



**ΑΝΟΙΚΤΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΥΠΡΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ GREENCITY

ΧΡΙΣΤΟΣ ΚΤΩΡΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΔΡ. ΠΕΤΡΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ

ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΜΑΪΟΣ 2020

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
*Διοίκηση Επιχειρήσεων***

Μεταπτυχιακή Διατριβή



Επιχειρηματικό Σχέδιο Εταιρείας GreenCity

Χρίστος Κτωρή

Επιβλέπων Καθηγητής

Δρ. Πέτρος Δημητρίου

Μάιος 2020

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών

Διοίκηση Επιχειρήσεων

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Επιχειρηματικό Σχέδιο Εταιρείας GreenCity

Χρίστος Κτωρή

Επιβλέπων Καθηγητής

Δρ. Πέτρος Δημητρίου

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2020

Περίληψη

Το επιχειρηματικό πλάνο της εταιρείας GreenCity, περιγράφει λεπτομερώς τα στάδια για την δημιουργία μιας εταιρείας που θα εισάγει και θα εγκαθιστά συστήματα πράσινης στέγης στην Κύπρο. Πρόκειται για τεχνολογία που επιτρέπει την κάλυψη ενός δώματος με βλάστηση και που η χρήση της επιφέρει πολλαπλά πλεονεκτήματα. Σε μια αγορά με πολλά επαγγέλματα να θεωρούνται κορεσμένα και μια χώρα που το μπετόν αυξάνεται συνεχώς, πιστεύουμε ότι η δραστηριοποίηση μιας καινοτόμας επιχείρησης με όραμα να κάνει τις πόλεις πιο πράσινες, έχει σημαντικές προοπτικές επιτυχίας.

Μέσα από την καταγραφή της υφιστάμενης βιβλιογραφίας, την ανάλυση της κυπριακής αγοράς στον ευρύτερο κατασκευαστικό τομέα αλλά και των συνθηκών που επικρατούν στην χώρα και την Ευρώπη γενικότερα, καθορίζουμε το πλαίσιο μέσα στο οποίο θα δραστηριοποιηθεί η εταιρεία.

Χρησιμοποιώντας σαν εργαλείο την έρευνα αγοράς, εξάγουμε χρήσιμα συμπεράσματα για τα χαρακτηριστικά και την συμπεριφορά των υποψήφιων καταναλωτών και χαράσσουμε την στρατηγική μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η GreenCity και διαμορφώνουμε τον οικονομικό της σχεδιασμό για τα πρώτα χρόνια λειτουργίας.

Τα ενθαρρυντικά μηνύματα που παίρνουμε από τα συμπεράσματα της έρευνα αγοράς και η επιδιωκόμενη διαφοροποίηση στην στρατηγική από τον ανταγωνισμό, θεωρούμε ότι καθιστούν την GreenCity όχι απλά μια βιώσιμη επιχείρηση αλλά και κερδοφόρα.

Summary

The business plan of the company GreenCity describes in detail the stages for the establishment of a company which will import and install green roof systems in Cyprus. This is a technology that allows the coverage of a roof with vegetation and its use has multiple benefits. In a market where several professions are considered oversaturated and in a country where concrete increases constantly, we believe the operation of an innovative enterprise with a vision to make cities greener, has high likelihood of success. By means of the reporting of the existing literature, the analysis of the Cyprus market in the overall construction sector but also of the prevailing conditions in the country and in Europe in general, we determine the company's operation framework.

Using market research, we extract useful conclusions regarding the characteristics and the behavior of potential customers and we develop the marketing strategy that GreenCity will follow and shape the financial planning for the first years of operation.

We believe that the encouraging conclusions we reached from the market research and the sought differentiation from the competition in terms of strategy constitute GreenCity not only viable but a profitable business.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ. Πέτρο Δημητρίου για την βοήθεια και την καθοδήγηση στην ολοκλήρωση αυτής της μεταπτυχιακής διατριβής.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στην σύντροφο μου, που είναι δίπλα μου σε κάθε μικρό και μεγάλο βήμα στη ζωή μου.

Περιεχόμενα

| | |
|--|-----------|
| Εισαγωγή | 1 |
| 1.1 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση | 2 |
| 1.2 Σκοπός Έρευνας | 4 |
| 1.3 Σύνοψη | 4 |
| Εγχώρια Αγορά | 6 |
| 2.1 Αγορά στην Κύπρο | 6 |
| 2.2 Ανταγωνισμός | 7 |
| 2.3 GreenCity | 8 |
| 2.4 SWOT Analysis | 9 |
| 2.5 PESTLE Analysis | 11 |
| Περιγραφή της GreenCity | 14 |
| 3.1 Ίδρυση GreenCity | 14 |
| 3.2 Όραμα, Αποστολή και Αξίες | 14 |
| 3.3 Στοχοθέτηση | 14 |
| 3.4 Περιγραφή Λειτουργίας | 15 |
| 3.4.1 Μεθοδολογία | 15 |
| 3.4.2 Προσωπικό | 17 |
| 3.4.3 Εγκαταστάσεις - Εξοπλισμός | 18 |
| Μάρκετινγκ | 19 |
| 4.1 Έρευνα Αγοράς | 19 |
| 4.1.1 Σκοπός | 20 |
| 4.1.2 Ταυτότητα – Μεθοδολογία | 20 |
| 4.1.3 Αποτελέσματα | 22 |
| 4.1.4 Συμπεράσματα Έρευνας | 36 |
| 4.2 Στρατηγική Μάρκετινγκ | 37 |
| 4.2.1 Προϊόν | 38 |
| 4.2.2 Προώθηση | 39 |
| 4.2.3 Διανομή | 40 |
| 4.2.4 Τιμολόγηση | 40 |
| 4.2.5 Προσωπικό | 42 |
| 4.2.6 Διαδικασίες | 42 |
| 4.2.7 Φυσικές Αποδείξεις | 43 |
| Χρηματοοικονομικός Σχεδιασμός | 44 |
| 5.1 Υποθέσεις - Εκτιμήσεις | 44 |
| 5.2 Αρχικό Κεφάλαιο | 45 |
| 5.3 Δαπάνες 2021-2022 | 47 |
| 5.4 Αναμενόμενα Έσοδα 2021-2022 | 48 |
| 5.5 Κέρδη - Ζημιές 2021-2022 | 49 |
| Επίλογος | 50 |
| Παράρτημα Α | 52 |

Βιβλιογραφία.....57

Λίστα Πινάκων

| | |
|--|----|
| Πίνακας 1: Είδος κατοικίας σε συνάρτηση με την προσβασιμότητα της στέγης..... | 25 |
| Πίνακας 2: Chi-Square Test για το είδος κατοικίας σε συνάρτηση με την προσβασιμότητα της στέγης..... | 25 |
| Πίνακας 3: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με την περιοχή που διαμένουν..... | 32 |
| Πίνακας 4: Chi-Square Test για το ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με την περιοχή που διαμένουν..... | 32 |
| Πίνακας 5: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με το καθεστώς ιδιοκτησίας της..... | 32 |
| Πίνακας 6: Chi-Square Test για το ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με το καθεστώς ιδιοκτησίας της..... | 33 |
| Πίνακας 7: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με το είδος της κατοικίας..... | 33 |
| Πίνακας 8: Chi-Square Test για το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με το είδος της κατοικίας..... | 33 |
| Πίνακας 9: Αρχικές δαπάνες επιχείρησης..... | 46 |
| Πίνακας 10: Προβλεπόμενες δαπάνες για τα πρώτα 2 χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης..... | 47 |
| Πίνακας 11: Προβλεπόμενα έσοδα για τα έτη 2021 και 2022..... | 48 |
| Πίνακας 12: Πρόβλεψη για προ φόρων κέρδη και ζημιές τα έτη 2021 και 2022..... | 49 |

Λίστα Γραφημάτων

| | |
|--|----|
| Σχήμα 1: Διάταξη συστήματος φυτεμένου δώματος από την εταιρία Optigreen..... | 8 |
| Σχήμα 2: Οργανόγραμμα GreenCity με την συμπλήρωση του τρίτου χρόνου λειτουργίας..... | 18 |
| Ραβδόγραμμα 1: Φύλο συμμετεχόντων..... | 22 |
| Ραβδόγραμμα 2: Ηλικία συμμετεχόντων..... | 22 |
| Ραβδόγραμμα 3: Επαρχία διαμονής συμμετεχόντων..... | 23 |
| Ραβδόγραμμα 4: Περιοχή διαμονής συμμετεχόντων..... | 23 |
| Ραβδόγραμμα 5: Επίπεδο εκπαίδευσης συμμετεχόντων..... | 23 |
| Ραβδόγραμμα 6: Επαγγελματική ιδιότητα συμμετεχόντων..... | 23 |
| Ραβδόγραμμα 7: Ιδιοκατοίκηση συμμετεχόντων..... | 24 |
| Ραβδόγραμμα 8: Είδος κατοικίας διαμονής συμμετεχόντων..... | 24 |
| Ραβδόγραμμα 9: Ύπαρξη φυτών στο χώρο κατοικίας των συμμετεχόντων..... | 26 |
| Ραβδόγραμμα 10: Ύπαρξη φυτών στο χώρο εργασίας των συμμετεχόντων..... | 26 |

| | |
|---|----|
| Ραβδόγραμμα 11: Ύπαρξη φωτοβολταϊκών συστημάτων στο χώρο κατοικίας των συμμετεχόντων..... | 26 |
| Ραβδόγραμμα 12: Ύπαρξη φωτοβολταϊκών συστημάτων στο χώρο κατοικίας των συμμετεχόντων..... | 26 |
| Ραβδόγραμμα 13: Ανησυχία συμμετεχόντων για την κλιματική αλλαγή..... | 27 |
| Ραβδόγραμμα 14: Άποψη συμμετεχόντων για την συμβολή του πρασίνου στη ζωή στις πόλεις..... | 27 |
| Ραβδόγραμμα 15: Άποψη συμμετεχόντων για την επάρκεια πρασίνου στην πόλη που ζουν..... | 27 |
| Ραβδόγραμμα 16: Επάρκεια πρασίνου στο χώρο διαμονής των συμμετεχόντων..... | 28 |
| Ραβδόγραμμα 17: Επάρκεια πρασίνου στο χώρο εργασίας των συμμετεχόντων..... | 28 |
| Ραβδόγραμμα 18: Τι θα ενθάρρυνε τους συμμετέχοντες να εγκαταστήσουν ένα σύστημα πράσινης στέγης; | 28 |
| Ραβδόγραμμα 19: Γνώση συμμετεχόντων για τα φυτεμένα δώματα..... | 29 |
| Ραβδόγραμμα 20: Γνώση συμμετεχόντων για τα οφέλη που προκύπτουν από τα φυτεμένα δώματα..... | 29 |
| Ραβδόγραμμα 21: Πόσο αρέσει στους συμμετέχοντες να ασχολούνται με τον κήπο τους;..... | 29 |
| Ραβδόγραμμα 22: Πόσοι συμμετέχοντες θα ήθελαν να μάθουν περισσότερα για τα φυτεμένα δώματα;...30 | |
| Ραβδόγραμμα 23: Τι θα αποθάρρυνε τους συμμετέχοντες να εγκαταστήσουν ένα σύστημα πράσινης στέγης; | 30 |
| Ραβδόγραμμα 24: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για εγκατάσταση πράσινης στέγης στην κατοικία τους...31 | |
| Ραβδόγραμμα 25: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στην κατοικία τους...34 | |
| Ραβδόγραμμα 26: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στην εργασία τους....34 | |
| Ραβδόγραμμα 27: Μέσα από τα οποία ενημερώνονται οι συμμετέχοντες για περιβαλλοντικά θέματα.....35 | |
| Ραβδόγραμμα 28: Μέσα από τα οποία ενημερώνονται οι συμμετέχοντες για νέα προϊόντα.....35 | |
| Ραβδόγραμμα 29: Από που αγοράζουν οι συμμετέχοντες όσα χρειάζονται για τον κήπο τους; | 36 |

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

Ο κατασκευαστικός τομέας στην Κύπρο αναπτύσσεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια ενώ παράλληλα πληθαίνουν οι φωνές εκείνων που ανησυχούν για τις επιπτώσεις που φέρνει η ανάπτυξη αυτή στο περιβάλλον και στην ζωή τους γενικότερα. Οι χώροι πρασίνου στις πόλεις μειώνονται συνεχώς και αντικαθίστανται με όγκους μπετόν, με όσες αρνητικές συνέπειες αυτό συνεπάγεται. Οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής είναι ήδη ορατές στην Κύπρο και αναμένεται να ενταθούν τα επόμενα χρόνια, με αύξηση της μέσης θερμοκρασίας και άνοδο της στάθμης της θάλασσας (Zachariades, 2016).

Στον αντίποδα όμως, η ανάπτυξη αυτή έχει ευεργετικές επιπτώσεις στην κυπριακή οικονομία, προσφέροντας χιλιάδες θέσεις εργασίας και προσελκύοντας εκατοντάδες επενδυτές από το εξωτερικό (PWC, 2019).

Κρίνεται έτσι επιτακτικό να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα αλλά και να χρησιμοποιηθούν εξελιγμένες τεχνολογίες που θα επιτρέπουν την ορθολογιστική ανάπτυξη, μετριάζοντας ή και εξαλείφοντας όπου είναι δυνατό τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και που θα βοηθήσουν στο να ανταποκριθεί η Κύπρος στις υποχρεώσεις της έναντι της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ, 2019).

Μια τέτοια τεχνολογία, είναι τα συστήματα που επιτρέπουν την φύτευση οροφών κτιρίων (φυτεμένα δώματα), δυνατότητα που συμβάλει καταλυτικά στην αύξηση των χώρων πρασίνου στο αστικό περιβάλλον αλλά και συμβάλει ουσιαστικά στην ενεργειακή τους απόδοση (Zioyou, et al., 2017).

Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι οι εταιρείες που προσφέρουν τέτοια συστήματα στην κυπριακή αγορά είναι ελάχιστες αποτελούν την βάση για να αναπτυχθεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο που θα εξετάζει την προοπτική ίδρυσης μιας τέτοιας επιχείρησης στην Κύπρο.

1.1 Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Στην βιβλιογραφική ανασκόπηση που ακολουθεί, παρατίθενται τα δεδομένα που ευνοούν την λειτουργία μιας τέτοιας εταιρείας στην Κύπρο και στα οποία στηρίζεται η ιδέα για την δημιουργία της GreenCity.

Ο κατασκευαστικός τομέας είναι μαζί με τον τουρισμό οι πυλώνες της Κυπριακής οικονομίας τα τελευταία χρόνια, συνεισφέροντας κατά 16% στην αύξηση του ΑΕΠ της χώρας (PWC, 2019). Οι εργαζόμενοι στον κλάδο έχουν ξεπεράσει τους 40.000 (CyStat, 2019), παίζοντας έτσι ουσιαστικό ρόλο στην μείωση της ανεργίας στο 6%, από το 16.1% που είχε φτάσει το 2014 (Eurostat, 2020). Η ζήτηση κατοικιών, ιδιαίτερα στην Λεμεσό αυξάνεται, προκαλώντας παράλληλα αύξηση και στις τιμές των ακινήτων (ΠΟΛΙΤΗΣ, 2019). Η συγκυρία λοιπόν είναι ευνοϊκή για εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα των κατασκευών.

Η ανάπτυξη όμως αυτή που παρατηρείται, δεν μπορεί να μην είναι συμβατή με την διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος των πόλεων. Στην επισκόπηση της εφαρμογής της περιβαλλοντική πολιτικής της ΕΕ του 2019 για την Κύπρο υπογραμμίζεται η αναγκαιότητα για ενίσχυση της αειφορίας των πόλεων και ενθαρρύνεται μέσω κινήτρων η δημιουργία πράσινων πόλεων για διατήρηση της αστικής βιοποικιλότητας αλλά και βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των κτηρίων (ΕΕ, 2019). Κάθε έργο λοιπόν που γίνεται, οφείλει να λαμβάνει σοβαρά υπόψιν όλους τους δυνατούς τρόπους για να μειώσει το ενεργειακό του αποτύπωμα και να συμβάλει με κάθε τρόπο στην προστασία του περιβάλλοντος.

Ένα εργαλείο προς αυτή την κατεύθυνση, είναι τα φυτεμένα δώματα. Σε έρευνα των Ziogou et al του 2017 μελετήθηκαν οι επιπτώσεις στην κατανάλωση ενέργειας σε εμπορικά κτήρια με φυτεμένες οροφές. Διαπιστώθηκε μείωση στη κατανάλωση ενέργειας για θέρμανση και ψύξη της τάξεως του 30%, έναντι των κτιρίων χωρίς φύτευση στην οροφή.

Σε ανάλογη έρευνα των ίδιων ερευνητών που έγινε το 2018 (Ziogou, et al., 2018) παρουσιάζονται τα οφέλη που μπορεί να προκύψουν από την εγκατάσταση συστημάτων φύτευσης σε οροφές κατοικιών στην Κύπρο. Πιο συγκεκριμένα διαπιστώθηκε εξοικονόμηση ενέργειας για θέρμανση κατά τους χειμερινούς μήνες που φτάνει το 30% και εξοικονόμηση για ψύξη το καλοκαίρι που φτάνει το 35%. Παράλληλα παρατηρήθηκε μείωση στην έκκλιση επιβαρυντικών αερίων για την ατμόσφαιρα όπως είναι τα CO₂, NO_x και SO₂.

Επιπλέον, σύμφωνα με την βιβλιογραφία, ο συνδυασμός μιας πράσινης στέγης με φωτοβολταϊκά συστήματα παραγωγής ενέργειας, βελτιώνουν την απόδοση και των δύο τεχνολογιών μέσω της μείωσης της θερμοκρασίας και της σκίασης που δημιουργείται. Σαν αποτέλεσμα αυξάνεται η απόδοση των φωτοβολταϊκών και μειώνονται οι ενεργειακές ανάγκες του κτηρίου με σημαντικό όφελος τόσο για τον καταναλωτή, όσο και το περιβάλλον (Hui & Chan, 2011).

Πέραν όμως από την εξοικονόμηση ενέργειας και την μείωση στην έκκληση αερίων στην ατμόσφαιρα προκύπτουν περαιτέρω πλεονεκτήματα. Στην έρευνα τους οι Karteris, et al. το 2016 έδειξαν ότι κτήρια με φυτεμένες οροφές μπορούν να κατακρατήσουν μέχρι και 71% του νερού της βροχής, μειώνοντας έτσι τον κίνδυνο πλημμυρικών επεισοδίων. Παράλληλα, αναλόγως της έκτασης τους και του είδους των φυτών που χρησιμοποιούνται παρατηρείται σημαντική δέσμευση CO₂ από την ατμόσφαιρα, που μπορεί να ξεπεράσει τους 12,000 τόνους ετησίως.

Ενδεικτικό της προστιθέμενης αξίας που προσφέρει η παρουσία πρασίνου για την πόλη και το εκάστοτε έργο, αποτελεί το “Διευκρινιστικό πλαίσιο των γενικών αρχών και προϋποθέσεων για ανέγερση ψηλών κτιρίων στις αστικές περιοχές” του Τμήματος Πολεοδομίας και Οικήσεως (ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ, 2011). Στις κατευθυντήριες οδηγίες σχεδιασμού που δίνονται με αυτό το πλαίσιο, επιβάλλεται η ύπαρξη στο επίπεδο του δρόμου, δημόσιων, κατάλληλα τοπιοτεχνημένων περιοχών για χρήση από το κοινό που θα επισκέπτεται τους κοινόχρηστους χώρους. Πέραν όμως αυτού, επιβάλλεται και η ύπαρξη ιδιωτικής πλατείας, ίσης με το 20% του εμβαδού του οικοπέδου, στην οποία θα υπάρχει πυκνή φύτευση, και θα χρησιμοποιείται αποκλειστικά από τους ενοίκους. Για να είναι εφικτή η φύτευση στα διάφορα επίπεδα ενός ψηλού κτηρίου, είναι επιβεβλημένη η χρήση συστημάτων ανάλογων με τα προϊόντα που θα εμπορεύεται η GreenCity.

Αυτή τη στιγμή στην Κύπρο υπάρχουν τρεις εταιρείες στην που εισάγουν και εμπορεύονται συστήματα φύτευσης οροφών κτηρίων. Η GreenWay Industries που είναι αντιπρόσωπος της γερμανικής εταιρείας Zinco (GreenWay, 2020), η Δομοχημική που αντιπροσωπεύει την επίσης γερμανική Optigreen (ΔΟΜΟΧΗΜΙΚΗ, 2020) και η Eka Group που εισάγει τα προϊόντα της Bauder από το Ηνωμένο Βασίλειο (EKA, 2020).

1.2 Σκοπός Έρευνας

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για κάθε επιχείρηση και αποτελεί αναλυτικό οδηγό για την σύσταση της, την οργάνωση της, τους στόχους της και τον τρόπο που αυτοί θα επιτευχθούν. Το επιχειρηματικό σχέδιο πέραν του να ελέγξει κατά πόσο είναι βιώσιμη μια επιχείρηση και να καθορίσει τον τρόπο λειτουργίας της, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την άντληση κεφαλαίων από χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς (Spinneli & Adams, 2016).

Έτσι σκοπός της έρευνας αυτής είναι να καταρτιστεί το επιχειρηματικό σχέδιο της GreenCity, εταιρείας που θα δραστηριοποιείται στην κυπριακή αγορά και θα ασχολείται με την εμπορία συστημάτων φύτευσης δωματίων.

1.3 Σύνοψη

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εισαγωγή για το από που προκύπτει ιδέα για να δημιουργηθεί η GreenCity. Ακολουθούν στοιχεία από την βιβλιογραφία για την Κυπριακή αγορά και τις Ευρωπαϊκές κατευθυντήριες γραμμές σε ότι αφορά το περιβάλλον που ευνοούν την λειτουργία μιας τέτοιας εταιρείας, καθώς και τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την χρήση των προϊόντων της.

Στο επόμενο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης της εγχώριας αγοράς για τα φυτεμένα δώματα, καταγράφεται ο ανταγωνισμός και περιγράφεται επιγραμματικά ο τρόπος λειτουργίας της GreenCity, η στρατηγική που θα ακολουθήσει ως προς το πελατολόγιο της και πως θα διαφοροποιηθεί. Καθορίζεται επίσης μέσω των SWOT και PESTLE αναλύσεων το περιβάλλον – εσωτερικό και εξωτερικό – μέσα στο οποίο θα δραστηριοποιηθεί.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται μια πιο αναλυτική περιγραφή της επιχείρησης. Καταγράφονται το όραμα, η αποστολή και οι αξίες και θέτονται οι βραχυπρόθεσμοι και μεσοπρόθεσμοι στόχοι. Περιγράφονται οι μέθοδοι λειτουργίας, το πλάνο για πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού, οι εγκαταστάσεις και τα μέσα που θα χρειαστεί να αποκτήσει η εταιρεία.

Το τέταρτο κεφάλαιο αφορά το μάρκετινγκ της επιχείρησης. Αρχικά παρουσιάζεται μια έρευνα αγοράς που έχει διεξαχθεί για την αγορά φυτεμένων δωματίων στην Κύπρο και μέσω των αποτελεσμάτων της εξάγονται κάποια πολύ χρήσιμα συμπεράσματα. Βάσει των συμπερασμάτων αυτών, περιγράφεται αναλυτικά η στρατηγική της GreenCity για κάθε μια από τις 7 διεργασίες που περιλαμβάνει το Μάρκετινγκ.

Ακολούθως, στο πέμπτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται ο χρηματοοικονομικός σχεδιασμός της επιχείρησης. Αναλύεται το αρχικό κεφάλαιο που θα απαιτηθεί για την ίδρυση της εταιρείας και γίνονται εκτιμήσεις για τις δαπάνες και τα έσοδα των πρώτων δύο χρόνων λειτουργίας και τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

Τέλος, στον επίλογο εξάγονται τα τελικά συμπεράσματα του επιχειρηματικού σχεδίου που απαντούν στο ερώτημα αν αξίζει η δημιουργία μιας τέτοιας εταιρείας στην Κύπρο.

Κεφάλαιο 2

Εγχώρια Αγορά

Σε αυτή την ενότητα γίνεται μια ανασκόπηση της αγοράς φυτεμένων δωματίων στην Κύπρο, περιγράφεται το μοντέλο που θα ακολουθήσει η GreenCity καθώς και τις συνθήκες μέσα στις οποίες θα δραστηριοποιηθεί.

2.1 Αγορά στην Κύπρο

Η αγορά για συστήματα φύτευσης δωματίων στην Κύπρο, βρίσκεται σε εμβρυικά στάδια. Ελάχιστα κτίρια διαθέτουν φυτεμένα δώματα και μόλις τρεις είναι οι εταιρείες που διαθέτουν αυτά τα συστήματα.

Ο κύριος λόγος κατά την άποψη μου που δεν έχει αναπτυχθεί μέχρι τώρα αυτός ο τομέας, είναι γιατί δεν υπήρχε η ανάγκη. Οι πόλεις ήταν σχετικά αραιοκατοικημένες, με την πλειοψηφία των οικιστικών μονάδων να είναι μονοκατοικίες που διαθέτουν χώρους φύτευσης περιμετρικά του κτηρίου. Αυτό όμως φαίνεται να αλλάζει καθώς πληθυσμός των πόλεων αυξάνεται συνεχώς. Ενδεικτικά το 2018 τα νοικοκυριά αυξήθηκαν στις 329.000, από τις 300.000 που βρίσκονταν το 2010, με το 68% να βρίσκονται στις αστικές περιοχές (CyStat, 2018). Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η διαθέσιμη γη να περιορίζεται και να αυξάνεται το κόστος της, οπότε γίνεται μια στροφή στην ανέγερση πολυκατοικιών και στη ζήτηση για τα διαμερίσματα. Επίσης λόγω του σχεδίου πολιτογράφησης ξένων υπηκόων μέσω επενδύσεων, παρατηρείται αύξηση στην έκδοση αδειών για μεγάλα έργα, κυρίως υπό την μορφή ψηλών κτηρίων.

Ένας άλλος περιοριστικός παράγοντας ήταν η διαθέσιμη τεχνολογία και το κόστος της. Η εγκατάσταση ενός τέτοιου συστήματος στην οροφή ενός κτηρίου, αποτελούσε και αποτελεί μηχανική πρόκληση. Η εξέλιξη όμως της τεχνολογίας και η ευρεία χρησιμοποίηση τους σε χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής (Snodgrass & McIntyre, 2010) και η κατ' επέκταση μείωση του κόστους αγοράς και εγκατάστασης καθιστά την εισαγωγή του στην κυπριακή αγορά εφικτή.

2.2 Ανταγωνισμός

Όπως έχουμε προαναφέρει, υπάρχουν τρεις εταιρείες στη Κύπρο, οι οποίες εισάγουν και εμπορεύονται συστήματα φύτευσης δωματίων, η ΕΚΑ, η Δομοχημική και η GreenWay Industries.

Η ΕΚΑ ιδρύθηκε το 1946 και αρχικά ασχολήθηκε με την εισαγωγή και εμπορία οικοδομικών υλικών όπως ξυλεία, τσιμέντο κ.α. Σταδιακά επέκτεινε την γκάμα των προϊόντων της με είδη υγιεινής, κεραμικά πλακίδια, αδιάβροχα και στεγανωτικά δομικά υλικά, δάπεδα, συστήματα διανομής ηλεκτρικής ενέργειας και έπιπλα γραφείου. Μετά από την συνεργασία με την βρετανική εταιρεία Bauder, η ΕΚΑ διαθέτει και συστήματα φύτευσης οροφών (ΕΚΑ, 2020).

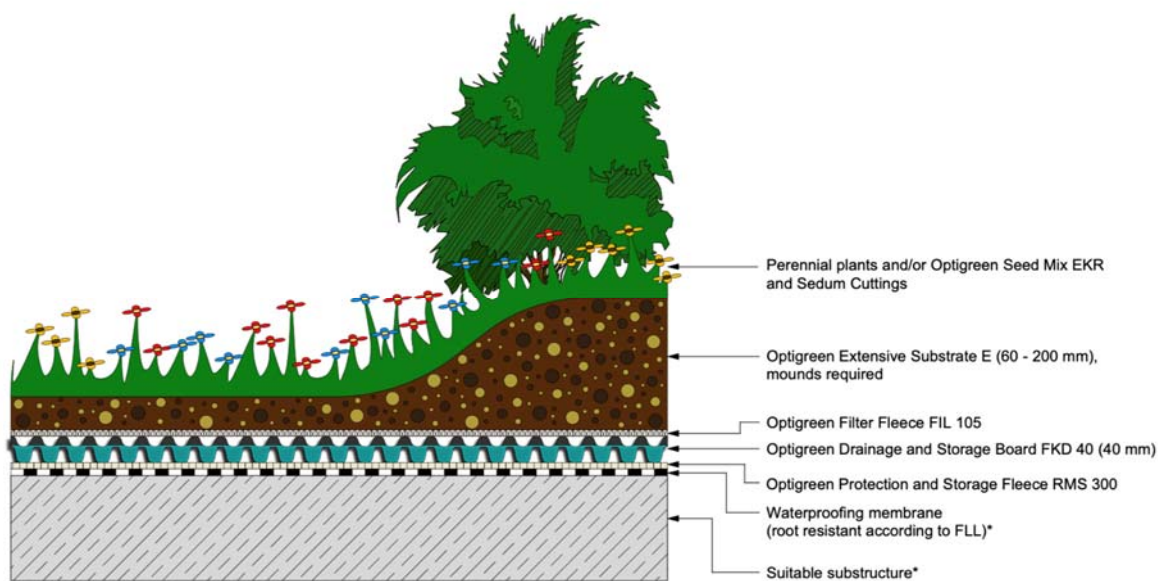
Η Δομοχημική ιδρύθηκε το 1968 και προσφέρει διάφορες λύσεις για την κατασκευαστική βιομηχανία στην Κύπρο μέσα από διάφορες συνεργασίες που έχει αναπτύξει με κατασκευαστές στο εξωτερικό. Διαθέτει ένα μεγάλο εύρος προϊόντων, που περιλαμβάνει συστήματα θερμοπρόσοψης, στεγανωτικά υλικά, εξειδικευμένες κόλλες, είδη τοιχοποιίας κ.α. Στην αγορά συστημάτων για φυτεμένα δώματα εισήλθε μετά από την συνεργασία της με την γερμανική Optigreen (ΔΟΜΟΧΗΜΙΚΗ, 2020).

Τέλος η GreenWay industries εξειδικεύεται περισσότερο στα συστήματα φύτευσης, τόσο οροφών όσο και κάθετων τοίχων, αλλά και σε εξωτερικά κελύφη κτιρίων. Τα συστήματα φύτευσης οροφής προέρχονται από την επίσης γερμανική Zinco (GreenWay, 2020).

Όλες οι υφιστάμενες εταιρείες ακολουθούν παρόμοιο επιχειρηματικό μοντέλο, σε ότι αφορά την συγκεκριμένη αγορά. Έχουν συνάψει αποκλειστική συνεργασία με κατασκευαστές τέτοιων συστημάτων στο εξωτερικό και εισάγουν τα προϊόντα τους. Συνεργάζονται επίσης με πιστοποιημένους εφαρμοστές των πιο πάνω συστημάτων στην Κύπρο, οι οποίοι αναλαμβάνουν την εγκατάσταση τους. Η προσφερόμενη υπηρεσία ολοκληρώνεται με την διάθεση του υποστρώματος, το οποίο εισάγεται από το εξωτερικό και στο οποίο θα γίνει η φύτευση των φυτών και η εγκατάσταση του συστήματος άρδευσης. Καμία από αυτές όμως δεν αναλαμβάνει την διάθεση και φύτευση των φυτών ή την εγκατάσταση του συστήματος άρδευσης.

Επιπλέον τα συστήματα που διαθέτουν στην αγορά οι τρεις εταιρείες, είναι παρόμοιας δομής και λειτουργίας. Πιο συγκεκριμένα αποτελούνται από πέντε διαφορετικά υλικά τα οποία τοποθετούνται σε συγκεκριμένη διάταξη (Σχήμα 1) στην επιφάνεια που θα γίνει η φύτευση. Αρχικά τοποθετείται μια μεμβράνη που προσφέρει υγρομόνωση και αντιριζική προστασία στην κατασκευή (Waterproofing membrane). Ακολουθεί μια

μεμβράνη η οποία προστατεύει την μόνωση και συγκρατεί μια μικρή ποσότητα νερού (Protection and Storage Fleece). Στη συνέχεια εφαρμόζεται το πιο σημαντικό ίσως τμήμα του συστήματος (Drainage and Storage board), εκείνο που επιτρέπει την σωστή αποστράγγιση του υποστρώματος, αλλά ταυτόχρονα αποθηκεύει μια ποσότητα νερού για χρήση από τα φυτά, καθιστώντας έτσι δυνατή τη φύτευση σε συνθήκες περιορισμένου ύψους υποστρώματος. Τέλος τοποθετείται το υπόστρωμα (Substrate) μαζί με μια μεμβράνη (Filter Fleece) που το διαχωρίζει από το υπόλοιπο σύστημα.



Σχήμα 3: Διάταξη συστήματος φυτεμένου δώματος από την εταιρεία Optigreen

2.3 GreenCity

Η GreenCity έχει σκοπό να ενταχθεί στη αγορά, και διαφοροποιώντας το προϊόν που προσφέρει έναντι του ανταγωνισμού, να καταφέρει να κερδίσει ένα σημαντικό της κομμάτι.

Ο τρόπος που θα διαφοροποιηθεί η εταιρεία από τον ανταγωνισμό, είναι με το να προσφέρει στον πελάτη ένα ολοκληρωμένο προϊόν. Πέραν δηλαδή των υλικών και την εγκατάσταση του συστήματος, θα προσφέρονται συμβουλές για το είδος και την ποσότητα των φυτών που θα εγκατασταθούν, το σχεδιασμό του συστήματος άρδευσης αλλά και την εγκατάστασή τους.

Το πελατολόγιο που θα εστιάσει η εταιρεία χωρίζεται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αφορά μεμονωμένους, ιδιοκτήτες κατοικιών. Μέχρι τώρα στην Κύπρο η αγορά αυτή είναι ουσιαστικά ανύπαρκτη. Η άγνοια για την ύπαρξη τέτοιων συστημάτων αλλά και τα οφέλη που προκύπτουν από την εγκατάστασή τους, έχει σαν

αποτέλεσμα να μην υπάρχουν ουσιαστικά κατοικίες ή μικροί χώροι εργασίας με εγκατεστημένα συστήματα φύτευσης οροφών. Παρόλα αυτά, η εταιρεία μέσω εστιασμένων ενεργειών μάρκετινγκ θα προσπαθήσει να πείσει υποψήφιους πελάτες, ότι το επιπλέον κόστος για εγκατάσταση ενός τέτοιου συστήματος, υπερκαλύπτεται από τα οφέλη που προκύπτουν.

Η δεύτερη κατηγορία υποψήφιων πελατών είναι οι εργοληπτικές εταιρείες και εταιρείες ανάπτυξης γης, που ασχολούνται με την ανέγερση μεγάλων αναπτύξεων. Για αυτά τα έργα ξεκίνησε να υπάρχει αρκετό ενδιαφέρον για τα συγκεκριμένα συστήματα, τόσο λόγω της νομοθεσίας που επιβάλλει ένα ποσοστό πρασίνου αλλά και συγκεκριμένων ορίων ενεργειακής απόδοσης, αλλά και λόγω της αισθητικής που προσδίδουν τέτοιοι χώροι στα κτήρια. Ιδιαίτερα τα ψηλά κτήρια που ανεγείρονται αυτή την περίοδο, με υπόγειους χώρους στάθμευσης αλλά και δημόσια, υπερυψωμένα επίπεδα, εξαρτώνται από τέτοιου είδους συστήματα για να κατορθώσουν να καλύψουν τις μεγάλες επιφάνειες μπετόν, με φυσική βλάστηση. Αναπτύξεις, όπως το Onal, ONE, NEO και Minthis Resort είτε έχουν ήδη χρησιμοποιήσει ανάλογα συστήματα ή βρίσκεται στα άμεσα σχέδια τους. Χαρακτηριστικό της ζήτησης που πιθανόν να υπάρξει τα επόμενα χρόνια, είναι ότι στο Τμήμα Πολεοδομίας έχουν υποβληθεί πέραν των 200 αιτήσεων για ανάλογες αναπτύξεις, τα τελευταία 2 χρόνια (Βασιλείου, 2019).

2.4 SWOT Analysis

Παρακάτω θα αναλύσουμε τα Δυνατά και Αδύνατα Σημεία που έχει η νεοσυσταθείσα εταιρεία, τις Ευκαιρίες που θα επιδιώξει να εκμεταλλευτεί και τις Απειλές που θα αντιμετωπίσει στη προσπάθεια της να κερδίσει μερίδιο της αγοράς.

Δυνατά Σημεία (Strengths)

- Η GreenCity εισέρχεται σε μια αγορά που δραστηριοποιούνται μόνο τρεις εταιρείες, εκ των οποίων οι δύο δεν έχουν σαν κύρια ασχολία που την εισαγωγή συστημάτων φύτευσης οροφών.
- Η συνεργασία με μια διεθνώς αναγνωρισμένη κατασκευάστρια εταιρεία, με υψηλής ποιότητας προϊόντα και ανταγωνιστικές τιμές.
- Τα οφέλη που προκύπτουν από την εγκατάσταση του συγκεκριμένου προϊόντος.
- Ο συνδυασμός του συστήματος με φωτοβολταϊκά συστήματα και τα επιπλέον πλεονεκτήματα που προκύπτουν.

- Η προσφορά ολοκληρωμένου προϊόντος, που περιλαμβάνει την εγκατάσταση του συστήματος, του ενδεδειγμένου υποστρώματος, σχεδιασμό και εγκατάσταση των φυτών και του συστήματος άρδευσης, σε αντίθεση με τους ανταγωνιστές.
- Προσωπικό με εμπειρία και τεχνογνωσία για όλα τα στοιχεία του προϊόντος.

Αδύνατα Σημεία (Weaknesses)

- Μια νέα εταιρεία στην αγορά της Κύπρου, χωρίς χειροπιαστές αποδείξεις για την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει.
- Η ΕΚΑ και η Δομοχημική είναι μεγάλες εταιρείες, δικτυωμένες στην αγορά των κατασκευών στην Κύπρο, με πολλά χρόνια εμπειρίας και οικονομική ευρωστία.
- Η εταιρεία δεν έχει περιουσιακά στοιχεία και για το αρχικό κόστος για την ίδρυση και τη λειτουργία της θα καλυφτεί εν μέρη μέσω δανειοδότησης.
- Η άγνοια των καταναλωτών για τα συγκεκριμένα συστήματα.
- Το σημαντικό κόστος που υπάρχει για την εγκατάσταση του συστήματος.
- Η επιχείρηση στηρίζει την επιτυχία της σε ένα μόνο προϊόν – υπηρεσία.

Ευκαιρίες (Opportunities)

- Η οικοδομική βιομηχανία στην Κύπρο αναπτύσσεται ραγδαία και ιδιαίτερα οι επενδύσεις σε μεγάλα έργα.
- Οι κατευθυντήριες οδηγίες του τμήματος πολεοδομίας για τα ψηλά κτίρια δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην τοπιοτέχνηση και στην ύπαρξη πρασίνου στις αναπτύξεις, αλλά και στη μείωση τους ενεργειακού αποτυπώματος.
- Υπάρχει μια αυξανόμενη περιβαλλοντική ευαισθησία του κοινού για τη διατήρηση και τον εμπλουτισμό του πρασίνου στις πόλεις.

Απειλές (Threads)

- Ο κατασκευαστικός τομέας στηρίζεται κυρίως στο σχέδιο πολιτογραφήσεων ξένων υπηκόων της Κυπριακής Δημοκρατίας, σχέδιο που δέχεται έντονες επικρίσεις τόσο από το εξωτερικό όσο και το εσωτερικό.
- Η εταιρεία θα στηρίζεται αποκλειστικά σε ένα προϊόν - υπηρεσία.

2.5 PESTLE Analysis

Η εταιρεία δραστηριοποιείται στην αγορά της Κύπρου, σε ένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον, που επηρεάζει άμεσα την λειτουργία και την πορεία της. Η σωστή αντίληψη και η έγκαιρη πρόβλεψη των επιπτώσεων που έχει το περιβάλλον αυτό στην εταιρεία, είναι κομβικής σημασίας για την κατάρτιση του επιχειρηματικού σχεδίου.

Πολιτικό Περιβάλλον (Political)

- Η σταθερότητα που προσφέρει το πολιτικό σύστημα της Κύπρου, με κυβερνήσεις που συνήθως εξαντλούν την θητεία τους, ευνοεί τις επιχειρήσεις και την οικονομία γενικότερα. Σε αντίθεση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες που το πολιτικό τους σύστημα δημιουργεί πολλές φορές ασταθείς κυβερνήσεις που προκαλούν αβεβαιότητα, με αρνητικές συνέπειες για την οικονομία.
- Η έξοδος του Ηνωμένου Βασιλείου από την ΕΕ θα επηρεάσει την οικονομία της Κύπρου και ιδιαίτερα τους τομείς του τουρισμού, του εμπορίου αλλά και των κατασκευών. Ακόμη είναι αβέβαιο αν οι τομείς αυτοί επηρεαστούν αρνητικά ή θετικά, καθώς δεν έχει οριστικοποιηθεί ακόμη η σχέση που θα έχει η χώρα με την ένωση μετά την αποχώρηση.
- Το κυπριακό πρόβλημα παραμένει ένας αστάθμητος παράγοντας για την κυπριακή οικονομία. Τυχόν λύση είναι βέβαιο πως θα την επηρεάσει, είτε αρνητικά, είτε θετικά, αναλόγως των προνοιών της, χωρίς φυσικά να σημαίνει ότι διαίωσιση της υφιστάμενης κατάστασης προσφέρει σταθερότητα.

Οικονομικό Περιβάλλον (Economical)

- Η οικονομική κρίση των τελευταίων χρόνων αποτέλεσε ένα ισχυρό πλήγμα για τις επιχειρήσεις και τους εργαζόμενους στην Κύπρο. Φαίνεται όμως ότι τα μέτρα που λήφθηκαν και οι διορθωτικές κινήσεις που έγιναν, έβαλαν και πάλι σε τροχιά ανάπτυξης την Κυπριακή οικονομία. Ο ρυθμός ανάπτυξης για το 2019 υπολογίστηκε στο 3.2%, κυρίως λόγω του τομέα των κατασκευών (CyStat, 2020), ενώ η ανεργία έχει μειωθεί στο 6% τον Νοέμβριο του 2019, από το πέραν του 16% που βρισκόταν το 2013 (Eurostat, 2020). Οι δείκτες αυτοί είναι ενθαρρυντικοί και διαμορφώνουν ένα ευνοϊκό περιβάλλον για τις επιχειρήσεις στην Κύπρο.
- Σύμφωνα με τον διοικητή της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα δανείζουν προσεγμένα και με αυξανόμενους ρυθμούς, επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να αναπτυχθούν (ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 2020), αφήνοντας

πίσω τους μια εποχή που ο δανεισμός ήταν περιορισμένος. Σημαντικό είναι επίσης το γεγονός ότι οι τράπεζες ευνοούν την χρηματοδότηση νέων επιχειρήσεων στους τομείς των ακινήτων και των οικολογικών έργων (InBusiness, 2019).

- Τα αρνητικά καταθετικά επιτόκια είναι πλέον γεγονός και για την Κυπριακή οικονομία, λόγω της μεγάλης ρευστότητας που διαθέτουν οι τράπεζες και η δυσκολία τους να την διοχετεύσουν στην αγορά. Τα αρνητικά επιτόκια αναμένεται ότι θα ωθήσουν τις νέες επενδύσεις και την περαιτέρω ανάπτυξη της οικονομίας (InBusiness, 2019b).
- Το φορολογικό καθεστώς είναι ιδιαίτερα ευνοϊκό για τις επιχειρήσεις στην Κύπρο, καθώς μεταξύ άλλων φοροελαφρύνσεων, προσφέρει τον χαμηλότερο συντελεστή Εταιρικού Φόρου στην Ευρώπη (12,5%), καθώς και από τους χαμηλότερους συντελεστές Φόρου Εισοδήματος φυσικών προσώπων (EKE, 2020).

Κοινωνικό Περιβάλλον (Social)

- Η ευαισθησία των Κυπρίων σε περιβαλλοντικά θέματα αυξάνεται συνεχώς και το κοινό ενδιαφέρεται και αναζητεί τρόπους να μειώσει την επιβάρυνση που δέχεται ο πλανήτης από τον τρόπο ζωής του, ανταποκρινόμενοι θετικά στα μέτρα που λαμβάνονται προς αυτή την κατεύθυνση. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η μείωση στη χρήση της πλαστικής σακούλας (Λαζανιάς, 2019) αλλά και η αύξηση στην ανακύκλωση που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια (GreenDot, 2019). Προς αυτή την κατεύθυνση δείχνουν και τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς που πραγματοποιήσαμε και παρουσιάζουμε στο Κεφάλαιο 4.
- Στην Κύπρο παρατηρείται υψηλό ποσοστό ιδιοκατοίκησης που σύμφωνα με στατιστικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Statista, 2020) αλλά και της δικής μας έρευνας αγοράς, κυμαίνεται κοντά στο 70%.

Τεχνολογικό Περιβάλλον (Technological)

- Η χρήση του διαδικτύου στην Κύπρο αυξάνεται συνεχώς. Σύμφωνα με έρευνα της στατιστικής υπηρεσίας το 89,6% των νοικοκυριών έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο το 2019, ενώ το 86,1% ερωτώμενων είχε χρησιμοποιήσει τουλάχιστον μια φορά το διαδίκτυο το πρώτο τρίμηνο του 2019. Φυσικά τα ποσοστά στους νέους φτάνουν μέχρι και το 100%, ενώ ιδιαίτερη προτίμηση δείχνουν στα κοινωνικά δίκτυα (CyStat, 2019b). Ανάλογα αποτελέσματα προκύπτουν και από την δική μας έρευνα αγοράς.

- Τα τελευταία χρόνια έχει αλλάξει ολοκληρωτικά το είδος των αναπτύξεων στον τομέα των ακινήτων. Λόγω του σχεδίου πολιτογράφησης μέσω επενδύσεων της Κυπριακής Δημοκρατίας, προσελκύονται ξένοι επενδυτές που αναζητούν πολυτελή ακίνητα για αγορά. Έτσι ευνοείται η ανάπτυξη ψηλών κτηρίων και πολυτελών κατοικιών και λιγότερο έργων που απευθύνονται σε κύριους αγοραστές (Θειοπούλου, 2019).

Περιβαλλοντικά Θέματα (Environmental)

- Η Κυπριακή Δημοκρατία σαν μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπόκειται σε έλεγχο για την τήρηση μιας πληθώρας αποφάσεων που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος και επίτευξης συγκεκριμένων στόχων προς αυτή την κατεύθυνση. Οι ενέργειες που υποχρεούται να προβεί η Κύπρος, συνοψίζονται σε τρεις θεματικές ενότητες. «Μετατροπή της ΕΕ σε μια κυκλική, πράσινη και ανταγωνιστική οικονομία χαμηλών ανθρακούχων εκπομπών και αποδοτικής χρήσης των πόρων» , «Προστασία, διατήρηση και ενίσχυση του φυσικού κεφαλαίου» και «Διασφάλιση της υγείας και ποιότητας ζωής των πολιτών» (ΕΕ, 2019).

Νομικό Περιβάλλον (Legal)

- Οι αλλαγές που έγιναν στο Κυπριακό σχέδιο πολιτογραφήσεων μέσω επενδύσεων το 2019, έθεσαν πιο αυστηρά κριτήρια και οριοθέτησαν τον αριθμό διαβατηρίων που μπορεί να παραχωρούνται κάθε χρόνο (ΠΟΛΙΤΗΣ, 2019b).
- Η κυβέρνηση εφάρμοσε ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο στεγαστικής πολιτικής, με την παροχή κινήτρων σε επιχειρηματίες ανάπτυξης γης, για την κατασκευή προσιτών κατοικιών που θα απευθύνονται στην εγχώρια αγορά, για να καλύψουν τις στεγαστικές ανάγκες (Νικολάου, 2019).
- Η νομοθεσία περί «Ρύθμισης της Ενεργειακής Απόδοσης των Κτιρίων» καθορίζει μεταξύ άλλων, τις ελάχιστες απαιτήσεις ενεργειακής απόδοσης κτιρίων που κατασκευάζονται ή ανακαινίζονται (Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2010)

Κεφάλαιο 3

Περιγραφή της GreenCity

Σε αυτό το κεφάλαιο αναλύεται ο τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης, καθορίζονται το όραμα, η αποστολή, οι αξίες και οι στόχοι της και περιγράφονται η οργανωτική δομή του προσωπικού και τα μέσα που θα αξιοποιήσει.

3.1 Ίδρυση GreenCity

Η GreenCity θα ιδρυθεί σαν Ιδιωτική Εταιρεία περιορισμένης ευθύνης με έδρα την Κύπρο και θα δραστηριοποιείται στον τομέα των κατασκευών και πιο συγκεκριμένα στην εγκατάσταση συστημάτων φυτεμένου δώματος σε υφιστάμενα και υπό κατασκευή κτήρια.

3.2 Όραμα, Αποστολή και Αξίες

Όραμα της εταιρείας να συμβάλει ουσιαστικά στο να γίνουν οι πόλεις της Κύπρου πιο πράσινες και πιο φιλικές προς τους κατοίκους, τους επισκέπτες και το περιβάλλον γενικότερα.

Αποστολή της εταιρείας είναι να διαδοθεί η πρακτική των φυτεμένων δωματίων στην Κύπρο καθώς και τα οφέλη που προκύπτουν από την εγκατάστασή τους, καθιστώντας παράλληλα την GreenCity μια βιώσιμη και κερδοφόρα επιχείρηση.

Οι αξίες της εταιρείας συνοψίζονται στο «Σεβασμός στον Πελάτη, τον Εργαζόμενο και το Περιβάλλον που μας φιλοξενεί».

3.3 Στοχοθέτηση

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βραχυπρόθεσμοι και μεσοπρόθεσμοι στόχοι της επιχείρησης, βάσει των οποίων θα αξιολογηθεί η πορεία της εταιρείας τα πρώτα χρόνια λειτουργίας. Με το πέρας της αξιολόγησης κάθε χρόνο, αν κρίνεται απαραίτητο θα γίνονται διορθωτικές ενέργειες και οι στόχοι θα αναπροσαρμόζονται.

Βραχυπρόθεσμοι Στόχοι

- Ίδρυση και έναρξη εργασιών της εταιρείας μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2020.
- Υπογραφή αποκλειστικής συνεργασίας με εργοστάσιο παραγωγής συστημάτων μέχρι τον Οκτώβριο του 2020.
- Πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού μέχρι το τέλος του 2020.
- Εύρεση και ενοικίαση χώρου αποθήκευσης υλικών και γραφείου μέχρι το τέλος του 2020.
- Έναρξη προωθητικών ενεργειών τον Ιανουάριο του 2021.
- Ανάληψη και ολοκλήρωση έργων συνολικής έκτασης τουλάχιστον 800 m² μέσα στο 2021.

Μεσοπρόθεσμοι Στόχοι

- Ανάληψη και ολοκλήρωση έργων συνολικής έκτασης τουλάχιστον 1500 m² μέσα στο 2022.
- Πρόσληψη επιπλέον τεχνικού και υποστηρικτικού προσωπικού αν κριθεί απαραίτητο μέσα στο 2022.
- Η επιχείρηση να παρουσιάσει κέρδη με την ολοκλήρωση του 2022.

3.4 Περιγραφή Λειτουργίας

3.4.1 Μεθοδολογία

Η εταιρεία θα ακολουθήσει μια συντηρητική μέθοδο λειτουργίας και ανάπτυξης, καθώς δραστηριοποιείται σε ένα τομέα που είναι σχετικά καινούριος για την Κυπριακή αγορά. Θα αποφύγει τα πρώτα χρόνια τα μεγάλα οικονομικά ανοίγματα, μέχρι να είναι ξεκάθαρη η αντίδραση της αγοράς και να μπορεί να γίνει με μεγαλύτερη ακρίβεια η πρόβλεψη πωλήσεων, εσόδων και εξόδων για τα επόμενα χρόνια.

Πρώτο βήμα για την εταιρεία, είναι να συνάψει συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με προμηθευτή των συστημάτων φυτεμένου δώματος από το εξωτερικό. Είναι σημαντικό ο προμηθευτής που θα επιλεγεί να είναι ένα αναγνωρίσιμο brand, με υψηλής ποιότητας προϊόντα και με εμπειρία αρκετών ετών στον σχεδιασμό και παραγωγή. Έχει ήδη ξεκινήσει η έρευνα αγοράς και έχουν γίνει προκαταρκτικές συζητήσεις με εκπροσώπους εργοστασίων παραγωγής. Καλύτερη περίπτωση για συνεργασία,

φαίνεται μέχρι στιγμής να είναι η εταιρεία Sempergreen. Πρόκειται για ένα από τους μεγαλύτερους κατασκευαστές συστημάτων φύτευσης δωματίων στην Ευρώπη, με παρουσία και συνεργασίες ανά το παγκόσμιο, και ένας από τους κύριους ανταγωνιστές των αντιπροσωπιών που βρίσκονται σήμερα στην Κύπρο. Ιδρύθηκε το 1996, με έδρα την Ολλανδία και στόχο να “Γίνει ο κόσμος λίγο πιο πράσινος”, μότο που ταιριάζει απόλυτα με την φιλοσοφία της GreenCity (Sempergreen, 2020). Θα γίνει αξιολόγηση των προϊόντων και των όρων συνεργασίας που προσφέρει η Sempergreen και στόχος είναι μέχρι τον Οκτώβριο να έχει υπογραφεί συμφωνητικό συνεργασίας.

Η εταιρεία θα αποφύγει στα αρχικά στάδια να έχει απόθεμα του προϊόντος στην αποθήκη της, για μείωση του κόστους και του ρίσκου, παρά μόνο μια μικρή ποσότητα σαν δείγμα προς υποψήφιους πελάτες. Έτσι αφού υπογράφεται η ανάληψη κάποιου έργου, θα λαμβάνεται μέρος της συμφωνημένης τιμής πώλησης σαν προκαταβολή και ταυτόχρονα θα γίνεται η παραγγελία των υλικών στο εργοστάσιο παραγωγής. Δεδομένο θεωρείται ότι στην συμφωνία που θα γίνει με τον προμηθευτή, θα προβλέπεται η παράδοση των υλικών στην Κύπρο, σε εύλογο χρονικό διάστημα από την μέρα της παραγγελίας.

Ο σχεδιασμός και η εγκατάσταση του συστήματος θα γίνεται από εκπαιδευμένο προσωπικό της εταιρείας. Ειδικότερα ο τεχνικός που θα είναι υπεύθυνος για την εγκατάσταση του συστήματος, θα εκπαιδευθεί και θα πιστοποιηθεί από την προμηθεύτρια εταιρεία, βάσει των προδιαγραφών που προβλέπονται. Ο σχεδιασμός τοποθέτησης του συστήματος, του συστήματος άρδευσης, του υποστρώματος που θα τοποθετηθεί καθώς και η επιλογή των φυτών, θα γίνεται επίσης από καταρτισμένο προσωπικό της εταιρείας.

Σε ότι αφορά την παραγωγή και τοποθέτηση του υποστρώματος μετά την εγκατάσταση του συστήματος, την εγκατάσταση του δικτύου άρδευσης καθώς και την προμήθεια και φύτευση των φυτών, η επιχείρηση θα τα αναθέσει σε εξειδικευμένη εταιρεία, μέσω αγοράς υπηρεσιών. Πρόκειται για εταιρεία με δίκτυο παραγωγής και εμπορίας φυτών στην Κύπρο, με εξειδικευμένη ομάδα για τη δημιουργία και συντήρηση κήπων και μετά από συμφωνία θα εκτελεί τις παραπάνω εργασίες βάσει των προδιαγραφών που θα του θέσει η GreenCity.

3.4.2 Προσωπικό

Η επιχείρηση, βάσει του σχεδιασμού της, θα ξεκινήσει την λειτουργία της με το ελάχιστο δυνατόν προσωπικό και θα ακολουθήσει ένα πλάνο ανάπτυξης αναλόγως της ανταπόκρισης των πελατών.

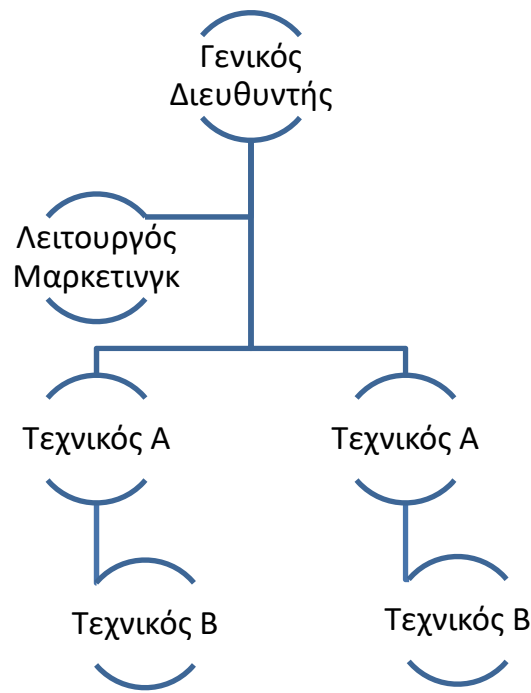
Πρώτος εργαζόμενος θα είναι ο ιδρυτής της εταιρείας, που θα εκτελεί χρέη διευθυντή. Υπό την ευθύνη του θα είναι τα πρώτα δύο χρόνια όλα τα στάδια της λειτουργίας της επιχείρησης. Αυτός θα αναλάβει την σύναψη συνεργασιών, την πρόσληψη προσωπικού, την αγορά εξοπλισμού και την μίσθωση εγκαταστάσεων, τον σχεδιασμό και προώθηση των προϊόντων καθώς και τα οικονομικά της επιχείρησης.

Ο δεύτερος εργαζόμενος θα είναι ένας έμπειρος τεχνικός σε θέματα εγκατάστασης μονωτικών μεμβρανών. Με την πρόσληψη του, ο συγκεκριμένος τεχνικός θα εκπαιδευτεί από την κατασκευάστρια εταιρεία και θα εξειδικευτεί στις μεθόδους και προδιαγραφές που απαιτούνται για τέτοιου είδους συστήματα. Μετά την εκπαίδευση του, ο ρόλος του θα είναι επικεφαλής στην ομάδα εγκατάστασης και συντήρησης του συστήματος (Τεχνικός Α).

Το τρίτο μέλος της αρχικής ομάδας θα είναι ακόμη ένας τεχνικός, ο οποίος θα εκπαιδευτεί από τον πρώτο τεχνικό και θα τον υποστηρίζει στην καθημερινή εργασία του (Τεχνικός Β).

Με την συμπλήρωση του δεύτερου χρόνου λειτουργίας της εταιρείας και αν όλα εξελίσσονται βάσει του προγραμματισμού, θα ενταχθούν στην ομάδα άλλοι δύο τεχνικοί εγκατάστασης και συντήρησης, ένας επικεφαλής και ένας υποστηρικτικός, σχηματίζοντας έτσι δύο τεχνικές ομάδες που θα μπορούν να εργάζονται είτε ανεξάρτητα είτε συνεργιστικά, αναλόγως των απαιτήσεων.

Στον τρίτο χρόνο λειτουργίας προβλέπεται επίσης η πρόσληψη ενός λειτουργού μάρκετινγκ ο οποίος θα αναλάβει εξ ολοκλήρου την προώθηση των προϊόντων και τις επαφές με τους πελάτες. Το οργανόγραμμα της επιχείρησης με την ολοκλήρωση του τρίτου χρόνου λειτουργίας, φαίνεται στο παρακάτω σχήμα.



Σχήμα 4: Οργανόγραμμα GreenCity με την συμπλήρωση του τρίτου χρόνου λειτουργίας

3.4.3 Εγκαταστάσεις - Εξοπλισμός

Για τις ανάγκες της επιχείρησης θα μισθωθεί ένα κτήριο σε βιομηχανική περιοχή της ευρύτερης Λεμεσού, 200-250 τετραγωνικών μέτρων, με σκοπό τμήμα του να αποτελεί αποθηκευτικό χώρο για τα υλικά και τον εξοπλισμό της εταιρείας και το άλλο τμήμα του γραφεία για το προσωπικό. Η Λεμεσός επιλέχθηκε καθώς είναι η περιοχή που παρουσιάζει την μεγαλύτερη ανάπτυξη και προοπτική στον τομέα των ακινήτων και θα αποτελεί πλεονεκτική θέση τόσο όσο αφορά την προώθηση των προϊόντων, όσο και στη μείωση του λειτουργικού κόστους.

Από πλευράς πάγιων στοιχείων, θα χρειαστούν αρχικά γραφειακός και αποθηκευτικός εξοπλισμός, ένα εμπορικό αυτοκίνητο καθώς και εργαλεία και μηχανήματα που απαιτούνται για την τεχνική ομάδα.

Κεφάλαιο 4

Μάρκετινγκ

Το Μάρκετινγκ αποτελεί μια από τις σημαντικότερες λειτουργίες μιας επιχείρησης που σκοπό έχει να δημιουργήσει τους απαραίτητους δεσμούς μεταξύ των επιχειρήσεων, των πελατών, των προμηθευτών και των ανταγωνιστών (Σιώμοκος, 2013), ώστε να γίνει κατορθωτή η ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών τόσο του πελάτη, όσο και της επιχείρησης.

Το μάρκετινγκ φυσικών αγαθών και υπηρεσιών περιλαμβάνει ένα μίγμα διεργασιών (7p's), κάθε μια από τις οποίες είναι εξίσου σημαντική, ώστε να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα για όλους τους συμμετέχοντες. Πιο συγκεκριμένα ασχολείται με το προϊόν (Product), την προώθηση (Promotion), την διανομή (Place), την τιμολόγηση (Price), το προσωπικό (People), τις διαδικασίες (Processes) και τις φυσικές αποδείξεις (Physical evidences). Παρακάτω θα περιγράψουμε αναλυτικά την στρατηγική που θα ακολουθήσει το τμήμα μάρκετινγκ της GreenCity, για κάθε μια από αυτές τις διεργασίες. Αρχικά όμως, θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς που έχει διεξαχθεί, για να μας βοηθήσει στον καλύτερο σχεδιασμό της στρατηγικής μας.

4.1 Έρευνα Αγοράς

Η έρευνα αγοράς είναι ένα πολύτιμο εργαλείο για τις επιχειρήσεις, που τους επιτρέπει να αντλήσουν όλη την πληροφόρηση που χρειάζονται, για να πάρουν όσο το δυνατό πιο σωστές αποφάσεις. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να μελετηθούν η συμπεριφορά και οι ανάγκες των καταναλωτών, για την εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά, για έλεγχο αποτελεσματικότητας μιας στρατηγικής, για την ανάλυση της πορείας ενός προϊόντος αλλά και ανατροφοδότηση από τους πελάτες (Τζεμπελίκος, 2011).

Δεδομένου ότι η GreenCity θα επιχειρήσει να εισέλθει σε μια σχετικά καινούρια αγορά, για την οποία δεν υπάρχουν ικανοποιητικά στοιχεία σε ότι αφορά την συμπεριφορά των καταναλωτών, εμπορευόμενη ένα όχι και τόσο διαδεδομένο προϊόν, κρίθηκε

απαραίτητο να διεξαχθεί μια έρευνα αγοράς, η οποία θα συγκεντρώσει πληροφορίες απαραίτητες για την στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης.

4.1.1 Σκοπός

Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας αγοράς, είναι να δώσει απαντήσεις στα παρακάτω βασικά ερωτήματα

- Ποιο είναι το προφίλ και η συμπεριφορά των υποψήφιων καταναλωτών;
- Γνωρίζουν το προϊόν που θα εμπορεύεται η εταιρεία;
- Υπάρχει ενδιαφέρον; Από ποιους;
- Ποιοι είναι οι καλύτεροι τρόποι προώθησης;

Μέσα από τις απαντήσεις στα ερωτήματα της έρευνας και την περεταίρω ανάλυση τους, θα σκιαγραφηθεί το προφίλ των καταναλωτών και διαπιστωθεί η στάση τους σε θέματα συναφή με τον χώρο που δραστηριοποιείται η GreenCity και θα διαμορφώσει σε μεγάλο βαθμό την στρατηγική μάρκετινγκ της επιχείρησης.

Από τη φύση των ερωτημάτων και των συμπερασμάτων που αναμένεται να εξάγουμε, κατατάσσουμε την συγκεκριμένη έρευνα αγοράς στις περιγραφικές (Σταθακόπουλος, 2005).

4.1.2 Ταυτότητα – Μεθοδολογία

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία η διαδικασία της έρευνας αγοράς, αποτελείται από οκτώ διαδοχικά στάδια, καθένα από τα οποία είναι εξίσου σημαντικό για την επιτυχία της έρευνας (Σταθακόπουλος, 2005).

Πρώτο στάδιο είναι ο ορισμός του προβλήματος. Το πρόβλημα που αντιμετωπίζει η GreenCity είναι ότι θέλει να δραστηριοποιηθεί σε ένα τομέα και μια κατηγορία προϊόντων για την οποία ελάχιστα δεδομένα υπάρχουν σε ότι αφορά την συμπεριφορά των καταναλωτών. Έτσι βάσει αυτού του προβλήματος, καθορίσαμε τον σκοπό της έρευνας και τα βασικά ερωτήματα που αναμένεται να απαντηθούν.

Δεύτερο στάδιο είναι ο προσδιορισμός της αξίας των πληροφοριών, όπου συγκρίνεται το κόστος της έρευνας, με τα αναμενόμενα έσοδα που αναμένεται να αποφέρει. Η πραγματοποίηση μια έρευνας που το κόστος της θα είναι μεγαλύτερο από τα έσοδα που μπορεί να προκαλέσει, δεν έχει κανένα νόημα. Δεδομένου ότι η επιχείρηση βρίσκεται σε στάδιο σχεδιασμού και δεν έχει ακόμα έσοδα από την δραστηριότητα της, αποφασίσαμε όπως κρατήσουμε το κόστος της έρευνας, στο ελάχιστο δυνατό.

Τρίτο στάδιο είναι η επιλογή σχεδίου έρευνας. Από τη φύση των ερωτημάτων που απαιτείται να απαντηθούν και των συμπερασμάτων που αναμένεται να εξάγουμε, κατατάσσουμε την συγκεκριμένη έρευνα αγοράς στις περιγραφικές. Είναι το είδος έρευνας που χρησιμοποιείται για να σκιαγραφηθεί ένα τμήμα της αγοράς και να διευκολυνθεί η είσοδος σε αυτή ενός νέου προϊόντος (Σταθακόπουλος, 2005).

Επόμενο στάδιο, είναι η επιλογή μεθόδου συλλογής στοιχείων. Για τις ανάγκες και τα δεδομένα της επιχείρησης αποφασίσαμε ότι η διανομή ερωτηματολογίου μέσω διαδικτύου, είναι η καταλληλότερη μέθοδος συλλογής των απαιτούμενων στοιχείων. Ο λόγος είναι ότι είναι μια φθηνή και εύκολη στην εφαρμογή μέθοδος και δίνει την δυνατότητα Παγκύπριας κάλυψης, χωρίς να απαιτεί φυσική παρουσία σε άλλες πόλεις. Επίσης διευκολύνει πολύ τον ερωτώμενο καθώς μειώνει σημαντικά τον χρόνο που χρειάζεται για να συμπληρώσει το ερωτηματολόγιο και παράλληλα απλουστεύει την συγκέντρωση και ανάλυση των δεδομένων.

Οι ερωτήσεις που απαρτίζουν το ερωτηματολόγιο, επιλέχθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να μας δίνουν όλη την πληροφόρηση που χρειάζεται, χωρίς όμως να κουράζει τον ερωτώμενο. Επιλέχθηκαν κλειστού τύπου ερωτήσεις, όσο το δυνατό πιο σαφείς και κατανοητές, που αποφεύγουν να κατευθύνουν προς μια απάντηση. Σε αυτού του τύπου ερωτήσεις ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει από περιορισμένο αριθμό απαντήσεων, γεγονός που επίσης τον διευκολύνει και συντομεύει την διαδικασία. Σε ότι αφορά την σειρά παρουσίασης των ερωτήσεων στο ερωτηματολόγιο, πρώτες μπήκαν αυτές που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία, ώστε να καταγραφεί ένα προφίλ των ερωτώμενων, ακολούθησαν οι πιο γενικές ερωτήσεις και καταλήξαμε με τις πιο εξειδικευμένες.

Πέμπτο στάδιο είναι ο καθορισμός των μεθόδων μέτρησης. Στην έρευνα μας επιλέχθηκαν, αναλόγως των ερωτήσεων, η ονομαστική κλίμακα και η κλίμακα Likert. Η ονομαστική κλίμακα χρησιμοποιήθηκε κυρίως στις ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων, ώστε να ταξινομήσουμε το δείγμα μας στις ανάλογες κατηγορίες. Η κλίμακα Likert χρησιμοποιήθηκε σε ερωτήσεις έκφρασης γνώσης ή ενδιαφέροντος για θέματα που επηρεάζουν την επιχείρηση, δίνοντας την ευκαιρία στους ερωτώμενους να ορίσουν τον βαθμό συμφωνίας τους με την κάθε πρόταση. Τέλος, πριν διανεμηθεί ευρέως το ερωτηματολόγιο, στάλθηκε σε ένα μικρό αριθμό ατόμων (3 άτομα) για σχόλια και παρατηρήσεις για την βελτίωση του και συνεπώς οι απαντήσεις αυτές δεν συμπεριλήφθηκαν στο τυχαίο δείγμα που χρησιμοποιήθηκε.

Ακολουθεί το στάδιο της επιλογής δείγματος, αναλόγως των πληροφοριών που θέλουμε να αντλήσουμε. Στην περίπτωση μας αποταθήκαμε σε άτομα άνω των 18 ετών, που ζουν σε όλες τις ελεγχόμενες από την Κυπριακή Δημοκρατία περιοχές. Η επιλογή αυτή του δείγματος, έγινε με βάση του ότι αυτή η κατηγορία ανθρώπων ανήκει στους υποψήφιους πελάτες της GreenCity. Το πλήρες ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα Α. Συγκεντρώσαμε συνολικά 164 απαντημένα ερωτηματολόγια.

Τα δύο τελευταία στάδια είναι η ανάλυση των δεδομένων με τις κατάλληλες στατιστικές τεχνικές και η παρουσίαση των ευρημάτων, τα οποία παραθέτουμε πιο κάτω.

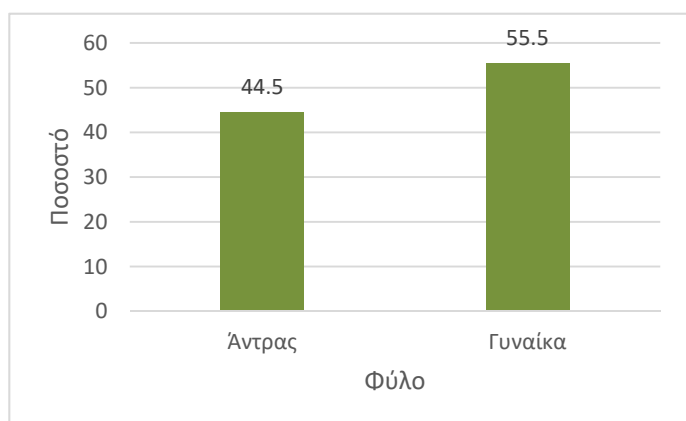
4.1.3 Αποτελέσματα

Σε αυτή την ενότητα θα ασχοληθούμε με την παρουσίαση των κυριότερων στοιχείων και χαρακτηριστικών των συμμετεχόντων στην έρευνα, καθώς και με την επιμέρους ανάλυση και σύγκριση των αποτελεσμάτων, με στόχο να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα όπως αυτά περιγράφονται παραπάνω.

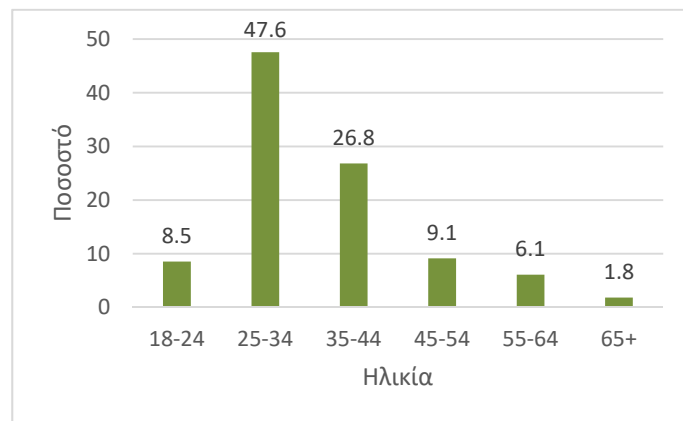
Δημογραφικό Προφίλ Δείγματος

Οι συχνότητες εμφάνισης και τα αντίστοιχα ποσοστά των δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος που συλλέχθηκε, δίνονται στα ραβδογράμματα 1 έως 6.

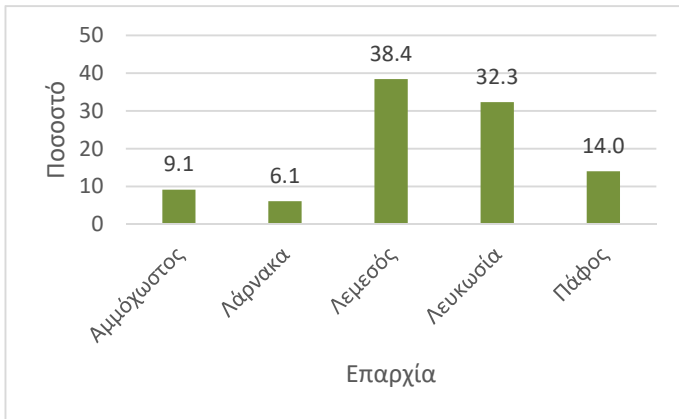
Η έρευνα επικεντρώθηκε στην συλλογή των στοιχείων φύλου, ηλικιακής ομάδας (άνω των 18), επαρχίας διαμονής, είδος περιοχής διαμονής, επιπέδου μόρφωσης και επαγγελματικής ιδιότητας.



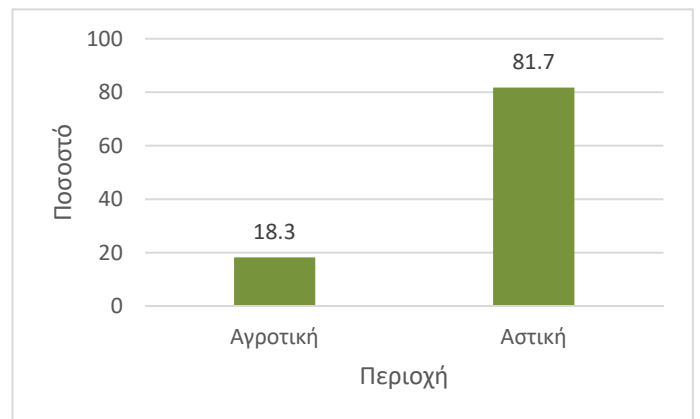
Ραβδόγραμμα 1: Φύλο συμμετεχόντων



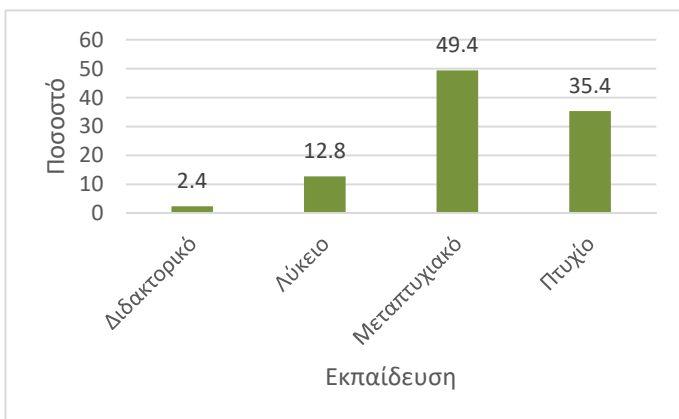
Ραβδόγραμμα 2: Ηλικία συμμετεχόντων



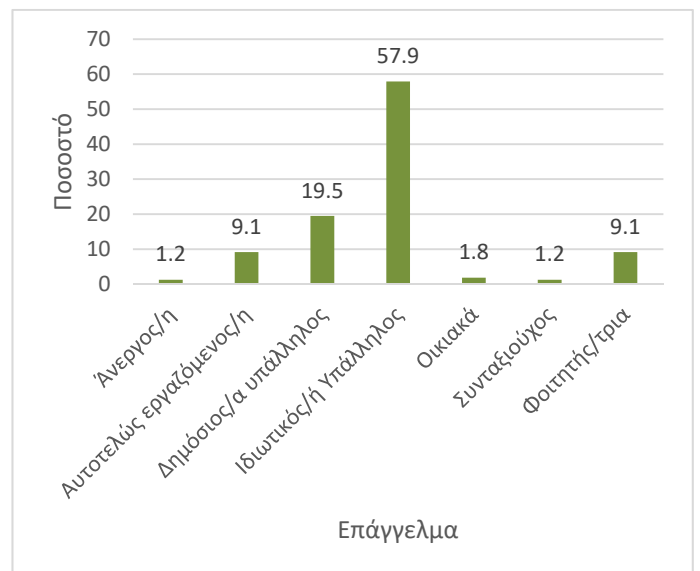
Ραβδόγραμμα 3: Επαρχία διαμονής συμμετεχόντων



Ραβδόγραμμα 4: Περιοχή διαμονής συμμετεχόντων



Ραβδόγραμμα 5: Επίπεδο εκπαίδευσης συμμετεχόντων



Ραβδόγραμμα 6: Επαγγελματική ιδιότητα συμμετεχόντων

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία διαπιστώνουμε ότι οι γυναίκες με ποσοστό 55.5%, είχαν μεγαλύτερη συμμετοχή στην έρευνα, ενώ σε ό,τι αφορά την ηλικιακή ομάδα, οι νέοι ηλικίας 25-34 αποτελούν σχεδόν τους μισούς συμμετέχοντες (ποσοστό 47.6%). Όπως αναμενόταν, σύμφωνα και με τα δημογραφικά στοιχεία του πληθυσμού, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων διαμένουν στις δύο μεγαλύτερες πληθυσμιακά πόλεις του νησιού, δηλαδή Λευκωσία και Λεμεσό, με συνολικό ποσοστό στο δείγμα 70.7%. Το αντίστοιχο ποσοστό του πληθυσμού σύμφωνα με τα στοιχεία της στατιστικής υπηρεσίας ανέρχεται στο 67% (CyStat, 2018). Επιπλέον η περιοχή διαμονής του 81.7% του δείγματος είναι αστική σε σύγκριση με το 67.8% που έχει δημοσιεύσει το 2018 η

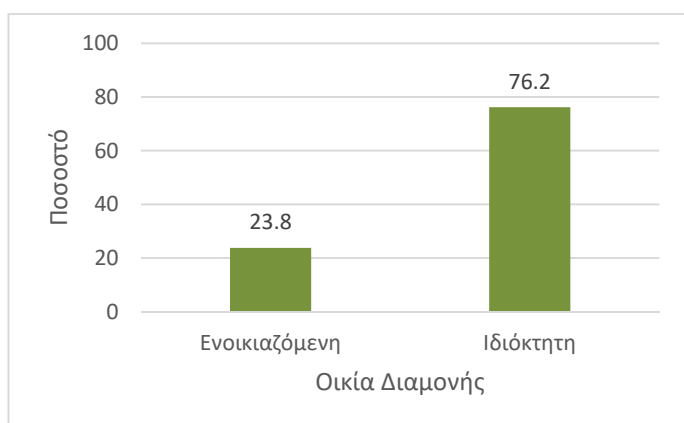
στατιστική υπηρεσία Κύπρου. Είναι εμφανές ότι η ηλεκτρονική διανομή του ερωτηματολογίου είχε σαν αποτέλεσμα η μεγαλύτερη συμμετοχή να είναι από άτομα μικρότερης ηλικίας που διαμένουν σε αστικές περιοχές.

Τέλος από το σύνολο των ερωτηθέντων, το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής είχαν οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου (49.4%) ως προς το μορφωτικό επίπεδο και οι ιδιωτικοί υπάλληλοι (57.9%) ως προς την επαγγελματική ιδιότητα.

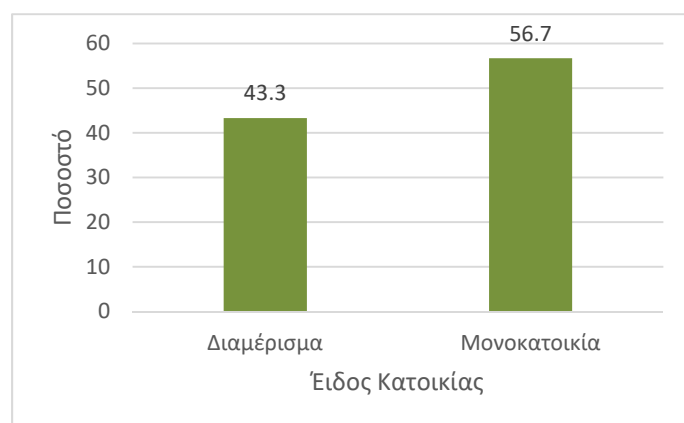
Στοιχεία χώρου κατοικίας και εργασίας

Στόχος των ερωτήσεων αυτής της ενότητας του ερωτηματολογίου, ήταν να διαπιστωθεί το κατά πόσο υπάρχει η δυνατότητα εγκατάστασης συστημάτων πράσινης στέγης στις ήδη υπάρχουσες κτηριακές εγκαταστάσεις του νησιού, είτε αυτές αφορούν χώρους διαμονής, είτε χώρους εργασίας.

Αρχικά αναφέρουμε ότι το 76.2% των συμμετεχόντων, όπως φαίνεται και στο ραβδόγραμμα 7, διαμένουν σε ιδιόκτητη κατοικία και μόλις το 23.8% σε ενοικιαζόμενη. Πιο εξισορροπημένα είναι τα ποσοστά μεταξύ των όσων διαμένουν σε μονοκατοικία με όσους διαμένουν σε διαμέρισμα, με 56.7% και 43.3% αντίστοιχα (ραβδόγραμμα 8).



Ραβδόγραμμα 7: Ιδιοκατοίκηση συμμετεχόντων



Ραβδόγραμμα 8: Είδος κατοικίας διαμονής συμμετεχόντων

Ο πίνακας 1 υποδεικνύει ότι τόσο στην περίπτωση διαμερισμάτων, όσο και στην περίπτωση μονοκατοικιών, οι περισσότερες στέγες των κτηρίων τους είναι

προσβάσιμες. Αυτό αποδεικνύεται και με την εφαρμογή του “Pearson Chi-Square” στατιστικού ελέγχου που δίνει σαν αποτέλεσμα $\chi = 0.05$ και $p\text{-value} = 0.824$ (πίνακας 2). Από αυτές τις τιμές συμπεραίνουμε ότι ανεξάρτητα του είδους της κατοικίας, στην πλειοψηφία τους οι στέγες των κτηρίων της Κύπρου είναι προσβάσιμες, αφού δεν προκύπτει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ του είδους της κατοικίας και προσβασιμότητας της στέγης.

| | | Προσβασιμότητα Στέγης | | Σύνολο | |
|-----------------|--------------|-----------------------|-------|--------|--------|
| | | Ναι | Όχι | | |
| Είδος Κατοικίας | Διαμέρισμα | Συχνότητα | 56 | 15 | 71 |
| | | Ποσοστό | 78.9% | 21.1% | 100.0% |
| | Μονοκατοικία | Συχνότητα | 72 | 21 | 93 |
| | | Ποσοστό | 77.4% | 22.6% | 100.0% |
| Σύνολο | | Συχνότητα | 128 | 36 | 164 |
| | | Ποσοστό | 78.0% | 22.0% | 100.0% |

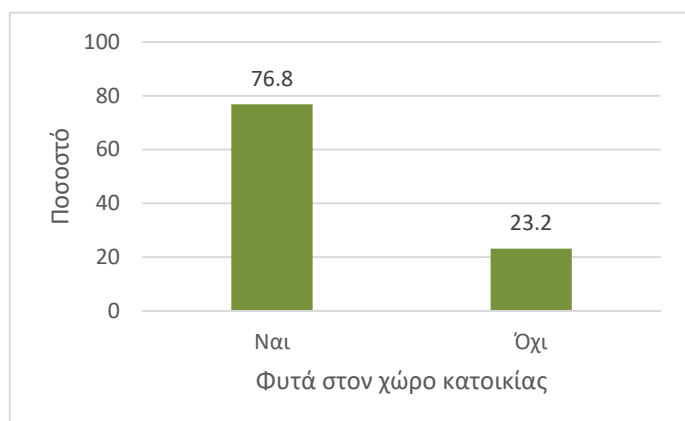
Πίνακας 1: Είδος κατοικίας σε συνάρτηση με την προσβασιμότητα της στέγης

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------------|-------------------|----|-----------------------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | .050 ^a | 1 | .824 | | |
| Continuity Correction ^b | .001 | 1 | .974 | | |
| Likelihood Ratio | .050 | 1 | .823 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | .851 | .489 |
| N of Valid Cases | 164 | | | | |

Πίνακας 2: Chi-Square Test για το είδος κατοικίας σε συνάρτηση με την προσβασιμότητα της στέγης

Από τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου μας παρατηρούμε επίσης ότι τόσο στους χώρους κατοικίας, όσο και στους χώρους εργασίας των συμμετεχόντων στην έρευνα, υπάρχει κάποιος χώρος με φυτά σε ποσοστό 76.8% και 60% αντίστοιχα (ραβδογράμματα 9 και 10). Το μέγεθος αυτών των ποσοστών εξηγείται από την καθολική σχεδόν παραδοχή του δείγματος μας, που θα παρουσιαστεί στην ενότητα Γνώση / Ενδιαφέρον, ότι η παρουσία φυτών συμβάλει θετικά στη ζωή στις πόλεις. Δικαιολογείται επίσης εν μέρη από τις σχετικές πρόνοιες των σχεδίων ανάπτυξης και απαιτούν την ύπαρξη ένα ποσοστού δημόσιου πρασίνου σε οικοπεδοποιήσιμα τεμάχια με εμβαδόν που ξεπερνά τα 800m² (ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ, 2011). Παρόλα αυτά,

όπως θα δούμε και παρακάτω, το πράσινο που υπάρχει αυτή τη στιγμή στις πόλεις, κρίνεται ως ανεπαρκές από τους συμμετέχοντες στο ερωτηματολόγιο.

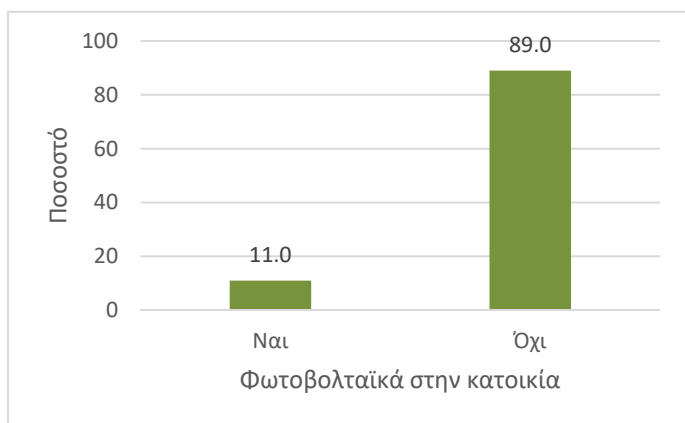


Ραβδόγραμμα 9: Ύπαρξη φυτών στο χώρο κατοικίας των συμμετεχόντων

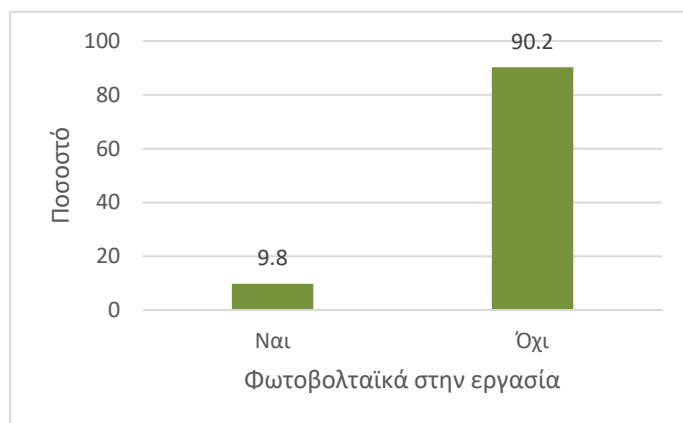


Ραβδόγραμμα 10: Ύπαρξη φυτών στο χώρο εργασίας των συμμετεχόντων

Έκπληξη προκαλούν οι απαντήσεις στις ερωτήσεις που αφορούν την ύπαρξη φωτοβολταϊκών συστημάτων, αφού παρόλη την προώθηση τους, τόσο σε τοπικό, όσο και ευρωπαϊκό επίπεδο, στο 89% των κατοικιών και στο 90.2% των χώρων εργασίας, δεν έχουν εγκατασταθεί φωτοβολταϊκά (ραβδογράμματα 11 και 12).



Ραβδόγραμμα 11: Ύπαρξη φωτοβολταϊκών συστημάτων στο χώρο κατοικίας των συμμετεχόντων



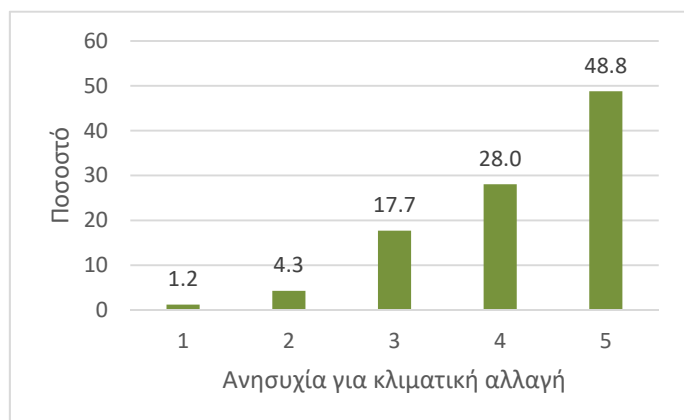
Ραβδόγραμμα 12: Ύπαρξη φωτοβολταϊκών συστημάτων στο χώρο κατοικίας των συμμετεχόντων

Γνώση / Ενδιαφέρον σε θέματα σχετικά με την δραστηριότητα της εταιρείας

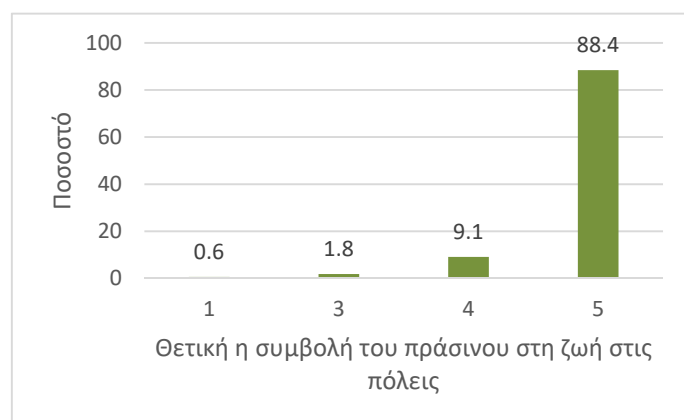
Σε αυτή την ενότητα του ερωτηματολογίου απαντώνται τα ερευνητικά ερωτήματα που αφορούν την αξιολόγηση τόσο της γνώσης όσο και του ενδιαφέροντος των Κυπρίων σε θέματα που σχετίζονται άμεσα με την εγκατάσταση φυτεμένων δωμάτων. Για το σκοπό

αυτό οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να βαθμολογήσουν το κατά πόσο συμφωνούν με διάφορες δηλώσεις / προτάσεις σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και το 5 απόλυτα.

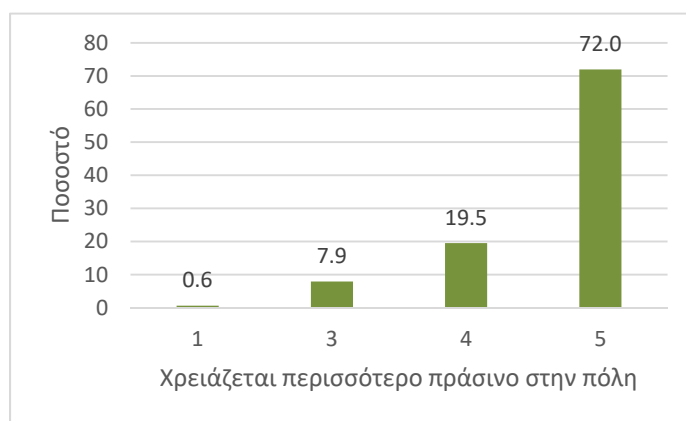
Καταρχήν ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτηθέντων, της τάξης του 76.8% (ραβδόγραμμα), εκφράζει την ανησυχία του για την κλιματική αλλαγή, ενώ σε ένα απόλυτο σχεδόν βαθμό (91.5%) (ραβδόγραμμα) συμφωνούν ότι το πράσινο στις πόλεις που κατοικούν και εργάζονται είναι ανεπαρκές. Επίσης απόλυτη είναι συμφωνία τους, με ποσοστό 97.5% (ραβδόγραμμα) ότι η παρουσία πρασίνου, έχει θετική συμβολή στη ζωή στις πόλεις.



Ραβδόγραμμα 13: Ανησυχία συμμετεχόντων για την κλιματική αλλαγή

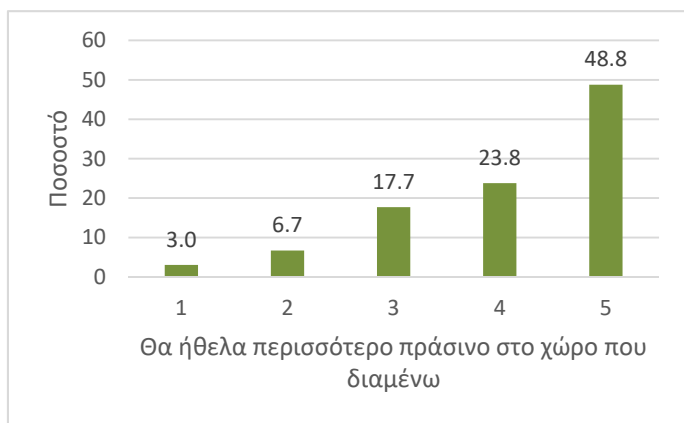


Ραβδόγραμμα 14: Άποψη συμμετεχόντων για την συμβολή του πρασίνου στη ζωή στις πόλεις

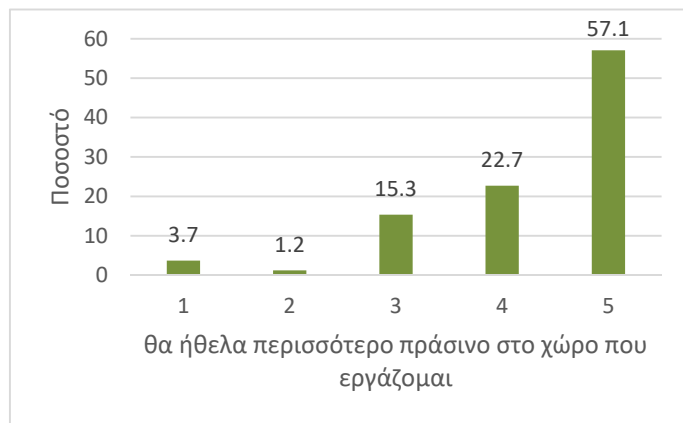


Ραβδόγραμμα 15: Άποψη συμμετεχόντων για την επάρκεια πρασίνου στην πόλη που ζουν

Αντίστοιχα μεγάλη σε ποσοστό, είναι η παραδοχή των ερωτώμενων ότι θα ήθελαν περισσότερο πράσινο στην πόλη που ζουν, στο χώρο που διαμένουν και στο χώρο που εργάζονται, με τις απαντήσεις 4: “Συμφωνώ” και 5: “Συμφωνώ Απόλυτα” να συγκεντρώνουν το 91.5% (ραβδόγραμμα 15), 72.6% (ραβδόγραμμα 16) και 70.8% (ραβδόγραμμα 17) αντίστοιχα.



Ραβδόγραμμα 16: Επάρκεια πρασίνου στο χώρο διαμονής των συμμετεχόντων

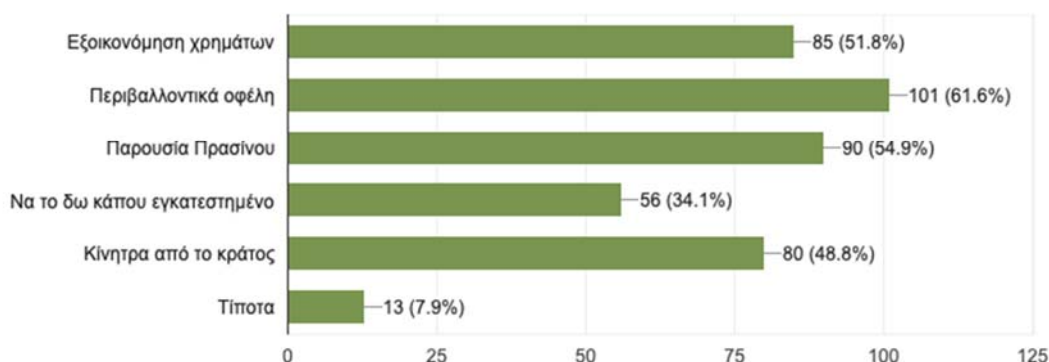


Ραβδόγραμμα 17: Επάρκεια πρασίνου στο χώρο εργασίας των συμμετεχόντων

Αντιπαραβάλλοντας τα παραπάνω αποτελέσματα, με τα υψηλά ποσοστά που έλαβαν οι απαντήσεις “Τα περιβαλλοντικά οφέλη” και η “Παρουσία πρασίνου” (61.6% και 54.9% αντίστοιχα) (ραβδόγραμμα 18), στην δήλωση “Θα με ενθάρρυνε να εγκαταστήσω ένα σύστημα πράσινης στέγης στο σπίτι μου”, είναι εμφανές ότι υπάρχει η προοπτική για μια θετική στάση των πολιτών προς το προϊόν της εταιρείας και των ωφελειών που προκύπτουν από την εγκατάστασή του.

Θα με ενθάρρυνε να εγκαταστήσω ένα σύστημα πράσινης στέγης στο σπίτι μου

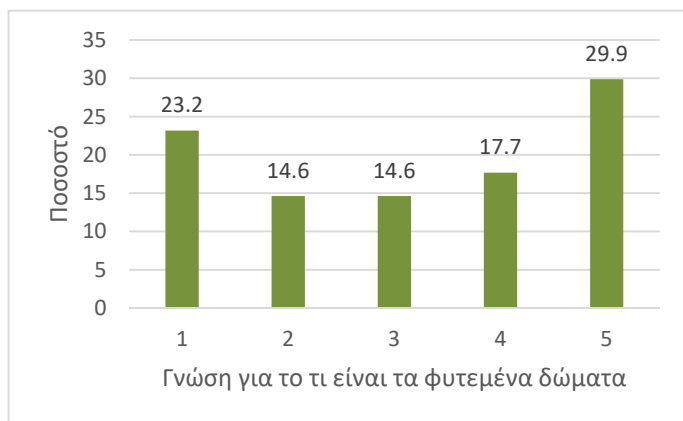
164 responses



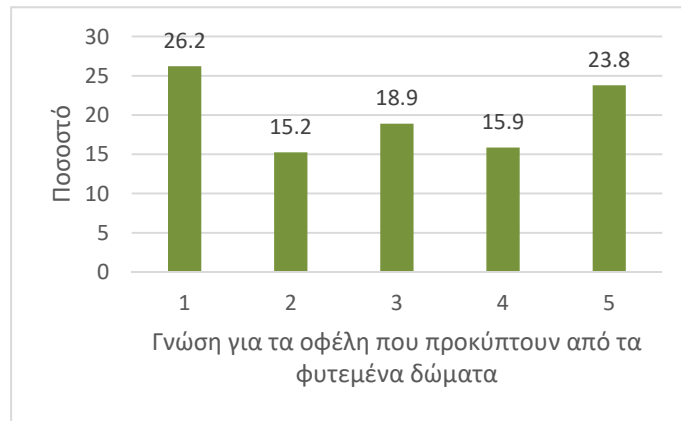
Ραβδόγραμμα 18: Τι θα ενθάρρυνε τους συμμετέχοντες να εγκαταστήσουν ένα σύστημα πράσινης στέγης;

Χρήσιμες πληροφορίες εξάγουμε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, στα ερωτήματα που αφορούν την ενασχόλησή τους με τον κήπο, την γνώση για τα φυτεμένα δώματα και τα οφέλη τους και το ενδιαφέρον τους να μάθουν περισσότερα.

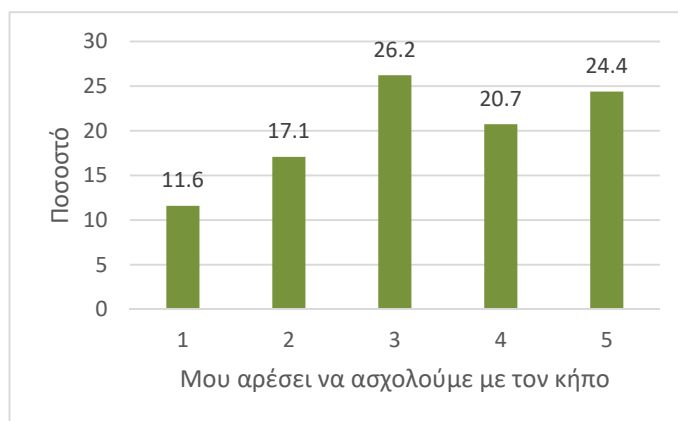
Πιο συγκεκριμένα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των Κυπρίων δεν αρέσκονται ιδιαίτερα με το να ασχολούνται με τον κήπο τους, καθώς το 54.9% δήλωσαν από “Καθόλου” (1) έως “Ουδέτερο” (3) (ραβδόγραμμα 21). Επίσης η πλειοψηφία των ερωτώμενων παραδέχτηκαν ότι δεν γνωρίζουν αρκετά για τα φυτεμένα δώματα και τα οφέλη που προκύπτουν από την εγκατάστασή τους, αφού τα ποσοστά που συγκέντρωσαν οι απαντήσεις “Καθόλου”(1) έως “Ουδέτερο”(3) στα ερωτήματα αυτά, ήταν 52.4% και 60.3% αντίστοιχα (ραβδογράμματα 19 και 20).



Ραβδόγραμμα 19: Γνώση συμμετεχόντων για τα φυτεμένα δώματα

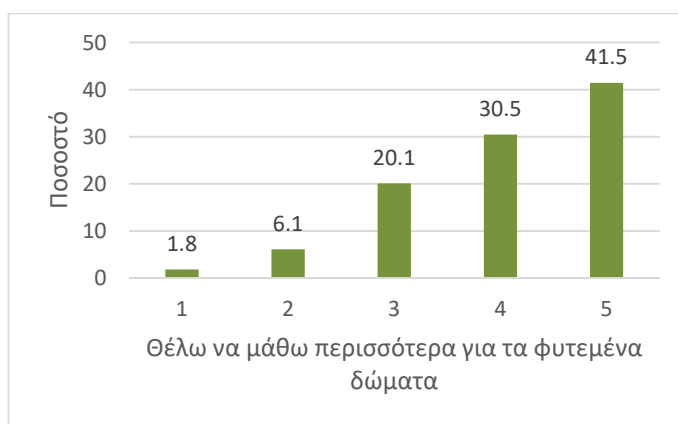


Ραβδόγραμμα 20: Γνώση συμμετεχόντων για τα οφέλη που προκύπτουν από τα φυτεμένα δώματα



Ραβδόγραμμα 21: Πόσο αρέσει στους συμμετέχοντες να ασχολούνται με τον κήπο τους;

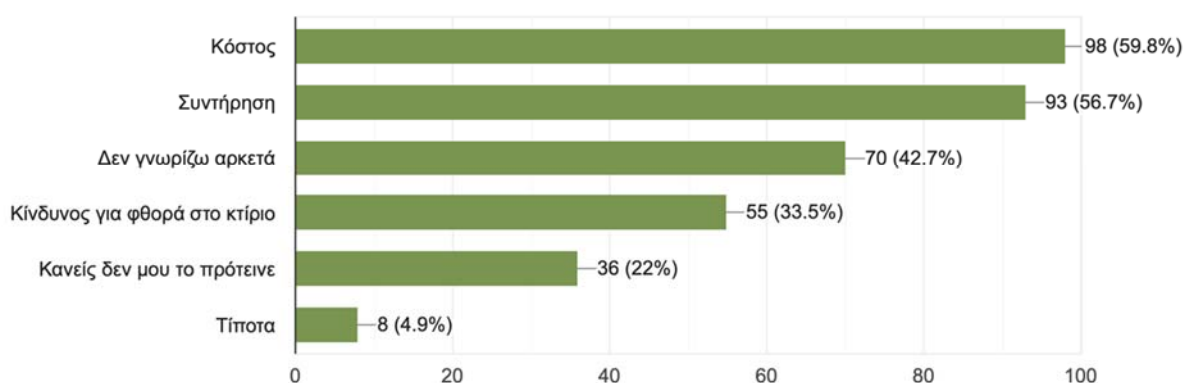
Αισιοδοξία όμως προκαλεί το γεγονός ότι το 72% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι θα ήθελε να μάθει περισσότερα για τα φυτεμένα δώματα (ραβδόγραμμα 22).



Ραβδόγραμμα 22: Πόσοι συμμετέχοντες θα ήθελαν να μάθουν περισσότερα για τα φυτεμένα δώματα;

Αντιπαραβάλλοντας τα παραπάνω αποτελέσματα, με τα υψηλά ποσοστά που έλαβαν οι απαντήσεις “Συντήρηση” και “Δεν γνωρίζω αρκετά” (56.7% και 42.7% αντίστοιχα) (ραβδόγραμμα 23), στην δήλωση “Θα με αποθάρρυνε να εγκαταστήσω ένα σύστημα πράσινης στέγης στο σπίτι μου”, μας δίνετε μια ξεκάθαρη εικόνα για την κατεύθυνση και το περιεχόμενο που πρέπει να έχουν οι ενέργειες του μάρκετινγκ, όσον αφορά την προώθηση του προϊόντος. Ψηλό φυσικά είναι και το ποσοστό όσων δήλωσαν ότι το κόστος είναι ένας παράγοντας που πιθανώς θα αποθάρρυνε στο να προχωρήσει κάποιος με την εγκατάσταση τους συστήματος, και είναι επίσης κάτι που πρέπει να διαχειριστεί το τμήμα μάρκετινγκ της εταιρείας.

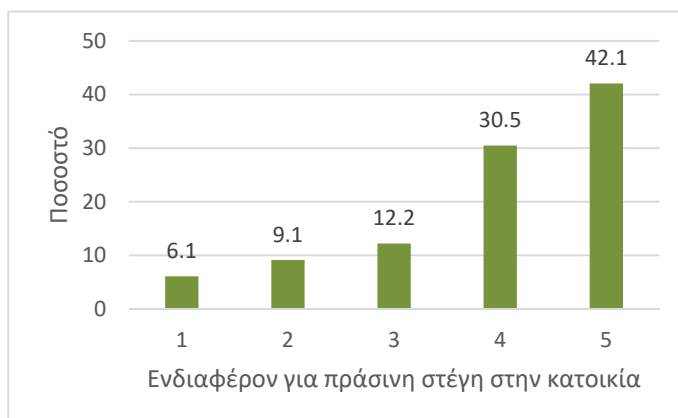
Θα με αποθάρρυνε να εγκαταστήσω ένα σύστημα πράσινης στέγης στο σπίτι μου
164 responses



Ραβδόγραμμα 23: Τι θα αποθάρρυνε τους συμμετέχοντες να εγκαταστήσουν ένα σύστημα πράσινης στέγης;

Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν επίσης να απαντήσουν στο κατά πόσο συμφωνούν με την πρόταση “Θα με ενδιέφερε στο χώρο που διαμένω να υπήρχε μια προσβάσιμη στέγη με φυτά”. Το 75.8% απάντησε ότι “Συμφωνεί” (4) ή “Συμφωνεί Απόλυτα” (5) με την

παραπάνω δήλωση (ραβδόγραμμα 24). Το γεγονός αυτό είναι μια ιδιαίτερα ενθαρρυντική ένδειξη για την ζήτηση που μπορεί να έχει το προϊόν της GreenCity.



Ραβδόγραμμα 24: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για εγκατάσταση πράσινης στέγης στην κατοικία τους

Σε μια προσπάθεια να σκιαγραφήσουμε το προφίλ των ανθρώπων που δήλωσαν το ενδιαφέρον τους για μια προσβάσιμη πράσινη στέγη στην κατοικία τους, προβήκαμε σε περαιτέρω ανάλυση των αποτελεσμάτων. Πιο συγκεκριμένα κατηγοριοποιήσαμε τις απαντήσεις “Συμφωνώ” (4) και “Συμφωνώ Απόλυτα” (5) ως δήλωση ενδιαφέροντος ενώ τις απαντήσεις “Δεν Συμφωνώ” (1) έως Ουδέτερο (3) ως δήλωση μη ενδιαφέροντος και ακολούθως διερευνήσαμε τους δημογραφικούς παράγοντες που επηρεάζουν αυτή την απάντηση.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μας το φύλο, η ηλικιακή ομάδα και η επαρχία διαμονής δεν επηρεάζουν στατιστικά σημαντικά το κατά πόσο υπάρχει ενδιαφέρον ή όχι για την ύπαρξη πράσινης στέγης στον χώρο διαμονής. Από την άλλη το είδος της περιοχής που βρίσκεται η κατοικία των ερωτηθέντων, αποτελεί έναν από τους παράγοντες που επηρεάζουν στατιστικά σημαντικά τη δήλωση ενδιαφέροντος, όπως αποδεικνύεται και με την εφαρμογή του “Pearson Chi-Square” στατιστικού ελέγχου που δίνει σαν αποτέλεσμα $\chi = 6.818$ και $p\text{-value} = 0.009$ (<0.05). Αυτά τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στον πίνακα 4, σε συνδυασμό με τα στοιχεία του πίνακα 3 μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι οι κάτοικοι αστικών περιοχών εκφράζουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την ύπαρξη πράσινης στέγης στην κατοικία τους σε σχέση με τους κατοίκους των αγροτικών περιοχών.

| | | Ενδιαφέρον | | Σύνολο | |
|---------|-----------|------------|-------|--------|--------|
| | | .00 | 1.00 | | |
| Περιοχή | Αγροτική | Συχνότητα | 14 | 16 | 30 |
| | | Ποσοστό | 46.7% | 53.3% | 100.0% |
| | Αστική | Συχνότητα | 31 | 103 | 134 |
| | | Ποσοστό | 23.1% | 76.9% | 100.0% |
| Σύνολο | Συχνότητα | 45 | 119 | 164 | |
| | Ποσοστό | 27.4% | 72.6% | 100.0% | |

Πίνακας 3: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με την περιοχή που διαμένουν

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------------|--------------------|----|-----------------------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | 6.818 ^a | 1 | .009 | | |
| Continuity Correction ^b | 5.687 | 1 | .017 | | |
| Likelihood Ratio | 6.310 | 1 | .012 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | .013 | .010 |
| N of Valid Cases | 164 | | | | |

Πίνακας 4: Chi-Square Test για το ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με την περιοχή που διαμένουν

Η ανάλυση μας επίσης κατέδειξε ότι η δήλωση ενδιαφέροντος για τα φυτεμένα δώματα επηρεάζεται στατιστικά σημαντικά από το καθεστώς ιδιοκτησίας (“Pearson Chi-Square” στατιστικός έλεγχος : $x = 5.492$ και $p\text{-value} = 0.019$ (<0.05)) (πίνακας 6) και το είδος της κατοικίας (“Pearson Chi-Square” στατιστικός έλεγχος : $x = 6.983$ και $p\text{-value} = 0.008$ (<0.05)) (πίνακας 8). Πιο συγκεκριμένα μεγαλύτερο ενδιαφέρον εκδηλώνεται από αυτούς που διαμένουν σε ιδιόκτητες κατοικίες παρά αυτούς που ενοικιάζουν χώρο διαμονής (πίνακας 5) και αντίστοιχα όσοι διαμένουν σε διαμερίσματα έναντι όσων διαμένουν σε μονοκατοικίες (πίνακας 7).

| | | Ενδιαφέρον | | Σύνολο | |
|----------------------|---------------|------------|-------|--------|--------|
| | | .00 | 1.00 | | |
| Καθεστώς Ιδιοκτησίας | Ενοικιαζόμενη | Συχνότητα | 5 | 34 | 39 |
| | | Ποσοστό | 12.8% | 87.2% | 100.0% |
| | Ιδιόκτητη | Συχνότητα | 40 | 85 | 125 |
| | | Ποσοστό | 32.0% | 68.0% | 100.0% |
| Σύνολο | Συχνότητα | 45 | 119 | 164 | |
| | Ποσοστό | 27.4% | 72.6% | 100.0% | |

Πίνακας 5: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με το καθεστώς ιδιοκτησίας της

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------------|--------------------|----|-----------------------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | 5.492 ^a | 1 | .019 | | |
| Continuity Correction ^b | 4.571 | 1 | .033 | | |
| Likelihood Ratio | 6.137 | 1 | .013 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | .023 | .013 |
| N of Valid Cases | 164 | | | | |

Πίνακας 6: Chi-Square Test για το ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με το καθεστώς ιδιοκτησίας της

| | | Ενδιαφέρον | | Σύνολο | |
|-----------------|--------------|------------|-------|--------|--------|
| | | .00 | 1.00 | | |
| Είδος Κατοικίας | Διαμέρισμα | Συχνότητα | 12 | 59 | 71 |
| | | Ποσοστό | 16.9% | 83.1% | 100.0% |
| | Μονοκατοικία | Συχνότητα | 33 | 60 | 93 |
| | | Ποσοστό | 35.5% | 64.5% | 100.0% |
| Σύνολο | Συχνότητα | 45 | 119 | 164 | |
| | Ποσοστό | 27.4% | 72.6% | 100.0% | |

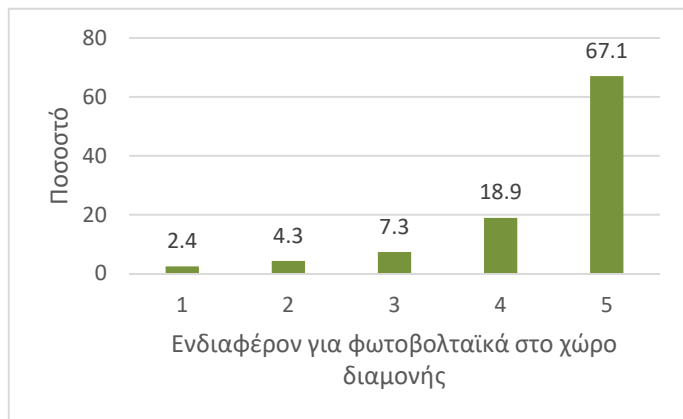
Πίνακας 7: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με το είδος της κατοικίας

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) |
|------------------------------------|--------------------|----|-----------------------------------|----------------------|----------------------|
| Pearson Chi-Square | 6.983 ^a | 1 | .008 | | |
| Continuity Correction ^b | 6.081 | 1 | .014 | | |
| Likelihood Ratio | 7.239 | 1 | .007 | | |
| Fisher's Exact Test | | | | .009 | .006 |
| N of Valid Cases | 164 | | | | |

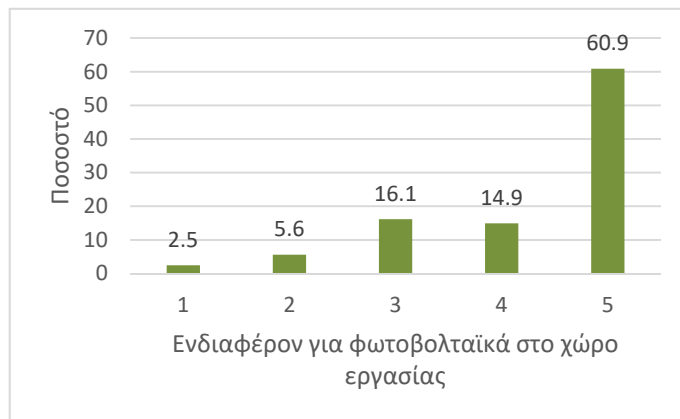
Πίνακας 8: Chi-Square Test για το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων για πράσινη στέγη στην κατοικία τους σε συνάρτηση με το είδος της κατοικίας

Τέλος ενδιαφέροντα είναι επίσης τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στα παρακάτω ραβδογράμματα και αφορούν το ενδιαφέρον των Κυπρίων για εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων στους χώρους διαμονής και εργασίας τους. Το 86% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι θα τους ενδιέφερε η εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στην κατοικία τους (ραβδόγραμμα 25) και το 75.8% στον χώρο που εργάζονται (ραβδόγραμμα 26). Αυτή η πληροφορία θα μας φανεί χρήσιμη, καθώς είναι συστήματα

που εγκαθίστανται στον ίδιο χώρο με τα συστήματα φύτευσης και είναι κάτι που θα δούμε παρακάτω και θα διερευνήσουμε το κατά πόσο μας επηρεάζει και πως πρέπει να το διαχειριστεί η εταιρεία.



Ραβδόγραμμα 25: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στην κατοικία τους



Ραβδόγραμμα 26: Ενδιαφέρον συμμετεχόντων για εγκατάσταση φωτοβολταϊκών στην εργασία τους

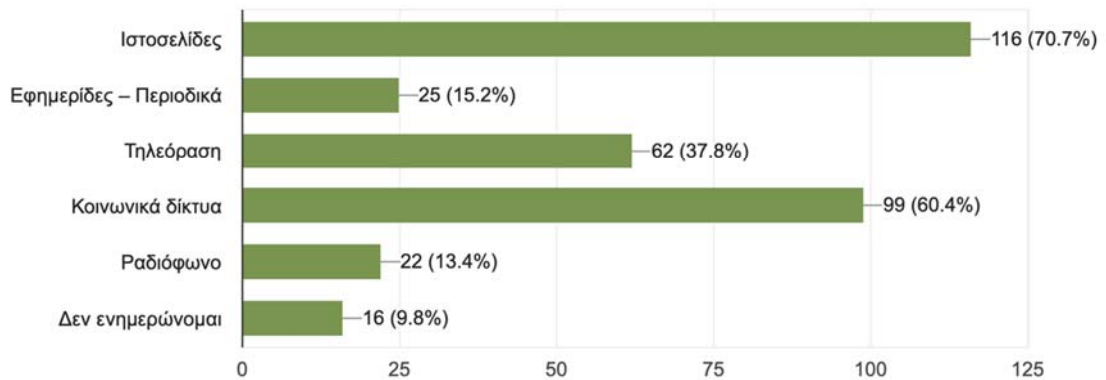
Συνήθειες

Οι απαντήσεις στα ερωτήματα αυτής της ενότητας του ερωτηματολογίου, θα μας δώσουν πληροφορίες για το από που ενημερώνονται οι πολίτες για θέματα σχετικά με την δραστηριότητα της εταιρείας και από που συνηθίζουν να αγοράζουν προϊόντα που χρειάζονται για το κήπο τους. Οι απαντήσεις αυτές θα μας βοηθήσουν να βρούμε τα κατάλληλα κανάλια επικοινωνίας με τους υποψήφιους πελάτες, ώστε να χρησιμοποιήσουμε τους πόρους που θα διαθέσει η εταιρεία, πιο στοχευμένα και πιο αποτελεσματικά.

Από τα παρακάτω ραβδογράμματα είναι σαφές ότι η δημοφιλέστερη μέθοδος ενημέρωσης των ερωτώμενων για θέματα που αφορούν το περιβάλλον και τα νέα προϊόντα, είναι το διαδίκτυο. Πιο συγκεκριμένα το 70.7% απάντησε ότι ενημερώνεται για θέματα περιβάλλοντος από ιστοσελίδες στο διαδίκτυο και το 60.4% από σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (ραβδόγραμμα 27). Ανάλογες ήταν οι απαντήσεις για την ενημέρωση για νέα προϊόντα, όπου το 71.3% επέλεξε τις ιστοσελίδες και το 64.6% τα κοινωνικά δίκτυα (ραβδόγραμμα 28). Σαν τρίτη επιλογή και στα δύο ερωτήματα είναι η τηλεόραση με ποσοστό 37.8% και 39% αντίστοιχα.

Ενημερώνομαι για περιβαλλοντικά θέματα από..

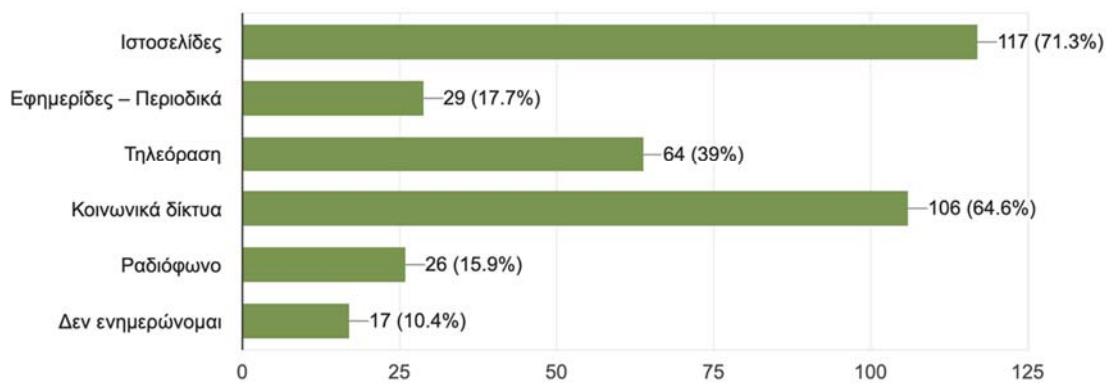
164 responses



Ραβδόγραμμα 27: Μέσα από τα οποία ενημερώνονται οι συμμετέχοντες για περιβαλλοντικά θέματα

Ενημερώνομαι για νέα προϊόντα από..

164 responses

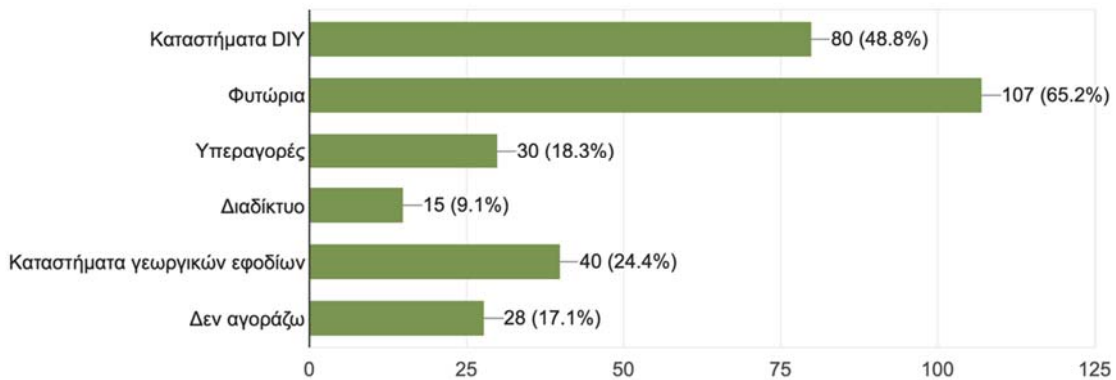


Ραβδόγραμμα 28: Μέσα από τα οποία ενημερώνονται οι συμμετέχοντες για νέα προϊόντα

Τέλος οι συμμετέχοντες στην έρευνα απάντησαν ότι προτιμούν να αγοράζουν ότι χρειάζονται για τον κήπο τους από φυτώρια με ποσοστό 65.2% και τα καταστήματα DIY με ποσοστό 48.8%.

Αγοράζω ότι χρειάζομαι για τον κήπο μου από..

164 responses



Ραβδόγραμμα 29: Από που αγοράζουν οι συμμετέχοντες όσα χρειάζονται για τον κήπο τους;

4.1.4 Συμπεράσματα Έρευνας

Τα παραπάνω αποτελέσματα μας επιτρέπουν να εξάγουμε κάποια πολύ σημαντικά συμπεράσματα και να απαντήσουμε τα ερευνητικά ερωτήματα που θέσαμε στην αρχή της ενότητας.

Οι υποψήφιοι καταναλωτές κατοικούν κατά κύριο λόγο σε αστικές περιοχές, κυρίως της Λευκωσίας και της Λεμεσού. Η μεγάλη πλειοψηφία ζει σε ιδιόκτητη κατοικία, είτε μονοκατοικία είτε διαμέρισμα, με την οροφή τους να είναι προσβάσιμη. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας μας οι περισσότεροι Κύπριοι αν και έχουν φυτά στους χώρους που διαμένουν και εργάζονται, θα ήθελαν περισσότερο πράσινο καθώς κρίνουν ότι είναι κάτι που συμβάλλει θετικά στη ζωή τους.

Αυτό το προφίλ που έχουμε διαμορφώσει για τους υποψήφιους καταναλωτές, αποτελεί μια θετική βάση, πάνω στην οποία η GreenCity μπορεί να κτίσει την στρατηγική του μάρκετινγκ της.

Η πλειοψηφία των ατόμων που θα απευθυνθούμε δεν γνωρίζει αρκετά για τα φυτεμένα δώματα και για τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν από την εγκατάστασή τους, αλλά ενδιαφέρονται να μάθουν περισσότερα. Η έλλειψη γνώσεων για το ποια είναι τα οφέλη των φυτεμένων δωματίων μάλιστα είναι και ένας παράγοντας που θα τους αποθάρρυνε να αγοράσουν το προϊόν μας. Άρα πρέπει να βεβαιωθούμε ότι στις ενέργειες προώθησης που θα διενεργήσουμε θα εξηγηθεί με σαφήνεια το τι ακριβώς είναι αυτά

τα συστήματα και τα οφέλη που θα έχουν από την εγκατάστασή τους. Συγκεκριμένα η εξοικονόμηση χρημάτων, τα περιβαλλοντικά οφέλη και παρουσία πρασίνου θα τους ενθάρρυναν να αποκτήσουν μια πράσινη στέγη.

Είναι επίσης εμφανές από την ανάλυση των αποτελεσμάτων ότι το κοινό, σε ένα μεγάλο του ποσοστό, θα δείξει ενδιαφέρον για το προϊόν της εταιρείας. Μεγαλύτερο όμως ενδιαφέρον θα παρουσιάσουν αυτοί που ζουν σε αστικές περιοχές και είναι ιδιοκτήτες διαμερισμάτων. Τα αποτελέσματα αυτά έχουν βάση αφού είναι οι πολίτες που έχουν τον λιγότερο διαθέσιμο χώρο για φυτά στο χώρο που κατοικούν και παράλληλα ο χώρος είναι δικός τους ώστε να μπορούν να προβούν πιο εύκολα σε μόνιμες επεμβάσεις. Αυτούς λοιπόν τους εν δυνάμει αγοραστές πρέπει να στοχεύσουν οι προωθητικές ενέργειες της επιχείρησης, καθώς θα είναι μεγαλύτερη η πιθανότητα να υπάρξει επιτυχής κατάληξη.

Η εγκατάσταση φωτοβολταϊκών είναι κάτι που επίσης ενδιαφέρει την συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων και είναι κάτι που προωθείται τόσο από το κράτος όσο και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η εταιρεία, μέσω των ενεργειών του μάρκετινγκ, πρέπει να περάσει στους καταναλωτές ότι τα συστήματα φωτοβολταϊκών δεν ανταγωνίζονται με αυτά των φυτεμένων δωματίων για χώρο, για να πρέπει να επιλέξουν ένα εκ των δύο. Αντιθέτως η συνδυαστική χρήση των δύο τεχνολογιών επιφέρει επιπρόσθετα οφέλη.

Τέλος είναι εμφανές ότι ο καλύτερος τρόπος να προσεγγίσουμε τους υποψήφιους καταναλωτές είναι μέσω διαδικτύου. Η δημιουργία ιστοσελίδας και η χρήση των κοινωνικών δικτύων είναι επιβεβλημένα, καθώς είναι τα μέσα που χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο οι καταναλωτές για να ενημερωθούν για νέα προϊόντα και θέματα που αφορούν το περιβάλλον. Επίσης τα φυτώρια και τα καταστήματα DIY είναι οι χώροι όπου προμηθεύονται τα απαραίτητα όσους ασχολούνται με το κήπο τους, άρα είναι και καλά σημεία προώθησης για το προϊόν της εταιρείας.

4.2 Στρατηγική Μάρκετινγκ

Η στρατηγική που ακολουθεί, περιγράφει αναλυτικά το πως θα αντιμετωπίσει η επιχείρηση κάθε μια από τις 7 διεργασίες (7p's) που περιλαμβάνει το μείγμα Μάρκετινγκ.

4.2.1 Προϊόν

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται ο τρόπος που θα τυποποιηθεί το προϊόν και θα προσφέρεται στους πελάτες.

Το προϊόν που θα εμπορεύεται η εταιρεία, είναι ένα μείγμα φυσικών αγαθών και υπηρεσιών. Θα διαφοροποιείται από τον ανταγωνισμό, καθώς θα προσφέρει μια ολοκληρωμένη λύση σε όσους επιθυμούν να εγκαταστήσουν ένα σύστημα φυτεμένου δώματος στα υφιστάμενα ή υπό κατασκευή κτήρια τους.

Αρχικά θα γίνετε επί τόπου επίσκεψη στο χώρο του πελάτη όπου θα καταγράφονται τα θέλω του πελάτη και θα μελετώνται οι διάφορες εναλλακτικές λύσεις που υπάρχουν. Ακολούθως θα γίνεται ο σχεδιασμός της προτεινόμενης λύσης με εξειδικευμένο λογισμικό, που θα έχει τη δυνατότητα τρισδιάστατης απεικόνισης και θα δίνει στον πελάτη την ακριβή εικόνα που θα συναντήσει μετά την εγκατάσταση του συστήματος και την φύτευση των φυτών. Πέραν δηλαδή της διάταξης στο χώρο του συστήματος, θα προτείνεται το είδος, το μέγεθος και η ποσότητα των φυτών που θα εγκατασταθεί, ένα σημείο που μας διαφοροποιεί από τον ανταγωνισμό. Η λύση θα παρουσιάζεται στον πελάτη και σε περίπτωση που συμφωνεί με την πρόταση, θα του υποβάλλεται γραπτώς προσφορά, που θα περιλαμβάνει αναλυτικά και με χρονοδιάγραμμα αποπεράτωσης τις εργασίες που θα διεξαχθούν και το συνολικό κόστος.

Με την υπογραφή της συμφωνίας θα γίνεται η είσπραξη ενός ποσού, ως προκαταβολή, το οποίο θα καλύπτει ένα σημαντικό ποσοστό του κόστους των πρώτων υλών, μειώνοντας έτσι την έκθεση της επιχείρησης. Ταυτόχρονα θα δίνεται η παραγγελία στο εργοστάσιο στην Ολλανδία, το οποίο βάσει της συμφωνίας μας, μπορεί να παραδώσει τα υλικά εντός ενός μήνα. Παράλληλα γίνεται συντονισμός με την εταιρεία που θα αναλαμβάνει την προμήθεια και εγκατάσταση του υποστρώματος, των φυτών και του συστήματος άρδευσης, για τις ποσότητες που θα χρειαστούν και τον προγραμματισμό εκτέλεσης της εργασίας.

Με την άφιξη των υλικών και σύμφωνα πάντα με τα χρονοδιαγράμματα, θα γίνεται η εγκατάσταση του συστήματος, του υποστρώματος, των φυτών και του συστήματος άρδευσης.

Με την ολοκλήρωση της εγκατάστασης και την εξόφληση των οφειλόμενων προς την εταιρεία, θα προσφέρεται ένας χρόνος δωρεάν εγγύηση για τα υλικά του συστήματος, το οποίο καλύπτεται από την κατασκευάστρια εταιρεία. Τρεις μήνες δωρεάν συντήρηση των φυτών και του συστήματος άρδευσης, βάσει συμφωνίας θα προσφέρεται από τον προμηθευτή.

4.2.2 Προώθηση

Η προώθηση είναι μια από τις πιο σημαντικές διεργασίες που θα κληθεί να διεκπεραιώσει η εταιρεία και ίσως η πιο καθοριστική για την πορεία της στην κυπριακή αγορά. Εδώ περιγράφονται όλες οι ενέργειες τις GreenCity που σκοπό έχουν την επικοινωνία με τους υποψήφιους καταναλωτές και να τους πείσει ότι αξίζει να αγοράσουν το προϊόν της. Όπως έχουμε αναφέρει πιο πάνω, το υποψήφιο πελατολόγιο χωρίζεται σε δύο κατηγορίες, τους μεμονωμένους ιδιοκτήτες κατοικιών και τις εταιρίες ανάπτυξης γης. Ανάλογα οι προωθητικές ενέργειες θα στοχεύουν προς την μία ή και τις δυο κατηγορίες ταυτόχρονα.

Προτεραιότητα της GreenCity θα είναι η διαδικτυακή παρουσία, που όπως φάνηκε από την έρευνα αγοράς είναι η πιο διαδεδομένη μέθοδος ενημέρωσης των πολιτών. Θα δημιουργηθεί μια ιστοσελίδα στην οποία θα υπάρχει αναλυτική περιγραφή του προϊόντος της εταιρείας, τα οφέλη που θα έχει ο πελάτης από την εγκατάσταση του, φωτογραφικό υλικό από υφιστάμενα έργα καθώς και τρόποι επικοινωνίας. Παράλληλα θα δημιουργηθούν προφίλ στα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα που θα προβάλλουν την επιχείρηση με συχνές αναρτήσεις και στοχευμένες προωθητικές ενέργειες σε κατοίκους αστικών κέντρων. Οι σελίδες της επιχείρησης θα απευθύνονται και στις δύο κατηγορίες πελατολογίου που στοχεύει.

Για να στοχεύσουμε τους κατοίκους πολυκατοικιών αστικών περιοχών που όπως φάνηκε από την έρευνα αγοράς είναι πιο πιθανό να δείξουν ενδιαφέρον, θα ετοιμαστεί έντυπο υλικό που θα περιέχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την GreenCity και το προϊόν της και το οποίο θα διανέμεται στα γραμματοκιβώτια τους.

Για να ξεπεραστεί η ανησυχία που εξέφρασαν αρκετοί για την συντήρηση που θα απαιτείται μετά την εγκατάσταση, και ιδιαίτερα την συντήρηση των φυτών, δεδομένου ότι αρκετοί από τους ερωτηθέντες δήλωσαν ότι δεν αρέσκονται να ασχολούνται οι ίδιοι με τον κήπο τους, θα επισημαίνεται στους υποψήφιους πελάτες ότι υπάρχει η δυνατότητα να γίνει τέτοια επιλογή φυτών, που οι απαιτήσεις τους για φροντίδα και νερό θα είναι ελάχιστες.

Στα φυτώρια της εταιρείας που θα αναλαμβάνει την φύτευση και την εγκατάσταση του συστήματος άρδευσης, θα εγκατασταθεί δείγμα πράσινης στέγης, ώστε να το βλέπουν και να παίρνουν πληροφορίες οι πελάτες που τα επισκέπτονται. Ανάλογες ενέργειες θα επιδιώξουμε να πραγματοποιήσουμε με επιλεγμένα καταστήματα DIY και στόχο θα έχουν να γνωρίσουν τις πράσινες στέγες οι ιδιοκτήτες κατοικιών.

Επίσης θα επιδιώξουμε την συνεργασία με εταιρίες εγκατάστασης φωτοβολταϊκών συστημάτων και θα εξετάσουμε το ενδεχόμενο δημιουργίας συνδυαστικών προσφορών των δύο τεχνολογιών.

Προς την κατεύθυνση της προώθησης της εταιρείας στους επαγγελματίες του χώρου, θα διοργανωθούν ενημερωτικές παρουσιάσεις. Στόχος είναι να προσεγγιστούν για να συμμετάσχουν ο Σύνδεσμος Αρχιτεκτόνων Κύπρου, το Επιστημονικό Τεχνικό Επιμελητήριο Κύπρου και ο Παγκύπριος Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Ανάπτυξης Γης και Οικοδομών. Ενημερωτικό υλικό θα σταλεί ταχυδρομικά σε όλα τα μέλη των πιο πάνω οργανισμών.

4.2.3 Διανομή

Η διάθεση του προϊόντος στους πελάτες παρουσιάζει ιδιαιτερότητες καθώς απαιτείται επί τόπου επίσκεψη αντιπρόσωπου της εταιρείας στο χώρο που θέλει να εγκαταστήσει το προϊόν ο πελάτης ή στην περίπτωση υπό ανέγερση κτηρίων να γίνει μελέτη των κατασκευαστικών σχεδίων. Δεν μπορεί απλά να παραγγελθεί μέσω διαδικτύου ή απευθείας από κάποιο σημείο προώθησης.

Η κάλυψη θα είναι Παγκύπρια και η εταιρεία θα προσφέρει δωρεάν επί τόπου επίσκεψη για μελέτη της κάθε περίπτωσης ξεχωριστά. Η προσφορά θα αποστέλλεται ηλεκτρονικά ή θα παραδίδεται προσωπικά αν το επιθυμεί ο πελάτης. Η υπογραφή της συμφωνίας αντίστοιχα, και ουσιαστικά η τελική διανομή του προϊόντος, μπορεί να γίνεται από τον πελάτη και να αποστέλλεται ηλεκτρονικά ή να γίνεται παρουσία αντιπροσώπου της εταιρείας σε χώρο που επιθυμεί ο πελάτης.

4.2.4 Τιμολόγηση

Η στρατηγική που θα ακολουθήσει η εταιρεία θα κινείται προς δύο κατευθύνσεις για να μπορέσει να έχει πλεονέκτημα απέναντι στον ανταγωνισμό και να καταφέρει να τοποθετηθεί στην αγορά.

Αρχικά θα γίνει προσπάθεια να υπάρχει χαμηλότερο κόστος αγοράς και εγκατάστασης του συστήματος και του υποστρώματος, σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές. Οι τρεις υφιστάμενοι ανταγωνιστές εισάγουν το υπόστρωμα που χρησιμοποιείται, από τους αντίστοιχους προμηθευτές τους. Έτσι ένα μεγάλο ποσοστό (περίπου 25%) της τιμολόγησης τους αντικατοπτρίζει την αγορά και εισαγωγή του υποστρώματος από το εξωτερικό. Η GreenCity θα εκμεταλλευτεί έρευνες που έγιναν από πανεπιστημιακά

ιδρύματα στην Κύπρο και την Ελλάδα και προδιαγράφουν την χημική και φυσική σύσταση που πρέπει να διαθέτει ένα ιδανικό υπόστρωμα συστήματος φυτεμένου δώματος, βάσει των κλιματολογικών συνθηκών που υπάρχουν στη μεσόγειο αλλά και των φυτών που είναι διαδεδομένα στην περιοχή (Parafotiou, et al., 2013). Αυτή η συνταγή έχει χρησιμοποιηθεί ήδη σε δοκιμαστικά που έχουν γίνει και έχει κριθεί ως επιτυχημένη. Η τακτική αυτή μας δίνει δύο συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι του ανταγωνισμού. Πρώτον το υπόστρωμα θα κατασκευάζεται στην Κύπρο και θα έχει σημαντικά χαμηλότερο κόστος, καθώς θα αποφεύγονται τα μεταφορικά έξοδα από χώρα της κεντρικής Ευρώπης. Δεύτερο, υπερέχει έναντι του εισαγόμενου υποστρώματος, καθώς φαίνεται να ανταποκρίνεται καλύτερα στις κλιματολογικές συνθήκες και τα φυτά που χρησιμοποιούνται σε φυτεύσεις στην Κύπρο.

Η δεύτερη τακτική που θα ακολουθήσει η GreenCity, είναι αυτή της τμηματοποιημένης τιμολόγησης. Θα προσφέρεται δηλαδή όπως έχουμε αναφέρει πιο πάνω, πέραν της εγκατάστασης του συστήματος, ο σχεδιασμός και εγκατάσταση των φυτών και του συστήματος άρδευσης. Επίσης στο πακέτο θα περιλαμβάνεται δωρεάν η συντήρηση τους για τους πρώτους τρεις μήνες. Το πακέτο αυτό δεν προσφέρεται από καμία ανταγωνίστρια εταιρεία σαν ένα ολοκληρωμένο προϊόν.

Μέσα από πληροφορίες που έχουμε συλλέξει για τις τιμές που χρεώνει ο ανταγωνισμός για την εγκατάσταση του συστήματος και του υποστρώματος στον πελάτη, κυμαίνονται από 160 - 220 euro το τετραγωνικό μέτρο, αναλόγως του μεγέθους του έργου και των όρων αποπληρωμής.

Με βάσει την παραπάνω στρατηγική τιμολόγησης που θα ακολουθηθεί αλλά και λαμβάνοντας φυσικά υπόψιν το κόστος των υλικών και των εξόδων της επιχείρησης που θα αναλυθούν στο επόμενο κεφάλαιο, η GreenCity θα είναι σε θέση να προσφέρει μια μέση τιμή των 190 euro ανά τετραγωνικό μέτρο, για το ολοκληρωμένο πακέτο που συμπεριλαμβάνει τα φυτά και το σύστημα άρδευσης. Αυτό είναι δεδομένο ότι θα της δώσει ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα το οποίο θα την βοηθήσει να διεισδύσει στη αγορά, ιδιαίτερα σε έργα μικρότερης έκτασης.

Φυσικά θα δίνετε η επιλογή στον πελάτη αν το επιθυμεί, να επιλέξει την αγορά μόνο του συστήματος και του υποστρώματος, χωρίς τα φυτά και το σύστημα άρδευσης. Η επιλογή αυτή αναμένεται να έχει μεγαλύτερη απήχηση σε κατασκευαστές μεγάλων έργων, όπως είναι τα πολυώροφα κτήρια, που σε αρκετές περιπτώσεις αναλαμβάνουν οι ίδιοι ή οι συνεργάτες τους τον σχεδιασμό της φύτευσης και του συστήματος άρδευσης. Σε αυτή τη περίπτωση η GreenCity θα μπορεί να προσφέρει μια μέση τιμή της

τάξης των 150 ευρο ανά τετραγωνικό μέτρο, υπερτερώντας και πάλι έναντι του ανταγωνισμού.

4.2.5 Προσωπικό

Όπως έχουμε αναφέρει πιο πάνω, το προσωπικό της εταιρείας στον πρώτο χρόνο της λειτουργίας θα αποτελείται από τρία άτομα, τον διευθυντή και τους δύο τεχνικούς. Πέραν των πολύ συγκεκριμένων καθηκόντων που θα έχουν τα τρία αυτά άτομα, σημαντικός θα είναι ο έμμεσος ρόλος τους στην προώθηση και διάδοση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, καθώς θα αποτελούν ουσιαστικά την εικόνα της εταιρείας προς τους πελάτες. Δεν είναι άλλωστε τυχαία η έκφραση που χρησιμοποιείται ευρέως για το προσωπικό, ότι κάθε εργαζόμενος σε μια επιχείρηση είναι ταυτόχρονα και πωλητής.

Για να διασφαλιστεί η καλή εικόνα που θα εκπέμπουν οι εργαζόμενοι, πέραν της τεχνικής εκπαίδευσης που θα περάσουν για τα καθήκοντα τους, θα συμμετάσχουν και σε εκπαίδευση συμπεριφοράς απέναντι στους πελάτες. Επίσης για τους τεχνικούς θα παρέχετε στολή εργασίας για ομοιομορφία και ένδειξη επαγγελματισμού, όπως επίσης ο εξοπλισμός και τα μεταφορικά μέσα που θα χρησιμοποιούν θα βρίσκονται σε άριστη κατάσταση.

Θα στηθεί επίσης ένα αντικειμενικό σύστημα αξιολόγησης, τόσο από τους πελάτες όσο και όσο και από τους επικεφαλής των ομάδων, βάσει του οποίου θα καθορίζονται η ανέλιξη του κάθε εργαζομένου, η μισθολογική του αναβάθμιση αλλά και οι ανάγκες για περαιτέρω εκπαίδευση. Είναι απαραίτητη η ύπαρξη κινήτρων για το προσωπικό ώστε να ωθούνται να αποδίδουν στο μέγιστο των δυνατοτήτων τους.

Τέλος εξίσου σημαντικό είναι να υπάρχει καλό κλίμα μεταξύ των μελών της ομάδας, γεγονός που θα αυξάνει την παραγωγικότητα, για αυτό ιδιαίτερη σημασία θα δίνεται ενέργειες που θα προάγουν την ανάπτυξη σχέσεων.

4.2.6 Διαδικασίες

Η τυποποίηση και η πιστή εφαρμογή όλων των διαδικασιών που θα λαμβάνουν χώρα κατά την λειτουργία της εταιρείας, είναι πολύ σημαντική τόσο για την διασφάλιση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών, όσο και για τη διασφάλιση των συμφερόντων της επιχείρησης και των πελατών.

Ιδιαίτερη σημασία θα δίνετε στον τρόπο που επικοινωνούμε με τους πελάτες είτε για λόγους προώθησης, είτε μετά την συμφωνία, για συντονισμό των εργασιών. Θα καθοριστούν ο τρόπος που επικοινωνούμε μαζί τους (πχ διαδίκτυο, τηλεφωνικά), ο χρόνος και η συμπεριφορά. Επίσης θα προετοιμάσουμε την αντιμετώπιση που θα υπάρχει από τον κάθε εργαζόμενο σε διάφορα σενάρια που μπορεί να προκύψουν, όπως παράπονα, απαιτήσεις πέραν των συμφωνηθέντων κλπ.

Επίσης διαδικασίες θα υπάρχουν και για τον τρόπο λειτουργίας της εταιρείας, από το πώς επικοινωνούμε με τους προμηθευτές, πώς μπαίνουν οι παραγγελίες, πότε γίνονται οι πληρωμές, διαχείριση του αποθέματος, διαχείριση πόρων, τα έντυπα που πρέπει να συμπληρώνονται και ο τρόπος αρχειοθέτησης τους.

4.2.7 Φυσικές Αποδείξεις

Προτεραιότητα της εταιρείας θα είναι να διαβεβαιώνει σε κάθε ευκαιρία το αγοραστικό κοινό για την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει.

Αυτό ξεκινά με την καλή εμφάνιση του προσωπικού, των κτηριακών εγκαταστάσεων, των μεταφορικών μέσων και του εξοπλισμού. Επίσης ιδιαίτερη σημασία θα δοθεί στη καλαισθησία και στην ευκολία χρήσης της ιστοσελίδας, των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης και το προωθητικό υλικό της εταιρείας, καθώς και στην άμεση ανταπόκριση στα αιτήματα των χρηστών.

Επίσης σαν αποδεικτικά θα δίνονται στους πελάτες η εγγύηση ποιότητας του εργοστασίου και η πιστοποίηση εφαρμογής των συστημάτων που θα κατέχει το τεχνικό προσωπικό.

Κεφάλαιο 5

Χρηματοοικονομικός Σχεδιασμός

Στην ενότητα αυτή θα γίνει ανάλυση του χρηματοοικονομικού σχεδιασμού της επιχείρησης. Θα καταγραφεί πως θα διατεθεί το αρχικό κεφάλαιο της επιχείρησης, πως κατανέμονται τα ετήσια λειτουργικά και μη λειτουργικά ετήσια έξοδα και ποια τα αναμενόμενα έσοδα για τα πρώτα χρόνια.

5.1 Υποθέσεις - Εκτιμήσεις

Για να μπορέσουμε να πραγματοποιήσουμε τον χρηματοοικονομικό σχεδιασμό της επιχείρησης, οφείλουμε να κάνουμε κάποιες υποθέσεις και εκτιμήσεις όπου θα βασίσουμε τους υπολογισμούς μας.

Καταρχήν είναι πολύ δύσκολο να υπολογιστεί η ζήτηση του προϊόντος που θα εμπορεύεται η εταιρεία, καθώς πρόκειται για μια νέα σχετικά τεχνολογία που εφαρμόστηκε ελάχιστα μέχρι στιγμής στην Κύπρο. Δεν υπάρχουν στοιχεία πωλήσεων ή καταγεγραμμένο το μέγεθος αγοράς, ώστε να στοχεύσει η GreenCity σε ένα μερίδιο της. Οι ελάχιστες εταιρίες με αντίστοιχα προϊόντα δεν τα έχουν προωθήσει ιδιαίτερα, με αποτέλεσμα όπως φάνηκε από την έρευνα αγοράς, να είναι σχετικά άγνωστα στο ευρύ κοινό.

Η έρευνα αγοράς όμως κατέδειξε ότι οι Κύπριοι ενδιαφέρονται να μάθουν περισσότερα. Θέλουν περισσότερο πράσινο στη ζωή τους και ενδιαφέρονται για τρόπους να προστατέψουν το περιβάλλον και να εξοικονομήσουν ενέργεια. Θεωρούμε ότι με τη σωστή προώθηση θα δημιουργηθεί αγορά από μεμονωμένους ιδιοκτήτες κατοικιών, είτε υφιστάμενων είτε υπό σχεδιασμό.

Πιο σίγουροι είμαστε για την ζήτηση που θα υπάρξει από εργοληπτικές εταιρίες και εταιρίες ανάπτυξης μεγάλων έργων. Όπως έχουμε ήδη αναφέρει, τέσσερα τουλάχιστον μεγάλα έργα που έχουν σχεδιαστεί και βρίσκονται στο στάδιο της κατασκευής, περιλαμβάνουν συστήματα φύτευσης δωμαίων πέραν των 1000 m² το καθένα. Πιστεύουμε ότι είναι μια τάση που θα συνεχίσει και η χρήση τέτοιων συστημάτων θα επεκταθεί.

Μια επίσης σημαντική υπόθεση που πρέπει να κάνουμε είναι ότι η οικονομία της Κύπρου και ο τομέας των ακινήτων, παραμένουν στην ανοδική πορεία που βρίσκονται σήμερα. Οποιαδήποτε αλλαγή που ανακόπτει ή αντιστρέφει αυτή την πορεία, αλλάζει τα δεδομένα και κατ' επέκταση τους σχεδιασμούς τις επιχείρησης.

Με βάση λοιπόν την υφιστάμενη κατάσταση έχουμε προβεί σε μια εκτίμηση πωλήσεων για πρώτα δύο χρόνια λειτουργίας της εταιρείας. Πιο συγκεκριμένα για το 2021 υπολογίσαμε πώληση 300m² του προϊόντος που περιλαμβάνει το σύστημα, το υπόστρωμα, τα φυτά και το σύστημα άρδευσης, που απευθύνεται κυρίως σε μεμονωμένους ιδιοκτήτες κατοικιών και σε εργολάβους ανέγερσης μικρών πολυκατοικιών. Αντιστοιχεί περίπου σε 6-10 πελάτες. Επίσης υπολογίσαμε πώληση 500 m² του προϊόντος που περιλαμβάνει το σύστημα και το υπόστρωμα και απευθύνεται για χρήση σε μεγαλύτερα έργα όπως πύργους, πλατείες κ.α. Τα τετραγωνικά αυτά αντιστοιχούν ουσιαστικά σε ένα πελάτη. Για το 2022, προβλέφθηκαν υψηλότερες πωλήσεις, που αντιστοιχούν σε έκταση 1500 m².

5.2 Αρχικό Κεφάλαιο

Το αρχικό κόστος για την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης θα αναλάβει ο ιδρυτής της εταιρείας. Μέρος του αρχικού κεφαλαίου θα καλυφτεί από προσωπικά κεφάλαια και ένα μέρος από δανειοδότηση.

Οι αρχικές αυτές δαπάνες θα καλύψουν τα απαραίτητα για να είναι σε θέση η εταιρεία να ξεκινήσει την λειτουργία της. Σε αυτά περιλαμβάνονται τα τέλη ίδρυσης εταιρείας, μίσθωση κτηριακών εγκαταστάσεων μέχρι την έναρξη λειτουργίας, μισθοί και έξοδα εκπαίδευσης προσωπικού μέχρι την έναρξη λειτουργίας, αγορά εξοπλισμού γραφείου και αποθήκης, μηχανημάτων, εργαλείων, αυτοκινήτου, σχεδιασμός λογότυπου και ιστοσελίδας και κάποια λειτουργικά έξοδα. Αυτά βάσει προγραμματισμού θα καλύψουν του πρώτους δύο μήνες, μέχρι η εταιρεία να ξεκινήσει επίσημα την λειτουργία της τον Ιανουάριο του 2021. Περιλαμβάνεται επίσης ένα ποσό το οποίο θα καλύψει τα πρώτα

έξοδα της λειτουργίας της εταιρείας, μέχρι να δημιουργηθούν τα πρώτα έσοδα. Στον πίνακα 9 γίνεται ανάλυση των παραπάνω δαπανών.

| Αρχικές Δαπάνες | Περιγραφή | Κόστος (€) |
|-----------------------------|---|-------------------|
| Ίδρυση Εταιρείας | <ul style="list-style-type: none"> • Τέλη | 300 |
| Κτηριακές Εγκαταστάσεις | <ul style="list-style-type: none"> • Αποθήκη και γραφείο σε βιομηχανική περιοχή Λεμεσού • € 800 / Μήνα | 1.600 |
| Μισθολόγιο | Κόστος περιλαμβανομένων εργοδοτικών εισφορών <ul style="list-style-type: none"> • Διευθυντής : € 2500 / Μήνα • Τεχνικός Α : € 2000 / Μήνα • Τεχνικός Β : € 1500 / Μήνα | 12.000 |
| Εκπαίδευση Προσωπικού | <ul style="list-style-type: none"> • Αποστολή Τεχνικού Α στην Ολλανδία για εκπαίδευση από κατασκευαστή πρώτων υλών | 2.500 |
| Εξοπλισμός Γραφείου | <ul style="list-style-type: none"> • Έπιπλα, Η/Υ κ.α. | 6.000 |
| Εξοπλισμός Αποθήκης | <ul style="list-style-type: none"> • Ράφια, Εργαλεία | 3.000 |
| Εμπορικό Αυτοκίνητο | <ul style="list-style-type: none"> • Χρήση από τεχνικούς | 30.000 |
| Μηχανήματα και Εργαλεία | <ul style="list-style-type: none"> • Απαιτούμενος εξοπλισμός τεχνικών | 5.000 |
| Λογότυπο και Ιστοσελίδα | <ul style="list-style-type: none"> • Σχεδιασμός ιστοσελίδας και λογότυπου και χρήση του λογότυπου σε κτηριακές εγκαταστάσεις και εμπορικό αυτοκίνητο | 1.500 |
| Άλλα Έξοδα | <ul style="list-style-type: none"> • Λειτουργικά έξοδα δύο μηνών | 1.000 |
| Αρχικό κεφάλαιο λειτουργίας | <ul style="list-style-type: none"> • Κάλυψη μισθών, προωθητικών ενεργειών και εξόδων λειτουργίας | 25.000 |
| Σύνολο | | 87.900 |

Πίνακας 9: Αρχικές δαπάνες επιχείρησης

Το ποσό των € 87.900 θα καλυφτεί κατά 50% (€ 43.950) από ίδια κεφάλαια του ιδιοκτήτη και κατά 50% (€ 43.950) από δανειακή χρηματοδότηση. Η δανειακή χρηματοδότηση θα έχει διάρκεια εξόφλησης 8 χρόνων και ετήσιο επιτόκιο 4.5%. Αυτό διαμορφώνει την μηνιαία δόση στα € 546.

5.3 Δαπάνες 2021-2022

Παρακάτω γίνεται ανάλυση των προβλεπόμενων δαπανών για τα πρώτα δύο χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης (πίνακας 10). Σε αυτά περιλαμβάνονται το ενοίκιο των κτηριακών εγκαταστάσεων, μισθοί, κόστος πρώτων υλών και αγοράς υπηρεσιών, έξοδα μάρκετινγκ, διάφορα λειτουργικά έξοδα, αποπληρωμή δανείου και πρόνοια άλλων εξόδων που μπορεί να προκύψουν.

| Προβλεπόμενες Δαπάνες | Περιγραφή | 2021 | 2022 |
|-------------------------------|---|----------------|---------------------|
| Κτηριακές Εγκαταστάσεις | <ul style="list-style-type: none"> Αποθήκη και γραφείο σε βιομηχανική περιοχή Λεμεσού € 800 / Μήνα ¹ | 9.600 | 9.600 |
| Μισθολόγιο | Κόστος περιλαμβανομένων εργοδοτικών εισφορών <ul style="list-style-type: none"> Διευθυντής : € 2300 / Μήνα Τεχνικός Α : € 1800 / Μήνα Τεχνικός Β : € 1300 / Μήνα | 64.800 | 69.984 ³ |
| Κόστος Πωλήσεων ¹ | <ul style="list-style-type: none"> Αγορά συστήματος, αγορά και εγκατάσταση υποστρώματος, φυτών και συστήματος άρδευσης | 47.500 | 88.000 |
| Κόστος Προβολής και Προώθησης | <ul style="list-style-type: none"> Συντήρηση Ιστοσελίδας, Κοινωνικά Δίκτυα, Έντυπο Προωθητικό υλικό, Δείγματα σε φυτώρια | 8.000 | 8.000 |
| Λειτουργικά Έξοδα | <ul style="list-style-type: none"> Καύσιμα, Αναλώσιμα, Ασφάλειες, Λογαριασμοί, Τέλη κυκλοφορίας αυτοκινήτου κ.α. | 10.000 | 15.000 |
| Αποπληρωμή Δανείου | <ul style="list-style-type: none"> Μηνιαία δόση € 546 | 6.552 | 6.552 |
| Άλλα έξοδα | <ul style="list-style-type: none"> Πρόνοια για μη προβλεπόμενα έξοδα | 8.000 | 12.000 |
| Σύνολο | | 154.452 | 209.136 |

Πίνακας 10: Προβλεπόμενες δαπάνες για τα πρώτα 2 χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης

¹ Ενδεικτικό κόστος για ενοικίαση χώρου 200-250 m²

² Το κόστος πρώτων υλών προκύπτει ως εξής :

- Κόστος αγοράς και εισαγωγής συστήματος φύτευσης : € 30 / m²
- Κόστος αγοράς και εγκατάστασης υποστρώματος : € 20 / m² συστήματος φύτευσης
- Κόστος αγοράς και εγκατάστασης φυτών : € 12 / m² συστήματος φύτευσης
- Κόστος αγοράς και εγκατάστασης συστήματος άρδευσης : € 5 / m² συστήματος φύτευσης
- Αναλώσιμα εγκατάστασης συστήματος : € 3 / m² συστήματος φύτευσης

Το συνολικό κόστος αγοράς των πρώτων υλών και των υπηρεσιών που θα γίνονται από τρίτους, για πωλήσεις που περιλαμβάνουν φυτά και σύστημα άρδευσης, είναι € 70 / m², ενώ για πωλήσεις που περιλαμβάνουν μόνο το σύστημα φύτευσης και το υπόστρωμα το κόστος είναι € 53 / m².

Για το 2021 προβλέπεται πώληση 300 m² προϊόντος που θα περιλαμβάνει φυτά και σύστημα άρδευσης και 500 m² μόνο συστήματος φύτευσης. Για το 2022 η προβλέπεται αύξηση πωλήσεων σε 500 m² και 1000 m² αντίστοιχα.

³ Αύξηση μισθολογίου κατά 8%

5.4 Αναμενόμενα Έσοδα 2021-2022

Στον πίνακα 11 καταγράφονται τα έσοδα που αναμένει να έχει η επιχείρηση, βάσει των προβλεπόμενων πωλήσεων και της μέσης τιμή πώλησης των προϊόντων, για τα έτη 2021 και 2022.

| Έτος | Πρόβλεψη Πωλήσεων | | Μέση τιμή πώλησης (€) | Σύνολο (€) |
|------|---|----------------------------|-----------------------|------------|
| | Είδος | Ποσότητα (m ²) | | |
| 2021 | Σύστημα με υπόστρωμα | 500 | 150 | 132.000 |
| | Σύστημα με υπόστρωμα, φυτά και σύστημα άρδευσης | 300 | 190 | |
| 2022 | Σύστημα με υπόστρωμα | 1000 | 150 | 245.000 |
| | Σύστημα με υπόστρωμα, φυτά και σύστημα άρδευσης | 500 | 190 | |

Πίνακας 11: Προβλεπόμενα έσοδα για τα έτη 2021 και 2022

5.5 Κέρδη - Ζημιές 2021-2022

Σύμφωνα με τις προβλεπόμενες δαπάνες και τα αναμενόμενα έσοδα που θα έχει η επιχείρηση, αναμένονται τα παρακάτω κέρδη και ζημιές προ φόρων (πίνακας 12).

| Έτος | Έσοδα | Έξοδα | Κέρδη - Ζημιές |
|------|---------|---------|----------------|
| 2021 | 132.000 | 154.452 | -22.452 |
| 2022 | 245.000 | 209.136 | 35.864 |

Πίνακας 12: Πρόβλεψη για προ φόρων κέρδη και ζημιές τα έτη 2021 και 2022

Το 2021 είναι το πρώτο έτος λειτουργίας της GreenCity και δικαιολογείται σε κάποιο βαθμό να παρουσιάσει ζημιές. Θα χρειαστεί κάποιος χρόνος μέχρι να γίνει γνωστή η παρουσία και τα προϊόντα της στο ευρύ κοινό και να την εμπιστευτούν μεγάλες εταιρίες. Οι ζημιές των 22.452 euro δεν αναμένεται να δημιουργήσουν ιδιαίτερο πρόβλημα στην λειτουργία της επιχείρησης, καθώς έγινε σχετική πρόβλεψη στον καθορισμό του αρχικού κεφαλαίου.

Αντίθετα το 2022 η εταιρεία αναμένεται έχει την πρώτη της κερδοφόρα χρονιά. Αναμένονται κέρδη της τάξης των 35.864 euro. Τα κέρδη αυτά θα καλύψουν μέρος των ζημιών της πρώτης χρονιάς και μέρος θα επανεπενδυθεί στην εταιρεία για την περαιτέρω επέκταση της, για πρόσληψη νέου προσωπικού και αγοράς εξοπλισμού.

Κεφάλαιο 6

Επίλογος

Μέσα από αυτό το επιχειρηματικό πλάνο, δίνονται οι κατευθυντήριες γραμμές για την δημιουργία μιας εταιρείας που θα ασχολείται με την εισαγωγή, εμπορία και εγκατάσταση φυτεμένων δωματίων στην Κύπρο.

Ο σχεδιασμός μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται σε έναν τομέα που δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα μέχρι στιγμής στην Κύπρο, εμπεριέχει πολλούς αστάθμητους παράγοντες, που τον καθιστούν ιδιαίτερα δύσκολο. Παρόλα αυτά η έρευνα αγοράς που πραγματοποιήσαμε, μας βοήθησε να εξάγουμε χρήσιμα συμπεράσματα και να ξεπεράσουμε σε ένα βαθμό τις δυσκολίες που προκύπτουν από την έλλειψη δεδομένων. Διαπιστώνουμε από την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας αγοράς, ότι υπάρχει το ενδιαφέρον και οι κατάλληλες συνθήκες στο καταναλωτικό κοινό που επιτρέπουν να λειτουργήσει μια τέτοια επιχείρηση στην Κύπρο, έχοντας προοπτική επιτυχίας.

Επίσης οι συνθήκες της αγοράς είναι ευνοϊκές αυτή τη στιγμή για να δραστηριοποιηθεί μια τέτοια επιχείρηση. Ο ανταγωνισμός είναι περιορισμένος και δεν έχει προωθήσει ιδιαίτερα τα φυτεμένα δώματα στο ευρύ κοινό, ενώ παράλληλα παρατηρείται μεγάλη ανάπτυξη σε έργα που ευνοούν την χρήση τέτοιων συστημάτων.

Ο σωστός σχεδιασμός, η καλή διαχείριση του έμψυχου και άψυχου υλικού και η έγκαιρη αντίδραση στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς θα βοηθήσουν, όπως έχουμε δει μέσα από το πλάνο, πέραν από το να είναι βιώσιμη να είναι και επικερδής από τον δεύτερο χρόνο λειτουργίας, με προοπτική για επέκταση και περεταίρω κερδοφορία τα επόμενα έτη.

Κατά την διάρκεια της συγγραφής αυτού του επιχειρηματικού σχεδίου, και έχοντας ολοκληρώσει σχεδόν το 85%, ξέσπασε στον πλανήτη η πανδημία από τον ιό COVID-19. Το ένα μετά το άλλο τα κράτη έκλεισαν τα σύνορα τους, οι αεροπορικές συγκοινωνίες διακόπηκαν, επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να αναστείλουν την λειτουργία τους, περιοριστικά μέτρα επιβλήθηκαν στις διακινήσεις των πολιτών με άγνωστη μέχρι

στιγμής διάρκειας και το χειρότερο αρκετοί άνθρωποι νόσησαν και κατέληξαν. Οι κοινωνικές και οικονομικές συνέπειες που θα προκύψουν από αυτή την πανδημία είναι άγνωστες, όπως και το πότε θα επανέλθουμε στην κανονικότητα. Είναι τέτοιες στιγμές που μας υπενθυμίζουν ότι είναι αδύνατο να προβλεφθούν και να προσχεδιαστούν τα πάντα σε μια επιχείρηση, όπως και το ότι το παγκοσμιοποιημένο και συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον που ζούμε επιβάλλει να μην εφησυχάζουμε. Ισχύει πάντα ότι η επόμενη κρίση είναι καθοδόν και θα επιβιώσουν από αυτήν οι καλύτερα προετοιμασμένοι. Τα αναλυτικά επιχειρηματικά σχέδια, ο συνετός και σε βάθος χρόνου σχεδιασμός και η συνεχής επαναξιολόγηση είναι απαραίτητα όπλα για την αντιμετώπιση της κάθε δυσκολίας που θα προκύψει.

Παράρτημα Α

Ερωτηματολόγιο

Η παρούσα έρευνα διεξάγεται στα πλαίσια Μεταπτυχιακής Διατριβής. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου διαρκεί περίπου 5 λεπτά και τα στοιχεία που συγκεντρώνονται είναι ανώνυμα.

* Required

Δημογραφικά Στοιχεία

1. Ποιο είναι το φύλο σας ; *

Άντρας
Γυναίκα

2. Ποια είναι η ηλικία σας ; *

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

3. Ποια είναι η επαρχία διαμονής σας ; *

Λευκωσία
Λεμεσός
Λάρνακα
Πάφος
Αμμόχωστος

4. Σε τι περιοχή διαμένετε ; *

Αστική
Αγροτική

5. Ποιο είναι το ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης σας ; *

Δημοτικό
Γυμνάσιο
Λύκειο
Πτυχίο
Μεταπτυχιακό
Διδακτορικό

6. Ποια είναι η επαγγελματική σας κατάσταση ; *

Φοιτητής/τρια
Δημόσιος/α υπάλληλος
Ιδιωτικός/ή Υπάλληλος
Αυτοτελώς εργαζόμενος/η
Οικιακά
Άνεργος/η
Συνταξιούχος

Στοιχεία Χώρου Κατοικίας

7. Η κατοικία που διαμένω είναι... *

Ενοικιαζόμενη

Ιδιόκτητη

8. Η κατοικία που διαμένω είναι... *

Διαμέρισμα

Μονοκατοικία

9. Στην κατοικία που διαμένω έχουν εγκατασταθεί φωτοβολταϊκά *

Ναι

Όχι

10. Στον χώρο που εργάζομαι έχουν εγκατασταθεί φωτοβολταϊκά.

Ναι

Όχι

11. Στην κατοικία που διαμένω η στέγη είναι προσβάσιμη *

Ναι

Όχι

12. Στον χώρο που εργάζομαι η στέγη είναι προσβάσιμη

Ναι

Όχι

13. Στον χώρο που διαμένω υπάρχει χώρος με φυτά *

Ναι

Όχι

14. Στον χώρο που εργάζομαι υπάρχει χώρος με φυτά

Ναι

Όχι

Γνώση / Ενδιαφέρον

Στην κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου το 1 δηλώνει καθόλου και το 5 απόλυτα, σας παρακαλώ βαθμολογήστε κατά πόσο συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις.

15. Ανησυχώ για την κλιματική αλλαγή *

1

2

3
4
5

16. Η παρουσία φυτών συμβάλει θετικά στη ζωή στις πόλεις *

1
2
3
4
5

17. Χρειάζεται περισσότερο πράσινο στην πόλη που διαμένω / εργάζομαι *

1
2
3
4
5

18. Θα ήθελα περισσότερο πράσινο στο χώρο που διαμένω *

1
2
3
4
5

19. Θα ήθελα περισσότερο πράσινο στο χώρο που εργάζομαι

1
2
3
4
5

20. Μου αρέσει να ασχολούμαι με τον κήπο μου *

1
2
3
4
5

21. Γνωρίζω τι είναι τα φυτεμένα δώματα (πράσινες στέγες) *

1
2
3
4
5

22. Γνωρίζω τα οφέλη που προκύπτουν από την ύπαρξη φυτεμένων δωματίων (πράσινες στέγες) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

23. Θα με ενδιέφερε να μάθω περισσότερα για τα φυτεμένα δώματα (πράσινες στέγες) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

24. Θα με ενδιέφερε στον χώρο που διαμένω να υπήρχε μια προσβάσιμη στέγη με φυτά *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

25. Θα με ενδιέφερε στον χώρο που διαμένω να γίνει εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

26. Θα με ενδιέφερε στον χώρο που εργάζομαι να γίνει εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Επιλέξτε μία ή περισσότερες απαντήσεις

27. Θα με αποθάρρυνε να εγκαταστήσω ένα σύστημα πράσινης στέγης στο σπίτι μου *

Κόστος

Συντήρηση

Δεν γνωρίζω αρκετά

Κίνδυνος για φθορά στο κτίριο

Κανείς δεν μου το πρότεινε

Τίποτα

28. Θα με ενθάρρυνε να εγκαταστήσω ένα σύστημα πράσινης στέγης στο σπίτι μου *

- Εξοικονόμηση χρημάτων
- Περιβαλλοντικά οφέλη
- Παρουσία Πρασίνου
- Να το δω κάπου εγκατεστημένο
- Κίνητρα από το κράτος
- Τίποτα

Συνήθειες

Επιλέξτε μία ή περισσότερες απαντήσεις

29. Ενημερώνομαι για περιβαλλοντικά θέματα από.. *

- Ιστοσελίδες
- Εφημερίδες – Περιοδικά
- Τηλεόραση
- Κοινωνικά δίκτυα
- Ραδιόφωνο
- Δεν ενημερώνομαι

30. Ενημερώνομαι για νέα προϊόντα από.. *

- Ιστοσελίδες
- Εφημερίδες – Περιοδικά
- Τηλεόραση
- Κοινωνικά δίκτυα
- Ραδιόφωνο
- Δεν ενημερώνομαι

31. Αγοράζω ότι χρειάζομαι για τον κήπο μου από.. *

- Καταστήματα DIY
- Φυτώρια
- Υπεραγορές
- Διαδίκτυο
- Καταστήματα γεωργικών εφοδίων
- Δεν αγοράζω

Βιβλιογραφία

CyStat, 2018. *Πληθυσμός*, Nicosia: CyStat.

CyStat, 2019. *Έρευνα Εργατικού Δυναμικού, 3ο Τρίμηνο 2019*, Nicosia: CyStat.

CyStat, 2019b. *Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ) στα νοικοκυριά 2019*, Nicosia: CyStat.

CyStat, 2020. *Ρυθμός Ανάπτυξης ΑΕΠ*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<https://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/All/30B2CBCE9FA48B99C22584810042E69D?OpenDocument&sub=1&sel=1&e=&print> [Πρόσβαση 30 March 2020].

ΕΚΑ, 2020. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.ekagroup.com/> [Πρόσβαση 30 March 2020].

Eurostat, 2020. *Unemployment statistics*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Unemployment_statistics

[Πρόσβαση 30 March 2020].

GreenDot, 2019. *56.560 τόνους συσκευασιών ανακύκλωσε η Green Dot Κύπρου το 2018*.

[Ηλεκτρονικό] Available at: <http://greendot.com.cy/el/Results2018> [Πρόσβαση 30 March 2020].

GreenWay, 2020. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <http://www.greenwayindustries.com.cy> [Πρόσβαση 30 March 2020].

Hui, S. C. M. & Chan, S. C., 2011. Integration of green roof and solar photovoltaic systems. *Proceedings of Joint Symposium 2011: Integrated Building Design in the New Era of Sustainability*, pp. 1.1-1.10.

InBusiness, 2019. *Τράπεζα Κύπρου: Μόνο εδώ θα δίνουμε νέα δάνεια*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

<https://inbusinessnews.reporter.com.cy/business/economics/article/231048/trapeza-kyproy-mono-edo-tha-dinoyme-nea-daneia> [Πρόσβαση 30 March 2020].

InBusiness, 2019b. *Η εποχή των αρνητικών επιτοκίων στην Κύπρο*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <https://inbusinessnews.reporter.com.cy/business/economics/article/221746/i-epochi-ton-arnitikon-epitokion-stin-kypro> [Πρόσβαση 30 March 2020].

Karteris, M. Theodoridou, I., Mallinis, G., Tsiros, E., Karteris, A., 2016. Towards a green sustainable strategy for Mediterranean cities: Assessing the benefits of large-scale green roofs implementation in Thessaloniki, Northern Greece, using environmental modelling, GIS and very high spatial resolution remote sensing data. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Τόμος 58, p. 510–525.

Papafotiou, M., Pergialioti, N. & Tassoula, L., 2013. Growth of Native Aromatic Xerophytes in an Extensive Mediterranean Green Roof as Affected by Substrate Type and Depth and Irrigation Frequency. *HORTSCIENCE*, 48(10), p. 1327–1333.

PWC, 2019. *Cyprus Real Estate Market : Year in Review 2018*, Nicosia: PWC.

Sempergreen, 2020. [Ηλεκτρονικό] Available at: <https://www.sempergreen.com/en/solutions/green-roofs> [Πρόσβαση 30 March 2020].

Snodgrass, E. & McIntyre, L., 2010. *The Green Roof Manual. A Professional Guide to Design, Installation, and Maintenance*. London: Timber Press.

Spinneli, S. J. & Adams, J. R. J., 2016. *New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st century*. 10th Edition επιμ. New York: McGraw-Hill Education.

Statista, 2020. *Home ownership rate in selected European countries 2018-2019 Published by Statista Research Department, Mar 24, 2020 The home ownership rate is the share of dwellings that were owner-occupied. In the presented European countries, the home ownership rate*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <https://www.statista.com/statistics/246355/home-ownership-rate-in-europe/> [Πρόσβαση 30 March 2020].

Zachariades, T., 2016. *Climate Change in Cyprus : Review of the Impacts and Outline of an Adaptation Strategy*. Limassol: Springer.

Ziogou, I., Michopoulos, A., Voulgari, V. & Zachariades, T., 2017. Energy, environmental and economic assessment of electricity savings from the operation of green roofs in urban office buildings of a warm Mediterranean region. *Journal of Cleaner Production*, Τόμος 168, pp. 346-356.

Ziogou, I., Michopoulos, A., Voulgari, V. & Zachariades, T., 2018. Implementation of green roof technology in residential buildings and neighborhoods of Cyprus. *Sustainable Cities and Society*, Τόμος 40, pp. 233-243.

Βασιλείου, Β., 2019. *Πέραν των 200 αιτήσεων για ψηλά κτήρια σε μια διετία*. [Ηλεκτρονικό] Available at: <https://www.philenews.com/eidiseis/topika/article/648304/peran-ton-200-aitiseon-ga-psila-ktiria-se-mia-dietia> [Πρόσβαση 30 March 2020].

ΔΟΜΟΧΗΜΙΚΗ, 2020. [Ηλεκτρονικό] Available at: <http://www.domochemica.com.cy> [Πρόσβαση 30 March 2020].

ΕΕ, 2019. *Επισκόπηση της εφαρμογής της περιβαλλοντικής πολιτικής 2019*, Βρυξέλλες: Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

ΕΚΕ, 2020. *Το Φορολογικό Σύστημα στην Κύπρο*. [Ηλεκτρονικό]

Available at:

http://www.businessincyprus.gov.cy/mcit/psc/psc.nsf/eke10_gr/eke10_gr?OpenDocument
[Πρόσβαση 30 March 2020].

Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2010. *ΟΔΗΓΙΑ 2010/31/ΕΕ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 19ης Μαΐου 2010 για την ενεργειακή απόδοση των κτιρίων*.

Θειοπούλου, Θ., 2019. *Πώς θα είναι η Κύπρος το 2025 με τις μεγάλες αναπτύξεις*.

[Ηλεκτρονικό] Available at:

<https://www.philenews.com/oikonomia/kypros/article/744709/pos-tha-einai-i-kypros-to-2025-me-tis-megles-anaptyxeis> [Πρόσβαση 30 March 2020].

ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, 2020. *Επιτάχυνση μείωσης των ΜΕΔ εν μέσω ενοϊκού περιβάλλοντος*.

[Ηλεκτρονικό] Available at: <https://m.kathimerini.com.cy/gr/oikonomiki/epitaxyynsi-meiosis-ton-med-en-meso-eynoikoy-periballontos> [Πρόσβαση 30 March 2020].

Λαζανιάς, Χ., 2019. *Ένας χρόνος χωρίς δωρεάν πλαστικές σακούλες -Στο 80% η μείωση της χρήσης*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://politis.com.cy/politis-news/kypros/enas-chronos-choris-dorean-plastikes-sakoyles-sto-80-i-meiosi-tis-chrisis/> [Πρόσβαση March 2020].

Νικολάου, Α., 2019. *Κίνητρα για προσιτή κατοικία*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://www.philenews.com/koinonia/eidiseis/article/702226/kinitra-ga-prositi-katoikia> [Πρόσβαση 30 March 2020].

ΠΟΛΙΤΗΣ, 2019. *Οι τιμές των διαμερισμάτων ανακάμπτουν γρηγορότερα σε σύγκριση με τις τιμές των οικιών*. [Ηλεκτρονικό]

Available at: <https://politis.com.cy/politis-news/oikonomia/oi-times-ton-diamerismaton-anakamptoun-grigorotera-se-syngkrisi-me-tis-times-ton-oikion/> [Πρόσβαση 30 March 2020].

ΠΟΛΙΤΗΣ, 2019b. *Έρχονται σημαντικές αλλαγές στο πρόγραμμα πολιτογραφίσεων*.

[Ηλεκτρονικό] Available at: <https://politis.com.cy/politis-news/oikonomia/erchontai-simantikes-allages-sto-programma-politografiseon/> [Πρόσβαση 30 March 2020].

Σιώμκος, Γ., 2013. *Στρατηγικό Μάρκετινγκ*. Γ επιμ. Αθήνα: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗ.

Σταθακόπουλος, Β., 2005. *Μεθόδοι Έρευνας Αγοράς*. Αθήνα: ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ.

Τζεμπελίκος, Ν., 2011. *ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ SPSS*, Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ, 2011. *Οδηγός Ερμηνείας Πολεοδομικών Κανονισμών*, Λευκωσία: ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΗΣΕΩΣ.