

Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2014

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ

Επιχειρηματικό Σχέδιο Ανάπτυξης ηλεκτρονικής επιχείρησης Ημερήσιας Τροφοδοσίας Νοικοκυριών

Επόπτης Καθηγητής

 **Δημήτριος Ντόβας**

Υπεύθυνος Εργασίας

 **Σωτήριος Βδουκάκης AM:13502**

Σύνοψη κεντρικής ιδέας πλάνου

*Ο σκοπός που μας οδήγησε στη δημιουργία της *dailymarket* είναι η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών συλλογής και διανομής των καθημερινών αγαθών στους καταναλωτές της περιοχής της Κορίνθου.*

Στόχος μας σε πρώτη φάση είναι η δημιουργία μιας υγιούς εταιρείας που θα μπορέσει να εφοδιάσει τα νοικοκυριά γρήγορα και ξεκούραστα με όλα τα απαραίτητα για αυτά καθημερινά προϊόντα.

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της επιχείρησης είναι η ευελιξία στις αποφάσεις που χαρακτηρίζει όλες τις ατομικές επιχειρήσεις, η καινοτομία που θα εισαγάγει μια τέτοιου είδους υπηρεσία σε τοπικό επίπεδο καθώς επίσης και η δημιουργία της κατάλληλης κουλτούρας στην τοπική κοινωνία για να ενσωματώσει στις καθημερινές της συνήθειες την ιδέα μας.

Η ιδέα για τη δημιουργία της προήρθε από την παρατήρηση της ανάγκης στην τοπική κοινωνία, για τη δημιουργία μιας εταιρείας που θα αναλάμβανε ουσιαστικά την τροφοδοσία των νοικοκυριών με τα καθημερινά τους ψώνια. Ουσιαστικά πρόκειται για μια μικρογραφία της τροφοδοσίας των μεγάλων εμπορικών καταστημάτων από τους προμηθευτές τους.

Πίνακας περιεχομένων

1. Η Επιχείρηση	4
1.1 Περιγραφή της Επιχείρησης	4
1.2 Προϊόντα - Υπηρεσίες.....	9
1.3 Πληροφοριακό Σύστημα	17
1.4 Τοποθεσία	26
2. Το Σχέδιο Μάρκετινγκ (Marketing plan)	29
2.1 Ανάλυση δυνατών σημείων και αδυναμιών (S.W.O.T. Analysis).....	29
2.1.1 Δυνατά σημεία – Πλεονεκτήματα (Strengths).....	32
2.1.2 Αδυναμίες (Weaknesses)	35
2.1.3 Ευκαιρίες (Opportunities).....	37
2.1.4 Απειλές – Επιχειρηματικοί κίνδυνοι (Threats)	39
3. Ο Ανταγωνισμός.....	41
4. Τιμολογιακή πολιτική – Πωλήσεις.....	45
4.1 Στοιχεία διαμόρφωσης της τιμολογιακής πολιτικής	45
5. Διαφήμιση.....	47
6. Δημόσιες Σχέσεις.....	50
7. Το Σχέδιο Διοίκησης και Λειτουργικής Διαχείρισης	54
7.1 Σύνθεση και καθήκοντα προσωπικού	54
7.2 Αμοιβές Προσωπικού	60
8. Σχέδιο Οικονομικής Διαχείρισης	63
8.1 Προϋπολογισμός έναρξης	63
8.2 Προϋπολογισμός λειτουργίας	66
8.3 Προϋπολογισμός ταμειακής ροής (cash flow)	69
8.4 Ανάλυση Νεκρού Σημείου.....	72
9. Συμπληρωματικά στοιχεία	74
10. Συμπεράσματα	75
Βιβλιογραφία	78

1. Η Επιχείρηση

1.1 Περιγραφή της Επιχείρησης

Κάθε τύπος επιχείρησης έχει ειδικά χαρακτηριστικά και η επιλογή του εξυπηρετεί ορισμένη οικονομική σκοπιμότητα.

Η dailymarket θα δηλωθεί ως **ατομική επιχείρηση**. Η μορφή αυτή είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στην Ελλάδα. Κύριο πλεονέκτημά της είναι η μεγάλη ευελιξία ως προς τις επιχειρηματικές αποφάσεις που αφορούν στο είδος της δραστηριότητας, στην επιλογή των τεχνικών μεθόδων και, ως ένα βαθμό, στο μέγεθος της παραγωγής. Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι ουσιώδη, κυρίως για τις μικρές και μέσου μεγέθους αγροτικές, βιοτεχνικές και εμπορικές επιχειρήσεις, στις οποίες η προσωπική επίβλεψη και πρωτοβουλία είναι μεγάλης σημασίας. Όταν όμως το είδος της δραστηριότητας επιβάλλει την ανάπτυξη μεγάλου μεγέθους, τότε η εταιρική μορφή της επιχείρησης είναι συχνά η πιο κατάλληλη.

Η κύρια δραστηριότητά της είναι η συσκευασία και προώθηση προϊόντων στον τελικό καταναλωτή.

Το είδος της επιχείρησης το οποίο πρόκειται να ξεκινήσει ο επενδυτής (π.χ. ιχθυοτροφείο, εργαστήριο κατασκευής κοσμημάτων, ζαχαροπλαστείο), αλλά και το μέγεθος αυτής (η δυναμικότητα καθώς και η εγκατεστημένη ιπποδύναμη) προσδιορίζει τα χαρακτηριστικά της νέας επιχείρησης, όσον αφορά το βαθμό της επικινδυνότητας κατά τη λειτουργία της και της πιθανότητας δημιουργίας ατυχημάτων, τις επιπτώσεις που αυτή θα έχει στο περιβάλλον, το βαθμό στον οποίο απειλεί τη δημόσια υγεία, κ.α.

Γι' αυτό το λόγο, οι διάφορες δραστηριότητες κατατάσσονται σε τρεις διαφορετικές κατηγορίες όχλησης (επιβάρυνσης για το περιβάλλον), ενώ η κάθε δραστηριότητα αντιστοιχεί σε ένα μοναδικό κωδικό αριθμό, σύμφωνα με την κατάταξη της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας. Το είδος

της δραστηριότητας καθώς και η κατηγορία όχλησης στην οποία ανήκει, καθορίζει την αρμόδια αρχή για τη χορήγηση των αδειών, αλλά και το είδος των δικαιολογητικών που ο επενδυτής καλείται να καταθέσει (άρθρο 3 του νόμου 1650/1986).

Σύμφωνα με την απόφαση 95209/94 (ΦΕΚ 871/23.11.94)¹ η επιχείρηση που πρόκειται να δημιουργηθεί κατατάσσεται στην κατηγορία χαμηλής όχλησης. Ως συνέπεια αυτού μπορεί να δραστηριοποιηθεί σε κατοικημένη περιοχή, όπου βρίσκονται και οι ιδιόκτητες εγκαταστάσεις που πρόκειται να διαμορφωθούν σε γραφεία και αποθήκες.

Όπως έχει ήδη ανακοινωθεί και εφαρμοστεί το κόστος έκδοσης αδειών για την ίδρυση και τη λειτουργία επιχειρήσεων χαμηλής όχλησης με το νέο νομοσχέδιο για την απλοποίηση του σχετικού θεσμικού πλαισίου έχει μειωθεί περίπου στο μισό². Αυτό έγινε για να μπορέσει η χώρα μας να γίνει φιλικότερη προς τις ξένες επενδύσεις.

Η επιχείρηση θα συλλέγει προϊόντα από τοπικά συνεργαζόμενα καταστήματα και θα τα προωθεί στους τελικούς καταναλωτές, τα νοικοκυριά.

Για το σκοπό αυτό θα χρειαστεί η συνεργασία με ένα σύνολο από επιχειρήσεις (προμηθευτές) που θα παρέχουν τα προϊόντα τους ώστε να συγκεντρωθούν και να παραδοθούν από υπαλλήλους της dailymarket στους πελάτες.

Η επικοινωνία-ενημέρωση των πελατών με την επιχείρηση θα γίνεται μέσω κατάλληλης ιστοσελίδας που θα δημιουργηθεί για το σκοπό αυτό. Επίσης θα υπάρχει η δυνατότητα τηλεφωνικής παραγγελίας για τους χρήστες που δεν είναι εξοικειωμένοι με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Μελλοντικά θα δημιουργηθεί το κατάλληλο application για χρήση σε κινητά τηλέφωνα νέας γενιάς (π.χ. iphone).

Στην ιστοσελίδα θα εμφανίζεται κάθε προμηθευτής ξεχωριστά. Ο χρήστης θα μπορεί να επιλέξει ένα ή περισσότερα προϊόντα και να τα

¹ <http://www.teicrete.gr/lei/lab/applications/permitting/category.htm> Κατηγορίες δραστηριότητας επιχειρήσεων. ΤΕΙ Κρήτης.

² <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26516&subid=2&pubid=93527157> Στο μισό το κόστος αδειοδότησης επιχειρήσεων χαμηλής όχλησης Ημερησία.gr

προσθέσει στο καλάθι αγορών του. Με τον τρόπο αυτό θα δημιουργήσει μια λίστα από τα αγαθά που θα θέλει να προμηθευτεί από το σύνολο των προμηθευτών μας.

Οι προμηθευτές θα καταβάλουν ένα μηνιαίο ενοίκιο για να συμμετέχουν στην υπηρεσία. Επίσης θα καταβάλλουν στην dailymarket ένα ποσοστό, το οποίο θα έχει προσυμφωνηθεί, των πωλήσεων που θα πραγματοποιούν μέσα από την παρεχόμενη υπηρεσία.

Οι πελάτες θα μπορούν να παραγγείλουν τα ψώνια της ημέρας καθ' όλη τη διάρκεια του 24ώρου. Ανάλογα την ώρα παραγγελίας θα υπάρχει αντίστοιχη ώρα παράδοσης.

Η παραγγελία τους θα καταγράφεται στο ηλεκτρονικό σύστημα της επιχείρησης, θα ενημερώνονται οι προμηθευτές και ανά 3ωρο θα πραγματοποιούνται οι παραδόσεις από υπαλλήλους της επιχείρησης. Στον πίνακα που ακολουθεί εμφανίζεται η ώρα παράδοσης της παραγγελίας σε συνάρτηση με την ώρα εισαγωγής της στο πληροφοριακό σύστημα.

Ώρα εισαγωγής παραγγελίας	Ώρα παράδοσης παραγγελίας
<i>Μέχρι 8 π.μ.</i>	<i>9-11 π.μ.</i>
<i>8-11 π.μ.</i>	<i>12-2 μ.μ.</i>
<i>11-2 μ.μ.</i>	<i>3-5 μ.μ.</i>

Με την παραλαβή της παραγγελίας στα επόμενα 30 λεπτά ένα μήνυμα θα ενημερώνει τον πελάτη για την ώρα παράδοσης των αγαθών.

Σε περίπτωση αδυναμίας παραλαβής τους την προκαθορισμένη ώρα, ο πελάτης θα έχει την δυνατότητα στα επόμενα 30 λεπτά να ενημερώσει

τηλεφωνικά την εταιρεία και να καθοριστεί μια νέα ώρα παράδοσης των αγαθών. Επίσης θα υπάρχει η δυνατότητα παραλαβής τους από τα γραφεία της επιχείρησης.

Ο σημαντικότερος λόγος για τη σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου θα πρέπει να είναι το ότι αποτελεί ένα πολύ ισχυρό εργαλείο για την ανάπτυξη της επιχείρησης είτε πρόκειται για καινούργια είτε πρόκειται για επέκταση ή εξαγορά μιας ήδη υπάρχουσας. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο είναι απλά ένα έγγραφο που περιγράφει την μελλοντική πορεία μιας επιχείρησης.

Ο λόγος σύνταξης αυτού του επιχειρηματικού σχεδίου είναι γιατί πρόκειται για μια νέα υπό σύσταση επιχείρηση που θέλουμε να ανιχνεύσουμε τις δυνατότητες επιτυχίας του εγχειρήματος.

Με τη σύνταξή του θα έχουμε μια σαφή εικόνα των επιχειρηματικών σκοπών του ιδιοκτήτη και ένα καθορισμό των επιδιωκόμενων στόχων. Θα εκτεθούν τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες της επιχείρησης καθώς επίσης και οι τυχόν ευκαιρίες και οι πιθανοί κίνδυνοι που μπορούν να υπάρξουν στο μέλλον.

Θα αναλυθούν με χρονολογική σειρά γεγονότα και οικονομικά ορόσημα με τα οποία μπορούν να συγκριθούν τα πραγματικά αποτελέσματα.

Σε περίπτωση υποψήφιων μελλοντικών επενδυτών θα τους παρέχουμε τα μέσα για να διαπιστώσουν αν η επιχείρηση μπορεί να αποτελέσει κατάλληλη επένδυση.

Θεωρούμε ότι υπάρχει μεγάλη ευκαιρία ανάπτυξης της επιχείρησης. Το αρχικό κόστος επένδυσης είναι πολύ χαμηλό. Επίσης τα πάγια έξοδα είναι και αυτά πολύ μικρά. Το περιβάλλον που θα δραστηριοποιηθεί είναι σταθερό και ο ανταγωνισμός σχεδόν ανύπαρκτος, εξαίρεση αποτελεί η υπηρεσία παράδοσης που προσφέρουν μεμονωμένα κάποια καταστήματα σε γνωστούς πελάτες τους.

Η dailymarket θα λειτουργεί όλο το χρόνο 6 ημέρες την εβδομάδα εκτός Κυριακής. Το ωράριο λειτουργίας της θα είναι 7:00 π.μ. – 7:00 μ.μ..

Οι μελλοντικοί προμηθευτές μας, μας ενημέρωσαν για την κατάσταση που επικρατεί αυτή τη στιγμή στην αγορά. Μας ανέφεραν μία πτώση του τζίρου τα τελευταία 2 με 3 χρόνια, λόγω της οικονομικής κρίσης που μαστιάζει τη χώρα, η οποία όμως αντισταθμίζεται από τη μείωση του κόστους προμήθειας των αγαθών.

Όπως δείχνει έρευνα της ΕΣΕΕ (Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου)³ 42% των εμπορικών επιχειρήσεων της Κορίνθου εκτιμούν ότι ενδεχομένως να διακόψουν τη λειτουργία τους στο μέλλον.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, ο κύκλος εργασιών των εμπορικών επιχειρήσεων από το 2009 βρίσκεται σε συνεχή πτώση, ενώ οι έμποροι εκτιμούν ότι η μείωση το 2013, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, θα φτάσει ακόμα και το 26,7%.

ΕΤΗΣΙΟΣ Μ.Ο. ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	
2009	425329,38 €
2010	392914,05 €
2011	309887,45 €
2012	318046,88 €
2013 (Α Εξάμηνο)	123.487 €

Ο εκτιμώμενος κύκλος εργασιών του 2013 αναμένεται να παρουσιάσει μεγαλύτερη μείωση και να διαμορφωθεί (εκτίμηση Ιουνίου 2013) στα 232.831 ευρώ.

³ <http://goo.gl/uE298B> Εμπορικός Σύλλογος Κορίνθου

1.2 Προϊόντα - Υπηρεσίες

Η επιχείρησή παράγει ένα σύνολο από υπηρεσίες που σκοπό έχουν τη διευκόλυνση των καταναλωτών και την έγκαιρη προμήθεια και παράδοση των καθημερινών τους καταναλωτικών αγαθών.

Η κύρια προσφερόμενη υπηρεσία είναι η επιλογή, η συλλογή και η παράδοση των ημερήσιων αγαθών των νοικοκυριών από τους προμηθευτές στον καταναλωτή.

Η υπηρεσία αυτή είναι μοναδική στην περιοχή που πρόκειται να δραστηριοποιηθούμε (ευρύτερη περιοχή δήμου Κορινθίων). Κάτι αντίστοιχο λειτουργεί από τα μεγάλα Super Markets της περιοχής της Αθήνας. Ο πελάτης τηλεφωνεί ή συμπληρώνει ηλεκτρονικά μία φόρμα παραγγελίας και το Super Market του παραδίδει στο χώρο του τα προϊόντα που παράγγειλε.

Η υπηρεσία μας διαφοροποιείται σε σχέση με την προαναφερόμενη στο ότι όλα τα αγαθά θα προμηθεύονται από τοπικά καταστήματα στα οποία ο πελάτης γνωρίζει τα προσφερόμενα προϊόντα καθώς επίσης και την ποιότητα αυτών. Η τιμή που θα κοστίζουν θα είναι ίδια με την τιμή που έχει το προϊόν στο κατάστημα που θα το αγόραζαν.

Τα αγαθά που θα προσφερθούν σε πρώτη φάση είναι τα εξής:

Είδη αρτοποιίας, παντοπωλείου, ιχθυοπωλείου, κρεοπωλείου και μαναβικής.

Η επιχείρηση θα αναζητήσει τους προμηθευτές της από την τοπική αγορά. Κάθε αγαθό θα προσφέρεται από περισσότερους από ένα προμηθευτές ώστε να μπορεί ο πελάτης να έχει περιθώριο επιλογής.

Κατά τη συμφωνία της συνεργασίας με κάθε προμηθευτή θα αποφασίζεται το είδος των προϊόντων που θα διατίθενται καθώς και το ποσοστό προμήθειας της επιχείρησης από την πώληση κάθε αγαθού. Επίσης θα αποφασίζεται ο τρόπος ενημέρωσης του προμηθευτή από την επιχείρηση για τα προϊόντα που ζητούνται από τους πελάτες και για τη διαδικασία συλλογής και προώθησής τους από τους υπαλλήλους της

επιχείρησης. Ο προμηθευτής θα είναι υποχρεωμένος να έχει διαθέσιμα σε ικανοποιητικές ποσότητες όλα τα προϊόντα τα οποία έχει συμφωνηθεί η προώθησή τους μέσα από την επιχείρηση. Σε περίπτωση αδυναμίας του προμηθευτή η επιχείρηση θα πρέπει να ενημερώνεται νωρίτερα ώστε να αλλάξει τη λίστα προσφερόμενων προϊόντων στην ιστοσελίδα της.

Από τη στιγμή που μια παραγγελία καταγραφεί στο πληροφοριακό σύστημα της επιχείρησης ο υπεύθυνος ελέγχου της παραγγελίας θα ενημερώνει τους προμηθευτές και τον υπάλληλο που θα αναλάβει να την παραδώσει. Θα καταγράφεται η ώρα παραλαβής, η προβλεπόμενη ώρα παράδοσης και οποιοδήποτε σχόλιο σχετικό με αυτήν.

Ο υπεύθυνος παράδοσης των παραγγελιών αφού ενημερωθεί από τον αρμόδιο υπάλληλο για τις παραγγελίες που έχει να παραδώσει, αναλαμβάνει να συλλέξει τα αγαθά από τους προμηθευτές και να παραδώσει τις παραγγελίες με βάση το προβλεπόμενο χρονοδιάγραμμα.

Η υπηρεσία αυτή απευθύνεται σε νοικοκυριά τα οποία δεν έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν τα καθημερινά ψώνια τους επειδή εργάζονται, δεν έχουν το χρόνο για να ψωνίσουν, είτε λόγω προβλημάτων υγείας πρέπει να βρίσκονται στο σπίτι τους. Επίσης απευθύνεται σε άτομα που έχουν ένα συγκεκριμένο καθημερινό πρόγραμμα και θέλουν να εντάξουν την υπηρεσία μας σε αυτό με σκοπό να διευκολυνθούν αναθέτοντας σε κάποιον τρίτο (dailymarket) τα καθημερινά τους ψώνια.

Μια βασική συνήθεια των ελληνικών νοικοκυριών είναι η αγορά μεγάλων ποσοτήτων αγαθών καθημερινής χρήσης (π.χ. λαχανικά) μια φορά τη βδομάδα, συνήθως στη λαϊκή της γειτονιάς, με σκοπό την κατανάλωσή τους μέσα στο προσεχές διάστημα. Συνέπεια αυτού είναι ένα μέρος των αγαθών είτε να καταναλώνεται όταν πλέον δεν είναι φρέσκο είτε να μην προλαβαίνει να καταναλωθεί και να πετιέται στα σκουπίδια.

Βασική φιλοσοφία των υπηρεσιών μας είναι ότι ο πελάτης μας θα μπορεί να έχει καθημερινά το σύνολο των αγαθών που χρειάζεται χωρίς

να είναι απαραίτητο να έχει φροντίσει να τα προμηθευτεί σε μεγάλες ποσότητες κάποια συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

Με τον τρόπο αυτό θα μπορεί να έχει πάντα φρέσκα αγαθά στην ποσότητα που πραγματικά χρειάζεται. Επίσης, θα έχει οικονομικό όφελος γιατί πλέον δε θα προμηθεύεται αγαθά τα οποία τελικά δε θα καταναλώσει.

Ένα άλλο πλεονέκτημα της χρήσης των υπηρεσιών μας είναι η εγγύηση που θα προσφέρεται στον πελάτη για τα αγαθά που θα προμηθεύεται από εμάς. Η επιχείρησή μας θα προσφέρει τη δυνατότητα στους πελάτες να μπορούν να επιστρέφουν το προϊόν το οποίο δεν τους ικανοποίησε λόγω ποιότητας. Επίσης ο πελάτης θα μπορεί να επιλέξει τα προϊόντα του από ένα σύνολο προμηθευτών χωρίς να επηρεάζεται από την απόσταση που τον χωρίζει από αυτούς. Έτσι θα μπορεί να έχει το σύνολο των αγαθών που χρειάζεται από τους προμηθευτές μας χωρίς να χρειαστεί να σπαταλήσει χρόνο και έξοδα μετακίνησης για να τα αποκτήσει.

Οι πελάτες μας θα μπορούν σε καθημερινή βάση, χρησιμοποιώντας το ηλεκτρονικό σύστημα παραγγελιοληψίας της επιχείρησής μας, να παραγγέλνουν τα αγαθά που θα χρειαστούν την επόμενη ή τις επόμενες ημέρες. Με βάση το χρόνο παραγγελίας θα ενημερώνονται για το χρονικό διάστημα παράδοσης των αγαθών.

Οι πελάτες θα πληρώνουν με αντικαταβολή όταν θα παραλαμβάνουν τα αγαθά από τον υπάλληλό μας. Οι αποδείξεις που θα λαμβάνουν θα παρέχονται από τους προμηθευτές μας.

Η τιμή που θα αγοράζει ο πελάτης τα προϊόντα θα είναι η ίδια με την τιμή που έχουν στο κατάστημα. Η επιχείρησή μας θα αθροίζει, σε εβδομαδιαία βάση, τα ποσά που έλαβε από τους πελάτες για τα αγαθά κάθε προμηθευτή ξεχωριστά. Θα παρακρατεί ένα ποσοστό επί του τζίρου, το οποίο θα έχει προσυμφωνηθεί μεταξύ της επιχείρησής μας και του προμηθευτή, και θα αποδίδει το υπόλοιπο στον κάθε προμηθευτή ξεχωριστά. Το ποσοστό αυτό θα κυμαίνεται από 2% -15% και θα εξαρτάται από το είδος των αγαθών που θα παρέχει ο προμηθευτής.

Πρέπει να σημειωθεί ότι κάθε προμηθευτής για να συμμετέχει στην παρεχόμενη υπηρεσία θα πρέπει να καταβάλει ένα μηνιαίο πάγιο της τάξης των 50€ στο οποίο θα συμπεριλαμβάνεται και η έμμεση διαφήμιση από την επιχείρησή μας.

Στόχος της επιχείρησης είναι η εισαγωγή μιας καινοτόμας ιδέας στην ζωή των πολιτών της Κορίνθου που σκοπό θα έχει την εξυπηρέτηση και διευκόλυνσή τους στην καθημερινή απασχόλησή τους με τα ψώνια του νοικοκυριού.

Με τη βοήθεια των Τ.Π.Ε. θα δημιουργηθεί ένα σημείο επικοινωνίας των αγοραστών-νοικοκυριών και των προμηθευτών μας με συνδεδετικό κρικό τη dailymarket. Οι πελάτες μας θα έχουν τη δυνατότητα μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα να παραγγέλνουν τα ημερήσια ψώνια τους μέσα από την ηλεκτρονική μας πλατφόρμα.

Η υπηρεσία αυτή απευθύνεται σε νοικοκυριά τα οποία δεν έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν τα καθημερινά ψώνια τους επειδή εργάζονται, δεν έχουν το χρόνο για να ψωνίσουν, είτε λόγω προβλημάτων υγείας πρέπει να βρίσκονται στο σπίτι τους. Επίσης απευθύνεται σε άτομα που έχουν ένα συγκεκριμένο καθημερινό πρόγραμμα και θέλουν να εντάξουν την υπηρεσία μας σε αυτό με σκοπό να διευκολυνθούν αναθέτοντας σε κάποιον τρίτο (dailymarket) τα καθημερινά τους ψώνια.

Μια βασική συνήθεια των ελληνικών νοικοκυριών είναι η αγορά μεγάλων ποσοτήτων αγαθών καθημερινής χρήσης (π.χ. λαχανικά) μια φορά τη βδομάδα, συνήθως στη λαϊκή της γειτονιάς, με σκοπό την κατανάλωσή τους μέσα στο προσεχές διάστημα. Συνέπεια αυτού είναι ένα μέρος των αγαθών είτε να καταναλώνεται όταν πλέον δεν είναι φρέσκο είτε να μην προλαβαίνει να καταναλωθεί και να πετιέται στα σκουπίδια.

Βασική φιλοσοφία των υπηρεσιών μας είναι ότι ο πελάτης μας θα μπορεί να έχει καθημερινά το σύνολο των αγαθών που χρειάζεται χωρίς να είναι απαραίτητο να έχει φροντίσει να τα προμηθευτεί σε μεγάλες ποσότητες κάποια συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

Με τον τρόπο αυτό θα μπορεί να έχει πάντα φρέσκα αγαθά στην ποσότητα που πραγματικά χρειάζεται. Επίσης, θα έχει οικονομικό όφελος γιατί πλέον δε θα προμηθεύεται αγαθά τα οποία τελικά δε θα καταναλώσει.

Μεγαλύτερη ζήτηση αναμένεται να έχει η προμήθεια των νοικοκυριών με τα συνηθισμένα καθημερινής κατανάλωσης αγαθά. Αυτά είναι το ψωμί, το γάλα και το εμφιαλωμένο νερό. Σχεδόν όλα τα ελληνικά νοικοκυριά θέλουν να έχουν πάντα φρέσκο ψωμί και γάλα στη διάθεσή τους. Στην περιοχή της Κορινθίας τα νοικοκυριά καταναλώνουν σε μεγάλες ποσότητες εμφιαλωμένο νερό λόγω του ότι το νερό του δικτύου δεν είναι πόσιμο. Ακόμα και σε περιοχές που το νερό μπορεί να είναι πόσιμο, η κατάσταση του δικτύου είναι τέτοια που καθιστά τη χρήση του απαγορευτική.

Θα υπάρχει ειδική μέριμνα για τη δημιουργία ειδικών πακέτων παραλαβής και παράδοσης αυτών των καθημερινών καταναλωτικών ειδών.

Οι υπηρεσίες παράδοσης καταναλωτικών αγαθών είναι μια καινούργια ιδέα στην περιοχή της Κορίνθου. Δεν υπάρχει αντίστοιχη υπηρεσία από ανταγωνιστική επιχείρηση. Για το λόγο αυτό θα διεκδικήσουμε το ποσοστό που μας αναλογεί σε μία καινούργια αγορά που στα πρώτα μας βήματα θα μας βρει χωρίς ανταγωνισμό. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μπορέσουμε να αποκτήσουμε μεγάλο πελατολόγιο που με τις κατάλληλες κινήσεις στο μέλλον θα μπορέσουμε να το διατηρήσουμε και να το αυξήσουμε. Οι υπηρεσίες μας θα μπορέσουν από το ξεκίνημα της επιχείρησης να ξεχωρίσουν λόγω της μοναδικότητάς τους αλλά και λόγω των διευκολύνσεων που θα παρέχουν στους τελικούς πελάτες μας.

Αυτή τη στιγμή η κατάσταση που επικρατεί στην αγορά της Κορίνθου είναι η εξής. Ένα νοικοκυριό για να προμηθευτεί τα απαραίτητα αγαθά καθημερινής χρήσης χρειάζεται κατά μέσο όρο 60 - 70 λεπτά κάθε μέρα.

Σε πολλές περιπτώσεις είναι πολύ δύσκολο να βρεθεί ο απαραίτητος αυτός χρόνος με αποτέλεσμα είτε να προμηθεύονται ακριβότερα προϊόντα από ένα συνοικιακό κατάστημα, είτε να προμηθεύονται μεγάλες ποσότητες προϊόντων μία φορά την εβδομάδα (συνήθως Σάββατο) με συνέπεια ένα μέρος αυτών να χαλάει και να πετιέται στα σκουπίδια ή να καταναλώνεται παρότι δεν είναι φρέσκο.

Σε άλλα νοικοκυριά ένα συγγενικό πρόσωπο (συνήθως γονείς) αναλαμβάνουν να πραγματοποιήσουν τα καθημερινά ψώνια του σπιτιού. Στις περιπτώσεις αυτές οι αγορές γίνονται από τα καταστήματα που έχει ως προτίμηση το συγγενικό πρόσωπο και όχι από τα καταστήματα που κάθε νοικοκυριό θα ήθελε να επιλέξει.

Σε περιπτώσεις φυσικής ανικανότητας των ατόμων που απαρτίζουν ένα νοικοκυριό (π.χ. ηλικιωμένοι) να προμηθευτούν από μόνα τους τα απαραίτητα αγαθά, γειτονικά ή συγγενικά τους πρόσωπα αναλαμβάνουν να τους τα ψωνίσουν. Επίσης γειτονικά καταστήματα αναλαμβάνουν να παραδώσουν τα προϊόντα τους στον πελάτη μετακυλώντας το κόστος στο τελικό προϊόν.

Πρέπει να αναφερθεί ότι για την εξοικονόμηση χρόνου πολλές φορές η επιλογή του προμηθευτή κάποιων αγαθών εξαρτάται από την απόσταση του καταστήματος από το νοικοκυριό και όχι από την προτίμηση στο προσφερόμενο αγαθό.

Η επιχείρησή μας θα μπορεί να εξοικονομήσει στα νοικοκυριά το χρόνο αυτό που απαιτείται για την προμήθεια των καθημερινών τους αγαθών. Η καθημερινή φροντίδα για την αγορά των προϊόντων θα είναι μια εύκολη και προπάντων γρήγορη διαδικασία που θα μπορεί να πραγματοποιηθεί οποιαδήποτε ώρα της ημέρας με τη βοήθεια του πληροφορικού συστήματος της επιχείρησής μας. Επίσης η παραγγελία των αγαθών μέσω του συστήματος θα μπορεί να γίνεται από οποιοδήποτε μέλος του νοικοκυριού και η παραλαβή της παραγγελίας θα γίνεται σε συγκεκριμένο τόπο και χρόνο που θα εξυπηρετεί τους πελάτες μας.

Τα νοικοκυριά θα μπορούν να επιλέξουν αγαθά από μια μεγάλη ποικιλία προμηθευτών άσχετα από τη γεωγραφική τους θέση έχοντας ως

μοναδικό κριτήριο τις προτιμήσεις τους. Έτσι θα μπορεί να έχει το σύνολο των αγαθών που χρειάζεται από τους προμηθευτές μας χωρίς να χρειαστεί να σπαταλήσει χρόνο και έξοδα μετακίνησης για να τα αποκτήσει.

Ο πελάτης μέσα από την ηλεκτρονική σελίδα της επιχείρησης θα μπορεί να ενημερώνεται για τα προϊόντα, τις τιμές καθώς επίσης και τις προσφορές όλων των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων.

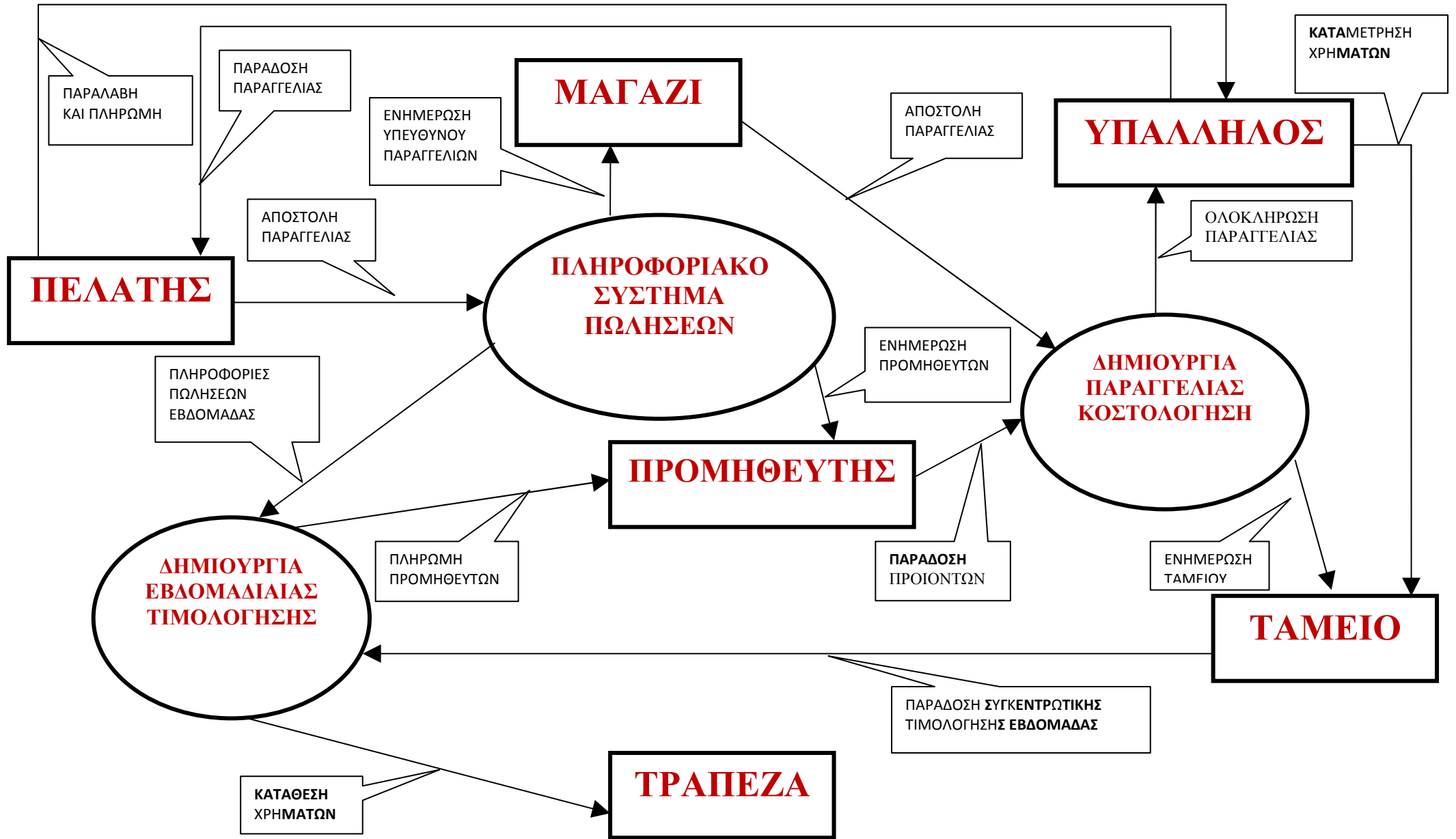
Τέλος, πρέπει να αναφερθεί η εγγύηση που θα προσφέρουμε στους πελάτες μας για την ποιότητα των προϊόντων που θα τους προμηθεύουμε. Σε περίπτωση διαφοροποίησης των αγαθών από την προβλεπόμενη ποιότητα, θα ενημερώνεται η επιχείρηση και το προϊόν θα αντικαθίσταται άμεσα.

Ένα επιπλέον κίνητρο για τους πελάτες μας να προτιμήσουν τις υπηρεσίες μας είναι η προσφερόμενη τιμή των προϊόντων που θα είναι ίδια με το κατάστημα που θα ψωνίζανε. Χωρίς επιπλέον έξοδα θα μπορούν να έχουν τα αγαθά που χρειάζονται στο σπίτι τους.

Οι προμηθευτές μας θα μπορέσουν να αποκτήσουν μεγαλύτερο πελατολόγιο διεκδικώντας πρόσβαση σε πελάτες που δε βρίσκονται κοντά τους. Επίσης θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίζουν ένα μέρος των πωλήσεών τους τουλάχιστον από την προηγούμενη ημέρα και ανάλογα να μπορούν να προσαρμόζουν την παραγωγή ή/και τις προμήθειές τους.

Το ποσοστό που θα τους ζητηθεί θα μπορέσουν να το καλύψουν από την αύξηση των πωλήσεών τους καθώς επίσης και από τη διαφήμισή με τη συμμετοχή τους στην επιχείρησή μας.

Στη συνέχεια εμφανίζεται το διάγραμμα ροής των υπηρεσιών παράδοσης της επιχείρησης.



1.3 Πληροφοριακό Σύστημα

Πυρήνας στην επιχείρηση θα αποτελέσει το πληροφοριακό σύστημα. Οι πελάτες θα έχουν τη δυνατότητα να παραγγείλουν τα προϊόντα μέσα από μία ειδικά διαμορφωμένη σελίδα στο διαδίκτυο. Οι σελίδες που πρέπει να δημιουργηθούν παρουσιάζονται στη συνέχεια με μία σύντομη περιγραφή του σκοπού δημιουργίας τους.

Κεντρική σελίδα

Πρόκειται για τη σελίδα που θα μπορεί να επισκέπτεται ο καθένας χωρίς να έχει κάνει εγγραφή. Στη σελίδα αυτή ο επισκέπτης θα μπορεί να πηγαίνει πληκτρολογώντας τη διεύθυνση `dailymarketgreece.gr`. Ο λόγος που δε χρησιμοποιούμε τη διεύθυνση `dailymarket.gr` είναι ότι χρησιμοποιείται ήδη.⁴

Η φιλοσοφία της σελίδας αυτής είναι να μπορέσουμε με πολύ λίγα λόγια να δελεάσουμε τον πελάτη να εγγραφεί στην υπηρεσία μας. Για το λόγο αυτό εκτός από τα σλόγκαν μας θα υπάρχει ένα πεδίο για να εισάγει ο χρήστης ένα `username` της προτίμησής του και άλλο ένα πεδίο για να δώσει το `email` του. Με την εισαγωγή και αποστολή των στοιχείων αυτών θα ενημερώνεται για τη δημιουργία του λογαριασμού του και την επιβεβαίωση του `email` του. Ένα `email` θα αποστέλλεται στο λογαριασμό του και αφού επιβεβαιώνεται ο χρήστης θα μπορεί να διαχειριστεί το λογαριασμό του εισάγοντας όλα τα απαραίτητα στοιχεία του τα οποία είναι

Όνοματεπώνυμο

Διεύθυνση κατοικίας

Επάγγελμα

⁴ <https://grweb.ics.forth.gr/whois.jsp?lang=el> Έλεγχος διαθεσιμότητας ονομάτων χώρου .gr

DailyMarket

Γρήγορα και Ξεκούραστα

Αγόρασε αυτά που χρειάζεσαι... για σήμερα

ΕΓΓΡΑΨΟΥ ΔΩΡΕΑΝ

USERNAME

EMAIL

Οι σελίδες που θα δημιουργηθούν για τη διεπαφή του χρήστη είναι οι εξής.

Σελίδα Χρήστη

Στη σελίδα αυτή θα υπάρχουν τα στοιχεία των χρηστών. Θα συμπληρώνουν υποχρεωτικά τα πεδία με το Όνομα, Επώνυμο, Διεύθυνση, email, Τηλέφωνο κινητό και σταθερό. Θα μπορούν να εισάγουν μια εικόνα για avatar και θα τους δίνεται η δυνατότητα αλλαγής του password.

Σελίδα προϊόντων

Μετά τη σύνδεση του στο πληροφοριακό σύστημα ο χρήστης θα οδηγείται στη σελίδα με τα μενού επιλογών. Στη σελίδα αυτή θα δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες, αφού επιλέξουν το προϊόν που θέλουν να αγοράσουν, να επιλέξουν το κατάστημα της προτίμησής τους και την ποσότητα και αφού τα προσθέσουν στο καλάθι αγορών τους να συνεχίσουν τα ηλεκτρονικά τους ψώνια. Η διαδικασία αυτή θα επαναληφθεί μέχρι να προστεθούν όλα τα προϊόντα στο καλάθι αγορών.

Το καλάθι αγορών μου

Αφού τελειώσει με την εισαγωγή των προϊόντων ο χρήστης θα μπορεί να ελέγξει το περιεχόμενο του καλαθιού του. Αφού συμφωνήσει με το περιεχόμενο θα συμπληρώνει τα πεδία με την τοποθεσία που θέλει να γίνει η παράδοση (θα υπάρχει η επιλογή παραλαβή από το κατάστημα) και με τις δυνατές ώρες παράδοσης και θα αποστέλλει με χρήση του κατάλληλου κουμπιού την παραγγελία του στο σύστημα.

Εκτός από τη διεπαφή του χρήστη των υπηρεσιών θα πρέπει να δημιουργηθούν οι κατάλληλες σελίδες για τη διαχείριση και την προώθηση της πληροφορίας εσωτερικά στην επιχείρηση. Οι σελίδες που θα χρειαστούμε είναι οι παρακάτω.

Κεντρική σελίδα συστήματος

Ο διαχειριστής του συστήματος, μέσα από αυτή τη σελίδα, θα μπορεί να δώσει πολυεπίπεδα δικαιώματα πρόσβασης στους υπαλλήλους. Τα δικαιώματα εξαρτώνται από τη φύση της εργασίας τους.

Κεντρική σελίδα Παραγγελιών

Ο υπεύθυνος παραγγελιών θα μπορεί να διαχειρίζεται όλες τις παραγγελίες. Θα τις προωθεί στο προσωπικό παραλαβής-παράδοσης και θα ενημερώνει το σύστημα για όλες τις αλλαγές. Στην κεντρική οθόνη θα εμφανίζεται το σύνολο των παραγγελιών μαζί με τα ονόματα των χρηστών και την κατάσταση που βρίσκεται η παραγγελία (π.χ. έχει παραδοθεί, προς παράδοση κλπ.). Επιλέγοντας κάθε παραγγελία θα εμφανίζεται αναλυτικά η παραγγελία του χρήστη με όλες τις λεπτομέρειες.

Ένα προσχέδιο των βασικών σελίδων του συστήματός μας παρουσιάζεται στη συνέχεια. Να σημειωθεί ότι η τελική τους μορφή θα καθοριστεί μετά από συνεννόηση με το designer της εταιρείας που θα αναλάβει τη δημιουργία του πληροφοριακού συστήματος.

ΣΕΛΙΔΑ ΧΡΗΣΤΗ

Avatar

Όνομα

Επώνυμο

Διεύθυνση

Τηλ. σταθερό

Τηλ. κινητό

Email

Αλλαγή password

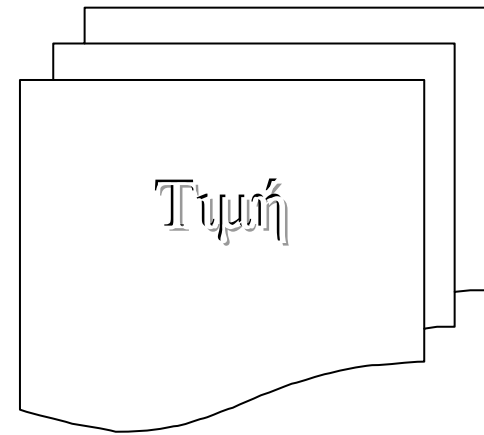
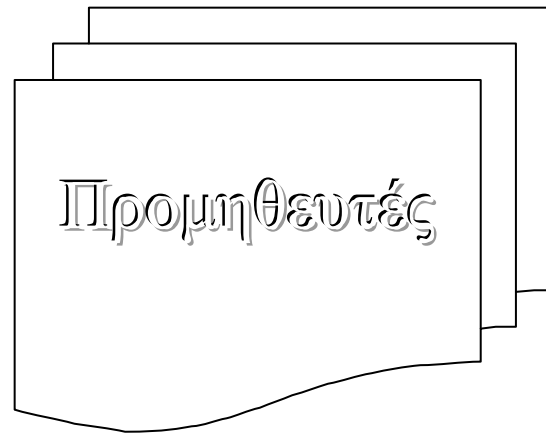
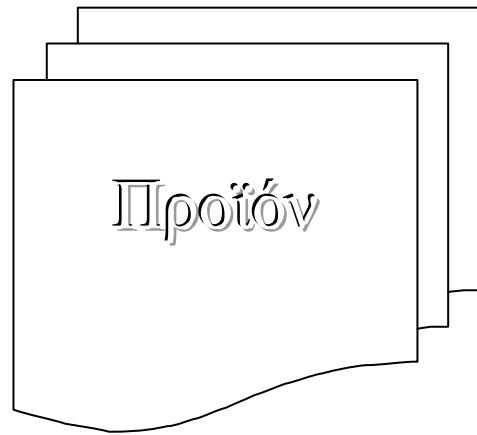
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

A/A	Όνομα χρήστη (username)	Τοποθεσία παράδοσης	Ώρα παράδοσης	Κατάσταση παραγγελίας
79	Cries	Εξαμίλια	8:30	Παραδόθηκε
78	Iris 7	Κόρινθος	10:00	Παραδόθηκε
77	maria 3	Βραχάτι	14:40	Προς παράδοση
...

ΚΑΛΑΘΙ ΑΓΟΡΩΝ ΜΟΥ

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ	ΠΡΟΙΟΝ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΧΡΕΩΣΗ
ΜΠΙΤΖΑΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ	ΨΩΜΙ ΠΟΛΥΣΠΟΡΟ	1kg	2€
ΛΕΚΚΑΣ	ΓΑΛΑ	2lt	2€
...
ΣΥΝΟΛΟ			15.5€

ΠΡΟΙΟΝΤΑ



**Προσθήκη
στο καλάθι**

1.4 Τοποθεσία

Όπως έχει ήδη αναφερθεί η τοποθεσία που έχει επιλεγεί για την παροχή των υπηρεσιών της επιχείρησής μας είναι ο Δήμος Κορίνθου καθώς επίσης και τα Δημοτικά Διαμερίσματα που ανήκουν σε αυτόν.

Η περιοχή της Κορινθίας είναι μαζί με τη Χαλκίδα ένα από τα σημεία εξάπλωσης της Αττικής. Τα τελευταία χρόνια με τη χρήση του προαστιακού σιδηροδρόμου έχει παρατηρηθεί μεγάλη αύξηση του πληθυσμού, λόγω έλευσης κατοίκων οι οποίοι εργάζονται στη περιοχή της Αθήνας και διαμένουν στην Κόρινθο. Στην τελευταία απογραφή το 2011 ο μόνιμος πληθυσμός του Δήμου Κορινθίων που απογράφηκε ήταν 58280.⁵ Να σημειωθεί ότι ο Δήμος Κορινθίων περιέχει τις Δημοτικές Ενότητες Ασσου-Λεχαίου, Κορινθίων, Σαρωνικού, Σολυγείας και Τενέας με πολυπληθέστερη τη Δημοτική Ενότητα Κορινθίων με 38132 κατοίκους.

Ο πληθυσμός των μόνιμων κατοίκων αυξάνεται σημαντικά τα Σαββατοκύριακα και τους θερινούς μήνες. Πάρα πολύ μεγάλος αριθμός ανθρώπων χρησιμοποιούν την περιοχή για 3ήμερες (Παρασκευή – Σάββατο - Κυριακή) αποδράσεις. Είτε γιατί επισκέπτονται συγγενικά τους πρόσωπα είτε γιατί διατηρούν κάποιο σπίτι, συνήθως εξοχικό, τα σπίτια αυτά παραμένουν ενεργά σχεδόν όλο το χρόνο. Οι επισκέπτες μάλιστα εφοδιάζονται με αγαθά από την τοπική αγορά όχι μόνο για τις παραμονή τους εδώ αλλά και για να τα χρησιμοποιήσουν κατά την επιστροφή τους στην κύρια κατοικία τους.

Επίσης η περιοχή είναι ένας από τους θερινούς προορισμούς χιλιάδων κατοίκων. Τους καλοκαιρινούς μήνες καθώς και τις γιορτές Χριστουγέννων και Πάσχα ο πληθυσμός της περιοχής γνωρίζει μεγάλη αύξηση που πολλές φορές ξεπερνά τα επίπεδα του 50%.

Η περιοχή της Κορίνθου λόγω της άριστης ρυμοτομίας της (κάθετες οδούς, που όλες οδηγούν προς τη θάλασσα) είναι εύκολα προσβάσιμη σε οχήματα αλλά και πεζούς. Υπάρχουν μεγάλα και ευκολοδιάβαστα πεζοδρόμια σε συνδυασμό με ένα δίκτυο ποδηλατοδρόμων το οποίο

⁵ <http://goo.gl/xjuFd> Αποτελέσματα απογραφής Πληθυσμού - Κατοίκων 2011

αναπτύσσετε συνεχώς τα τελευταία 5 χρόνια. Επίσης το οδικό δίκτυο είναι σε πολύ καλή κατάσταση και οι δρόμοι δεν παρουσιάζουν κυκλοφοριακή συμφόρηση, ακόμα και τις ώρες αιχμής 11.00 – 13.00 τις καθημερινές.

Ο κύριος λόγος επιλογής είναι η άριστη γνώση της περιοχής, των συνηθειών αλλά και των ιδιαιτεροτήτων της από τον ιδρυτή και ιδιοκτήτη της, ο οποίος έχει γεννηθεί και έχει μεγαλώσει στην Κόρινθο. Γνωρίζοντας τις ανάγκες αλλά και τις απαιτήσεις των κατοίκων της περιοχής μπορεί να διαβλέψει την ανάγκη ύπαρξης μιας επιχείρησης με αυτά τα χαρακτηριστικά.

Επίσης ένα βασικό πλεονέκτημα είναι η ύπαρξη μεγάλου κύκλου γνωριμιών της οικογένειάς του. Η επιχείρηση θα μπορέσει να γίνει ευρύτερα γνωστή στην περιοχή που θα δραστηριοποιηθεί μέσω του κύκλου γνωριμιών του ιδιοκτήτη της.

Η επιχείρηση θα εδρεύει σε ιδιόκτητα γραφεία, πράγμα που είναι πάρα πολύ σημαντικό ιδιαίτερα στα πρώτα χρόνια λειτουργίας της, και θα έχει ως αποτέλεσμα την εξοικονόμηση ενός μεγάλου μηνιαίου εξόδου.

Τα γραφεία βρίσκονται κοντά στο εμπορικό κέντρο της Κορίνθου και προσφέρουν δυνατότητα εύκολης πρόσβασης μικρών και μεγάλων οχημάτων.

Η μετακίνηση με μηχανές χαμηλού κυβισμού είναι εύκολη στους δρόμους της Κορίνθου και λόγω των ιδιαίτερων καιρικών συνθηκών που επικρατούν στην περιοχή (πολύ λίγες μέρες βροχής ή χιονιού) μπορούν να χρησιμοποιηθούν από την επιχείρηση σχεδόν όλο το χρόνο.

Στο σημείο που βρίσκονται τα γραφεία υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας ιδιόκτητων θέσεων parking που θα εξυπηρετούν τις ανάγκες της εταιρείας για τη στάθμευση των οχημάτων της αλλά και των οχημάτων των πελατών της. Οι θέσεις αυτές θα βρίσκονται στον περιβάλλοντα χώρο των γραφείων.

Η κεντρική οδική αρτηρία που συνδέει την πόλη της Κορίνθου με όλα τα Δημοτικά Διαμερίσματα του δήμου Κορινθίων βρίσκεται σε απόσταση 50 μέτρων από την επιχείρηση και είναι εύκολα προσβάσιμη.

Επίσης η τοπική συγκοινωνία μπορεί να εξυπηρετήσει την πρόσβαση μιας και τα γραφεία της επιχείρησης είναι πολύ κοντά (απόσταση 20 μέτρα) από μία στάση του αστικού ΚΤΕΛ.

Το οίκημα που θα στεγαστεί η dailymarket είναι ορατό από οποιοδήποτε σημείο βρίσκεται σε απόσταση μικρότερη των 100 μέτρων. Στην περιοχή υπάρχει επαρκής φωτισμός και η γειτονιά παρουσιάζει κίνηση μέχρι αργά το απόγευμα.

Τέλος πρέπει να αναφερθεί ότι στην περιοχή που πρόκειται να δραστηριοποιηθούμε δεν υπάρχει μέχρι σήμερα αντίστοιχη υπηρεσία παράδοσης αγαθών στα νοικοκυριά. Ακόμα και τα Super Market της περιοχής δεν παρέχουν τη δυνατότητα παραγγελίας από το σπίτι.

Οι χώροι που υπάρχουν θεωρούνται επαρκείς για το ξεκίνημα μιας τέτοιου είδους δραστηριότητας.

Η dailymarket θα λειτουργήσει σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις συνολικής στεγασμένης επιφάνειας 200 τετραγωνικών μέτρων όπου θα φιλοξενείται το σύνολο της επιχείρησης.

Η επιφάνεια αυτή περιλαμβάνει:

- Κεντρικό γραφείο επιχείρησης (40 m²)
- Τμήμα εξυπηρέτησης πελατών (60 m²)
- Χώρος προσωρινής αποθήκευσης αγαθών (περιλαμβάνει και ψυγείο) (80m²)
- Κουζίνα και χώρος διαλλείματος (20 m²)

Όπως έχει ήδη αναφερθεί θα υπάρχουν θέσεις parking οι οποίες θα εξυπηρετούν τα οχήματα τις εταιρείας αλλά και τους πελάτες. Προσφέροντας τη δυνατότητα ενός σημείου στάθμευσης στους πελάτες μας θα τους είναι πάρα πολύ εύκολο να παραλαμβάνουν την παραγγελία, την οποία θα έχουν αποστείλει ηλεκτρονικά στην επιχείρηση, μετά την εργασίας τους καθοδόν για το σπίτι τους ή οποιαδήποτε άλλη στιγμή της ημέρας επιλέξουν. Όσο περισσότεροι πελάτες παραλαμβάνουν τα αγαθά τους από τα γραφεία της επιχείρησης τόσο μεγαλύτερος αριθμός παραγγελιών θα μπορέσει να εξυπηρετηθεί με το υφιστάμενο προσωπικό.

2. Το Σχέδιο Μάρκετινγκ (Marketing plan)

2.1 Ανάλυση δυνατών σημείων και αδυναμιών (S.W.O.T. Analysis)

Για να εντοπίσει μια επιχείρηση την στρατηγική της, πρέπει να λάβει υπόψη της, τις παρακάτω παραμέτρους.

Ποιες είναι οι δυνάμεις και ποιες οι αδυναμίες της επιχείρησης; (Strengths & Weaknesses). Ποιες είναι οι ευκαιρίες και ποιες οι απειλές στον κλάδο που δραστηριοποιούνται (Opportunities & Threats);

Οι απαντήσεις αυτών των ερωτημάτων μπορούν να μας προσφέρουν γενικές κατευθύνσεις για το που πρέπει να οδηγηθεί η επιχείρηση.

Ένα πάρα πολύ χρήσιμο εργαλείο που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να λάβουν απαντήσεις στα δύο αυτά πολύ κρίσιμα ερωτήματα είναι το S.W.O.T. Analysis. Η ονομασία του προέρχεται από τις λέξεις Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats και όπως δηλώνουν πρόκειται για μία καταγραφή και ανάλυση των Δυνατών σημείων/πλεονεκτημάτων, των Αδυναμιών, των Ευκαιριών καθώς και των Απειλών της επιχείρησης.

Η SWOT Analysis είναι το πιο ευρύτερα χρησιμοποιημένο στρατηγικό εργαλείο, χρησιμοποιείται –στο εξωτερικό τουλάχιστον- μέχρι και από το 70% των επιχειρήσεων.⁶

Η Ανάλυση SWOT χωρίζεται σε δύο βασικά μέρη. Στην ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που είναι τα Δυνατά (Strengths) και Αδύναμα (Weaknesses) σημεία, και στην ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης που είναι οι Ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats).

⁶ <http://epixeirein.gr/2008/12/13/strategy-swot-analysis/> Στρατηγική Επιχειρήσεων – SWOT Analysis

Οι Δυνατότητες και οι Αδυναμίες της επιχείρησης είναι εσωτερικοί παράγοντες που εντοπίζονται από την ανάλυση και των λειτουργιών και συστημάτων της επιχείρησης.

Ξεκινάμε με την «εσωτερική ανάλυση» της εταιρίας μας, βρίσκοντας τα δυνατά σημεία και τις αδυναμίες μας.

Στην συνέχεια αναλύουμε το «εξωτερικό περιβάλλον», ανακαλύπτοντας πιθανούς κινδύνους ή ευκαιρίες που υπάρχουν.

Οι Ευκαιρίες και Απειλές της επιχείρησης εντοπίζονται από την μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος στο οποίο και δραστηριοποιείτε η επιχείρηση. Εξωγενείς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την λειτουργία της επιχείρησης είναι οι πολιτικοί παράγοντες (ένα καινούριο νομοσχέδιο, ή ακόμα και μια αλλαγή στην κυβέρνηση), οικονομικοί (αύξηση φορολογίας, μείωση επιτοκίων), κοινωνικοί (αύξηση πληθυσμού, ανεργία) και τεχνολογικοί (νέες μεθόδους παραγωγής, νέες τεχνολογίες,).

Γενικά, κάνοντας μια SWOT Ανάλυση πρέπει να προσπαθούμε να «λύνουμε» τα προβλήματα (αδυναμίες μας) και να βρούμε στρατηγικές που θα εξουδετερώνουν τις υπάρχουσες απειλές στο εξωτερικό περιβάλλον. Επιπλέον θα πρέπει να εκμεταλλευόμαστε τις ευκαιρίες στο εξωτερικό περιβάλλον, αξιοποιώντας τις δυνάμεις της επιχείρησης μας.

Στο σχήμα που ακολουθεί έχουμε καταγράψει όλα αυτά τα στοιχεία που πιστεύουμε ότι μπορούν να οδηγήσουν το εγχείρημά μας στην επιτυχία , καθώς επίσης και όλα τα στοιχεία που θα πρέπει να μας προβληματίσουν.

<p style="text-align: center;"><u>Πλεονεκτήματα</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Έλλειψη ανταγωνισμού ✓ Μικρή οικονομική επένδυση ✓ Ευκολία εύρεσης προσωπικού ✓ Καλή τοποθεσία επιχείρησης ✓ Καινοτομία ✓ Γνώση της αγοράς ✓ Ίδιες τιμές προϊόντων με τους προμηθευτές 	<p style="text-align: center;"><u>Αδυναμίες</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Νέα αγορά ✓ Απειρία προσωπικού ✓ Ασταθές χρηματοοικονομικό περιβάλλον
<p style="text-align: center;"><u>Ευκαιρίες</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Έλλειψη οργανωμένων υπηρεσιών παράδοσης προϊόντων ✓ Αύξηση αγοραστικού κοινού λόγω καινοτομίας ✓ Μετατροπή της περιοχής σε προάστιο της Αθήνας ✓ Επιδοτήσεις από Αναπτυξιακά Ευρωπαϊκά προγράμματα 	<p style="text-align: center;"><u>Απειλές</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Οικονομική κρίση ✓ Μείωση της κατανάλωσης και της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών ✓ Συχνές και απροειδοποίητες αλλαγές στη νομοθεσία (αύξηση φορολογίας, έκτακτοι φόροι κ.λ.π.) ✓ Κίνδυνος μιμητισμού και εισαγωγή νέων ανταγωνιστών ✓ Υπερβολική εξάρτηση από τους προμηθευτές

Στη συνέχεια αναλύονται ένα προς ένα όλα τα στοιχεία του SWOT Ανάλυσης.

2.1.1 Δυνατά σημεία – Πλεονεκτήματα (Strengths)

Ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα της επιχείρησης είναι η έλλειψη ανταγωνισμού. Όπως έχει ήδη αναφερθεί η ιδέα είναι καινοτόμα και δεν υπάρχει κάτι αντίστοιχο σε όλη την περιφέρεια. Το γεγονός αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό για μία επιχείρηση που ξεκινάει από το μηδέν. Μπορεί να αναπτυχθεί σε ένα περιβάλλον με μικρότερη ένταση. Τα πρώτα βήματα θα είναι μικρά και σταθερά λαμβάνοντας υπόψη την έλλειψη εμπειρίας των στελεχών αλλά και των υπαλλήλων της επιχείρησης.

Παρότι η έλλειψη ανταγωνισμού είναι ένα βασικό πλεονέκτημα για την επιχείρηση συγχρόνως όμως μπορεί να αποτελέσει και ένα μελλοντικό βαρίδι. Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι εξωστρεφείς και να αναπτύσσονται με υγιή τρόπο. Επιχειρήσεις που δε γνωρίζουν πώς να ανταγωνίζονται και να κερδίζουν τους καταναλωτές στις αγορές της χώρας τους είναι πολύ πιθανό να μην καταφέρουν να αναπτυχθούν και να επιβιώσουν σε ένα πιο απαιτητικό περιβάλλον που μπορεί να εμφανιστεί αργότερα. Για το λόγο αυτό η ανάπτυξη

Πρόκειται ουσιαστικά για μια εφαρμογή της διανομής κατ' οίκον που ακολουθούν διάφορες επιχειρήσεις παρασκευής γρήγορου φαγητού (Fast Food, Σουβλατζίδικα κλπ.) αλλά σε μεγαλύτερη και πιο πολυσυλλεκτική κλίμακα. Αυτό θα μπορέσει να μας βοηθήσει στο αρχικό στάδιο ανάπτυξης μας. Θα υπάρξει η δυνατότητα ανάπτυξης μεγάλου πελατολογίου. Οι καταναλωτές θα θελήσουν να δοκιμάσουν μια καινούργια υπηρεσία. Θα δημιουργηθεί ένα μεγάλο πελατολόγιο το οποίο η επιχείρηση πρέπει να διατηρήσει. Για το λόγο αυτό θα υπάρξουν ιδιαίτερες προσφορές στους πρώτους μήνες λειτουργίας μας.

Η ευκολία εύρεσης προσωπικού αποτελεί ένα ακόμα ισχυρό πλεονέκτημα για την υπό ίδρυση επιχείρηση. Οι ανάγκες της επιχείρησης για προσωπικό δεν είναι πάρα πολύ μεγάλες. Επιπρόσθετα δεν απαιτείται εξειδικευμένο προσωπικό ή προσωπικό αυξημένων ικανοτήτων. Χρειάζεται να προσληφθούν άτομα τα οποία θα έχουν δίπλωμα για μηχανάκι και αυτοκίνητο. Επίσης, θα χρειαστεί ένα ολιγοήμερο σεμινάριο

εξειδίκευσής τους το οποίο μπορεί να πραγματοποιηθεί στα γραφεία της υπό σύστασης επιχείρησης. Με τα μεγάλα ποσοστά ανεργίας που πλήττουν την ηλικία των 20-30 ετών , αναμένεται να υπάρξει μεγάλη προσφορά για τις θέσεις που θα δημιουργηθούν. Σε συνεργασία με τον ΟΑΕΔ θα προσληφθούν υπάλληλοι οι οποίοι θα καλύπτουν τις ανάγκες της κάθε θέσης εργασίας που θα δημιουργηθεί.

Οι υπάλληλοι θα ενταχθούν σε προγράμματα που «τρέχουν» σχετικά με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσουμε να δημιουργήσουμε περισσότερες θέσεις εργασίας με τα ίδια κεφάλαια.⁷

Ένα από τα πολύ θετικά στοιχεία της επιχείρησης είναι η τοποθεσία της. Βρισκόμενη σε πάρα πολύ μικρή απόσταση από την αγορά της πόλης και διαθέτοντας θέσεις στάθμευσης, μπορεί να εξυπηρετήσει ένα μεγάλο αριθμό πελατών που ζουν ή εργάζονται κοντά στο κέντρο της πόλης. Επίσης πελάτες που βρίσκονται, ιδιαίτερα τις πρωινές ώρες, στο κέντρο της Κορίνθου θα μπορούν να εξυπηρετούνται γρήγορα και με άνεση. Η ευκολία πρόσβασης στην επιχείρηση οφείλεται εν μέρει και στην πολύ καλή ρυμοτομία της πόλης της Κορίνθου. Οι υπάλληλοι της επιχείρησης, και ιδιαίτερα τα άτομα που θα μεταφέρουν τις παραγγελίες θα μπορούν να προσεγγίζουν εύκολα τα σημεία που έχουν να κάνουν κάποια παράδοση. Τα γραφεία της επιχείρησης προσφέρουν τη δυνατότητα εύκολης προσέγγισης αλλά και απομάκρυνσης από αυτήν.

Στόχος της επιχειρηματικής καινοτομίας δεν είναι να αλλάξει τον κόσμο, αλλά να τον κάνει ευκολότερο, απολαυστικότερο και πιο χρήσιμο για τον καταναλωτή. Επιτυχημένες είναι οι καινοτόμες εφαρμογές που διευκολύνουν τον πελάτη σε αυτά που ήδη κάνει ή επιθυμεί. Δηλαδή εκείνες που αναστατώνουν λιγότερο τη ζωή του. Και εκεί αποσκοπούμε!

Η επιχείρησή μας διαφοροποιείται από τις ήδη υπάρχουσες διότι έχουμε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα να είμαστε μοναδικοί στο είδος μας στην περιοχή της Κορίνθου. Η dailymarket θα γίνει η πρώτη επιχείρηση

7

συγκέντρωσης, παραλαβής και παράδοσης αγαθών που είναι απαραίτητα για καθημερινή χρήση στα νοικοκυριά. Επιπλέον, θα προσπαθήσουμε να προσφέρουμε άψογη εξυπηρέτηση με σεβασμό στον κάθε πελάτη χωριστά.

Σχετικά με τις τιμές που θα πωλούνται τα προϊόντα, έχουμε ήδη αναφέρει ότι θα είναι ίδιες με του προμηθευτή μας. Αυτό θα προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα επειδή ο καταναλωτής θα κερδίζει το χρόνο που θα χρειαζόταν για να κάνει τα αντίστοιχα καθημερινά του ψώνια καθώς επίσης και τα έξοδα μετακίνησης. Από την άλλη μεριά ο προμηθευτής θα μπορεί να μεγαλώσει το πελατολόγιό του και το τζίρο του καταστήματός του προσφέροντας ένα ποσοστό επί των πωλήσεων.

Τέλος, ίσως το μεγαλύτερο πλεονέκτημα για τη δημιουργία της επιχείρησης είναι, η μικρή οικονομική επένδυση που χρειάζεται να γίνει ώστε να ξεκινήσει τη λειτουργία της. Από τη στιγμή που δεν παράγονται, αλλά και δεν εμπορεύονται προϊόντα, δε χρειάζεται να προμηθευόμαστε πρώτες ύλες αλλά και να διατηρούμε μεγάλους αποθηκευτικούς χώρους. Τα αγαθά που θα διακινούνται θα παραλαμβάνονται από τον προμηθευτή και μετά από μία ολιγόωρη παραμονή στα γραφεία της εταιρείας, θα παραδίδονται στον πελάτη. Το κόστος μεταφοράς είναι πάρα πολύ μικρό σε σύγκριση με το κόστος που θα υπήρχε σε περίπτωση είτε παραγωγής είτε εμπορίας των προϊόντων. Σημαντικό στοιχείο είναι τα ιδιόκτητα γραφεία της επιχείρησης. Ένα μηνιαίο πάγιο που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις είναι το ενοίκιο ή η απόσβεση των παγίων αγοράς των γραφείων-καταστημάτων τους. Έχοντας ιδιόκτητα γραφεία αποφεύγουμε τη μηνιαία επιβάρυνση και συγχρόνως μπορούμε να διαπραγματευτούμε κάποιο δάνειο με ευνοϊκούς όρους.

Δεδομένης της οικονομικής κατάστασης που επικρατεί στη χώρα είναι πολύ δύσκολο για μία νέα επιχείρηση να εξασφαλίσει κεφάλαια κίνησης μέσω δανεισμού. Για το λόγο αυτό οι εταιρείες που μπορούν να χρησιμοποιήσουν ίδια κεφάλαια, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους, έχουν πλεονέκτημα.

2.1.2 Αδυναμίες (Weaknesses)

Οι οικονομίες συχνά, σε μια περιοδικότητα κατά ορισμένους μελετητές, εισέρχονται σε κύκλους ύφεσης. Όταν αυτό συμβαίνει, αναμένονται γενικά οι παρακάτω επιδράσεις στις αγορές προϊόντων και υπηρεσιών. Πρώτον, η γενική μείωση του εισοδήματος οδηγεί γενικά σε μείωση της ζήτησης στην πλειονότητα των αγορών και σε όσες αυτό συμβαίνει σε μείωση της κερδοφορίας – γενικά. Η κατάσταση αυτή συνοδεύεται από μείωση των περιθωρίων (ανά μονάδα) κέρδους και των πραγματικών τιμών. Δεύτερον, υπάρχει μετατόπιση της ζήτησης από κανονικά αγαθά (με θετική εισοδηματική ελαστικότητα) και ειδικότερα από αγαθά πολυτελείας σε κατώτερα αγαθά (με αρνητική εισοδηματική ελαστικότητα). Αυτή η μετατόπιση μπορεί να συμβεί είτε ανάμεσα σε κλάδους είτε μέσα στον ίδιο κλάδο. Τρίτον, υπάρχει κύμα εξόδου επιχειρήσεων από τους κλάδους, με τις λιγότερο ανταγωνιστικές επιχειρήσεις να είναι αυτές που φεύγουν πρώτες.

Η κρίση που η ελληνική οικονομία διέρχεται από το 2009 δε μπορεί να χαρακτηριστεί ως κυκλική, αλλά είναι δομική και αναμένεται να διαρκέσει έως ότου υπάρξει δημοσιονομική εξυγίανση.⁸ Παρά ταύτα, η ύφεση που τη συνοδεύει αναμένεται να έχει την ίδια επίδραση στους κλάδους με αυτήν που περιγράφηκε αμέσως παραπάνω.

Ανάλογα με την αγορά αναμένεται να υπάρξει μεγαλύτερη ή μικρότερη διακύμανση τιμών. Για παράδειγμα, αναμένεται συμπίεση τιμών των διαρκών καταναλωτικών αγαθών (αυτοκίνητα, ηλεκτρονικά, ηλεκτρικές και οικιακές συσκευές, έπιπλα, οικοδομικά υλικά και άλλα) λόγω της ιδιαίτερα σημαντικής μείωσης της ζήτησης σε αυτή την κατηγορία σε ορίζοντα τριετίας. Αυτή η κατηγορία αγαθών είναι περισσότερο ευαίσθητη στην ύφεση (και γενικότερα στις μεταβολές των εισοδημάτων) από τα μη διαρκή των οποίων η κατανάλωση δεν είναι τόσο ευμετάβλητη διαχρονικά. Από την άλλη αναμένεται αύξηση των τιμών στα αγαθά των οποίων η παραγωγή και η μεταφορά απαιτεί υψηλό κόστος ενέργειας λόγω της

⁸ http://greekeconomistsforreform.com/wp-content/uploads/Vettas_%CE%97%CE%92%CE%91Volume_Competition.pdf

αύξησης των ειδικών φόρων στα καύσιμα. Τα καταναλωτά αγαθά, τα οποία είναι εκείνα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνο μια φορά για το σκοπό που έχουν παραχθεί (καύσιμα, τρόφιμα κλπ.) αναμένεται να μην επηρεαστούν τόσο πολύ από την ύφεση. Ο λόγος είναι η αναγκαιότητα κατανάλωσής τους για τη διατήρηση ενός καλού επιπέδου ζωής. Όσον αφορά τα τρόφιμα αναμένεται διατήρηση της κατανάλωσης και μία μεταστροφή σε παραδοσιακά τρόφιμα.

Ένα ακόμα σημείο που πρέπει να δοθεί μεγάλη σημασία είναι η εκπαίδευση του προσωπικού. Έχοντας υπόψη μας ότι πρόκειται για μια καινούργια ιδέα είναι αναμενόμενο οι υπάλληλοί μας να χρειάζεται να εκπαιδευτούν ώστε να μπορέσουν να την υλοποιήσουν. Για το λόγο αυτό προβλέπεται μια συνεχή ενημέρωση τους από τον ιδιοκτήτη καθώς επίσης και εκπαίδευσή τους με τη χρήση κάποιων εργαλείων εκπαίδευση όπως σεμιναρίων. Θα δοθεί μεγάλο βάρος στη δημιουργία ενός ομαδικού κλίματος που θα μπορέσει να βοηθήσει όλους τους υπαλλήλους στην εκπλήρωση των στόχων τους.

2.1.3 Ευκαιρίες (Opportunities)

Στην ευρύτερη περιοχή της Αργολιδοκορινθίας δεν υπάρχουν οργανωμένες υπηρεσίες παράδοσης προϊόντων. Τα μεγάλα Super Market που λειτουργούν στην πόλη της Κορίνθου δεν προσφέρουν πλέον τέτοιου είδους υπηρεσία. Τα καταστήματα πώλησης αγαθών είτε δε προσφέρουν καθόλου υπηρεσίες παράδοσης των προϊόντων τους είτε εξυπηρετούν κάποιους πελάτες τους μεμονωμένα και σε πολύ μικρή εμβέλεια από το κατάστημα.

Με την δημιουργία μιας οργανωμένης υπηρεσίας παράδοσης θα δοθεί η δυνατότητα στους καταστηματάρχες να πουλήσουν τα προϊόντα τους μέσα από το δίκτυό μας προσφέροντας στους ήδη υπάρχοντες ή και σε καινούργιους πελάτες τους τη δυνατότητα παραγγελίας από το σπίτι ή τη δουλειά τους.

Οι αγοραστές-πελάτες μιας επιχείρησης πάντα ενδιαφέρονται για κάτι καινοτόμο. Στηριζόμενοι στην ιδέα μας θα μπορέσουμε να προσελκύσουμε πελάτες οι οποίοι ενδιαφέρονται να δοκιμάσουν καινοτόμες λύσεις που θα βοηθήσουν την καθημερινότητά τους. Έχοντας αυτό το πλεονέκτημα προσέγγισης καινούργιων πελατών θα δημιουργήσουμε τις κατάλληλες συνθήκες διατήρησής τους.

Εμπειρικά δεδομένα έχουν αποδείξει ότι «η απόκτηση ενός νέου πελάτη κοστίζει 5 φορές περισσότερο από τη διατήρηση ενός ήδη υπάρχοντος». Το μεγάλο, λοιπόν, ζητούμενο του είναι η διατηρησιμότητα του πελάτη. Η συνέπεια στην τήρηση των απαιτήσεών τους, προγράμματα επιβράβευσης και η διαρκής ενημέρωσή τους είναι οι τρόποι που θα μας βοηθήσουν να χτίσουμε μια μακροχρόνια σχέση μεταξύ μας.

Η ευρύτερη περιοχή της Κορίνθου μετά τη λειτουργία του προαστιακού σιδηροδρόμου παρουσιάζει αύξηση του πληθυσμού της. Σύμφωνα με την απογραφή του 2011 και συγκρίνοντας με το 2001 παρουσιάζεται μία αύξηση των κατοίκων της τάξης του 15%. Για τα

επόμενα χρόνια αναμένεται μια περαιτέρω αύξηση και μετατροπή της περιοχής (μαζί με τη Χαλκίδα) σε προάστιο της Αθήνας.

Τέλος, πρέπει να αναφερθεί ότι ήδη προσπαθούμε να εντάξουμε την επιχείρηση σε διάφορα κοινοτικά προγράμματα τα οποία αφορούν τη δημιουργία καινοτόμων επιχειρήσεων και νέων θέσεων εργασίας. Η πολιτεία σε συνεργασία με τα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε μια προσπάθεια αναχαίτισης της ύφεσης δημιουργούν επιδοτούμενα προγράμματα για τη δημιουργία καινούργιων επιχειρήσεων από νέους. Με τη χρήση του προγράμματος «Σχέδιο στήριξης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών νέων και νέων επιχειρηματιών» ή κάποιου αντίστοιχου θα μπορέσουμε να εξασφαλίσουμε ένα μέρος του κεφαλαίου εκκίνησης της επιχείρησης. Επιπρόσθετα με την υπαγωγή των υπαλλήλων μας σε αντίστοιχα προγράμματα δημιουργίας καινούργιων θέσεων εργασίας θα εξασφαλίσουμε ένα ακόμα πλεονέκτημα για τα πρώτα χρόνια της δραστηριοποίησής μας.

2.1.4 Απειλές – Επιχειρηματικοί κίνδυνοι (Threats)

Η οικονομία διεθνώς βρίσκεται εν μέσω της χειρότερης ύφεσης μετά την οικονομική κρίση του 1929. Οι καταναλωτές περικόπτουν τις δαπάνες τους, η ανεργία αυξάνεται, οι επενδύσεις μειώνονται. Οι επιχειρήσεις, εγκλωβισμένες στις αναταράξεις της οικονομίας, περικόπτουν τις δαπάνες τους, προχωρούν σε απολύσεις και αναζητούν διεξόδους στο τούνελ της οικονομικής κρίσης. Η ρευστότητα στην αγορά έχει μειωθεί δραματικά καθώς οι τράπεζες έχουν μειώσει τις χορηγήσεις. Η έλλειψη εμπιστοσύνης στις συναλλαγές μεταξύ των επιχειρήσεων επιτείνει ακόμη περισσότερο την ύφεση. Σε χώρες όπως η Ελλάδα οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σημαντικό πρόβλημα επιβίωσης καθώς, εκτός από τη δραστική μείωση της κατανάλωσης και των πωλήσεων, έχουν να αντιμετωπίσουν και την υπέρμετρη φορολογία.

Η φοροδοτική ικανότητα των περισσότερων νοικοκυριών έχει εξαντληθεί. Οι καταναλωτές καλούνται να καταβάλουν υπέρμετρα μεγάλο ποσοστό του εισοδήματός τους σε άμεσους και έμμεσους φόρους (πραγματικού ή πλασματικού μέσω των τεκμηρίων διαβίωσης). Επιπρόσθετα πλήθος αλλαγών επί το χείρον συντελούνται, με έκτατα φορολογικά νομοσχέδια, κάθε έτος ενισχύοντας την ανασφάλεια με αντίκτυπο στις καταναλωτικές συνήθειες των πολιτών της χώρας.

Η οικονομική κρίση που μαστίζει τη χώρα μας αποτελεί τη μεγαλύτερη απειλή για την ανάπτυξη μιας καινούργιας επιχείρησης. Σε ένα περιβάλλον πολύ ευμετάβλητο είναι δύσκολο να προγραμματίσεις με ακρίβεια το μέλλον.

Συνέπεια της παρατεταμένης κρίσης που επικρατεί είναι η μείωση της κατανάλωσης. Ο καταναλωτής αναγκάζεται να καταναλώσει λιγότερα είτε γιατί τα εισοδήματά του μειώνονται είτε γιατί προτιμάει να αποταμίευση για λόγους ασφαλείας. Η μείωση των εισοδημάτων παράλληλα με την αύξηση της ανεργίας και την υπερφορολόγηση οδηγεί στην μείωση της αγοραστικής δύναμης του κόσμου.

Αν η κρίση δεν αναχαιπιστεί στα επόμενα χρόνια οι επιχειρήσεις θα οδηγηθούν σε συρρίκνωση και σε προσπάθεια μείωσης του κόστους. Αυτό θα οδηγήσει σε απολύσεις προσωπικού, μείωση των δραστηριοτήτων τους και σε περιορισμό της αναπτυξιακής τους προσπάθειας.

Αν η κατάσταση στην οικονομία παρουσιάσει σημάδια βελτίωσης τότε ένας πιθανός κίνδυνος που θα αντιμετωπίσει η επιχείρηση είναι ο μιμητισμός από επίδοξους ανταγωνιστές. Σε ένα περιβάλλον ελεύθερου ανταγωνισμού ο καθένας μπορεί να αντιγράψει μια καινοτόμα ιδέα και να προσπαθήσει να την αναπτύξει προς όφελός του. Για να μπορέσουμε να ανταποκριθούμε σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον θα στηριχτούμε στο ξεκάθαρο όραμα, το άρτιο business plan, τη σύσταση της κατάλληλης ομάδας και στον απόλυτο επαγγελματισμός που θα επιδείξει. Έχοντας το πλεονέκτημα της παλιότερης εταιρείας στο χώρο θα στηριχτούμε στο ήδη ανεπτυγμένο πελατολόγιό μας και στην έως τότε παρουσία μας στην αγορά. Αν καταφέρουμε και αποκτήσουμε σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες μας θα μπορούμε να ανταποκριθούμε στην οποιαδήποτε είδους πίεση ασκηθεί από νεοεισερχόμενους ανταγωνιστές.

Μια ακόμα πηγή μελλοντικού κινδύνου αποτελεί η μεγάλη εξάρτησή μας από τους προμηθευτές. Από τη στιγμή που δεν παράγουμε τα προϊόντα αλλά προσφέρουμε υπηρεσίες συγκέντρωσης και παράδοσής τους στους καταναλωτές είναι αυτονόητο ότι η συμπεριφορά των προμηθευτών μας θα επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό το μέλλον της επιχείρησης.

Πρέπει από την αρχή να υπάρχει πρόβλεψη όλων των μελλοντικών ενεργειών των προμηθευτών και να καταγραφούν όλες οι δυνατές λύσεις. Στα πρώτα στάδια υλοποίησης της επιχείρησης θα καταγραφούν όλες οι πιθανές αλλαγές των συνθηκών συνεργασίας μας με τους προμηθευτές και οι λύσεις που θα πρέπει να υιοθετηθούν σε κάθε περίπτωση. Για παράδειγμα πρέπει να υπάρχει πρόβλεψη για αντικατάσταση ενός προμηθευτή σε περίπτωση που αποφασίσει να λύσει τη συνεργασία μας είτε γιατί θα κλείσει το κατάστημα είτε γιατί δε θα είναι ευχαριστημένος από αυτή.

3. Ο Ανταγωνισμός

Παρότι δεν υπάρχει άμεσος ανταγωνισμός στην επιχείρηση θα μπορούσαμε να κατατάξουμε ως έμμεσους ανταγωνιστές τα μεγάλα Super Markets που δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Κορίνθου. Τα καταστήματα αυτά παρέχουν μια μεγάλη γκάμα προϊόντων στον καταναλωτή από είδη μαναβικής και καθημερινής χρήσης μέχρι υποδήματα και ρούχα. Ένα από τα πλεονεκτήματά τους είναι η δυνατότητα εφοδιασμού του νοικοκυριού με όλα τα απαραίτητα αγαθά να βρίσκονται συγκεντρωμένα σε ένα χώρο.

Έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνούν με τον καταναλωτή μέσω διαφημίσεων πανελληνίας εμβέλειας. Ακόμα διαφημίζονται στην τοπική κοινωνία είτε με τη χρήση διαφημιστικών φυλλαδίων και πινακίδων σε επιλεγμένα μέρη της πόλης είτε με αγορά διαφημιστικού χρόνου στα τοπικά έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Ένας ακόμα έμμεσος ανταγωνιστής είναι τα ίδια τα καταστήματα πώλησης καθημερινών καταναλωτικών αγαθών της πόλης με τα οποία δε θα συνεργαζόμαστε. Αν και η δυνατότητα διαφήμισης τους είναι περιορισμένη εν τούτοις έχουν αναπτύξει δεσμούς με τους καταναλωτές οι οποίοι είναι δύσκολο να διαρρηχτούν. Έχοντας συνηθίσει οι καταναλωτές να προμηθεύονται από συγκεκριμένα καταστήματα τα αγαθά τους, θα πρέπει να ακολουθηθεί μια πολιτική προσέγγισης τους από την επιχείρηση που θα τους παρουσιάζει τα πλεονεκτήματά μας.

Τέλος, μια εβδομαδιαία συνήθεια των καταναλωτών είναι τα ψώνια στην τοπική λαϊκή αγορά που σε ορισμένες περιπτώσεις είναι διαθέσιμη και δύο φορές την εβδομάδα. Πρόσφατες έρευνες έδειξαν ότι οι Έλληνες ξοδεύουν πάνω από 2,5 δις ευρώ κάθε χρόνο για περισσότερους από 5,7 εκατ. τόνους φρούτων και λαχανικών που καταναλώνουν.⁹ Η επίσκεψη στην λαϊκή αγορά παραμένει μια από τις αγαπημένες συνήθειες των ελλήνων, αφού απορροφά το 50% του ετήσιου τζίρου των φρούτων και το 55% του ετήσιου τζίρου των λαχανικών. Αν και κατά τη διάρκεια της

⁹ <http://www.deltalaiki.gr/History.php> Λαϊκή Αγορά

τελευταίας δεκαετίας τα σουπερμάρκετ κατόρθωσαν να γίνουν ένα εναλλακτικό όσο και ισχυρό κανάλι διακίνησης φρούτων και λαχανικών, υπολείπονται αρκετά από τις λαϊκές αγορές, που αποσπούν ποσοστό μεγαλύτερο του 50% του ετήσιου τζίρου, διότι οι καταναλωτές αναγνωρίζουν ότι στις λαϊκές αγορές η ποικιλία είναι μεγαλύτερη, η ποιότητα πολύ καλύτερη και σε πιο συμφέρουσες τιμές. Μεταξύ των πωλητών και των καταναλωτών, που πηγαίνουν στην Λαϊκή Αγορά της γειτονιάς τους, ξέροντας ότι θα δουν ένα γνώριμο πρόσωπο, δημιουργούνται σχέσεις φιλίας. Οι καταναλωτές έρχονται σε επαφή με άλλους κατοίκους της περιοχής, γνωστούς, φίλους, συγγενείς και ανταλλάσσουν τα νέα της εβδομάδας Στο τέλος της σύντομης, αλλά ευχάριστης κουβέντας, θα φύγουν με την σακούλα τους γεμάτη προϊόντα, που θα γεμίσουν το οικογενειακό νοικοκυριό.

Οι άμεσοι και έμμεσοι ανταγωνιστές μας, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι στο δύσκολο περιβάλλον του οικονομικού στραγγαλισμού της ελληνικής οικονομίας, παρουσιάζουν αξιοθαύμαστη ανθεκτικότητα. Τα καταστήματα πώλησης αγαθών καθημερινής ζήτησης είναι από τις λίγες επιχειρήσεις στο νομό που δε προχωρούν σε μαζικά λουκέτα. Οι περισσότερες από αυτές τις επιχειρήσεις είναι μικρές οικογενειακές και στηρίζονται αποκλειστικά στην προσπάθεια των μελών της οικογένειας. Τα έξοδα μισθοδοσίας τους έχουν συρρικνωθεί και σε αυτό έχει βοηθήσει η μικρή εξάρτησή τους από υπαλλήλους. Οι ιδιοκτήτες τους έχουν φροντίσει να διατηρούν σε καλό επίπεδο τα διαθέσιμά τους και σε συνάρτηση με την ποιότητα των προϊόντων τους δείχνουν ότι μπορούν να συνεχίσουν τη λειτουργία τους και τα επόμενα χρόνια.

Ο αριθμός των Super Markets έχει σταθεροποιηθεί τα τελευταία χρόνια. Στηριζόμενοι στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, αυξάνουν τις πωλήσεις τους καθώς επίσης και τα κέρδη τους.

Οι μεγάλες αλυσίδες τροφίμων στηρίζονται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην πανελλήνιας εμβέλειας αναγνωρισιμότητά τους. Έχοντα συνεχή παρουσία δεκαετιών στη ελληνική αγορά, αλλά και στην αγορά της Κορίνθου, έχουν πάρα πολύ ισχυρό brand name. Έχοντας τη δυνατότητα να διαπραγματευτούν με τους προμηθευτές τους για μεγάλες ποσότητες

αγοράς προϊόντων, μπορούν να τα προσφέρουν σε χαμηλότερες τιμές από τον ανταγωνισμό. Επιπρόσθετα, στηριζόμενοι στην μεγάλη ανεργία που επικρατεί στις ηλικίες 20-35 ετών, έχουν την ευχέρεια επιλογής υπαλλήλων μέσα από μια μεγάλη δεξαμενή και με χαμηλό κόστος.

Οι τοπικές επιχειρήσεις γνωρίζουν τις ιδιαιτερότητες της αγοράς και έχουν τη δυνατότητα εύκολης προσαρμογής στις απαιτήσεις της, λόγω της ευκολίας επικοινωνίας μεταξύ των στελεχών της που στις περισσότερες περιπτώσεις είναι συγγενείς. Στηριζόμενοι στις σχέσεις που έχουν αναπτύξει με τους πελάτες τους μπορούν να διατηρούν το πελατολόγιό τους και συγχρόνως προσπαθούν να το αυξήσουν με την εισαγωγή νέων προϊόντων και προσφορών.

Κάθε ένας από τους «ανταγωνιστές» μας έχει και κάποιες αδυναμίες που πρέπει να σημειωθούν.

Τα μεγάλα καταστήματα και πιο συγκεκριμένα τα Super Markets παρότι διαθέτουν μια πληθώρα προϊόντων και εναλλακτικών λύσεων για τους καταναλωτές τους, είναι απρόσωπα και πολλές φορές προωθούν κάποια συγκεκριμένα προϊόντα με σκοπό το μεγαλύτερο κέρδος εις βάρος της ποικιλίας που θα προτιμούσε ο καταναλωτής.

Τα υπόλοιπα καταστήματα της περιοχής μπορεί να διαθέτουν ένα πιστό καταναλωτικό κοινό αλλά αυτό περιορίζεται στις περισσότερες περιπτώσεις σε συνοικιακό επίπεδο. Οι πελάτες τους στις περισσότερες περιπτώσεις διατηρούν φιλικές σχέσεις με τους ιδιοκτήτες και τους υπαλλήλους των μαγαζιών και κατά τη διάρκεια των αγορών τους έχουν τη δυνατότητα να συζητήσουν και να αισθανθούν τη ζεστασιά που αποπνέει η επιχείρηση της γειτονιάς.

Τα τοπικά καταστήματα δεν έχουν κάποια διαφημιστική τακτική. Η διαφήμισή τους στηρίζεται περισσότερο στις γνωριμίες των ιδιοκτητών τους και στη ποιότητα των προϊόντων τους. Σημαντικός παράγοντας είναι και η τοποθεσία που έχουν επιλέξει να δραστηριοποιηθούν. Για παράδειγμα μια επιχείρηση που βρίσκεται στην αγορά της Κορίνθου έχει μεγαλύτερους τζίρους από μία αντίστοιχη στις συνοικίες.

Τα Super Markets στηρίζονται στις διαφημίσεις πανελληνίας εμβέλειας του ομίλου στον οποίον ανήκουν. Τα τελευταία χρόνια υπάρχουν εβδομαδιαίες προωθητικές ενέργειες οι οποίες διαφημίζονται σε όλα τα έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης. Επιπρόσθετα υπάρχουν προσφορές και κουπόνια για αγορά στα καταστήματά τους.

4. Τιμολογιακή πολιτική – Πωλήσεις

4.1 Στοιχεία διαμόρφωσης της τιμολογιακής πολιτικής

Η κτήση των προϊόντων δεν θα κοστίζει στην επιχείρηση μιας και όπως ήδη έχει αναφερθεί αυτά θα παραλαμβάνονται από τον προμηθευτή και θα προωθούνται στον καταναλωτή.

Το κόστος παραγωγής των υπηρεσιών που προσφέρουμε συμπεριλαμβάνει το κόστος αγοράς καυσίμων για τα οχήματα της επιχείρησης που θα παραλαμβάνουν τα προϊόντα από τους προμηθευτές μας και θα τα παραδίδουν στους τελικούς πελάτες.

Στην πρόβλεψη κόστους περιλαμβάνεται και το κόστος συντήρησης των οχημάτων καθώς επίσης η ασφάλιση τους και τα τέλη κυκλοφορίας και οποιοδήποτε άλλη φορολογική επιβάρυνση.

Η συσκευασία για την προώθηση των αγαθών στους καταναλωτές. Θα υπάρχουν ειδικές συσκευασίες οι οποίες θα παρέχουν συντήρηση των ευαίσθητων προϊόντων (π.χ. λαχανικά, προϊόντα ψυγείου κ.α.) κατά τη διαδικασία συσκευασίας στην επιχείρησή μας και παράδοσης στον καταναλωτή. Επίσης θα χρησιμοποιηθούν πλαστικές σακούλες όλων των μεγεθών καθώς επίσης και χάρτινες σακούλες, οι οποίες θα χρησιμοποιούνται για μεταφορά συσκευασμένων προϊόντων. Σε ειδικά διαμορφωμένα κιβώτια θα μπορούν να συσκευάζονται πολλά προϊόντα με σκοπό την ασφαλή μεταφορά τους. Σε όλες τις συσκευασίες θα υπάρχει τυπωμένο το λογότυπο της επιχείρησης με σκοπό την έμμεση διαφήμιση μας.

Για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης το κόστος προσωπικού που έχουμε προϋπολογίσει είναι 47245€ και περιλαμβάνει τους μισθούς, τις εργοδοτικές εισφορές των ταμείων καθώς επίσης και τις φορολογικές κρατήσεις. Στο κόστος αυτό δεν υπάρχει καμία πρόβλεψη για τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης που όπως έχει αναφερθεί θα καταλαμβάνει και θέση υπαλλήλου.

Το προσωπικό που θα προσληφθεί θα είναι με σύμβαση εργασίας η οποία θα ανανεώνεται κάθε χρόνο.

Τα πάγια έξοδα της επιχείρησης περιλαμβάνουν τους λογαριασμούς ΔΕΗ, ΕΥΔΑΚ (Δημόσια Επιχείρηση Ύδρευσης και Αποχέτευσης της Κορίνθου) και ΟΤΕ (ή οποιοδήποτε άλλου παρόχου σταθερής και κινητής τηλεφωνίας καθώς και internet). Συγκεκριμένα για την τηλεφωνία και το internet θα χρησιμοποιήσουμε ένα από τα πακέτα για επιχειρήσεις που προσφέρουν οι εταιρείες τηλεφωνίας.

Η επιχείρηση, έχοντας σαν πρώτο μέλημα την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών της, και αντιλαμβανόμενη την ανάγκη ύπαρξης μέγιστου βαθμού καθαριότητας στους χώρους της θα χρησιμοποιήσει συνεργείο καθαρισμού των γραφείων και των χώρων συλλογής και προώθησης των προϊόντων.

Όλα τα προϊόντα μας θα τιμολογούνται στο ίδιο επίπεδο με τον ανταγωνισμό. Όπως έχει ήδη αναφερθεί οι τιμές όλων των αγαθών θα είναι ίδιες με αυτές του καταστήματος πώλησης. Με τον τρόπο ο αγοραστής θα έχει την ικανοποίηση ότι με την ίδια τιμή αγόρασε όλα τα προϊόντα που ήθελε χωρίς να χρειαστεί να ξοδέψει χρόνο για την αγορά τους.

Μελλοντικά θα υπάρξει πρόβλεψη εισαγωγής κινήτρων στους πελάτες μας. Θα παρέχουμε προσφορές στους πελάτες που θα πραγματοποιούν τους μεγαλύτερους τζίρους καθώς επίσης και σε αυτούς που μας προτιμούν για τα καθημερινά τους ψώνια.

5. Διαφήμιση

Οι επιχειρήσεις πριν από πενήντα περίπου χρόνια άρχισαν να αναπτύσσουν και να υιοθετούν τεχνικές marketing κυρίως στους τομείς της διαφήμισης και των πωλήσεων. Στα επόμενα χρόνια εδραιώθηκε ως αυτοτελής επιχειρησιακή λειτουργία και ως αυτοτελής επιστημονικός κλάδος της Διοίκησης των Επιχειρήσεων.

Κανένα σχεδόν προϊόν ή υπηρεσία δεν μπορεί να αναπτυχθεί και να διατεθεί σήμερα χωρίς τη συμβολή του marketing. Η συμβολή αυτή μπορεί να είναι πολύ απλή και ελάχιστα δαπανηρή, μέχρι πολύ συστηματική, οργανωμένη με τα σύγχρονα μέσα προβολής και διαφήμισης και ιδιαίτερα δαπανηρή.

Το marketing περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες που απαιτούνται για να φθάσουν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες από τον παραγωγό στον καταναλωτή.¹⁰ Συνδέει, δηλαδή, την παραγωγή με την κατανάλωση, κατευθύνει τη ροή των αγαθών και των υπηρεσιών και επηρεάζει τη λήψη αποφάσεων.

Οι ενέργειες αυτές αποσκοπούν στην ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών μέσω του σχεδιασμού, της παραγωγής και της διάθεσης των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

Ασπαζόμενοι όλα τα παραπάνω η dailymarket θα δημιουργήσει ένα σλόγκαν το οποίο θα περιγράφει γρήγορα και με σαφήνεια τα οφέλη των καταναλωτών από τη χρήση των υπηρεσιών μας.

Το σλόγκαν της επιχείρησης θα είναι «Γρήγορα και ξεκούραστα». Ως υπότιτλος θα χρησιμοποιηθεί η έκφραση «Αγόρασε αυτά που χρειαζόσαι για σήμερα»

Επιλέγουμε αυτό το μότο γιατί θέλουμε να δείξουμε μέσα από δύο και μόνο λέξεις τα πλεονεκτήματα που θα απολαμβάνει ο καταναλωτής που θα προτιμήσει τις υπηρεσίες μας.

¹⁰ <http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C122/38/219,1102/> Αρχές οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Το κύριο μήνυμα που θέλουμε να περάσουμε, στους εν δυνάμει πελάτες μας ή να τονίσουμε στους ήδη υπάρχοντες, είναι ότι οι υπηρεσίες που θα τους προσφέρουμε θα τους βοηθήσουν να εξοικονομήσουν χρόνο που θα μπορούν να τον χρησιμοποιήσουν για κάποια άλλη προσωπική τους ασχολία.

Με τη λέξη «Γρήγορα» θέλουμε να περάσουμε στους καταναλωτές ότι έχουμε τη δυνατότητα να τους καλύψουμε την ανάγκη για καθημερινά ψώνια, που είναι αναγκαία για κάθε νοικοκυριό, σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή μας ζητηθεί, καθώς επίσης ότι η διαδικασία παραγγελίας των αγαθών δεν είναι χρονοβόρα.

Η λέξη «Ξεκούραστα» χρησιμοποιείται για να προϊδεάσει τους χρήστες των υπηρεσιών μας για την ευκολία παραγγελίας των αγαθών. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει θα μπορούν να παραγγείλουν είτε μέσω τις ιστοσελίδας της επιχείρησης είτε τηλεφωνικά, από το χώρο τους. Και στις δύο περιπτώσεις η διαδικασία είναι πάρα πολύ απλή και δεν απαιτεί ιδιαίτερες γνώσεις χειρισμού. Ο καθένας θα μπορεί μέσα σε ελάχιστα λεπτά να δώσει την παραγγελία του.

Η βασική μας υπηρεσία είναι η συγκέντρωση και διανομή των καθημερινών προϊόντων των νοικοκυριών.

Με τη βοήθεια προωθητικών ενεργειών όπως διαφημίσεις στον τοπικό ημερήσιο και εβδομαδιαίο τύπο, σε τοπικά ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης στα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. facebook) καθώς επίσης και με τη χρήση διαφημιστικών φυλλαδίων θα μπορέσουμε να ενημερώσουμε το αγοραστικό κοινό της περιοχής για τις υπηρεσίες που μπορούμε να του προσφέρουμε και για τα οφέλη που θα έχουν από αυτές.

Θα υπάρχει αναφορά στην ευκολία που προσφέρει η χρήση των υπηρεσιών μας καθώς επίσης θα τονιστεί ότι με τη χρήση τους ο καταναλωτής θα κερδίσει ξεκούραστα και χωρίς επιπλέον έξοδα, το χρόνο που θα ξόδευε για να αποκτήσει τα καθημερινά αγαθά του νοικοκυριού.

Τέλος θα τονιστεί η βασική ιδέα του dailymarket που είναι αγόρασε αυτά που χρειάζεσαι για σήμερα.

Για να προωθήσουμε την ιδέα του dailymarket θα διαθέσουμε την πρώτη χρονιά λειτουργίας της επιχείρησης 10000€ για να διαφήμιση.

Το κύριο μέσο διαφήμισής μας θα είναι τα διαφημιστικά φυλλάδια που θα αναφέρονται στις υπηρεσίες που μπορούμε να προσφέρουμε καθώς επίσης και στα οφέλη που θα έχουν οι χρήστες τους. Επίσης ένα μέρος των διαφημιστικών εξόδων θα κατευθυνθεί σε διαφήμιση στα τοπικά ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης (ραδιόφωνα, τηλεοπτικοί σταθμοί). Η επιλογή των μέσων αυτών έγινε για γρήγορη και άμεση ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας.

Τέλος και με τη βοήθεια των κατάλληλων προωθητικών ενεργειών μέσω διαδικτύου (banners, αναρτήσεις σε τοπικές ιστοσελίδες/blogs, facebook) θα επικοινωνήσουμε την ιδέα μας σε ένα πιο νεανικό κοινό.

Το διαφημιστικό υλικό θα αναλάβει να το δημιουργήσει μια τοπική διαφημιστική εταιρεία. Η ίδια εταιρεία θα αναλάβει και την προώθησή του διαφημιστικού υλικού στην τοπική κοινωνία. Εξαίρεση θα αποτελέσει η διαφήμιση στο διαδίκτυο την οποία θα αναλάβει να υλοποιήσει ο υπεύθυνος για τη δημιουργία και συντήρηση της ιστοσελίδας μας.

Με τη βοήθεια ενός σύντομου ερωτηματολογίου που θα συμπληρώνει κάθε νέος πελάτης μας θα μπορέσουμε να αξιολογήσουμε τη διείσδυση κάθε προωθητικής ενέργειας. Μία από τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου θα είναι η εξής: «Από ακούσατε για την επιχείρησή μας;». Ανάλογα με το ποσοστό απαντήσεων θα κατευθύνουμε μελλοντικές διαφημιστικές καμπάνιες.

6. Δημόσιες Σχέσεις

Η διαμόρφωση της εικόνας της εταιρίας και της κοινωνικής προσωπικότητας μιας επιχείρησης, ενός οργανισμού, μιας ένωσης ή ενός συλλόγου κλπ., με μοχλούς τη χορηγία, την οργάνωση εκδηλώσεων και την απαραίτητη δημοσιότητα, συναποτελούν αυτό που λέμε «Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων». Ο Αβραάμ Λίνκολν έλεγε σχετικά: «Με ευνοϊκή την κοινή γνώμη, μπορείς να κανείς τα πάντα! Χωρίς αυτήν τίποτα»!

Για την επιτυχημένη και κυρίως παραγωγική άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων απαιτούνται ειδικές γνώσεις, που αφορούν τη διαμόρφωση της εταιρικής εικόνας, την τήρηση συγκεκριμένων κανόνων, καθώς και δοκιμασμένων πρακτικών.

Σε μια καλή συνεργασία πρέπει και τα δυο μέρη να ωφελούνται και είναι ευχαριστημένα. Η επιχείρηση θα εξασφαλίζει στους πελάτες της ότι θα έχει το σωστό προϊόν, στο σωστό μέρος, στο σωστό χρόνο, στη σωστή τιμή. Από το κοινό των καταναλωτών εξαρτάται άμεσα η πρόοδος του οργανισμού και είναι γνωστό ότι η διατήρηση των πελατών είναι πολύ πιο δύσκολη από την προσάρτησή τους. Εκτός από την ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών και την εξυπηρέτηση που προσφέρει μια επιχείρηση, σκόπιμη είναι η σφυρηλάτηση στενότερων δεσμών με το κοινό των «καταναλωτών», ενώ παράλληλα πρέπει να γίνονται και αυτοί κοινωνοί των επιτευγμάτων του οργανισμού και των προσφορών του προς το κοινωνικό σύνολο. Για να μπορέσουμε να διατηρήσουμε ένα δίαυλο επικοινωνίας μαζί τους θα καλλιεργήσουμε τις κοινωνικές μας σχέσεις με τη χρήση καρτών μελών, προσφορών στους πελάτες μας ανάλογα με τη χρήση των υπηρεσιών μας και ευχετήριων καρτών σε κάποιες ιδιαίτερες στιγμές τους.

Ένα άλλο σημαντικό κομμάτι είναι οι σχέσεις που θα αναπτύξουμε με τους προμηθευτές μας. Το βασικό στοιχείο θα είναι ο αμοιβαίος σεβασμός. Θα εξοφλούνται και θα παραλαμβάνουν τα χρήματά τους στην

προσυμφωνημένη στιγμή. Θα ενημερώνονται για οποιαδήποτε αλλαγή πρόκειται να συμβεί στην εταιρεία και θα είμαστε πάντα διαθέσιμοι να ακούσουμε τις παρατηρήσεις και τις προτάσεις τους. Επιπρόσθετα θα προσπαθήσουμε να οργανώσουμε τη δουλειά μας με τέτοιο τρόπο που δε θα τους προσθέτουμε επιπλέον κούραση και υποχρεώσεις.

Θα προσεχθεί ιδιαίτερα η σχέση μας με την κοινότητα μέσα στην οποία θα δραστηριοποιηθούμε. Με τον όρο «κοινότητα», περιγράφεται ο γεωγραφικός και διοικητικός χώρος, μέσα στον οποίο ζει, δρα και αναπτύσσεται μια επιχείρηση. Η επιχείρηση πρέπει να φέρεται ως καλός και νομοταγής πολίτης της κοινότητας και να γνωστοποιεί αυτή τη συμπεριφορά της. Κύριο μέλημα της επιχείρησης πρέπει να είναι η ενεργή παρουσία και συμμετοχή της στη ζωή της κοινότητας. Για το λόγο αυτό θα υποστηρίζουμε κοινωνικές εκδηλώσεις, ενέργειες προώθησης της τοπικής κοινωνίας και θα συμμετέχουμε σε πολιτιστικές εκδηλώσεις της τοπικής κοινωνίας

Ανεξάρτητα από το μέγεθος, τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται μια επιχείρηση τον ρόλο, ή τους ρόλους, που έχει στην συνολική αλυσίδα της προσφοράς και ζήτησης θα πρέπει να γίνει πλήρως αντιληπτή η καταλυτική σημασία της σωστής διαχείρισης του χαρτοφυλακίου των πελατών της αλλά και των σχέσεων που θα πρέπει και να αναπτύσσει με αυτούς. Με την πάροδο του χρόνου θα πρέπει να υπάρξει ειδική διαχείριση του υφιστάμενου πελατολογίου μας.

Ο αρχικός διαχωρισμός που θα πρέπει να γίνει, αναφορικά με τους πελάτες, είναι ο διαχωρισμός μεταξύ των υφιστάμενων και στοχευόμενων ή μελλοντικών πελατών και πως θα πρέπει να οργανώσουμε τις προσπάθειές μας για να διατηρήσουμε τους μεν και να προσελκύσουμε τους δε. Βασικός κανόνας εδώ είναι πως προτεραιότητα θα πρέπει να δίνεται στην διατήρηση των υφιστάμενων και ύστερα στην προσέλκυση νέων.

Η διαχείριση όμως του χαρτοφυλακίου των υφιστάμενων πελατών δεν είναι μια τόσο απλή και δεδομένη διαδικασία.

Ένας εντυπωσιακός αριθμός υφιστάμενων πελατών από μόνος του δεν αποτελεί κριτήριο αξιολόγησης η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να παρακολουθεί συνεχώς την πορεία των πελατών της και να αναπτύσσει ενέργειες διατήρησής τους ανάλογες με την σπουδαιότητα που παρουσιάζει ο κάθε ένας από τους πελάτες.

Αυτό που πρέπει να γίνει πλήρως κατανοητό - και από εκεί ξεκινάνε όλα - είναι πως δεν είναι όλοι οι πελάτες το ίδιο σημαντικοί. Σε ορισμένες περιπτώσεις μάλιστα κάποιοι πελάτες κοστίζουν περισσότερο για να τους αποκτήσεις και να τους εξυπηρετήσεις από το όφελος που αποφέρουν στην επιχείρηση. Κάποιοι από αυτούς αγοράζουν περιστασιακά και σε μικρές ποσότητες. Κάποιοι συστηματικά πληρώνουν καθυστερημένα. Κάποιοι έχουν υπερβολικές απαιτήσεις σχετικά με την εξυπηρέτησή τους ή τους πόρους που πρέπει να διαθέσει η επιχείρηση γι' αυτούς. Κάποιοι απαιτούν υψηλά εξειδικευμένες υπηρεσίες ή προϊόντα τα οποία βραχυπρόθεσμα ζημιώνουν την εταιρία και μετά μετακινούνται σε ανταγωνιστές.

Επιπλέον η επιχείρηση, αναλύοντας και αξιολογώντας τους πελάτες της θα είναι σε θέση να σχεδιάσει και να εφαρμόσει αποτελεσματικά πολλές άλλες σημαντικές λειτουργίες όπως την καλύτερη οργάνωση του τμήματος πωλήσεων (προγραμματισμός – στοχοποίηση), την διαχείριση των προϊόντων και υπηρεσιών και τη διαχείριση των σχέσεων με τους προμηθευτές, ακόμη και στην καλύτερη διαχείριση της αποθήκης μπορεί να συμβάλει η σωστή ανάλυση και αξιολόγηση των πελατών.

Οι διαδικασίες που θα ακολουθηθεί όσον αφορά στον τρόπο με τον οποίο θα διαχειριστούμε τους υφιστάμενους πελάτες προϋποθέτει το σχεδιασμό, εφαρμογή και παρακολούθηση των παρακάτω ενεργειών.

Αναγνώριση διακριτών πελατειακών ομάδων. Αναγνώριση ευκαιριών πρόσθετων πωλήσεων σε υφιστάμενους πελάτες.

Κατανόηση και αξιολόγηση βαθμού ανταπόκρισης των πελατών στις ενέργειες marketing της επιχείρησης.

Καταγραφή και ανάλυση στοιχείων της αγοραστικής συμπεριφοράς των πελατών.

Αποτίμηση της οικονομικής αξίας του κάθε πελάτη για την επιχείρηση.

Πρόβλεψη και διαχείριση αγοραστικής συμπεριφοράς του πελάτη στο μέλλον.

Ανάπτυξη αποτελεσματικών πελατοκεντρικών στρατηγικών.

7. Το Σχέδιο Διοίκησης και Λειτουργικής Διαχείρισης

7.1 Σύνθεση και καθήκοντα προσωπικού

Το πρώτο βήμα στην οργάνωση μιας επιχείρησης, είναι η κατάρτιση ενός λειτουργικού Οργανογράμματος.

Η λέξη Οργανόγραμμα δεν σημαίνει «διάγραμμα του οργανισμού», αλλά «διάγραμμα οργάνωσης». Το οργανόγραμμα δεν πρέπει να είναι ένα απλό σχέδιο το οποίο αναφέρει τις διάφορες θέσεις εργασίας. Πρέπει να δείχνει τη λειτουργία και το προϊόν κάθε θέσης και κάθε τμήματος ξεχωριστά. Κάθε θέση εργασίας σε μία επιχείρηση έχει ένα δικό της προϊόν. Το οργανόγραμμα είναι ένα διάγραμμα που δείχνει τη ροή των διαδοχικών προϊόντων, που παράγονται από τις διάφορες θέσεις εργασίας. Το αποτέλεσμα αυτής της ροής είναι το τελικό προϊόν της επιχείρησης.

Ο άνθρωπος - όταν μπαίνει μέσα σε μία ομάδα - υποθέτει αυτόματα ότι θα πρέπει να υπάρχει κάποιος επικεφαλής και ότι διαφορετικές λειτουργίες υπάγονται σε διαφορετικά άτομα. Όταν γνωρίζει ακριβώς τη θέση του σε έναν οργανισμό, τα καθήκοντά του, σε ποιους αναφέρεται και τι ακριβώς πρέπει να παράγει, αισθάνεται περισσότερο ασφαλής και σίγουρος για αυτό που κάνει. *Η προσπάθεια να ανήκει κανείς κάπου ή να είναι μέρος ενός συνόλου εκφράζεται με το οργανόγραμμα.*¹¹

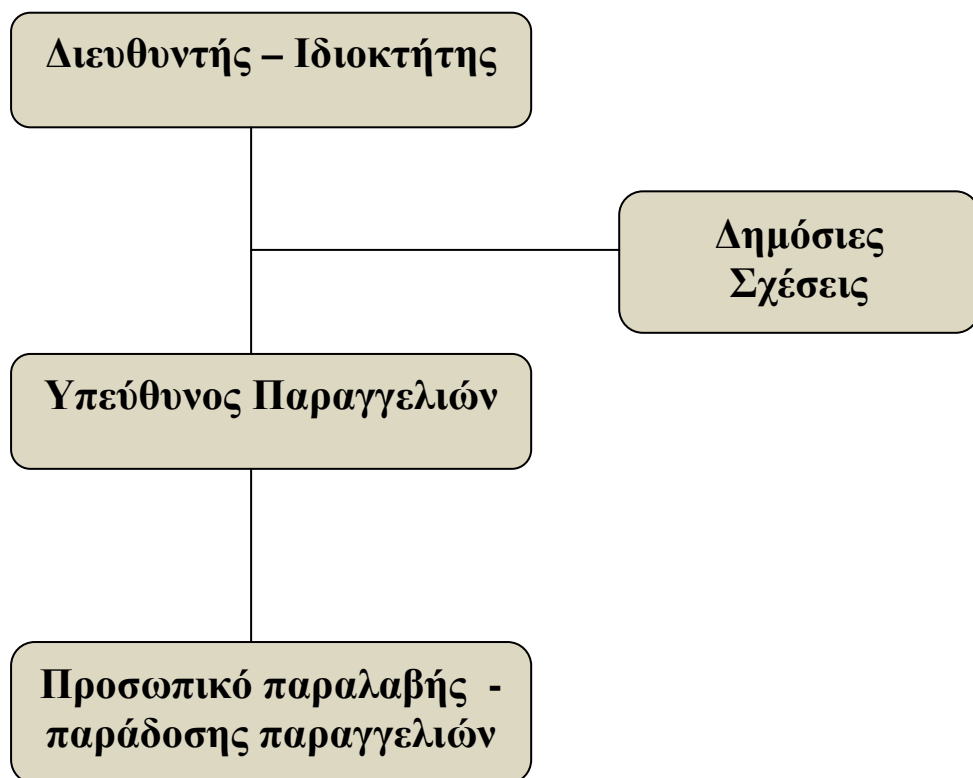
Η ύπαρξη οργανογράμματος βοηθάει στην καλύτερη αξιοποίηση των ατόμων και στην αποφυγή περιττών συγχύσεων. Όταν δεν υπάρχει οργανόγραμμα, απαιτείται πολύ μεγαλύτερη προσπάθεια για να ολοκληρωθεί κάτι. Χωρίς οργανόγραμμα δεν υπάρχει μία ομάδα που παράγει, αλλά μεμονωμένα άτομα που κάνουν ότι εκείνα κρίνουν ότι χρειάζεται να γίνει.

¹¹ http://www.amt-consultants.gr/simboili_i_simasia_tou_sostou_organogrammatos-g-42.html Σημασία του σφιστού οργανογράμματος

Ανεξάρτητα από το μέγεθος της επιχείρησης, η ποσότητα και η ποιότητα ενός προϊόντος εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από ένα ακριβές οργανόγραμμα που είναι σε εφαρμογή.

Κάθε ορθογώνιο αντιστοιχεί σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της επιχείρησης, οπότε όσα ορθογώνια υπάρχουν τόσα είναι και τα τμήματα της επιχείρησης. Οι γραμμές μεταξύ των ορθογωνίων μας δείχνουν ότι υπάρχει μια σύνδεση μεταξύ των τμημάτων που είναι ενωμένα, που καθορίζεται από το επίπεδο που βρίσκεται. Η διαφορά επιπέδου απεικονίζει την ιεραρχία της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τα παραπάνω το οργανόγραμμα της dailymarket διαμορφώνεται ως εξής.



Μέσα από το οργανόγραμμα μπορούμε να ανιχνεύσουμε και τις ανάγκες της επιχείρησης για προσωπικό.

Στη συγκεκριμένη επιχείρηση θα χρειαστεί να προσληφθεί ένας υπάλληλος πλήρους απασχόλησης που θα καλύψει τη θέση εργασίας του Υπεύθυνου Παραγγελιών καθώς επίσης και ένας υπάλληλος μερικής (4ωρης) απασχόλησης. Κύρια αρμοδιότητά του είναι η εξυπηρέτηση των πελατών που θα προσέρχονται στο κατάστημα. Θα έχει ως αρμοδιότητά του τη συλλογή των παραγγελιών από το πληροφοριακό σύστημα της επιχείρησης και την προώθησή της στους τοπικούς προμηθευτές. Θα συντονίζει το προσωπικό παράδοσης/παραλαβής παραγγελιών και σε συνεργασία μαζί τους θα ετοιμάζει τις προς παράδοση παραγγελίες. Προαπαιτούμενο για την πρόσληψή του θεωρείται η πάρα πολύ καλή χρήση Ηλεκτρονικών Υπολογιστών καθώς επίσης και η ικανότητα του να οργανώνει και να συντονίζει τις παραγγελιοληψίες της επιχείρησης. Χρειάζεται να γνωρίζει σε καλό επίπεδο να μιλάει και να γράφει Αγγλικά. Πρόκειται για μια θέση γραφείου με αυξημένες αρμοδιότητες. Η θέση αυτή θα αναφέρεται απ' ευθείας στο Διευθυντή της επιχείρησης.

Το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων παρότι στο οργανόγραμμα φαίνεται σαν μια ξεχωριστή οντότητα, σε πρώτη φάση θα το αναλάβει ο Διευθυντής – Ιδιοκτήτης. Με αυτόν τον τρόπο θα μειώσουμε το κόστος μισθοδοσίας. Επιπρόσθετα θα προσδώσουμε μεγαλύτερο κύρος στη θέση αυτή. Μια επιχείρηση που προσφέρει υπηρεσίες πρέπει να είναι εξωστρεφείς και ανοικτεί στους συνεργάτες και στους πελάτες της. Με την τοποθέτηση του ιδιοκτήτη στις δημόσιες σχέσεις καταδεικνύουμε τη σπουδαιότητα της συνεργασίας μας σε όλους τους εν δυνάμει προμηθευτές αλλά και πελάτες μας.

Η κύρια εργασία του υπευθύνου Δημοσίων Σχέσεων θα είναι να προωθεί την ιδέα της *dailymarket* στην τοπική κοινωνία, να βρίσκει καινούργιους προμηθευτές ενώ ταυτόχρονα θα βρίσκεται σε συνεχή επικοινωνία με τους ήδη υπάρχοντες προμηθευτές, όπου θα τους ενημερώνει για την πορεία της επιχείρησης και θα δέχεται από αυτούς παρατηρήσεις και προτάσεις βελτίωσης της συνεργασίας. Επίσης θα αντιπροσωπεύει την επιχείρηση σε εκδηλώσεις και δραστηριότητες που θα την αφορούν.

Τέλος το Προσωπικό παραλαβής - παράδοσης παραγγελιών θα βρίσκεται κάτω από τον Υπεύθυνο παραγγελιών. Θα χρειαστεί να προσληφθούν 3 άτομα για τις εξωτερικές παραλαβές και παραδώσεις των αγαθών. Προαπαιτούμενο για την πρόσληψή τους είναι η κατοχή διπλώματος οδήγησης Ι.Χ. αυτοκινήτου καθώς επίσης και μοτοσυκλέτας χαμηλού κυβισμού, μέχρι 125 cc. Τα άτομα αυτά θα πρέπει να είναι τουλάχιστον απόφοιτοι Λυκείου και να γνωρίζουν πάρα πολύ καλά τους δρόμους και τις περιοχές του δήμου Κορινθίων. Θα συνεκτιμηθεί προηγούμενη απασχόληση σε αντίστοιχη θέση εργασίας, παράδοσης αγαθών σε πελάτες.

Κατά την πρόσληψη τους θα ληφθεί υπόψη η ικανότητα επικοινωνίας με τους πελάτες και συνεργάτες μας. Από όλους τους υπαλλήλους θα απαιτηθεί σεβασμός στους συναδέλφους και στους πελάτες.

Εκτός από τους υπαλλήλους της, μια επιχείρηση διαθέτει και εξωτερικούς συνεργάτες. Αυτοί συνήθως είναι ιδιώτες ή επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν κάποια συγκεκριμένη εργασία της.

Η ανάθεση υπηρεσιών και εργασιών μιας επιχείρησης σε εξωτερικό συνεργάτη, που μπορεί να είναι είτε μια εταιρία που εξειδικεύεται σ' ένα τομέα είτε ένας μεμονωμένος ιδιώτης ονομάζεται outsourcing. Η ανάθεση μέρους των εργασιών μιας επιχείρησης σε τρίτους αποτελεί συχνό φαινόμενο εδώ και πολλά χρόνια. Σύμφωνα με αυτή την πρακτική, εργασίες όπως η καθαριότητα, οι λογιστικές και φορολογικές υποχρεώσεις, η διανομή των προϊόντων, η μισθοδοσία, οι προσλήψεις, η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού κ.ά. ανατίθενται σε εξωτερικούς συνεργάτες της επιχείρησης, μέσω "ελεύθερης" εργασιακής σχέσης - ελεύθερης, με την έννοια ότι ο επιχειρηματίας δεν απασχολεί προσωπικό με εξαρτημένη σχέση (μισθό), αλλά καταβάλλει κάποιο αντίτιμο που έχει συμφωνηθεί για τις υπηρεσίες που λαμβάνει.

Η dailymarket θα αναθέσει ένα μέρος των εργασιών της σε εξωτερικούς συνεργάτες.

Συγκεκριμένα, ειδικό συνεργείο θα αναλάβει την καθαριότητα των γραφείων της επιχείρησης. Επειδή το σύνολο των υπηρεσιών μας σχετίζεται με τη διακίνηση καταναλωτικών αγαθών η διαφύλαξη της καθαριότητας στους χώρους μας είναι κύριο μέλημα της διεύθυνσης. Για το λόγο αυτό αποφασίστηκε να υπάρχει συνέχεια ένα υπάλληλος μιας εταιρείας καθαρισμού στα γραφεία μας. Κύρια ασχολία του θα είναι η επίβλεψη και διατήρηση των της καθαριότητας στα γραφεία μας.

Τα λογιστικά/φοροτεχνικά ζητήματα θα ανατεθούν σε ιδιωτικό λογιστικό γραφείο. Κατ' αρχήν θα αναλάβει να κάνει έναρξη της ατομικής επιχείρησης και στη συνέχεια θα αναλάβει την τήρηση των βιβλίων της. Επίσης θα ενημερώνει τον Διευθυντή για τρέχοντα ζητήματα σχετικά με τη φορολόγηση της επιχείρησης.

Η ηλεκτρονική οργάνωση της επιχείρησης και η δημιουργία και συντήρηση της ιστοσελίδας της θα ανατεθεί σε ιδιώτη. Θα αναλάβει να στήσει το δίκτυο της επιχείρησης και να οργανώσει τη διαχείρισή του. Επίσης θα δημιουργήσει την ιστοσελίδα κα τη βάση δεδομένων που θα τρέχει πίσω από αυτή. Μελλοντικά θα αναλάβει να δημιουργήσει την κατάλληλη εφαρμογή για κινητά νέας γενιάς έτσι ώστε να μπορεί ο καθένας να παραγγείλει μέσα από το κινητό του.

Τελευταίους θα αναφέρουμε τους κύριους συνεργάτες μας που είναι οι προμηθευτές. Στόχος μας είναι να αποκτήσουμε όσο το δυνατό περισσότερους προμηθευτές έτσι ώστε να δώσουμε τη δυνατότητα στους πελάτες μας να επιλέξουν τα προϊόντα που χρειάζονται μέσα από μία μεγάλη βάση. Με τον τρόπο αυτό θα μπορέσουμε να προσελκύσουμε περισσότερους καταναλωτές.

Οι προμηθευτές μας θα πρέπει να μας εγγυώνται την έγκυρη παράδοση των προϊόντων που θα τους παραγγείλουμε. Επίσης θα δεσμεύονται για τη διαθεσιμότητα των προϊόντων που θα υπάρχουν στην ιστοσελίδα μας. Σε περίπτωση έλλειψης κάποιων προϊόντων θα ενημερωνόμαστε έγκαιρα ώστε να ανεβάσουμε την κατάλληλη επισήμανση στην ιστοσελίδα. Θα ακολουθήσουμε την πολιτική εξόφλησής τους κάθε εβδομάδα. Θα πληρώνονται με μετρητά, για το σύνολο των

παραγγελθέντων προϊόντων που μας παρείχαν, αφού πρώτα έχει παρακρατηθεί το ποσοστό που θα έχει προσυμφωνηθεί.

Η επιλογή δοκιμασμένων συνεργατών που έχουν αποδείξει τις ικανότητές τους και έχουν αξιόλογη παρουσία στο ενεργητικό τους μπορεί να εκτοξεύσει την αποδοτικότητα της επιχείρησης ή του οργανισμού. Μέσα σε ένα πλαίσιο ασφάλειας και εμπιστοσύνης, το βάρος των διαδικαστικών λειτουργιών εξαφανίζεται, τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των επιχειρήσεων και του συνόλου της αγοράς αυξάνονται και τα οφέλη μεταφέρονται, τελικά, στους καταναλωτές

7.2 Αμοιβές Προσωπικού

Το Προσωπικό παραλαβής - παράδοσης παραγγελιών θα απαρτίζεται από τρεις υπαλλήλους των οποίων ο μηνιαίος μισθός για κάθε ένα από αυτούς θα ανέρχεται σε 550€ (περίπου 10% πάνω από το βασικό μισθό).

Υπολογισμός Καθαρού Μηνιαίου Μισθού και Κρατήσεων

Υπαλλήλου

Μηνιαίος Μισθός	Ετήσιος Μισθός	Ετήσια Παρακράτηση ΙΚΑ	Καθαρό Εισόδημα	Μηνιαία Παρακράτηση ΙΚΑ	Μηνιαία Καθαρά	Εισφορές Εργοδότη
550€	7700€	1270,5€	6429,5€	90,75€	459,25€	2199,12

Το συνολικό κόστος για τη συγκεκριμένη θέση εργασίας ανέρχεται σε $7700 + 2199,12 = 9899,12$ ευρώ

Ένας υπάλληλος γραφείου πλήρους απασχόλησης ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για τις παραγγελίες. Ο μηνιαίος μισθός για τη θέση αυτή θα είναι 650€. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει για τη θέση αυτή θα προσληφθεί και ένας υπάλληλος μερικής (4ωρης) απασχόλησης.

Υπολογισμός Καθαρού Μηνιαίου Μισθού και Κρατήσεων

Υπαλλήλου

Μηνιαίος Μισθός	Ετήσιος Μισθός	Ετήσια Παρακράτηση ΙΚΑ	Καθαρό Εισόδημα	Μηνιαία Παρακράτηση ΙΚΑ	Μηνιαία Καθαρά	Εισφορές Εργοδότη
650€	9100€	1501,5€	7598,5€	107,25€	542,75€	2598,96

Το συνολικό κόστος για τη συγκεκριμένη θέση εργασίας ανέρχεται σε **9100 + 2598,96 = 11698,96 ευρώ**

Τέλος, θα χρειαστεί ένας υπάλληλος ο οποίος θα αναλάβει την επικοινωνία με τους προμηθευτές καθώς επίσης και τις δημόσιες σχέσεις της επιχείρησης. Σε πρώτο στάδιο έχει αποφασιστεί τη θέση αυτή να την καλύψει ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης και ως εκ τούτου δεν θα υπάρχει πρόβλεψη για το μισθό του στο παρόν Επιχειρησιακό Σχέδιο.

Όσον αφορά τα λογιστικά της επιχείρησης θα ανατεθούν σε ιδιώτη λογιστή. Το μηνιαίο κόστος ανέρχεται σε **50€**.

Θα υπάρχει εξωτερικός συνεργάτης ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για τη συντήρηση και τη σωστή λειτουργία του δικτύου Η/Υ των γραφείων της επιχείρησης καθώς επίσης και για τη λειτουργία της ιστοσελίδας. Το όλο σύστημα θα στηριχτεί σε μία βάση δεδομένων που θα επιφορτιστεί με το βάρος της συλλογής, ανάλυσης και παρουσίασης των παραγγελιών των πελατών μας. Το μηνιαίο κόστος ανέρχεται σε **100€**.

Θα καθιερωθούν επιπλέον παροχές στο προσωπικό που θα σχετίζονται με την επίτευξη στόχων. Σε περίπτωση αύξησης των πωλήσεων σε σύγκριση με την περσινή χρονιά οι υπάλληλοι θα δικαιούνται επιπλέον μπόνους.

Στόχος Αύξησης πωλήσεων (%)	Μπόνους
20-30	20% Μισθού
30-50	40% Μισθού
50-75	70% Μισθού
75-	100% Μισθού

Επίσης για τη θέση του υπαλλήλου επικοινωνίας με τους προμηθευτές θα καθοριστεί ένα ποσοστό κέρδους επί των πωλήσεων της τάξης του 0.5%.

Θα δίνετε η δυνατότητα ευέλικτου ωραρίου στους υπαλλήλους μετά από συνεννόηση με το Διευθυντή και Ιδιοκτήτη της επιχείρησης. Σε περιόδους που δεν υπάρχει μεγάλος φόρτος εργασίας θα υπάρχει η δυνατότητα τροποποίησης του ημερήσιου ωραρίου των υπαλλήλων.

8. Σχέδιο Οικονομικής Διαχείρισης

8.1 Προϋπολογισμός έναρξης

Επενδύσεις	Ποσά
Άδεια λειτουργίας & Νομικά έξοδα	5000
Κόστος Προσωπικού	2717
Εξοπλισμός γραφείων	4000
Ηλεκτρονικός εξοπλισμός & Προγράμματα Η/Υ	3000
Υλικά συσκευασίας, εφόδια, είδη γραφείου κλπ.	1000
Φωτεινές Επιγραφές	2000
Ασφάλιση	500
Διαφημιστικά έξοδα & Opening Event	6000
Μηχανοκίνητος Εξοπλισμός	1500
Συνεργεία Διαμόρφωσης γραφείων	2500
Πάγια ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΔΕΥΑΚ	2000
ΣΥΝΟΛΟ	30217

Για να ξεκινήσει μια επιχείρηση τη λειτουργία της χρειάζεται να διαθέσει ένα κεφάλαιο το οποίο θα διατεθεί σε διάφορες επενδύσεις που είναι απαραίτητες να πραγματοποιηθούν πριν από την έναρξή της. Για τη dailymarket δημιουργήθηκε ο προϋπολογισμός έναρξης που φαίνεται στον παραπάνω πίνακα και αναλύεται στη συνέχεια.

Οι εγγυήσεις που χρειάζεται να δώσουμε στις εταιρείες (κρατικές ή ιδιωτικές) παροχής ρεύματος, τηλεφωνίας, δικτύου και νερού ανέρχονται στις 2000€.

Επειδή η επιχείρηση θα χρειαστεί να ασφαλιστεί κατά τη διάρκεια της δημιουργίας της και πριν ξεκινήσουμε να προσφέρουμε τις υπηρεσίες μας, προϋπολογίστηκε ένα ποσό των 500€ για ασφάλιση την περίοδο πριν από το άνοιγμα.

Το συνεργείο που θα αναλάβει να διαμορφώσει τους χώρους της επιχείρησης θα κοστίζει 2500€. Το κόστος αυτό περιλαμβάνει τα υλικά και τα μεροκάματα των μαστόρων.

Η διαμόρφωση θα περιλαμβάνει διαχωρισμό της ενιαίας επιφάνειας της επιχείρησης και δημιουργία των απαραίτητων χώρων - γραφείων. Θα χρησιμοποιηθούν υλικά εύκολα διαμορφώσιμα όπως γυψοσανίδες, και φύλλα πεπεσμένου χαρτιού.

Τα νομικά έξοδα για το ξεκίνημα της επιχείρησης καθώς επίσης και η άδεια λειτουργίας προϋπολογίζεται να κοστίζει περίπου 5000€. Το δικηγορικό γραφείο που θα αναλάβει να διεκπεραιώσει όλες τις απαραίτητες ενέργειες ώστε η dailymarket να αποκτήσει τα απαραίτητα έγγραφα λειτουργίας, σε συνεργασία με το λογιστικό γραφείο που συνεργαζόμαστε θα φροντίσει για την έκδοση της άδειας λειτουργίας.

Ο μηχανοκίνητος εξοπλισμός ουσιαστικά περιλαμβάνει τα μηχανάκια που θα χρησιμοποιήσουμε για τη συλλογή και διανομή των αγαθών. Έχει υπολογιστεί ότι το κόστος αγοράς τους είναι 3300€ από τα οποία τα 1500€ θα δοθούν κατά την αγορά τους ως προκαταβολή και τα υπόλοιπα σε ετήσιες δόσεις.

Ο ηλεκτρονικός εξοπλισμός ο οποίος περιλαμβάνει την αγορά Ηλεκτρονικών Υπολογιστών, τη δημιουργία και εγκατάσταση του δικτύου μας καθώς επίσης και τη δημιουργία του πληροφοριακού συστήματος συμπεριλαμβανομένου και της ιστοσελίδας μας θα κοστίζει 6000€. Τα 3000€ θα δοθούν ως προκαταβολή και τα υπόλοιπα θα εξοφληθούν σε ισόποσες ετήσιες δόσεις.

Ο εξοπλισμός των γραφείων θα στοιχήσει 8500€ και εκτός από τα γραφεία, καρέκλες, πίνακες κλπ. Περιλαμβάνει και την αγορά ενός επαγγελματικού ψυγείου για τη φύλαξη των ευαίσθητων προϊόντων μέχρι να τα παραλάβει ο πελάτης. Τα 4000€ θα δοθούν κατά την παράδοση των συσκευών και τα υπόλοιπα σε 3 ετήσιες δόσεις.

Τα υλικά συσκευασίας, είδη γραφείου, εφόδια για την αρχική λειτουργία της επιχείρησης και οποιαδήποτε άλλα αρχικά έξοδα εκτιμήθηκε ότι θα κοστίσουν 1000€.

Τα Διαφημιστικά έξοδα & το Opening Event θα κοστίσει 6000€. Μια από τις αποφάσεις που κληθήκαμε να πάρουμε ήταν αν θα πρέπει η διαφημιστική δαπάνη στα πρώτα βήματά μας να είναι μεγάλη. Αποφασίσαμε ότι θα είναι προς όφελος της επιχείρησης η προώθηση σε όσο το δυνατό μεγαλύτερη κλίμακα, μέσω του ηλεκτρονικού και έντυπου τύπου. Πιστεύουμε ότι λόγο έλλειψης ανταγωνισμού στα πρώτα βήματά μας το άμεσο όφελος μας από μία τέτοια κίνηση θα είναι μεγάλο. Η διαφήμιση θα ξεκινήσει περίπου ένα μήνα πριν τη ν έναρξη λειτουργίας μας και θα ολοκληρωθεί ένα μήνα μετά από αυτή. Στους 2 αυτούς μήνες θα προωθήσουμε την ιδέα μας και θα προσπαθήσουμε να μεγαλώσουμε το πελατολόγιό μας με γεωμετρική πρόοδο.

Το κόστος του προσωπικού πριν την έναρξη της λειτουργίας μας είναι της τάξης των 2717€ και συμπεριλαμβάνει τους μισθούς των υπαλλήλων μας κατά την προετοιμασία της επιχείρησης και την περίοδο της εκπαίδευσής τους.

Το αρχικό κεφάλαιο που θα απαιτηθεί σύμφωνα με την παραπάνω ανάλυση είναι 30217€. Τα χρήματα αυτά προέρχονται από ίδια κεφάλαια και συγκεκριμένα από τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης.

8.2 Προϋπολογισμός λειτουργίας

Στοιχεία Κόστους	1 ^ο Έτος	2 ^ο Έτος	3 ^ο Έτος
Αμοιβές Υπαλλήλων	50845	51790	52755
Καύσιμα	6000	6600	7200
Λειτουργικά Έξοδα	12000	14000	16000
Απόσβεση Ηλεκτρονικός εξοπλισμός & Προγράμματα Η/Υ	1000	1000	1000
Συντήρηση Δικτύου και Ιστοσελίδας	1200	1200	1200
Απόσβεση εξοπλισμού γραφείων	1300	1500	1700
Ασφάλιση	2500	2500	2500
Διαφημιστικά έξοδα	5000	6000	7000
Απόσβεση Μηχανοκίνητου Εξοπλισμού	500	600	700
Συντήρηση Μηχανοκίνητου Εξοπλισμού & φόροι-ασφάλειες	1200	1200	1200
Συνεργείο καθαριότητας	8400	8400	8400
Λογαριασμοί ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΔΕΥΑΚ	18000	18000	18000
Δημόσιες Σχέσεις	3000	3000	3000
Σύνολα	108150	114845	119710

Ο προϋπολογισμός λειτουργίας μιας επιχείρησης περιλαμβάνει όλα τα στοιχεία κόστους που θα υπάρχουν σε αυτή. Σκοπός της καταγραφής αυτής είναι να προϋπολογιστεί με ακρίβεια το ετήσιο κόστος λειτουργίας. Έχοντας ως βάση αυτήν την καταγραφή και συγκρίνοντας με τα προϋπολογιζόμενα έσοδα από πωλήσεις που θα έχουμε μπορούμε να βγάλουμε ασφαλή συμπεράσματα για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Το μεγαλύτερο κόστος της dailymarket θα είναι οι αμοιβές των υπαλλήλων. Για την πρώτη χρονιά λειτουργίας έχει υπολογιστεί ότι για την ετήσια μισθοδοσία θα χρειαστούμε 47245€. Στα χρήματα αυτά υπάρχει πρόβλεψη για ανάγκες έκτακτου προσωπικού (π.χ. τις μέρες των εορτών) 300€ το μήνα.

Για τα επόμενα έτη έχει προβλεφθεί μία αύξηση στις αποδοχές του προσωπικού της τάξης του 2%.

Για την κάλυψη των λογαριασμών των εταιρειών παροχής ρεύματος, τηλεφωνίας, internet κλπ. θα χρειαστούμε ένα ποσό της τάξης των 18000€ ετησίως.

Τα λειτουργικά έξοδα της εταιρείας περιλαμβάνουν όλα τα είδη που θα χρησιμοποιηθούν κατά τη διάρκεια του έτους από την επιχείρηση. Από τη γραφική ύλη και τα μελάνια εκτυπωτών μέχρι τα είδη καθαριότητας. Το ετήσιο κόστος αναμένεται να φτάσει τα 12000€.

Τα κόστος καυσίμων για τα μηχανάκια θα φτάσει τα 6000€.

Έχει συμφωνηθεί για τη συντήρηση του Δικτύου και της ιστοσελίδας να καταβάλουμε 100€ μηνιαίως ενώ το ίδιο ποσό θα χρειαστούμε για τη συντήρηση και τους φόρους με την ασφάλισή του μηχανοκίνητου εξοπλισμού.

Το συνεργείο καθαριότητας έχει κοστολογηθεί με 700€ το μήνα και για τις Δημόσιες Σχέσεις θα προβλεφθεί κονδύλι της τάξης των 3000€ σε ετήσια βάση.

Τα διαφημιστικά έξοδα μας θα είναι περίπου 5000€ και θα καλύπτουν όπως ήδη έχουμε αναφέρει ένα μεγάλο φάσμα της τοπικής κοινωνίας.

Τέλος για την απόσβεση όλων των αγορών που θα πραγματοποιήσουμε πριν την έναρξη της επιχείρησης όπως τα μηχανάκια, οι Η/Υ κλπ. θα χρειαστεί να δίνουμε κάθε χρόνο ένα ποσό περίπου 3000€.

8.3 Προϋπολογισμός ταμειακής ροής (cash flow)

Ταμειακή Ροή είναι η κίνηση του χρήματος από και προς την εταιρεία. Αυτός ο κύκλος των μετρητών (εισροές / εισπράξεις και εκροές / πληρωμές) είναι που καθορίζει και την οικονομική ευρωστία κάθε επιχείρησης.

Ο ταμειακός προϋπολογισμός ή πρόγραμμα ταμειακής κινήσεως περιλαμβάνει με κάθε λεπτομέρεια τις κάθε είδους εισπράξεις (ταμειακές εισροές) και τις κάθε είδους πληρωμές (ταμειακές εκροές) που πρόκειται να πραγματοποιηθούν μέσα στην προϋπολογιστική περίοδο.

Ανάλυση εισροών/εκροών είναι η μελέτη των ταμιακών εισροών και εκροών μιας επιχείρησης με απώτερο σκοπό τη διατήρηση επαρκούς ρευστότητας για τη λειτουργία της. Η επιχείρηση μπορεί να αποφύγει προβλήματα ρευστότητας και να βελτιώσει της ταμειακή της κατάσταση πραγματοποιώντας ανάλυση σε συγκεκριμένους λογαριασμούς όπως οι εισπρακτέοι και οι πληρωτέοι λογαριασμοί ή το ύψος των αποθεμάτων.

Οι ταμειακές ροές της επιχείρησης μας για το 1^ο έτος δραστηριοποίησής της εμφανίζονται στον επόμενο πίνακα.

Ταμειακή Ροή dailymarket

	1ος	2ος	3ος	4ος	5ος	6ος	7ος	8ος	9ος	10ος	11ος	12ος
Έσοδα												
Συμμετοχή Προμηθευτών στο πρόγραμμα	1000	1200	1400	1600	1800	2000	2000	2000	2100	2100	2200	2200
Προμήθειες πωληθέντων προϊόντων	5000	6000	7000	8000	9000	10000	10000	11000	11000	11000	12000	12000
Σύνολα Εσόδων	6000	7200	8400	9600	10800	12000	12000	13000	13100	13100	14200	14200
Έξοδα												
Αμοιβές υπαλλήλων	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1	4237,1
Καύσιμα	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Λειτουργικά Έξοδα	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Συντήρηση Δικτύου και Ιστοσελίδας	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Συντήρηση Μηχανοκίνητου Εξοπλισμού & φόροι-ασφάλειες	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Διαφημιστικά έξοδα	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417
Συνεργείο καθαριότητας	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Λογαριασμοί ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΔΕΥΑΚ	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
Δημόσιες Σχέσεις	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Ασφάλιση	208,5	208,5	208,5	208,5	208,5	208,5	208,5	208,5	208,5	208,5	208,5	208,5
Σύνολα Εξόδων	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6	9012,6
Καθαρή Ταμειακή Ροή	-3012,6	-1812,6	-612,6	587,4	1787,4	2987,4	2987,4	3987,4	4087,4	4087,4	5187,4	5187,4

A. Η συμμετοχή των προμηθευτών στο πρόγραμμα κοστολογήθηκε με 50€ μηνιαίως. Πρόκειται ουσιαστικά για τη συνεισφορά των προμηθευτών στη λειτουργία και συντήρηση του πληροφοριακού συστήματος ενώ παράλληλα καλύπτεται και το κόστος διαφήμισης της επιχείρησης από την οποία (διαφήμιση) έχουν και έμμεσο όφελος οι ίδιοι οι προμηθευτές.

B. Η εκτίμηση για την προμήθεια από τα πωληθέντα προϊόντα στηρίχτηκε στην υπόθεση ότι στο ξεκίνημα της επιχείρησης οι πελάτες μας θα είναι περίπου 200 νοικοκυριά τα οποία μέχρι το τέλος του χρόνου θα έχουν αυξηθεί στα 480 - 500. Ο αρχικός στόχος των 200 νοικοκυριών είναι ένα εφικτό νούμερο δεδομένου ότι σε μια μικρή έρευνα που πραγματοποιήσαμε στο συγγενικό και φιλικό περιβάλλον μας έχουμε ήδη εξασφαλίσει τα 100 αυτά νοικοκυριά ως πελάτες της επιχείρησης. Ο τελικός στόχος των 500 περίπου νοικοκυριών θα προέλθει μέσα από την άμεση ή έμμεση διαφήμιση των υπηρεσιών μας.

Γ. Στηριζόμενοι στα στοιχεία που συλλέξαμε από την παραπάνω αναφερθείσα έρευνα έχουμε υποθέσει ότι ένα τυπικό νοικοκυριό καταναλώνει καθημερινά περίπου 2 lt γάλα, 1 Kg ψωμί, λαχανικά, φρούτα, snack και 3-4 φορές την εβδομάδα κρέας και ψάρι. Κοστολογήσαμε ότι χρειάζεται κατά μέσο όρο 10-12 ευρώ ημερησίως. Ο πίνακας των ταμειακών ροών συντάχθηκε λαμβάνοντας υπόψη το χειρότερο σενάριο δηλαδή ότι το κάθε νοικοκυριό θα αγοράζει κατά μέσο όρο αγαθά αξίας 10€ την ημέρα.

8.4 Ανάλυση Νεκρού Σημείου

Το σημείο εξίσωσης συνολικών εσόδων και συνολικού κόστους ονομάζεται νεκρό σημείο (break even point). Το νεκρό σημείο λοιπόν αντιστοιχεί στην ποσότητα πωλήσεων για την οποία η επιχείρηση δεν θα έχει κέρδη ούτε ζημιές.

Η ανάλυση του νεκρού σημείου αποτελεί μια καλή ένδειξη του κινδύνου που έχει η επιχείρηση από τη δραστηριότητά της. Όσο μεγαλύτερο είναι το ύψος των πωλήσεων που απαιτείται για την κάλυψη του συνολικού κόστους σε σχέση με τις δυνατότητες επίτευξής τους, τόσο μεγαλύτερος ο κίνδυνος που έχει η επιχείρηση. Η συγκεκριμένη ανάλυση δίνει επίσης μια εικόνα της επίπτωσης που θα έχει η μετατροπή ενός μέρους του κόστους από μεταβλητό σε σταθερό.

Νεκρό σημείο ισορροπίας ονομάζουμε το αναγκαίο ελάχιστο ύψος εσόδων το οποίο επιτρέπει στην επιχείρηση να καλύπτει τα έξοδά της, τις αποσβέσεις, την εξυπηρέτηση των δανείων της.

Όσο μεγαλύτερο το ύψος των πωλήσεων που απαιτείται για την κάλυψη του συνολικού κόστους τόσο μεγαλύτερο κίνδυνο διατρέχει η επιχείρηση από την επένδυση.

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες το νεκρό σημείο, υπολογίζεται για συγκεκριμένες χρονικές στιγμές, αφού πρώτα καθοριστεί η χρονολογία που μια επιχείρηση αυτού του τύπου, υπερκαλύπτει τα σταθερά της έξοδα με τα έσοδα των εργασιών της. Ειδικά στις επιχειρήσεις του τύπου, το νεκρό σημείο μας βοηθά στην εξέταση της συνολικής αποδοτικότητας της επιχείρησης, αλλά και της επί μέρους και ανά τμήμα αποδοτικότητα της.

Ο μαθηματικός τύπος που περιγράφει το Νεκρό Σημείο είναι ο ακόλουθος.

$$\text{Νεκρό Σημείο} = 365 * \text{Συνολικά Έξοδα} / \text{Έσοδα}$$

Εφαρμόζοντας τον τύπο αυτό στην dailymarket μπορούμε να δούμε ότι το νεκρό σημείο υπολογίζεται:

Νεκρό Σημείο = 365 * 108151,2/193600 = 204 ημέρες

Οπότε χρειάζεται περίπου 204 ημέρες εργασίας για να πετύχουμε το νεκρό σημείο. Να σημειώσουμε ότι αυτή η ανάλυση είναι για τον πρώτο χρόνο της δραστηριότητάς μας. Επίσης δεν έχει προβλεφθεί η απόσβεση της αρχικής επένδυσης 30217€ που θα καταβληθεί από τον ιδιοκτήτη.

9. Συμπληρωματικά στοιχεία

Το επιχειρηματικό σχέδιο επιπρόσθετα πρέπει να περιέχει και τις παρακάτω πληροφορίες για να είναι ολοκληρωμένο.

- Αντίγραφα φορολογικής δήλωσης των κυρίων μετόχων για τα τελευταία τρία έτη
- Στοιχεία προσωπικής και οικογενειακής κατάστασης (ένα είδος προσωπικού ισολογισμού)
- Για περιπτώσεις franchising, αντίγραφο σχεδίου Σύμβασης Δικαιόχρησης και άλλου πληροφοριακού υλικού που παρέχει ο Δικαιοπάροχος
- Αντίγραφο του (υπό διαπραγμάτευση συνήθως) μισθωτηρίου συμβολαίου ή συμβολαίου αγοράς για επαγγελματική στέγη
- Αντίγραφα αδειών (πολεοδομίας κ.λπ.) και άλλα νόμιμα έγγραφα σχετικά με την υπό σύσταση ή εν λειτουργία επιχείρηση
- Βιογραφικά σημειώματα των κυρίων μετόχων
- Μνημόνια προτεινόμενης συνεργασίας με προμηθευτές ή μεγάλους πελάτες
- Άλλα δικαιολογητικά

10. Συμπεράσματα

Η dailymarket είναι μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών για όλα τα νοικοκυριά της ευρύτερης περιοχής της Κορίνθου. Κύρια δραστηριότητά της είναι η συλλογή, συσκευασία και προώθηση προϊόντων καθημερινής χρήσης στον τελικό καταναλωτή.

Ουσιαστικά πρόκειται για μία επιχείρηση η οποία θα αναλάβει να πραγματοποιεί τα καθημερινά ψώνια των νοικοκυριών και να παραδίδει σε προκαθορισμένο χρόνο και τόπο τα προϊόντα στους καταναλωτές.

Η παραγγελία των αγαθών θα γίνεται μέσα από μια ηλεκτρονική πλατφόρμα ειδικά διαμορφωμένη για να μπορεί να τη χρησιμοποιεί οποιοσδήποτε. Οι χρήστες των υπηρεσιών μας θα έχουν 24ωρη δυνατότητα παραγγελίας μέσα από την προαναφερθείσα πλατφόρμα. Επίσης θα υπάρχει η δυνατότητα τηλεφωνικής παραγγελίας καθώς επίσης και χρήσης application για κινητά τηλέφωνα νέας γενιάς.

Οι παραγγελίες θα ομαδοποιούνται και θα προωθούνται στους συνεργαζόμενους προμηθευτές μας. Τα προϊόντα θα παραλαμβάνονται από τους υπάλληλους της επιχείρησής μας και αφού πακεταριστούν κατάλληλα θα παραδίδονται στους πελάτες σύμφωνα με το προκαθορισμένο πρόγραμμα παράδοσης.

Τα έσοδα της επιχείρησης θα προέρχονται από τους προμηθευτές μας. Οι πελάτες μας δε θα έχουν καμία επιπλέον χρέωση για τη χρήση των υπηρεσιών μας. Η τιμή διάθεσης των προϊόντων θα είναι ίδια με των προμηθευτών μας.

Για να μπορεί ένας προμηθευτής να συνεργαστεί με τη dailymarket θα πρέπει να καταβάλει ένα μηνιαίο ενοίκιο, το οποίο στην αρχή θα είναι 50€. Το ποσό αυτό αποτελεί μία από τις δύο πηγές εσόδων της επιχείρησης. Η δεύτερη πηγή εσόδων θα είναι η προμήθεια επί των παραγγελιών που θα έχει προαποφασιστεί να παρακρατείτε από κάθε προμηθευτή μας.

Στην αρχή θα προσφερθούν τα εξής αγαθά: Είδη αρτοποιίας, παντοπωλείου, ιχθυοπωλείου, κρεοπωλείου και μαναβικής.

Μελλοντικά και ανάλογα με την αποδοχή του εγχειρήματος από τους καταναλωτές θα μπορέσουμε να προσφέρουμε μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων.

Ο ανταγωνισμός στα πρώτα βήματα της επιχείρησης δεν αναμένεται μεγάλος. Τα καταστήματα της περιοχής προσφέρουν περιορισμένη δυνατότητα παράδοσης στο σπίτι. Ελάχιστες είναι οι περιπτώσεις που οι καταναλωτές μπορούν να αποκτήσουν κάποιο αγαθό χωρίς να χρειάζεται να σπαταλήσουν χρόνο. Ακόμα όμως και αν προσφέρεται η προαναφερόμενη υπηρεσία, αυτό πραγματοποιείται μετά από προφορική συμφωνία και για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, όχι μικρότερο του ενός μήνα.

Τα μεγάλα καταστήματα (Super Markets) δεν προσφέρουν πλέον τη συγκεκριμένη υπηρεσία. Σε περίπτωση που στο μέλλον θελήσουν να προσφέρουν στους πελάτες τους μια αντίστοιχη υπηρεσία θα μπορούν να προσφέρουν στους καταναλωτές τα προϊόντα που εμπορεύονται στο κατάστημά τους. Η διαφοροποίησή μας απέναντί τους είναι ότι εμείς προσφέρουμε τα προϊόντα από τους προμηθευτές που ήδη είναι πελάτες τους οι χρήστες των υπηρεσιών μας.

Το κεφάλαιο που είναι απαραίτητο για να ξεκινήσει η λειτουργία της επιχείρησης θα προέρθει από τον ιδιοκτήτη. Επίσης ένα μέρος του κεφαλαίου θα επιδοτηθεί από προγράμματα του ΟΑΕΔ τα οποία απευθύνονται σε νέους που θέλουν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση, καθώς επίσης και σε προγράμματα που αφορούν την απασχόληση ανέργων.

Ο προϋπολογισμός έναρξης της επιχείρησης είναι περίπου 30000 € και η ετήσια λειτουργία της θα απαιτήσει 110000 – 115000 €.

Η καθαρή ταμειακή ροή αναμένεται να γυρίσει σε θετικό έδαφος μετά τον 4^ο μήνα λειτουργίας μας. Αναμένεται να ξεκινήσουμε με ένα πελατολόγιο περίπου 200 νοικοκυριών τα οποία μέχρι το τέλος του 1^{ου} έτους υπολογίζεται να πλησιάζουν τα 500.

Σύμφωνα με την ανάλυση νεκρού σημείου θα χρειαστεί 204 μέρες για να το πετύχουμε.

Η επιχείρηση μας αναμένεται να αναπτυχθεί την πρώτη τριετία και στη συνέχεια θα αναζητήσει καινούργιες αγορές στους όμορους νομούς

και στην ευρύτερη περιοχή της Πελοποννήσου. Σε περίπτωση σταθεροποίησης του οικονομικού περιβάλλοντος στη χώρα μας και σταδιακής ανάπτυξης της οικονομίας, θα εξασφαλίσουμε τα απαραίτητα κεφάλαια για να αναπτύξουμε και νέες συνεργασίες.

Η βιωσιμότητα της επιχείρησής μας θα κριθεί σε μεγάλο βαθμό από το εξωτερικό περιβάλλον και από τη δυνατότητα που θα έχουν τα νοικοκυριά να καταναλώνουν με τους ίδιους ρυθμούς με σήμερα.

Τέλος, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι μεγάλη βαρύτητα θα δοθεί στην προώθηση της ιδέας στην τοπική κοινωνία μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα και από τα τοπικά μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Βιβλιογραφία

- «Χρηματοοικονομική Ανάλυση & Διοίκηση Παραγωγής» – Γεώργιος Μ. Κορρές, Στυλιανός Κ. Δρακόπουλος
- «Το Επιχειρησιακό Σχέδιο ... και πώς να το καταρτίσετε» ηλεκτρονική έκδοση e-book - Νίκος Κουρκουμέλης, Βασίλης Πατσιλάρας (2006)
- «Οδηγός δημιουργίας Επιχειρηματικού Σχεδίου Specisoft»
http://www.ergen.gr/files/Arthro_odhgos_Business_Plan.pdf
- «Ανάλυση Νεκρού Σημείου wikipedia»

http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%85%CF%83%CE%B7_%CE%BD%CE%B5%CE%BA%CF%81%CE%BF%CF%8D_%CF%83%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CF%85

- «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία» Πανεπιστήμιο Στερεάς Ελλάδας 21/5/12 Δρ. Δημήτρης Ιεραπετρίτης

<http://mke.ucg.gr/wp-content/uploads/2012/03/11.-%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC-%CE%A3%CF%87%CE%AD%CE%B4%CE%B9%CE%B1-%CE%99%CE%99-%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%8B%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82.pdf>

- «Business in a Box»

<http://www.business-in-a-box.com/?a=business-in-a-box&s=google&c=world&gclid=CLm3mcrcs07wCFVKWtAodXn4Asw>