



Πανεπιστήμιο Πειραιώς
Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων
Executive MBA

Οικονομοτεχνική Ανάλυση Και Αξιολόγηση Ίδρυσης Boutique Pet Shop

Εκπόνηση: Τερζάκη Χριστίνα

Επιβλέπων Καθηγητής: Δημήτριος Γεωργακέλλος

Πειραιάς, Νοέμβριος 2019

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής εργασίας)

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη : E-MBA» με τίτλο

Οικονομοτεχνική Ανάλυση και Αξιολόγηση
Υδραυλικών Βαλβίδων Ρετ Σκ.ρ

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....*[Signature]*

Όνοματεπώνυμο.....*Τεργιάνη Γρισσιώνα*

Ημερομηνία.....*28/11/2019*

Η Παρούσα Εργασία Έγινε Για Εκπαιδευτικούς Σκοπούς Και Ορισμένα
Από Τα Στοιχεία Που Περιέχει Ενδέχεται Να Μην Είναι Απολύτως
Ακριβή

Περιεχόμενα

1. ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΠΡΟΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	8
2. ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	11
2.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	11
2.2 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	14
2.3 ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΙΔΡΥΤΕΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	15
2.4 ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	15
2.5 ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΠΟΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΠΡΟΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ	16
3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	17
3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ.....	17
3.1.1 ΠΡΟΪΟΝΤΑ	18
3.1.2 ΠΕΛΑΤΕΣ.....	19
3.1.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ.....	19
3.1.4 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ.....	20
3.1.5 ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ	20
3.1.6 ΔΙΑΝΟΜΗ.....	20
3.2 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	21
3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	21
3.3.1 ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ	22
3.3.2 ΖΗΤΗΣΗ.....	23
3.3.3 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	24
3.3.4 ΠΡΟΣΦΟΡΑ	24
3.3.5 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	25
3.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	27
3.4.1 ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ)	27
3.4.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	29
3.4.3 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ (ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΙ) ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	30
3.4.4 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	31
3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	32
3.6 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	33
3.6.1. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ.....	33
3.6.2 ΟΡΑΜΑ	33
3.6.3 ΑΠΟΣΤΟΛΗ	34
3.6.4 ΣΤΟΧΟΙ.....	34
3.6.5 ΣΚΟΠΟΙ	34
3.6.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	35
3.6.7 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	35
3.7 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	35
3.7.1 ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ	36
3.7.3 ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ.....	37
3.8 ΤΑΚΤΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	38
3.8.1 ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	38
3.8.2 Η ΤΙΜΗ ΚΑΙ Η ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	41
3.8.3 ΠΡΩΘΗΣΗ.....	43

3.8.4 ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΥΛΟΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ	44
3.9 ΈΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	45
3.10 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΚΟΣΤΟΣ MARKETING.....	45

4. ΠΡΩΤΕΣ ΎΛΕΣ ΚΑΙ ΆΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ 47

4.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΎΛΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ	47
4.1.1 ΠΡΩΤΕΣ ΎΛΕΣ	47
4.1.2 ΕΦΟΔΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	49
4.2 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΕΙΣΡΩΩΝ.....	51
4.3 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ	54
4.3.1 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΎΛΙΚΩΝ	55
4.3.2 ΠΗΓΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ	55
4.3.3 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΩΤΩΝ ΎΛΩΝ ΚΑΙ ΆΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ	56
4.5 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	59
4.6 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ - ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ	60

5. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ 64

5.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	64
5.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.....	65
5.3 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	66
5.4 ΚΟΣΤΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	69
5.4 ΤΡΟΠΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	71
5.5 ΧΩΡΟΜΕΤΡΙΚΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ	71
5.6 ΈΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ	73

6. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΈΞΟΔΑ 76

6.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	76
6.1.1 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	78
6.1.2 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΔΟΜΗ	79
6.2 ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	80
6.2.1. ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	80
6.2.2. ΠΑΡΑΓΩΓΗ	81
6.2.3. ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	82
6.2.4. ΠΩΛΗΣΕΙΣ	82
6.3 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ.....	83
6.4 ΓΕΝΙΚΑ ΈΞΟΔΑ	83

7. ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ..... 88

7.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ	88
7.1.1. ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΟ ΚΑΙ ΕΠΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	89
7.1.2. ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΙ ΕΡΓΑΤΕΣ.....	89
7.2. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΛΙΤΙΚΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	89
7.2.1. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΠΡΟΤΥΠΑ & ΥΓΙΕΙΝΗ.....	90
7.3. ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΣΕ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	91
7.3.1. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ.....	91
7.3.2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ	93

7.4. ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ	95
7.4.1. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	95
7.4.2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΠΡΟΣΛΗΨΕΩΝ & ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	95
7.6. ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	97

8. ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ 101

8.1 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΧΩΡΟΥΣ	101
8.2 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ	102
8.2.1. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ	103
8.2.2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ	104
8.3 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	105
8.4 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ	106

9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΈΡΓΟΥ..... 107

9.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΈΡΓΟΥ	107
9.2 ΟΜΑΔΑ ΕΠΙΒΛΕΨΗΣ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΈΡΓΟΥ	108
9.3 ΣΤΑΔΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	109
9.4 ΧΡΟΝΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	111
9.5 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	113

10. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΉ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΣ..... 115

10.1 ΣΤΟΧΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	115
10.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	115
10.2.1 ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ.....	116
10.2.2 ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ.....	117
10.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	119
10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	120
10.4.1 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ	120
10.4.2 ΠΙΝΑΚΑΣ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ	121
10.4.3 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	122
10.5 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	123
10.5.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	123
10.5.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΑΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ	124
10.5.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ	124
10.6 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	125

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΊΑ & ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΈΣ ΣΕΛΊΔΕΣ: 126

Περιεχόμενα Πινάκων και Σχεδιαγραμμάτων

Κεφάλαιο 2^ο

Πίνακας Νο. 1 > Περιγραφή Κόστους Διεκπεραίωσης Μελέτης

Κεφάλαιο 3^ο

Σχεδιάγραμμα Νο. 1 > Κατηγορίες Ζωοτροφών

Σχεδιάγραμμα Νο. 2 > Μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter

Πίνακας Νο. 2 > Ενδεικτική Τιμολόγηση Προϊόντων και Υπηρεσιών Επιχείρησης

Πίνακας Νο. 3 > Έσοδα της επιχείρησης από τις Πωλήσεις

Πίνακας Νο. 4 > Συνολικές Πωλήσεις και Συνολικό Κόστος Marketing

Κεφάλαιο 4^ο

Πίνακας Νο. 5 > Πρώτες Ύλες για την Παραγωγή Τροφών

Πίνακας Νο. 6 > Πρώτες Ύλες για τη λειτουργία παροχής υπηρεσιών Grooming

Πίνακας Νο. 7 > Αναγκαίες Ποσότητες Εφοδίων και Άλλων Βοηθητικών Υλικών

Πίνακας Νο. 8 > Κόστος Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων

Πίνακας Νο. 9 > Συνολικό Κόστος Προμηθειών

Κεφάλαιο 5^ο

Πίνακας Νο. 10 > Κόστος Μηχανολογικού Εξοπλισμού

Σχεδιάγραμμα Νο. 3 > Χωροταξικό Σχέδιο Επιχείρησης

Πίνακας Νο. 11 > Κόστος Προετοιμασίας και Ανάπτυξης του Χώρου Εγκατάστασης της Επιχείρησης

Πίνακας Νο. 12 > Κόστος Συντήρησης Επιχείρησης

Κεφάλαιο 6^ο

Σχεδιάγραμμα Νο. 4 > Οργανωσιακά Επίπεδα Επιχείρησης

Σχεδιάγραμμα Νο. 5 > Οργανωσιακή Δομή Επιχείρησης

Πίνακας Νο. 13 > Κόστος Γενικών Εξόδων Επιχείρησης

Πίνακας Νο. 14 > Υπολογισμός Κόστους Γενικών Εξόδων ανά Έτος

Κεφάλαιο 7^ο

Σχεδιάγραμμα Νο. 6 > Απαιτούμενοι Υπάλληλοι ανά Τμήμα της Επιχείρησης

Πίνακας Νο. 15 > Υπολογισμός Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού κατά την Προπαραγωγική Φάση

Πίνακας Νο. 16 > Υπολογισμός Κόστους Μισθοδοσιών Ανθρώπινου Δυναμικού

Πίνακας Νο. 17 > Υπολογισμός Κόστους Παροχών Ανθρώπινου Δυναμικού

Πίνακας Νο. 18 > Υπολογισμός Κόστους Γεωπόνου

Πίνακας Νο. 19 > Υπολογισμός Ετήσιου Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού

Πίνακας Νο. 20 > Υπολογισμός Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού ανά Έτος

Κεφάλαιο 8^ο

Πίνακας Νο. 21 > Συντελεστές Βαρύτητας Κριτηρίων Επιλογής Τοποθεσίας

Πίνακας Νο. 22 > Αξιολόγηση και Βαθμολόγηση εναλλακτικών χώρων

Πίνακας Νο. 23 > Κόστος Ανεύρεσης Χώρου Εγκατάστασης

Κεφάλαιο 9^ο

Πίνακας Νο. 24 > Στάδια Εκτέλεσης του Έργου

Πίνακας Νο. 25 > Διάγραμμα Gantt

Πίνακας Νο. 26 > Εκτίμηση Εκτέλεσης Κόστους Προγράμματος

Κεφάλαιο 10^ο

Πίνακας Νο. 27 > Πάγιο Ενεργητικό Επιχείρησης

Πίνακας Νο. 28 > Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Πίνακας Νο. 29 > Υπολογισμός Συνολικού Κόστους Παραγωγής

Πίνακας Νο. 30 > Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης της Επιχείρησης

Πίνακας Νο. 31 > Πηγές Χρηματοδότησης

Πίνακας Νο. 32 > Ανάλυση Δανείου

Πίνακας Νο. 33 > Κατάσταση Αποϊελεσμάτων Χρήσης

Πίνακας Νο. 34 > Πίνακας Χρηματικών Ροών

Πίνακας Νο. 35 > Ισολογισμός

Πίνακας Νο. 36 > Κατάσταση Ταμειακών Ροών

Πίνακας Νο. 37 > Καθαρά Παρούσα Αξία

Πίνακας Νο. 38 > Καθαρά Παρούσα Αξία Με Εσωτερικούς Συντελεστές Απόδοσης

Κεφάλαιο 1ο

Σύνοψη της Προμελέτης Σκοπιμότητας

Η Παρούσα Προμελέτη Σκοπιμότητας στοχεύει στο να διερευνήσει τη δυνατότητα έναρξης μιας επιχείρησης “Boutique Pet Shop” η οποία θα δραστηριοποιείται στην πώληση προϊόντων και παροχή υπηρεσιών για την κάλυψη όλων των αναγκών μιας κατηγορίας ζώων συντροφιάς, αυτής των σκύλων.

Η επιχείρηση με την ονομασία “Loukoumi-All About Dogs” με ιδιοκτήτριες εξ’ ημισείας τις κ.κ. Παλαιολόγου Ελένη & Παλαιολόγου Μαίρη, θα εδρεύσει στην περιοχή της Γλυφάδας.

Η εκπόνηση της παρούσας προμελέτης σκοπιμότητας ανατέθηκε στην συμβουλευτική εταιρία “ΕΥΖΩΑ Συμβουλευτική Α.Ε”, διήρκησε 2 μήνες και το συνολικό της κόστος ανήλθε στις 4.000€.

Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης θα είναι η παραγωγή, εισαγωγή και εμπορία τροφών και άλλων χρηστικών αντικειμένων για τους σκύλους, ενώ παράλληλη δραστηριότητά της θα είναι η παροχή υπηρεσιών περιποίησης σκύλων, αλλά και μέσω ενός ειδικού προγράμματος, η υιοθέτηση σκύλων που φιλοξενούνται στις κατά τόπους φιλοζωικές εταιρίες.

Η επιχείρηση θα απευθύνεται σε πελάτες λιανικού εμπορίου που στην οικογένειά τους θα υπάρχει τουλάχιστον ένας σκύλος για τον οποίο θα μπορούν να αγοράσουν όλον τον χρηστικό εξοπλισμό για τη μεταφορά, τον ύπνο, το παιχνίδι, τη φαρμακευτική περίθαλψη, την περιποίηση και το φαγητό του.

Όραμα της επιχείρησης είναι, μέσω της παραγωγής και πώλησης υψηλής ποιότητας προϊόντων καθώς και της παροχής υπηρεσιών, να διαμορφώσει τις κατάλληλες συνθήκες ώστε να είναι σε θέση να καλύψει αποτελεσματικά όλες τις ανάγκες ενός σκύλου και κάθε ιδιοκτήτη που θέλει να έχει έναν υγιή κι ευτυχισμένο σκύλο να απευθύνεται πρωτίτως στην επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs”.

Στόχος της επιχείρησης είναι μέσω των σχέσεων που θα έχει δημιουργήσει με τους προμηθευτές και τους συνεργάτες της, που θα την οδηγήσουν στην παραγωγή και πώληση ποιοτικών και καινοτόμων προϊόντων, να αποκτήσει πιστούς και καλούς πελάτες.

Οι επενδυτές της επιχείρησης στοχεύουν σε μια σταδιακή αύξηση της παραγωγικότητας αλλά και των πωλήσεων συνολικά, τέτοιας, που να τους επιτρέψει να δουν τα έσοδα από τις πωλήσεις να φτάνουν στο 1.295.730€ κατά το 5^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, ενώ ο στόχος για το 1^ο έτος λειτουργίας θα είναι το 1.066.000€ με τα αντίστοιχα έξοδα για το Marketing να φτάνουν κοντά στις 53.300€.

Η επιχείρηση η οποία θα έχει ως δραστηριότητες την παραγωγή και εισαγωγή προϊόντων αλλά και την παροχή υπηρεσιών grooming θα χρειάζεται μια μεγάλη ποικιλία πρώτων υλών και άλλων εφοδίων για τη λειτουργία της. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να εφοδιάζεται με τις πρώτες ύλες για την παραγωγή τροφών, τα υλικά συσκευασίας τους, τα υλικά για την παροχή των υπηρεσιών grooming, τα έτοιμα προϊόντα που θα πουλάει, τα ανταλλακτικά και τον εξοπλισμό των εργαζομένων. Θα πρέπει λοιπόν μέσα από την σωστή αξιολόγηση των υποψήφιων προμηθευτών να επιλεγούν αυτοί που θα της εξασφαλίσουν ποιοτικά προϊόντα στις αναγκαίες ποσότητες και στον απαιτούμενο χρόνο έτσι ώστε να καταστεί δυνατό για την επιχείρηση να υλοποιήσει τους στόχους της. Τέλος, στις προμήθειες και τα άλλα εφόδια θα πρέπει να συμπεριλάβουμε και τις ανάγκες της επιχείρησης για υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, έτσι, το συνολικό κόστος των πρώτων υλών και εφοδίων για το 1^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης θα ανέλθει στις 437.234 €.

Για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης είναι σημαντικές τόσο οι πρώτες ύλες, όσο και ο μηχανολογικός εξοπλισμός της, καθώς επίσης και ο κατάλληλος χειρισμός του από τους υπαλλήλους της επιχείρησης. Επιπροσθέτως ο συνδυασμός ενός σωστά οργανωμένου προγράμματος παραγωγής με την ταυτόχρονη αξιοποίηση της κατάλληλης τεχνολογίας είναι αυτά που θα κάνουν την επιχείρηση να διαφοροποιηθεί.

Για τον σκοπό αυτό, οι επενδυτές της επιχείρησης, έχουν προϋπολογίσει τη δαπάνη ενός ποσού κοντά στις 22.600€.

Επιπλέον, για να μετατραπεί ο χώρος εγκατάστασης της επιχείρησης, σ' έναν χώρο που θα ασκούνται όλες οι δραστηριότητές της θα χρειαστεί να γίνουν αρκετές εργασίες υπό την επίβλεψη κατασκευαστικής εταιρίας, καθώς επίσης κάποιες εργασίες συντήρησης θα χρειάζεται να εκτελούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, έτσι τα ποσά που θα διατεθούν γι' αυτό το σκοπό θα είναι κοντά στις 38.000€ και 6.000€ αντίστοιχα.

Για να μπορέσει η επιχείρηση να αξιοποιήσει σωστά τις πρώτες ύλες, τα εφόδια, των εξοπλισμό και την τεχνολογία που θα έχει αποκτήσει, θα πρέπει να καταρτίσει ένα οργανωσιακό πλάνο στο οποίο θα καταδεικνύεται με σαφήνεια η δομή της επιχείρησης, ποιος θα κάνει τι, τον τρόπο και τον χρόνο που όλα αυτά πρέπει να γίνουν, καθώς επίσης και την ιεραρχία ώστε όλοι να ξέρουν σε ποιόν πρέπει να απευθύνονται, ποιος ορίζει τη γραμμή και ποιος λαμβάνει τις αποφάσεις.

Στο ίδιο πλαίσιο της σωστής οργάνωσης της επιχείρησης θα πρέπει να προϋπολογιστούν και τα γενικά έξοδα της εταιρίας μιας και αυτά δεν είναι εύκολο να εντοπιστούν και να ενταχθούν σε κάποια άλλη από τις κατηγορίες εξόδων της επιχείρησης. Έτσι λοιπόν, θα προσθέσουμε στα υπόλοιπα έξοδα της επιχείρησης ένα ποσό κοντά στις 14.300€ έχοντας καλύψει μια κατηγορία εξόδων που δεν είναι αμελητέα και πρέπει να συνυπολογιστεί στα έξοδα της επιχείρησης.

Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες της επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι οι άνθρωποι της. Η αναζήτηση και τελικά η σωστή επιλογή του κατάλληλου υπαλλήλου για την κάθε θέση θα είναι ένα μεγάλο στοίχημα για τις ιδιοκτήτριες αλλά και διευθύντριες της επιχείρησης, μιας που οι ίδιες θα αναλάβουν την όλη διαδικασία. Το συνολικό κόστος της επιχείρησης για τις δαπάνες προσωπικού υπολογίζεται στις 202.260€ για το 1^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, ποσό μέσα στο οποίο συμπεριλαμβάνονται όλες οι νόμιμες εισφορές και οι επιπλέον παροχές της επιχείρησης προς τους υπαλλήλους, αλλά και του μόνιμου συνεργάτη της επιχείρησης, του γεωπόνου.

Η επιλογή και η αναζήτηση του κατάλληλου χώρου για τη στέγαση της επιχείρησης στηρίχτηκε στην επιθυμία των ιδιοκτητριών αυτός ο χώρος να βρίσκεται στην περιοχή των Νοτιών Προαστείων, αλλά και σε μια σειρά από άλλα κριτήρια που τέθηκαν με σκοπό την επίτευξη των επιδιώξεων της επιχείρησης. Με βάση αυτά τα κριτήρια, επιλέχθηκε ένας χώρος στην περιοχή της Γλυφάδας, ενώ τα έξοδα αυτής της διαδικασίας ανήλθαν στις 3.500€.

Η φάση της εκτέλεσης της επένδυσης περιλαμβάνει τη χρονική περίοδο από την στιγμή που ληφθεί η απόφαση για την εφαρμογή του επενδυτικού σχεδίου έως την πρώτη μέρα λειτουργίας της επιχείρησης. Σε αυτό το χρονικό διάστημα θα πρέπει να υλοποιηθούν όλες οι απαιτούμενες προπαρασκευαστικές ενέργειες ώστε η επιχείρηση την πρώτη μέρα της λειτουργίας της να είναι καθ' όλα έτοιμη και προετοιμασμένη. Γι' αυτόν τον σκοπό απαιτείται αναλυτική καταγραφή των ενεργειών και ακριβής προγραμματισμός έτσι ώστε η επιχείρηση να είναι σε θέση να λειτουργήσει κατά την προβλεπόμενη ημερομηνία τηρώντας το σχετικό χρονοδιάγραμμα, αλλά και τον αντίστοιχο προϋπολογισμό που αφορά στα κόστη. Βάσει του χρονοδιαγράμματος, το σχέδιο δράσης υπολογίζεται να διαρκέσει 6 μήνες, ξεκινώντας από τον Ιανουάριο του 2020 έως τον Ιούνιο του 2020, ενώ το κόστος υπολογίζεται να είναι 19.800€.

Για την υλοποίηση του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου θα πρέπει να γίνει προηγουμένως η χρηματοοικονομική αξιολόγησή του ώστε να διαπιστωθεί το κατά πόσο είναι δυνατή η υλοποίησή του. Έτσι προέκυψε πως το συνολικό κόστος της υπό μελέτη επένδυσης ανέρχεται στις 350.000€, από το οποίο οι 95.278€ αποτελούν τις πάγιες επενδύσεις και τις προπαραγωγικές δαπάνες, ενώ οι υπόλοιπες 254.722€ αφορούν το αρχικό κεφάλαιο κίνησης που απαιτείται. Το συνολικό κόστος επένδυσης θα καλυφθεί από ίδια κεφάλαια σε ποσοστό 70%, ενώ το υπόλοιπο 30% θα καλυφθεί μέσω τραπεζικού δανεισμού, θα πρέπει επίσης να σημειώσουμε πως το συνολικό κόστος παραγωγής, κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης υπολογίζεται να φτάσει τις 718.094€.

Έτσι, έχοντας λάβει υπ' όψιν τις επιδράσεις της επιχείρησης στην οικονομία, αλλά και την χρηματοοικονομική αξιολόγηση, κρίνεται πως το επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει να γίνει αποδεκτό.

Κεφάλαιο 2ο

Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος

2.1. Ιστορική Αναδρομή



“Ἔνθα κύων κεῖτ’ Ἄργος, ἐνίπλειος κυνοραιστέων. 300
δὴ τότε γ’, ὡς ἐνόησεν Ὀδυσσεύα ἐγγύς ἐόντα,
οὐρῆ μὲν ῥ’ ὃ γ’ ἔσηνε καὶ οὐατα κάθβαλεν ἄμφω,
ἄσσον δ’ οὐκέτ’ ἔπειτα δυνήσατο οἷο ἄνακτος
ἐλθέμεν· αὐτὰρ ὁ νόσφιν ἰδὼν ἀπομόρξατο δάκρυ,
ῥεῖα λαθῶν Εὐμαιον, ἄφαρ δ’ ἐρεεῖνετο μύθῳ· 305
“Εὐμαι’, ἧ μάλα θαῦμα, κύων ὄδε κεῖτ’ ἐνὶ κόπρῳ.
καλὸς μὲν δέμας ἐστίν, ἀτὰρ τόδε γ’ οὐ σάφα οἶδα,
εἰ δὴ καὶ ταχύς ἔσκε θέειν ἐπὶ εἶδει τῷδε,
ἧ αὐτως οἶοί τε τραπεζῆες κύνες ἀνδρῶν
γίνονται· ἀγλαΐης δ’ ἔνεκεν κομέουσιν ἄνακτες...
Ἄργον δ’ αὖ κατὰ μοῖρ’ ἔλαβεν μέλανος θανάτιο,
αὐτίκ’ ἰδόντ’ Ὀδυσῆα ἔεικοστῷ ἐνιαυτῷ.”

Ὀμήρου Ὀδύσσεια – 4ος 8ος αἰώνας π.Χ.

Τα τελευταία χρόνια, και παρά τη δύσκολη οικονομική συγκυρία στην οποία βρίσκεται η χώρα μας, ὄλο και περισσότεροι ἄνθρωποι αποφασίζουν να εντάξουν στην οικογένειά τους ἓνα ἀκόμα μέλος... ἓνα μέλος τετράποδο, χνουδωτό και πάντα ἑτοιμο για βόλτες, αγκαλιές, φιλιὰ και πολλή αγάπη.

Ἐνα μέλος, που ἔχει και αὐτό τις δικές του ἀνάγκες και χρῆζει ἰδιαίτερης φροντίδας και περιποίησης.

Το μέλος αὐτό δεν εἶναι ἄλλο ἀπὸ τον, γνωστό σε ὄλους μας, σκύλο.

Ἡ ἱστορία του σκύλου μοιάζει να χάνεται στα βάθη των αἰώνων, υπάρχουν ἀναφορές πως ἦταν δημιούργημα του θεοῦ Ἡφαίστου, πως τον εξημέρωσε ο θεός Ἀπόλλων και τον δώρισε στην ἀδελφή του Ἄρτεμη, για να τον χρησιμοποιεῖ στο κυνήγι¹. Στην σύγχρονη ἱστορία, σε ἔρευνα του 2013, που δημοσιεύθηκε στο Science Channel, οι νεότερες θεωρίες που θέλουν τον λύκο να εἶναι ο μακρινὸς πρόγονος του σημερινοῦ σκύλου, μοιάζει να κερδίζουν ὄλο και περισσότερο ἔδαφος. Σύμφωνα με την ἐπιστήμη της συγκριτικῆς ἀνατομικῆς που εφαρμόζεται πάνω σε διάφορα εὐρήματα ζῶων, ἀλλά και τον τρόπο κοινωνικοποίησης του σκύλου μέσα σε μια ἀγέλη, φαίνεται να ταιριάζει περισσότερο με το προφίλ του λύκου ὅπως αὐτός ἐμφανίστηκε πριν ἀπὸ χιλιάδες χρόνια. Στην ἴδια ἔρευνα, ἀν και οι ἐπιστήμονες διαφωνοῦν για το πότε εξημερώθηκε για πρώτη φορά ο σκύλος, οι ἐρευνητές ἀναφέρουν πως κατέληξαν στο συμπέρασμα ὅτι ο σκύλος πιθανότατα εξημερώθηκε στην Ἐυρώπη, κάπου μεταξύ 19.000 και 32.000 χρόνια πριν.

¹ <https://el.wikipedia.org/wiki/Σκύλος>

Αρχαιολογικές σκαπάνες από διάφορες γεωγραφικές περιοχές (Μεξικό, Περού, Κίνα) και χρονολογικές περιόδους της ανθρώπινης εξέλιξης, έφεραν στο φως ευρήματα που οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ανάλογα με την περιοχή, τις καιρικές συνθήκες που επικρατούσαν αλλά και τον τρόπο ζωής του ανθρώπου, διαμορφώθηκαν διαφορετικές φυλές σκύλων σε μια προσπάθεια να εξυπηρετηθούν καλύτερα οι ανάγκες των ανθρώπων. Με την πάροδο των αιώνων αυτό το άγριο ζώο, με διαφορετική πια μορφή, μπήκε στην καθημερινότητα του ανθρώπου και δημιουργήθηκε μια σχέση εξάρτησης.²

Πότε όμως ξεκίνησε η εξημέρωση ενός άγριου ζώου και πώς δημιουργήθηκαν τόσες πολλές και διαφορετικές φυλές; Με τον όρο 'εξημέρωση' εννοούμε την μεταβολή των κληρονομικών χαρακτηριστικών και την προσαρμογή ενός άγριου ζώου σε ένα νέο περιβάλλον που δημιουργείται από τον άνθρωπο, εξυπηρετώντας τις ανάγκες του. Αρχικός σκοπός του ανθρώπου ήταν να χρησιμοποιήσει τον "προ-σκύλο" ως σύντροφο στο κυνήγι αλλά και ως φύλακα που θα τον προστάτευε από άγρια θηρία. Το μέγεθός του μίκρυνε με την πορεία των χρόνων ώστε να μπορεί να ταιριάζει καλύτερα με το 'οικιακό' περιβάλλον.

Σε κάθε περίπτωση η σχέση του σκύλου με τον άνθρωπο χρονολογείται από τα αρχαία χρόνια. Έχει υμνηθεί και δοξαστεί πολλές φορές κυρίως για την έμφυτη τάση του να δέχεται τον άνθρωπο ως ηγετικό μέλος της αγέλης και να δένεται μαζί του ιδιαίτερα στενά. Έτσι, έχουν υπάρξει περιπτώσεις σκύλων που θυσιάστηκαν για το "αφεντικό" τους, στην προσπάθειά τους να το σώσουν ή να το προστατεύσουν. Από τους πιο γνωστούς σκύλους της αρχαιότητας ήταν ο Άργος στην Οδύσσεια του Ομήρου. Ο Άργος μεγάλωσε δίπλα στον Οδυσσέα και τον συντρόφευε παντού και πάντα.

Όταν ο Οδυσσέας επέστρεψε στην Ιθάκη, ο Άργος δεν ζούσε πια στο παλάτι, ήταν γερασμένος, ασθενής και περιφρονημένος από τους ανθρώπους. Μόλις αντίκρισε τον κύριό του, τον αναγνώρισε αμέσως κουνώντας τ' αυτιά και την ουρά του. Τότε, ο Οδυσσέας συγκινημένος δάκρυσε και ο Άργος άφησε την τελευταία πνοή του. Έκτοτε, ο Άργος καθιερώθηκε ως σύμβολο πίστης και αφοσίωσης χαρακτηριστικό που μοιάζει να κληρονόμησαν όλοι οι «απόγονοί του» μιας που μέχρι σήμερα ο σκύλος θεωρείται ο καλύτερος και πιο πιστός φίλος του ανθρώπου!

Περνώντας τα χρόνια και φτάνοντας στην σύγχρονη εποχή όπου ο "καλύτερος φίλος" του ανθρώπου τον ακολούθησε στις μεγαλουπόλεις του πλανήτη, στο σύγχρονο αστικό περιβάλλον, στις μοντέρνες κατοικίες και στην εκλεπτυσμένη καθημερινότητά του, χωρίς να εξυπηρετεί πια τις ανάγκες της ανεύρεσης τροφής, του κυνηγιού, της προστασίας και φύλαξης κοπαδιών, "αναγκάζεται" για μια ακόμη φορά στην ιστορία του, να προσαρμοστεί σ' αυτή τη νέα πραγματικότητα και να είναι κι ο ίδιος πιο "σύγχρονος". Και τι εννοούμε λέγοντας πιο σύγχρονος? Να είναι

²Ένας λύκος στο σαλόνι μας: Η σύντομη ιστορία του σκύλου | iefimerida.gr

καθαρός, κουρεμένος, περιποιημένος, αρωματισμένος, ντυμένος και με τα απαραίτητα αξεσουάρ ανάλογα την περίπτωση.

Κι ενώ η αρχαία ιστορία μέσω ανασκαφών φέρνει στην επιφάνεια εκτός από τον διαχρονικά ισχυρό δεσμό μεταξύ ανθρώπου και σκύλου, αλλά και τη χρήση των πρώτων "αξεσουάρ" από τους τετράποδους φίλους μας ήδη από τη ρωμαϊκή εποχή,



*1&2. Η λιθοταφή του εφήβου και δίπλα ο σκόλος του όπως βρέθηκαν στη νεκρόπολη της Ελεύθερας στην Κρήτη. Πρωτοαρχαϊκή περίοδος
3. Εξαιρετικά περιποιημένη η ταφή ενός σκύλου στην Αθήνα των ρωμαϊκών χρόνων. Βρέθηκαν το περιλαίμιό του και μοροδοχεία.*

η σύγχρονη ιστορία μας οδηγεί στο 1845, στον αριθμό 82 της οδού «Bride», κοντά στο Καθεδρικό Ναό του Αγίου Πατρικίου στο Δουβλίνο όπου ο κύριος «King» φαίνεται να ιδρύει το 1^ο κατάστημα κατοικίδιων ζώων, το οποίο είχε ως στόχο την πώληση ωδικών πτηνών & πουλιών, τα οποία ο ίδιος εξέτρεφε γι' αυτόν τον σκοπό καθώς όλα τα σπίτια είχαν τουλάχιστον ένα ή και περισσότερα πουλιά.

Στη συνέχεια ο κύριος King εμπορεύτηκε κουνάβια, τα οποία εισάγονταν σε μεγάλες ποσότητες από την Αγγλία, καθώς οι Ιρλανδοί χρησιμοποιούσαν τα κουνάβια στο κυνήγι κουνελιών (τα κουνάβια έκαναν τα κουνέλια να βγαίνουν από τις τρύπες τους και να μπαίνουν στα δίχτυα των κυνηγών), μιας που εκείνη την περίοδο, ήταν ιδιαίτερα δημοφιλές το σιφάδο κουνελιού.³



Από το 1845, σταδιακά, και μέχρι τις μέρες μας, σε ένα κατάστημα πώλησης κατοικίδιων μπορεί κάποιος να βρει και να προμηθευτεί οποιοδήποτε ζώο επιθυμήσει, από έναν σκύλο και μια γάτα, έως ποντίκια,

³ <http://www.petbusiness.com/A-Short-History-of-the-Pet-Industry/>

φίδια και πολλά άλλα τροπικά και εξωτικά ζώα, ακόμα κι αν αυτά είναι σπάνια ή επικίνδυνα, με το αντίστοιχο αντίτιμο φυσικά.

Σύμφωνα με την έκθεση του FEDIAF, του Συνδέσμου της ευρωπαϊκής βιομηχανίας ζωοτροφών για κατοικίδια, το 2016 στην Ευρώπη υπήρχαν 80 εκατομμύρια νοικοκυριά τα οποία διέθεταν τουλάχιστον ένα κατοικίδιο, με δημοφιλέστερα το σκύλο, τη γάτα, το κουνέλι και τη χελώνα.⁴

Το κόστος απόκτησης ενός ζώου συντροφιάς κυμαίνεται ως ακολούθως:

1. Σκύλος: 500-1000€
2. Γάτα: 100-500€
3. Κουνέλι: 10-50€
4. Χελώνα: 10-30€

Όπως αντιλαμβάνεται κανείς από τις ως άνω, ενδεικτικές τιμές, η πώληση ενός σκύλου είναι η πιο συμφέρουσα σε σχέση με τα υπόλοιπα ζώα συντροφιάς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη ραγδαία ανάπτυξη των «puppy mills» τα οποία γεννήθηκαν στα τέλη του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου όπου και ξεκίνησαν τη λειτουργία τους οι πρώτες αλυσίδες πώλησης κατοικιδίων. Στις αλυσίδες πώλησης κατοικιδίων η ζήτηση για καθαρόαιμο σκυλιά ήταν τεράστια, έτσι οι αγρότες αναζητώντας μια λύση για την κάλυψη των αναγκών δημιούργησαν τα πρώτα «puppy mills», δηλαδή έναν τύπο εμπορικής μονάδας αναπαραγωγής σκυλιών. Οι αναπαραγωγικές αυτές μονάδες έχουν πάρει τεράστιες διαστάσεις στις μέρες μας, μιας που η επιθυμία των ανθρώπων να έχουν ένα καθαρόαιμο σκύλο, συναντά την επιθυμία των εμπόρων για αύξηση των κερδών τους.⁵ Ταυτόχρονα τα αδέσποτα στους δρόμους αυξάνονται χρόνο με το χρόνο και τα καταφύγια έχουν πλημμυρίσει από εγκαταλελειμμένα ζώα, κυρίως σκυλιά, αλλά και γάτες.

2.2 Βασικά Στοιχεία του Προγράμματος

Η εκπόνηση της συγκεκριμένης μελέτης έχει σαν στόχο τη διερεύνηση έναρξης μιας κερδοφόρας επιχείρησης που με τα χρόνια θα εξελισσεται και θα αυξάνει το μερίδιό της στην αντίστοιχη αγορά, στηρίζεται όμως στην επιθυμία των επενδυτών για την ύπαρξη μιας επιχείρησης που μέσα από μια ποικιλία νέων προϊόντων και υπηρεσιών, φιλικών προς τα ζώα και το περιβάλλον θα συμβάλουν στην αύξηση του ποσοστού των ευτυχισμένων σκύλων, αλλά και των οικογενειών τους, μέσω της κατάλληλης φροντίδας, της περιποίησης και της κάλυψης όλων των αναγκών τους.

⁴ <http://www.fediaf.org/52-dcs-statistics>

⁵ https://en.wikipedia.org/wiki/Puppy_mill

2.3 Ταυτότητα και Ιδρυτές του Επενδυτικού Σχεδίου

Η σκέψη που οδήγησε στη δημιουργία της παρούσας μελέτης σκοπιμότητας είναι ο έλεγχος της δυνατότητας έναρξης μιας επιχείρησης “Boutique Pet Shop” που στόχο θα έχει την κάλυψη όλων των αναγκών μιας συγκεκριμένης κατηγορίας τετράποδων φίλων του ανθρώπου, αυτής των σκυλιών!

Η επιχείρηση με την ονομασία “Loukoumi-All About Dogs” θα εδρεύει στην περιοχή της Γλυφάδας και ιδιοκτήτριες, εξ’ ημισείας, θα είναι οι κ.κ. Παλαιολόγου Ελένη & Παλαιολόγου Μαιρη. Η επιχείρηση θα έχει τη μορφή της Ομόρρυθμης Εταιρίας (Ο.Ε.).

Από την έρευνα που προηγήθηκε προέκυψε πως όλο και περισσότεροι άνθρωποι, τα τελευταία χρόνια, αποφασίζουν να αποκτήσουν ένα κατοικίδιο, ταυτόχρονα τα σκυλιά είναι μια κατηγορία κατοικίδιων όπου οι ιδιοκτήτες τους δαπανούν αρκετά χρήματα σε μια ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών για την κάλυψη των αναγκών τους. Αυτή η αυξανόμενη ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες που αφορούν στους σκύλους, οδήγησε τις αδερφές Παλαιολόγου να στραφούν στην ανάθεση διεξαγωγής μιας προμελέτης σκοπιμότητας.



2.4 Προμελέτη Σκοπιμότητας

Η εκπόνηση της υπό εξέταση προμελέτης σκοπιμότητας ανατέθηκε στην “ΕΥΖΩΑ Συμβουλευτική Α.Ε” και διήρκησε 2 μήνες με τη σύμφωνη γνώμη αλλά και τη γενικότερη εποπτεία των δύο επενδυτριών από κοινού.

Τα μέλη της αρμόδιας ομάδας ήταν οι κ.κ.:

- Σ. Καλογήρου, Οικονομολόγος
- Ν. Καραγκούνη, Γεωπόνος

2.5 Κόστος Εκπονήσεως της Προμελέτης και των Σχετικών Ερευνών

Το συνολικό κόστος διεκπεραίωσης της μελέτης ανήλθε στις 4.000€. Σε αυτό το ποσό συμπεριελήφθησαν τα έξοδα της έρευνας αγοράς, δηλαδή τηλεφωνικές κλήσεις και ερωτηματολόγια, τα έξοδα των μετακινήσεων, μιας και η αρμόδια ομάδα χρειάστηκε να επισκεφτεί διάφορα Pet Shops, καθώς και άλλα έξοδα που απαιτήθηκαν για την περάτωση της έρευνας.

Περιγραφή	Κόστος
Εκπόνηση Προμελέτης Σκοπιμότητας	2.000 €
Έρευνα	1.000 €
Μετακινήσεις	500 €
Άλλα Έξοδα	500 €
Σύνολο:	4.000 €

Πίνακας Νο. 1 > Περιγραφή Κόστους Διεκπεραίωσης Μελέτης

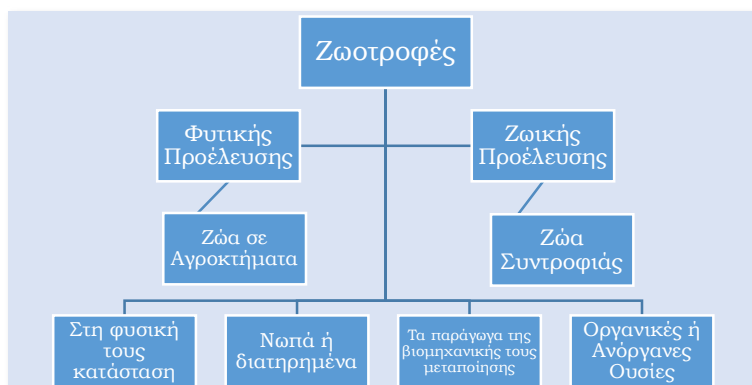
Κεφάλαιο 3ο:

Ανάλυση της Αγοράς και Μάρκετινγκ

3.1 Ορισμός της Αγοράς και Ανάλυση της Δομής της

Βάσει της κλαδικής μελέτης “Κλαδικές Στοχεύσεις-Ζωοτροφές για Κατοικίδια” που εκπονήθηκε από την “ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων ΑΕ” το Δεκέμβριο του 2012 ορίζονται επακριβώς τα κάτωθι:

- Ζωοτροφές είναι τα προϊόντα φυτικής ή ζωικής προέλευσης:
 - στη φυσική τους κατάσταση,
 - νωπά ή διατηρημένα,
 - τα παράγωγα της βιομηχανικής τους μεταποίησης και
 - οι οργανικές ή ανόργανες ουσίες, αυτούσιες ή σε μείγματα, περιέχουσες ή όχι πρόσθετες ύλες, που προορίζονται για την από στόματος διατροφή των ζώων.
- Οι ζωοτροφές διακρίνονται σε δυο βασικές κατηγορίες, που καλύπτουν τις διατροφικές ανάγκες:
 - α. των ζώων που εκτρέφονται σε αγροκτήματα – παραγωγικά ζώα (π.χ. αιγοπρόβατα, βοοειδή κ.ά.)
 - β. των ζώων συντροφιάς, οι οποίες ονομάζονται και έτοιμες/βιομηχανοποιημένες τροφές (prepared pet food).



Σχεδιάγραμμα Νο. 1 > Κατηγορίες Ζωοτροφών

Η παρούσα προμελέτη σκοπιμότητας εξετάζει μια επιχείρηση με κύρια δραστηριότητα την παραγωγή, την εισαγωγή και την εμπορία ζωοτροφών και άλλων χρηστικών αντικειμένων για ζώα συντροφιάς και πιο συγκεκριμένα για τους σκύλους.

Ως παράλληλη δραστηριότητα θα έχει την παροχή υπηρεσιών κουρέματος, φροντίδας και περιποίησης σκύλων είτε στον χώρο της επιχείρησης είτε κατ' οίκον. Επιπλέον, οι επενδυτές της επιχείρησης στοχεύουν στην παροχή μιας ακόμα υπηρεσίας μέσω ενός προγράμματος που θα φέρνει σε επαφή ανθρώπους που επιθυμούν την απόκτηση κάποιου ζώου συντροφιάς, με φιλοζωικές εταιρίες, δίνοντας έτσι δυνατότητα σε όσους το επιθυμούν την υιοθέτηση αδέσποτων ή εγκαταλελειμμένων ζώων. Η επιχείρηση γι' αυτήν την υπηρεσία θα λαμβάνει ένα ποσό το οποίο θα αξιοποιείται για την προμήθεια των συνεργαζόμενων αυτών φιλοζωικών εταιριών, με τα απαραίτητα προϊόντα για τα ζώα που φιλοξενούνται από αυτές, δημιουργώντας κατ' αυτόν τον τρόπο μια win-win συνεργασία για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

3.1.1 Προϊόντα

Τα προϊόντα που θα εμπορεύεται η επιχείρηση θα είναι οι ζωοτροφές (σε επίπεδο παραγωγής, τυποποίησης, εισαγωγής και διανομής/πώλησης), καθώς και όλος ο χρηστικός εξοπλισμός της καθημερινότητας των σκύλων (σε επίπεδο εισαγωγής και διανομής/πώλησης), ενδεικτικά: κρεβατάκια, κλουβιά μεταφοράς, παιχνίδια, φάρμακα, αλυσίδες και άλλα.

Πιο συγκεκριμένα, σε ότι αφορά στα φάρμακα, οι πελάτες θα έχουν τη δυνατότητα να βρουν ακριβώς τα ίδια προϊόντα όπως και σε οποιοδήποτε άλλο pet shop με στόχο την κάλυψη των αναγκών ενός σκύλου, ενδεικτικά: αντιπαρασιτικά, εντομοαπωθητικά, βιταμίνες, κρέμες, συμπληρώματα, και άλλα.

Σε ότι αφορά στα χρηστικά αντικείμενα της καθημερινότητας, στόχος είναι οι πελάτες να βρίσκουν στην επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” ποιοτικά προϊόντα, που σκεπτόμενοι πάντα τους «χρήστες» αυτών, θα έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής και δεν θα είναι επικίνδυνα για τη ζωή τους. Ως εκ τούτου, θα αποφευχθούν τα φτηνά προϊόντα προερχόμενα από χώρες που κάνουν μαζική παραγωγή προϊόντων, αντιθέτως, θα επιδιωχθεί συνεργασία με νεοφυείς επιχειρήσεις του κλάδου που στόχο θα έχουν τα παραγόμενα προϊόντα τους να πληρούν όλες τις προδιαγραφές ασφάλειας αλλά ταυτόχρονα να έχουν και τη δυνατότητα να προσαρμοστούν στις ξεχωριστές ανάγκες των μικρών μας φίλων. Ενδεικτικά θα πρέπει να αναφερθεί πως υπάρχει εταιρία στην Ελλάδα που ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει το κρεβάτι του σκύλου του και να διαλέξει μέσα από μια τεράστια ποικιλία, το μέγεθός του, το χρώμα, το σχέδιο ακόμα και το υλικό από το οποίο θα έχει φτιαχτεί. Επομένως, επιδίωξη της εταιρίας θα είναι η συνεργασία με την προαναφερθείσα επιχείρηση, καθώς και με άλλες αντίστοιχες που δραστηριοποιούνται στο χώρο, με στόχο οι πελάτες της επιχείρησης να μπορούν να προμηθευτούν αυτό ακριβώς που οι ίδιοι επιθυμούν.

Τέλος, το φαγητό, όπως και για τον άνθρωπο, ίσως ακόμα περισσότερο για τους σκύλους, αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα «ζητήματα» της καθημερινότητάς τους. Οι σκύλοι αναγνωρίζουν ως «αφεντικό» τους αυτόν που τους ταΐζει, θα έκαναν τα πάντα έστω για μια μικρή λικουδιά, (είναι άλλωστε ο τρόπος που κάποιος μπορεί να τους εκπαιδεύσει) και μπορούν να τρώνε ασαμάτητα χωρίς να έχουν το αίσθημα του κορεσμού! Ως εκ τούτου, η “Loukoumi-All About Dogs” θα στοχεύσει στην ικανοποίηση του αισθήματος της πείνας των σκύλων αλλά και της απόλαυσης, μέσω της παρασκευής, τροφών και λικουδιών, πλούσιων σε θρεπτικά συστατικά που σκοπός τους θα είναι ο υγιής και ευτυχισμένος σκύλος μέσα από μια μεγάλη ποικιλία φρέσκων, οργανικών και βιολογικών πρώτων υλών, τα οποία θα είναι χειροποίητα και μαγειρεμένα, μιας και η τάση του «pet humanization» δηλαδή η προσφορά στα κατοικίδια προϊόντων που προσομοιάζουν με αυτά των ιδιοκτητών τους, δείχνει να κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος τα τελευταία χρόνια.⁶

3.1.2 Πελάτες

Η αγορά στην οποία στοχεύει η υπό ίδρυση επιχείρηση είναι άνθρωποι όλων των ηλικιών που στην οικογένειά τους υπάρχει τουλάχιστον 1 σκύλος ή επιθυμούν την απόκτηση ενός ή και περισσότερων ζώων. Πρόκειται για πελάτες λιανικού εμπορίου (σε τιμές λιανικής).

3.1.3 Ανταγωνιστές

Με δεδομένο πως στόχος της υπό ίδρυσης επιχείρησης είναι η κάλυψη όλων των αναγκών ενός σκύλου (εκτός από αυτήν της κτηνιατρικής φροντίδας), ανταγωνιστής της εταιρίας θεωρείται κάθε κανάλι διανομής που προωθεί προϊόντα που καλύπτουν τις ανάγκες των σκύλων.

Πιο συγκεκριμένα ως κύριοι ανταγωνιστές περιγράφονται οι κάτωθι τύποι επιχειρήσεων:

- ☞ Super-markets
- ☞ Pet-shops
- ☞ Κτηνιατρεία που πωλούν και προϊόντα
- ☞ Pet Salons
- ☞ Εκτροφείς

⁶ <http://www.marketingweek.gr/default.asp?pid=9&la=1&cid=1&arID=52174>

3.1.4 Προμηθευτές

Στους προμηθευτές της επιχείρησης θα συμπεριλάβουμε κάθε άλλη επιχείρηση εντός ή εκτός Ελλάδος που θα μας προμηθεύει με τις πρώτες ύλες για την παρασκευή των ζωοτροφών, με προϊόντα έτοιμα προς πώληση και όλα τα υπόλοιπα απαραίτητα εφόδια και υλικά για τη λειτουργία της επιχείρησης.

3.1.5 Συνεργάτες

Ως συνεργάτες της επιχείρησης θα καταγραφούν οι κάτωθι:

- Ο γεωπόνος ο οποίος θα παρέχει τις συμβουλές για την αγορά και την επεξεργασία των απαραίτητων συστατικών που θα οδηγήσουν στην παραγωγή των ζωοτροφών
- Οι ανά την Ελλάδα Φιλοζωικές Εταιρίες που θα συνεργάζεται η επιχείρηση, έναντι συμβολικού αντιτίμου (αγορά προϊόντων από την επιχείρηση που θα δίνονται στην αντίστοιχη φιλοζωική), για την υιοθέτηση αδέσποτων ή εγκαταλελειμμένων σκυλιών
- Τα κοντινά στην επιχείρηση κτηνιατρεία, αλλά και εκπαιδευτικά κέντρα σκύλων, με στόχο win-win συνεργασίες για την προώθηση της επιχείρησης και των προϊόντων και υπηρεσιών αυτής.
- Η εταιρία μεταφορών που θα αναλαμβάνει τη διανομή των προϊόντων που θα πωλούνται τηλεφωνικά, μέσω ιντερνετ ή και στο κατάστημα (αλλά δεν θα υπάρχει η δυνατότητα μεταφοράς τους εκείνη τη στιγμή)
- Η εταιρία που θα αναλάβει τη δημιουργία του e-shop καθώς και την τεχνική υποστήριξή του στη συνέχεια

3.1.6 Διανομή

Η διανομή των προϊόντων θα μπορεί να πραγματοποιηθεί με δύο τρόπους. Πιο συγκεκριμένα, οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να επισκεφτούν το κατάστημα και αφού επιλέξουν το προϊόν της αρεσκείας τους είτε να το παραλάβουν απ' ευθείας, είτε να τους σταλεί στον τόπο επιλογής τους, με κάποια επιπλέον χρέωση. Εναλλακτικά και για όποιον το επιθυμεί, θα υπάρχει η δυνατότητα ηλεκτρονικών αγορών ή ακόμα και τηλεφωνικών, όπου ο πελάτης θα παραγγέλνει τα προϊόντα που επιθυμεί να αγοράσει και αυτά θα του αποστέλλονται όπου εκείνος επιθυμεί (επίσης με επιπλέον χρέωση).

3.2 Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου



Εν μέσω περιόδου κρίσης στην Ελλάδα και σύμφωνα με στοιχεία των φιλοζωικών εταιριών, ο κλάδος των κατοικίδιων ζώων φαίνεται να έχει ευρεία ανάπτυξη, μιας και τουλάχιστον το 15% του πληθυσμού της χώρας, έχει ένα ή και περισσότερα κατοικίδια ζώα. Σύμφωνα με την τελευταία έρευνα του FEDIAF (Συνδέσμου της Ευρωπαϊκής Βιομηχανίας Ζωοτροφών) καταγράφονται στη χώρα μας περί τους 660.000 κατοικίδιους σκύλους και περί τις 590.000 γάτες, με την αγορά του λεγόμενου Pet Food να ξεπερνάει τα 150 εκατομμύρια δολάρια ανά έτος και να εμφανίζει συνεχώς ανοδική τάση⁷. Κατά τη διάρκεια των πρώτων χρόνων της κρίσης στη χώρα μας, είναι χαρακτηριστικό, πως ενώ σχεδόν όλοι οι δείκτες σημείωναν πτώση, η αύξηση στις αγορές τροφής για κατοικίδια ήταν τεράστια (7,1% από το 2011 στο 2012 σύμφωνα με έρευνα της ICAP) με τον τζίρο της αγοράς να έχει υπερτριπλασιαστεί και να σημειώνει συνεχώς ανοδική τάση⁸.

3.3 Ανάλυση Εγχώριας Αγοράς

Τροφές - Κατηγορίες Επιχειρήσεων

Στην Ελλάδα υπάρχουν τουλάχιστον 6 μεγάλες εταιρίες παραγωγής και διανομής ζωοτροφών για οικόσιτα ζώα, οι οποίες και προμηθεύουν, στην πλειονότητά τους, μεγάλες αλυσίδες pet shop δίνοντάς τους τη δυνατότητα να πωλούν χύμα και σε εξαιρετικά χαμηλή τιμή, τροφές.

Το μεγαλύτερο όμως μερίδιο της αγοράς των τροφών κατέχουν οι εισαγόμενες, από άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης τροφές, οι οποίες θεωρούνται από τους πελάτες ως πιο αξιόπιστες, καθώς φέρουν την ετικέτα κάποιας γνωστής πολυεθνικής εταιρίας και παρά το υψηλότερο κόστος τους είναι αυτές που συναντάμε συνήθως σε μεγάλες αλυσίδες pet shop, σε μικρότερης κατηγορίας pet shop, καθώς και σε supermarket απ' όπου και οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να τις προμηθευτούν.

Τέλος, υπάρχει και μια τρίτη κατηγορία τροφών, οι λεγόμενες premium, οι οποίες είναι ακριβότερες σε σχέση με τις δύο προαναφερθείσες

⁷ <http://www.fediaf.org/52-dcs-statistics>

⁸ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=839691>

κατηγορίες και τις οποίες κάποιος μπορεί να βρει σε μικρότερης κατηγορίας pet shop. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να σημειωθεί πως μπορεί οι μεγάλες αλυσίδες να έχουν πολύ μεγάλη ποικιλία τροφών και σε αρκετά προσιτές τιμές, υπάρχει όμως μια μερίδα καταναλωτών που θα προτιμήσει να επιλέξει ένα ακριβότερο μεν, ποιοτικότερο δε, προϊόν, όπως οι premium τροφές, το οποίο όμως θα εξασφαλίσει στον τετράποδο φίλο της ευζωία, κάρη στη λήψη μιας πλούσιας και σε υψηλής διατροφικής αξίας συστατικά τροφής.

Αξεσουάρ-Κατηγορίες Επιχειρήσεων

Σε ότι αφορά στα αξεσουάρ (παιχνίδια, είδη καθαρισμού και φροντίδας, λουράκια, οδηγοί, τσάντες μεταφοράς, κλπ) τα σημεία πώλησης είναι ακριβώς τα ίδια με αυτά που κάποιος προμηθεύεται οτιδήποτε καταναλώνεται δια στόματος από τους σκύλους, με αυτά των αλυσίδων pet shop να υπερτερούν σε ποικιλία.

Περιποίηση-Κατηγορίες Επιχειρήσεων

Η περιποίηση των σκύλων η οποία περιλαμβάνει το κούρεμα, το πλύσιμο, το χτένισμα, το κόψιμο των νυχιών, τον καθαρισμό των αυτιών, την περιποίηση του δέρματος, καθώς και κάποιες επιπλέον εργασίες οι οποίες ποικίλουν και προσαρμόζονται ανάλογα στις διαφορετικές ανάγκες κάθε ράτσας, είναι μια δουλειά η οποία πρέπει να γίνεται αποκλειστικά από εξειδικευμένους επαγγελματίες.

Ως εκ τούτου πρόκειται για μια υπηρεσία που παρέχεται είτε ξεχωριστά, σε χώρους περιποίησης σκύλων, τα γνωστά και ως pet grooming salons, είτε σαν μια επιπλέον παρεχόμενη υπηρεσία από τα pet shop που απασχολούν ή συνεργάζονται με groomers.

Μικτή Δραστηριότητα

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων του κλάδου δραστηριοποιείται και στις τρεις προαναφερθείσες κατηγορίες, με αυτές της πώλησης τροφών και αξεσουάρ να υπερτερούν, ενώ η εισαγωγή από χώρες εντός και εκτός ευρωπαϊκής ένωσης της πλειονότητας των προϊόντων να κερδίζει έδαφος έναντι της παραγωγής οποιουδήποτε προϊόντος, μιας που το κόστος αυτής είναι αρκετά υψηλότερο.

3.3.1 Μέγεθος Αγοράς

Η παρούσα μελέτη εξετάζει την αγορά ζωοτροφών για κατοικίδια, με έμφαση στις ζωοτροφές για σκύλους και γάτες.

Η εγχώρια αγορά ζωοτροφών για κατοικίδια υπολογίζεται σε €171,5 εκ. το 2011, παρουσιάζοντας μείωση 0,9% σε σχέση με το 2010, με το μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής (MEPM) να διαμορφώνεται οριακά αρνητικός (-0,5%) τη χρονική περίοδο 2008-2011.

Εκτιμάται ότι, η αγορά θα συνεχίσει την πτωτική της πορεία και τη διετία 2012-2013, η οποία ωστόσο θα εξακολουθήσει να είναι περιορισμένη και θα διαμορφωθεί σε επίπεδα της τάξης του 1% - 2%, κατ' έτος.⁹

3.3.2 Ζήτηση

Οικονομικές Συνθήκες

Η βαθιά ύφεση, η αύξηση της ανεργίας, καθώς και η αύξηση της φορολογίας έχουν οδηγήσει σε μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών στην Ελλάδα, επηρεάζοντας αρνητικά τη ζήτηση για ζωοτροφές για κατοικίδια, υποκαθιστώντας αυτές με «μαγειρεμένο/σπιτικό» φαγητό.

Πληθυσμός Κατοικίδιων Ζώων

Η ζήτηση για ζωοτροφές εξαρτάται άμεσα από το πλήθος των κατοικίδιων ζώων. Η ανάγκη για συντροφικότητα στις σημερινές συνθήκες έχει αυξήσει τα ζώα συντροφιάς.

Στην Ελλάδα, εκτιμάται ότι το 40%-50% των κατοικίδιων σκύλων και γατών τρέφεται με βιομηχανοποιημένη τροφή.

Τρόπος Ζωής

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής, κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα, περιορίζει το διαθέσιμο χρόνο των ιδιοκτητών για την περιποίηση των κατοικίδιων ζώων τους, με αποτέλεσμα να στρέφονται στις βιομηχανοποιημένες τροφές, οι οποίες «εξοικονομούν» χρόνο στην προετοιμασία των γευμάτων.

Ποιότητα

Οι τροφές για ζώα συντροφιάς αποτελούν πλήρη και ισορροπημένα γεύματα και για αυτό το λόγο προτιμώνται από τους ιδιοκτήτες τους. Επιπλέον, οι πιστοποιήσεις και οι έλεγχοι των προϊόντων εξασφαλίζουν την ποιότητά τους.

Ενημέρωση

Η πληρέστερη ενημέρωση των ιδιοκτητών κατοικίδιων ζώων για τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι ζωοτροφές (από τους κτηνιάτρους, τα καταστήματα pet-shop και τις ενέργειες μάρκετινγκ των εταιρειών) ενισχύει τη ζήτησή τους έναντι της προετοιμασίας μαγειρεμένου φαγητού από τους ιδιοκτήτες.

⁹ Κλαδικές Στοχεύσεις: Ζωοτροφές για Κατοικίδια” ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων ΑΕ” Νοέμβριος 2012

3.3.3 Μελλοντικός Προσδιορισμός Της Ζήτησης

Η πρόβλεψη της μελλοντικής ζήτησης αποτελεί έτσι κι αλλιώς ένα στοιχείο για τις έρευνες marketing, πόσο μάλλον σε κλάδους που οι παράγοντες που την επηρεάζουν είναι συνεχώς και απροσδιορίστως μεταβαλλόμενοι. Ο κλάδος των ζωοτροφών και ειδικά αυτός που απευθύνεται σε ζώα συντροφιάς, είναι ένας κλάδος ο οποίος αναπτύχθηκε τα τελευταία χρόνια και στηρίζεται ιδιαιτέρως στην αύξηση της ζωοφιλίας και στα συναισθήματα που απορρέουν από αυτήν καθώς επίσης και στην ανάγκη των ανθρώπων για συντροφικότητα και παρέα. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχει δυνατότητα να προβλεφθεί με ακρίβεια η μελλοντική ζήτηση, μιας και δεν στηρίζεται σε ποσοτικά κριτήρια, παρά μόνο να ληφθεί υπ' όψιν πως ο σύγχρονος τρόπος ζωής φαίνεται να οδηγεί όχι μόνο στην «παραμονή» αλλά και στην αύξηση των προαναφερθέντων παραγόντων, που με τη σειρά τους θα συμπαρασύρουν ανοδικά τη ζήτηση για την κάλυψη των αναγκών των ζώων συντροφιάς.

3.3.4 Προσφορά

Στον κλάδο των ζωοτροφών, για ζώα συντροφιάς, δραστηριοποιούνται στη χώρα μας τρία διαφορετικά είδη επιχειρήσεων. Η πρώτη κατηγορία συμπεριλαμβάνει τις επιχειρήσεις όπου η κύρια δραστηριότητά τους είναι η παραγωγή ζωοτροφών, η δεύτερη τις επιχειρήσεις όπου η κύρια δραστηριότητά τους είναι η εισαγωγή και εμπορία ζωοτροφών και η τρίτη περιλαμβάνει επιχειρήσεις που έχουν την παραγωγή ή και την εισαγωγή ζωοτροφών ως παράλληλη δραστηριότητά τους.

Βάσει της κλαδικής μελέτης "Κλαδικές Στοιχεύσεις-Ζωοτροφές για Κατοικίδια" τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν τον Δεκέμβριο του 2012, εμφάνιζαν τον συνολικό κύκλο εργασιών και των τριών τύπων επιχειρήσεων να ξεπερνάει τα 803.421.866 ευρώ, με δεδομένο πως στην εν λόγω μελέτη έχουν ληφθεί υπ' όψιν επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών μεγαλύτερο από €1 εκ. τουλάχιστον, σε μία από τις τρεις τελευταίες χρήσεις (2009-2011), βάσει διαθέσιμων οικονομικών στοιχείων μέχρι την ημερομηνία ολοκλήρωσης της εκπόνησης της μελέτης. Από την ίδια μελέτη προκύπτει πως το 90% του μεριδίου της αγοράς ανήκει στις επιχειρήσεις όπου η παραγωγή ή και η εισαγωγή ζωοτροφών είναι παράλληλη δραστηριότητά τους και πιο συγκεκριμένα μια εταιρία να κατέχει ποσοστό ανάλογο του 50% της συνολικής αγοράς.¹⁰

¹⁰ Κλαδικές Στοιχεύσεις: Ζωοτροφές για Κατοικίδια" ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων ΑΕ" Νοέμβριος 2012

3.3.5 Ανταγωνισμός

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να γίνει η ανάλυση του κλαδικού περιβάλλοντος στο οποίο θα ενταχθεί η επιχείρηση και να διαπιστωθεί η ελκυστικότητα της αντίστοιχης αγοράς.

Ως εκ τούτου, θα γίνει χρήση του μοντέλου των πέντε δυνάμεων του Porter καθώς βάσει του βιβλίου του «Ανταγωνιστική Στρατηγική», ο σκοπός της ανταγωνιστικής στρατηγικής κάθε επιχείρησης, είναι να βρει την κατάλληλη θέση στο βιομηχανικό κλάδο που ανήκει, έτσι ώστε να αμυνθεί αποτελεσματικότερα από τις ανταγωνιστικές δυνάμεις ή να τις επηρεάσει υπέρ αυτής.¹¹



Σχεδιάγραμμα Νο. 2 > Μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter

Είσοδος Νέων Ανταγωνιστών

Η είσοδος νέων ανταγωνιστών στον κλάδο είναι σχετικά περιορισμένη λόγω:

- της υψηλής αναγνωρισιμότητας των εμπορικών σημάτων που διαθέτουν οι μεγάλες και εδραιωμένες επιχειρήσεις
- της δυσκολίας πρόσβασης σε κανάλια ευρείας διανομής, κυρίως στα super-market
- του υψηλού βαθμού διαφοροποίησης των προϊόντων, που απαιτεί σημαντικές επενδύσεις σε ενέργειες μάρκετινγκ.

¹¹ Στρατηγικό Μανιτζιμεντ, Νικόλαος Γεωργόπουλος, 2013, Εκδόσεις Γ. Μπένου

Ανταγωνισμός Μεταξύ Επιχειρήσεων του Κλάδου

Ο ανταγωνισμός, κυρίως μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων της αγοράς είναι έντονος και εστιάζεται κυρίως στην προσπάθεια αύξησης του μεριδίου τους, μέσω:

- προωθητικών ενεργειών και συνεργασιών με επαγγελματίες της αγοράς (πχ. κτηνίατροι, pet shop)
- επιδίωξης για αποτελεσματικότερη τοποθέτηση στο ράφι των super-market – εφαρμογή μεθόδων merchandizing,
- προσφοράς προϊόντων με υψηλό βαθμό διαφοροποίησης, καλύπτοντας εξειδικευμένες ανάγκες (πχ. διατροφικά προβλήματα ζώων).

Κίνδυνοι Από Υποκατάστατα Προϊόντα ή Υπηρεσίες

Υποκατάστατο προϊόν θεωρείται το «μαγειρεμένο» φαγητό που παρασκευάζεται από το νοικοκυριό, είτε ειδικά για τα κατοικίδια του, είτε ως περίσσειμα των γευμάτων του. Σε περίοδο οικονομικής κρίσης, το «μαγειρεμένο» φαγητό μπορεί να υποκαταστήσει σε μεγαλύτερο βαθμό τις ζωοτροφές, παραμένοντας ωστόσο σε περιορισμένα επίπεδα, καθώς υπολείπεται σε θρεπτικές ουσίες και συστατικά που είναι απαραίτητα για τα ζώα.

Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών

Οι προμηθευτές των εισαγωγικών επιχειρήσεων έχουν υψηλή διαπραγματευτική δύναμη, διότι είναι μεγάλες και εδραιωμένες επιχειρήσεις διεθνώς και ασκούν πιέσεις στον τρόπο καταβολής των πληρωμών, ιδιαίτερα στις σημερινές οικονομικές συνθήκες.

Σε ότι αφορά στις παραγωγικές επιχειρήσεις, οι προμηθευτές τους (σε κρέας, δημητριακά, βιταμίνες, ιχνοστοιχεία κλπ) διαθέτουν περιορισμένη διαπραγματευτική δύναμη, λόγω του μεγάλου αριθμού τους.

Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών

Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών διαφέρει ανάλογα με το κανάλι διανομής το οποίο χρησιμοποιείται. Ειδικότερα, τα super-market έχουν ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη, λόγω του μεγέθους τους, του σημαντικού μεριδίου που κατέχουν ως κανάλι διανομής και της άμεσης επαφής με τους πελάτες. Η διαπραγματευτική δύναμη των pet shop εξαρτάται από το ύψος των παραγγελιών. Δε θεωρείται ιδιαίτερη μεγάλη, λόγω του μεγάλου αριθμού τους. Εξαιρεση αποτελούν οι αλυσίδες, των οποίων η διαπραγματευτική δύναμη αυξάνεται ανάλογα με τον αριθμό των καταστημάτων τους.

3.4 Ανάλυση του εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Για την απόφαση ίδρυσης μιας επιχείρησης σημαντικό ρόλο παίζει το γενικευμένο εξωτερικό περιβάλλον. Θα πρέπει λοιπόν να εντοπιστούν και να αναλυθούν οι παράγοντες οι οποίοι δυνητικά επηρεάζουν είτε θετικά είτε αρνητικά, τις ευκαιρίες, αλλά και τους κινδύνους που απορρέουν από την απόφαση ίδρυσης μιας επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα οι παράγοντες οι οποίοι θα αναφερθούν θα είναι οι Πολιτικοί, οι Οικονομικοί, οι Κοινωνικοί και οι Τεχνολογικοί (PEST).

3.4.1 Πολιτικοί Παράγοντες (και Νομικό Πλαίσιο)

Με τις φιλοζωικές οργανώσεις, σε παγκόσμιο επίπεδο, να έχουν σημαντική δράση τα τελευταία χρόνια και να επηρεάζουν σημαντικά τη λήψη αποφάσεων που αφορά στα ζώα, βλέπουμε όλο και περισσότερες χώρες να θεσπίζουν νόμους υπέρ της προάσπισης των δικαιωμάτων τους.

Η Μεγάλη Βρετανία με νόμο του υπουργείου Περιβάλλοντος, Τροφίμων και Αγροτικών Υποθέσεων τον 12^ο/2018 (δεν είναι τυχαία η περίοδος μιας και κάθε Δεκέμβριο πωλούνται τα περισσότερα σκυλάκια και γατάκια για να δοθούν ως δώρο Χριστουγέννων) απαγορεύει την πώληση σκύλων και γατιών από τα εξειδικευμένα καταστήματα. Ο συγκεκριμένος νόμος ονομάστηκε "Ο Νόμος της Λούσι" και αφορμή γι αυτήν την απόφαση καθώς και της ονομασίας στάθηκε η ιστορία της πεντάχρονης Λούσι, ενός Καβαλιέρ Κινγκ Τσαρλς Σπάνιελ, το οποίο διασώθηκε από puppy mill σε ηλικία πέντε ετών από τη βρετανίδα Λιζα Γκαρνερ. Η Λούσι είχε συνοστέωση στους γοφούς (τα δύο οστά είναι αρχικά χωρισμένα και με την πάροδο του χρόνου συγχωνεύονται μέχρι του σημείου να γίνουν ένα ενιαίο οστό), καμπύλη στην σπονδυλική στήλη, αλωπεκία και επιληψία εξαιτίας της κακομεταχείρισης από τον εκτροφέα.¹²

Σύμφωνα με το υπουργείο, η απόφαση ελήφθη ύστερα από ευρεία διαβούλευση μεταξύ του πληθυσμού και των φιλοζωικών οργανώσεων που τάχθηκαν υπέρ αυτού του μέτρου, προκειμένου να τερματιστούν οι κακές συνθήκες που επικρατούν σε ορισμένα καταστήματα που διαθέτουν κουτάβια.

¹² <https://www.reader.gr/news/viral/i-istoria-tis-loysi-poy-egine-i-aitia-gia-na-stamatisei-i-polisi-zoon-sta-pet-shop-tis>



Της Μεγάλης Βρετανίας, ήδη από το 2012, είχε προηγηθεί η απόφαση της Πολιτείας του Λος Αντζελες των Η.Π.Α., στις 21 Αυγούστου 2012, όπου απαγορεύτηκε όχι μόνο από τα καταστήματα αλλά και από τους εκτροφείς η πώληση ζώων. Όλοι οι εμπλεκόμενοι, αντιλαμβανόμενοι το πρόβλημα της εγκατάλειψης ζώων τα οποία στη συνέχεια οδηγούνται σε μαζικές ευθανασίες, οδηγήθηκαν στον χαρακτηρισμό του εμπορίου ζώων ως ανήθικου και στη λήψη της εν λόγω απόφασης από την Πολιτεία. Με αφορμή αυτήν την εξέλιξη που συνδέει την ηθική με την εμπορική δραστηριότητα, η Πανελλαδική και Φιλοζωική και Περιβαλλοντική Ομοσπονδία και η Πανελλαδική Συντονιστική Επιτροπή Φιλοζωικών Σωματείων απευθυνόμενες από το 2012 έως και σήμερα στους αρμόδιους φορείς ζητούν επανειλημμένα να απαγορευτεί δια νόμου το εμπόριο ζώων από τα Pet Shops και στην Ελλάδα.¹³

Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί πως η πρώτη χώρα στην Ε.Ε. που απαγόρευσε με νόμο την πώληση ζώων ήταν η Αυστρία, ήδη από το 2005. Δυστυχώς όμως, και παρά τις συνεχείς πιέσεις, στη χώρα μας δεν έχει υπάρξει καμία αναθεώρηση της σχετικής νομοθεσίας τα τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα την πώληση ζώων συντροφιάς από τα Pet Shop, αλλά και την ταυτόχρονη στέγαση χιλιάδων αδέσποτων και εγκαταλελειμμένων ζώων στα καταφύγια.

Σε συνέχεια της παραπάνω πραγματικότητας στην Ελλάδα, δεν υπάρχει νομοθεσία που να αφορά την ίδρυση Pet Shop το οποίο να μην δραστηριοποιείται και στην πώληση ζώων.

Ως εκ τούτου, η "Loukoumi-All About Dogs" θα ακολουθήσει τη διαδικασία ίδρυσης μιας επιχείρησης "Υγειονομικού ενδιαφέροντος" μιας που η κύρια απασχόληση της επιχείρησης θα είναι η παρασκευή, η τυποποίηση, η εισαγωγή, η αποθήκευση και η πώληση ζωοτροφών. Επιπλέον, εκτός από την πώληση όλων των χρηστικών αξεσουάρ της καθημερινότητας ενός σκύλου, η επιχείρηση θα πουλάει και κτηνιατρικά φαρμακευτικά προϊόντα.¹⁴

Ως εκ τούτου εκτός από την τήρηση της νομοθεσίας που διέπει τις εισαγωγές, θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν πως σε ότι αφορά στα

¹³ <https://www.zoosos.gr/zetoun-ten-katargese-poleses-zoon-sudrophias-apo-ta-pet-shops/#axzz5xEnk6VDa>

¹⁴ <http://www.gtec.gr/shops.html>

κτηνιατρικά φαρμακευτικά προϊόντα, θα πρέπει να σημειωθεί πως αυτά χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, τα μη συνταγογραφούμενα, τα οποία αφορούν κυρίως στην πρόληψη ή καταστολή κάποιας ήσσονος σημασίας ασθένειας και σε αυτά τα οποία η αγορά τους προϋποθέτει την συνταγογράφησή τους από κτηνίατρο¹⁵ Στη δεύτερη περίπτωση και για την αγορά των εν λόγω φαρμάκων θα πρέπει να προσκομίζεται το σχετικό έγγραφο από τον κτηνίατρο.

Τέλος, σε ότι αφορά στην παρασκευή των ζωοτροφών, καθώς και όλης της διαδικασίας μέχρι την αγορά τους από τους πελάτες, αυτή θα πρέπει στηρίζεται στο ισχύον νομοθετικό πλαίσιο που έχει θεσπιστεί από την Ε.Ε. και σε συνεργασία με εξειδικευμένο, σε θέματα διατροφής ζώων, γεωπόνο. Επιπλέον, το γνωστό σε όλους πια σύστημα HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*, μεταφρ: *ανάλυση κινδύνου και κρίσιμα σημεία ελέγχου*), με το οποίο, μέσω ενός συνόλου γραπτών διαδοχικών οδηγιών εργασίας και αποτελεσμάτων μπορούμε να προβλέψουμε τους κινδύνους και την πιθανότητα εμφάνισής τους σε κάθε στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας ενός τροφίμου, και να αποφύγουμε έτσι την πρόκληση ζημιάς στην υγεία του καταναλωτή¹⁶, είναι αυτό μέσω του οποίου θα διασφαλίζεται η ποιότητα των παραγόμενων ζωοτροφών και θα εγγυάται στους αγοραστές πως το προϊόν το οποίο αγοράζουν πληροί όλες τις αναγκαίες προϋποθέσεις.

3.4.2 Οικονομικοί Παράγοντες

Την περίοδο της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα, θα πρέπει να αναφέρουμε πως έχουμε παρατηρήσει και κάποιες “εκπλήξεις” εκτός από τη διαρκή ύφεση των δεικτών της πλειονότητας των επιχειρήσεων.

Ένας από τους κλάδους που μας έχει εκπλήξει ευχάριστα, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, είναι αυτός της «τετράποδης επιχειρηματικότητας».

Πιο συγκεκριμένα, βλέπουμε όλο και περισσότερες “έξυπνες επιχειρήσεις/start ups” με φρέσκες ιδέες και νέους επιχειρηματίες να κάνουν την εμφάνισή τους και μάλιστα να σημειώνουν αξιοπρόσεκτη επιτυχία. Από νέα καινοτόμα προϊόντα τροφής και φροντίδας, μέχρι πρωτοποριακές υπηρεσίες φροντίδας, φιλοξενίας, ρουχισμού και pet-sitting.

Στατιστικές έρευνες της Keepet και της Euromonitor, ανέδειξαν πως ενώ υπάρχει σημαντική μείωση στην αγοραστική δύναμη των Ελλήνων, οι 6 στους 10 αποφάσισαν να αποκτήσουν κάποιο κατοικίδιο εν μέσω κρίσης, ενώ 62% των ιδιοκτητών επεξεργάζονται την ιδέα απόκτησης και δεύτερου κατοικίδιου.¹⁷

Ως εκ τούτου, βλέπουμε σε αρκετές περιπτώσεις, κυρίως νέους ανθρώπους, να τολμούν την έναρξη μιας επιχείρησης καθώς μέσω

¹⁵ ΦΕΚ>3/9/2009 >αρ. φύλλου 1835-http://www.gtec.gr/files/fek52_2012.pdf

¹⁶ Wikipedia-HACCP

¹⁷ <http://www.epixeiro.gr/article/105530>

προγραμμάτων ΕΣΠΑ ή ΟΑΕΔ υπάρχει δυνατότητα χρηματοδότησης ή ακόμα και αξιοποιώντας τη δυνατότητα έναρξης μιας ΙΚΕ η οποία δεν προϋποθέτει την ύπαρξη αρχικού κεφαλαίου.

3.4.3 Κοινωνικοί (και πολιτιστικοί) Παράγοντες

Με 80 εκατομμύρια νοικοκυριά στην Ε.Ε. να έχουν εντάξει στην οικογένειά τους τουλάχιστον 1 κατοικίδιο ¹⁸ επιβεβαιώνεται η αυξητική τάση της ζωοφιλίας στον σύγχρονο δυτικό κόσμο (70 εκ. το 2010) τα τελευταία χρόνια. Δεν είναι μόνο η ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου για παρέα και συντροφιά που τον οδηγεί στην απόκτηση ενός κατοικιδίου, αλλά και τα πολλαπλά οφέλη που προκύπτουν από αυτήν την σχέση. Ένα ζώο συντροφιάς (κυρίως ο σκύλος) προσφέρει ασφάλεια μιας και λειτουργεί αποτρεπτικά για επίδοξους εισβολείς, αφορμή για άσκηση, για έξοδο, για νέα χόμπι, για διασκέδαση, για ψυχική και συναισθηματική καλάρωση, για ξεγνοιασιά και χαρά. Με αρκετά αληθινά καταγεγραμμένα περιστατικά και πληθώρα ερευνών να το επιβεβαιώνουν μπορούμε να πούμε πια με σιγουριά, πως τα ζώα συντροφιάς είναι απαραίτητα στους ανθρώπους και μέσω άλλων ρόλων. Πιο συγκεκριμένα, είναι οδηγοί για τους τυφλούς και για άλλα άτομα με αναπηρίες, συμβάλουν με την παρουσία τους σε ανθρώπους που πάσχουν από ψυχικές ασθένειες ή από Αλτσχαιμερ και είναι εξαιρετική η επίδραση που έχουν στα παιδιά όλων των ηλικιών καθώς ωριμάζουν και κοινωνικοποιούνται γρηγορότερα και αποτελεσματικότερα, διδάσκονται αξίες όπως η φιλία, ο σεβασμός και η υπευθυνότητα και έρχονται σε επαφή με τον κύκλο της ζωής μέσω του βιώματος της γέννησης, της ασθένειας ακόμα και του θανάτου. Τέλος πολλοί σκύλοι έχουν «ενταχθεί» σε αστυνομικές έρευνες ή τελωνειακές, βοηθώντας στην πρόληψη ή εξιχνίαση κάποιας παράνομης ενέργειας, ακόμα και σε ομάδες εξεύρεσης επιζώντων μετά από κάποια φυσική ή άλλη καταστροφή, π.χ. σεισμός, τσουνάμι.

Έτσι λοιπόν μπορούμε να πούμε πως μόνο οφέλη μπορεί κάποιος να εντοπίσει από τη μοναδική σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ του ανθρώπου και ενός ζώου συντροφιάς, επιβεβαιώνοντας, κατά αυτόν τον τρόπο, όλες τις σχετικές έρευνες αλλά και την αύξηση όλων των δεικτών που συνδέονται με τα ζώα συντροφιάς. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως δεν υπάρχει κανένας ηλικιακός, οικονομικός ή άλλος κοινωνικοπολιτικός παράγοντας που να αποκλείει κάποιον από τη δυνατότητα του να βιώσει αυτή τη σχέση με ένα ζώο συντροφιάς μιας που αυτή στηρίζεται κατά κύριο λόγο στην συντροφικότητα και την αγάπη!

¹⁸ <http://www.fediaf.org>



3.4.4 Τεχνολογικοί Παράγοντες

Με την τεχνολογία να βρίσκεται μέσα σε κάθε τομέα της ζωής μας, δεν θα μπορούσε να εξαιρεθεί από αυτόν που αφορά στα τετράποδα μέλη πολλών οικογενειών. Με άλλους να έχουν τοποθετήσει κάμερες στα σπίτια τους για να παρακολουθούν τη δραστηριότητά των ζώων συντροφιάς, τις ώρες της απουσίας τους, άλλους να τους έχουν τοποθετήσει tracker ώστε σε περίπτωση απομάκρυνσης να μπορούν να τα εντοπίσουν άμεσα, έως τα υποχρεωτικά πια από το νόμο, microchip, με τα στοιχεία του ιδιοκτήτη να τοποθετούνται στους σκύλους για την αποφυγή περιστατικών κακομεταχείρισης, εγκατάλειψης κλπ η τεχνολογία έχει εισβάλει σε κάθε δραστηριότητα στοχεύοντας στη βελτίωση της καθημερινότητάς μας, πολλώ δε μάλλον σε έναν από τους πιο νευραλγικούς τομείς της ζωής, όπως αυτόν της τροφής.

Όπως στα τρόφιμα που προορίζονται για να καταναλωθούν από τον άνθρωπο, έτσι και σε αυτά που θα καταναλωθούν από τα ζώα η τεχνολογία μέσω της σωστής και κατάλληλης επεξεργασίας μετατρέπει τις πρώτες ύλες τροφίμων σε ασφαλή, υγιεινά, θρεπτικά, νόστιμα και ελκυστικά τελικά προϊόντα. Η Τεχνολογία αξιοποιεί και ενσωματώνει την εφαρμογή πολλών τεχνολογικών επιστημών όπως τεχνολογία υλικών & εργαστηριακών οργάνων, μηχανική, γεωπονία, συσκευασία και βιοτεχνολογία καθώς και πολλών επιστημών όπως ενζυμολογία, φαρμακολογία, μικροβιολογία, τοξικολογία, καθώς και σειράς επιδράσεων της επεξεργασίας, της μεταποίησης και αποθήκευσης.

Η καλή υγεία και ευημερία ανθρώπων, αλλά και ζώων, εξαρτάται από τις ορθές γεωργικές πρακτικές, την επιτυχή επεξεργασία των πρώτων υλών, τον ασφαλή χειρισμό καθώς και την σωστή αποθήκευση όλων των ειδών τροφίμων. Όλες αυτές οι δραστηριότητες μαζί με τον αναγκαίο εξοπλισμό είναι αποτέλεσμα της εξέλιξης της τεχνολογίας και της καλής χρήσης αυτής, στοχεύοντας σε μια ποιοτική ζωή για άνθρωπο και ζώα.

3.5 Ανάλυση του Εσωτερικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος

Σε συνέχεια της ανάλυσης του άμεσου εξωτερικού ανταγωνιστικού περιβάλλοντος με βάση τις πέντε δυνάμεις κατά Porter που αφορούν στην ελκυστικότητα του κλάδου, καθώς και της ανάλυσης μέσω PEST που αφορά στο γενικευμένο εξωτερικό περιβάλλον, δεν θα πρέπει να παραλείψουμε και μια προσέγγιση αναφορικά με το εσωτερικό του κλάδου, αλλά και του επενδυτή, σχετικά με τις δυνάμεις και τις αδυναμίες του, καθώς επίσης και τις απειλές αλλά και τις ευκαιρίες που προκύπτουν μέσω μιας άτυπης ανάλυσης SWOT.

Σε Επίπεδο Κλάδου

Δυνατά Σημεία:

- ⌘ Οι ζωοτροφές εξασφαλίζουν στα ζώα συντροφιάς μια ισορροπημένη διατροφή, πλούσια σε όλα τα απαραίτητα συστατικά για καλή υγεία
- ⌘ Μέσω της αγοράς έτοιμων ζωοτροφών εξοικονομείται χρόνος από την προετοιμασία του φαγητού
- ⌘ Μπορεί κάποιος να βρει τεράστια ποικιλία σε γεύσεις και ποιότητες πιστοποιημένων ζωοτροφών
- ⌘ Με την αγορά ζωοτροφών παρέχονται συμβουλές είτε από τον πωλητή, είτε από την αναγραφή τους επάνω στη συσκευασία
- ⌘ Πρόκειται για μια σχετικά ανελαστική ζήτηση

Αδύναμα Σημεία:

- ⌘ Υπάρχει ελλιπής ενημέρωση σχετικά με τη διατροφική αξία των έτοιμων ζωοτροφών
- ⌘ Υπάρχει διακίνηση προϊόντων χαμηλής ποιότητας
- ⌘ Υπάρχει έλλειψη φιλοζωικής κουλτούρας

Ευκαιρίες:

- ⌘ Επέκταση αγοράς προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας
- ⌘ Υπάρχει δυνατότητα για περαιτέρω ανάπτυξη συνεργασιών με εξειδικευμένους επαγγελματίες του κλάδου
- ⌘ Λόγω της αυξημένης ανάγκης των ανθρώπων για συντροφικότητα, αυξάνεται και η ανάγκη για ζώα συντροφιάς
- ⌘ Μεγαλύτερη διείσδυση στους ιδιοκτήτες κατοικίδιων ζώων

Απειλές:

- ⌘ Οι τρέχουσες οικονομικές συνθήκες

- ⌘ Η περιορισμένη χρηματοδότηση από τις τράπεζες
- ⌘ Οι έντονοι ρυθμοί ζωής
- ⌘ Η διαμονή στα μεγάλα αστικά κέντρα και στα διαμερίσματα που δεν ευνοεί τη διατήρηση κατοικιδίων

Σε Επίπεδο Επενδυτή

Δυνατά Σημεία:

Στόχος των επενδυτών της επιχείρησης “Loukoumi-All About Dogs” είναι να υπάρχει επάρκεια κεφαλαίων μέσω ιδίων κεφαλαίων, αλλά και μέσω χρηματοδότησης ενός δανείου με cash collateral ως εγγύηση (πρόκειται για πρόταση που προτάθηκε από τον επαγγελματικό σύμβουλο της τράπεζας και έγινε αποδεκτή από τους επενδυτές). Επιπλέον, στα δυνατά σημεία, εκτός από την κεντρική τοποθεσία σε μια “καλή αγορά” και κατ’ επέκταση τους πελάτες με ισχυρή αγοραστική δύναμη, μπορούμε να συμπεριλάβουμε τους καλούς συνεργάτες και την πρωτοτυπία τροφών και ιδεών που συνολικά θα στοχεύουν σ’ έναν υγιή και ευτυχισμένο σκύλο.

Αδύνατα Σημεία:

Στα αδύνατα σημεία της επιχείρησης θα πρέπει να ενταχθεί το υψηλό κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων, αλλά και η καθυστέρηση στην παράδοση κάποιων προϊόντων καθώς ένα μέρος αυτών θα γίνεται κατόπιν παραγγελίας.

3.6 Στρατηγικός Σχεδιασμός

3.6.1. Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

Η Εταιρία στοχεύει μέσα από τη *διαφοροποίηση* να μπορέσει να ανταγωνιστεί άλλες επιχειρήσεις προσφέροντας μια γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών, απευθυνόμενες αποκλειστικά στους ιδιοκτήτες σκύλων, σκοπεύοντας να είναι σε θέση να ικανοποιήσει κάθε ανάγκη και ιδιαιτερότητα και των σκύλων, αλλά και των αφεντικών τους.

3.6.2 Όραμα

Όραμα της επιχείρησης είναι να εδραιωθεί τόσο στον χώρο των Pet Shop, ώστε οποιοσδήποτε χρειάζεται οτιδήποτε για τον σκύλο του να απευθύνεται απ’ ευθείας στην επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs”.

3.6.3 Αποστολή

Αποστολή της επιχείρησης είναι η κάλυψη όλων των αναγκών ενός σκύλου, από την απόκτησή του από τον ιδιοκτήτη, έως την κάλυψη όλων όσων ένας σκύλος χρειάζεται κατά τη διάρκεια της ζωής του (εκτός από την κτηνιατρική φροντίδα) ξεκινώντας από την τροφή, τις λικουδιές εκπαίδευσης, τα κόκκαλα, τα φάρμακα και αντιπαρασιτικά, τα λουράκια, τα καθαριστικά, τα σπιτάκια και είδη μεταφοράς και ένδυσης, τα παιχνίδια τους, έως την φροντίδα, το κούρεμα και τον καλλωπισμό. Η επιχείρηση θα απευθύνεται σε πελάτες λιανικής παρέχοντάς τους μοναδικά, αποκλειστικά σχεδιασμένα για τις δικές τους ανάγκες, και υψηλής ποιότητας προϊόντα, επιθυμώντας τη δημιουργία μακροχρόνιων σχέσεων συνεργασίας και εμπιστοσύνης μαζί τους.

3.6.4 Στόχοι

- Η παραγωγή, εισαγωγή και πώληση ποιοτικών τροφών και λικουδιών
- Η πώληση όλων των αναγκαίων αντικειμένων, αλλά κυρίως tailor made προϊόντων, για έναν σκύλο, σε συνεργασία με νεοφυείς επιχειρήσεις, που σε συνδυασμό με την παραγωγή ζωοτροφών θα την αναδείξουν σε πρωτοπόρο στην Ελληνική αγορά
- Η παροχή 2 υπηρεσιών: grooming σκύλων στο χώρο της επιχείρησης ή κατ' οίκον & υιοθεσίας ζώων
- Οι συνεργασίες με κτηνιάτρους, καθώς και με άλλες εταιρίες που παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες για σκύλους (π.χ. dog sitting) με στόχο μέσα από την επιχείρηση "Loukoumi-All About Dogs" ο ιδιοκτήτης να μπορεί να βρει οτιδήποτε ζητήσει για τον σκύλο του
- Η δημιουργία σχέσης "δεσίματος" με τους πελάτες μέσα από την καλή συνεργασία και την καλή εξυπηρέτηση

3.6.5 Σκοποί

- Σκοπός της επιχείρησης είναι η κατάκτηση του 6% του μεριδίου αγοράς της περιοχής στην οποία θα έχει εγκατασταθεί κατά την συμπλήρωση του 1^{ου} έτους λειτουργίας της
- Σκοπός της επιχείρησης είναι σταδιακά να καταφέρει να κερδίσει ένα ποσοστό κοντά στο 20%, συμπληρώνοντας το 5^ο έτος λειτουργίας της
- Σκοπός είναι, κι εφόσον έχει επιτευχθεί ο στόχος του 20% κατά το 5^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, το άνοιγμα κι ενός 2^{ου} καταστήματος, ενδεχομένως σε περιοχή των Βορείων Προαστίων

3.6.6 Επιχειρηματική Στρατηγική

Από πλευράς επιχειρηματικού σχεδιασμού, ο οποίος και καθορίζει το που θέλει να πάει μια επιχείρηση, η στρατηγική που οι επενδυτές στοχεύουν να ακολουθήσουν είναι αυτή της διαφοροποίησης.

Η επιχείρηση θα αναπτύξει σχέσεις συνεργασίας με τους συνεργάτες της και εμπιστοσύνης με τους πελάτες της, μέσα από την πώληση διαφοροποιημένων προϊόντων και υπηρεσιών.

3.6.7 Επιχειρησιακή Στρατηγική

Από πλευράς επιχειρησιακού σχεδιασμού, ο οποίος και καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο θα φτάσει η επιχείρηση εκεί που θέλει, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση θα αναπτυχθεί για να μπορέσει να επιβιώσει και να διατηρήσει τα πλεονεκτήματά της έναντι των ανταγωνιστών της, θα ακολουθήσει αυτούς της οριζόντιας ολοκλήρωσης και της συσχετισμένης διαποίκισης.

Πιο συγκεκριμένα, η επιχείρηση στο μέλλον θα μπορούσε πιθανώς να εξαγοράσει κάποια επιχείρηση προμηθευτή της, εντάσσοντας εμμέσως, στη γραμμή παραγωγής της εκτός από τις ζωοτροφές και κάποια επιπλέον προϊόντα, επιχειρώντας μια οριζόντια ολοκλήρωση καθώς επίσης και να επεκταθεί και στην κάλυψη αναγκών άλλων ζώων συντροφιάς, πχ στις γάτες ή στα ψάρια επιχειρώντας κατ' αυτόν τον τρόπο μια συσχετισμένη διαποίκιση.

3.7 Στρατηγική του Marketing

Η επιχείρηση στοχεύει στη διείσυσή της στην αγορά της περιοχής στην οποία θα εγκατασταθεί (Διείσδυση Αγοράς) αλλά μελλοντικά και στην επέκτασή της μέσω ανοίγματος επιπλέον καταστημάτων (Ανάπτυξη Αγοράς) επιτυγχάνοντας τη μέγιστη δυνατή τιμή.

Ο πρώτος στόχος είναι να καταφέρει να κερδίσει αυτό το 6% του μεριδίου της αγοράς 1^ο έτος λειτουργίας της και σταδιακά αυτό να αυξηθεί, επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα να δημιουργήσει τροφές και λικουδιές που θα έχουν την αποδοχή των τετράποδων φίλων μας αφού προηγουμένως έχουν εξασφαλιστεί οι απαραίτητες πιστοποιήσεις.

Από την έρευνα που διεξήχθη από την εταιρία στην οποία ανατέθηκε η μελέτη προέκυψαν στα κάτωθι συμπεράσματα:

- οι σκύλοι αγαπούν το μαγειρεμένο φαγητό που προορίζεται να καταναλωθεί από ανθρώπους το οποίο όμως περιέχει συστατικά που δεν κάνουν καλό στην υγεία τους (αλάτι, σκόρδο, κρεμμύδι, μπαχαρικά κ.α.)

- οι σκύλοι προτιμούν τροφές προορισμένες για σκύλους, χαμηλής ποιότητας (και τιμής), πλούσιες όμως σε αρωματικές ουσίες που τις κάνουν ελκυστικές για τους ίδιους
- οι σκύλοι αποφεύγουν υψηλής ποιότητας τροφές οι οποίες λόγω της κατάλληλης επεξεργασίας έχουν αποβάλλει οσμές που τις κάνουν ελκυστικές για τους ίδιους

Η επιχείρηση επομένως, λαμβάνοντας υπ' όψιν τα αποτελέσματα που αφορούν στην κατανάλωση τροφής από τους σκύλους, θα πρέπει πρωτίστως να παράγει φρέσκια, χειροποίητη, νόστιμη (αποφεύγοντας υλικά που είναι βλαπτικά για την υγεία των σκύλων), θρεπτική, ποιοτική και πιστοποιημένη τροφή που θα της δίνει πλεονέκτημα ώστε να μπορεί να σταθεί έναντι των ανταγωνιστών της. Αφού σημειώσουμε λοιπόν πως κατ' αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η διαφοροποίηση, μέσω της παραγωγής μιας καινοτόμου τροφής για σκυλιά, η μεγαλύτερη πρόκληση για την εταιρία θα είναι η λήψη όλων των σχετικών πιστοποιήσεων.

3.7.1 Τμηματοποίηση

Σε ότι αφορά στην τμηματοποίηση της αγοράς αυτή θα γίνει κατά "Πελάτες" μιας και η αγορά-στόχος της επιχείρησης είναι οι πελάτες – ιδιοκτήτες σκύλων, με υψηλή αγοραστική δύναμη, καθώς, όπως έχει ήδη αναφερθεί στις αδυναμίες της επιχείρησης, πρόκειται για μια επιχείρηση που τα προϊόντα της δεν είναι χαμηλού κόστους.

3.7.2 Στοχοθέτηση

Στόχος της επιχείρησης "Loukoumi-All About Dogs", όπως και κάθε άλλης επιχείρησης άλλωστε, είναι η πώληση των προϊόντων της στη μέγιστη δυνατή τιμή, έτσι λοιπόν θα πρέπει να επιλεγεί το τμήμα αυτό της εγχώριας αγοράς που θα βοηθήσει στο να καταστεί εφικτός αυτός ο στόχος. Συμπερασματικά, καταλήξαμε στην επιλογή της περιοχής της Γλυφάδας (ακολουθεί ανάλυση σε επόμενο κεφάλαιο), καθώς πρόκειται για μια περιοχή όπου οι κάτοικοί της διατηρούν σε μεγάλο βαθμό τουλάχιστον ένα κατοικίδιο (βοηθάει και η δόμηση της περιοχής, μιας και υπάρχουν αρκετές μονοκατοικίες με κήπο και σκύλο-φύλακα), πρόκειται για μια περιοχή με μεγάλη αγορά, με μεγάλη επισκεψιμότητα ανθρώπων από άλλες περιοχές με στόχο το φαγητό ή/και τα ψώνια, με όλους τους προαναφερθέντες να ανήκουν στην κατηγορία των αγοραστών υψηλής αγοραστικής δύναμης.

3.7.3 Τοποθέτηση

Η τοποθέτηση (positioning) είναι ένα εργαλείο που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις στην προσπάθεια αντιμετώπισης της τεράστιας ποικιλίας προϊόντων που κυκλοφορούν στην αγορά και έχουν ως σκοπό την εξυπηρέτηση της ίδιας κατηγορίας αναγκών. Ιδιαίτερος στις κοινωνίες των ανοικτών αγορών, και του διαδικτύου είναι εξαιρετικά σημαντικό το πώς αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής και πώς διαχωρίζει το δικό μας προϊόν εν συγκρίσει με τα ανταγωνιστικά.

Με τον κλάδο των Pet Shop (και ειδικότερα αυτόν των ζωοτροφών) να είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικός λόγω της τεράστιας ποικιλίας προϊόντων που διαθέτει, η είσοδος μιας ακόμα «εναλλακτικής» στα μάτια των υποψήφιων πελατών πιθανόν να φαντάζει ως πλεονασμός.

Αυτό λοιπόν που οφείλει να κάνει η επιχείρηση είναι να τονίσει τη διαφοροποίηση και την καινοτομία των προϊόντων που έρχονται να προστεθούν στη μεγάλη πληθώρα των ήδη υπαρχόντων.

Σε ότι αφορά στις τροφές και τις λικουδιές, θα πρέπει να επισημανθεί πως πρόκειται για ένα προϊόν καινούριο, μιας που στον ανταγωνισμό δεν υπάρχει άλλο με τα ίδια χαρακτηριστικά, που δημιουργείται με στόχο την κάλυψη και των αναγκών αλλά και των γευστικών επιθυμιών ενός σκύλου, στηρίζεται σε φρέσκες, βιολογικές και οργανικές πρώτες ύλες και το μαγείρεμα και η επεξεργασία τους θα είναι τέτοια που το τελικό προϊόν θα είναι υψηλής διατροφικής αξίας. Επιπλέον η συσκευασία των τροφών θα γίνεται με ανακυκλώσιμα υλικά ή επαναχρησιμοποιούμενα, προτρέποντας τους καταναλωτές να ανακυκλώνουν κάθε συσκευασία μετά τη χρήση της ή να την επιστρέφουν στην "Loukoumi-All About Dogs" για να γίνει εκ νέου χρήση της, λαμβάνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο ένα ποσοστό έκπτωσης στη νέα αγορά τους.

Με τους vegetarian και τους vegan ολοένα και να αυξάνονται και με ένα μεγάλο ποσοστό αυτών να είναι ιδιοκτήτες ζώων συντροφιάς, θα πρέπει να εντάξουμε στις παραγόμενες τροφές και κάποια η οποία δεν θα περιέχει ζωικές πρώτες ύλες, σεβόμενοι αφενός αυτήν την επιλογή των vegetarian & vegan για τα κατοικίδια τους, προσθέτοντας αφετέρου ένα επιπλέον καινοτόμο προϊόν στη φαρέτρα της επιχείρησης.

Σε ότι αφορά στα υπόλοιπα προϊόντα που θα εμπορεύεται η επιχείρηση, η διαφοροποίηση έγκειται στο ότι κάποιος θα μπορεί να επιλέξει αυτό της αρεσκείας του και να το αγοράσει την ίδια στιγμή, αλλά θα έχει και τη δυνατότητα μέσα από μια μεγάλη ποικιλία εναλλακτικών να παραγγείλει αυτό που θέλει με ακριβώς τα χαρακτηριστικά που ο ίδιος επιθυμεί και να το παραλάβει λίγες μέρες αργότερα.

Τέλος, η παροχή υπηρεσίας grooming, όπου κάποιος μπορεί είτε να επισκεφτεί την επιχείρηση και να αφήσει το σκύλο του εκεί για περιποίηση και να τον παραλάβει κάποια ώρα αργότερα, είτε η περιποίηση να λάβει χώρα στο σπίτι του ιδιοκτήτη κατόπιν επίσκεψης του groomer εκεί, δίνει στην επιχείρηση ένα ακόμα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας που στις δύο περιπτώσεις ο ιδιοκτήτης κερδίζει χρόνο για άλλες υποχρεώσεις του και όχι περιμένοντας.

Συνολικά η επιχείρηση θα ακολουθήσει την στρατηγική Pull προσελκύοντας τους πελάτες παρέχοντάς τους καινοτόμα προϊόντα και

υπηρεσίες, δημιουργώντας αξία σε αυτούς και καλύπτοντας τις δικές τους ανάγκες αλλά και των τετράποδων φίλων τους.

3.8 Τακτική του Marketing

Το μείγμα μάρκετινγκ αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες του μάρκετινγκ και είναι γνωστό και ως τα 4P από τα αρχικά των λέξεων “Product” (Προϊόν), “Price” (Τιμή), “Place” (Διανομή), “Promotion” (Προώθηση).

Πρόκειται για τα εργαλεία εκείνα που χρησιμοποιούνται από μια επιχείρηση με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτευχθεί η ανταπόκριση που θέλει από την αγορά-στόχο και σκοπός είναι η δημιουργία αυτού του μείγματος το οποίο να περιλαμβάνει σε ισορροπία και τα τέσσερα αυτά εργαλεία.

3.8.1 Το προϊόν και η πολιτική προϊόντος

■ Τα προϊόντα τα οποία θα παράγει και θα εμπορεύεται η επιχείρηση θα είναι:

- τροφές
- λικουδιές (& εκπαίδευσης)
- “κόκκαλα” για τα δόντια και τα ούλα

➔ Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημανθεί πως αυτό το οποίο θα προτάξει η επιχείρηση ως καινοτόμο προϊόν και ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, θα είναι η παραγωγή τροφών και λικουδιών οι οποίες θα προορίζονται αποκλειστικά για την κάλυψη των αναγκών και των επιθυμιών των σκύλων. Μέσα από μια μεγάλη ποικιλία φρέσκων οργανικών και βιολογικών πρώτων υλών και την κατάλληλη επεξεργασία τους θα δημιουργείται μια γκάμα αρκετών εναλλακτικών που στόχο θα έχει να ικανοποιεί και τον πιο απαιτητικό σκύλο κάνοντας τις τροφές της “Loukoumi-All About Dogs” τη νούμερο ένα επιλογή του.

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί πως η παραγωγή, εισαγωγή και πώληση τροφών και λικουδιών για σκύλους θα είναι ο βασικός πυλώνας της επιχείρησης, με όλα τα υπόλοιπα προς πώληση προϊόντα να στοχεύουν είτε στην αφορμή για την οποία ο πελάτης θα επισκεφτεί αρχικά την επιχείρηση, είτε στο “δέσιμό” του με αυτήν μέσω της κάλυψης μιας μεγάλης γκάμας αναγκών.

Με την παραγωγή, εισαγωγή και πώληση τροφών και άλλων προϊόντων για σκύλους να αποτελεί την κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης και μάλιστα με μια εταιρική φιλοσοφία προσανατολισμένη στον σεβασμό προς την φύση, τα ζώα και το περιβάλλον δεν θα μπορούσε να εξαιρεθεί η αναφορά στην συσκευασία και μεταφορά όλων αυτών.

Οι συσκευασίες που θα χρησιμοποιούνται από την επιχείρηση θα είναι κατά κύριο λόγο επαναχρησιμοποιούμενες, δίνοντας ένα επιπλέον κίνητρο στους πελάτες να επιστρέψουν στην επιχείρηση και να λάβουν ένα ποσοστό έκπτωσης από την αγορά τροφής με την εκ νέου χρησιμοποίηση της ίδιας συσκευασίας. Εναλλακτικά θα χρησιμοποιούνται ανακυκλώσιμες συσκευασίες και οι σακούλες που θα διατίθενται θα είναι ή επαναχρησιμοποιούμενες ή ανακυκλώσιμες.

Σε κάθε περίπτωση, επάνω σε όλες τις συσκευασίες των προϊόντων που θα παράγει η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” θα αναγράφεται η ημερομηνία παραγωγής και λήξης του προϊόντος, η διατροφική δήλωση/αξία, τα συστατικά, οδηγίες συντήρησης, το καθαρό βάρος, η συνιστώμενη ποσότητα σε ημερήσια βάση που πρέπει να λαμβάνει ένας σκύλος βάσει των κιλών του, η χώρα προέλευσης, η επωνυμία, τα στοιχεία και το λογότυπο της επιχείρησης.

■ Τα προϊόντα τα οποία θα προμηθεύεται (& κατόπιν παραγγελίας) και θα εμπορεύεται η επιχείρηση θα είναι:

- περιλαίμια, σαμαράκια και οδηγούς (& πτυσσόμενους)
- σπιτάκια και καλαθάκια ύπνου, στρωματάκια, κουβέρτες, καρότσια, τρειλερ και τσάντες μεταφοράς (και τα ανταλλακτικά τους)
- είδη ένδυσης (μπλουζάκια, πουλοβερ, μπουφάν, μαγιο) και υπόδησης (παπουτσάκια, καλτσάκια)

■ Τα προϊόντα τα οποία θα εισάγει και θα εμπορεύεται η επιχείρηση θα είναι:

- φάρμακα, αντιπαρασιτικά, εντομοαπωθητικά, βιταμίνες, κρέμες, συμπληρώματα, είδη για στοματική φροντίδα
- κλινικές τροφές
- πάνες (και επιδαπέδιες) και βρακάκια
- σακούλες περισυλλογής απορριμμάτων
- μαντηλάκια καθαρισμού
- αλυσίδες και φίμωτρα
- σαμπουάν, αφρούς καθαρισμού, κρέμες, κολώνιες
- βούρτσες, χτένες και νυχοκόπτες
- κουρευτικές μηχανές
- παιχνίδια
- πατάκια
- αξεσουάρ αυτοκινήτου
- πινακίδες προειδοποίησης
- μπολ, ταΐστρες, ποτίστρες, σουπλά
- κοκαλάκια, ταυτότητες, κουδουνάκια, γυαλιά ηλίου

- Υπηρεσίες τις οποίες θα προσφέρει η επιχείρηση:
 - Φροντίδα σκύλων η οποία θα περιλαμβάνει: κούρεμα, πλύσιμο, χτένισμα, κόψιμο νυχιών, καθαρισμό αυτιών, περιποίηση δέρματος & τριχώματος.
Η φροντίδα αυτή θα μπορεί να λαμβάνει χώρα είτε μέσα στην επιχείρηση, στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο, είτε στον χώρο του ιδιοκτήτη σκύλου (κατόπιν ραντεβού).



- Απόκτηση ζώου συντροφιάς (όπως έχει αναφερθεί, ήδη από την αρχή αυτής της εργασίας, η φιλοσοφία των επενδυτών είναι ενάντια στην πώληση των ζώων, καθώς κανένα έμβιο ον δεν θα πρέπει να διατίθεται προς πώληση ή εκμετάλλευση, ειδικότερα σε μια χώρα όπως η Ελλάδα όπου τα καταφύγια ζώων είναι πλημμυρισμένα από αδέσποτα ή εγκαταλελειμμένα ζώα, η πώληση και η εκμετάλλευσή τους θα έπρεπε να έχει καταργηθεί δια νόμου. Σε συνέχεια των παραπάνω λοιπόν, η σκέψη των επενδυτών είναι το πάντρεμα προσφοράς - ζήτησης μέσω της προσπάθειας μείωσης του προαναφερθέντος προβλήματος. Πιο συγκεκριμένα, οι επενδυτές έχουν στα σχέδιά τους τη συνεργασία με όλες τις φιλοζωικές εταιρίες της χώρας, με στόχο τη συγκέντρωση σε μια ηλεκτρονική βάση όλων των διαθέσιμων προς υιοθεσία ζώων, έτσι, όποιος ενδιαφέρεται να υιοθετήσει θα μπορεί να απευθύνεται στην επιχείρηση "Loukoumi-All About Dogs" και μέσω της αυτής να βρίσκει το κατάλληλο για τον ίδιο, ζώο συντροφιάς. Μοναδική υποχρέωση του νέου ιδιοκτήτη είναι η αγορά ενός minimum ποσού ζωοτροφών ή φαρμάκων τα οποία και θα δίνονται στην εκάστοτε φιλοζωική εταιρία για κάλυψη των αναγκών των φιλοξενούμενων ζώων. Κατ' αυτόν τον τρόπο θα δημιουργείται μια win-win συνεργασία για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Ταυτόχρονα, στόχευση της επιχείρησης θα είναι ο νέος ιδιοκτήτης να αγοράζει όλα τα είδη πρώτης ανάγκης από αυτήν αλλά και να δημιουργείται μια τέτοια σχέση, που θα την κάνει τον βασικό προμηθευτή του νέου ζώου συντροφιάς, για όλες τις ανάγκες του καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής του.
- Τέλος θα πρέπει να σημειωθεί πως στόχευση των επενδυτών της επιχείρησης, είναι η συνεργασία, με όσο περισσότερες εταιρίες είναι εφικτό, που να δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών για σκύλους, ενδεικτικά: κτηνιατρεία, εκπαιδευτικά κέντρα, pet sitting κλπ, ώστε η επιχείρηση να μπορεί να παρέχει συμβουλές και καθοδήγηση στους πελάτες της για κάθε αναδυθείσα ανάγκη των

τετράποδων φίλων τους, με την αντίστοιχη προώθηση της “Loukoumi-All About Dogs” από πλευράς αυτών των εταιριών.

3.8.2 Η τιμή και η τιμολογιακή πολιτική

Η τιμή πώλησης των προϊόντων (ή των υπηρεσιών) που εμπορεύεται κάθε επιχείρηση αποτελεί για τους καταναλωτές μέτρο σύγκρισης σε σχέση με τα παρόμοια προϊόντα (ή υπηρεσίες) που υπάρχουν διαθέσιμα στην αγορά και τον βοηθά να αποφασίσει ώστε τα χρήματα που θα διαθέσει να του παρέχουν και την αντίστοιχη ικανοποίηση.

Η τιμή επηρεάζει την εικόνα του προϊόντος (ή της υπηρεσίας) επομένως η τιμολόγηση συνδέεται άρρηκτα με τους στόχους των υπόλοιπων εργαλείων του μείγματος marketing αλλά και με όλες τις υπόλοιπες λειτουργίες της επιχείρησης.

Η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” θα έχει την ιδιαιτερότητα πως θα δραστηριοποιείται τόσο σε επίπεδο παραγωγής όσο και εισαγωγής προϊόντων με στόχο την πώλησή τους, αλλά και σε επίπεδο παροχής υπηρεσιών.

Στην προκειμένη περίπτωση λοιπόν, κι εφόσον είμαστε στο στάδιο της προμελέτης σκοπιμότητας, δεν υπάρχει δυνατότητα να γίνει υπολογισμός της τιμής πώλησης των εισαγόμενων προϊόντων με ακρίβεια μιας και δεν υπάρχει σαφής εικόνα για τους προμηθευτές και τις συνεργασίες. Ως εκ τούτου, κάτωθι θα γίνει μια προσπάθεια προσέγγισης τιμολόγησης κατά μέσον όρο σε ότι αφορά στα προϊόντα που δεν θα παράγονται από την επιχείρηση.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΛΟΥΚΟΥΜΙ-ALL ABOUT DOGS			
Προϊόντα Παραγόμενα από την Επιχείρηση			Σχόλια
Τροφές		Τιμή/1kg	
	αρνί	15 €	
	βοδινό	15 €	
	κοτόπουλο	14 €	
	κουνέλι	14 €	
	λαχανικά	12 €	
	μοσχάρι	15 €	
	χοιρινό	14 €	
	ψάρι	15 €	
Λιχουδιές		Τιμή/τεμάχιο	
	σνακς	0,10 €	
	εκπαίδευσης	0,05 €	
	κόκκαλα για τα δόντια και τα ούλα	1-5	
Εισαγόμενα Προϊόντα			
Αξεσουάρ			
	αλυσίδες	5-20	
	γυαλιά ηλίου	20-30	
	κοκαλάκια	1-5	
	κουδουνάκια	2-5	
	μπολ	3-15	
	οδηγοί	15-25	
	οδηγοί πτυσσόμενοι	20-35	
	παιχνίδια	3-15	
	περιλαίμα	4-20	
	ποτίστρες	5-15	
	σαμαράκια	15-45	
	σουπλά	2-5	
	ταΐστρες	5-25	
	ταυτότητες	5-15	
	φίμωτρα	3-25	
Είδη Ένδυσης			
	μαγιο	15-55	
	μπλουζάκια	10-35	
	μπουφάν	50-200	
	πουλοβερ	15-65	
Είδη Υπόδησης			
	καλτσάκια (4τμχ)	4-20	
	παπουτσάκια (4τμχ)	20-60	
Καλλωπισμός			
	αφροί καθαρισμού (συσκευ. 250ml-1l)	5-100	
	βούρτσες	5-20	
	κολόνιες (συσκευ. 250ml)	15-25	
	κουρευτικές μηχανές	60-90	
	κρέμες	5-25	
	μαντηλάκια καθαρισμού (συσκευ. 12 τμχ)	1	
	νυχοκόπτες	5-10	
	σαμπουάν (συσκευ. 250ml-1l)	5-100	
Μεταφορά-Διαμονή			
	σιτιάκια (πλαστικά)	10-100	
	καλαθάκια ύπνου	20-80	
	στρωματάκια	8-40	
	κουβέρτες	5-20	
	καρότσια	60-200	
	τρειλερ	50-200	
	τσάντες μεταφοράς	40-200	
	πατάκια	5-30	
	αξεσουάρ αυτοκινήτου	25-110	
	πινακίδες προειδοποίησης	3-6	

Υγεία και Υγιεινή			
	αντιπαρασιτικά		5-23
	βιταμίνες		10-60
	βρακάκια		5-10
	είδη για στοματική φροντίδα		4-25
	εντομοαπωθητικά		4-25
	επιδαπέδιες πάνες (συσκευ. 12 τμχ)		5
	κλινικές τροφές (1kg)		15-120
	κρέμες (250ml)		5-25
	πάνες (συσκευ. 12 τμχ)		4
	σακούλες περισυλλογής απορριμάτων (συσκευ. 50 σακουλάκια)		1
	συμπληρώματα		30-90
	φάρμακα		10-60
Παρεχόμενες Υπηρεσίες			
Καλλωπισμός			Εντός Επιχείρησης (σε €)
	κούρεμα		20-30
	πλύσιμο		10-20
	χτένισμα		5-10
	κόψιμο νυχιών		3
	καθαρισμό αυτιών		3
	περιποίηση δέρματος & τριχώματος		10-20
	πλήρες πακέτο περιποίησης		40-75
			Εκτός Επιχείρησης (σε €)
	κούρεμα, πλύσιμο & χτένισμα		40-65
	πλύσιμο & χτένισμα		20-35
	πλήρες πακέτο περιποίησης		50-85
Απόκτηση Ζώου Συντροφιάς			το κόστος αφορά αγορά τροφών ή φαρμάκων (minimum) 50 €
<i>* το εύρος των τιμών οφείλεται είτε στην διαφοροποίηση των κιλών, της ράτσας και των διαφορετικών αναγκών των σκύλων είτε στη διαφοροποίηση των ποιοτήτων και των συσκευασιών</i>			

Πίνακας Νο. 2 > Ευδεικτική Τιμολόγηση Προϊόντων και Υπηρεσιών Επιχείρησης

3.8.3 Προώθηση

Η υπό εξέταση επιχείρηση σκοπεύει να εδρεύσει σε μια περιοχή με μεγάλη ζήτηση, αλλά και προσφορά. Ως εκ τούτου, αυτό στο οποίο θα πρέπει να στηριχτεί θα είναι η διαφορετικότητά της. Θα πρέπει να διαφημίσει, χρησιμοποιώντας σύγχρονους τρόπους προώθησης, την μοναδικότητα των παραγόμενων τροφών της καθώς και τα tailor made προϊόντα που θα εμπορεύεται στοχεύοντας αρχικά στο να κινήσει την περιέργεια των εν δυνάμει πελατών, ώστε στη συνέχεια, μέσα από την ικανοποίηση των τετράποδων φίλων τους, να δημιουργηθεί μια σχέση εμπιστοσύνης καθιστώντας τους πιστούς πελάτες της.

Πιο συγκεκριμένα, η επιχείρηση σκοπεύει να προωθηθεί βάσει των κάτωθι ενεργειών:

- ☞ Δημιουργία ιστοσελίδας και e-shop, η οποία αφενός θα περιέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τα παραγόμενα και προς πώληση προϊόντα, αφετέρου, ο πελάτης θα έχει τη δυνατότητα εκτός του να αγοράσει άμεσα το προϊόν που επιθυμεί, να επιλέξει τα χαρακτηριστικά ενός προϊόντος που επιθυμεί μέσα από μια μεγάλη λίστα με εναλλακτικές, να το παραγγείλει και να το παραλάβει λίγες μέρες αργότερα.
Αυτή η δυνατότητα θα αφορά:
στις παραγόμενες τροφές, όπου ο πελάτης με βάση τις προτιμήσεις του σκύλου του θα μπορεί να παραγγείλει μια τροφή αποκλειστικά για τον σκύλο του
στα προϊόντα για τα οποία η επιχείρηση θα διατηρεί συνεργασία με στόχο τη δημιουργία tailor made προϊόντων.
- ☞ Καταχώρηση διαφήμισης σε τοπικά free press που μοιράζονται δωρεάν σε καφετέριες και εστιατόρια της περιοχής ενημερώνοντας τους επισκέπτες για τις δυνατότητες που έχουν στην περιοχή που βρίσκονται
- ☞ Καταχώρηση διαφήμισης με περιοδικά του κλάδου
- ☞ Καταχώρηση διαφήμισης σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και σε sites που προωθούν τα “hot spot” της κάθε περιοχής
- ☞ Προώθηση μέσω συνεργατών κτηνιάτρων, εκπαιδευτών σκύλων και κατά τόπους φιλοζωικών εταιριών μέσω έντυπου διαφημιστικού υλικού
- ☞ Μια άλλη προωθητική ενέργεια που εξετάζει η επιχείρηση, θεωρώντας πως η word to mouth διαφήμιση είναι μια από τις πιο αποτελεσματικές, δηλαδή η διάδοση της θετικής άποψης ενός ευχαριστημένου καταναλωτή για ένα προϊόν (ή μια υπηρεσία) στον κύκλο επαφών του, είναι αυτή της ανταποδοτικής σύστασης. Έτσι, οι επενδυτές προσανατολίζονται στο να δοθούν κίνητρα στους πελάτες και για κάθε νέο πελάτη που θα συστήνουν στην επιχείρηση, είτε θα δικαιούνται κάποιο ποσοστό έκπτωσης για την επόμενη αγορά τους, είτε θα τους δίνεται δωρεάν μια μικρή συσκευασία τροφής παραγόμενης από την επιχείρηση.

3.8.4 Πωλήσεις και Δίαυλοι Διανομής

Σε ότι αφορά στη διανομή των προϊόντων τα οποία θα εμπορεύεται η επιχείρηση, αυτή κατά κύριο λόγο θα γίνεται με την επίσκεψη των πελατών στην επιχείρηση, την αγορά και την παραλαβή τους. Εναλλακτικά, οι πελάτες θα έχουν τη δυνατότητα να παραγγείλουν τα προϊόντα που επιθυμούν, είτε επισκεπτόμενοι την επιχείρηση, είτε τηλεφωνικά, είτε ηλεκτρονικά και αυτά στη συνέχεια να αποστέλλονται όπου οι ίδιοι

επιθυμούν μέσω courier. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί πως η επιχείρηση σκοπεύει να αποστέλλει τα προϊόντα της σε οποιοδήποτε μέρος της χώρας της ζητηθεί, αλλά με το κόστος της αποστολής να επιβαρύνει τον πελάτη.

3.9 Έσοδα από Πωλήσεις

Σε μια προσπάθεια υπολογισμού των εσόδων της επιχείρησης κατά το 1^ο έτος λειτουργίας της αλλά και μέχρι το 5^ο θα συνυπολογιστούν παράγοντες όπως αυτοί της παραγωγικής δυναμικότητας της επιχείρησης αλλά και του κατά μέσον όρο υψηλού κόστους των προϊόντων που αυτή εμπορεύεται. Ως εκ τούτου η αύξηση της παραγωγής, αλλά και των πωλήσεων ανά έτος, υπολογίζεται με ένα ποσοστό κοντά στο 5% αλλά και με μια πολιτική διατήρησης των τιμών.

	Συνολική Παραγωγή σε kg	Έσοδα από Παραγόμενα Προϊόντα	Έσοδα από Εισαγόμενα Προϊόντα	Έσοδα από Παρεχόμενες Υπηρεσίες	Συνολικές Πωλήσεις
1ο έτος	14.400	216.000 €	550.000 €	300.000 €	1.066.000 €
2ο έτος	15.120	226.800 €	577.500 €	315.000 €	1.119.300 €
3ο έτος	15.876	238.140 €	606.375 €	330.750 €	1.175.265 €
4ο έτος	16.670	250.047 €	636.694 €	347.288 €	1.234.028 €
5ο έτος	17.503	262.549 €	668.528 €	364.652 €	1.295.730 €

Πίνακας Νο. 3 > Έσοδα της επιχείρησης από τις Πωλήσεις

3.10 Πρόγραμμα Παραγωγής & Κόστος Marketing

Έχοντας αναλύσει προηγουμένως το σχέδιο πωλήσεων καθώς και το μίγμα μάρκετινγκ που σκοπεύει να ακολουθήσει η επιχείρηση, στη συνέχεια, θα πρέπει να προσδιοριστεί το πρόγραμμα παραγωγής και το κόστος του, εμφανίζοντας με αυτόν τον τρόπο τα επίπεδα παραγωγής που θα επιτυγχάνονται ανά έτος.

Είναι αναμενόμενο η παραγωγική διαδικασία να μην επιτύχει το 100% της δυναμικότητάς της τα πρώτα έτη λειτουργίας της, είτε λόγω της έλλειψης εμπειρίας και των υπολογισμών με ακρίβεια, είτε λόγω απωλειών και αστοχιών, στόχος όμως είναι η επιχείρηση να φτάσει στο 100% της παραγωγικής της δυναμικότητας στο πέμπτο έτος του παρόντος επενδυτικού σχεδίου.

Επιπλέον, η επιχείρηση οφείλει να συνυπολογίσει τη διάθεση ενός ποσοστού των ακαθάριστων πωλήσεων της, ανά έτος, στην προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών της καθώς επίσης και σε επιπλέον έξοδα μάρκετινγκ σε ένα ποσοστό 3% και 2% αντίστοιχα.

Συνοπολογίζοντας επομένως τους προαναφερθέντες παράγοντες και λαμβάνοντας υπ' όψιν την ανάλυση που έχει προηγηθεί και αφορά στο κεφάλαιο του Marketing ακολουθεί συγκεντρωτικός πίνακας που στοχεύει στην απεικόνιση των εσόδων της επιχείρησης και στο κόστος του Marketing που θα έχει.

Έτη	Συνολικές Πωλήσεις	Συνολικό Κόστος Marketing
1ο έτος	1.066.000 €	53.300 €
2ο έτος	1.119.300 €	55.965 €
3ο έτος	1.175.265 €	58.763 €
4ο έτος	1.234.028 €	61.701 €
5ο έτος	1.295.730 €	64.786 €

Πίνακας Νο. 4 > Συνολικές Πωλήσεις και Συνολικό Κόστος Marketing

Κεφάλαιο 4ο

Πρώτες Ύλες και Άλλα Εφόδια

4.1 Χαρακτηριστικά των Πρώτων Υλών και των Εφοδίων

Ο εξοπλισμός κάθε νέας επιχείρησης αποτελεί ένα κομβικό σημείο μιας και σηματοδοτεί την έναρξή της και την υλοποίηση των πλάνων που έχουν προηγηθεί αυτής. Η επιλογή των προμηθευτών, των εφοδίων, των υλικών και του εξοπλισμού αποτελούν ένα σημαντικό στάδιο από το οποίο θα πρέπει να περάσει η επιχείρηση με στόχο την απόκτηση και την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων.

Σε αυτό το κεφάλαιο λοιπόν θα ασχοληθούμε με τη διαδικασία αγοράς πρώτων υλών, άλλων προϊόντων και εφοδίων που απαιτούνται για την λειτουργία της επιχείρησης.

4.1.1 Πρώτες Ύλες

1. Για την παραγωγή των τροφών

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, μια από τις βασικότερες δραστηριότητες της επιχείρησης θα είναι η παραγωγή χειροποίητων, μαγειρεμένων τροφών για σκύλους όπου οι πρώτες ύλες θα είναι φρέσκα, οργανικά και βιολογικά υλικά.

Πιο συγκεκριμένα η επιχείρηση θα παράγει:

- τροφές (δηλαδή φαγητό για τις ημερήσιες ανάγκες σίτισης των σκύλων)
- σνακς (π.χ. μπισκότα για την απασχόληση αλλά και ευχαρίστηση των σκύλων)
- λικουδιές εκπαίδευσης (πολύ μικρές μπουκίτσες με τις οποίες επιβραβεύεται ο σκύλος κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσής του)
- “κόκκαλα” για τα δόντια και τα ούλα

Επομένως οι πρώτες ύλες με τις οποίες θα εφοδιάζεται καθημερινά η επιχείρηση, και οι οποίες θα πρέπει να είναι φρέσκες, κατά κύριο λόγο θα είναι:

- αρνί
- βοδινό
- γαλακτοκομικά προϊόντα (γιαούρτι & τυρί)
- κοτόπουλο
- κουνέλι

- λαχανικά
- μοσχάρι
- χοιρινό
- ψάρι

➔ Είναι ιδιαίτερα σημαντικό και για την οικονομία χρόνου, κατά τη διάρκεια παρασκευής των τροφών από την επιχείρηση, αλλά κυρίως για τους ίδιους τους σκύλους, τα παραπάνω να παραλαμβάνονται από τους προμηθευτές έχοντας αφαιρεθεί προηγουμένως όλα τα κόκαλα.

Παρά την ευχαρίστηση που δημιουργείται στους σκύλους κατά τη διάρκεια του «μασουλήματος» των κοκάλων, καθώς αυτά θρυμματίζονται εύκολα και γίνονται πολύ αιχμηρά με το μάσημα, είναι πιθανό να προκαλέσουν σχισμές και εκδορές στο έντερο του ζώου. Όταν οι σκύλοι τρώνε κόκαλα μεγάλων ζώων, υπάρχει μικρός κίνδυνος τα τρίμματα που δημιουργούνται να ενωθούν στο έντερο και να το φράξουν.

Επιπλέον, η παραλαβή “ξεκοκαλισμένων” προϊόντων θα βοηθήσει στον υπολογισμό των ποσοτήτων των πρώτων υλών που θα παραλαμβάνει η επιχείρηση, μιας που θα πρέπει να είναι σαφές προς τους προμηθευτές πως τα προϊόντα που θα τους παραδίδονται θα είναι κατάλληλα επεξεργασμένα προηγουμένως.

Επιπροσθέτως των προαναφερθέντων πρώτων υλών με τις οποίες θα πρέπει να προμηθεύεται σε καθημερινή βάση η επιχείρηση, υπάρχουν μερικές ακόμα, όπου δεν υπάρχει η αναγκαιότητα να αγοράζονται καθημερινά μιας και δεν είναι φρέσκες και έχουν μεταγενέστερη ημερομηνία λήξης, αλλά είναι απαραίτητες για την μείξη των υλικών που θα οδηγήσουν στα τελικά προϊόντα. Αυτές οι πρώτες ύλες οι οποίες αναφέρονται κάτωθι μπορούν να αγοράζονται σε εβδομαδιαία ή και μηνιαία βάση.:

- αλεύρι
- αυγά
- βρώμη
- λάδι
- μακαρόνια
- όσπρια
- πατάτες
- ρύζι

➔ Στην παρασκευή των τροφών, αλλά και στην αγορά των πρώτων υλών, θα πρέπει να ληφθεί υπ’ όψιν ο κανόνας που αφορά στην κατανάλωση μαγειρεμένου φαγητού από τους σκύλους με στόχο την καλή υγεία τους. Πιο συγκεκριμένα, οι ζωικές τροφές (κρέας, ψάρι, κλπ.), πρέπει να αποτελούν το 70% της διατροφής ενός σκύλου ενώ οι φυτικές τροφές (λαχανικά, δημητριακά), το 30%.¹⁹

¹⁹ <https://www.irafina.gr/μαγειρευτό-φαγητό-για-το-σκύλο-βασικο/>

2. Για τη λειτουργία του grooming salon

Όπως έχει διατυπωθεί και προηγουμένως, η επιχείρηση στοχεύει στην παροχή υπηρεσιών grooming εντός και εκτός του χώρου της επιχείρησης, ως εκ τούτου θα πρέπει οι επενδυτές να εξασφαλίσουν όλα τα απαραίτητα πριν την έναρξή της.

Πιο συγκεκριμένα:

- αντιπαρασιτικά
- αντσηπτικά
- αφροί καθαρισμού
- βαμβάκι
- βρακάκια
- είδη styling: κοκκαλάκια /μαντήλια /κορδέλες/ματόχαντρα
- ειδικό υγρό για τα αυτιά
- ειδικό υγρό για τα μάτια
- κολόνιες
- κρέμες για τις πατούσες
- κρέμες για το δέρμα
- κρέμες μαλακτικές
- μπατοτέτες
- σαμπουάν
- σνακς
- σπρέι τριχώματος

4.1.2 Εφόδια Εγκατάστασης

Η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs”, θα είναι μια επιχείρηση η οποία θα παράγει και θα εισάγει προϊόντα με στόχο την πώλησή τους, αλλά και μια επιχείρηση η οποία θα παρέχει υπηρεσίες. Για να μπορέσει να εξασφαλιστεί η ταυτόχρονη και ομαλή λειτουργία της, θα πρέπει προηγουμένως θα έχουν ληφθεί υπ’ όψιν όλες οι βασικές ανάγκες τόσο σε πρώτες ύλες, όσο και σε όλα τα υπόλοιπα εφόδια.

Πιο συγκεκριμένα, τα εφόδια (οι εισροές) που απαιτούνται για την έναρξη και λειτουργία της επιχείρησης βάσει και του Σχεδίου Marketing που έχει προηγηθεί διαμορφώνονται ως εξής:

Προϊόντα: Εδώ συμπεριλαμβάνονται όλα τα προϊόντα τα οποία θα προμηθευτεί η επιχείρηση από τους προμηθευτές της με στόχο την πώλησή τους.

Ηλεκτρισμός: Οι επενδυτές θα πρέπει να φροντίσουν για την συνεχή παροχή ηλεκτρισμού στην επιχείρηση, αλλά και για την ύπαρξη γεννήτριας σε περίπτωση διακοπής. Στην επιχείρηση ο ηλεκτρισμός θα είναι αναγκαίος, πέρα από τις ανάγκες που αφορούν στον φωτισμό, τον

κλιματισμό και τη λειτουργία του internet και του e-shop, για την παρασκευή των τροφών, για τα ψυγεία στα οποία θα φυλάσσονται εκτός από τις έτοιμες τροφές και οι πρώτες ύλες, αλλά τέλος, και για τη λειτουργία του grooming salon.

Διαδίκτυο: Για την καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, οι επενδυτές έχουν προσανατολιστεί στο να τους παρέχεται η δυνατότητα να κάνουν τις αγορές τους είτε τηλεφωνικά, είτε μέσω του e-shop της επιχείρησης, ως εκ τούτου, ένα καλό δίκτυο τηλεπικοινωνίας κρίνεται ως απαραίτητο για την λειτουργία της επιχείρησης.

Νερό: Το νερό είναι επίσης ένα αναγκαίο εφόδιο για τη λειτουργία της επιχείρησης μιας που εκτός από τη χρησιμότητά του για το πλύσιμο των πρώτων υλών και την παρασκευή των τροφών, είναι απαραίτητο και για τη λειτουργία του grooming salon.

Καύσιμα: Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως η ηλεκτροδότηση της επιχείρησης είναι ζωτικής σημασίας, ως εκ τούτου, θα πρέπει να υπάρχουν πάντοτε αποθέματα πετρελαίου έτσι ώστε να διασφαλίζεται η λειτουργία της γεννήτριας σε περίπτωση διακοπής του ρεύματος.

Είδη Ένδυσης για τους Εργαζόμενους: Οι εργαζόμενοι της επιχείρησης είτε στο grooming salon, είτε στην παραγωγή και συσκευασία τροφών θα πρέπει να είναι ενδεδυμένοι και εξοπλισμένοι κατάλληλα, αφενός για τη δική τους ασφάλεια αφετέρου για την διασφάλιση της υψηλής ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων και παρεχόμενων υπηρεσιών. Γι' αυτόν τον σκοπό η επιχείρηση θα τους παρέχει ειδικές στολές/ποδιές, παπούτσια εργασίας, μάσκες για το πρόσωπο, καπελάκια και γάντια.

Υλικά Συσκευασίας: Τα υλικά τα οποία θα παράγονται είναι αυτά τα οποία και θα πρέπει να συσκευάζονται από την επιχείρηση. Όλα τα υπόλοιπα προϊόντα θα εισάγονται συσκευασμένα. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα υλικά συσκευασίας θα χωρίζονται σε 2 κατηγορίες, στα ανακυκλώσιμα και στα επαναχρησιμοποιούμενα. Επιπλέον θα υπάρχουν διαφορετικά μεγέθη συσκευασιών, ανάλογα με τα κιλά που θα επιθυμεί να αγοράσει ο κάθε πελάτης αλλά και διαφορετικές συσκευασίες με βάση τα συστατικά που έχουν χρησιμοποιηθεί. Με αυτόν τον τρόπο ο πελάτης θα μπορεί να επιλέξει εύκολα την τροφή που επιθυμεί όχι μόνο από τα συστατικά που θα αναγράφονται στο πίσω μέρος κάθε συσκευασίας και τα οποία θα ποικίλουν, αλλά και από το μπροστινό μέρος μιας που θα υπάρχει σχετική φωτογραφία (πχ τροφή με κουνέλι, θα υπάρχει φωτογραφία από κουνέλι). Επιπλέον, σε όλες τις συσκευασίες θα υπάρχει η ειδική ταινία «άνοιξε-κλείσε» η οποία θα εξασφαλίζει αφενός την εύκολη και πρακτική χρήση της συσκευασίας και θα διατηρεί τις τροφές σε καλή κατάσταση μετά το άνοιγμα, αφετέρου, θα προφυλάσσει τις τροφές, αλλά και τα άλλα τρόφιμα του ψυγείου των πελατών, από τις μυρωδιές. Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί πως σε όλες τις συσκευασίες, όπως και στις χάρτινες και πάνινες σακούλες που θα μπορεί κάποιος να αγοράσει για την μεταφορά των προϊόντων που θα έχει αγοράσει, θα υπάρχει πάντα το λογότυπο της επιχείρησης και η επωνυμία της.

Ανακύκλωση Υλικών: Βάσει των πρόσφατων νομοθεσιών όλες οι παραγωγικές επιχειρήσεις θα πρέπει να πληρούν τις προϋποθέσεις της σωστής διαχείρισης των αποβλήτων τους. Οι επενδυτές της επιχείρησης “Loukoumi-All About Dogs” είναι ήδη ευαισθητοποιημένοι σε θέματα που αφορούν στο περιβάλλον, επομένως στόχος τους είναι η νόμιμη αλλά και επωφελής διαχείριση των αποβλήτων. Γι’ αυτόν τον σκοπό στην προμελέτη σκοπιμότητας της επιχείρησης έχει ενταχθεί ένα σχέδιο που προσανατολίζεται στην αξιοποίηση των λεγόμενων αποβλήτων με 2 τρόπους. Πιο συγκεκριμένα, ο 1^{ος} τρόπος αφορά στις αστοχίες των παραγόμενων προϊόντων και λέγοντας αστοχίες αναφερόμαστε στην εικόνα, την ποσότητα, το μαγείρεμα ή τη γεύση, όπου για λόγους marketing η επιχείρηση θα αποφύγει να πωλήσει, αντίθετα, από τη στιγμή που πρόκειται για ποιοτικά προϊόντα και ασφαλή, αυτά θα δίνονται άμεσα στις φιλοζωικές εταιρίες για να καταναλωθούν από τα φιλοξενούμενα ζώα. Ο 2^{ος} τρόπος αφορά στα προϊόντα τα οποία δεν θα είναι κατάλληλα για κατανάλωση, γι’ αυτόν τον σκοπό οι επενδυτές προσανατολίζονται στη λύση της κομποστοποίησης μέσα στους ειδικούς κάδους που τα τελευταία χρόνια όλο και πιο συχνά κάνουν την εμφάνισή τους.

Ανταλλακτικά: Οι επενδυτές της επιχείρησης, ταυτόχρονα με την αγορά των πρώτων υλών και εφοδίων θα πρέπει να εξασφαλίσουν την αγορά και κάποιων ανταλλακτικών και επιπλέον εξαρτημάτων έτσι ώστε σε περίπτωση κάποιου προβλήματος που οφείλεται σε κάτι το οποίο μπορεί να επιλυθεί άμεσα με την αντικατάστασή του, αυτή να μπορεί να γίνει άμεσα και να μην επηρεαστεί η εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης. Ενδεικτικά, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε μια κουρευτική μηχανή, όπου θα πρέπει να έχει αγοραστεί εκ των προτέρων μια επιπλέον από το κάθε είδος, αλλά και τα ανταλλακτικά της, έτσι ώστε αν υπάρξει κάποια βλάβη κατά τη διάρκεια ενός κουρέματος, αυτό να συνεχιστεί απρόσκοπτα με την άμεση αλλαγή είτε του ανταλλακτικού είτε της ίδιας της μηχανής.

4.2 Απαιτούμενες Ποσότητες Εισροών

Στην ανάλυση που προηγήθηκε σχετικά με τις ανάγκες σε εφόδια και πρώτες ύλες που απαιτούνται για την έναρξη της επιχείρησης, θα πρέπει να προστεθεί ο υπολογισμός που αφορά στην ποσότητα, την ποιότητα αλλά και τη διαθεσιμότητά τους, έτσι ώστε στη συνέχεια να μπορέσουμε να καταρτίσουμε το πλάνο που θα αφορά στον μηχανολογικό εξοπλισμό, τις εγκαταστάσεις, το ανθρώπινο δυναμικό, αλλά κυρίως τους προμηθευτές της επιχείρησης.

- ☞ Ο πρώτος πίνακας που ακολουθεί αφορά στις πρώτες ύλες για την παραγωγή τροφών και έχει ληφθεί υπ’ όψιν ο στόχος για ημερήσια παραγωγή τροφών ύψους 30 κιλών κατά το 1^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, οι απώλειες από τις πρώτες ύλες μέχρι το τελικό προϊόν καθώς και η αναλογία 70%-30% των συστατικών που πρέπει να λαμβάνουν οι σκύλοι σε ημερήσια βάση.

Εισροή	Ποσότητα σε kg		
	kg/ημέρα	kg/μήνα	kg/έτος
αρνί	4	80	960
βοδινό	6	120	1440
κοτόπουλο	8	160	1920
κουνέλι	4	80	960
μοσχάρι	8	160	1920
χοιρινό	8	160	1920
ψάρι	6	120	1440
	44	880	10560
Εισροή	Ποσότητα σε kg		
	kg/ημέρα	kg/μήνα	kg/έτος
αλεύρι	4	80	960
αυγά	2	40	480
βρώμη	2	40	480
γαλακτοκομικά προϊόντα (γιαούρτι & τυρί)	4	80	960
λάδι	2	40	480
λαχανικά	8	160	1920
μακαρόνια	4	80	960
όσπρια	2	40	480
πατάτες	4	80	960
ρύζι	4	80	960
	36	720	8640
Σύνολο:			19200

Πίνακας Νο. 5 > Πρώτες Ύλες για την Παραγωγή Τροφών

- ❖ Ο δεύτερος πίνακας που ακολουθεί, αφορά στις πρώτες ύλες για τη λειτουργία του Grooming Salon. Θα πρέπει να σημειωθεί πως στον πίνακα συμπεριλαμβάνονται οι ανάγκες και για το grooming κατ' οίκον.

Εισροή	Μονάδα Μέτρησης	Ποσότητα		
		ημέρα	μήνα	έτος
αντιπαρασιτικά	μπουκάλι	2	40	480
αντισιπτικά	μπουκάλι	2	40	480
αφροί καθαρισμού	μπουκάλι	2	40	480
βαμβάκι	σακουλάκι	2	40	480
βρακάκια	τεμάχιο	4	80	960
ειδη styling: κοκκαλάκια/μαντήλια/κορ δέλες/ματόχαντρα	τεμάχιο	8	160	1920
ειδικό υγρό για τα αυτιά	μπουκάλι	1	20	240
ειδικό υγρό για τα μάτια	μπουκάλι	1	20	240
κολόνιες	μπουκάλι	1	20	240
κρέμες για τις πατούσες	βαζάκι	1	20	240
κρέμες για το δέρμα	βαζάκι	1	20	240
κρέμες μαλακτικές	μπουκάλι	2	40	480
μπανοτένες	κουτί/250 τεμ	0,25	5	60
σαμπουάν	μπουκάλι	2	40	480
σνακς	κουτί/50 τεμ.	0,50	10	120
σπρει τριχώματος	μπουκάλι	1	20	240

Πίνακας Νο. 6 > Πρώτες Ύλες για τη λειτουργία παροχής υπηρεσιών Grooming

- ❖ Σε συνέχεια του υπολογισμού που αφορούσε στις ανάγκες της επιχείρησης σε πρώτες ύλες για το 1^ο έτος λειτουργίας της, ακολουθεί ο υπολογισμός σε εφόδια και άλλα βοηθητικά υλικά.

Εισροή	Ποσότητα
Προϊόντα	
Αξεσουάρ	2.500 τεμάχια
Είδη Ένδυσης	1.400 τεμάχια
Είδη Υπόδησης	500 τεμάχια
Είδη Καλλωπισμού	3.500 τεμάχια
Είδη Ματαφοράς και Διαμονής	1.500 τεμάχια
Είδη Υγείας και Υγιεινής	4.000 τεμάχια
Βοηθητικά Υλικά και Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας	
Ηλεκτρισμός	15.000kwh
Διαδίκτυο	100Mbps
Νερό	500.000 λίτρα
Καύσιμα	1.000 λίτρα
Είδη Ένδυσης για τους Εργαζόμενους	
γάντια	10.000 τεμάχια
καπέλα/σκουφάκια	200 τεμάχια
μάσκες προσώπου	1.500 τεμάχια
στολές εργασίας	50 τεμάχια
Υλικά Συσκευασίας	
χάρτινες σακούλες	5.000 τεμάχια
πάνινες τσάντες	1.500 τεμάχια
συσκευασίες τροφών μιας χρήσης για 1-5-10 kg	4.000 τεμάχια
συσκευασίες τροφών επαναχρησιμοποιούμενες για 1-5-10 kg	2.000 τεμάχια
συσκευασίες για λιχουδιές, σκακς και κόκκαλα	3.000 τεμάχια
αυτοκόλλητες ετικέτες (για τα συστατικά και τις φωτογραφίες- και με το λογότυπο και την επωνυμία της επιχείρησης)	20.000 τεμάχια
ταινίες άνοιξε-κλείσε	10.000 τεμάχια
Ανταλλακτικά	
μηχανών κουρέματος	20 τεμάχια

Πίνακας Νο. 7 > Αναγκαίες Ποσότητες Εφοδίων και Άλλων Βοηθητικών Υλικών

4.3 Διαθεσιμότητα και Προμήθειες

Σε συνέχεια του υπολογισμού των αναγκών σε πρώτες ύλες και εφόδια, μέσα από την μελέτη σκοπιμότητας, θα πρέπει να προσδιοριστούν η διαθεσιμότητα και οι πηγές διάθεσής τους έτσι ώστε οι επενδυτές να έχουν

μια σαφή εικόνα των αναγκών που θα τους βοηθήσει στην λήψη σωστών επιλογών και στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

4.3.1 Διαθεσιμότητα Υλικών

Όπως έχει ήδη αναφερθεί οι ανάγκες της επιχείρησης σε πρώτες ύλες ποικίλουν τόσο σε είδος, ποσότητα, ποιότητα, όσο και στη συχνότητα παραλαβής.

Η διαθεσιμότητα των πρώτων υλών σε καθημερινή βάση είναι υψίστης σημασίας για τη λειτουργία της επιχείρησης και πιο συγκεκριμένα για τη δραστηριότητα που αφορά στην παραγωγή των τροφών.

Γι' αυτόν τον σκοπό οι προμηθευτές δεν θα πρέπει να περιορίζονται σε έναν ή δύο, αλλά θα πρέπει να είναι περισσότεροι, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται καθημερινά η παραλαβή των φρέσκων και ποιοτικών πρώτων υλών.

Το ίδιο ισχύει και για τα υπόλοιπα προϊόντα που θα πρέπει να προμηθεύεται η επιχείρηση για την παραγωγή των τροφών, διασφαλίζοντας και' αυτόν τον τρόπο την ύπαρξη ποικιλίας πρώτων υλών, ικανών να παράξουν τροφές κατάλληλες και πλήρεις σε συστατικά.

Σε κάθε περίπτωση, μπορεί οι επενδυτές της επιχείρησης να στοχεύουν σε συνεργασία με αρκετούς και διαφορετικούς ανά είδος προμηθευτές, αυτοί όμως θα πρέπει να είναι συγκεκριμένοι, καταγεγραμμένοι και να έχουν προσκομίσει όλα τα απαραίτητα πιστοποιητικά ποιότητας.

Σε ότι αφορά όλα τα υπόλοιπα προϊόντα τα οποία θα εμπορεύεται η επιχείρηση, υπάρχει επίσης ένας διαχωρισμός ανάμεσα σε αυτά τα οποία θα γίνονται *tailor made* και κατόπιν παραγγελίας των πελατών και αυτά τα οποία θα εισάγει και θα προωθεί.

Και στις δύο περιπτώσεις οι επενδυτές προσανατολίζονται σε συμφωνία με συγκεκριμένους προμηθευτές από την εγχώρια και την ευρωπαϊκή αγορά, ικανούς να εφοδιάζουν την επιχείρηση εγκαίρως με όλα τα απαραίτητα προς πώληση προϊόντα (σε αυτά θα πρέπει να συμπεριλάβουμε και τα υλικά συσκευασίας αλλά και αυτά που θα χρησιμοποιούνται για τις ανάγκες του *grooming salon*).

4.3.2 Πηγές Προμηθειών

Για όλες τις πρώτες ύλες και τα εφόδια που απαιτούνται για την λειτουργία της επιχείρησης, τα οποία και έχουν αναλυθεί προηγουμένως, κάτωθι ακολουθούν οι πιθανές πηγές προμήθειάς τους.

☞ Πρώτε Ύλες για την Παραγωγή Τροφών

- *Ζωικά Προϊόντα:* μικροί παραγωγοί ανά την Ελλάδα, χασάπικα, ιχθυοπωλεία, ή/και supermarkets

- Άλλα Υλικά: supermarkets, μανάβικα, υπαίθριες λαϊκές αγορές
- ⌘ Πρώτες Ύλες για το Grooming: εταιρίες πώλησης ειδών επαγγελματικής χρήσης (σε κονδρική)
- ⌘ Προϊόντα: φαρμακοβιομηχανίες, επιχειρήσεις εντός κι εκτός Ελλάδος που έχουν ως δραστηριότητα την παραγωγή ειδών για ζώα συντροφιάς
- ⌘ Ηλεκτρισμός: Εταιρία Παροχής Ηλεκτρικού Ρεύματος
- ⌘ Διαδίκτυο: Εταιρία Παροχής Τηλεφωνίας & Internet
- ⌘ Νερό: Εταιρία Παροχής Νερού
- ⌘ Καύσιμα: Εταιρία Διανομής Πετρελαίου
- ⌘ Είδη Ένδυσης για τους Εργαζόμενους: Βιοτεχνίες Επαγγελματικού Ρουχισμού και εξοπλισμού
- ⌘ Υλικά Συσκευασίας: Βιοτεχνίες ανακυκλούμενων, επαναχρησιμοποιούμενων και άλλων ειδών συσκευασίας

4.3.3 Κριτήρια Επιλογής Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων

Στόχος των επενδυτών είναι η επιχείρηση να προχωρήσει σε συνεργασίες με προμηθευτές που θα ενισχύουν την προσπάθειά της για παροχή υψηλής ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών. Σε αυτή τη βάση θα οριστούν κάποια κριτήρια τα οποία θα πρέπει να πληρούν οι υποψήφιοι συνεργάτες/προμηθευτές πριν την τελική συμφωνία.

Πιο συγκεκριμένα:

- ⌘ Πρώτες Ύλες για την Παραγωγή Τροφών: όπως έχει ήδη αναλυθεί προηγουμένως, η επιχείρηση στοχεύει στην παραγωγή τροφών με βιολογικές και οργανικές πρώτες ύλες, ως εκ τούτου, οι προμηθευτές της επιχείρησης θα πρέπει να αποδείξουν μέσω των σχετικών πιστοποιητικών πως θα προμηθεύουν την επιχείρηση με τα αντίστοιχα προϊόντα, θα πρέπει να δεσμευτούν επίσης για το ότι αυτά θα παραδίδονται εγκαίρως και καταλλήλως επεξεργασμένα, τέλος μιας και η επιχείρηση θα χρήζει σχεδόν καθημερινού εφοδιασμού θα πρέπει να συμφωνηθεί εκ των προτέρων ο τρόπος πληρωμής με τον κάθε προμηθευτή ώστε να μην είναι αναγκαία η ανταλλαγή χρήματος σε ημερήσια βάση

- ⌘ Πρώτες Υλεις για το Grooming: θα πρέπει να επιλεχθούν εταιρίες με ποιοτικά προϊόντα, ασφαλή, με συσκευασίες πρακτικές και για τη μεταφορά τους, επιπλέον κριτήριο θα αποτελέσει η τιμή καθώς και ο τρόπος πληρωμής
- ⌘ Προϊόντα: σημαντικό κριτήριο επιλογής σε αυτήν την κατηγορία θα είναι η ποιότητα των προϊόντων μιας και οι επενδυτές προσανατολίζονται στο να μην εισάγουν προϊόντα από χώρες που κάνουν μαζική παραγωγή, αντίθετα, στόχος είναι η συνεργασία με επιχειρήσεις εντός και εκτός Ελλάδος που έχουν μικρή παραγωγή κατάλληλων και ασφαλών προϊόντων για σκύλους και μάλιστα δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες να παραγγείλουν προϊόντα βάσει των δικών τους επιθυμιών, επιπροσθέτως και σε αυτήν την κατηγορία θα αποτελέσει κριτήριο η τιμή και ο τρόπος πληρωμής
- ⌘ Ηλεκτρισμός & Διαδίκτυο: με δεδομένη την πολυφωνία στην παροχή αυτών των δύο υπηρεσιών τα τελευταία χρόνια, κριτήριο παρόχου και στις δύο περιπτώσεις θα αποτελέσει το κόστος
- ⌘ Νερό: Με την ΕΥΔΑΠ να αποτελεί μονοπώλιο στην περιοχή της Αθήνας όπου και θα είναι η έδρα της επιχείρησης, δεν μπορούν να οριστούν κριτήρια για τον πάροχο
- ⌘ Καύσιμα: κριτήριο για την επιλογή της εταιρίας που θα προμηθεύει την επιχείρηση με πετρέλαιο, θα είναι αφενός η τιμή ανά λίτρο, αφετέρου η καθαρότητά του
- ⌘ Είδη Ένδυσης για τους Εργαζόμενους: σε ότι αφορά τα γάντια και τις μάσκες, κριτήριο θα είναι η ανθεκτικότητά τους και το να είναι εύκολα και πρακτικά στη χρήση τους, με δεδομένο πως οι υπάλληλοι θα έρχονται σε άμεση επαφή με τους πελάτες, σε ότι αφορά στις φόρμες και τα καπελάκια, κριτήριο θα αποτελέσει το αν η επιχείρηση που θα τα προμηθεύει θα μπορεί να τα παρέχει σε ποικιλία χρωμάτων και σχεδίων και να μπορεί να τυπώσει σε αυτά και την επωνυμία της επιχείρησης, τέλος το κόστος θα αποτελέσει επίσης κριτήριο
- ⌘ Υλικά Συσκευασίας: σε ότι αφορά τα υλικά συσκευασίας μοναδικά κριτήρια θα είναι η τιμή και ο τρόπος πληρωμής

4.4 Μάρκετινγκ Προμηθειών

Το Μάρκετινγκ προμηθειών είναι ένα "εργαλείο" που επιτρέπει στους επενδυτές της επιχείρησης να εξετάσουν πιθανούς κινδύνους και να δράσουν προληπτικά καταρτώντας, εκ των προτέρων, ένα σχέδιο ενεργειών που θα διασφαλίσει την απρόσκοπτη λειτουργία της επιχείρησης.

Πιο συγκεκριμένα, το μάρκετινγκ προμηθειών, στοχεύει:

- Στην ελαχιστοποίηση του κόστους

Τα κόστη σε μια επιχείρηση είναι η "αρχή και το τέλος" αυτής, είναι το στοιχείο κάθε επιχειρηματία που καλείται να κερδίσει μέσα από μια μεγάλη γκάμα διαδικασιών που πρέπει να είναι εναρμονισμένες. Είναι σημαντικό να βρεθούν ποιοτικές πρώτες ύλες και εφόδια, αλλά εξίσου σημαντικό είναι τα κόστη να είναι όσο το δυνατόν πιο χαμηλά, θα πρέπει να υπολογίζονται οι σωστές ποσότητες για τις παραγγελίες, αλλά και ο κατάλληλος χρόνος για την εκτέλεσή τους έτσι ώστε να μην υπερβαίνουν τα υπολογισμένα έξοδα μεταφοράς, αλλά να υπάρχει και επαρκής αποθηκευτικός χώρος.

- Στην ελαχιστοποίηση του κινδύνου και στην αξιοπιστία των προμηθειών

Σε ότι αφορά τη διαδικασία παραγωγής τροφών, κατά κύριο λόγο, μιας και αποτελεί μια από τις βασικότερες δραστηριότητες της επιχείρησης και εν συνεχεία σε όλα τα υπόλοιπα προϊόντα αναγκαία για τη λειτουργία της, η παράδοση των προμηθειών στον απαιτούμενο χρόνο, των σωστών ποσοτήτων και ποιτήτων είναι ζωτικής σημασίας. Ως εκ τούτου αυτοί οι κίνδυνοι θα πρέπει να συνυπολογίζονται στην στρατηγική προμηθειών και να γίνονται οι απαραίτητες ενέργειες για την αποφυγή τους.

- Στην καλλιέργεια σχέσεων με τους προμηθευτές

Για την επιλογή ενός συνεργάτη η προσφορά που θα κατατεθεί θα είναι και το βασικό κριτήριο της τελικής απόφασης. Σε αυτήν θα πρέπει να περιλαμβάνονται τα κόστη, πιθανά σενάρια αναπροσαρμογής τιμών, πχ ΦΠΑ, πετρελαίου κλπ, ο τρόπος πληρωμής, (άμεση εξόφληση, πίστωση ή συνδυασμός) καθώς και όλοι οι υπόλοιποι όροι που θα διέπουν τη μεταξύ τους συμφωνία. Θα πρέπει όμως να συνυπολογιστεί πως κάθε συνέργεια στηρίζεται και στην επαφή μεταξύ των ανθρώπων, έτσι για τη σύναψη μιας συνεργασίας η αμοιβαία εμπιστοσύνη, η επικοινωνία, η ειλικρίνεια, η τιμιότητα και ο σεβασμός είναι απαραίτητα στοιχεία.

Από την πλευρά της επιχείρησης οι παραγγελίες θα πρέπει να προγραμματίζονται εγκαίρως και να γίνονται με ακρίβεια παρέχοντας όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, επιπλέον θα πρέπει να τηρούνται οι όροι και οι προθεσμίες σχετικά με τις πληρωμές.

Από την πλευρά του προμηθευτή η δέσμευση για ορθή εκτέλεση της παραγγελίας σε χρόνο, τόπο, ποιότητα και ακρίβεια είναι αυτά που θα τον κατατάξουν στην κατηγορία του αξιόπιστου προμηθευτή, χτίζοντας κατ' αυτόν τρόπο μια μακρόχρονη και σταθερή συνεργασία μεταξύ των δύο μερών που θα τους επιτρέψει μακροπρόθεσμα να απολαύσουν αντίστοιχα οφέλη.

4.5 Επιλογή και Αξιολόγηση των Προμηθευτών

Η επιλογή των προμηθευτών κάθε επιχείρησης έγκειται στις αποφάσεις που λαμβάνουν οι εκάστοτε επενδυτές, είναι στη διακριτική τους ευχέρεια η θέσπιση συγκεκριμένων κριτηρίων που θα καθορίζουν ένα σύστημα αξιολόγησης των υπαρχόντων αλλά και των υποψήφιων νέων συνεργασιών. Σε κάθε περίπτωση μια επιχείρηση με συγκεκριμένο όραμα και στρατηγική οφείλει να κάνει έρευνα αγοράς πριν από τη σύναψη μιας συμφωνίας, μιας και μέσω του εφοδιασμού της με όλα τα αναγκαία για την έναρξη και τη λειτουργία της, θα οδηγηθεί στην επίτευξη των στόχων της.

Ως εκ τούτου, θα πρέπει να ενημερωθεί για τις επιχειρήσεις που δυνητικά μπορούν να γίνουν προμηθευτές της, εντός και εκτός χώρας και αφού λάβει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες να προχωρήσει σε επικοινωνία με αυτούς που είναι πιο κοντά στις ανάγκες της.

Στη συνέχεια, η προσωπική επαφή με τους εκπροσώπους κάθε επιχείρησης ώστε αφενός να πραγματοποιηθεί η εκ του σύνεγγυς γνωριμία, αφετέρου να διερευνηθούν οι πιθανότητες συνεργασίας μέσα από τη διαπίστωση εκπλήρωσης ή όχι των αναγκών είναι απαραίτητη.

Πιο συγκεκριμένα, οι επενδυτές της “Loukoumi-All About Dogs” αφού επιλέξουν τους υποψήφιους προμηθευτές μέσα από την έρευνα αγοράς, θα πρέπει να εξετάσουν τα παρακάτω κριτήρια πριν από την σύναψη της μεταξύ τους συμφωνίας και να διασφαλίσουν την τήρησή τους στη συνέχεια, μέσα από την υπογραφή συμβολαίων και πραγματοποίηση αντίστοιχων ελέγχων.

- Ποιότητα: πρόκειται για ένα από τα πιο σημαντικά κριτήρια για την επιχείρηση, μιας και η παροχή ποιοτικών προϊόντων και υπηρεσιών είναι βασική προτεραιότητα. Η ποιότητα εκτός από τις πρώτες ύλες και την πιστοποίησή τους, έγκειται και στην κατάλληλη αποθήκευση και μεταφορά τους μέσω της εφαρμογής όλων των κανόνων υγιεινής, καθαριότητας και συντήρησης.
- Τιμολογιακή Πολιτική: θα πρέπει οι επενδυτές μέσα από την έρευνα αγοράς να έχουν εξετάσει τους τιμοκαταλόγους των υποψήφιων προμηθευτών και να έχουν μια εικόνα για την μέση τιμή των προϊόντων, έτσι σε συνδυασμό και με τον διακανονισμό που θα προσφέρει ο κάθε υποψήφιος να λαμβάνεται και η αντίστοιχη απόφαση.
- Αξιοπιστία: η αξιοπιστία είναι ένα στοιχείο το οποίο δεν είναι εύκολο να διαπιστωθεί πριν από την έναρξη μιας συνεργασίας, η έρευνα αγοράς και το feedback που λαμβάνουν οι επενδυτές από άλλους συνεργάτες και ανταγωνιστές του υποψήφιου σκιαγραφούν απλώς το προφίλ του, έτσι ο κάθε προμηθευτής μέσα από τη συνεργασία καλείται να αποδείξει πως είναι σε θέση να παραδώσει την σωστή παραγγελία, στον απαιτούμενο χρόνο και έχοντας ακολουθήσει όλους τους κανόνες παράδοσης, αλλά και να ανταπεξέλθει σε διαφορετικές/έκτακτες απαιτήσεις, αν αυτές προκύψουν, π.χ. μια πολύ μεγάλη παραγγελία που πρέπει να παραδοθεί άμεσα.

- Βελτίωση των Προϊόντων: μιας και η “Loukoumi-All About Dogs” σκοπεύει στην πώληση προϊόντων που δεν προέρχονται από μαζική παραγωγή και δεν πωλούνται σε μεγάλες αλυσίδες pet shop & supermarket, η σύναψη συμφωνιών με προμηθευτές που στοχεύουν στην συνεχή βελτίωση και εξέλιξη των προϊόντων τους με στόχο την κάλυψη των αναγκών των πελάτων και των τετράποδων φίλων τους, είναι μια σημαντική παράμετρος που θα ληφθεί πολύ σοβαρά υπ’ όψιν στην αναζήτηση των κατάλληλων προμηθευτών
- ➔ Δεν πρέπει να ξεχνάμε πως οι επιλογή προμηθευτών είναι ένα ρίσκο για κάθε επιχείρηση, πόσο μάλλον για μια νέα, επομένως, αυτό που οφείλει να κάνει για να διασφαλίσει πως δεν θα εκτεθεί η ίδια έναντι των δικών της πελατών, είναι να μην δεσμεύεται με αποκλειστική συνεργασία με κανέναν προμηθευτή, αντίθετα, θα πρέπει να έχει πάντοτε περισσότερους των δύο ανά πρώτη ύλη/εφόδιο/προϊόν που θα της εξασφαλίζουν εναλλακτικές σε περίπτωση αστοχίας. Επιπλέον, για την τήρηση της πλειονότητας των παραπάνω κριτηρίων, η σύνταξη και υπογραφή αντίστοιχων συμβολαίων είναι αναγκαία και μάλιστα όχι με μακροπρόθεσμη δέσμευση, δίνοντάς της το δικαίωμα της αποδέσμευσης σε περίπτωση δυσαρέσκειας.

4.6 Πρόγραμμα Προμηθειών - Υπολογισμός Κόστους

Σε συνέχεια των αναλύσεων που έχουν προηγηθεί σχετικά με τις ανάγκες σε πρώτες ύλες και άλλα εφόδια που απαιτούνται για την έναρξη και τη λειτουργία της επιχείρησης, καθώς και των αντίστοιχων ποσοτήτων, σε αυτό το σημείο θα πρέπει να γίνει και ένας κατά προσέγγιση (μιας και πρόκειται για προμελέτη σκοπιμότητας) υπολογισμός που να αφορά στα κόστη.

Εισροή	Ποσότητα	Μονάδα Μέτρησης	Κόστος	Ετήσιο Κόστος
Προϊόντα προς Πώληση				
Αξεσουάρ	2.500	τεμάχιο	12 €	30.000 €
Είδη Ένδυσης	1.400	τεμάχιο	32 €	44.800 €
Είδη Υπόδησης	500	τεμάχιο	4 €	2.000 €
Είδη Καλλωπισμού	3.500	τεμάχιο	22 €	77.000 €
Είδη Ματαφοράς και Διαμονής	1.500	τεμάχιο	40 €	60.000 €
Είδη Υγείας και Υγιεινής	4.000	τεμάχιο	12 €	48.000 €
				261.800 €
Βοηθητικά Υλικά και Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας				
Ηλεκτρισμός	15.000	kwh	1 €	15.000 €
Διαδίκτυο	1.200	Mbps	1 €	600 €
Νερό	100.000	λίτρο	0,20 €	20.000 €
Καύσιμα	1.000	λίτρο	1 €	1.100 €
				36.700 €
Είδη Ένδυσης για τους Εργαζόμενους				
γάντια	10.000	τεμάχιο	0,05 €	500 €
καπέλα/σκουφάκια	200	τεμάχιο	0,10 €	20 €
μάσκες προσώπου	1.500	τεμάχιο	0,08 €	120 €
στολές εργασίας	50	τεμάχιο	22,00 €	1.100 €
				1.740 €
Υλικά Συσκευασίας				
χάρτινες σακούλες	5.000	τεμάχιο	0,20 €	1.000 €
πάνινες τσάντες	1.500	τεμάχιο	1,50 €	2.250 €
συσκευασίες τροφών μιας χρήσης για 1-5-10 kg	6.000	τεμάχιο	0,30 €	1.800 €
συσκευασίες τροφών επαναχρησιμοποιούμενες για 1-5-10 kg	3.500	τεμάχιο	0,70 €	2.450 €
συσκευασίες για λιχουδιές, σκακς και κόκκαλα	4.500	τεμάχιο	0,20 €	900 €
αυτοκόλλητες ετικέτες (για τα συστατικά και τις φωτογραφίες και με το λογότυπο και την επωνυμία της επιχείρησης)	35.000	τεμάχιο	0,02 €	700 €
ταινίες άνοιξε-κλείσε	15.000	τεμάχιο	0,10 €	1.500 €
				10.600 €
Ανταλλακτικά				
μηχανών κουρέματος	20	τεμάχιο	20 €	400 €
				400 €

Πρώτες Ύλες για την Παραγωγή Τροφών				
αρνί	960	kg	8 €	7.680 €
βοδινό	1440	kg	13 €	18.720 €
κοτόπουλο	1920	kg	6 €	11.520 €
κουνέλι	960	kg	4 €	3.840 €
μοσχάρι	1920	kg	12 €	23.040 €
χοιρινό	1920	kg	6 €	11.520 €
ψάρι	1440	kg	5 €	7.200 €
αλεύρι	960	kg	1 €	960 €
αυγά	480	kg	18 €	8.640 €
βρώμη	480	kg	1 €	480 €
γαλακτοκομικά προϊόντα (γιαούρτι & τυρί)	960	kg	1 €	960 €
λάδι	480	kg	4 €	1.920 €
λαχανικά	1920	kg	2 €	2.880 €
μακαρόνια	960	kg	2 €	1.920 €
όσπρια	480	kg	2 €	960 €
πατάτες	960	kg	1 €	960 €
ρύζι	960	kg	2 €	1.920 €
				105.120 €
Πρώτες Ύλες για Grooming				
αντιπαρασιτικά	480	μπουκάλι	6 €	2.880 €
αντισιπτικά	480	μπουκάλι	5 €	2.400 €
αφροί καθαρισμού	480	μπουκάλι	6 €	2.880 €
βαμβάκι	480	σακουλάκι	2 €	960 €
βρακάκια	960	τεμάχιο	0,20 €	192 €
είδη styling: κοκκαλάκια/μαντήλια/κορδέ λες/ματόχαντρα	1920	τεμάχιο	0,10 €	192 €
ειδικό υγρό για τα αυτιά	240	μπουκάλι	3 €	720 €
ειδικό υγρό για τα μάτια	240	μπουκάλι	3 €	720 €
κολόνιες	240	μπουκάλι	8 €	1.920 €
κρέμες για τις πατούσες	240	βαζάκι	4 €	960 €
κρέμες για το δέρμα	240	βαζάκι	5 €	1.200 €
κρέμες μαλακτικές	480	μπουκάλι	5 €	2.400 €
μπανοτένες	60	κουτί/250 τεμ.	2 €	90 €
σαμπουάν	480	μπουκάλι	4 €	1.920 €
σνακς (από την παραγωγή)	120	κουτί/50 τεμ.	0 €	0 €
σπρει τριχώματος	240	μπουκάλι	6 €	1.440 €
				20.874 €

Πίνακας Νο. 8 > Κόστος Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων

Στον πίνακα που ακολουθεί επιχειρείται ένας υπολογισμός του συνολικού κόστους των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων σε βάθος πενταετίας βάσει των αναγκών και των αναλύσεων που έχουν προηγηθεί.

Θα πρέπει να σημειωθεί πως λόγω της οικονομικής κρίσης που πλήττει τα τελευταία χρόνια τη χώρα, με στόχο τη διακράτηση των πελατών τους, αρκετοί από τους προμηθευτές δεν αυξάνουν τις τιμές τους πέραν των νόμιμων επιβαρύνσεων, το ίδιο φυσικά σκοπεύει να εφαρμόσει και η “Loukoumi-All About Dogs”, όπως έχει ήδη καταγραφεί σε προηγούμενο κεφάλαιο. Ως εκ τούτου ο αντίστοιχος υπολογισμός θα συμπεριλάβει μια μικρή αύξηση του κόστους σε ένα ποσοστό του 3% ανά έτος.

Έτη	Κόστη Προμηθειών
1ο Έτος	437.234 €
2ο Έτος	450.351 €
3ο Έτος	463.862 €
4ο Έτος	477.777 €
5ο Έτος	492.111 €

Πίνακας Νο. 9 > Συνολικό Κόστος Προμηθειών

Κεφάλαιο 5ο

Μηχανολογικά και Τεχνολογία

5.1 Πρόγραμμα Παραγωγής και Δυναμικότητας της Επιχείρησης

Η έναρξη μιας επιχείρησης στηρίζεται συνήθως στην ανάγκη των ιδιοκτητών για εισροή εισοδήματος μέσω της πραγμάτωσης μιας επιχειρηματικής ιδέας.

Της επιχειρηματικής ιδέας προηγείται η κατάρτιση του επενδυτικού σχεδίου στο οποίο θα πρέπει εκτός από τους στόχους και τις στρατηγικές να ληφθεί υπ' όψιν το συνολικό επιχειρησιακό περιβάλλον. Σε αυτό το σημείο και σε συνέχεια της ανάλυσης που προηγήθηκε για τις πρώτες ύλες και τα αναγκαία εφόδια, για την έναρξη και λειτουργία της επιχείρησης, θα πρέπει να εστιάσουμε στο πρόγραμμα παραγωγής και τη δυναμικότητα της επιχείρησης.

Βάσει του σχεδίου Marketing που έχει προηγηθεί στόχος της επιχείρησης είναι το 1ο έτος λειτουργίας της η παραγωγικότητα να φτάσει κοντά στα 14.400 κιλά συνολικά, με ημερήσια παραγωγή κατά μέσο όρο τα 60 κιλά, ενώ το 5ο έτος λειτουργίας της κι ενώ θα αυξάνει την κατ' έτος παραγωγικότητά της σε ένα ποσοστό κοντά στο 5%, η ημερήσια παραγωγή θα είναι κοντά στα 73 κιλά.

Για την επίτευξη αυτών των στόχων, σημαντικό ρόλο θα παίξουν τόσο οι πρώτες ύλες όσο και ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα χρησιμοποιηθεί, καθώς και ο κατάλληλος χειρισμός τους από το προσωπικό της επιχείρησης.

Είναι έργο της μηχανολογίας να σχεδιάσει τη λειτουργική και φυσική χωροθέτηση για τη μονάδα, σε σχέση με αυτά που απαιτούνται για να παραχθούν τα επιθυμητά προϊόντα, επιπλέον, με τη μηχανολογία θα υπολογιστούν οι δαπάνες για την επένδυση και το κόστος που θα δημιουργείται κατά τη φάση της λειτουργίας της επιχείρησης. Από την άλλη πλευρά, η επιλογή της τεχνολογίας καθορίζει τις παραγωγικές διαδικασίες που θα χρησιμοποιηθούν.²⁰

Η μηχανολογία και η τεχνολογία είναι "δύο επιστήμες" που θα πρέπει να "συνεργαστούν" για να έρθει εις πέρας ένα σχέδιο παραγωγής μιας που η

²⁰ Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Σωτήρης Κ. Καρβούνης, 2006, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης

τεχνολογία είναι αυτή που θα υποδείξει τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό ο οποίος όμως θα μπορέσει να λειτουργήσει παράγοντας τις αναγκαίες ποσότητες εφόσον βρίσκεται στις κατάλληλες εγκαταστάσεις και χρησιμοποιείται από καταρτισμένους υπαλλήλους.

5.2 Επιλογή Τεχνολογίας

Η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs”, βάσει και της ανάλυσης που έχει προηγηθεί, θα έχει 4 αλληλοσυμπληρούμενες δραστηριότητες που θα απευθύνονται σε ιδιοκτήτες σκύλων. Πιο συγκεκριμένα:

- ✎ Παραγωγή, τυποποίηση και πώληση τροφών
- ✎ Εισαγωγή και πώληση τροφών και άλλων χρηστικών αντικειμένων
- ✎ Παροχή υπηρεσιών grooming
- ✎ Παροχή υπηρεσιών υιοθέτησης εγκαταλελειμμένων/αδέσποτων ζώων

Εύκολα μπορεί κάποιος να συμπεράνει πως αυτό που θα τη διαφοροποιήσει, σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, θα είναι η δραστηριότητα που θα αφορά στην παραγωγή τροφών για σκύλους και ιδιαιτέρως το γεγονός πως αυτές θα είναι μαγειρεμένες, χειροποίητες και οι πρώτες ύλες θα είναι φρέσκα βιολογικά και οργανικά προϊόντα.

Ως εκ τούτου, το μεγάλο στοίχημα για τους επενδυτές της επιχείρησης, σε συνεργασία με τον γεωπόνο-συνεργάτη της επιχείρησης, είναι η εφαρμογή κάποιων αρχών της τεχνολογίας τροφίμων φυτικής και ζωικής προέλευσης με στόχο την παραγωγή ποιοτικών, ασφαλών και με διάρκεια τροφών.

Την τεχνολογία τροφίμων συναντάμε για πρώτη φορά το 1810 όταν ξεκίνησαν οι πρώτες προσπάθειες για τη διατήρηση των τροφών από τον Nicolas Appert, με τον Louis Paster εν συνεχεία, το 1864, να αναπτύσσει την παστερίωση και να γίνεται πρωτοπόρος της τεχνολογίας τροφίμων μέσω της έρευνας της βακτηριολογίας και της προληπτικής ιατρικής στοχεύοντας στους τρόπους για την αποφυγή της αλλοίωσης των τροφών.²¹ Έκτοτε, οι εξελίξεις έχουν συμβάλει σημαντικά στην προσφορά τροφίμων και έχουν αλλάξει τον κόσμο μας, σε σημείο μάλιστα που στις μέρες μας μελετώνται και οι αρνητικές επιπτώσεις τόσο σε περιβαλλοντικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο.

Επομένως, οι επενδυτές της επιχείρησης στοχεύουν μεν στη χρήση της τεχνολογίας τροφίμων για την παραγωγή, συντήρηση, συσκευασία, διανομή και χρήση ασφαλών και θρεπτικών τροφών αποφεύγοντας όμως κάθε διεργασία που θα μπορούσε να αποβεί βλαπτική για τους σκύλους ή το περιβάλλον.

Πιο συγκεκριμένα, από την στιγμή που θα παραδίδονται οι πρώτες ύλες στην επιχείρηση, θα πρέπει:

²¹ https://en.m.wikipedia.org/wiki/Food_technology

- Να αποθηκεύονται και να φυλάσσονται άμεσα βάσει των οδηγιών προμηθευτή και γεωπόνου, ώστε στη συνέχεια να είναι στις κατάλληλες συνθήκες για επεξεργασία (για τις πρώτες ύλες που δεν θα μαγειρευτούν άμεσα)
- Να μαγειρεύονται στις κατάλληλες θερμοκρασίες και στον απαραίτητο χρόνο ώστε να μην αλλοιώνονται τα θρεπτικά συστατικά τους
- Τέλος, οι παραγόμενες τροφές, θα πρέπει να συσκευάζονται και να αποθηκεύονται με τέτοιο τρόπο ώστε το τελικό προϊόν να φτάνει ασφαλές και γευστικό στον καταναλωτή του

Σε αυτό το σημείο και σε συνέχεια της ανάλυσης που έχει προηγηθεί θα πρέπει να τονιστεί ότι η επιχείρηση σε καμία περίπτωση δεν στοχεύει στη μαζική και βιομηχανοποιημένη παραγωγή ζωοτροφών, για τον λόγο αυτόν η παραγόμενη ποσότητα στην οποία στοχεύουν να φτάσουν οι επενδυτές, καθώς και οι προαναφερθείσες βασικές αρχές της τεχνολογίας τροφίμων προσιδιάζουν περισσότερο σε αυτές μιας οικιακής παραγωγής παρά μιας βιομηχανικής.

Βασική επιδίωξη των επενδυτών, είναι οι ποιοτικές πρώτες ύλες με τις οποίες θα εφοδιάζεται η επιχείρηση να τυχάνουν όσο το δυνατόν λιγότερης επεξεργασίας και προσμίξεων ώστε να διατηρούνται αναλλοίωτα όλα τα θρεπτικά συστατικά, απαραίτητα για την ευζωία των σκύλων.

5.3 Μηχανολογικός Εξοπλισμός

Για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, οι επενδυτές θα πρέπει να προβούν στην αγορά όλου του απαραίτητου εξοπλισμού τόσο για την παραγωγή τροφών και το grooming salon όσο και για την εν γένει λειτουργία της επιχείρησης.

Είναι αρκετά σημαντικό η ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που θα προωθεί η επιχείρηση να αντικατοπτρίζονται και στην εικόνα αυτής μέσω του εξοπλισμού με τον οποίο θα είναι εφοδιασμένη. Καθώς οι πελάτες της επιχείρησης θα έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιούν τις αγορές τους επισκεπτόμενοι την επιχείρηση, η εικόνα που θα αποκομίζουν θα πρέπει να είναι αυτή της καθαριότητας, της υγιεινής & της τάξης, μιας και μέσα στην επιχείρηση θα συνυπάρχουν ταυτόχρονα εργασίες που θα αφορούν τόσο στην παρασκευή τροφών, όσο και στη φροντίδα σκύλων.

Γι' αυτόν τον σκοπό ταυτόχρονα με το "άνοιγμα" της επιχείρησης θα πρέπει να εφαρμοστεί ένα σύστημα διαχείρισης ποιότητας κατά τα πρότυπα του ISO 9000-22000 (22000>Συστήματα Ασφάλειας Τροφών²² εκπληρώνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τις κανονιστικές απαιτήσεις που σχετίζονται με τις δραστηριότητες της επιχείρησης.

Σε συνέχεια της εφαρμογής των κανόνων κατά τα πρότυπα του ISO 9000-22000 η επιχείρηση θα πρέπει να προβεί στις αναγκαίες διαδικασίες για

²² https://en.wikipedia.org/wiki/ISO_9000

την έκδοση του αντίστοιχου πιστοποιητικού, αλλά και να φροντίζει και για την ανανέωσή του στις ενδεδειγμένες ημερομηνίες. Επιπλέον, για τη διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων της θα πρέπει να λαμβάνει όλες τις αντίστοιχες πιστοποιήσεις από όλους τους προμηθευτές της, πριν ακόμα από τη σύναψη συμφωνιών μαζί τους.

Κάτωθι, ακολουθεί η καταγραφή του απαραίτητου για τη λειτουργία της επιχείρησης εξοπλισμού, κατηγοριοποιημένη βάσει των δραστηριοτήτων της.

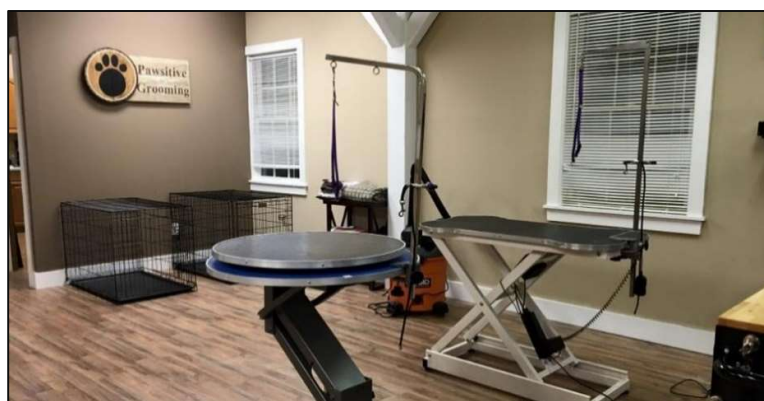
🌀 Εξοπλισμός για την Παραγωγή Τροφών

- απορροφητήρες
- βραστήρας
- δοχεία απορριμμάτων
- είδη υγιεινής
- ζυγαριές
- κατσαρόλες
- κουτάλες
- κουτάλια
- μαχαίρια
- μεγάλο μίξερ
- μικρό μίξερ
- μπλεντερ
- πάγκος κοπής και επεξεργασίας
- πηρούνες
- πηρούνια
- πιάτα
- πλυντήρια σκευών/ταψιών κλπ
- πολτοποιητής
- προθήκες τροφίμων
- σουρωτήρια
- σπάτουλες
- ταπερ
- ταψιά
- τηγάνια
- τσέρκια
- φούρνοι
- φούρνος μικροκυμάτων
- ψυγεία
- ψυγειοκαταψήκτης

🌀 Εξοπλισμός Grooming Salon

- αλυσίδες
- βούρτσες
- βραχιώνες για τραπέζια
- ηλεκτρικό ανυψωτικό τραπέζι

- θήκες εργαλείων
- κλουβάκια φύλαξης
- κουρευτικές μηχανές
- μπανιέρα
- ντουλάπια
- νυχοκόπτες
- πάγκος κουρέματος
- περιλαίμια
- πετσέτες
- ράφια
- σκαμπό groomer
- στεγνωτήρες
- φίμωτρα
- ψαλίδια



🌿 Βοηθητικός Εξοπλισμός Επιχείρησης

- γεννήτρια
- γραφείο
- είδη υγιεινής τουαλέτας-κουζίνας
- εκτυπωτής
- ζυγαριά
- καλαθάκια αγορών
- καρέκλες
- κλιματιστικά
- πάγκος ταμειακής
- πίνακας ανακοινώσεων
- πυροσβεστήρες
- ράφια
- ράφια και ντουλάπια για την αποθήκη
- ταμειακή μηχανή
- τηλέφωνο
- υπολογιστής
- φωτιστικά
- ψυγεία
- ψύκτης νερού κ ποτήρια χάρτινα
- stand διαφημιστικών
- kit φαρμακείου

5.4 Κόστος Τεχνολογίας και Μηχανολογικού Εξοπλισμού

Σε συνέχεια της ανάλυσης που έχει προηγηθεί για τις ανάγκες της επιχείρησης “Loukoumi-All About Dogs” σε επίπεδο τεχνολογίας και μηχανολογικού εξοπλισμού, θα πρέπει να συνυπολογιστεί και το αντίστοιχο κόστος. Έτσι, κάτωθι ακολουθεί ο σχετικός υπολογισμός χωρίς όμως να συμπεριληφθεί σε αυτόν κάποιο κόστος που να αφορά στην τεχνολογία τροφίμων μιας και πρόκειται για γνώσεις που θα έχει ο γεωπόνος-συνεργάτης της επιχείρησης, απόρροια της εξειδίκευσής του στην παραγωγή ζωοτροφών. Για τον γεωπόνο και τις γνώσεις που θα φέρει στην επιχείρηση θα υπάρξει σχετική αμοιβή που θα αναλυθεί σε επόμενο κεφάλαιο.

Κόστος Μηχανολογικού Εξοπλισμού		
Περιγραφή	Τεμάχια	Κόστος
ISO		3000
Εξοπλισμός για την Παραγωγή Τροφών		
απορροφητήρες	2	500
βραστήρες	2	40
δοχεία απορριμάτων	4	15
είδη υγιεινής		650
ζυγαριές	2	30
κατσαρόλες	8	250
κουτάλες	6	55
κουτάλια	8	25
μαχαίρια	8	25
μεγάλο μίξερ	1	60
μικρό μίξερ	1	45
μπλεντερ	1	25
πάγκος κοπής και επεξεργασίας	1	160
πηρούνες	4	20
πηρούνια	8	25
πιάτα	12	60
πλυντήρια σκευών/ταψιών κλπ	1	650
πολτοποιητής	1	20
προθήκες τροφίμων	2	60
σουρωτήρια	4	15
σπάτουλες	6	24
ταπερ	60	250
ταψιά	8	180
τηγάνια	6	140
τσέρκια	20	20
φούρνοι	2	1400
φούρνος μικροκυμάτων	2	100
ψυγεία	2	1500
ψυγειοκαταψήκτης	1	1100

Εξοπλισμός για Grooming Salon		
αλυσίδες	8	80
βούρτσες	10	80
βραχίωνες για τραπέζια	2	120
ηλεκτρικό ανυψωτικό τραπέζι	1	250
θήκες εργαλείων	1	25
κλουβάκια φύλαξης	4	80
κουρευτικές μηχανές	6	300
μπανιέρα	1	350
ντουλάπια	4	80
νυχοκόπτες	4	30
πάγκος κουρέματος	1	150
περιλαίμια	8	60
πετσέτες	50	200
ράφια	2	40
σκαμπό groomer	1	110
στεγνωτήρες	2	260
φίμωτρα	8	24
ψαλίδια	8	180
Βοηθητικός Εξοπλισμός Επιχείρησης		
γεννήτρια	1	500
γραφείο	1	400
είδη υγιεινής τουλέτας-κουζίνας		1400
εκτυπωτής	1	100
ζυγαριά	1	50
καλαθάκια αγορών	30	90
καρέκλες	4	240
κλιματιστικά	5	1800
πάγκος ταμειακής	1	250
πίνακας ανακοινώσεων	1	25
πυροσβεστήρες	5	600
ράφια	100	600
ράφια και ντουλάπια για την αποθήκη	200	1200
ταμειακή μηχανή	1	150
τηλέφωνο	1	60
υπολογιστής	2	800
φωτιστικά	10	500
ψυγεία	1	800
ψύκτης νερού κ ποτήρια χάρτινα	1	180
stand διαφημιστικών	1	10
kit φαρμακείου	1	50
Συνολικό Κόστος Εξοπλισμού:	671	22.668 €

Πίνακας Νο. 10 > Κόστος Μηχανολογικού Εξοπλισμού

5.4 Τρόπος Απόκτησης και Μεταφοράς Εξοπλισμού

Οι επενδυτές της επιχείρησης κάνοντας χρήση ιδίων κεφαλαίων στοχεύουν στην εφάπαξ εξόφληση όλου του αναγκαίου μηχανολογικού εξοπλισμού, λαμβάνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο και μεγαλύτερες εκπτώσεις από τους προμηθευτές. Επιπλέον, οι προμηθευτές θα πρέπει να φροντίσουν για την παράδοση και εγκατάσταση όλου του απαιτούμενου εξοπλισμού στον χώρο της επιχείρησης βάσει των συμφωνηθέντων χρονοδιαγραμμάτων. Από την πλευρά της επιχείρησης θα πρέπει να διατηρηθούν σε αρχείο όλα τα έγγραφα που θα παραδοθούν μαζί με τον εξοπλισμό συμπεριλαμβανομένων των manuals για την ορθή χρήση κάθε συσκευής καθώς και των αντίστοιχων εγγυήσεων για την περίπτωση κάποιας βλάβης πέραν των καθορισμένων εργασιών συντήρησης.

5.5 Χωρομετρικά και Μηχανολογικά Σχέδια

Το χωρομετρικό σχέδιο της επιχείρησης θα καταρτιστεί σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης για ταυτόχρονη εκτέλεση διαφοροποιημένων δραστηριοτήτων που θα λαμβάνουν χώρα μέσα στον ίδιο χώρο.

Πιο συγκεκριμένα:

☞ Αποθήκη:

Για την οργανωμένη λειτουργία της επιχείρησης ο αποθηκευτικός χώρος είναι αναγκαίος, έτσι θα πρέπει να εξασφαλιστεί ο απαιτούμενος χώρος διαμορφωμένος με ράφια στα οποία θα τοποθετείται όλο το stock. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί πως στην αποθήκη θα φυλάσσονται μόνο οι πρώτες ύλες και τα υπόλοιπα εφόδια που δεν θα αφορούν στην παραγωγή τροφών, μιας και εκείνα θα τοποθετούνται στα ψυγεία και τις προθήκες τροφίμων στον χώρο του παρασκευαστηρίου τροφών.

☞ Τουαλέτα και Κουζινάκι

Δύο χώροι βασικοί για τις καθημερινές ανάγκες του προσωπικού της επιχείρησης.

☞ Παρασκευαστήριο Τροφών

Ο χώρος στον οποίο θα παρασκευάζονται οι τροφές που θα εμπορεύεται η επιχείρηση. Σε αυτόν τον χώρο θα βρίσκεται όλος ο αναγκαίος εξοπλισμός παρασκευής, οι πρώτες ύλες που θα φυλάσσονται βάσει των αντίστοιχων κανόνων υγιεινής, καθώς και οι έτοιμες τροφές πριν από το στάδιο της συσκευασίας και τοποθέτησής τους στο ψυγείο που θα βρίσκεται στο σημείο πώλησης της επιχείρησης.

🌿 Grooming Salon

Ο χώρος, εντός της επιχείρησης (μιας που θα υπάρχει και κατ' οίκον παροχή υπηρεσιών καλλωπισμού), όπου οι τετράποδοι πελάτες της “Λουκουμι-All About Dogs” θα λαμβάνουν όλη την απαραίτητη φροντίδα και περιποίηση από τον groomer. Στον χώρο αυτό, εκτός από όλον τον εξοπλισμό που θα αφορά στο grooming, θα υπάρχουν και κάποια κλουβάκια φύλαξης στα οποία θα φιλοξενούνται οι σκύλοι πριν ή και μετά τον καλλωπισμό τους ώστε οι ιδιοκτήτες τους να μην είναι υποχρεωμένοι να τους περιμένουν εκεί.

🌿 Σημείο Πώλησης της Επιχείρησης

Το κεντρικό σημείο της επιχείρησης! Το σημείο εισόδου της επιχείρησης, ο χώρος που θα μπορούν οι πελάτες να κάνουν τις αγορές τους, να δουν δείγματα και να κάνουν παραγγελίες, να συζητήσουν για την υιοθέτηση ενός ζώου, να κλείσουν ραντεβού για τον καλλωπισμό του σκύλου τους, ακόμα και να αναρτήσουν στον πίνακα ανακοινώσεων μια ενημέρωση για την εύρεση, απώλεια, ή γέννα ενός ζώου.



Σχεδιάγραμμα Νο. 3 > Χωροταξικό Σχέδιο Επιχείρησης

5.6 Έργα Πολιτικού Μηχανικού

Σε συνέχεια του προσδιορισμού των χώρων που χρειάζεται η επιχείρηση για την εύρυθμη λειτουργία της, τη σκυτάλη θα πρέπει να πάρει ο πολιτικός μηχανικός ο οποίος είναι αυτός που θα υλοποιήσει το πλάνο των επενδυτών μετατρέποντας τον χώρο που θα εγκατασταθεί η επιχείρηση σε ένα περιβάλλον κατάλληλο για την εκτέλεση όλων των αναγκαίων δραστηριοτήτων από τους υπαλλήλους της, αλλά και σε έναν χώρο που οι πελάτες θα νοιώθουν όμορφα κάνοντας εκεί τις αγορές τους.

Γι' αυτόν τον σκοπό οι επενδυτές της επιχείρησης θα αναθέσουν το έργο σε κατασκευαστική εταιρία η οποία και θα αναλάβει τόσο τη διαμόρφωση των χώρων που αφορούν στην εκτέλεση εργασιών όσο και στο στήσιμο του σημείου πώλησης της επιχείρησης εξ' ολοκλήρου, ως εκ τούτου είναι και αυτή που θα προσδιορίσει τις ανάγκες και τις προδιαγραφές σε υλικά, ειδικό εξοπλισμό, ή ανθρώπινους πόρους.

Έτσι λοιπόν, βάσει και του πλάνου που έχει προηγηθεί, η κατασκευαστική εταιρία, θα πρέπει να προχωρήσει:

A. Στην προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης της επιχείρησης:

- ☞ Κατεδαφίζοντας τοίχους που δεν χρειάζονται
- ☞ Κάνοντας τον διαχωρισμό των χώρων βάσει των αναγκών της επιχείρησης και δημιουργώντας τους απαραίτητους διαδρόμους
- ☞ Αναδιατάσσοντας σωληνώσεις και καλωδιώσεις και κάνοντας τις απαραίτητες υδραυλικές και ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις και συνδέσεις
- ☞ Εγκαθιστώντας κουφώματα
- ☞ Τοποθετώντας πατώματα
- ☞ Κάνοντας μονώσεις των χώρων
- ☞ Εγκαθιστώντας σύστημα εξαερισμού και κλιματισμού
- ☞ Τοποθετώντας πλακάκια και είδη υγιεινής στο κουζίνακι και την τουαλέτα προσωπικού
- ☞ Βάφοντας τους τοίχους
- ☞ Αναλαμβάνοντας το αισθητικό μέρος του σημείου πώλησης

B. Έργα εκτός του χώρου της Επιχείρησης:

- ⊗ Εγκαθιστώντας ταμπέλα και φωτισμό στο εξωτερικό μέρος της επιχείρησης
- ⊗ Διαμορφώνοντας ράμπα για την είσοδο καροτσιών
- ⊗ Τοποθετώντας μπάρα για να στέκονται εκεί σκυλιά που δεν μπορούν να μπουν μέσα στην επιχείρηση επειδή δεν θα είναι εφικτή η συνύπαρξή τους με άλλα
- ⊗ Διαμορφώνοντας το χώρο για δυνατότητα ολιγόλεπτης στάθμευσης αυτοκινήτων πελατών και φορτηγών προμηθευτών

Σε συνέχεια της ανάλυσης των εργασιών που απαιτούνται για του διαμόρφωση του χώρου σε μια λειτουργική επιχείρηση, κάτωθι ακολουθεί η ανάλυση του συνολικού κόστους όπως αυτή δόθηκε από την κατασκευαστική εταιρία.

Περιγραφή	Κόστος
Σχεδιασμός	3.000 €
Υλικά	12.000 €
Εκτέλεση Εργασιών Προετοιμασίας και Ανάπτυξης του χώρου εγκατάστασης της επιχείρησης	15.000 €
Εκτέλεση Εργασιών Εξωτερικά του χώρου της Επιχείρησης	8.000 €
Σύνολο:	38.000 €

Πίνακας Νο. 11 > Κόστος Προετοιμασίας και Ανάπτυξης του Χώρου Εγκατάστασης της Επιχείρησης

Τέλος δεν θα πρέπει να παραλείψουμε τον υπολογισμό του κόστους συντήρησης της επιχείρησης σε συνέχεια των έργων της κατασκευαστικής εταιρίας το οποίο και υπολογίζεται στις 6.000€ με μια αύξηση του 2%, ανά έτος και συμπεριλαμβάνει τις ακόλουθες εργασίες:

- ⌘ Καθαριότητα χώρων (σκούπισμα, σφουγγάρισμα, ξεσκόνισμα κ.α.)
- ⌘ Απολύμανση και απεντόμωση χώρων
- ⌘ Συντήρηση υδραυλικών και ηλεκτρολογικών εγκαταστάσεων
- ⌘ Συντήρηση μηχανολογικού εξοπλισμού
- ⌘ Επιδιόρθωση άλλων βλαβών

Κόστος Συντήρησης Επιχείρησης	
1ο έτος	6.000 €
2ο έτος	6.120 €
3ο έτος	6.242 €
4ο έτος	6.367 €
5ο έτος	6.495 €

Πίνακας Νο. 12 > Κόστος Συντήρησης Επιχείρησης

Κεφάλαιο 6ο

Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα

6.1 Οργάνωση και Διαχείριση της Επιχείρησης

Σε συνέχεια των αναλύσεων που έχουν προηγηθεί σχετικά με την αγορά και το μάρκετινγκ, με τις αναγκαίες πρώτες ύλες και όλα τα υπόλοιπα εφόδια, την τεχνολογία και τον απαραίτητο μηχανολογικό εξοπλισμό για την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης, σε αυτό το σημείο της προμελέτης σκοπιμότητας θα πρέπει να καθορισθεί ο τρόπος που θα οργανωθεί η επιχείρηση, ο τρόπος ώστε να γίνεται σωστή διαχείριση και να πραγματοποιείται και ο αντίστοιχος έλεγχος.

Πιο συγκεκριμένα, αναφερόμενοι στην οργάνωση της επιχείρησης εννοούμε τη διαδικασία εκείνη η οποία θα καθορίσει:

- Τις εργασίες που πρέπει να γίνονται
- Τον χρόνο μέσα στον οποίο θα γίνονται
- Τους πόρους που θα απαιτούνται για την ολοκλήρωση κάθε εργασίας
- Τους ανθρώπινους πόρους που θα απαιτούνται για την ολοκλήρωση κάθε εργασίας

Κατ' επέκταση θα πρέπει να καθορίσουμε τις αναγκαίες λειτουργίες και δραστηριότητες της επιχείρησης και να ορίσουμε τους υπεύθυνους για κάθε μια από αυτές κάνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο έναν σαφή προσδιορισμό για:

- Τι πρέπει να γίνεται μέσα στην επιχείρηση
- Πως θα γίνεται αυτό
- Ποιος θα το κάνει
- Ποιος θα λαμβάνει τις αποφάσεις
- Ποιος θα ορίζει τις διαδικασίες
- Ποια θα είναι η ιεραρχία

Με βάση αυτά τα οποία είναι απαραίτητο να οριστούν ώστε να μιλάμε για μια οργανωμένη επιχείρηση, γίνεται αντιληπτό πως η οργάνωση είναι το μέσο μέσω του οποίου η επιχείρηση θα μπορέσει να επιτύχει τους στόχους της. Για να καταστεί δυνατό αυτό, οι υπεύθυνοι κάθε επιχείρησης θα πρέπει να στηρίζονται σε κάποιες βασικές αρχές της οργάνωσης μιας επιχείρησης:

Τμηματοποίηση Εργασιών

Δηλαδή, βάσει των δραστηριοτήτων της επιχείρησης θα πρέπει να δημιουργηθούν και τα αντίστοιχα τμήματα, τα οποία και θα έχουν την ευθύνη διεκπεραίωσης συγκεκριμένων εργασιών τις οποίες θα πρέπει να φέρουν εις πέρας από την αρχή έως το τέλος.

Καταμερισμός εργασιών μέσα στο κάθε τμήμα

Μέσα στο κάθε τμήμα θα πρέπει να υπάρξει διαχωρισμός εργασιών και αρμοδιοτήτων, έτσι ώστε κάθε ένας από τους εργαζόμενους να εκτελεί συγκεκριμένες εργασίες βάσει των γνώσεων και των ικανοτήτων του.

Καθορισμός ιεραρχίας

Μέσα στην επιχείρηση συνολικά, αλλά και στο κάθε τμήμα ξεχωριστά, θα πρέπει να υπάρχουν διακριτοί ρόλοι μεταξύ αυτών που λαμβάνουν τις αποφάσεις, καθορίζουν τη γραμμή, δίνουν τις εντολές και αυτών που τις ακολουθούν..

Έλεγχος τήρησης των προαναφερθέντων

Θα πρέπει να διασφαλίζεται μέσα από αντίστοιχους ελέγχους ότι τηρούνται οι προκαθορισμένες διαδικασίες και ακολουθούνται οι σχετικοί κανόνες.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να σημειωθεί πως όλα τα παραπάνω αφορούν κάποιες γενικές αρχές, οι οποίες όμως ποικίλουν βάσει του μεγέθους κάθε επιχείρησης. Ο καταμερισμός εργασιών και η εξειδίκευση, για παράδειγμα, είναι πολύ διαφορετικά σε μια επιχείρηση που απασχολεί 5 εργαζόμενους από μια άλλη που απασχολεί 100. Αυτό όμως δεν σημαίνει πως η μικρότερη επιχείρηση θα πρέπει να αγνοήσει εξ' ολοκλήρου αυτήν την αρχή η οποία θα της εξασφαλίσει ισορροπία μεταξύ των εργασιών και των ανθρώπων που θα τις εκτελούν.

Η οργάνωση μέσα σε μια επιχείρηση είναι αυτή που καθορίζει τους ρόλους των υπαλλήλων που εργάζονται γι' αυτήν, διαμορφώνει τις σχέσεις και τις συνεργασίες τους, ομαδοποιεί τις δραστηριότητες, αναθέτει ευθύνες και όταν αυτές οι αποφάσεις είναι πετυχημένες οδηγούν τις επιχειρήσεις πιο κοντά στους στόχους τους αποφεύγοντας την κατασπατάληση υλικών ή ανθρώπινων πόρων. Αυτός είναι άλλωστε ο λόγος, που ανεξαρτήτως του μεγέθους μιας επιχείρησης, η οργάνωση είναι ζωτικής σημασίας.

Σε ότι αφορά στην επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” και τις δραστηριότητές της, όπως αυτές έχουν περιγραφεί προηγουμένως, εύκολα μπορεί κάποιος να συμπεράνει πως δεν πρόκειται για μια μεγάλη επιχείρηση, επομένως και ο αριθμός των υπαλλήλων που θα απασχολούνται σε αυτήν θα είναι περιορισμένος.

Από την άλλη πλευρά όμως, οι υπάλληλοι αυτοί απαιτείται να έχουν τις κατάλληλες γνώσεις και την εμπειρία που απαιτούνται ώστε να είναι σε

θέση να ανταποκριθούν στο εξειδικευμένο αντικείμενο για το οποίο θα κληθούν να εργαστούν.

Για τον σκοπό αυτόν οι επενδυτές της επιχείρησης θα προχωρήσουν σε μια τμηματοποίηση ανά δραστηριότητα, δημιουργώντας 4 διαφορετικά τμήματα, ισάξια των υπηρεσιών που θα παρέχει η επιχείρηση.

6.1.1 Οργανωσιακές Λειτουργίες

Οι οργανωσιακές λειτουργίες είναι αυτές που ομαδοποιούν τις δραστηριότητες που πρέπει να γίνονται μέσα σε κάθε επιχείρηση και βάσει των απαιτήσεων κάθε επιχείρησης, οι οργανωσιακές λειτουργίες είναι αυτές που στη συνέχεια τις χωρίζουν σε αντίστοιχες οργανωσιακές μονάδες.

Την ίδια ροή θα ακολουθήσει και η “Loukoumi-All About Dogs”, πιο συγκεκριμένα, με στόχο τη δημιουργία της καταλληλότερης δομής η οποία θα βοηθήσει την επιχείρηση να πετύχει τους στόχους της με όσο το δυνατόν μικρότερη κατασπατάληση ανθρώπινων και υλικών πόρων, θα πρέπει να σχεδιάσει προσεκτικά την τμηματοποίηση των εργασιών της σε ξεχωριστές μονάδες.

Για τον σχεδιασμό των μονάδων θα πρέπει να ληφθούν υπ’ όψιν εκτός από τις ανάγκες και τη φιλοσοφία της επιχείρησης, οι δυνατότητες, οι γνώσεις, η εκπαίδευση και η εξειδίκευση των εργαζομένων, με στόχο τη δημιουργία μιας δομής ανάλογης της δυναμικότητας της επιχείρησης αλλά και των ανταγωνιστών της.

Όπως έχει ήδη διαφανεί από τις δραστηριότητες της επιχείρησης “Loukoumi-All About Dogs”, οι ανάγκες για οργανωσιακές μονάδες περιορίζονται στις απολύτως αναγκαίες για την εκτέλεση των απαιτούμενων εργασιών. Έτσι η δομή που θα προκύψει θα είναι μικρή και απλή, τόσο που να επιτρέπει σε όλους τους εμπλεκόμενους να έχουν σαφή εικόνα για την ομάδα στην οποία θα ανήκουν, για το τι πρέπει να κάνουν, ποιοι είναι οι στόχοι τους και που θα πρέπει να απευθυνθούν αν υπάρξει οποιοδήποτε ζήτημα.

Ως εκ τούτου οι οργανωσιακές μονάδες της επιχείρησης μπορούν να ομαδοποιηθούν στις ακόλουθες μονάδες:

- ☞ Διεύθυνση Επιχείρησης
- ☞ Παραγωγή
- ☞ Παροχή Υπηρεσιών
- ☞ Πωλήσεις

6.1.2 Οργανωσιακή Δομή

Η οργανωσιακή δομή μιας επιχείρησης μπορεί να αποτυπωθεί μέσα από διαφορετικές απεικονίσεις με αυτή της πυραμιδοειδούς να είναι η επικρατέστερη μιας και έχει 3 οργανωσιακά επίπεδα βοηθώντας κατ' αυτόν τον τρόπο τις επιχειρήσεις να έχουν μια απλή και σαφή δομή η οποία θα είναι ευκόλως κατανοητή από τους υπαλλήλους τους.

Πιο συγκεκριμένα η πυραμιδοειδής μορφή έχει 3 οργανωσιακά επίπεδα:

- Το Κορυφαίο Management
- Το Μεσαίο Management
- Το Εποπτικό Management

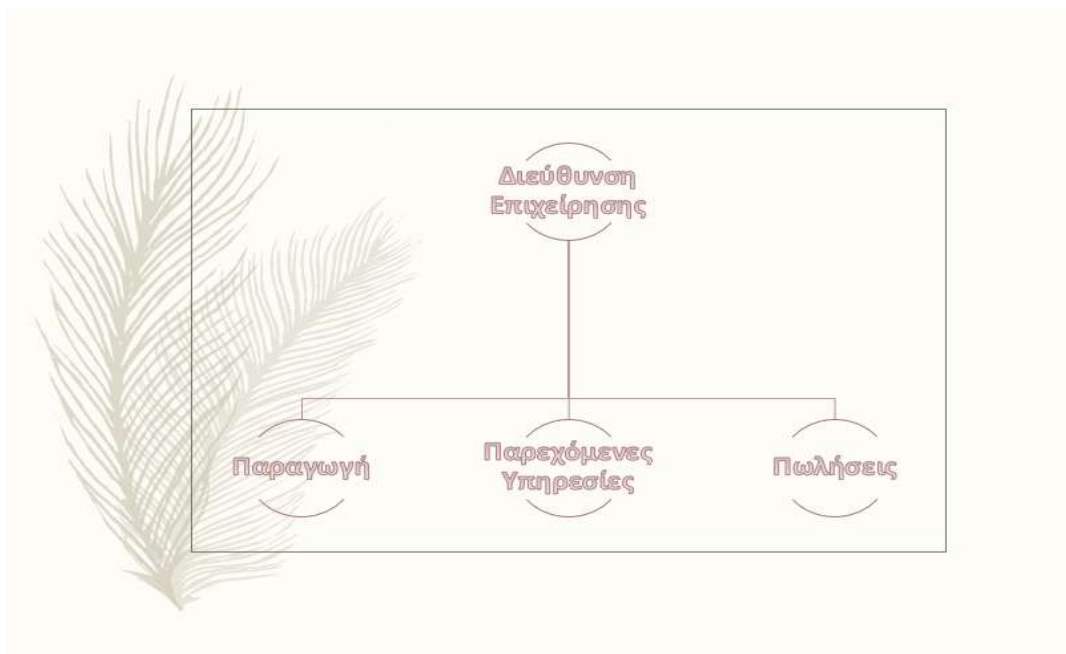
Για την επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” θα ακολουθηθεί η ίδια δομή, δηλαδή αυτή της πυραμίδας, αλλά λόγω των συγκεκριμένων δραστηριοτήτων της και του ότι ιδιαίτερα μεγάλου αριθμού απασχολούμενων σε αυτήν, τα οργανωσιακά επίπεδα θα είναι δύο:

- ⌋ Το Κορυφαίο Management: θα απασχολείται με τον στρατηγικό και οικονομικό σχεδιασμό, με τον συντονισμό των δραστηριοτήτων και τον έλεγχό τους συνολικά
- ⌋ Το Εποπτικό Management: θα έχει συγκεκριμένες μονάδες υπό την εποπτεία του για τις οποίες θα πρέπει να προγραμματίζει αλλά και να ελέγχει τις δραστηριότητές τους, επιπλέον, θα λειτουργεί ως ο συνδεδειμένος κρίκος μεταξύ του κορυφαιού management και των μονάδων τις οποίες θα ελέγχει.



Σχεδιάγραμμα Νο. 4 > Οργανωσιακά Επίπεδα Επιχείρησης

Ως εκ τούτου η πιο κατάλληλη δομή για την υπό εξέταση επιχείρηση απεικονίζεται στο διάγραμμα που ακολουθεί.:



Σχεδιάγραμμα Νο. 5 > Οργανωσιακή Δομή Επιχείρησης

6.2 Σχεδίαση της Οργάνωσης

Με βάση την Οργανωσιακή Δομή όπως αυτή σχεδιάστηκε, η επιχείρηση, εκτός από τη Διεύθυνση, θα έχει άλλα τρία τμήματα, τα οποία θα δουλεύουν μεν ξεχωριστά και θα έχουν διαφορετικό κύκλο εργασιών, θα είναι όμως αλληλένδετα μεταξύ τους.

6.2.1. Διεύθυνση Επιχείρησης

Συμβαίνει συχνά σε επιχειρήσεις χωρίς ιδιαίτερως ανεπτυγμένη οργανωσιακή δομή, λόγω του μικρού ή μεσαίου μεγέθους τους, κάποιες μονάδες να επιβαρύνονται με μια μεγάλη ποικιλία διαφορετικών αρμοδιοτήτων που θα πρέπει να φέρουν εις πέρας με στόχο την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης συνολικά.

Στην επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” η μονάδα η οποία θα είναι επιφορτισμένη με αρκετές αρμοδιότητες θα είναι αυτή της Διεύθυνσης, η

οποία εκτός από το συνολική ευθύνη και διοίκηση της επιχείρησης, την επίλυση τυχόν προβλημάτων και την εποπτεία των άλλων τριών μονάδων, θα πρέπει ταυτόχρονα να έχει την πλήρη ευθύνη για θέματα που αφορούν τον οικονομικό προγραμματισμό της επιχείρησης, καθώς και θέματα marketing μιας που δεν θα υπάρχουν ξεχωριστά τμήματα στο εσωτερικό της επιχείρησης που θα διαχειρίζονται τα αντίστοιχα ζητήματα.

Τέλος, η Διεύθυνση της επιχείρησης, όπως και η διεύθυνση κάθε άλλης επιχείρησης αυτού του μεγέθους, είναι αυτή που έχει την ευθύνη του στρατηγικού προγραμματισμού της επιχείρησης και αυτή που λαμβάνει τις αποφάσεις για κρίσιμα ζητήματα ή στρατηγικές αλλαγές. Επιπροσθέτως, η διεύθυνση της επιχείρησης είναι αυτή που θα πρέπει να αναλάβει και τον ρόλο που θα είχε ένα τμήμα Human Resources, κάνοντας όλες τις απαραίτητες ενέργειες πρόσληψης, αποχώρησης, εκπαίδευσης και πληρωμής των εργαζομένων καθώς επίσης και άλλες ενέργειες για την εργασιακή και προσωπική ικανοποίηση των εργαζομένων όπως και την ανάπτυξη των καλών σχέσεων μεταξύ τους.

Τέλος, η διεύθυνση της επιχείρησης θα έχει την ευθύνη για το facility management της επιχείρησης, φροντίζοντας για τις επισκέψεις του συνεργείου καθαρισμού, καθώς και για την επίλυση οποιασδήποτε υδραυλικής, ηλεκτρολογικής, ή άλλης βλάβης των εγκαταστάσεων αναθέτοντας την επίλυση στους αρμόδιους συνεργάτες.

6.2.2. Παραγωγή

Όπως έχει ήδη αναλυθεί στα προηγούμενα κεφάλαια η παραγωγή τροφών αποτελεί μια από τις κύριες δραστηριότητες της επιχείρησης και μάλιστα είναι αυτή που θα τη διαφοροποιήσει σε σχέση με τους υπόλοιπους ανταγωνιστές του κλάδου.

Ως εκ τούτου, πρόκειται για ένα από τα πιο σημαντικά τμήματα της επιχείρησης το οποίο καλείται να φέρει εις πέρας το έργο του αναλαμβάνοντας όλες τις σχετικές αρμοδιότητες από την αρχή έως το τέλος κάνοντας τον προγραμματισμό, την οργάνωση και την εκτέλεση της παραγωγικής διαδικασίας, τηρώντας ταυτόχρονα όλους τους αναγκαίους κανόνες υγιεινής, καθαριότητας και φροντίδας.

Και σε αυτό το τμήμα, όπως και σε αυτό της διεύθυνσης, οι αρμοδιότητες και οι ευθύνες είναι ποικίλες, όλες όμως αφορούν στην παραγωγή τροφών. Έτσι οι υπάλληλοι του τμήματος θα πρέπει να κάνουν την παραγγελία των πρώτων υλών, να παραλαμβάνουν, να αποθηκεύουν και να επεξεργάζονται τα τρόφιμα.

Επίσης είναι αυτοί που θα μαγειρεύουν τις πρώτες ύλες δημιουργώντας τροφές έτοιμες για κατανάλωση, αλλά θα κάνουν και όλες τις ενέργειες που αφορούν στην συσκευασία τους.

6.2.3. Παροχή Υπηρεσιών

Η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” θα παρέχει στους πελάτες της 2 ξεχωριστές υπηρεσίες.

Η πρώτη θα αφορά στην περιποίηση των σκύλων, όπου οι αρμοδιότητες των εμπλεκόμενων θα ξεκινούν από το κλείσιμο των ραντεβού με τους πελάτες, την καταμέτρηση, την παραγγελία και την αποθήκευση όλων των απαραίτητων υλικών και θα συνεχίζουν με την ανάληψη όλων των εργασιών για το μπάνιο, το κούρεμα και τη συνολική φροντίδα των σκύλων έως την παραλαβή τους από τους ιδιοκτήτες τους.

Τέλος οι ίδιοι θα είναι υπεύθυνοι για τον καθαρισμό και την αποθήκευση των εργαλείων τους.

Η δεύτερη υπηρεσία που θα προσφέρει η επιχείρηση θα είναι αυτή της διαμεσολάβησης για την υιοθέτηση πρώην αδέσποτων ή εγκαταλελειμμένων ζώων. Οι υπεύθυνοι αυτής της παρεχόμενης υπηρεσίας θα αναλαμβάνουν όλη την επικοινωνία από την αρχή έως την ολοκλήρωση της διαδικασίας υιοθέτησης όλων των εμπλεκόμενων μερών, ταυτόχρονα θα πρέπει να προσεγγίζουν με τρόπο ανάλογο τους νέους ιδιοκτήτες ώστε να τους κάνουν σταθερούς πελάτες της επιχείρησης.

6.2.4. Πωλήσεις

Αναμφισβήτητα, η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” είναι μια εμπορική επιχείρηση μιας και η βασική στόχευσή της είναι η πώληση προϊόντων -και υπηρεσιών φυσικά- τα οποία είτε παράγει, είτε εισάγει. Έτσι, ανεξαρτήτως του τμήματος στο οποίο ανήκει κάθε ένας από τους υπαλλήλους, η πώληση είναι ευθύνη και αρμοδιότητα την οποία θα πρέπει να μοιράζονται όλοι τους.

Από τη διεύθυνση της επιχείρησης, τους εργαζόμενους του τμήματος παραγωγής τροφών, έως αυτούς του τμήματος παρεχόμενων υπηρεσιών, από τη στιγμή που θα έρθουν σε επαφή με κάποιον πελάτη, στόχος θα πρέπει να είναι η προώθηση των προϊόντων που εμπορεύεται η επιχείρηση με απώτερο σκοπό την αύξηση του αριθμού των πελατών, αλλά και των προϊόντων που αγοράζουν από την επιχείρηση.

Έτσι λοιπόν, προκύπτει πως στο τμήμα των πωλήσεων, εμμέσως, θα συμμετέχουν όλοι οι υπάλληλοι της επιχείρησης, όμως θα υπάρχουν και κάποιοι οι οποίοι θα απασχολούνται ειδικά στο συγκεκριμένο τμήμα και πέρα από το κομμάτι που θα αφορά στην επαφή και εξυπηρέτηση των πελατών που θα επισκέπτονται την επιχείρηση, θα είναι επιφορτισμένοι με κάποιες επιπλέον αρμοδιότητες που θα αφορούν στις πωλήσεις.

Πιο συγκεκριμένα, θα λαμβάνουν τις ηλεκτρονικές ή τηλεφωνικές παραγγελίες και θα φροντίζουν για την εκτέλεσή τους, θα κάνουν την επικοινωνία με τους προμηθευτές για τα tailor made προϊόντα, θα «γεμίζουν τα ράφια» με προϊόντα που θα βρίσκονται στην αποθήκη, θα κάνουν καταμέτρηση των προϊόντων της αποθήκης και θα κάνουν παραγγελία γι' αυτά που είναι σε έλλειψη.

Τέλος, οι υπάλληλοι που θα απασχολούνται στο συγκεκριμένο τμήμα θα πρέπει να έχουν καλή γνώση των προϊόντων που θα εμπορεύεται η επιχείρηση και να είναι σε θέση να απαντήσουν στις ερωτήσεις των πελατών, διαφορετικά, θα πρέπει να τους κατευθύνουν στους κατάλληλους ανθρώπους ώστε να λαμβάνουν τις πληροφορίες που θα χρειάζονται.

Η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” στοχεύει στο να καλύπτει όλες τις ανάγκες και επιθυμίες των πελατών της σχετικά με τους σκύλους και δεν είναι άλλο από το τμήμα πωλήσεων, αυτό το οποίο θα επιφορτιστεί με αυτήν την αρμοδιότητα, μεσολαβώντας ώστε οι πελάτες να βρίσκουν πάντα την πληροφορία που χρειάζονται ή τη λύση στο πρόβλημα που θα αντιμετωπίζουν.

6.3 Κέντρα Κόστους

Για να καταστεί εφικτός, για μια επιχείρηση, ο προγραμματισμός και ο έλεγχος του κόστους, θα πρέπει το επενδυτικό σχέδιο να χωριστεί σε κέντρα κόστους.

Τα κέντρα κόστους είναι δυνατό να οριστούν σε συνέχεια της κατάρτισης της οργανωτικής δομής μιας επιχείρησης και συνήθως χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

- ⌋ Κέντρα Κόστους Παραγωγής
- ⌋ Κέντρα Κόστους Υποστηρίξεως-Εξυπηρέτησεως
- ⌋ Κέντρα Κόστους Διοικήσεως και Χρηματοοικονομικών

6.4 Γενικά Έξοδα

Σε συνέχεια του εντοπισμού των κέντρων κόστους, γίνεται πιο εύκολο να εντοπιστούν και να καθοριστούν τα γενικά έξοδα.

Τα γενικά έξοδα είναι το έμμεσο κόστος το οποίο δεν ενσωματώνεται στο προϊόν ή την υπηρεσία, είναι το κόστος το οποίο δεν εξακριβώνεται καθώς δεν αφορά άμεσα υλικά ή άμεσα εργατικά. Στο έμμεσο κόστος

περιλαμβάνεται κάθε κόστος που δεν μπορεί να καταταχθεί στα άμεσα κόστη.

Ως τέτοια έξοδα μπορούμε να χαρακτηρίσουμε τα κάτωθι:

- Εκείνα των οποίων η προσφορά δεν μπορεί να ανιχνευτεί απ' ευθείας στην ειδική εργασία ή το συγκεκριμένο προϊόν
- Εκείνα που είναι σχετικά μικρά και, αν και αυστηρώς άμεσα έξοδα, το πρόβλημα του εντοπισμού τους στο συγκεκριμένο προϊόν δεν είναι άξιο λόγου²³

Από την περιγραφή των παραπάνω κατανοούμε ότι ο διαχωρισμός, πόσο μάλλον ο υπολογισμός, αυτών των εξόδων είναι αρκετά πολύπλοκος.

Για τον λόγο αυτόν θα χωρίσουμε τα γενικά έξοδα της επιχείρησης στις κάτωθι κατηγορίες:

} Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα:

Σε αυτήν την κατηγορία εξόδων εντάσσονται όσα έξοδα δεν έχουν άμεση σχέση με την παραγωγική διαδικασία, είναι όμως αναγκαία για την καλή λειτουργία της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα λοιπόν, σε αυτήν την κατηγορία θα εντάξουμε:

- Νομικά Έξοδα: σύναψη συμβολαίων, νομικές ενέργειες ή νομικές συμβουλές
- Έξοδα Δημιουργίας και Συντήρησης Ιστοσελίδας
- Έξοδα Συντήρησης Μηχανολογικού Εξοπλισμού
- Έξοδα Θέρμανσης
- Έξοδα Κοινοχρήστων Πολυκατοικίας

} Γενικά Διοικητικά Έξοδα

Πρόκειται για έξοδα που γίνονται από τη Διεύθυνση της επιχείρησης και είναι αναγκαία για την λειτουργία της.

Σε αυτά θα κατατάξουμε τα ακόλουθα:

- Έξοδα Κινητής Τηλεφωνίας

²³ Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Σωτήρης Κ. Καρβούνης, 2006, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης

- Έξοδα Ασφάλισης της Επιχείρησης
- Έξοδα για Καύσιμα (επισκέψεις σε συνεργάτες, προμηθευτές κ.α.)
- Έξοδα για εταιρικά δείπνα
- Έξοδα Λογιστή
- ‡ Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής

Σε αυτήν την κατηγορία εξόδων θα εντάξουμε έξοδα τα οποία δεν μπορούν να συμπεριληφθούν σε αυτά του marketing μιας και δεν σχετίζονται άμεσα με τα προϊόντα.

Πιο συγκεκριμένα θα εντάξουμε:

- Έξοδα Ειδικής Συσκευασίας (π.χ. για κάποιο δώρο)
- Έξοδα που απορρέουν από εκπώσεις ή καμπάνιες προσέλκυσης πελατείας
- Ποσοστά Προμηθειών σε Συνεργάτες

‡ Γενικά Έξοδα Έρευνας και Αναπτύξεως

Όπως έχει αναλυθεί εκτενώς στα προηγούμενα κεφάλαια, βασική δραστηριότητα της επιχείρησης θα είναι η παραγωγή ζωοτροφών όπου οι πρώτες ύλες θα είναι φρέσκα, βιολογικά και οργανικά προϊόντα.

Εδώ λοιπόν, θα πρέπει να σημειωθεί, πως αυτή δεν είναι η συνήθης παραγωγική διαδικασία για τις εταιρίες παραγωγής ζωοτροφών, ως εκ τούτου, οι υπάλληλοι του τμήματος παραγωγής τροφών της επιχείρησης αλλά κυρίως ο γεωπόνος – συνεργάτης, πριν από την παραγωγή των τροφών, πριν τη δημιουργία νέων γεύσεων και συνδυασμών, θα πρέπει να κάνουν έρευνα, πολλές δοκιμές και προσπάθειες έως ότου οδηγηθούν στο κατάλληλο τελικό προϊόν. Αυτή η διαδικασία φυσικά δεν θα γίνει εφάπαξ εφόσον η παραγωγή τροφών δεν θα είναι στάσιμη, στόχος θα είναι η δημιουργία νέων τροφών, με νέους συνδυασμούς υλικών και καινούριες γεύσεις και λιχουδιές για τους τετράποδους πελάτες της επιχείρησης.

Τα έξοδα λοιπόν που θα αφορούν την παραπάνω διαδικασία θα είναι αυτά που θα ενταχθούν σε αυτήν την κατηγορία γενικών εξόδων.

Σε συνέχεια της ανάλυσης που προηγήθηκε για τα Γενικά Έξοδα της επιχείρησης, κάτωθι ακολουθεί πίνακας που απεικονίζει τα κόστη ανά κατηγορία και είδος.

Γενικά Έξοδα Επιχείρησης	
Περιγραφή	Κόστος/Έτος
Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	
Νομικά Έξοδα	800 €
Έξοδα Συντήρησης Ιστοσελίδας	500 €
Έξοδα Συντήρησης Μηχανολογικού Εξοπλισμού	400 €
Έξοδα Θέρμανσης	2.500 €
Έξοδα Κοινοχρήστων Πολυκατοικίας	1.800 €
	6.000 €
Γενικά Διοικητικά Έξοδα	
Έξοδα Κινητής Τηλεφωνίας	1.200 €
Έξοδα Ασφάλισης της Επιχείρησης	1.000 €
Έξοδα για Καύσιμα	1.000 €
Έξοδα για εταιρικά δείπνα	600 €
Έξοδα Λογιστή	800 €
	4.600 €
Γενικά Έξοδα Πωλήσεων και Διανομής	
Έξοδα Ειδικής Συσκευασίας	300 €
Έξοδα που απορρέουν από εκπτώσεις ή καμπάνιες προσέλκυσης πελατείας	400 €
Ποσοστά Προμηθειών σε Συνεργάτες	500 €
	1.200 €
Γενικά Έξοδα Έρευνας και Αναπτύξεως	
Έρευνα και Ανάπτυξη	2.500 €
Συνολικό Κόστος:	14.300 €

Πίνακας Νο. 13 > Κόστος Γενικών Εξόδων Επιχείρησης

Τέλος, αφού έχουμε υπολογίσει το κόστος που αφορά στα Γενικά Έξοδα της Επιχείρησης για ένα έτος, κάτωθι θα ακολουθήσει ένας υπολογισμός των Γενικών Εξόδων για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης.

Σε αυτόν τον υπολογισμό θα προσθέσουμε μια αύξηση 2% ανά έτος, ώστε να προσαρμόζονται τα έξοδα στην κατ' έτος άνοδο του πληθωρισμού.

Έτος	Κόστος Γενικών Έξόδων
1ο	14.300 €
2ο	14.586 €
3ο	14.878 €
4ο	15.175 €
5ο	15.479 €

Πίνακας Νο. 14 > Υπολογισμός Κόστους Γενικών Εξόδων ανά Έτος

Κεφάλαιο 7ο

Ανθρώπινοι Πόροι

7.1 Κατηγορίες και Λειτουργίες Ανθρώπινων Πόρων

Με την τεχνολογία και τη μηχανική τα τελευταία χρόνια να κάνουν τεράστια άλματα, τόσο που σε ορισμένες περιπτώσεις βλέπουμε μηχανές να καταλαμβάνουν τη θέση ανθρώπων σε δραστηριότητες που προηγουμένως εκτελούσαν μόνο εκείνοι, δεν θα πρέπει να ξεχνάμε, πως οι υπάλληλοι κάθε επιχείρησης είναι ο σημαντικότερος παράγοντας της επιτυχίας της.

Οι γνώσεις, η εξειδίκευση και η εμπειρία των υπαλλήλων είναι χαρακτηριστικά που μπορούν να οδηγήσουν τις επιχειρήσεις στην επίτευξη των στόχων τους. Ταυτόχρονα, οι ανάγκες των επιχειρήσεων σε αριθμό υπαλλήλων, καθώς και στις απαιτούμενες δεξιότητές τους, ποικίλουν ανάλογα το μέγεθος και το είδος κάθε επιχείρησης.

Σε κάθε περίπτωση, η στελέχωση κάθε επιχείρησης θα πρέπει να γίνεται με κριτήριο τις απαιτήσεις κάθε θέσης και το ποιος είναι ο καταλληλότερος να ανταποκριθεί σε αυτές.

Επιπλέον, πριν από την έναρξη της διαδικασίας προσλήψεων μιας νεοσυσταθείσας επιχείρησης, θα πρέπει να έχουν οριστεί οι ανάγκες σε προσωπικό για την ορθή λειτουργία της, αλλά και το συνολικό κόστος που θα δαπανάται για το προσωπικό, ώστε οι διαπραγματεύσεις για τους μισθούς ή άλλα προνόμια που θα λαμβάνουν οι υπάλληλοι της επιχείρησης να μην ξεπερνούν τον αντίστοιχο προϋπολογισμό.

Σε ότι αφορά στην επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs”, βάσει και της ανάλυσης που έχει προηγηθεί σχετικά με την οργανωσιακή δομή της, οι ανάγκες σε προσωπικό θα είναι χωρισμένες σε δύο κατηγορίες. Πιο συγκεκριμένα οι δύο κατηγορίες αυτές θα είναι του διευθυντικού και εποπτικού προσωπικού και των ειδικευμένων εργατών, μιας και η επιχείρηση δεν θα προχωρήσει στην πρόσληψη ανειδίκευτων εργατών, καθώς οι επενδυτές της επιχείρησης θέλουν όλοι οι υπάλληλοι να έχουν καλή γνώση του αντικείμενου που ο καθένας τους θα αναλάβει.

7.1.1. Διευθυντικό και Εποπτικό Προσωπικό

Όπως αναλύθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, λόγω του μικρού μεγέθους της επιχείρησης κάθε ένας από τους εργαζόμενους στην επιχείρηση θα έχει υπ' ευθύνη του περισσότερες από μια δραστηριότητες. Από αυτόν τον "κανόνα" δεν θα εξαιρεθεί το διευθυντικό και εποπτικό προσωπικό.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να σημειωθεί πως τη διεύθυνση της επιχείρησης θα έχουν από κοινού οι δύο ιδιοκτήτριες της επιχείρησης, οι οποίες έχουν την κατάλληλη πανεπιστημιακή εκπαίδευση για να ανταποκριθούν στις ανάγκες αυτού του ρόλου, αλλά και πολυετή εμπειρία καθώς έχουν εργαστεί για χρόνια σε αντίστοιχες θέσεις σε άλλες εταιρίες του κλάδου. Ο συνδυασμός αυτών των δύο χαρακτηριστικών, δηλαδή των γνώσεων και της εμπειρίας, είναι αυτός που θα τις κατευθύνει στο να ανταπεξέρχονται τόσο στις ξεχωριστές δικές τους ευθύνες και αρμοδιότητες όσο και στη συνολική διεύθυνση της επιχείρησης.

Επιπροσθέτως, λόγω της εξοικείωσής τους και της καλής γνώσης του κλάδου θα είναι σε θέση να προσελκύσουν τα κατάλληλα πρόσωπα που θα στελεχώσουν τις υπόλοιπες θέσεις της επιχείρησης, τόσο σε εποπτικό όσο και εκτελεστικό επίπεδο.

7.1.2. Ειδικευμένοι Εργάτες

Λόγω των συγκεκριμένων δραστηριοτήτων της επιχείρησης οι επενδυτές έχουν προσανατολιστεί στην πρόσληψη υπαλλήλων με γνώσεις του αντικειμένου και σχετική εμπειρία πάνω σε αυτό, ώστε να επιτυγχάνεται το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Γι' αυτόν τον σκοπό, οι επενδυτές της επιχείρησης, στοχεύουν να έρθουν σε επαφή με επαγγελματίες του χώρου έτσι ώστε με την έναρξη της επιχείρησης όλο το αναγκαίο προσωπικό να έχει προλάβει να προσληφθεί, να έχει ενημερωθεί για τις δραστηριότητές του, να έχει εκπαιδευτεί εφόσον αυτό κριθεί απαραίτητο και να είναι έτοιμο να ανταποκριθεί στα νέα του καθήκοντα.

7.2. Κοινωνικοπολιτικό Και Πολιτιστικό Περιβάλλον

Η διαδικασία πρόσληψης του απαραίτητου προσωπικού για μια επιχείρηση δεν συνίσταται μόνο στις δικές της ανάγκες, αντιθέτως, βρίσκεται σε απόλυτη εξάρτηση της χώρας στην οποία βρίσκεται, της

περιοχής, του νομικού πλαισίου και των εργατικών διατάξεων καθώς επίσης και των γενικότερων κοινωνικο-οικονομικών συνθηκών.

7.2.1. Συνθήκες Εργασίας, Πρότυπα & Υγιεινή

☞ Εργατικές Νομικές Διατάξεις

Κάθε επιχείρηση που θέλει να είναι νομότυπη αλλά και συνεπής έναντι των υπαλλήλων της, οφείλει να είναι ενήμερη και να ακολουθεί τους νόμους που διέπουν τις συλλογικές συμβάσεις εργασίας.

Πιο συγκεκριμένα, κάτωθι ακολουθούν ενδεικτικά ορισμένοι από τους πιο σημαντικούς νόμους τους οποίους και η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” θα ακολουθήσει πιστά.:

- Εφόσον έχει γίνει σωστή και σαφής σύνταξη της περιγραφής μιας θέσης εργασίας δεν θα πρέπει να υπάρχει καμία διάκριση μεταξύ των υποψηφίων τέτοια που να αποκλείει κάποιους λόγω φύλου, εθνικότητας, θρησκείας ή εμφάνισης
- Θα πρέπει να υπογράφεται σύμβαση μεταξύ των 2 μερών (επιχείρηση – εργαζόμενος) στην οποία θα συμπεριλαμβάνονται αναλυτικά όλοι οι όροι της μεταξύ τους συνεργασίας
- Θα πρέπει να καταβάλλονται εγκαίρως όλες οι νόμιμες εισφορές είτε αφορούν μισθούς, επιδόματα ή προς τα ασφαλιστικά ταμεία και χωρίς να γίνει κάποια αυθαίρετη μείωση ή παρακράτηση σε αυτά
- Οι εργαζόμενοι θα πρέπει να λαμβάνουν όλες τις άδειες όπως ορίζει ο νόμος και μέσα στο χρονικό διάστημα που αυτός ορίζει
- Δεν θα μπορεί να γίνει καμία απόλυση η οποία δεν θα είναι αιτιολογημένη και χωρίς να καταβληθούν οι νόμιμες αποζημιώσεις

☞ Εργασιακά Πρότυπα

Κάθε επιχείρηση οφείλει να έχει κάποια πρότυπα και να θέτει κάποια standards, αυτά όμως θα πρέπει να είναι αντίστοιχα του κλάδου της, του μεγέθους και της παραγωγικότητάς της. Οι εργαζόμενοι θα πρέπει να έχουν κάποια πρότυπα που θα ακολουθούν, θα συγκρίνονται και θα αξιολογούνται βάσει αυτών ώστε να επιτυγχάνουν την επιθυμητή απόδοση.

☞ Υγεία & Ασφάλεια Εργαζομένων

Κάθε επιχείρηση η οποία σέβεται τους υπαλλήλους της, αλλά και τους πελάτες της, οφείλει να τηρεί όλους τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας μέσα στους χώρους της. Η πολιτεία έχει προβλέψει μέσα από σχετικούς νόμους να διασφαλίζει την τήρησή τους, όμως για επιχειρήσεις όπως η

“Loukoumi-All About Dogs” η πιστή τήρηση όλων των σχετικών κανόνων είναι θέμα βιωσιμότητας μιας και τον χώρο θα επισκέπτονται αρκετοί σκύλοι αλλά ταυτόχρονα θα παράγονται και τροφές γι’ αυτούς, έτσι για την υγιεινή και ασφάλεια υπαλλήλων και επισκεπτών θα ακολουθούνται πιστά όλοι οι σχετικοί κανόνες. Αυτό φυσικά θα συνεπάγεται και κάποιο επιπλέον κόστος για την επιχείρηση, το οποίο όμως κρίνεται αναγκαίο λόγω της σημαντικότητάς του.

7.3. Ανάγκες του Επενδυτικού Σχεδίου σε Προσωπικό

7.3.1. Προσδιορισμός Των Αναγκών

Οι ανάγκες των επιχειρήσεων σε προσωπικό θα πρέπει να καθορίζονται τόσο κατά τη διάρκεια της κατάρτισης του επιχειρησιακού πλάνου όσο και πριν από την έναρξη της επιχείρησης.

Θα πρέπει να προσδιορίζεται ο συνολικός αριθμός των υπαλλήλων που θα έχει ανάγκη η επιχείρηση για την εκτέλεση του συνόλου των δραστηριοτήτων της καθώς επίσης και το πώς αυτοί θα χωρίζονται ανά τμήματα. Επιπλέον θα πρέπει να είναι σαφή τα χαρακτηριστικά και οι ανάγκες κάθε θέσης ώστε να αναζητούνται υπάλληλοι που θα διαθέτουν τις κατάλληλες γνώσεις και την απαραίτητη εργασιακή εμπειρία.

Βάσει και της οργανωσιακής δομής, όπως αυτή έχει αναλυθεί στο προηγούμενο κεφάλαιο, οι μονάδες που θα πρέπει να στελεχωθούν για την επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” είναι τέσσερις. Λόγω του μικρού μεγέθους της επιχείρησης θα είναι και μικρός ο αριθμός των εργαζομένων που θα απασχολούνται σε κάθε μονάδα των οποίων οι ανάγκες αναλύονται κάτωθι:

Διεύθυνση Επιχείρησης

Τη διεύθυνση θα αναλάβουν από κοινού οι ιδιοκτήτριες της επιχείρησης, καθώς και όλες τις αρμοδιότητες που απορρέουν από αυτή τη θέση. Επιπροσθέτως η κα Μαίρη Παλαιολόγου έχοντας η ίδια ολοκληρώσει τις σπουδές της στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και ειδικότερα στο τμήμα Ζωολογίας θα έχει στην άμεση ευθύνη της το Τμήμα Παραγωγής Τροφών. Από την άλλη πλευρά η κα Ελένη Παλαιολόγου πτυχιούχος του τμήματος Marketing του Πανεπιστημίου Αθηνών, πλέον των δραστηριοτήτων που θα απορρέουν από τη θέση της στη διεύθυνση, θα έχει υπό την εποπτεία της το Τμήμα Πωλήσεων της επιχείρησης.

Τμήμα Παραγωγής

Το τμήμα παραγωγής θα στελεχωθεί από τρεις υπαλλήλους, όλοι τους απόφοιτοι σχολών μαγειρικής, με εργασιακή εμπειρία στον τομέα τους, οι οποίοι θα κληθούν να ασχοληθούν με ένα λίγο διαφοροποιημένο αντικείμενο από αυτό των σπουδών τους. Ο ένας από τους τρεις, αυτός με τη μεγαλύτερη εργασιακή εμπειρία, θα αναλάβει εποπτικό ρόλο μέσα στην ομάδα, έτσι ώστε να εξασφαλίζει πως όλα γίνονται βάσει των προκαθορισμένων διαδικασιών, και μαζί με την κα Μαίρη Παλαιολόγου θα συνεργάζονται στενά με τον γεωπόνο-συνεργάτη της επιχείρησης. Επιπροσθέτως, θα είναι αυτός ο οποίος θα έχει την ευθύνη για την πραγματοποίηση των παραγγελιών των πρώτων υλών ή άλλων εφοδίων αναγκαίων για τη λειτουργία του τμήματος παραγωγής.

Τμήμα Παροχής Υπηρεσιών

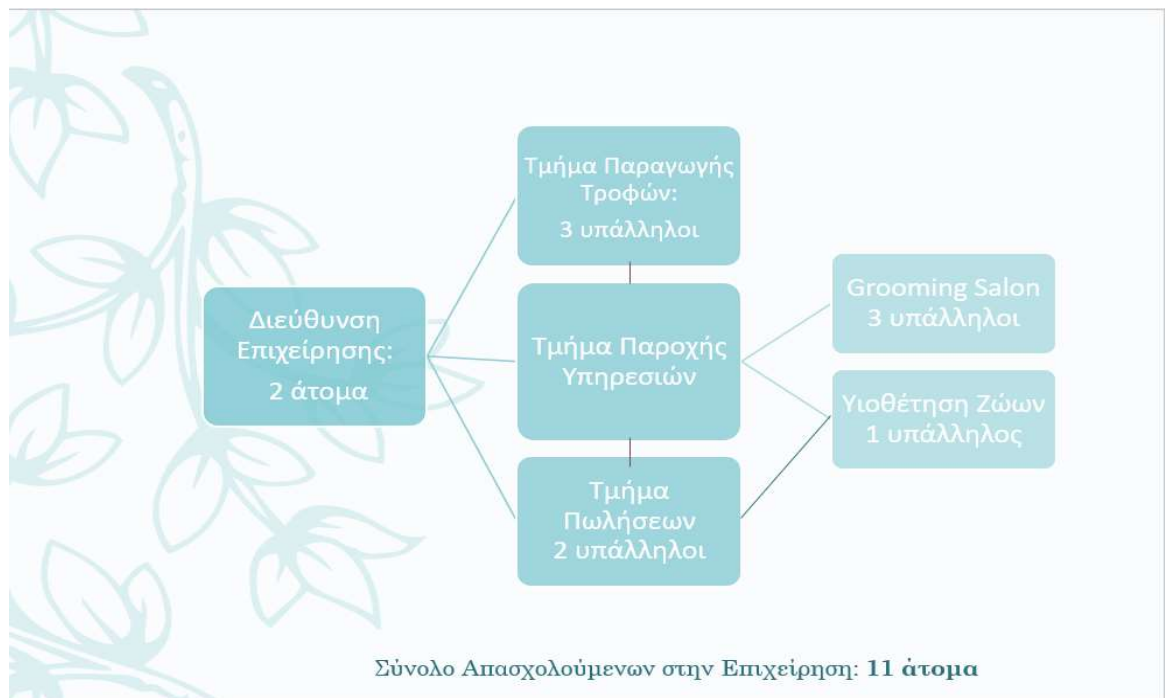
Στο συγκεκριμένο τμήμα θα υπάγονται οι δύο υπηρεσίες που θα παρέχει η επιχείρηση στους πελάτες της.

- Grooming Salon: στο συγκεκριμένο υπό-τμήμα θα απασχολούνται τρεις υπάλληλοι, όλοι τους απόφοιτοι σχολών κομμωτικής σκύλων, με τον ένα από αυτούς να έχει τη συνολική εποπτεία του τμήματος και να φροντίζει για την ύπαρξη όλων των απαραίτητων υλικών για τον καλλωπισμό των σκύλων, επιπλέον, ο ίδιος θα βρίσκεται στο grooming salon της επιχείρησης, με τους άλλους δύο να αναλαμβάνουν τον καλλωπισμό σκύλων είτε μέσα στο χώρο της επιχείρησης είτε κατ' οίκον.
- Υιοθέτηση Ζώων: στο 2^ο υπό-τμήμα του τμήματος παροχής υπηρεσιών της επιχείρησης θα συνεργάζονται ένας υπάλληλος, απόφοιτος του ΤΕΙ Εμπορίας και Διαφήμισης, και η κα Ελένη Παλαιολόγου. Ο υπάλληλος αυτός, ταυτόχρονα, θα εμπλέκεται άμεσα και με το τμήμα πωλήσεων, μιας και όταν κρίνεται απαραίτητο θα βοηθάει σε αυτό το νευραλγικό κομμάτι της επιχείρησης.

Πωλήσεις

Αυτό το τμήμα άμεσα θα στελεχώνουν 2 υπάλληλοι, επίσης απόφοιτοι του ΤΕΙ Εμπορίας και Διαφήμισης και με εργασιακή εμπειρία στον χώρο των πωλήσεων οι οποίοι θα δουλεύουν με βάρδιες, με τον ένα από τους δύο να αναλαμβάνει την εποπτεία του τμήματος κάνοντας όλες τις αναγκαίες ενέργειες ελέγχου παράδοσης ηλεκτρονικών και τηλεφωνικών παραγγελιών, ανεφοδιασμού της αποθήκης και επικοινωνίας με συνεργάτες. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως στο ίδιο τμήμα θα απασχολείται παροδικά και ο υπάλληλος του τμήματος παροχής

υπηρεσιών υιοθέτησης ζώων, με τη συνολική ευθύνη του τμήματος να ανήκει στην κα Ελένη Παλαιολόγου, αλλά και με το σύνολο των υπαλλήλων της επιχείρησης να συμβάλλουν, ο καθένας από τη θέση ευθύνης του, στο συγκεκριμένο τμήμα, προωθώντας, σε κάθε ευκαιρία που θα τους δίνεται, τα προϊόντα της επιχείρησης.



Σχεδιάγραμμα Νο. 6 > Απαιτούμενοι Υπάλληλοι ανά Τμήμα της Επιχείρησης

7.3.2. Προγραμματισμός Των Αναγκών

Προπαραγωγική Φάση

Πρόκειται για μια παράμετρο που πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν μιας και πριν την έναρξη της επιχείρησης θα χρειαστεί να γίνουν κάποιες εργασίες ώστε η επιχείρηση να είναι καθ' όλα έτοιμη την πρώτη μέρα λειτουργίας της.

Σε κάθε περίπτωση, μιας και πρόκειται για ένα επιπλέον κόστος για την επιχείρηση, ο αριθμός των ανθρώπων καθώς και ο αριθμός των ημερών που αυτοί θα εργαστούν θα πρέπει να είναι ο λιγότερο δυνατός.

Έτσι, ο υπεύθυνος του Τμήματος Παραγωγής, θα ξεκινήσει την εργασία του είκοσι μέρες πριν την έναρξη της επιχείρησης, ώστε μέσα σε αυτό το διάστημα να συνεργαστεί με τον γεωπόνο – συνεργάτη της επιχείρησης και να εξοικειωθεί με όλες τις απαραίτητες ενέργειες και διαδικασίες. Μια εβδομάδα πριν την έναρξη της επιχείρησης, θα ξεκινήσουν την εκπαίδευσή τους λαμβάνοντας τη σχετική καθοδήγηση οι υπόλοιποι υπάλληλοι του εν λόγω τμήματος.

Τέσσερις μέρες την έναρξη της επιχείρησης θα χρειαστεί να ξεκινήσουν την εργασία τους ο υπεύθυνος του grooming salon και ο υπάλληλος της υπηρεσίας υιοθέτησης ζώων, δίνοντάς τους κατ' αυτόν τον τρόπο τη δυνατότητα να κάνουν όλες τις απαραίτητες προπαρασκευαστικές ενέργειες για την έναρξη των δραστηριοτήτων τους.

Τέλος, οι υπόλοιποι υπάλληλοι του τμήματος του grooming salon και του τμήματος πωλήσεων θα ξεκινήσουν να εργάζονται στην επιχείρηση δύο μέρες πριν την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης, με στόχο την πλήρη ενημέρωσή τους για τα καθήκοντά τους και την εξοικείωσή τους με τους συναδέλφους τους, τους χώρους, τα προϊόντα και τις διαδικασίες της επιχείρησης.

Λειτουργική Φάση

Όπως στην προπαραγωγική φάση θα πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν τα κόστη που αφορούν στην εργασία των υπαλλήλων πριν την έναρξη της λειτουργίας της επιχείρησης, έτσι, στη λειτουργική φάση, θα πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψιν κόστη επιπρόσθετα των συμφωνηθέντων μηναίων απολαβών των υπαλλήλων, μιας και αποτελούν ένα επιπλέον, αλλά αναπόσπαστο κομμάτι, του κόστους του Ανθρώπινου Δυναμικού της επιχείρησης.

Πιο συγκεκριμένα, στη λειτουργική φάση της επιχείρησης θα πρέπει να συνυπολογιστούν τα ακόλουθα:

- Εισφορές Κοινωνικής Ασφάλισης
- Επίδομα Πάσχα, άδειας και Χριστουγέννων
- Πρόσθετες αμοιβές ή παροχές
- Κόστος Εκπαίδευσης

7.4. Διαθεσιμότητα Ανθρώπινου Δυναμικού και Επιλογή του

7.4.1. Εκτίμηση της Προσφοράς και Ζήτησης Ανθρώπινου Δυναμικού

Με τις ιδιοκτήτριες της επιχείρησης να καταλαμβάνουν τις διευθυντικές θέσεις της επιχείρησης, θα υπολείπεται η στελέχωση των υπολοίπων εννέα θέσεων. Τη διαδικασία στελέχωσης θα αναλάβουν οι ίδιες μέσα από τον κύκλο γνωριμιών τους αλλά και μέσα από τις επιχειρήσεις που είχαν εργαστεί τα προηγούμενα χρόνια. Πρόκειται για κλάδους όπου τα ποσοστά ανεργίας είναι εξαιρετικά χαμηλά λόγω της μεγάλης ζήτησης από πλευράς εταιριών, επιπροσθέτως πρόκειται για επαγγέλματα με τα οποία όσοι ασχολούνται αλλάζουν συχνά εταιρίες αναζητώντας πάντοτε υψηλότερες απολαβές και καλύτερες συνθήκες εργασίας.

7.4.2. Προγραμματισμός Προσλήψεων & Επιλογή Προσωπικού

Οι ιδιοκτήτριες της επιχείρησης γνωρίζοντας τη συχνή εναλλαγή των εργαζομένων στους κλάδους ενδιαφέροντός τους στοχεύουν στην πρόσληψη υπαλλήλων που θα μείνουν στην επιχείρηση για καιρό. Μιας και οι ίδιες θα αναλάβουν την προσέλκυση των υποψηφίων, θα πρέπει να επιλέξουν αυτούς που πραγματικά θα θέλουν να ενταχθούν σε αυτήν την ομάδα, θα μοιραστούν το ίδιο όραμα με αυτό των επενδυτών για την επιχείρηση, θα εκπαιδευτούν, θα τους δοθούν κίνητρα και ικανοποιητικά πακέτα αμοιβών ώστε από την πρώτη κιόλας μέρα λειτουργίας της επιχείρησης, όλοι μαζί, να είναι έτοιμοι να εκπληρώσουν τους στόχους των επενδυτών της “Loukoumi-All About Dogs”.

Για την υλοποίηση των παραπάνω, οι ιδιοκτήτριες της επιχείρησης θα πρέπει να ακολουθήσουν κάποια συγκεκριμένα βήματα με στόχο την επιλογή των καταλληλότερων υποψηφίων ανά θέση.

Πιο συγκεκριμένα:

- Θα πρέπει να γίνει ακριβής καταγραφή των εργασιών κάθε θέσης καθώς και των ικανοτήτων που θα πρέπει να έχει ο κάθε υποψήφιος
- Συλλογή βιογραφικών

- Επικοινωνία και συνέντευξη μόνο με όσους πληρούν όλα τα κριτήρια
- Επιβεβαίωση στοιχείων βιογραφικού, προσκόμιση και επιβεβαίωση δικαιολογητικών, τηλεφωνική επιβεβαίωση συστάσεων
- Κατάθεση οικονομικής προσφοράς
- Τελική απόφαση

7.5. Πρόγραμμα Κατάρτισης - Εκπαιδεύσεως

Τα τελευταία χρόνια όλες οι μεγάλες εταιρίες επενδύουν αρκετό χρόνο και μεγάλα ποσά στην εκπαίδευση και κατάρτιση των υπαλλήλων τους μιας και μέσω αυτής της διαδικασίας ο κάθε εργαζόμενος είναι σε θέση να ανταποκριθεί πιο αποτελεσματικά στα καθήκοντά του, να εξελιχθεί ο ίδιος επαγγελματικά, αλλά και η ίδια η εταιρία μέσα από αυτόν.

Αυτή είναι σίγουρα μια τακτική που με τα χρόνια και οι μικρότερες επιχειρήσεις προσπαθούν να εντάξουν στις διαδικασίες τους, βλέποντας τα οφέλη, απλώς προσαρμόζοντας τα κόστη στα μέτρα τους.

Από αυτόν τον κανόνα δεν σκοπεύουν να εξαιρεθούν και οι επενδυτές της επιχείρησης “Loukoumi-All About Dogs”. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η επιλογή προσωπικού θα γίνει με βάση το πανεπιστημιακό υπόβαθρο αλλά και την εργασιακή εμπειρία των υποψηφίων, επιθυμώντας οι επενδυτές με αυτόν τον τρόπο να φτάσουν πιο γρήγορα στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης.

Ως εκ τούτου, θα πρόκειται για προσωπικό το οποίο θα έχει όλες τις απαραίτητες βάσεις για να ανταποκριθεί στα καθήκοντα που θα αναλάβει, αλλά και μέσα από την προπαραγωγική φάση λειτουργίας της επιχείρησης θα έχει τη δυνατότητα να εκπαιδευτεί πιο αναλυτικά για τις αρμοδιότητες του, για τις διαδικασίες και όλα όσα θα αφορούν στη νέα επαγγελματική του στέγη.

Την ευθύνη για την κατάρτιση των νέων υπαλλήλων, στο στάδιο της προπαραγωγικής φάσης, θα έχει η Διεύθυνση της Επιχείρησης, η οποία και θα αναλάβει από την πλευρά της να τους ενημερώσει για όλα χρειάζεται να ξέρουν.

Επιπλέον για τα τμήματα Παραγωγής Τροφών αλλά και Πωλήσεων, επίσης στο στάδιο της προπαραγωγικής φάσης, θα οργανωθούν σεμινάρια εντός του χώρου της επιχείρησης, χωρίς καμία πρόσθετη επιβάρυνση για την επιχείρηση, ως κάτωθι:

- Παραγωγή Τροφών: Από τον γεωπόνο-συνεργάτη της επιχείρησης προς όλους τους υπαλλήλους του τμήματος με στόχο την εκπαίδευσή τους γύρω από το αντικείμενο ενασχόλησής τους

- Πωλήσεις: Από τους προμηθευτές της επιχείρησης προς τους υπαλλήλους του συγκεκριμένου τμήματος, αλλά και της διεύθυνσης, ώστε να είναι ενήμεροι για τα προϊόντα που θα προωθούν και να είναι σε θέση να απαντήσουν στις ερωτήσεις και απορίες των πελατών.

Τέλος, οι επενδυτές της επιχείρησης προσανατολίζονται να εντάξουν στις δαπάνες του προσωπικού ένα ποσό ανά υπάλληλο ανά έτος δίνοντάς τους έτσι τη δυνατότητα να συμμετάσχουν σε εκπαιδευτικά σεμινάρια επάνω στο αντικείμενό τους βελτιώνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο την αποδοτικότητα αλλά και την αποτελεσματικότητά τους.

Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί πως για το τμήμα που ασχολείται με τον καλλωπισμό των σκύλων, όλοι οι υπάλληλοι του τμήματος θα συμμετάσχουν σε συνέδρια που διοργανώνονται τρεις με τέσσερις φορές το χρόνο με στόχο την ενημέρωσή τους για τις νέες τάσεις, για νέα προϊόντα και νέες μεθόδους.

7.6. Εκτιμήσεις του Κόστους Εργασίας

Είναι ευκόλως κατανοητό πως η αποδοτικότητα όλων των εργαζομένων κάθε επιχείρησης συνδέεται άμεσα με τις απολαβές του.

Οι απολαβές χωρίζονται στις υποχρεωτικές, βάσει του νόμου και των συλλογικών συμβάσεων εργασίας και σε αυτές συμπεριλαμβάνονται ο κατώτατος μισθός ανά ειδικότητα και χρόνια προϋπηρεσίας καθώς και οι ασφαλιστικές εισφορές, και στις προαιρετικές όπου σε αυτές συμπεριλαμβάνεται οποιαδήποτε άμεση ή έμμεση αμοιβή προτίθεται να παρέχει κάθε επιχείρηση στους υπαλλήλους της.

Οι επενδυτές της επιχείρησης “Loukoumi-All About Dogs” πρόκειται να καταβάλλουν τη μισθοδοσία των εργαζομένων κάθε τελευταία ημέρα εκάστου μηνός. Η αμοιβή των υπαλλήλων θα υπερβαίνει τον κατώτατο μισθό βάσει της συλλογικής σύμβασης και θα περιλαμβάνει και μερικές πρόσθετες παροχές. Θα πρέπει να σημειωθεί εδώ πως οι παροχές είναι οικειοθελείς παροχές μιας επιχείρησης προς τους υπαλλήλους της με την προϋπόθεση ότι η επιχείρηση είναι κερδοφόρα, σε αντίθετη περίπτωση, έχει το δικαίωμα της παύσης τους.

Πιο συγκεκριμένα:

- ☞ Ιδιωτικό ομαδικό πρόγραμμα νοσοκομειακής και ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης
- ☞ Άδειες αναρρωτικές, φοιτητικές, γάμου, γονικές και πένθους

- ☞ Σίτιση στον χώρο εργασίας μέσω συνεργασίας με εστιατόριο της περιοχής
- ☞ Bonus παραγωγικότητας
- ☞ Για τους 2 υπαλλήλους του Grooming Salon που θα κάνουν κατ' οίκον επισκέψεις, θα καλύπτονται τα έξοδα κίνησης
- ☞ Συμμετοχή σε εκπαιδευτικά προγράμματα

Σε συνέχεια της ανάλυσης που έχει προηγηθεί, κάτωθι ακολουθεί ο υπολογισμός της μισθοδοσίας των εργαζομένων στον οποίο συμπεριλαμβάνονται οι μεικτές αποδοχές ανά εργαζόμενο (μαζί με όλες τις νόμιμες εισφορές σε ΙΚΑ και ασφαλιστικά ταμεία) τόσο κατά την προπαραγωγική όσο και κατά τη λειτουργική φάση της επιχείρησης, καθώς και ο υπολογισμός των επιπλέον παροχών της επιχείρησης εκτός από αυτές του bonus παραγωγικότητας, των αδειών και της εκπαίδευσης. Θα πρέπει να σημειωθεί πως το ποσό της μισθοδοσίας ανά μήνα θα έχει προηγουμένως πολλαπλασιαστεί επί των δεκατεσσάρων μισθών που λαμβάνει ένας υπάλληλος ανά έτος και στη συνέχεια θα έχει διαιρεθεί διά του δώδεκα για να μπορέσει να προκύψει το μηνιαίο κόστος.

Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού - Προπαραγωγική Φάση					
Θέση Εργασίας	Αριθμός Εργαζομένων	Μηνιαίες Αποδοχές	Ημερομίσθιο	Ημέρες	Συνολικό Κόστος
Διεύθυνση	2	2.000 €	100 €	20	4.000 €
Υπεύθυνος Παραγωγής	1	1.500 €	75 €	20	1.500 €
Υπεύθυνος Grooming Salon	1	1.400 €	70 €	4	280 €
Υπάλληλοι Τμήματος Παραγωγής	2	1.200 €	60 €	7	840 €
Υπάλληλοι Grooming Salon	2	1.200 €	60 €	2	240 €
Υπάλληλοι Πωλήσεων	2	1.150 €	58 €	2	230 €
Υπάλληλος Τμ. Υιοθέτησης Ζώων	1	1.100 €	55 €	4	220 €
					7.310 €

Πίνακας Νο. 15 > Υπολογισμός Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού κατά την Προπαραγωγική Φάση

Κόστος Μισθοδοσιών Ανθρώπινου Δυναμικού			
Θέση Εργασίας	Αριθμός Εργαζομένων	Μηνιαίες Αποδοχές	Ετήσιο Κόστος Μισθοδοσιών
Διεύθυνση	2	2.000 €	48.000 €
Υπεύθυνος Παραγωγής	1	1.500 €	18.000 €
Υπεύθυνος Grooming Salon	1	1.400 €	16.800 €
Υπάλληλοι Τμήματος Παραγωγής	2	1.200 €	28.800 €
Υπάλληλοι Grooming Salon	2	1.200 €	28.800 €
Υπάλληλοι Πωλήσεων	2	1.150 €	27.600 €
Υπάλληλος Τμ. Υιοθέτησης Ζώων	1	1.100 €	13.200 €
		9.550 €	181.200 €

Πίνακας Νο. 16 > Υπολογισμός Κόστους Μισθοδοσιών Ανθρώπινου Δυναμικού

Μηνιαία Κόστη Παροχών Ανθρώπινου Δυναμικού					
Υπάλληλοι	Κόστος Ομαδικού Προγράμματος	Κόστος Σίτισης	Έξοδα Κίνησης	Κόστος	Ετήσιο Κόστος
11	25 €	80 €	100 €	1.155 €	13.860 €
2				200 €	2.400 €
					16.260 €

Πίνακας Νο. 17 > Υπολογισμός Κόστους Παροχών Ανθρώπινου Δυναμικού

➔ Όπως έχει αναλυθεί στα προηγούμενα κεφάλαια, η επιχείρηση θα συνεργάζεται με έναν γεωπόνο, εξειδικευμένο στα θέματα ζωοτροφών. Ο γεωπόνος δεν θα είναι υπάλληλος της επιχείρησης, αλλά στα πλαίσια της μηνιαίας παροχής συμβουλών και βοήθειας στο τμήμα της παραγωγής τροφών, θα υπογραφεί μεταξύ εκείνου και της επιχείρησης ένα συμβόλαιο λαμβάνοντας μηνιαία αμοιβή ύψους 400€ χωρίς κάποια άλλη πρόσθετη παροχή.

Κόστος Γεωπόνου	
Μήνας	Έτος
400 €	4.800 €

Πίνακας Νο. 18 > Υπολογισμός Κόστους Γεωπόνου

Σε συνέχεια των υπολογισμών που έχουν προηγηθεί, κάτωθι, ακολουθεί ο υπολογισμός που αφορά στο συνολικό ετήσιο κόστος που θα δαπανά η επιχείρηση για το ανθρώπινο δυναμικό που θα απασχολεί.

Επιπροσθέτως, επιχειρείται ένας υπολογισμός για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης με μια ετήσια αύξηση κοντά στο 2% καλύπτοντας έτσι μόνο την αύξηση του πληθωρισμού και όχι κάποια αυξομείωση στο προσωπικό της επιχείρησης.

Ετήσιο Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού	
Κόστος Μισθοδοσιών	181.200 €
Κόστος Παροχών	16.260 €
Κόστος Γεωπόνου	4.800 €
	202.260 €

Πίνακας Νο. 19 > Υπολογισμός Ετήσιου Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού

Έτος	Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού
1ο	202.260 €
2ο	206.305 €
3ο	210.431 €
4ο	214.640 €
5ο	218.933 €

Πίνακας Νο. 20 > Υπολογισμός Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού ανά Έτος

Κεφάλαιο 8ο

Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης, Περιβάλλον

Στα πλαίσια της προμελέτης σκοπιμότητας, μιας και δεν υπάρχει κάποιος προκαθορισμένος/προεπιλεγμένος χώρος από πλευράς των ιδιοκτητών, θα πρέπει να εντοπισθούν οι χώροι εκείνοι οι οποίοι θα πληρούν τις βασικές προϋποθέσεις οι οποίες είναι απαραίτητες για την εγκατάσταση της επιχείρησης εκεί.

Στη συνέχεια, αυτές θα πρέπει να αξιολογηθούν ώστε να επιλεγθεί η καταλληλότερη που θα φιλοξενήσει τη νέα επιχείρηση.

8.1 Εκτίμηση των Αναγκών σε Χώρους

Για την επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” οι ανάγκες σε χώρους εξαρτώνται από τις διαφορετικές δραστηριότητες που θα λαμβάνουν χώρα, ταυτόχρονα, μέσα στον χώρο της επιχείρησης, ως εκ τούτου, θα υπάρχει ανάγκη κάθε μια από αυτές να εκτελείται στο δικό της ξεχωριστό χώρο. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να υπάρχει ο κατάλληλος χώρος για το τμήμα παραγωγής τροφών, για το grooming salon, για το σημείο πώλησης της επιχείρησης, καθώς επίσης και ο κατάλληλος χώρος που θα λειτουργήσει ως αποθήκη μαζί με το κουζινάκι και την τουαλέτα για χρήση τους από το προσωπικό της επιχείρησης. Σε όλους αυτούς τους χώρους θα πρέπει να ληφθεί υπ’ όψιν ο χώρος που θα καταλαμβάνει ο εξοπλισμός καθώς και ο χώρος που απαιτείται από το προσωπικό της επιχείρησης για να μπορεί να κινείται άνετα και να εκτελεί τις εργασίες του. Έχοντας λάβει υπ’ όψιν τους αυτές τις παραμέτρους, οι επενδυτές της επιχείρησης, κατέληξαν πως πρέπει να προχωρήσουν με την ανεύρεση ενός χώρου κοντά στα 250 τετραγωνικά μέτρα. Επιπροσθέτως, αυτός ο χώρος χρειάζεται να είναι ισόγειο και με πεζοδρόμιο μπροστά του, μιας και αυτή η επιλογή διευκολύνει την αμεσότητα με τους πελάτες και την εύκολη προσβασιμότητά τους. Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί πως από την πλευρά της διεύθυνσης δεν υπάρχει ανάγκη ξεχωριστού χώρου για γραφεία, μιας και θέλουν να έχουν άμεση επαφή και με τους υπαλλήλους της επιχείρησης, αλλά και με τους πελάτες. Για τον σκοπό αυτό, το γραφείο που θα φιλοξενεί εκ περιτροπής τις κ.κ. Παλαιολόγου Ελένη και Μαίρη θα βρίσκεται στην άκρη του σημείου πώλησης της επιχείρησης και απλώς θα έχει ένα διαχωριστικό που θα τους δίνει τη δυνατότητα ιδιωτικότητας εφόσον αυτό χρειαστεί.

8.2 Αναζήτηση και Επιλογή Τοποθεσίας

Με δεδομένο πως οι ιδιοκτήτριες της επιχείρησης κατοικούν εντός του νομού Αττικής, επιθυμία τους είναι και η επιχείρηση να εδρεύει στον ίδιο νομό, ιδανικά, κοντά στον τόπο κατοικίας τους ώστε να διευκολύνεται η μετακίνησή τους, αλλά και η άμεση και γρήγορη πρόσβασή τους στην επιχείρηση. Για τους λόγους αυτούς η αναζήτηση του ιδανικού χώρου θα γίνει στις περιοχές των Νοτίων Προαστείων της Αττικής με βάσει τα κριτήρια που ακολουθούν, ώστε η τελική επιλογή να καλύπτει όσο το δυνατόν περισσότερο τις επιδιώξεις της επιχείρησης.

Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να σημειωθεί πως από τη στιγμή που η απόφαση των ιδιοκτητριών για την εγκατάσταση της επιχείρησης εντός του νομού Αττικής, και πιο συγκεκριμένα στην περιοχή των Νοτίων Προαστείων, έχει ήδη ληφθεί, είναι σαφές πως ζητήματα που αφορούν:

- } Διαθεσιμότητα προσωπικού
- } Διαθεσιμότητα μέσων μεταφοράς
- } Αμεσότητα εφοδιασμού πρώτων υλών και άλλων εφοδίων
- } Διαθεσιμότητα υπηρεσιών κοινής ωφέλειας

δεν θα μπουν στα κριτήρια επιλογής τοποθεσίας μιας και θεωρούνται ως εξασφαλισμένα.

Έτσι, κάτωθι σημειώνονται τα κριτήρια στα οποία θα πρέπει να στηριχτεί η απόφαση για την επιλογή του χώρου που θα εγκατασταθεί η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs”.

Ανάγκες της επιχείρησης σε τετραγωνικά:

σε συνέχεια της ανάλυσης που προηγήθηκε, θα πρέπει να βρεθεί χώρος που θα είναι κοντά στα 250 τετραγωνικά μέτρα ώστε να διαμορφωθεί κατάλληλα και να μπορεί να φιλοξενεί το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Εξυπηρέτηση των αναγκών της Στρατηγικής του Marketing:

για την επίτευξη των στοχεύσεων της στρατηγικής του Marketing, κρίνεται αναγκαίο η επιχείρηση να βρίσκεται σε μια περιοχή με τα κάτωθι χαρακτηριστικά:

- Κατοίκους που να έχουν ήδη έναν ή και παραπάνω σκύλους, ή να έχουν τη δυνατότητα για απόκτηση
- Με μεγάλη αγορά
- Με υψηλή επισκεψιμότητα
- Κατοίκους ή/και επισκέπτες με υψηλή αγοραστική δύναμη

Αμεσότητα και προσβασιμότητα:

για τη διευκόλυνση των πελατών, των συνεργατών και των προμηθευτών της επιχείρησης ο χώρος της επιχείρησης θα πρέπει να στεγαστεί σε κάποιο ισόγειο και όχι σε κάποιον όροφο, επιπροσθέτως θα πρέπει να υπάρχει πρόβλεψη για parking στον εξωτερικό χώρο.

Κόστος:

Με δεδομένες τις ανάγκες της επιχείρησης για ανεύρεση του κατάλληλου χώρου όπου αυτή θα εγκατασταθεί, το κόστος του ενοικίου καθώς και των κοινοχρήστων της πολυκατοικίας θα πρέπει επίσης να ληφθούν υπ' όψιν.

8.2.1. Χαρακτηριστικά Στοιχεία Εναλλακτικών Τοποθεσιών

Με βάση τα κριτήρια που τέθηκαν για την ανεύρεση του κατάλληλου χώρου για τη στέγαση της επιχείρησης, οι ιδιοκτήτριες, μετά και την επίσκεψή τους σε αρκετούς χώρους στις περιοχές του ενδιαφέροντός τους, κατέληξαν σε δύο σημεία τα οποία πληρούν σε μεγάλο βαθμό τις προδιαγραφές τους. Ο πρώτος χώρος βρίσκεται στην περιοχή της Νέας Σμύρνης και ο δεύτερος στην περιοχή της Γλυφάδας.

Χώρος στην Περιοχή της Νέας Σμύρνης: Πρόκειται για χώρο 260 τετραγωνικών μέτρων, 2 επιπέδων, μιας και αυτά χωρίζονται στο ισόγειο και το υπόγειο, βρίσκεται σε κεντρικό σημείο, μέσα στην αγορά της Νέας Σμύρνης, μιας περιοχής που οι κάτοικοί της είναι σε μεγάλο βαθμό ιδιοκτήτες σκύλων, έχουν αγοραστική δύναμη και την επισκέπτονται και άλλοι από γύρω περιοχές. Βρίσκεται σε μια πολυκατοικία χτισμένη το 1996 χωρίς πολλά κοινόχρηστα και το ενοίκιο που ζητάει ο ιδιοκτήτης είναι αποδεκτό από τις ιδιοκτήτριες. Τέλος στο σημείο που βρίσκεται υπάρχει πεζόδρομος και δεν είναι εφικτή η πρόσβαση για πελάτες με αυτοκίνητα ή για προμηθευτές με φορτηγό.

Χώρος στην περιοχή της Γλυφάδας: Πρόκειται για χώρο 270 τετραγωνικών μέτρων, σε κεντρικό σημείο, μέσα στην αγορά της Γλυφάδας, μιας περιοχής που επίσης οι κάτοικοί της είναι σε μεγάλο βαθμό ιδιοκτήτες σκύλων, έχουν αγοραστική δύναμη και με πολύ υψηλό βαθμό επισκεψιμότητας κατοίκων άλλων περιοχών. Βρίσκεται στο ισόγειο πολυκατοικίας χτισμένης το 2002 χωρίς πολλά κοινόχρηστα αλλά με υψηλό ενοίκιο. Τέλος στο σημείο που βρίσκεται υπάρχει χώρος κατάλληλος για parking.

8.2.2. Χαρακτηριστικά Στοιχεία Εναλλακτικών Τοποθεσιών

Για να μπορέσουμε να προχωρήσουμε με την επιλογή του κατάλληλου χώρου, θα πρέπει να γίνει αξιολόγησή τους.

Βάσει αυτής της διαδικασίας, θα πρέπει να δοθούν συντελεστές βαρύτητας σε κάθε ένα από τα κριτήρια που έχουν τεθεί. Κάτωθι ακολουθεί ο σχετικός πίνακας.

A/A	Κριτήρια	Συντελεστής Βαρύτητας
1	Τετραγωνικά Χώρου (250)	15
2	Κάτοικοι με Σκύλο	10
3	Μεγάλη Αγορά	10
4	Επισκεψιμότητα	15
5	Αγοραστική Δύναμη Κατοίκων	10
6	Να είναι σε ισόγειο	15
7	Parking	15
8	Κόστος	10
		100

Πίνακας Νο. 21 > Συντελεστές Βαρύτητας Κριτηρίων Επιλογής Τοποθεσίας

Στη συνέχεια θα χρησιμοποιήσουμε τους συντελεστές αυτούς για να βαθμολογήσουμε τον κάθε χώρο με βάση το βαθμό που αυτός ανταποκρίνεται στα κριτήρια που έχουν τεθεί.

A/A	Κριτήρια	Συντελεστής Βαρύτητας	Νέα Σμύρνη		Γλυφάδα	
			Αξιολόγηση	Βαθμολογία	Αξιολόγηση	Βαθμολογία
1	Τετραγωνικά Χώρου (250)	15	14	210	12	180
2	Κάτοικοι με Σκύλο	10	8	80	9	90
3	Μεγάλη Αγορά	10	8	80	9	90
4	Επισκεψιμότητα	15	12	180	14	210
5	Αγοραστική Δύναμη Κατοίκων	10	7	70	8	80
6	Να είναι σε ισόγειο	15	8	120	15	225
7	Parking	15	2	30	13	195
8	Κόστος	10	8	80	5	50
				850		1120

Πίνακας Νο. 22 > Αξιολόγηση και Βαθμολόγηση εναλλακτικών χώρων

Από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα προέκυψαν οι ακόλουθες σταθμισμένες βαθμολογίες για τους δύο υποψήφιους χώρους, οι οποίες κατέδειξαν ως πιο κατάλληλο χώρο, για τη στέγαση της επιχείρησης “Loukoumi-All About Dogs”, αυτόν που βρίσκεται στην περιοχή της Γλυφάδας.

Χώρος στην Περιοχή της Νέας Σμύρνης > 850

Χώρος στην Περιοχή της Γλυφάδας > 1120

8.3 Προστασία Περιβάλλοντος

Για μια επιχείρηση που έχει σαν κέντρο της τα ζώα και τη φροντίδα της γι’ αυτά, δεν θα μπορούσε παρά να σέβεται, να αγαπάει και να θέλει με κάθε τρόπο να προστατέψει και το περιβάλλον.

Όπως έχει αναλυθεί εκτενώς σε προηγούμενα κεφάλαια, η επιχείρηση θα κάνει χρήση φρέσκων, οργανικών και βιολογικών πρώτων υλών, επιθυμώντας κατ’ αυτόν τον τρόπο να αναδείξει το πόσο βλαπτικά για την υγεία του ανθρώπου, των ζώων, αλλά και του περιβάλλοντος γενικότερα, είναι η αλόγιστη χρήση χημικών φαρμάκων και κατ’ επέκταση να περιορίσει τη χρήση τους.

Επιπροσθέτως έχει προβλεφθεί η λύση της κομποστοποίησης για προϊόντα ακατάλληλα για κατανάλωση, διαφυλάσσοντας έτσι το περιβάλλον από περιττά απόβλητα.

Όπως επίσης έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, παρά το υψηλότερο κόστος, οι επενδυτές της επιχείρησης έχουν στραφεί σ’ έναν μεγάλο βαθμό στη χρήση ανακυκλώσιμων ή επαναχρησιμοποιούμενων συσκευασιών για τις τροφές και τις λικουδιές των σκύλων, καθώς επίσης και των τσαντών μεταφοράς των προϊόντων με στόχο τη μείωση της χρήσης του πλαστικού.

Τέλος, οι επενδυτές της επιχείρησης, στοχεύουν στη δημιουργία μιας κουλτούρας μέσα στην επιχείρηση, φιλικής προς το περιβάλλον, την οποία θα πρέπει να ακολουθούν όλοι οι υπάλληλοι.

Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να μην χρησιμοποιούνται πλαστικά μιας χρήσης, να γίνεται ανακύκλωση σε όλα τα ανακυκλούμενα υλικά και εξοικονόμηση ενέργειας επιλέγοντας λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης και σβήνοντας φώτα και διακόπτες μηχανών που δεν χρησιμοποιούνται.

8.4 Υπολογισμός του Κόστους

Ολοκληρώνοντας το κεφάλαιο που αφορά στην επιλογή του κατάλληλου χώρου που θα στεγάσει την επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” κάτωθι ακολουθεί ο πίνακας με τα κόστη της διερεύνησης αλλά και ολοκλήρωσης αυτής της διαδικασίας.

Κόστος Ανεύρεσης Χώρου Εγκατάστασης Επιχείρησης		
A/A	Περιγραφή	Κόστος
1	Έξοδα Μεσίτη	2.500 €
2	Νομικά Έξοδα	1.000 €
		3.500 €

Πίνακας Νο. 23 > Κόστος Ανεύρεσης Χώρου Εγκατάστασης

Κεφάλαιο 9ο

Προγραμματισμός και Προϋπολογισμός Εκτελέσεως Έργου

9.1 Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτελέσεως Έργου

Στόχος αυτού του κεφαλαίου είναι η εκτέλεση όλων των εργασιών που μετατρέπουν μια προμελέτη σκοπιμότητας σε μια επιχείρηση εν λειτουργία. Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος θα πρέπει να καταρτιστεί ένα πρόγραμμα το οποίο θα καθορίζει τις δράσεις, τα διάφορα στάδιά τους, το χρονοδιάγραμμα καθώς και τα αντίστοιχα κόστη.

Ξεκινώντας από τη στιγμή που λαμβάνεται η απόφαση για την υλοποίηση του έργου μέχρι και την πρώτη μέρα λειτουργίας της επιχείρησης μεσολαβούν αρκετές ενέργειες που πρέπει να γίνουν, από την υπογραφή των συμβολαίων, των έργων της κατασκευαστικής εταιρίας, τον εξοπλισμό της επιχείρησης, τον εφοδιασμό της με όλα τα απαραίτητα, την πρόσληψη του προσωπικού και πολλά άλλα ακόμα τα οποία είναι αλληλένδετα και αλληλεξαρτώμενα μεταξύ τους.

Επιδιώκοντας λοιπόν τον καλύτερο προγραμματισμό αλλά και προϋπολογισμό για την υλοποίηση του παρόντος επιχειρηματικού πλάνου θα πρέπει να γίνουν οι ακόλουθες ενέργειες:

- } Καθορισμός του τύπου των εργασιών εντός και εκτός των εγκαταστάσεων, που είναι αναγκαίες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου
- } Καθορισμός της λογικής αλληλουχίας των γεγονότων στις εργασίες του συνολικού έργου
- } Προετοιμασία ενός χρονοπρογράμματος εκτέλεσης του έργου, που να αποδίδει σωστά χρονικά τις διάφορες εργασίες και να παρέχει τον κατάλληλο χρόνο για τη συμπλήρωση κάθε συγκεκριμένης εργασίας.
- } Καθορισμός των πόρων που απαιτούνται για την ολοκλήρωση κάθε επιμέρους εργασίας και αναφορά του αντίστοιχου κόστους.
- } Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτέλεσης του έργου και κατάσταση χρηματικών ροών, οι οποίες θα εξασφαλίσουν τη διαθεσιμότητα των απαραίτητων κεφαλαίων, κατά τη διάρκεια της φάσης εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.
- } Τεκμηρίωση όλων των στοιχείων εκτέλεσης του έργου, τα οποία επιτρέπουν το χρονικό και οικονομικό προγραμματισμό, καθώς και

τον προγραμματισμό των προβλέψεων που έγιναν στις προηγούμενες φάσεις.²⁴

9.2 Ομάδα Επίβλεψης και Εκτέλεσης Έργου

Για την επιτυχημένη εκτέλεση ενός έργου οι άνθρωποι οι οποίοι το αναλαμβάνουν παίζουν πάντα πολύ σημαντικό ρόλο. Ο συντονισμός που θα κάνουν, οι αποφάσεις που θα λάβουν σε έκτακτα προβλήματα, η τήρηση του χρονοδιαγράμματος και του προϋπολογισμού είναι ζητήματα ύψιστης σημασίας. Για το σκοπό αυτό όλοι όσοι εμπλέκονται σε μια τέτοια ομάδα και αναλαμβάνουν όλες αυτές τις δραστηριότητες, για να μπορέσουν να τις φέρουν εις πέρας με επιτυχία, πρέπει να έχουν πολύ καλή γνώση όλων αυτών των διαδικασιών, εμπειρία, αλλά και χαρακτηριστικά όπως η ευελιξία, η αποτελεσματική επικοινωνία και η προσαρμοστικότητα, μιας και είναι ο συνδεδετικός κρίκος μιας μεγάλης αλυσίδας ανθρώπων και ενεργειών που πρέπει να συντονίζονται.

Από αυτόν τον κανόνα δεν θα εξαιρεθεί η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs”, επομένως η ομάδα επίβλεψης της επιχείρησης κατά τον προγραμματισμό της εκτέλεσης του έργου θα κληθεί να αντιμετωπίσει τα ζητήματα που θα ακολουθήσουν.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να σημειωθεί πως την επίβλεψη της εκτέλεσης του έργου θα αναλάβουν οι κυρίες Παλαιολόγου Ελένη & Παλαιολόγου Μαίρη. Ως επενδυτές, ιδιοκτήτριες αλλά και διευθύντριες της επιχείρησης έχουν πλήρη εικόνα για το στήσιμο και τη λειτουργικότητα της επιχείρησης, έχουν σαφή εικόνα των οικονομικών τους δυνατοτήτων και έχουν και τις ικανότητες να διαχειριστούν το έργο (project management).

- Αξιολόγηση των προσφορών των διάφορων κατασκευαστικών εταιριών και επιλογή της πιο κατάλληλης (η επιλογή των υλικών που θα χρησιμοποιηθούν θα παίξει επίσης ρόλο)
- Αποφυγή καθυστερήσεων στην εκτέλεση του έργου
- Αποφυγή υπερβάσεων στο κόστος
- Εξασφάλιση της ομαλής χρηματοδότησης του έργου
- Εξασφάλιση των προδιαγραφών εκτέλεσης, και γενικότερα, της ποιότητας του έργου.
- Οργάνωση αποτελεσματικού μάρκετινγκ για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που πρόκειται να παρέχονται από την επιχείρηση
- Εξεύρεση κατάλληλου προσωπικού για τη φάση της πλήρους λειτουργίας της επιχείρησης.

²⁴ Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Σωτήρης Κ. Καρβούνης, 2006, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης

- Παράδοση και εγκατάσταση όλου του μηχανολογικού εξοπλισμού της επιχείρησης
- Συμφωνίες και υπογραφές συμβολαίων με προμηθευτές και συνεργάτες

9.3 Στάδια Εκτελέσεως του Επενδυτικού Σχεδίου

Για την επιτυχή εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου, ο προγραμματισμός είναι εξαιρετικά σημαντικός μιας και πρόκειται για μια σειρά ενεργειών που πρέπει να υλοποιηθούν, χωρίς απαραίτητα να υπάρχει μια σαφής αλληλουχία μεταξύ τους, καθώς αυτές οι ενέργειες πρέπει να γίνονται ταυτόχρονα και χωρίς να επηρεάζεται η μια από την άλλη, αλλά ακολουθώντας τα αντίστοιχα χρονοδιαγράμματα.

Επομένως αυτό που είναι αναγκαίο να γίνει είναι η καταγραφή όλων των απαιτούμενων ενεργειών καθώς και όλων των δραστηριοτήτων γύρω από αυτές:

1. Σύσταση της Εταιρίας και Νομικές Απαιτήσεις

Σε αυτό το στάδιο θα πρέπει να γίνουν όλες οι ενέργειες για τη σύσταση της εταιρίας. Πιο συγκεκριμένα:

- Υπογραφή συμφωνίας προθέσεων μεταξύ των συνεταιίρων για την ίδρυση της εταιρίας
- Συμφωνία μεταξύ των εταιίρων για τις χρηματοδοτικές διευθετήσεις και προσέδια απαιτούμενων εγγράφων
- Επίσημη αίτηση προς τις αρχές
- Επίσημη αίτηση για άδεια και κατοχύρωση της επωνυμίας της εταιρίας
- Επίσημη αίτηση για άδεια έναρξης επιχείρησης υγειονομικού ενδιαφέροντος
- Επίσημη αίτηση για άδεια για τη πώλησης κτηνιατρικών φαρμάκων

2. Λήψη Αδειών

Σε αυτό το στάδιο θα πρέπει να γίνει έρευνα σχετικά με τον απαιτούμενο μηχανολογικό εξοπλισμό και στη συνέχεια να γίνουν οι αιτήσεις για έκδοση αδειών για τη μεταφορά και τη χρήση του από την επιχείρηση καθώς επίσης και της χρήσης επεξεργασμένων πρώτων υλών. Επιπροσθέτως, σε αυτό το στάδιο θα πρέπει να γίνει και η αίτηση στην πολεοδομία για την έκδοση αδείας που θα αφορά στις εργασίες που θα πρέπει να γίνουν στον χώρο που θα στεγαστεί η επιχείρηση.

3. Προγραμματισμός Χρηματοδοτήσεων

Σε συνέχεια της απόφασης των επενδυτών για την υλοποίηση της επένδυσης θα πρέπει να γίνει ο υπολογισμός του κόστους του επιχειρηματικού σχεδίου έτσι ώστε να καθοριστούν και οι πηγές χρηματοδότησής του. Αφού οριστικοποιηθεί το ποσό συμμετοχής κάθε μιας από τις ιδιοκτήτριες, θα πρέπει να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες για την κάλυψη του υπολειπόμενου ποσού μέσω τραπεζικού ιδρύματος.

4. Ενέργειες Ενοικίασης Χώρου

Κατά το στάδιο αυτό θα πρέπει να γίνουν οι απαιτούμενες ενέργειες για την ενοικίαση του χώρου στον οποίο θα εγκατασταθεί η επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να συμφωνηθεί το τελικό ποσό ενοικίου και εγγυήσεως, να συσταθεί και να υπογραφεί το συμβόλαιο μεταξύ των δύο μερών και να γίνει και η καταβολή της 1ης δόσης.

5. Έργα Διαμόρφωσης της Επιχείρησης από Κατασκευαστική Εταιρία

Αφού αποφασιστεί η ανάθεση του έργου σε κατασκευαστική εταιρία, κατόπιν σύγκρισης των προσφορών τους, θα πρέπει να γίνει η επιλογή όλων των υλικών (κουφώματα, χρώματα κλπ) και να ξεκινήσουν οι σχετικές εργασίες με στόχο την ολοκλήρωσή τους μέσα στο καθορισμένο χρονικό διάστημα.

6. Απόκτηση και Μεταφορά Μηχανολογικού Εξοπλισμού

Σε αυτό το στάδιο θα πρέπει να γίνει έρευνα για την αγορά του απαιτούμενου μηχανολογικού εξοπλισμού, ενδεχομένως να γίνουν κάποιες δοκιμές για τη χρήση του, και να προχωρήσουν οι ενέργειες για την παραγγελία του.

7. Προμήθεια Πρώτων Υλών και Εφοδίων

Σε συνέχεια της επιλογής του κατάλληλου μηχανολογικού εξοπλισμού θα πρέπει να αναζητηθούν οι υποψήφιοι προμηθευτές της επιχείρησης για τις πρώτες ύλες και όλα τα υπόλοιπα εφόδια και προϊόντα που θα εμπορεύεται η επιχείρηση. Σε συνέχεια της επιλογής των κατάλληλων θα πρέπει να γίνουν οι απαραίτητες νομικές ενέργειες για τη σύνταξη των συμβολαίων στα οποία θα αποτυπώνονται οι όροι των συμφωνιών αναλυτικά.

8. Στρατολόγηση και Εκπαίδευση Προσωπικού

Σε αυτήν την φάση θα πρέπει να γίνουν όλες οι ενέργειες σχετικά με την αναζήτηση, την προσέλκυση και την πρόσληψη του προσωπικού. Παράλληλα θα δρομολογηθεί και η εκπαίδευσή τους από όλους τους εμπλεκόμενους. Σε αυτό το στάδιο στο οποίο θα πρέπει να υπογραφούν οι συμβάσεις του προσωπικού, θα πρέπει να υπογραφεί και το συμβόλαιο με τον γεωπόνο-συνεργάτη της επιχείρησης για την παροχή των υπηρεσιών του.

9. Κλείσιμο Συνεργασιών

Σε αυτό το στάδιο οι ιδιοκτήτριες της επιχείρησης θα πρέπει να επικοινωνήσουν με τους μελλοντικούς τους συνεργάτες έτσι ώστε να οριστικοποιήσουν τις μεταξύ τους συμφωνίες και να συζητήσουν όλες τις λεπτομέρειες γύρω από τη συνεργασία τους (π.χ. με φιλοζωικές εταιρίες, εταιρίες courier κλπ).

10. Marketing πριν την Παραγωγή

Ένα από τα πιο σημαντικά στάδια πριν την έναρξη της επιχείρησης είναι αυτό των ενεργειών γύρω από το Marketing. Πριν από την πρώτη ημέρα λειτουργίας της επιχείρησης θα πρέπει να έχει ξεκινήσει η λειτουργία της ιστοσελίδας της επιχείρησης, να έχουν γίνει οι πρώτες διαφημιστικές καταχωρήσεις και να έχει οργανωθεί το δίκτυο διανομής.

11. Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος

Στο τελικό στάδιο του προγραμματισμού, η ομάδα επίβλεψης του έργου θα πρέπει να παραλάβει από την κατασκευαστική εταιρία το χώρο της επιχείρησης έτοιμο για άμεση εκμετάλλευση. Αφού γίνει ο σχετικός έλεγχος και αποδειχθεί πως δεν χρειάζονται περαιτέρω βελτιώσεις, θα πρέπει να γίνει ο συντονισμός όλων των προμηθευτών της επιχείρησης ώστε να την εφοδιάσουν με όλες τις απαραίτητες πρώτες ύλες καθώς επίσης και η εξοικείωση του ανθρώπινου δυναμικού με το χώρο ώστε να είναι όλα έτοιμα για την πρώτη μέρα λειτουργίας της επιχείρησης.

9.4 Χρονικός Προγραμματισμός Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου

Με στόχο τη δημιουργία ενός εφικτού και αποτελεσματικού χρονοδιαγράμματος όλων των ενεργειών που πρέπει να γίνουν, από όλα τα

εμπλεκόμενα μέλη, θα πρέπει να γίνει ένας ακριβής προγραμματισμός εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.

Γι' αυτόν τον σκοπό ο χρόνος που απαιτείται για την ολοκλήρωση κάθε ενέργειας θα πρέπει να υπολογίζεται προσεκτικά ώστε να διασφαλίζεται η ολοκλήρωση του έργου μέσα στα αιτούμενα χρονικά πλαίσια που έχουν τεθεί. Έτσι, λαμβάνοντας υπ' όψιν όλα τα προαναφερθέντα στάδια εκτέλεσης του έργου, ακολουθεί στη συνέχεια ο υπολογισμός του χρονικού διαστήματος που απαιτείται για την ολοκλήρωση καθενός από αυτά.

A/A	Περιγραφή	Διάρκεια σε Εβδομάδες
1	Σύσταση της Εταιρίας και Νομικές Απαιτήσεις	3
2	Λήψη Αδειών	4
3	Προγραμματισμός Χρηματοδοτήσεων	3
4	Ενέργειες Ενοικίασης Χώρου	2
5	Έργα Διαμόρφωσης της Επιχείρησης από Κατασκευαστική Εταιρία	9
6	Απόκτηση και Μεταφορά Μηχανολογικού Εξοπλισμού	2
7	Προμήθεια Πρώτων Υλών και Εφοδίων	2
8	Στρατολόγηση και Εκπαίδευση Προσωπικού	4
9	Κλείσιμο Συνεργασιών	2
10	Marketing πριν την Παραγωγή	3
11	Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος	1

Πίνακας Νο. 24 > Στάδια Εκτέλεσης του Έργου

Σύμφωνα με τις χρονικές εκτιμήσεις, όπως αυτές περιεγράφηκαν στον παραπάνω πίνακα υπολογίζεται ότι η επιχείρηση θα είναι σε θέση να ξεκινήσει τη λειτουργία της την 1η Ιουνίου 2020.

Σε αυτό το σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να γίνει η γραφική απεικόνιση των σταδίων εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου, της χρονικής τους διάρκειας καθώς και τη αλληλουχίας των σταδίων αυτών. Η απεικόνιση αυτή θα μας βοηθήσει να κατανοήσουμε το χρονικό προγραμματισμό αλλά και να παρακολουθούμε το έργο συνολικά.

Για αυτήν την απεικόνιση θα κάνουμε χρήση του χρονοδιαγράμματος κατά Gantt. Πρόκειται για ένα χρονοδιάγραμμα που αποτελείται από ένα οριζόντιο ιστόγραμμα το οποίο έχει στον οριζόντιο άξονα τη συνολική

χρονική έκταση του έργου χωρισμένη σε διαστήματα και στον κάθετο άξονα τις δραστηριότητες που αποτελούν το συνολικό έργο.

A/A	Περιγραφή	Διάρκεια σε Εβδομάδες	Ημερομηνία Έναρξης	Ημερομηνία Λήξης	Ιανουάριος 2020			Φεβρουάριος 2020		Μάρτιος 2020					Απρίλιος 2020				Μάιος 2020				
					7/1	24/1	27/1	21/2	24/2	9/3	13/3	20/3	23/3	30/3	10/4	13/4	20/4	24/4	4/5	11/5	15/5	22/5	25/5
1	Σύσταση της Εταιρίας και Νομικές Απατήσεις	3	07/01/2020	24/01/2020																			
2	Λήψη Αδειών	4	27/01/2019	21/02/2020																			
3	Προγραμματισμός Χρηματοδοτήσεων	3	24/02/2020	13/03/2019																			
4	Ενέργειες Ενοικίασης Χώρου	2	09/03/2020	20/03/2020																			
5	Έργα Διαμόρφωσης της Επιχείρησης από Κατασκευαστική Εταιρία	9	23/03/2020	22/05/2020																			
6	Απόκτηση και Μεταφορά Μηχανολογικού Εξοπλισμού	2	30/03/2020	10/04/2020																			
7	Προμήθεια Πράσιν Υλών και Εφοδίων	2	13/04/2020	24/04/2020																			
8	Στρατολόγηση και Εκπαίδευση Προσωπικού	4	20/04/2020	15/05/2020																			
9	Κλείσιμο Συνεργασιών	2	04/05/2020	15/05/2020																			
10	Marketing πριν την Παραγωγή	3	11/05/2020	29/05/2020																			
11	Επιθεώρηση, συντονισμός και έλεγχος	1	25/05/2020	29/05/2020																			

Πίνακας Νο. 25 > Διάγραμμα Gantt

9.5 Εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος

Για την εκτίμηση του κόστους εκτέλεσης του προγράμματος θα πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν όλα τα έξοδα που θα πραγματοποιηθούν από τη στιγμή που θα παρθεί η απόφαση για την υλοποίηση του έργου έως την πρώτη μέρα λειτουργίας της επιχείρησης.

Για τον λόγο αυτόν θα ακολουθήσει ο υπολογισμός του αντίστοιχου κόστους συνυπολογίζοντας όμως μόνο την εκτίμηση για τα κόστη που αφορούν στην εκτέλεση του επενδυτικού προγράμματος όπως αυτά περιεγράφηκαν στο παρόν κεφάλαιο.

A/A	Περιγραφή	Κόστος
1	Σύσταση της Εταιρίας	1.000 €
2	Λήψη Αδειών/Παράβολα	800 €
3	Έργα Διαμόρφωσης Επιχείρησης (Κατασκ. Εταιρία - έξοδα υλικών συμπεριλαμβάνονται)	15.000 €
4	Στρατολόγηση και Εκπαίδευση Προσωπικού	500 €
5	Νομικά και Συμβολαιογραφικά Έξοδα	1.500 €
6	Άλλα Έξοδα/Διάφορα	1.000 €
	Σύνολο:	19.800 €

Πίνακας Νο. 26 > Εκτίμηση Εκτέλεσης Κόστους Προγράμματος

Κεφάλαιο 10ο

Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσεως

10.1 Στόχοι Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης και Αξιολόγησης της Επένδυσης

Στο τελευταίο κεφάλαιο της προμελέτης σκοπιμότητας που αφορά στην έναρξη της επιχείρησης Boutique Pet Shop με την επωνυμία “Loukoumi-All About Dogs” θα γίνει η χρηματοοικονομική και οικονομική ανάλυση της επένδυσης με στόχο τη διερεύνηση της βιωσιμότητας αυτού του έργου.

Τα κριτήρια που θα ληφθούν υπ’ όψιν για την αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου είναι η σχεδίαση των στοιχείων της επένδυσεως όπως αυτά έχουν περιγραφεί αναλυτικά στα κεφάλαια που έχουν προηγηθεί.

Πιο συγκεκριμένα, θα συνοψολογιστούν τα στοιχεία:

- Του σχεδίου μάρκετινγκ
- Του προγράμματος πωλήσεων
- Της επιλογής των πρώτων υλών και των εφοδίων
- Της επιλογής του μηχανολογικού εξοπλισμού
- Της επιλογής της τοποθεσίας
- Του προσωπικού και της οργάνωσης
- Της εφαρμογής του επενδυτικού σχεδίου

Η χρηματοοικονομική ανάλυση και η αξιολόγηση του επενδυτικού σχεδίου περιλαμβάνει την εκτίμηση και την αξιολόγηση των απαιτούμενων εισροών και εκροών που θα παραχθούν καθώς επίσης και των μελλοντικών καθαρών ωφελειών. Οι αποδόσεις της επένδυσης, όπως αυτές θα έχουν προϋπολογιστεί από τους επενδυτές της, θα πρέπει να είναι μεγαλύτερες από το άθροισμα του κόστους κεφαλαίου και του περιθωρίου κινδύνου για να θεωρηθεί η επένδυση ως ασφαλής.

10.2 Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης

Ως συνολικό κόστος επένδυσης ορίζεται το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης. Ως πάγιο ενεργητικό υπολογίζουμε τους πόρους που απαιτούνται για τη διαμόρφωση της επιχείρησης από την κατασκευαστική εταιρία καθώς και τον

μηχανολογικό εξοπλισμό, ενώ ως κεφάλαιο κίνησης, τους πόρους εκείνους που απαιτούνται για την έναρξη και λειτουργία της επιχείρησης.

10.2.1 Πάγιο Ενεργητικό

Στο πάγιο ενεργητικό θα ενταχθούν οι πάγιες επενδύσεις και οι προπαραγωγικές δαπάνες. Πιο συγκεκριμένα, στις πάγιες επενδύσεις θα εντάξουμε το κόστος για την ενοικίαση του χώρου που θα εγκατασταθεί η επιχείρηση, το κόστος για τη διαμόρφωση των χώρων της επιχείρησης, καθώς και την αγορά του μηχανολογικού εξοπλισμού. Ενώ στις προπαραγωγικές δαπάνες θα εντάξουμε το κόστος που αφορά στην εκτέλεση του έργου και του ανθρώπινου δυναμικού κατά την περίοδο της προπαραγωγικής φάσης της επιχείρησης, καθώς επίσης και το κόστος εκπόνησης της προμελέτης σκοπιμότητας.

Τα προαναφερθέντα κόστη απεικονίζονται στον πίνακα που ακολουθεί:

Περιγραφή		Κόστος
Πάγιες Επενδύσεις		
	Μεσιτεία & Νομικά	3.500 €
	Μηχανολογικός Εξοπλισμός	22.668 €
	Έργα Κατασκευαστικής Εταιρίας	38.000 €
		64.168 €
Προπαραγωγικές Δαπάνες		
	Εκπόνηση Έρευνας και Μελέτης	4.000 €
	Ανθρώπινο Δυναμικό	7.310 €
	Εκτέλεση Έργου	19.800 €
		31.110 €
	Σύνολο:	95.278 €

Πίνακας Νο. 27 > Πάγιο Ενεργητικό Επιχείρησης

10.2.2 Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης μιας επιχείρησης συμπεριλαμβάνει το τρέχον ή κυκλοφορούν ενεργητικό αφαιρώντας το τρέχον παθητικό. Ουσιαστικά, αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι των αρχικών κεφαλαιακών δαπανών που απαιτούνται για την υλοποίηση ενός επενδυτικού σχεδίου, επειδή είναι απαραίτητο για τη σωστή χρηματοδότηση της λειτουργίας της μονάδας.

Η έννοια του καθαρού κεφαλαίου κίνησης εφαρμόζεται στον καθορισμό του ποσού και της φύσης του τρέχοντος κυκλοφορούντος ενεργητικού που χρησιμοποιείται για να καλύψει το τρέχον παθητικό. Το ποσό που υπολείπεται μετά τις πληρωμές αυτών των υποχρεώσεων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να καλύψει πιθανές μελλοντικές λειτουργικές ανάγκες της μονάδας. Από την άλλη πλευρά, το ποσό του κεφαλαίου κίνησης που πρόκειται να διατεθεί θα πρέπει να είναι το άριστο, ούτε υπέρογκο ούτε ελλιπές.

Για τον υπολογισμό του απαιτούμενου καθαρού κεφαλαίου κίνησης καθορίζεται αρχικά η ελάχιστη κάλυψη ημερών για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό. Στη συνέχεια παρατίθενται τα δεδομένα του κόστους για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού και καθορίζεται ο συντελεστής του κύκλου εργασιών για τα πρόσθετα στοιχεία του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού, διαιρώντας με τις 360 ημέρες του έτους με τον αριθμό των ημερών της ελάχιστης κάλυψης. Τέλος, τα συγκεκριμένα δεδομένα κόστους διαιρούνται με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών προκειμένου να ληφθούν οι ανάγκες του καθαρού κεφαλαίου κίνησης αφαιρώντας το τρέχον παθητικό από το τρέχον ενεργητικό.

Σε συνέχεια των προαναφερθέντων, κάτωθι ακολουθεί ο υπολογισμός της επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης.

Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού	
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	45 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους
B. Αποθέματα	
Πρώτες Ύλες και Άλλα Εφόδια	45 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Υλικά συσκευασίας	45 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Είδη Ένδυσης Εργαζομένων	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Ανταλλακτικά	45 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Διάφορα Αναλώσιμα	30 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Έτοιμα Προϊόντα Προς Πώληση	15 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής
Γ. Μετρητά στο ταμείο	30 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής, μείον τις πρώτες ύλες, τις αποσβέσεις και τους τόκους
Δ. Λογαριασμοί πληρωτέοι	30 ημέρες στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων

Πίνακας Νο. 28 > Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Ετήσιο Κόστος Παραγωγής (€)	
Πλήρης δυναμικότητα (1ο έτος λειτουργίας)	
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	437.234
Ανθρώπινο δυναμικό	202.260
Εργασίες συντήρησης Κτιρίων & Λοιπών έργων πολιτικού μηχανικού	6.000
Γενικά έξοδα	14.300
Έξοδα Μάρκετινγκ	53.300
Αποσβέσεις	5.000
Συνολικό κόστος παραγωγής	718.094

Πίνακας Νο. 29 > Υπολογισμός Συνολικού Κόστους Παραγωγής

Σε συνέχεια των στοιχείων των δύο πινάκων που προηγήθηκαν στη συνέχεια υπολογίζεται το απαιτούμενο κεφάλαιο κίνησης.

Περιγραφή	Κόστος	Αριθμός ημερών ελάχιστης κάλυψης	Συντελεστής κύκλου εργασιών	Ανάγκες πρώτου έτους (€)
I. Τρέχον ενεργητικό				90.714
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	85.000	45	8	10.625
B. Αποθέματα				70.089
Πρώτες και Πρόσθετες Ύλες	437.234	45	8	54.654
Υλικά συσκευασίας	9.250	45	8	1.156
Ανταλλακτικά	400	360	1	400
Είδη Ένδυσης Εργαζομένων	1.740	180	2	870
Έτοιμα Προϊόντα Προς Πώληση	312.200	15	24	13.008
Γ. Μετρητά στο ταμείο	120.000	30	12	10.000
II. Τρέχον παθητικό				45.833
Δ. Λογαριασμοί πληρωτέοι	550.000	30	12	45.833
Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης (I-II)				44.881
Συνολικό Κόστος Παραγωγής				718.094
Μείον				
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια				437.234
Αποσβέσεις				5.000
				275.860
Απαιτούμενα μετρητά				10.000

Πίνακας Νο. 30 > Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης της Επιχείρησης

10.3 Χρηματοδότηση του Επενδυτικού Σχεδίου

Το συνολικό κόστος της επένδυσης θα πρέπει να καλυφθεί από συγκεκριμένες πηγές χρηματοδότησης. Οι επενδυτές της επιχείρησης θα κάνουν χρήση ιδίων κεφαλαίων κατά το 70% και το υπόλοιπο 30% θα καλυφθεί μέσω δανειακής χρηματοδότησης.

Στον πίνακα που ακολουθεί εμφανίζεται ο τρόπος που θα καλυφθεί το συνολικό κόστος της επένδυσης.

Πηγές Χρηματοδότησης	Ευρώ	%
Ίδια κεφάλαια	245.000	70%
Δανειακά κεφάλαια	105.000	30%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	350.000	100%

Πίνακας Νο. 31 > Πηγές Χρηματοδότησης

Οι επενδυτές της επιχείρησης θα λάβουν χρηματοδότηση μέσω ενός δανείου. Στον πίνακα που ακολουθεί εμφανίζεται ο υπολογισμός των δόσεων για την επιχείρηση.

Στοιχεία χρηματοδότησης		Έτος Δόσης	Χρεολύσιο Δόσης	Τόκος Δόσης	Τοκοχρεολύσιο (Ποσό δόσης)	Άληκτο κεφάλαιο
Ύψος Δανείου:	105.000 €	1	17.199 €	10.500 €	27.699 €	87.801 €
Διάρκεια αποπληρωμής (n=έτη):	5 έτη	2	18.919 €	8.780 €	27.699 €	68.883 €
Επιτόκιο (e):	10%	3	20.810 €	6.888 €	27.699 €	48.073 €
Τοκοχρεολύσιο=Ποσό δανείου/ΣΠΑΡn,e	27.699 €	4	22.891 €	4.807 €	27.699 €	25.181 €
		5	25.181 €	2.518 €	27.699 €	0 €

Πίνακας Νο. 32 > Ανάλυση Δανείου

10.4 Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων

Με στόχο τη διερεύνηση της υλοποίησης του επενδυτικού σχεδίου, από οικονομικής πλευράς, θα πρέπει να δούμε τις ακόλουθες λογιστικές καταστάσεις.

10.4.1 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

Στην κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης εμφανίζεται το κέρδος ή ζημιά που καταγράφει μια επιχείρηση σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Έτσι, στον πίνακα που ακολουθεί απεικονίζονται τα οικονομικά αποτελέσματα, όπως αυτά προβλέπονται, κατά τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης.

Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων Χρήσης (€)	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (πωλήσεις)	1.066.000	1.119.300	1.175.265	1.234.028	1.295.730
Μείον: Κόστος πωληθέντων	639.494	656.656	674.293	692.417	711.043
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΕΚΜΕΤΑΛ/ΣΗΣ	426.506	462.644	500.972	541.611	584.686
Μείον: Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	57.900	60.565	63.363	66.701	69.786
Έξοδα λειτουργίας - διαθέσεως	7.200	7.486	7.778	7.675	7.979
Έξοδα ερευνών - ανάπτυξης	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ, ΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	358.906	392.093	427.331	464.734	504.421
Μείον: Τόκοι	10.500	8.780	6.888	4.807	2.518
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	348.406	383.313	420.443	459.927	501.903
Μείον: Αποσβέσεις	9.524	9.524	9.524	9.524	9.524
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	338.882	373.789	410.919	450.403	492.379
Μείον: Φόρος εισοδήματος	81.332	89.709	98.621	108.097	118.171
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗ	257.551	284.080	312.299	342.307	374.208
ΔΙΑΘΕΣΗ ΚΑΘΑΡΩΝ ΚΕΡΔΩΝ					
Τακτικό και λοιπά αποθεματικά	64.388	71.020	78.075	85.577	93.552
Αμοιβές & ποσοστά μελών Δ.Σ	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Μερίσματα πληρωτέα	0	0	0	0	0
Υπόλοιπο κερδών εις νέο	181.163	201.060	222.224	244.730	268.656

Πίνακας Νο. 33 > Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

10.4.2 Πίνακας Χρηματικών Ροών

Ο πίνακας χρηματικών ροών είναι αυτός που δείχνει τις μεταβολές των μόνιμων, προσωρινών ή μεταβλητών κεφαλαίων καθώς επίσης και τις υποχρεώσεις και τα δάνεια της επιχείρησης.

Σε συνέχεια της καταγραφής των χρηματοοικονομικών ροών γίνεται πιο εύκολος ο χρηματοδοτικός προγραμματισμός της επένδυσης.

Ο πίνακας που ακολουθεί εμφανίζει τις χρηματικές/ταμειακές ροές της επιχείρησης κατά τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ (€)	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ						ΣΥΝΟΛΟ
		1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος	
Εισροές							
Κέρδη		338.882	373.789	410.919	450.403	492.379	2.066.374
Εισφορά μετοχικού κεφαλαίου	245.000						-
Δάνεια μακροπρόθεσμα	105.000	105.000					105.000
ΣΥΝΟΛΟ (Α)	350.000	443.882	373.789	410.919	450.403	492.379	2.171.374
Εκροές							
Δαπάνες επένδυσης	350.000	64.168					64.168
Προλειτουργικές δαπάνες		31.110					31.110
Τόκοι κατασκευαστικής περιόδου λειτουργίας		10.500	8.780	6.888	4.807	2.518	33.494
Χρεώλυσα μακρ/σμων δανείων		17.199	18.919	20.810	22.891	25.181	104.999
Φόροι εισοδήματος		81.332	89.709	98.621	108.097	118.171	495.930
Λοιπές εκροές							-
ΣΥΝΟΛΟ (Β)	350.000	204.308	117.408	126.319	135.795	145.870	729.701
ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ (Α-Β)	-	239.574	256.381	284.600	314.608	346.510	1.441.673

Πίνακας Νο. 34 > Πίνακας Χρηματικών Ροών

10.4.3 Ισολογισμός

Ο ισολογισμός βασίζεται στη λογιστική εξίσωση ότι το ενεργητικό είναι ίσο με το άθροισμα του παθητικού και της καθαρής θέσης.

Ο ισολογισμός είναι αυτός που δείχνει σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή, συνήθως στο τέλος κάθε χρονιάς, την χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης.

Στον πίνακα που ακολουθεί εμφανίζεται ο προβλεπόμενος ισολογισμός της επιχείρησης κατά τα πρώτα πέντε χρόνια λειτουργίας της.

ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΙ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ (Σε ευρώ)

	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ					
2. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
α. Ενσώματες Ακίνητοποιήσεις					
Μηχανήματα-Εγκαταστάσεις	64.168	54.644	45.121	35.597	26.074
Σύνολο Ακίνητοποιήσεων	64.168	54.644	45.121	35.597	26.074
Μειών : Αποσβέσεις	9.524	9.524	9.524	9.524	9.524
Αναπόσβεστη αξία ενσώματων ακίνητοποιήσεων (α)	54.644	45.121	35.597	26.074	16.550
β. Συμμετοχές & Μακροπρόθεσμες Απαιτήσεις (β)	0	0	0	0	0
γ. Ασώματες Ακίνητοποιήσεις	0	0	0	0	0
Μειών : Αποσβέσεις	0	0	0	0	0
Αναπόσβεστη αξία ασώματων ακίνητοποιήσεων (γ)	0	0	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (2=α+β+γ)	54.644	45.121	35.597	26.074	16.550
3. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
δ. Αποθέματα (δ)	240.000	220.000	230.000	260.000	210.000
ε. Απαιτήσεις (ε)	90.000	125.000	95.000	65.000	80.000
στ. Διαθέσιμα (στ)	129.489	88.471	111.096	117.204	126.621
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (3=δ+ε+στ)	459.489	433.471	436.096	442.204	416.621
4. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓ/ΣΜ ΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (4)	0	0	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (1+2+3+4)	514.133	478.592	471.693	468.278	433.171
5. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ					
Χρεωστικοί λογ/σμοί εγγυήσεων και εμπράγματων ασφαλειών					
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
1. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ					
Κεφάλαιο καταβεβλημένο	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000
Διαφορά από έκδοση μετοχών υπέρ το άρτιο	0	0	0	0	0
Διαφορές αναπροσαρμογής	0	0	0	0	0
Αποθεματικά					
Αποτελέσματα εις νέο					
ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ (1)	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000
2. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
α. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Δάνεια Τραπεζών	87.801	68.883	48.073	25.181	0
Λοιπές Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	0	0	0	0	0
Σύνολο Μακροπρόθεσμων Υποχρεώσεων (α)	87.801	68.883	48.073	25.181	0
β. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Τράπεζες					
Προμηθευτές	90.000	65.000	70.000	80.000	60.000
Λοιπές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	81.332	89.709	98.621	108.097	118.171
Σύνολο Βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (β)	171.332	154.709	168.621	188.097	178.171
ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ (2=α+β)	259.133	223.592	216.693	213.278	178.171
3. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ (3)	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
4. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓ/ΣΜ ΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (4)	0	0	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (1+2+3+4)	514.133	478.592	471.693	468.278	433.171
5. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ					
Πιστωτικοί λογ/σμοί εγγυήσεων και εμπράγματων ασφαλειών	0	0	0	0	0

Πίνακας Νο. 35 > Ισολογισμός

10.5 Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Της Επένδυσης

Για την έναρξη λειτουργίας μιας επιχείρησης απαιτείται η αξιολόγηση της χρηματοοικονομικής πραγμάτωσής της. Θα πρέπει να αποδεικνύεται πως η απόδοση της επιχείρησης σε σχέση με το επενδυμένο κεφάλαιο θα είναι υψηλή ώστε να μπορέσει η επένδυση να χαρακτηριστεί ως συμφέρουσα και επικερδής.

Γι' αυτόν τον σκοπό υπάρχουν αρκετές μέθοδοι αξιολόγησης μέσω των οποίων οι εν δυνάμει επενδυτές μιας επιχείρησης έχουν τη δυνατότητα να λάβουν την απόφαση της υλοποίησης ή όχι του επιχειρηματικού πλάνου.

Στην παρούσα προμελέτη σκοπιμότητας οι μέθοδοι χρηματοοικονομικής αξιολόγησης οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν θα είναι αυτές της επανείσπραξης του κόστους επένδυσης, της καθαρής παρούσας αξίας και του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης, μιας και θεωρούνται οι πλέον ικανοποιητικές και αξιόπιστες.

10.5.1 Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης

Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης αφορά στο χρονικό διάστημα που απαιτείται για να επανεισπραχθεί το αρχικό κεφάλαιο που κατέβαλλαν οι επενδυτές της επιχείρησης μέσω των καθαρών ταμειακών ροών της επένδυσης.

Όταν η περίοδος επανείσπραξης είναι μικρή, τόσο μειώνεται ο κίνδυνος για την επένδυση και αυξάνεται και η ρευστότητά της.

Στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται οι συνολικές ταμειακές ροές και εκροές ανά έτος. Από τις αθροιστικές καθαρές ταμειακές ροές προκύπτει ότι η περίοδος επανείσπραξης της επένδυσης είναι περίπου στο 1,5 έτος. Το διάστημα αυτό είναι αρκετά μικρό, επομένως, λαμβάνοντας υπ' όψιν αυτήν την μέθοδο, η επένδυση καθίσταται ελκυστική.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ (€)	ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ						ΣΥΝΟΛΟ
		1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος	
Εισροές							
Κέρδη		338.882	373.789	410.919	450.403	492.379	2.066.374
Εισφορά μετοχικού κεφαλαίου	245.000						-
Δάνεια μακροπρόθεσμα	105.000	105.000					105.000
ΣΥΝΟΛΟ (Α)	350.000	443.882	373.789	410.919	450.403	492.379	2.171.374
Εκροές							
Δαπάνες επένδυσης	350.000	64.168					64.168
Προληπτικές δαπάνες		31.110					31.110
Τόκοι κατασκευαστικής περιόδου λειτουργίας		10.500	8.780	6.888	4.807	2.518	33.494
Χρεώματα μακρ/ομων δανείων		17.199	18.919	20.810	22.891	25.181	104.999
Φόροι εισοδήματος		81.332	89.709	98.621	108.097	118.171	495.930
Λοιπές εκροές							-
ΣΥΝΟΛΟ (Β)	350.000	204.308	117.408	126.319	135.795	145.870	729.701
ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ (Α-Β)	-	239.574	256.381	284.600	314.608	346.510	1.441.673
ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ		239.574	256.381	284.600	314.608	346.510	1.441.673
ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΕΣ ΚΤΡ		239.574	495.955	780.555	1.095.163	1.441.673	

Πίνακας Νο. 36 > Κατάσταση Ταμειακών Ροών

10.5.2 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

Με τη μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας όλες οι καθαρές ταμειακές ροές προεξοφλούνται στο παρόν, με συντελεστή προεξόφλησης την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση.

Λαμβάνοντας το 10% ως μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου προκύπτει ο ακόλουθος πίνακας στον οποίο φαίνεται ότι η συνολική παρούσα αξία είναι 1.073.338€, το κόστος της επένδυσης είναι 105.000€ και η διαφορά που προκύπτει προβλέπεται να φτάσει στις 968.338€, ποσό το οποίο είναι μεγαλύτερο από το μηδέν, επομένως η επένδυση είναι αποδεκτή και με αυτήν την μέθοδο.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ (€)	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος	Σύνολο
ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ	239.574	256.381	284.600	314.608	346.510	1.441.673
ΣΠΑ 10%	0,909	0,826	0,751	0,683	0,621	
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ	217.773	211.771	213.735	214.877	215.182	1.073.338

Πίνακας Νο. 37 > Καθαρά Παρούσα Αξία

10.5.3 Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης συνιστά το επιτόκιο στο οποίο μηδενίζεται η καθαρή παρούσα αξία. Είναι το επιτόκιο για το οποίο οι ταμειακές εισροές είναι ίσες με τις ταμειακές εκροές.

Για να υπολογίσουμε τον εσωτερικό συντελεστή απόδοσης αρχικά υπολογίζουμε τις καθαρές ταμειακές ροές της επιχείρησης. Στη συνέχεια προεξοφλούμε τις καθαρές ταμειακές ροές με ένα επιτόκιο υψηλότερο του 10% που χρησιμοποιήσαμε παραπάνω και με ένα χαμηλότερο επιτόκιο. Εδώ θα χρησιμοποιήσουμε τα επιτόκια 4% και 28% και θα προκύψει ο παρακάτω πίνακας, βάσει του οποίου ο συντελεστής εσωτερικής απόδοσης είναι περίπου 28% άρα μεγαλύτερος από τον μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου που είναι 10%. Η πρόταση γίνεται αποδεκτή γιατί ο συντελεστής εσωτερικής απόδοσης είναι πάνω από το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ (€)	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος	Σύνολο
ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ	239.574	256.381	284.600	314.608	346.510	1.441.673
ΣΠΑ 4%	0,962	0,925	0,889	0,855	0,822	
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ 4%	230.470	237.153	253.009	268.990	284.831	1.274.453
ΣΠΑ 10%	0,909	0,826	0,751	0,683	0,621	
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ 10%	217.773	211.771	213.735	214.877	215.182	1.073.338
ΣΠΑ 28%	0,781	0,610	0,477	0,373	0,291	
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ 28%	187.107	156.392	135.754	117.349	100.834	697.437

Πίνακας Νο. 38 > Καθαρά Παρούσα Αξία Με Εσωτερικούς Συντελεστές Απόδοσης

10.6 Οικονομική Αξιολόγηση – Συμπέρασμα

Σε μια περίοδο που η έναρξη οποιασδήποτε νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αποτελεί ρίσκο, η ύπαρξη νέων ιδεών και πρωτότυπων επιχειρηματικών πλάνων δεν σταματά να υπάρχει. Αυτές είναι άλλωστε που διαχρονικά είναι και οι πιο πετυχημένες.

Από αυτόν τον κανόνα δεν σκοπεύει να εξαιρεθεί η επιχείρηση “Loukoumi-All About Dogs” της οποίας οι επενδυτές, ορμώμενοι από την αγάπη τους για τα ζώα αλλά και το περιβάλλον, στοχεύουν στη δημιουργία μιας επιχείρησης που θα φέρει τους ανθρώπους πιο κοντά στα ζώα μέσα από μια μεγάλη ποικιλία νέων και πρωτότυπων παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.

Ταυτόχρονα η επιχείρηση θα ενισχύσει νεοφυείς επιχειρήσεις μέσα από τη συνεργασία της μαζί τους, θα βοηθήσει τις κατά τόπους φιλοζωικές εταιρίες μέσα το πρόγραμμα υιοθεσιών και θα συμβάλλει σ’ έναν μικρό βαθμό στη μείωση του ποσοστού ανεργίας μέσα από το άνοιγμα νέων θέσεων εργασίας.

Κλείνοντας και σε συνέχεια της χρηματοοικονομικής αξιολόγησης της επένδυσης που έχει προηγηθεί, φαίνεται πως πρόκειται για μια επιχείρηση βιώσιμη και κερδοφόρα η οποία θα μπορέσει να συμβάλει θετικά στην οικονομία. Ως εκ τούτου το παρόν επενδυτικό πλάνο θα πρέπει να γίνει αποδεκτό.

Βιβλιογραφία & Διαδικτυακές Σελίδες:

- “Κλαδικές Στοιχεύσεις: Ζωοτροφές για Κατοικίδια” που εκπονήθηκε από την “ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων ΑΕ” το Νοέμβριο του 2012
- Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Σωτήρης Κ. Καρβούνης, 2006, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης
- Στρατηγικό Μανατζμεντ, Νικόλαος Γεωργόπουλος, 2013, Εκδόσεις Γ. Μπένου
- <https://el.wikipedia.org/wiki/Σκύλος>
- (Ενας λύκος στο σαλόνι μας: Η σύντομη ιστορία του σκύλου | iefimerida.gr)
- (<http://www.petbusiness.com/A-Short-History-of-the-Pet-Industry/>
- <http://www.fediaf.org/52-dcs-statistics>)
- https://en.wikipedia.org/wiki/Puppy_mill)
- (<http://www.marketingweek.gr/default.asp?pid=9&la=1&cID=1&arID=52174>)
- <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=839691>)
- <https://www.reader.gr/news/viral/i-istoria-tis-loysi-poy-egine-i-aitia-gia-na-stamatisei-i-polisi-zoon-sta-pet-shop-tis>)
- <https://www.zoosos.gr/zetoun-ten-katargese-poleses-zoon-sudrophias-apo-ta-pet-shops/#axzz5xEnk6VDA>
- <http://www.gtec.gr/shops.html>
- *ΦΕΚ*>3/9/2009 >αρ. φύλλου 1835-
http://www.gtec.gr/files/fek52_2012.pdf
- *Wikipedia-HACCP*),
- <http://www.epixeiro.gr/article/105530>
- <http://www.fediaf.org>
- <https://www.irafina.gr/%CE%BC%CE%B1%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B5%CF%85%CF%84%CF%8C-%CF%86%CE%B1%CE%B3%CE%B7%CF%84%CF%8C-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF-%CF%83%CE%BA%CF%8D%CE%BB%CE%BF-%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%BF/>)
- https://en.m.wikipedia.org/wiki/Food_technology
- https://en.wikipedia.org/wiki/ISO_9000