

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ : Η περίπτωση μικρής κατασκευαστικής εταιρίας

ΣΤΑΥΡΟΣ Α. ΝΑΚΟΣ

Στους γονείς μου Θανάση και Άννα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Επιθυμώ να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον καθηγητή μου κ. Σωτήρη Καρβούνη για την καθοδήγηση του στη συγγραφή αυτής της διπλωματικής μου εργασίας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα επιχειρηματικά σχέδια (business plans) αφορούν επιχειρηματίες που είναι στα προγραμματικά στάδια της ενάρξεως ή της αποκτήσεως μιας επιχείρησης, αλλά και εκείνους που δημιούργησαν μια επιχείρηση χωρίς μελέτη σκοπιμότητας. Τα σχέδια αυτά παρέχουν την βήμα προς βήμα διαδικασία της λειτουργίας της επιχειρήσεως.

Πολλοί επιχειρηματίες υποεκτιμούν την σπουδαιότητα της εκπόνησης του επιχειρηματικού σχεδίου. Υποεκτιμούν το πόσο πολύ μπορεί να βοηθήσει ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο μια νέα επιχείρηση να αρχίσει ή να επεκταθεί, να σχεδιάσει για το μέλλον και γενικά να προοδεύσει.

Η ανίχνευση της λειτουργίας μιας επιχείρησης είναι μια σοβαρή υπόθεση. Ενώ οι στατιστικές για το ποσοστό αποτυχίας των νέων επιχειρήσεων ποικίλλει, όλοι γνωρίζουν ότι είναι μεγάλο, ιδιαίτερα τα πρώτα λίγα χρόνια της ζωής της επιχείρησης. Η απόκτηση υπαρχουσών επιχειρήσεων ή γραμμών προϊόντων και οι επεκτάσεις των υπαρχουσών λειτουργιών έχουν αρκετά μεγαλύτερο ποσοστό επιτυχίας, οφειλόμενο στο μικρότερο βαθμό αβεβαιότητας. Όμως, ακόμα και σ'αυτές τις περιπτώσεις, τα θέματα είναι πολύπλοκα και τα συμφέροντα σημαντικά. Από αυτή τη σκοπιά, οι επιχειρηματίες πρέπει να δρουν με τρόπο που θα βελτιώνει τις πιθανότητες επιτυχίας. Σε κάθε περίπτωση σχεδόν, αυτό οδηγεί στη σχολαστική δημιουργία και παρακολούθηση κάποιων επιχειρηματικών σχεδίων. Η διαδικασία της συγγραφής ενός επιχειρηματικού σχεδίου θα δώσει την ευκαιρία στον επιχειρηματία να εξετάσει κάθε στοιχείο της σχεδιαζόμενης δραστηριότητας προσεκτικά. Αναμένεται ότι πολλά κακώς κείμενα θα εντοπισθούν και θα διορθωθούν μέσα από αυτή τη διαδικασία.

Στα κεφάλαια που ακολουθούν δίδεται το επιχειρηματικό σχέδιο μιας νέας μικρής κατασκευαστικής εταιρίας προκειμένου να φανεί η χρησιμότητα αυτού του σχεδίου γενικά, και στη περίπτωση μας ειδικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Συμπεράσματα – Σύνοψη	
5	
1.1 Όραμα και αποστολή	5
1.2 Περιγραφή της επιχειρήσεως	5
1.2.1 Ιστορικό	5
1.2.2 Οι στόχοι	6
1.2.3 Ανάγκες σε κεφάλαια	6
1.2.4 Η διευθυντική ομάδα	7
1.3 Ανάλυση του κλάδου και της αγοράς	8
1.3.1 Το προϊόν ή η υπηρεσία	8
1.3.2 Οι τάσεις της αγοράς	10
1.3.3 Ανάλυση της αγοράς	11
1.3.4 Έρευνα της αγοράς	12
1.3.5 Ανάλυση ανταγωνισμού	12
1.4 Στρατηγική του μάρκετινγκ	13
1.4.1 Τιμολογιακή πολιτική	13
1.4.2 Στρατηγική προωθήσεως	14
1.4.3 Διανομή	15
1.5 Σχέδιο λειτουργίας	15
1.5.1 Οι προμηθευτές	15
1.5.2 Πρόγραμμα παραγωγής – Λειτουργικές διαδικασίες	16
1.5.3 Κανονισμοί λειτουργίας	17
1.5.4 Ο ανθρώπινος παράγοντας	17
1.6 Χρηματοοικονομική ανάλυση	19
1.6.1 Το χρηματοοικονομικό σχέδιο	19
1.6.2 Μελλοντικά σχέδια	19
1.7 Χρηματοδότηση	20

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Οι υψηλοί στόχοι της επιχειρήσεως

21

2.1 Η παρούσα κατάσταση	21
2.1.1 Η παρούσα εικόνα της επιχείρησης	21
2.1.2 Το μάνατζμεντ των επιχειρήσεων	21
2.1.3 Προϊόντα ή υπηρεσίες	21
2.1.4 Περιγραφή περιβάλλοντος της αγοράς	22
2.1.5 Τιμολογιακή πολιτική και κερδοφορία	22
2.1.6 Οι πελάτες	22
2.1.7 Διανομή	22
2.2 Όραμα και αποστολή της επιχειρήσεως	23
2.2.1 Το όραμα	23
2.2.2 Η αποστολή	23
2.2.3 Οι στόχοι	24

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. Περιγραφή της επιχειρήσεως

25

3.1 Η επωνυμία της επιχειρήσεως	25
3.2 Νομική μορφή της επιχειρήσεως	25
3.3 Τοποθεσία της επιχειρήσεως	25
3.4 Διευθυντική ομάδα	26
3.5 Οργανογράμματα	27
3.6 Επιτελικό προσωπικό	28
3.7 Στρατηγικές συμμαχίες	28
3.8 Ασφάλιση της επιχειρήσεως	28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Ανάλυση του κλάδου και της αγοράς

29

4.1 Τάσεις του κλάδου	29
4.1.1 Ιστορική εξέλιξη του κλάδου και του προϊόντος	29
4.1.2 Παρούσα κατάσταση του κλάδου και του προϊόντος	30
4.1.3 Μελλοντικές προβλέψεις	30
4.1.4 Κοινωνικές τάσεις και προτιμήσεις που επηρεάζουν τον κλάδο	31
4.1.5 Αναγνώριση ευκαιριών στον κλάδο	32
4.2 Το προϊόν ή η υπηρεσία	32
4.2.1 Περιγραφή του προϊόντος ή της υπηρεσίας	32
4.2.2 Η αγορά – στόχος	34
4.2.3 Έρευνα αγοράς – «Προφίλ» του πελάτη	35
4.2.4 Ανάλυση ανταγωνισμού	36
4.2.5 Οι κίνδυνοι	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Στρατηγική του Μάρκετινγκ (σχέδιο μάρκετινγκ)

39

5.1 Στρατηγική πωλήσεων	39
5.2 Τιμολογιακή στρατηγική	40
5.2.1 Δομή περιθωρίου	40
5.3 Στρατηγική προωθήσεως	41
5.3.1 Διαφήμιση	41
5.3.2 Η διαφημιστική εκστρατεία	42
5.3.3 Αρχικό διαφημιστικό πρόγραμμα	42
5.3.4 Άλλοι τρόποι προωθήσεως	43
5.3.5 Τα ποσά για διαφήμιση	43
5.3.6 Δημόσιες σχέσεις	43
5.3.7 Στρατηγική δημοσιότητας	44
5.3.8 Εξυπηρέτηση πελατών	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. Σχέδιο λειτουργίας

46

6.1 Οι προμηθευτές	46
6.2 Όροι και συνθήκες αγορών	46
6.3 Σχέδιο παραγωγής – Διαδικασίες λειτουργίας	47
6.4 Κανονισμοί	50
6.5 Τοποθεσία	50
6.6 Οι Εγκαταστάσεις	52
6.7 Οι Ανθρώπινοι πόροι	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. Χρηματοοικονομικό σχέδιο

54

7.1 Οι υποθέσεις	54
7.2 Χρηματοοικονομικές καταστάσεις	54
7.2.1 Ανάλυση μικτού κέρδους	54
7.2.2 Προϋπολογισμός	56
7.2.3 Κατάσταση εισοδήματος	58
7.2.4 Ισοζύγιο	60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. Χρηματοδότηση

63

8.1 Οι ανάγκες σε κεφάλαια	63
8.2 Ανάγκες σε κεφάλαια κινήσεως	63
8.3 Βραχυπρόθεσμος και μακροπρόθεσμος δανεισμός	64
8.4 Το επίπεδο ασφαλείας για αυτό το δάνειο ή την επένδυση	64
8.5 Χρησιμοποίηση των κεφαλαίων	64
8.6 Χρόνος επιστροφής δανείων ή κεφαλαίων επενδύσεως	65
8.7 Συμπεράσματα	65

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΣΥΝΟΨΗ

1.1 Όραμα και αποστολή

Το 2001 δημιουργήθηκε η εταιρία Σ & Κ Νάκος Τεχνική Εταιρία Ο.Ε. προκειμένου να δραστηριοποιηθεί στην μελέτη και κατασκευή οικοδομών και οικισμών στην ευρύτερη περιοχή του νομού Μαγνησίας και κυρίως στην πόλη του Βόλου. Η επιχείρηση μπορεί να χαρακτηρίζεται ως τεχνική εταιρία ασχολούμενη με κατασκευαστικές, οικοδομικές, εργολαβικές και εμπορικές δραστηριότητες.

1.2 Περιγραφή της επιχειρήσεως

1.2.1 Ιστορικό

Η επιχείρηση λειτουργεί εδώ και ένα χρόνο και έχει μόλις ξεκινήσει τη κατασκευή ενός παραθαλάσσιου οικισμού στην περιοχή Πηλίου του νομού Μαγνησίας. Η νομική μορφή της Σ & Κ Νάκος Τεχνική Εταιρία είναι ομόρρυθμη με δυο εταίρους που κατέχουν από 50% ποσοστό και οι εγκαταστάσεις της βρίσκονται σε κεντρικό δρόμο στη πόλη του Βόλου.

Η διευθυντική μας ομάδα αποτελείται από τους Σταύρο και Κώστα Νάκο. Η εμπειρία του Κώστα βασίζεται σε προϋπηρεσία 25 ετών στην εταιρία Α. Νάκος

Ο.Ε. Η Α. Νάκος Ο.Ε., δραστηριοποιήθηκε στον ίδιο χώρο για περισσότερα από 25 χρόνια καταφέροντας να ηγηθεί της τοπικής αγοράς στον τομέα των κατασκευών. Με την αντικατάσταση του Α. Νάκου από τον Σ. Νάκο, δημιουργήθηκε η Σ&Κ Νάκος, η μόνη διάφορα της οποίας με την προηγούμενη είναι στο μετοχικό κεφάλαιο.

1.2.2 Οι στόχοι

Τα έσοδα που προβλέπονται για το έτος 2003 αναμένεται να είναι 1.300.000.000 δραχμές. Η ετήσια ανάπτυξη προβλέπεται να είναι 6% ανά έτος μέχρι το 2006. Επικρατεί η εντύπωση δε ότι εντός 5 ετών, η εταιρία θα βρίσκεται στην ευχάριστη θέση να είναι ο ηγέτης της τοπικής αγοράς και να αρχίσει τα βήματα της εκτός της περιοχής. Ο στόχος μας είναι να προωθήσουμε την εταιρία σε δεσπόζουσα θέση στην αγορά.

1.2.3 Ανάγκες σε κεφάλαια

Ανάλογα με τις ευκαιρίες και τις απαιτήσεις της εταιρίας όπως περιγράφονται σε αυτό το σχέδιο, και με βάση τις εκτιμήσεις μας που προέρχονται από λογικές υποθέσεις, οι αρχικές ανάγκες σε κεφάλαια υπολογίζονται σε 1.000.000.000 δραχμές για το Ιανουάριο του 2002.

Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος έχει αναπτυχθεί ένα πλήρες σχέδιο για να εντατικοποιήσει και να επιταχύνει τις δραστηριότητές μας στο μάρκετινγκ και

στις πωλήσεις, την ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών, στα μηχανολογικά, στη διανομή, και στην εξυπηρέτηση των πελατών μας. Για να επιτευχθούν οι στόχοι μας αυτοί, απαιτείται επένδυση για τους παρακάτω σκοπούς:

Μεγιστοποίηση των πωλήσεων με εκτεταμένη εκστρατεία για προώθηση του προϊόντος.

Ενίσχυση των υπηρεσιών εξυπηρέτησεως των πελατών για καλύτερο χειρισμό της αυξημένης ζήτησεως που δημιουργείται από την εισροή νέων παραγγελιών και την διεύρυνση των υπαρχόντων λογαριασμών.

Αύξηση του προσωπικού της επιχειρήσεως για ενίσχυση και διατήρηση της αναπτύξεως υπό το νέο σχέδιο μάρκετινγκ.

Αύξηση της έρευνας και αναπτύξεως για τη δημιουργία πρόσθετων συναφών προϊόντων καθώς και για καλύτερη παρουσίαση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων μας.

Προβλέπονται πρόσθετες ανάγκες σε επενδύσεις της τάξεως των 50.000.000 δραχμών αντίστοιχα για το έτος 2004 που θα μας επιτρέψουν να αυξήσουμε την παραγωγική δυναμικότητα για κάλυψη των αναγκών των πελατών μας.

1.2.4 Η διευθυντική ομάδα

Οι διευθυντές και τα άλλα βασικά στελέχη είναι οι εξής:

- * Νάκος Κώστας, Γεν. Διευθυντής.
- * Νάκος Σταύρος, υπεύθυνος Μελετών.
- * Κατσιγιάννης Χρήστος υπεύθυνος εργοταξίου.
- * Κακλαμάνου Σοφία υπεύθυνη λογιστηρίου.

* Καραγιάννη Βασιλική εξωτερικός συνεργάτης μελετών.

1.3 Ανάλυση του κλάδου και της αγοράς

1.3.1 Το προϊόν

Η εταιρία αυτή τη στιγμή προσφέρει στην αγορά εξοχικές κατοικίες και διαμερίσματα των 70-90 μ² , ανεγειρόμενα σε παραθαλάσσιο οικόπεδο προς την πλευρά του Παγασητικού κόλπου. Για το μέλλον προγραμματίζουμε την κατασκευή πολυκατοικίας, υπερπολυτελούς κατασκευής μεγάλων διαμερισμάτων εντός της πόλεως του Βόλου, στη πιο ακριβή περιοχή, με θέα τη θάλασσα καθώς και την κατασκευή εμπορικού κέντρου σε περιφερειακή περιοχή του πολεοδομικού συγκροτήματος της πόλης.

Τα προϊόντα μας δεν προστατεύονται από καμία διαδικασία, καθώς με την κατασκευή οικοδομών κατ' επάγγελμα μπορεί να ασχοληθεί ο καθένας χωρίς να απαιτείται καμία γνώση ή ικανότητα.

Η εταιρία αποτελεί συνέχεια και ακολουθεί την πολιτική της προκατόχου εταιρίας η οποία συνίσταται στην εξαντλητική διερεύνηση των τάσεων της αγοράς, τη διερεύνηση των απαιτήσεων ή προοπτικών της αγοράς ώστε να είμαστε πρωτοπόροι σε νέα προϊόντα. Η προκάτοχος εταιρία κατασκεύασε το πρώτο εμπορικό κέντρο του Βόλου, την πρώτη οικοδομή μεγάλης έκτασης για την στέγαση επαγγελματικών και επιστημονικών χώρων.

Μεγάλη σημασία δίνουμε στην μελέτη των κατασκευών. Πιστεύουμε ότι η πλήρης και σωστή μελέτη οδηγεί σε καλύτερες κατασκευές και στη συνολική μείωση του κόστους, παρόλο που το κόστος των μελετών μας υπερβαίνει το κόστος των μελετών του ανταγωνισμού. Βασική μας τακτική είναι όταν

αναληφθείσες εργασίες ξεκινούν, το μελετητικό τμήμα να ασχολείται με τις μελλοντικές κατασκευές, έτσι ώστε η εταιρία έγκαιρα να προγραμματίζει εργασίες επόμενων ετών.

Η ακολουθούμενη περιγραφείσα τακτική έχει φυσικά κόστος μελετών μεγάλο. Το υπολογίζουμε σε ποσοστό 7% περίπου του κόστους της κατασκευής, ποσοστό υψηλότερο εκείνου του ανταγωνισμού. Όμως αυτή η τακτική εξασφαλίζει αφ'ενός συνεχή απασχόληση αφετέρου ποιότητα κατασκευής, κατασκευή προϊόντων που εύκολα πουλιούνται και τελικά μικρότερο κόστος χρηματοδότησης.

Η λεπτομερής μελέτη των οικοδομών καθώς και η λεπτομερής περιγραφή των υλικών και του τρόπου κατασκευής που ακολουθούμε, όπως επίσης και η σχολαστική εκπλήρωση των υποχρεώσεων μας και τήρηση των κανονισμών που ισχύουν έχει δημιουργήσει ένα ισχυρό για την περιοχή εμπορικό όνομα.

Αποτέλεσμα αυτής της πολιτικής είναι η ευκολότερη εξεύρεση οικοπέδων για αντιπαροχή, υψηλότερες τιμές πωλήσεως και μείωση κόστους χρηματοδότησης.

Η εταιρία μας έχει φτάσει στο σημείο να έχει μόνιμους πελάτες, οι οποίοι βλέπουν την αγορά κατοικίας από εμάς σαν κερδοφόρα επένδυση.

1.3.2 Οι τάσεις της αγοράς

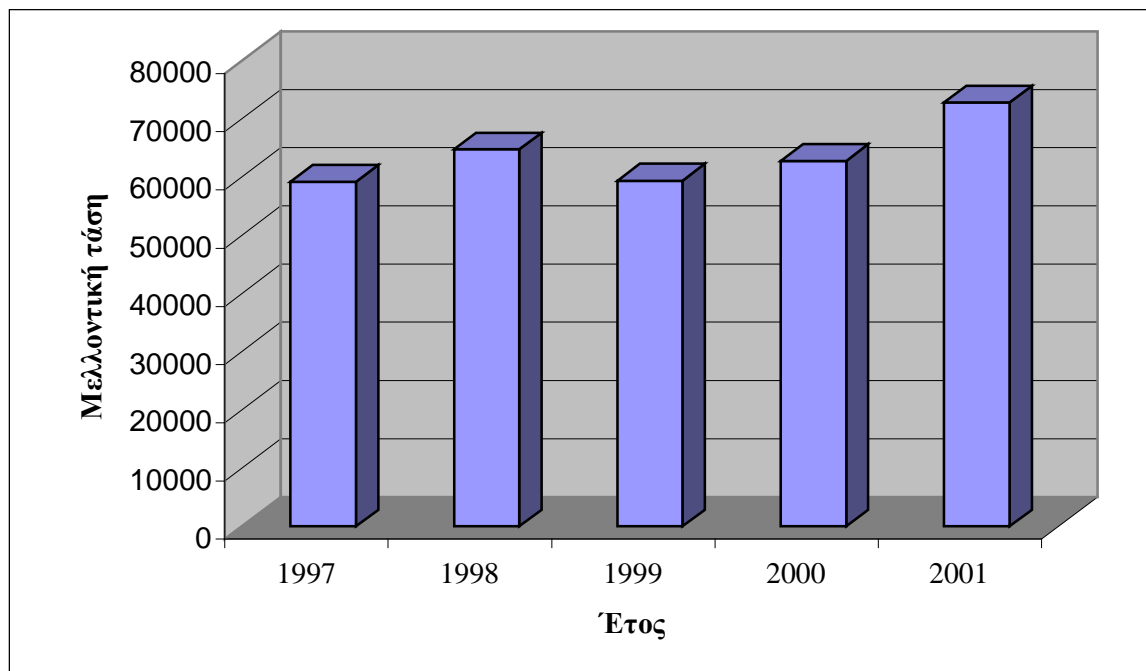
Οι οικοδομές και οι εξοχικοί οικισμοί αποτελούν μέρος της σειράς προϊόντων που παράγονται και παρέχονται από τον κλάδο των κατασκευών. Ο κλάδος αυτός αποτελεί από απόψεως αξίας παραγωγής και με βάση το προηγούμενο έτος έναν από τους βασικότερους της ελληνικής γενικότερα οικονομίας. Η

μελλοντική τάση, σύμφωνα με τα παρακάτω στοιχεία του πίνακα, φαίνεται να είναι αυξητική και τούτο θα οφείλεται κυρίως στην πτώση των επιτοκίων δανεισμού για αγορά κατοικίας.

Ο κατασκευαστικός κλάδος εξελίχθηκε ανοδικά κατά την προηγούμενη δεκαετία, όπως άλλωστε φαίνεται τόσο στον πίνακα 1 πιο κάτω όσο και στο διάγραμμα 1 που στηρίζεται σε αυτόν τον πίνακα. Να σημειωθεί ότι στον παρακάτω πίνακα, οι τιμές του κλάδου αντιστοιχούν σε οικοδομικό όγκο σε χιλιάδες μ^3 , μονάδα με την οποία μετριέται η διακύμανση στο συγκεκριμένο κλάδο. Επίσης η τιμή που αντιστοιχεί στο 2001 είναι εκτίμηση, καθώς τα επίσημα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας φθάνουν μέχρι τον Μάιο του 2001, και τα οποία δείχνουν μια άνοδο 16% στη περίοδο Ιανουαρίου-Μαΐου. Η περιοχή με τη μεγαλύτερη ανάπτυξη είναι η Αττική.

Πίνακας 1 : Οικοδομικός όγκος σε χιλιάδες μ^3 ανά έτος

Έτος	1997	1998	1999	2000	2001
Μελλοντική τάση	59246	64796	59410	62812	72860



Διάγραμμα 1: Τάση κατασκευαστικού κλάδου

(Πηγή : Εθνική Στατιστική Υπηρεσία)

1.3.3 Ανάλυση της αγοράς

Ο στόχος μας είναι διπλός. Πρώτος στόχος η κατασκευή οικοδομών που ζητάει η αγορά. Δεύτερος στόχος είναι η κατασκευή προϊόντων πρωτοποριακών τα οποία θεωρούμε βέβαιο ότι θα ζητηθούν, όπως φαίνεται από την τάση της αγοράς. Βασική αρχή μας είναι να κατασκευάζουμε από όλα τα ζητούμενα είδη. Προσπαθούμε να έχουμε προς διάθεση όλα τα προϊόντα που ζητάει η αγορά. Αναλυτικότερα,

- * Κατοικίες για τα μεσαία εισοδήματα, τα οποία λόγω της πτώσεως των επιτοκίων των στεγαστικών δανείων παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση.

- * Κατοικίες υψηλών κατασκευαστικών προδιαγραφών και μεγάλης έκτασης για υψηλά εισοδήματα.
- * Εξοχικά οικοδομήματα για τους κατοίκους της περιοχής οι οποίοι ολοένα και περισσότερο αναζητούν εξοχική κατοικία.
- * Εξοχικές κατοικίες για μόνιμους κάτοικους άλλων περιοχών
- * Εμπορικά καταστήματα

Τα μειονεκτήματα και οι δυσκολίες είναι ότι ο ανταγωνισμός, λόγω καλύτερων αρχικών όρων ιδίως στο σύστημα της αντιπαροχής, μας δημιουργεί δυσκολίες, καθώς λόγω της ποιότητας κατασκευής που η εταιρία μας προσφέρει, δίνει χαμηλότερες τιμές με αποτέλεσμα να χάνονται πωλήσεις όταν οι οικοπεδούχοι δεν έχουν τη δυνατότητα να εκτιμήσουν την ποιότητα κατασκευής σε σχέση με τα προσφερόμενα τετραγωνικά, σε βάθος χρόνου.

1.3.4 Έρευνα της αγοράς

Λεπτομερέστερα, η αγορά στόχος αποτελείται από δυνητικούς αγοραστές, που εντοπίζονται στις περιοχές ολόκληρης της Ελλάδας. Οι αγοραστικές τους συνήθειες αναφέρθηκαν και πιο πάνω. Από τις έρευνες της αγοράς που πραγματοποιήσαμε φαίνεται ότι προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι μας για το συγκεκριμένο ποσοστό της αγοράς που επιθυμούμε για την εταιρία μας χρειάζεται να προσφέρονται ανταγωνιστικές τιμές για τα προϊόντα.

1.3.5 Ανάλυση ανταγωνισμού

Ο ανταγωνισμός μπορεί να διακριθεί σε δυο κατηγορίες:

- * Στους οργανωμένους κατασκευαστές με όνομα στην αγορά
- * Στους περιστασιακούς οι οποίοι εμφανίζονται σε περιόδους ανόδου της αγοράς και αναστέλλουν τις δραστηριότητες τους σε περιόδους ύφεσης.

Η δεύτερη κατηγορία, επειδή δρα περιστασιακά, χωρίς πρόγραμμα και συνήθως χωρίς προοπτική, δεν μπορεί να αντιμετωπιστεί εύκολα. Κάνει τον κύκλο της, συνήθως δημιουργεί ζημία προκαλώντας στρεβλώσεις στην αγορά και κατόπιν εξαφανίζεται.

Η πρώτη κατηγορία επέλεξε το δρόμο της ποιότητας και της συνέπειας προκειμένου να αποκτήσει ταυτότητα και να δημιουργήσει έτσι συγκριτικό πλεονέκτημα.

Τα νέα προϊόντα, η έρευνα των τάσεων της αγοράς, η παρακολούθηση των νέων τεχνολογιών και τρόπων κατασκευής είναι το κύριο μας μέλημα προκειμένου να είμαστε ανταγωνιστικοί. Τα προϊόντα μας είναι καλύτερα ως προς την ποιότητα κατασκευής, το χρόνο παράδοσης και σχεδίασης. Είναι λίγο πιο ακριβά, δηλαδή δίνουμε μικρότερη αντιπαροχή και πουλάμε ακριβότερα. Η συνεχής προσπάθεια μας είναι να αναδεικνύουμε τα πλεονεκτήματά μας και να πείθουμε για το ότι η υψηλότερη τιμή είναι τελικά προς όφελος του πελάτη.

1.4 Στρατηγική του μάρκετινγκ

1.4.1 Τιμολογιακή πολιτική

Η εταιρία μας έχει ως αρχή της τιμολογιακής της πολιτικής να παρακολουθεί στενά τις τοπικές εξελίξεις στη διαμόρφωση των συντελεστών κόστους των προϊόντων της καθώς βέβαια και τις εξελίξεις στις τιμές των ανταγωνιστών της

και να προσπαθεί να ηγείται σε διαμόρφωση των τιμών στην αγορά - στόχος. Υπάρχει μια κλιμάκωση στις τιμές ανάλογα με τον πελάτη, το μέγεθος αυτού, την πίεση του ανταγωνισμού σε διάφορες περιοχές κ.λ.π.

Οι τιμές αυτές είναι αποδεκτές από την αγορά, και αυτό μας δίνει τη βεβαιότητα ότι θα προσεγγίσουμε το στόχο που θέσαμε, δηλαδή το μερίδιο που επιθυμούμε από την αγορά.

Να σημειωθεί ότι με τις τιμές αυτές, όπως προκύπτουν από την τιμολογιακή μας στρατηγική, δημιουργείται ικανοποιητικό κέρδος για την επιχείρηση, ακόμα και όταν με βάση τις τιμές αυτές χορηγείται έκπτωση σε επιλεγμένους πελάτες της τάξεως του 2 % στο τέλος της αγοράς, με βάση βέβαια τον όγκο των αγορών.

Έχει βρεθεί, με βάση την ανάλυση του νεκρού σημείου ως προς τις τιμές, ότι η τιμή μας γίνεται μη κερδοφόρος αν μειωθεί 20% από τα επίπεδα που υπάρχουν τώρα. Πράγμα που σημαίνει ότι, ακόμα και αν ο ανταγωνισμός επιτεθεί με σημαντική μείωση των τιμών του, το περιθώριο που αναφέρθηκε πιο πάνω προσφέρει δυνατότητες ελιγμών χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες που θα δημιουργούσαν αναταραχή ή και πανικό.

Η τιμή μας δικαιολογείται επειδή το κόστος, όπως διαμορφώνεται τελικά, είναι ικανοποιητικό. Τούτο οφείλεται στην νέα τεχνολογία που χρησιμοποιεί η επιχείρησή μας, στην οικονομία κλίμακας που επιτυγχάνουμε, και στο σχολαστικό έλεγχο των διαφόρων εξόδων.

1.4.2 Στρατηγική προωθήσεως

Αυτή τη στιγμή δεν χρησιμοποιούμε κάποιες συγκεκριμένες δραστηριότητες προκειμένου να προωθήσουμε τις πωλήσεις μας, καθώς στον χώρο μας, η

διαφήμιση είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούμε για να προωθήσουμε τους οικισμούς εκτός πόλεως είναι διαφημιστικά φυλλάδια τα οποία διανέμονται σε ενδιαφερόμενους. Στις κατασκευές εντός πόλεως, τοποθετείται διαφημιστική ταμπέλα με το όνομα της εταιρίας και των σχεδιαστών. Είθισται να αποτελεί διαφήμιση η ίδια η κατασκευή. Επίσης, η εταιρία περιλαμβάνει στα πλάνα της την δημιουργία ιστοσελίδας στο διαδίκτιο, μέσα από την οποία θα διαφημίζονται τα προϊόντα της. Με αυτό το τρόπο διευρύνει την αγορά, στην οποία απευθύνεται, σε παγκόσμιο επίπεδο.

1.4.3 Διανομή

Όπως αναφέρθηκε ήδη η αγορά - στόχος της εταιρίας μας είναι τοπική, περιφερειακή και εθνική, ενώ διακρίνεται σε καταναλωτική, λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών του προϊόντος μας. Διαθέτουμε ένα κεντρικό τεχνικό γραφείο στην πόλη του Βόλου, όπου γίνονται όλες οι φάσεις από την μελέτη μέχρι την πώληση.

1.5 Σχέδιο λειτουργίας

1.5.1 Οι προμηθευτές

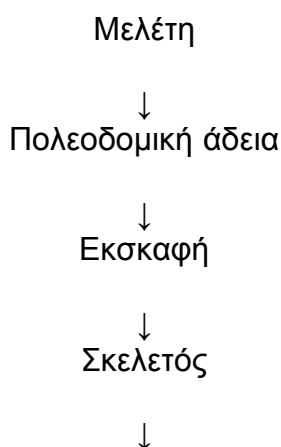
Ως γνωστόν η σωστή προμήθεια υλικών και άλλων εισροών αποτελεί σπουδαίο πλεονέκτημα για την επιχείρηση. Γι' αυτό το λόγο διαθέτουμε αξιόπιστους προμηθευτές, όπως Ιντερμπετόν Α.Ε., Σοβέλ Α.Ε., Λάμπρου Α.Ε., Βιωσόλ Α.Ε., Καραίσκος Ο.Ε.

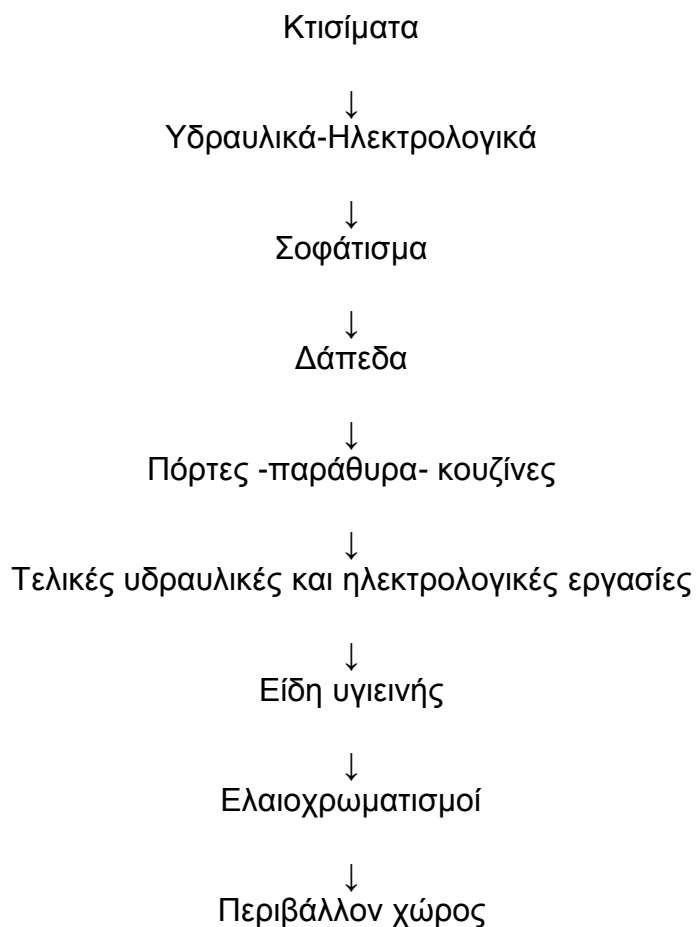
Βρίσκονται σε προσιτές περιοχές και οι παραδόσεις τους είναι έγκαιρες και αξιόπιστες. Από αυτούς τους προμηθευτές προμηθευόμαστε περίπου το 80% των αγορών μας. Οι προμήθειες μας δίνονται με πίστωση 30 ημερών χωρίς τον υπολογισμό τόκου.

Δεν υπάρχουν περιορισμοί ή όροι προμήθειας, ενώ η διαθεσιμότητα των υλικών φαίνεται εξασφαλισμένη. Δεν υπάρχουν αποκλειστικά δικαιώματα επί των προϊόντων, ενώ οι φορτώσεις γίνονται άμεσα και οι παραδόσεις αυθημερόν, συνήθως.

1.5.2 Πρόγραμμα παραγωγής – Λειτουργικές διαδικασίες

Η διαδικασία παραγωγής έχει όπως στο διάγραμμα ροής που δίδεται πιο κάτω. Η οργάνωση της παραγωγής μας, που γίνεται με μηχανολογικό εξοπλισμό σύγχρονο, παρακολουθεί συνεχώς τον χρονικό προγραμματισμό που γίνεται με τη βοήθεια ειδικού λογισμικού, αντιμετωπίζει και λύνει προβλήματα συνωστισμού καθώς και άλλα προβλήματα που παρουσιάζονται καθημερινά σε κάθε παραγωγή, με αποτέλεσμα οι παραδόσεις να είναι αξιόπιστες και σύμφωνα με το χρονοπρόγραμμα.





Διάγραμμα 2: διάγραμμα ροής τυπικής οικοδομής για κατοικίες

1.5.3 Κανονισμοί λειτουργίας

Η φορολογία της επιχειρήσεώς μας γίνεται σύμφωνα με τον κώδικα φορολογικών στοιχείων χωρίς ιδιαίτερη μεταχείριση.

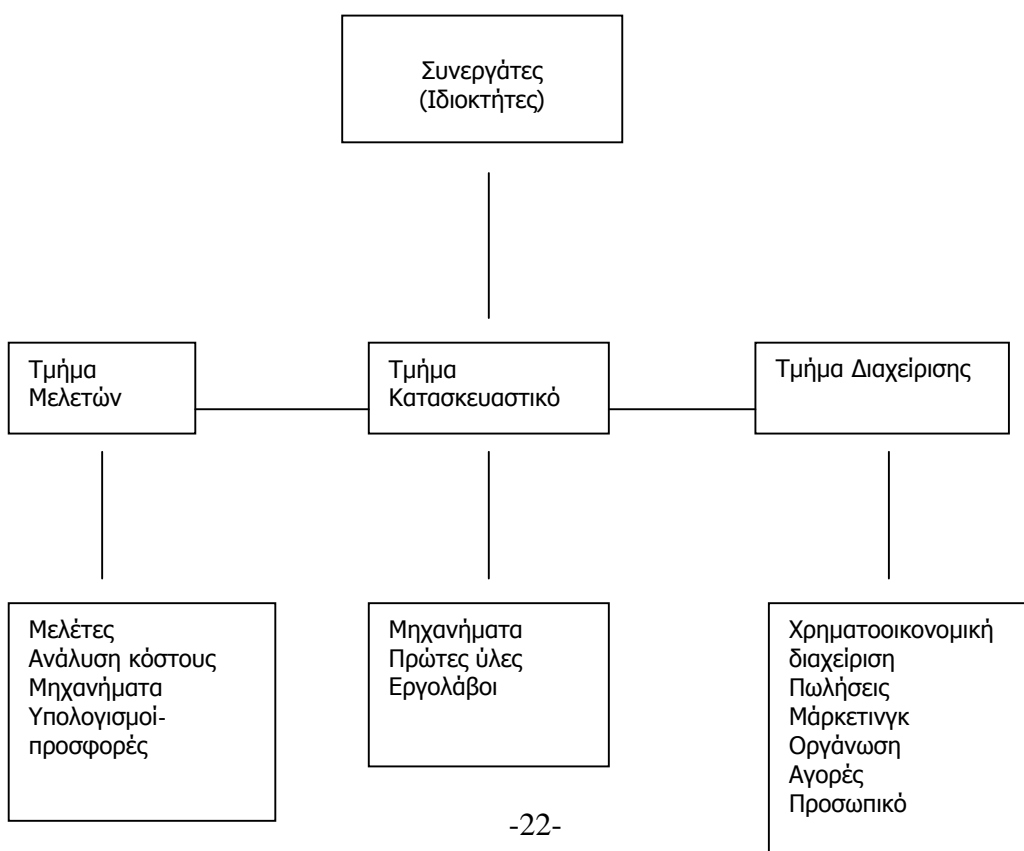
Η εταιρία μας δεν χρειάζεται να διαθέτει άδεια χρήσεως τεχνολογίας από καμία εταιρία για την παραγωγή του προϊόντος.

1.5.4 Ο ανθρώπινος παράγοντας

Η διευθυντική μας ομάδα αναγνωρίζει ότι απαιτείται πρόσθετο κατάλληλο προσωπικό για την καλύτερη υποστήριξη του μάρκετινγκ, των πωλήσεων, της έρευνας και αναπτύξεως και των άλλων λειτουργιών της εταιρίας.

Σήμερα, η Σ&Κ Νάκος, διαθέτει 5 άτομα. Όμως, τα επόμενα πέντε χρόνια θα απαιτούνται άλλα 5 άτομα προκειμένου να καλυφθούν οι απαιτήσεις για την προβλεπόμενη αγορά, που κατανέμονται ως εξής: μάρκετινγκ 1, διοικητικοί 2, μηχανικοί 2.

Το οργανόγραμμα της επιχειρήσεως έχει όπως στο διάγραμμα 3 που ακολουθεί:



Διάγραμμα 3: Το οργανόγραμμα της Σ & Κ Νάκος Τεχνική Εταιρία Ο.Ε.

1.6 Χρηματοοικονομική ανάλυση

Ο στόχος μας αυτή τη στιγμή είναι να προωθήσουμε την εταιρία σε μια σημαντική θέση στην αγορά. Αισθανόμαστε ότι σε 3 χρόνια η εταιρία θα είναι σε θέση για επέκταση.

1.6.1 Το χρηματοοικονομικό σχέδιο

Τα έξοδα ενάρξεως λειτουργίας της εταιρίας ανέρχονται σε 20.000.000 δρχ. Οι επισυναπτόμενες χρηματοοικονομικές καταστάσεις των προβλεπόμενων ισολογισμών δείχνουν ότι η δυνατότητα επιστροφής του κεφαλαίου επενδύσεως βρίσκεται στα 2 χρόνια. Αυτό μπορεί να γίνει λόγω του ότι τα κέρδη υπολογίζονται να είναι, μετά τους φόρους και τις αποσβέσεις, και κατά έτος, για τα επόμενα πέντε χρόνια: 262.500.000 δρχ.

1.6.2 Μελλοντικά σχέδια

Η εταιρία θα προσπαθήσει ανάλογα με τις εξελίξεις της αγοράς και με τη βοήθεια της έρευνας και της αναπτύξεως που διαθέτει να παρουσιάσει στην αγορά νέα προϊόντα μέσα στο πλαίσιο της ανανεώσεως της ποικιλίας των

προϊόντων και στην ανάγκη αλλαγών και καινοτομιών. Πιστεύουμε ότι θα παρακολουθήσουμε ή και ότι θα οδηγήσουμε τις εξελίξεις σε αυτόν τον τομέα.

Οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει η εταιρία καθώς αρχίζει να εισέρχεται και να επεκτείνεται στην αγορά είναι:

* Η αβεβαιότητα για τη συνέχιση της αυξήσεως της ζήτησης ή ότι η ζήτηση να μην συμβαδίζει με την αύξηση της προσφοράς του, οπότε η εταιρία μπορεί να αντιμετωπίσει εντονότερο ανταγωνισμό και να καταστεί έτσι ανίκανη να πωλήσει πολλές μονάδες του προϊόντος της προκειμένου να διατηρήσει τον όγκο παραγωγής και τα περιθώρια κέρδους.

* Οι κλιματολογικές συνθήκες, ο καιρός δηλαδή, θα μπορούσαν να αποτελέσουν κίνδυνο (ρίσκο) για την επιχείρησή μας. Γι' αυτό η εταιρία έχει φροντίσει για την καλή διαχείριση τέτοιων κρίσεων προκειμένου να προστατευθεί έναντι καταστροφικών καιρικών συνθηκών όπως π.χ. για φωτιά, πλημμύρα ή ανομβρία.

Χωρίς αυτές τις προβλέψεις, μια μεγάλη φυσική καταστροφή, όπως σεισμός, θα μπορούσε να επηρεάσει δυσμενώς την εταιρία μας, προξενώντας καταστροφές στην κατασκευή η οποία θα βρίσκεται υπό κατασκευή και δεν θα είναι έτοιμη να αντεπεξέλθει στα φορτία του σεισμού.

1.7 Χρηματοδότηση

Έγινε φανερό ότι η επιχείρησή μας μπορεί να μην ζητήσει δάνειο. Μαζί με το κεφάλαιο που ήδη διαθέτουμε και που ανέρχεται σε 1.000.000.000 δρχ

Επιχειρηματικό σχέδιο εταιρείας Σ&Κ ΝΑΚΟΣ Ο.Ε.

πιστεύουμε ότι θα δημιουργήσουμε πολύ γρήγορα τα αποτελέσματα που αρκετά συντηρητικά αναπτύξαμε παραπάνω.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΟΙ ΥΨΗΛΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ

2.1 Η παρούσα κατάσταση

2.1.1 Η παρούσα εικόνα της επιχείρησης

Η Σ&Κ Νάκος ιδρύθηκε το 2001 και βρίσκεται τώρα στην έναρξη της. Η Σ&Κ Νάκος μπορεί καλύτερα να περιγραφεί ως τεχνική εταιρία ασχολούμενη με κατασκευαστικές, οικοδομικές, εργολαβικές και εμπορικές δραστηριότητες.

2.1.2 Το μάνατζμεντ της επιχείρησης

Οι περισσότεροι από την ομάδα του μάνατζμεντ βρίσκονται ήδη στις θέσεις τους, απαιτείται όμως, διευθυντής λογιστηρίου προκειμένου να συμπληρωθεί η διευθυντική μας ομάδα. Επίσης θα προσλάβουμε 2 υπαλλήλους προκειμένου να καλύψουμε τις ακόλουθες θέσεις: βοηθός υπευθύνου εργοταξίου και βοηθός στο τμήμα μελετών.

2.1.3 Προϊόντα ή υπηρεσίες

Επί του παρόντος το συγκρότημα εξοχικών κατοικιών βρίσκεται στην αρχική του φάση κατασκευής, δηλαδή στις θεμελιώσεις των κατοικιών.

2.1.4 Περιγραφή περιβάλλοντος της αγοράς

Η αγορά εμφανίζεται ανοδική τα τελευταία 2 χρόνια, κυρίως λόγω της πτώσης των επιτοκίων δανείων για αγορά πρώτης κατοικίας. Έτσι επιχειρούμε τώρα να υπογράψουμε όσο το δυνατόν πιο συμφέρουσες αντιπαροχές κατασκευής πολυκατοικιών για να ανταποκριθούμε στην αυξανόμενη ζήτηση.

2.1.5 Τιμολογιακή πολιτική και κερδοφορία

Οι τρέχουσες τιμές είναι ανοδικές και τα κέρδη ανάλογα ανοδικά, όμως το κόστος κατασκευής έχει και αυτό ανοδική πορεία και χρειάζεται αυξημένη προσοχή στην ταμειακή ροή.

2.1.6 Οι πελάτες

Οι υπάρχοντες πελάτες χρησιμοποιούν τις κατασκευές για κατοικία, εξοχικά και εμπορικούς, επαγγελματικούς χώρους.

2.1.7 Διανομή

Διαθέτουμε ένα τεχνικό γραφείο κεντρικό στην πόλη του Βόλου στο νομό Μαγνησίας, όπου γίνονται όλες οι φάσεις από την μελέτη μέχρι την πώληση.

2.2 Όραμα και αποστολή της επιχειρήσεως

2.2.1 Το όραμα

Το έτος 2010 η Σ&Κ Νάκος θα είναι πολύ γνωστή από το γεγονός ότι θα διαθέτει το καλύτερο προϊόν στην κατηγορία του κατασκευαστικού κλάδου, παρουσιαζόμενη πλέον ως ο ηγέτης στην τοπική αγορά.

Οι πωλήσεις μας τότε αναμένονται να φθάσουν τις 2.000.000.000 δρχ. και φυσικά θα αυξάνονται αυξανόμενων των προσπαθειών μας για παραπέρα προώθηση των προϊόντων μας.

2.2.2 Η αποστολή

Προκειμένου να επιτευχθεί το όραμα, η Σ&Κ Νάκος δεσμεύεται για τα ακόλουθα: Αποστολή της Σ&Κ Νάκος είναι να παρέχει καινοτομικά, πρακτικά και κορυφαίας ποιότητας προϊόντα που θα βελτιώνουν την ποιότητα ζωής των ανθρώπων.

Πιστεύουμε ότι η πρώτη μας υποχρέωση είναι προς τους νέους αγοραστές που χρησιμοποιούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας. Η ισχυρή μας οικονομική θέση θα μας καταστήσει ικανούς να μεταπηδήσουμε στην ανέγερση οικισμών και στα δημόσια έργα.

Για να εκτελείται καθημερινά το επιχειρησιακό πρόγραμμα προσπαθούμε να:

- * Έχουμε υπαλλήλους με πειθαρχία, συνέπεια και εργατικότητα.
- * Ακολουθούμε τη φιλοσοφία ότι οι πελάτες μας πρέπει να ικανοποιούνται στο μέγιστο δυνατό βαθμό.
- * Θεωρούμαστε ως κατασκευαστικός όμιλος με διάθεση για βελτίωση ζωής μέσα σε μια μεγαλούπολη.

2.2.3 Οι στόχοι

Η Σ&Κ Νάκος προκειμένου να πετύχει στην αποστολή της με τον τρόπο που περιγράφεται σε αυτήν, χρειάζεται να πετύχει τους παρακάτω στρατηγικούς στόχους:

Η Σ&Κ Νάκος κατά το Αύγουστο του 2001, θα έχει ξεκινήσει την κατασκευή ενός οικισμού παραθαλάσσιου στη περιοχή Πηλίου του νομού Μαγνησίας.

Τα προϊόντα. Κατά το Μάιο του 2003, θα έχει τελειώσει την κατασκευή του παραπάνω οικισμού, έχοντας παράλληλα ξεκινήσει τρεις αντιπαροχές οικοπέδων στη πόλη του Βόλου.

Θα έχουμε μια βάση πελατών πάνω από 50. Θα επεκτείνουμε τις εμπορικές μας δραστηριότητες σε περιοχές μέσα στο νομό Μαγνησίας.

Η εταιρία κατά το 2003, θα πουλήσει, αφού ολοκληρωθεί η κατασκευή τους, τις κατοικίες του οικισμού.

Για το 2003 οι συνολικές πωλήσεις αναμένονται να είναι 1.300.000.000 δρχ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ

3.1 Η επωνυμία της επιχείρησης

Η νομική ονομασία της εταιρείας Σ&Κ Νάκος είναι Σταύρος και Κώστας Νάκος Τεχνική Εταιρία Βόλου Ο.Ε.

3.2 Νομική μορφή της επιχείρησης

Η νομική μορφή της Σ&Κ Νάκος είναι ομόρρυθμη εταιρία με ποσοστό 50% έκαστος.

3.3 Τοποθεσία της επιχείρησης

Η Σ&Κ Νάκος είναι εγκατεστημένη στην πόλη του Βόλου, πρωτεύουσα του νομού Μαγνησίας.

Η έκταση που καταλαμβάνει ο στεγασμένος χώρος ανέρχεται σε 400 τ.μ. και βρίσκεται σε οικόπεδο εκτάσεως 250 τ.μ. Ο χώρος αυτός επιλέχθηκε λόγω της δυνατότητας καλύτερης εξυπηρέτησεως από απόψεως μεταφορών και προσβάσεως των υπαλλήλων, καλών παροχών προστασίας και εγγύτητας στις πηγές προμηθειών.

Μια αναλυτικότερη παρουσίαση της τοποθεσίας δίνεται παρακάτω:

- * Διεύθυνση Σ.Σπυρίδη 93, Βόλος.
- * Κόστος ανά τ.μ.150,000 δρχ.
- * Κεντρικός εμπορικός δρόμος της πόλεως .
- * Διαθεσιμότητα 6 θέσεων parking.
- * Άριστη ποιότητα παρεχόμενων δημόσιων υπηρεσιών όπως αστυνόμευση, πυροσβεστική υπηρεσία, κ.λ.π.
- * Γειτονικά καταστήματα και γραφεία δημιουργούν ένα άριστο επιχειρηματικό κλίμα, καθώς εξυπηρετούν καθημερινά εκατοντάδες πελάτες.
- * Άριστη καταλληλότητα και διαθεσιμότητα υπηρεσιών κοινής ωφέλειας όπως νερό, ηλεκτρισμός, τηλέφωνα, αέριο, κ.λ.π.
- * Ποσοστά φορολογίας 25%.
- * Αξιολόγηση της τοποθεσίας σε σχέση με εκείνη του ανταγωνισμού: κεντρικότατο σημείο με εύκολη πρόσβαση και θέση παρκαρίσματος, καθώς και το επιβλητικό κτίριο, δημιουργούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

3.4 Διευθυντική ομάδα

Η διευθυντική μας ομάδα αποτελείται από τους Σταύρο και Κώστα Νάκο. Η εμπειρία του Κώστα βασίζεται σε προϋπηρεσία 25 ετών στην εταιρία Α. Νάκος Ο.Ε.

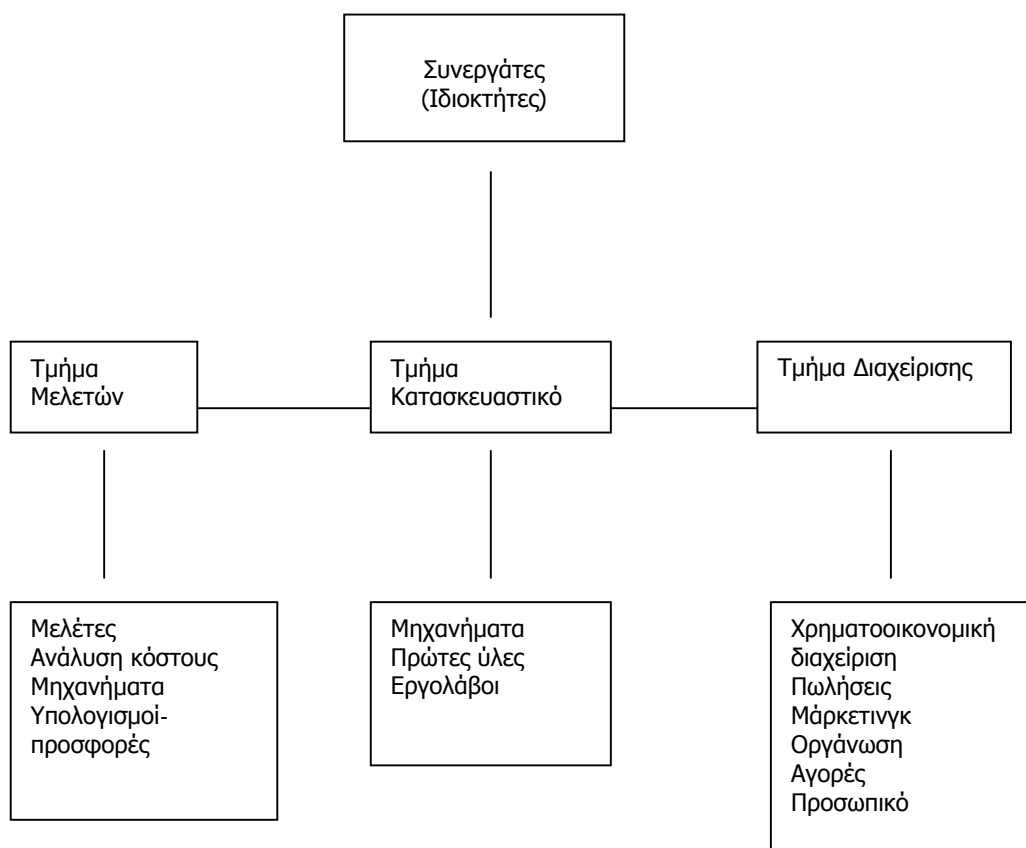
Η Α. Νάκος Ο.Ε., δραστηριοποιήθηκε στον ίδιο χώρο για περισσότερα από 25 χρόνια καταφέροντας να ηγηθεί της τοπικής αγοράς στον τομέα των κατασκευών. Με την αντικατάσταση του Α. Νάκου από τον Σ. Νάκο,

δημιουργήθηκε η Σ&Κ Νάκος, η μόνη διάφορα της οποίας με την προηγούμενη είναι στο μετοχικό κεφάλαιο.

Αναλυτικότερα, οι διευθυντές και τα άλλα βασικά στελέχη είναι οι εξής:

- * Νάκος Κώστας, Γεν. Διευθυντής.
- * Νάκος Σταύρος, υπεύθυνος Μελετών.
- * Κατσιγιάννης Χρήστος υπεύθυνος εργοταξίου.
- * Κακλαμάνου Σοφία υπεύθυνος λογιστηρίου.
- * Καραγιάννη Βασιλική εξωτερικός συνεργάτης μελετών.

3.5 Οργανογράμματα



Διάγραμμα 4: Το οργανόγραμμα της Σ & Κ Νάκος Τεχνική Εταιρία Ο.Ε.

3.6 Επιτελικό προσωπικό

Η διευθυντική μας ομάδα αναγνωρίζει ότι απαιτείται πρόσθετο κατάλληλο προσωπικό για την καλύτερη υποστήριξη του μάρκετινγκ, των πωλήσεων, της έρευνας και αναπτύξεως και των άλλων λειτουργιών της εταιρίας.

Σήμερα, η Σ&Κ Νάκος, διαθέτει 5 άτομα. Όμως, τα επόμενα πέντε χρόνια θα απαιτούνται άλλα 5 άτομα προκειμένου να καλυφθούν οι απαιτήσεις για την προβλεπόμενη αγορά, που κατανέμονται ως εξής: μάρκετινγκ 1, διοικητικοί 2, μηχανικοί 2.

3.7 Στρατηγικές συμμαχίες

Η Σ&Κ Νάκος έχει αναπτύξει ορισμένες πολύ σπουδαίες σχέσεις με μεγάλες εταιρίες στον κατασκευαστικό κλάδο. Παρακάτω δίδεται ένας κατάλογος των σχέσεων που έχουν αναπτυχθεί σε τεχνολογικά θέματα, συμφωνίες για κοινό μάρκετινγκ, συμφωνίες προμηθειών, κοινές προσπάθειες για ανάπτυξη ή και άλλα: Συγκεκριμένα, με την Σιδενόρ Α.Ε. στον τομέα προμηθειών οπλισμένου σκυροδέματος και με το Τμήμα Πολιτικών Μηχανικών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας στο τομέα έρευνας.

3.8 Ασφάλιση της επιχειρήσεως

Επιχειρηματικό σχέδιο εταιρείας Σ&Κ ΝΑΚΟΣ Ο.Ε.

Η εταιρία δεν ασφαρίζεται, καθώς το νομικό πλαίσιο δεν υποχρεώνει τις κατασκευαστικές εταιρίες να ασφαλίζουν τα προϊόντα τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ

ΑΓΟΡΑΣ

4.1 Τάσεις του κλάδου

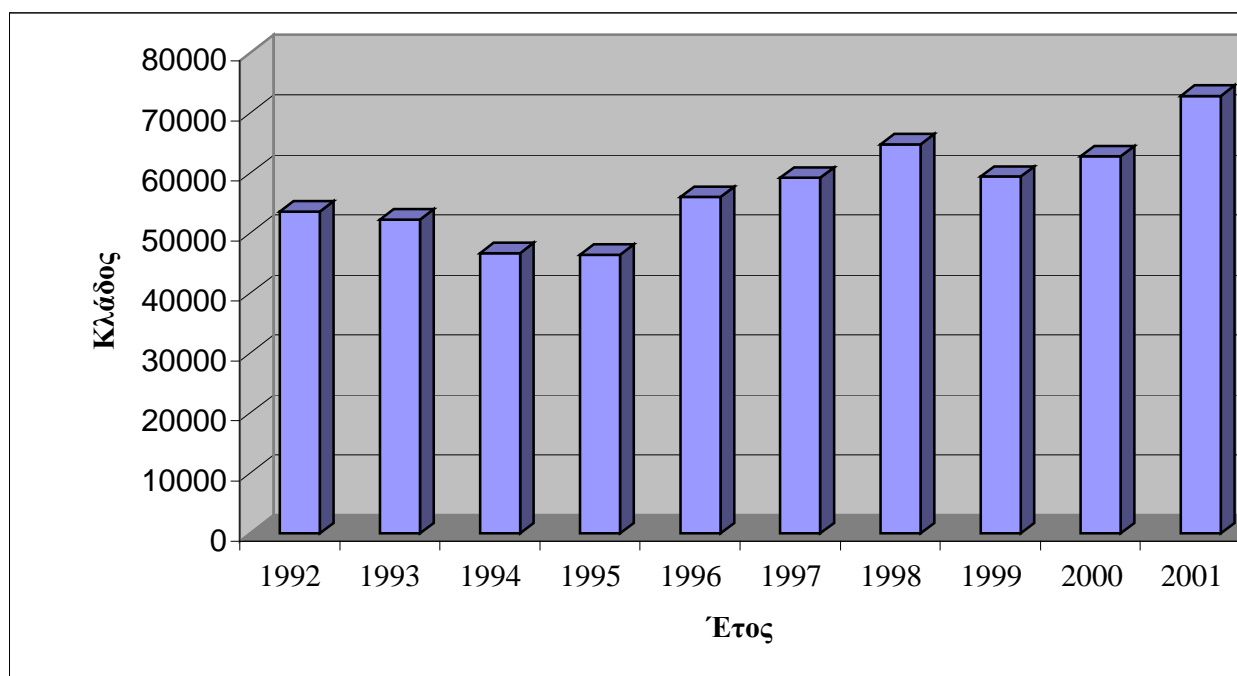
Η αγορά κατοικίας αναπτύσσεται με γρήγορο ρυθμό. Διάφορες μελέτες συμφωνούν ότι η κυριότερη τάση στον κλάδο είναι ανοδική και εκδηλώνεται ήδη προς την ανάπτυξη οικισμών εκτός πόλεως. Η περιοχή με την μεγαλύτερη ανάπτυξη στην αγορά είναι η Αττική. Για την περιοχή της Μαγνησίας δεν υπάρχουν επίσημα στατιστικά στοιχεία, καθώς η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία την περιλαμβάνει στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλίας.

4.1.1 Ιστορική εξέλιξη του κλάδου και του προϊόντος

Ο κατασκευαστικός κλάδος εξελίχθηκε ανοδικά κατά την προηγούμενη δεκαετία, όπως άλλωστε φαίνεται τόσο στον πίνακα πιο κάτω όσο και στο διάγραμμα που στηρίζεται σε αυτόν τον πίνακα. Να σημειωθεί ότι στον παρακάτω πίνακα, οι τιμές του κλάδου αντιστοιχούν σε οικοδομικό όγκο σε χιλιάδες μ³, μονάδα με την οποία μετρείται η διακύμανση στο συγκεκριμένο κλάδο. Επίσης η τιμή που αντιστοιχεί στο 2001 είναι εκτίμηση, καθώς τα επίσημα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας φθάνουν μέχρι τον Μάιο του 2001, και τα οποία δείχνουν μια άνοδο 16% στη περίοδο Ιανουαρίου-Μαΐου.

Πίνακας 2 Οικοδομικός όγκος σε χιλιάδες μ³ ανά έτος

Έτος	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Κλάδος	53581	52248	46672	46402	56028	59246	64796	59410	62812	72860
Μεταβολή %	-10.8	-2.5	-10.7	-0.6	20.7	5.7	9.4	-8.3	5.7	16



Διάγραμμα 4

(Πηγή : Εθνική Στατιστική Υπηρεσία)

4.1.2 Παρούσα κατάσταση του κλάδου και του προϊόντος

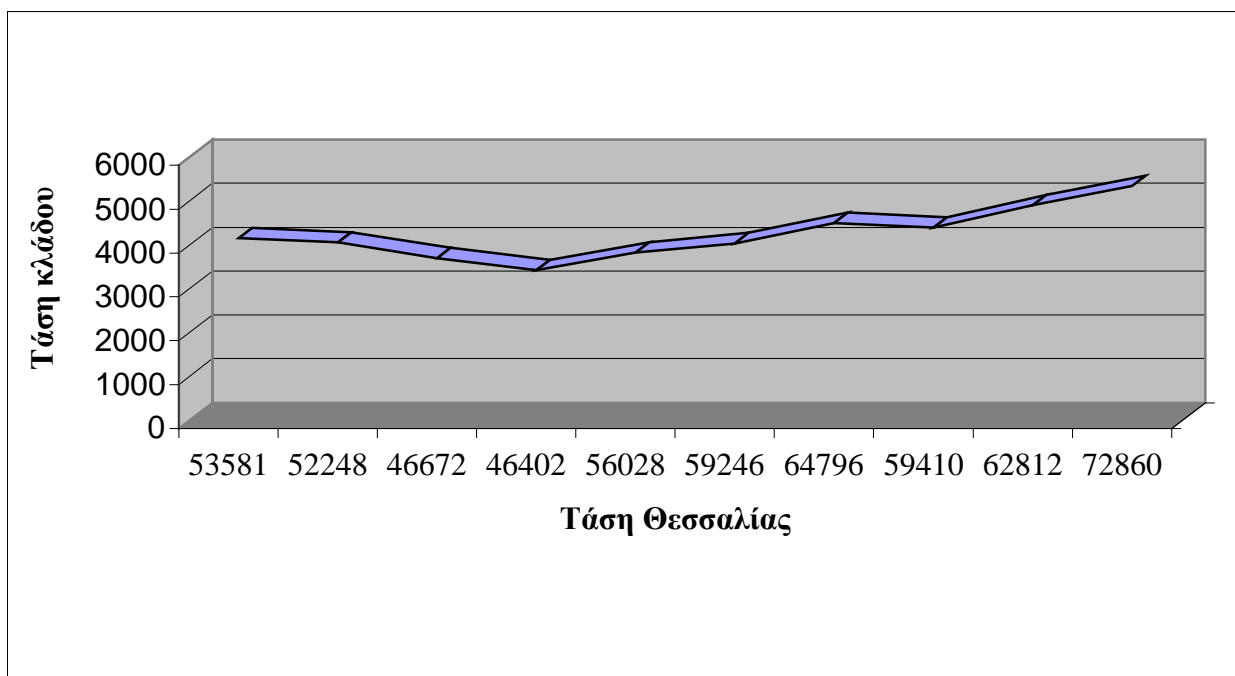
Όπως αναφέρθηκε και στην αρχή αυτού του κεφαλαίου και όπως φαίνεται στον πίνακα 2 και διάγραμμα 4 η παρούσα κατάσταση είναι ενθαρρυντική, τόσο πανελλαδικά, όσο και στην Θεσσαλία.

4.1.3 Μελλοντικές προβλέψεις

Όπως φαίνεται από την προβολή της τάσεως του κλάδου αλλά και από την τάση της οικοδομικής δραστηριότητας στη Θεσσαλία, στο παρακάτω διάγραμμα, η μελλοντική εξέλιξη θα είναι ευνοϊκή αφού η γραμμή της τάσεως φαίνεται, έστω και με το πιο συντηρητικό σενάριο, ανοδική.

Πίνακας 3 Οικοδομικός όγκος σε χιλιάδες μ³ ανά έτος

Τάση κλάδου	53581	52248	46672	46402	56028	59246	64796	59410	62812	72860
Τάση Θεσσαλίας	4160	4062	3704	3433	3837	4046	4508	4402	4913	5357



Διάγραμμα 5

(Πηγή : Εθνική Στατιστική Υπηρεσία)

4.1.4 Κοινωνικές τάσεις και προτιμήσεις που επηρεάζουν τον κλάδο

Η ανοδική μελλοντική τάση στον κλάδο επηρεάζεται τόσο από το γεγονός της βελτιώσεως του εισοδήματος του πληθυσμού, όσο και από της αλλαγές των συνθηκών που οφείλονται στις νέες οικονομικές εξελίξεις. Αναλυτικότερα, τα επιτόκια δανεισμού έχουν μειωθεί σημαντικά, με αποτέλεσμα τους ευνοϊκότερους όρους δανεισμού για αγορά κατοικίας. Επίσης, η επένδυση σε γη και ακίνητα τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί σημαντικά.

4.1.5 Αναγνώριση ευκαιριών στον κλάδο

Λόγω των οικονομικών και κοινωνικών εξελίξεων, αναμένεται σύντομα να δημιουργηθούν νέες ευκαιρίες για νέα προϊόντα ή συμπληρωματικά τους, όπως για οικισμούς εκτός πόλεως, κυρίως εξοχικών κατοικιών. Αυτό το γεγονός θα ωθήσει την επιχείρηση σε νέα ανάπτυξη που προβλέπεται να είναι σημαντική. Προς αυτήν την κατεύθυνση θα βοηθήσει σημαντικά η έρευνα και ανάπτυξη που θα λειτουργεί συνεχώς στην εταιρία μας.

4.2 Το προϊόν

4.2.1 Περιγραφή του προϊόντος

Η εταιρία αυτή τη στιγμή προσφέρει στην αγορά εξοχικές κατοικίες και διαμερίσματα των 70-90 μ², ανεγειρόμενα σε παραθαλάσσιο οικόπεδο προς την πλευρά του Παγασητικού κόλπου. Για το μέλλον προγραμματίζουμε την κατασκευή πολυκατοικία, υπερπολυτελούς κατασκευής μεγάλων διαμερισμάτων εντός της πόλεως του Βόλου, στη πιο ακριβή περιοχή με θέα την θάλασσα καθώς και την κατασκευή εμπορικού κέντρου σε περιφερειακή περιοχή του πολεοδομικού συγκροτήματος της πόλης.

Τα προϊόντα μας δεν προστατεύονται από καμία διαδικασία, καθώς με την κατασκευή οικοδομών κατ' επάγγελμα μπορεί να ασχοληθεί ο καθένας χωρίς να απαιτείται καμία γνώση ή ικανότητα.

Η εταιρία αποτελεί συνέχεια και ακολουθεί την πολιτική της προκατόχου εταιρίας η οποία συνίσταται στην εξαντλητική διερεύνηση των τάσεων της αγοράς, την διερεύνηση των απαιτήσεων ή προοπτικών της αγοράς ώστε να είμαστε πρωτοπόροι σε νέα προϊόντα. Η προκάτοχος εταιρία κατασκεύασε το πρώτο εμπορικό κέντρο του Βόλου, την πρώτη οικοδομή μεγάλης έκτασης για την στέγαση επαγγελματικών και επιστημονικών χώρων.

Μεγάλη σημασία δίνουμε στην μελέτη των κατασκευών. Πιστεύουμε ότι η πλήρης και σωστή μελέτη οδηγεί σε καλύτερες κατασκευές και στη συνολική μείωση του κόστους, παρόλο που το κόστος των μελετών μας υπερβαίνει το κόστος των μελετών του ανταγωνισμού. Βασική μας τακτική είναι όταν αναληφθείσες εργασίες ξεκινούν, το μελετητικό τμήμα να ασχολείται με τις μελλοντικές κατασκευές, έτσι ώστε η εταιρία έγκαιρα να προγραμματίζει εργασίες επόμενων ετών.

Η ακολουθούμενη περιγραφείσα τακτική έχει φυσικά κόστος μελετών μεγάλο. Το υπολογίζουμε σε ποσοστό περίπου 7% του κόστους της κατασκευής,

ποσοστό υψηλότερο εκείνου του ανταγωνισμού. Όμως αυτή η τακτική εξασφαλίζει αφ'ενός συνεχή απασχόληση αφετέρου ποιότητα κατασκευής, κατασκευή προϊόντων που εύκολα πουλιούνται και τελικά μικρότερο κόστος χρηματοδότησης.

Η λεπτομερής μελέτη των οικοδομών καθώς και η λεπτομερής περιγραφή των υλικών και του τρόπου κατασκευής που ακολουθούμε, όπως επίσης και η σχολαστική εκπλήρωση των υποχρεώσεων μας και τήρηση των κανονισμών που ισχύουν έχει δημιουργήσει ένα ισχυρό για την περιοχή εμπορικό όνομα.

Αποτέλεσμα αυτής της πολιτικής είναι η ευκολότερη εξεύρεση οικοπέδων για αντιπαροχή, υψηλότερες τιμές πωλήσεως και μείωση κόστους χρηματοδότησης. Η εταιρία μας έχει φτάσει στο σημείο να έχει μόνιμους πελάτες, οι οποίοι βλέπουν την αγορά κατοικίας από εμάς σαν κερδοφόρα επένδυση.

4.2.2 Η αγορά – στόχος

Ο στόχος μας είναι διπλός. Πρώτος στόχος η κατασκευή οικοδομών που ζητάει η αγορά. Δεύτερος στόχος είναι η κατασκευή προϊόντων πρωτοποριακών τα οποία θεωρούμε βέβαιο ότι θα ζητηθούν καθώς προβλέπουμε την τάση της αγοράς. Βασική αρχή μας είναι να κατασκευάζουμε από όλα τα ζητούμενα είδη. Προσπαθούμε να έχουμε προς διάθεση όλα τα προϊόντα που ζητάει αγορά. Αναλυτικότερα,

- * Κατοικίες για τα μεσαία εισοδήματα, τα οποία λόγω της πτώσεως των επιτοκίων των στεγαστικών δανείων παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση.

- * Κατοικίες υψηλών προδιαγραφών και μεγάλης έκτασης για υψηλά εισοδήματα.
- * Εξοχικά οικοδομήματα για τους κατοίκους της περιοχής οι οποίοι ολοένα και περισσότερο αναζητούν εξοχική κατοικία.
- * Εξοχικές κατοικίες για μόνιμους κάτοικους άλλων περιοχών
- * Εμπορικά καταστήματα

Τα μειονεκτήματα και δυσκολίες είναι ότι ο ανταγωνισμός λόγω καλύτερων αρχικών όρων ιδίως στο σύστημα της αντιπαροχής μας δημιουργεί δυσκολίες, καθώς λόγω της ποιότητας κατασκευής που η εταιρία προσφέρει, δίνει μικρότερες προσφορές με αποτέλεσμα να χάνονται δουλείες όταν οι οικοπεδούχοι είτε δεν μας γνωρίζουν ή δεν έχουν τη δυνατότητα να εκτιμήσουν την ποιότητα κατασκευής σε σχέση με τα προσφερόμενα τετραγωνικά, σε βάθος χρόνου.

4.2.3 Έρευνα αγοράς – «Προφίλ» του πελάτη

Όπως προαναφέρθηκε, οι πελάτες μας δεν έχουν συγκεκριμένο “προφίλ”. Αντίθετα επιδίωξη μας είναι οι πελάτες μας να έχουν όσο δυνατόν περισσότερα χαρακτηριστικά. Αυτό είναι μια επιλογή που προκύπτει από τη φυσιογνωμία και αγορά της περιοχής, καθώς η αγορά δεν δίνει δυνατότητες εξειδίκευσης. Επίσης λόγω του μεγέθους της αγοράς η κατασκευή διαφόρων προϊόντων εξασφαλίζει την απρόσκοπτη χρηματοδότηση από την πλευρά των πελατών αν κάποια κατασκευή δεν έχει την απορροφητικότητα που αναμενόταν.

Συμπερασματικά μπορούμε να αναμένουμε ότι οι πελάτες έχουν το παρακάτω “προφίλ”:

- * Μεσαίο εισόδημα για την αγορά πρώτης κατοικίας, κατά κανόνα κάνοντας χρήση στεγαστικού δανείου. Συνήθως είναι νέα ζευγάρια ή οικογένειες που αποκτούν το δικό τους σπίτι.
- * Υψηλό εισόδημα σε πολυτελείς κατασκευές σε προνομιούχες περιοχές. Συνήθως είναι οικογένειες που από υπάρχον διαμέρισμα λόγω αύξησης του εισοδήματος αγοράζουν καλύτερο και μεγαλύτερο.
- * Εξοχικές κατοικίες κατοίκων της περιοχής. Πρόκειται για εισοδήματα μεσαία προς υψηλά που έχουν τη δυνατότητα μετά την εξασφάλιση της αστικής στέγης να αγοράσουν και το εξοχικό διαμέρισμα.
- * Εξοχικές κατοικίες στο ορεινό Πήλιο για λάτρεις αυτής της περιοχής. Πρόκειται για αρκετά υψηλά εισοδήματα τα οποία αναζητούν ένα σπίτι στη περιοχή για τις αργίες τους.
- * Επαγγελματίες κάθε μορφής, για τις επαγγελματικές στέγες και τα εμπορικά καταστήματα.

4.2.4 Ανάλυση ανταγωνισμού

Ο ανταγωνισμός μπορεί να διακριθεί σε δυο κατηγορίες:

- * Στους οργανωμένους κατασκευαστές με όνομα στην αγορά
- * Στους περιστασιακούς οι οποίοι εμφανίζονται σε περιόδους ανόδου της αγοράς και αναστέλλουν τις δραστηριότητες τους σε περιόδους ύφεσης.

Η δεύτερη κατηγορία επειδή δρα περιστασιακά χωρίς πρόγραμμα και συνήθως χωρίς προοπτική δεν μπορεί να αντιμετωπιστεί εύκολα. Κάνουν το κύκλο τους, συνήθως δημιουργούν ζημία προκαλώντας στρεβλώσεις στην αγορά και κατόπιν εξαφανίζονται.

Η πρώτη κατηγορία επέλεξε το δρόμο της ποιότητας και της συνέπειας προκειμένου να αποκτήσει ταυτότητα και να δημιουργήσει έτσι συγκριτικό πλεονέκτημα.

Τα νέα προϊόντα, η έρευνα των τάσεων της αγοράς, η παρακολούθηση των νέων τεχνολογιών και τρόπων κατασκευής είναι το κύριο μας μέλημα προκειμένου να είμαστε ανταγωνιστικοί. Τα προϊόντα μας είναι καλύτερα ως προς την ποιότητα κατασκευής, τον χρόνο παράδοσης και την σχεδίαση. Είναι λίγο πιο ακριβά, δηλαδή δίνουμε μικρότερη αντιπαροχή και πουλάμε ακριβότερα. Η συνεχής προσπάθεια μας είναι να αναδεικνύουμε τα πλεονεκτήματά μας και να πείθουμε για το ότι η υψηλότερη τιμή είναι τελικά προς όφελος του πελάτη.

4.2.5 Οι κίνδυνοι

Η εταιρία θα χρειασθεί συγκεκριμένο επίπεδο ποσού επενδύσεως προκειμένου να αρχίσει πλήρως η λειτουργία και να επεκταθεί.

Η εταιρία μας αυξάνει σημαντικά τα έξοδα της για το μάρκετινγκ καθώς και τα γενικά έξοδα.

Οι πωλήσεις έχουν αυξηθεί θεαματικά κατά τα 2 προηγούμενα χρόνια και η εταιρία μας, αλλά και άλλες εταιρίες, αυξάνουν τη δυναμικότητά τους

προκειμένου να καλύψουν αυτή τη ζήτηση. Δεν είναι όμως εξασφαλισμένο ότι αυτή η αύξηση της ζήτησεως θα συνεχιστεί με τους τρέχοντες ρυθμούς, ή και καθόλου, και η ζήτηση μπορεί να μην συμβαδίζει με την αύξηση της προσφοράς, οπότε η εταιρία μπορεί να αντιμετωπίσει εντονότερο ανταγωνισμό και να καταστεί έτσι ανίκανη να πωλήσει αρκετές ποσότητες του προϊόντος της προκειμένου να διατηρήσει τον όγκο παραγωγής και τα περιθώρια κέρδους.

Η εταιρία έχει ασφαλίσει την αξιοπιστία του προϊόντος της και θα συνεχίσει να την καλύπτει εφόσον αυτή η ασφάλιση διατίθεται σε λογικό κόστος. Όμως οι μελλοντικές αυξήσεις στα ασφάλιστρα μπορούν να καταστήσουν απαγορευτική τη διατήρηση μιας τέτοιας ασφαλίσεως. Πάντως, μια μεγάλη ζημιά οφειλόμενη σε προϊόν μας που δεν θα ήταν κατάλληλα ασφαλισμένο θα μπορούσε να διαταράξει αρνητικά την χρηματοοικονομική κατάσταση της εταιρίας μας.

Αλλά και οι κλιματολογικές συνθήκες, ο καιρός δηλαδή, θα μπορούσαν να αποτελέσουν κίνδυνο (ρίσκο) για την επιχείρησή μας. Γι' αυτό η εταιρία έχει φροντίσει για την καλή διαχείριση τέτοιων κρίσεων προκειμένου να προστατευθεί έναντι καταστροφικών καιρικών συνθηκών όπως π.χ. για φωτιά, πλημμύρα ή ανομβρία.

Χωρίς αυτές τις προβλέψεις, μια μεγάλη φυσική καταστροφή, όπως σεισμός, θα μπορούσε να επηρεάσει δυσμενώς την εταιρία μας, προξενώντας καταστροφές στην κατασκευή η οποία θα βρίσκεται υπό κατασκευή και δεν θα είναι έτοιμη να αντεπεξέλθει στα φορτία του σεισμού.

Η εταιρία πάντως θα παρακολουθεί και θα συμμορφώνεται προς τους νόμους, τους κανονισμούς και τις διατάξεις, παρακολουθώντας μέσω του τύπου και με το νομικό της σύμβουλο τις εξελίξεις σε αυτά τα θέματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η στρατηγική του μάρκετινγκ της Σ&Κ Νάκος είναι να αυξήσει, να προωθήσει και να στηρίξει τη φήμη ότι τα προϊόντα μας είναι άριστης ποιότητας κατασκευής, παραδοτέα στον συμφωνημένο χρόνο, σε ανταγωνιστικές τιμές, με μοναδικό σχεδιασμό και αποτελεσματική διαφήμιση. Επίσης, εξίσου σημαντικό με τα παραπάνω είναι η ικανότητα μετατροπής του σχεδίου και της κατασκευής με βάση τις επιθυμίες και απαιτήσεις του πελάτη. Το σχέδιο μάρκετινγκ για τα προϊόντα μας στηρίζεται στις εξοχικές κατοικίες και στα διαμερίσματα για μέσο, μέσο-υψηλό εισόδημα αγοραστών. Ο δίαυλος διανομής που θα χρησιμοποιηθεί για την προσέγγιση της αγοράς είναι η λιανική.

5.1 Στρατηγική πωλήσεων

Η αγορά του κατασκευαστικού κλάδου είναι μοναδική σε πολλούς τομείς. Εξαρτάται από μεταβλητές όπως η πορεία της οικονομίας, η τοπική εργασιακή σταθερότητα, η εποχιακή ποιότητα της κατασκευής, οι εργασιακές σχέσεις, οι υπεργολάβοι και τα επιτόκια δανεισμού. Επίσης σαν κατασκευαστής εξαρτάσαι από τους πελάτες και τους τραπεζικούς οργανισμούς για πληρωμές, καθώς και από τους εργολάβους για την ποιότητα κατασκευής. Τα τμήματα της αγοράς - στόχος στα οποία θα εστιασθούν οι προσπάθειες μας είναι το μέσο, μέσο-υψηλό εισόδημα αγοραστών, λόγω των ειδικών χαρακτηριστικών των κατασκευών. Το προϊόν φαίνεται ότι έχει ευρεία αποδοχή από τον αγοραστή και

τα μοναδικά του πλεονεκτήματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν προκειμένου να καταλάβουν αυτά τα προϊόντα πρωτεύουσα θέση στις προτιμήσεις των πελατών. Από απόψεως πλεονεκτημάτων στα τμήματα της αγοράς, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε την φήμη της άριστης κατασκευαστικής ποιότητας προκειμένου να επιτευχθεί εδώ πρωτεύουσα θέση.

5.2 Τιμολογιακή στρατηγική

Οι τιμές των προϊόντων μας καθορίζονται κατά πρώτον και κυρίως από τον ανταγωνισμό και το κόστος. Είναι σπουδαίο να γίνει γνωστό ότι διαφέρουν ανάλογα με την περιοχή της κατασκευής, αλλά και πάλι ο ανταγωνισμός ανά περιοχή ρυθμίζει την τιμολογιακή μας πολιτική. Συγκρινόμενες με εκείνες του ανταγωνισμού οι τιμές μας είναι 10% περίπου υψηλότερες. Οι διάφορες εποχιακές διακυμάνσεις δεν επηρεάζουν την τιμολογιακή μας πολιτική.

5.2.1 Δομή περιθωρίου

Άμεσες πωλήσεις: 200.000.000 δρχ.

Εκπτώσεις. Μπορούμε να έχουμε την δυνατότητα να χορηγούμε εκπτώσεις της τάξεως των 2-3% επί της τιμής με βάση ένα όγκο πωλήσεων ετησίως. Σχεδιάζουμε δε να αναθεωρούμε την τιμολογιακή μας πολιτική κάθε 12 μήνες. Η τιμή αυτή, όπως φαίνεται ότι θα εφαρμοσθεί, αφήνει κέρδος της τάξεως του 30

% επί των συνολικών πωλήσεων. Η ανάλυση του νεκρού σημείου ως προς την τιμή θα δοθεί σε επόμενο κεφάλαιο.

5.3 Στρατηγική προωθήσεως

Αυτή τη στιγμή δεν χρησιμοποιούμε κάποιες συγκεκριμένες δραστηριότητες προκειμένου να προωθήσουμε τις πωλήσεις μας, καθώς στον χώρο μας, η διαφήμιση είναι ανύπαρκτη. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούμε για να προωθήσουμε τους οικισμούς εκτός πόλεως είναι διαφημίστηκα φυλλάδια τα οποία διανέμονται σε ενδιαφερόμενους. Στις κατασκευές εντός πόλεως, τοποθετείται διαφημιστική ταμπέλα με το όνομα της εταιρίας και των σχεδιαστών. Είθισται να αποτελεί διαφήμιση η ίδια η κατασκευή.

5.3.1 Διαφήμιση

Η Σ&Κ Νάκος αναγνωρίζει ότι το κλειδί για την επιτυχία αυτή την εποχή απαιτεί εκτεταμένη προωθητική προσπάθεια. Αυτό πρέπει να γίνει επιθετικά και σε ευρεία κλίμακα. Για να επιτευχθούν οι στόχοι των πωλήσεων, χρειάζεται ένα ικανό διαφημιστικό γραφείο και μια εταιρία δημοσίων σχέσεων.

Η Σ&Κ Νάκος σχεδιάζει να διαφημιστεί μέσα από τα κυριότερα περιοδικά. Ανάλογα με τα διαθέσιμα κονδύλια θα επιλεγεί ένα διαφημιστικό γραφείο και με τη βοήθειά του θα χαραχθεί ένα αποτελεσματικό διαφημιστικό και προωθητικό πλάνο.

Οι στόχοι της διαφημιστικής προσπάθειας θα είναι:

* Η επίτευξη ηγετικής θέσεως από την Σ&Κ Νάκος στην αγορά.

- * Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της εταιρίας.
- * Ανάπτυξη, μέσα από έρευνα της αγοράς, σημαντικής πληροφόρησης για δημιουργία άμεσων και μακροπρόθεσμων σχεδίων μάρκετινγκ.

5.3.2 Η διαφημιστική εκστρατεία

Ο καλύτερος τρόπος για να φθάσουμε τους υποψήφιους πελάτες είναι να αναπτυχθεί έντονη διαφημιστική εκστρατεία που θα προωθήσει τους στόχους μας. Για να εγκατασταθεί και συντηρηθεί η εικόνα της επιχειρήσεώς μας, ο χαρακτήρας και ο τόνος της θέσεως μας θα είναι η έμφαση στην ποιότητα και αντοχής στο χρόνο της κατασκευής. Η έρευνα δείχνει ότι το άμεσο ταχυδρομείο, η άμεση ανταπόκριση και ορισμένες εκδόσεις είναι τα καλύτερα μέσα για την διαφήμιση του προϊόντος μας.

5.3.3 Αρχικό διαφημιστικό πρόγραμμα

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των διαφημιστικού γραφείου οι διαφημιστικές δαπάνες θα πρέπει να έχουν όπως στον παρακάτω πίνακα 4.

Αναμένεται να προσεγγίσουμε περί τα 15,000 άτομα ακροατήριο και να το διατηρήσουμε για περίοδο τουλάχιστον 24 μηνών.

Πίνακας 4: Διαφημιστικό πλάνο

Διαφημιστικό μέσο	Κυκλοφορία	Προϋπολογισμός	Μέγεθος μηνύματος
Εφημερίδες Περιοδικά, έντυπα	10,000 5,000	1.000.000 δρχ 500.00 δρχ	¼ σελίδας ¼ σελίδας
Σύνολο	15,000	1.500.000 δρχ	½σελίδας

5.3.4 Άλλοι τρόποι προωθήσεως

Μαζί με τις συνήθεις διαφημιστικές πρακτικές θα προσεγγίσουμε σημαντική αναγνώριση μέσω εμπορικών εκθέσεων, δελτίων τύπου, διαφόρων προωθητικών ενεργειών, ταχυδρομείο κ.λ.π.

5.3.5 Τα ποσά για διαφήμιση

Για τους επόμενους 24 μήνες η διαφήμιση και γενικά η προώθηση θα απαιτήσει ποσοστά 1-2% των πωλήσεων του πρώτου χρόνου. Ως βάση για τα επόμενα χρόνια θα λαμβάνεται προϋπολογισμός της διαφημιστικής μας επενδύσεως ίσος με το 3% των συνολικών πωλήσεων.

5.3.6 Δημόσιες σχέσεις

Οι προσπάθειες μας για δημοσιότητα θα κατευθυνθούν προς την επίτευξη των ακολούθων:

Ηγετική θέση της Σ&Κ Νάκος στην παροχή υπηρεσιών after sales.

Αύξηση της φήμης της Σ&Κ Νάκος μεταξύ των αγοραστών

Επικοινωνία σε κανονική βάση με τρεις στόχους:

- * Εκδότες των κυριότερων εμπορικών, επιχειρηματικών και τοπικών εκδόσεων.
- * Βασικούς διευθυντές σε υπάρχουσες εταιρίες πελατών
- * Υποψήφιους πελάτες και κυρίως οικοπεδούχους.

5.3.7 Στρατηγική δημοσιότητας

Κατά τη διάρκεια του 2002 η Σ&Κ Νάκος θα εστιάσει τις προσπάθειές της στις ακόλουθες στρατηγικές δημοσιότητας:

- * Ανάπτυξη προσπάθειας για βιώσιμες δημόσιες σχέσεις, με προοπτική επαφών μεταξύ των βασικών εκδοτών και κορυφαίου προσωπικού μας περιλαμβανομένων και σχεδίων επισκέψεων στις εγκαταστάσεις μας.
- * Ανάπτυξη κανονικού και σταθερού προγράμματος πληροφόρησης για το προϊόν μας των κυριότερων μέσων επικοινωνίας, κρατώντας τους εκδότες ενημερους για τα χαρακτηριστικά, τα πλεονεκτήματα και τις εξελίξεις σε κυκλοφορούντα αλλά και νέα προϊόντα μας.
- * Ανάπτυξη και κυκλοφορία εσωτερικών πληροφοριακών δελτίων που θα καλύπτουν βασικές επιτυχίες στις πωλήσεις μας, τα σημαντικά γεγονότα στο μάρκετινγκ και την παραγωγή, νέα από την ανάπτυξη νέων προϊόντων και παρόμοια. Το πληροφοριακό αυτό δελτίο θα αποστέλλεται σε όλο το προσωπικό και στους συνεργάτες πωλήσεων. Εξωτερικά το δελτίο θα αποστέλλεται σε παλιούς πελάτες και σε υποψήφιους νέους.

* Ανάπτυξη τεχνικών άρθρων γραμμένων από υψηλόβαθμα στελέχη ή μηχανικούς για δημοσίευση σε επιστημονικά ή εμπορικά περιοδικά και παρόμοια.

* Παραγωγή ενός πλήρους υποστηρικτικού φυλλαδίου της επιχειρήσεως που θα παρουσιάζεται σε κάθε επαφή, σε κάθε προσπάθεια πωλήσεως, σε κάθε διανομέα κ.λ.π.

5.3.8 Εξυπηρέτηση πελατών

Οι πελάτες μας δίνουν έμφαση στην εξυπηρέτηση (το service) και την υποστήριξη της εταιρίας μας και τα θεωρούν ως βασικά στοιχεία στην επιλογή του προμηθευτή τους. Στους πελάτες μας δίνεται κατάλογος που περιλαμβάνει αριθμό τηλεφώνου χωρίς επιβάρυνση για τον καλούντα, καθώς βασική αρχή της Σ&Κ Νάκος είναι η συνεχής εξυπηρέτηση και μετά την πώληση (after sales). Η εταιρία μας είναι από τις πρώτες και ελάχιστες στο χώρο που παρέχουν υποστήριξη μέσω οργανωμένων συνεργείων για οποιαδήποτε βλάβη με άμεση ανταπόκριση. Έτσι, πιστεύουμε ότι έχουμε ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού.

ΚΑΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΣΧΕΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

6.1 Οι προμηθευτές

Όπως αναφέρθηκε και στα προηγούμενα οι κυριότεροι προμηθευτές της Σ&Κ Νάκος είναι οι εξής:

Ιντερμπετόν Α.Ε., Σοβέλ Α.Ε., Λάμπρου Α.Ε., Βιωσόλ Α.Ε., Καραίσκος Ο.Ε.

Από αυτούς η εταιρία προμηθεύεται το σκυρόδεμα, τα σίδερα, τους σωλήνες, τα είδη θέρμανσης και τα αλουμίνια αντίστοιχα, που αποτελούν βασικές εισροές για την παραγωγή των προϊόντων της. Τα υπόλοιπα υλικά διαλέγονται από τον πελάτη. Όπως γίνεται φανερό, οι προμηθευτές αυτοί είναι σπουδαίοι παράγοντες για την λειτουργία της εταιρίας μας επειδή τα προϊόντα τους είναι άριστης ποιότητας, είναι κοντά μας, είναι καλής τιμής και παραδίδονται στο συμφωνημένο χρόνο και χώρο.

6.2 Όροι και συνθήκες αγορών

Με τις προμήθειες ασχολείται το γραφείο που διεκπεραιώνει κάθε ζήτηση της παραγωγής σε πρώτες και βοηθητικές ύλες ή και εφόδια γενικώς. Τα πρόσωπα που απασχολούνται με τις προμήθειες είναι πεπειραμένα και έχουν εκπαιδευτεί κατάλληλα για το είδος των προμηθειών που εκτελούν. Ελέγχονται πάντως συστηματικά από τη γενική διεύθυνση της εταιρίας.

Οι προμήθειες από τους προμηθευτές γίνεται με έκπτωση 10% επί των ετήσιων αγορών.

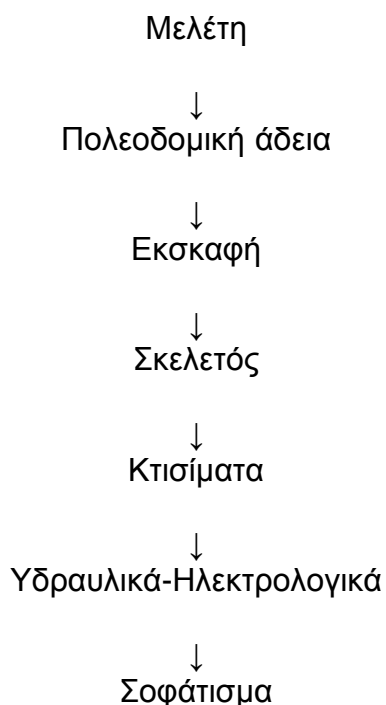
Δεν τίθεται όριο ποσότητας παραγγελίας. Δεν υπάρχουν άλλου είδους περιορισμοί στις παραγγελίες των προμηθειών μας που να τίθενται από τους συγκεκριμένους προμηθευτές ή άλλους.

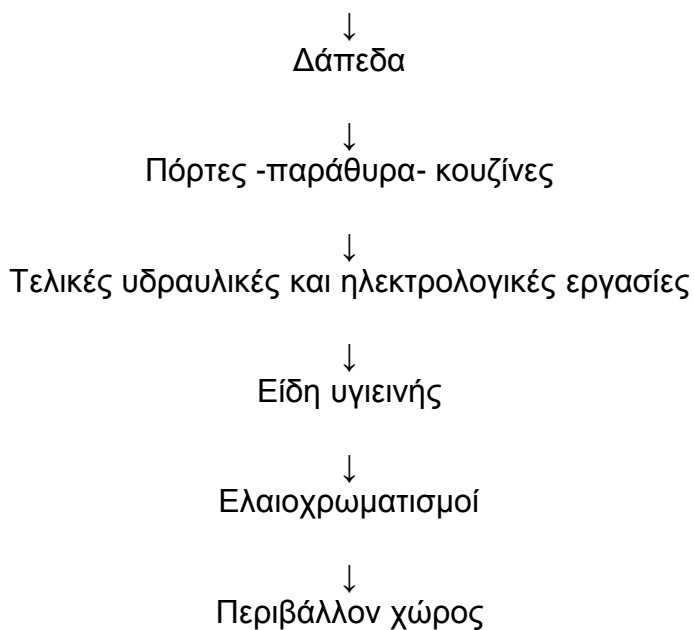
Η διαθεσιμότητα των συγκεκριμένων προμηθειών μας δεν παρουσιάζει προβλήματα.

Οι φορτώσεις των προμηθειών μας γίνονται ανάλογα με το προϊόν και τον προμηθευτή του.

6.3 Σχέδιο παραγωγής – Διαδικασίες λειτουργίας

- Η διαδικασία παραγωγής ακολουθεί την πορεία του διαγράμματος ροής που ακολουθεί:





Διάγραμμα 6: διάγραμμα ροής τυπικής οικοδομής για κατοικίες

Γίνεται σαφές ότι η διαδικασία αυτή αρχίζει από την εισαγωγή των πρώτων υλών και των άλλων εισροών στην παραγωγική μονάδα και τελειώνει με την παράδοση του προϊόντος στον πελάτη. Εν τούτοις, έχει προηγηθεί έρευνα για το προϊόν, ανάπτυξη του πρωτοτύπου, έτσι ώστε να έχει τις προδιαγραφές που πρέπει για να καλύπτονται οι απαιτήσεις της αγοράς.

Ειδικότερα, πολύς χρόνος και προσπάθεια δαπανήθηκαν στην έρευνα και ανάπτυξη του.

Τα προϊόντα αυτά θα διατίθενται σύντομα στην αγορά και θα δοθεί ιδιαίτερη προσοχή για την προώθησή τους.

* Η εταιρία είναι εγκατεστημένη στο κέντρο του Βόλου, σε κτίρια ιδιόκτητα 400τ.μ. που διαθέτουν χώρο σταθμεύσεως 6 αυτοκινήτων και ευκολία προσπελάσεως από το κέντρο της πόλεως και τα περίχωρά της εξυπηρετείται δε με λεωφορειακές γραμμές.

* Η εταιρία είναι καλά οργανωμένη, διαθέτει δε όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό για την λειτουργία της με σύγχρονο τρόπο.

* Η εταιρία λειτουργεί 5 ημέρες την εβδομάδα από τις 8 το πρωί μέχρι 9 το βράδυ.

6.4 Κανονισμοί

Στην εταιρία επιβάλλονται φόροι σύμφωνα με τον κώδικα φορολογικών στοιχείων του ελληνικού κράτους.

Η εταιρία επιβαρύνεται επίσης με κοινωνική ασφάλιση των υπαλλήλων της κατά 43.86 % επί του ονομαστικού μισθού για τους υπαλλήλους και 84,49 % επί του ημερομισθίου για τους εργάτες.

Η ασφάλιση για την επιχείρηση και τα προϊόντα της, όπως και για ορισμένα πρόσωπα της διευθυντικής ομάδας αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο.

Η Σ&Κ Νάκος δεν χρησιμοποιεί κάποια εξειδικευμένη τεχνολογία. Έτσι, δεν καταβάλλει royalties. Η τεχνολογία χρησιμοποιείται και από άλλους ανταγωνιστές και επομένως δεν υπάρχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα,

Η εταιρία μας, όπως άλλωστε και οι άλλες αυτού του είδους, διέπονται από το περιβαλλοντικό νόμο που ισχύει σήμερα στην Ε.Ε. και που έχει γίνει δεκτός και από τη χώρα μας. Δεν υπάρχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις του νόμου από την εταιρία μας, η δέσμευσή μας είναι να συμμορφωνόμαστε στους εκάστοτε ισχύοντες κανονισμούς και μάλιστα βρισκόμαστε στην πορεία για την διασφάλιση της ποιότητας του περιβάλλοντος συγχρόνως με την διασφάλιση της ολικής ποιότητας.

6.5 Τοποθεσία

Όπως αναφέρθηκε ήδη το γραφείο είναι εγκατεστημένο σε χώρο 200τ.μ. με στεγασμένη επιφάνεια 400τ.μ.

Η επιλογή της τοποθεσίας και του χώρου έγινε με κριτήρια ευκολίας πρόσβασης του προσωπικού και των πελατών. Λεπτομερέστερα, θα πρέπει να αναφέρουμε τα παρακάτω στοιχεία:

- * Στο κτίριο στεγαζόταν η προηγούμενη εταιρία.
- * Η κεντρική του τοποθεσία εξυπηρετεί την αγορά στόχο.
- * Υπάρχουν χώροι στάθμευσης για το προσωπικό.
- * Η πόλη του Βόλου έχει μειωμένη εγκληματικότητα και η περιοχή μηδενική.
- * Άριστη ποιότητα παρεχόμενων δημόσιων υπηρεσιών όπως αστυνόμευση, πυροσβεστική υπηρεσία, κ.λ.π.
- * Γειτονικά καταστήματα και γραφεία δημιουργούν ένα άριστο επιχειρηματικό κλίμα, καθώς εξυπηρετούν καθημερινά εκατοντάδες πελάτες.
- * Άριστη καταλληλότητα και διαθεσιμότητα υπηρεσιών κοινής ωφέλειας όπως νερό, ηλεκτρισμός, τηλέφωνα, αέριο, κ.λ.π.
- * Ποσοστά φορολογίας κρατική 25% .
- * Αξιολόγηση της τοποθεσίας σε σχέση με εκείνη του ανταγωνισμού: κεντρικότατο σημείο με εύκολη πρόσβαση και θέση στάθμευσης, καθώς και το επιβλητικό κτίριο, δημιουργούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
- * Υπάρχει διαθεσιμότητα εργατικού δυναμικού
- * Ύψος μισθών και ημερομισθίων στην περιοχή: €750 και €25 αντίστοιχα.

Το κόστος του οικοπέδου ανήλθε σε € 100,000 περιλαμβανόμενων και διαφόρων εξόδων.

6.6 Οι Εγκαταστάσεις

- Στον χώρο που αναφέρθηκε έχει κτισθεί κτίριο επιφάνειας 400 τ.μ. που κόστισε €135,000. Στον χώρο αυτό έχουν εγκατασταθεί βοηθητικός εξοπλισμός αξίας €6,000.
- Δεν έχει προβλεφθεί τόσο στο οικόπεδο όσο και στις κτιριακές εγκαταστάσεις δυνατότητα επεκτάσεως, καθώς πιστεύουμε ότι το υπάρχον κτίριο είναι κατάλληλο να ικανοποιήσει όλους τους μελλοντικούς στόχους και σκοπούς.

6.7 Οι Ανθρώπινοι πόροι

- Όπως αναφέρθηκε και στην αρχή αυτού του κεφαλαίου, στην περιοχή που είναι εγκαταστημένη η εταιρία το ανθρώπινο δυναμικό είναι διαθέσιμο και επομένως υπάρχει. Εν τούτοις θα εξασφαλίσουμε το απαραίτητο ανθρώπινο δυναμικό που αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο.

Τα προσόντα που πρέπει να διαθέτει το προσωπικό είναι τα εξής:

- * Δίπλωμα πολιτικού μηχανικού για τις μελέτες στατικών.
- * Δίπλωμα υπομηχανικού για την ανάληψη καθηκόντων επίβλεψης σε εργοτάξιο.
- * Δίπλωμα σε διοίκηση επιχειρήσεων ή χρηματοοικονομικών για ανάληψη του τμήματος διαχείρισης.

Πέραν του κανονικού προσωπικού πολλές φορές απασχολούνται και σύμβουλοι ή μερικής απασχολήσεως άτομα για τις παρακάτω εργασίες:

* Σύμβουλοι: Μηχανολόγος και Ηλεκτρολόγος Μηχανικός για την έκδοση οικοδομικών αδειών.

Οι μελλοντικές απαιτήσεις σε προσωπικό θα είναι για 3 άτομα και για τις θέσεις που αναφέρθηκαν.

Η πρόσληψή τους προβλέπεται να αρχίσει το έτος 2004 με 1 άτομο, να συνεχιστεί το έτος 2005 με 1 άτομο και το έτος 2007 με τα υπόλοιπα άτομα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

7.1 Οι υποθέσεις

Οι χρηματοοικονομικές προβλέψεις βασίζονται στην υπόθεση ότι η εταιρία διαθέτει τα κεφάλαια για την ολοκλήρωση του έργου των εξοχικών κατοικιών στην παραθαλάσσια περιοχή του Πηλίου, καθώς και για να καλύψει τα λειτουργικά της έξοδα μέχρι την ολοκλήρωση του έργου. Έτσι, μετά την ολοκλήρωση του έργου θα αρχίσουν οι πωλήσεις, δηλαδή οι ταμειακές εισροές.

7.2 Χρηματοοικονομικές καταστάσεις

7.2.1 Ανάλυση μικτού κέρδους

Για να δοθεί μια πρώτη εικόνα του τρόπου διαμορφώσεως του μικτού κέρδους για το έργο της εταιρίας δίδεται ο παρακάτω πίνακας 5:

Πίνακας 5: Ανάλυση μικτού κέρδους σε χιλιάδες δραχμές.

Πωλήσεις	1.300.000
Κόστος έργου	1.000.000
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	300.000
% πωλήσεων	23%

Όπως φαίνεται από τον προηγούμενο πίνακα η εταιρία μας θα παρουσιάζει μικτό κέρδος σημαντικό. Συνολικά το μικτό κέρδος είναι 300.000.000 δρχ. που σημαίνει 23% επί των συνολικών πωλήσεων. Το μικτό κέρδος μας συγκρινόμενο με εκείνο που επικρατεί σε ομοειδείς επιχειρήσεις του κλάδου είναι ανώτερο.

7.2.2 Κατάσταση εισοδήματος

Η κατάσταση εισοδήματος παρουσιάζει μια κατάσταση των εσόδων, του κόστους, και των συσσωρευμένων λειτουργικών εξόδων για το πρώτο έτος του προϋπολογισμού. Η κατάσταση αυτή υπολογίζει το ποσοστό επί τοις εκατό των συνολικών πωλήσεων κάθε πωλούμενου προϊόντος και τα συνολικά ετήσια ποσά πωλήσεων, μικτού κέρδους, εισοδήματος από λειτουργίες και καθαρού εισοδήματος μετά τους φόρους, καθώς και των ετήσιων συνόλων για κάθε κατηγορία λειτουργικών δαπανών.

Από την κατάσταση αυτή φαίνεται ότι η εταιρία μας, για το έτος 2002 παρουσιάζει καθαρά κέρδη μετά τους φόρους της τάξεως των 232.500.000 δραχμών, που προέκυψαν από έσοδα 1.300.000.000 δραχμών και έξοδα 1.000.000.000. δραχμών. Οι αριθμοί αυτοί δείχνουν ότι τα καθαρά κέρδη επί των πωλήσεων αποτελούν ποσοστό 23% πριν από τους φόρους και 17,8% μετά τους φόρους. Τα ποσοστά αυτά είναι συγκριτικά ανώτερα με της αγοράς. Πιστεύουμε ότι την επόμενη χρονιά τα ποσοστά αυτά θα είναι μεγαλύτερα.

Πίνακας 6: Κατάσταση εισοδήματος

Εταιρία: Σ&Κ ΝΑΚΟΣ Ο.Ε.		
Έναρξη: 31/12/2001 Τέλος: 31/02/2003		
1. Πωλήσεις	1.300.000.000	
2. Κόστος κατασκευής	1.000.000.000	
α. Αποθέματα αρχής	0	
β. Προμήθειες	0	
3. Μικτό κέρδος	300.000.000	
Καθαρό κέρδος πριν από τους φόρους	300.000.000	
Φόροι	67.500.000	
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ ΜΕΤΑ ΤΟΥΣ ΦΟΡΟΥΣ	232.500.000	

7.2.3 Προϋπολογισμός

Δίδεται πιο κάτω ο προϋπολογισμός που παρουσιάζει μια πρόβλεψη μήνα - μήνα του κόστους του έργου το οποίο θα ολοκληρωθεί το 2003.

Τα νούμερα είναι σε εκατομμύρια δραχμές.

Πίνακας 7: Προϋπολογισμός έργου 2002

ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΪ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
1. ΑΓΟΡΑ ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ	210											
2. ΜΕΛΕΤΗ	7											
3. ΕΚΔΟΣΗ ΑΔΕΙΑΣ	3											
4. ΕΚΣΚΑΦΗ		60	40									
5. ΣΚΕΛΕΤΟΣ			120	80								
6. ΚΤΙΣΙΜΑΤΑ				10	50	20						
7. ΥΔΡΑΥΛΙΚΑ						40	10	10				
8. ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΙΚΑ							50	10				
9. ΒΑΨΙΜΟ								50	30			
10. ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ										50	30	10

7.2.4 Ισοζύγιο

Η εταιρία τηρεί Β' κατηγορίας βιβλία του ΚΒΣ, συνεπώς δεν έχει υποχρέωση σύνταξης ισολογισμών. Εάν όμως αποτυπώναμε ισολογισμό, τότε χρειάζονται δυο. Έναν μετά την ολοκλήρωση του έργου και έναν μετά και την πώληση του.

Πίνακας 8: Ισολογισμός προ ολοκλήρωσης έργου

Της εταιρίας Σ&Κ Νάκος Ο.Ε. Ημερομηνία: 31/12, 2002			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Χιλιάδες δρχ	ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Χιλιάδες δρχ
Μετρητά	10.000	Τρέχον παθητικό	
Λογαριασμοί		Λογαριασμοί	
εισπρακτέοι	1.000.000	πληρωτέοι	
Βραχυπρόθεσμες		Γραμμάτια πληρωτέα	
επενδύσεις		Τόκοι πληρωτέοι	
Κτίρια		Φόροι πληρωτέοι	
1. Κόστος	100.000	Μισθοί συσσωρευμένοι	
2. Μείον		Μακροπρόθεσμες	
 συσσωρευμένες	10.000	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
 αποσβέσεις		Γραμμάτια πληρωτέα	
Εξοπλισμός	50.000	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	0
1. Κόστος			
2. Μείον	20.000		
 συσσωρευμένες			
 αποσβέσεις			
Αυτοκίνητα οχήματα	5.000		
1. Κόστος			
2. Μείον	2.000		
 συσσωρευμένες			
 αποσβέσεις			
		ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ	1.133.000
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.133.000		1.133.000

Πίνακας 9: Ισολογισμός μετά την ολοκλήρωση του έργου

Της εταιρίας Σ&Κ Νάκος Ο.Ε. Ημερομηνία: 31/12, 2003			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Χιλιάδες δρχ	ΠΑΘΗΤΙΚΟ	Χιλιάδες δρχ
Μετρητά Λογαριασμοί εισπρακτέοι	910.000 300.000	Φόροι πληρωτέοι	67.500
Βραχυπρόθεσμες επενδύσεις		Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	116.500
Κτίρια	100.000		
3. Κόστος			
4. Μείον	15.000	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	184.000
συσσωρευμένες αποσβέσεις			
Εξοπλισμός			
3. Κόστος	50.000		
4. Μείον			
συσσωρευμένες αποσβέσεις	30.000		
Αυτοκίνητα οχήματα			
3. Κόστος	5.000		
4. Μείον			
συσσωρευμένες αποσβέσεις	3.000	ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ	1.133.000
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.317.000		1.317.000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

8.1 Οι ανάγκες σε κεφάλαια

Οι ανάγκες της εταιρίας δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστούν επακριβώς γιατί αυτό είναι συνάρτηση των πωλήσεων. Προσδιορίζουμε το κεφάλαιο που θα απαιτηθεί στο άθροισμα του αρχικού που απαιτείται για την έναρξη λειτουργίας του εργοταξίου και του κεφαλαίου που απαιτείται για εργασίες 6 μηνών δηλαδή το 25% του κόστους κατασκευής. Κατά συνέπεια, θα χρειαστούν €150,000 αρχικά, για μελέτες, άδειες, έξοδα εγκατάστασης, εξοπλισμός, και € 750,000 που είναι το 25% του κόστους κατασκευής. Το ποσό αυτό είναι αυθαίρετο γιατί υποθέτουμε ότι το πρώτο εξάμηνο θα έχουμε πωλήσεις. Αν αυτό δεν συμβεί τότε θα αναγκαστούμε να προσφύγουμε σε δανεισμό για το ποσό των €500,000 περίπου.

8.2 Ανάγκες σε κεφάλαια κινήσεως

Οι ανάγκες της εταιρίας είναι μόνο κεφάλαια κινήσεως γιατί δεν έχει πάγιο εξοπλισμό. Οι ανάγκες αυτές δεν είναι εύκολο να προσδιοριστούν οπότε με τις τράπεζες που συνεργαζόμαστε συμφωνούμε και ανοίγουμε αλληλόχρεους (ανοιχτούς) λογαριασμούς προκειμένου να έχουμε την ευχέρεια να μειώνουμε το δανεισμό όταν έχουμε πωλήσεις. Έτσι βέβαια έχουμε μεγαλύτερο κόστος χρήματος λόγω υψηλότερου επιτοκίου. Όμως μας συμφέρει γιατί δεν έχουμε

χρήματα από δάνειο στο ταμείο μας καμία στιγμή. Κανονίζουμε έτσι τις αγορές μας ανάλογα με το cash flow των εισροών σε σχέση με τα κεφάλαια μας και τις πωλήσεις.

8.3 Βραχυπρόθεσμος και μακροπρόθεσμος δανεισμός

Όλοι οι δανεισμοί μας είναι βραχυπρόθεσμοι, είτε υπό τη μορφή των αλληλόχρεων λογαριασμών, είτε υπό τη μορφή δανείων για την αγορά οικοπέδου γιατί η φύση της δουλειάς είναι τέτοια που το επιβάλλει. Η περίοδος κατασκευής των έργων μας δεν είναι ποτέ μεγαλύτερη των τριών ετών.

8.4 Το επίπεδο ασφαλείας για αυτό το δάνειο ή την επένδυση

Το επίπεδο ασφαλείας είναι υψηλό γιατί οι ανοιχτοί λογαριασμοί που χρησιμοποιούνται είναι εγγυημένοι λόγω της συνέπειας που έχουμε επιδείξει, αλλά κυρίως λόγω της τεράστιας προσοχής που δίνουμε στο cash flow κάθε στιγμή.

8.5 Χρησιμοποίηση των κεφαλαίων

Τα κεφάλαια όπως προαναφέρθηκε, χρησιμοποιούνται είτε για τη συνέχιση των εργασιών είτε για την προαγορά υλικών.

8.6 Χρόνος επιστροφής δανείων ή κεφαλαίων επενδύσεως

Στην πραγματικότητα δεν υφίσταται χρόνος επιστροφής των δανείων καθώς οι δραστηριότητες συνεχίζονται. Η επιστροφή γίνεται και μηδενίζονται τα δάνεια σε περιόδους που βρισκόμαστε σε μεταβατικό στάδιο, τέλος ενός έργου-αρχή καινούργιου.

8.7 Συμπεράσματα

Η οικοδομική μας επιχείρηση, η οποία δουλεύει με το σύστημα της αντιπαροχής, είναι ιδιόμορφη γιατί χρησιμοποιεί ίδια κεφάλαια, προκαταβολές από πωλήσεις και τραπεζικά δάνεια. Η συμμετοχή έκαστου παράγοντα από αυτούς είναι συνεχώς μεταβαλλόμενη. Τα έργα που θα αναλάβει η εταιρία θα είναι συνάρτηση της λειτουργίας των τριών αυτών παραγόντων, την οποία λειτουργία προσπαθούμε να την κάνουμε βέλτιστη για το καλλίτερο δυνατόν αποτέλεσμα.