

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
*Διοίκησης Επιχειρήσεων***

Μεταπτυχιακή Διατριβή



**Επιχειρηματικό Πλάνο για το Ηλεκτρονικό Κατάστημα
“Gadgets Boutique”**

Ραφαέλα Νικολάου

**Επιβλέπων Καθηγητής
Πάνος Μαρκόπουλος**

Δεκέμβριος 2018

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
*Διοίκησης Επιχειρήσεων***

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Επιχειρηματικό Πλάνο για το Ηλεκτρονικό Κατάστημα
“Gadgets Boutique”**

Ραφαέλα Νικολάου

**Επιβλέπων Καθηγητής
Πάνος Μαρκόπουλος**

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.

Δεκέμβριος 2018

Ευχαριστίες

Για την εκπόνηση της παρούσας διατριβής μάστερ, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Πάνο Μαρκόπουλο, που μου έδωσε τη δυνατότητα να υλοποιήσω αυτή την εργασία, καθώς και για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση που μου προσέφερε καθ' όλη τη διάρκειά της.

Επίσης, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου προς όλους τους καθηγητές μου, για τις γνώσεις που μου μετέδωσαν και για τα σημαντικά εφόδια που μου δόθηκαν για την μετέπειτα πορεία μου.

Τέλος, ευχαριστώ πολύ την οικογένεια μου για τη υποστήριξη και την κατανόησή τους.

Περίληψη

Για να μπορέσει να επιβιώσει μια επιχείρηση μέσα σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον πρέπει ο επιχειρηματίας να λειτουργεί βάσει μίας προμελετημένης στρατηγικής, η οποία αποτυπώνεται μέσω του αναλυτικού σχεδιασμού που γίνεται σε ένα επιχειρηματικό πλάνο.

Ο κύριος σκοπός είναι να περιγράψουμε όσο το δυνατόν καλύτερα την επιχείρηση, τη λειτουργία της και τον τρόπο δράσης της.

Στο πρώτο μέρος της εργασίας παρουσιάζεται η θεωρητική μορφή του επιχειρηματικού πλάνου και όλων των στοιχείων που συνδέονται με αυτό. Επίσης αναλύεται ο ορισμός της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας και τα χαρακτηριστικά γνωρίσματά της. Βλέπουμε πώς γίνεται στη θεωρία η σύνταξη ενός επιχειρηματικού πλάνου και τους λόγους που το κάνουν τόσο χρήσιμο για τη λειτουργία μίας σύγχρονης επιχείρησης.

Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζεται και αναλύεται η σπουδαιότητα του επιχειρηματικού πλάνου, ως ένα εργαλείο που συντελεί στην ανάπτυξη, την οργάνωση, την λειτουργία και την βιωσιμότητα μίας επιχείρησης. Εφαρμόζεται στην επιχειρηματική ιδέα της ηλεκτρονικής επιχείρησης “Gadgets Boutique”, ώστε να γίνει στην πραγματικότητα επιτυχημένη και ανταγωνίσιμη.

Αναλύονται το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται, καθώς και τρόποι διαχείριση της επιχείρησης ενσωματώνοντας σύγχρονα εργαλεία διοίκησης.

Γίνεται λεπτομερής αναφορά στη δομή και τα χαρακτηριστικά του marketing plan της συγκεκριμένης επιχείρησης.

Εφαρμόζονται σύγχρονα χρηματοοικονομικά εργαλεία, απαραίτητα για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης και για να αντεπεξέλθει στον ανταγωνισμό.

Γίνεται εκτίμηση των πιθανών κινδύνων και παρουσιάζονται οι τρόποι που θα περιορίσουν αυτούς τους κινδύνους.

Τέλος, παρουσιάζονται οι παρατηρήσεις και τα κυριότερα συμπεράσματα που έχουμε εξαγάγει μέσα από αυτή την εμπειρική εφαρμογή.

Ο σκοπός της εργασίας αυτής, είναι μέσα από τη σύνταξη του επιχειρηματικού πλάνου μιας ηλεκτρονικής επιχείρησης, να παρουσιαστούν αναλυτικά δεδομένα και πληροφορίες που συμβάλλουν στην επιτυχημένη λειτουργία ενός e-shop, όπως επίσης να προσδιοριστούν οι απειλές και οι ευκαιρίες στη συγκεκριμένη αγορά.

Abstract

In order for a business to survive in a competitive environment, the entrepreneur must operate on the basis of a pre-planned strategy, which is captured through the analytical planning of a business plan.

The main purpose is to describe the business, its operation and the way of its action, as good as possible.

In the first part of the thesis, is presented the theoretical form of the business plan and all the elements associated with it. It is also analyzed the definition of e-entrepreneurship and its characteristics. We can see how is the writing of a business plan in the theory and the reasons which make it so useful for the operation of a modern business.

The second part presents and analyzes the importance of the business plan as a tool that contributes to the development, organization, operation and viability of a business. It is applied to the idea of the e-business "Gadgets Boutique" , in order to create a really successful and competitive business.

Is analyzed the internal and external environment in which it operates, as well as ways of managing the company by incorporating modern management tools.

A detailed reference is made to the structure and characteristics of the marketing plan of the particular business.

Modern financial tools are applied, which are essential to the viability of the business and to cope with competition.

There is an estimation of the possible risks, and ways of limiting these risks are presented.

Finally, are presented the observations and the main conclusions we have drawn through this empirical research.

The purpose of this thesis is to present analytical data and information that contribute to the successful operation of an e-shop, as well as to identify the threats and opportunities in the specific market, through the compilation of the business plan of an e-business.

Περιεχόμενα

I. Εισαγωγή

1. Επιχειρηματικό πλάνο.....	6
1.1. Δομή και περιεχόμενο.....	6
1.2. Σημασία κατάρτισης ενός επιχειρηματικού πλάνου.....	7
2. Ηλεκτρονικό επιχειρείν.....	9
2.1. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.....	9
2.2. Τα γενικά χαρακτηριστικά ενός e-shop.....	10
2.3. Ηλεκτρονική τιμολόγηση και ηλεκτρονικές πληρωμές.....	11

II. Κατάρτιση επιχειρηματικού πλάνου

3. Executive summary.....	13
4. Γενική περιγραφή της επιχείρησης.....	15
4.1. Λειτουργία και οργάνωση.....	15
4.2. Προϋπολογισμός έναρξης.....	16
4.3. Περιγραφή της ιστοσελίδας του e-shop.....	17
4.4. Τα προϊόντα.....	18
5. Ανάλυση αγοράς.....	21
6. Ανάλυση ανταγωνισμού.....	27
7. Marketing Plan.....	29
7.1. Στοχευμένοι καταναλωτές.....	29
7.2. Σχεδιασμός στρατηγικής.....	31
7.3. Τιμολόγηση.....	32
7.4. Προβλέψεις πωλήσεων.....	32
8. Management plan.....	35
8.1. Ανθρώπινο δυναμικό.....	35
9. Χρηματοοικονομικό πλάνο.....	37
9.1. Δαπάνες έναρξης και κεφαλαιοποίησης.....	37
9.2. Χρηματοδότηση επιχείρησης.....	38
9.3. Χρηματοοικονομικές προβλέψεις.....	39
10. Ανάλυση κινδύνων.....	42
10.1. Αναγνώριση και αξιολόγηση των κινδύνων.....	42

10.2. Αντιμετώπιση των κινδύνων.....	43
--------------------------------------	----

III. Επίλογος

11. Συμπεράσματα.....	44
-----------------------	----

III. Παράρτημα

12. Πηγές και βιβλιογραφία.....	46
---------------------------------	----

I. Εισαγωγή

1. Επιχειρηματικό πλάνο

Επιχειρηματικό πλάνο (Business Plan), ορίζεται ως ένα επίσημο γραπτό έγγραφο, το οποίο περιγράφει λεπτομερώς μία επιχείρηση και τη σπουδαιότητά της, παρουσιάζοντας τους στόχους της, καθώς επίσης και την περιεκτική ανάλυση της λειτουργίας της και κάθε πτυχής της, με ακρίβεια.

Ο βασικός σκοπός του επιχειρηματικού πλάνου είναι να καθορίζονται με ακρίβεια οι κατευθύνσεις της επιχείρησης και οι στρατηγικοί άξονες λειτουργίας, έτσι ώστε να φτάσει η επιχείρηση στο επιθυμητό αποτέλεσμα μέσω του στρατηγικού σχεδιασμού. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα στην επιχείρηση να αναλύσει και να αξιολογήσει το εσωτερικό της περιβάλλον, όπως και το εξωτερικό.

Συνοπτικά, με την ανάλυση αυτή, παρέχεται μια σαφή εικόνα των επιχειρηματικών σκοπών, καθορίζονται οι στόχοι της επιχείρησης, γίνεται όσο το δυνατόν καλύτερη κατανόηση του επιχειρηματικού κλάδου που δραστηριοποιείται η επιχείρηση, εκτίθενται τα πλεονεκτήματα και οι αδυναμίες της, και παρέχει στους πιθανούς επενδυτές ή χρηματοδότες τα απαραίτητα μέσα που θα τους βοηθήσουν να αντιληφθούν εάν η εταιρεία είναι κατάλληλη για να επενδύσουν.

Παράλληλα, το επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει να αποτελεί ένα κείμενο ελκυστικό και να περιέχει αναλυτικούς πίνακες και παραρτήματα τα οποία είναι ευανάγνωστα για τον ενδιαφερόμενο.

Είναι σημαντικό να προβάλλονται με έμφαση και ακρίβεια τα θετικά στοιχεία της επιχείρησης, αλλά και τα πιθανά προβλήματα που ενδεχομένως προκύψουν, μαζί με εναλλακτικούς τρόπους αντιμετώπισης τους στο μέλλον (Tim Berry, 2000).

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι το επιχειρηματικό πλάνο δεν συντάσσεται μόνο από επιχειρήσεις νεοεισερχόμενες στην παραγωγή, αλλά και από υφιστάμενες επιχειρήσεις που βρίσκονται σε στάδιο αναδιοργάνωσης.

1.1. Δομή και περιεχόμενο

Γενικά, ένα άρτιο επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει απαραίτητα να περιέχει: τα προσφερόμενα προϊόντα/υπηρεσίες της επιχείρησης, το σκοπό και την αποστολή της, την οργανωτική της δομή, την στοχευόμενη αγορά και τα αναμενόμενα μελλοντικά οικονομικά αποτελέσματα.

Η διάταξη ενός επιχειρηματικού πλάνου δεν είναι τυποποιημένη ως προς τη δομή και το περιεχόμενό του, αλλά είναι προσαρμοσμένη στις ανάγκες και τις απαιτήσεις της κάθε επιχείρησης. Συνήθως, αποτελείται από τις εξής ενότητες:

Περίληψη (executive summary): είναι ίσως το πιο σημαντικό κεφάλαιο, καθώς είναι αυτό που θα δημιουργήσει στον αναγνώστη την αρχική εντύπωση. Συντάσσεται στο τέλος και περιλαμβάνει συνοπτικά όλες τις σημαντικές πληροφορίες και τα βασικά στοιχεία του επιχειρηματικού πλάνου. Όπως τη βασική ιδέα της επιχείρησης και τον σκοπό της, τη

στρατηγική που θα ακολουθήσει και τους κύριους στόχους. Επίσης, γίνεται σύντομη περιγραφή της αγοράς, του ανταγωνισμού και της οργάνωσης της επιχείρησης. Η περίληψη πρέπει να είναι σύντομη (1-2 σελίδες), πλήρης, καλογραμμένη και περιεκτική, έτσι ώστε να καταφέρει να παρακινήσει το ενδιαφέρον του αναγνώστη.

Εσωτερική ανάλυση: σε αυτή την ενότητα περιγράφεται αναλυτικά η επιχείρηση, τα χαρακτηριστικά και οι στόχοι της. Θα πρέπει να γίνει αναφορά στα προϊόντα και τις δραστηριότητες της επιχείρησης, όπως επίσης λεπτομερής περιγραφή για τον τρόπο λειτουργίας της, το οργανόγραμμα και το ανθρώπινο δυναμικό.

Εξωτερική ανάλυση: στο σημείο αυτό γίνεται μια αναλυτική περιγραφή του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση, η οποία πρέπει να δείξει ότι γνωρίζει καλά το μέγεθος της αγοράς και τις τάσεις της. Κατά πόσο ο συγκεκριμένος κλάδος είναι αναπτυσσόμενος και ποιες βραχυπρόθεσμες ή μακροπρόθεσμες αλλαγές προβλέπονται. Επιπλέον, πρέπει να προσδιορισθεί για ποιους προορίζονται τα προϊόντα της επιχείρησης, και πως τα προϊόντα αυτά ταιριάζουν στο υπάρχον ανταγωνιστικό τοπίο. Ποια είναι τα δυνατά σημεία της επιχείρησης που θα την κάνουν ανταγωνιστική στην αγορά και ποιοι είναι οι παράγοντες που θα συμβάλλουν στην επιτυχία της.

Σχέδιο μάρκετινγκ: περιγράφεται εκτενέστερα η στρατηγική που θα εφαρμόσει η επιχείρηση και με ποιον τρόπο, όπως επίσης και ένα πλάνο μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει. Παρουσιάζεται λεπτομερώς το πως η επιχείρηση σχεδιάζει να προσεγγίσει την αγορά-στόχο για να επιτύχει τις επιθυμητές πωλήσεις, ποιο είναι το σχέδιο τιμολόγησης και ποιες οι πιθανές δραστηριότητες και συνεργασίες που θα συμβάλλουν στην επιτυχία της. Για να γραφτεί σωστά το σχέδιο μάρκετινγκ και να έχει ουσία θα πρέπει πρώτα από όλα να οριστεί και να γίνει κατανοητή η αγορά-στόχος και οι τάσεις της, αλλά και να υπάρχει μια ολοκληρωμένη εικόνα του καταναλωτή στον οποίο απευθύνονται τα προϊόντα της.

Χρηματοοικονομικό πλάνο: σχετικά με τη χρηματοοικονομική ανάλυση και κατάσταση της επιχείρησης, αναλύονται ο προϋπολογισμός του κόστους στα διάφορα επιμέρους τμήματα του επιχειρηματικού σχεδίου όπως το εργατικό δυναμικό ή ο εξοπλισμός. Ιδανικό θα ήταν ένα γράφημα που δείχνει τις προγραμματισμένες πωλήσεις, τα έξοδα και τα προβλεπόμενα κέρδη. Ένα τυπικό οικονομικό σχέδιο έχει μηνιαίες προβολές για τους πρώτους 12 μήνες και στη συνέχεια ετήσιες προβολές για τα υπόλοιπα τρία έως πέντε έτη. Η χρηματοδότηση της επιχείρησης ανήκει στο ίδιο κεφάλαιο και αναλύεται μαζί με τις εισροές της επιχείρησης, το καθαρό κέρδος και άλλα οικονομικά μεγέθη (Κλεοπάτρα Μπαρδάκη, 2012).

1.2. Σημασία κατάρτισης ενός επιχειρηματικού πλάνου

Το επιχειρηματικό πλάνο συμβάλλει σημαντικά στην αποτελεσματική λειτουργία μίας επιχείρησης και στο να βελτιώνει συνεχώς την απόδοσή της. Εξυπηρετεί πολλούς σκοπούς όχι μόνο από την πλευρά της επιχείρησης, αλλά και από την πλευρά των επενδυτών της αφού δημιουργεί μια εικόνα που επιτρέπει τη σύγκριση, την ανάλυση και την αξιολόγηση

της επιχείρησης τόσο για το παρόν όσο και διαχρονικά.

Από την πλευρά της επιχείρησης, το επιχειρηματικό πλάνο συντελεί στην ανάλυση της κατάστασης που επικρατεί στην αγορά και δίνει πληροφορίες για συγκεκριμένες κατευθύνσεις και ενέργειες. Συμβάλλει επίσης στο να μπορέσει η επιχείρηση να αξιολογήσει και να εκτιμήσει τους κινδύνους που πιθανόν να προκύψουν, καθώς επίσης βοηθά τον επιχειρηματία να παρακολουθήσει, να ελέγξει, να κάνει απολογισμό και να αξιολογήσει την επιχειρηματική του δραστηριότητα κατά τη φάση που υλοποιείται.

Όσον αφορά τον εσωτερικό προγραμματισμό και τη σωστή διοίκηση της επιχείρησης, το επιχειρηματικό σχέδιο, είναι εκείνο που λειτουργεί καταλυτικά για τον προγραμματισμό, την οργάνωση, τη διεύθυνση και τον έλεγχο για τη σωστή λήψη αποφάσεων. Μπορεί ακόμα να είναι ένα επικοινωνιακό εργαλείο για την πληροφόρηση του προσωπικού πωλήσεων, των προμηθευτών, ενώ μπορεί και να βοηθήσει στην ανάπτυξη ενός μανάτζερ.

Από την πλευρά των επενδυτών, διαβάζοντας το επιχειρηματικό πλάνο, αποκτούν μία πραγματική άποψη για την κατάσταση της επιχείρησης εφόσον θα δανείσουν τα χρήματα τους. Στις περισσότερες πηγές χρηματοδότησης απαιτείται η κατάθεση ενός επιχειρηματικού σχεδίου για να παρέχεται μια σαφή εικόνα τόσο στους ιδιώτες επενδυτές όσο και στις τράπεζες από τις οποίες πρόκειται να δανειοδοτηθεί η επιχείρηση.

Η θέση της επιχείρησης στην αγορά, η λεπτομερής περιγραφή του προϊόντος, η στρατηγική του μάρκετινγκ, τα σχέδια προωθήσεων και πωλήσεων και η διευθυντική ομάδα που είναι υπεύθυνη για την καθοδήγηση της επιχείρησης, παρέχουν την απαραίτητη αξιοπιστία για τις χρηματοοικονομικές προβλέψεις.

Ακόμη και σε πολλές μητρικές εταιρείες απαιτείται η κατάθεση επιχειρηματικού, για να έχουν μια πλήρη εικόνα για τις θυγατρικές εταιρείες που έχουν στην κατοχή τους.

Συνοπτικά, η κατάρτιση ενός επιχειρηματικού πλάνου, συμβάλλει στη δομή και στην οργάνωση της επιχείρησης, όπως και στη λήψη αποφάσεων και το καθορισμό εναλλακτικών λύσεων. Επιπρόσθετα, βοηθά στην καταγραφή, ανάλυση και κατανόηση της αγοράς, των καταναλωτών και του ανταγωνισμού, στην επίτευξη των στόχων, καθώς επίσης και στη χρηματοοικονομική στήριξη από πιστωτικά ιδρύματα και φορείς.

2. Ηλεκτρονικό επιχειρείν

Ο όρος Ηλεκτρονικό Επιχειρείν (e-business) αναφέρεται σε οποιοδήποτε είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας που εκτελείται μέσα από τη χρήση του διαδικτύου, συμπεριλαμβανομένων και όλων των οικονομικών λειτουργιών και δράσεων που υποστηρίζονται με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων.

Αποσκοπεί στην αυτοματοποίηση των επιχειρηματικών διαδικασιών με αποτέλεσμα την απλοποίησή τους και τη μείωση του κόστους.

Η ψηφιοποίηση των επιχειρηματικών ενεργειών στοχεύουν στην άμεση ανταπόκριση του καταναλωτή, δημιουργώντας εξατομικευμένες σχέσεις, βελτιώνοντας την ποιότητα των προϊόντων και αυξάνοντας την ταχύτητα παράδοσης (Colin Combe, 2006).

2.1. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα

Πλεονεκτήματα

Πολλές επιχειρήσεις που βασίζονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο, είναι πλέον επιτυχημένες χάρη στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που παρέχονται σε αυτούς που το χρησιμοποιούν και συμβάλλουν στη μείωση του ρίσκου.

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα έχει μειωμένο λειτουργικό κόστος σε σχέση με τα συνηθισμένα καταστήματα, ενώ και η αποθήκευση μεγάλων ποσοτήτων αποθεμάτων μπορεί να αποφευχθεί, αν υπάρχει επαρκής υποδομή logistics.

Το ενοίκιο, οι λογαριασμοί κοινής ωφέλειας, η μισθοδοσία προσωπικού, το κόστος συστημάτων ασφάλειας κ.α., αποτελούν σημαντικές οικονομικές επιβαρύνσεις για την λειτουργία ενός φυσικού καταστήματος, γι' αυτό τα ηλεκτρονικά καταστήματα μπορούν να έχουν πολύ χαμηλότερα κόστη λειτουργίας και συντήρησης.

Η δραστηριοποίηση της ηλεκτρονικής επιχείρησης γίνεται σε μία ευρύτερη γεωγραφική περιοχή από αυτήν που εξυπηρετεί ένα φυσικό κατάστημα. Διευρύνεται ο κύκλος των εργασιών της, επεκτείνοντας τα γεωγραφικά όρια των συναλλαγών της. Μία επιχείρηση που έχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, είναι σαν να έχει υποκαταστήματα σε πολλές περιοχές, ακόμα και στο εξωτερικό, με ελάχιστο λειτουργικό κόστος. Η λειτουργία της επιχείρησης σε πολλές περιοχές μακριά από την έδρα της, έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση ανταγωνιστικότητας, την απόκτηση νέων πελατών και την αύξηση παραγωγικότητας. Γίνεται πιο κατανοητή η καταναλωτική συμπεριφορά, μέσω εργαλείων που αναλύουν την κίνηση στο ηλεκτρονικό κατάστημα και τις προτιμήσεις του κοινού (π.χ. GoogleAnalytics), για να διαπιστωθούν τάσεις, προβλήματα και λύσεις, καθώς και για καλύτερη διαχείριση των αποθεμάτων.

Επίσης οι ηλεκτρονικές συναλλαγές επιτρέπουν στην επιχείρηση, να συλλέξει πληροφορίες σχετικά με τις συνήθειες, τις ανάγκες και τα γούστα των καταναλωτών και να αναπροσαρμόσει την πολιτική της σύμφωνα με αυτά.

Το marketing των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων γίνεται συνήθως με τη χρήση διαδικτυακών εργαλείων (social networks, Google AdWords κλπ.), κάτι που το καθιστά φθηνότερο και αποτελεσματικότερο, αφού μέσω αυτού αντλούνται χρήσιμες πληροφορίες για το προφίλ των

καταναλωτών και έτσι κατευθύνεται καλύτερα η ομάδα του marketing για την προσέλκυσή τους.

Μειονεκτήματα

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα πρέπει να είναι κατασκευασμένο πολύ προσεκτικά, κυρίως σε ότι αφορά τις πληρωμές και την ασφάλεια των συναλλαγών, έτσι ώστε να μην εμφανίζονται λάθη και να υπάρχει ένα σωστό πλαίσιο συναλλαγών με το κοινό, για να μη διαρρεύσουν τα στοιχεία τους σε τρίτους. Χρειάζεται ένα καλά ενημερωμένο σύστημα ασφάλειας, καθώς μία τυχόν απώλεια των δεδομένων των πελατών, θα ζημιώνει ανεπανόρθωτα τη φήμη και την αξιοπιστία της επιχείρησης.

Επίσης, σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα δεν υπάρχει αμεσότητα με το αντικείμενο που θέλει να αγοράσει κάποιος. Δηλαδή, ο καταναλωτής πραγματοποιεί αγορές με βάση αυτά που βλέπει στις περιγραφές και στις εικόνες, οι οποίες αν δεν είναι ακριβείς και απόλυτα αντιπροσωπευτικές των προϊόντων, τότε θα υπάρχουν πολλοί δυσαρεστημένοι πελάτες που θα επιστρέφουν τα προϊόντα και πιθανόν να σχολιάζουν αρνητικά την επιχείρηση.

Ένα άλλο μειονέκτημα, είναι το ενδεχόμενο ψευδών δηλώσεων από πελάτες που πιθανόν να παραπονηθούν ότι δεν παρέλαβαν ποτέ την παραγγελία τους, ειδικά σε περιπτώσεις που η αποστολή έγινε χωρίς τη δυνατότητα παρακολούθησης της πορείας του πακέτου. Υπάρχουν όμως και οι περιπτώσεις όπου όντως το πακέτο δεν θα φτάσει ποτέ στον προορισμό του και ο πελάτης θα πρέπει να αποζημιωθεί.

Τέλος, τα έξοδα αποστολής είναι μία επιβάρυνση, την οποία πολλές φορές αποκομίζεται η επιχείρηση. Επιπρόσθετα, ένα μεγάλο χρηματικό ποσό θα πρέπει να επενδύεται κάθε χρόνο για τη συντήρηση και τη βελτιστοποίηση του ηλεκτρονικού καταστήματός της, καθώς καθημερινά εμφανίζονται νέες τεχνολογίες.

2.2. Τα γενικά χαρακτηριστικά ενός e-shop

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα εντάσσονται στην κατηγορία B2C (από επιχείρηση προς καταναλωτή) και αποτελούν σημεία πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών μέσω διαδικτύου.

Ένα e-shop διαθέτει πολλά ενδιαφέροντα χαρακτηριστικά που μπορούν να το κάνουν περισσότερο δημοφιλές και πιο αποτελεσματικό από τα παραδοσιακά καταστήματα.

Αρχικά το όνομα του δικτυακού τόπου θα πρέπει να αντιπροσωπεύει όσο το δυνατόν καλύτερα τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρει το e-shop και να μπορεί να είναι εύκολη η απομνημόνευσή του από τον καταναλωτή.

Ένα φιλικό προς τον χρήστη e-shop, πρέπει να είναι εύκολο και γρήγορο στην πλοήγηση, έτσι ώστε ο επισκέπτης να παραμείνει στην ιστοσελίδα, να εξερευνήσει τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς και να κάνει αγορές. Είναι πολύ σημαντικό οι ιστοσελίδες να είναι κατασκευασμένες έτσι ώστε να διευκολύνουν τον επισκέπτη, να μην περιέχουν πολλές εφαρμογές που αυξάνουν το χρόνο φόρτωσης της σελίδας, να ανανεώνονται συχνά και να είναι συμβατές με τα προγράμματα περιήγησης της αγοράς.

Υπάρχουν πολλά εργαλεία πλοήγησης τα οποία κάνουν τη περιήγηση του επισκέπτη στο e-shop πιο εύκολη. Μερικά από τα εργαλεία αυτά είναι το μενού της αρχικής σελίδας το οποίο αναλύει τις κύριες ενότητες του ιστότοπου, όπως και το μενού υποσελίδων που αναλύει τις

επιλογές της κάθε ενότητας. Επίσης, η μηχανή αναζήτησης μέσα στη συγκεκριμένη ιστοσελίδα βοηθά τον επισκέπτη να αναζητά προϊόντα μέσα στο e-shop, πληκτρολογώντας λέξεις κλειδιά. Τα «Image maps» που υπάρχουν στο κείμενο μιας σελίδας παραπέμπουν σε ένα άλλο σχετικό σημείο του δικτυακού τόπου που μπορεί να ενδιαφέρει τον επισκέπτη (π.χ. πολιτική επιστροφών, τιμολογιακή πολιτική κλπ).

Επιπλέον, κάτι ακόμα που πρέπει να προσέξει μία επιχείρηση είναι η ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος να έχει μία μορφή που αντικατοπτρίζει την προσωπικότητα της, έχοντας πάντα υπόψιν το αγοραστικό κοινό στο οποίο απευθύνεται. Το περιεχόμενό της, η γραμματοσειρά και τα χρώματα που χρησιμοποιούνται, το πόσο σοβαρό, φιλικό ή εύθυμο ύφος έχει, τα γραφικά, οι εικόνες/φωτογραφίες και οι τεχνολογίες που εφαρμόζονται, δημιουργούν την προσωπικότητα της και βοηθούν ενδυνάμωση της εικόνας του e-shop. Κάποιες από τις βασικές λειτουργίες των e-shops είναι η παρουσίαση των προϊόντων σε ηλεκτρονικό κατάλογο, το καλάθι αγορών, η δυνατότητα παραγγελίας και η παρακολούθηση των παραγγελιών, ο μηχανισμός πληρωμών, η καταγραφή στοιχείων που αφορούν τους πελάτες και τις αγορές τους, οι μηχανισμοί ασφαλείας.

Μια ιστοσελίδα, μεταξύ των άλλων, έχει ενσωματωμένους κατάλληλους μηχανισμούς επικοινωνίας με τους καταναλωτές. Όπως τα newsletters, που αποστέλλονται μέσω e-mail και ενημερώνουν τους πελάτες με τα νέα της επιχείρησης, οι μηχανισμοί αυτόματων απαντήσεων της επιχείρησης στα e-mails των επισκεπτών για συχνές και αναμενόμενες ερωτήσεις, η τηλεφωνία online με τον επισκέπτη ή κλήση προς αυτόν αφού αποστείλει το νούμερο του τηλεφώνου του, και τέλος, το online chat, που δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να συνομιλούν γραπτώς με υπαλλήλους της ιστοσελίδας.

Συνοπτικά, οι επαγγελματικές ιστοσελίδες πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο απλές, λιτές και κατανοητές στη χρήση, και ο επισκέπτης να μπορεί να βρει μέσα σε λίγο χρόνο την σελίδα που θέλει.

2.3. Ηλεκτρονική τιμολόγηση και ηλεκτρονικές πληρωμές

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση όπως και οι ηλεκτρονικές πληρωμές αποτελούν αναπόσπαστο τμήμα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση, η εξελιγμένη διαδικασία τιμολόγησης που εφαρμόζεται πλέον στις εμπορικές συναλλαγές, αφορά την αυτοματοποιημένη και οργανωμένη ηλεκτρονική έκδοση και αποστολή των παραστατικών πώλησης (με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) από την επιχείρηση προς τους πελάτες της, ή αντίστροφα την ηλεκτρονική παραλαβή τιμολογίων από τους προμηθευτές της.

Δεν θεωρούνται όλα τα τιμολόγια που δημιουργούνται με ηλεκτρονικά μέσα ως ηλεκτρονικά τιμολόγια. Η αποστολή ενός παραστατικού μέσω email σε μορφή PDF ή μιας φωτογραφίας ενός χειρόγραφου τιμολογίου δεν εγγυάται την γνησιότητα της προέλευσης και την διασφάλιση των δεδομένων του ηλεκτρονικού παραστατικού. Αυτό διασφαλίζεται μέσω της εφαρμογής ηλεκτρονικής τιμολόγησης και επιπρόσθετες έγκυρες τεχνολογίες (π.χ. προηγμένη ψηφιακή υπογραφή). Ταυτόχρονα, μέσω της εφαρμογής ηλεκτρονικής τιμολόγησης γίνεται και η ηλεκτρονική αρχειοθέτηση, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η ανάκληση των παραστατικών ανά πάσα στιγμή. Γενικά, θα πρέπει να εξασφαλίζεται η αυθεντικότητα της προέλευσης, η ακεραιότητα του περιεχομένου και η αναγνωσιμότητα του τιμολογίου.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι η μείωση λαθών κατά την καταχώρηση, ο συντομότερος κύκλος πληρωμής, η διαφάνεια στη διαδικασία πληρωμής, η καλύτερη διαχείριση του λογιστικού προγράμματος και η αντιμετώπιση της φοροδιαφυγής. Ως ηλεκτρονική πληρωμή ορίζεται η οικονομική συναλλαγή η οποία εκτελείται με την μεσολάβηση ενός τηλεπικοινωνιακού ή ηλεκτρονικού δικτύου χρησιμοποιώντας σύγχρονες τεχνολογίες.

Στην περίπτωση των e-shops, η ηλεκτρονική πληρωμή πραγματοποιείται on-line (μέσω διαδικτύου) μεταξύ πωλητών και αγοραστών, από οποιοδήποτε μέρος και να βρίσκονται και χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία τους. Η εύκολη πρόσβαση του καταναλωτικού κοινού στο διαδίκτυο καθιστούν τα εν λόγω συστήματα ηλεκτρονικών πληρωμών ιδιαίτερα δημοφιλή. Ο ολοένα αυξανόμενος όγκος συναλλαγών του ηλεκτρονικού εμπορίου οδήγησε στη δημιουργία πολλών διαφορετικών μεθόδων ηλεκτρονικής πληρωμής.

Παρ' όλα αυτά, ένας από τους βασικότερους προβληματισμούς των καταναλωτών είναι το θέμα της ασφάλειας των προσωπικών τους δεδομένων και η διατήρηση της ιδιωτικότητας των στοιχείων αυτών όταν αποστέλλονται μέσω διαδικτύου. Ένα e-shop, καλό θα είναι να εφαρμόζει κανονισμούς ποιοτικού ελέγχου και πρωτόκολλα ασφάλειας στα στάδια πληρωμής για μια χρηματική συναλλαγή, έτσι ώστε να εμπνέει εμπιστοσύνη και ασφάλεια στον καταναλωτή.

Οι βασικότεροι και συνηθέστεροι τρόποι πληρωμής σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι το ηλεκτρονικό σύστημα πληρωμής μέσω καρτών (πιστωτική, χρεωστική ή pre-paid), το οποίο είναι ένας ευέλικτος και ασφαλής τρόπος πληρωμής. Το σημαντικότερο στοιχείο στη χρήση πιστωτικής κάρτας είναι ότι το χρηματικό ποσό της συναλλαγής αρχικά "δεσμεύεται" και χρεώνεται σε δεύτερο χρόνο. Αυτό παρέχει στον πελάτη μια δικλείδα ασφαλείας, σε περίπτωση που κάτι δεν πάει καλά. Η χρεωστική κάρτα συχνά έχει χαμηλότερο και ελεγχόμενο ημερήσιο όριο σε σχέση με την πιστωτική, άρα και μεγαλύτερη ασφάλεια. Η πιο σίγουρη λύση, η προπληρωμένη κάρτα (pre-paid) για αγορές στο Internet, χρησιμοποιείται μόνο για το ύψος του ποσού με το οποίο έχει "φορτιστεί" από τον ιδιοκτήτη της.

Επιπλέον, η πληρωμή με υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών (π.χ. PayPal), είναι ένας ασφαλής και διαδεδομένος τρόπος για να κάνει κάποιος τις ηλεκτρονικές του αγορές, καθώς τα στοιχεία της κάρτας δεν αποκαλύπτονται σε τρίτους. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι ο πελάτης να δημιουργήσει έναν λογαριασμό στο PayPal ή στην αντίστοιχη υπηρεσία ηλεκτρονικών πληρωμών συνδέοντας την κάρτα του.

Τέλος, εκτός από τους ηλεκτρονικούς τρόπους πληρωμής που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένα e-shop για τις συναλλαγές του, υπάρχουν και οι παραδοσιακοί τρόποι πληρωμής με τραπεζική κατάθεση ή με αντικαταβολή.

II. Κατάρτιση επιχειρηματικού πλάνου

3. Executive summary

Το παρόν επιχειρηματικό πλάνο προβλέπει στη δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος Gadgets Boutique, το οποίο δραστηριοποιείται στην Κύπρο και πουλάει αποκλειστικά μέσω διαδικτύου προϊόντα τεχνολογίας απευθείας στους καταναλωτές.

Όλες οι λειτουργίες της επιχείρησης εκτελούνται στις εγκαταστάσεις της στη Λευκωσία. Στο συγκεκριμένο κτίριο θα στεγάζεται η αποθήκη, το γραφείο της διοίκησης, καθώς επίσης εκεί θα λειτουργεί και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών μαζί με το τμήμα αποστολής των παραγγελιών.

Στόχος της επιχείρησης είναι να ξεχωρίσει στην Κυπριακή αγορά λόγω των παρακάτω:

- ▲ Ποιοτικά προϊόντα, δυσεύρετα στην αγορά, με τεχνολογικά καινοτόμες λειτουργίες και σε προσιτές τιμές.
- ▲ Λειτουργικός και πολύ φιλικός προς το χρήστη ιστότοπος του καταστήματος.
- ▲ Άμεση εξυπηρέτηση των πελατών πριν και μετά την αγορά τους.
- ▲ Γρήγορη παράδοση των προϊόντων στους πελάτες χωρίς επιπλέον χρέωση.

Οι τάσεις της αγοράς και οι συνθήκες που επικρατούν αυτή τη στιγμή είναι ιδιαίτερα αισιόδοξες σχετικά με την επένδυση μας στο ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς παρατηρείται μεγάλη αύξηση στο ποσοστό των ατόμων που προτιμούν τις ηλεκτρονικές αγορές.

Οι έρευνες αποδεικνύουν ότι στην Κύπρο δεν υπάρχουν αρκετά ηλεκτρονικά καταστήματα που να ικανοποιούν τις επιθυμίες των καταναλωτών, γι' αυτό και οι περισσότεροι προτιμούν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται διεθνώς.

Σκοπός της επιχείρησης είναι να κερδίσει το μεγαλύτερο μερίδιο των καταναλωτών που προτιμάνε να αγοράζουν αυτού του είδους προϊόντα από πωλητές του εξωτερικού.

Ο ανταγωνισμός είναι σχεδόν αμελητέος στην αγορά της Κύπρου. Οι τρεις κύριοι ανταγωνιστές της επιχείρησης είναι το eshop.com.cy, το bestbuycyprus.com και το oneshop.com.cy. Ωστόσο, κανένα από τα τρία αυτά ηλεκτρονικά καταστήματα δεν ειδικεύεται αποκλειστικά και μόνο σε gadgets προϊόντα.

Η στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση, εστιάζει στην ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή με μία "Value for money" προσέγγιση, για να κερδίσει η επιχείρηση την εμπιστοσύνη του κάθε πελάτη προσφέροντάς του αυτά που υπόσχεται. Δηλαδή, καλή ποιότητα των προϊόντων σε συνδυασμό με σωστή τιμολόγηση, άριστη εξυπηρέτηση των πελατών πριν και μετά την αγορά τους και γρήγορη παράδοση της παραγγελίας στον πελάτη. Η τιμολόγηση των προϊόντων αρχικά θα γίνεται με βάση τον ανταγωνισμό. Η επιχείρηση θα προσφέρει το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων της σε χαμηλότερες τιμές συγκρινόμενα με άλλα e-shops λιανικών πωλήσεων, έτσι ώστε να προτιμήσουν οι καταναλωτές να κάνουν την αγορά τους από το κατάστημά μας και να αποκτήσουμε σταθερό πελατολόγιο.

Η αγορά στόχος της επιχείρησης είναι γυναίκες και άντρες, ηλικίας 16-54 χρόνων και με μέτριο ή ψηλό επίπεδο μόρφωσης, τους ενδιαφέρουν τα προϊόντα τεχνολογίας, οι νέες

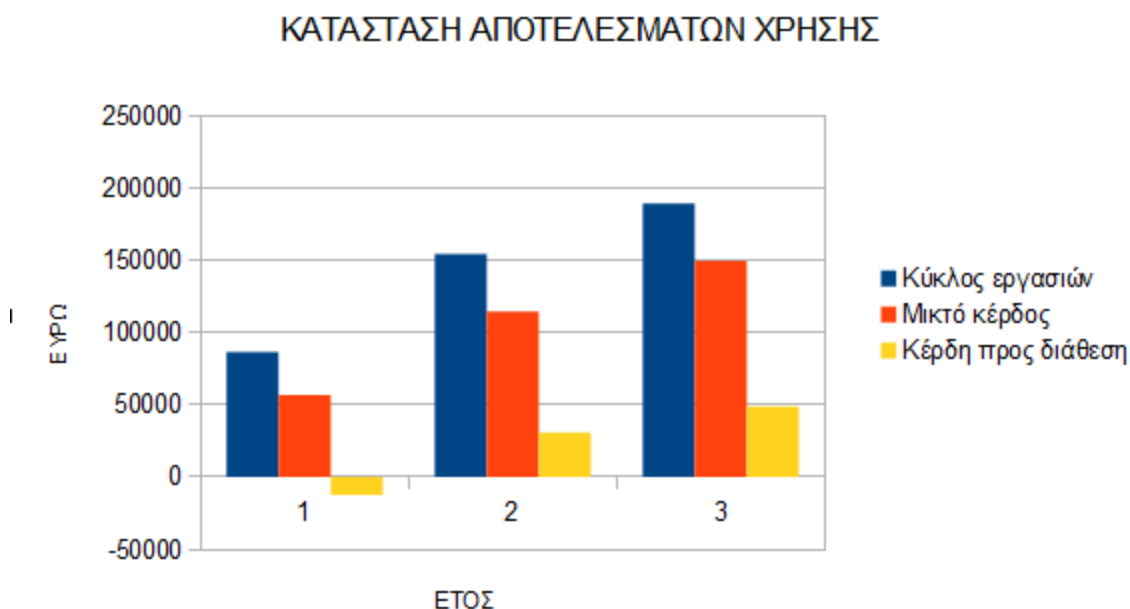
καινοτόμες προτάσεις, είναι εξοικειωμένοι με το διαδίκτυο και τις ηλεκτρονικές αγορές, και είναι γενικά γνώστες της τεχνολογίας και των δυνατοτήτων της.

Η στρατηγική marketing που θα ακολουθήσει η επιχείρηση θα έχει ως κύριο στόχο τους καταναλωτές που είναι ενεργοί διαδικτυακά και περιλαμβάνει διαφημίσεις μέσω Google AdWords, των κοινωνικών δικτύων (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube), E-mails / Newsletters και banners σε σχετικές ιστοσελίδες με υψηλή επισκεψιμότητα.

Το αναγκαίο ποσό χρηματοδότησης που χρειάζεται η επιχείρηση για τα τρία πρώτα χρόνια λειτουργίας της φτάνει το ποσό των 400.000 ευρώ. Η πρόταση αυτή θα λάβει χρηματοδότηση από δάνεια τραπεζών για το ποσό των 200.000 ευρώ και από επιχορήγηση για το ποσό των 30.000 ευρώ. Τα υπόλοιπα έξοδα θα καλυφθούν από ίδια κεφάλαια.

Σύμφωνα με τους υπολογισμούς, τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης θα ξεκινήσουν από το δεύτερο κιόλας έτος λειτουργίας της. Στόχος είναι η απόσβεση της συνολικής επένδυσης το αργότερο μέχρι το τέλος του έκτου έτους λειτουργίας της επιχείρησης.

Διάγραμμα 1: Προβλεπόμενη κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης



Σκοπός της επιχείρησης, εκτός από την μεγιστοποίηση του κέρδους, είναι και η συνεχής προσπάθεια για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της, έτσι ώστε να καταφέρει να δημιουργήσει ένα πελατολόγιο ικανό να αποτελέσει την βάση που θα εγγυάται την βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Το όραμα της Gadgets Boutique είναι να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές της, διατηρώντας την δική της αυθεντικότητα ως επιχείρηση, όχι μόνο λόγω του πρωτότυπου καταλόγου της, αλλά και με την άμεση υποστήριξη που θα προσφέρει στους πελάτες της, πριν και μετά την αγορά τους.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι η Gadgets Boutique ως νεοσύστατη επιχείρηση, για να

εξασφαλίσει τη βιωσιμότητά της, έχει σχεδιάσει κάποιες ενέργειες που θα φανούν χρήσιμες σε περίπτωση εμφάνισης κινδύνου, οι οποίες περιγράφονται στο παρόν επιχειρηματικό σχέδιο.

4. Γενική περιγραφή της επιχείρησης

Η Gadgets Boutique είναι μία ιδιωτική Κυπριακή εταιρεία περιορισμένης ευθύνης (Limited) με μοναδικό ιδιοκτήτη.

Πρόκειται για μία b2c (business to consumer) ηλεκτρονική επιχείρηση, η οποία μέσα από το ηλεκτρονικό της κατάστημα πουλάει προϊόντα τεχνολογίας απευθείας στους καταναλωτές. Σκοπός της επιχείρησης είναι να δίνει την δυνατότητα στον τελικό καταναλωτή να μπορεί άμεσα να προμηθευτεί έξυπνα, ποιοτικά και πρωτότυπα gadgets, τα οποία είναι δυσεύρετα στην κυπριακή αγορά.

Είναι σημαντικό οι τιμές των προϊόντων να διατηρούνται χαμηλές, έτσι ώστε ο καταναλωτής να μην προτιμήσει να κάνει τις αγορές του από άλλα e-shops του εξωτερικού. Για αυτό το λόγο τα προϊόντα που εμπορεύεται η επιχείρηση προέρχονται από μεταπωλητές στο εξωτερικό ή κατευθείαν από το εργοστάσιο παραγωγής τους.

Μέσω ενός εύκολου και φιλικού προς το χρήστη δικτυακού τόπου, με αναλυτικές περιγραφές και αντιπροσωπευτικές των προϊόντων εικόνες, ο Κύπριος καταναλωτής θα μπορεί να παραγγέλνει τα προϊόντα που επιθυμεί, αλλά και να επικοινωνεί με την επιχείρηση για τυχόν απορίες σχετικά με αυτά.

Η κύρια αποστολή της Gadgets Boutique είναι να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές της, διατηρώντας την δική της αυθεντικότητα ως επιχείρηση, όχι μόνο λόγω του πρωτότυπου καταλόγου της, αλλά και με την άμεση υποστήριξη που θα προσφέρει στους πελάτες της, πριν και μετά την αγορά τους.

4.1. Λειτουργία και οργάνωση

Οι δραστηριότητες της επιχείρησης περιορίζονται εντός Κύπρου και οι συναλλαγές της με πελάτες γίνονται μόνο διαδικτυακά. Γι' αυτό το λόγο, οι εγκαταστάσεις της εταιρείας βρίσκονται στην κεντρική της αποθήκη στη Λευκωσία, όπου εκεί εκτελούνται όλες οι λειτουργίες.

Πιο συγκεκριμένα, το ίδιο κτίριο θα στεγάζει εκτός από την αποθήκη, το γραφείο της διοίκησης, καθώς επίσης εκεί θα λειτουργεί και το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών μαζί με το τμήμα αποστολής των παραγγελιών.

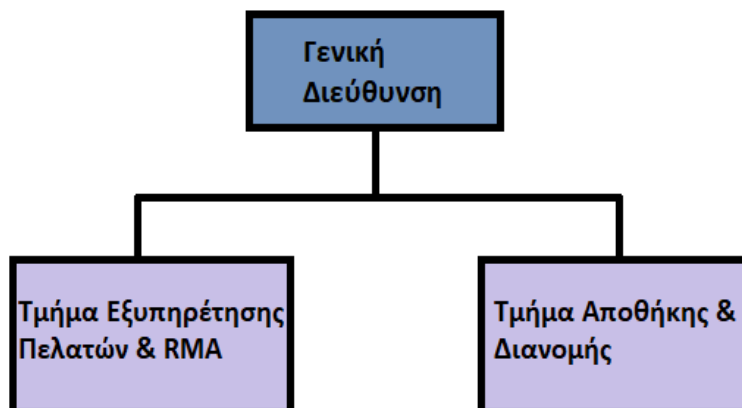
Το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών, θα είναι υπεύθυνο για την υποστήριξη των ενδιαφερόμενων. Είτε μέσω τηλεφώνου, είτε διαδικτυακά μέσω live chat και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, θα απαντώνται απορίες και αιτήματα των πελατών. Για τυχόν ελαττωματικά προϊόντα ή για αλλαγές, οι λειτουργοί του τμήματος εξυπηρέτησης, σε συνεργασία με τους προμηθευτές θα ενημερώνουν τους πελάτες για τους όρους εγγύησης του κάθε προϊόντος.

Το τμήμα αποστολής των παραγγελιών μαζί με την αποθήκη, εκτός από τις βασικές διαδικασίες λειτουργίας της αποθήκης, θα έχουν την ευθύνη για την προετοιμασία των

παραγγελιών όπως και την άμεση αποστολή τους στους πελάτες. Επίσης θα παραλαμβάνουν τα εμπορεύματα που θα στέλνουν οι προμηθευτές και θα καταμετρούν το στοκ.

Επίσης, επιχείρησή θα έχει εξωτερικούς συνεργάτες που θα αναλαμβάνουν την ταχεία παράδοση των παραγγελιών στους πελάτες.

Διάγραμμα 2: Το οργανόγραμμα της επιχείρησης.



4.2. Προϋπολογισμός έναρξης

Όσον αφορά τα έξοδα εκκίνησης της επιχείρησης, υπολογίζεται ότι η Gadgets Boutique θα επιβαρυνθεί με τα ακόλουθα:

Πίνακας 1: Start-up Summary

Κόστος ίδρυσης εταιρείας	1 000
Ενοίκιο (1 για εγγύηση και 1 του τρέχοντος μήνα)	1 200
Επανάσυνδεση ρεύματος	250
Αναλώσιμα γραφείου	250
Κατασκευή ιστοσελίδας	10 000
Εγκατάσταση τηλεφωνικής γραμμής και δικτύου	900
Έπιπλα γραφείου	1 000
Ράφια αποθήκης	1 100
Ηλεκτρονικοί υπολογιστές, προγράμματα, εκτυπωτές.	6 500

Διαφήμιση	1 000
Ασφάλεια	600
Συνολικά έξοδα εκκίνησης:	23 800

Όπως φαίνεται και στον 'Πίνακα 2: Start-up Summary', η κατασκευή της ιστοσελίδας είναι το υψηλότερο κόστος της εταιρείας ανάμεσα στα έξοδα εκκίνησής της, κι αυτό γιατί η λειτουργικότητα και η ασφάλεια της ιστοσελίδας είναι εξαιρετικά σημαντικές για την επιτυχία ενός διαδικτυακού καταστήματος.

4.3. Περιγραφή της ιστοσελίδας του e-shop

Το e-shop της Gadgets Boutique έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να είναι από τα πιο ολοκληρωμένα που μπορεί να βρει κάποιος στην Κυπριακή αγορά και όχι μόνο. Είναι εξοπλισμένο με τεχνολογικές δυνατότητες και υπηρεσίες που το κάνουν αρκετά εύχρηστο και το βοηθούν να μπορεί να ανταγωνιστεί online καταστήματα της διεθνούς αγοράς. Η εμφάνιση της ιστοσελίδας είναι απλή και φιλική, όπως και η πλοήγηση του επισκέπτη σε αυτήν είναι εύκολη και γρήγορη.

Όλα τα προϊόντα θα παρουσιάζονται στον κατάλογο του e-shop με φωτογραφίες και αναλυτική περιγραφή των χαρακτηριστικών τους. Οι κατηγορίες των προϊόντων θα έχουν απλή και επαρκή περιγραφή, που θα βοηθά τον ενδιαφερόμενο στην αναζήτηση. Η κατηγοριοποίησή τους θα είναι κατανοητή και σχεδιασμένη έτσι ώστε να προσφέρει στον πελάτη εύκολη πρόσβαση.

Οι πελάτες που έχουν αγοράσει κάποιο προϊόν θα έχουν την επιλογή να αφήνουν βαθμολογία και σχόλιο για το συγκεκριμένο προϊόν, ούτως ώστε οι επισκέπτες να βλέπουν πραγματικές αξιολογήσεις για τα προϊόντα που τυχόν τους ενδιαφέρουν.

Ο επισκέπτης θα έχει τη δυνατότητα, όχι μόνο να αναζητήσει κάποιο συγκεκριμένο προϊόν μέσω της καρτέλας αναζήτησης, αλλά και να χρησιμοποιήσει πολλαπλά φίλτρα τα οποία θα τον ευκολύνουν και θα επιταχύνουν την εύρεση προϊόντων με βάση τα κριτήρια που τον ενδιαφέρουν (π.χ. εύρος τιμής, χρώμα κλπ).

Η ιστοσελίδα θα ενημερώνεται συχνά με νέες λειτουργίες, καινούρια προϊόντα και με προσφορές, για να ενθαρρύνει τους χρήστες να κάνουν επαναλαμβανόμενες επισκέψεις.

Η δημιουργία account / λογαριασμού στο e-shop θα είναι επίσης εύκολη και γρήγορη. Η διαδικασία εγγραφής θα είναι απλή αποτελούμενη από δύο βήματα, την εισαγωγή των στοιχείων του πελάτη και της διεύθυνσής του. Επίσης δίνεται και η δυνατότητα στο χρήστη να κάνει login και μέσω Facebook ή Google, έτσι γλιτώνει χρόνο και δεν χρειάζεται να ερωτηθεί για username ή password.

Με το one-page checkout, η διαδικασία της αγοράς θα είναι εύκολη και απλή, καθώς όταν ο πελάτης προσθέσει ένα ή περισσότερα προϊόντα στο καλάθι θα μπορεί να ολοκληρώσει την αγορά σε μία σελίδα.

Οι τρόποι πληρωμής που θα μπορεί να χρησιμοποιήσει ο πελάτης είναι η πιστωτική του

κάρτα Visa ή MasterCard, ο PayPal λογαριασμός τους, ή η πληρωμή μέσω αντικαταβολής. Επίσης, στην ιστοσελίδα θα υπάρχουν σε εμφανές σημείο κουμπιά των social media στα οποία η Gadgets Boutique θα είναι ενεργή, και το κάθε ένα θα είναι συνδεδεμένο με link που θα οδηγεί στην σελίδα του καταστήματος στο αντίστοιχο κοινωνικό δίκτυο.

Στην ιστοσελίδα θα υπάρχουν πολλαπλοί τρόποι για να επικοινωνήσει ο πελάτης με την εταιρεία ανά πάσα στιγμή. Η υπηρεσία ζωντανής συνομιλίας (live chat) θα λειτουργεί καθημερινά (εκτός Σαββατοκύριακα και αργίες) από τις 9:00 μέχρι τις 18:00. Επιπρόσθετα υπάρχει η σελίδα επικοινωνίας η οποία περιλαμβάνει τον αριθμό τηλεφώνου της εταιρείας, την ηλεκτρονική διεύθυνση, και την φόρμα επικοινωνίας.

Στο FAQ της σελίδας (Frequently asked questions), υπάρχουν ερωτήσεις με απαντήσεις που πιθανόν να ενδιαφέρουν πολλούς επισκέπτες του καταστήματος και τους λύνουν τις πιο συχνές απορίες όσον αφορά την ιστοσελίδα, τους λογαριασμούς των πελατών, τα προϊόντα και τους όρους εγγύησης τους, τους κανονισμούς της εταιρείας, τους τρόπους πληρωμής και την παράδοση των παραγγελιών.

Η χρόνος παράδοση των προϊόντων θα είναι από 1 έως 3 εργάσιμες ημέρες από την στιγμή τοποθέτησης της παραγγελίας, και χωρίς επιπλέον χρέωση.

Ο πελάτης έχει το δικαίωμα εντός 15 ημερών είτε να επιστρέψει το προϊόν μαζί με την αρχική του συσκευασία και να πάρει πίσω πίστωση, είτε να το αλλάξει.

Όλα τα προϊόντα έχουν εγγύηση από 1 έως 3 χρόνια, η συγκεκριμένη διάρκεια θα αναφέρεται στα χαρακτηριστικά και στους όρους εγγύησης του κάθε προϊόντος.

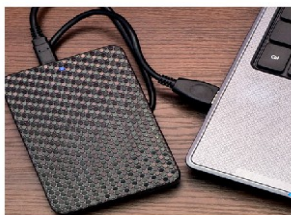
Τέλος, η ιστοσελίδα θα είναι διαθέσιμη και το ίδιο εύχρηστη σε mobile version για να είναι το ίδιο απλή η χρήση του e-shop και για τους επισκέπτες που χρησιμοποιούν κινητή συσκευή ή tablet.

4.4. Τα προϊόντα

Η επιχείρηση θα διαθέτει προς πώληση καταναλωτικά ηλεκτρονικά προϊόντα, έξυπνα gadgets και αξεσουάρ ηλεκτρονικών συσκευών. Για να είναι πιο εύκολη η περιήγηση του επισκέπτη στην ιστοσελίδα, τα προϊόντα θα χωρίζονται στις παρακάτω υποκατηγορίες:

▲ Consumer electronics

Σε αυτή την κατηγορία θα είναι καταχωρημένες οι ηλεκτρονικές συσκευές ευρείας κατανάλωσης, όπως ψηφιακές κάμερες, smart watches, περιφερειακά ηλεκτρονικών υπολογιστών, κάμερες ασφαλείας και άλλα.



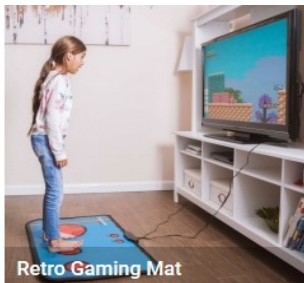
🦋 Tech gadgets

Εδώ περιλαμβάνονται οι τεχνολογικά καινοτόμες συσκευές, οι οποίες είναι δυσεύρετες στην Κυπριακή αγορά και συνήθως έχουν κάποια πρωτότυπη λειτουργία ή κάποια ασυνήθιστη χρήση.



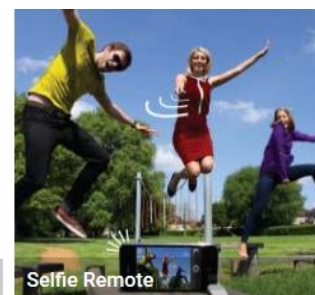
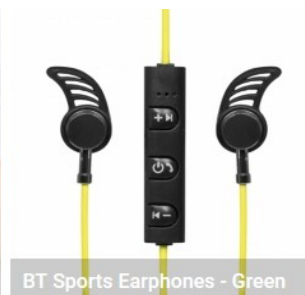
🦋 Gaming gadgets

Αυτή η κατηγορία αποτελείται από ηλεκτρονικά παιχνίδια για παιδιά και μεγάλους, τα οποία είναι επίσης καινοτόμα και ξεχωριστά. Επιπρόσθετα, εδώ θα υπάρχουν και κάποια αξεσουάρ ηλεκτρονικών παιχνιδιών (π.χ. τηλεχειριστήριο κονσόλας).



🦋 Mobile accessories

Όλα τα αξεσουάρ για κινητά τηλέφωνα, όπως θήκες, ακουστικά, φορτιστές και selfie sticks, θα είναι μαζεμένα στην αντίστοιχη κατηγορία.



🌱 Home & gift gadgets

Σε αυτή την τελευταία κατηγορία θα υπάρχουν οι πιο πρωτότυπες και ασυνήθιστες ιδέες gadget που υπάρχουν στην αγορά για δώρα ή για οικιακή χρήση, όπως είδη διακόσμησης, προσωπικής χρήσης ή εργαλεία κουζίνας.



Το περιεχόμενο του e-shop θα αλλάζει και θα ανανεώνεται συχνά με την εισαγωγή νέων προϊόντων, με αλλαγές στις τιμές και με προσφορές.

Τα προϊόντα της Gadgets Boutique είναι αυτά κυρίως που θα την κάνουν να ξεχωρίσει στην Κυπριακή αγορά. Οι λόγοι που κάνουν τα προϊόντα αυτά μοναδικά είναι η πρωτοτυπία, η λειτουργικότητα και η σχέση ποιότητας και τιμής.

Η επιχείρηση θα προμηθεύεται χονδρικός τα προϊόντα της από το εξωτερικό, κυρίως από b2b ηλεκτρονικές επιχειρήσεις από όλο τον κόσμο.

Όλα τα εμπορεύματα και οι δυνατότητές τους θα είναι ελεγμένα όσο το δυνατόν καλύτερα για να εξασφαλίζεται η ποιότητα και η λειτουργικότητα τους πριν πουληθούν στην αγορά. Επίσης θα παρέχεται στους πελάτες εγγύηση για όλα τα προϊόντα που αγοράζουν.

Τα προϊόντα της Gadgets Boutique θα προσφέρουν στο Κυπριακό καταναλωτικό κοινό μία πρωτόγνωρη επαφή με την τεχνολογία, κάποιες φορές κάνοντας τη ζωή τους πιο εύκολη και άλλες φορές προσφέροντας τους διασκέδαση.

Στο διαδικτυακό κατάστημά μας οι καταναλωτές θα μπορούν να βρουν ενδιαφέρον και πρωτότυπες ιδέες δώρων για μικρούς και μεγάλους, ή ακόμα να αγοράσουν κουπόνια που μπορούν να εξαργυρωθούν στο e-shop μας.

Τα προϊόντα μας είναι δυσεύρετα και πολλά από αυτά μοναδικά στην τοπική αγορά και έχουμε να ανταγωνιστούμε κυρίως διαδικτυακά καταστήματα που δραστηριοποιούνται διεθνώς.

Οι κυριότεροι λόγοι που θα οδηγήσουν τον Κύπριο καταναλωτή στην Gadgets Boutique για την αγορά των συγκεκριμένων προϊόντων, αντί σε κάποιο άλλο κατάστημα, είναι οι ανταγωνιστικές τιμές, η άμεση παράδοση των προϊόντων στους πελάτες, η ποιότητα των προϊόντων, και τέλος η εξυπηρέτηση πριν και μετά τη συναλλαγή.

5. Ανάλυση αγοράς

Τα τελευταία χρόνια το διαδίκτυο έχει γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των Κυπρίων και όχι μόνο.

Η τεχνολογία με το ενδιαφέρον που παρουσιάζει και παράλληλα με τους γρήγορους ρυθμούς που αναπτύσσεται, έχει αποκτήσει πολλούς οπαδούς.

Η δημοτικότητα του διαδικτύου έχει προκαλέσει το ξεκίνημα μιας σειράς από ηλεκτρονικά καταστήματα με καινοτόμα προϊόντα τεχνολογίας, αλλά κανένα δεν εξειδικεύεται αποκλειστικά και μόνο στην πώληση gadgets έχοντας ως έδρα του την Κύπρο.

Η Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου είχε διεξάγει πριν ένα χρόνο έρευνα με θέμα "Χρήση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στα νοικοκυριά – 2017". Από τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας προέκυψαν κάποιες χρήσιμες για εμάς πληροφορίες:

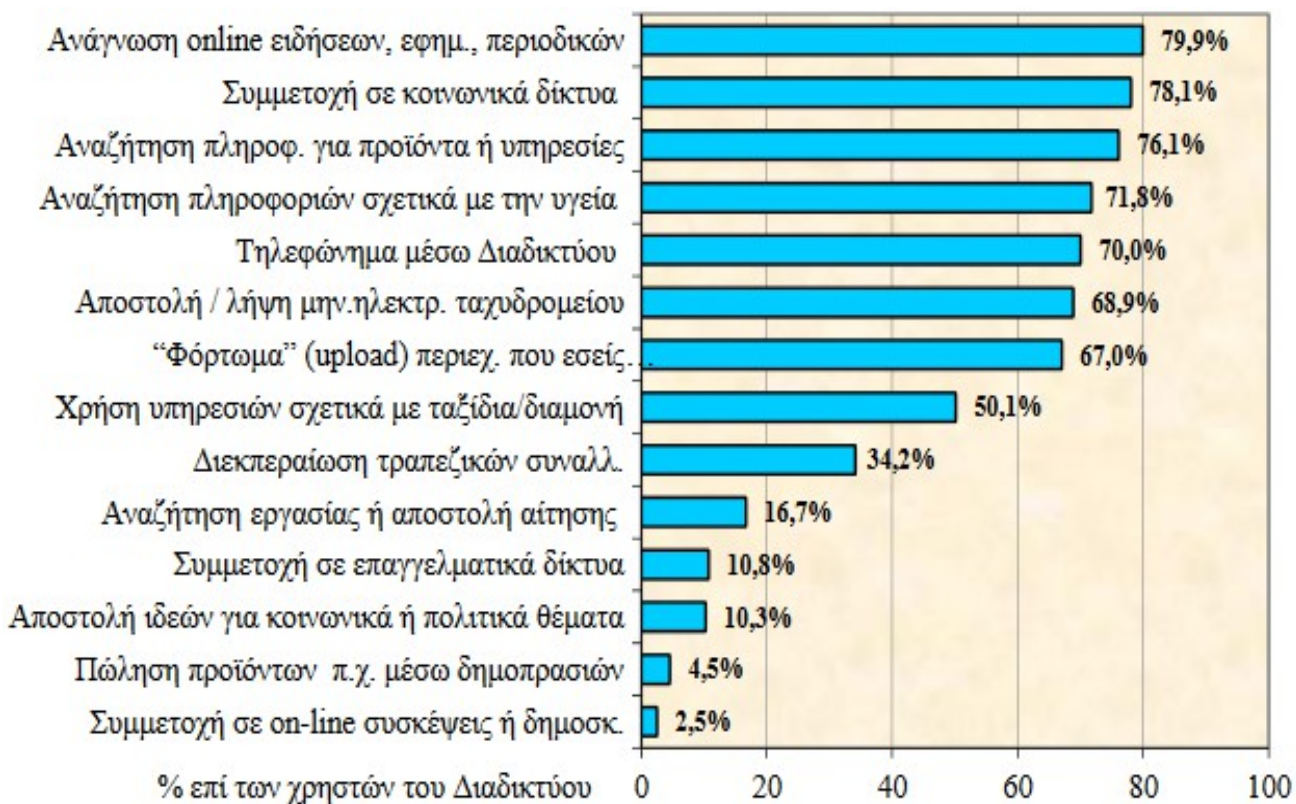
- Το πρώτο τρίμηνο του 2017 είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο 8 στα 10 νοικοκυριά (79,4%). Η εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο συνεπάγεται και με την εύκολη πρόσβαση στην ηλεκτρονική αγορά. Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 1, με τον ρυθμό που αυξάνεται το ποσοστό των νοικοκυριών με πρόσβαση στο διαδίκτυο κάθε χρόνο, προβλέπεται ότι σε περίπου 5 χρόνια όλα τα νοικοκυριά θα έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, άρα και στην ηλεκτρονική αγορά.

Διάγραμμα 3: Νοικοκυριά με πρόσβαση στο διαδίκτυο
(πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου)



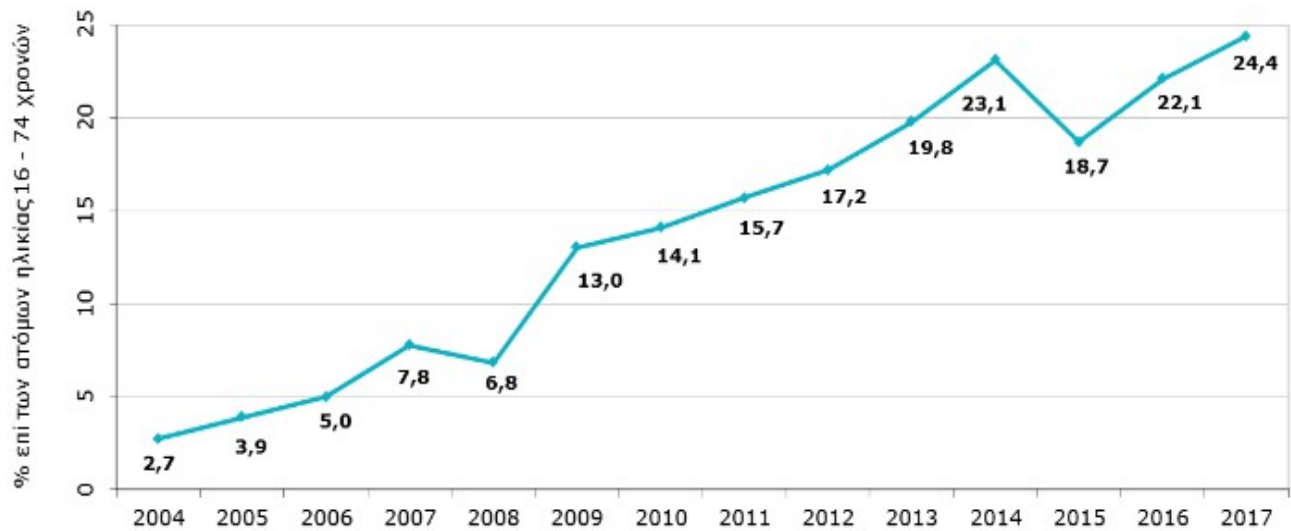
- Στο διάγραμμα 2 βλέπουμε ότι η αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα/υπηρεσίες είναι η 3η πιο δημοφιλής δραστηριότητα των χρηστών του διαδικτύου. Ωστόσο, το ποσοστό είναι αρκετά υψηλό αφού έχει μόλις 3.8% διαφορά από την 1η δημοφιλέστερη δραστηριότητα των χρηστών.

Διάγραμμα 4: Δραστηριότητες στο διαδίκτυο
(πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου)



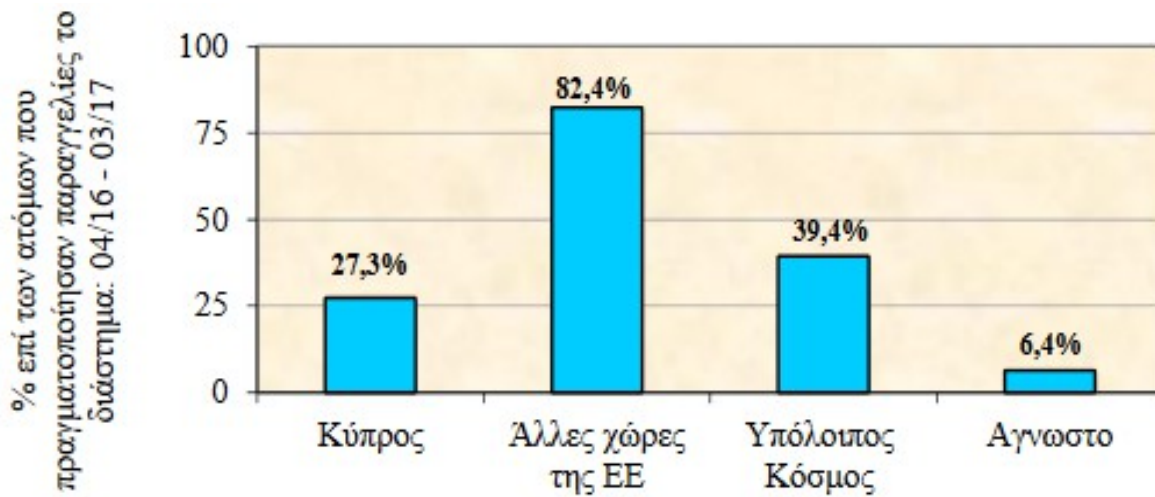
- Το ποσοστό των ατόμων που πραγματοποίησαν αγορές μέσω διαδικτύου κατά το πρώτο τρίμηνο του 2017 ανήλθε στο 24,4% σε σύγκριση με 22,1% την αντίστοιχη περίοδο του περσινού χρόνου.

Διάγραμμα 5: Άτομα που αγόρασαν ή παράγγειλαν προϊόντα/υπηρεσίες μέσω διαδικτύου για ιδιωτική χρήση
(πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου)



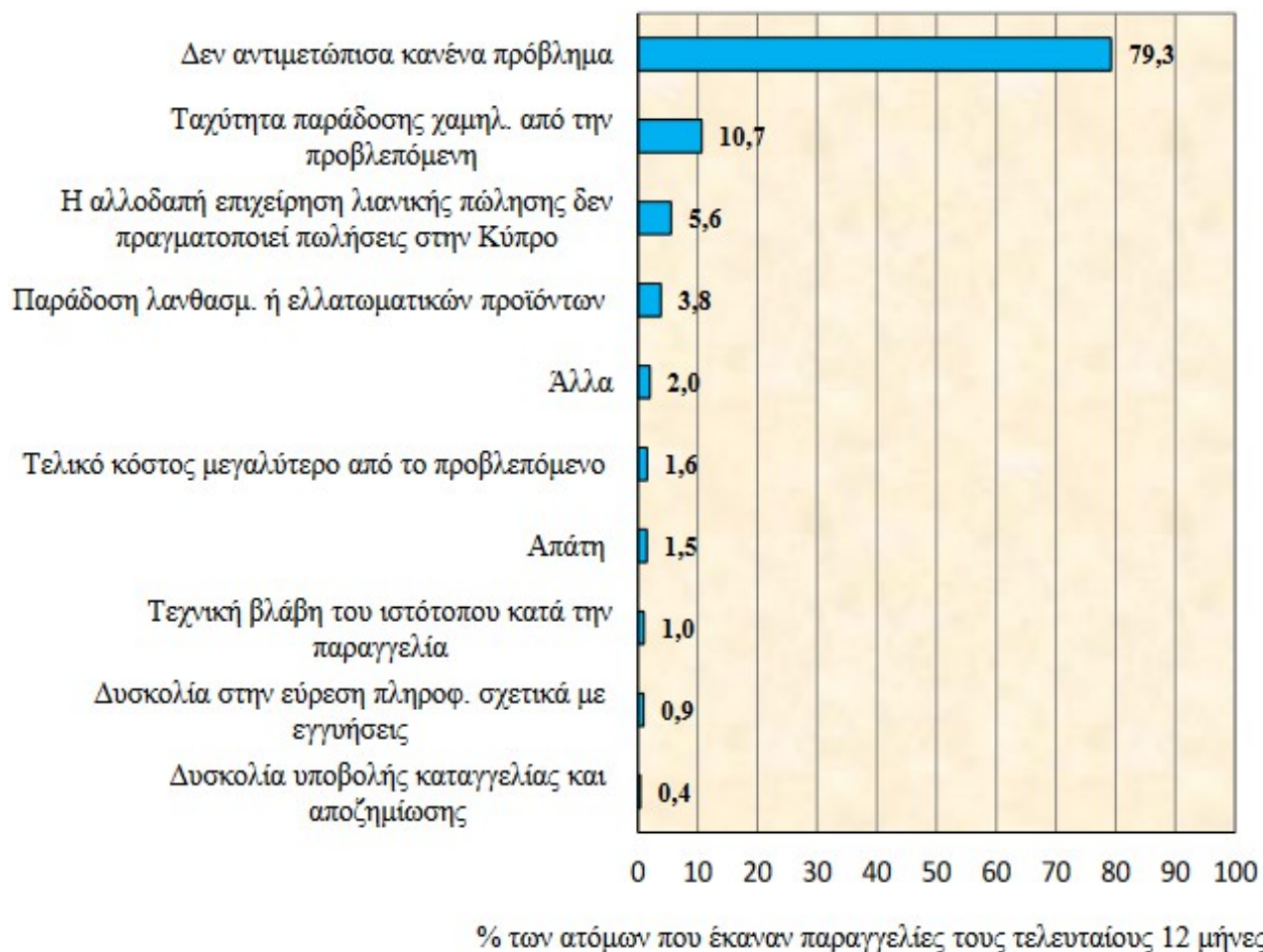
- Ανάμεσα στα άτομα που αγόρασαν προϊόντα ή υπηρεσίες, το 82,4% προτιμά πωλητές από χώρες της ΕΕ, 39,4% προτιμά πωλητές από τον υπόλοιπο κόσμο και το 27,3% αγοράζει από ντόπιους πωλητές.

Διάγραμμα 6: Χώρα προέλευσης των πωλητών από τους οποίους αγοράστηκαν προϊόντα/υπηρεσίες (πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου)



- Το κυριότερο πρόβλημα που αντιμετώπισαν τα άτομα που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο για αγορά ήταν η ταχύτητα παράδοσης των προϊόντων η οποία ήταν χαμηλότερη από την προβλεπόμενη.

Διάγραμμα 7: Προβλήματα που αντιμετωπίστηκαν κατά την αγορά ή την παραγγελία προϊόντων/υπηρεσιών από το διαδίκτυο
(πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου)



Τα συμπεράσματα που βγαίνουν από τα στοιχεία της έρευνας είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά σχετικά με την επένδυσή μας στην ηλεκτρονική αγορά.

Από τα παραπάνω αποτελέσματα, συμπεραίνουμε ότι το 'e-shopping' δεν είναι πλέον μία πολυτέλεια για λίγους, αφού σχεδόν όλα τα νοικοκυριά στην Κύπρο έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και σε προϊόντα/υπηρεσίες που πωλούνται μέσω του διαδικτύου.

Η αύξηση στα ποσοστά των ατόμων που πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές, οι τάσεις, καθώς και τα προβλήματα που αντιμετώπισαν οι καταναλωτές, αποδεικνύουν ότι στην

Κυπριακή αγορά δεν υπάρχουν αρκετές ηλεκτρονικές επιχειρήσεις που να ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των καταναλωτών, αφού φένεται ότι οι περισσότεροι προτιμούν να κάνουν τις αγορές τους από ηλεκτρονικές επιχειρήσεις εκτός Κύπρου.

Οι αναλυτές επισημαίνουν ότι η αγορά του e-business δεν πρόκειται να δείξει σημάδια κορεσμού, καθώς το κοινό προτιμά πλέον να εκτελεί τις συναλλαγές του online, λόγω ευκολίας, μεγαλύτερης ποικιλίας, χαμηλότερων τιμών και περισσότερων πληροφοριών για τα προϊόντα.

Στόχος της επιχείρησής μας είναι κερδίσει κυρίως το μεγάλο μερίδιο της αγοράς που προτιμάει πωλητές του εξωτερικού.

Τα περισσότερα προϊόντα που θα διατίθενται στο e-shop μας είναι δύσκολο ή και ακατόρθωτο να βρεθούν στην Κυπριακή αγορά, γι' αυτό και ο ανταγωνισμός εντός της χώρας είναι πολύ περιορισμένος.

Για να προτιμήσουν οι Κύπριοι καταναλωτές να κάνουν τις αγορές του από το δικό μας κατάστημα, αντί τις άλλες εναλλακτικές λύσεις που μπορούν να βρουν στο διαδίκτυο, η παράδοση θα γίνεται άμεσα στους πελάτες, οι πληρωμές θα είναι 100% ασφαλής, η ιστοσελίδα εύχρηστη και οι τιμές των προϊόντων εξίσου προσιτές.

6. Ανάλυση ανταγωνισμού

Υπάρχουν αρκετά, ενεργά παγκοσμίως, διαδικτυακά καταστήματα με προϊόντα gadgets. Παρόλα αυτά δεν μπορούν να θεωρηθούν ανταγωνιστές μας, καθώς οι δραστηριότητες της επιχείρησής μας περιορίζονται εντός Κύπρου, και όχι παγκοσμίως. Ως Κυπριακή επιχείρηση έχουμε το πλεονέκτημα της άμεσης και δωρεάν παράδοσης των παραγγελιών στους πελάτες. Επίσης, ο μέσος Κύπριος καταναλωτής εμπιστεύεται πιο εύκολα τις κυπριακές επιχειρήσεις, έτσι είναι πιο πιθανόν ένα προϊόν που είναι διαθέσιμο στο δικό μας e-shop και σε κάποιο ξένο, να το αγοράσει από το δικό μας κατάστημα.

Προς το παρόν στην Κύπρο ο ανταγωνισμός στην συγκεκριμένη αγορά είναι σχεδόν αμελητέος, αφού δεν υπάρχουν πολλά e-shops που να ασχολούνται αποκλειστικά με τη αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η Gadgets boutique, κι αυτό σίγουρα είναι υπέρ μας.

- ✦ eshop.com.cy : είναι διαδικτυακό κατάστημα που λειτουργεί στην Κύπρο και διαθέτει προϊόντα τεχνολογίας, ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές. Δεν εστιάζεται σε μία συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων, και γι' αυτό δεν υπάρχει μεγάλη ποικιλία gadgets. Τα περισσότερα προϊόντα αποστέλλονται την επόμενη εργάσιμη μέρα, με δικά τους μέσα. Για αγορές προϊόντων ύψους 120 € και άνω η αποστολή γίνεται δωρεάν, ενώ για αγορές μικρότερου κόστους η αποστολή τους είναι 5 €. Επίσης, διαθέτει 3 καταστήματα σε Λευκωσία, Λάρνακα και Λεμεσό, από όπου οι πελάτες μπορούν να παραλαμβάνουν την παραγγελία τους μετά από ενημέρωση. Οι διαθέσιμοι μέθοδοι πληρωμής είναι μέσω αντικαταβολής, με πιστωτική κάρτα MasterCard ή VISA και μέσω εντολής από τραπεζικό λογαριασμό.
- ✦ bestbuycyprus.com : είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα στην Κύπρο το οποίο προσφέρει μία μεγάλη γκάμα καταναλωτικών ηλεκτρονικών προϊόντων. Διαθέτει μεγάλη ποικιλία εξοπλισμού κουζίνας, οικιακές συσκευές, εξοπλισμό τηλεόρασης και βίντεο, υπολογιστές, tablets και smartphones, αξεσουάρ, έξυπνες τεχνολογίες και πολλά άλλα. Στην κατηγορία smart tech θα βρει κάποιος gadgets και άλλα. Παρόλα αυτά δεν συνδυάζει την ποικιλία κατηγοριών που καλύπτει η Gadgets boutique. Αν και η ιστοσελίδα είναι μοντέρνα και λειτουργική, η κατηγοριοποίηση των προϊόντων κάνει την αναζήτηση δύσκολη. Επίσης έχει παρατηρηθεί ότι οι τιμές αρκετών προϊόντων είναι πιο ψηλές σε σύγκριση με άλλα καταστήματα. Προσφέρεται δωρεάν παράδοση για αγορές 50 ευρώ και άνω, και ο χρόνος παράδοσης είναι 2 έως 4 εργάσιμες μέρες. Πληρωμές γίνονται μέσω MasterCard ή VISA.
- ✦ oneshop.com.cy : είναι ένα ηλεκτρονικό κατάστημα με έδρα την Κύπρο, το οποίο παρέχει μια γκάμα προϊόντων, όπως αξεσουάρ για smartphones και tablets, ηλεκτρονικά, καθώς και gadgets. Ο κατάλογος των προϊόντων είναι μικρός και αποτελείται κυρίως από θήκες για κινητά και tablets, και μερικά άλλα αξεσουάρ όπως headphones, screen protectors κλπ. Επίσης δεν υπάρχει μεγάλη ποικιλία σε gadgets. Η ιστοσελίδα είναι λιτή, δεν υπάρχει η επιλογή φίλτρων και η περιγραφή των προϊόντων είναι φτωχή. Οι αποστολές είναι δωρεάν και γίνονται εντός 2 εργάσιμων ημερών. Οι διαθέσιμοι μέθοδοι πληρωμής είναι μέσω paypal και με πιστωτική κάρτα MasterCard ή VISA.

Πίνακας 2: Σύγκριση χαρακτηριστικών των ανταγωνιστών

	eshop.com.cy	bestbuycyprus.com	oneshop.com.cy
Ποικιλία σε gadgets προϊόντα	Καλή	Φτωχή	Φτωχή
Τιμές προϊόντων	Κανονικές	Υψηλές	Κανονικές
Περιγραφή προϊόντων	Επαρκής	Επαρκής	Επαρκής
User-friendly ιστοσελίδα	Αρκετά	Πολύ	Καθόλου
Τρόποι επικοινωνίας	E-mail, τηλεφωνικός	E-mail, τηλεφωνικός, chat	E-mail, τηλεφωνικός
Χρόνος αποστολής των προϊόντων	1 - 3 εργάσιμες ημέρες	2 – 4 εργάσιμες ημέρες	2 εργάσιμες ημέρες
Κόστος αποστολής	5 € ή δωρεάν για αγορές πάνω από 120 €	Δωρεάν για αγορές πάνω από 50 €	Δωρεάν

7. Marketing Plan

Υπάρχει μία συγκεκριμένη στρατηγική που θέλει να ακολουθήσει η επιχείρηση, η οποία εστιάζει στην ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή με μία "Value for money" προσέγγιση.

Ο κύριος σκοπός είναι να κερδίσει η επιχείρηση την εμπιστοσύνη του κάθε πελάτη προσφέροντάς του αυτά που υπόσχεται.

Τα τρία κλειδιά της στρατηγικής είναι η ποιότητα των προϊόντων σε συνδυασμό με την σωστή τιμολόγησή τους, η ανώτερη εξυπηρέτηση των πελατών μας πριν και μετά την αγορά τους, και σαφώς η γρήγορη παράδοση της παραγγελίας στον πελάτη.

7.1. Στοχευμένοι καταναλωτές

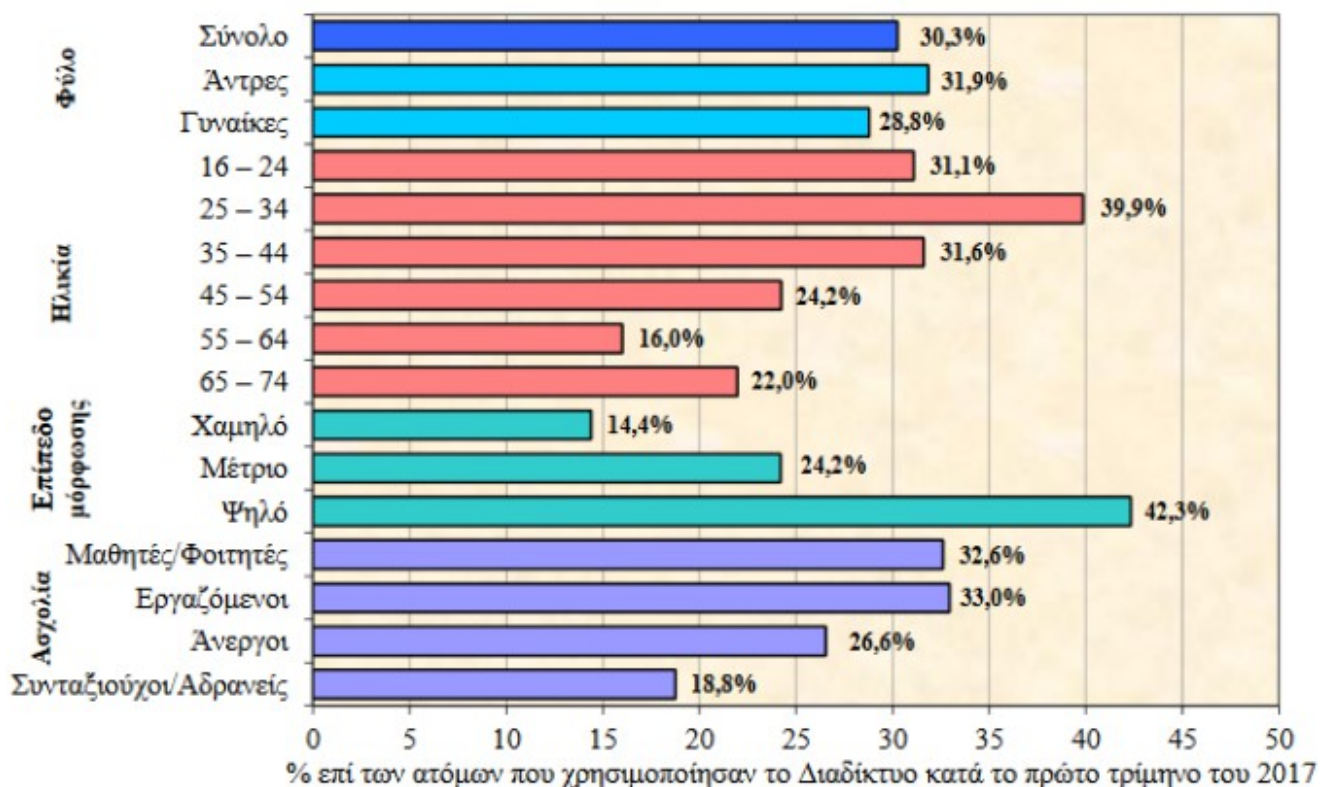
Υπάρχει μία ομάδα καταναλωτών στους οποίους απευθύνεται η επιχείρηση μας. Το πρώτο χαρακτηριστικό της ομάδας αυτής είναι ότι αποτελείται από άτομα που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και δεν διστάζουν να κάνουν αγορές από ηλεκτρονικά καταστήματα.

Το δεύτερο χαρακτηριστικό των ατόμων αυτών είναι το ενδιαφέρον τους για προϊόντα τεχνολογίας.

Λαμβάνοντας στοιχεία από τη Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου, παρατηρήθηκε ότι 30.3% των ατόμων ηλικίας 16-74, που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο κατά το 2017, αγόρασαν προϊόντα για ιδιωτική χρήση μέσω διαδικτύου. Το φύλο, η ηλικία, το επίπεδο μόρφωσης καθώς και η ασχολία του ατόμου φαίνεται να επηρεάζουν τη δραστηριότητά του στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Οι άντρες αγοράζουν προϊόντα μέσω διαδικτύου περισσότερο από ότι οι γυναίκες, ενώ τα άτομα ηλικίας 25-34 χρονών παρουσιάζονται τα πιο δραστήρια στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Όσον αφορά το επίπεδο μόρφωσης, όπως αναμένεται, τα άτομα με ψηλό επίπεδο μόρφωσης κάνουν περισσότερες ηλεκτρονικές αγορές από ότι τα άτομα με χαμηλό επίπεδο μόρφωσης. Η ασχολία των ατόμων φαίνεται να μην επηρεάζει τόσο πολύ την οικονομική δραστηριότητα στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Παρόλα αυτά όμως, οι εργαζόμενοι και οι φοιτητές αγοράζουν αγαθά περισσότερο από τους άνεργους και τους συνταξιούχους/αδρανείς.

Διάγραμμα 8: Άτομα που αγόρασαν προϊόντα/υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου για ιδιωτική χρήση κατά το πρώτο τρίμηνο του 2017.

(πηγή: Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου)



Πιο συγκεκριμένα, το αγοραστικό κοινό στο οποίο απευθύνεται η επιχείρησή μας είναι άτομα που τους ενδιαφέρει η τεχνολογία, οι νέες προτάσεις και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Αυτά τα άτομα μπορεί να είναι είτε γυναίκες, είτε άντρες, ηλικίας 16-54 χρόνων και με μέτριο ή ψηλό επίπεδο μόρφωσης. Πρόκειται για άτομα που είναι ήδη εξοικειωμένα με το διαδίκτυο και τις ηλεκτρονικές αγορές, και είναι γνώστες της τεχνολογίας και των δυνατοτήτων της. Επίσης, στόχος της επιχείρησης είναι να κερδίσει το καταναλωτικό κοινό που το ενδιαφέρει και αναζητά την συγκεκριμένη αγορά, αλλά δεν είχε έως τώρα την ευκαιρία να κάνει τις αγορές του εύκολα και γρήγορα από ένα e-shop που λειτουργεί στην Κύπρο. Πλέον οι αγοραστές των συγκεκριμένων προϊόντων, δεν θα πρέπει να περιμένουν μέχρι και 2 μήνες για να λάβουν την παραγγελία τους από κάποια άλλη χώρα. Θα μπορούν να τα παραλαμβάνουν ακόμα και την ίδια μέρα της τοποθέτησης της παραγγελίας τους, χωρίς επιπρόσθετες χρεώσεις, και επιπλέον έχουν να απολαμβάνουν άμεσο after sales support σε τυχόν προβληματικά προϊόντα.

7.2. Σχεδιασμός στρατηγικής

Το marketing είναι ένα ζωτικό κομμάτι της συγκεκριμένης επιχείρησης. Σκοπός είναι, μέσω αυτού, να πείσουμε τον πελάτη να επισκεφθεί και να αγοράσει από ένα ολοκαίνουριο κατάστημα που δεν γνώριζε καθόλου έως τώρα. Αν και ακούγεται εξαιρετικά δύσκολο, πλέον υπάρχουν τόσα πολλά μέσα και εργαλεία που βοηθούν να φτάσει μία διαφήμιση στον καταναλωτή, και ο στόχος μας είναι να τα εκμεταλλευτούμε όσο το δυνατόν καλύτερα.

Η στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρησή μας είναι απλή. Η Gadgets Boutique είναι ένα κατάστημα που λειτουργεί διαδικτυακά, άρα οι διαφημίσεις θα έχουν ως κύριο στόχο τους καταναλωτές που είναι ενεργοί διαδικτυακά και γενικά χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Εξάλλου αυτοί είναι και οι πιο πιθανοί επισκέπτες του ηλεκτρονικού καταστήματός μας. Γι' αυτό το λόγο η επιχείρηση θα ασχοληθεί περισσότερο με το digital marketing. Τα μέσα που θα χρησιμοποιήσει η επιχείρηση για την διαφήμιση της είναι τα εξής:

- **Google AdWords:** με συγκεκριμένες λέξεις κλειδιά, η ιστοσελίδα μας θα εμφανίζεται στα αποτελέσματα αναζήτησης του google search. Η χρησιμότητα αυτού του εργαλείου βρίσκεται στο ότι όσες περισσότερες φορές εμφανίζεται η ιστοσελίδα μας σε σχετικές αναζητήσεις των χρηστών, τόσες περισσότερες πιθανότητες υπάρχουν να την επισκεφτούν.
- **Social Networks:** Η επιχείρηση θα είναι ενεργή σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube και θα ενημερώνει συχνά τους followers για τα προϊόντα και τα τελευταία νέα της τεχνολογίας. Θα οργανώνει διαγωνισμούς με δώρα από το e-shop προσεγγίζοντας περισσότερους followers στις σελίδες της. Θα τρέχουν διαφημιστικές καμπάνιες σε facebook και instagram, οι οποίες θα εμφανίζονται επιλεκτικά σε δυνητικούς πελάτες. Επίσης μέσω των σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα οι καταναλωτές θα μπορούν να έρχονται σε επαφή με την επιχείρηση. Όλα αυτά θα βοηθήσουν σημαντικά στο να υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών και της επιχείρησης.
- **Banners:** θα τοποθετηθούν διαφημιστικά banners σε ιστοσελίδες με μεγάλο αριθμό επισκεπτών για να πετύχουμε υψηλό ποσοστό προβολών, όπως και σε ιστοσελίδες που σχετίζονται με την τεχνολογία.
- **E-mails / Newsletters:** Θα στέλνονται ενημερωτικά emails σε όλες τις ηλεκτρονικές διευθύνσεις των επισκεπτών που έχουν δημιουργήσει λογαριασμό στην ιστοσελίδα. Για τους τρεις πρώτους μήνες το e-shop θα προσφέρει κουπόνια για έκπτωση 10% σε όλους τους νέους πελάτες που θα κάνουν εγγραφή. Έτσι οι πελάτες θα έχουν την ευκαιρία να κάνουν αγορές σε χαμηλότερες τιμές και ταυτόχρονα θα μπορεί η επιχείρηση να δημιουργήσει μια βάση δεδομένων με αρκετές ηλεκτρονικές διευθύνσεις. Σκοπός δεν είναι να βομβαρδίζουμε τους πελάτες καθημερινά με emails, αλλά να τους ενημερώνουμε για προσφορές και καινούρια προϊόντα που θα προστίθενται στην ιστοσελίδα.

7.3. Τιμολόγηση

Η τιμή των προϊόντων είναι ένα κίνητρο σημαντικό για την προσέλκυση πελατών, ειδικά για μία νέα διαδικτυακή επιχείρηση σαν τη δική μας που πρέπει να κερδίσει το ενδιαφέρον και την εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Στους βασικούς κανόνες τιμολόγησης μας συγκαταλέγονται η γνώση του κόστους των προϊόντων, η γνώση της ζήτησης και της αγοράς, η γνώση των ανταγωνιστών μας και οι στόχοι που έχει θέσει η επιχείρηση.

Στην προκειμένη περίπτωση ο αρχικός μας στόχος είναι να διεισδύσουμε στην αγορά και να αποκτήσουμε ένα ικανοποιητικό μερίδιο και σε αυτό θα βοηθήσει η σωστή τιμολόγηση των προϊόντων.

Η στρατηγική που θα ακολουθήσει η Gadgets Boutique είναι η τιμολόγηση με βάση τον ανταγωνισμό. Εάν ο καταναλωτής δει ότι οι τιμές των προϊόντων μας είναι ίσες ή χαμηλότερες από αυτές άλλων παρόμοιων ηλεκτρονικών καταστημάτων, τότε είναι πιθανότερο να κάνει αγορά από το δικό μας κατάστημα. Η επιχείρηση θα προσφέρει το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων της σε χαμηλότερες τιμές συγκρινόμενα με άλλα e-shops λιανικών πωλήσεων, έτσι ώστε να προτιμήσουν οι καταναλωτές να κάνουν την αγορά τους από το κατάστημά μας και να αποκτήσουμε σταθερό πελατολόγιο.

Δεν θέλουμε οι τιμές να είναι πάρα πολύ χαμηλές για να μην υποτιμήσει ο πελάτης την αξία και την ποιότητα των προϊόντων μας, αλλά ούτε να είναι υψηλές, αλλιώς δεν θα ρισκάρει να αγοράσει.

Οι ελάχιστες μειωμένες τιμές δεν θα έχουν αντίκτυπο στο κέρδος των πωλήσεων μας αφού τα προϊόντα θα τα προμηθευόμαστε χονδρικός από το εξωτερικό σε ήδη χαμηλότερες τιμές. Για τα προϊόντα που δεν θα υπάρχει μεγάλη ζήτηση και θα μένουν στην αποθήκη για μεγάλο χρονικό διάστημα, η επιχείρηση θα μειώνει περισσότερο την τιμή τους για να τα προωθεί καλύτερα.

7.4. Προβλέψεις πωλήσεων

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας της στατιστικής υπηρεσίας Κύπρου, περίπου το 30% των Κυπρίων καταναλωτών κάνουν αγορές μέσω διαδικτύου. Από αυτούς, μόνο το 28% έκαναν αγορές από πωλητές που διατηρούν ηλεκτρονική επιχείρηση στην Κύπρο.

Ανάμεσα στα άτομα που κάνουν αγορές μέσω διαδικτύου, το 15% δήλωσαν ότι αγοράζουν εξοπλισμό ηλεκτρονικού υπολογιστή και το 13% ηλεκτρονικό εξοπλισμό. Άλλα προϊόντα αγοράζουν το 24% των καταναλωτών.

Το 11% των καταναλωτών που έκαναν ηλεκτρονική αγορά από κατάστημα στο εξωτερικό, δήλωσαν απογοητευμένοι, καθώς η ταχύτητα παράδοσης της παραγγελίας τους ήταν χαμηλότερη από την αναμενόμενη.

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης μας είναι η γρήγορη και δωρεάν παράδοση των προϊόντων, αλλά και η σχέση ποιότητας και τιμής. Ενώ η διαδικτυακή αγορά είναι τεράστια, ο υπάρχον ανταγωνισμός που έχουμε να αντιμετωπίσουμε εντός Κύπρου είναι

περιορισμένους. Οι κύριοι και βασικοί ανταγωνιστές όπως είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο είναι τρεις.

Λαμβάνοντας υπόψιν την αγορά και τις τάσεις της ως έχουν αυτήν τη στιγμή, αλλά και τη στρατηγική μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η επιχείρηση, οι ελάχιστες προβλεπόμενες πωλήσεις για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας έχουν διαμορφωθεί ως εξής:
(Σημ.: Οι αριθμοί είναι στρογγυλοποιημένοι προς τα κάτω)

Πίνακας 3: Προβλεπόμενες πωλήσεις 2019 ανά μήνα

Ανά Προϊόν	Jan-19	Feb-19	Mar-19	Apr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Aug-19	Sep-19	Oct-19	Nov-19	Dec-19	Σύνολο έτους
Consumer electronics (τεμάχια)	20	20	30	30	40	40	50	50	60	80	80	100	600
Μέση Τιμή/τεμ.	50	50	50	60	60	60	65	65	70	70	75	75	
Σύνολο	1000	1000	1500	1800	2400	2400	2600	3250	4200	5600	6000	7500	39250
Tech gadgets (τεμάχια)	20	20	25	30	30	35	35	35	40	50	60	80	460
Μέση Τιμή/τεμ.	25	25	25	25	25	25	30	30	30	30	35	35	
Σύνολο	500	500	625	750	750	875	1050	1050	1200	1500	2100	2800	13700
Gaming gadgets (τεμάχια)	10	10	10	15	15	20	20	20	30	30	40	60	280
Μέση Τιμή/τεμ.	30	30	30	30	30	30	30	30	35	35	35	40	
Σύνολο	300	300	300	450	450	600	600	600	1050	1050	1400	2400	9500
Mobile accessories (τεμάχια)	30	30	40	50	50	60	60	60	70	80	80	100	710
Μέση Τιμή/τεμ.	15	15	15	20	20	20	20	20	25	25	25	25	
Σύνολο	450	450	600	1000	1000	1200	1200	1200	1750	2000	2000	2500	15350
Home & gift gadgets (τεμάχια)	15	15	20	20	20	25	25	25	30	35	35	50	315

Μέση Τιμή/ τεμ.	20	20	20	20	20	20	30	30	30	30	35	40	
Σύνολο	300	300	400	400	400	500	750	750	900	1050	1225	2000	8975
Σύνολο Μήνα	2550	2550	3425	4400	5000	5575	6200	6875	9100	1120 0	12725	17200	86775

Όπως φαίνεται και στον πίνακα, οι προβλέψεις αυτές γίνονται επιφυλακτικά για να είναι ρεαλιστικές στο έπακρον. Είμαστε βέβαιοι ότι μετά τους πρώτους μήνες, αφού οι καταναλωτές γνωρίσουν την επιχείρηση και τα προϊόντα, οι πωλήσεις θα αυξηθούν σημαντικά και οι προβλέψεις θα αλλάξουν.

8. Management plan

Για την Gadgets Boutique είναι πολύ σημαντικό να έχει σωστά καταρτισμένο προσωπικό με γνώσεις στα προϊόντα τεχνολογίας και εμπειρία στην εξυπηρέτηση πελατών.

Η πελατοκεντρική προσέγγιση που θέλουμε να υιοθετήσει η επιχείρηση απαιτεί τη σωστή εξυπηρέτηση των πελατών και την άμεση ανταπόκριση μας στα αιτήματα και στις παραγγελίες τους.

Σε όλα αυτά παίζει σημαντικό ρόλο η διεύθυνση της επιχείρησης και το προσωπικό, γι' αυτό η επιλογή των κατάλληλων ατόμων και η τοποθέτησή τους στο εύστοχο τμήμα της επιχείρησης θα γίνει με μεθοδικότητα.

8.1. Ανθρώπινο δυναμικό

Ως μία νέα ηλεκτρονική επιχείρηση η Gadgets Boutique θα έχει λίγους υπαλλήλους, για να περιορίσει τα έξοδα της και να μπορέσει να κρατήσει τις τιμές των προϊόντων χαμηλά.

Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης θα είναι και ο διευθυντής της, ο οποίος θα έχει υπό την εποπτεία του την γενική λειτουργία της επιχείρησης. Επειδή η επιχείρηση είναι μικρή, αρχικά θα επιφορτίζεται και με τις περισσότερες αρμοδιότητες.

Θα είναι υπεύθυνος για τη σωστή λειτουργία και τον προγραμματισμό της επιχείρησης, για το εμπορικό τμήμα, την επιλογή και την αγορά των προϊόντων, την τιμολόγηση τους, για το marketing και για τις οικονομικές υπηρεσίες (λογιστήριο, τράπεζες κλπ).

Επίσης θα διαχειρίζεται την ιστοσελίδα και θα ανανεώνει το περιεχόμενό της.

Η εταιρεία προτίθεται να προσλάβει τέσσερις υπαλλήλους, από τους οποίους οι δύο θα είναι υπεύθυνοι για την εξυπηρέτηση πελατών, και οι άλλοι δύο για την εύρυθμη λειτουργία της αποθήκης για το τμήμα αποστολών.

Το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και RMA(Return merchandise authorization) θα έχει τις παρακάτω αρμοδιότητες:

- ♣ θα είναι υπεύθυνο για την επικοινωνία με τους πελάτες σχετικά με τις παραγγελίες τους.
- ♣ θα διαχειρίζεται το τηλεφωνικό κέντρο, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και το live chat της επιχείρησης.
- ♣ θα απαντάει στις ερωτήσεις και στα αιτήματα των πελατών.
- ♣ θα χρησιμοποιεί το σύστημα για να παρακολουθεί τις παραγγελίες, να συλλέγει πληροφορίες και να αντιμετωπίζει τα ζητήματα των πελατών.
- ♣ θα διαχειρίζεται τις επιστροφές των προϊόντων από τους πελάτες και τις αλλαγές των ελαττωματικών προϊόντων.
- ♣ θα είναι σε επικοινωνία με τους προμηθευτές για την πίστωση ή την αλλαγή των ελαττωματικών προϊόντων και για τους όρους εγγυήσεων.

Το τμήμα αποθήκης και διαχείρισης παραγγελιών θα είναι υπεύθυνο για:

- ▲ την εύρυθμη λειτουργία της αποθήκης.
- ▲ την παραλαβή και τον έλεγχο των εμπορευμάτων από τους προμηθευτές.
- ▲ την καταμέτρηση του στοκ.
- ▲ την προετοιμασία και την αποστολή των παραγγελιών στους πελάτες.

Τους πρώτους τέσσερις μήνες, θα εργοδοτηθούν 2 άτομα. Ένα άτομο για το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και RMA, και ένα άτομο για το τμήμα αποθήκης και διαχείρισης παραγγελιών.

Τον πέμπτο μήνα της λειτουργίας της επιχείρησης θα προσληφθούν ακόμη 2 άτομα, ένα για το κάθε τμήμα.

Ο λόγος που δεν θα εργοδοτηθούν από την αρχή της λειτουργίας της επιχείρησης και οι 4 υπάλληλοι είναι οικονομικός, καθώς ο φόρτος εργασίας για τους πρώτους 4 μήνες δεν προβλέπεται υψηλός.

Ο πρώτος μισθός των υπαλλήλων, για τους πρώτους 6 μήνες εργασίας τους στην εταιρεία θα είναι 950 ευρώ μικτά.

Μετά τους 6 μήνες θα υπάρχει αξιολόγηση απόδοσης των εργαζομένων και θα γίνεται αύξηση στο μισθό τους κατά 100 ευρώ.

Έπειτα, κάθε χρόνο θα γίνεται ανανέωση του συμβολαίου εργοδότησης και αναθεώρηση των όρων του.

Σκοπός είναι να δίνονται κίνητρα στους εργαζόμενους και να αναγνωρίζεται η απόδοση και η εξέλιξή τους.

Πίνακας 4: Πλάνο προσωπικού

	2019	2020	2021
Εξυπηρέτηση πελατών & RMA (υπάλληλος α)	13050	13650	13650
Εξυπηρέτηση πελατών & RMA (υπάλληλος β)	8850	13650	13650
Αποθήκη και διαχείριση παραγγελιών (υπάλληλος α)	13050	13650	13650
Αποθήκη και διαχείριση παραγγελιών (υπάλληλος β)	8850	13650	13650
Σύνολο ατόμων	4	4	4
Συνολική μισθοδοσία	43800	54600	54600

Την ταχεία παράδοση των παραγγελιών θα την αναλάβει εταιρεία courier, η οποία θα είναι σε συνεχή επικοινωνία με την αποθήκη.

Η επιχείρηση έχει κλήσει συμφωνία για 2 χρόνια με την εταιρεία courier που συνεργάζεται, για την αγορά των υπηρεσιών της στην τιμή των 900 ευρώ τον μήνα.

9. Χρηματοοικονομικό πλάνο

Σε αυτή την ενότητα του επιχειρηματικού πλάνου, περιγράφονται σημαντικές οικονομικές πληροφορίες για την κατάσταση της επιχείρησης και γίνονται κάποιες χρήσιμες οικονομικές προβλέψεις με ρεαλιστικό χαρακτήρα για τα επόμενα χρόνια.

Επειδή η επιχείρηση είναι νέα και δεν υπάρχει ιστορικό πωλήσεων, όλες οι οικονομικές προβλέψεις και καταστάσεις έχουν στηριχθεί στο “Average Conversion Rates” (μέσο ποσοστό μετατροπής). Ο όρος αυτός χρησιμοποιείται γενικά για να δηλώσει το ποσοστό (%) των επισκεπτών ενός e-shop που μετατρέπονται σε πελάτες. Δηλαδή, τα άτομα που θα επισκεφτούν το ηλεκτρονικό κατάστημα και θα κάνουν τουλάχιστον μία αγορά.

Αυτή τη στιγμή, για τον κλάδο που δραστηριοποιείται η Gadgets Boutique, το μέσο ποσοστό του “Average Conversion Rates” στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι περίπου 10%, το οποίο είναι αρκετά υψηλό σε σύγκριση με άλλους κλάδους. Επίσης, το “Average Click Through Rate” για το Google AdWords, το οποίο δείχνει το ποσοστό των ατόμων που θα πατήσουν πάνω στη διαφήμιση και θα επισκεφτούν τη σελίδα, είναι περίπου 3%.

Για παράδειγμα, εάν η διαφήμιση μας εμφανιστεί σε 1000 άτομα, τότε οι 30 από αυτούς θα επισκεφτούν το e-shop. Από τους 30 επισκέπτες, το 10%, δηλαδή 3 άτομα θα κάνουν αγορά.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις πωλήσεων, η μέση αξία μίας παραγγελίας για τους πρώτους έξι μήνες λειτουργίας της επιχείρησής μας έχει υπολογιστεί στο ποσό των 45 ευρώ και για τους επόμενους μήνες έχουμε προβλέψει άνοδο της αξίας αυτής κατά 3%.

9.1. Δαπάνες έναρξης και κεφαλαιοποίησης

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται ο προϋπολογισμός των γενικών λειτουργικών εξόδων για τα 3 πρώτα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης.

Πίνακας 5: Προϋπολογισμός εξόδων

Στοιχεία κόστους	2019	2020	2021
Εξοπλισμός - εμπορεύματα	45000	40000	40000
Μισθοδοσία	43800	54600	54600
Ενοίκιο	7800	7200	7200
Διάφορα λειτουργικά έξοδα	1000	500	500
Υπηρεσίες τρίτων (π.χ. Courier, logistics, κλπ)	14400	14400	14400
Διαφήμιση	6000	4000	4000
Πάγια έξοδα λειτουργίας	3500	2500	2500
Ασφάλεια κτιρίου	600	600	600
Κατασκευή και συντήριση ιστοσελίδας	14000	4500	3500

Σύνολο	136100	128300	127300

9.2. Χρηματοδότηση επιχείρησης

Για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας, το μεγαλύτερο ποσοστό χρηματοδότησης της επιχείρησής προέρχεται από δάνειο καθώς υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό από επιχορήγηση δημοσίου και από τα ίδια κεφάλαια.

Για τις επόμενες δύο χρονιές, η χρηματοδότηση της Gadgets Boutique βασίζεται κυρίως στα ίδια κεφάλαια.

Πίνακας 6: Χρηματοδότηση

	2019	2020	2021	Σύνολο
Ίδια κεφάλαια	40000	50000	80000	170000
Ίδια κεφάλαια %	28.57%	38.46%	61.54%	
Δάνεια τραπεζών εσωτερικού	100000	50000	50000	200000
Δάνεια τραπεζών εσωτερικού %	71.43%	38.46%	38.46%	
Επιχορήγηση δημοσίου	0	30000	0	30000
Επιχορήγηση δημοσίου %	0.00%	23.08%	0.00%	
Σύνολο	140000	130000	130000	400000

9.3. Χρηματοοικονομικές προβλέψεις

Ανάλυση νεκρού σημείου

Καταδεικνύει το συνολικό ποσό των πωλήσεων που πρέπει να γίνουν, έτσι ώστε να καλυφθεί το συνολικό κόστος της επιχείρησης, χωρίς να υπάρχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά.

Πίνακας 7: Ανάλυση νεκρού σημείου

Σταθερό κόστος	2019	2020	2021
Ενοίκιο	7800	7200	7200
Διάφοροι λογαριασμοί	4500	3000	3000
Μισθοί προσωπικού	43800	54600	54600
Διαφήμιση	6000	4000	4000
Ασφάλεια	600	600	600
Έξοδα ιστοσελίδας & συντήρισης	14000	4500	3500
Συνολικό σταθερό κόστος	76700	73900	72900

Μεταβλητό κόστος	2019	2020	2021
Κόστος εξοπλισμού/προϊόντων	45000	40000	40000
Υπηρεσίες τρίτων	14400	14400	14400
Συνολικό μεταβλητό κόστος	59400	54400	54400
Μεταβλητό κόστος ανά τεμάχιο	25.1	12.9	10.5
Σύνολο τεμαχίων	2365	4223	5177
Ποσότητα νεκρού σημείου	6612	3105	2783

Από τις προβλέψεις πωλήσεων έχουμε πάρει τα εξής στοιχεία:
Τιμή πώλησης / τεμάχιο = $86775 / 2365 = 36.7$

Προβλεπόμενη κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

Τα προβλεπόμενα έσοδα, έξοδα, κέρδη και ζημιές της επιχείρησης.

Πίνακας 8: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

	2019	2020	2021
Κύκλος εργασιών	87000	155000	190000
- Κόστος πωλήσεων	30000	40000	40000
Μικτό κέρδος εκμετάλλευσης	57000	115000	150000
- Μισθοδοσία	43800	54600	54600
- Διάφορα έξοδα λειτουργίας	4500	3000	3000
- Ενοίκια	7800	7200	7200
- Έξοδα διαφήμισης	6000	4000	4000
Αποτέλεσμα προ φόρων & τόκων	-5100	46200	81200
- Τόκοι χρεωστικοί & φόροι	7125	15200	32000
Κέρδη προς διάθεση	-12225	31000	49200

Προβλεπόμενες Ταμειακές Ροές (Cash flow)

Η ανάλυση της ρευστότητας της επιχείρησης, δείχνει τα χρήματα που μπαίνουν και βγαίνουν από το ταμείο και βοηθά στη σωστή ρύθμιση των υποχρεώσεων και των απαιτήσεων της επιχείρησης.

Πίνακας 9: Ταμειακές ροές

	2019	2020	2021
Εισροές μετρητών			
Πωλήσεις με μετρητά	87000	155000	190000
Έσοδα από λογαριασμούς πίστωσης	0	0	0
Δάνεια/Άλλα μετρητά	140000	130000	130000
Συνολικές εισροές μετρητών	227000	285000	320000
Εκροές μετρητών			
Αγορές εμπορευμάτων	45000	40000	40000
Μισθοδοσία	43800	54600	54600
Διαφήμιση	6000	4000	4000
Ενοίκιο	7800	7200	7200
Εξωτερικές υπηρεσίες	14400	14400	14400
Αναλώσιμα	1000	500	500
Λογαριασμοί	3500	2500	2500
Τόκοι & φόροι	7125	15200	32000
Ασφάλεια	600	600	600
Κατασκευή/συντήριση ιστοσελίδας	14000	4500	4500
Συνολικές εκροές μετρητών	143225	143500	160300
Καθαρή μεταβολή χρηματοροής	83775	141500	159700
Ταμείο και χρηματικά διαθέσιμα αρχής χρήσης	0	83775	225275
Ταμείο και χρηματικά διαθέσιμα τέλους χρήσης	83775	225275	384975

10. Ανάλυση κινδύνων

Όπως συνήθως συμβαίνει σε όλες τις νεοσύστατες επιχειρήσεις, έτσι και η Gadgets Boutique ενδέχεται να συναντήσει κάποιους κινδύνους. Για να μην αποτύχει η επιχείρηση, αυτοί οι πιθανοί κίνδυνοι έχουν προβλεφθεί από νωρίς, έτσι ώστε να σχεδιαστεί ένα έξυπνο πλάνο για την αντιμετώπισή τους.

Με αυτό τον τρόπο διακρίνονται οι ενδεχόμενες απειλές και κίνδυνοι, που θα πρέπει να διαχειριστούν ανάλογα για να παρθούν οι κατάλληλες αποφάσεις, που θα θωρακίσουν το μέλλον της εταιρείας.

10.1. Αναγνώριση και αξιολόγηση των κινδύνων

Η προσαρμογή της Gadgets Boutique στις μεταβολές του εξωτερικού περιβάλλοντος προϋποθέτει την ανάλυση διαφόρων παραγόντων, έτσι ώστε να προβλέψει μελλοντικές τάσεις ή απειλές και να προετοιμαστεί κατάλληλα για το μέλλον.

Οι πιο σημαντικοί κίνδυνοι που έχουν προβλεφθεί για την επιχείρησή μας είναι οι εξής:

- Αλλαγές στη φορολογική νομοθεσία.

Μία ενδεχόμενη αύξηση στην φορολογία των εταιρειών θα έχει άμεση επίδραση στην ταμειακή ρευστότητα της επιχείρησης.

- Η αύξηση των επιτοκίων.

Και σε αυτή την περίπτωση όπως και στην προηγούμενη, η επίδραση στην ταμειακή ρευστότητα της επιχείρησης θα είναι αισθητή.

- Κυβερνητικές πολιτικές σχετικά με το διεθνές εμπόριο.

Η θέσπιση νέων νομοθεσιών που πιθανόν να δυσχερένουν το εμπόριο μας κυρίως με χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

- Αύξηση των ανταγωνιστών.

Η είσοδος νέων ανταγωνιστών στην αγορά με αποτέλεσμα τη συρρίκνωση των πωλήσεων.

- Ανταγωνισμός τιμών.

Η μεγέθυνση του κόστους των προϊόντων λόγω μεταβολής των εξωτερικών όρων παραγωγής.

- Απώλεια βασικού προμηθευτή.

Η αποχώρηση κάποιου βασικού προμηθευτή από την αγορά και από το διεθνές εμπόριο θα άφηνε την επιχείρηση εκτεθειμένη.

- Ο συναλλαγματικός κίνδυνος.

Οι διακυμάνσεις στο συνάλλαγμα διαμορφώνουν το κόστος εισαγωγών. Μία μεγάλη αλλαγή

στο συνάλλαγμα θα έχει ως αποτέλεσμα την μείωση του καθαρού κέρδους της επιχείρησης.

- Ραγδαία αύξηση των πωλήσεων.

Η μη προβλεπόμενη αύξηση των πωλήσεων με αποτέλεσμα τη διόγκωση των αναγκαίων κεφαλαίων κίνησης, ίσως προκαλέσει πρόβλημα ρευστότητας στην επιχείρηση

- Μη επίτευξη των προβλεπόμενων πωλήσεων.

Το ύψος του δανεισμού και η εξυπηρέτησή του σε περίπτωση μη επίτευξης του στόχου των πωλήσεων δεν θα είναι εφικτή.

10.2. Αντιμετώπιση των κινδύνων

Για να αποφύγει η επιχείρηση τους πιο πάνω κινδύνους, έχει προνοήσει για την εξεύρεση λύσεων.

Καταρχήν, αξίζει να αναφερθεί ότι για την επιχείρησή μας, είναι πολύ σημαντικό το ύψος του δανεισμού να μπορεί να εξυπηρετηθεί από τις λειτουργικές ταμειακές ροές της, ακόμη και στο απαισιόδοξο σενάριο του επιχειρηματικού σχεδίου ως προς τις πωλήσεις της Gadgets Boutique.

Άλλοι τρόποι δράσης της επιχείρησης για την εξασφάλιση της εξέλιξής της παραθέτονται πιο κάτω:

- Διατήρηση ρευστών διαθεσίμων και ανοιγμένα πιστωτικά όρια σε τράπεζες.
- Σωστή διαχείριση του κεφάλαιου για την κάλυψη των αναγκών της επιχείρησης.
- Εφαρμογή των κατάλληλων ασφαλιστικών και αντισταθμιστικών τεχνικών όπως σταθερά επιτόκια, προθεσμιακές τιμές συναλλάγματος κλπ.
- Προσαρμογές στις εμπορικές πολιτικές.
- Συναλλαγματικές σχέσεις με χώρες που έχουν ισχυρό νόμισμα.
- Ορθολογική διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και αποθήκης με επαρκής πόρους και οργάνωση εφεδρειών.
- Συνεργασία με λίγους μεγάλους προμηθευτές.

III. Επίλογος

11. Συμπεράσματα

Ο κύριος στόχος της εν λόγω εργασίας είναι να παρουσιάσει τα συστατικά στοιχεία ενός προτύπου επιχειρηματικού πλάνου, για μία υπό σύσταση ηλεκτρονική επιχείρηση στην Κύπρο.

Ο σκοπός του συγκεκριμένου επιχειρηματικού πλάνου ήταν να γίνει περιγραφή της επιχειρηματικής ιδέας της Gadgets Boutique, του τρόπου εφαρμογής της και του τρόπου λειτουργίας και διαχείρισης της επιχείρησης.

Το επιχειρηματικό πλάνο, δεν πρέπει να έχει μεγάλη έκταση για να μην κουράζει τον αναγνώστη, και δεν χρησιμοποιούνται εξειδικευμένοι όροι που μπορεί να προκαλέσουν απορίες, έτσι ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στο μέλλον για την προσέλκυση νέων κεφάλαιων.

Στο πρώτο μέρος της εργασία έγινε μία γενική αναφορά στους όρους "επιχειρηματικό πλάνο" και "ηλεκτρονικό επιχειρείν". Αναλύθηκαν τα σημαντικότερα μέρη που καταρτίζουν ένα επιχειρηματικό πλάνο, όπως και η χρηστικότητα του. Έπειτα προσδιορίστηκαν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν και αναλύθηκαν τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά και οι λειτουργίες των ηλεκτρονικών επιχειρήσεων.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας έγινε μία βαθύτερη ανάλυση της Gadgets Boutique, του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, το μίγμα marketing και οι χρηματοοικονομικές προβλέψεις.

Εξετάζοντας τα όσα αναφέρθηκαν σε αυτή την πτυχιακή διατριβή, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το επιχειρηματικό πλάνο είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για τον επιχειρησιακό σχεδιασμό. Η δημιουργία του βοήθησε την επιχείρηση να δημιουργήσει τις δικές της στρατηγικές, έτσι ώστε να μπορέσει να επιβιώσει, να είναι ανταγωνιστική και ευέλικτη, όπως επίσης και να εξετάσει τις εναλλακτικές που θα την βοηθήσουν να προσαρμοστεί στις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος.

Με βάση την ανάλυση που προηγήθηκε και την δημιουργία του υφιστάμενου επιχειρηματικού πλάνου, θεωρούμε ότι η επιχείρηση χαρακτηρίζεται αρχικά σταθερή, έπειτα βιώσιμη, και επιτυχημένη σε βάθος χρόνου. Παρατηρείται ότι η επιχείρηση παρουσιάζει αποτελέσματα ιδιαίτερα θετικά σχετικά με την αγορά στην οποία στοχεύει, αλλά και σε επίπεδο ρευστότητας και πωλήσεων.

Η εξέλιξη της Gadgets Boutique είναι αισιόδοξη για τα επόμενα χρόνια, αφού η τάση προόδου της παρουσιάζεται ανοδική από το δεύτερο κιάλας έτος λειτουργίας της. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τους υπολογισμούς, τα καθαρά κέρδη ξεκινούν τον δεύτερο χρόνο και υπάρχει αύξηση σε αυτά κατά 58,7% τον τρίτο χρόνο.

Έχει γίνει επίσης κατάρτιση του marketing plan, όπου εξετάζεται και γίνεται κατανοητή η αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση και οι τάσεις της, έτσι ώστε να προσδιοριστεί καλύτερα η βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Τα δυνατά σημεία της επιχείρησης, τα οποία παρουσιάζονται έντονα στο επιχειρηματικό

πλάνο, είναι η καινοτομία στα προϊόντα της, οι προστιές για τον καταναλωτή τιμές, το after sales support, η άμεση παράδοση των παραγγελιών και η "user friendly" ιστοσελίδα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Επίσης η επιχείρηση ευνοείται λόγω του χαμηλού ανταγωνισμού που υπάρχει στην Κύπρο, αφού δεν υπάρχουν αρκετά ηλεκτρονικά καταστήματα με αντίστοιχα προϊόντα.

Στα αδύνατα σημεία της επιχείρησης συγκαταλέγονται η έλλειψη αναγνωρισιμότητας στην αγορά, αφού πρόκειται για νεοσύστατη επιχείρηση, και η έλλειψη προμηθευτών στην Κύπρο. Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάσαμε, προβάλλονται προσδοκίες για γρήγορη επίτευξη των στόχων της επιχείρησης και η επένδυση προβλέπεται αρκετά θετική. Σίγουρα η επιτυχία ή η αποτυχία μίας επιχείρησης είναι συνάρτηση πολλών παραγόντων, παρόλα αυτά καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν οι κατάλληλες συνθήκες στην αγορά και όλα τα απαραίτητα εφόδια που συμβάλλουν για την όσο το δυνατό καλύτερη λειτουργία και βιωσιμότητα της Gadgets Boutique.

Συνοπτικά, το παρόν επιχειρηματικό πλάνο λειτουργεί ως εργαλείο επικοινωνίας, διαχείρισης και σχεδιασμού. Είναι ένα έγγραφο που δείχνει το μέλλον της επιχείρησης, βοηθά στην καθοδήγηση της πορείας του επιχειρηματία και τον βοηθάει στην εξασφάλιση χρηματοδότησης από τράπεζες και άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Τέλος πληροφορεί τον επιχειρηματία για τα επενδυτικά κεφάλαια και το κεφάλαιο κίνησης που θα χρειαστεί για το επιχειρηματικό του εγχείρημα, πότε θα το χρειαστεί και με ποιο τρόπο θα το αποκτήσει.

III. Παράρτημα

12. Πηγές και βιβλιογραφία

- ▲ Ακριβούλη, Ζ. (2011) 'Οδηγίες για τη σύνταξη Επιχειρηματικού Σχεδίου μικρής επιχείρησης', Πρακτικές Αρχές και Κανόνες του Επιχειρείν. Λάρισα, Μάιος 2011. Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ/Λ.
- ▲ Berry, T. (2000) Hurdle: The book on Business Planing: How to develop and implement a successful Business plan. USA: Palo Alto Software, Inc.
- ▲ Chaffey, D. (2008) Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Στρατηγική και υλοποίηση. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- ▲ Combe, C. (2006) Introduction to E-business: Management and strategy. Burlington: Elsevier.
- ▲ Pearson G. (2015) The Real Business of Real Business: Corporate trust and integrity. Διαθέσιμο στο: www.bookboon.com.
- ▲ Dewhurst, J. A. (2014) An Introduction to Business and Business Planning: Introducing Business through the denelopment of a Business Plan. Διαθέσιμο στο: www.bookboon.com.
- ▲ Εξέλιξη. Κέντρο βιώσιμης επιχειρηματικότητας. (2017) Ηλεκτρονικό επιχειρείν: ευκαιρίες και κίνδυνοι. Διαθέσιμο στο: www.excelixi.org.
- ▲ ΚΕΜΕΛ (Κέντρο Εθελοντών Μάναντζερ Ελλάδος) 'Οδηγός σύνταξης επιχειρηματικού σχεδίου για νέα ηλεκτρονική επιχείρηση (e-business)'. Διαθέσιμο στο: www.kemel.gr.
- ▲ Κεφής, Β. Ν. και Παπαζαχαρίου, Π. (2009) Το επιχειρηματικό όραμα σε business plan. Αθήνα: Κριτική.
- ▲ Κυπριακή Δημοκρατία. Υπουργείο Ενέργειας, Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού Επιχειρείτε Διαδικτυακά. (2014) Επιχειρηματικό Σχέδιο και Διαδίκτυο. Διαθέσιμο στο: www.go-e.mcit.gov.cy.
- ▲ Laundon, K.C. και Traver, C.G. (2014) Ηλεκτρονικό Εμπόριο 2014: Επιχειρήσεις, Τεχνολογία, Κοινωνία. Αθήνα: Παπασωτηρίου.
- ▲ Μπαρδάκη Κ. (2012) 'Πρότυπο επιχειρηματικό σχέδιο για επιχειρήσεις'. Αθήνα (2012). Μονάδα καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

- ✦ Parsons, N. (2018) How to Write a Business Plan. Διαθέσιμο στο: www.bplans.com.
- ✦ Rouse, M. (2018) 'What is e-business (electronic business)?', Αυγουστο 2018. Διαθέσιμο στο: www.techtarget.com.
- ✦ Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου (2017) Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ) στα νοικοκυριά 2017. Διαθέσιμο στο: www.mof.gov.cy/cystat.
- ✦ Stutely, R. (2003) Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο: Ο σύντομος δρόμος του έξυπνου επιχειρηματικού σχεδιασμού για στελέχη και επιχειρηματίες. Αθήνα: Παπασωτηρίου.