
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΠΑΤΡΑ)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ
ΣΚΟΠΟΣ.ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ
CASE STUDY ΓΙΑ ΜΙΑ ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΠΑΡΟΧΗΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΟΥ ΕΞΙΔΕΙΚΕΥΜΕΝΟΥ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ»**



ΠΛΑΤΣΙΔΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΗΣ

ΤΖΙΓΚΟΥΝΑΚΗ ΙΩΑΝΝΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΥ ΧΡΥΣΑΝΘΗ

ΠΑΤΡΑ, 2016

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής μας εργασίας θα θέλαμε αρχικά να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας στην καθηγήτρια μας κ. Παπαθανασοπούλου Χρυσάνθη για την υπομονή, την καθοδήγηση αλλά και τις χρήσιμες συμβουλές της σε όλη τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται τη δημιουργία επιχειρηματικού σχεδίου για μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών. Στο πρώτο κεφάλαιο εισάγεται η έννοια του επιχειρηματικού σχεδίου και αναλύονται τα χαρακτηριστικά του. Στο δεύτερο κεφάλαιο προσδιορίζεται η στρατηγική ανάλυση των επιχειρήσεων με τα συστατικά στοιχεία που την αποτελούν. Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια του αγροτουρισμού, οι μορφές του και η στρατηγική των επιχειρήσεων που αποτελούν το συγκεκριμένο τομέα τουρισμού. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η εγκατάσταση του προγράμματος BUSINESS PLAN PRO. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδίου της επιχείρησης A.G.R.O CRETE ενώ στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του business plan pro-AGROCRETE.

ABSTRACT

This thesis deals with the creation of a business plan for a service business. The first chapter introduces the concept of the business plan and its characteristics are analyzed. The second chapter identifies the strategic business analysis with the components that constitute it. The third chapter discusses the concept of agrotourism, the forms and the business strategy composing the tourism sector. In the fourth chapter the installation of the BUSINESS PLAN PRO program. The fifth chapter presents the creation of the business plan of A.G.R.O CRETE business while the sixth chapter presents the results of the business plan pro-AGROCRETE.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	7
Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	7
1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	7
1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	7
1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	8
1.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	9
1.5 ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	10
1.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ.....	12
1.7 Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	17
Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	17
2.1 ΣΤΑΔΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ.....	17
2.2 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT	18
2.3 ΑΝΑΛΥΣΗ PEST.....	20
2.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	24
Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	24
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	24
3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	25
3.3 Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	26
3.4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	27
3.5 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	30
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ BUSINESS PLAN PRO.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	40
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ A.G.R.O CRETE	40
5.1 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ A.G.R.O CRETE	40
5.2 ΕΝΑΡΞΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΗΣ A.G.R.O. Crete...	40

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	80
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΤΟΥ BUSINESS PLAN PRO-AGROCRETE	80
6.1 OBJECTIVES	81
6.2 MISSION	81
6.3 KEYSTOSUCCESS	81
6.4 COMPANYSUMMARY.....	82
6.5 COMPANYOWNERSHIP	82
6.6 START-UPSUMMARY	82
6.7 COMPANYLOCATIONS AND FACILITIES	83
6.8 SERVICES.....	84
6.9 SERVICEDESCRIPTION	84
6.10COMPETITIVECOMPARISON	85
6.11 SALES LITERATURE.....	85
6.12 FUTURE SERVICES	85
6.13 SWOT ANALYSIS.....	86
6.14 STRENGTHS	87
6.15 WEAKNESSES	87
6.16 OPPORTUNITIES.....	87
6.17 THREATS.....	88
6.18 STRATEGICALLIANCES	88
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	89
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	90

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Πρόκειται για ένα σχέδιο που παρουσιάζει μια δραστηριότητα για μια μελλοντική χρονική περίοδο. Ο όρος «δραστηριότητα» αναφέρεται στη λειτουργία μιας καινούργιας ή μιας ήδη υπάρχουσας μικρής ή μεγάλης επιχείρησης. Μπορεί ακόμα και σε ολόκληρη την επιχείρηση ή σε μια συγκεκριμένο τομέα αυτής. Τέλος, να αφορά μια εμπορική επιχείρηση ή έναν μη-κερδοσκοπικό οργανισμό ή φιλανθρωπικό ίδρυμα. Η μελλοντική περίοδος ορίζεται συνήθως ως τρία ή πέντε χρόνια. Το επιχειρηματικό σχέδιο δημιουργείται πριν από την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας και ανανεώνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα μέσα στο έτος (David, 2013).

Ταυτόχρονα, αναφέρεται και ως μια αρκετά καλά επεξεργασμένη μελέτη που καταγράφει πλήρως τις δυνατότητες της επιχείρησης για το που βρίσκεται η επιχειρήσει και που θέλει να φτάσει (βραχυπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι στόχοι). Το business plan έχει χαρακτηριστεί ως ένα εργαλείο σχεδιασμού επιχειρηματικής δραστηριότητας με πολλά οφέλη για την μελλοντική πορεία της επιχείρησης και την βιωσιμότητας της.

1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Αξίζει να σημειωθεί, ότι το μέγεθος και η δομή ενός επιχειρηματικού σχεδίου δεν εμπεριέχουν κάποια δέσμευση, οπότε ένα σύντομο έγγραφο που απευθύνεται σε επενδυτές που καθημερινά εξετάζουν πολλά επιχειρηματικά σχέδια δεν θα δημιουργήσει πρόβλημα. Επίσης σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο εισάγονται όλες οι μορφές της επιχειρηματικής δράσης με τρόπο απλό και κατανοητό ώστε να μην είναι αυτός ο λόγος απόρριψης τους από μελλοντικούς επενδυτές.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο εμπεριέχει αναφορές σε πολλές πηγές πληροφοριών, όπως επιστημονικά άρθρα και κλαδικές μελέτες (π.χ. για την διεκπεραίωση υποθέσεων σχετικά με τον ρυθμό ανάπτυξης της αγοράς). Πολύτιμος βοηθός του επιχειρηματία κατά την δημιουργία του επιχειρηματικού σχεδίου μπορεί να παρουσιαστεί το διαδίκτυο καθώς

διαθέτει πληθώρα επιστημονικών άρθρων και εξειδικευμένες ιστοσελίδες που προσφέρουν βοήθεια για τη έναρξη επιχειρηματικών σχεδίων (Johnson, 2011).

Ο σκοπός ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι να αναλύσει την τωρινή κατάσταση της αγοράς και της επιχείρησης, και να παρέχει καθοδήγηση τις ενέργειες των στελεχών της προς συγκεκριμένες διεξόδους και τακτικές. Αποτελεί ένα μέσο επικοινωνίας αναγκαίο για την τοποθέτηση της μελλοντικής επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα υποψήφιο συνεργάτη ή ένα υποψήφιο χρηματοδότη. Επιπλέον, προσφέρει στον εκάστοτε επιχειρηματία ένα σημαντικό εργαλείο προγραμματισμού και ελέγχου των μελλοντικών δραστηριοτήτων.

Είναι ένα εργαλείο οργάνωσης καθώς γίνεται προσδιορισμό στρατηγικής για την κάθε επιχείρηση και αναλύει τα εμπόδια ,τις δυνατότητες καθώς και τις λύσεις που θα προκύψουν. Επίσης, είναι ένα εργαλείο παρουσίασης γιατί αποτελεί την πρώτη επαφή επικοινωνίας του επιχειρηματία προς τρίτους, και το οποίο του επιτρέπει να προσελκύσει συνεργάτες. Μια καλή οργάνωση επιχειρηματικού σχεδίου επιχείρησης δείχνει ότι ο επιχειρηματίας θα έχει περισσότερες πιθανότητες να πείσει του αναγνώστες-επενδυτές του για την εγκυρότητα του σχεδίου του και με αυτό τον τρόπο να αποκτήσει νέους συνεργάτες(Ireland et.al. 2013).

1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Πολλοί επιχειρηματίες καταλήγουν σε εξωτερικούς συμβούλους για την δημιουργία ενός business plan ενώ κάποιοι αναθέτουν εξ' ολοκλήρου τη σύνταξή του. Είναι αναγκαίο, να συνταχθεί με προσοχή ειδικά όταν απευθύνεται σε πιθανούς επενδυτές. Επιπλέον, αυτό γίνεται καθώς κανένας δεν αντιλαμβάνεται καλύτερα την επιχείρηση το όραμα της και την επιχειρηματική δραστηριότητα πέραν του ιδρυτή και των στελεχών της (Thompson et.al. 2012)

Όταν πρόκειται για μια καινούργια επιχειρηματική ιδέα ο επιχειρηματίας έχει την ανάληψη των μεγαλύτερων ευθυνών για την εξέλιξη τους επιχειρηματικού σχεδίου, καθώς είναι αυτός που οφείλει να πείσει τους μελλοντικούς επενδυτές για την υλοποίηση και την επιτυχία του σχεδίου αυτού. Από την άλλη μεριά, τα πιο εύστοχα σχέδια είναι αυτά που δημιουργούνται με ομαδική εργασία όπου ο επιχειρηματίας θέτει την πρόταση του στα διοικητικά στελέχη ώστε να καλυφτούν όλα τα τμήματα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Έπειτα, η διοίκηση δίνει κατευθυντήριες γραμμές για την εκπόνηση του

επιχειρηματικού σχεδίου στους υφιστάμενους της ώστε η όλη διαδικασία να συνεχιστεί να εντοπιστούν τυχόν τροποποιήσεις και να εγκριθεί στο τέλος από αυτήν.

1.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού σχεδίου και τους στόχους της επιχείρησης καθιστάτε σημαντική η προσοχή του επιχειρηματία. Η επιλογή των στόχων θα πρέπει να είναι ξεκάθαροι και άμεσοι για τους πιθανούς επενδυτές. Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι αποτελεσματικό μόνο όταν οι στόχοι εκφραστούν σε οικονομικά μεγέθη, να υλοποιούνται στα χρονικά όρια που έχουν οριστεί και να καθορίζονται με βάση τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά. Οι επιχειρηματικοί στόχοι χρησιμοποιούνται και σαν δείκτες καθώς εξετάζουν την πορεία της επιχείρησης. Έπειτα, πέραν των στόχων εξετάζονται και μη μετρήσιμα μεγέθη όπως είναι η εξυπηρέτηση πελατών, η ποιότητα, η προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών κ.α.).

Επιπλέον, αρκετοί επιχειρηματίες εμπεριέχουν στο εξώφυλλο του επιχειρηματικού σχεδίου ή όταν παρουσιάζουν την επιχείρηση τους μια δήλωση που αναφέρεται στον σκοπό ύπαρξης της επιχείρησης γνωστή και ως «Missionstatement». Η δήλωση αυτή αποτελεί μια παράγραφο όπου αναγράφεται το είδος της επιχειρηματικής δραστηριότητας και αναφέρονται τα επιχειρηματικά όρια των κινήσεων της. Τα βασικά χαρακτηριστικά του Mission statement είναι τα παρακάτω:

- Η διατύπωση τους θα πρέπει να δίνει τις σωστές κατευθυντήριες γραμμές και να επισημάνονται τα σημεία που πρέπει να δώσει προσοχή ο νέος επιχειρηματίας.
- Να επαναπροσδιορίζεται η θέση της επιχείρησης ώστε να εκμεταλλεύονται οι ευκαιρίες που θα αυξήσουν τα κέρδη της επιχείρησης.
- Η δήλωση αυτή οφείλει να περιέχει στοιχεία και αναφορές που να μην λειτουργούν ανασταλτικά για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης. Τα στοιχεία και οι αναφορές μπορεί να σχετίζονται με δείκτες μεγέθυνσης, κερδοφορίας ακόμα και το προσδοκώμενο ποσό αύξησης των πωλήσεων.
- Μετάδοση ενός οράματος που γίνεται κατανοητό από το ανθρώπινο δυναμικό ώστε να πραγματοποιείται η καλύτερη δυνατή υλοποίηση του. Το όραμα αυτό θα πρέπει να είναι πραγματικό ώστε να πάρει επιτυχημένη μορφή.

Τέλος, είναι απαραίτητο να υπάρχει μια Mission statement για να μπορέσει ο νέος επιχειρηματίας να προσελκύσει το ενδιαφέρον ενός πιθανού επενδυτή για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας του (Kim, 2005).

1.5 ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Το περιεχόμενο ενός επιχειρηματικού σχεδίου διαφέρει σε κάθε επιχείρηση και επηρεάζεται από τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται αυτή καθώς και το επίπεδο ανάπτυξης της. Επίσης, το επιχειρηματικό σχέδιο εφαρμόζεται ανάλογα με τον αναγνώστη-επενδυτή τον οποίο απευθύνεται και τον σκοπό για τον οποίο καταρτίζεται. Ο σκελετός του επιχειρηματικού σχεδίου δεν είναι δεσμευτικός. Θα πρέπει να τονιστεί ότι αυτό που διαφοροποιείται είναι η ίδια η δομή και όχι το περιεχόμενο του επιχειρηματικού σχεδίου. Ένα, σωστά σχεδιασμένο επιχειρηματικό σχέδιο περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες:

ü *Επιτελική Σύνοψη*: δίνεται μια περιληπτική και λεπτομερής εικόνα του επιχειρηματικού σχεδίου σε τρεις με τέσσερις σελίδες. Στόχος της είναι να διεγείρει το ενδιαφέρον του αναγνώστη- επενδυτών προσφέρει αξία στους πελάτες και αν επισημάνει τα περιθώρια ανάπτυξης στην αγορά-στόχος.

ü *Περιγραφή επιχειρηματικής δραστηριότητας*: παρέχεται μια σχετική περιγραφή της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Υπάρχει διαφοροποίηση στο περιεχόμενο της κάθε φορά, καθώς παίζει σημαντικό ρόλο αν η επιχείρηση είναι νέα ή ξεκάνει μια δραστηριότητα στην ήδη υπάρχουσα επιχείρηση. Επίσης γίνεται περιγραφή του επιχειρηματικού σκελετού που θα ακολουθήσει η επιχείρηση, δηλαδή το σύνολο των επιχειρηματικών αποφάσεων που θα ακολουθήσει η επιχείρηση για να υλοποιήσει του επιθυμητούς της στόχους.

ü *Προϊόντα και υπηρεσίες*: αναφέρεται στα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση. Αρχικά, εξηγούνται τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή υπηρεσιών ώστε να

είναι κατανοητά από τον αναγνώστη-επενδύτη. Έπειτα, γίνεται μια εκτενέστερη περιγραφή των προϊόντων και σχετικές παρουσιάσεις.

ü *Ανάλυση αγοράς – ανταγωνισμού:* εισάγεται η επιχείρηση στο περιβάλλον ώστε να αποφανθεί ότι η αγορά στην οποία στοχεύει προσφέρει δυνατότητες βιωσιμότητας και κέρδους. Ο αναγνώστης-επενδυτής, διαβάζοντας το σημείο αυτό του σχεδίου, θέλει να κατανοήσει ότι ο επιχειρηματίας αντιλαμβάνεται τις ανάγκες της αγοράς και μέσω της θέλησής του να τις καλύψει με τον πιο επιτυχημένο τρόπο.

ü *Σχεδιασμός Μάρκετινγκ:* Στο στάδιο αυτό γίνεται περιγραφή για τον τρόπο με τον όποιος θα πουληθεί το προϊόν στην αγορά στόχο. Επιπλέον, παρουσιάζονται αναλυτικά τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για την προώθηση, το μίγμα επικοινωνίας και τα σημεία διανομής του προϊόντος ώστε να κεντρίσουν το ενδιαφέρον του πελάτη. Τέλος, μέσω του σχεδιασμού καθορίζεται κατά ποσό αποτελεσματικά η επιχείρηση θα ανταγωνιστεί την αγορά και θα καταρρίψει τους στόχους της ώστε να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της (Ireland et.al. 2013).

ü *Οργανωσιακός Σχεδιασμός:* αναφέρεται στην περιγραφή της διοικητικής μονάδας δηλαδή, στα προσόντα και τις ικανότητες των διοικητικών στελεχών. Τα οποία αναφέρονται επιγραμματικά παρακάτω:

- α) Ιδρυτικά μέλη της εταιρίας και το μορφωτικό τους επίπεδο
- β) Επαγγελματική εμπειρία σχετικά με την διοίκηση μονάδας
- γ) Φήμη της επιχείρησης στο κλάδο που δραστηριοποιήθηκε της
- δ) Γνώσεις και δεξιότητες των μελών της διοικητικής μονάδας

ü *Σχεδιασμός Λειτουργιών:* σε αυτή την ενότητα περιγράφονται όλα τα στάδια από την δημιουργία του προϊόντος μέχρι την τελειοποίησή του. Επίσης παρέχονται πληροφορίες τεχνικής φύσεως για τις εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό, την παραγωγή, τις πρώτες ύλες. Τέλος, αναφέρεται το προγραμματισμένο σχέδιο επενδύσεων για τα επόμενα χρόνια.

ü *Οικονομικός Σχεδιασμός*: σε αυτό το στάδιο ο επιχειρηματίας καταρτίζει τις πραγματικές οικονομικές προβλέψεις για όλη την χρονική περίοδο που εξετάζει. Έπειτα, βοήθα στην κατάρτιση του προϋπολογισμού στα διάφορα τμήματα της επιχείρησης.

ü *Εκτίμηση Κινδύνων*: εδώ αναφέρονται οι κίνδυνοι που θα συναντήσει η επιχείρηση στην νέα επιχειρηματικής της προσπάθεια. Το επιχειρηματικό σχέδιο σχεδιάζεται με βάση την μελλοντική θέση της επιχείρησης θα πρέπει μέσω αυτού να αποφεύγονται ορισμοί κίνδυνοι που μπορεί να είναι:

- α) Αλλαγές στις τάσεις της αγοράς
- β) Λανθασμένη εκτίμηση για το κόστος παραγωγής
- γ) Μη προβλεπόμενη παράδοση του χρόνου των πρώτων υλών
- δ) Εισαγωγή νέου ανταγωνιστή στην αγορά

ü *Παράρτημα*: παρατίθεται στο τέλος ενός επιχειρηματικού σχεδίου και περιλαμβάνουν,

- α) Τα βιογραφικά σημειώματα των διοικητικών στελεχών
- β) Τις τεχνικές πληροφορίες που σχετίζονται με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες
- γ) Τις κατοχυρωμένες πατέντες ευρεσιτεχνίας(David, 2013).

1.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Το επιχειρηματικό σχέδιο(business splan) χρησιμοποιείται ως ξεκίνημα για άντληση εξωτερικής χρηματοδότησης σε όλα τα στάδια της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Είναι αναγκαίο, σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο να αποτυπώνει την γνώση του επιχειρηματία ώστε αυτή η καινούργια επιχειρηματική δραστηριότητα να αποδώσει κέρδος μελλοντικά. Η χρηματοδότηση αποτελεί ένα αναπόσπαστο κομμάτι της επιχείρησης, εξασφαλίζει την απόδοση όλων των σταδίων της επιχειρηματικής δραστηριότητας ιδιαίτερα στην έναρξη της.(αγορά πρώτων υλών, μισθοδοσία κλπ.).

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα δυναμικό εργαλείο μέσω του οποίου η επιχείρηση πραγματοποιεί του στόχους της και καταφέρνει μέσω της χρηματοδότησης να ασκήσει τη νέα επιχειρηματικής της δραστηριότητα. Επίσης, το επιχειρηματικό σχέδιο έχει οριστεί από πολλούς ως ένα διάυλος επικοινωνίας μεταξύ του επενδύτη και του επιχειρηματία.

Πολλές φορές ένα business plan συντάσσεται και για λόγους εσωτερικούς της επιχείρησης. Στην χώρα μας λίγες είναι η επιχειρήσεις που έχουν υιοθετήσει την ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Παρόλα, αυτά αρκετές επιχειρήσεις δεν συμφωνούν με τις διεθνείς τάσεις σε σχέση με την εφαρμογή του επιχειρηματικού σχεδίου καθώς δεν έχουν ενστερνιστεί ακόμη την φιλοσοφία του.

Παρακολουθώντας την ελληνική αγορά των επενδύσεων η οποία βρίσκεται σε πρώιμα στάδια σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές ή αμερικάνικες εταιρίες που έχουν εδραιωθεί στο χώρο. Έπειτα στην Ελλάδα παρατηρείται μια εν λόγω βραδύτητα όσο αναφορά την οργάνωση και δομή της και όλα τα μέρη που την συνθέτουν για να μπορέσει να έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Τέλος, η πλειονότητα των επιχειρηματικών σχεδίων δεν συνθέτουν όλες τις αναγκαίες προϋποθέσεις για την προσέλκυση πιθανών επενδυτών (Johnson, 2011).

Οι ανάγκες των επιχειρήσεων είναι συγκεκριμένες αλλά σημαντικό ρολό παίζει και το αντικείμενο άσκησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας για την χρηματοδότηση της επιχείρησης. Οι πηγές χρηματοδότησης μπορεί να είναι είτε εσωτερική είτε εξωτερική.

Εσωτερική πηγή χρηματοδότησης περιέχει:

- **Προσωπικά κεφάλαια:** τα περιουσιακά στοιχεία (πχ κτίρια, μηχανήματα, γη, κλπ) χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία και είναι αναγκαία για την έναρξη της νέας επιχείρησης ή την εξέλιξη σε κάποιο τομέα στην ήδη υπάρχουσα επιχείρηση.

- **Κεφάλαια σποράς (capitalseeds):** χρησιμοποιούνται για την δημιουργία μιας ιδέας (επιχειρηματικής), τη εξέλιξη ενός προϊόντος και τη περάτωση στα πρώτα στάδια εμπορευματοποίησής του. Είναι μια μορφή χρηματοδότησης, απαραίτητη για τη στήριξη των νέων επιχειρήσεων (περίπου ενός έτους λειτουργίας) και οι οποίες δεν έχουν αναπτύξει κάποιο προϊόν ή υπηρεσία στην αγορά.

- **Ιδιώτες επενδυτές (Businessangels):** οι ιδιώτες επενδυτές είναι άτομα που επενδύουν σε εταιρίες, συνήθως στα αρχικά στάδια και είναι σε θέση να παρέχουν εμπειρία και συμβουλές στον επιχειρηματία.

- **Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capitals):** τα κεφάλαια αυτά χορηγούνται από επιχειρήσεις για την χρηματοδότηση νέων επιχειρήσεων που η επιχειρηματική τους δραστηριότητα θα αποφέρει υψηλά κέρδη μελλοντικά. Η χρηματοδότηση αυτή περιέχει ουδεμία διασφάλιση για την ανάληψη κινδύνου και έχει μακροπρόθεσμη διάρκεια. Η επιχείρηση που προσφέρει τη χρηματοδότηση αυτή γίνεται μέτοχος-συνεργάτης της νεοσύστατης επιχείρησης και ενισχύει την διοίκηση με διάφορες

στρατηγικές και όταν επιτευχτεί ο επιθυμητός ή κοινός στόχος παίρνει το μερίδιο της και αποχωρεί(Kim, 2005).

Εξωτερική πηγή χρηματοδότησης περιέχει:

- **Τραπεζικό δάνειο:** Αρκετοί επιχειρηματίες που σχεδιάζουν τη σύσταση μιας επιχείρησης θεωρούν τις τράπεζες ως πηγές χορήγησης επαγγελματικών δανείων.
- **Υποθήκη:** Τα δάνεια με υποθήκη την ακίνητη περιουσία χορηγούνται σε επιχειρήσεις που έχουν ακίνητη περιουσία και μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν ως εγγύηση. Υπάρχουν δύο περιπτώσεις. Η πρώτη περίπτωση αφορά την υποθήκευση νέας περιουσίας, όπως το κτίριο που στεγάζεται την επιχείρηση. Η δεύτερη περίπτωση σχετίζεται με ακίνητα που δεν έχουν ακόμη εξοφληθεί αλλά μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά το ήμισυ ως εγγύηση.
- **Μίσθωση (Leasing):**είναι μια σύγχρονη τακτική μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης επιχειρήσεων για την απόκτηση, εξοπλισμού και ακινήτων για επαγγελματική χρήση. Με αυτήν ο μισθωτής μισθώνει από μια εταιρεία ένα πράγμα κινητό ή ακίνητο για προσδιορισμένη χρονική περίοδο και στο τέλος της περιόδου αυτής μπορεί με δήλωση του να το αγοράσει σε προσυμφωνημένο τίμημα.
- **Επιδότηση:** είναι η οικονομική ενίσχυση μιας βιομηχανίας ή μιας εταιρίας ακόμα και επιδοτούμενων προγραμμάτων μέσω της Ευρωπαϊκής Ένωσης (πχ. ΕΣΠΑ) για νεοσύστατες επιχειρήσεις(Thompson et.al. 2012).

1.7 Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η οργάνωση του business plan μιας επιχείρησης δείχνει ότι ο επιχειρηματίας έχει περισσότερες ευκαιρίες ώστε να πείσει του αναγνώστες-επενδυτές του για την εγγύτητα του σχεδίου του για να αποκτήσει συνεργάτες. Παράλληλα, είναι πρώτο στοιχείο επικοινωνίας του επιχειρηματία προς τρίτους, το οποίο του επιτρέπει να αναζητήσει συνεργάτες εσωτερικούς και εξωτερικούς. Έτσι, η αναγκαιότητα του επιχειρηματικού σχεδίου καθίσταται ιδιαίτερης σημασίας για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης και οι λόγοι είναι οι εξής:

- Πραγματοποιείται ταυτοποίηση της επιχείρησης μέσω μετρήσιμων μεγεθών.
- Προσφέρει την δυνατότητα στον επιχειρηματία καλύτερου σχεδιασμού και προγραμματισμού για την επιχείρηση του.
- Καταγραφή και ανάλυση της αγοράς για την κατανόηση τόσο των πελατών της όσο και των ανταγωνιστών της.
- Είναι ένα εργαλείο λήψης αποφάσεων
- Βοηθά στην σωστή κατανομή των κεφαλαίων στην επιχείρηση
- Οριοθετεί τον χρονοπρογραμματισμό της θέσης της επιχείρησης
- Εντοπίζει τις ευκαιρίες και σχεδιάζει τις λειτουργίες όταν προκύπτουν λάθη
- Καθορισμός της δομής και της οργάνωσης της επιχείρησης (Ireland et.al. 2013).

Επίσης, όσο σημαντικό είναι το επιχειρηματικό σχέδιο για την επιχείρηση, άλλο τόσο και εξίσου σημαντικό είναι για τους επιχειρηματίες. Διότι το επιχειρηματικό σχέδιο συνθέτει, ένα ουσιώδες πλάνο κινήσεων για τον προγραμματισμό, την οργάνωση και ανάπτυξη της επιχείρησής. Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι σημαντικό εργαλείο για την σωστή λειτουργία της επιχείρησης και προσαρμόζεται κάθε φορά με τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά και του ανταγωνισμού.

Οι συνηθέστερες περιπτώσεις για τις οποίες χρειάζεται δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου:

- Η έρευνα για τη δημιουργία μιας καινούργιας επιχειρηματικής δραστηριότητας από μια επιχείρηση ή έναν ιδιώτη, που δεν έχει γνώση της αγοράς που θέλει να δραστηριοποιηθεί, τα περιθώρια κέρδους που θα δημιουργηθούν, την συμπεριφορά των μελλοντικών πελατών και τους κινδύνους που προκύψουν στην αγορά αυτή.
- Η μελέτη των επιχειρηματικών λειτουργιών της εκάστοτε επιχείρησης, με στόχο την υλοποίησή τους. Επιβάλλεται κάθε τόσο εφαρμογή στρατηγικών για την σωστή λειτουργία της επιχείρησης.
- Όταν η επιχείρηση οφείλει να εξετάζει αν είναι συμφέρουσα η επέκταση ή η επένδυση που θέλει να ακολουθήσει για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία. Η ανίχνευση πόρων. Οι χρηματοδότες ή επενδυτές, πρέπει να γνωρίζουν λεπτομέρειες σχετικά με τον σχεδιασμό της ακόλουθης πορείας της επιχείρησης, όπως την στρατηγική, τα κεφάλαια που θα χρησιμοποιηθούν, τον σκοπό που καλύπτει η εταιρεία, τους στόχους της, τις επενδύσεις σε ανθρώπινο δυναμικό.

- Εξασφάλιση χρηματοδότησης. Οι τράπεζες και τα άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα είναι σημαντικό να αισθάνονται σιγουριά που τους δίνει η γνώση του επιχειρηματία ότι ξέρει ακριβώς ποιο είναι το μέλλον της επιχείρησής του.
- Τον προσανατολίζει στην κατανόηση και την ανάλυση ενός οργανωμένου τρόπου για την έναρξη της επιχείρησής και των χαρακτηριστικών της.
- Εφαρμόζει ένα σύστημα ελέγχου και παρακολούθησης των αποτελεσμάτων της επιχείρησής ώστε να διορθώνονται τα λάθη και αστοχίες(David, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1 ΣΤΑΔΙΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

Αναμφισβήτητα, κάθε επιχείρηση θέλει να αυξήσει την κερδοφορία της. Προσπαθεί να ανταγωνιστεί με επιτυχία, να βρει αξιόπιστους συνεργάτες, βασίζεται στην ορθότητα των αποφάσεων της και να κερδίζει ολοένα και περισσότερους πελάτες. Ο τρόπος με τον οποίο θα τα καταφέρει, σχετίζεται με την στρατηγική που πρόκειται να εφαρμόσει στο εξωτερικό και το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Η στρατηγική είναι μια κατεύθυνση προς το είδος και το μέγεθος των δραστηριοτήτων στην επιχείρηση μακροπρόθεσμα. Μέσω αυτή γίνεται η εξασφάλιση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της και η συγκέντρωση των πόρων της. Όλα αυτά έχουν σκοπό να εδραιώσουν την επιχείρηση στην αγορά που δραστηριοποιείται ώστε να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των πελατών της. (Johnson, 2008)

Τα στάδια που περιέχει (κλασσική προσέγγιση) είναι τα εξής:

α) **Σχεδιασμός στρατηγικής:** αποτελεί διαδικασία μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού ώστε να γίνει καθορισμός και η υλοποίηση των στρατηγικών στόχων και να δοθούν κατευθύνσεις στην λήψη αποφάσεων σε θέματα που αφορούν την σχετικά με τον διαχωρισμό των πόρων όπου μέσα θα εντάσσεται και το κεφάλαιο με το ανθρώπινο δυναμικό. Η νέα επιχείρηση οφείλει να γνωρίζει την θέση της στην αγορά και να επαναπροσδιορίζει κάθε τόσο που θα βρίσκεται μελλοντικά. Παρόλα αυτά, ο στρατηγικός σχεδιασμός δείχνει μια μακροπρόθεσμη προσέγγιση της επιχείρησης αλλά η πρόβλεψη του δεν είναι αξιόπιστη σε σχέση με την αγορά και την εξέλιξη της επιχείρησης σε αυτή. Μέσω του στρατηγικού σχεδιασμού εξετάζεται η μελλοντική πορεία της επιχείρησης και περιλαμβάνει: α) Ανάλυση της αγοράς β) Ανάλυση του ανταγωνισμού γ) Ανάλυση SWOT δ) Ανάλυση PEST

β) Εφαρμογή της στρατηγικής: Η διοίκηση πρέπει αναπτύξει μια δομή που να εφαρμόζεται στην πραγματικότητα. Επιπρόσθετα, το ανθρώπινο δυναμικό πρέπει να έχει τις απαραίτητες ικανότητες για την ορθή και επιτυχή εφαρμογή της στρατηγικής. για την ολοκλήρωση των στόχων. Οι στόχοι πρέπει να επιτευχθούν μέσω ενός δραστικού επιχειρηματικού σχεδίου σε συγκεκριμένα χρονικά περιθώρια. Τα συστήματα πληροφοριών γίνονται εργαλεία στα χέρια της διοίκησης και χαράζουν στρατηγικές για την ορθή λειτουργία μιας επιχείρησης. Βοηθούν την διαχείριση υλικών ,την εξυπηρέτηση πελατών, λογιστική δαπανών

γ) Έλεγχος αποτελεσμάτων: Ο στρατηγικός έλεγχος ορίζεται ως μια κρίσιμη αξιολόγηση σχεδίων ,δραστηριοτήτων και αποτελεσμάτων δίνοντας έτσι πληροφορίες για την μελλοντική πορεία της επιχείρησης. Έπειτα θα πρέπει να ελέγχεται η εφαρμογή των στρατηγικών ώστε να καταρρίπτονται οι περισσότεροι στόχοι που έχει θέσει η διοίκηση μαζί με τους συμβούλους της(Kim, 2005).

2.2 ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

Η *Ανάλυση SWOT* είναι ένα απαραίτητο εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο εφαρμόζεται κυρίως για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης. Επίσης, χρησιμοποιείται όταν η επιχείρηση πρέπει να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους. Στο αρκτικόλεξο η λέξη SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: **Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats** (και στα ελληνικά: δυνατά & αδύνατα σημεία, ευκαιρίες, απειλές).Με την ανάλυση SWOT εξετάζονται τα δυνατά (strengths) και αδύνατα (weaknesses) σημεία μίας επιχείρησης ή του οργανισμού καθώς και οι ευκαιρίες (opportunities) και οι απειλές(threats)που δημιουργηθούν(Thompson et.al. 2012).

Έπειτα τα δυνατά και αδύνατα σημεία σχετίζονται με το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης καθώς παρουσιάζονται από τους εσωτερικούς πόρους που αυτή κατέχει (π.χ. ικανότητες προσωπικού και διοικητικών στελεχών, χαρακτηριστικά της επιχείρησης, χρηματοοικονομική σταθερότητα και ικανότητα να ανταπεξέλθει σε καινούργιες επενδύσεις, κλπ.).Παρόλα αυτά οι ευκαιρίες και οι απειλές αναφέρονται στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και τις οποίες η επιχείρηση θα πρέπει να ανιχνεύσει, να

προσαρμοστεί σε αυτές (π.χ. είσοδος νέων ανταγωνιστών, ρυθμίσεις στο νομικό περιβάλλον, δημιουργία ή/και εμφάνιση νέων αγορών, κλπ.).

Ξεκινώντας μια SWOT Ανάλυση η επιχείρηση οφείλει να ξεπερνά τα προβλήματα της (Αδυναμίες) και να εφαρμόζει στρατηγικές που να εξαλείφουν τις «απειλές» που προκύπτουν στο εξωτερικό περιβάλλον. Επιπλέον θα πρέπει να εκμεταλλευόμαστε τις ευκαιρίες στο εξωτερικό περιβάλλον, αξιοποιώντας τις δυνάμεις της επιχείρησής μας. Η SWOT ανάλυση είναι μια «αναλυτική διαδικασία», που επιτρέπει να οργανώσουμε όλες τις πληροφορίες και τις σκέψεις μας. Τέλος, είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής των επιχειρήσεων που δημιουργεί ιδέες. Καλεί τον επιχειρηματία να απαντήσει σε κάποιες ερωτήσεις οι οποίες μπορεί να σχετίζονται με τα δυνατά και αδύναμα σημεία της επιχείρησής του και να εξετάσει τις ευκαιρίες και τις απειλές που το εμφανίζονται (David, 2013).

Δυνατά σημεία

- Τι είναι αυτό που ξέρει καλά η επιχείρηση;
- Ποιο είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησής;
- Τι προσφέρει η επιχείρηση και τι οι ανταγωνιστές της ;
- Το δυνατό της σημείο είναι η φήμη και η θέση της στην αγορά

Αδύναμα σημεία

- Τι είναι αυτό που δεν γίνεται σωστά;
- Ποια είναι τα σημεία που στερείται έναντι του ανταγωνισμού;
- Τι πρέπει να αποφύγει και να βελτιώσει η επιχείρηση;
- Τι ζητάει η αγορά και δεν έχει ακόμα προσφέρει η επιχείρηση;

Ευκαιρίες

- Τα “κενά” αγορά της που μπορεί να καλύψει η επιχείρηση.
- Η δημιουργία «αναγκών» για νέα προϊόντα ή υπηρεσίες από τους καταναλωτές.
- Νέοι τρόποι απόκτησης και αγοράς προϊόντων από τους καταναλωτές (πχ. e-shop, e-bay κλπ.).
- Νέοι τρόποι δικτύωσης της νεολαίας (πχ. Facebook , instagram, blogs)

Κίνδυνοι

- Μια παγκόσμια οικονομική κρίση
- Μια προσδοκώμενη μείωση της κατανάλωσης
- Είσοδος καινούργιων επιχειρήσεων στην αγορά
- Μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών (Johnson, 2011).

2.3 ΑΝΑΛΥΣΗ PEST

Ένα στρατηγικό εργαλείο του μάρκετινγκ είναι και η ανάλυση PEST που χρησιμοποιείται για να αναλύει το εξωτερικό περιβάλλον μίας επιχείρησης. Δηλαδή όλα τα συστήματα και τις δομές που περιβάλλουν μία επιχείρηση. Έτσι η ανάλυση PEST αναλύει: Η ανάλυση PEST είναι απαραίτητη στο κλάδο των επιχειρήσεων για την μελέτη τους εξωτερικού περιβάλλοντος. Καταγράφει την υπάρχουσα κατάσταση της αγοράς και οργανώνει τον προγραμματισμό και την λήψη αποφάσεων για την επιχείρηση. Μαζί με την ανάλυση SWOT αποτελούν χρήσιμα εργαλεία για την εκπόνηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο είναι επιτυχημένο όταν έχει προηγηθεί ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος (Ireland et.al. 2013).

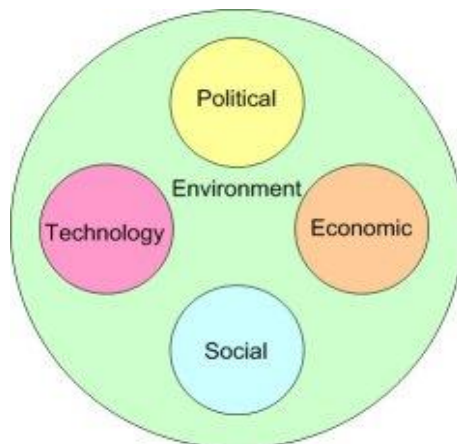
Πολιτικό περιβάλλον: Οι νόμοι, το πολιτικό καθεστώς και η κυβέρνηση παράγοντες που μπορούν ακόμα να επιτρέψουν ή να απαγορεύσουν την λειτουργία μίας επιχείρησης. Στο πολιτικό περιβάλλον εισάγεται επίσης και σε τοπικό επίπεδο (π.χ. τοπική και νομαρχιακή αυτοδιοίκηση κλπ.).

Οικονομικό περιβάλλον: αναφέρει τι γίνεται στην οικονομική ζωή μίας χώρας ή μιας κοινωνίας. Οι παράγοντες που το επηρεάζουν είναι του επιτοκίου δανεισμού, πληθωρισμός, η οικονομική ανάπτυξη κ.α.

Κοινωνικό περιβάλλον: Η δομή της κοινωνίας, αντιλήψεις για τα εγχώρια και τα εισαγόμενα προϊόντα, οι αντιλήψεις των πολιτών μίας κοινότητας, τα δημογραφικά κριτήρια σαφώς επηρεάζουν την επιχείρηση που δραστηριοποιείται σε αυτή τη κοινωνία και γι' αυτό ερευνάται στην ανάλυση PEST.

Τεχνολογικό περιβάλλον: Ο ρόλος του είναι καθορίζει την διαμόρφωση του εξωτερικού περιβάλλοντος. Οι καινοτομίες, τα εμπόδια εισόδου που σχετίζονται με

τεχνολογικές ανακαλύψεις καθώς και η εξέλιξη της τεχνολογίας αποτελούν κρίσιμα ζητήματα που εξετάζονται σε αυτό το σημείο.



Το PEST προέρχεται από τα αρχικά των παραπάνω περιβαλλόντων (στα αγγλικά) Political, Economic, Social, Technology. Η ανάλυση PEST πολύ συχνά χρησιμοποιείται στο μάρκετινγκ κατά την ανάλυση της παρούσας κατάστασης αναφορικά με το μακρο περιβάλλον. Παρόλα αυτά, αποτελεί από ανεξάρτητο εργαλείο και μπορεί να εφαρμοστεί για οποιαδήποτε κατάσταση (Kim, 2005).

2.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Η ενότητα αυτή τοποθετεί την επιχείρηση στο εξωτερικό περιβάλλον ώστε να αποφανθεί ότι η αγορά-στόχος προσφέρει δυνατότητες κέρδους. Ο αναγνώστης-επενδυτής, εξετάζει το τμήμα του σχεδίου και θέλει να καταλάβει ότι ο επιχειρηματίας γνωρίζει τις ανάγκες της αγοράς ώστε να τις καλύψει με τον πιο επιτυχημένο τρόπο. Ο τομέας αυτός της έρευνας περιλαμβάνει την ανάλυση αγοράς και του ανταγωνισμού.

▼ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Αρχικά, πραγματοποιείται μια περιγραφή της αγοράς όσο αναφορά τα χαρακτηριστικά της όπως μέγεθος, στάδιο ανάπτυξης, συγκέντρωση και ρυθμός τεχνολογικής ανάπτυξης. Παρουσιάζεται το ιστορικό εξέλιξης της αγοράς, με αναφορά σε κλαδικές μελέτες, δημοσιεύσεις και επιστημονικά άρθρα. Εντοπίζονται οι παράγοντες που θα σε εξελίξουν την αγορά και επισημαίνονται τα στοιχεία και οι προβλέψεις για το μελλοντική ανάπτυξης

της. Είναι σημαντικό, η επιχείρηση να απευθυνθεί σε μια υφιστάμενη αγορά η εύρεση πληροφοριών ώστε να είναι εύκολη υπόθεση.

Για την τεκμηρίωση της επιτυχίας του νέου αυτού εγχειρήματος χρησιμοποιήθηκαν κλαδικές μελέτες, εφημερίδες, περιοδικά διαφόρου περιεχομένου και πραγματοποιήθηκαν ειδικευμένες μελέτες. Όταν, όμως το προϊόν αναπτύσσει νέο τμήμα στην αγορά οι παραπάνω δευτερογενείς πηγές μπορεί να αποδεικνύονται ανεπαρκείς και απαιτείται η εκπόνηση έρευνας αγοράς για να βρεθούν τα πρωτογενή στοιχεία. Στη συνέχεια γίνεται ανάλυση των τμημάτων αγοράς(γεωγραφικά, δημογραφικά και ψυχογραφικά, στοιχεία κ.τ.λ.), και οριοθετείται η αγορά-στόχος της επιχείρησης. Αν η επιχείρηση έχει ως στόχο διαφορετικά τμήματα της αγοράς, οφείλει να πραγματοποιήσει ανάλυση για κάθε ένα από αυτά ξεχωριστά ώστε να παρουσιαστούν τα κριτήρια επιλογής του συγκεκριμένου τμήματος. Στο τέλος της παραγράφου γίνεται πρόβλεψη, για κάθε τμήμα της αγοράς, του προσδοκώμενου επιπέδου πωλήσεων και μεριδίου αγοράς που αναμένει να επιτύχει η επιχείρηση(Thompson et.al. 2012).

Η ανάλυση της αγοράς παρουσιάζεται σαν μια σύνθετη διαδικασία και οι νέοι επιχειρηματίες έρχονται αντιμέτωποι με διάφορα προβλήματα που αφορούν την αγορά που δραστηριοποιούνται. Ο περιορισμένος αριθμός πόρων της επιχείρησης δεν επιτρέπει στον επιχειρηματία μακροσκελείς έρευνες για την ανάλυση της αγοράς ώστε να μπορέσουν να τοποθετήσουν με επάρκεια της νέα τους αυτή επιχειρηματική δραστηριότητα. Επίσης πολλοί από αυτούς δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να προσλάβουν ειδικούς συμβούλους για τις έρευνες αυτές. Ο χρόνος είναι πολύ σημαντικό στοιχείο τόσο για την εισαγωγή της επιχείρησης της αγοράς αλλά και των στρατηγικών που πρέπει να εφαρμόσει για την επίτευξη των στόχων της. Οι νέες επιχειρήσεις είναι δύσκολο να έχουν μερίδιο και γεωγραφική παρουσία στην αγορά. Έτσι πολλοί επιχειρηματίες όταν εισάγονται στην αγορά η φήμη της επιχείρησης βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα και κυριαρχεί η δυσπιστία των πελατών της για αυτό και είναι αναγκαία η ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου(Johnson, 2011).

▼ ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΝΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Η ανάλυση του ανταγωνισμού ξεκινά με την διερεύνηση του ανταγωνισμού της επιχείρησης, δηλαδή των επιχειρήσεων που ικανοποιούν τις ανάγκες των πελατών με τον ίδιο τρόπο (προϊόντα ή υπηρεσίες). Η διερεύνηση αυτή ολοκληρώνεται με τον καθορισμό

των υπόλοιπων ανταγωνιστών τον κλάδο, ερευνάται έτσι, η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών και των προμηθευτών. Είναι απαραίτητο ο νέος επιχειρηματίας να μελετήσει ορθά το τμήμα της αγοράς που θέλει να εισαχθεί να εντοπίσει τους ανταγωνιστές τους κλάδου και να ερευνήσει τα λειτουργικά τους συστήματα και τις πιθανότητες συνεργασιών.

Ο κίνδυνος εισαγωγής νέων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και υποκατάστατων προϊόντων. Όλες οι δυνάμεις του ανταγωνισμού παρέχουν όλα τα στοιχεία που καταλήγουν στην αναγνώριση των δυνατών και αδύνατων σημείων του ανταγωνισμού όπως: κέρδος και κρίσιμα οικονομικά μεγέθη αν είναι ελεύθερα. Η υπάρχουσα θέση των ανταγωνιστών και μερίδιο τους στην αγορά. Η ανάλυση του ανταγωνισμού οφείλει να καταλήγει στην ανίχνευση των χαρακτηριστικών και των σημείων που διαφοροποιούν την νέα επιχείρηση από τους ανταγωνιστές της ώστε αυτά να αποτελέσουν χάραξη της στρατηγικής τους.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η ανάλυση του ανταγωνισμού είναι πολύ σημαντική για έναν νέο επιχειρηματία καθώς ο ανταγωνισμός είναι αναμενόμενος έναντι μεγάλων πολυεθνικών εταιριών. Επίσης, είναι αρκετά δύσκολο και κοστίζει για μια νεοσύστατη επιχείρηση να μπορέσει να εδραιωθεί σε κλάδους που υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός. Έτσι, ο επιχειρηματίας πρέπει να στοχεύσει σε πράγματα που υπερισχύει έναντι των μεγάλων εταιριών όπως είναι η ποιότητα, η καλή εξυπηρέτηση, η ειδίκευση, η τοπική κοινότητα που απευθύνεται κάθε φορά κλπ) (Kim, 2005).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με τον όρο **αγροτουρισμός** αναφερόμαστε σε μια εναλλακτική μορφή τουρισμού μέσα από την οποία οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να επισκεφτούν ένα αγρόκτημα και να συμμετέχουν στις αγροτικές εργασίες. Πραγματοποιείται άμεση επαφή του επισκέπτη με τις αγροτικές δουλειές, την φύση και των όλων όσων προσφέρει αυτή. Έτσι, ο τουρίστας έχει την δυνατότητα περά από την άψογη φιλοξενία και το ευχάριστο περιβάλλον της φύσης να λάβει μέρος και σε επιμέρους δραστηριότητες όπως :

- Αγροτικές εργασίες
- Εξερεύνηση της χλωρίδας και την πανίδας της περιοχής
- Αθλητικές δραστηριότητες πχ. πεζοπορία
- Πολιτιστικές ενασχολήσεις πχ. επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους
- Επαφή με τοπικά έθιμα και παραδόσεις πχ γευσιγνωσία τοπικής κουζίνας, τοπικά προϊόντα

Η μορφή αυτή του τουρισμού συναντάται κυρίως σε χώρες που αναπτύσσουν αυτή η μορφή τουρισμού όπως είναι η Ισπανία ,Γαλλία γιατί στηρίζεται η διαμονή κυρίως σε φάρμες στην ύπαιθρο. Στην Ελλάδα δεν είναι τόσο ανεπτυγμένη η μορφή αυτή παρόλο που έχουμε προς αξιοποίηση πολλά στοιχεία του ελλαδικού χώρου. Ο ελληνικός αγροτουρισμός μπορεί να γίνει ανταγωνιστικός και ταυτόχρονα να συμβάλει στην προστασία του φυσικού πλούτου και την πολιτιστικής κληρονομιάς.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, ο αγροτουρισμός επεκτείνεται σε αρκετούς τομείς της αγροτικής ζωής όπως είναι :

- Ιππασία
- Ψάρεμα
- Κυνήγι
- Μαθήματα μαγειρικής τοπικής κουζίνας
- Πώληση αγροτικών προϊόντων της φάρμας

Ο αγροτουρισμός υιοθετείται κυρίως από μικρομεσαίες γεωκτηνοτροφικές μονάδες με σκοπό την εκμετάλλευση της γης, την παράγωγή προϊόντων και την μετάδοση της τοπικής

πολιτιστικής κληρονομιάς. Η σταδιακή επέκταση του αγροτουρισμού συμβαίνει για διάφορους λόγους όπως :

- Ø Το σταθερό εισόδημα των αγροτών
- Ø Ανάδειξη του τουρισμού ως ισχυρή βάση για την ανάπτυξη της οικονομίας
- Ø Ο αγροτουρισμός μετατρέπεται ως εναλλακτική λύση σε σχέση με τον κλασικό τουρισμό
- Ø Δεν αντιμετωπίζονται σαν τουρίστες αλλά συλλέκτες εμπειριών και γνώσης μέσω της διαμονή τους στο αγρόκτημα.
- Ø Ο κυρίαρχος ρόλος των γυναικών στις δραστηριότητες του αγροκτήματος και του αγροτουρισμού.
- Ø Είναι μια μορφή τουρισμού που λειτουργεί όλο τον χρόνο και μπορεί οποιαδήποτε περίοδο να δέχεται επισκέπτες-τουρίστες (Wheelen et.al. 2012).

3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η Ελλάδα λόγω της γεωγραφικής της θέσης και του γεωλογικού της πλούτου και των κλιματολογικών συνθηκών της πλήρη τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του αγροτουρισμού σε αγροτικές περιοχές. Οι σημαντικότερες μορφές αγροτουρισμού είναι ποικίλες και χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

α) **Αμιγής αγροτουρισμός:** όπου οι επισκέπτες πλην του κύριου προορισμού τους θα ενασχοληθούν και με τις αγροτικές εργασίες της φάρμας(εκτροφή των ζώων, άρμεγμα, οπωροκηπευτικά κα.)ενώ, ταυτόχρονα θα συμμετέχουν και σε άλλες δραστηριότητες που θα αφορούν το αγρόκτημα, την περιοχή αλλά και την ψυχαγωγία τους(κινήγι, ιπασία, πεζοπορία κλπ.). Συναντάται στις εξής μορφές:

- Σε περιοχές ημιορεινές ή μη όπου η προσέλκυση των επισκεπτών είναι πιο εύκολη και γίνεται αξιοποίηση της ομορφιάς του τοπίου.
- Σε νησιωτικές περιοχές όπου η επισκέπτες έχουν την δυνατότητα να θαυμάσουν τον ήλιο και τη θάλασσα.
- Σε περιοχές που έχουν χαρακτηριστεί πολιτιστική κληρονομιά έτσι ο επισκέπτης εναρμονίζεται με την ιδέα του παλαιού και του οικείου τοπίου

- Σε περιοχές που έχουν χαρακτηριστεί προστατευόμενες ο επισκέπτης έρχεται πιο κοντά με την φύση μέσω των εθνικών δρυμών και των υδροβιότοπων και ευαισθητοποιείται σε θέματα οικολογίας.

- Σε περιοχές που είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένο το επιχειρηματικό σχέδιο του συναιτερισμού, προσφέρεται η ευκαιρία στον επισκέπτη να γευτεί τα τοπικά προϊόντα της περιοχής και την φιλοξενία.

β) **Σύνθετος αγροτουρισμός:** εδώ οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να μάθουν και να αναπτύξουν περαιτέρω τις γνώσεις τους και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους σε διάφορους τομείς τη τοπικής κοινωνίας και κουλτούρας. Συνεπώς, περιλαμβάνει τις εξής μορφές:

- Σε περιοχές που υπάρχουν ιαματικές πηγές και ειδικά θεραπευτήρια για στιγμές χαλάρωσης του επισκέπτη

- Σε περιοχές ορεινές όπου θα υπάρχει χιονοδρομικό κέντρο, σαλέ για την διαμονή των επισκεπτών, ειδικά την περίοδο του χειμώνα.

- Σε περιοχές που υπάρχει έντονα το στοιχείο της αθλητικής δραστηριότητας πχ. Rafting, κολύμβηση κ.α.

- Σε περιοχές που λειτουργούν παιδικές κατασκηνώσεις για την ενασχόληση και την ψυχαγωγία των παιδιών σε μικρή ηλικία (Καραγιάννης κ.α.2006).

3.3 Ο ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αναμφισβήτητα, η Ελλάδα με την γεωγραφική της θέση και το μορφολογικό πλούτο της καθιστά ενδιαφέρον την ανάπτυξη του αγροτουρισμού. Ο αγροτουρισμός στην Ελλάδα ξεκίνησε κάπου το 1990 όταν μέσω του συστήματος των ευρωπαϊκών επιδοτήσεων υπέρ του αγροτικού εισοδήματος δημιούργησε την ανάγκη για την άσκηση αυτή της εναλλακτικής μορφής τουρισμού.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση για να βελτιώσει τη θέση των αγροτών προωθούσε προγράμματα δημιουργίας ξενώνων και υποδομών σε αγροτικές περιοχές, η Ελλάδα μέσω επιχειρηματικών πρωτοβουλιών εισήλθε σε αυτόν τον τομέα του τουρισμού. Έπειτα, μέσα από αυτό το βήμα εγκαινιάστηκαν ξενώνες, γυναίκειοι συνεταιρισμοί ακόμα και η πρόωθηση πολλών προστατευόμενων περιοχών. Τα πρώτα επιχειρηματικά βήματα

στηρίχτηκαν κυρίως σε παραδοσιακούς οικισμούς της Ηπείρου, σε περιοχές κοντά σε λίμνες και ποτάμια, ακόμα και νησιών του Αιγαίου.

Από την άλλη μεριά παρατηρείται το φαινόμενο ότι η εκμετάλλευση αυτών των προγραμμάτων δεν έγινε με το πιο επιτυχημένο και σωστό τρόπο ώστε να προωθείται η φιλοξενία της ελληνική υπαίθρου, τα τοπικά προϊόντα και η αγροτική ανάπτυξη. Καθώς πολλοί δημιούργησαν πολυτελή ξενοδοχεία και διάφορες άλλες εγκαταστάσεις που ουδεμία σχέση είχαν με την ελληνική ύπαιθρο και το παραδοσιακό στοιχείο, στον ελλαδικό χώρο μόνο χίλιες στον αριθμό υπάρχουν.

Ο αγροτουρισμός δίνει την δυνατότητα επαφής με την φύση και του παραδοσιακών στοιχείων που την αποτελούν. Προωθεί μια συμμαχία μεταξύ ανθρώπων που η ενασχόληση τους πηγάζει από τον αγροτουρισμό και μια συνεργασία όλων των δικτύων της τοπικής κοινωνίας στα πλαίσια ενός αγροτουριστικού σχεδίου. Η εξέλιξη του αγροτουρισμού στην ελληνική αγορά δεν έχει χαρακτήρα μαζικό αλλά προσπαθεί να εδραιωθεί ως μια εναλλακτική μορφή. Ταυτόχρονα, ο μαζικός τουρισμός είναι εκμεταλλεύσιμος σε κάποιο βαθμό για την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας, την προβολή των υπηρεσιών και της ομορφιάς των τοπίων. Τέλος για να μπορεί να εξαπλωθεί ακόμη περισσότερο η ιδέα του αγροτουρισμού θέτονται κάποιοι στόχοι και είναι οι εξής:

- Η ενίσχυση της ελληνικής υπαίθρου
- Δημιουργία ενός συμπληρωματικού εισοδήματος για τον αγρότη
- Προώθηση των προϊόντων της τοπικής αγροτικής οικονομίας
- Αξιοποίηση των περιοχών για προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών
- Προβολή και διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς
- Ενδυνάμωση των γεωγραφικά μειονεκτικών περιοχών
- Καλύτερευση του βιοτικού επιπέδου των αγροτών
- Δημιουργία περιβαλλοντικού και οικολογικού χαρακτήρα(Καραγιάννης κ.α.2006).

3.4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ικανότητα του επιχειρηματία αν είναι επιτυχημένος ή όχι φαίνεται απ την συνεχή ικανοποίηση των αναγκών των πελατών του καθώς αποτελούν σημαντική πηγή εσόδων

για το μέλλον. Οι παράγοντες που ικανοποιούν τις ανάγκες αυτές είναι α)οι δραστηριότητες β) υπηρεσίες και εγκαταστάσεις γ)περιβάλλον και αξιοθέατα.

Επιπλέον, οι επιχειρηματίες για να μπορέσουν να καλύψουν τις παραπάνω ανάγκες θα πρέπει να έχουν γνώσεις σχετικές με το μάρκετινγκ ώστε να μπορέσουν να κρατήσουν τους ήδη υπάρχοντες και να εισάγουν θεμέλια για την προσέλκυση νέων πελατών ώστε να αναπτυχτεί περισσότερο εναλλακτική μορφή αυτή του τουρισμού. Οφείλουν επίσης, να προβάλλουν τον την αγροτικής ζωής μέσω της συμμετοχής των τουριστών σε διαφορές δραστηριότητες. Στόχος των επιχειρηματιών είναι η προβολή της επιχείρησής τους μέσω της ικανοποίησης των αναγκών του πελάτη και η ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας για την συνέχιση τέτοιων μελλοντικών ευκαιριών.

Οι Έλληνες επιχειρηματίες αναζητούν συνεχώς νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, για αυτό και τα καταλύματα στις αγροτικές περιοχές δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας με αποτέλεσμα την προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών και την ενίσχυση της τοπικής αγροτικής οικονομίας. Επίσης ο αγροτουρισμός έχει διπλή χρήση καθώς συνθέτει την αγροτική ζωή και της πρόσφορα αυτής στον επισκέπτη-τουρίστα για μια αξέχαστη ταξιδιωτική εμπειρία στην ύπαιθρο. Όλα αυτά πραγματοποιούνται με πρόσφορα υπηρεσιών από διαφορές επιχειρήσεις οι οποίες κατατάσσονται σε τρεις κατηγορίες:

Ø Η πρώτη κατηγορία περιέχει τις αγροτουριστικές επιχειρήσεις που έχουν μια σχετική επαφή με τους πελάτες. Εδώ ο αγρότης κατά κύριο λόγο προσφέρει τις αγροτικές τους υπηρεσίες στους επισκέπτες μέσω ξεναγήσεων, περιπάτων κ.α.

Ø Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει την άμεση επαφή του επισκέπτη με τον αγρότη-επιχειρηματία παρέχοντας διάφορες υπηρεσίες στην φάρμα για την κάλυψη των αναγκών του πελάτη. Οι υπηρεσίες αυτές μπορεί να σχετίζονται με δραστηριότητες όπως το τσίσιμα των ζώων, γευστιγνωσίας κρασιών και τοπικών εδεσμάτων κ.α.

Ø Η τρίτη κατηγορία περιλαμβάνει επιχειρήσεις που εντάσσονται μεγάλα και καλά οργανωμένα εμπορικά συγκροτήματα με εστιατόρια παρκινγκ, ξεναγήσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα κ.α.

Λόγω της έλλειψης εμπειρίας πολλών αγροτών σχετικά στο κομμάτι της διοίκησης μια αγροτουριστικές μονάδας πολλοί επιλέγουν να ασχοληθούν με τουριστικά προγράμματα. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η κατανόηση της γεωργίας και του τουρισμού σε συνδυασμό με το μάρκετινγκ και την διοίκηση επιχειρήσεων είναι ένα αγκάθι για την εξέλιξη μια αγροτουριστικής μονάδας (Wheelen et.al. 2012)..

3.5 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο αγροτουρισμός αποτελείται από πολλά θετικά χαρακτηριστικά για την ανάδειξη της περιοχής και της ποιότητας ζωής των κατοίκων της.

- Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας έτσι πολλοί κάτοικοι και ιδιαίτερα οι νέοι συνεχίζουν εκεί την επιχειρηματική τους δραστηριότητα έναντι των αστικών κέντρων.
- Αυξάνεται το εισόδημα των αγροτών μέσω της πώλησης και της προώθησης των παραδοσιακών τοπικών προϊόντων.
- Δίνει την δυνατότητα ανάπτυξης της περιφέρειας και προβολής του φυσικού περιβάλλοντος. Μια αγροτουριστική μονάδα δίνει τη δυνατότητα στους κατοίκους των περιοχών αυτών να ευαισθητοποιηθούν σε θέματα και οικολογίας και προστασία της πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Είναι μια επιχειρηματική δραστηριότητα που πραγματοποιείται όλο τον χρόνο οπότε οι επιχειρηματίες έχουν μια σταθερή πηγή εσόδων.
- Ο τουρίστας-επισκέπτης του αγροκτήματος έρχεται σε επαφή με πρωτόγνωρες για εκείνον εμπειρίες και δραστηριότητες.

Ωστόσο βέβαια δεν λείπουν και τα αρνητικά γνωρίσματα που εισάγονται μέσω του αγροτουρισμού:

- Η έλλειψη γνώσης που έχουν οι αγρότες-επιχειρηματίες σε θέματα μάρκετινγκ και διοίκησης επιχειρήσεων, και η δυσκολία στην χρηματοδότηση.
- Στην πλειονότητα τους δεν υπάρχουν αγροκτήματα τα οποία να καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες των τουριστών καθώς δεν υπάρχει η σωστή καθοδήγηση και οργάνωση των επιχειρηματιών.
- Πολλοί επιχειρηματίες δεν συνάπτουν συνεργασίες με τα τοπικά δίκτυα και τις κοινότητες ώστε να πραγματοποιηθεί αγροτική ανάπτυξη στην περιοχή λόγω του ανταγωνισμού έρχεται σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό(Καραγιάννης κ.α.2006).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ BUSINESS PLAN PRO

Αφού το πακέτο εγκατάστασης του Business Plan Pro κατέβει στον Ηλεκτρονικό υπολογιστή, πραγματοποιείται με διπλό κλικ η εκκίνηση της εγκατάστασής του. Η εικόνα 1 δείχνει το πρώτο οπτικό αποτέλεσμα της εκκίνησης της εγκατάστασης. Εδώ το μόνο που πρέπει να κάνει ο χρήστης είναι να πατήσει το κουμπί **Next>**.



Εικόνα 1: Εκκίνηση Εγκατάστασης του προγράμματος.

Αφού γίνει επιλογή του κουμπιού **Next >** εμφανίζεται η εικόνα 2 η οποία αναφέρει τους κανόνες και τους όρους που πρέπει να γνωρίζει ο χρήστης ώστε να πραγματοποιήσει την εγκατάσταση και τη μετέπειτα χρήση του προγράμματος. Εδώ επιλέγεται η πρώτη επιλογή δηλαδή το ότι έχει πραγματοποιηθεί ανάγνωση των όρων και προϋποθέσεων και στη συνέχεια επιλέγεται και εδώ το κουμπί **Next >** ώστε να μεταβεί στο επόμενο βήμα εγκατάστασης του προγράμματος ο οδηγός εγκατάστασης.



Εικόνα 2: Όροι και προϋποθέσεις για τη χρήση του προγράμματος.

Στη συνέχεια εμφανίζεται ένα παράθυρο το οποίο ζητά από το χρήστη να εισάγει το όνομα χρήστη, τον οργανισμό που δραστηριοποιείται και ένα Σειριακό αριθμό ο οποίος έρχεται μαζί με την αγορά του προγράμματος. Λόγο του μεγάλου κόστους του προγράμματος πραγματοποιήθηκε εγκατάσταση μιας δοκιμαστικής έκδοσης και χρήση ενός σειριακού κωδικού ο οποίος λήφθηκε από κάποιο ιστότοπο χρηστών του προγράμματος. Αυτός ο κωδικός δίνει πρόσβαση στο χρήστη για δέκα (10) φορές στο πρόγραμμα. Αφότου εισαχθούν τα στοιχεία στον οδηγό εγκατάστασης στη συνέχεια επιλέγεται και εδώ το κουμπί Next>

Business Plan Pro 2007 - InstallShield Wizard

Customer Information

Please enter your information.

BUSINESS PLAN PRO

User Name:
GIANNAANTONIS

Organization:
TEIPAT

Serial Number:
BDAX373274956

If you need help finding your serial number please click the button below.

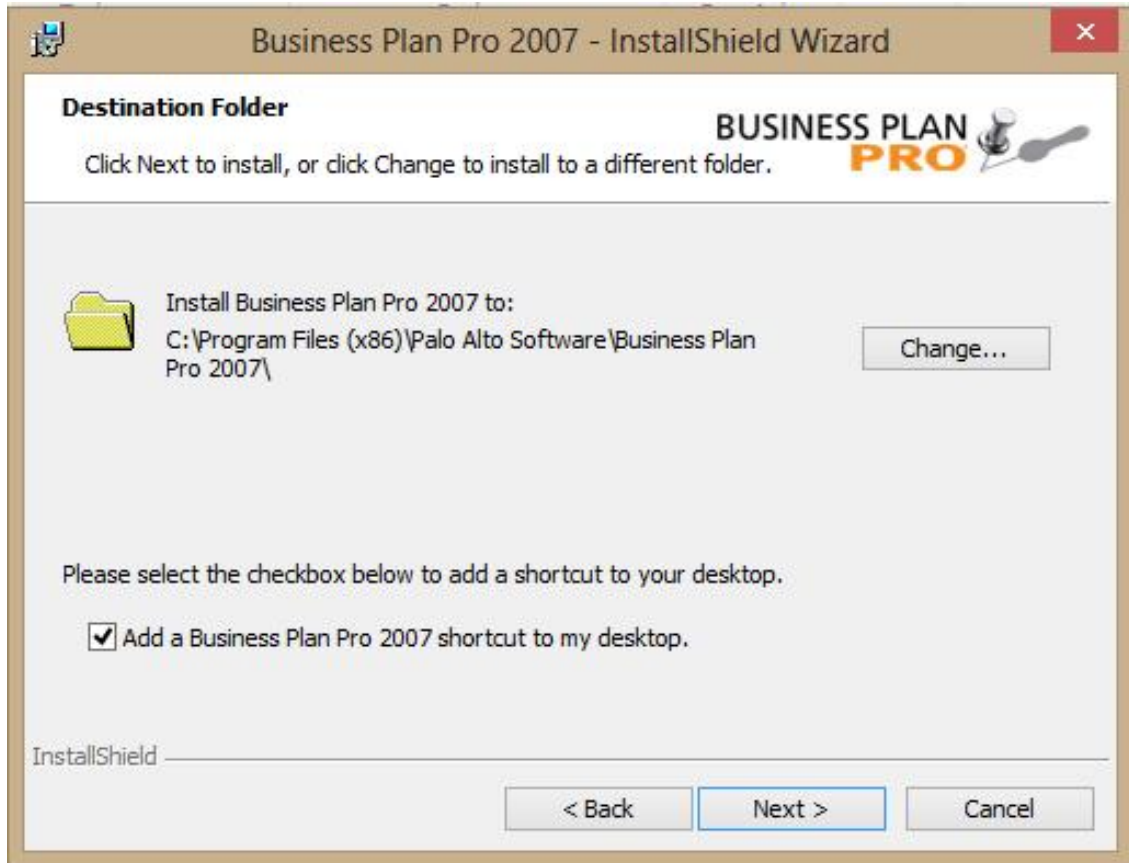
Where is my serial number?

InstallShield

< Back Next > Cancel

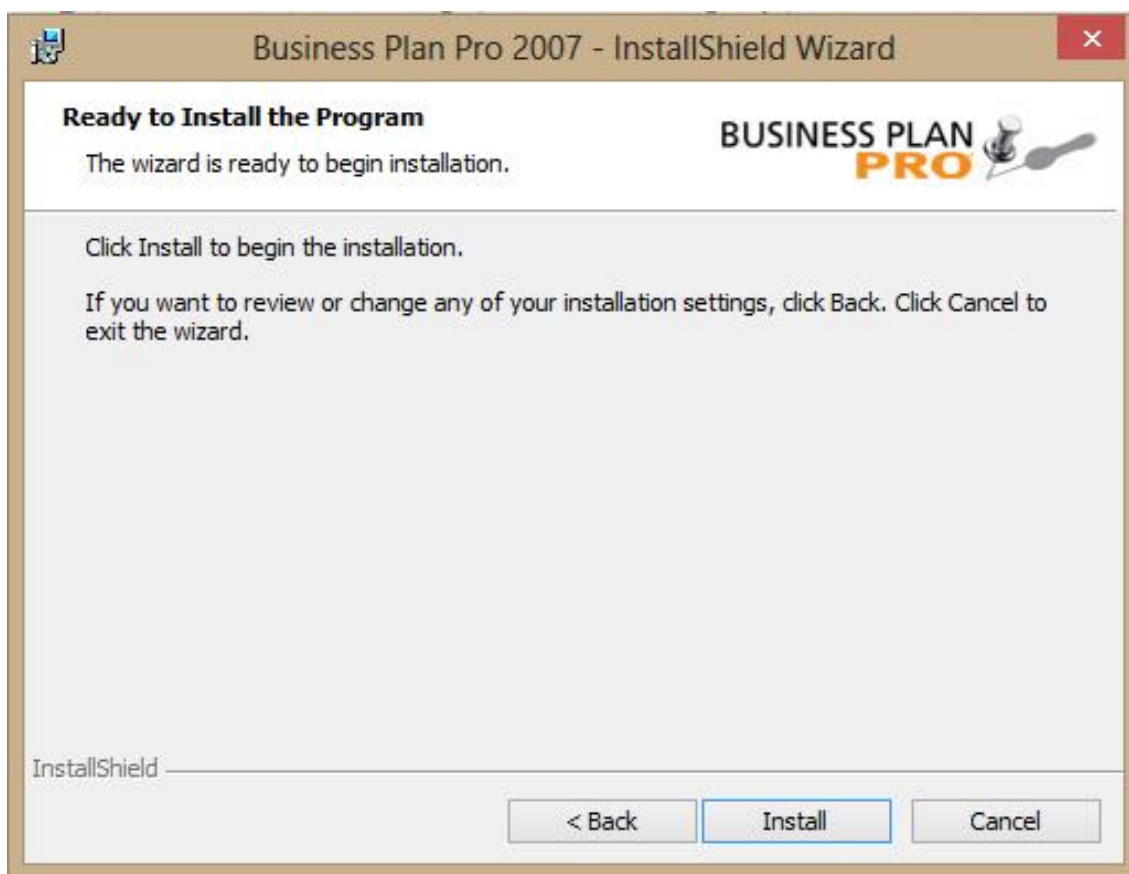
Εικόνα 3: Εισαγωγή πληροφοριών για το χρήστη.

Στη συνέχεια εμφανίζεται ένα παράθυρο το οποίο ζητά από το χρήστη να επιλέξει τη διαδρομή εγκατάστασης του προγράμματος, επίσης δίνει τη δυνατότητα να εμφανίζει μια συντόμευση στην επιφάνεια εργασίας μέσω ενός κουτιού το οποίο επιλέγετε με τικ.



Εικόνα 4: Εισαγωγή διαδρομής εγκατάστασης.

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται έχει σκοπό επαλήθευσης των διαδικασιών που πραγματοποιήθηκαν προηγουμένως. Πατώντας το **<Back** είναι δυνατή η τροποποίηση όλων των προηγούμενων ή πατώντας το **Next>** συνεχίζει η εγκατάσταση στο επόμενο βήμα.



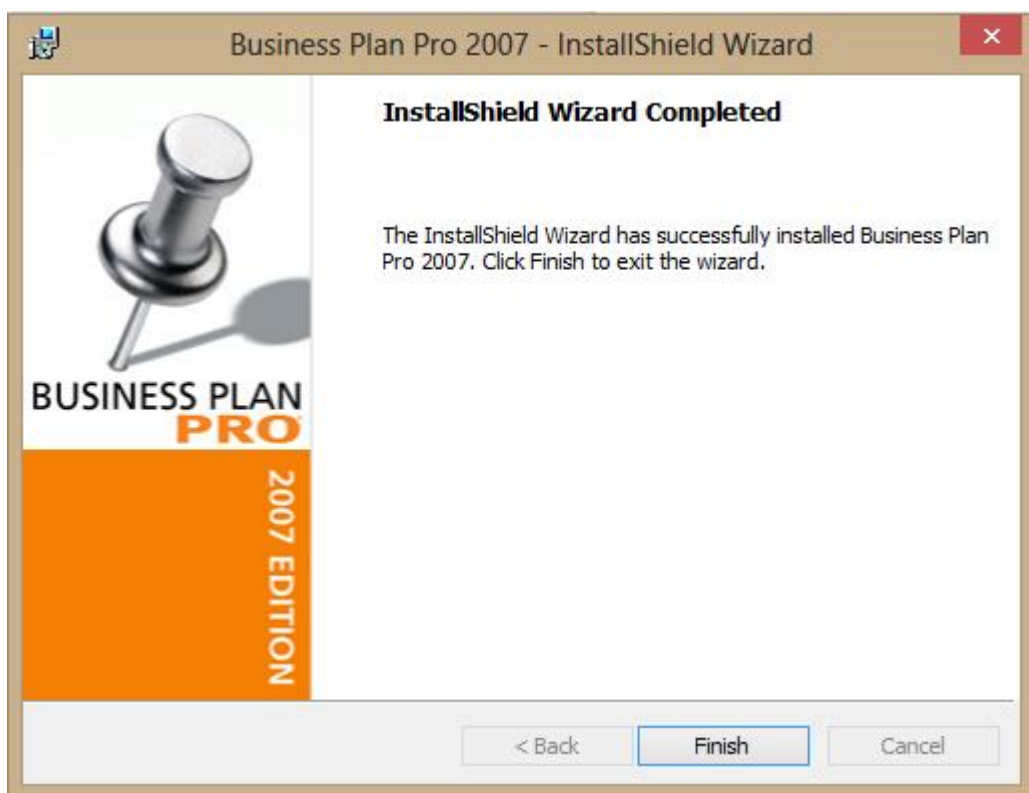
Εικόνα 5: Επαλήθευση της εγκατάστασης.

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται αποτυπώνει την εκκίνηση της εγκατάστασης του προγράμματος στο σύστημα. Στο παρόν σημείο ο χρήστης αν πάσα στιγμή μπορεί να παρακολουθεί την πρόοδο της εγκατάστασης μέσω μιας μπάρας που υπάρχει με σκοπό να δείχνει την πρόοδο της εγκατάστασης.



Εικόνα 5: Εκκίνηση της εγκατάστασης.

Αφού ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του προγράμματος εμφανίζεται το παράθυρο της εικόνας 6, το οποίο γνωστοποιεί στο χρήστη το προαναφερθέν και εδώ επιλέγεται το πλήκτρο **Finish**.



Εικόνα 6: Ολοκλήρωση της εγκατάστασης.

Αφού ολοκληρωθεί η εγκατάσταση δημιουργείται στην επιφάνεια εργασίας μια συντόμευση η οποία έχει τη μορφή της εικόνας 7.



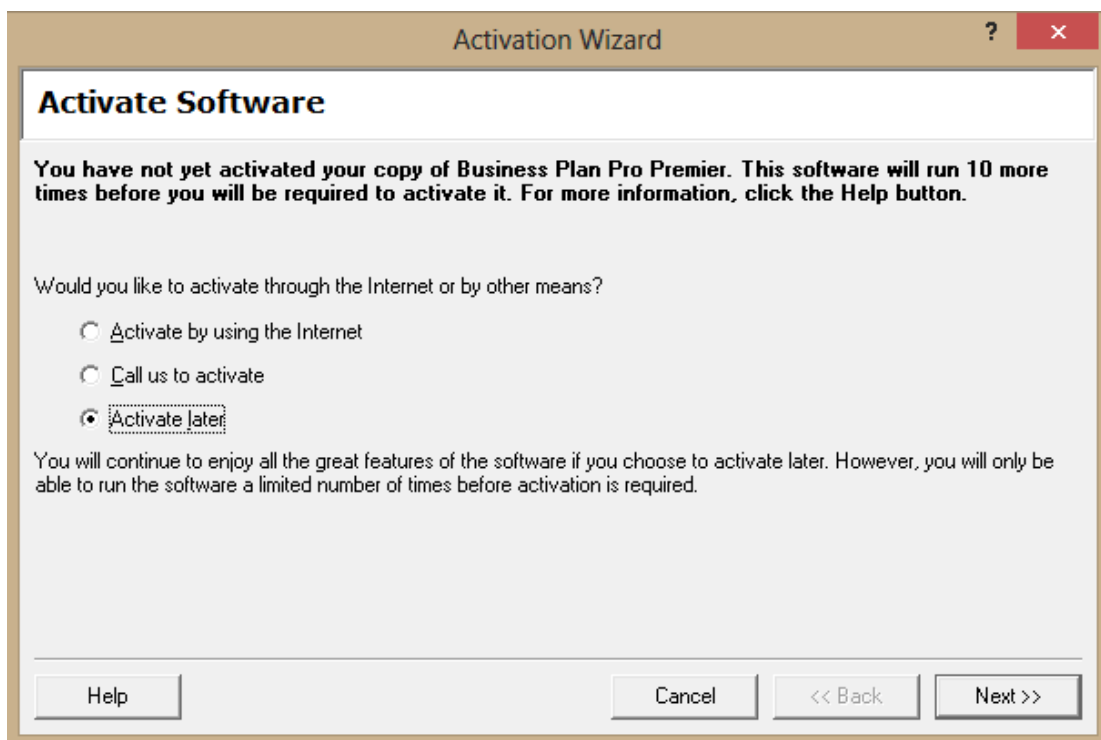
Εικόνα 7: Εικονίδιο της συντόμευσης του προγράμματος

Όταν ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του προγράμματος και πραγματοποιηθεί η εκκίνηση του προγράμματος εμφανίζεται στην επιφάνεια εργασίας η ακόλουθη εικόνα (εικόνα 8).



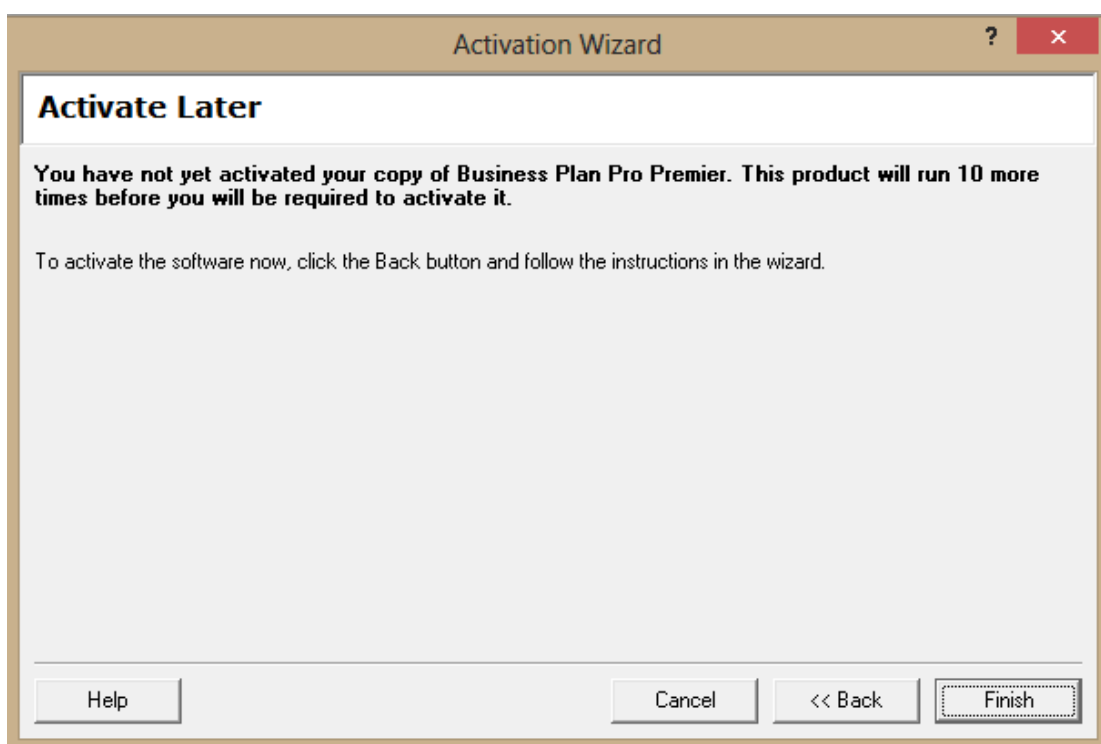
Εικόνα 8: Εκκίνηση του Business Plan PRO.

Όταν πραγματοποιηθεί εκκίνηση του προγράμματος για πρώτη φορά εμφανίζεται ένα παράθυρο το οποίο είναι οδηγός ενεργοποίησης του προγράμματος, αυτό το παράθυρο δίνει τρεις επιλογές, την ενεργοποίηση μέσω διαδικτύου, την ενεργοποίηση μέσω τηλεφωνικής κλίσης και την ενεργοποίηση σε μεταγενέστερο χρόνο. Αφού επιλεγθεί η επιθυμητή επιλογή στη συνέχεια επιλέγεται το *Next* >ώστε να προχωρήσει στο επόμενο βήμα το πρόγραμμα.



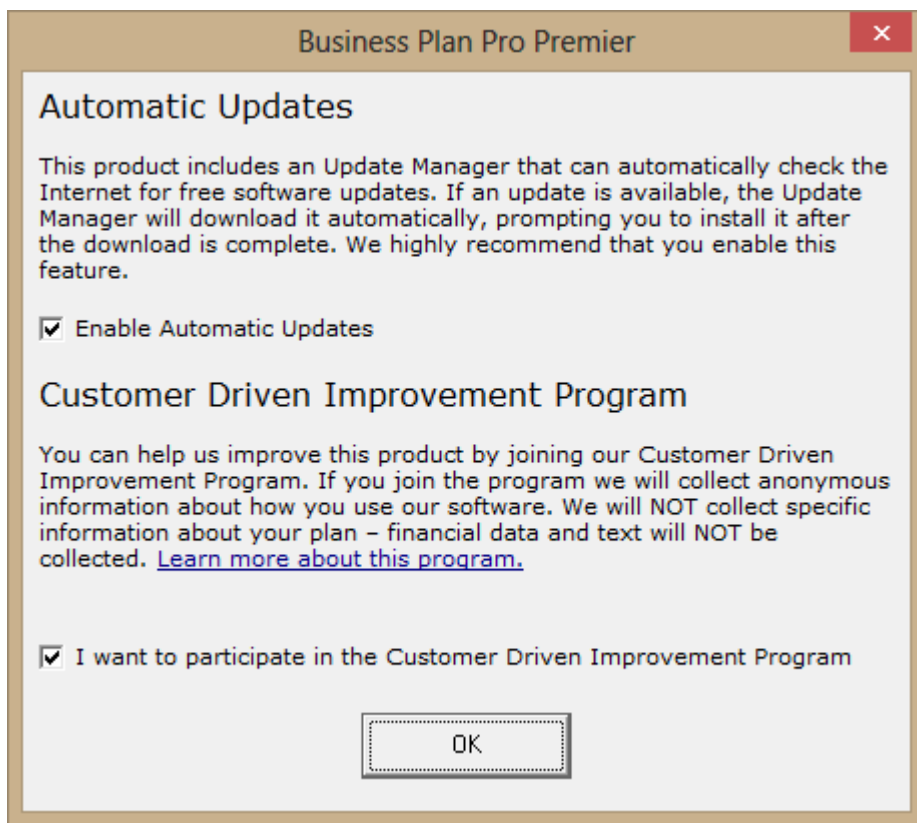
Εικόνα 9: Ενεργοποίηση του Business Plan PRO.

Αφού επιλεγεί η επιλογή για ενεργοποίηση πιο μετά εμφανίζεται ένα μήνυμα το οποίο προειδοποιεί το χρήστη ότι έχει τη δυνατότητα χρήσης του προγράμματος για μέχρι και δέκα φορές και επιλέγοντας **Finish** ολοκληρώνεται η ενεργοποίηση.



Εικόνα 10: Μήνυμα για την επιλογή της ενεργοποίησης του Business Plan PRO.

Στη συνέχεια εμφανίζεται ένα μήνυμα το οποίο δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να επιλέξει να ενημερώνεται αυτόματα το πρόγραμμα και επιπροσθέτως του δίνει τη δυνατότητα να λάβει μέρος στο πρόγραμμα αναβάθμισης των πελατών. Ανάλογα το τι θέλει να επιλέξει ο χρήστης επιλέγεται το **OK** και τελειώνει και αυτή η διαδικασία.



Εικόνα 11: Μήνυμα για την αυτόματη αναβάθμιση του Business Plan PRO.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

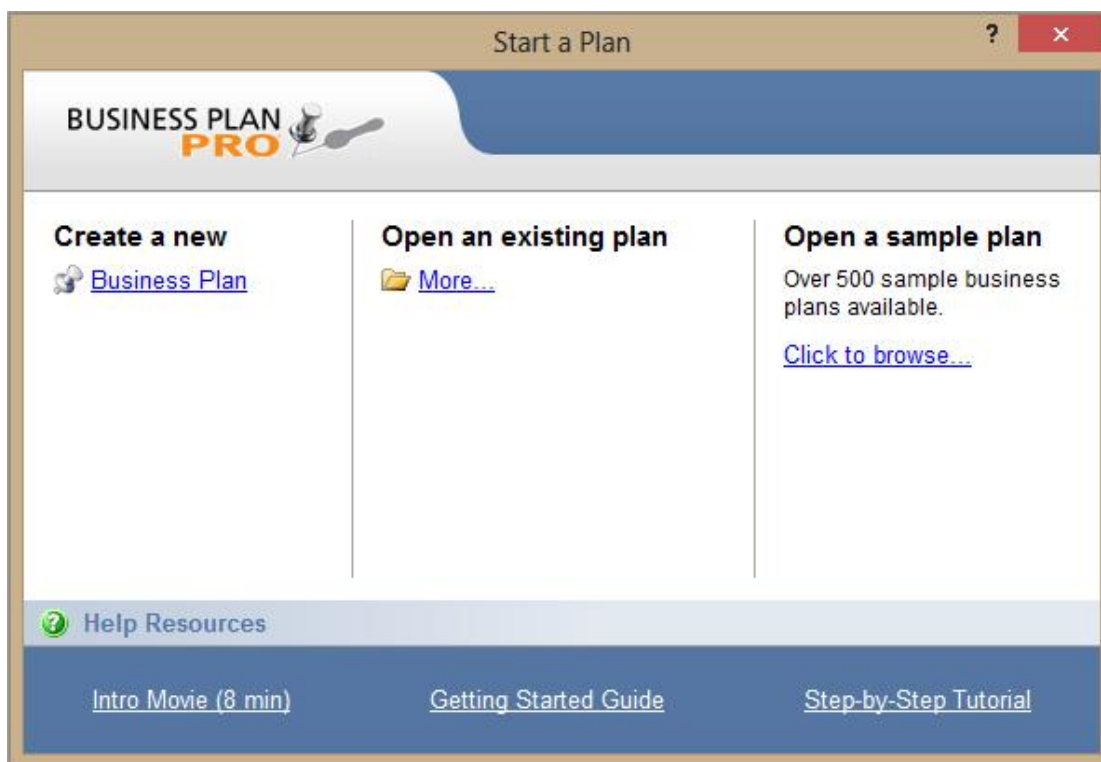
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ A.G.R.O CRETE

5.1 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ A.G.R.O CRETE

Το **A.G.R.O. Crete** ορίζεται ως **Agricultural Greek Reactional Organization Crete** δηλαδή είναι ένας Ελληνικός Αγροτικός-Αθλητικός Οργανισμός με έδρα την Κρήτη. Το Αθλητικός βασίζεται στο γεγονός ότι η επιχείρηση θα παρέχει τις Εγκαταστάσεις της στους πελάτες οι οποίες είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν στην στέγαση αθλητικών ομάδων-σωματίων για διάφορες αθλητικές δραστηριότητες οι οποίες ευνοούνται κατά πολύ από το κλίμα της Κρήτης. Επίσης οι εγκαταστάσεις της **A.G.R.O. Crete** επρόκειτο να απαρτίζονται από μεγάλης έκτασης γη στην οποία θα υπάρχουν και πολυχώροι αθλητικών εγκαταστάσεων (2 γήπεδα ποδοσφαίρου ολυμπιακών προδιαγραφών, 2 κλειστά γήπεδα μπάσκετ, 1 κλειστή πισίνα ολυμπιακών προδιαγραφών, 2 γήπεδα τένις, 2 γήπεδα βόλεϊ και δύο γήπεδα Μπιτς βόλεϊ). Επιπροσθέτως τα καταλύματα της **A.G.R.O. Crete** επρόκειτο να βρίσκονται σε απόσταση 500 μέτρων από τη θάλασσα. Η λέξη Αγροτικός στο ακρωνύμιο της επιχείρησης βασίζεται στο ότι επρόκειτο να παρέχονται εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός εντός των εγκαταστάσεων της **A.G.R.O. Crete** καθώς και εκτός αυτών, σε συμβεβλημένες ξενοδοχειακές μονάδες που θα συνεργάζονται με την εταιρία σε όλη την Ελλάδα. Επίσης επρόκειτο να υπάρχει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αυτάρκεια στα τρόφιμα που θα παρέχονται εντός των χώρων εστίασης της επιχείρησης με προϊόντα που θα παράγονται εντός των εγκαταστάσεων της.

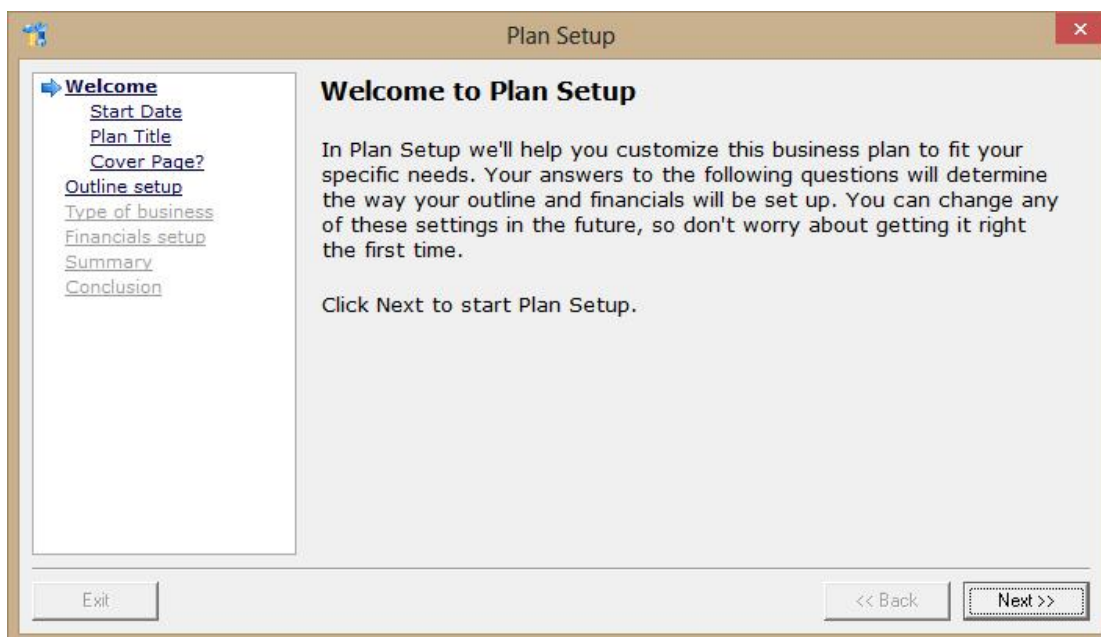
5.2 ΕΝΑΡΞΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΤΗΣ A.G.R.O. Crete

Αφότου ολοκληρωθεί η εγκατάσταση του προγράμματος ξεκινά η έναρξη του επιχειρηματικού σχεδιασμού. Στο πρώτο παράθυρο που εμφανίζεται είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί η δημιουργία ενός καινούργιου επιχειρηματικού πλάνου η εκκίνηση ενός αποθηκευμένου πλάνου και η εκκίνηση κάποιου δείγματος. Όπως φαίνεται στην εικόνα 12.



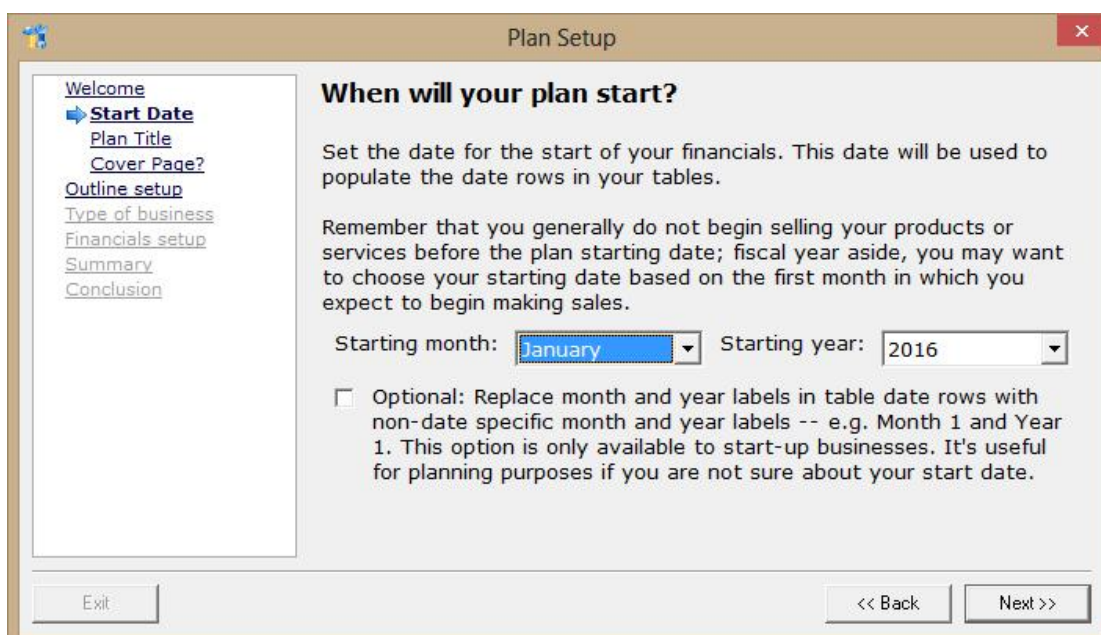
Εικόνα 12: Έναρξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου με τη χρήση Business Plan PRO.

Αφού επιλέχθηκε η δημιουργία του νέου επιχειρηματικού πλάνου εμφανίζονται οι επιλογές για την εγκατάσταση του επιχειρηματικού πλάνου. Όπου γίνεται η επιλογή του **Next** >ώστε να συνεχιστεί στο επόμενο βήμα της εγκατάστασης του Business Plan PRO.



Εικόνα 13: Έναρξη της εγκατάστασης των Business Plan PRO.

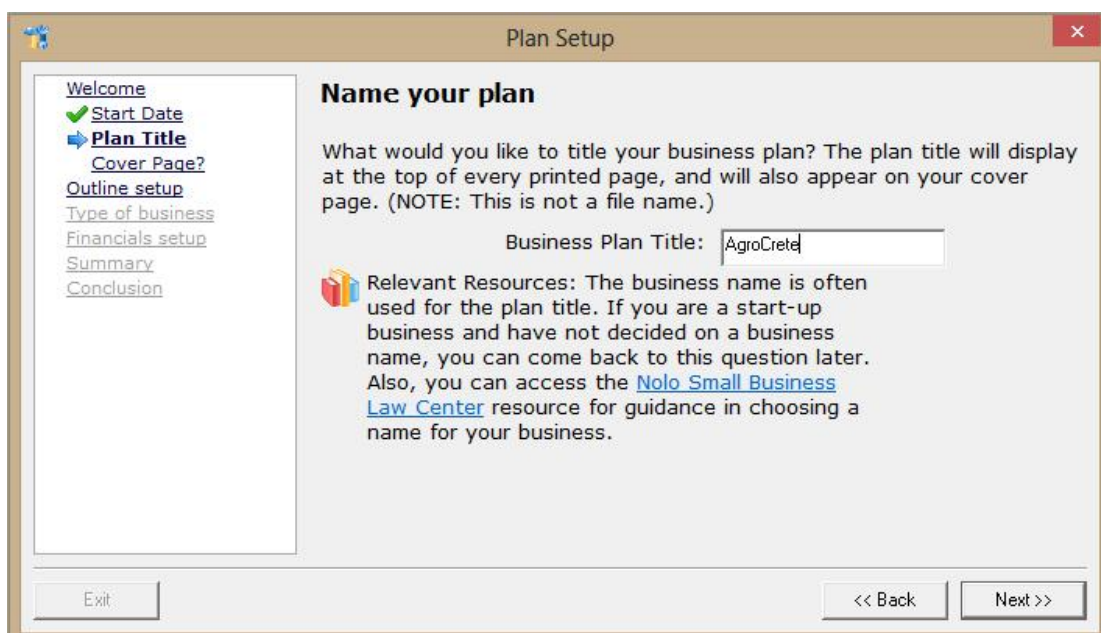
Στην εικόνα 14 εμφανίζεται ένα παράθυρο στο οποίο εισάγεται η ημερομηνία έναρξης του πλάνου, στην προκειμένη περίπτωση μήνας εκκίνησης του πλάνου ορίστηκε ο Ιανουάριος του 2016. Στη συνέχεια πατήθηκε το **Next >**.



Εικόνα 14: Εισαγωγή Ημερομηνίας Έναρξης του πλάνου.

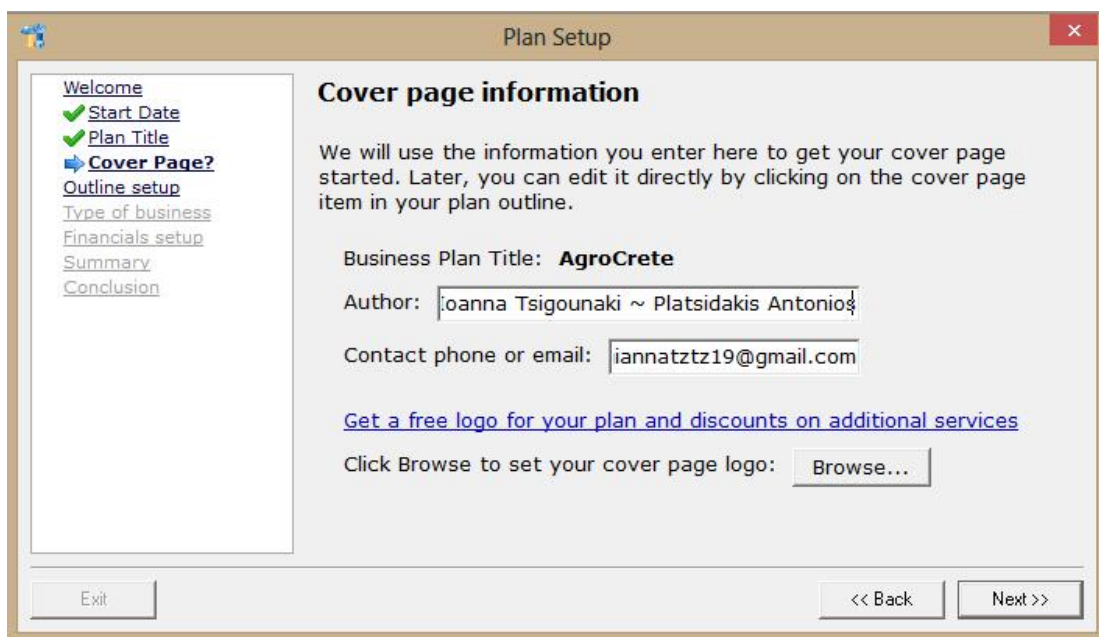
Αφού δηλώθηκε η ημερομηνία του επιχειρηματικού πλάνου, στη συνέχεια ορίζεται ο τίτλος του επιχειρηματικού πλάνου που εδώ είναι A.G.R.O. Crete και εδώ δηλώθηκε ως

AgroCrete. Αυτός ο τίτλος επρόκειτο να παρουσιάζεται στην κορυφή της κάθε εκτυπωμένης σελίδας καθώς και στο εξώφυλλο του πλάνου. Πατώντας το **Next** >το πρόγραμμα συνεχίζει στο επόμενο βήμα.



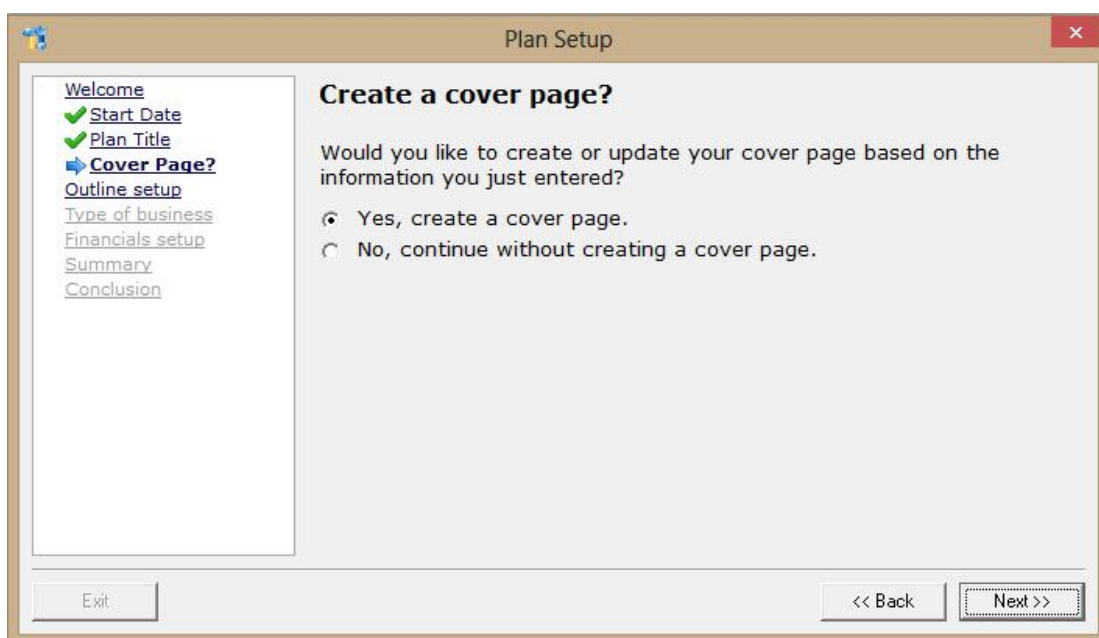
Εικόνα 15: Εισαγωγή Τίτλου του πλάνου.

Αφού δοθεί ο τίτλος του πλάνου στη συνέχεια δίνονται από το χρήστη στοιχεία για το εξώφυλλο του. Πιο αναλυτικά δίνεται το όνομα ή τα ονόματα του συντάκτη ή των συντακτών, και κάποιο τηλέφωνο ή email επικοινωνίας. Επίσης δίνεται και η δυνατότητα εισαγωγής κάποιου λογότυπου για την επιχείρηση ή η λήψη κάποιου δωρεάν από τον ιστότοπο του συστήματος. Να υπάρχει αν λογότυπο ήδη αποθηκευμένο στον υπολογιστή του χρήστη μέσω του **Browse...** γίνεται αναζήτηση στους φακέλους του υπολογιστή και γίνεται χρήση αυτού. Αφού δοθούν αυτά τα στοιχεία με την επιλογή του **Next** >το σύστημα πηγαίνει στο επόμενο βήμα.



Εικόνα 16: Εισαγωγή στοιχείων για το εξώφυλλο του Πλάνου.

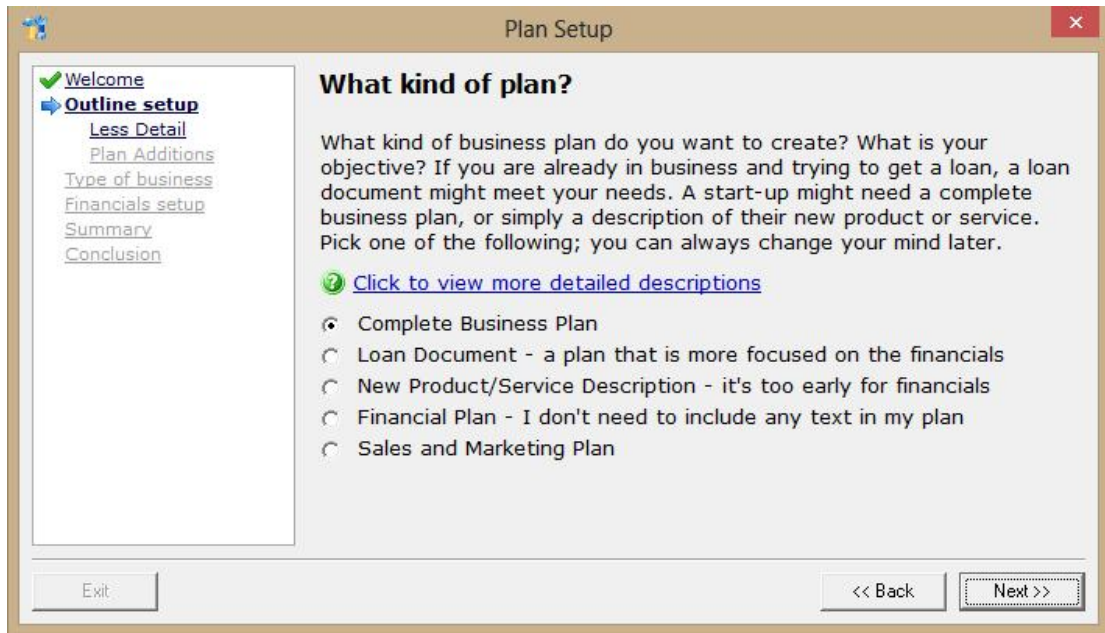
Στη συνέχεια το επόμενο βήμα δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να επιλέξει εάν θέλει ή όχι να δημιουργήσει εξώφυλλο για το πλάνο του. Στην προκριμένη περίπτωση επρόκειτο να υπάρξει εξώφυλλο στο πλάνο. Μέσω της επιλογής του πρώτου κύκλου. Ενώ στη συνέχεια επιλέγεται το **Next >**.



Εικόνα 17: Επιλογές για το εξώφυλλο του Πλάνου.

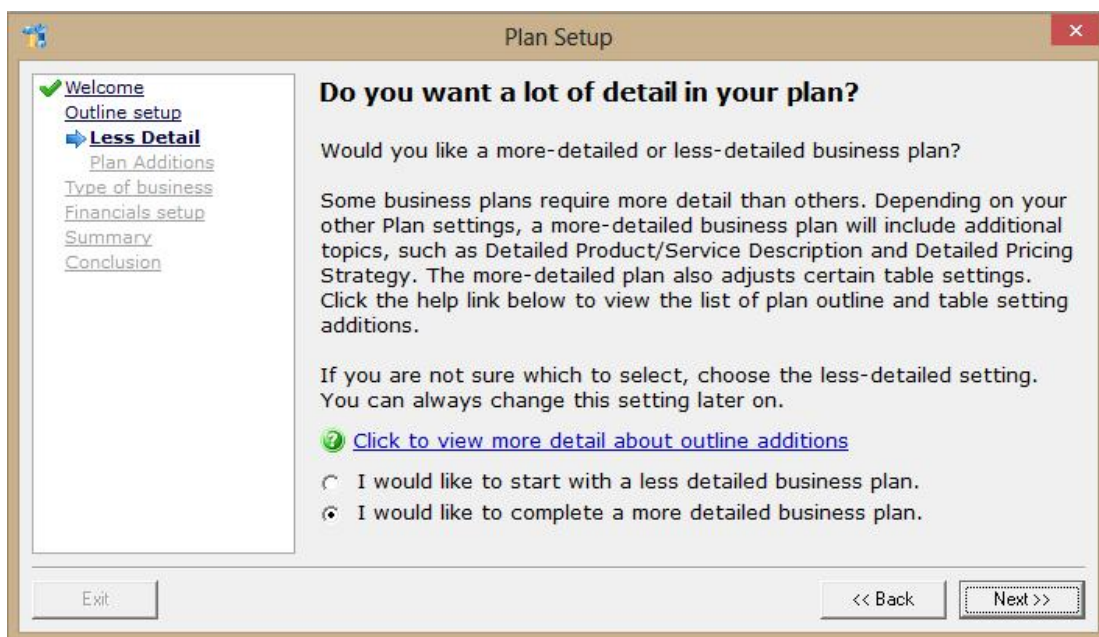
Το επόμενο βήμα του επιχειρηματικού πλάνου είναι η επιλογή του είδους του πλάνου. Υπάρχουν οι δυνατότητες του πλήρους Επιχειρηματικού πλάνου, ενός πλάνου για

δανεισμό, ενός πλάνου για νέο προϊόν / υπηρεσία, ενός οικονομικού πλάνου και ενός πλάνου πωλήσεων ή marketing. Αν επιλεγθεί ο πράσινος κύκλος με το αγγλικό ερωτηματικό μέσα (?) δίνονται πληροφορίες για τον κάθε τύπο επιχειρηματικού πλάνου. Στην προκειμένη περίπτωση επιλέχθηκε το πρώτο πλάνο, δηλαδή το πλήρες και στη συνέχεια **Next >**.



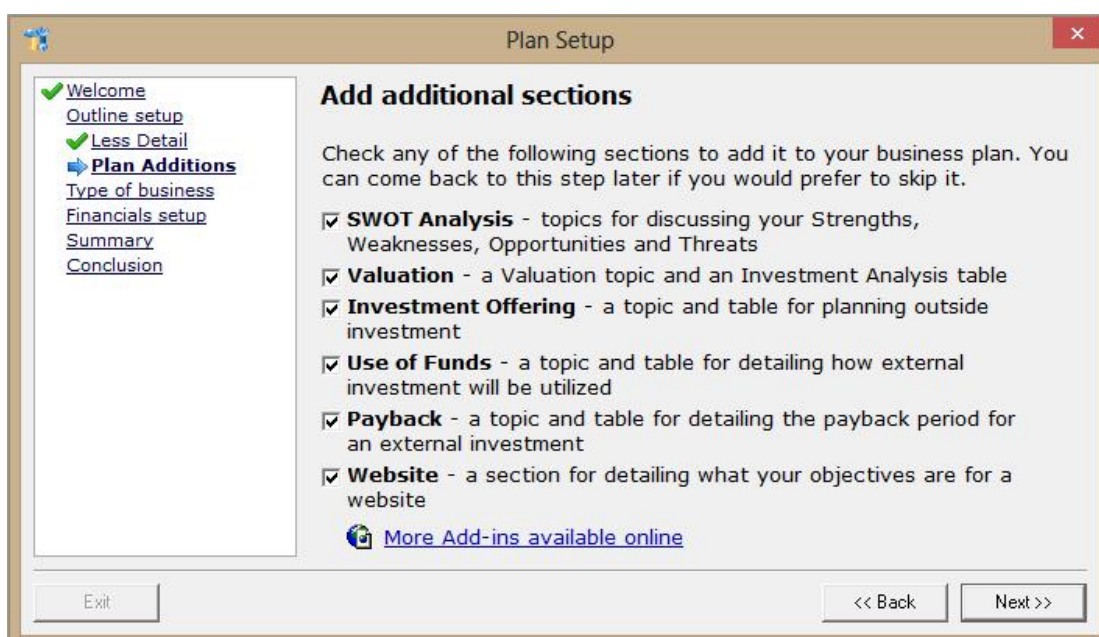
Εικόνα 18: Επιλογές για το είδος του Πλάνου.

Στη συνέχεια δίνονται οι επιλογές για τις λεπτομέρειες του πλάνου, εάν δηλαδή θα είναι όχι και τόσο λεπτομερές ή λεπτομερές. Αν επιλεγθεί ο πράσινος κύκλος και εδώ με το αγγλικό ερωτηματικό μέσα (?) δίνονται πληροφορίες για τον κάθε τύπο επιχειρηματικού πλάνου. Στο παρόν σημείο επιλέχθηκε ο λεπτομερείς τύπος και στη συνέχεια έγινε επιλογή του **Next >**.



Εικόνα 19: Επιλογές για τις λεπτομέρειες του Πλάνου.

Ένα σημαντικό τμήμα της διαδικασίας υλοποίησης του επιχειρηματικού πλάνου φαίνεται στην εικόνα 20 όπου δηλώνονται οι επιπρόσθετοι τομείς του πλάνου, όπως η ανάλυση SWOT, η αξιολόγηση, η προσφορά επενδύσεων, η χρήση κεφαλαίων, η αποπληρωμή και η χρήση κάποιου ιστότοπου. Επίσης δίνεται η επιλογή λήψης περισσότερων πρόσθετων μέσω του διαδικτύου. Εδώ επιλέχθηκαν όλα τα πρόσθετα και στη συνέχεια το **Next >**.



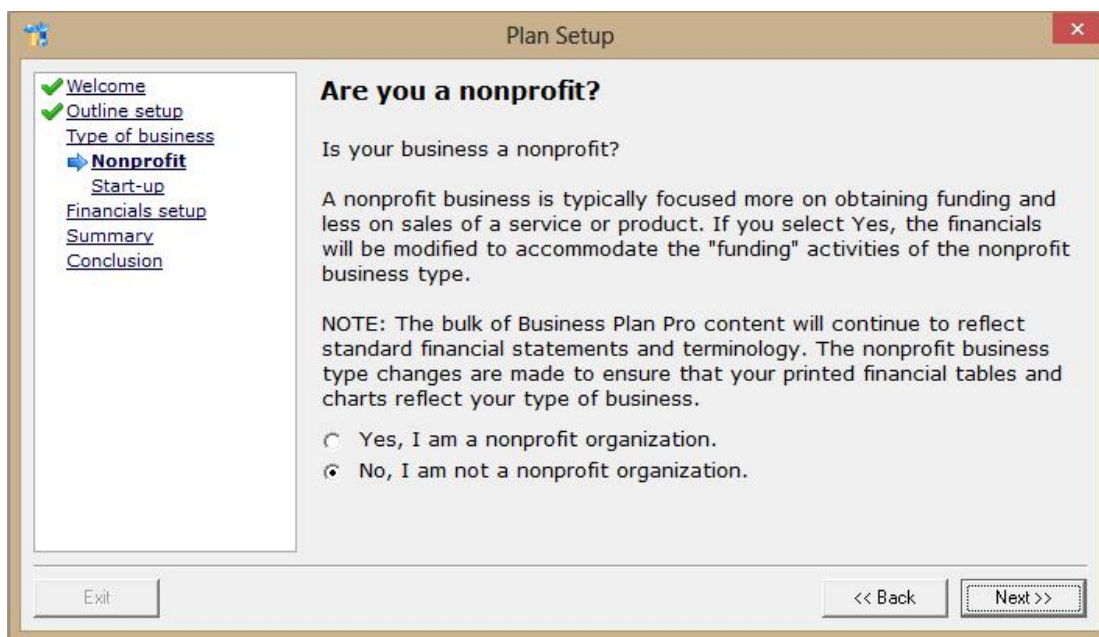
Εικόνα 20: Επιλογές για τα επιπρόσθετα στοιχεία του Πλάνου.

Στη συνέχεια δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη να δηλώσει το είδος παροχών της επιχείρησής του, εδώ δίνεται η δυνατότητα επιλογής επιχείρησης με πώληση προϊόντων, με πώληση υπηρεσιών και η δυνατότητα προϊόντων και υπηρεσιών. Η **A.G.R.O Crete** είναι μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών άρα επιλέγεται η δεύτερη από τις τρεις επιλογές έχει το πρόγραμμα. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next** >ώστε να πάει στο επόμενο βήμα.



Εικόνα 21: Επιλογές για τον τύπο παροχών της επιχείρησης.

Το επόμενο βήμα που καλείται ο χρήστης να απαντήσει είναι ο τύπος της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησής του, εδώ δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη να επιλέξει το εάν η επιχείρηση του είναι μια επιχείρηση μη κερδοσκοπική ή εάν δεν είναι μην κερδοσκοπική. Η **A.G.R.O Crete** είναι μια επιχείρηση η οποία είναι κερδοσκοπική άρα επιλέγεται η δεύτερη από τις δύο επιλογές που δίνει το πρόγραμμα. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next** >ώστε να πάει στο επόμενο βήμα.



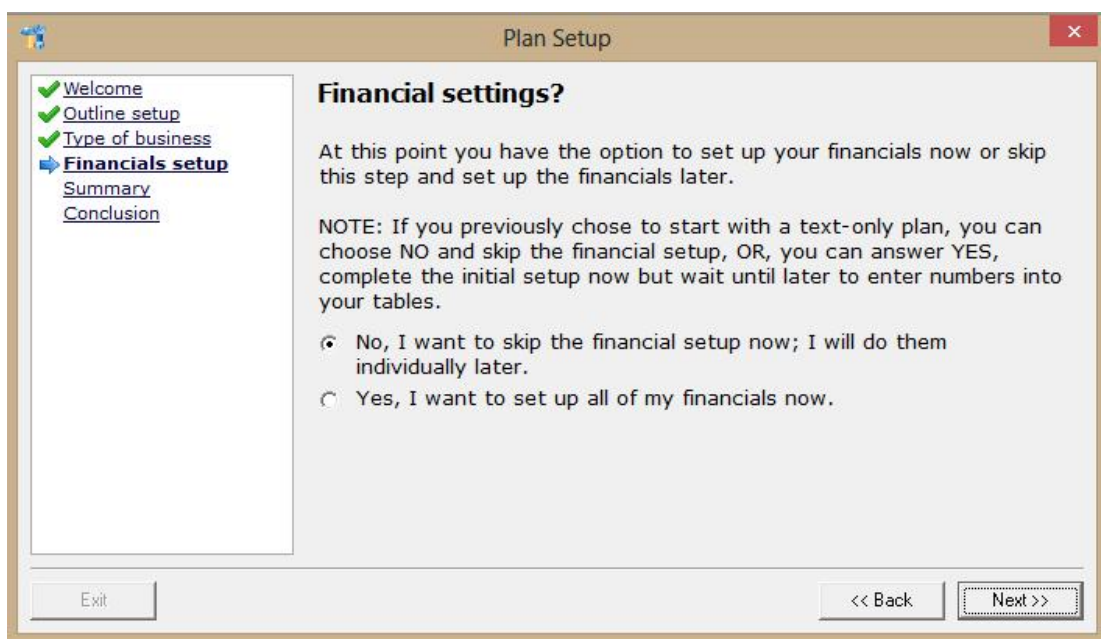
Εικόνα 22: Επιλογές για την οικονομική μορφή της επιχείρησης.

Στη συνέχεια ο χρήστης πρέπει να απαντήσει για το εάν η επιχείρηση του επρόκειτο να ξεκινήσει από την αρχή, υπάρχει ή εάν θέλει να την αγοράσει, εδώ δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη να επιλέξει ανάμεσα στα προαναφερθέντα τρία. Η **A.G.R.O Crete** είναι μια επιχείρηση η οποία επρόκειτο να δημιουργηθεί άρα επιλέγεται η πρώτη από τις δύο επιλογές που έχει το πρόγραμμα, όπως φαίνεται και στην εικόνα 23. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next >** ώστε να πάει στο επόμενο βήμα.



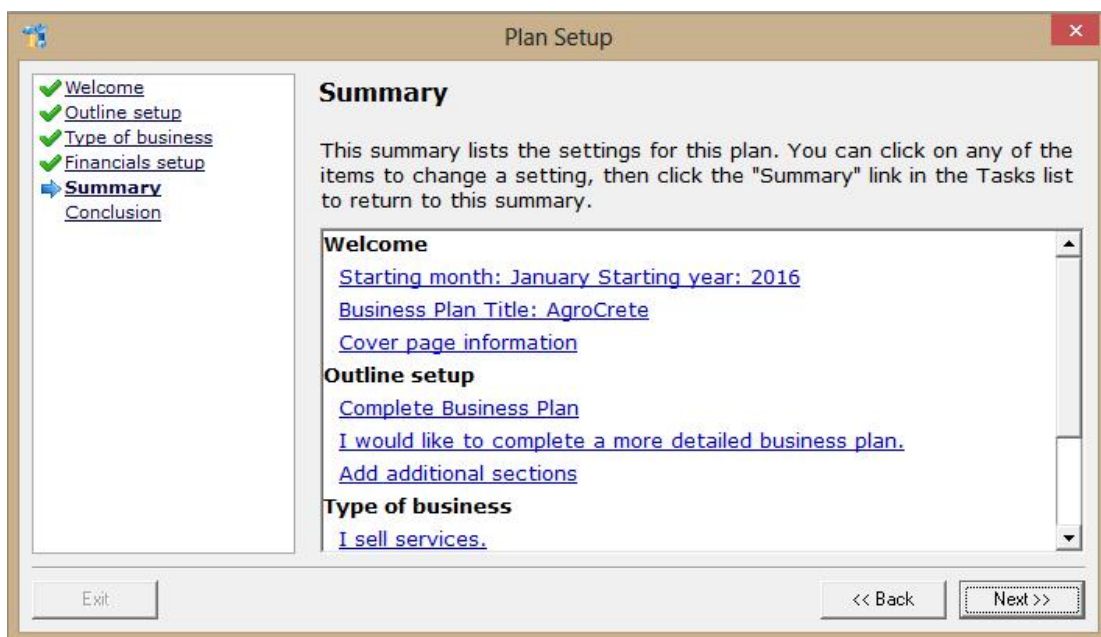
Εικόνα 23: Επιλογές για την κατάσταση δημιουργίας της επιχείρησης.

Στη συνέχεια ο χρήστης πρέπει να δηλώσει τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης, εδώ δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη να επιλέξει αν θα τα δηλώσει σε αυτό το σημείο ή σε μεταγενέστερο. Επειδή το πρόγραμμα έχει ως προκαθορισμένη χρηματική μονάδα τα δολάρια επιλέχθηκε στην συγκεκριμένη φάση του προγραμματισμού της εταιρίας να δηλωθούν πιο μετά οι οικονομικές ρυθμίσεις ώστε να μπει το ευρώ ως χρηματική μονάδα. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next** >ώστε να πάει στο επόμενο βήμα.



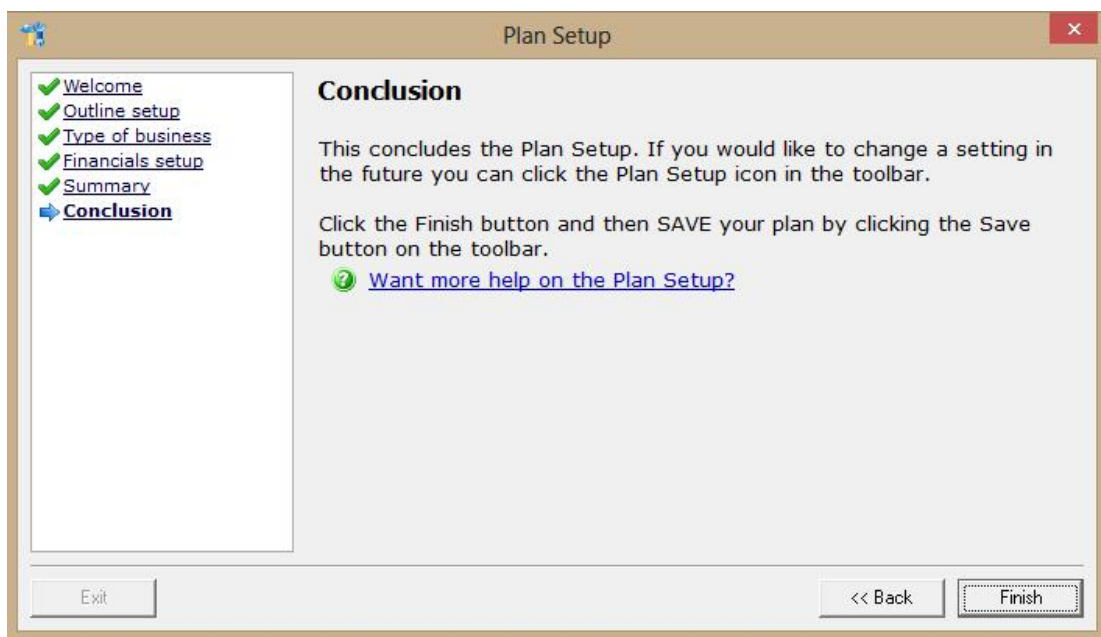
Εικόνα 24: Επιλογές για τις οικονομικές ρυθμίσεις της επιχείρησης.

Στη συνέχεια εμφανίζεται στο χρήστη μια περίληψη όλων των στοιχείων που είχε δηλώσει νωρίτερα στο σύστημα . Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next** >ώστε να πάει στο επόμενο βήμα.



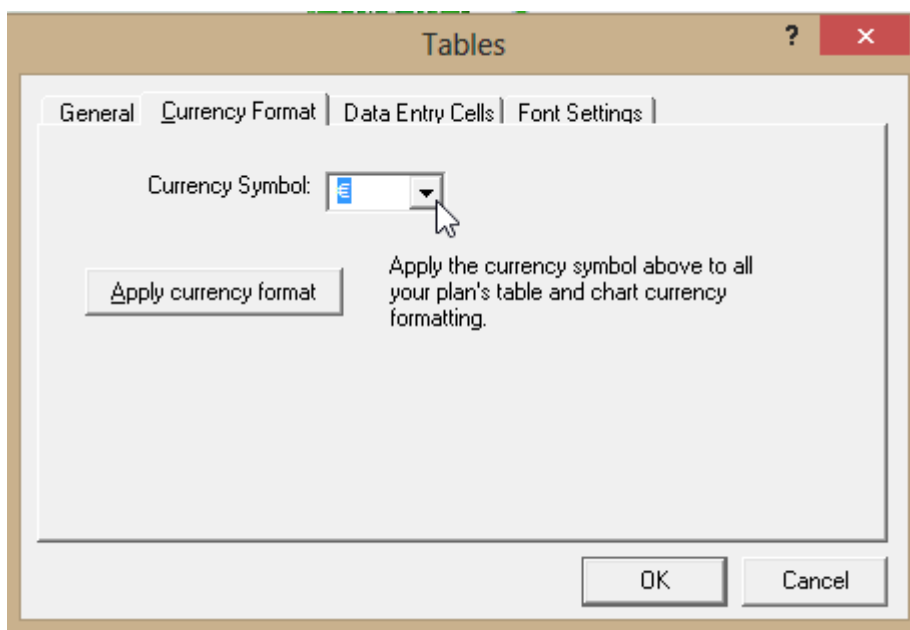
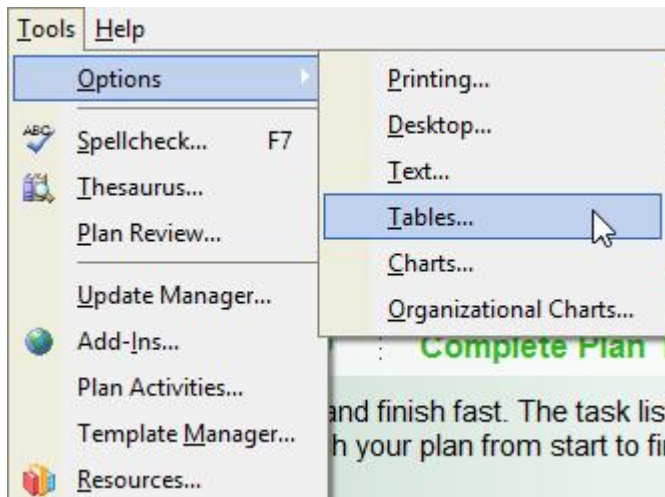
Εικόνα 25: Περίληψη της επιχείρησης.

Τέλος εμφανίζεται στο χρήστη μια σύνοψη της επιχείρησης . Στη συνέχεια επιλέγεται το **Finish** ώστε να αρχίσει η διαδικασία τροποποίησης της επιχείρησης.



Εικόνα 27: Σύνοψη της επιχείρησης.

Για να γίνει αλλαγή της χρηματικής μονάδας σε Ευρώ πρέπει να γίνει η ακόλουθη σειρά κινήσεων. Tools à Options à Tables και μετά στον πίνακα που εμφανίζεται στο Currency Symbol από την αναδιπλωμένη λίστα γίνεται επιλογή του σήματος του Euro και στη συνέχεια επιλέγεται το Apply currency format και στη συνέχεια το Ok.



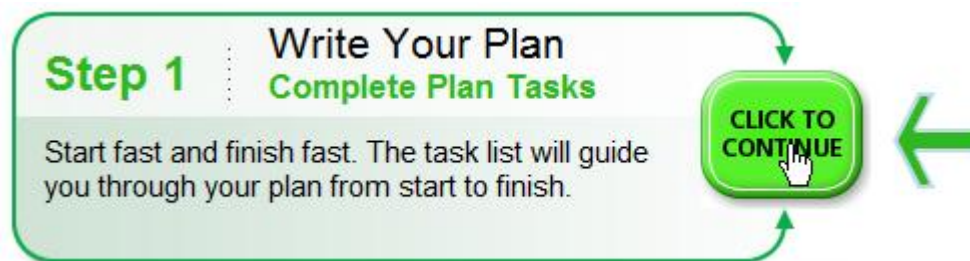
Εικόνες 28 & 29: Αλλαγή χρηματικής μονάδας σε Euro.

Όπως φαίνεται στην εικόνα 30 ανοίγοντας το πρόγραμμα εμφανίζεται η Αρχική σελίδα του Business Plan Pro. Όπου από εδώ δίνονται εντολές για το πρόγραμμα.



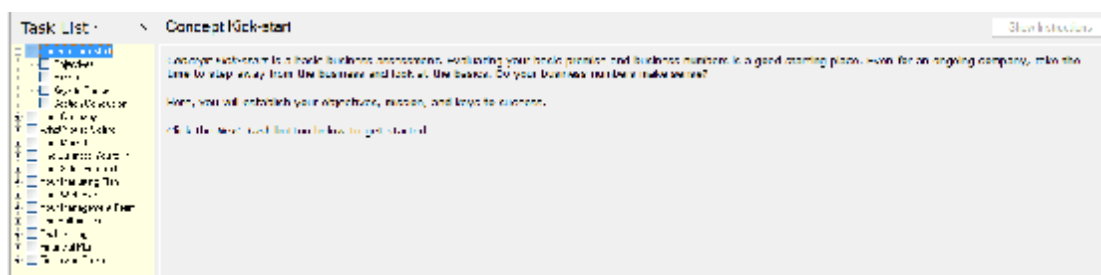
Εικόνα 30: Αρχική σελίδα του προγράμματος

Αρχικά επιλέγεται το πράσινο κουμπί που έχει το μήνυμα **CLICK TO CONTINUE** ώστε να πραγματοποιηθεί το πρώτο βήμα του επιχειρηματικού πλάνου.



Εικόνα 31: Πρώτο βήμα του επιχειρηματικού πλάνου

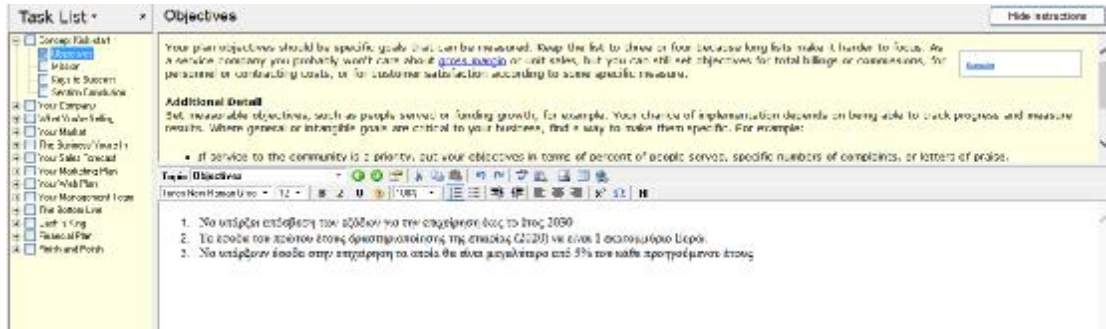
Στη συνέχεια εμφανίζεται ένα μήνυμα το οποίο προειδοποιεί το χρήστη για τις δυνατότητες που θα έχει στη συνέχεια του προγράμματος.



Εικόνα 32: Βασική ιδέα της επιχείρησης

Στο συγκεκριμένο σημείο του προγράμματος δηλώνονται οι στόχοι της επιχείρησης που στην παρούσα εταιρία είναι:

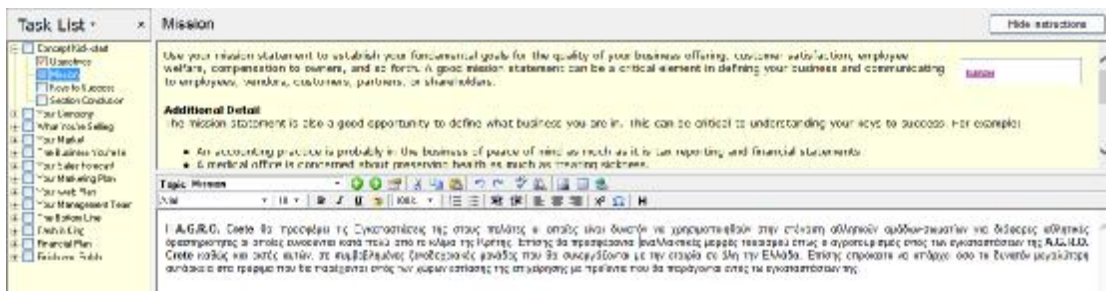
1. Να υπάρξει απόσβεση των εξόδων για την επιχείρηση έως το έτος 2030
2. Τα έσοδα του πρώτου έτους δραστηριοποίησης της εταιρίας (2020) να είναι 1 εκατομμύριο Ευρώ.
3. Να υπάρξουν έσοδα στην επιχείρηση τα οποία θα είναι μεγαλύτερα από 5% του κάθε προηγούμενου έτους



Εικόνα 33: Δήλωση στόχων της επιχείρησης

Στο συγκεκριμένο σημείο του προγράμματος δηλώνεται ο σκοπός της επιχείρησης που στην παρούσα εταιρία είναι:

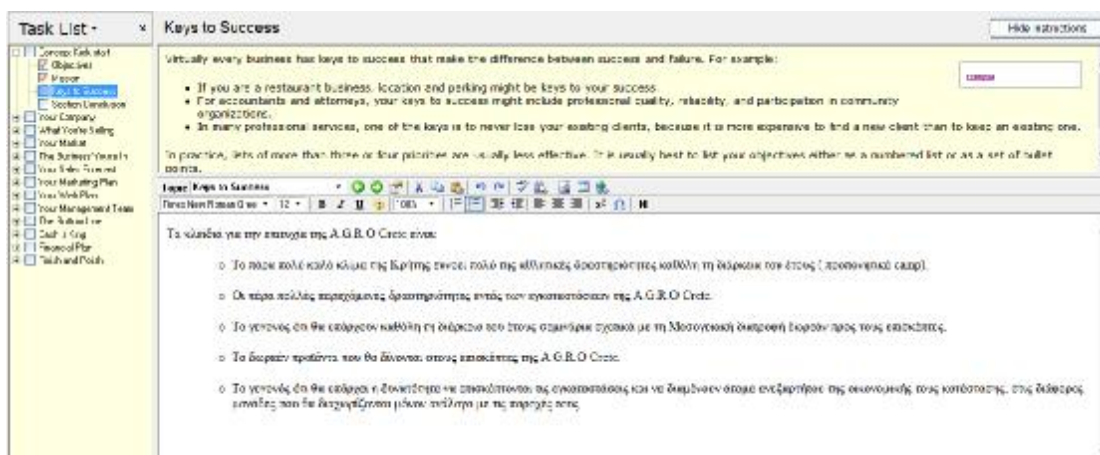
Η **A.G.R.O. Crete** θα προσφέρει τις Εγκαταστάσεις της στους πελάτες οι οποίες είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν στην στέγαση αθλητικών ομάδων-σωματίων για διάφορες αθλητικές δραστηριότητες οι οποίες ευνοούνται κατά πολύ από το κλίμα της Κρήτης. Επίσης θα προσφέρονται εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός εντός των εγκαταστάσεων της **A.G.R.O. Crete** καθώς και εκτός αυτών, σε συμβεβλημένες ξενοδοχειακές μονάδες που θα συνεργάζονται με την εταιρία σε όλη την Ελλάδα. Επίσης επρόκειτο να υπάρχει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αυτάρκεια στα τρόφιμα που θα παρέχονται εντός των χώρων εστίασης της επιχείρησης με προϊόντα που θα παράγονται εντός των εγκαταστάσεων της.



Εικόνα 34: Δήλωση του σκοπού της επιχείρησης

Στο συγκεκριμένο σημείο του προγράμματος δηλώνονται τα βασικά χαρακτηριστικά – κλειδιά που θα επιφέρουν την επιτυχία της επιχείρησης στην παρούσα εταιρία αυτά είναι τα ακόλουθα:

- Το πάρα πολύ καλό κλίμα της Κρήτης ευνοεί πολύ της αθλητικές δραστηριότητες καθόλη τη διάρκεια του έτους (προπονητικά camp).
- Οι πάρα πολλές παρεχόμενες δραστηριότητες εντός των εγκαταστάσεων της A.G.R.O Crete.
- Το γεγονός ότι θα υπάρχουν καθόλη τη διάρκεια του έτους σεμινάρια σχετικά με τη Μεσογειακή διατροφή δωρεάν προς τους επισκέπτες.
- Τα δωρεάν προϊόντα που θα δίνονται στους επισκέπτες της A.G.R.O Crete.
- Το γεγονός ότι θα υπάρχει η δυνατότητα να επισκέπτονται τις εγκαταστάσεις και να διαμένουν άτομα ανεξαρτήτου της οικονομικής τους κατάστασης, στις διάφορες μονάδες που θα διαχωρίζονται μόνον ανάλογα με τις παροχές τους.



Εικόνα 35: Δήλωση των χαρακτηριστικών - κλειδιών που θα αποφέρουν την επιτυχία της επιχείρησης

Στη συνέχεια εμφανίζεται ένα παράθυρο που δίνει την επιλογή εκτύπωσης όσων είχαν δηλωθεί μέχρι στιγμής στο πρόγραμμα. Δηλαδή των δεδομένων που δηλώθηκαν στο πρόγραμμα και φαίνονται στις εικόνες 33, 34 και 35.



Εικόνα 36: Συμπεράσματα

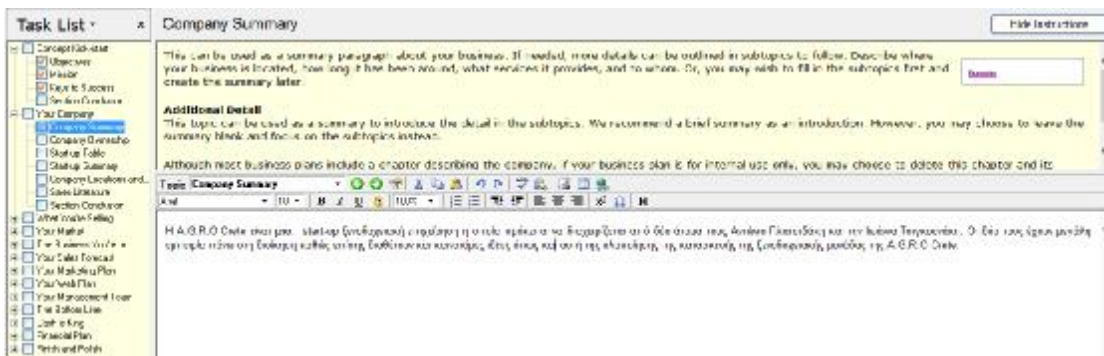
Στη συνέχεια δίνεται η επιλογή στο χρήστη να δηλώσει πληροφορίες σχετικά με την επιχείρηση του.



Εικόνα 32: Η επιχείρηση.

Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δώσει μια περίληψη σχετικά με την επιχείρηση, στην παρούσα περίπτωση η περίληψη που δόθηκε είναι ακόλουθη:

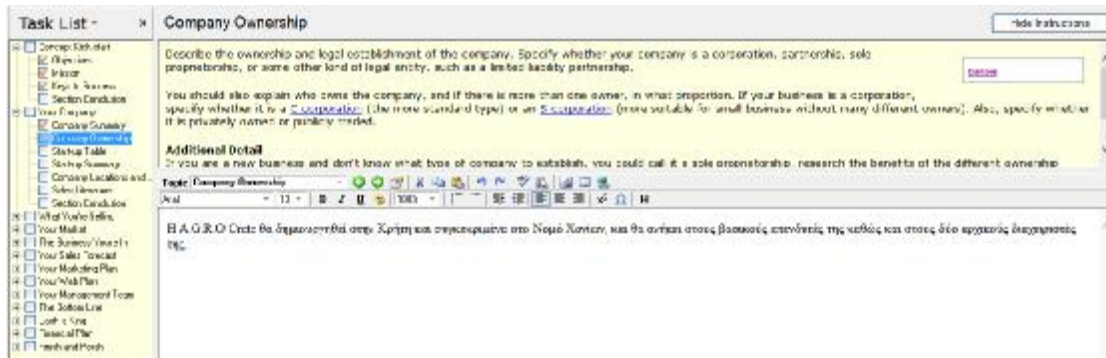
Η A.G.R.O Crete είναι μια start-up ξενοδοχειακή επιχείρηση η οποία πρόκειται να διαχειρίζεται από δύο άτομα τους Αντώνιο Πλατσιδάκη και την Ιωάννα Τσιγκουνάκη. Οι δύο τους έχουν μεγάλη εμπειρία πάνω στη διοίκηση καθώς επίσης διαθέτουν και καινοτόμες ιδέες όπως και αυτή της υλοποίησης της κατασκευής της ξενοδοχειακής μονάδας της A.G.R.O Crete.



Εικόνα 33: Περίληψη της επιχείρησης

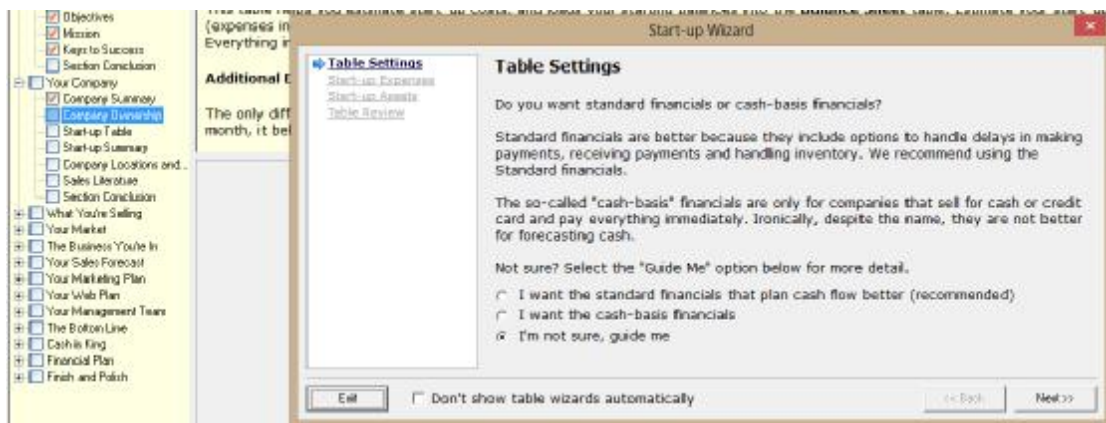
Το επόμενο ζητούμενο του Business Plan Pro είναι να δοθούν πληροφορίες σχετικά με την ιδιοκτησία της επιχείρησης, στην παρούσα περίπτωση αυτές οι πληροφορίες είναι οι ακόλουθες:

Η A.G.R.O Crete θα δημιουργηθεί στην Κρήτη και συγκεκριμένα στο Νομό Χανίων, και θα ανήκει στους βασικούς επενδυτές της καθώς και στους δύο αρχικούς διαχειριστές της.



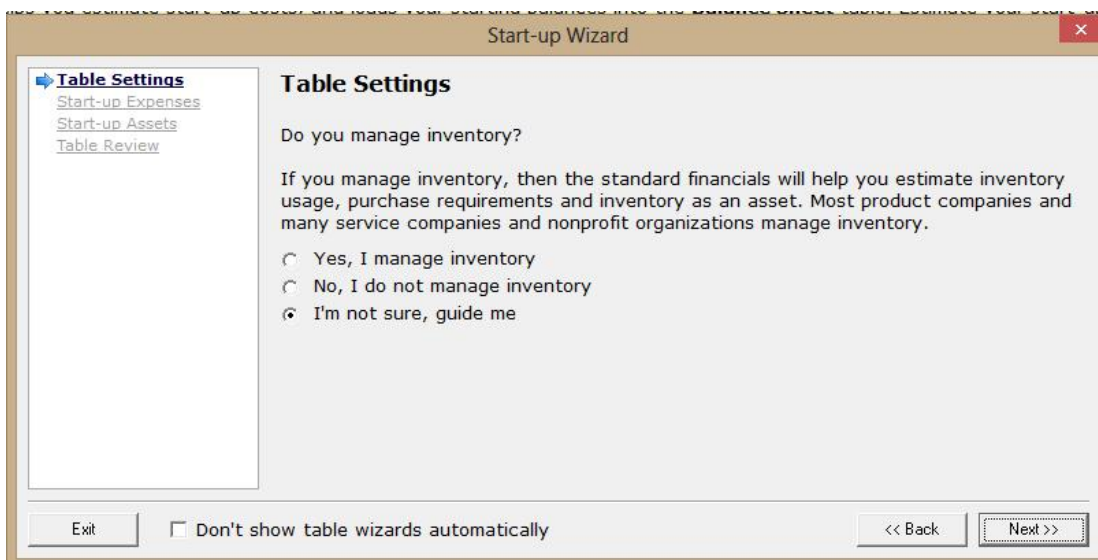
Εικόνα 34: Ιδιοκτησία της επιχείρησης

Αφού επιλεγεί η επιλογή Start-upTable εμφανίζεται στην οθόνη το μήνυμα που εμφανίζεται στην εικόνα 35. Σε αυτό δίνονται 3 επιλογές, η πρώτη δίνει στο χρήστη την επιλογή χρήσης της προκαθορισμένης και καλύτερης επιλογής, η δεύτερη είναι μια απλή επιλογή και η Τρίτη μια επιλογή η οποία είναι χρήσιμη για κάποιον χρήστη χωρίς πολλές γνώσης. Στην παρούσα περίπτωση επιλέχθηκε η πρώτη η οποία είναι προτεινόμενη από το σύστημα. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next>** για να οδηγηθεί στην επόμενη επιλογή.



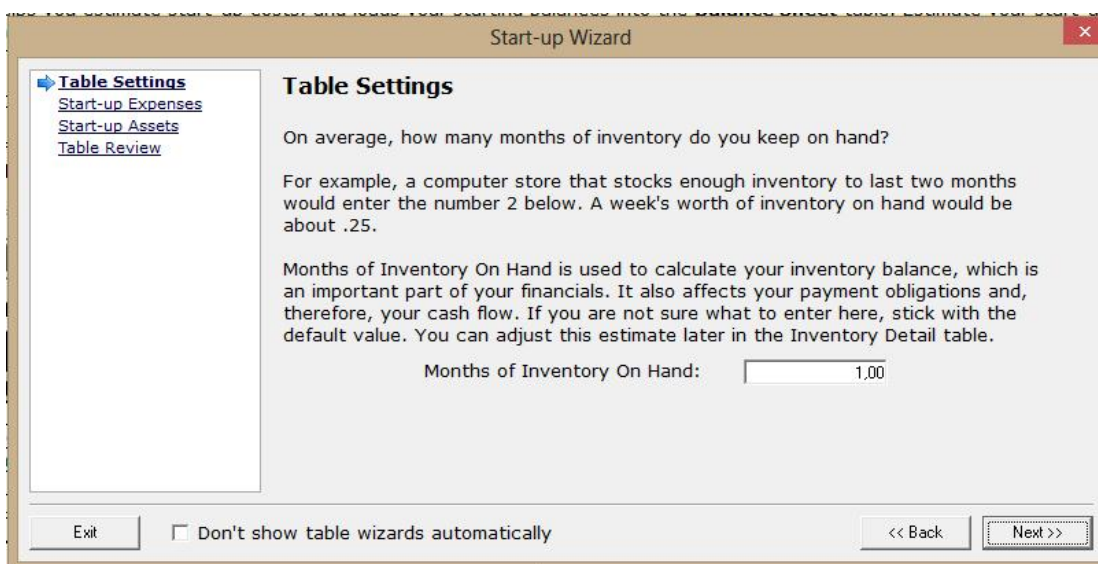
Εικόνα 35: Πίνακας Ρυθμίσεων #1

Το επόμενο παράθυρο δίνει στο χρήστη την επιλογή να απαντήσει στο εάν διαχειρίζεται αυτός ή όχι τα αποθεματικά καθώς και στην περίπτωση που δεν γνωρίζει ο χρήστης τα σημαίνει αυτό του δίνει την δυνατότητα να δεχθεί βοήθεια, εδώ επιλέχθηκε η πρώτη επιλογή. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next>** για να οδηγηθεί στην επόμενη επιλογή.



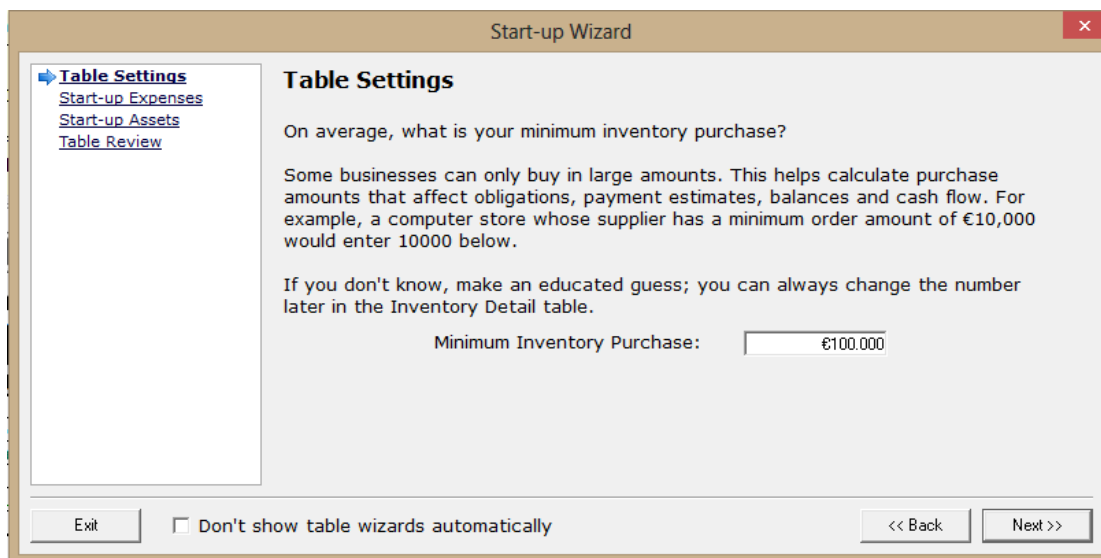
Εικόνα 36: Πίνακας Ρυθμίσεων #2

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται ρωτά το χρήστη πόσους μήνες αποθεματικού διαθέτει. Στην παρούσα φάση για την υλοποίηση της επιχείρησης υπάρχουν ως αποθεματικό 500.000Ευρώτα οποία είναι 4 μήνες Βάση του τύπου που δίνει το πρόγραμμα μετατρέπονται σε 2 μήνες αποθεματικού. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next>**για να οδηγηθεί στην επόμενη επιλογή.



Εικόνα 37: Πίνακας Ρυθμίσεων #3

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται ρωτά το χρήστη το ελάχιστο αποθεματικό της επιχείρησης του. Στην παρούσα επιχείρηση το ελάχιστο αποθεματικό ορίζεται στις 100.000Ευρώ. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next** για να οδηγηθεί στην επόμενη επιλογή.



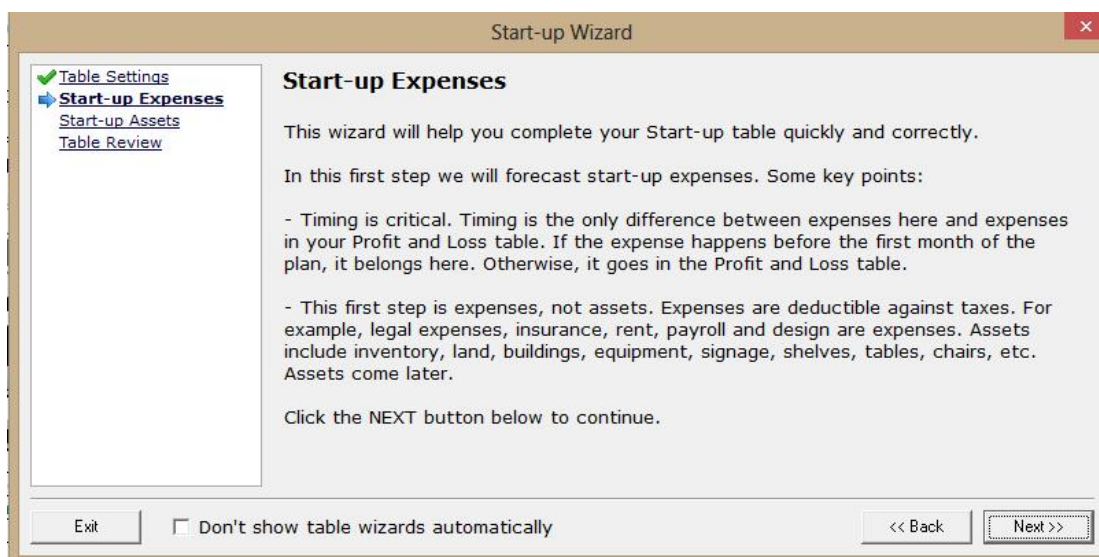
Εικόνα 38: Πίνακας Ρυθμίσεων #4

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζει το πρόγραμμα είναι το ακόλουθο το οποίο ρωτά τον χρήστη εάν θέλει να ολοκληρώσει τον πίνακα με τη χρήση του οδηγού ή εάν θέλει να περάσει τα δεδομένα χειρόγραφα στο σύστημα.



Εικόνα 39: Πίνακας Ρυθμίσεων #5

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται στο χρήστη τον προϋδεάζει για το τι πρόκειται να ακολουθήσει στη συνέχεια του προγράμματος. Εδώ ο χρήστης απλά πρέπει να πατήσει το **Next** >για να συνεχίσει.

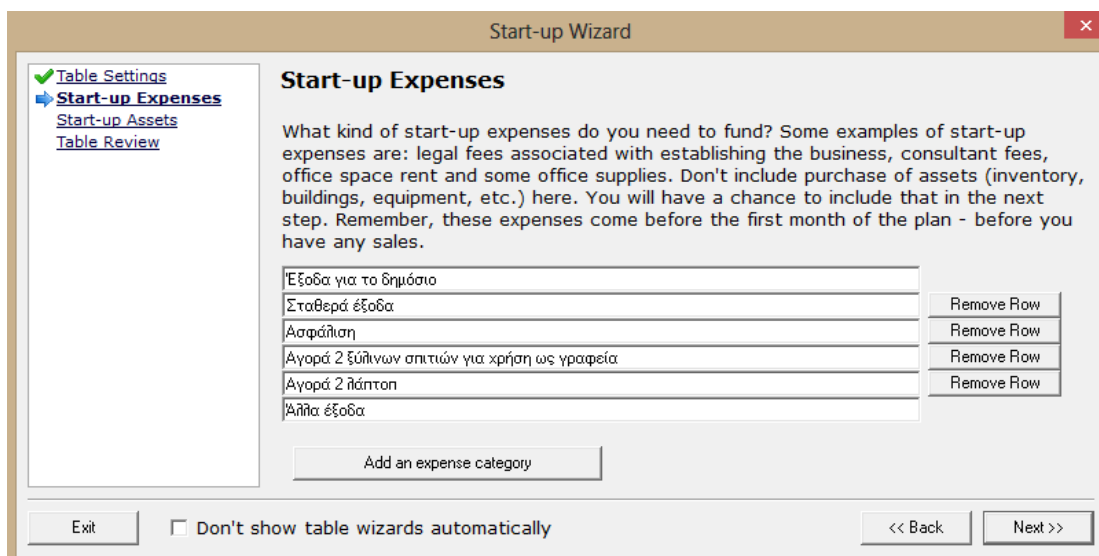


Εικόνα 40: Πίνακας Ρυθμίσεων #6

Στην παρούσα φάση το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει ονομαστικά τα έξοδα που θα έχει η επιχείρηση πριν ακόμα ξεκινήσει να κατασκευάζεται. Εδώ έχουν δηλωθεί τα ακόλουθα έξοδα

- Έξοδα για το δημόσιο
- Σταθερά έξοδα
- Ασφάλιση
- Αγορά 2 ξύλινων σπιτιών για χρήση ως γραφεία
- Αγορά 2 λάπτοπ
- Άλλα έξοδα

Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next**> για να οδηγηθεί στην επόμενη επιλογή.



Εικόνα 41: Πίνακας Ρυθμίσεων #7

Σε αυτό το σημείο το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει τα ποσά που έχουν τα έξοδα που θα έχει η επιχείρηση πριν ακόμα ξεκινήσει να κατασκευάζεται. Εδώ έχουν δηλωθεί τα ακόλουθα έξοδα

- Για τα «Έξοδα για το δημόσιο» 10.000 Ευρώ
- Για τα «Σταθερά έξοδα» 20.000 Ευρώ
- Για την «Ασφάλιση» 30.000 Ευρώ
- Για την «Αγορά 2 ξύλινων σπιτιών για χρήση ως γραφεία» 15.000 Ευρώ
- Για την «Αγορά 2 λάπτοπ» 2750 Ευρώ
- Για τα «Άλλα έξοδα» 10.000 Ευρώ

Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next>** για να οδηγηθεί στην επόμενη επιλογή.

Στην εικόνα 34 δεν φαίνονται τα ελληνικά διότι το σύστημα δεν έχει την ελληνική γλώσσα.

Item	Amount (€)
„πιαά άέα όι άσιύόεί	€10.000
ΌόάέάñŮ Ýπιαά	€20.000
ΆόόŮέέός	€30.000
ΆάπñŮ 2 ίγέέίύί όδέόέρί άέα +ñρός ύό	15000
ΆάπñŮ 2 εŮδδιδ	€2.750
εέέα Ýπιαά	€10.000

Εικόνα 42: Πίνακας Ρυθμίσεων #8

Στο παρόν σημείο το πρόγραμμα αναφέρει στο χρήστη ότι όταν πατήσει το **Next>** τότε θα αρχίσει να υπολογίζει το ενεργητικό της επιχείρησης που θα δημιουργηθεί.

Start-up Assets

In this step we will estimate the amount you plan on spending to purchase the assets that you need to start your business. We will also estimate how much cash you need to have on hand when you open your doors for business.

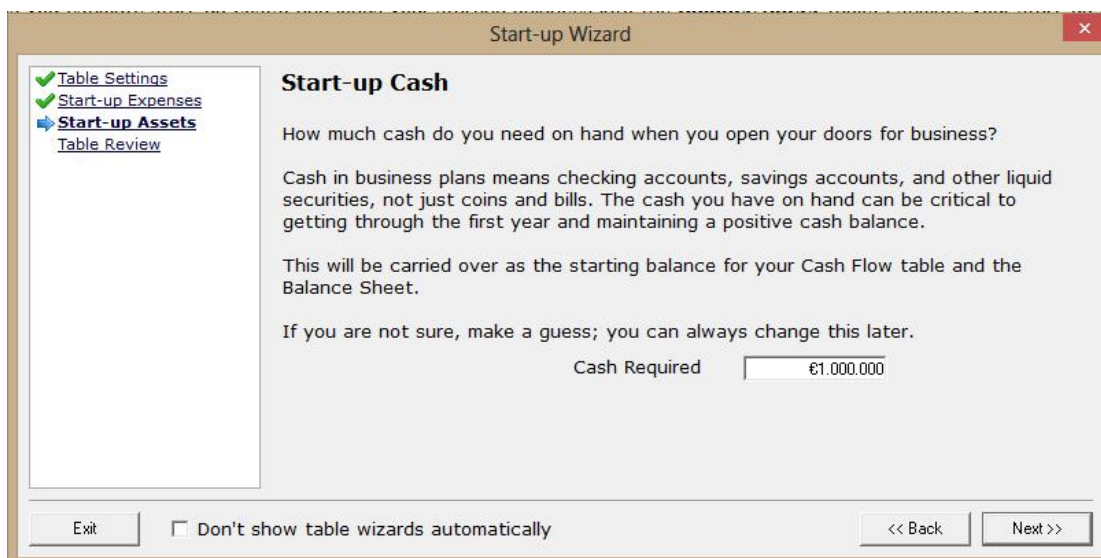
These are things like inventory, equipment and buildings that will be required to start your business.

As with expenses, timing is critical. Enter in only the assets that you need before the starting date of your plan. Assets purchased after the starting date go into either the Inventory Detail or the Cash Flow table.

Click the NEXT button below to continue.

Εικόνα 43: Πίνακας Ρυθμίσεων #9

Το επόμενο παράθυρο ζητά από το χρήστη να του δώσει το ποσό που υπολογίζει ότι θα χρειαστεί τη στιγμή που επιχείρηση θα ανοίξει τις πόρτες της ώστε να λειτουργήσει, στην παρούσα περίπτωση υπολογίζεται πως θα χρειαστεί 1 εκατομμύριο Ευρώ από την επιχείρηση. Στη συνέχεια πιέζεται το πλήκτρο **Next >**.



Εικόνα 44: Πίνακας Ρυθμίσεων #10

Μετά το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται ζητά από το χρήστη να του δώσει το ποσό που υπολογίζει ότι θα χρειαστεί ένα μήνα πριν ανοίξει η επιχείρηση για την αγορά διάφορων προϊόντων ως απόθεμα για αυτή, στην παρούσα περίπτωση υπολογίζεται πως θα χρειαστεί 50 εκατομμύριο Ευρώ από την επιχείρηση. Στη συνέχεια πιέζεται το πλήκτρο **Next >**.



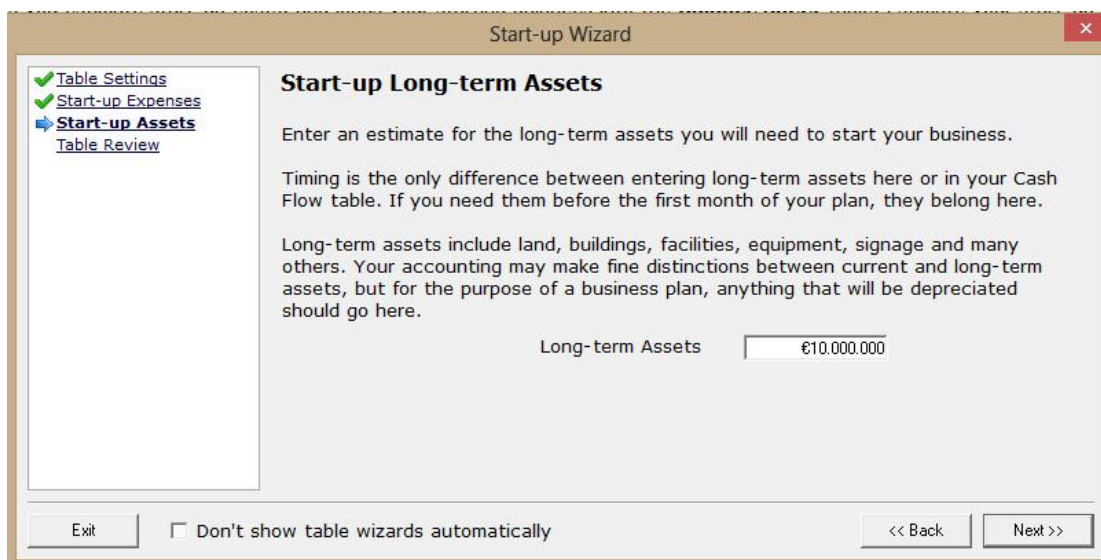
Εικόνα 45: Πίνακας Ρυθμίσεων #11

Σε αυτό το σημείο το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει το ενεργητικό που διαθέτει αυτή τη στιγμή, στην παρούσα περίπτωση αυτό είναι της τάξης των 50.000 Ευρώ. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next >**.



Εικόνα 45: Πίνακας Ρυθμίσεων #12

Σε αυτό το σημείο το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει το ενεργητικό που επρόκειτο να χρειαστεί μακροπρόθεσμα, στην παρούσα περίπτωση αυτό είναι της τάξης των 10 εκατομμυρίων Ευρώ. Στη συνέχεια επιλέγεται το **Next >**.



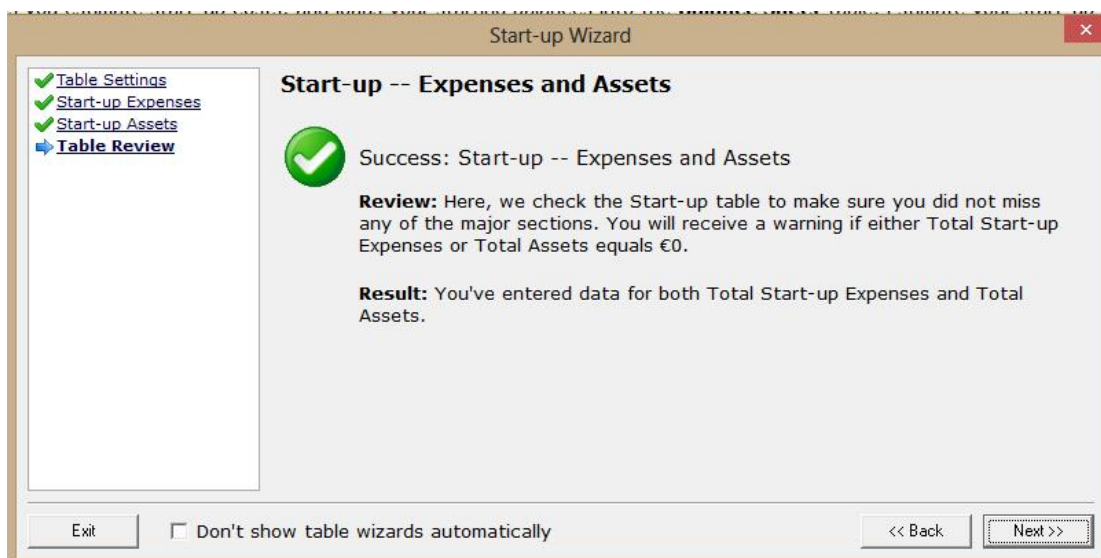
Εικόνα 46: Πίνακας Ρυθμίσεων #13

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται είναι ένα παράθυρο που καλεί τον χρήστη να απαντήσει στο εάν θέλει να δει τον πίνακα που δημιούργησε τώρα ή πιο μετά. Πατώντας **Next >** το πρόγραμμα πηγαίνει στο επόμενο παράθυρο.



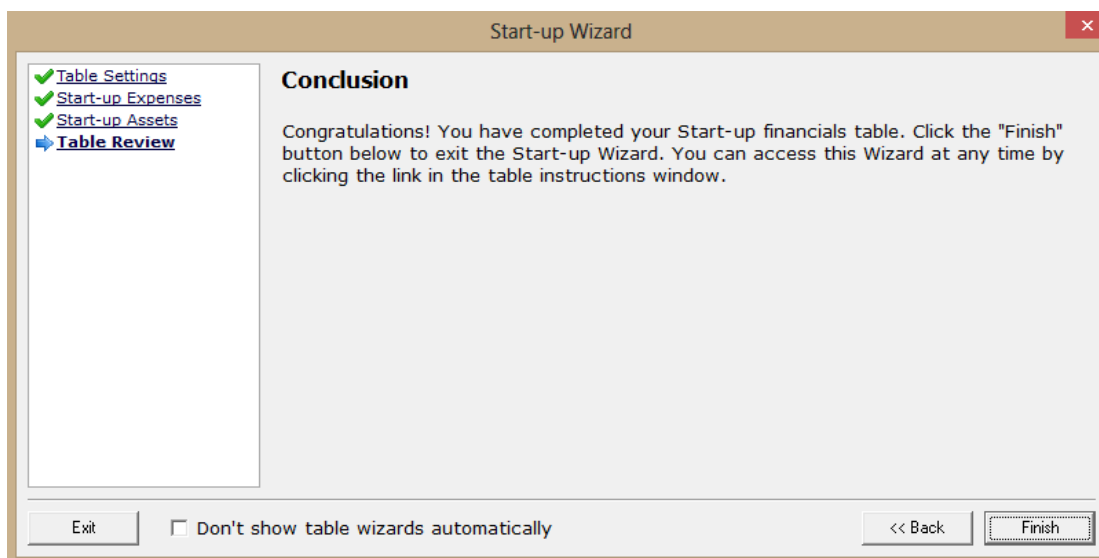
Εικόνα 47: Πίνακας Ρυθμίσεων #14

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται δείχνει εάν οι Ρυθμίσεις ήταν επιτυχείς ή όχι, εδώ ήταν επιτυχείς από ότι φαίνεται στην εικόνα 47. Πατώντας **Next>** το πρόγραμμα πηγαίνει στο επόμενο παράθυρο.



Εικόνα 48: Πίνακας Ρυθμίσεων #15

Το τελευταίο παράθυρο που εμφανίζεται είναι το παράθυρο συμπερασμάτων. Πατώντας **Finish** το πρόγραμμα ολοκληρώνει τις ρυθμίσεις.



Εικόνα 49: Πίνακας Ρυθμίσεων #16

Αφού ολοκληρωθούν οι ρυθμίσεις πλέον εμφανίζεται στην επιλογή Start-up Table η εικόνα 50 που εμφανίζει όλα τα δεδομένα που εντάξαμε στο πρόγραμμα προηγουμένως.

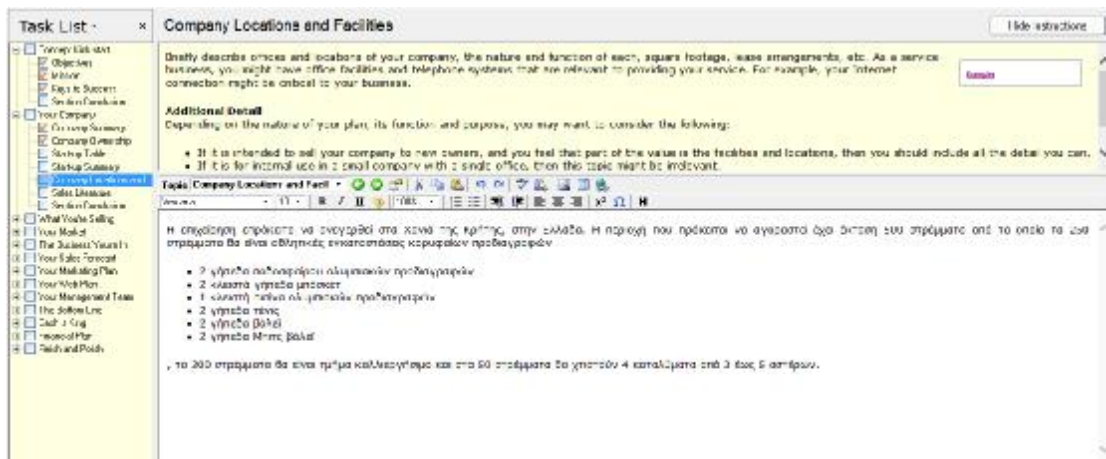
Εικόνα 50: Συνολικές απαιτήσεις

Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να εισαγάγει το που θα βρίσκεται και το τι θα εμπεριέχεται στην επιχείρηση. Για την A.G.R.O Crete θα ισχύουν τα ακόλουθα:

Η επιχείρηση επρόκειτο να ανεγερθεί στα Χανιά της Κρήτης, στην Ελλάδα. Η περιοχή που πρόκειται να αγοραστεί έχει έκταση 500 στρέμματα από τα οποία τα 250 στρέμματα θα είναι αθλητικές εγκαταστάσεις κορυφαίων προδιαγραφών

- 2 γήπεδα ποδοσφαίρου ολυμπιακών προδιαγραφών
- 2 κλειστά γήπεδα μπάσκετ
- 1 κλειστή πισίνα ολυμπιακών προδιαγραφών
- 2 γήπεδα τένις

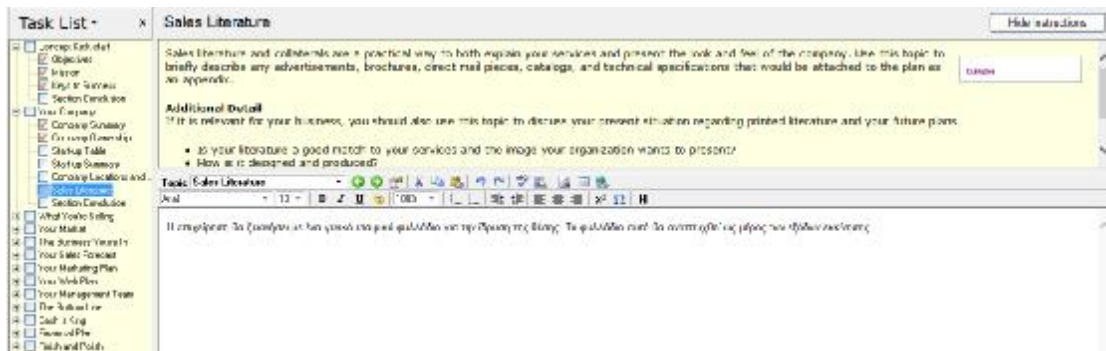
- 2 γήπεδα βόλει
 - 2 γήπεδα Μπιτς βόλει
- , τα 200 στρέμματα θα είναι τμήμα καλλιεργήσιμο και στα 50 στρέμματα θα χτιστούν 4 καταλύματα από 3 έως 5 αστέρων.



Εικόνα 51: Περιοχή και Εγκαταστάσεις της επιχείρησης.

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται εμπεριέχει τη βιβλιογραφία πωλήσεων. Στην παρούσα επιχείρηση αναφέρεται πως:

Η επιχείρηση θα ξεκινήσει με ένα γενικό εταιρικό φυλλάδιο για την ίδρυση της θέσης. Το φυλλάδιο αυτό θα αναπτυχθεί ως μέρος των εξόδων εκκίνησης.



Εικόνα 52: Βιβλιογραφία πωλήσεων.

Στη συνέχεια εμφανίζεται ένα παράθυρο που δίνει την επιλογή εκτύπωσης όσων είχαν δηλωθεί μέχρι στιγμής στο πρόγραμμα. Δηλαδή των δεδομένων που δηλώθηκαν στο πρόγραμμα και φαίνονταν στις εικόνες 37 έως και 52.



Εικόνα 53: Συμπεράσματα

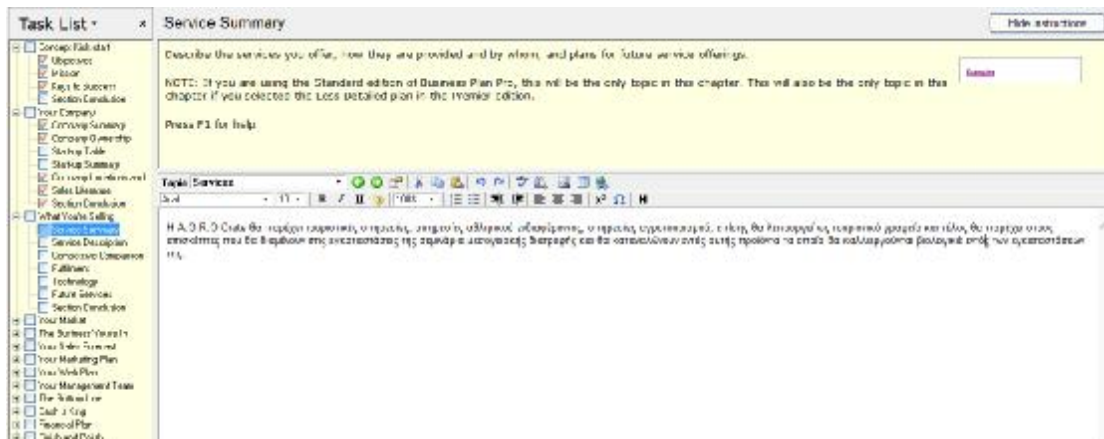
Στο παρόν σημείο το πρόγραμμα πληροφορεί το χρήστη για το ότι πρέπει να αναφέρει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρηση του στα επόμενα βήματα.



Εικόνα 54: Προϊόντα – Υπηρεσίες που παρέχει η επιχείρηση

Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να εισάγει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παρέχει στους καταναλωτές του. Στην παρούσα περίπτωση παρέχονται τα ακόλουθα :

Η A.G.R.O Crete θα παρέχει τουριστικές υπηρεσίες, υπηρεσίες αθλητικού ενδιαφέροντος, υπηρεσίες αγροτουρισμού, επίσης θα λειτουργεί ως τουριστικό γραφείο και τέλος θα παρέχει στους επισκέπτες που θα διαμένουν στις εγκαταστάσεις της σεμινάρια μεσογειακής διατροφής και θα καταναλώνουν εντός αυτής προϊόντα τα οποία θα καλλιεργούνται βιολογικά εντός των εγκαταστάσεων της.

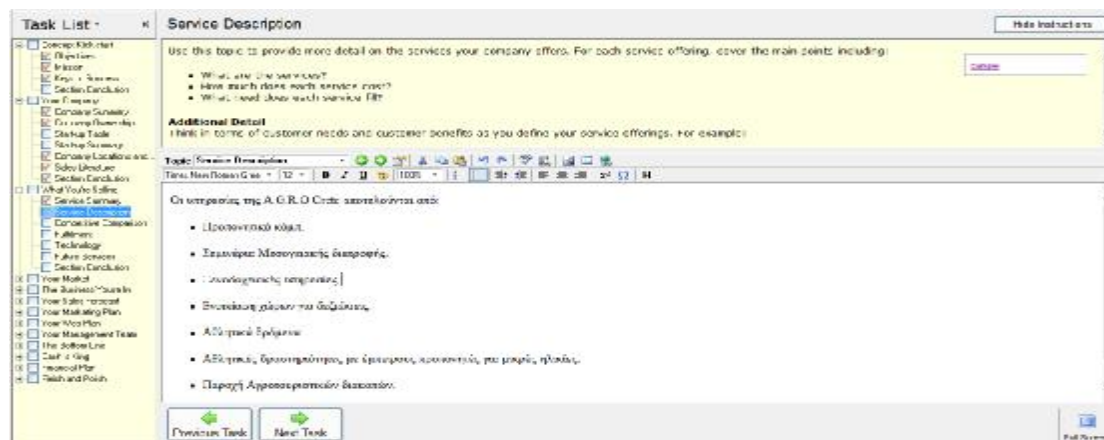


Εικόνα 54: Περίληψη των Υπηρεσιών που παρέχει η επιχείρηση

Το επόμενο παράθυρο που εμφανίζεται στο πρόγραμμα είναι αυτό που ζητά από το χρήστη να δώσει μια περιγραφή των υπηρεσιών ή προϊόντων που παράγει η επιχείρηση του, καθώς και κάποιες τιμές αν αυτός το επιθυμεί. Στην παρούσα περίπτωση οι υπηρεσίες της A.G.R.O Crete αποτελούνται από:

- Προπονητικά κάμπ.
- Σεμινάρια Μεσογειακής διατροφής.
- Ξενοδοχειακές υπηρεσίες.
- Ενοικίαση χώρων για δεξιώσεις.
- Αθλητικά δρόμενα.
- Αθλητικές δραστηριότητες με έμπειρους προπονητές για μικρές ηλικίες.
- Παροχή Αγροτουριστικών διακοπών.

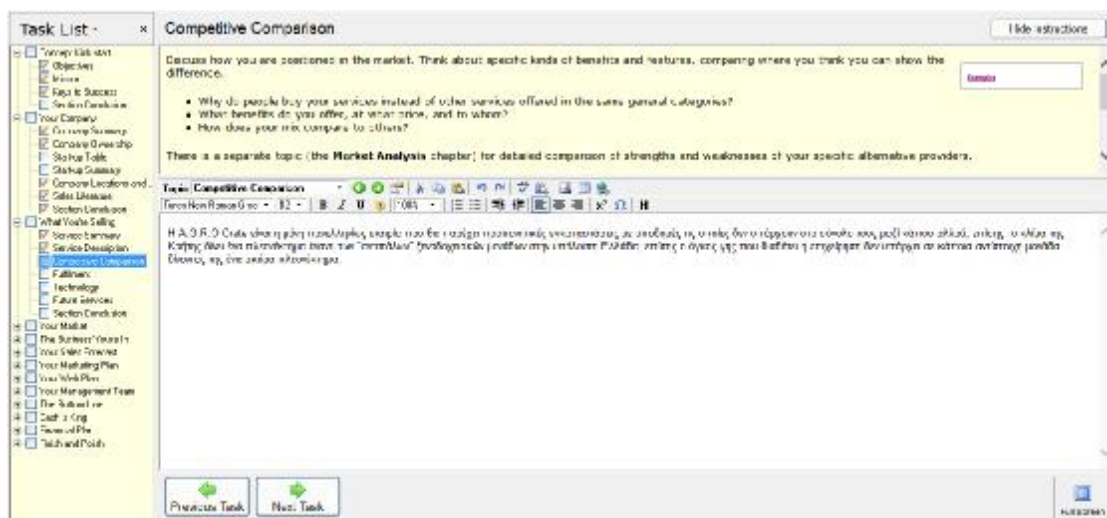
Όλες οι υπηρεσίες θα κοστολογηθούν τη στιγμή που θα ξεκινήσει τις εργασίες της η επιχείρηση και θα είναι άκρως ανταγωνιστικές.



Εικόνα 55: Περιγραφή των Υπηρεσιών που παρέχει η επιχείρηση

Στο παρόν σημείο του προγράμματος ο χρήστης καλείται να δηλώσει τα ανταγωνιστικά του πλεονεκτήματα. Εδώ τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα είναι τα ακόλουθα:

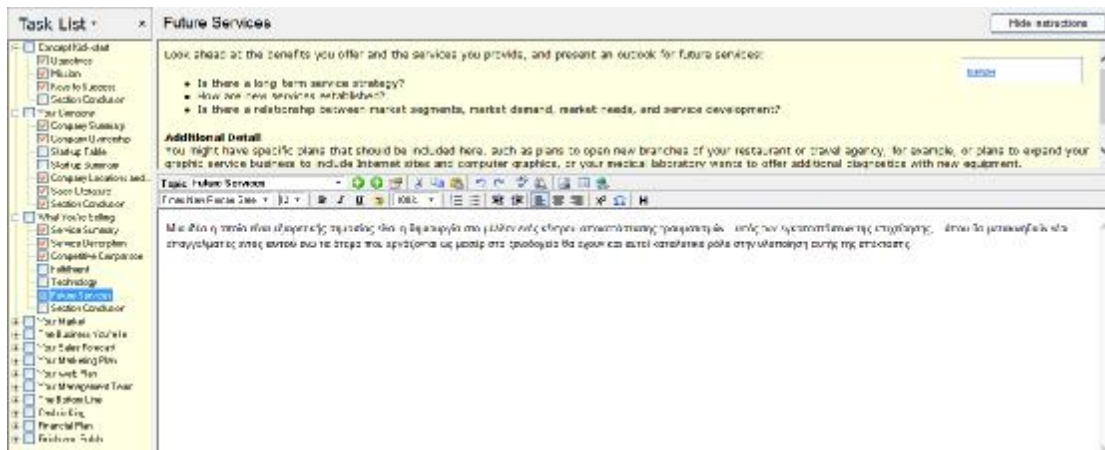
Η A.G.R.O Crete είναι η μόνη πανελληνίως εταιρία που θα παρέχει προπονητικές εγκαταστάσεις με υποδομές τις οποίες δεν υπάρχουν στο σύνολο τους μαζί κάπου αλλού, επίσης το κλίμα της Κρήτης δίνει ένα πλεονέκτημα έναντι των "αντιπάλων" ξενοδοχειακών μονάδων στην υπόλοιπη Ελλάδα, επίσης ο όγκος γης που διαθέτει η επιχείρηση δεν υπάρχει σε κάποια αντίστοιχη μονάδα δίνοντας της ένα ακόμα πλεονέκτημα.



Εικόνα 56: Περιγραφή του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που διαθέτει η επιχείρηση

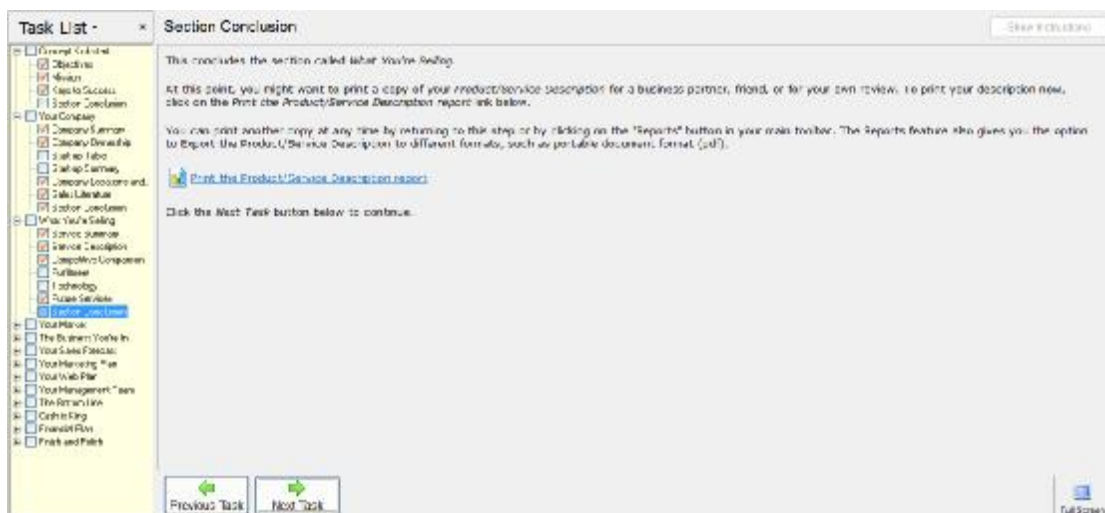
Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει τις μελλοντικές του ιδέες για κάποιες υπηρεσίες που θέλει να παρέχει στην επιχείρηση του. Εδώ τα δεδομένα που δηλώθηκαν είναι τα ακόλουθα:

Μια ιδέα η οποία είναι εξαιρετικής σημασίας είναι η δημιουργία στο μέλλον ενός κέντρου αποκατάστασης τραυματισμών εντός των εγκαταστάσεων της επιχείρησης, όπου θα μετακινηθούν νέοι επαγγελματίες εντός αυτού ενώ τα άτομα που εργάζονται ως μασέρ στα ξενοδοχεία θα έχουν και αυτοί καταλυτικό ρόλο στην υλοποίηση αυτής της επέκτασης.



Εικόνα 57: Περιγραφίτων μελλοντικών υπηρεσιών που θα παρέχει η επιχείρηση

Στη συνέχεια εμφανίζεται ένα παράθυρο που δίνει την επιλογή εκτύπωσης όσων είχαν δηλωθεί μέχρι στιγμής στο πρόγραμμα. Δηλαδή των δεδομένων που δηλώθηκαν στο πρόγραμμα και φαίνονταν στις εικόνες 54 έως και 57.



Εικόνα 58: Συμπεράσματα

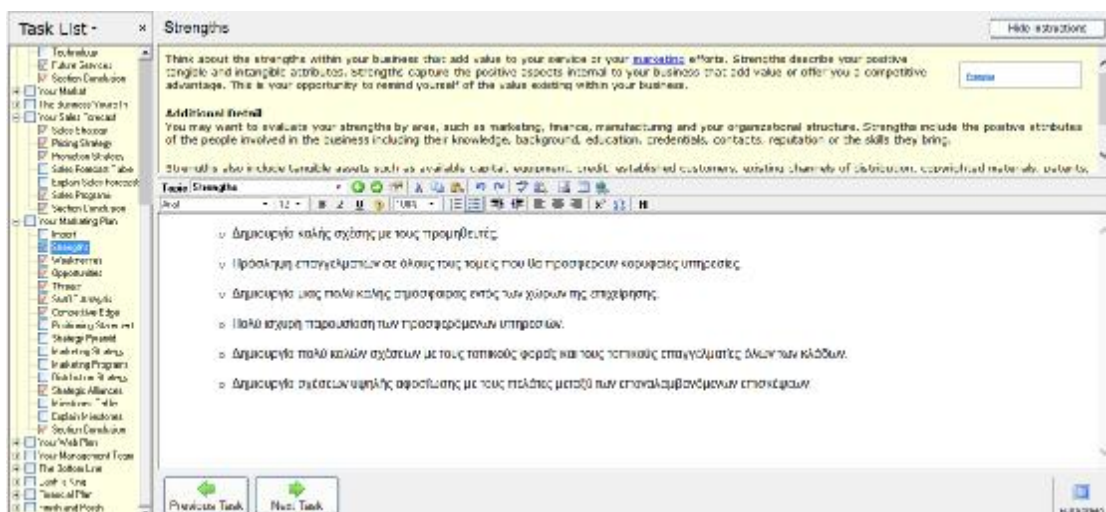
Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να εισαγάγει το Πλάνο του Μάρκετινγκ και του αναφέρει το τι πρόκειται να του ζητήσει στη συνέχεια. Όπως φαίνεται στην εικόνα 59.



Εικόνα 59: Πλάνο Μάρκετινγκ

Στη συνέχεια το πρόγραμμα προκειμένου να δημιουργήσει μια ανάλυση SWOT ζητά από το χρήστη να δηλώσει αρχικά τις Δυνατότητες της επιχείρησής του. Στην προκειμένη περίπτωση τα Δυνατά σημεία της A.G.R.O Crete είναι τα ακόλουθα:

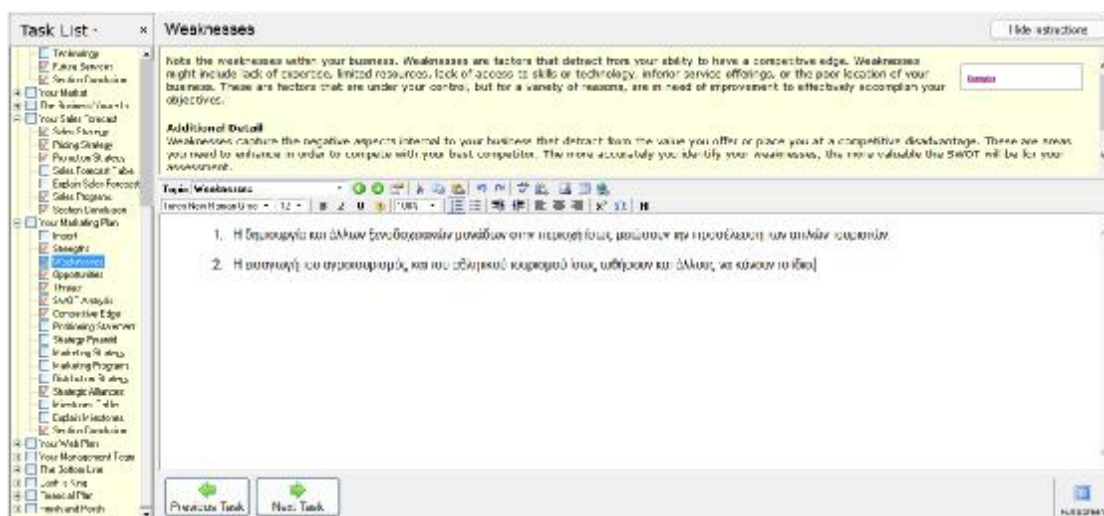
- Δημιουργία καλής σχέσης με τους προμηθευτές.
- Πρόσληψη επαγγελματιών σε όλους τους τομείς που θα προσφέρουν κορυφαίες υπηρεσίες.
- Δημιουργία μιας πολύ καλής ατμόσφαιρας εντός των χώρων της επιχείρησής.
- Πολύ ισχυρή παρουσίαση των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Δημιουργία πολύ καλών σχέσεων με τους τοπικούς φορείς και τους τοπικούς επαγγελματίες όλων των κλάδων.
- Δημιουργία σχέσεων υψηλής αφοσίωσης με τους πελάτες μεταξύ των επαναλαμβανόμενων επισκέψεων.



Εικόνα 60: Δυνατά σημεία της A.G.R.O Crete

Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει τις Αδυναμίες της επιχείρησής του. Στην προκειμένη περίπτωση οι Αδυναμίες της A.G.R.O Crete είναι οι ακόλουθες:

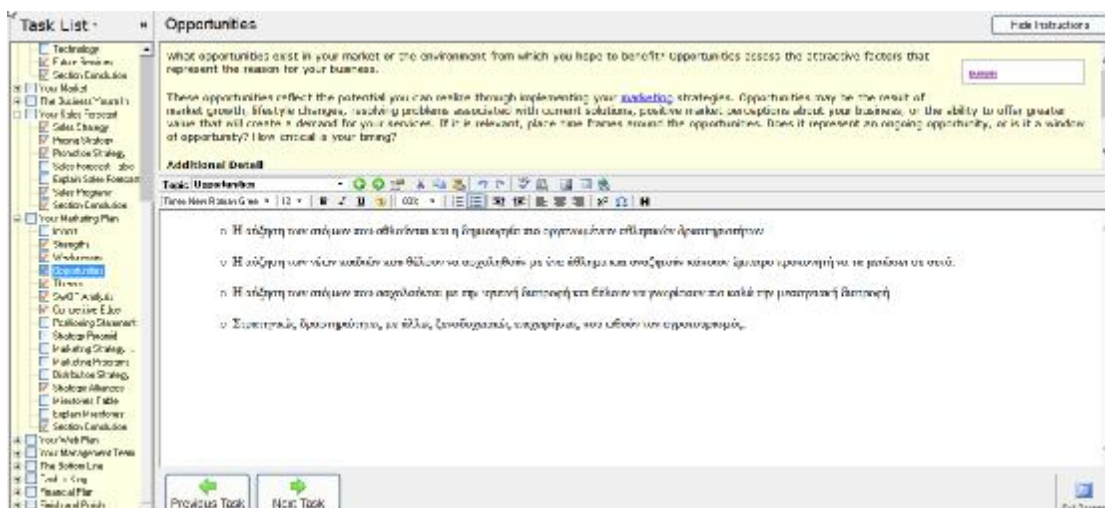
1. Η δημιουργία και άλλων ξενοδοχειακών μονάδων στην περιοχή ίσως μειώσουν την προσέλευση των απλών τουριστών.
2. Η εισαγωγή του αγροτουρισμού και του αθλητικού τουρισμού ίσως ωθήσουν και άλλους να κάνουν το ίδιο



Εικόνα 61: Αδυναμίες της A.G.R.O Crete

Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει τις Ευκαιρίες της επιχείρησής του. Στην προκειμένη περίπτωση οι Ευκαιρίες της A.G.R.O Crete είναι οι ακόλουθες:

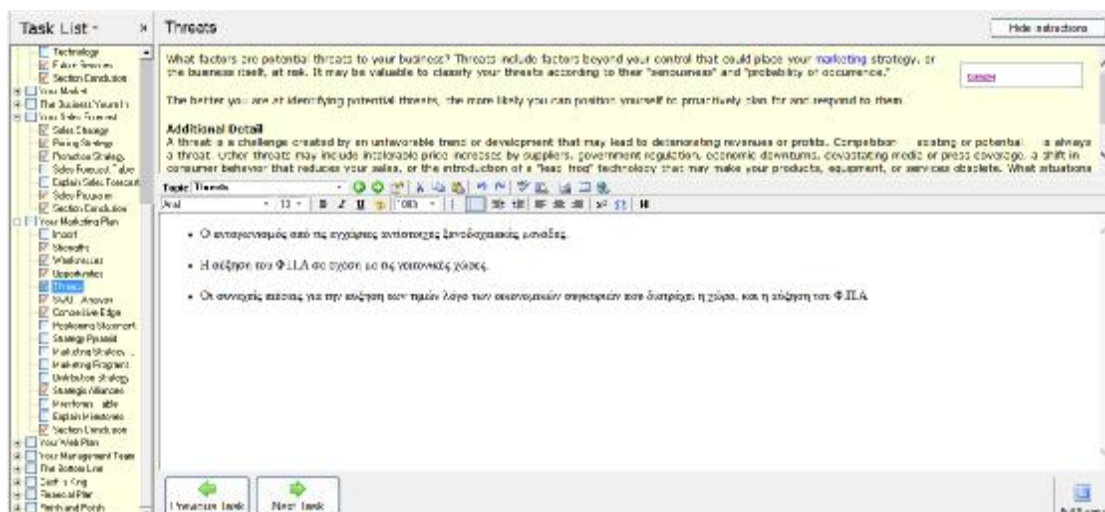
- Η αύξηση των ατόμων που αθλούνται και η δημιουργία πιο οργανωμένων αθλητικών δραστηριοτήτων.
- Η αύξηση των νέων παιδιών που θέλουν να ασχοληθούν με ένα άθλημα και αναζητούν κάποιον έμπειρο προπονητή να τα μειώσει σε αυτό.
- Η αύξηση των ατόμων που ασχολούνται με την υγιεινή διατροφή και θέλουν να γνωρίσουν πιο καλά την μεσογειακή διατροφή.
- Στρατηγικές δραστηριότητες με άλλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που ωθούν τον αγροτουρισμό.



Εικόνα 62: Ευκαιρίες της A.G.R.O Crete

Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει τις Απειλές της επιχείρησης του. Στην προκειμένη περίπτωση οι Απειλές της A.G.R.O Crete είναι οι ακόλουθες:

- Ο ανταγωνισμός από τις εγχώριες αντίστοιχες ξενοδοχειακές μονάδες.
- Η αύξηση του Φ.Π.Α σε σχέση με τις γειτονικές χώρες.
- Οισυνεχείς πιέσεις για την αύξηση των τιμών λόγω των οικονομικών συγκυριών που διατρέχει η χώρα, και η αύξηση του Φ.Π.Α



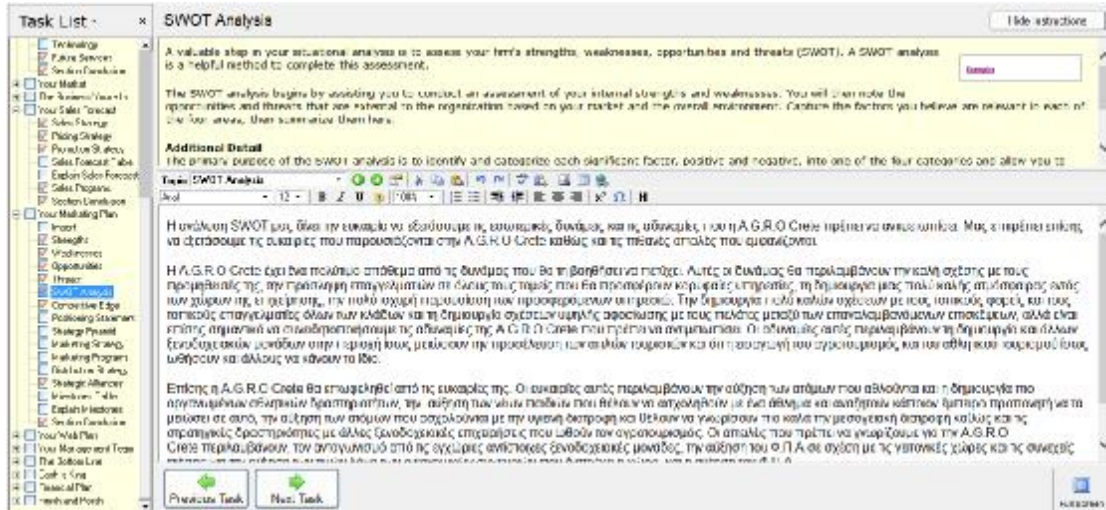
Εικόνα 63: Απειλές της A.G.R.O Crete

Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να αναφέρει ολόγραφως την ανάλυση SWOT της εταιρίας του. Εδώ η ανάλυση SWOT της A.G.R.O Crete που αναφέρθηκε στο πρόγραμμα είναι η ακόλουθη:

Η ανάλυση SWOT μας δίνει την ευκαιρία να εξετάσουμε τις εσωτερικές δυνάμεις και τις αδυναμίες που η A.G.R.O Crete πρέπει να αντιμετωπίσει. Μας επιτρέπει επίσης να εξετάσουμε τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην A.G.R.O Crete καθώς και τις πιθανές απειλές που εμφανίζονται.

Η A.G.R.O Crete έχει ένα πολύτιμο απόθεμα από τις δυνάμεις που θα τη βοηθήσει να πετύχει. Αυτές οι δυνάμεις θα περιλαμβάνουν την καλή σχέση με τους προμηθευτές της, την πρόσληψη επαγγελματιών σε όλους τους τομείς που θα προσφέρουν κορυφαίες υπηρεσίες, τη δημιουργία μιας πολύ καλής ατμόσφαιρας εντός των χώρων της επιχείρησης, την πολύ ισχυρή παρουσίαση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Την δημιουργία πολύ καλών σχέσεων με τους τοπικούς φορείς και τους τοπικούς επαγγελματίες όλων των κλάδων και τη δημιουργία σχέσεων υψηλής αφοσίωσης με τους πελάτες μεταξύ των επαναλαμβανόμενων επισκέψεων, αλλά είναι επίσης σημαντικό να συνειδητοποιήσουμε τις αδυναμίες της A.G.R.O Crete που πρέπει να αντιμετωπίσει. Οι αδυναμίες αυτές περιλαμβάνουν τη δημιουργία και άλλων ξενοδοχειακών μονάδων στην περιοχή ίσως μειώσουν την προσέλευση των απλών τουριστών και ότι η εισαγωγή του αγροτουρισμού και του αθλητικού τουρισμού ίσως ωθήσουν και άλλους να κάνουν το ίδιο.

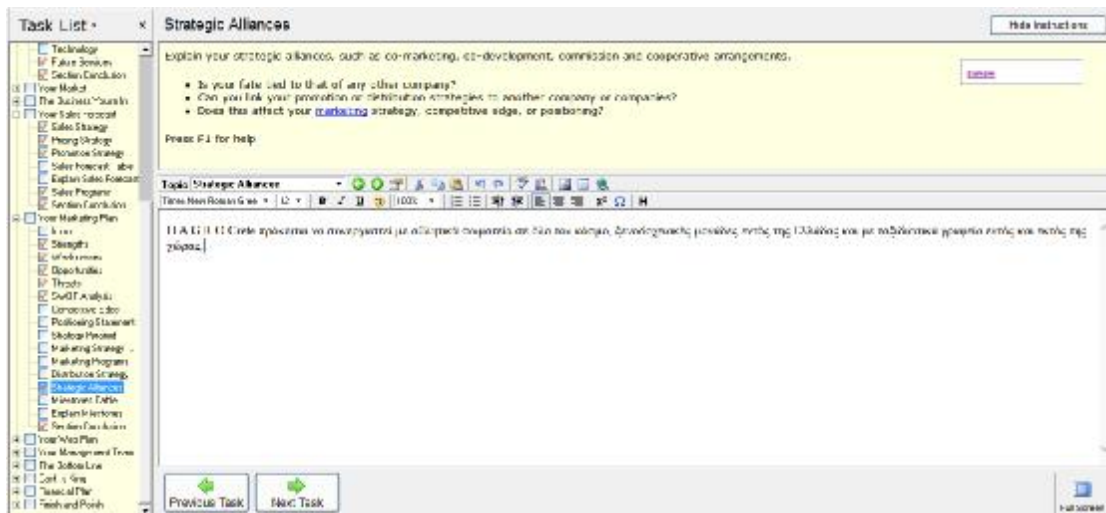
Επίσης η A.G.R.O Crete θα επωφεληθεί από τις ευκαιρίες της. Οι ευκαιρίες αυτές περιλαμβάνουν την αύξηση των ατόμων που αθλούνται και η δημιουργία πιο οργανωμένων αθλητικών δραστηριοτήτων, την αύξηση των νέων παιδιών που θέλουν να ασχοληθούν με ένα άθλημα και αναζητούν κάποιον έμπειρο προπονητή να τα μειώσει σε αυτό, την αύξηση των ατόμων που ασχολούνται με την υγιεινή διατροφή και θέλουν να γνωρίσουν πιο καλά την μεσογειακή διατροφή καθώς και τις στρατηγικές δραστηριότητες με άλλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που ωθούν τον αγροτουρισμό. Οι απειλές που πρέπει να γνωρίζουμε για την A.G.R.O Crete περιλαμβάνουν, τον ανταγωνισμό από τις εγχώριες αντίστοιχες ξενοδοχειακές μονάδες, την αύξηση του Φ.Π.Α σε σχέση με τις γειτονικές χώρες και τις συνεχείς πιέσεις για την αύξηση των τιμών λόγω των οικονομικών συγκυριών που διατρέχει η χώρα, και η αύξηση του Φ.Π.Α.



Εικόνα 64: Ανάλυση SWOT της A.G.R.O Crete

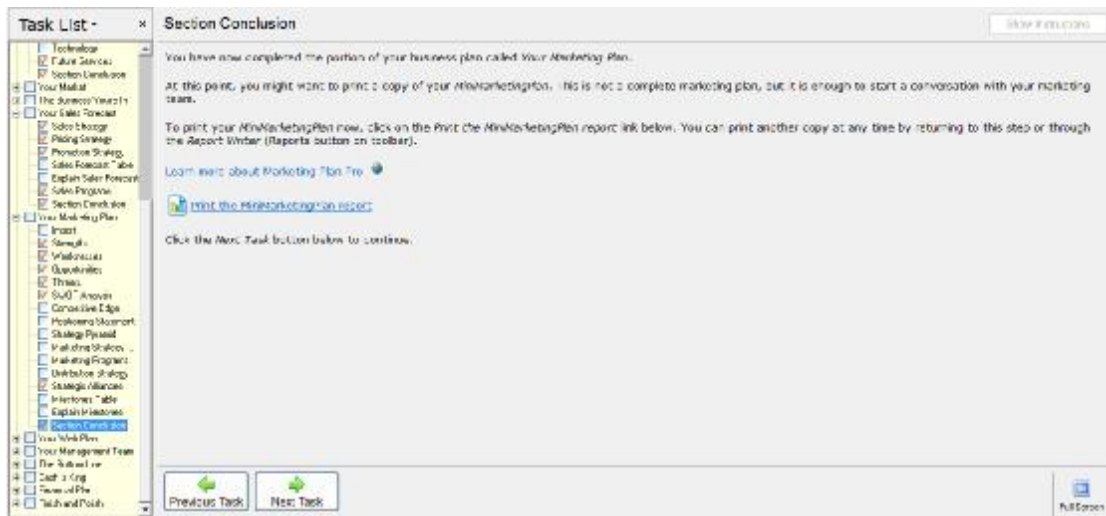
Στη συνέχεια το πρόγραμμα ζητά από το χρήστη να δηλώσει τις Στρατηγικές συνεργασίας της επιχείρησής του. Στην προκειμένη περίπτωση αυτές που θα υπάρξουν στην A.G.R.O Crete είναι οι ακόλουθες:

Η A.G.R.O Crete πρόκειται να συνεργαστεί με αθλητικά σωματεία σε όλο τον κόσμο, ξενοδοχειακές μονάδες εντός της Ελλάδας και με ταξιδιωτικά γραφεία εντός και εκτός της χώρας.



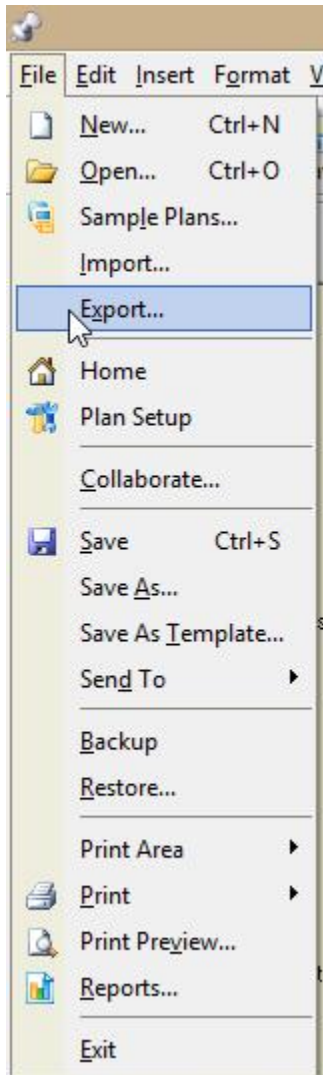
Εικόνα 65: Στρατηγικές συνεργασίες της A.G.R.O Crete

Στη συνέχεια εμφανίζεται ένα παράθυρο που δίνει την επιλογή εκτύπωσης όσων είχαν δηλωθεί μέχρι στιγμής στο πρόγραμμα. Δηλαδή των δεδομένων που δηλώθηκαν στο πρόγραμμα και φαίνονταν στις εικόνες 59 έως και 65.



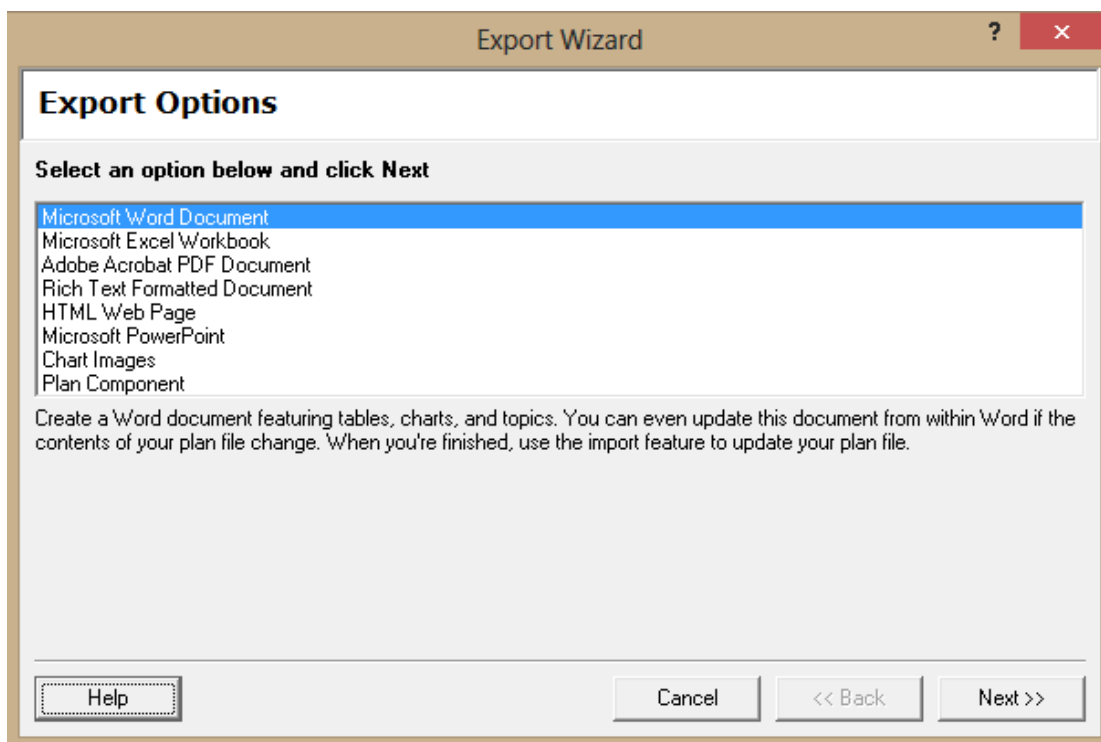
Εικόνα 66: Συμπεράσματα

Για να γίνει εξαγωγή του αρχείου που δημιουργήσαμε πρέπει να ακολουθηθεί η ακόλουθη διαδικασία. **File à Export.**



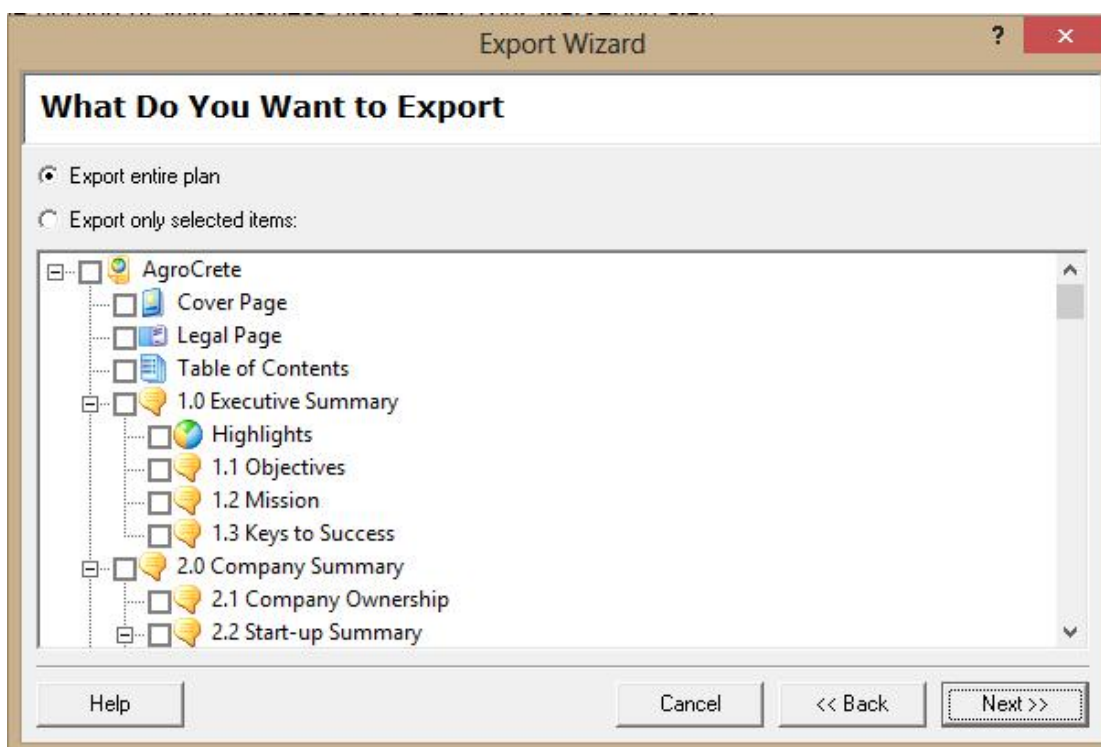
Εικόνα 67: Εξαγωγή του αρχείου #1

Στη συνέχεια επιλέγεται η επιθυμητή μορφή αρχείου και στη συνέχεια το πλήκτρο **Next >**.



Εικόνα 68: Εξαγωγή του αρχείου #2

Έπειτα επιλέγονται τα δεδομένα που επιθυμούμε να υπάρχουν στο εξαγόμενο αρχείο. Και στη συνέχεια το πλήκτρο πιάζουμε ξανά το πλήκτρο **Next >**.



Εικόνα 69: Εξαγωγή του αρχείου #3

Και στη συνέχεια επιλέγουμε που θα αποθηκευτεί το αρχείο. Τέλος πατάμε **Finish** για να ολοκληρωθεί η διαδικασία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΤΟΥ BUSINESS PLAN PRO-AGROCRETE

Confidentiality Agreement

The undersigned reader acknowledges that the information provided by _____ in this business plan is confidential; therefore, reader agrees not to disclose it without the express written permission of _____.

It is acknowledged by reader that information to be furnished in this business plan in all respects confidential in nature, other than information which is in the public domain through other means and that any disclosure or use of same by reader, may cause serious harm or damage to _____.

Upon request, this document is to be immediately returned to _____.

Signature

Name (typed or printed)

Date

This is a business plan. It does not imply an offering of securities.

6.1 OBJECTIVES

1. Να υπάρξει απόσβεση των εξόδων για την επιχείρηση έως το έτος 2030
2. Τα έσοδα του πρώτου έτους δραστηριοποίησης της εταιρίας (2020) να είναι 1 εκατομμύριο Ευρώ.
3. Να υπάρξουν έσοδα στην επιχείρηση τα οποία θα είναι μεγαλύτερα από 5% του κάθε προηγούμενου έτους

6.2 MISSION

HA.G.R.O. Crete θα προσφέρει τις Εγκαταστάσεις της στους πελάτες οι οποίες είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν στην στέγαση αθλητικών ομάδων-σωματίων για διάφορες αθλητικές δραστηριότητες οι οποίες ευνοούνται κατά πολύ από το κλίμα της Κρήτης. Επίσης θα προσφέρονται εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός εντός των εγκαταστάσεων της **A.G.R.O. Crete** καθώς και εκτός αυτών, σε συμβεβλημένες ξενοδοχειακές μονάδες που θα συνεργάζονται με την εταιρία σε όλη την Ελλάδα. Επίσης επρόκειτο να υπάρχει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αυτάρκεια στα τρόφιμα που θα παρέχονται εντός των χώρων εστίασης της επιχείρησης με προϊόντα που θα παράγονται εντός των εγκαταστάσεων της.

6.3 KEYSTOSUCCESS

Τα κλειδιά για την επιτυχία της A.G.R.O Crete είναι:

- Το πάρα πολύ καλό κλίμα της Κρήτης ευνοεί πολύ τις αθλητικές δραστηριότητες καθόλη τη διάρκεια του έτους (προπονητικά camp).
- Οι πάρα πολλές παρεχόμενες δραστηριότητες εντός των εγκαταστάσεων της A.G.R.O Crete.
- Το γεγονός ότι θα υπάρχουν καθόλη τη διάρκεια του έτους σεμινάρια σχετικά με τη

Μεσογειακή διατροφή δωρεάν προς τους επισκέπτες.

- Τα δωρεάν προϊόντα που θα δίνονται στους επισκέπτες της A.G.R.O Crete.

- Το γεγονός ότι θα υπάρχει η δυνατότητα να επισκέπτονται τις εγκαταστάσεις και να διαμένουν άτομα ανεξαρτήτου της οικονομικής τους κατάστασης, στις διάφορες μονάδες που θα διαχωρίζονται μόνον ανάλογα με τις παροχές τους.

6.4 COMPANYSUMMARY

Η A.G.R.O Crete είναι μια ?start-up ξενοδοχειακή επιχείρηση η οποία πρόκειται να διαχειρίζεται από δύο άτομα τους Αντώνιο Πλατσιδάκη και την Ιωάννα Τσιγκουνάκη. Οι δύο τους έχουν μεγάλη εμπειρία πάνω στη διοίκηση καθώς επίσης διαθέτουν και καινοτόμες ιδέες όπως και αυτή της υλοποίησης της κατασκευής της ξενοδοχειακής μονάδας της A.G.R.O Crete.

6.5 COMPANY OWNERSHIP

Η A.G.R.O Crete θα δημιουργηθεί στην Κρήτη και συγκεκριμένα στο Νομό Χανίων, και θα ανήκει στους βασικούς επενδυτές της καθώς και στους δύο αρχικούς διαχειριστές της. ?

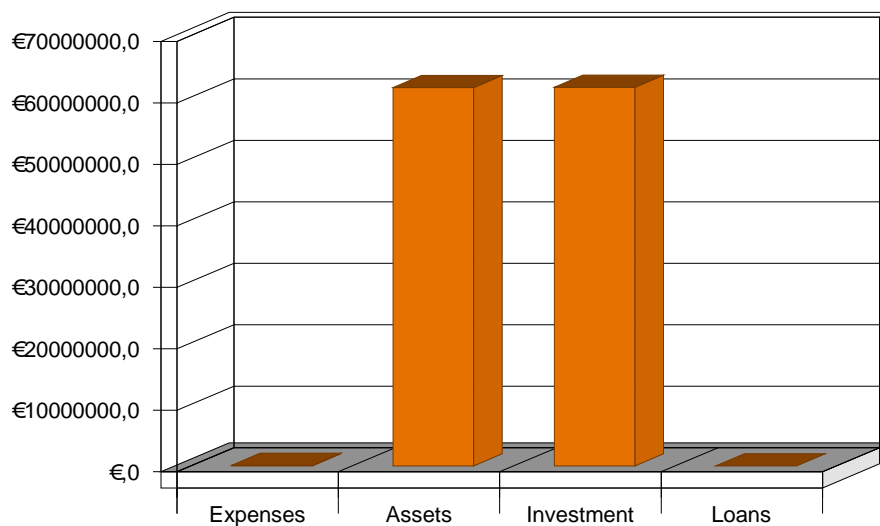
6.6 START-UPSUMMARY

Table: Start-up

Start-up	
Requirements	
Start-up Expenses	
Έξοδα για το δημόσιο	€10.000
Σταθερά έξοδα	€20.000
Ασφάλιση	€30.000

Αγορά 2 ξύλινων σπιτιών για χρήση ως κατοικία	€15.000
Αγορά 2 λάπτοπ	€2.750
Άλλα έξοδα	€10.000
TotalStart-upExpenses	€87.750
Start-upAssets	
Cash Required	€1.000.0
Start-upInventory	€50.000.
OtherCurrentAssets	€500.000
Long-termAssets	€10.000.
TotalAssets	€61.500.
TotalRequirements	€115.875.

Start-up



6.7 COMPANY LOCATIONS AND FACILITIES

Η επιχείρηση πρόκειται να ανεγερθεί στα Χανιά της Κρήτης, στην Ελλάδα. Η περιοχή που πρόκειται να αγοραστεί έχει έκταση 500 στρέμματα από τα οποία τα 250 στρέμματα θα είναι αθλητικές εγκαταστάσεις κορυφαίων προδιαγραφών

- 2 γήπεδα ποδοσφαίρου ολυμπιακών προδιαγραφών
- 2 κλειστά γήπεδα μπάσκετ
- 1 κλειστή πισίνα ολυμπιακών προδιαγραφών
- 2 γήπεδα τένις
- 2 γήπεδα βόλεϊ
- 2 γήπεδα Μπιτς βόλεϊ

τα 200 στρέμματα θα είναι τμήμα καλλιεργήσιμο και στα 50 στρέμματα θα χτιστούν 4 καταλύματα από 3 έως 5 αστέρων.

6.8 SERVICES

Η A.G.R.O Crete θα παρέχει τουριστικές υπηρεσίες, υπηρεσίες αθλητικού ενδιαφέροντος, υπηρεσίες αγροτουρισμού, επίσης θα λειτουργεί ως τουριστικό γραφείο και τέλος θα παρέχει στους επισκέπτες που θα διαμένουν στις εγκαταστάσεις της σεμινάρια μεσογειακής διατροφής και θα καταναλώνουν εντός αυτής προϊόντα τα οποία θα καλλιεργούνται βιολογικά εντός των εγκαταστάσεων της.

6.9 SERVICEDESCRIPTION

Οι υπηρεσίες της A.G.R.O Crete αποτελούνται από:

- Προπονητικά κάμπ.
- Σεμινάρια Μεσογειακής διατροφής.
- Ξενοδοχειακές υπηρεσίες.
- Ενοικίαση χώρων για δεξιώσεις.
- Αθλητικά δρόμενα.

- Αθλητικές δραστηριότητες με έμπειρους προπονητές για μικρές ηλικίες.

- Παροχή Αγροτουριστικών διακοπών.

Όλες οι υπηρεσίες θα κοστολογηθούν τη στιγμή που θα ξεκινήσει τις εργασίες της η επιχείρηση και θα είναι άκρως ανταγωνιστικές.

6.10 COMPETITIVE COMPARISON

Η A.G.R.O Crete είναι η μόνη πανελληνίως εταιρία που θα παρέχει προπονητικές εγκαταστάσεις με υποδομές τις οποίες δεν υπάρχουν στο σύνολο τους μαζί κάπου αλλού, επίσης το κλίμα της Κρήτης δίνει ένα πλεονέκτημα έναντι των "αντιπάλων" ξενοδοχειακών μονάδων στην υπόλοιπη Ελλάδα, επίσης ο όγκος γης που διαθέτει η επιχείρηση δεν υπάρχει σε κάποια αντίστοιχη μονάδα δίνοντας της ένα ακόμα πλεονέκτημα.

6.11 SALES LITERATURE

Η επιχείρηση θα ξεκινήσει με ένα γενικό εταιρικό φυλλάδιο για την ίδρυση της θέσης. Το φυλλάδιο αυτό θα αναπτυχθεί ως μέρος των εξόδων εκκίνησης.

6.12 FUTURE SERVICES

Μια ιδέα η οποία είναι εξαιρετικής σημασίας είναι η δημιουργία στο μέλλον ενός κέντρου αποκατάστασης τραυματισμών εντός των εγκαταστάσεων της επιχείρησης, όπου θα μετακινηθούν νέοι επαγγελματίες εντός αυτού ενώ τα άτομα που εργάζονται ως μασέρ στα ξενοδοχεία θα έχουν και αυτοί καταλυτικό ρόλο στην υλοποίηση αυτής της επέκτασης.

6.13 SWOT ANALYSIS

Η ανάλυση SWOT μας δίνει την ευκαιρία να εξετάσουμε τις εσωτερικές δυνάμεις και τις αδυναμίες που η A.G.R.O Crete πρέπει να αντιμετωπίσει. Μας επιτρέπει επίσης να εξετάσουμε τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην A.G.R.O Crete καθώς και τις πιθανές απειλές που εμφανίζονται.

Η A.G.R.O Crete έχει ένα πολύτιμο απόθεμα από τις δυνάμεις που θα τη βοηθήσει να πετύχει. Αυτές οι δυνάμεις θα περιλαμβάνουν την καλή σχέση με τους προμηθευτές της, την πρόσληψη επαγγελματιών σε όλους τους τομείς που θα προσφέρουν κορυφαίες υπηρεσίες, τη δημιουργία μιας πολύ καλής ατμόσφαιρας εντός των χώρων της επιχείρησης, την πολύ ισχυρή παρουσίαση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Την δημιουργία πολύ καλών σχέσεων με τους τοπικούς φορείς και τους τοπικούς επαγγελματίες όλων των κλάδων και τη δημιουργία σχέσεων υψηλής αφοσίωσης με τους πελάτες μεταξύ των επαναλαμβανόμενων επισκέψεων, αλλά είναι επίσης σημαντικό να συνειδητοποιήσουμε τις αδυναμίες της A.G.R.O Crete που πρέπει να αντιμετωπίσει. Οι αδυναμίες αυτές περιλαμβάνουν τη δημιουργία και άλλων ξενοδοχειακών μονάδων στην περιοχή ίσως μειώσουν την προσέλευση των απλών τουριστών και ότι η εισαγωγή του αγροτουρισμού και του αθλητικού τουρισμού ίσως ωθήσουν και άλλους να κάνουν το ίδιο.

Επίσης η A.G.R.O Crete θα επωφεληθεί από τις ευκαιρίες της. Οι ευκαιρίες αυτές περιλαμβάνουν την αύξηση των ατόμων που αθλούνται και η δημιουργία πιο οργανωμένων αθλητικών δραστηριοτήτων, την αύξηση των νέων παιδιών που θέλουν να ασχοληθούν με ένα άθλημα και αναζητούν κάποιον έμπειρο προπονητή να τα μειώσει σε αυτό, την αύξηση των ατόμων που ασχολούνται με την υγιεινή διατροφή και θέλουν να γνωρίσουν πιο καλά την μεσογειακή διατροφή καθώς και τις στρατηγικές δραστηριότητες με άλλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που ωθούν τον αγροτουρισμό. Οι απειλές που πρέπει να γνωρίζουμε για την A.G.R.O Crete περιλαμβάνουν, τον ανταγωνισμό από τις εγχώριες αντίστοιχες ξενοδοχειακές μονάδες, την αύξηση του Φ.Π.Α σε σχέση με τις γειτονικές χώρες και τις συνεχείς πιέσεις για την αύξηση των τιμών λόγω των οικονομικών συγκυριών που διατρέχει η χώρα, και η αύξηση του Φ.Π.Α.

6.14 STRENGTHS

- Δημιουργία καλής σχέσης με τους προμηθευτές.
- Πρόσληψη επαγγελματιών σε όλους τους τομείς που θα προσφέρουν κορυφαίες υπηρεσίες.
- Δημιουργία μιας πολύ καλής ατμόσφαιρας εντός των χώρων της επιχείρησης.
- Πολύ ισχυρή παρουσίαση των προσφερόμενων υπηρεσιών.
- Δημιουργία πολύ καλών σχέσεων με τους τοπικούς φορείς και τους τοπικούς επαγγελματίες όλων των κλάδων.
- Δημιουργία σχέσεων υψηλής αφοσίωσης με τους πελάτες μεταξύ των επαναλαμβανόμενων επισκέψεων.

6.15 WEAKNESSES

1. Η δημιουργία και άλλων ξενοδοχειακών μονάδων στην περιοχή ίσως μειώσουν την προσέλευση των απλών τουριστών.

2. Η εισαγωγή του αγροτουρισμού και του αθλητικού τουρισμού ίσως ωθήσουν και άλλους να κάνουν το ίδιο.

6.16 OPPORTUNITIES

• Η αύξηση των ατόμων που αθλούνται και η δημιουργία πιο οργανωμένων αθλητικών δραστηριοτήτων.

• Η αύξηση των νέων παιδιών που θέλουν να ασχοληθούν με ένα άθλημα και αναζητούν κάποιον έμπειρο προπονητή να τα μειώσει σε αυτό.

• Η αύξηση των ατόμων που ασχολούνται με την υγιεινή διατροφή και θέλουν να

γνωρίσουν πιο καλά την μεσογειακή διατροφή.

- Στρατηγικές δραστηριότητες με άλλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που ωθούν τον αγροτουρισμό.

6.17 THREATS

- Ο ανταγωνισμός από τις εγχώριες αντίστοιχες ξενοδοχειακές μονάδες.

- Η αύξηση του Φ.Π.Α σε σχέση με τις γειτονικές χώρες.

- Οι συνεχείς πιέσεις για την αύξηση των τιμών λόγω των οικονομικών συγκυριών που διατρέχει η χώρα, και η αύξηση του Φ.Π.Α

6.18 STRATEGICALLIANCES

Η A.G.R.O Crete πρόκειται να συνεργαστεί με αθλητικά σωματεία σε όλο τον κόσμο, ξενοδοχειακές μονάδες εντός της Ελλάδας και με ταξιδιωτικά γραφεία εντός και εκτός της χώρας.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής ιδέας είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι για τη έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το επιχειρηματικό σχέδιο(**businessplan**) προσφέρει πολλές δυνατότητες ώστε η επιχειρηματική δραστηριότητα να γίνει βιώσιμη και κερδοφόρα για τον μελλοντικό επιχειρηματία καθώς και τους επενδυτές. Οι επιχειρηματίες κάνουν χρήση ενός επιχειρηματικού σχεδίου όχι μόνο για να αναζητήσουν χρηματοδότηση αλλά και για να χαράξουν την στρατηγική που θα ακολουθήσουν ώστε να αναπτυχθεί σωστά αυτή η επιχειρηματική ιδέα και αν είναι αποδοτική. Στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια έχει καλλιεργηθεί η αντίληψη κατάρτισης ενός επιχειρηματικού σχεδίου, πλέον θεωρείται απαραίτητο εργαλείο για την σωστή λειτουργία μια επιχείρησης. Επίσης, σε πρόσφατη έρευνα, στην Ευρώπη οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ήταν αυτές που είχαν αυξήσει κατά 50% τα κέρδη τους μέσω της κατάρτισης και συχνής εξέλιξης του businessplan.

Τα επιχειρηματικά σχέδια στοχεύουν σε αλλαγές στην αντίληψη του πελάτη. Όταν η επιχείρηση πραγματοποιεί μια αλλαγή ή όταν δημιουργείται μια νέα επιχείρηση, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι απαραίτητο καθώς οι επενδυτές θα αναζητήσουν το κέρδος τους σε αυτό το χρονικό πλαίσιο. Τα επιχειρηματικά σχέδια είναι σπουδαία εργαλεία λήψης αποφάσεων για τον επιχειρηματία αλλά και για την μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησης. Δεν έχουν σταθερό περιεχόμενο και η μορφή τόσο καθορίζεται από τους επιχειρηματικούς στόχους και το κοινό της επιχείρησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

David, F.R., 2013 Strategic Management, Pearson, 14th Edition,

Ireland D.R, R.E. Hoskisson and M. Hitt, 2013, The Management of Strategy, South-Western Cengage Learning, 10th edition,

Johnson G., R. Whittington and K. Scholes, 2011 Exploring Strategy: Text and Cases, Prentice Hall, 9th edition,

Kim, C.W. and R. Mauborgne, 2005 Blue Ocean Strategy, Harvard Business School Press

Thompson, A.A., M.A. Peteraf, J.E. Gamble and A.J. Strickland III, 2012, Crafting and Executing Strategy: Concepts and Readings, 18th edition, McGraw-Hill Irwin,

Wheelen, T.L. and D.J. Hunger, 2012. Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability, 13th Edition, Pearson,

Καραγιάννης, Σ. Έξαρχος, Γ. (2006). Τουρισμός: Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη, Έκδοση Κέντρου Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης

http://www.lrf.gr/programmmedia/1402657613_2.pdf

http://www.evrytanika.gr/index.php?option=com_content&id=987323%3A2014-12-08-16-02-26&Itemid=236

http://www.kemel.gr/sites/default/files/files/1_swot_pestel_1.pdf

<http://eclass.teiion.gr/modules/document/file.php/DSE292/%CE%A3%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/Analysi%20Agoras.pdf>

<http://epixeirein.gr/2008/12/13/strategy-swot-analysis/>

<http://www.thegreekz.com/forum/archive/index.php/t-434179.html>

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%83%CF%87%CE%B5%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82

<http://moke-web.lab.netmode.ntua.gr/mke/wp-content/uploads/2015/10/6.pdf>

<http://www.epiheirimatikotita.gr/joomla157/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%83%CF%87%CE%AD%CE%B4%CE%B9%CE%BF/Business-plan.html>

