<i>8%</i>
<u>Άλλα έξοδα</u>				
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	0	0	
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	0	0	
Κόστος ονόματος	60	0	0	
Λογιστικά και ελεγκτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	1.200	1.200	1.200	
Κόστη ενοικίασης	4.200	4.200	4.200	
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200	4.200	4.200	
Λογαριασμός νερού	180	180	180	
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209	1.209	1.209	
Ασφάλεια	1.358	1.358	1.358	
Κοινωνικές ασφαλίσσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	8.907	9.174	9.449	
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200	4.200	4.200	
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	20.000	15.000	10.000	
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200	1.200	1.200	
Hosting ιστοσελίδας	46	46	46	
Μισθοί	130.992	134.916	138.960	
Καύσιμα	12.000	13.000	14.000	
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700	700	700	
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	500	500	
Διάφορα κόστη	150	150	150	
Απόσβεση οχημάτων	0	4.600	4.600	

Απόσβεση εξοπλισμού Γραφείου	0	400	400
Απόσβεση εξοπλισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών	0	1.000	1.000
Απόσβεση τηλεφώνων και τηλεομοιότυπου	0	200	200
Απόσβεση Συστήματος συναγερμού	0	180	180
Ολικά έξοδα	194.702	197.613	197.932
Κέρδη πριν φόρους και τόκους	-32.702	3.546	46.502
Ζημίες από προηγούμενα έτη	0	-32.702	-29.156
Εταιρικός φόρος (12,5%)	0	0	2.168
Τόκοι	0	0	0
Καθαρό κέρδος ή ζημιά για το έτος	-32.702	3.546	44.334
Συσσωρευμένο κέρδος ή ζημιά	-32.702	-29.156	15.177

Ήταν σίγουρο ότι μετά τους υπολογισμούς των προηγούμενων σεναρίων ότι και στο απαισιόδοξο σενάριο η επιχείρηση θα ξεκινήσει με ζημιά. Σε αυτή την περίπτωση η επιχείρηση συνεχίζει και τον δεύτερο χρόνο με ζημιά. Λαμπερό όμως φαίνεται το μέλλον στον τρίτο χρόνο αφού η εταιρεία έχει έσοδα 15.177 ευρώ. Το μικτό κέρδος τον δεύτερο χρόνο αυξάνεται κατά 24% και το τρίτο κατά 22%.

Πίνακας 13: Οικ.. κατάσταση Ισολογισμός Balance Sheet της επιχείρησης – Απαισ. σεν.

Ισολογισμός - Balance Sheet

	1ο Έτος (€)	2ο Έτος (€)	3ο Έτος (€)
Non current/fixed assets			
Οχήματα	23.000	18.400	13.800
Εξοπλισμός γραφείου	2.000	1.600	1.200
Εξοπλισμός Η/Υ	5.000	4.000	3.000
Τηλέφωνα και τηλεομοιότυπα	1.000	800	600
Συστήματα συναγερμού	900	720	540
Current Assets			
Μετρητά	1.898	11.824	64.705
	33.798	37.344	83.845
Τρέχουσες υποχρεώσεις			
Πληρωτέος Εταιρικός Φόρος	0	0	2.168
Fixed Assets+ Current Assets- τρέχουσες υποχρεώσεις	33.798	37.344	81.677
Κεφάλαιο και Αποθέματα			
κεφάλαιο των ιδρυτών της εταιρείας	30.000	30.000	30.000
Κεφάλαιο από τρίτους	30.000	30.000	30.000
Επιχορήγηση από την Κυπριακή δημοκρατία	6.500	6.500	6.500
Συσσωρευμένο κέρδος και ζημιά	-32.702	-29.156	15.177
Καθαρή θέση - Net worth	33.798	37.344	81.677

Η καθαρή θέση της εταιρείας από τον πρώτο χρόνο μέχρι τον τρίτο και στο απαισιόδοξο σενάριο έχει μια αυξημένη τάση η οποία οφείλεται στην αύξηση των κερδών και των καθαρών εισροών της επιχείρησης

Πίνακας 14: Οικ. κατάσταση Ταμειακές ροές της επιχείρησης – Απαισιόδοξο σενάριο

<u>Ταμειακές Ροές</u>	1ο Έτος (€)	2ο Έτος (€)	3ο Έτος (€)
Μετρητά από πωλήσεις	162.000	201.159	244.434
Κεφάλαιο	0	0	0
Κεφάλαιο ιδρυτών	30.000	0	0
Κεφάλαιο δότη	30.000	0	0
Κυβερνητική Χορηγία	6.500	0	0
Συνολικές Εισροές	228.500	201.159	244.434
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα	0	0	0
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	0	0
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	0	0
Κόστος ονόματος	60	0	0
Αγορά οχημάτων	23.000	0	0
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	2.000	0	0
Αγορά Η/Υ	5.000	0	0
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιότυπου	1.000	0	0
Αγορά Συστημάτων Ασφαλείας	900	0	0
Λογιστικά και ελεγκτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	1.200	1.200	1.200
Κόστη ενοικίασης	4.200	4.200	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200	4.200	4.200
Λογαριασμός νερού	180	180	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209	1.209	1.209
Ασφάλεια	1.358	1.358	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	8.907	9.174	9.449
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200	4.200	4.200
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	20.000	15.000	10.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200	1.200	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	46	46
Μισθοί	130.992	134.916	138.960
Καύσιμα	12.000	13.000	14.000
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700	700	700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	500	500
Διάφορα κόστη	150	150	150

Πληρωμή Εταιρικού Φόρου	-	-	0
Συνολικές Εκροές	226.602	191.233	191.552
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	1.898	9.926	52.882
Προηγούμενο ταμειακού υπόλοιπου	0	1.898	11.824
Μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	1.898	11.824	64.705

Οι ταμειακές ροές δείχνουν ότι το βασικότερο κεφάλαιο 66.500 ευρώ φαίνεται να καλύπτει τις ανάγκες του πρώτου χρόνου έστω και σε αυτό το σενάριο που όλα πάνε χάλια στις πωλήσεις. Τον δεύτερο και τρίτο χρόνο λόγω θετικών εισροών οι καθαρές καταθέσεις αυξάνονται αισθητά. Παρόλο που τον πρώτο και δεύτερο χρόνο υπάρχει ζημιά, φαίνεται ότι οι με το εισερχόμενο κεφάλαιο που υπήρξε ήταν ικανό να καλύψει τις εκροές, τα έξοδα που προέκυψαν. Ακόμα και με αυτές τις υποθέσεις οι οποίες είναι εφαρμοσμένες με τις τωρινές συνθήκες που ζούμε η επιχείρηση μπορεί να δουλεύει τα δύο χρόνια με οριακή ζημιά και στην πορεία να ανακάμψει.

4.7 Ανάλυση νεκρού σημείου (Break Even Analysis)

Νεκρό σημείο (break even point) ονομάζεται το ποσό ακριβώς των πωλήσεων που καλύπτει το σύνολο των εξόδων της εταιρείας, σταθερά και μεταβλητά, μη πραγματοποιώντας ούτε κέρδος αλλά ούτε και ζημιά.

Για να γίνει η ανάλυση νεκρού σημείου χρησιμοποιήθηκε ο μέσος όρος σε βάθος τριετίας που έχει υπολογιστεί στο πρώτο σενάριο (κανονικό σενάριο). Χρησιμοποιήθηκε το μέσο κόστος των εξόδων, το μέσο κόστος παραγγελίας, και η μέση τιμή προμήθειας. Στην πορεία έγινε ο υπολογισμός των ελάχιστων παραγγελιών για να μην υπάρχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά.

Με βάση την πιο κάτω ανάλυση ο μέσος όρος παραγγελιών μέσα σε μια τριετία, ώστε το οικονομικό πλάνο να μην έχει ούτε κέρδος αλλά ούτε ζημιά πρέπει να ανέρχεται κατά υπολογισμό στις 40.539.

Πίνακας 15: Ανάλυση σημείου μηδενικού κέρδους ή νεκρού σημείου (Break Even Analysis)

Πληροφορίες	(€)
Αριθμός παραγγελιών	40.539
Μέσο κόστος παραγγελίας	69
	<u>7% 2.810.701</u>
<u>Κέρδη/Ζημιά σε ευρώ</u>	
Πωλήσεις (Προμήθεια)	196.749
Κόστος πωληθέντων προϊόντων (COGS)	0
Λειτουργικό κέρδος	<u>196.749</u>
<u>Άλλα έξοδα</u>	
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	1.000
Εταιρικό κόστος & φόροι	200
Κόστος ονόματος	20
Λογιστικά και ελεγκτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	1.200
Κόστη ενοικίασης	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200
Λογαριασμός νερού	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209
Ασφάλεια	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	9.177
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	15.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46
Μισθοί	134.956
Κάυσιμα	13.000
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500
Διάφορα κόστη	150
Απόσβεση οχημάτων	3.067
Απόσβεση εξοπλισμού Γραφείου	267
Απόσβεση εξοπλισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών	667
Απόσβεση τηλεφώνων και τηλεομοιότυπου	133
Απόσβεση Συστήματος συναγερμού	120
	<u>Ολικά έξοδα</u>
	<u>196.749</u>
Κέρδη πριν φόρους και τόκους	<u>0</u>
Ζημίες από προηγούμενα έτη	-
Εταιρικός φόρος (12,5%)	-
Τόκοι	0
Καθαρό κέρδος ή ζημιά για το έτος	<u>0</u>
Συσσωρευμένο κέρδος ή ζημιά	<u>0</u>

5.Επίλογος – Συμπεράσματα

Η παρούσα πτυχιακή εργασία ανέλυσε το επιχειρηματικό σχέδιο και σχεδιασμό μίας εταιρείας ηλεκτρονικού εμπορίου, από την σύσταση της μέχρι και την πορεία προς την φάση ανάπτυξης της. Το διαδικτυακό παντοπωλείο/υπεραγορά θα αποτελέσει μία εναλλακτική πρόταση στον καταναλωτή στην αγορά τροφίμων και διάφορων εφοδίων στην Κύπρο. Εναλλακτική, διότι θα δραστηριοποιείται εξολοκλήρου στο διαδίκτυο, με αποτέλεσμα την προμήθεια προϊόντων στο χώρο του πελάτη άμεσα, φθηνά και ποιοτικά.

Η στρατηγική ανάλυση που έγινε, ανέλυσε λεπτομερώς το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης αλλά και το εξωτερικό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα αναλύθηκαν οι επιδράσεις της αγοράς, των ανταγωνιστών, των πελατών και της ίδιας της εταιρείας. Επίσης έγινε ανάλυση Swot η οποία σαν χρηματοοικονομικό εργαλείο εστίασε με πλήρη σαφήνεια το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Η στρατηγική ανάλυση ολοκληρώθηκε με το επιχειρηματικό μοντέλο που θα χρησιμοποιεί η εταιρεία βασιζόμενη στην ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας από 300 καταναλωτές.

Μετά τους στόχους, την στρατηγική ανάλυση και τον στρατηγικό σχεδιασμό της εταιρείας ακολούθησε το μίγμα μάρκετινγκ. Η διαδικασία της διοίκησης μάρκετινγκ εντοπίζει, προβλέπει και ικανοποιεί τις ανάγκες του καταναλωτή με κάποιο όφελος για την επιχείρηση. Σε αυτό το επιχειρηματικό σχέδιο λήφθηκαν υπόψη διάφοροι παράγοντες και ο σχεδιασμός του πλάνου μάρκετινγκ έγινε βάση των δεδομένων στοιχείων που υπήρχαν.

Στη συνέχεια έγινε ανάλυση σε βάθος τριετίας στα χρηματοοικονομικά της εταιρείας. Οι ταμειακές ροές δείχνουν ότι το βασικότερο κεφάλαιο (από τους μετόχους και από τρίτους) φαίνεται να καλύπτει τις ανάγκες της εταιρείας χωρίς να χρειαστεί να προτρέξει για χρήματα σε άλλες πηγές όπως δάνεια κτλ. Σε όλα τα σενάρια ευαισθησίας η εταιρεία τον πρώτο χρόνο είναι ζημιογόνα. Παρόλα αυτά σε πάροδο τριών χρόνων το μέλλον φαίνεται λαμπερό. Στο κανονικό σενάριο αλλά και στο αισιόδοξο τα πάγια κόστη της επιχείρησης παραμένουν σχετικά σταθερά ενώ τα έσοδα αυξάνονται λόγω αύξησης των πωλήσεων και της προμήθειας πάνω σε αυτά. Αποτέλεσμα η εταιρεία προβλέπεται να είναι κερδοφόρα από το δεύτερο έτος με καθαρό κέρδος. Ακόμα και στην απαισιόδοξη περίπτωση το κέρδος φαίνεται στον τρίτο χρόνο.

Ο υπολογισμός των ελάχιστων παραγγελιών για να μην υπάρχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά

έχει επίσης υπολογιστεί. Με βάση την ανάλυση που έγινε ο μέσος όρος παραγγελιών μέσα σε μια τριετία, ώστε το οικονομικό πλάνο να μην έχει ούτε κέρδος αλλά ούτε ζημία πρέπει να ανέρχεται κατά υπολογισμό στις 40.539 παραγγελίες.

Εν κατακλείδι σε αυτή την επιχειρηματική ιδέα αξίζει να επενδυθούν κεφάλαια για την περαιτέρω ανάπτυξη της. Είναι σίγουρο πως στην πορεία υλοποίησης του επιχειρηματικού σχεδίου θα συναντηθούν δυσκολίες, όμως η χρηματοοικονομική κατάσταση της εταιρείας είναι τέτοια που σίγουρα θα ανταπεξέλθει στις δυσκολίες της και θα φέρει στους ιδρυτές της πολύ καλά έσοδα.

ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ ΚΑΙ ΣΧΕΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

[1] Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού (2008-2013). Επιχειρείτε Διαδικτυακά [Online]. Διαθέσιμο: <http://www.go-e.mcit.gov.cy> [Πρόσβαση: 05/08/2013]

[2] Dynopia (2009-2014). Πλήρης κατάλογος κυπριακών ηλεκτρονικών καταστημάτων [Online]. Διαθέσιμο: <http://www.dynopia.com/el/blog/article/618/online-shopping-stin-kypro-katalogos-eshopssment> [Πρόσβαση: 07/08/2013]

[3] Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού (2008-2013). Επιχειρείτε Διαδικτυακά, Πακέτα οικονομικής ενίσχυσης [Online]. Διαθέσιμο: http://www.go-e.mcit.gov.cy/mcit/trade/go-e.nsf/eco22_gr/eco22_gr?OpenDocument [Πρόσβαση: 05/08/2013]

[4] Ocado Group plc (December 2012). Annual report and accounts for the 53 weeks ended, seeing and Perceiving, Available at: www.ocadogroup.com [Accessed August 16, 2013]

[5] A GXS Case Study (February 2010). Ocado Delivers the Goods With New Online Grocery Service. Seeing and Perceiving, [Online]. Available at: www.ocadogroup.com [Accessed August 16, 2013]

[6] Boyer, K. (Michigan State University) & Frohlich, M. (London Business School (2002). An Alternative Way to Bridge the Last Mile in Grocery Home Delivery?. Seeing and Perceiving, [Online]. Available at: <http://www.sba.pdx.edu/faculty/melliep/458/ocado.pdf> [Accessed August 16, 2013]

[7] Chris Mercer (June 26 2013). Ocado papers over cracks, but Waitrose strain remains. Seeing and Perceiving, [Online]. Available at: http://www.just-food.com/the-just-food-blog/ocado-papers-over-cracks-but-waitrose-strain-remains_id2430.aspx

[8] Proactive Investors (June 19 2013). Amazon should buy Ocado suggests US analyst Seeing and Perceiving, [Online]. Available at: www.proactiveinvestors.co.uk

[9] Lance Mercereau, Bluefin Solutions (July 09 2013) Ocado Could Become a Global Retailer by 2025, According to Bluefin Solutions, Seeing and Perceiving, [Online]. Available at: <http://www.bluefinsolutions.com>

[10] J. Sainsbury plc (2013). Annual report and financial statements, Seeing and Perceiving, [Online]. Available at: <http://www.j-sainsbury.co.uk/investor-centre/reports/2013/annual-report-and-financial-statements-2013/> [Accessed August 21, 2013]

[11] Sainsbury's PLC, (2013) All you need to know about our delivery service, Seeing and Perceiving, [Online]. Available at http://www.sainsburys.co.uk/sol/iw_container_page.jsp?pageRef=sites/www/site_furniture/Site_Furniture_DI.page [Accessed August 21, 2013]

[12] "Market Share of UK Supermarkets". 23 April 2013. Retrieved 17 May 2013.

[13]] Tesco plc (2012). Annual report and financial statements 2012, Seeing and Perceiving, [Online]. Available at: http://www.tescopl.com/files/pdf/reports/tesco_annual_report_2012.pdf [Accessed August 23, 2013]

[14] Asda Financial Performance. (2013). Seeing and Perceiving, [Online]. Available at: <http://your.asda.com/press-centre/asda-financial-performance-2012> [Accessed August 23, 2013]

[15] PayPal (1999-2013) Website Payments. [Online]. Available at: <https://www.paypal.com/cy/cgi-bin/webscr?cmd=products-services-outside&nav=3> [Accessed August 25, 2013]

[16] JCCSmart (2010). Website payment systems. [Online]. Available at: www.jccsmart.com [Accessed: August 25, 2013]

[17] The Cheap Basket Ltd (2012). Terms and conditions. [Online]. Available at: www.cheapbasket.com.cy [Accessed: August 26, 2013]

[18] NSI SupermarketCy Ltd (2013) Terms and conditions. [Online]. Available at: www.supermarketcy.com.cy [Accessed : August 26, 2013]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1
Πανεπιστήμιο Νεάπολις Πάφου

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση επιχειρήσεων MBA

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Διαδικτυακή Υπεραγορά e-Supermarket

Ονομάζομαι Εύης Νικολαΐδης, μεταπτυχιακός φοιτητής στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις της επαρχίας Πάφου. Διεξάγω μια έρευνα σχετικά με την αποτελεσματικότητα μιας Διαδικτυακής Υπεραγοράς (e-Supermarket), την ανταγωνιστικότητά της και γενικά τις προοπτικές της για επέκταση στην εγχώρια αγορά κάτω από τον εφιάλτη της οικονομικής κρίσης. Σας παρακαλώ όπως αφιερώσετε λίγο από τον πολύτιμο σας χρόνο για να απαντήσετε σε κάποιες ερωτήσεις σχετικά με την έρευνα. Όλες οι πληροφορίες σε αυτό το ερωτηματολόγιο θα παραμείνουν εμπιστευτικές και όλες οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν για ακαδημαϊκούς σκοπούς μόνον.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την βοήθειά σας

Μέρος Α

1. Πόσο συχνά χρησιμοποιείς το Διαδίκτυο για αγορές;
 - A. Καθημερινά
 - B. Εβδομαδιαία
 - Γ. Μηνιαία
 - Δ. Χρονιαία
 - E. Ποτέ

2. Πόσο σημαντικοί είναι οι ακόλουθοι λόγοι για να σε επηρεάσουν να ψωνίσεις από το διαδίκτυο αντί από ένα τοπικό κανονικό κατάστημα. Για καθεμία από αυτές τις διαστάσεις παρακαλούμε δηλώστε τον βαθμό ικανοποίησής σας.

	Καθόλου				Πάρα Πολύ		
Διαθέσιμο 24ώρες/7ημέρες	1	2	3	4	5	6	7
Εξοικονόμηση Χρόνου	1	2	3	4	5	6	7
Χαμηλότερες Τιμές	1	2	3	4	5	6	7
Χρόνος Παράδοσης	1	2	3	4	5	6	7
Ευκολία αγοράς από το σπίτι	1	2	3	4	5	6	7

3. Πόσο σημαντικοί είναι οι ακόλουθοι λόγοι για να σε επηρεάσουν να ψωνίσεις από ένα τοπικό κανονικό κατάστημα αντί από το διαδίκτυο. Για καθεμία από αυτές τις διαστάσεις παρακαλούμε δηλώστε τον βαθμό ικανοποίησής σας.

	Καθόλου				Πάρα Πολύ		
Μπορώ να αποφύγω την υποκλοπή της πιστωτικής μου κάρτας	1	2	3	4	5	6	7
Μπορώ να αποκρύψω τα προσωπικά μου στοιχεία	1	2	3	4	5	6	7
Μπορώ να δω αν κάποια προϊόντα είναι εκτός αποθέματος	1	2	3	4	5	6	7
Είμαι βέβαιος/η για την πολιτική του καταστήματος σε περίπτωση επιστροφής προϊόντος	1	2	3	4	5	6	7
Σε μια ιστοσελίδα δεν υπάρχει πάντα απευθείας τεχνική υποστήριξη	1	2	3	4	5	6	7

4. Πόσο σημαντικά είναι τα ακόλουθα χαρακτηριστικά για σένα για μια ιστοσελίδα online-αγορών. Για καθεμία από αυτές τις διαστάσεις παρακαλούμε δηλώστε τον βαθμό ικανοποίησής σας.

	Καθόλου				Πάρα Πολύ		
Εύκολη στη χρήση	1	2	3	4	5	6	7
Τακτοποιημένη κατανομή προϊόντων	1	2	3	4	5	6	7
Ευκολία πληρωμής λογαριασμού	1	2	3	4	5	6	7
Ασφάλεια πληρωμής (πρωτόκολλα ασφαλείας)	1	2	3	4	5	6	7
Ξεκάθαρες Χρεώσεις	1	2	3	4	5	6	7

Άμεση ανταπόκριση στις ερωτήσεις του χρήστη	1	2	3	4	5	6	7
Εύκολη επικοινωνία με την εταιρεία μέσω του τηλεφώνου, ηλ. Ταχυδρομείου κτλ	1	2	3	4	5	6	7

5. Ποια από τις ακόλουθες μεθόδους θα χρησιμοποιούσες για να πληρώσεις τις αγορές που έκανες στο διαδίκτυο;

- a. Πιστωτική Κάρτα (Credit card)
- b. Internet Card / Prepaid Card
- c. JCC Smart
- d. Paypal
- e. Αντικαταβολή (Cash on Delivery)
- f. Κατάθεση Μετρητών
- g. Άλλος Τρόπος.....

6. Πόσο σημαντικό είναι για εσένα το online κατάστημα που χρησιμοποιείς να έχει δωρεάν παράδοση των προϊόντων σου;

Καθόλου					Πάρα Πολύ		
1	2	3	4	5	6	7	

7. Τι ώρες θα προτιμούσες να παραλάβεις τα προϊόντα που έχεις αγοράσει;

- 8:00-10:00
- 10:00-12:00
- 12:00-14:00
- 14:00-16:00
- 16:00-18:00
- 18:00-20:00
- 20:00-22:00

8. Πόσα ξοδεύεις την εβδομάδα για ψώνια από υπεραγορές;

- 10 με 30€
- 31 με 50€
- 51 με 70€
- 71 με 90€
- 91 με 110€
- 110+€

Μέρος Β (Γενικές Δημογραφικές Ερωτήσεις)

Γένος: Άρρεν Θήλυ

1. Ηλικία:

- 18 με 24
25 με 34
35 με 44
45 με 54
55 με 64
65+

2. Επίπεδο Μόρφωσης:

- Δημοτικό
Γυμνάσιο
Λύκειο
Κολλέγιο
Πανεπιστήμιο

1. Επάγγελμα: Θέση:

2. Τόπος Διαμονής/Περιοχή

.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

Κανονικό σενάριο - Cash flow

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	1ο Έτος
Ταμειακές ροές του Ξηρόνου	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	162.000
Μετρητά από πωλήσεις	30.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30000
Κεφάλαιο ιδρυτών	30.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30000
Κεφάλαιο δότη	6.500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6500
Κυβερνητική Χορηγία	80.000	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	228.500
Συνολικές Εισροές	80.000	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	228.500
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα													
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.000
Εταρικό κόστος & φόροι	600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	600
Κόστος ονόματος	60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60
Αγορά οχημάτων	23000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23.000
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	2000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.000
Αγορά Η/Υ	5000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.000
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιότητα	1000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.000
Αγορά Συστημάτων Ασφάλειας	900	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	900
Λογιστικά και έλεγχτικά τέλη / Εταρικό τέλος	-	350	-	-	-	425	-	-	-	-	-	-	425
Κόστη ενοικίασης	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογισμικός ηλεκτρικού ρεύματος	300	300	250	400	400	400	400	500	400	250	400	350	4.200
Λογισμικός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογισμικός τηλεφώνου και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	8.907
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	2.500	2.000	2.000	2.500	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	20.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
Μισθοί	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	130.992
Κάσιμα	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	-	-	-	-	-	364	-	-	-	-	-	-	364
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500
Διάφορα κόστη	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-	75
Συνολικές Εκροές	52.930	16.678	16.278	16.324	15.349	16.213	15.349	15.349	15.449	15.349	15.199	15.349	16.135
Καθαρά μετρητά εισροή/έκροη από λειτουργίες	27.070	-3.178	-2.778	-2.824	-1.849	-2.713	-1.849	-1.849	-1.949	-1.849	-1.699	-1.849	-2.635
Προηγούμενο ταμειακό υπόλοιπο	0	27.070	23.892	21.114	18.290	16.441	13.728	11.879	9.930	8.081	6.382	4.533	0
Μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	27.070	23.892	21.114	18.290	16.441	13.728	11.879	9.930	8.081	6.382	4.533	1.898	1.898

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	2ο Έτος
	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829
Ταμειακές ροές 2ου χρόνου													
Μετρητά από πωλήσεις													
Κεφάλαιο													
Κεφάλαιο ιδρυτών													
Κεφάλαιο δότη													
Κυβερνητική Χορηγία													
Συνολικές Εισροές	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	20.829	249.953
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα													
Νομικό κόστος ενεργοποίησης													
Εταιρικό κόστος & φόροι													
Κόστος ονόματος													
Αγορά οχημάτων													
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου													
Αγορά Η/Υ													
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιότητας													
Αγορά Συστημάτων Ασφαλείας													
Λογιστικά και ελεγχτικά τέλη / Εταιρικό τέλος				425									425
Κόστη ανοικίας	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300	300	250	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4.200
Λογαριασμός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνων και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454										1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	9.174
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	1.750	1.800	1.750	1.800	1.100	1.100	1.000	1.000	1.000	900	900	900	15.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46												46
Μισθοί	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	134.916
Κάπωμα	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	13.000
Επιδοτήσεις και ελεγχος οχημάτων						364							700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500												500
Διάφορα κόστη							75						150
Συνολικές Εκροές	17.053	16.911	16.461	16.057	15.507	15.407	16.371	15.407	15.507	15.407	15.157	16.093	191.233
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	3.777	3.919	4.369	4.773	5.323	5.423	4.459	5.423	5.323	5.423	5.673	4.737	58.720
επίσπευση ταμειακού υπόλοιπου	1.898	5.675	9.594	13.962	18.735	24.058	28.517	33.940	39.262	44.685	50.358	55.881	1.898
μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	5.675	9.594	13.962	18.735	24.058	28.517	33.940	39.262	44.685	50.358	55.881	60.618	60.618

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	3ο Έτος
Ταμειακές ροές 3ου χρόνου													
Μετρητά από πωλήσεις	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	376.122
Κεφάλαιο													0
Κεφάλαιο ιδρυτών	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κεφάλαιο δότη	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κυβερνητική Χορηγία	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Συνολικές Εισροές	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	31.344	376.122
Παροχές για λειτουργικά έξοδα													
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Εταιρικό κόστος & φόροι	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κόστος ονόματος	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά οχημάτων	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Η/Υ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιτύπου	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Συστημάτων Ασφαλείας	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Λογιστικά και ηλεκτρονικά τέλη / Εταιρικό τέλος	-	350	-	-	-	425	-	-	-	-	-	-	425
Κόστη ενοικίασης	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300	300	250	400	400	400	400	500	400	250	400	350	4.200
Λογαριασμός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	9.449
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	1.000	1.000	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	10.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
Μισθοί	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	138.960
Κάσιμα	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	14.000
Επιδοτήσεις και έλεγχος οχημάτων	-	-	-	-	-	364	-	-	-	-	-	-	336
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500
Διάφορα κόστη	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-	150
Πληρωμή Εταιρικού Φόρου	2.455	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.455
Συνολικές Εκροές	19.201	16.554	15.954	15.500	15.650	16.514	15.650	15.750	15.650	15.500	15.650	16.436	194.007
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	12.143	14.790	15.390	15.844	15.694	14.830	15.694	15.594	15.694	15.844	15.694	14.908	182.115
επίτευση ταμειακού υπόλοιπου	60.618	72.761	87.550	102.940	118.784	134.477	149.307	165.001	180.594	196.288	212.131	227.825	60.618
μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	72.761	87.550	102.940	118.784	134.477	149.307	165.001	180.594	196.288	212.131	227.825	242.733	242.733

Αισιόδοξο σενάριο - Cash flow

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	1ο Έτος
Τιμητικές ροές 1ου χρόνου													
Μετρητά από πωλήσεις	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	162.000
Κεφάλαιο													0
Κεφάλαιο ιδρυτών	30.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30000
Κεφάλαιο δότη	30.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30000
Κυβερνητική Χορηγία	6.500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6500
Συνολικές Εισροές	80.000	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	228.500
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα													
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.000
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	600
Κόστος ονόματος	60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60
Αγορά οχημάτων	23.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23.000
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	2.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.000
Αγορά Η/Υ	5.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.000
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιτύπου	1.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.000
Αγορά Συστημάτων Ασφάλειας	900	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	900
Λογιστικά και ηλεκτρονικά τέλη / Εταιρικό τέλος	-	350	-	-	-	425	-	-	-	-	-	-	425
Κόστη εννοιασίας	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300	250	250	400	400	400	500	400	400	400	400	350	4.200
Λογαριασμός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	8.907
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	2.500	2.000	2.000	2.500	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	20.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
Μισθοί	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	130.992
Κάνασμα	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Επιδρομές και έλεγχοι οχημάτων	-	-	-	-	-	-	364	-	-	-	-	-	336
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500
Διάφορα κόστη	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	75
Συνολικές Εκροές	52.930	16.678	16.278	16.324	15.349	16.213	15.349	15.449	15.349	15.199	15.349	16.135	226.602
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	27.070	-3.178	-2.778	-2.824	-1.849	-1.849	-1.849	-1.949	-1.849	-1.699	-1.849	-2.635	1.898
Προηγούμενο ταμειακό υπόλοιπο	0	27.070	23.892	21.114	18.290	16.441	13.728	11.879	9.930	8.081	6.382	4.533	0
Μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	27.070	23.892	21.114	18.290	16.441	13.728	11.879	9.930	8.081	6.382	4.533	1.898	1.898

Αισιόδοξο σενάριο - Cash flow

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	1ο Έτος
Τραπεζικές ροές 1ου τμήνου													
Μετρητά από πωλήσεις	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	162.000
Κεφάλαιο													0
Κεφάλαιο ιδρυτών	30.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30.000
Κεφάλαιο δότη	30.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30.000
Κυβερνητική Χορηγία	6.500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.500
Συνολικές Εισροές	80.000	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	228.500
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα													
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.000
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	600
Κόστος ονόματος	60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60
Αγορά οχημάτων	23.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23.000
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	2.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.000
Αγορά Η/Υ	5.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.000
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιότητας	1.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.000
Αγορά Συστημάτων Ασφάλειας	900	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	900
Λογιστικά και ηλεκτρονικά τέλη / Εταιρικό τέλος	-	350	-	-	425	-	-	-	-	-	-	425	1.200
Κόστη εννοιασής	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300	250	250	400	400	400	500	500	400	250	400	350	4.200
Λογαριασμός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	8.907
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	2.500	2.000	2.000	2.500	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	20.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
Μισθολογία	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	130.992
Καύσιμα	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Επιδοτήσεις και έλεγχος οχημάτων	-	-	-	364	-	-	-	-	-	-	-	-	336
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	500
Διάφορα κόστη	-	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	75	150
Συνολικές Εκροές	52.930	16.678	16.278	16.324	15.349	16.213	15.349	15.449	15.349	15.199	15.349	16.135	226.602
Καθάρη μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	27.070	-3.178	-2.778	-2.824	-1.849	-2.713	-1.849	-1.949	-1.849	-1.699	-1.849	-2.635	1.898
Προηγούμενο ταμειακό υπόλοιπο	0	27.070	23.892	21.114	18.290	16.441	13.728	11.879	9.930	8.081	6.382	4.533	0
Μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	27.070	23.892	21.114	18.290	16.441	13.728	11.879	9.930	8.081	6.382	4.533	1.898	1.898

Τιμεικτικές ριζές 2ου Χρόνου	1ος μήνας 2ος μήνας 3ος μήνας 4ος μήνας 5ος μήνας 6ος μήνας 7ος μήνας 8ος μήνας 9ος μήνας 10ος μήνας 11ος μήνας 12ος μήνας 2ο Έτος													
Μετρήσιμα από πωλήσεις	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	24.609	295.313
Κεφάλαιο														0
Κεφάλαιο ιδρυτών														0
Κεφάλαιο δότη														0
Κυβερνητική Χορηγία														0
Συνολικές Εισροές														
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα														
Νομικό κόστος ενεργοποίησης														0
Εταιρικό κόστος & φόροι														0
Κόστος ονόματος														0
Αγορά οχημάτων														0
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου														0
Αγορά Η/Υ														0
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιότητας														0
Αγορά Συστημάτων Ασφαλείας														0
Λογιστικά και ηλεκτρονικά τέλη / Εταιρικό τέλος						425								425
Κόστη εννοιασίας	350		350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300		250	250	400	400	400	500	500	400	400	400	350	4.200
Λογαριασμός νερού	15		15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	100,75		100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450		454											1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	765		765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	9.174
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350		350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	1.750		1.800	1.800	1.100	1.100	1.100	1.000	1.000	900	900	900	900	15.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46													46
Μισθοί	11.243		11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	134.916
Κάσιμα	1.083		1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	13.000
Επιδρομήσεις και έλεγχος οχημάτων						364							336	700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων														500
Διάφορα κόστη							75						75	150
Συνολικές Εκροές														
	17.053	16.911	16.461	16.057	15.507	16.371	15.407	15.507	15.407	15.157	15.307	15.307	16.093	191.233
Καθαρά μετρήσιμη εισροή/εκροή από λειτουργίες	7.557	7.699	8.149	8.553	9.103	8.239	9.203	9.103	9.203	9.453	9.303	9.303	8.517	104.080
επίτευση ταμειακού υπόλοιπου	1.898	9.455	17.154	25.302	33.855	42.958	51.197	60.400	69.502	78.705	88.158	97.461	97.461	1.898
μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	9.455	17.154	25.302	33.855	42.958	51.197	60.400	69.502	78.705	88.158	97.461	105.978	105.978	105.978

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	3ο Έτος
Τιμειαικές βιές 3ου χρόνου													
Μετρητά από πωλήσεις	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	528.754
Κεφάλαιο													0
Κεφάλαιο ιδρυτών	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κεφάλαιο δότη	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κυβερνητική Χορηγία	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Συνολικές Εισροές	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	44.063	528.754
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα													
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Εταιρικό κόστος & φόροι	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κόστος ονόματος	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά οχημάτων	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Η/Υ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιτίσπου	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Συστημάτων Ασφάλειας	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Λογιστικά και ηλεκτρικά τέλη / Εταιρικό τέλος	-	-	350	-	-	425	-	-	-	-	-	-	425
Κόστη εντοίσεως	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300	300	250	250	400	400	400	500	400	250	400	350	4.200
Λογαριασμός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	9.449
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	1.000	1.000	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	10.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
Μισθοί	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	138.960
Κάσιμα	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	14.000
Επιδοτήσεις και έλεγχος οχημάτων	-	-	-	364	-	-	-	-	-	-	-	-	336
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	700
Διάφορα κόστη	-	-	-	-	-	75	-	-	-	-	-	-	150
Πληρωμή Εταιρικού Φόρου	8.125	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.125
Συνολικές Εκροές	24.871	16.554	15.954	15.500	15.650	16.514	15.650	15.750	15.650	15.500	15.650	16.436	199.677
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	19.192	27.509	28.109	28.563	28.413	27.549	28.413	28.313	28.413	28.563	28.413	27.627	329.077
επίσπευση ταμειακού υπόλοιπου	105.978	125.170	152.679	180.788	209.351	237.764	265.313	293.726	322.039	350.452	379.015	407.428	105.978
μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	125.170	152.679	180.788	209.351	237.764	265.313	293.726	322.039	350.452	379.015	407.428	435.055	435.055

Απαισιόδοξο σενάριο - Cash Flow

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	1ο Έτος
Ταμειακές ροές 1ου χρόνου	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	162.000
Μετρητά από πωλήσεις													0
Κεφάλαιο	30.000												30.000
Κεφάλαιο ιδρυτών	30.000												30.000
Κεφάλαιο δότη	6.500												6.500
Κυβερνητική Χορηγία													
Συνολικές Εισροές	80.000	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	13.500	228.500
Παρωμές για λειτουργικά έξοδα													
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000												3.000
Εταιρικό κόστος & φόροι	600												600
Κόστος ονόματος	60												60
Αγορά οχημάτων	23.000												23.000
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	2.000												2.000
Αγορά Η/Υ	5.000												5.000
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιότητας	1.000												1.000
Αγορά Συστημάτων Ασφαλείας	900												900
Λογιστικά και ηλεκτρονικά τέλη / Εταιρικό τέλος		350				425							425
Κόστη εννοιασής	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300	250	250	400	400	400	400	400	500	400	400	400	4.200
Λογαριασμός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454										1.358
Κοινωνικές ασφαλίσεις (6,8% στο σύνολο των μισθών)	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	742,25	8.907
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	2.500	2.000	2.000	2.500	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	1.375	20.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46												46
Μισθοί	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	10.916	130.992
Κάπωμα	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Επιδοτήσεις και ελεγχος οχημάτων													700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500												500
Διάφορα κόστη													150
Συνολικές Εκροές	52.930	16.678	16.278	15.349	15.349	15.349	15.349	15.349	15.349	15.199	15.349	16.135	226.602
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	27.070	-3.178	-2.778	-2.824	-1.849	-1.849	-1.849	-1.849	-1.849	-1.699	-1.849	-2.635	1.898
Προηγούμενο ταμειακό υπόλοιπο	0	27.070	23.892	21.114	18.290	16.441	13.728	11.879	9.930	8.081	6.382	4.533	0
Μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	27.070	23.892	21.114	18.290	16.441	13.728	11.879	9.930	8.081	6.382	4.533	1.898	1.898

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	2ο Έτος
Τιμεικές ροές 2ου χρόνου													
Μετρητά από πωλήσεις	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	201.159
Κεφάλαιο													0
Κεφάλαιο ιδρυτών	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κεφάλαιο δότη	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κυβερνητική Χορηγία	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Συνολικές Εισροές	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	16.763	201.159
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα													0
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Εταιρικό κόστος & φόροι	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κόστος ονόματος	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά οχημάτων	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Η/Υ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιότητα	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Αγορά Συστημάτων Ασφάλειας	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Λογιστικά και ελεγκτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Κόστη εννοιασής	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300	300	250	250	400	400	400	400	500	400	250	400	4.200
Λογαριασμός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454	454	454	454	454	454	454	454	454	454	5.400
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	765	9.174
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	1.750	1.800	1.750	1.800	1.800	1.100	1.100	1.000	1.000	1.000	900	900	15.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	552
Μισθοί	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	11.243	134.916
Κάνσημα	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	1.083	13.000
Επιδορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000
Διάφορα κόστη	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	150
Συνολικές Εκροές	17.053	16.911	16.461	16.057	15.507	15.407	15.407	15.507	15.407	15.157	15.307	16.093	191.233
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	-289	-147	303	707	1.257	393	1.357	1.257	1.357	1.607	1.457	671	9.926
επίτευξη ταμειακού υπόλοιπου	1.898	1.609	1.461	1.764	2.471	3.727	4.120	5.476	6.733	8.090	9.696	11.153	1.898
μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	1.609	1.461	1.764	2.471	3.727	4.120	5.476	6.733	8.090	9.696	11.153	11.824	11.824

	1ος μήνας	2ος μήνας	3ος μήνας	4ος μήνας	5ος μήνας	6ος μήνας	7ος μήνας	8ος μήνας	9ος μήνας	10ος μήνας	11ος μήνας	12ος μήνας	3ο Έτος
	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	244.434
Τιμειακές ρυές 3ου χρόνου													
Μετρητά από πωλήσεις													0
Κεφάλαιο													0
Κεφάλαιο ιδρυτών													0
Κεφάλαιο δότη													0
Κυβερνητική Χορηγία													0
Συνολικές Εισροές	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	20.370	244.434
Πληρωμές για λειτουργικά έξοδα													
Νομικό κόστος ενεργοποίησης													0
Εταιρικό κόστος & φόροι													0
Κόστος ονόματος													0
Αγορά οχημάτων													0
Αγορά Εξοπλισμού γραφείου													0
Αγορά Η/Υ													0
Αγορά Τηλεφώνων και τηλεμοιτύπου													0
Αγορά Συστημάτων Ασφαλείας													0
Λογιστικά και ελεγχτικά τέλη / Εταιρικό τέλος		350											425
Κόστη ανοικτασίας	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	300	300	250	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4.200
Λογαριασμός νερού	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	100,75	1.209
Ασφάλεια	450	454	454										1.358
Κοινωνικές ασφαλίσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	787	9.449
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	1.000	1.000	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	10.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46												46
Μισθοί	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	11.580	138.960
Κάσιμα	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	1.167	14.000
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων													700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500												500
Διάφορα κόστη						364							336
Πληρωμή Εταιρικού φόρου													75
	0												150
Συνολικές Εκροές	16.746	16.554	15.954	15.500	15.650	16.514	15.650	15.750	15.650	15.500	15.650	16.436	191.552
Καθαρά μετρητά εισροή/εκροή από λειτουργίες	3.624	3.816	4.416	4.870	4.720	3.856	4.720	4.620	4.720	4.870	4.720	3.934	52.882
επίτευξη ταμειακού υπόλοιπου	11.824	15.447	19.263	23.679	28.548	33.268	37.124	41.843	46.463	51.183	56.052	60.772	11.824
μεταφορά ταμειακού υπόλοιπου	15.447	19.263	23.679	28.548	33.268	37.124	41.843	46.463	51.183	56.052	60.772	64.705	64.705

ΣΗΜΕΙΟ ΜΗΔΕΝΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ

Ανάλυση Λογαριασμού κερδο-ζημιών

	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος	3-ετής Μ. όρος
Πληροφορίες				
Αριθμός παραγγελιών	45.000	51.750	59.513	52.088
Μέσο κόστος παραγγελίας	60	69	79	69
	<u>2.700.000</u>	<u>3.570.750</u>	<u>4.701.527</u>	<u>3.657.426</u>
<u>Κέρδη/Ζημιά σε ευρώ</u>				
Πωλήσεις (Προμήθεια)	162.000	249.953	376.122	262.692
Κόστος πωληθέντων προϊόντων (COGS)	0	0	0	0
Λειτουργικό κέρδος	<u>162.000</u>	<u>249.953</u>	<u>376.122</u>	<u>262.692</u>
<u>Άλλα έξοδα</u>				
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	3.000	0	0	1.000
Εταιρικό κόστος & φόροι	600	0	0	200
Κόστος ονόματος	60	0	0	20
Λογιστικά και ελεγχτικά τέλη / Εταιρικό	1.200	1.200	1.200	1.200
Κόστη ενοικίασης	4.200	4.200	4.200	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200	4.200	4.200	4.200
Λογαριασμός νερού	180	180	180	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209	1.209	1.209	1.209
Ασφάλεια	1.358	1.358	1.358	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο)	8.907	9.174	9.449	9.177
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200	4.200	4.200	4.200
Μάρκετινγκ & Διαφήμιση	20.000	15.000	10.000	15.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200	1.200	1.200	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46	46	46	46
Μισθοί	130.992	134.916	138.960	134.956
Κάυσιμα	12.000	13.000	14.000	13.000
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700	700	700	700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημ	500	500	500	500
Διάφορα κόστη	150	150	150	150
Απόσβεση οχημάτων	0	4.600	4.600	3.067
Απόσβεση εξοπλισμού Γραφείου	0	400	400	267
Απόσβεση εξοπλισμού ηλεκτρονικών υπ	0	1.000	1.000	667
Απόσβεση τηλεφώνων και τηλεομοιότυπ	0	200	200	133
Απόσβεση Συστήματος συναγερμού	0	180	180	120
<u>Ολικά έξοδα</u>	<u>194.702</u>	<u>197.613</u>	<u>197.932</u>	<u>196.749</u>
Κέρδη πριν φόρους και τόκους	<u>-32.702</u>	<u>52.340</u>	<u>178.190</u>	<u>65.942</u>
Ζημίες από προηγούμενα έτη	0	-32.702	0	-
Εταιρικός φόρος (12,5%)	0	2.455	22.274	8.243
Τόκοι	0	0	0	0
Καθαρό κέρδος ή ζημιά για το έτος	<u>-32.702</u>	<u>49.885</u>	<u>155.916</u>	<u>57.700</u>
Συσσωρευμένο κέρδος ή ζημιά	<u>-32.702</u>	<u>17.183</u>	<u>173.099</u>	<u>52.527</u>

Πληροφορίες	(€)
Αριθμός παραγγελιών	40.539
Μέσο κόστος παραγγελίας	69
	7% 2.810.701
<u>Κέρδη/ζημιά σε ευρώ</u>	
Πωλήσεις (Προμήθεια)	196.749
Κόστος πωληθέντων προϊόντων (COGS)	0
Λειτουργικό κέρδος	196.749
<u>Άλλα έξοδα</u>	
Νομικό κόστος ενεργοποίησης	1.000
Εταιρικό κόστος & φόροι	200
Κόστος ονόματος	20
Λογιστικά και ελεγχτικά τέλη / Εταιρικό τέλος	1.200
Κόστη ενοικίασης	4.200
Λογαριασμός ηλεκτρικού ρεύματος	4.200
Λογαριασμός νερού	180
Λογαριασμός τηλεφώνου και internet	1.209
Ασφάλεια	1.358
Κοινωνικές ασφαλήσεις (6.8% στο σύνολο των μισθών)	9.177
Λειτουργικά έξοδα γραφείου	4.200
Μάρκετινγκ& Διαφήμιση	15.000
Υπηρεσίες καθαρισμού	1.200
Hosting ιστοσελίδας	46
Μισθοί	134.956
Κάυσιμα	13.000
Επιδιορθώσεις και έλεγχος οχημάτων	700
Άδειες κυκλοφορίας και ασφάλεια οχημάτων	500
Διάφορα κόστη	150
Απόσβεση οχημάτων	3.067
Απόσβεση εξοπλισμού Γραφείου	267
Απόσβεση εξοπλισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών	667
Απόσβεση τηλεφώνων και τηλεομοιότυπου	133
Απόσβεση Συστήματος συναγερμού	120
	<u>Ολικά έξοδα</u> 196.749
Κέρδη πριν φόρους και τόκους	0
Ζημίες από προηγούμενα έτη	-
Εταιρικός φόρος (12,5%)	-
Τόκοι	0
Καθαρό κέρδος ή ζημιά για το έτος	0
Συσσωρευμένο κέρδος ή ζημιά	0