

2020-2021

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση Επιχειρήσεων

Μεταπτυχιακή Διατριβή



Επιχειρηματικό Πλάνο: Feed The Animals Through Recycling

Πωλίνα Ασιώτη

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Νταιάνα Νικολάου**

Μάιος 2021

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση Επιχειρήσεων

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Επιχειρηματικό Πλάνο: Feed The Animals Through Recycling

Πωλίνα Ασσιώτη

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Νταϊάνα Νικολάου**

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

Μάιος 2021

ΛΕΥΚΗ ΣΕΛΙΔΑ

Περίληψη

Η ύπαρξη ενός άρτιου και ρεαλιστικού επιχειρηματικού πλάνου αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση οποιασδήποτε επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Κάθε επιχείρηση, είτε πρόκειται για μια μικρή βιομηχανία είτε για μια μεγάλη πολυεθνική, οφείλει να εφαρμόσει ένα επιχειρηματικό σχέδιο, έτσι ώστε να θέσει τους στόχους που επιθυμεί να επιτύχει.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής είναι να παρουσιάσει το επιχειρηματικό σχέδιο μιας καινούργιας επιχείρησης που έχει ως στόχο την προώθηση της ανακύκλωσης μέσω της σίτισης των ζώων. Σκοπός της επιχείρησης είναι η συλλογή φαγητού από επιχειρήσεις εστίασης όπως ξενοδοχεία και εστιατόρια που ουσιαστικά θα πετούσαν τα υπολείμματα των φαγητών τους, ούτως ώστε τα σκουπίδια αυτών των επιχειρήσεων να γίνονται η τροφή η οποία θα προσφέρεται σε κατοικίδια και αδέσποτα μέσα από ειδικές μηχανές με αντίτιμο ανακυκλώσιμα υλικά. Η τοποθέτηση ειδικών μηχανών σε σημεία της ευρύτερης περιοχής της Λευκωσίας για την σίτιση των ζώων, αδέσποτων καθώς επίσης και κατοικιδίων, γίνεται για την προώθηση της ανακύκλωσης.

Στα πλαίσια της μεταπτυχιακής διατριβής, εξετάζεται κατά πόσο ένα επιχειρηματικό σχέδιο (Business plan), συντελεί στην αύξηση της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων, όπως και το κατά πόσο η αγορά αποδέχεται τα επιχειρηματικά σχέδια, όπως για παράδειγμα ο τραπεζικός τομέας, ο οποίος διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο στην χρηματοδότηση των επιχειρήσεων, λαμβάνοντας υπόψη τους τα επιχειρηματικά σχέδια κάθε επιχείρησης.

Η μεταπτυχιακή διατριβή χωρίζεται σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει την θεωρητική προσέγγιση του θέματος. Ειδικότερα, βλέπουμε τον ορισμό του επιχειρηματικού σχεδίου, όπως επίσης την χρησιμότητα και τα πλεονεκτήματα που φέρει η σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου, είτε πρόκειται για μια νέα επιχείρηση, είτε για μια επιχείρηση που ήδη λειτουργεί και επιθυμεί να δημιουργήσει ένα οδηγό. Επιπλέον βλέπουμε τους παράγοντες επιτυχίας ενός επιχειρηματικού σχεδίου, θέτοντας τους στόχους που επιθυμεί η κάθε επιχείρηση να επιτύχει.

Στο δεύτερο μέρος της παρουσιάζεται μια νέα επιχείρηση που επιθυμεί να εισέλθει στην οικονομία της Κύπρου. Αρχικά, χρησιμοποιώντας τον καμβά επιχειρηματικού σχεδίου, παρουσιάζονται τα εννέα δομικά

στοιχεία για την σύσταση της επιχείρησης. Ακολουθως, ορίζεται το όραμα και η αποστολή της, το οποίο είναι η μείωση των σκουπιδιών μέσω της ανακύκλωσης και της σίτισης των ζώων. Κατόπιν, γίνεται η περιγραφή και παρουσίαση της επιχείρησης, των προϊόντων και των υπηρεσιών που θα προσφέρει, η εγκατάσταση των ειδικών μηχανών και κάδων, καθώς επίσης και σύντομη παρουσίαση των βιογραφικών σημειώσεων των εταίρων.

Έπειτα παρουσιάζεται η ανάλυση της αγοράς όσον αφορά τον κλάδο της ανακύκλωσης. Χρησιμοποιώντας τα οικονομικά εργαλεία, (α) PESTLE, (β) Πέντε Δυνάμεων του Porter και (γ) SWOT Ανάλυση, εξετάζονται οι ανταγωνιστές της επιχείρησης, όπως επίσης και το καταναλωτικό κοινό το οποίο στοχεύει η επιχείρηση.

Στη συνέχεια αναλύεται το μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η επιχείρηση έτσι ώστε να προωθηθεί, χωρίζοντας την αγορά σε τμήματα βάση γεωγραφικών, δημογραφικών και ψυχογραφικών κριτηρίων, με άλλα λόγια την τμηματοποίηση της αγοράς. Πέρα από την ανάλυση της αγοράς, παρουσιάζεται το μίγμα μάρκετινγκ για τον προσδιορισμό και την ανάλυση των τεσσάρων βασικότερων στοιχείων της στρατηγικής του μάρκετινγκ. Προϊόν – τιμή – προβολή – διανομή (4Ps- Product- Price- Promotion- Place). Ο σχεδιασμός της διαφήμισης αποτελεί επίσης ένα σημαντικό κομμάτι που πρέπει να σχεδιαστεί στο επιχειρηματικό σχέδιο.

Κλείνοντας το επιχειρηματικό σχέδιο, βλέπουμε την χρηματοοικονομική ανάλυση και τον στρατηγικό προγραμματισμό της επιχείρησης. Ειδικότερα, αναλύονται οι βραχυπρόθεσμοι καθώς επίσης και οι μακροπρόθεσμοι στόχοι που επιθυμεί να επιτύχει η επιχείρηση μέσω της λειτουργίας της.

Summary in English

Having a comprehensive and realistic business plan is a prerequisite for any business initiative. Any business, whether it is a small industry or a large multinational, needs to have a business plan in place, in order to set the goals it wants to achieve.

The purpose of this dissertation is to present the business plan of a new business aimed at promoting recycling through animal feed. The purpose of this business would be to collect food waste from catering businesses such as hotels and restaurants, so that garbage from such businesses would become food to be offered to pets and strays, through special machines for the price of recyclable materials. The installation of these special machines in parts of the greater area of Nicosia for the feeding of animals is done to promote recycling.

This master's thesis examines whether a business plan can contribute in increased business efficiency, and whether the market accepts business plans, such as the banking sector, which plays an important role in financing of companies, taking into account the business plan of each company.

The master's thesis is divided into two parts. The first part deals with the theoretical approach to the subject. In particular, we examine the definition of a business plan, as well as the usefulness and benefits of writing a business plan, whether that being for a new business or a business that currently operates and would like to create a guide. In addition, we examine the success factors of a business plan, by setting the goals that each company wants to achieve.

The second part presents a new company that wants to enter the economy of Cyprus. Initially, using the Business Model Canvas, we present the nine "building blocks" for setting up the business. Then, the vision and mission of the company is defined, which is the reduction of garbage through recycling and feeding of animals. Furthermore, the company as well as the products and services to be offered, are defined. The installation of the special machines and bins is described, as well as the presentation of business partner's short CV notes.

Following is the market analysis of the recycling industry. Using the financial tools, (a) PESTLE, (b) Porter's Five Forces and (c) SWOT Analysis, the company's competitors are examined, as well as the consumers' target group.

Before wrapping up the business plan, the marketing strategy that the business will follow in order to be promoted is analyzed. Using agricultural, demographic and psychographic criteria the market is segmented into sections. In addition to market analysis, the marketing mix is presented to identify and analyze the four key elements of a marketing strategy. Product - price - promotion - distribution (4Ps). Advertising design is also an important part of designing a business plan.

In the final points of the business plan, we demonstrate the financial analysis and the strategic planning of the company. In particular, we analyze the short-term as well as the long-term goals of the company.

Ευχαριστίες

Αυτή η μεταπτυχιακή διατριβή δε θα μπορούσε να ολοκληρωθεί χωρίς την καθοδήγηση της επιβλέπουσα καθηγήτριας μου, κ.Νταϊάνας Νικολάου και την οποία ευχαριστώ βαθύτατα για την πολύτιμη καθοδήγηση της. Τέλος, θα ήταν παράληψη μου να μην ευχαριστήσω την οικογένεια μου, η οποία με στήριζε καθόλη τη χρονική διάρκεια που χρειάστηκε για να φέρω εις πέρας αυτή τη διατριβή.

Περιεχόμενα

Περίληψη	4
Summary in English	6
Ευχαριστίες.....	8
Περιεχόμενα	9
Εισαγωγή.....	12
ΜΕΡΟΣ Α: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ.....	14
Κεφάλαιο 1: Γενικά Στοιχεία για τα Επιχειρηματικά Σχέδια	14
1.2. Προσδιορισμός του Προβλήματος.....	14
1.2.Μεθοδολογία.....	16
1.3.Δομή του Επιχειρηματικού Σχεδίου	17
Κεφάλαιο 2: Παράγοντες Επιτυχίας Επιχειρηματικών Σχεδίων.....	21
2.1. Στόχοι Σύνταξης Επιχειρηματικών Σχεδίων	21
2.2. Λάθη στη Σύνταξη ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου.....	23
ΜΕΡΟΣ Β: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ.....	25
Κεφάλαιο 1: Περίληψη του Επιχειρηματικού Σχεδίου	25
1.1.Όραμα και Αποστολή της Επιχείρησης	26
1.2.Ο Καμβάς του Επιχειρηματικού Μοντέλου	27
Κεφάλαιο 2: Περιγραφή της Επιχείρησης.....	31
2.1.Εισαγωγή	31
2.2.Αναλυτική Παρουσίαση Προϊόντων και οι Εγκαταστάσεις.....	32
2.3.Εγκατάσταση των Ειδικών Μηχανών και Κάδων	32
2.4.Σύντομη Παρουσίαση Βιογραφικών Σημειώσεων Εταίρων.....	33
Κεφάλαιο 3: Ανάλυση Αγοράς.....	35
3.1.Επισκόπηση των Νέων Τάσεων στην Ανακύκλωση.....	35

3.2.Ανάλυση περιβάλλοντος	36
Κεφάλαιο 4:Μάρκετινγκ	45
4.1.Στόχοι Αγοράς-Τμηματοποίηση	45
4.2.Μίγμα μάρκετινγκ	46
4.3.Σχεδιασμός διαφήμισης	48
Κεφάλαιο 5: Χρηματοοικονομική ανάλυση	49
5.1.Παρουσίαση οικονομικών μεγεθών	49
5.2 Ανάλυση αριθμοδεικτών.....	53
Κεφάλαιο 6: Στρατηγικός προγραμματισμός.....	58
6.1. Έρευνα Αγοράς.....	58
6.2.Βραχυπρόθεσμοι και Μακροπρόθεσμοι Στόχοι	62
Επίλογος.....	64
Βιβλιογραφία.....	66

ΛΕΥΚΗ ΣΕΛΙΔΑ

Εισαγωγή

Η παρούσα διατριβή στοχεύει στην παρουσίαση ενός επιχειρηματικού σχεδίου για τη νεοεισερχόμενη επιχείρηση «Feed the animals through recycling», η οποία στοχεύει στην προώθηση της ανακύκλωσης μέσω της σίτησης των ζώων.

Η διατριβή χωρίζεται σε δύο μέρη. Αρχικά παρουσιάζεται η Θεωρητική Επισκόπηση. Μέσω της μελέτης της Βιβλιογραφίας, αναλύεται ο ορισμός και η σημαντικότητα της εκπόνησης ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Ακολούθως διατυπώνεται η χρησιμότητα και τα πλεονεκτήματα του Επιχειρηματικού Πλάνου. Είναι σημαντικό να μελετηθεί η δομή του επιχειρηματικού σχεδίου, ούτως ώστε να παρουσιαστεί στα ενδιαφερόμενα μέρη μια ολοκληρωμένη παρουσίαση για την προτεινόμενη επιχείρηση. Στη συνέχεια ορίζονται οι στόχοι που πρέπει να θέτει η κάθε επιχείρηση για την εκπόνηση του δικού της επιχειρηματικού σχεδίου. Επίσης, διακρίνονται πιθανά λάθη που μπορεί χαρακτηρίζουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο, ούτως ώστε να αποφευχθούν.

Στο δεύτερο μέρος της διατριβής συντάσσεται το επιχειρηματικό σχέδιο για την εταιρεία «Feed the animals through recycling». Αρχικά παρουσιάζεται η επιχείρηση, το όραμα και οι στόχοι που προσδοκεί να επιτύχει η επιχείρηση, με τη χρήση του μοντέλου του Επιχειρηματικού Καμβά. Αναλύεται η παροχή άδειας για τοποθέτηση ειδικών μηχανημάτων για ανακύκλωση αλλά και τροφοδοσίας των ζώων. Στη συνέχεια αναλύονται τα σημαντικά στοιχεία που οφείλει να παρουσιάσει στους επενδυτές το επιχειρηματικό σχέδιο. Αυτά τα στοιχεία είναι η ανάλυση της αγοράς, η οποία αφορά τον κλάδο της Ανακύκλωσης. Έπειτα εξετάζεται το μάρκετινγκ που στοχεύει να ακολουθήσει η επιχείρηση, όπως είναι οι καταναλωτές – στόχοι της εταιρείας και το διαφημιστικό πλάνο που προσδοκεί να αναπτύξει. Επίσης, πολύ σημαντική είναι η εξέταση της Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης, η οποία τεκμηριώνεται μέσω της χρήσης των αριθμοδεικτών. Τέλος, ορίζονται οι μακροπρόθεσμοι και βραχυπρόθεσμοι στόχοι της επιχείρησης.

Σκοπός αυτού του επιχειρηματικού σχεδίου είναι να επιτρέψει στην εταιρεία να ξεκινήσει να δραστηριοποιείται σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Παράλληλα να αναπτύξει μηχανισμούς προστασίας που θα τη θωρακίσουν έναντι μελλοντικών κινδύνων. Επιπλέον, με το παρόν σχέδιο θα της δοθεί η ευκαιρία να δημιουργήσει πρόσφορο έδαφος με στόχο να αποκτήσει θέση ισχύος για την εκμετάλλευση τυχόν ευκαιριών έναντι του ανταγωνισμού.

ΜΕΡΟΣ Α: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

Κεφάλαιο 1: Γενικά Στοιχεία για τα Επιχειρηματικά Σχέδια

Η εκπόνηση ενός επιχειρηματικού πλάνου αποτελεί πλέον απαραίτητη προϋπόθεση για τη δημιουργία οποιασδήποτε καινούργιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Οι κυριότεροι λόγοι για τη διαμόρφωση ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι η ανάγκη για αποτύπωση των στόχων κάθε επιχείρησης καθώς επίσης και των διαδικασιών που πρέπει να ακολουθεί για τη διεκπεραίωση των εργασιών της. Είναι σημαντικό να θέτονται στόχοι εφικτοί και όχι φανταστικοί. (Patrice Lewis, 2019)

1.2. Προσδιορισμός του Προβλήματος

Σε αυτήν την ενότητα, θα ασχοληθούμε με τη θεωρία του επιχειρηματικού σχεδιασμού, που αποτελεί το πιο πρακτικό μέρος της έρευνας για την επιχειρηματικότητα. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο δε διαμορφώνεται μόνο από εταιρεία που βρίσκεται στην παραγωγή, αλλά ακόμη και από υπάρχουσα εταιρεία, στη διαδικασία αναδιάρθρωσης, αύξησης της παραγωγικής ικανότητας και προσαρμογής της σε νέα δεδομένα παραγωγής.

Κάθε επιχείρηση πρέπει να προσδιορίσει το πρόβλημα που εντοπίζει είτε στην ήδη υπάρχουσα επιχείρηση, είτε πρόκειται μια επιχείρηση που τώρα θα ξεκινήσει τη δραστηριότητα της στην αγορά. Μέσα λοιπόν από τη διεθνή βιβλιογραφία, αποτελέσματα σχετικών ερευνών, έρευνα αγοράς να οργανώσει τις μελλοντικές του ενέργειες ληφθούν αποφάσεις για:

- Τις ενέργειες που θα προβεί ο επιχειρηματίας.
- Πώς να τις εκτελέσει.
- Το χρονοδιάγραμμα που θα ακολουθήσει.

Τα πιο πάνω είναι πολύ σημαντικά βήματα, λόγω του ότι μπορούν να αποσαφηνίσουν κάθε ενέργεια και οποιαδήποτε απόφαση μπορεί να ληφθεί εύκολα χωρίς να είναι πολύ περίπλοκη. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο ορίζεται ως ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται για να δείξει πού βρίσκεται η εταιρεία, στους ενδιαφερόμενους (άμεσα ή έμμεσα) που θέλει να προσεγγίσει και πώς θα εξελιχθεί τελικά.

Χάρη σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο, μια επιχείρηση "χτίζεται" σε χαρτί. Με αυτό τον τρόπο, εντοπίζονται πιθανά σφάλματα που εντοπίστηκαν στη διεθνή βιβλιογραφία, ανακρίβειες και ασάφειες και επίσης βοηθά στην αξιολόγηση των οικονομικών αποτελεσμάτων από πρακτικές και υποδείγματα που εντοπίστηκαν μέσα από την έρευνα που διεξάχθηκε για το επιχειρηματικό σχέδιο. Επιπλέον, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι το θεμέλιο πάνω στο οποίο η οντότητα θα οικοδομήσει προκειμένου να προσελκύσει πιθανούς χρηματοδότες. Το σημείο αναφοράς στο επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι, πως το προϊόν ή η υπηρεσία της επιχείρησης θα λύσει το πρόβλημα με καλύτερο τρόπο από τον ανταγωνιστή της. (Patrice Lewis,2019)

Το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) λοιπόν είναι ένα έγγραφο που προσδιορίζει τους στόχους μιας επιχείρησης και περιγράφει το σχέδιο της επιχείρησης για να τους υλοποιήσει (Turban κ.α., 2008).

Σκοπός του είναι να αναλύσει την τρέχουσα κατάσταση της επιχείρησης και της αγοράς και να κατευθύνει τις δραστηριότητες της ομάδας διαχείρισης σε συγκεκριμένες κατευθύνσεις και τακτικές. Μας αρέσει να σκεφτόμαστε ότι η επιχείρηση μας είναι μοναδική και ιδιαίτερη και φυσικά ότι θα πουλήσει. Η πραγματικότητα φυσικά είναι ότι η αγορά καθοδηγεί την επιχείρηση. Εάν δεν έχεις καταναλωτές, δεν έχεις επιχείρηση. Το επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να βοηθήσει μια εταιρεία να πραγματοποιήσει το όραμά της και να χρησιμοποιήσει αποτελεσματικά τις δυνατότητες και τους πόρους της, όπως ανθρώπινοι πόροι και εξοπλισμός, δημιουργώντας ένα προϊόν το οποίο ζητούν οι καταναλωτές. (Patrice Lewis,2019)

1.2.Μεθοδολογία

Αμέτρητες επιτυχημένες μικρές επιχειρήσεις έχουν δημιουργηθεί χωρίς τη διατύπωση ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Ωστόσο, η δημιουργία και η διαχείριση μιας επιχείρησης είναι μια περίπλοκη και δύσκολη εργασία που απαιτεί σωστή προετοιμασία. Φυσικά, ο μεθοδικός σχεδιασμός δεν εγγυάται την επιτυχία της επιχείρησης, αλλά βοηθά στη μείωση του κινδύνου και αυξάνει τις πιθανότητες μιας επιτυχημένης και κερδοφόρας επιχείρησης. Η μεθοδολογία και τα υποδείγματα που χρησιμοποιεί κάθε επιχειρηματικό σχέδιο για την εμπειρική διερεύνηση, είναι ένα χρήσιμο εργαλείο με το οποίο κάθε επιχειρηματίας μπορεί να αναγνωρίσει και να αξιολογήσει τους κινδύνους ούτως ώστε να είναι προετοιμασμένος για την αντιμετώπιση τους ανά πάσα στιγμή.

«Η σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι ο καλύτερος τρόπος δοκιμής της ιδέας για έναρξη μιας επιχείρησης αν είναι όντως εφικτή, εκτός από το να βγεις έξω και να το κάνεις», παρατηρεί η Susan Ward στο The Balance Small Business. «Με αυτή την έννοια, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι το δίκτυ ασφαλείας σας: συντάσσοντας ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να εξοικονομήσει πολύ χρόνο και χρήμα ιδιαίτερα εάν το επιχειρηματικό σχέδιο αποκαλύπτει ότι η επιχείρηση είναι αβάσιμη». (Practice Lewis,2019)

Με τη μελέτη του επιχειρηματικού σχεδίου, υποχρεώνει τους χρηματοδότες να σκεφτούν την επιχειρηματική πρόταση με συστηματικό τρόπο, να εντοπίσουν τις πιθανότητες επιτυχίας και την ικανότητα του νέου επιχειρηματία να φέρει σε πέρας την ιδέα του. Αποτελεί δε σε πολλές περιπτώσεις τη μόνη χειροπιαστή άποψη μιας νέας επιχείρησης που βρίσκεται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης της, αποκαλύπτει τυχόν κενά στη γνώση και πρόταση τους. Μέσα λοιπόν από την έρευνα σχετικών ερευνών και της διεθνής βιβλιογραφίας μπορούν να εντοπιστούν μέθοδοι για την εξέταση καινούργιων πτυχών της νέας επιχείρησης και νέες στρατηγικές αποφάσεις σχετικά με τη διαχείριση, το μάρκετινγκ, τα οικονομικά και το ανθρώπινο δυναμικό.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο δίνει τα στάδια που δημιουργούν το μέλλον όπως το οραματίζεται ένας επιχειρηματίας, τα βήματα που θα ακολουθήσουν οι ιδύνοντες τις επιχείρησης. Μελετώντας ένα

χειροπιαστό επιχειρηματικό σχέδιο οι επενδυτές σχηματίζουν μια ολοκληρωμένη άποψη για την επιχείρηση που θα επενδύσουν, δανείζοντας τα χρήματα τους. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο, δεν αφορά αποκλειστικά μόνο τους επενδυτές, μπορεί να είναι ένα εργαλείο πληροφόρησης του προσωπικού πωλήσεων, των προμηθευτών και άλλων για τις λειτουργίες και τους στόχους της επιχείρησης, ενώ μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη ενός μάντζερ. Μπορεί να διαμορφώσει καινοτόμες ιδέες γύρω από τις ανταγωνιστικές συνθήκες και να προωθήσει ευκαιρίες και καταστάσεις που να είναι πλεονεκτικές για την επιχείρηση. Το επιχειρηματικό σχέδιο εξοικονομεί χρήμα και χρόνο εστιάζοντας τις δραστηριότητες των υπευθύνων της επιχείρησης για μεγαλύτερο έλεγχο στα χρηματοοικονομικά, εμπορικά και επιχειρηματικά γενικώς θέματα.

1.3. Δομή του Επιχειρηματικού Σχεδίου

Το επιχειρηματικό σχέδιο περιέχει τις τους στόχους και τις στρατηγικές που ο υπεύθυνος λήψης αποφάσεων λαμβάνει υπόψη για την εταιρεία και τα προϊόντα της. Επομένως, πρέπει γίνει εσωτερική ανάλυση, που θα περιέχει τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης βασισμένα σε ρεαλιστικούς και εφικτούς στόχους. Είναι εξίσου σημαντικό να γίνει εξωτερική ανάλυση, δηλαδή περιγραφεί της αγοράς καθώς επίσης η επιλογή, ο προσδιορισμός και η υλοποίηση της στρατηγικής που θα ακολουθήσει η επιχείρηση. Τέλος, το οικονομικό πλάνο της επιχείρησης παρουσιάζεται μέσα από τον ισολογισμό, την Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης και ανάλυση. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για την προετοιμασία ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Η βασική μορφή που ακολουθεί περιλαμβάνει τα ακόλουθα μέρη:

1. Εισαγωγή

Είναι μια από τις πιο σημαντικές ενότητες ενός επιχειρηματικού σχεδίου γιατί είναι το πρώτο κείμενο που θα διαβάσει ο επενδυτής. Η αρχική έκθεση πρέπει να είναι περιεκτική, αλλά συνοπτική και

ενημερωτική. Καλύπτει τους στόχους της εταιρείας, τον σκοπό της ύπαρξής της και τους λόγους για τους οποίους οι διευθυντές πιστεύουν ότι θα είναι επιτυχής. Αυτή η ενότητα περιγράφει τα βασικά στοιχεία της προτεινόμενης επιχείρησης, ποιο θα είναι το προϊόν, ποιοι θα είναι οι πελάτες, ποιοι θα είναι οι ιδιοκτήτες, και φυσικά τι θα ισχύει στο μέλλον για την προτεινόμενη εταιρεία και τη βιομηχανία της.

2. Αναλυτική περιγραφή της επιχείρησης.

Οι στόχοι είναι οι προορισμοί που θέλει να επιτύχει η προτεινόμενη εταιρεία. Οι στόχοι αποτελούν το κλειδί για την επιτυχία. Λεπτομερής περιγραφή του κλάδου στον οποίο θα εισέλθει η επιχείρηση, ή που βρίσκεται ήδη. Είναι μια αναπτυσσόμενη βιομηχανία; Ποιες αλλαγές σκοπεύετε σε αυτόν τον τομέα βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα; Πώς θα είναι η εταιρεία έτοιμη να τις χρησιμοποιήσει; Ποια θα είναι τα πιο ανταγωνιστικά σημεία της επιχείρησης σε σχέση με τον ανταγωνισμό;

3. Ανάλυση της αγοράς.

Η επιχείρηση πρέπει να αποδείξει ότι έχει καλή γνώση του κλάδου του οποίου βρίσκεται ή προσδοκεί να εισέλθει. Είναι απαραίτητο να εξεταστούν οι ανταγωνιστικές εταιρείες από διάφορες πτυχές (σκοπός λειτουργίας, δομή και διαχείριση, μέγεθος, περιοχές επιρροής κ.λ.π.), χρησιμοποιώντας μοντέλα που θα αναλύσουν το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, όπως αυτό των Πέντε Δυνάμεων του Porter, η ανάλυση PESTLE και SWOT. Έτσι, το ενδιαφερόμενο μέρος θα ανταγωνίζεται μαζί τους μέσω της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών (ποιότητα, υπηρεσία ή προϊόν) ή μέσω των τιμών. Επιπλέον, θα εξετάσει τα χαρακτηριστικά των δυνητικών πελατών και τον σχεδιασμό των προϊόντων, την τιμή τους, τη διαφήμισή τους, προσδιορίζοντας ταυτόχρονα προμηθευτές υλικών που θα επηρεάσουν εξαρχής τον σχεδιασμό και την τοποθεσία της επιχείρησης.

4. Στρατηγικός προγραμματισμός.

Οι κύριες κατηγορίες αυτής της ενότητας είναι στρατηγική, σχέδιο μάρκετινγκ και πωλήσεις. Ανεξάρτητα από το πόσο καλό είναι το προϊόν και οι υπηρεσίες που παρέχονται από μια επιχείρηση, θα έχει θετικά αποτελέσματα μόνο εάν υπάρχει αποτελεσματικό μάρκετινγκ. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί ξεκινώντας με προσεκτική και συστηματική έρευνα. Πρέπει να υπάρχει διαθέσιμη σχετική έρευνα αγοράς για επιβεβαίωση.

5. **Οργάνωση και Διοίκηση.**

Αυτή η ενότητα παρέχει μια γενική περιγραφή της εταιρείας (οργανόγραμμα, ανθρώπινοι πόροι), ιστορικό υπόβαθρο, τα προϊόντα, τους στόχους και τις δραστηριότητές της. Περιγραφή της εργασίας κάθε ατόμου στην επιχείρηση.

6. **Προϊόντα και Υπηρεσίες.**

Εδώ είναι όπου παρέχεται με μεγαλύτερη λεπτομέρεια το προϊόν ή η υπηρεσία που θα παρέχει η επιχείρηση. Τι φτιάχνεις, παρέχεις ή δημιουργείς; Τι ανάγκες καλύπτει το προϊόν ή η υπηρεσία; Πόσο κοστίζει, και ο χρόνος που χρειάζεται για τη δημιουργία του προϊόντος ή της υπηρεσίας;

7. **Το σχέδιο Μάρκετινγκ.**

Εδώ χρειάζονται σταθερά και συγκεκριμένα βήματα για την προώθηση της επιχείρησης. Αυτό το τμήμα του επιχειρηματικού σχεδίου θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει προϋπολογισμό για την υλοποίηση των προσπαθειών μάρκετινγκ.

8. **Στρατηγική Πωλήσεων.**

Σαφής σχεδιασμός πωλήσεων του προϊόντος ή της υπηρεσίας που θα παρέχει η επιχείρηση. Ποιοι είναι οι στόχοι πωλήσεων;

9. **Αίτημα χρηματοδότησης.**

Αυτό το κομμάτι συντάσσεται σε περίπτωση όπου χρήζει απαραίτητη η χρηματοδότηση της επιχείρησης. Εάν η επιχείρηση χρειάζεται χρηματοδότηση για την εκκίνηση ή τη συνέχιση της, πρέπει να είναι ξεκάθαρο προς στους επενδυτές. Με αυτό τον τρόπο φαίνεται στους επενδυτές πόσο επαγγελματίας είναι η επιχείρηση.

10. **Χρηματοοικονομική ανάλυση.**

Αυτή η ενότητα τονίζει τα οικονομικά στοιχεία του επιχειρηματικού σχεδίου και συγκεκριμένα το κόστος υλοποίησης της επένδυσης (εάν παρέχεται) και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Η παρουσίαση των οικονομικών δεδομένων παίζει σημαντικό ρόλο, ιδίως στην περίπτωση που το

επιχειρηματικό σχέδιο στοχεύει στην προσέλκυση κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση ενός εταιρικού επενδυτικού προγράμματος ή την εξασφάλιση δανείων κεφαλαίου κίνησης.

Η μορφή του επιχειρηματικού σχεδίου δεν είναι τυποποιημένη, ούτε ως προς τη δομή του ούτε ως προς το περιεχόμενό του. Πριν από τη σύνταξη, πρέπει να γίνει προσεκτική συλλογή όλων των δεδομένων, σχεδίων και πληροφοριών και πρέπει να καθοριστούν οι στόχοι της εταιρείας, οι οποίοι πρέπει να είναι ρεαλιστικοί και εφικτοί.

Κεφάλαιο 2: Παράγοντες Επιτυχίας Επιχειρηματικών Σχεδίων

2.1. Στόχοι Σύνταξης Επιχειρηματικών Σχεδίων

Το επιχειρηματικό σχέδιο θεωρείται το πιο απαραίτητο εργαλείο παγκοσμίως για τη δημιουργία και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων. Αντιμέτωποι με τις μεταβαλλόμενες συνθήκες, τα τελευταία χρόνια, η σημασία και ο βαθμός αναγκαιότητας του επιχειρηματικού σχεδίου για τις εταιρείες έχει αυξηθεί.

Σε ένα βαθμό, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ρευστό και μεταβλητό. Χρειάζεται ένα σχέδιο το οποίο μπορεί εύκολα να προσαρμοστεί σε αλλαγές των περιστάσεων. Πρέπει να ληφθεί υπόψη η δημοσιονομική πραγματικότητα για να έχει επιτυχία μια επιχείρηση.

Ένα βασικό χαρακτηριστικό ενός επιχειρηματικού σχεδίου, που πρέπει να κατανοήσουν οι νέοι επιχειρηματίες, είναι ότι το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα κείμενο που περιγράφει διεξοδικά πώς μια ομάδα ανθρώπων θα καλύψει ένα υπάρχον κενό σε μια μεγάλη αγορά προσφέροντας ένα καινοτόμο προϊόν ή μια υπηρεσία υψηλής προστιθέμενης αξίας για πελάτες, με τέτοιο τρόπο ώστε να προσφέρουν εύκολη και κερδοφόρα έξοδο σε επενδυτές - χρηματοδότες (Αλεξόπουλος, 2007).

Τα βασικά στοιχεία ενός επιχειρηματικού σχεδίου μπορούν να οριστούν όπως πιο κάτω:

- **Καινοτομία:** Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να περιέχει στοιχεία καινοτομίας. Για παράδειγμα θα μπορούσε να είναι μια καινοτομία στην εσωτερική οργάνωση, στις σχέσεις με πελάτες, προμηθευτές, κλπ. Ωστόσο, είναι σημαντικό το επιχειρηματικό σχέδιο να εισάγει κάτι καινοτόμο, διαφορετικό και νέο που θα διακρίνει την εταιρεία από τις υπάρχουσες στην αγορά.
- **Ομάδα διαχείρισης:** Όπως και το υπόλοιπο επιχειρηματικό σχέδιο, οι επενδυτές θα χρηματοδοτήσουν ένα έργο μόνο εάν οι άνθρωποι της ομάδας διαχείρισης μπορούν να τους

πείσουν ότι είναι κερδοφόρο. Και γι' αυτό, σε αυτό το σημείο, παρουσιάζονται τα προσόντα των ατόμων που θα διευθύνουν την επιχείρηση, καθώς και στο προσωπικό και επαγγελματικό επίπεδο των νέων επιχειρηματιών, προκειμένου να πείσουν τους χρηματοδότες.

- **Προστιθέμενη αξία για τους πελάτες:** το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να δίνει την απάντηση στο ερώτημα: «Τι μπορούν να κερδίσουν οι πελάτες από αυτό το προϊόν σε σύγκριση με τα αντίστοιχα που ήδη υπάρχουν στην αγορά;» Πρέπει να τονιστεί ότι η περιγραφή του προϊόντος οφείλει να εστιάζει πάντα στα οφέλη για τους καταναλωτές και όχι στα τεχνικά χαρακτηριστικά του.
- **Χάσμα στην αγορά:** Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει επίσης να περιγράφει τη σχέση μεταξύ των απαιτήσεων, των προσδοκιών των πελατών και των προσφερόμενων λύσεων. Η νέα εταιρεία πρέπει να δίνει την καλύτερη λύση στο πρόβλημα των καταναλωτών που επιθυμούν να καλύψουν τις απεριόριστες ανάγκες τους.
- **Αγορά μεγάλη ή με μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης:** Οι επενδυτές θέλουν να γνωρίζουν ότι επενδύουν σε αγορές που είναι ανταγωνιστικές και έχουν τη δυνατότητα ταχείας ανάπτυξης. Η εταιρεία πρέπει επίσης να αποδείξει ότι είναι σε θέση να καλύψει ένα μεγάλο μέρος αυτής της αγοράς.

Επιπλέον, απαραίτητα στοιχεία τα οποία πρέπει να υπάρχουν στο επιχειρηματικό σχέδιο, είναι τα εξής:

- **Ειλικρίνεια – ρεαλισμός:** Κάθε επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι ειλικρινές και ρεαλιστικό. Συνήθως, τα άτομα που διαβάζουν το κείμενο έχουν την εμπειρία και την εξειδίκευση να διακρίνουν τα λάθη, και είναι προφανές ότι σε τέτοια περίπτωση το επιχειρηματικό σχέδιο θα χάσει την αξιοπιστία του. Επομένως, είναι απαραίτητο να παρουσιάσουμε τα υπάρχοντα δεδομένα είτε από δημόσιες πηγές είτε από έρευνες αγοράς που πραγματοποιούνται από τον ίδιο τον επιχειρηματία για ένα συγκεκριμένο έργο.
- **Ξεκάθαρη στρατηγική:** Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να απαντάει ξεκάθαρα σε τρεις βασικές ερωτήσεις:
 - Που βρισκόμαστε;
 - Που θέλουμε να βρεθούμε;
 - Πως θα φτάσουμε εκεί;
- **Μετρήσιμοι στόχοι:** Ένα επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να περιέχει σαφείς, συγκεκριμένους και μετρήσιμους στόχους με καθορισμένο χρονικό ορίζοντα για την επίτευξή τους. Είναι καλό τόσο για

τους επιχειρηματίες όσο και για τους χρηματοδότες και τους επενδυτές, να θέσουν αυτούς τους στόχους, ούτως ώστε όλοι να γνωρίζουν τους συγκεκριμένους στόχους όπως και το πως επιτευχθήκαν.

- **Αφοσίωση επιχειρηματία:** Είναι πολύ σημαντικό για τους χρηματοδότες και τους επενδυτές να γνωρίζουν ότι ο επιχειρηματίας ή η επιχειρηματική ομάδα πιστεύει στην ιδέα και ότι είναι πρόθυμος να αναλάβει τον κίνδυνο για αυτήν.
- **Εξειδικευμένες γνώσεις:** Ένα επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει πάντα να προετοιμάζεται από ένα άτομο ή μια ομάδα που έχει τις γνώσεις και την εμπειρία για τη σύνταξη του καθώς και την εφαρμογή του.

2.2. Λάθη στη Σύνταξη ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου

Κανένας σχεδιασμός δεν μπορεί να προβλέψει κάποια λάθη που πιθανόν να γίνουν λόγω απειρίας στον κλάδο. Εντούτοις τα λάθη δεν είναι απαραίτητη ένδειξη κακής επιχειρηματικής κίνησης. Τα πιο συχνά λάθη που συναντούνται σε επιχειρηματικά σχέδια παρουσιάζονται τα πιο κάτω:

- **Μη ρεαλιστικές οικονομικές προβλέψεις:** Η εμπειρία και η γνώση ειδικών συμβούλων μπορεί να βοηθήσει στην αποφυγή υπερβολικά αισιόδοξων προβλέψεων στις πωλήσεις. Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει επίσης ο τομέας στον οποίο δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση για την πρόβλεψη των οικονομικών μεγεθών.
- **Μη ξεκάθαροι στόχοι-αγοραστές:** Δεν είναι δυνατόν όλες οι επιχειρήσεις να αρέσουν σε όλους τους αγοραστές. Γι'αυτό, είναι εξίσου σημαντικό να ορίζονται οι αγοραστές που η κάθε επιχείρηση επιθυμεί να κάνει πελάτες της.
- **Υπερβολική διαφήμιση:** Σκοπός κάθε επιχειρηματικού σχεδίου είναι να εντυπωσιάσει με την καινοτόμα επιχειρηματική ιδέα και όχι με την προώθηση της μέσω της διαφήμισης. Με τις υπερβολές στη διαφήμιση της επιχείρησης μπορεί να φέρουμε αντίθετα αποτελέσματα.

- **Φτωχή έρευνα:** Η ελλιπή έρευνα για τον κλάδο που επιθυμεί να εισέλθει ή βρίσκεται ήδη μια επιχείρηση φέρνει αντίθετα αποτελέσματα σε ένα επιχειρηματικό πλάνο. Η έρευνα πρέπει να είναι σωστή, ενημερωμένη και επιβεβαιώσιμη.
- **Ελλιπής αναφορά στον ανταγωνισμό:** Η παρουσίαση ενός ανταγωνιστικού επιχειρηματικού πλάνου απαιτεί την παρουσίαση της καινοτομίας στον κλάδο. Ο επενδυτής αναμένει να ενημερωθεί από το επιχειρηματικό σχέδιο για τους ανταγωνιστές της επιχείρησης, καθώς επίσης και τη διαφοροποίηση και την καινοτομία που στοχεύει να φέρει στον κλάδο η επιχείρηση μέσω του επιχειρηματικού σχεδίου που παρουσιάζει.

ΜΕΡΟΣ Β: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ

Κεφάλαιο 1: Περίληψη του Επιχειρηματικού Σχεδίου

Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο παρουσιάζει την ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία μιας καινούριας εταιρείας, της **Feed The Animals Through Recycling**, που σκοπό έχει την ανακύκλωση ταΐζοντας τα ζώα. Στόχος της επιχείρησης είναι η συλλογή υπολειμμάτων φαγητού από επιχειρήσεις εστίασης όπως ξενοδοχεία και εστιατόρια, που ουσιαστικά θα πετούσαν αυτά τα υπολείμματα. Σκοπός είναι τα σκουπίδια τέτοιου είδους επιχειρήσεων να γίνονται η πρώτη ύλη για τη δημιουργία των δικών της φαγητών, τα οποία θα προσφέρονται σε κατοικίδια και αδέσποτα μέσω ειδικών μηχανών. Ο απώτερος σκοπός της επιχείρησης είναι η μείωση των απορριμάτων από τρόφιμα καθώς επίσης και η ανακύκλωση.

Σκοπός της εταιρείας **Feed The Animals Through Recycling**, είναι να αποκτήσει και να διατηρήσει ικανοποιημένους πελάτες, ιδιοκτήτες εστιατορίων, ξενοδοχείων καθώς επίσης και ιδιοκτήτες κατοικίδιων ή απλά φιλόζωνων. Οι ιδιοκτήτες ξενοδοχείων και εστιατορίων θα χρηματοδοτούν για την τοποθέτηση ειδικών κάδων στις επιχειρήσεις τους όπου θα τοποθετούν τα αποφάγια των πελατών τους. Με αυτό τον τρόπο θα μειώνουν το κόστος διαχείρισης των απορριμάτων τους. Ακολουθώντας τα αποφάγια από τους συγκεκριμένους κάδους θα συλλέγονται και θα τοποθετούνται σε ειδικά μηχανήματα, τα οποία θα τοποθετηθούν σε δήμους της ευρύτερης επαρχίας Λευκωσίας, που θα επιθυμούν να ενταχθούν σε αυτό το σύστημα ανακύκλωσης. Η προσφορά φαγητού στα ζώα, θα γίνεται μόνο μετά την τοποθέτηση ανακυκλώσιμων υλικών στα ειδικά μηχανήματα. Για παράδειγμα η τοποθέτηση ενός γυάλινου μπουκαλιού στο ειδικό μηχάνημα θα προσφέρει στον ιδιοκτήτη του ζώου, την ανάλογη ποσότητα φαγητού για το

κατοικίδιο του. Βασική φιλοσοφία της επιχείρησης είναι να προσφέρει ένα ποιοτικό γεύμα σε ζώα, το οποίο θα προέρχεται από ανακυκλώσιμα τρόφιμα (υπολείμματα φαγητών), με αντίτιμο ανακυκλώσιμα υλικά.

Ο στόχος της εταιρείας είναι να επιτύχει ικανοποιητικά, δίκαια και υπεύθυνα κέρδη κατά τη δραστηριότητα της, ώστε να διατηρηθεί η οικονομική σταθερότητα της και να διασφαλιστεί η μελλοντική επιβίωση και ανάπτυξη της. Τα κέρδη θα μπορούν να αντισταθμίζουν δίκαια τους επενδυτικούς κινδύνους του ιδιοκτήτη και οι εργαζόμενοι θα ανταμείβονται για την εργασία, την αφοσίωση και τη δέσμευσή τους.

1.1. Όραμα και Αποστολή της Επιχείρησης

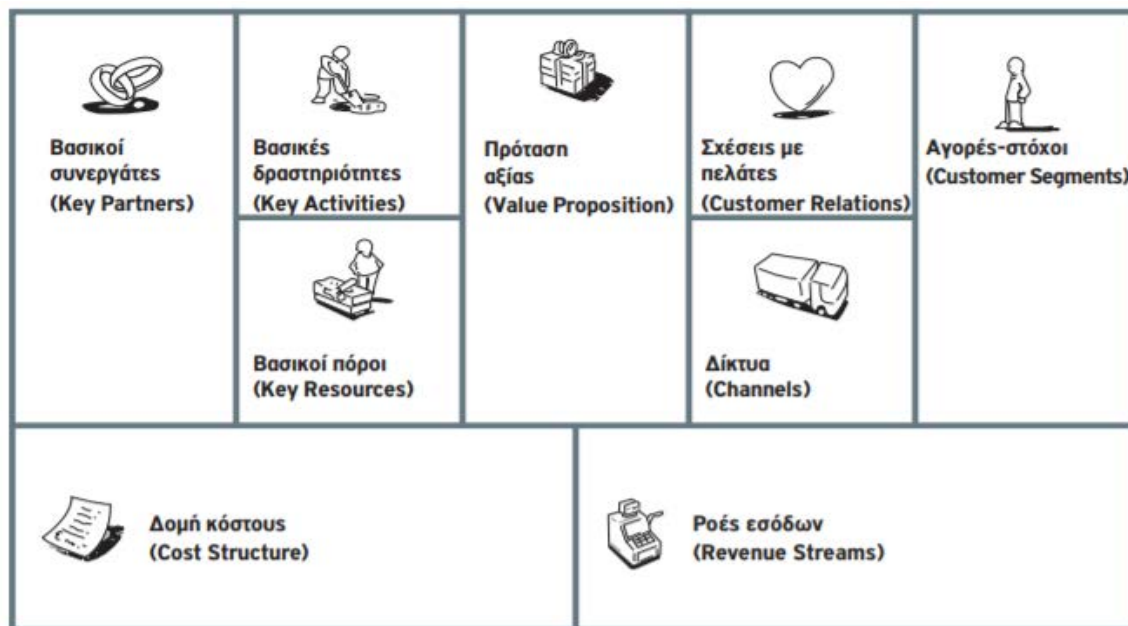
Η Επιχείρηση Feed The Animals Through Recycling, οραματίζεται τη μείωση των απορριμάτων φαγητών, πλαστικού και γυαλιού σε συνδυασμό με τη σίτιση των ζώων. Η εταιρεία επιδιώκει να δημιουργήσει στην Κύπρο ένα σύστημα μείωσης των σκουπιδιών. Έρευνες έχουν δείξει ότι τα απόβλητα τροφίμων μπορούν να αποφευχθούν μέσω της αλυσίδας προμήθειας φαγητών. Τα απόβλητα που μπορούν εύκολα να αποφευχθούν είναι αυτά τα οποία θα μπορούσαν εύκολα να γίνουν χρήσιμα προϊόντα, αλλά τελικά καταλήγουν στα σκουπίδια. Είναι αναμφισβήτητο γεγονός ότι υπάρχουν συγκεκριμένα απόβλητα τροφίμων, τα οποία ο άνθρωπος δε θα μπορούσε να καταναλώσει, όπως είναι οι φλούδες φρούτων και λαχανικών, κόκαλά ψαριών κ.λ.π. Ωστόσο, τέτοιου είδους αναπόφευκτα απόβλητα μπορούν να μετατραπούν σε χρήσιμα προϊόντα. (Patrice Lewis, 2019)

Μέσω αυτής της οπτικής γωνίας, η εταιρεία Feed The Animals Through Recycling, επιδιώκει να φέρει στην Κύπρο μια συμπεριφορά όπου τα υπολείμματα φαγητού δεν είναι απλά απόβλητα, αλλά ένας τρόπος σίτισης των ζώων.

1.2.0 Καμβάς του Επιχειρηματικού Μοντέλου

Ο καμβάς επιχειρηματικού σχεδίου είναι ένα εργαλείο το οποίο χρησιμοποιήθηκε για την αποτύπωση αυτού του νέου επιχειρηματικού σχεδίου. Ο καμβάς επιχειρηματικού σχεδίου είναι ένα οπτικό διάγραμμα με τη μορφή πίνακα. Ο πίνακας χωρίζεται σε εννέα δομικά στοιχεία, όπου για το κάθε ένα από αυτά μια επιχείρηση πρέπει να πάρει σημαντικές αποφάσεις.

Στην περίπτωση της Feed The Animals Through Recycling, εφαρμόστηκε ο καμβάς του επιχειρηματικού μοντέλου ως ακολούθως:



Γράφημα 1: Καμβάς Επιχειρηματικού Πλάνου

1. Αγορές-στόχοι:

Το πρώτο δομικό στοιχείο αφορά τις ομάδες πελατών στις οποίες απευθύνεται η καινοτόμα επιχείρηση. Είναι οι ομάδες τις οποίες η επειχέρηση προσεγγίζει, οι πελάτες της με άλλα λόγια, αφού χωρίς αυτούς καμία επιχείρηση δεν μπορεί να επιβιώσει μακροπρόθεσμα.

Οι καταναλωτές-στόχοι της επιχείρησης είναι κυρίως ιδιοκτήτες ζώων, φιλόζωοι και άτομα που ανακυκλώνουν σε καθημερινή βάση. Όπως θα δούμε και στην ανάλυση παρακάτω, χρησιμοποιώντας την τμηματοποίηση της αγοράς, χωρίζουμε τους καταναλωτές βάση γεωγραφικών, δημογραφικών και ψυχογραφικών κριτηρίων.

2. Πρόταση αξίας:

Βασισμένη στην ομάδα πελατών που κάθε επιχείρηση επιλέγει, η επιχείρηση θα πρέπει να δημιουργεί μια «πρόταση αξίας». Το συγκεκριμένο δομικό στοιχείο, θα πρέπει να δίνει τα βασικά επιχειρήματα αναφορικά με το γιατί να αγοράσει ο πελάτης το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρει η επιχείρηση.

Βασισμένη στη «πρόταση αξίας», η επιχείρηση επιδιώκει να φέρει στην αγορά της Κύπρου ένα μέσο ανακύκλωσης, όπου παράλληλα θα προσφέρει τροφή στα ζώα. Χρησιμοποιώντας μια καινοτόμα πρόταση, δίνει μια λύση στο πρόβλημα της ανακύκλωσης.

3. Κανάλια:

Το Δομικό Στοιχείο «Κανάλια» περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση προσεγγίζει τις ομάδες πελατών που έχει επιλέξει στο Δομικό Στοιχείο «Αγορές-Στόχοι» και πώς προσφέρει την προτεινόμενη δέσμη ωφελειών της πρότασης αξίας. (Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων). Με άλλα λόγια, περιλαμβάνει την επικοινωνία, τη διανομή, τις πωλήσεις και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση.

Βασισμένοι στις τρεις διαδοχικές φάσεις των «Καναλιών» για την επιχείρηση **Feed The Animals Through Recycling**:

- **Ενημέρωση.** Η ενημέρωση γίνεται μέσω της διαφήμισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, Twitter, Snapchat, καθώς επίσης και τη διανομή φυλλαδίων.

- **Αξιολόγηση.** Παρακολούθηση αποδοτικότητας των μέσων διαφήμισης: αναφορικά με τα δύο μέσα (μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διανομή φυλλαδίων) που θα χρησιμοποιήσει η εταιρεία, θα γίνεται καταγραφή της επισκεψιμότητας στις σελίδες της εταιρείας. Στο τέλος του πρώτου εξαμήνου, η εταιρεία θα αξιολογήσει ποιο μέσο είναι αποδοτικότερο.
- **Αγορά.** Τα σημεία όπου θα τοποθετηθούν οι συσκευές ανακύκλωσης και τροφοδοσίας, επιλέχθηκαν με βάση τις αγορές-στόχοι.

4. Σχέσεις με τους πελάτες

Το τέταρτο δομικό στοιχείο περιγράφει το είδος των σχέσεων τις οποίες μια επιχείρηση επιθυμεί να έχει για καθεμία από τις ομάδες πελατών που έχει προσδιορίσει στο πρώτο Δομικό Στοιχείο.

Η σχέση με τους πελάτες της *Feed The Animals Through Recycling*, είναι αυτοματοποιημένες, λόγω του ότι οι μηχανές ανακύκλωσης δουλεύουν αυτοματοποιημένα μέσω των πάνελ φωτοβολταϊκών που δίνουν ενέργεια στις συσκευές.

5. Ροές εσόδων

Το πέμπτο δομικό στοιχείο, αφορά τα έσοδα που παράγει η επιχείρηση από κάθε ομάδα πελατών. Με διαφορετικά λόγια, την αξία που δίνουν οι πελάτες στο προσφερόμενο προϊόν ή υπηρεσία.

Στην περίπτωση της *Feed The Animals Through Recycling*, βασίζεται στη δημιουργία σταθερών καταναλωτών, οι οποίοι δίνουν αξία στην ιδέα της ανακύκλωσης σε καθημερινή βάση και παράλληλα της σίτισης των ζώων.

6. Βασικοί Πόροι

Περιγράφει τους σημαντικότερους πόρους που θα χρειαστεί μια επιχείρηση για να υλοποιήσει το επιχειρηματικό της μοντέλο. Οι συγκεκριμένοι πόροι επιτρέπουν στην επιχείρηση:

- Τη δημιουργία της δέσμης ωφελειών προς τις επιλεγμένες ομάδες πελατών
- Το να φτάσει η δέσμη αυτή στους πελάτες
- Τη δημιουργία των επιθυμητών σχέσεων
- Τη δημιουργία εσόδων

Στην περίπτωση της *Feed The Animals Through Recycling*, οι βασικοί πόροι είναι υλικοί, δηλαδή οι μηχανές που χρησιμοποιούνται για την ανακύκλωση πλαστικών, γυάλινων υλικών κ.α, για την παροχή

τροφής στα ζώα. Επιπλέον, ένας από τους βασικότερους πόρους είναι ο χρηματικός. Κάθε επιχείρηση χρειάζεται κεφάλαιο για να ξεκινήσει τη λειτουργία της.

7. Βασικές δραστηριότητες

Οι βασικές δραστηριότητες κάθε επιχείρησης βασίζονται στον τύπο της κάθε επιχείρησης, και τον τρόπο οργάνωσης των εσωτερικών διαδικασιών.

Η τοποθέτηση των ειδικών κάδων σε χώρους εστίασης, η συλλογή τους και η τοποθέτηση στις ειδικές μηχανές για τροφοδότηση των ζώων, αποτελεί την παραγωγική διαδικασία της **Feed The Animals Through Recycling**.

8. Βασικοί Συνεργάτες

Περιγράφει το δίκτυο των προμηθευτών και των συνεργατών οι οποίοι ενσωματώνονται στο επιχειρηματικό μοντέλο. Ο σημαντικότερος παράγοντας για τη διεκπεραίωση των εργασιών της **Feed The Animals Through Recycling**, αποτελούν οι χώροι εστίασης, για την προμήθεια των «σκουπιδιών»

9. Δομή Κόστους

Στα κόστη που αντιμετωπίζει η επιχείρηση περιλαμβάνονται τόσο τα κόστη για απόκτηση παγίων, όσο και το κόστος λειτουργίας της επιχείρησης. Ο προσδιορισμός για τα κόστη είναι ευκολότερο να υπολογιστεί αφού προσδιορίσουμε τις «βασικές δραστηριότητες», τους «βασικούς πόρους» και τις «βασικές συνεργασίες». Επιπλέον, προσδιορίζονται τα πάγια κόστη, ο εξοπλισμός που χρησιμοποιεί για τη λειτουργία της η **Feed The Animals Through Recycling**. Ακόμη τα αρχικά έξοδα, για τις άδειες τοποθέτησης των συσκευών, καθώς επίσης και τα διαφημιστικά έξοδα για την προώθηση της επιχείρησης.

Κεφάλαιο 2: Περιγραφή της Επιχείρησης

2.1.Εισαγωγή

Η επιχείρηση **Feed The Animals Through Recycling** είναι μια ιδιωτική επιχείρηση. Η μορφή της επιχείρησης έχει επιλεγεί λόγω της ασφάλειας Δικαίου, όπως και του ευνοϊκού και σταθερού φορολογικού πλαισίου της Κύπρου. Της περιορισμένης ευθύνης των μετόχων, του χαμηλού κόστους εγκατάστασης και των σχετικά ελαφρών απαιτήσεων εταιρικής διακυβέρνησης.

Ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση είναι η ανακύκλωση. Η επωνυμία της εταιρείας είναι «**Feed The Animals Through Recycling**». Η έδρα της είναι η Κύπρος, στην περιοχή της Λευκωσίας όπου θα τοποθετηθούν αρχικά οι ειδικές μηχανές, και οι ειδικοί κάδοι σε επιχειρήσεις εστίασης της περιοχής. Το σύνθημα που καθορίζει την εταιρεία είναι «Ανακύκλωση και φιλοζωία».

Τα προϊόντα που θα προσφέρει η επιχείρηση βασίζονται αποκλειστικά στα δικαιώματα των ζώων. Είναι σημαντικό να ληφθούν οι απαραίτητες πληροφορίες από τις δημόσιες αρχές για τους νόμους. Καθώς επίσης και για να προσδιορίσουμε τους τύπους και την ποσότητα των απορριμάτων.

Η **Feed The Animals Through Recycling**, είναι υπό σύσταση εταιρεία. Σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου είναι η ενημέρωση του κοινού και των λοιπών ενδιαφερόμενων μερών για την ίδρυση και μελλοντική δραστηριότητά της σε άλλες πόλεις της Κύπρου.

Η περιοχή που επιλέχτηκε για να δραστηριοποιηθεί η εταιρεία, αρχικά τουλάχιστον στη φάση εισόδου στον κλάδο, αποτελεί ευκαιρία ανάπτυξης, λόγω του ότι υπάρχουν πολλοί ιδιοκτήτες κατοικιδίων όπως και ιδιοκτήτες χώρων εστίασης.

2.2.Αναλυτική Παρουσίαση Προϊόντων και οι Εγκαταστάσεις

Η εταιρεία Feed The Animals Through Recycling βασίζεται στην ιδέα ότι τα προϊόντα που προσφέρονται βασίζονται αποκλειστικά σε ανακυκλώσιμα τρόφιμα καθώς επίσης και η διάθεση τους βασίζεται στη χρήση ανακυκλώσιμων υλικών. Έτσι ειδικοί κάδοι θα τοποθετηθούν σε χώρους εστίασης, ώστε να γίνεται η συλλογή των υπολειμμάτων τροφίμων, μειώνοντας παράλληλα και το κόστος αυτών των επιχειρήσεων όσον αφορά τη διαχείριση το αποβλήτων τους. Ακολούθως τα απορρήματα θα τοποθετούνται στις ειδικές συσκευές ανακύκλωσης που θα τοποθετηθούν σε διάφορα σημεία στην ευρύτερη περιοχή της Λευκωσίας. Οι συσκευές ανακύκλωσης και τροφοδοσίας, λειτουργούν με ένα φωτοβολταϊκό πάνελ, που είναι τοποθετημένο στην οροφή τους. Στον θάλαμο εσωτερικά, εκτός από τον μηχανισμό λειτουργίας, υπάρχουν διαμορφωμένοι χώροι για τη συγκέντρωση των ανακυκλώσιμων υλικών, όπως και την τοποθέτηση των ανακυκλώσιμων τροφίμων. Στο κάτω μέρος είναι τοποθετημένες δύο ειδικές λεκάνες ζωοτροφής, από τις οποίες μπορούν εύκολα να έχουν πρόσβαση τα ζώα για σίτιση.

2.3.Εγκατάσταση των Ειδικών Μηχανών και Κάδων

Οι ειδικές μηχανές θα τοποθετηθούν αρχικά στην ευρύτερη περιοχή της Λευκωσίας, και θα «λειτουργούν» τη στιγμή που ο πολίτης θα ρίχνει σε αυτές ανακυκλώσιμα υλικά όπως πλαστικά και γυάλινα μπουκάλια νερού, αναψυκτικού, κουτάκια αλουμινίου και χαρτιού. Οι αυτόματοι αυτοί σταθμοί, αποτελούνται από δύο υποδοχές. Στη μια υποδοχή ο πολίτης θα μπορεί να αδειάζει το υπόλειμμα νερού που έχει στο μπουκάλι του, το οποίο θα αποθηκεύεται ούτως ώστε στη συνέχεια να μπορεί να καταλήξει στο ειδικό δοχείο για τα ζώα. Η δεύτερη υποδοχή είναι για να τοποθετούνται οι άδειες φιάλες καθώς επίσης και τα

άλλα ανακυκλώσιμα υλικά. Με κάθε ανακυκλώσιμο υλικό που τοποθετείται, θα «αποδεσμεύεται» η ανάλογη ποσότητα τροφής και νερού στα ειδικά δοχεία στη βάση της ειδικής συσκευής. Η τροφή θα προέρχεται επίσης από ανακυκλωμένα υπολείμματα φαγητού.

Οι μηχανές θα τοποθετούνται σε σημεία όπου τα ζώα και οι πολίτες θα έχουν εύκολη πρόσβαση σε αυτές. Η τοποθέτηση θα γίνει κυρίως σε πάρκα, όπου οι πολίτες θα μπορούν να συνδυάσουν τη βόλτα τους με την ανακύκλωση αλλά και τη σίτιση των ζώων (κατοικιδίων ή αδέσποτων).

Επίσης, η συλλογή των τροφίμων θα γίνεται μέσω ειδικών κάδων, οι οποίοι θα τοποθετούνται σε χώρους εστίασης. Η συλλογή των υπολειμμάτων φαγητού από τους χώρους εστίασης, θα γίνονται η πρώτη ύλη για τη λειτουργία των ειδικών μηχανών παροχής τροφής στα ζώα.

2.4.Σύντομη Παρουσίαση Βιογραφικών Σημειώσεων Εταίρων

Ο Πέτρος Πέτρου, 28 ετών, είναι απόφοιτος της Οικονομικής Σχολής του Πανεπιστημίου Κύπρου, και κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος MBA του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου. Μετά την αποφοίτηση του, απασχολήθηκε για τρία χρόνια αρχικά ως υπάλληλος και αργότερα ως υπεύθυνος καταστήματος σε αλυσίδα εστιατορίων.

Ο Ορέστης Βασιλείου, 33 ετών, είναι επίσης απόφοιτος του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου, στον κλάδο της Χημικής Μηχανικής και κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος στη Διαχείριση και Προστασία Περιβάλλοντος του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου. Μετά την αποφοίτηση του, απασχολήθηκε για πέντε χρόνια ως σύμβουλος διαχείρισης περιβαλλοντικών επιπτώσεων για την εταιρεία Λανίτης Λτδ. Η θέση αυτή, του έδωσε τις δεξιότητες για την ετοιμασία προγραμμάτων και μελετών μηδενικής παραγωγής αποβλήτων και διαχείρισης αποβλήτων καθώς επίσης και δεξιότητες στην ετοιμασία προτάσεων και μελετών για υιοθέτηση της βέλτιστης περιβαλλοντικής τεχνολογίας για την επεξεργασία των υγρών και στερεών αποβλήτων.

Έχοντας συλλέξει εμπειρία και σε συνδυασμό με τις σχετικές διοικητικές γνώσεις και δεξιότητες του κ.Πέτρου, καθώς επίσης και τις μελέτες που έχει αναπτύξει ο κ. Βασιλείου στο θέμα της Διαχείρισης και Προστασίας του Περιβάλλοντος, βρήκαν τη λύση με την τοποθέτηση των μηχανών, προσπαθώντας να μειώσουν το κόστος των επιχειρήσεων εστίασης στη διαχείριση των αποβλήτων τους, προωθώντας αντίστοιχα την ανακύκλωση, με τέτοιο τρόπο ώστε να βοηθήσουν παράλληλα στη σίτιση των ζώων.

Κεφάλαιο 3: Ανάλυση Αγοράς

3.1.Επισκόπηση των Νέων Τάσεων στην Ανακύκλωση

Η ανακύκλωση παρουσιάζει ανάπτυξη σε όλο τον κόσμο, καθώς οι κυβερνήσεις θεσπίζοντας νόμους προσπαθούν να κάνουν την ανακύκλωση τρόπο ζωής στους πολίτες. Πρέπει ταυτόχρονα να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τις «Επισκοπήσεις της Εφαρμογής της Περιβαλλοντικής Νομοθεσίας και Πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην Κύπρο», οι αρμόδιες Αρχές θα πρέπει να πραγματοποιήσουν σημαντική επένδυση στην ανακύκλωση και τη χωριστή συλλογή κατά τα επόμενα έτη, ώστε να επιτευχθεί ο στόχος αύξησης του ποσοστού ανακύκλωσης από 50% σε 65% μέχρι το 2035.

Ωστόσο, ο ρυθμός εφαρμογής της νομοθεσίας στην Κύπρο για τα απόβλητα, που έχει θεσπίσει η Ευρωπαϊκή Ένωση, είναι αρκετά αργός. Οι δυσκολίες που αντιμετωπίζει η Κύπρος ως προς την εφαρμογή της σχετικής πολιτικής, οφείλονται κυρίως στου παρακάτω λόγους:

α) στην έλλειψη συστημάτων υποδομής και συλλογής για ανακυκλώσιμα υλικά και για την εκτροπή των βιοδιασπώμενων αποβλήτων από χώρους υγειονομικής ταφής, και

β) στην έλλειψη συντονισμού μεταξύ των διαφόρων διοικητικών επιπέδων καθώς επίσης και στην έλλειψη ικανότητας σε τοπικό επίπεδο.

Η Ομοσπονδία Περιβαλλοντικών Οργανώσεων Κύπρου θεωρεί ότι το νομοσχέδιο, με τίτλο «Ο περί Αποβλήτων Νόμος του 2020», κινείται προς την ορθή κατεύθυνση υλοποίησης των δράσεων, όπως επίσης και για τη διασφάλιση των αναγκαίων κοινοτικών κονδυλίων από το Ταμεία Συνοχής.

Με τη δημιουργία της μη κερδοσκοπικής εταιρείας Electrocyclosis από τους εισαγωγείς ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών συσκευών για την ανακύκλωση των παλιών συσκευών, δημιουργείται ένα μονοπάτι προς

την επίτευξη των στόχων που έχουν οριστεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Προς την υλοποίηση των ίδιων στόχων οδεύει και η εταιρεία ΑΦΗΣ που ανάλαβε την ανακύκλωση από τους εισαγωγείς μπαταριών. Εισαγωγείς και παραγωγοί συσκευασμένων καταναλωτικών προϊόντων δημιούργησαν τη γνωστή Green Dot για την ανακύκλωση συσκευασιών. Η κυβέρνηση της Κύπρου εκπόνησε πρόγραμμα για την εξάλειψη τη χρήσης πλαστικών σακούλων και την αντικατάστασή τους με χαρτί. Παράλληλα σε χώρες της Ευρώπης, όπως η Ελλάδα, έχουν τοποθετηθεί ειδικές μηχανές πανομοιότητες με αυτή που προτείνεται σε αυτό το επιχειρηματικό σχέδιο, τόσο για την προώθηση της ανακύκλωσης, όσο και για τη σίτιση των ζώων. Η συσκευή ανακύκλωσης που λειτουργεί ως ταΐστρα και ποτίστρα για τα ζώα, κατασκευάζεται στην Τουρκία από την εταιρεία Puggedon.

Παράλληλα με τη θέσπιση μιας απλής νομοθεσίας, δημιουργούνται πολλές μόνιμες θέσεις εργασίας. Μια απλή νομοθεσία, όπως αυτή του συστήματος ανακύκλωσης αυτοκινήτων, δημιούργησε πολλές μόνιμες θέσεις εργασίας όλων των βαθμίδων. Επίσης ως αποτέλεσμα της συγκεκριμένης νομοθεσίας, πολλά αυτοκίνητα δεν είναι πλέον πεταμένα.

3.2. Ανάλυση περιβάλλοντος

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, προκειμένου μια επιχείρηση, νεοσύστατη ή όχι, να λειτουργεί σωστά και με επιτυχία, είναι απαραίτητο να αντιλαμβάνεται πλήρως τις επικρατούσες συνθήκες. Επομένως, προκειμένου να ενσωματωθεί μια επιχείρηση με τον καλύτερο τρόπο στην αγορά, είναι απαραίτητο να διεξαχθεί σχετική έρευνα για την αναγνώριση και τον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών που κυριαρχούν στον κλάδο.

Σε διεθνές επίπεδο, η ακαδημαϊκή κοινότητα έχει αναπτύξει διάφορα εργαλεία και οι επιχειρηματίες έχουν χρησιμοποιήσει ευρέως αυτά τα εργαλεία για τον σκοπό αυτό. Η πιο κοινή ανάλυση είναι το μοντέλο PESTEL και το μοντέλο πέντε δυνάμεων του Porter.

Η ανάλυση PESTEL περιλαμβάνει τον προσδιορισμό όλων των στοιχείων του κλάδου ή αλλιώς του εξωτερικού περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργεί η εταιρεία. Αυτά τα στοιχεία χωρίζονται σε έξι ομάδες ενδιαφέροντος και κάθε ομάδα ενδιαφερόντων περιγράφεται και συμβολίζεται με την αντίστοιχη συντομογραφία PESTEL:

- ο Πολιτικοί παράγοντες (Political),
- ο Οικονομικοί παράγοντες (Economical),
- ο Κοινωνικοί παράγοντες (Social),
- ο Τεχνολογικοί παράγοντες (Technological),
- ο Φυσικοί παράγοντες (Environmental), και
- ο Νομικοί παράγοντες (Law).

Δεδομένων των παραπάνω πληροφοριών, η ανάλυση PESTEL για τον κλάδο της ανακύκλωσης στον οποίο ανήκει η Feed The Animals Through Recycling έχει ως εξής:

Πολιτικοί παράγοντες

Η πολιτική κατάσταση της Κύπρου είναι αρκετά αναστατωμένη λόγω της πανδημίας που έχει αρχίσει στα τέλη του 2019. Η ύφεση του 2012 που ήδη έχει βιώσει η Κύπρος έχει σαν αποτέλεσμα την αδυναμία αποφασιστικής επιβολής νόμων και ρυθμιστικών διατάξεων, με αποτέλεσμα οι όποιες διαφοροποιήσεις και αλλαγές να επιβάλλονται με χρονικές υστερήσεις, ή όταν λαμβάνουν χώρα να συναντούν τη δυσμενή αντίδραση των επιχειρήσεων του εκάστοτε κλάδου. Αναφορικά με τον κλάδο της ανακύκλωσης οι όποιες πολιτικές εφαρμόζονται, αφορούν κατά βάση στην προσπάθεια δημιουργίας συστημάτων προώθησης της ανακύκλωσης.

Οικονομικοί παράγοντες

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο πρωταρχικός παράγοντας οικονομικής φύσης που επηρεάζει την απόφαση ίδρυσης εταιριών στη χώρα είναι το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον που προκλήθηκε από την εμφάνιση και εξάπλωση της χρηματοπιστωτικής ύφεσης του 2012 καθώς επίσης και τις δύσκολες συνθήκες που επέφερε η πανδημία. Από τη μία πλευρά, η ίδρυση και μετέπειτα λειτουργία εταιριών αποτελεί στους περισσότερους οικονομικούς κλάδους μια απόφαση υψηλού ρίσκου, κυρίως λόγω της περιορισμένης ζήτησης που προκαλείται από τα μειωμένα εισοδήματα των νοικοκυριών αλλά και τη δυσκολία ανεύρεσης χρηματοδότησης λόγω της περιορισμένης ρευστότητας που χαρακτηρίζει το

τραπεζικό σύστημα της χώρας. Από την άλλη πλευρά, είναι γεγονός ότι οι κρυμμένες δαπάνες για τους επενδυτές, όπως για παράδειγμα τέλη εξασφάλισης αδειών για τοποθέτηση συσκευών ανακύκλωσης, αποτελούν ελάχιστο κόστος, μπροστά στα κέρδη που θα αποφέρει στο κράτος ο τομέας της ανακύκλωσης. Έτσι, ενώ το ευρύτερο οικονομικό πλαίσιο της χώρας είναι δυσμενές, ο κλάδος της ανακύκλωσης φαίνεται να έχει ευνοϊκές προοπτικές τα προσεχή χρόνια.

Κοινωνικοί παράγοντες

Οι συνθήκες ζωής των σύγχρονων πολιτών έχουν αλλάξει ριζικά τις πρόσφατες δεκαετίες. Ο άνθρωπος ζει στην εποχή της τεχνολογίας και της διαφήμισης. Τα δυο αυτά μέσα δημιουργούν νέες ανάγκες στον άνθρωπο ο οποίος με τη σειρά του και με τους πόρους που διαθέτει, προσπαθεί να ικανοποιήσει όσο το δυνατόν περισσότερες. Αποτέλεσμα των αναγκών αυτών είναι περισσότερα σκουπίδια, είτε είναι ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές, είτε σακούλια, πλαστικά και γυάλινα μπουκάλια, τενεκεδάκια. Έτσι η ανακύκλωση αποτελεί πλέον τον μοναδικό τρόπο μείωσης των σκουπιδιών στη χώρα μας.

Τεχνολογικοί παράγοντες

Η πρόοδος της Τεχνολογίας έχει ευνοήσει σημαντικά τις περισσότερες επιχειρήσεις των σύγχρονων οικονομιών. Η ολοένα μεγαλύτερη εξέλιξη της εν λόγω επιστήμης οδήγησε στη δυνατότητα απόκτησης εξοπλισμού, μηχανημάτων και συσκευών υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας που διευκολύνουν το έργο τόσο των επιχειρήσεων όσο και τη ζωή των καταναλωτών. Τα τεχνολογικά επιτεύγματα έκαναν επίσης ευκολότερη την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών μοντέλων, όπως για παράδειγμα τη σημαντική μείωση των δαπανών για σκουπίδια μέσω της ανακύκλωσης. Το αποτέλεσμα είναι η αποδέσμευση του ανθρώπινου παράγοντα από καθήκοντα που τα μηχανήματα αναλαμβάνουν επιτυχώς και η περικοπή έτσι σημαντικού τμήματος των εξόδων. Έτσι, η συμβολή της Τεχνολογίας στον κλάδο αυτό συμβάλει σημαντικά στη βελτίωση των περιθωρίων κέρδους.

Φυσικοί παράγοντες

Το φυσικό περιβάλλον αποτελεί επίκεντρο της προσοχής του επιχειρηματικού κόσμου τα πρόσφατα έτη. Σήμερα οι επιχειρήσεις τείνουν να γίνονται ολοένα και περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες και να υιοθετούν δράσεις που να υποστηρίζουν την ιδέα και φιλοσοφία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η μείωση των αποβλήτων, η μείωση της ρύπανσης του περιβάλλοντος, η ανακύκλωση, η χρήση

ανανεώσιμων μορφών ενέργειας είναι λίγες μόνο από τις σχετικές δράσεις. Ο κλάδος της ανακύκλωσης αποτελεί παράδειγμα κλάδου που υποστηρίζει την ιδέα της κοινωνικής ευθύνης.

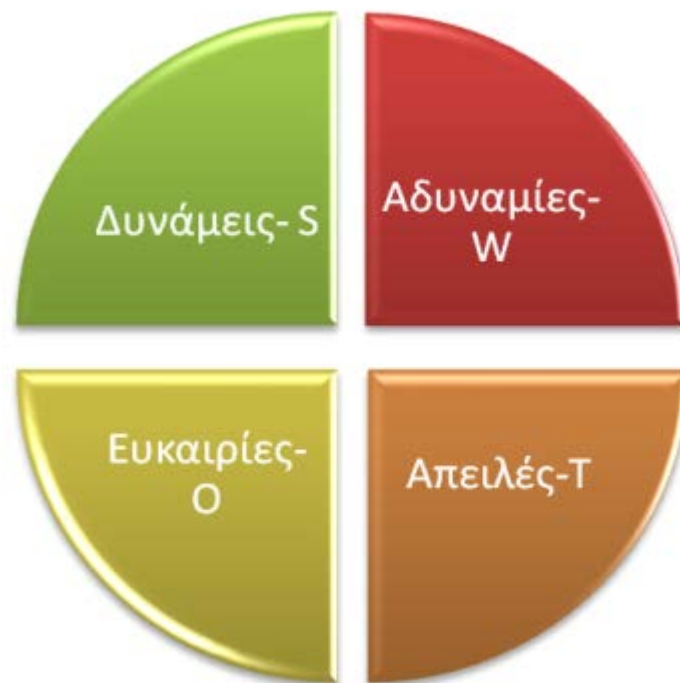
Νομικοί παράγοντες

Η Κυπριακή νομοθεσία σχετικά με τη διαχείριση αποβλήτων συντάχθηκε με βάση την αντίστοιχη Ευρωπαϊκή Νομοθεσία και τις σχετικές οδηγίες και τέθηκε σε εφαρμογή το 2002. Στη συνέχεια συμπληρώθηκε με την έκδοση κανονισμών, διαταγμάτων και τροποποιήσεων, ώστε να καταστεί δυνατή η εφαρμογή της επί του πρακτικού επιπέδου. Πιο κάτω στο σχετικό κατάλογο συγκεντρώνονται οι Βασικές Νομοθεσίες που αφορούν τη διαχείριση των συσκευασιών.

Νομοθεσία	Περιγραφή
N.163(I)/2017	Laws\N163(I)2017-Τροποποιητικός Νομος.pdf
Οι περί Συσκευασιών και Αποβλήτων Συσκευασιών Νόμοι 2002 εως (Αρ. 3) του 2012	Laws\Οι Περί Συσκευασιών και Αποβλήτων Συσκευασιών Νομοι 2002 εως 2012.pdf
Κ.Δ.Π.31/2014	Laws\KDP31-2014_0.pdf
N.125(I)/2012	Laws\N125(I)-2012_0.pdf
N.59(I)/2012	Laws\N59(I)-2012_0.pdf
N.58(I)/2012	Laws\N58(I)-2012_0.pdf
N.185(I)/2011	http://www.moa.gov.cy/moa/environment/environmentnew.nsf/All/FBDCBA0166BEB201C225802F003AD23F?OpenDocument
N.48(I)/2006	Laws\N48(I)-2006_0.pdf
N.159(I)/2005	Laws\N159(I)-2005_0.pdf
Κ.Δ.Π. 747/2003	Laws\KDP747-2003_0.pdf
Κ.Δ.Π. 746/2003	Laws\KDP746-2003_0.pdf
N.133(I)/2003	Laws\N133(I)-2003_0.pdf
Κ.Δ.Π. 183/2002	Laws\KDP183-2002_0.pdf
N.32(I)/2002	Laws\N32(I)-2002_1.pdf

Πίνακας 2: Κατάλογος Νομοθεσιών

Ένα εργαλείο-μοντέλο που τείνει να συνδυάζει τη μελέτη του εσωτερικού αλλά και του εξωτερικού περιβάλλοντος είναι η ανάλυση SWOT. Το μοντέλο αυτό βασίζεται στην ταυτόχρονη μελέτη των δυνατών και αδύνατων σημείων που χαρακτηρίζουν την εσωτερική δομή και λειτουργία μιας επιχείρησης, αλλά και τον προσδιορισμό των ευκαιριών αλλά και απειλών που κρύβει το εξωτερικό περιβάλλον.



Γράφημα 3: SWOT Ανάλυση(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Αναφορικά με τη Feed The Animals Through Recycling, η ανάλυση SWOT έχει ως εξής:

Δυνάμεις- S

- Το πλεονέκτημα της εταιρίας είναι ότι αποσκοπεί να καταπολεμήσει δύο μεγάλα προβλήματα. Την ανακύκλωση καθώς και την τροφοδότηση των ζώων, κυρίως των αδέσποτων.
- Με αυτό τον τρόπο μειώνονται τα σκουπίδια, και προωθείται η ανακύκλωση μέσω της σίτισης των αδέσποτων.
- Έξυπνες μηχανές-εξοπλισμός για ευκολία στη χρήση.

Αδυναμίες- W

- Υψηλός ανταγωνισμός από ήδη υπάρχουσες γνωστές εταιρείες ανακύκλωσης.
- Η εταιρεία δεν είναι γνωστή στο ευρύ κοινό.
- Το κόστος που έχει να καταβάλει η εταιρεία για τη δημιουργία και τη διατήρηση της.

Ευκαιρίες- O

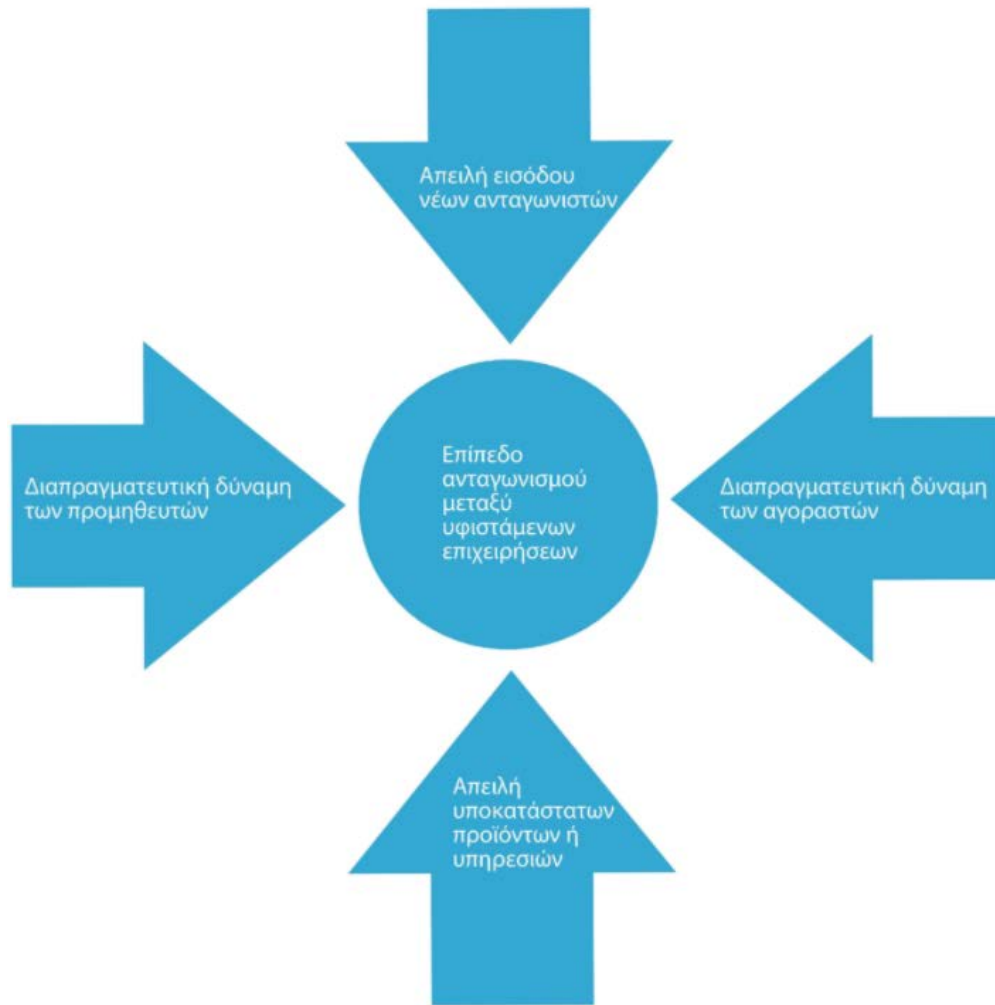
- Η Κυβέρνησή θεσπίζει νομοθεσίες για προώθηση της ανακύκλωσης.
- Η συντροφιά που προσφέρει ένα ζώο έχει οδηγήσει πολλούς ανθρώπους σε υιοθέτηση ζώων.
- Υπάρχουν πολλές οργανώσεις για προστασία των ζώων που δυσκολεύονται να σιτίσουν τα ζώα.

Απειλές – T

- Η είσοδος νέων ανταγωνιστών αυξάνει το ρίσκο ανάπτυξης της επιχείρησης.
- Η δύσκολη περίοδος που διανύει η χώρα μας λόγω της επιδημίας του covid-19.
- Αλλαγές στη νομοθεσία που αφορούν τη σίτιση των ζώων και την ανακύκλωση.

Μια ακόμη τεχνική ανάλυσης του εξωτερικού περιβάλλοντος μιας εταιρείας είναι το μοντέλο των Πέντε Δυνάμεων του Porter.

Οι 5 Δυνάμεις Ανταγωνισμού του Porter



Γράφημα 4: Οι Πέντε Δυνάμεις του Porter

Το μοντέλο αναπτύχθηκε, εστιάζοντας τους πέντε παράγοντες που δυνητικά φέρουν επιρροή πάνω στη δραστηριότητα της εταιρείας. Οι συγκεκριμένοι παράγοντες αφορούν στον Υπάρχον Ανταγωνισμό, τους Προμηθευτές, τους Καταναλωτές, του Δυνητικούς Νεοεισερχόμενους στον κλάδο και τα Υποκατάστατα Προϊόντα. Συγκεκριμένα, το μοντέλο των Πέντε Δυνάμεων του Porter για τη Feed The Animals Through Recycling έχει ως εξής:

Υπάρχον ανταγωνισμός

Η εξέταση του επιπέδου ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων μπορεί να αναδείξει στη διοίκηση μιας επιχείρησης εάν υπάρχουν πολλοί ανταγωνιστές στον κλάδο που προσφέρουν εξίσου ελκυστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Ο κλάδος της ανακύκλωσης παγκόσμια βιώνει άνθηση τα τελευταία έτη, λόγω των τεράστιων ποσοτήτων σκουπιδιών. Διάφορες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον κλάδο της ανακύκλωσης στην Κύπρο, οι οποίες ειδικεύονται σε συγκεκριμένα προϊόντα ανακύκλωσης, όπως η Green Dot Cyprus, Cyprus Metal Scrap, Cypellets. Με την πάροδο των χρόνων η κυβέρνηση της Κύπρου έχει θεσπίσει πολλούς κανονισμούς για την ευαισθησία και πληροφόρηση των πολιτών. Σαν αποτέλεσμα τη διαρκή ενημέρωση των Κύπριων καταναλωτών σχετικά με την ανακύκλωση.

Προμηθευτές

Η εξέταση της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών μπορεί να δείξει στη διοίκηση τον βαθμό εξάρτησης από τους προμηθευτές της. Όπως είναι λογικό, όσο περισσότεροι προμηθευτές υπάρχουν σε μια αγορά, τόσο μικρότερη είναι η εξάρτηση μιας επιχείρησης από τους προμηθευτές.

Αντίθετα, όταν υπάρχουν λίγοι προμηθευτές, όπως στην συγκεκριμένη περίπτωση την προμήθεια των υπολειμμάτων φαγητού από εστιατόρια και ξενοδοχεία, τότε αυτοί μπορεί να προχωρήσουν σε απρόβλεπτες κινήσεις, όπως για παράδειγμα να αυξήσουν το κόστος των πρώτων υλών.

Στην περίπτωση της Feed The Animals Through Recycling, δίνεται το κίνητρο στους προμηθευτές να μειώσουν το κόστος διαχείρισης αποβλήτων της επιχείρησης τους, μέσω της ανακύκλωσης των υπολειμμάτων φαγητών τους. Αυτό καθιερώνει την Feed The Animals Through Recycling σε μια αγορά όπου υπάρχουν πολλοί προμηθευτές πρόθυμοι να ανακυκλώσουν.

Καταναλωτές

Οι καταναλωτές είναι το επίκεντρο του ενδιαφέροντος κάθε επιχείρησης, λόγω του ότι εξαρτάται από αυτούς για να ξεκινήσει να δραστηριοποιείται.

Ακολούθως εξετάζεται ο βαθμός εξάρτησης της επιχείρησης από τους αγοραστές. Η σίτιση των ζώων εξαρτάται αποκλειστικά, από τον ενδιαφέρον των καταναλωτών της να προμηθεύουν σε ζώα φαγητό μέσα από την ανακύκλωση. Για την εξασφάλιση της καλύτερης ικανοποίησης και προσέλκυσης μεγάλου όγκου

καταναλωτών, η εταιρεία επέλεξε να ξεκινήσει από μια αγορά με πολλούς ιδιοκτήτες κατοικίδιων, καθώς επίσης και σε περιοχές όπου η ανακύκλωση γίνεται υποχρεωτικά όπως στον δήμο Λασιών.

Νέο-εισερχόμενος ανταγωνισμός

Η εξέταση της δύναμης αυτής αναδεικνύει στη διοίκηση της επιχείρησης, πόσο εύκολο ή δύσκολο είναι να διεισδύσει κανείς σε μια νέα αγορά, τι εμπόδια μπορεί να συναντήσει, ποια από αυτά τα εμπόδια είναι αντιμετωπίσιμα και ποια χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής. Όπως προαναφέραμε, οι κυβερνήσεις τείνουν να φέρουν την ανακύκλωση στις ζωές των πολιτών και να την κάνουν τρόπο ζωής. Έτσι μελλοντικά, προβλέπεται να υπάρχει ανάπτυξη στον κλάδο, καθώς και περισσότερες επιχειρήσεις να εισέλθουν στον κλάδο. Η Feed The Animals Through Recycling, προσδοκεί να δημιουργήσει ένα τρόπο ανακύκλωσης διαφορετικό. Δεν ανακυκλώνει μόνο, αλλά παράλληλα ταΐζει τα ζώα, δημιουργώντας ένα αφοσιωμένο πελατολόγιο.

Υποκατάστατα Προϊόντα

Η εξέταση της απειλής υποκατάστατων προϊόντων μπορεί να αναδείξει στη διοίκηση μιας επιχείρησης τους κινδύνους που θα έχει να αντιμετωπίσει, λόγω χαμηλότερων τιμών ή χαμηλότερου κόστους παραγωγής ή και συνδυασμό των δύο. Η επιχείρηση, Feed The Animals Through Recycling, επιδιώκει να δημιουργήσει ένα προϊόν που θα δίνει στους καταναλωτές την ικανοποίηση για την ανακύκλωση παράλληλα με τη σίτιση των ζώων. Έτσι προσδοκεί ότι δύσκολα οι καταναλωτές θα αντικαταστήσουν αυτό τον τρόπο ανακύκλωσης, με άλλους.

Κεφάλαιο 4:Μάρκετινγκ

4.1.Στόχοι Αγοράς-Τμηματοποίηση

Οι θεωρίες που σχετίζονται με την τμηματοποίηση της αγοράς επισημαίνουν ότι η εταιρία θα πρέπει να διεξάγει λεπτομερή έρευνα της αγοράς, για να κατανοήσει την κατάσταση της, και στη συνέχεια, να προσδιορίσει το τμήμα στο οποίο τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της αναφέρονται. Συγκεκριμένα, η τμηματοποίηση μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως διαδικασία, με βάση ορισμένα κριτήρια. Σε κάθε ξεχωριστή περίπτωση εταιρίας, αυτά τα κριτήρια έχουν σχεδιαστεί για να διευκολύνουν τον προσδιορισμό των ομάδων πελατών-στόχων (Dickson & Ginter, 1987).

Στην περίπτωση της Feed The Animals Through Recycling, θεωρείται σκόπιμο να χρησιμοποιηθούν τα ακόλουθα κριτήρια:

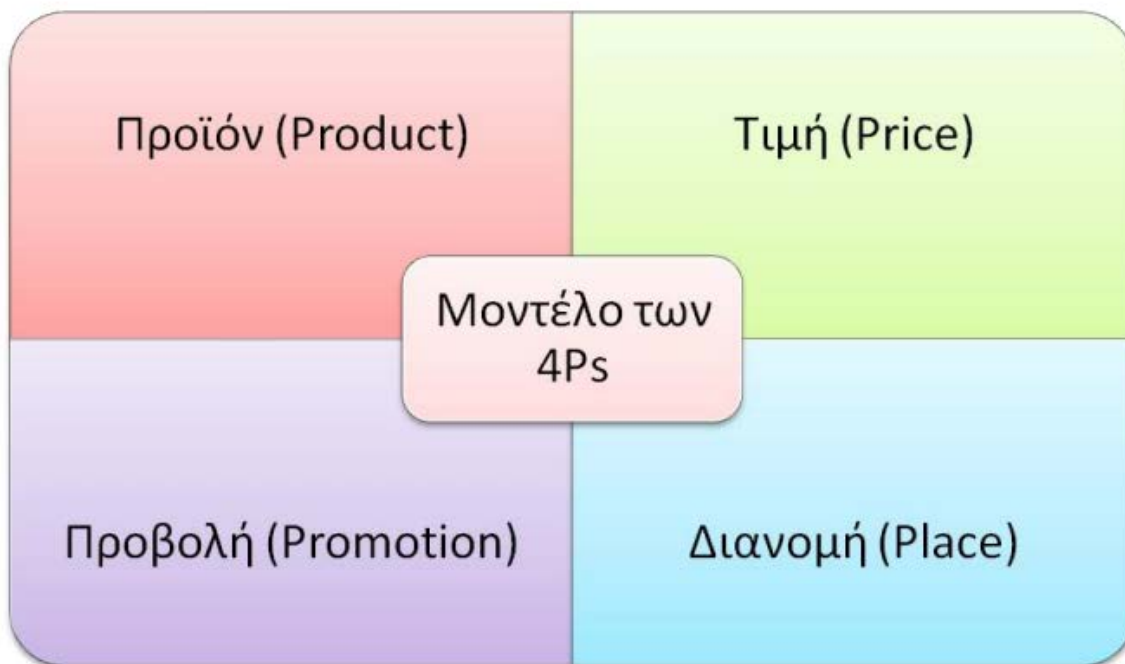
Γεωγραφικό κριτήριο: οι πελάτες- στόχος της Feed The Animals Through Recycling, είναι γενικότερα κάτοικοι της ευρύτερης περιοχής της Λευκωσίας, καθώς αρχικά η εταιρία δε θα τοποθετήσει μηχανές ανακύκλωσης σε άλλες πόλεις της Κύπρου. Συνεπώς, οι πελάτες που προσελκύονται είναι ιδιοκτήτες κατοικίδιων, φιλόζωοι, καθώς επίσης και άτομα που ανακυκλώνουν σε καθημερινή βάση.

Δημογραφικό κριτήριο: οι πελάτες- στόχος είναι άτομα που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 20-75 ετών, και επιπλέον ανήκουν και στα δύο φύλα. Τα άτομα αυτά είναι κυρίως ιδιοκτήτες κατοικίδιων, φιλόζωοι και άτομα που έχουν την ανακύκλωση σαν τρόπο ζωής.

Ψυχογραφικό -Συμπεριφορικό κριτήριο: τα άτομα αυτά ανήκουν κατά βάση στη μεσαία αστική τάξη, δηλαδή από τη μία πλευρά μπορούν να διαθέσουν ένα πόσο για τις ανάγκες των κατοικίδιων τους, και από την άλλη, μέσω της ανακύκλωσης μπορούν να προσφέρουν στα κατοικίδια τους ένα δωρεάν γεύμα. Επιπρόσθετα, άτομα που θέλουν να βοηθήσουν στη μείωση των σκουπιδιών ανακυκλώνοντας, καθώς επίσης και στη σίτιση των αδέσποτων ζώων.

4.2. Μίγμα μάρκετινγκ

Το μίγμα μάρκετινγκ αφορά στον προσδιορισμό και την ανάλυση των τεσσάρων βασικότερων στοιχείων που σχετίζονται με τη στρατηγική μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η εταιρία. Πιο ειδικά, ένα διάσημο μοντέλο που συμβάλει σημαντικά στον σκοπό αυτό είναι αυτό των 4Ps, το οποίο αναγνωρίζει 4 επιμέρους στοιχεία-παράγοντες (το καθένα εκ των οποίων φέρει ως αρχικό γράμμα το λατινικό P) (Παπαδάκης, 2007):



Γράφημα 5: Μοντέλο των 4Ps

Αναφορικά με το μίγμα μάρκετινγκ της Feed The Animals Through Recycling, τα επιμέρους αυτά στοιχεία έχουν ως εξής:

Προϊόν (Product): όπως έχει συζητηθεί παραπάνω, η επιχείρηση αποσκοπεί να παρέχει στους καταναλωτές της προϊόντα από ανακυκλώσιμα τρόφιμα, αποκλειστικά μόνο μέσω της ανακύκλωσης. Έτσι

ειδικοί κάδοι θα τοποθετηθούν σε χώρους εστίασης για τη συλλογή των ανακυκλώσιμων τροφίμων. Επίσης, οι συσκευές ανακύκλωσης και τροφοδοσίας θα τοποθετηθούν σε σημεία της πόλης για εύκολη πρόσβαση από τα ζώα από τις ειδικές λεκάνες ζωοτροφής.

Τιμή (Price): η προσφορά του προϊόντος στα ζώα απαιτεί αποκλειστικά ανακυκλώσιμα υλικά. Για τη λειτουργία της ειδικής μηχανής, δεν απαιτείται η καταβολή οποιασδήποτε χρηματικής μορφής, παρά μόνο την πληρωμή με ανακυκλώσιμα υλικά. Η ανακύκλωση είναι το μοναδικό μέσω πληρωμής, έτσι ώστε το μηχάνημα να λειτουργήσει και να προσφέρει στα ζώα, είτε πρόκειται για κατοικίδια, είτε για αδέσποτα, τροφή και νερό.

Διανομή (Place): το στοιχείο της Διανομής αφορά στην επιλογή του τόπου – της φυσικής παρουσίας των ειδικών μηχανημάτων της εταιρίας. Για να είναι δυνατή η προσέλκυση του κοινού-στόχου, η εταιρία έπρεπε αρχικά να προσδιορίσει τα σημεία αυτά εντός της ευρύτερης επαρχίας Λευκωσίας, όπου οι εν λόγω πελάτες διέρχονται σε πολύ τακτική βάση. Έτσι, μεταξύ άλλων περιοχών, επιλέχθηκαν οι περιοχές της Αγλαντζιάς, Στροβόλου και Λατσιών οι οποίες κατέχουν υψηλά ποσοστά κυκλοφορίας πεζών λόγω της πληθώρας των πάρκων που υπάρχουν ολόγυρα. Μελλοντικά, η διοίκηση προτείνει την τοποθέτηση μηχανημάτων και σε άλλες πόλεις της Κύπρου.

Προβολή (Promotion): Η απόφαση και κατόπιν υιοθέτηση της κατάλληλης στρατηγικής προβολής της εταιρίας γίνεται βάσει των αναγκών και της όλης φιλοσοφίας της εταιρίας (Van Waterschoot & Van den Bulte, 1992). Δεδομένου ότι η εταιρία βρίσκεται πριν την επίσημη έναρξη λειτουργίας της, η προσέλκυση και συνεπώς επένδυση υψηλής χρηματοδότησης δεν είναι εφικτή. Για το λόγο αυτό, η διοίκηση αποφασίζει να ακολουθήσει μία πολιτική-προβολής που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τάσεις των πελατών-στόχου όσο και των δικών της χαρακτηριστικών. Έτσι, η εταιρία έχει ήδη ξεκινήσει τη δημιουργία λογαριασμών προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media), στα οποία τα άτομα του ηλικιακού γκρουπ-στόχου είναι πολύ ενεργά τα πρόσφατα έτη. Με τον τρόπο αυτό, θεωρείται βέβαιη η προβολή της εταιρίας, η επίτευξη αποδοτικής επικοινωνίας με τους πελάτες και η καλύτερη έτσι ανταπόκριση στις δικές τους ανάγκες και επιθυμίες. Επιπλέον, η διοίκηση αποφασίζει τη διανομή φυλλαδίων ειδικά σχεδιασμένων για την προβολή της φιλοσοφίας της ανακύκλωσης και σίτισης των αδέσποτων και κατοικίδιων. Τα φυλλάδια αυτά θα μοιράζονται στις περιοχές που θα τοποθετηθούν οι μηχανές.

4.3.Σχεδιασμός διαφήμισης

Αναφορικά με τη διαφημιστική καμπάνια, όπως συζητήθηκε στο στοιχείο της Προβολής στο μοντέλο των 4Ps, τα μέσα διαφήμισης θα είναι δύο:

- ο μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, Twitter, Snapchat,
- ο διανομή φυλλαδίων.

Πέραν αυτών, τα παρακάτω στοιχεία αφορούν και στην ουσία περιγράφουν τη διαφημιστική καμπάνια της **Feed The Animals Through Recycling**:

- ο Το σλόγκαν: «Recycling by Feeding the animals»
- ο Το μήνυμα που επιθυμεί η καμπάνια να περάσει: την προώθηση της ανακύκλωσης μέσω της σίτισης των ζώων.
- ο Σχεδιασμός και εφαρμογή της διαφημιστικής καμπάνιας: ο επιχειρηματίας και ο συνεργάτης σύμβουλος θα σχεδιάσουν από κοινού τους λογαριασμούς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τα φυλλάδια που θα διανέμονται.
- ο Παρακολούθηση αποδοτικότητας των μέσων διαφήμισης: αναφορικά με τα δύο μέσα (μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διανομή φυλλαδίων) που θα χρησιμοποιήσει η εταιρεία, θα γίνεται καταγραφή της επισκεψιμότητας στις σελίδες της εταιρείας. Στο τέλος του πρώτου εξαμήνου, η εταιρεία θα διαλευκάνει ποιο μέσο είναι αποδοτικότερο και θα αξιολογήσει έτσι την πιθανότητα εκ νέου σχεδιασμού της όλης διαφημιστικής εκστρατείας.

Κεφάλαιο 5: Χρηματοοικονομική ανάλυση

5.1. Παρουσίαση οικονομικών μεγεθών

Αναφορικά με το πρώτο έτος λειτουργίας της Feed The Animals Through Recycling γίνεται η παρακάτω πρόβλεψη του κύκλου εργασιών:

- Η εταιρία προβλέπει 50 εστιατόρια και ξενοδοχεία να παρέχουν εβδομαδιαίως απορρίματα τροφίμων, με μέση τιμή 100 ευρώ το μήνα: Συνολική αξία 5.000 ευρώ
- Η εταιρία προβλέπει καθημερινή επισκεψιμότητα στα ειδικά μηχανήματα τροφοδοσίας περίπου 300 καταναλωτών, που θα προσφέρουν ανακυκλώσιμα υλικά για την τροφοδοσία των ζώων.
- Η συλλογή 300 περίπου ανακυκλώσιμων υλικών φέρνει στην εταιρεία περίπου 1,30 ευρώ σε 30 μέρες: Σύνολο αξίας 11.700 ευρώ.

Βασισμένοι στις πιο πάνω προβλέψεις, ακολουθούν οι προβλέψεις πωλήσεων σε μηνιαία βάση συγκεντρωτικά και από τα τρία μηχανήματα:

2021	Κύκλος εργασιών σε ευρώ
Ιανουάριος	16.700
Φεβρουάριος	18.700
Μάρτιος	20.700
Απρίλιος	24.600
Μάιος	30.205
Ιούνιος	35.110
Ιούλιος	40.016
Αύγουστος	46.559
Σεπτέμβριος	53.542

Οκτώβριος	61.574
Νοέμβριος	81.431
Δεκέμβριος	93.646
Σύνολο Πωλήσεων 1^{ου} έτους	522.783

Πίνακας 6 : Προβλέψεις πωλήσεων για τους πρώτους 12 μήνες λειτουργίας-συγκεντρωτικά δεδομένα

Οι προβλέψεις αυτές βασίζονται στις υποθέσεις ότι:

- Κατά τον πρώτο μήνα λειτουργίας της, η εταιρεία στοχεύει να πετύχει κύκλο εργασιών συγκεντρωτικά 13%-15% άνω του κόστους της περίπου, ποσό που ισούται με 16.700 ευρώ, δεδομένου ότι το συνολικό κόστος λειτουργίας και διαφήμισης κατά τον μήνα αυτό είναι συνολικά 14.500, όπως φαίνεται και παρακάτω.
- Του επόμενου μήνες οι πωλήσεις αυξάνονται με ρυθμό 9%.

Ακολούθως θα παρουσιάσουμε τις εισροές και εκροές για κάθε μήνα του 2021 προ τόκου και φόρου.

2021	Ιανουάρ.	Φεβρουάρ.	Μάρτ.	Απρίλ.	Μάιος	Ιούνιος
Πωλήσεις	16.700	18.700	20.700	24.600	30.205	35.110
Κόστος Λειτουργίας	7.580	7.580	7.580	7.830	7.830	7.830
Κόστος τοποθέτησης μηχανημάτων και συντήρησης	1.500	1.700	1.700	1.700	1.700	1.700
Κόστος Συλλογής ανακυκλώσιμων υλικών	1.700	1.700	1.700	1.700	1.700	1.700
Μισθοί	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720
ΣΥΝΟΛΟ	2.200	4.000	6.000	9.650	15.255	20.160
Κόστος Πωληθέντων	1.500	2.575	4.275	5.000	6.850	7.950
Έξοδα διαφήμισης	250	250	250	250	250	250
Κέρδη προ τόκου και Φόρου	450	1.175	1.475	4.400	8.155	11.960

Πίνακας 7: Προβλέψεις Εισροών-Εκροών Λειτουργίας για τους μήνες Ιανουαρίου μέχρι Ιουνίου.

2021	Ιούλιος	Αύγουστ.	Σεπτέμβ.	Οκτώβ.	Νοέμβ.	Δεκέμβ.
Πωλήσεις	40.016	46.559	53.542	61.574	81.431	93.646
Κόστος Λειτουργίας	7.830	7.830	7.830	7.830	7.830	7.830
Κόστος τοποθέτησης μηχανημάτων και συντήρησης	1.700	1.700	1.700	1.700	1.700	1.700
Κόστος Συλλογής ανακυκλώσιμων υλικών	1.700	1.700	1.700	1.700	1.700	1.700
Μισθοί	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720
ΣΥΝΟΛΟ	25.066	31.609	38.592	46.624	66.481	78.696
Κόστος Πωληθέντων	8.506	9.850	11.750	19.050	19.800	22.675
Έξοδα διαφήμισης	250	250	250	250	250	250
Κέρδη προ τόκου και Φόρου	16.310	21.509	26.592	27.324	46.431	55.771

Πίνακας 8: Προβλέψεις Εισροών-Εκροών Λειτουργίας για τους μήνες Ιούλιος μέχρι Δεκέμβριο.

Οι εκτιμήσεις αυτές έγιναν με τις εξής υποθέσεις:

- Τους μήνες Φεβρουάριο και Μάρτιο οι πωλήσεις και το κόστος πωληθέντων αυξάνονται με ρυθμό 10%.
- Τα μηνιαία έξοδα μισθοδοσίας υπολογίζονται ως εξής: 3 υπάλληλοι *30 μέρες* ημερομίσθιο αξίας 40ευρώ= 3.720 ευρώ.
- Το κόστος τοποθέτησης και συντήρησης των μηχανημάτων υπολογίζεται σε 1.700 ευρώ μηνιαίως.
- Το κόστος συλλογής ανακυκλώσιμων υλικών υπολογίζεται σε 1.700 ευρώ επίσης.
- Τα έξοδα διαφήμισης παραμένουν σταθερά για όλους τους 12 πρώτους μήνες.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι προβλέψεις για τον Ισολογισμό για το έτος 2021 και την Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης.

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΣΕ ΕΥΡΩ	€	€	€
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	2021	2022	2023
Συσκευές Ανακύκλωσης	10.000	10.000	10.000
Αποθέματα	5.000	5.500	6.650
Απαιτήσεις	2.500	2.380	3.580
Άλλα Στοιχεία Κυκλ.Ενεργ	1.300	1.480	2.540
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	18.800	19.360	22.770
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
Ίδια Κεφάλαια	15.500	15.550	15.601
Μετοχ. Κεφ.	15.500	15.500	15.500
Μακρ.Υποχρ.	0	0	0
Βραχυπρ.Υποχρ	3.300	3.860	7.270
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	18.800	19.360	22.770

Πίνακας 9: Προβλέψεις Ισολογισμός για τα έτη 2021, 2022 και 2023

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΗΣ	€	€	€
	2021	2022	2023
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	522.783	604.286	685.789
(ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ)	250.200	294.409	329.738
(ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ)	93.210	101.500	115.790
(ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ)	3.000	3.000	3.000
(ΛΟΙΠΑ ΚΟΣΤΗ)	40.600	55.681	72.762
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΤΟΚΟΥ ΚΑΙ ΦΟΡΟΥ	135.773	149.696	164.499
(ΦΟΡΟΣ)	43.166	45.156	47.146
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΤΟΚΟΥ	92.607	104.540	117.353
(ΤΟΚΟΙ)	120	182	250
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	92.487	104.358	117.103

Πίνακας 10: Προβλέψεις Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης για τα έτη 2021, 2022 και 2023

Γίνονται οι ακόλουθες υποθέσεις για τα στοιχεία των παραπάνω πινάκων:

- Τα στοιχεία του Κυκλοφορικού Ενεργητικού αυξάνονται ετησίως με ρυθμό 13%
- Τα Ίδια Κεφάλαια περιλαμβάνουν το Μετοχικό Κεφάλαιο και τα Αποθεματικά. Καθώς δεν προβλέπεται να υπάρχουν αποθεματικά, το Μετοχικό Κεφάλαιο ισούται με την αξία των Ίδιων Κεφαλαίων.

- Τα Κόστη Λειτουργίας και τα Λοιπά Κόστη αυξάνονται με ρυθμό 8% - 12%.
- Το Κόστος Διαφήμισης παραμένει σταθερό.
- Η εταιρεία κατά τα τρία πρώτα έτη λειτουργίας δεν έχει σκοπό να προβεί σε μακροχρόνιο δανεισμό. Αυτό συνεπάγει την δέσμευση της εταιρείας σε ετήσια καταβολή δόσεων.
- Η εταιρεία θα προβεί σε βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση για την κάλυψη των αναγκών της.
- Το Κόστος του Βραχυπρόθεσμου Δανεισμού ανέρχεται σε 12% ετησίως, το οποίο παρουσιάζεται στην Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης ως Χρεωστικοί Τόκοι.

5.2 Ανάλυση αριθμοδεικτών

Η ανάλυση των οικονομικών μεγεθών της επιχείρησης με τη μέθοδο των αριθμοδεικτών είναι ένα πολύτιμο εργαλείο για του επενδυτές. Μέσω των αριθμοδεικτών, οι επενδυτές αντλούν ικανοποιητική πληροφόρηση για τις σχέσεις κάποιων μεγεθών μεταξύ τους οι οποίες αντανακλούν τη συμπεριφορά, τις αποφάσεις και γενικά την πορεία μιας επιχείρησης. Επίσης, είναι σημαντικό να υπολογιστούν για μια σειρά ετών ώστε να δείξουν τη διαχρονική εξέλιξη των οικονομικών μεγεθών. Οι δείκτες διακρίνονται σε τέσσερις γενικές κατηγορίες και παρουσιάζονται πιο κάτω:

Ρευστότητας:

Οι αριθμοδείκτες της κατηγορίας ρευστότητας αντανακλούν τον βαθμό στον οποίο η επιχείρηση μπορεί να χρηματοδοτήσει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της μέσω των στοιχείων του Κυκλοφορικού Ενεργητικού. Οι πιο διαδεδομένοι δείκτες της κατηγορίας αυτής είναι:

- Δείκτης Γενικής Ρευστότητας: εκφράζει το κατά πόσο η εταιρεία μπορεί να καλύψει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της με τη χρήση του Κυκλοφορικού Ενεργητικού. Τιμές του δείκτη κοντά στο 2 θεωρούνται ιδανικές.

$$\Delta GP = \frac{\text{Κυκλοφορικό Ενεργητικό}}{\text{Βραχυχρόνιες Υποχρεώσεις}}$$

- Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας: εκφράζει το κατά πόσο η εταιρία μπορεί να καλύψει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της με τη χρήση του Κυκλοφορικού Ενεργητικού, χωρίς όμως σε αυτό να περιλαμβάνονται τα Αποθέματα. Τιμές του δείκτη κοντά στο 1 θεωρούνται ιδανικές:

$$\Delta AP = (\text{Κυκλοφορικό Ενεργητικό} - \text{Αποθέματα}) / \text{Βραχυχρόνιες Υποχρεώσεις}$$

Δραστηριότητας:

Οι αριθμοδείκτες της κατηγορίας Δραστηριότητας αντανακλούν τον βαθμό στον οποίο η εταιρία χρησιμοποιεί τα περιουσιακά της στοιχεία με παραγωγικό τρόπο για την όλη της δραστηριότητα. Οι πιο διαδεδομένοι δείκτες της κατηγορίας αυτής είναι:

- Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων: εκτιμά πόσες φορές ετησίως τα αποθέματα ανανεώνονται, δηλαδή πωλούνται και συνεπώς μετατρέπονται σε πωλήσεις. Όσο το δυνατόν υψηλότερες τιμές δίνει ο συγκεκριμένος αριθμοδείκτης τόσο καλύτερο για την επιχείρηση.

$$\Delta KTAποθ = \text{Κόστος Πωληθέντων} / \text{Αποθέματα}$$

- Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Απαιτήσεων: εκτιμά πόσες φορές ετησίως εισπράττονται οι απαιτήσεις της επιχείρησης από τους πελάτες της. Ιδανικό θεωρείται αυτός να φέρει όσο το δυνατόν υψηλότερες τιμές.

$$\Delta KTAπαιτ = \text{Κύκλος Εργασιών} / \text{Απαιτήσεις}$$

Αποδοτικότητας:

Οι αριθμοδείκτες αυτοί αφορούν στις σχέσεις μεταξύ των κερδών, απασχολούμενων κεφαλαίων και πωλήσεων. Με άλλα λόγια, εκτιμούν κατά πόσο η εταιρία χρησιμοποιεί αποδοτικά τα περιουσιακά της στοιχεία για να δημιουργήσει πωλήσεις ή κέρδη. Οι πιο διαδεδομένοι δείκτες της κατηγορίας αυτής είναι:

- Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους: εκτιμά το ποσοστό του καθαρού κέρδους που απομένει στην επιχείρηση από τη δραστηριότητά της. Όσο μεγαλύτερες τιμές λαμβάνει, τόσο μεγαλύτερο ποσοστό των εσόδων παραμένουν στην εταιρία με τη μορφή κέρδους:

$$\Delta KΠK = \frac{\text{Καθαρά Κέρδη}}{\text{Κύκλος Εργασιών}} * 100$$

- Αποδοτικότητα Ενεργητικού: εκτιμά τον βαθμό στον οποίο η εταιρία χρησιμοποιεί αποδοτικά τα περιουσιακά στοιχεία αυτής με σκοπό το κέρδος:

$$\Delta AE = \frac{\text{Κέρδη προ τόκου και φόρου}}{\text{Σύνολο Ενεργητικού}} * 100$$

- Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων: εκτιμά τον βαθμό στον οποίο η εταιρία χρησιμοποιεί αποδοτικά τα ίδια κεφάλαια αυτής με σκοπό το κέρδος:

$$\Delta AIK = \frac{\text{Καθαρά Κέρδη}}{\text{Ίδια Κεφάλαια}} * 100$$

Διάρθρωσης κεφαλαίων:

Η κατηγορία αυτών των αριθμοδεικτών αντανακλούν τη δομή των πηγών χρηματοδότησης που χρησιμοποιεί η επιχείρηση για να χρηματοδοτεί τα επενδυτικά της πλάνα και πρακτικές. Οι πιο διαδεδομένοι δείκτες της κατηγορίας αυτής είναι:

- Ίδια προς Συνολικά Κεφάλαια: εξετάζει τη σχέση ή αλλιώς το ποσοστό των Συνολικών Κεφαλαίων που καταλαμβάνουν τα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης:

$$\frac{IK}{\Sigma K} = \frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Σύνολο Κεφαλαίων}}$$

- Ίδια προς Ξένα Κεφάλαια: εξετάζει τη σχέση των ιδίων κεφαλαίων με τα ξένα, ή ισοδύναμα καταδεικνύει σε ποια πηγή βασίζεται περισσότερο η χρηματοδότηση της επιχείρησης, ίδια ή ξένα Κεφάλαια.

$$\frac{IK}{\Xi K} = \frac{\text{Ίδια Κεφάλαια}}{\text{Ξένα Κεφάλαια}}$$

Ο πίνακας που ακολουθεί εκτιμά τους παραπάνω αριθμοδείκτες για τη Feed The Animals Through Recycling για τη χρονική περίοδο 2021- 2023 βάσει των στοιχείων των πινάκων 9 και 10:

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	2021	2022	2023
Ρευστότητας			
ΔΓΡ	2,66	2,42	1,75
ΔΑΡ	1,15	1	0,84

Δραστηριότητας			
ΔΚΤΑποθ	50,04	53,52	49,58
ΔΚΤΑπαιτ	209,11	109,87	191,56
Διάρθρωσης Κεφαλαίων			
ΙΚ/Σύνολο Κεφαιλ.	0,5	0,65	0,75
ΙΚ/ΞΚ	4,69	4,01	2,13
Αποδοτικότητας			
ΔΚΠΚ	22%	18%	14%
ΔΑΕ	7,22	7,73	7,22
ΔΑΙΚ	5,96	6,73	7,55

Πίνακας 11: Προβλέψεις Αριθμοδεικτών για τα έτη 2021, 2022 και 2023

Όπως φαίνεται από τα δεδομένα του πίνακα 11, αντλούνται τα πιο κάτω αποτελέσματα από τους αριθμοδείκτες:

- Συγκεκριμένα για τον Γενικής Ρευστότητας, τα στοιχεία της εταιρίας οδηγούν αρχικά σε τιμές του δείκτη άνω του 2, ενώ στα επόμενα δύο έτη η τιμή αυτή μειώνεται. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της επιχείρησης αυξάνονται σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι τα αποθέματα.
- Αναφορικά με τον δείκτη Άμεσης Ρευστότητας, αυτός παρουσιάζει τα πρώτα δυο χρόνια τιμές γύρω στο 1, γεγονός που σημαίνει ότι η εταιρία θα είναι κατά τα πρώτα δύο έτη σε θέση να καλύψει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της με τα στοιχεία του Κυκλοφορούντος Ενεργητικού χωρίς μάλιστα να χρησιμοποιεί τα αποθέματά της. Τον τρίτο χρόνο φαίνεται να παρουσιάζει μια πτώση ο δείκτης αυτός. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι αυξάνονται οι Βραχυχρόνιες Υποχρεώσεις.
- Ο δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Αποθεμάτων κυμαίνεται γύρος στις 50 φορές ετησίως. Παρατηρείται μια αύξηση από τον πρώτο στο δεύτερο χρόνο, αλλά μια μείωση από τον δεύτερο χρόνο στον τρίτο. Αυτό οφείλεται στη σταθερή αύξηση των πωλήσεων παράλληλα με τη σταθερή αύξηση του κόστους πωληθέντων. Αναφορικά με το αποτέλεσμα του δείκτη, αυτό δείχνει ότι περίπου 51 φορές μέσα σε ένα έτος τα αποθέματα της εταιρίας ανανεώνονται καθώς αυτή χρησιμοποιεί τα εν λόγω προϊόντα για νέες πωλήσεις στους πελάτες
- Ο δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Απαιτήσεων μειώνεται ετησίως, καθώς η αύξηση των πωλήσεων διαχρονικά μειώνεται. Αναφορικά με το αποτέλεσμα του δείκτη, αυτό δείχνει ότι ολοένα

και λιγότερες φορές μέσα σε ένα έτος οφειλέτες της εταιρίας αποπληρώνουν τις οφειλές τους προς αυτή.

- Ο δείκτης ΙΚ/ Σύνολο Κεφαλαίων δείχνει ότι για τα πρώτα τρία έτη λειτουργίας της εταιρίας, άνω του 55%-75% των κεφαλαίων που αυτή χρησιμοποιεί είναι ίδια, καθώς η εταιρία λαμβάνει πολύ περιορισμένη ξένη χρηματοδότηση.
- Ο δείκτης ΙΚ/ ΞΚ φέρει διαχρονικά πολύ μεγάλες τιμές, γεγονός που αντανακλά την τάση της εταιρίας να βασίζεται στα δικά της κεφάλαια, αποφεύγοντας τη λήψη δανεισμού.
- Ο δείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους δείχνει ότι το ποσοστό περιθωρίου Κέρδους μειώνεται μέχρι και στο 14%, ενώ στον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης το Περιθώριο Κέρδους είναι στο 22%.
- Ο δείκτης Αποδοτικότητας Ενεργητικού φέρει τιμές σταθερές στο 7. Έτσι, για παράδειγμα το 2021 το αποτέλεσμα του δείκτη σημαίνει ότι η αξία των κερδών (προ τόκου και φόρου) είναι περίπου 7,22 φορές μεγαλύτερη από αυτήν των στοιχείων του Ενεργητικού. Ο σταθερός ρυθμός που παρουσιάζει η εταιρεία, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η ικανότητα της εταιρίας να χρησιμοποιήσει αποδοτικά τα περιουσιακά της στοιχεία με σκοπό το κέρδος είναι πολύ καλή.
- Ο δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων φέρει επίσης τιμές αρκετά υψηλές διαχρονικά. Για παράδειγμα, το 2021 το αποτέλεσμα του δείκτη σημαίνει ότι η αξία των καθαρών κερδών είναι περίπου 5 φορές μεγαλύτερη από αυτήν των Ιδίων Κεφαλαίων. Στον συγκεκριμένο δείκτη διαχρονικά παρουσιάζεται αύξηση, και συμπερασματικά βλέπουμε ότι η ικανότητα της εταιρίας να χρησιμοποιήσει αποδοτικά τα δικά της κεφάλαια με σκοπό το κέρδος θεωρείται πολύ καλή.

Κεφάλαιο 6: Στρατηγικός προγραμματισμός

6.1. Έρευνα Αγοράς

Η έρευνα αγοράς μπορεί να προσφέρει τη γνώση και αντίληψη που κάθε επιχείρηση χρειάζεται για να κατανοήσει καλύτερα τη θέση της στον αγορά και στον κλάδο. Χρησιμοποιώντας την κατάλληλη έρευνα αγοράς, μας δίνεται η δυνατότητα προσαρμογής των αναγκών για κάθε οργανισμό, κάθε ανάγκης και κάθε περίπτωσης.

Στα πλαίσια της παρούσας διατριβής, για την παρουσίαση του επιχειρηματικού σχεδίου της εταιρείας «Feed your Animal Through Recycling», χρησιμοποιήθηκε η πρωτογενής έρευνα αγοράς για τη συλλογή στοιχείων. Τα στοιχεία που επιθυμεί να συλλέξει η εταιρεία, σχετίζονται με τον στόχο που θέλει να επιτύχει εισερχόμενη στην αγορά της ευρύτερης περιοχής της Λευκωσίας.

Για τον σκοπό αυτό δόθηκε το πιο κάτω ερωτηματολόγιο (Παράρτημα 1) πολλαπλών επιλογών, σε 40 τυχαία άτομα, για τη διεξαγωγή ποσοτικής έρευνας. Η ποσοτική έρευνα θα βοηθήσει στην εκπόνηση έγκυρων γενικεύσιμων ερωτημάτων για τη μέτρηση και ευρείας εξέτασης του στόχου της επιχείρησης. Στο ερωτηματολόγιο ρωτήθηκε το φύλο του ατόμου, όπως επίσης την άποψη του για την ανακύκλωση και αν ανακυκλώνει. Και τέλος αν είναι ιδιοκτήτης κατοικίδιου και αν τον ενδιαφέρει να ανακυκλώνει μέσω της σίτισης των ζώων.

Ερωτηματολόγιο

Η έρευνα είναι ανώνυμη. Οι ερωτήσεις είναι πολλαπλών επιλογών και απαντάτε κυκλώνοντας. Σκοπός της έρευνας είναι να καταγράψουμε τις γνώσεις μας και τις συνήθειες μας σχετικά με την ανακύκλωση. Σας παρακαλούμε οι απαντήσεις σας να ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα έτσι ώστε τα στοιχεία που θα προκύψουν από την έρευνα να είναι πραγματικά.

1. ΦΥΛΟ
 - Άνδρας
 - Γυναίκα
2. Πόσο ενημερωμένος-η είσαι για θέματα ανακύκλωσης;
 - Λίγο
 - Πολύ
 - Καθόλου
3. Χωρίζεται στο σπίτι σας τα απορρίματα σε ανακυκλώσιμα και μη, πριν τα πετάξετε;
 - Ποτέ
 - Σπάνια
 - Συχνά
 - Πάντα
4. Κάνετε την απαραίτητη προεργασία πριν πετάξετε τις συσκευασίες στον κάδο ανακύκλωσης;
 - Ναι
 - Όχι
 - Δεν ξέρω τι προεργασία χρειάζεται
5. Ποια από τα παρακάτω υλικά μπορούν να συλλεχθούν και να ανακυκλωθούν;
 - Χαρτί
 - Γυαλί †
 - Αλουμίνιο †

- Μπαταρίες †
 - Πλαστικό †
 - Ηλεκτρικές συσκευές †
 - Υπολλείματα φαγητού
6. Ποιοι κατά την γνώμη σας είναι οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους πρέπει να κάνουμε ανακύκλωση; (επιλέξτε μέχρι τρία)
- Λόγω μόδας της εποχής μας †
 - Για εξοικονόμηση ενέργειας †
 - Μας το επιβάλλει η Ευρωπαϊκή Ένωση †
 - Για προστασία του περιβάλλοντος †
 - Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στην βιομηχανία ανακύκλωσης †
 - Για εξοικονόμηση χρημάτων †
7. Τι νομίζετε ότι είναι πιο σημαντικό;
- Η μείωση των απορριμμάτων †
 - Η ανακύκλωση των απορριμμάτων †
8. Είστε ιδιοκτήτες κατοικίδιου;
- Ναι †
 - Όχι
9. Αν μέσω της ανακύκλωσης γνωρίζεται ότι βοηθάτε την σίτιση των ζώων, θα σας ενδιέφερε αυτός ο τρόπος ανακύκλωσης;
- Καθόλου
 - Λίγο
 - Πολύ
 - Αδιάφορος

- Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε τυχαία από 40 άτομα, εκ των οποίων οι 22 ήταν γυναίκες και 18 άνδρες.
- Το 52% θεωρεί τον εαυτό του πολύ ενημερωμένο για θέματα ανακύκλωσης, το 35% λίγο ενημερωμένο, και μόνο το 13% θεωρεί ότι δεν είναι καθόλου ενημερωμένος σε θέματα ανακύκλωσης.
- Όσον αναφορά στην ερώτηση, κατά πόσο τα άτομα διαχωρίζουν τα απορρίμματα σε ανακυκλώσιμα και μη, οι απαντήσεις ανάμεσα στο Πότε, Σπάνια, Συχνά και Πάντα κυμαίνεται στο 20% - 33%
- Ακολούθως, στην ερώτηση κατά πόσο ακολουθείτε η απαραίτητη προεργασία πριν πεταχτούν οι συσκευασίες στον κάδο ανακύκλωσης, περίπου το 48% απάντησαν ότι Δε γνωρίζουν την απαραίτητη προεργασία, ενώ το 32% απάντησε θετικά και το 20% αρνητικά.
- Έπειτα δόθηκαν τα υλικά, Χαρτί, Γυαλί, Αλουμίνιο, Μπαταρίες, Πλαστικό, Ηλεκτρικές συσκευές, Υπολείμματα φαγητού, και δόθηκε η επιλογή να διαλέξουν πόσα γνωρίζουν ότι ανακυκλώνονται. Όλοι γνώριζαν για όλα τα υλικά που μπορούν να ανακυκλωθούν, εκτός από τα υπολείμματα φαγητού, μόνο το 50% γνωρίζει.
- Στην ερώτηση, για τους σημαντικότερους λόγους για τους οποίους πρέπει να κάνουμε ανακύκλωση, δόθηκαν οι παρακάτω πολλαπλές επιλογές.
 - Λόγω μόδας της εποχής μας †
 - Για εξοικονόμηση ενέργειας †
 - Μας το επιβάλλει η Ευρωπαϊκή Ένωση †
 - Για προστασία του περιβάλλοντος †
 - Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στη βιομηχανία ανακύκλωσης †
 - Για εξοικονόμηση χρημάτων

Καταλήγουμε στο συμπέρασμα, ότι όλοι οι ερωτηθέντες αντιλαμβάνονται ότι γίνεται για προστασία του περιβάλλοντος και για εξοικονόμηση ενέργειας. Υπάρχουν όμως και μερικοί που θεωρούν ότι γίνεται λόγω μόδας, για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, καθώς επίσης και για εξοικονόμηση χρημάτων.

- Οι απόψεις χωρίζονται στα δύο όσον αφορά τι θεωρούν πιο σημαντικό, τη μείωση των απορριμάτων ή την ανακύκλωση των απορριμάτων.

- Επίσης, το 33% των ερωτηθέντων ήταν ιδιοκτήτες κατοικίδιων και 68% δεν ήταν ιδιοκτήτες κατοικίδιων.
- Παρόλα αυτά, το 50% φαίνεται να ενδιαφέρεται πολύ για την ανακύκλωση, εάν γνώριζαν ότι θα βοηθούσαν στη σίτιση των ζώων. Το 25% θα ενδιαφερόταν λίγο έως αδιάφορο για την ανακύκλωση.

6.2. Βραχυπρόθεσμοι και Μακροπρόθεσμοι Στόχοι

Η εξασφάλιση της ορθής και σταδιακής προόδου μιας εταιρίας έρχεται μέσω του καθορισμού συγκεκριμένων στόχων για την εταιρία. Ειδικότερα, η βιβλιογραφία υποστηρίζει ότι μια επιχείρηση πρέπει να ορίζει ήδη από την ίδρυση της τους στρατηγικούς της στόχους, δηλαδή πώς οραματίζεται τον εαυτό της σε μακροχρόνιο διάστημα, ενώ παράλληλα πρέπει να καθορίζει τους βραχυχρόνιους στόχους, δηλαδή τις πρακτικές εκείνες των οποίων η εφαρμογή θα οδηγήσει στην επίτευξη των στρατηγικών (Abell, 1980; Liedtka, 1998).

Ακόμη και αν η διαδικασία αυτή φαίνεται εύκολη, στην πράξη είναι αρκετά σύνθετη, καθώς οι στρατηγικοί στόχοι σχετίζονται με το όραμα αλλά και την αποστολή της εταιρίας. Το πρώτο σαν όρος περιγράφει την εικόνα που η εταιρία προσπαθεί να επιτύχει για την ίδια, ενώ το δεύτερο σχετίζεται με τον καθαυτό λόγο ίδρυσης, δηλαδή ποιους και πώς αποσκοπεί να εξυπηρετήσει με τα προϊόντα που κατασκευάζει και πωλεί (Campbell & Yeung, 1991; Simpson, 1994). Παράλληλα, η εξέλιξη της καθημερινότητας και των αναγκών οδηγεί σε τακτική διατύπωση νέων στόχων, με αποτέλεσμα κάθε εταιρία να πρέπει να επαναξιολογεί τους βραχυχρόνιους στόχους της συχνά (Liedtka, 1998).

Ειδικότερα, αναφορικά με τους βραχυχρόνιους και στρατηγικούς στόχους, οι πρώτοι αναφέρονται κυρίως σε αλλαγές που η διοίκηση επιθυμεί να επιτύχει μέσα στους επόμενους μήνες. Οι εν λόγω στόχοι πρέπει να είναι σαφείς και ρεαλιστικοί. Οι δεύτεροι σχετίζονται με τη μελλοντική πορεία και εικόνα της επιχείρησης, και όπως προαναφέρθηκε, βασίζονται στο ίδιο το όραμα της διοίκησης για την εικόνα και θέση της εταιρίας στον κλάδο σε μακροχρόνιο διάστημα (Simpson, 1994).

Αναφορικά με τη *Feed The Animals Through Recycling*, η διοίκηση θέτει τα παρακάτω στοιχεία που αφορούν και αποτελούν τον στρατηγικό προγραμματισμό της:

Όραμα: η *Feed The Animals Through Recycling* προσδοκεί να καταλάβει ηγετική θέση στον εγχώριο κλάδο ανακύκλωσης ταΐζοντας τα ζώα και μειώνοντας παράλληλα τα σκουπίδια.

Αποστολή: *Feed The Animals Through Recycling* να προωθήσει την ανακύκλωση ταΐζοντας τα ζώα, έτσι ώστε να μειωθούν τα σκουπίδια.

Βραχυπρόθεσμοι στόχοι:

- Αύξηση του αριθμού των επισκεπτών της ειδικής μηχανής μέσα στο δεύτερο τρίμηνο του πρώτου έτους λειτουργίας κατά τουλάχιστον 15%,
- Αύξηση της κερδοφορίας κατά 10% μέσα στο δεύτερο τρίμηνο του πρώτου έτους λειτουργίας,
- Επιτυχής διαφημιστική καμπάνια κατά το πρώτο έτος μέσω social media και διανομής φυλλαδίων

Στρατηγικοί στόχοι:

- Απόκτηση σημαντικού μεριδίου αγοράς- ανάμεσα στους ηγέτες στην Κύπρο,
- Διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω προσφοράς καινούργιων τρόπων ανακύκλωσης

Επίλογος

Χωρίς ένα σωστό επιχειρηματικό μοντέλο οι καινοτόμες επιχειρήσεις θα αποτύχουν να εκμεταλλευθούν την καινοτομία τους. Η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου πριν τη δημιουργία ή την αναδιάρθρωση μιας επιχείρησης, είναι ο οδηγός τον οποίο ο επιχειρηματίας, οι εργαζόμενοι και οι επενδυτές θα ακολουθήσουν για τη διεκπεραίωση της λειτουργίας της επιχείρησης. Το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να δημιουργεί αξία, αλλά και να δεσμεύει ένα μέρος της αξίας που δημιουργεί. Ένα καλό επιχειρηματικό σχέδιο θα πρέπει:

- να δίνει μια ελκυστική «πρόταση αξίας» στους πελάτες,
- να δημιουργεί μια επιθυμητή, για τον επιχειρηματία, σχέση ρίσκου και αναμενόμενης απόδοσης, και
- να επιτρέπει τη δέσμευση αξίας.(Osterwalder and Pigneur,2010)

Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο αφορά τη δημιουργία μιας καινούργιας εταιρίας ανακύκλωσης, με την επωνυμία **Feed The Animals Through Recycling**, της οποίας οι κύριες δραστηριότητες θα είναι:

- η μείωση των σκουπιδιών μέσω της συλλογής υπολειμμάτων τροφίμων από χώρους εστίασης
- η ανακύκλωση υλικών τα οποία θα συλλέγονται από τις ειδικές μηχανές
- η σίτιση των ζώων μέσα από τις ειδικές μηχανές ανακυκλωσης και τροφοδοσίας

Οι περιοχές που επιλέχθηκαν για να τοποθετηθούν αρχικά τα 3 μηχανήματα τροφοδότησης ζώων και ανακύκλωσης είναι οι Δήμοι Αγλατζιάς, Στροβόλου και Λατσιών.

Τα στοιχεία πρωτοτυπίας και καινοτομίας της επιχείρησης είναι:

- Χρησιμοποιείται η ανακύκλωση ως μέσο σίτισης των ζώων, λόγο του ότι απαιτείται να τοποθετηθεί τουλάχιστον ένα ανακυκλώσιμο υλικό έτσι ώστε το ειδικό μηχάνημα να βγάλει τροφή στην ειδική ταϊστρα.

- Η σίτιση των ζώων γίνεται μέσω ανακυκλωμένων τροφίμων, τα οποία συλλέγονται από χώρους εστίασης, όπως εστιατόρια και ξενοδοχεία.

Σημαντικό ρόλο στη δημιουργία αυτής της επιχείρησης συντέλεσε το γεγονός ότι οι κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο προωθούν την ανακύκλωση με κάθε τρόπο λόγω του τεράστιου προβλήματος των σκουπιδιών και αποβλήτων που υπάρχει, και που προβλέπεται να υπάρχει στο μέλλον αν δε δράσουμε σήμερα. Η επιχείρηση θέτει σαν στόχο τους καταναλωτές που επιθυμούν να ανακυκλώσουν αλλά και να βοηθήσουν στη σίτιση των ζώων. Ιδιοκτήτες κατοικίδιων, φιλόζων και άτομα ευαισθητοποιημένα στην ανακύκλωση.

Όσον αφορά τις ενέργειες για την προώθηση της **Feed The Animals Through Recycling**, αυτές θα εστιαστούν σε διαφημίσεις μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και με τη διανομή φυλλαδίων για ενημέρωση.

Μελλοντικοί στόχοι της επιχείρησης είναι η δραστηριότητα της και σε άλλες πόλεις της Κύπρου και απόκτηση ηγετικής θέσης στην αγορά της Κύπρου.

Βιβλιογραφία

Abell, D. F. (1980). Defining the business: The starting point of strategic planning (pp. 87-115). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

Barrow, C. P. R. (1993). The Business Plan Workbook, 7 th Edition Kopan, Pages: 69-94

Campbell, A. & Yeung, S. (1991). Brief case: Mission, vision and strategic intent. Long range planning, 24(4), 145-147

Dickson, P. R., & Ginter, J. L. (1987). Market segmentation, product differentiation, and marketing strategy. The Journal of Marketing, 1-10

Gerald C. Shurson, (2020), What A Waste- Can We Improve Sustainability of Food Animal Production System by Recycling Food Waste Streams into Animal Feed in an Era of Health, Climate, and Economic Crises, MDPI Publishing.

Green-Dot, (2007), <https://greendot.com.cy/el/kipriaki-nomothesia>, Κυπριακή Νομοθεσία, [Πρόσβαση: 20 Φεβρουαρίου 2021]

Green-Dot, (2007),<https://greendot.com.cy/el/node/5685>, Βιωσιμότητα, [Πρόσβαση: 20 Φεβρουαρίου 2021]

Green-Dot, (2007),<https://greendot.com.cy/el/node/5685>, Το 3^ο Υψηλότερο ποσοστό κατέχει η Κύπρος στην Ανακύκλωση Πλαστικών Συστευσιαίων, [Πρόσβαση: 20 Φεβρουαρίου 2021].

Liedtka, J. M. (1998). Linking strategic thinking with strategic planning. Strategy & Leadership, 26(4), 30

Mason, C. & Stark, M. (2004). What do investors look for in a business plan? A comparison of the investment criteria of bankers, venture capitalists and business angels. *International small business journal*, 22(3), 227-248

Osterwalder A, Pigneur Y, (2010), *Business Model Generation-A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*, John Wiley and Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

Patrice Lewis, (2019), *Starting a Business Based, Handmade Business*, JP Media LLC, p.16-20.

Ren Wan, (2014), *Animals as the Answer to Recycling Food Waste*, <https://www.notechmagazine.com/2014/07/animals-as-the-answer-to-recycling-food-waste.html>, [Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2020]

Sahlman, W. A. (1997). How to write a great business plan. *Harvard business review*, 75, 98-109

Simpson, D. (1994). Rethinking vision and mission. *Strategy & Leadership*, 22(5), 9

Simpson, D. (1994). Rethinking vision and mission. *Strategy & Leadership*, 22(5), 9

Steve Gilleman, (2018), *Turning Food Waste Into Animal Feed Could Take a Chunk Out of Livestock Emissions*, <https://outside2inside.com/how-food-waste-recycling-can-be-done-effectively-through-composting-and-animal-feed/>, [Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2020]

Turban, E., King, D., McKay, J., Marshall, P., Lee, J., Viehland (2008). *A Managerial Perspective*. U.S.A. New Jersey D. Electronic Commerce Pearson Education, Inc.

U.S. Environmental Protection Agency, (2009) *Feeding Animals-The Business Solution to Food Scraps*, <https://www.epa.gov/sites/production/files/2015-08/documents/rutgers.pdf> [Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2020]

United States Environmental Protection Agency, *Reduce Wasted Food by Feeding Animals*, <https://www.epa.gov/sustainable-management-food/reduce-wasted-food-feeding-animals>, [Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2020]

Van Waterschoot, W., & Van den Bulte, C. (1992). The 4P classification of the marketing mix revisited. *The Journal of Marketing*, 83-93

Van Waterschoot, W., & Van den Bulte, C. (1992). The 4P classification of the marketing mix revisited. The Journal of Marketing, 83-93

www.zoosos.gr, (2014), <https://www.zoosos.gr/e-suskeue-anakukloses-gia-te-sitise-adespoton-ephtase-sten-ellada/>, Η Συσκευή Ανακύκλωσης για τη Σίτιση Αδέσποτων έφτασε στην Ελλάδα, [Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2020].

Άγγελος Νικολάου, (2021), <https://www.philenews.com/koinonia/eidiseis/article/1104732>, Στο 65% ο στόχος της ανακύκλωσης Έρχονται νέες πολιτικές, [Πρόσβαση: 25 Απριλίου 2021].

Αλεξάκης Χ.Δ. (2008). Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων. Αθήνα

Αντώνης Λιβιεράτος, (2013), Οδηγός Καινοτομίας για Μικρές Επιχειρήσεις, Κεφάλαιο 5, σελ.59-69, Εκδόσεις ΓΣΕΒΒΕ-Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων.

Μάχη-Μύριαμ Λιάπη, (2021), <https://www.businessmentor.gr/ανάλυση-ανταγωνιστικότητας-to-μοντέλο/>, Ανάλυση ανταγωνιστικότητας: Το Μοντέλο των 5 Δυνάμεων του Πόρτερ και η Εφαρμογή του στις Μικρές και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, [Πρόσβαση: 20 Φεβρουαρίου 2021].

Παπαδάκης, Β. (2007). Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία. Τόμος Α΄, 5η έκδοση, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου

Ραγκίπ Ντουράν, (2014), <https://tvxs.gr/news/kala-nea/toyrkia-taizoyn-ta-adespota-anakyklonontas>, Τουρκία: Ταΐζουν τα Αδέσποτα Ανακυκλώνοντας, [Πρόσβαση: 20 Νοεμβρίου 2020].

Χαράλαμπος Θεοπέμπτου, (2020), <https://www.kathimerini.com.cy/gr/apopseis/prosopikotites-stin-k/i-anakyklosi-stin-kypro>, Η ανακύκλωση στην Κύπρο, [Πρόσβαση: 25 Απριλίου 2021].