

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

« ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΙΑΣ ΝΕΟΙΔΡΥΘΕΙΣΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ »

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
ΓΙΑΝΝΑΣ ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ



ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΔΟΥΚΑΣ / Α.Μ.: 5465
ΑΘΗΝΑ, 2014**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ – ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1.1 Το Επιχειρηματικό Σχέδιο μιας νεοϊδρυθείσας επιχείρησης (D.D.D.A.E.)

Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο καλείται να καλύψει το σύνολο των λειτουργιών της νεοϊδρυθείσας εταιρείας D.D.D. A.E. έτσι ώστε να προβλεφθεί με τον ορθότερο τρόπο η μελλοντική πορεία της και να διαπιστωθεί αν το όλο εγχείρημα μπορεί τελικά να πραγματοποιηθεί ή όχι. Έτσι, η μελέτη περιλαμβάνει:

- Την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος (απειλές - ευκαιρίες)
- Την ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος (δυνάμεις-αδυναμίες)
- Το σχέδιο marketing που περιλαμβάνει μια σειρά τρόπων προώθησης του προϊόντος
- Τα γενικά χαρακτηριστικά της λειτουργίας της εταιρίας (συνεργασία με προμηθευτές, εξοπλισμός, χώρος αποθήκης, κανάλι διανομής, κλπ)
- Τον προγραμματισμό και την οικονομική ανάλυση (νομική και οργανωτική δομή και οικονομικό πλάνο για τα τρία επόμενα χρόνια)
- Τέλος, τα πιθανά προβλήματα που μπορεί να συναντήσει η εταιρία στο ξεκίνημά της και οι προοπτικές επέκτασης μετά από κάποιο χρονικό διάστημα λειτουργίας της.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Ανάλυση PEST

Τέσσερις βασικοί παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος επηρεάζουν, ο καθένας με το δικό του τρόπο, τη δράση, τη ζήτηση και το κόστος με το οποίο επιβαρύνονται τα διάφορα προϊόντα μιας επιχείρησης και συγκεκριμένα της DDD ΑΕ . Προκειμένου να μπορέσουμε να καταλάβουμε και να διευκρινίσουμε κατά πόσο αυτοί οι παράγοντες θα σταθούν εμπόδιο ή θα βοηθήσουν στην επιχειρηματική μας δράση, θα πρέπει να τους εξετάσουμε με γνώμονα την επίδραση που θα έχουν στη δική μας επιχείρηση.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Έπειτα από την ανάλυση των παραμέτρων του εξωτερικού περιβάλλοντος, που αναμένεται να επηρεάσουν θετικά και αρνητικά την πορεία της επιχείρησης, είναι απαραίτητο να αναλυθούν και τα στοιχεία του εσωτερικού περιβάλλοντος. Η ανάλυση αυτή αποτελείται από την καταγραφή των δυνάμεων και των αδυναμιών της εταιρίας. Αντίθετα με τις παραμέτρους του εξωτερικού περιβάλλοντος, η επιχείρηση μπορεί να επέμβει και να κάνει αλλαγές στο εσωτερικό της περιβάλλοντος, προς όφελός της.

Καθώς η εταιρία είναι νεοσύστατη και ταυτόχρονα εισάγει ένα νέο προϊόν για τα δεδομένα της ελληνικής αγοράς, δεν διαθέτει τα απαραίτητα ιστορικά στοιχεία, για να προσδιορίσει πιο εύκολα τις δυνάμεις και τις αδυναμίες της.

Αρχικά, ξεκινώντας από τις δυνάμεις της εταιρίας, σημαντικότερη από αυτές μπορεί να θεωρηθεί η αποκλειστικότητα της διάθεσης του μηχανήματος, το οποίο αποτελεί καινοτομία για τα ελληνικά δεδομένα, που συνεπάγεται την ανυπαρξία ανταγωνιστών που θα διεκδικούσαν ένα μερίδιο της συγκεκριμένης αγοράς.

ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

Με την ανάλυση του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος, μπορούμε να δημιουργήσουμε την ανάλυση SWOT, η οποία περιλαμβάνει τις δυνάμεις, τις αδυναμίες, τις απειλές και τις ευκαιρίες που έχει να αντιμετωπίσει η εταιρία, επιγραμματικά:

5.1 Δυνάμεις

- Αποκλειστικότητα διάθεσης του μηχανήματος, το οποίο αποτελεί καινοτομία, στον ελληνικό χώρο
- Ευκολία στη χρήση και δυνατότητα εγκατάστασης της ελληνικής γλώσσας
- Επαρκές αρχικό μετοχικό κεφάλαιο
- Δεν απαιτείται ειδικός εξοπλισμός, ειδικό προσωπικό συντήρησης και τμήμα service, καθώς το μηχάνημα δεν απαιτεί συχνή συντήρηση και η εγκατάστασή του είναι πολύ εύκολη
- Πραγματοποίηση έρευνας αγοράς που προσδιορίζει την πολιτική marketing, ανάλογα με τις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού
- Επαρκής επαγγελματική κατάρτιση και γνωσιολογικό υπόβαθρο των 6 ιδρυτών
- Δεν απαιτείται συγκεκριμένη τοποθεσία εγκατάστασης της εταιρίας και μεγάλος χώρος αποθήκευσης

5.2 Αδυναμίες

- Περιορισμένη δυνατότητα παροχής πίστωσης
- Περιορισμένοι τρόποι προώθησης του προϊόντος
- Μεγάλη απόσταση από την προμηθεύτρια
- Έλλειψη διασυνδέσεων με τους άμεσους καταναλωτές (ιδιοκτήτες νυχτερινών χώρων διασκέδασης)

5.3 Ευκαιρίες

- Μεγάλο target group σε όλη την Ελλάδα, ειδικά σε τουριστικές περιοχές
- Εκμετάλλευση εμπειρίας των 18 ετών της προμηθεύτριας εταιρίας
- Η συμμόρφωση του κοινού με τα νέα πρότυπα του Κώδικα Οδικής Κυκλοφορίας και την επιβολή των υψηλών προστίμων σε οδηγούς λόγω μέθης, ενισχύει τη χρήση του προϊόντος
- Υποστήριξη από κυβερνητικούς φορείς

5.4 Απειλές

Απόρριψη από την αγορά, καθώς το προϊόν είναι καινούριο για τα ελληνικά δεδομένα

- Οι ιδιοκτήτες των νυχτερινών χώρων διασκέδασης μπορούν να θεωρήσουν πως το μηχανήμα θα μειώσει την κατανάλωση αλκοόλ
- Θα δοθούν κίνητρα για τις αντίπαλες εταιρίες να εισέλθουν στη συγκεκριμένη αγορά
- Η DDD A.E. έχει μικρή διαπραγματευτική δύναμη, καθώς εξαρτάται αποκλειστικά από την προμηθεύτρια εταιρία
- Οι αρνητικές οικονομικές συνθήκες που επικρατούν και εμποδίζουν τον καταναλωτισμό. (μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών)
- Το προϊόν δεν είναι Ελληνικής κατασκευής

ΚΕΦΑΛΑΙΟ II

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

- Τραπεζικός δανεισμός
- Χρηματοδότηση ταμειακών ροών
- Χρηματοδοτική Μίσθωση - LEASING
- Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων - FACTORING
- Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών – VENTURE CAPITAL (VC)
- Κεφάλαια αμοιβαίας εγγύησης
- Θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων - BUSINESS INCUBATORS
- Ιδιώτες επενδυτές - BUSINESS ANGELS
- Ταμείο εγγυοδοσίας μικρών & πολύ μικρών επιχειρήσεων - ΤΕΜΠΜΕ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING ΤΗΣ DDD A.E. – ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

MARKETING PLAN

- Η DDD AE είναι μια εμπορική επιχείρηση που δημιουργεί μια νέα αγορά καθώς το μηχάνημα ανίχνευσης του αλκοόλ οργανισμό που εμπορεύεται δεν υπάρχει στην ελληνική αγορά. Παρόλα αυτά η επιχειρηματική ομάδα φιλοδοξεί ότι θα προσελκύσει μία κρίσιμη μάζα πελατών, που θα της εξασφαλίσει την οικονομική βιωσιμότητά της.
- Η DDD AE απευθύνεται κατά κύριο λόγο στους ιδιοκτήτες των κέντρων διασκέδασης -στο χώρο των οποίων παρατηρείται και το μεγαλύτερο ποσοστό κατανάλωσης αλκοόλ-και με έμμεσο τρόπο στους πελάτες των κέντρων αυτών, οι οποίοι θα αποτελέσουν και τους άμεσους χρήστες του προϊόντος της.
- Σύμφωνα με την έρευνα αγοράς που εκπόνησε η επιχειρηματική μας ομάδα, για το αν οι τελικοί καταναλωτές του προϊόντος της εταιρίας DDD AE είναι διατεθειμένοι να το χρησιμοποιήσουν κατά τη διάρκεια της βραδινής τους εξόδου, και για το αν είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για τις υπηρεσίες του αντίτιμο ίσο προς 1€, το μηχάνημα μέτρησης του αλκοόλ στο αίμα είχε μεγάλη αποδοχή από το κοινό.

MARKETING MIX

• Προϊόν - Product

Η DDD A.E. προσφέρει ένα νέο και μοναδικό προϊόν. Με ένα μόνο ευρώ και με ένα μόνο φύσημα στο ειδικό καλαμάκι ο χρήστης θα έχει τη δυνατότητα να ελέγχει το επίπεδο του αλκοόλ στον οργανισμό του. Τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από αυτό είναι τα ακόλουθα:

1. Η ύπαρξη ενός μηχανήματος ελέγχου του επιπέδου αλκοόλ στο αίμα, σε κάθε νυχτερινό μαγαζί σώζει ζωές. Αποτελεί κοινωνικό έργο καθώς έπειτα από τη χρήση του, ο συνειδητοποιημένος οδηγός δε θα πιάσει το τιμόνι στα χέρια του. Με αυτόν τον τρόπο αποφεύγονται πιθανά δυστυχήματα με άσχημες ή ακόμα και μοιραίες επιπτώσεις για οδηγούς, συνεπιβάτες και αθώα θύματα., αλλά. επιπλέον αποφεύγονται πρόστιμα από την τροχαία, αφαίρεση διπλώματος οδήγησης και πινακίδων αυτοκινήτου, ακόμα και προσαγωγή στο αυτόφωρο.

2. Επιπροσθέτως, η ύπαρξη ενός μηχανήματος τέτοιου τύπου σε μαγαζιά κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών εξασφαλίζει στους χρήστες τη δυνατότητα να μπορούν να ελέγξουν την ποιότητα των ποτών που καταναλώνουν και αποτελεί ταυτόχρονα εχέγγυο ποιότητας για τον επιχειρηματία. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την προτίμησή του από τους πελάτες του με την ανάπτυξη μιας σχέσης εμπιστοσύνης μεταξύ τους, καθώς και την αύξηση του πελατολογίου του με την εξάπλωση της καλής του φήμης από στόμα σε στόμα .

3. Επιπλέον οι πελάτες-οδηγοί που δε θα άρχιζαν καθόλου ή θα σταματούσαν την κατανάλωση του αλκοόλ νωρίς, κατά τη βραδινή τους έξοδο, τώρα με το μηχάνημα μέτρησης του αλκοόλ, αν βεβαιωθούν ότι βρίσκονται πολύ κάτω από το επιτρεπόμενο όριο, θα συνεχίσουν την κατανάλωσή του, με αποτέλεσμα την επίτευξη κερδών για τους επιχειρηματίες που σε άλλη περίπτωση θα ήταν χαμένα.

4. Τέλος οι επιχειρηματίες που θα εγκαταστήσουν το μηχάνημα της DDD A.E., θα έχουν τη δυνατότητα να το εκμεταλλευθούν με πολλούς τρόπους ώστε να αυξήσουν τα κέρδη τους από αυτό. Παραδείγματος χάρη με την οργάνωση διαγωνισμών μεθυσιού και άλλων παρόμοιων παιχνιδιών.

• Τιμή - Price

Οι μέθοδοι τιμολόγησης που θα εφαρμοστούν για την προσέλκυση νέων πελατών αλλά και την εξασφάλιση των απαραίτητων εσόδων για την επιβίωση της εταιρίας, κατά κύριο λόγο αναφέρονται στα στοιχεία που θα συλλέξουμε όπως είναι τα παρακάτω :

- Ανάγκες πελατών μας- πόσο πολύ θέλουν το προϊόν οι καταστηματάρχες
- Γενικότερη οικονομική κατάσταση στον ελληνικό χώρο
- Το ύψος του κόστους προβολής, προώθησης και διανομής
- Πρόσθετες υποστηρικτικές υπηρεσίες που προσφέρουμε

• Τόπος - Place

Η DDD A.E. θα έχει ιδιόκτητο κανάλι διανομής των προϊόντων της, με ιδιόκτητο στόλο αυτοκινήτων, εξασφαλίζοντας έτσι τη μεγαλύτερη δυνατή γεωγραφική κάλυψη.

• Προώθηση - Promotion

Η πολιτική προώθησης που θα ακολουθήσουμε θα βασίζεται στην προβολή του κοινωνικού προσώπου της εταιρείας μας καθώς και των πελατών της.

- Η DDD A.E. θα προσπαθήσει να ταυτίσει το προϊόν της, ως προϊόν με κοινωνική διάσταση (καθώς η προληπτική χρήση του, σώζει ζωές) και σαν πρώτη παρουσίαση στο κοινό θα επιλεγεί η Ευρωπαϊκή Νύχτα Χωρίς Ατυχήματα ή οποία διοργανώνεται κάθε χρόνο το τρίτο Σάββατο του Οκτωβρίου, έξω από νυχτερινά κέντρα διασκέδασης, με σκοπό την ενημέρωση των νέων ανθρώπων για τη σχέση αλκοόλ και οδήγησης.

- Νεαροί εθελοντές, ηλικίας από 17 έως 29 ετών, ενθαρρύνουν τους συνομηλίκους τους θαμώνες των κέντρων να επιλέξουν από την παρέα τους ένα άτομο, το οποίο θα αναγορευθεί σε «οδηγό της παρέας» και αφού αποδεχθεί αυτό τον τίτλο θα είναι υποχρεωμένος να μην καταναλώσει αλκοόλ κατά τη διάρκεια της βραδιάς. Αυτός φυσικά θα οδηγήσει με ασφάλεια πίσω την παρέα του, επιστρέφοντας από τη νυχτερινή τους διασκέδαση.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εταιρία με βάση και τα διαθέσιμα Χρηματοδοτικά εργαλεία που υπάρχουν σήμερα στην αγορά και με βάση την ανάλυση που ακολούθησε, πιστεύει ότι ο καλύτερος τρόπος για να συνεχίσει και να αναπτυχθεί στην αγορά, σε χρηματοοικονομικό επίπεδο, είναι μέσω της Πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων - FACTORING.

Αυτή η λύση επιλέγεται καθώς το μεγαλύτερο μέρος (80 %) των απαιτήσεων της εταιρίας είναι μέσω επίπιστώσει τιμολογίων 5 μηνών και μόνο το (20%) είναι με μετρητά.

Καθώς η πρακτόρευση επιχειρηματικών απαιτήσεων εφαρμόζεται από τις τράπεζες και τις ανώνυμες εταιρείες που έχουν ως αποκλειστικό σκοπό αυτή τη δραστηριότητα, το Factoring αποτελεί μία δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση στους οφειλέτες τους.

Πρόκειται για τριμερή συνεργασία μεταξύ ενός προμηθευτή, των οφειλετών του και ενός εξειδικευμένου χρηματοοικονομικού ενδιάμεσου (Factor), ο οποίος αναλαμβάνει τη λογιστική παρακολούθηση, διαχείριση και είσπραξη των επί πιστώσει απαιτήσεων.

Επιπλέον, παρέχεται η δυνατότητα χορήγησης προκαταβολών επί της αξίας τους και, υπό προϋποθέσεις, ο Factor αναλαμβάνει και την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή. (γεγονός που μηδενίζει τους χρηματοοικονομικούς κινδύνους της εταιρίας)

Τα πλεονεκτήματα για την D.D.D A.E. μέσω της Πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων – FACTORING θα είναι:

Ο Factor δύναται να χορηγήσει προκαταβολή επί της ονομαστικής αξίας των εισπρακτέων απαιτήσεων, η οποία ανέρχεται κατά μέσο όρο στο 80%-90% της αξίας αυτής. Με τον τρόπο αυτό η επιχείρηση επιτυγχάνει:

- Άμεση ρευστότητα
- Βελτίωση ταμειακού προγραμματισμού και
- Συνάρτηση των εισροών της με το ύψος των πωλήσεων

- Αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών, με τη χρήση εξειδικευμένης τεχνογνωσίας βάσει σύγχρονων μοντέλων χρηματοοικονομικής αξιολόγησης και εκτίμησης της συναλλακτικής συμπεριφοράς οφειλετών στην εμπορική τους πρακτική.

- Λογιστική Παρακολούθηση, Διαχείριση και Είσπραξη των τιμολογίων. Δυνατότητα άντλησης λογιστικής και διοικητικής πληροφόρησης υψηλού επιπέδου σημαντικής για τη λήψη αποφάσεων.

- Ανάλυση του πιστωτικού κινδύνου σε περίπτωση αδυναμίας του οφειλέτη να καταβάλει την αξία των σχετικών τιμολογίων και όχι την άρνησή του να τα εξοφλήσει λόγω διαφορών που ανακύπτουν μεταξύ πωλητή και αγοραστή.
- Η συνεχής αξιολόγηση από τον πράκτορα της πιστοληπτικής ικανότητας των υφιστάμενων και νέων αγοραστών, εξυγιαίνει το πελατολόγιο της επιχείρησης και δημιουργεί συνθήκες υγιούς εισπραξιμότητας των απαιτήσεων.

- Η ανάληψη από τον πράκτορα της είσπραξης των τιμολογίων βελτιώνει τη συμπεριφορά των οφειλετών, με αποτέλεσμα την έγκαιρη ρευστοποίηση των εισπρακτέων απαιτήσεων.

- Η ανάθεση της διαχείρισης και λογιστικής παρακολούθησης των εμπορικών απαιτήσεων στον πράκτορα μειώνει σημαντικά τα λειτουργικά κόστη της συνεργαζόμενης επιχείρησης.

- Η ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από την εταιρία Factoring διασφαλίζει την πληρωμή των τιμολογίων και την αποφυγή επισφαλειών, γεγονός που διευκολύνει τον οικονομικό σχεδιασμό της επιχείρησης, εγγυάται την ανάπτυξη της, ενώ παράλληλα βελτιώνει την εικόνα του ισολογισμού της και την πιστοληπτική ικανότητά της.

Γενικότερα, το Factoring δίνει τη δυνατότητα στην D.D.D A.E. να εκλογικεύσει την οργανωτική και λειτουργική δομή της, να περιορίζει το κόστος της, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της και να επικεντρώνει τη δράση της στην ανάπτυξή της.

Τέλος, η συμφωνία με τον Factor και η παροχή του κατάλληλου κατά περίπτωση μίγματος υπηρεσιών, διαμορφώνει και το κόστος συνεργασίας. Το συνολικό κόστος συνεργασίας συνήθως αφορά:

Στην προμήθεια, το ύψος της οποίας εξαρτάται από την αναλαμβανόμενη ομάδα των αγοραστών-πελατών, τον αριθμό και τη μέση αξία των τιμολογίων, καθώς και τη διάρκεια της μέσης πιστωτικής περιόδου. Για την κάλυψη και του πιστωτικού κινδύνου η προμήθεια προσαυξάνεται.

Στο επιτόκιο που χρεώνεται επί των χορηγουμένων προκαταβολών

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ

Η DDD A.E. για τα επόμενα έτη και συγκεκριμένα μέσα στα επόμενα τρία χρόνια προβλέπει ότι θα ξεκινήσει και την εισαγωγή και διάθεση στον ελληνικό χώρο και άλλων συναφών μηχανημάτων και προϊόντων που διευκολύνουν την μέτρηση μεγεθών που έχουν ιδιαίτερη σημασία για τους καταναλωτές.

Ένα τέτοιο παράδειγμα θα μπορούσε να είναι αυτό για την άμεση μέτρηση της χοληστερίνης. Επιπλέον, θα στραφεί και προς την αγορά και πώληση ατομικών προϊόντων με αυτή τη χρήση και τα οποία μπορούν να πουληθούν ακόμα και σε περίπτερα, φαρμακεία και βενζινάδικα μιας και έχουν πολύ μικρό κόστος και μικρό μέγεθος.