

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΑΤΡΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ: «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ  
ΥΠΟΘΕΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΠΑΙΔΟΤΟΠΟΥ»**

**Σπουδαστής : ΛΑΖΑΝΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Δρ. ΡΑΦΗΛΙΔΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ**

**Πάτρα, 2018**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το 2017 βρίσκει την Ελλάδα σε δεινή θέση όσον αφορά την επιχειρηματικότητα, καθότι υφίστανται οικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν όσοι ενδιαφέρονται να επενδύσουν οι οποίες, σε συνδυασμό με τη γραφειοκρατία, καθιστούν την επένδυση αρκετά δύσκολη και επίπονη. Οι υπάρχουσες μεγάλες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις δυσκολεύονται να έχουν την απαραίτητη ρευστότητα λόγω της ύφεσης της αγοράς και σε συνδυασμό με την μη έγκριση νέων δανείων από τις τράπεζες το πρόβλημα διογκώνεται περισσότερο. Τα χρέη που συσσωρεύονται λόγω φορολογίας κάνουν τις πολλές επιχειρήσεις να βάζουν λουκέτο, αφού αδυνατούν να ανταπεξέλθουν στις καινούργιες συνθήκες.

Πολλές από τις επιχειρηματικές ιδέες που υπάρχουν δεν βρίσκουν το κατάλληλο περιβάλλον να υλοποιηθούν και μένουν στα συρτάρια, λόγω έλλειψης κεφαλαίου και ρευστότητας.

Ίσως ένας από τους λόγους που κλείνουν τόσο γρήγορα οι επιχειρήσεις είναι ότι από τη δημιουργία τους, ενδεχομένως δεν είχε μελετηθεί η βιωσιμότητά τους, διότι δεν υπήρχε το επιχειρηματικό σχέδιο που θα οδηγούσε την επιχείρηση στα επόμενα βήματα της, αλλά γινόταν με βάση τις επιθυμίες και την εμπειρία του επενδυτή.

Ο κλάδος που θα μελετήσουμε και θα αναλύσουμε στο παρακάτω επιχειρηματικό σχέδιο αφορά στους παιδότοπους και τις υπηρεσίες που προσφέρουν στις οικογένειες και τα παιδιά, τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για να δημιουργηθεί ένας τέτοιος χώρος, την τοποθεσία, θέματα ασφάλειας, το προσωπικό, τα προϊόντα και τους προμηθευτές που θα συνεργάζεται η εκάστοτε επιχείρηση, χρηματοοικονομικοί δείκτες και την στρατηγική που επιθυμεί να ακολουθήσει η επιχείρηση.

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι το πιο σημαντικό σημείο για όλη την πορεία της επιχείρησης, αλλά συνάμα δύσκολο στην εκπόνησή του, ενώ κρίνεται απαραίτητο για κάθε επενδυτή επειδή περιέχει όλες τις παραμέτρους που αφορούν την επένδυση, την ανάλυση του ανταγωνισμού στον κλάδο, το μάρκετινγκ που χρειάζεται η επιχείρηση για να γίνει βιώσιμη.

Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο αναφέρεται στη δημιουργία ενός κλειστού παιδότοπου, ο οποίος θα είναι συνέχεια του πρώτου καταστήματος ανοιχτού παιδότοπου, δηλαδή σκοπός δύο καταστημάτων είναι να προσφέρουμε ολοκληρωμένες υπηρεσίες στους πελάτες μας κατά τη διάρκεια όλου του έτους. Αναλύονται όλα τα βήματα και οι προϋποθέσεις που χρειάζονται για τη δημιουργία της, ώστε η νέα επιχείρηση να θεμελιώσει τις βάσεις εκείνες που χρειάζονται να πετύχει τους στόχους της, να είναι ανταγωνιστική και να παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες στους πελάτες της.

Ο επιχειρηματίας είναι ο ίδιος και στις δύο επιχειρήσεις, άρα διαθέτει τη σχετική εμπειρία να αποφασίζει και να αναζητά τις καλύτερες επιλογές σε κάθε φάση της νέας επένδυσης.

Σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις του έχει η γνώμη των πελατών του από το πρώτο κατάστημα, τις οποίες αξιοποιεί στον μέγιστο βαθμό. Η έρευνα από τον ίδιο σε ήδη υπάρχοντες κλειστούς παιδότοπους θα ήταν επιθυμητή ώστε να βοηθήσει στη δημιουργία του νέου καταστήματος.

Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν θα χρειαστεί επιχειρηματικό σχέδιο, γιατί πρόκειται για νέο κατάσταση, αλλά σαν επιχείρηση είναι υποκατάστημα της πρώτης όπου νομικά είναι ατομική, διαθέτει το ίδιο ΑΦΜ και έχουν τις ίδιες υποχρεώσεις απέναντι σε τρίτους επίσης, θα αναζητηθεί το κτίριο που θα στεγαστεί, θα μελετηθούν οι υπάρχοντες ανταγωνιστές, θα γίνει η αναζήτηση προσωπικού, θα αξιολογηθούν οι χρηματοοικονομικοί δείκτες, θα γίνει ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της νέας επιχείρησης και θα μελετηθούν οι ανταγωνιστές μας.

Στους παρακάτω πρώτους δύο πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζεται η αρνητική εξέλιξη της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας και η συρρίκνωση τους στην δετία της ύφεσης.




Την πρώτη τριετία παρατηρείται μία σταθερή μείωση του αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, κατά 30000 ανά έτος.

Από το 2012 διαπιστώνεται μία ραγδαία μείωση των επιχειρήσεων, κάτι που σηματοδοτεί μία ανάλογη αύξηση της ανεργίας.

Στους δύο τελευταίους πίνακες παρουσιάζονται οι χρηματοοικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά.

## ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΑ ΧΡΟΝΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

### Η συρρίκνωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

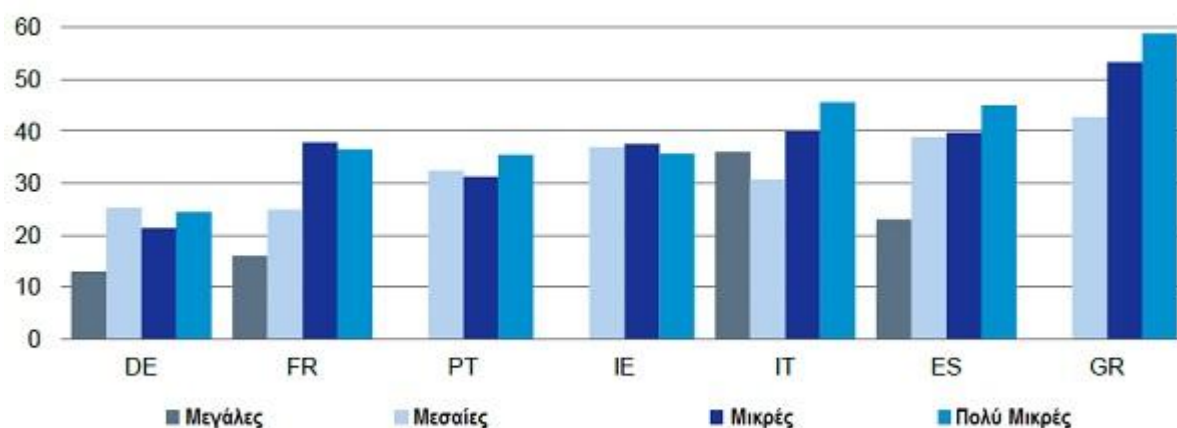
		Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Σύνολο
 <b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b> (ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ)	2008	829,2	25,4	3,6	858,2
	2014	606,5	20,8	2,4	629,7
		<b>-26,9%</b>	<b>-18,1%</b>	<b>-35%</b>	<b>-26,6%</b>
 <b>ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ</b> (ΣΕ ΧΙΛΙΑΔΕΣ)	2008	1.565,5	486,1	344	2.395,6
	2014	1.091,5	382,3	219,1	1.692,9
		<b>-30,3%</b>	<b>-21,4%</b>	<b>-36,3%</b>	<b>-29,3%</b>
 <b>ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ</b> (ΣΕ ΔΙΣ. ΕΥΡΩ)	2008	25,5	16,6	12,9	55
	2014	15,1	10,2	7,5	32,8
		<b>-40,7%</b>	<b>-38,4%</b>	<b>-41,5%</b>	<b>-40,2%</b>

ΠΗΓΗ: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ΚΕΠΕ

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

## Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ποσοστό επιχειρήσεων που δηλώνουν τουλάχιστον 7, σε μία κλίμακα από το 1 (κανένα πρόβλημα με χρηματοδότηση) έως το 10 (πολύ πιεστικό πρόβλημα)



\* Δεν υπάρχουν στοιχεία για τις μεγάλες επιχειρήσεις σε Πορτογαλία, Ιρλανδία και Ελλάδα  
 Πηγές: SAFE, Deutsche Bank Research

**Οι μειώσεις δανείων σε επιχειρηματικά, στεγαστικά και καταναλωτικά δάνεια ανά έτος μέχρι σήμερα δείχνουν την ύφεση που υπάρχει στην αγορά:**

Νέα δάνεια*, Ιαν. - Ιουλ. (€ εκ.)					
	Επιχειρηματικά	Καταναλωτικά	Στεγαστικά	Σύνολο (με αναδιρθ.)	Σύνολο (χωρίς αναδιρθ.)
2009	2268	746	945	3959	
2010	2836	453	1879	5168	
2011	2185	409	1239	3833	
2012	1871	359	800	3030	
2013	1609	163	814	2586	
2014	1038	55	317	1410	
2015	1037	62	348	1447	863
2016	1340	79	488	1907	1088
2017	1446	105	439	1990	1681
Μεταβολή από αντίστοιχη περίοδο προηγούμενου έτους					
2010	25%	-39%	99%	30.5	
2011	-23%	-10%	-34%	-25.8	
2012	-14%	-12%	-35%	-20.9	
2013	-14%	-55%	2%	-14.7	
2014	-35%	-66%	-61%	-45.5	
2015	0%	13%	10%	2.6	
2016	29%	27%	40%	31.8	26.1
2017	8%	33%	-10%	4.4	54.5

\* Συμπεριλαμβάνονται αναδιρθώσεις

**StockWatch**

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πρώτη επενδυτική σκέψη που εφαρμόστηκε με επιτυχία πριν από κάποιο χρονικό διάστημα είχε ως αποτέλεσμα την αποκομιδή κάποιων κερδών και εμπειρίας από το πρώτο μας κατάστημα τύπου ανοιχτού παιδότοπου με ονομασία « Παραμυθόκοσμος ».

Κατόπιν έγινε η σκέψη της επανεπένδυσης των κεφαλαίων και με τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου στοχεύουμε σε κάτι καινούργιο, το οποίο θα είναι συνέχεια του πρώτου καταστήματος.

Η δημιουργία ενός δεύτερου (εσωτερικού) παιδότοπου θα καλύψει τις ανάγκες των πελατών που έχουμε από την πρώτη επιχείρηση (υπαίθριος παιδότοπος), κατά τη χειμερινή περίοδο του έτους, ως μία συνέχεια του πρώτου καταστήματος.

Σκοπός αυτών των δύο επιχειρήσεων είναι η ικανοποίηση των επιθυμιών μιας οικογένειας που επισκέπτεται τον παιδότοπο, η εκδήλωση γενεθλίων ή βαπτίσεων καθ' όλο το έτος.

Με γνώμονα ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο και οδηγό το πρώτο κατάστημα μας, κάνουμε πράξη τις επιθυμίες των πελατών μας, δημιουργώντας ένα δεύτερο κατάστημα που έχει σαν στόχο τις καλύτερες και πληρέστερες υπηρεσίες προς την οικογένεια κατά τη διάρκεια του έτους και την προσήλωση των πελατών στα καταστήματά μας, σε βάθος χρόνου.

Με τη νέα επενδυτική προσπάθεια θέλουμε να ενισχύσουμε τη σχέση εμπιστοσύνης που έχουμε ήδη με τους προμηθευτές και την πιθανή συνεργασία με νέους, καθώς και να προσφέρουμε περισσότερες παροχές και καλύτερες υπηρεσίες στις πιο ανταγωνιστικές τιμές ώστε να είμαστε ελκυστικοί στην αγορά.

Η εμπειρία που διαθέτουμε θα μας βοηθήσει στις δύσκολες οικονομικές συνθήκες που επικρατούν, όσο και στις δυσμενείς προβλέψεις (υπογεννητικότητα, φορολογία) για να πετύχουμε τον στόχο μας, που είναι η βιωσιμότητα και η κερδοφορία, μέσα από τη δημιουργία του χειμερινού καταστήματος παιδότοπου.

Με στοχευμένες κινήσεις για το μέγεθος της επένδυσης, τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου, καθώς και την εμπειρία μας από το πρώτο κατάστημα, θα οδηγηθούμε στην καλύτερη επιλογή για τη δημιουργία του νέου καταστήματος, ώστε το ρίσκο που θα πάρουμε να είναι όσο το δυνατό λιγότερο και οι πιθανότητες αυξημένες για την επίτευξη του στόχου μας.

Η επιχείρηση απευθύνεται στις οικογένειες κάτι που έχει ως αποτέλεσμα η προσοχή μας να εστιάζεται τόσο στους γονείς, μέσω των προϊόντων που προσφέρουμε, όσο και στα παιδιά για την ασφάλειά τους και τη διασκέδασή τους.

Στο επιχειρηματικό σχέδιο θα αναλύσουμε το εσωτερικό περιβάλλον που θέλουμε να δημιουργήσουμε στο νέο κατάστημα (τιμολογιακή πολιτική, προσωπικό), τον τρόπο προβολής και μάρκετινγκ, ενώ η φήμη από το πρώτο κατάστημα θα είναι ένα από τα δυνατά μας σημεία έναντι των ανταγωνιστών.

Ακολούθως θα αναλύσουμε το εξωτερικό περιβάλλον, το οποίο αφορά τους πιθανούς νέους ανταγωνιστές και τους ήδη υπάρχοντες, τη φορολογία που επιβαρύνει τις επιχειρήσεις, τη συνεργασία μας με τους προμηθευτές και τις πιθανές συνεργασίες που θα προκύψουν από τη νέα επιχείρηση, καθώς και την πιθανή χρηματοδότηση που θα βοηθήσει στον στόχο μας.

Στόχος είναι η προσφορά νέων υπηρεσιών που θα ικανοποιούν το μερίδιο αγοράς που θέλουμε να προσελκύσουμε.

Θα γίνει ανάλυση της αγοράς ως προς την αγοραστική δύναμη της οικογένειας και τις επιθυμίες της, ώστε να ανταποκριθεί η νέα επιχείρηση στις αυξανόμενες προκλήσεις της αγοράς.

Η ανάλυση του επιχειρηματικού μας σχεδίου θα γίνει με βάση τις διαθέσιμες επιλογές, τις ανάγκες των πελατών μας και τους ορισμούς της υπάρχουσας νομοθεσίας.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο είναι οδηγός και απαραίτητη προϋπόθεση για κάθε νέα επιχείρηση, για την αποφυγή περιττών και λανθασμένων βημάτων.

Η εμπειρία από το πρώτο κατάστημα του υπαίθριου παιδότοπου θα μας βοηθήσει στην δημιουργία ενός αναλυτικού επιχειρηματικού σχεδίου για το νέο κατάστημα ίδιου τύπου λαμβάνοντας υπόψη τους ορισμούς (που αναφέρουμε πιο πάνω) ώστε να αποφύγουμε λάθη που θα μας κοστίσουν σε χρόνο και κόστος. Κρίνεται απαραίτητη μια έρευνα αγοράς σε άλλους κλειστούς παιδότοπους η οποία θα μας βοηθήσει στα επόμενα βήματά μας.

Η νέα επιχείρηση είναι επέκταση της πρώτης ως προς την εποχικότητα λειτουργίας τους. Την ευθύνη και τις αποφάσεις τις αναλαμβάνει ένας άνθρωπος γιατί πρόκειται για ατομική επιχείρηση. Το νέο κατάστημα θα προσφέρει τις ίδιες υπηρεσίες (με προοπτική να αυξηθούν) και περισσότερα προϊόντα, ακολουθώντας την ίδια επιχειρηματική φιλοσοφία, με στόχο την αύξηση των πελατών της επιχείρησης. Η επιλογή προσωπικού και η μακροπρόθεσμη στρατηγική επιλέγεται από τον επιχειρηματία με βάση τα κριτήρια που διαθέτει, ώστε να φτάσει στον επιθυμητό στόχο.

Πριν αναφερθούμε στις κύριες δραστηριότητες, βάση της εμπειρίας μας, η επιλογή της ακριβούς τοποθεσίας και οι προδιαγραφές του χώρου εγκατάστασης της επιχείρησης είναι μία από τις σημαντικότερες παραμέτρους αυτού του σχεδίου. Ως σημεία αναφοράς θέτουμε το εξωτερικό περιβάλλον της καινούργιας επιχείρησης, τον ανταγωνισμό που θα προκύψει και τις προϋποθέσεις που θα δημιουργηθούν για την καλύτερη απόδοση της επένδυσης. Το καινούριο κατάστημα θα πρέπει να βρίσκεται εντός πόλεως, να διαθέτει εύκολη πρόσβαση για τον πελάτη και να έχει απόσταση από ανταγωνιστές (στοιχεία που θ' αναλύσουμε).

Η επιχείρηση απευθύνεται σε γονείς με ανήλικα τέκνα έως 10 ετών. Οι υπηρεσίες που προσφέρει στα παιδιά είναι η διασκέδαση μέσω των παιχνιδιών και στους ενήλικες μία ποικιλία προϊόντων (ροφήματα, σνακ, φαγητό) καθώς κι επιπλέον υπηρεσίες για τη ψυχαγωγία τους (μέσω διαδικτύου, τηλεόρασης).

Η ψυχαγωγία της οικογένειας, σ' ένα ασφαλές, καθαρό περιβάλλον και με την ταυτόχρονη επίβλεψη των παιδιών από έμπειρο προσωπικό καθορίζει την αξία αυτής της επένδυσης.

Ένα σημαντικό σημείο της νέας επιχείρησης είναι η επιλογή του προσωπικού, το οποίο πρέπει να διαθέτει την ικανότητα και τον ενθουσιασμό, για να ακολουθήσει το πλάνο της διοίκησης.

Οι δύσκολες οικονομικές συνθήκες που επικρατούν σήμερα (μειωμένη αγοραστική δύναμη των οικογενειών) επιβάλλουν στην επιχείρηση τη στόχευση σε πιο ποιοτικά και οικονομικά προϊόντα, μέσω των προμηθευτών (αγορά προϊόντων και παιχνιδιών σε καλύτερες τιμές).

Όραμα αυτής της ιδέας του νέου καταστήματος είναι η συνέχεια της πρώτης επιχείρησης, με τη δημιουργία ενός χώρου εστίασης για τις οικογένειες, το οποίο θα προσφέρει τις υπηρεσίες μας σε μικρούς και μεγάλους στο μέγιστο βαθμό, με τα καλύτερα προϊόντα και τις πιο ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς.

Σκοπός της επιχείρησης είναι να δίνει αξία στον κάθε πελάτη ξεχωριστά, ώστε να μας επιλέγει για τις υπηρεσίες που προσφέρουμε και να μας διαφημίζει. Στόχος μας η δημιουργία σταθερής πελατειακής βάσης, ώστε με τη διαχρονική υποστήριξη τους, να γίνει επικερδής η επιχείρησή μας.

Μέσω της έρευνας αγοράς θα επιλέξουμε τον προμηθευτή που θα συνεργαστούμε για την αγορά ή την ενοικίαση των παιχνιδιών, την προμήθεια των προϊόντων μας (φαγώσιμα, ροφήματα) και τον τρόπο διαφήμισης της υπηρεσίας μας. Όλα αυτά εξαρτώνται από το αγοραστικό κοινό που απευθύνεται η επιχείρηση.

Ο κλάδος που δραστηριοποιούμαστε διαθέτει ένα μεγάλο φάσμα ανταγωνισμού, επομένως οι πελάτες είναι πιο απαιτητικοί, λόγω των πολλών επιλογών που έχουν. Η εμπειρία μας και η φήμη μας από την ήδη υφιστάμενη επιχείρηση είναι ένα προτέρημα που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε έναντι των ανταγωνιστών. Η αξία που θέλει να δώσει στον πελάτη η νέα επιχείρηση γίνεται μέσα από μια σειρά προϊόντων, τα οποία προσφέρουν σ' αυτόν την μέγιστη ικανοποίηση, κατά την παραμονή του στο κατάστημά μας.

Οι προοπτικές του κλάδου είναι δυσοίωνες, καθώς σύμφωνα με την αρχή στατιστικής της χώρας, λόγω των οικονομικών προβλημάτων, οι γεννήσεις μειώνονται δραματικά, πολλοί νέοι μεταναστεύουν και η δημιουργία οικογένειας γίνεται δύσκολη. Οι προτεραιότητες των οικογενειών αλλάζουν σε βάθος χρόνου.

Η επανεπένδυση που επιδιώκουμε να κάνουμε σε αυτό τον κλάδο οφείλεται στην ποικιλία της ψυχαγωγίας που μπορούμε να προσφέρουμε στις οικογένειες, με όσες δυσκολίες αντιμετωπίζει ο κλάδος, ενώ έχουμε την δυνατότητα ν' ανταπεξέλθουμε και να δημιουργήσουμε έναν χώρο ο οποίος θα ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών μας.

Το επιχειρηματικό σχέδιο δημιουργείται με στόχο η νέα επιχείρηση ν' αποκτήσει τη δυναμική που χρειάζεται για να αποσπάσει ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς.

Η αξιοποίηση της εμπειρίας μας ως υπηρεσία παιδότοπου από το πρώτο κατάστημα θα είναι ένα από τα ανταγωνιστικά μας πλεονεκτήματα, καθώς θα έχουμε προβλέψει και αναλύσει τις κινήσεις μας σε αυτές τις συνθήκες, ενώ οι υφιστάμενες επιχειρήσεις θα είναι πιο δύσκολο να ακολουθήσουν τα καινούργια δεδομένα και τις απαιτήσεις του κλάδου.

Η φερεγγυότητα μας απέναντι στους προμηθευτές, όσο η επιχείρηση αναπτύσσεται, είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους ανταγωνιστές μας.



# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΞΩΦΥΛΛΟ</b> .....	
<b>ΠΡΟΛΟΓΟΣ</b> .....	2
1. Στατιστικά στοιχεία.....	3
2. Χρηματοδότηση.....	4
<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	5
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	7
<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</b> .....	9
<b>ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΑΙΔΟΤΟΠΟ</b> .....	10
1. Ορισμοί	
2. Γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων	
3. Χρηματοοικονομικά στοιχεία	
4. Επιχειρηματικό σχέδιο	
5. Διαφορές παιδότοπου από παιδικού σταθμό	
<b>ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</b> .....	14
· Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της επιχείρησης	
<b>ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ</b> .....	17
<b>ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ</b> .....	19
<b>ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ</b> .....	21
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ</b> .....	24
<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΟΡΟΙ</b> .....	25
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ &amp; ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ</b> .....	27
1. Υποκατάστατα στις υπηρεσίες	
2. Υποκατάστατα σε προϊόντα	
3. Προμηθευτές εξοπλισμού	
4. Προμηθευτές προϊόντων	
5. Πελάτες	
6. Ένταση ανταγωνισμού στον κλάδο	
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ</b> .....	36
<b>ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</b> .....	38
· Προβολή	
<b>ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ</b> .....	41
<b>ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b> .....	42
· Λειτουργικός προϋπολογισμός	
<b>ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ</b> .....	48
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b> .....	50
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	51

# ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΥΠΟΥ ΚΛΕΙΣΤΟΥ ΠΑΙΔΟΤΟΠΟΥ

## Ορισμοί:

Παρακάτω αναφέρονται οι ορισμοί που προβλέπει ο νόμος για το τι είναι παιδότοπος και τις προδιαγραφές που απαιτούνται ώστε να είναι νόμιμος. Η πλήρης τήρησή τους μας βοηθά για την αποφυγή εξαιρετικά δυσμενών προβλημάτων κατά τον έλεγχο του ΕΛΟΤ:

A) Ως παιδότοπος ορίζεται ο οριοθετημένος μη κοινόχρηστος χώρος στον οποίο παρέχεται αποκλειστικά ψυχαγωγία, σε νήπια και παιδιά, μέχρι δέκα ετών, παρουσία συνοδών, υπό την επίβλεψη προσωπικού.

Ο παιδότοπος αποτελείται από παιχνιδοκατασκευές και παιχνίδια που πρέπει να εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του ΕΛΟΤ 1176-1, όπως φουσκωτά, παιχνίδια παραγεμισμένα με αφρώδες υλικό (soft play), παιχνίδια δραστηριοτήτων οικιακής χρήσης (π.χ. μικρές τσουλήθρες, σπιτάκια, τραπεζάκια, καρεκλάκια κλπ.) και άλλα.

Ο παιδότοπος, ως χώρος με ελεγχόμενη πρόσβαση, μπορεί να βρίσκεται :

- i) Εντός κτιρίου (κλειστός)
- ii) Περιφραγμένος, εκτός κτιρίου (υπαίθριος)

B) Ως παιδότοπος νοείται, επίσης, κάθε οριοθετημένος μη κοινόχρηστος χώρος στον οποίο παρέχεται ανάλογη ψυχαγωγία σε παιδιά της αυτής ηλικίας, ο οποίος βρίσκεται σε χώρους όπου αναπτύσσεται διαφορετική δραστηριότητα, όπως καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος, ξενοδοχεία, πλοία, ινστιτούτα αισθητικής, γυμναστήρια κλπ.

3. Στον παιδότοπο εξασφαλίζεται η υγιεινή του χώρου και η ασφαλής παραμονή των παιδιών, σύμφωνα με τις οριζόμενες στην απόφαση αυτή τεχνικές προδιαγραφές.

4. Στο χώρο διαμονής του παιδότοπου επιτρέπεται η διάθεση των ειδών κυλικείου στους συνοδούς και στα παιδιά, εφαρμοζόμενων αναλογικά των διατάξεων της Αιβ/8577/1983 (ΦΕΚ 526 Β'), χωρίς να απαιτείται άδεια λειτουργίας κυλικείου.

5. Εξαιρούνται της παρούσας απόφασης, χώροι όπου αναπτύσσεται ανάλογη ή συναφής δραστηριότητα, η οποία διέπεται από ειδικές διατάξεις, όπως:

- \* Οι παιδικοί σταθμοί και τα σχολεία
- \* Οι χώροι πανηγυριών και τα γήπεδα ή αίθουσες αθλοπαιδιών ή παιδικές κατασκηνώσεις
- \* Οι εγκαταστάσεις αναψυχής (όπως λούνα παρκ, τσίρκο, υδροπάρκα κ.α.)
- \* Οι χώροι δημιουργικής απασχόλησης κτλ

### A. Γενικά στοιχεία πρώτης επιχείρησης

**ΕΠΩΝΥΜΙΑ:** ΛΑΖΑΝΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ:** ΚΛΑΔΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΑΙΔΟΤΟΠΟΥ

**ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:** ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

**ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:** ΠΑΡΑΜΥΘΟΚΟΣΜΟΣ

**ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ:** 2007

### B. Γενικά στοιχεία νέας επιχείρησης (υποκατάστημα)

**ΕΠΩΝΥΜΙΑ:** ΛΑΖΑΝΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

**ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ:** ΚΛΑΔΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΑΙΔΟΤΟΠΟΥ

**ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ:** ΑΤΟΜΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ(ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ)

**ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:** ΠΑΡΑΜΥΘΟΚΟΣΜΟΣ

**ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ:** 2017

### **ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:**

#### **A) ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ:**

Αποκομιδή κερδών από το πρώτο κατάστημα

#### **B) ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΣΜΟ:**

Με εγγύηση την κερδοφορία της επιχείρησης.

Το μεγαλύτερο ποσοστό της χρηματοδότησης γίνεται με ίδια κεφάλαια που έχει καρπωθεί η πρώτη επιτυχημένη επιχείρηση και γίνεται επανεπένδυση αυτών των χρημάτων στη νέα. Επίσης θα χρειαστεί ένας ενδεχόμενος μικρός δανεισμός από την τράπεζα που συνεργαζόμαστε για τα τρέχοντα έξοδα.

Η τράπεζα που συνεργαζόμαστε είναι η ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ:

ΕΠΕΝΔΥΤΗΣ	ΠΟΣΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Δανεισμός	10000€	16,7%
Ιδία κεφάλαια	50000€	83,3%
Επιδότηση	0	0%
ΣΥΝΟΛΟ	60000€	100%

### Επιχειρηματικό σχέδιο:

Το παρόν επιχειρησιακό σχέδιο αφορά τη δημιουργία ενός κλειστού τύπου καταστήματος με αντικείμενο τις υπηρεσίες του παιδότοπου (ασφαλή παιχνίδια για παιδιά έως 10 ετών) και τις υπηρεσίες στους ενήλικες με ροφήματα, φαγώσιμα και υπηρεσίες ψυχαγωγίας.

Το κατάστημα περιέχει στις υπηρεσίες του και τις εκδηλώσεις γενεθλίων ή βαπτίσεων με το ανάλογο κόστος (ανάλυση στην τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης).

Η καινούργια επιχείρηση είναι ατομική και ανήκει στον κ. Λαζανά Δημήτρη, ενώ συγχρόνως είναι και συμπληρωματική της πρώτης επιχείρησης που ανήκει στον ίδιο.

Το ωράριο κατά την χειμερινή περίοδο είναι από Δευτέρα έως Παρασκευή 10:00-14:00 πρωινά και 17:00-22:00 απογεύματα ενώ τα Σαββατοκύριακα και τις αργίες 10:00-22:00 (συνεχόμενο ωράριο).

Η τοποθεσία για τη δημιουργία ενός νέου καταστήματος (οποιοδήποτε αντικειμένου) προϋποθέτει κάποια κριτήρια, από τα οποία θα εξαρτηθεί σε μεγάλο βαθμό η πορεία της επιχείρησης.

Στο επιχειρησιακό σχέδιο αναφερόμαστε στην τοποθεσία που επιλέξαμε για τη δημιουργία της νέας επιχείρησης, η οποία είναι στη διασταύρωση των οδών Οδυσσέα Ελύτη και Μεγάλου Αλεξάνδρου και θα αναφέρουμε λεπτομερώς για ποιο λόγο έγινε αυτή η επιλογή.

Θα επεξεργαστούμε τις λεπτομέρειες στο εσωτερικό και στο εξωτερικό περιβάλλον, τον τρόπο που πιστεύουμε ότι θα καταστεί βιώσιμη και κερδοφόρα η επιχείρηση, τα πλεονεκτήματα που διαθέτουμε ώστε να αποκτήσουμε προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστών, και το πώς θα ελαττώσουμε τα μειονεκτήματα μας, θα παρουσιάσουμε ποιοι είμαστε στους πελάτες μας και θα είμαστε ανταγωνιστικοί στον κλάδο μας.

Η επίσκεψη και η μελέτη στους υπάρχοντες ανταγωνιστές θα μας βοηθήσει να αποκτήσουμε την απαραίτητη γνώση να γίνουμε ανταγωνιστικοί με βάση τις προσφορές, την τοποθεσία και τη λειτουργία του καταστήματος.

Ο προϋπολογισμός της νέας επιχείρησης είναι στα 60.000€ από τα οποία το μεγαλύτερο μέρος 50.000€(83,3%) θα καλυφθεί από ίδια κεφάλαια και ένα μικρό ποσοστό από τραπεζικό δανεισμό 10.000€(16,7%). Κάτι τέτοιο μπορεί να καταστεί εφικτό, διότι με βάση το επιχειρηματικό σχέδιο επαρκούν τα ίδια κεφάλαια για να καλύψουν βασικές ανάγκες εξόδων του προϋπολογισμού. Ταυτόχρονα, η μακροχρόνια συνεργασία με την τράπεζα (λόγω της κερδοφόρας πρώτης επιχείρησης) μας δίνει τη κεφάλαιο να καλύψει το υπόλοιπο ποσοστό της επένδυσης, με τις απαραίτητες εγγυήσεις.

Η επιχείρηση συνεργάζεται με την ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΛΛΑΔΟΣ από την οποία έχει δανειστεί και παλαιότερα, ενώ πραγματοποιεί και όλες τις συναλλαγές της. Η συνεργασία επιλέχθηκε γιατί σε σύγκριση με άλλες τράπεζες μας προσφέρει το χαμηλότερο επιτόκιο σε επιχειρηματικά δάνεια και μεγάλο χρονικό διάστημα αποπληρωμής του δανείου. Θα δανειστούμε από την Εθνική τράπεζα 10.000€ με επιτόκιο 3,6% και οι τόκοι ανέρχονται στα 863€. Η μηνιαία δόση του δανείου ανέρχεται σε 200€ το μήνα, για τα επόμενα 4,5 έτη.

Σκοπός της νέας επιχείρησης είναι η δημιουργία μίας πλήρους πρότασης και εναλλακτικής λύσης (από υπηρεσίες και τιμές) προς τις οικογένειες κατά την διάρκεια του έτους για την ψυχαγωγία των παιδιών τους και για τις εκδηλώσεις τους. Στόχος των δύο επιχειρήσεων είναι η διεύρυνση της πελατειακής βάσης κατά την διάρκεια όλου του έτους, η καλύτερη προσφορά και εξυπηρέτηση των πελατών μέσω των υπηρεσιών μας, με απώτερο σκοπό τη βιωσιμότητα και την κερδοφορία.

Η πολιτική τιμολόγησης που θα εφαρμόζεται σε όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας εστιάζεται στο όφελος και την ικανοποίηση των πελατών μας, καθώς θα υπάρχουν πολλές προσφορές και επιβραβεύσεις σε πιστούς πελάτες, ώστε να είμαστε ανταγωνιστικοί έναντι των επιχειρήσεων του κλάδου μας, των νέων που θα επιδιώξουν να εισέλθουν στον κλάδο, όσο και των αθέμιτων ανταγωνιστών στην αγορά.

Ένα σημαντικό στοιχείο για κάθε επιχείρηση είναι η επιλογή του προσωπικού, η οποία θα πρέπει να γίνεται με γνώμονα την αγάπη και το ζήλο για προσφορά προς τις οικογένειες, διότι το προσωπικό θα έχει άμεση επαφή με τους πελάτες, καθώς και διάθεση για συνεργασία προκειμένου να εφαρμοστεί το επιχειρηματικό πλάνο της επιχείρησης.

Η προβολή των καταστημάτων θα γίνεται μέσα από τα τοπικά μέσα ενημέρωσης (εφημερίδες, επαγγελματικός οδηγός), τη σελίδα μας στο διαδίκτυο <[www.paramithokosmos.gr](http://www.paramithokosmos.gr)>, από την οποία οι γονείς θα ενημερώνονται για τις προσφορές που γίνονται (θα μπορούν να σχολιάζουν θέματα που αφορούν την επιχείρηση ή να επικοινωνούν για οποιαδήποτε πληροφορία). Άλλοι τρόποι προβολής είναι η σελίδα μας στο facebook, η διανομή φυλλαδίων σε σχολεία και παιδικούς σταθμούς, καθώς και η προβολή μέσω ραδιοφώνου σε τοπικούς σταθμούς. Για το κόστος κάθε μέσου προβολής θ' αναφερθούμε παρακάτω.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση για κάθε επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένας χρήσιμος οδηγός για κάθε νέα επιχείρηση ώστε να επιτευχθούν οι οικονομικοί στόχοι της, να μπορεί να ελέγχει τον πιθανό εκτροχιασμό των εσόδων-εξόδων και να προλαμβάνει μέτρα αντιμετώπισής τους. Η χρηματοοικονομική ανάλυση αυτή αφορά τα πάγια έξοδα, τα τρέχοντα έξοδα και τα πιθανά έσοδα της επιχείρησης τα οποία προσδοκά να πετύχει. Τα στοιχεία θα παρατεθούν παρακάτω, σε πίνακες.

### **Διαφορές παιδικού σταθμού από παιδότοπο:**

Οι διαφορές στις δύο αυτές επιχειρήσεις είναι :

- α) Στον παιδότοπο η ευθύνη ανήκει στους γονείς ενώ στον παιδικό σταθμό ευθύνεται η ίδια η επιχείρηση βάση νόμου.
- β) Ο παιδικός σταθμός χρειάζεται εξειδικευμένο προσωπικό (νηπιαγωγούς με πτυχία) ενώ ο παιδότοπος όχι.

Γενικά αυτές είναι οι δύο πιο βασικές δια νόμου διαφορές, αλλά επειδή υπάρχει ασάφεια και κενό στον νόμο, οι παιδότοποι κάνουν δουλειές που αφορούν τους παιδικούς σταθμούς. Αυτή η επισήμανση γίνεται γιατί κάποιοι παιδότοποι προσφέρουν και την υπηρεσία ως φύλαξη.

## ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Με βάση το επιχειρηματικό σχέδιο, ένα σημαντικό θέμα είναι η τοποθεσία στην οποία θα εδρεύει η νέα επιχείρηση, διότι θα πρέπει να διαθέτει τους ανάλογους χώρους ώστε να καλύπτει τις ανάγκες όλων των πελατών (π.χ. WC για ΑΜΕΑ).

Όσον αφορά το εξωτερικό περιβάλλον πρέπει η επιχείρησή μας να απέχει από άλλους ανταγωνιστές, να βρίσκεται σε κατοικημένη περιοχή, να εξυπηρετεί τους πελάτες ως προς την πρόσβασή τους στο κατάστημα, να διαθέτει θέσεις παρκαρίσματος, να εξυπηρετούν οι συγκοινωνίες, να είναι ασφαλές για τα παιδιά και να φωτίζεται ο χώρος επαρκώς.

Ο εσωτερικός χώρος πρέπει να διαθέτει επαρκή σημεία κάλυψης των αναγκών μας, όπως ο χώρος για την εγκατάσταση της παιχνιδοκατασκευής. Παράλληλα, ο χώρος εργασίας πρέπει να είναι άνετος και να διαθέτει έναν αποθηκευτικό χώρο εμπορευμάτων. Επίσης, πρέπει να διαθέτει χώρους για τις εκδηλώσεις, καθώς και για τους επισκέπτες εντός και εκτός του καταστήματος. Για τη δημιουργία ενός παιδότοπου πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη σχεδίαση του χώρου, σύμφωνα με τον προορισμό και τη χρήση του. Συγκεκριμένα θα πληρεί τις παρακάτω προδιαγραφές:

1. Ο κλειστός παιδότοπος οφείλει να διαθέτει διακριτό χώρο με τις παιχνιδοκατασκευές και τα παιχνίδια για την ψυχαγωγία των παιδιών και διακριτό χώρο αναμονής των συνοδών.

Ειδικότερα στον κλειστό παιδότοπο, ο χώρος ψυχαγωγίας δεν επιτρέπεται να βρίσκεται σε υπόγειο χώρο.

Ο φωτισμός όλων των χώρων του κλειστού παιδότοπου πρέπει να είναι επαρκής και να γίνεται από τα παράθυρα και τις υαλόθυρες του χώρου, το συνολικό εμβαδόν των οποίων δεν πρέπει να είναι μικρότερο του 1/9 του εμβαδού του αντίστοιχου δαπέδου.

Στην περίπτωση κατά την οποία χρησιμοποιείται τεχνητός φωτισμός πρέπει:

\* Η ένταση του φωτισμού στο χώρο της ψυχαγωγίας να είναι κατ' ελάχιστον 250 λουξ (LUX),

\* Οι φωτιστικές πηγές και τα σημεία ρευματοδότησης, να φέρουν καλύμματα και

\* Να προβλέπεται η διάταξη του ηλεκτρονόμου διαφυγής (ρελαί).

Το εμβαδόν θα πρέπει να είναι ανάλογο με τον αριθμό των παιδιών (τουλάχιστον 2 τ.μ. ανά παιδί) και το είδος των παιχνιδιών.

2. Οι παιδότοποι πρέπει να διαθέτουν τους απαραίτητους χώρους σαφώς οριοθετημένους ανάλογα με τις προδιαγραφές των παιχνιδοκατασκευών και την ηλικιακή κατανομή των παιδιών σε αυτές. Οι επιβλέποντες οφείλουν να διασφαλίζουν τη σωστή κατανομή των παιδιών στους ανωτέρω χώρους.

3. Για το σχεδιασμό της εγκατάστασης και χρήσης των εξοπλισμών πρέπει να λαμβάνεται ιδίως υπόψη:

α) Ο καλυπτόμενος από τον εξοπλισμό χώρος και η απαιτούμενη ελεύθερη επιφάνεια πτώσης.

β) Ο απαιτούμενος, ελεύθερος από εμπόδια, χώρος ούτως ώστε να αποφεύγονται οι προσκρούσεις των παιδιών επί των εξοπλισμών.

γ) Ο απαιτούμενος χώρος μεταξύ των εξοπλισμών.

δ) Ο κάθε εξοπλισμός πρέπει να είναι ευδιάκριτα ορι-οθετημένος.

Στο χώρο του παιδότοπου πρέπει να παρέχεται ασφαλής πρόσβαση και παραμονή των παιδιών, να δίδεται

ιδιαιτέρη προσοχή στο είδος και ύψος των κιγκλιδωμάτων (όπου υπάρχουν), σε ανοίγματα των παραθύρων, στις τζαμαρίες του χώρου ψυχαγωγίας (τα τζάμια θα πρέπει να είναι ασφαλείας ή

οπλισμένα ή επενδεδυμένα με ειδική μεμβράνη), στα κλιμακοστάσια και στην ηλεκτρική εγκατάσταση (θέση και είδος ρευματοδοτών και φωτιστικών, ηλεκτρικός πίνακας ασφαλείας κλπ.). Ο χώρος που καταλαμβάνει ο παιδότοπος καθώς και όλος ο εξοπλισμός πρέπει να τηρείται καθαρός με τη χρήση κατάλληλων υλικών και μεθόδων καθαρισμού.

Οι χώροι υγιεινής οφείλουν να πληρούν τις διατάξεις του άρθρου 25, παρ. 3 της Αιβ 8577/1983 Υγειονομικής Διάταξης, όπως κάθε φορά ισχύει. Επιπλέον, πρέπει να υπάρχει μια τουαλέτα και δύο νιπτήρες ανά είκοσι πέντε παιδιά, αποκλειστικής χρήσης από αυτά. Στον κλειστό παιδότοπο απαγορεύεται το κάπνισμα.

Η έρευνα αγοράς που διενεργήσαμε για την επιλογή του νέου κτιρίου (αναλύοντας όλες αυτές τις ιδιαιτερότητες τις οποίες αναζητάμε για την νέα επένδυση) μας οδήγησε να καταλήξουμε στην περιοχή των Ζαρουχλείων, στην οδό Οδυσσέα Ελύτη και Μεγάλου Αλεξάνδρου, όπου καλύπτονται οι πιο πάνω προϋποθέσεις. Μετά από επικοινωνία με τον ιδιοκτήτη του κτιρίου, καταλήξαμε στο αντίτιμο των 500 ευρώ κάθε μήνα για το ενοίκιο, κάτι που προβλεπόταν στον αρχικό μας προϋπολογισμό. Το κτίριο βρίσκεται σε κεντρικό δρόμο της περιοχής, κοντά σε γήπεδο, σε σχολεία και σε πυκνοκατοικημένη περιοχή. Παράλληλα είναι εύκολα προσβάσιμο για τους πελάτες, ενώ διαθέτει και άνετο Parking.

Το εσωτερικό του καταστήματος διαθέτει τους χώρους που χρειαζόμαστε για να καλύψουμε τις ανάγκες μας και επίσης διαθέτει και εξωτερικό χώρο για τους καπνιστές.

Ο χώρος εξωτερικά είναι κλειστός, με νάιλον και τέντες, ώστε οι πελάτες να προστατεύονται από το κρύο και τις βροχές το χειμώνα, καθώς ο χώρος διαθέτει θέρμανση, ενώ το κόστος διαμόρφωσής του ανέρχεται στις 2.000€ Η διαμόρφωση που χρειάζεται το κτίριο αφορά κάποιες επιπρόσθετες ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις, για το νέο εξοπλισμό του καταστήματος. Η διακόσμηση του εσωτερικού χώρου θα γίνει με την επιλογή πολλών χρωμάτων.

Η απόσταση που έχει από τους ανταγωνιστές είναι αρκετά μεγάλη, καθώς ο πλησιέστερος βρίσκεται επί της οδού Κορίνθου και ο αμέσως επόμενος επί της οδού Πατρών Κλάους, περίπου 3 με 5 χιλιόμετρα μακριά.

Η νέα επιχείρηση βρίσκεται σε σχετικά κοντινή απόσταση από την πρώτη, καθώς η πρώτη βρίσκεται στα Βραχναϊκά, ενώ η δεύτερη στα Ζαρουχλεία, οπότε προσφέρεται κάθε συνεργασία μεταξύ τους, σε όλα τα επίπεδα, π.χ. της διαφήμισης, γιατί απευθύνονται σε μεγάλο βαθμό στο ίδιο γεωγραφικά κοινό. Άλλο ένα σημαντικό στοιχείο είναι ότι ο προμηθευτής μας βρίσκεται σε κοντινό σημείο από τη νέα επιχείρηση και εξυπηρετεί την άμεση τροφοδοσία των προϊόντων μας. Στην περιοχή λείπει μια τέτοιους είδους επιχείρηση, επομένως υπάρχει μεγάλη αισιοδοξία για την επένδυση και την βιωσιμότητά της.

## **Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της επιχείρησης:**

Το πλεονέκτημα της νέας επιχείρησης είναι η εμπειρία που διαθέτει στον κλάδο, η φήμη ότι είναι συμπληρωματική της πρώτης, η γνώση για την εύρεση ανθρώπινου δυναμικού με εμπειρία (σημαντικό κομμάτι για κάθε επιχείρηση) και η δυνατότητα να δανειστεί με ευνοϊκότερους όρους και προϋποθέσεις από την τράπεζα (γίνεται αναφορά πιο πάνω).

Οι πελάτες μένουν ικανοποιημένοι ως προς το χώρο και την εποχή που ενδιαφέρονται να μας επισκεφθούν, κάτι που τους καθιστά μόνιμους πελάτες. Μειονέκτημα είναι ότι εμφανίζονται συνεχώς ίδιου τύπου επιχειρήσεις, οι οποίες με ευκολία τοποθετούν κάποια παιχνίδια, ενδεχομένως και χωρίς την σχετική άδεια λειτουργίας, στην προσπάθειά τους να γίνουν ανταγωνιστικοί στην προσέλκυση πελατών.

Η επιχείρησή μας για ν' αντιμετωπίσει αυτό το φαινόμενο και να διατηρήσει την πελατεία της διενεργεί προσφορές ως επιβράβευση για την εμπιστοσύνη που μας δείχνουν. Επίσης, μειονέκτημα είναι το εξωτερικό περιβάλλον που επικρατεί, δηλαδή η μικρότερη αγοραστική δύναμη της κάθε οικογένειας, καθώς και η επιβάρυνση της φορολογίας που ισχύει για όλες τις επιχειρήσεις.

Μας αφορά επίσης η εμφάνιση επιχειρήσεων τύπου δημιουργικής απασχόλησης, που στοχεύουν στο ίδιο κοινό μ' εμάς και οι υπηρεσίες τους είναι ανάλογες μ' εκείνες των παιδικών σταθμών. Αυτό που μπορούμε να κάνουμε είναι να δημιουργήσουμε συνεργασίες και να κάνουμε κάποιες εκδηλώσεις π.χ. ζωγραφική.



## ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

### Υπηρεσίες:

Η πρώτη μας επιχείρηση έχει ως στόχο να εστιάζει στον κάθε πελάτη ξεχωριστά, ώστε να καλύπτει τις ανάγκες του, να κερδίσει την εμπιστοσύνη του και «ν' ακούει» την άποψή του στο τι τον ικανοποιεί και τι περιμένει από την επιχείρησή μας.

Με βάση την ίδια φιλοσοφία από το πρώτο κατάστημα οφείλουμε να ικανοποιούμε τους πελάτες μας, με τις ίδιες υπηρεσίες και προϊόντα, στο νέο μας κατάστημα.

Επιπρόσθετα, αυτή η σχέση εμπιστοσύνης επιχείρησης-πελάτη μας δίνει το πλεονέκτημα να ακούσουμε τις προτάσεις τους και τις επιθυμίες τους στη διαμόρφωση του νέου καταστήματος.

Οι υπηρεσίες που προσφέρουμε στις οικογένειες είναι η εξυπηρέτηση του πελάτη-γονέα και η διασκέδαση του μικρών παιδιών. Είναι δύο εξίσου σημαντικά κομμάτια για την επιχείρηση, με γνώμονα την προσοχή της επιχείρησης προς τον πελάτη. Η γρήγορη και ευχάριστη εξυπηρέτηση είναι σημαντικό σημείο για τον πελάτη, όσο και το προϊόν που του προσφέρουμε. Επιδίωξη μας είναι να αισθάνεται ότι η δαπάνη των χρημάτων του στην υπηρεσία μας ανταποκρίνεται στις επιθυμίες του. Οι πελάτες στηρίζουν τον κλάδο αυτό γιατί τους προσφέρει την ασφάλεια, την καθαριότητα και την ενασχόληση των παιδιών τους.

Οι υπηρεσίες μας ως προς το παιδί είναι η διασκέδαση στα παιχνίδια, με την επίβλεψη από έμπειρο προσωπικό, σ' ένα ευχάριστο, ασφαλές και καθαρό περιβάλλον, με επιπλέον παροχή χυμό ή τοστ. Η ικανοποίηση των μικρών μας φίλων από το σύνολο των παιχνιδιών και τη διασκέδαση που προσφέρουμε σε αυτά στο υφιστάμενο κατάστημα, θα βοηθήσουν να δημιουργήσουμε κάτι ανάλογο στη νέα επιχείρηση. Η παιχνιδοκατασκευή διαθέτει αρκετές δραστηριότητες, με τις οποίες απασχολείται το παιδί όπως τσουλήθρα, πολύχρωμα μπαλάκια, στόχοι, σάκοι κτλ.. Επιπλέον διαθέτει παιχνίδια όπως φουσκωτά, τραμπολίνο, επιτραπέζια, καθώς και κρυμμένο θησαυρό. Βάσει της εμπειρίας μας, η ικανοποίηση των μικρών φίλων είναι και η ικανοποίηση των γονέων.



## Προϊόντα:

Τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρηση είναι επώνυμα και εγνωσμένης αξίας, για να τα εμπιστευόμαστε οι πελάτες μας. Προέρχονται από επώνυμες εταιρίες όπως LAVAZZA στο καφέ, ΛΟΥΞ , COCA-COLA στα αναψυκτικά, ΗΒΗ χυμούς, LIPTON σε τσάι.

Επίσης διαθέτουμε σνακ όπως τοστ και club sandwich και για φαγητό ποικιλίες ορεκτικών με φρέσκα προϊόντα και υγιεινά καθώς και κάποια γλυκίσματα (είτε συνοδευτικά με τον καφέ, είτε προς αγορά).

Επιπλέον, στο νέο κατάστημα, λόγω εποχικότητάς ή επιθυμίας των πελατών, οι ποικιλίες προϊόντων θα αυξηθούν προς ικανοποίηση των πελατών.

ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	
ΚΑΦΕΔΕΣ	ΡΟΦΗΜΑΤΑ
<ul style="list-style-type: none"><li>§ Ελληνικός καφές μονός</li><li>§ Ελληνικός καφές διπλός</li><li>§ Γαλλικός καφές</li><li>§ Νες καφέ</li><li>§ Φραπές καφές</li><li>§ Λάτε καφές</li><li>§ Εσπρέσο καφές</li><li>§ Εσπρέσο Ντεκαφεϊνέ καφές</li><li>§ Καπουτσίνο λάτε καφές</li><li>§ Εσπρέσο αμερικάνο καφές</li><li>§ Φρέντο εσπρέσο καφές</li><li>§ Φρέντο εσπρέσο Ντεκαφεϊνέ καφές</li><li>§ Φρέντο καπουτσίνο καφές</li><li>§ Φρέντο καπουτσίνο Ντεκαφεϊνέ καφές</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>§ Σοκολάτα ζεστή</li><li>§ Σοκολάτα λευκή</li><li>§ Σοκολάτα κρύα</li><li>§ Τσάι ζεστό</li><li>§ Τσάι παγωμένο</li></ul>
	ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ
	<ul style="list-style-type: none"><li>§ Λουξ πορτοκαλάδα</li><li>§ Λουξ λεμονάδα</li><li>§ Λουξ βυσσινάδα</li><li>§ Σόδα</li><li>§ Ανθρακούχο νερό</li><li>§ Sprite</li><li>§ Coca cola</li><li>§ Χυμοί</li></ul>
	ΦΑΓΗΤΑ
	<ul style="list-style-type: none"><li>§ Τοστ</li><li>§ Μεζές</li><li>§ Ποικιλία</li></ul>

Το νέο κατάστημα θα προσφέρει και νέες υπηρεσίες στους γονείς για την ψυχαγωγία τους όπως είναι τα περιοδικά, ενδιαφέροντα προγράμματα στην τηλεόραση (αθλητικά), σταυρόλεξα, ηλεκτρονικά παιχνίδια και δωρεάν wi-fi.



Άλλη μια νέα υπηρεσία θα είναι και η προσφορά κάποιου ροφήματος σε πλαστικό ποτήρι, ώστε να αγοράζουν το προϊόν μας γρήγορα και σε καλύτερη τιμή.

Η επιχείρηση λειτουργεί προσπαθώντας να εντοπίσει και να κατανοήσει τις ανάγκες των πελατών της και να παράγει λύσεις που θα δίνουν ικανοποίηση στους πελάτες και κερδοφορία στην επιχείρηση.

Αυτό επιτυγχάνεται μέσω από ερωτηματολόγια τα οποία κατά καιρούς συμπληρώνουν οι πελάτες, που αφορούν την αξιολόγηση των υπηρεσιών μας και δηλώνουν τί θα τους ικανοποιούσε, καθώς κι από την προσωπική επαφή μαζί τους.

## **ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ**

Οι επιχειρήσεις κοστολογούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους ώστε να δημιουργήσουν την τιμολογιακή πολιτική που θ' ακολουθήσουν, και τις προσφορές-κίνητρα που θα κάνουν για να προσελκύσουν πελάτες. Επειδή υπάρχει περιορισμένη αγοραστική δύναμη και μεγάλος ανταγωνισμός, η κάθε επιχείρηση προσπαθεί να δίνει κίνητρα στον πελάτη με ελκυστικές τιμές.

Οι επιχειρήσεις μας προσφέρουν τα προϊόντα μας και τις υπηρεσίες μας σε ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς και αυτό οφείλεται στην γενική οικονομική πολιτική που ακολουθούμε και στις σχέσεις εμπιστοσύνης που έχουμε δημιουργήσει με πελάτες και προμηθευτές.

Η δημιουργία μίας σταθερής πελατειακής βάσης οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις τιμές που τιμολογεί η επιχείρηση τις υπηρεσίες της και την έχει καταστήσει κερδοφόρα και βιώσιμη.

Η επικοινωνία που έχουμε αναπτύξει με τους πελάτες μας αποφέρει καινούργιες ιδέες, οι οποίες μετουσιώνονται σε εκδηλώσεις και προσφορές που θα τους ικανοποιήσουν. Παραθέτουμε τον τιμοκατάλογο των προϊόντων μας:

### Τιμοκατάλογος παιδότοπου-καφέ:

Σοκολάτα (ζεστή και κρύα)	3 €
Λευκή σοκολάτα	3€
Ελληνικός καφές μονός	1,3€
Ελληνικός καφές διπλός	1,8€
Γαλλικός καφές	3€
Νες καφέ	2,2€
Φραπές καφές	2,2€
Λάτε καφές	3€
Εσπρέσο καφές	2€
Διπλό Εσπρέσο καφές	3€
Εσπρέσο Ντεκαφεϊνέ καφές	2€
Εσπρέσο μακιάτο καφές	2€
Διπλό Εσπρέσο καφές	3€
Καπουτσίνο λάτε καφέ	3€
Φρέντο εσπρέσο καφές	2,5€
Φρέντο εσπρέσο Ντεκαφεϊνέ καφές	2,5€
Φρέντο καπουτσίνο καφές	3€
Φρέντο καπουτσίνο Ντεκαφεϊνέ καφές	3€
Αναψυκτικά (πορτοκαλάδα LOUX , λεμον LOUX, Coca Cola)	2,5€
Χυμός ΗΒΗ (πορτοκάλι, ποτίον, ροδάκινο, μήλο, καρότο – πορτοκάλι, βύσσινο, μπανάνα)	2,5€
Τσάι πράσινο	2€
Τσάι βουνού	2€
Νερό βίκος 1,5l	1€
Μπαγκέτα (γαλοπούλα, ντομάτα, τυρί)	2€
Club sandwich	4€
Ποικιλία 4 ατόμων ανάμεικτη	25€

**\*χρέωση παιδιού 5 ευρώ με χυμό ή τοστ.**

## ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Οι επιχειρήσεις μας είναι ατομικές που σημαίνει τις αποφάσεις και τις ευθύνες τις λαμβάνει ένα άτομο, όσον αφορά τα οικονομικά θέματα και τη διαχείριση του προσωπικού, κάτι που απαιτεί αφοσίωση, γνώση και θέληση. Το ανθρώπινο προσωπικό είναι από τους πιο σημαντικούς πόρους της επιχείρησης. Παίζει σημαντικό ρόλο στη λειτουργία και την πορεία μιας επιχείρησης και επιβάλλεται να γίνει η καλύτερη επιλογή στελέχωσής του.

Οι επιλογές του προσωπικού που γίνονται για τη στελέχωση των καταστημάτων μας πρέπει να διαθέτουν κάποιες συγκεκριμένες προδιαγραφές, στις οποίες θα αναφερθούμε, αλλά υπάρχει το αρνητικό ότι σχετικά συχνά γίνεται αλλαγή του προσωπικού. Το προσωπικό στελεχώνεται από τα άτομα που επιβλέπουν τον χώρο του παιδότοπου, τα άτομα που ασχολούνται με το σέρβις των πελατών και τα άτομα που ασχολούνται με την παρασκευή του καφέ και των φαγητών.

Το σύνολο των εργαζομένων είναι τέσσερις (4) ώστε να καλύπτουν τις ανάγκες της επιχείρησης, ενώ το ωράριο διαμορφώνεται ανάλογα με το πόστο του καθενός, πάντως θ' απασχολείται όλο το προσωπικό κατ' ελάχιστον 4 ώρες την ημέρα. Επίσης ο καθαρός μισθός είναι 3 ευρώ την ώρα, για κάθε άτομο, όπως ορίζεται από την αγορά. Επιπλέον, η επιχείρηση επιβαρύνεται με την ασφάλεια των εργαζομένων στο ΙΚΑ, που το κόστος είναι 200€μηνιαίως.

Την περίοδο του καλοκαιριού (Ιούνιο-Αύγουστο) η κίνηση και η ζήτηση δεν είναι τόσο έντονη όσο την χειμερινή περίοδο και ως εκ τούτου το προσωπικό μειώνεται κατά 1 ή 2 άτομα. Τα άτομα που θα εργάζονται στον χώρο του παιδότοπου θα είναι δύο (2) και θα πρέπει να διαθέτουν ευγένεια απέναντι στους γονείς, ενδιαφέρον και αγάπη για τη δουλειά τους, καθώς θα επιβλέπουν και θ' ασχολούνται με τα παιδιά. Κυρίως σε αυτό το κομμάτι του προσωπικού ενδιαφέρονται να εργαστούν νεαρές κοπέλες που σπουδάζουν παιδαγωγικά, ως εξάσκηση (αλλά όχι απαραίτητα μόνο αυτές) και συνήθως είναι το τμήμα όπου γίνονται συχνά οι αλλαγές προσωπικού. Οι εργαζόμενοι στο χώρο της παρασκευής του καφέ ή του φαγητού (1 άτομο) έχουν ως κύριο μέλημα τη γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών. Οι εργαζόμενοι στο σέρβις (1 άτομο) θα πρέπει να είναι ευγενικοί, ευχάριστοι στους πελάτες και συνεργάσιμοι με το υπόλοιπο προσωπικό.

Ο ιδιοκτήτης συντονίζει το προσωπικό για να δίνει άμεσες λύσεις σε απρόοπτα θέματα, που δημιουργούνται κατά την διάρκεια της εργασίας π.χ. σε ατύχημα κάποιου παιδιού, φροντίζει να μην υπάρξει πανικός και δείχνει έμπρακτα το ενδιαφέρον της επιχείρησης ώστε να τηρούνται οι κανόνες από όλους. Η εμπειρία μας, από τα προηγούμενα έτη στην πρώτη μας επιχείρηση, μας δίνει τη δυνατότητα για την καλύτερη επιλογή του προσωπικού, που θα στελεχώσει το νέο κατάστημα. Το προσωπικό που απασχολείται στις επιχειρήσεις μας πρέπει να είναι ευχαριστημένο από οικονομικής πλευράς και να πληρώνεται στον προβλεπόμενο και καθορισμένο χρόνο. Παράλληλα, η συμπεριφορά της επιχείρησης προς τους εργαζόμενους θέλουμε να είναι φιλική, συνεργατική και όχι επιβλητική (κάτι που επιφέρει τ' αντίθετα αποτελέσματα), καθώς και να προσφέρονται προϊόντα της επιχείρησης προς αυτούς. Οι δύσκολες αποφάσεις αναλαμβάνονται από τον ιδιοκτήτη και οφείλει να καλύπτει τους εργαζομένους του σε περιπτώσεις λαθών π.χ. λάθος παραγγελία.

Οι συνεχείς αλλαγές προσωπικού καθιστούν σε μεγάλο ποσοστό δύσκολο το έργο του να οργανώνεται σωστά η ομάδα και να λειτουργεί ως ενιαίο σύνολο.

Το προσωπικό πρέπει να διαθέτει κάποια στοιχεία που απαιτεί η επιχείρηση, επομένως απαιτούνται δοκιμές ατόμων μέχρι την τελική επιλογή. Ενδεχόμενη προϋπηρεσία και εμπειρία με το αντικείμενο προσμετρείται θετικά.

Οι μισθοί είναι αυτοί που προβλέπονται από το νόμο, εκτός κι αν διαμορφώνονται μετά από συζητήσεις ανάμεσα στον εργοδότη και τους εργαζόμενους. Τα άτομα δεν είναι μόνιμα σε εργασίες αυτού του κλάδου, είτε γιατί το κάνουν προσωρινά έχοντας άλλες προτεραιότητες, είτε γιατί έχουν άλλους επαγγελματικούς στόχους π.χ. σπουδές.

Επίσης, ο υπεύθυνος του καταστήματος έχει και τις εξής υποχρεώσεις κατά τη λειτουργία του καταστήματος:

1. Ο υπεύθυνος λειτουργίας παιδότοπου υποχρεούται να τηρεί φάκελο κατασκευαστή, διαθέσιμο προς επιθεώρηση από τον αναγνωρισμένο φορέα ελέγχου, ανά πάσα στιγμή, με τις τεχνικές προδιαγραφές όλων των εξοπλισμών.

Ειδικότερα, ο φάκελος πρέπει να περιέχει τα ακόλουθα:

α) Λεπτομερή περιγραφή του εξοπλισμού και της επιφάνειας πτώσης.

β) Τη βεβαίωση ελέγχου ή/και το πιστοποιητικό συμμόρφωσης του άρθρου 4 της παρούσας.

γ) Επωνυμία και διεύθυνση του κατασκευαστή ή εισαγωγέα και χώρα κατασκευής.

δ) Εγχειρίδιο οδηγιών που να περιέχει για όλους τους εξοπλισμούς-δραστηριότητες και τις επιφάνειες πτώσης λεπτομερείς περιγραφές και απεικονίσεις που αφορούν την τοποθέτηση, συναρμολόγηση και συντήρησή τους.

2. Ο υπεύθυνος του παιδότοπου οφείλει να διασφαλίζει ότι σε κάθε παιδότοπο θα απασχολείται απαραίτητα τουλάχιστον ένα άτομο, ανά 25 παιδιά, το οποίο θα είναι υπεύθυνο για την επίβλεψη τους. Το πρόσωπο αυτό θα διαθέτει απαραίτητα βιβλιάριο υγείας που προβλέπεται από τις διατάξεις άρθρου 14 της Αιβ/8577/1983 (ΦΕΚ Β' 526) Υγειονομικής Διάταξης, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει» (ΦΕΚ Β' 665) και δεν πρέπει να έχει καταδικασθεί σε ένα από τα αδικήματα που αναφέρονται στο άρθρο 7 παρ. 2 περ. α4 της παρούσας.

Βιβλιάριο υγείας οφείλει να διαθέτει και ο υπεύθυνος του παιδότοπου.

3. Ο υπεύθυνος λειτουργίας παιδότοπου πρέπει να καθορίζει και να εφαρμόζει πρόγραμμα τακτικής συντήρησης του εξοπλισμού και των επιφανειών πτώσης και να εξασφαλίζει την συμμόρφωση με τις απαιτήσεις ασφαλείας σε μόνιμη βάση.

α. Συντήρηση νοείται κάθε εργασία, από ειδικευμένο προσωπικό, που σκοπό έχει να διατηρήσει ή να επαναφέρει τον εξοπλισμό του παιδότοπου στα επίπεδα λειτουργίας και ασφάλειας που είχε κατά το στάδιο της αρχικής εγκατάστασής του και του ελέγχου που πραγματοποιήθηκε από τον αναγνωρισμένο φορέα ελέγχου.

β. Η συντήρηση του παιδότοπου πρέπει να σχεδιάζεται και να διενεργείται σύμφωνα με το πρότυπο ΕΛΟΤ EN 1176 - 7, τις οδηγίες του κατασκευαστή και τη συχνότητα χρήσης του εξοπλισμού. Για το λόγο αυτό θα πρέπει:

i) Να υπάρχει ένα περιοδικό πρόγραμμα συντήρησης, το οποίο θα εξασφαλίζει τα αναφερόμενα στην παρ. 3 περ. α του άρθρου αυτού.

ii) Ο υπεύθυνος πρέπει να εξασφαλίζει την άμεση επισκευή του φθαρμένου εξοπλισμού ή τμημάτων του εξοπλισμού και ειδικότερα να προβαίνει σε ότι άλλο κρίνεται αναγκαίο προκειμένου να διασφαλίζεται συνεχώς η ασφαλής παραμονή των παιδιών στον παιδότοπο.

iii) Εξοπλισμός, ο οποίος θέτει σε κίνδυνο την ασφάλεια των παιδιών, θα πρέπει αυτομάτως να τίθεται εκτός λειτουργίας έως ότου επισκευασθεί και να αντικαθίσταται όταν κρίνεται ότι η επισκευή του είναι αδύνατη. Εάν ένα μόνο τμήμα του εξοπλισμού είναι προς αντικατάσταση, θα πρέπει τα παραμένοντα τμήματα να εξακολουθούν να είναι λειτουργικά και ασφαλή, σύμφωνα με τις απαιτήσεις ασφαλείας των προτύπων.

γ. Επανέλεγχος παιχνιδοκατασκευής

Ο υπεύθυνος πρέπει να εξασφαλίζει τον επανέλεγχο της παιχνιδοκατασκευής σε ετήσια βάση από τον αναγνωρισμένο φορέα ελέγχου και να συμμορφώνεται εντός της τασσόμενης από αυτόν προθεσμίας προς τις διορθωτικές ενέργειες που συστήνονται.

δ. Φάκελος συντήρησης

Ο υπεύθυνος λειτουργίας του χώρου πρέπει να τηρεί φάκελο συντήρησης που να περιέχει σχέδιο στο οποίο να αποτυπώνεται η διεύθετηση και η θέση του εξοπλισμού καθώς και κάθε άλλο στοιχείο που να αποδεικνύει τα αναφερόμενα στην παρ. 3 περ. β και γ του άρθρου αυτού.

4. Οι υπεύθυνοι λειτουργίας του παιδότοπου πρέπει να αναρτούν στο χώρο του παιδότοπου ευδιάκριτες και ευανάγνωστες πινακίδες με πληροφορίες σχετικά με:

α) Την άδεια λειτουργίας του παιδότοπου.

β) Τις απαιτήσεις των μέτρων προφύλαξης των παιδιών από τη χρήση των παιχνιδοκατασκευών.

γ) Το όνομα και το επώνυμο του υπεύθυνου του παιδότοπου και τηλέφωνο επικοινωνίας.

δ) Τον αριθμό τηλεφώνου Πρώτων Βοηθειών και της κατά τόπο Πυροσβεστικής Υπηρεσίας.

ε) Την απαγόρευση καπνίσματος εντός του παιδότοπου.

5. Βιβλίο συμβάντων

Ο υπεύθυνος λειτουργίας του χώρου πρέπει να τηρεί βιβλίο συμβάντων στο οποίο θα καταγράφονται αναλυτικά οι συνθήκες τυχόν ατυχημάτων, παρατηρήσεις ή παράπονα πελατών.

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Ο κλάδος μας απευθύνεται σε οικογένειες που έχουν ανήλικα παιδιά έως 10 ετών, όπως αναφέρουν οι ορισμοί. Η διαφορά της κάθε επιχείρησης στον κλάδο αυτό είναι ο τρόπος που προσεγγίζουν τις οικογένειες και τί τους προσφέρουν.

Στις δικές μας επιχειρήσεις μας ενδιαφέρει η γνώμη των πελατών, να γνωρίζουμε ποιες είναι οι απαιτήσεις τους ως προς τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουμε.

Αυτό το επιτυγχάνουμε με το ερωτηματολόγιο και με τις σχέσεις εμπιστοσύνης που έχουμε δημιουργήσει από την πρώτη επιχείρηση.

Το νέο μας κατάστημα βρίσκεται σε περιοχή όπου η κατηγορία που απευθυνόμαστε (οικογένειες) είναι ικανοποιητική σε πληθυσμό και ο βασικός μας στόχος είναι οι οικογένειες με παιδιά έως 10 ετών, ώστε να δημιουργηθεί η πελατειακή μας βάση, η οποία αποτελεί μοχλό βιωσιμότητας της επιχείρησής μας.

Η προσέγγιση των οικογενειών θα γίνει με πακέτα προσφορών, ώστε να μας επισκεφθούν, με εκδηλώσεις και με ανάλογα οικονομικά κίνητρα π.χ. μετά από έναν αριθμό επισκέψεων, η επόμενη επίσκεψη θα συνοδεύεται από δωρεάν χρήση του παιδότοπου για τα παιδιά. Η ικανοποίηση των γονέων από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας, σε συνδυασμό με τη φήμη που διαθέτουμε από το πρώτο κατάστημα, μας επιτρέπει να φτάσουμε στο στόχο μας.

Πλεονέκτημα στις υπηρεσίες μας προς τα παιδιά είναι ότι στην παροχή τους διαθέτουμε επιλογές, όπως χυμός ή τοστ, κάτι που ικανοποιεί τους γονείς. Η χρέωση των παιδιών αφορά το χώρο των παιχνιδιών, χωρίς να υπάρχουν επιπλέον χρεώσεις, όπως ηλεκτρονικά αμάξια, μηχανήματα με κέρματα, τα οποία επιβαρύνουν το γονιό με περιττά έξοδα, (τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησής) ώστε να δίνουμε τη δυνατότητα της πολλαπλής επίσκεψης στο κατάστημα.

Η επαφή με τους πελάτες μας δεν περιορίζεται μόνο στη διάρκεια παραμονής τους στο χώρο μας, αλλά και μέσω του διαδικτύου, μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας, όποτε το επιθυμούν, ώστε να ενημερώνονται για τις εκδηλώσεις μας ή/και να κάνουν τις παρατηρήσεις τους για τις υπηρεσίες μας.



## **ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΟΡΟΙ**

### **Δραστηριότητες:**

Οι συνθήκες, σε αυτό το οικονομικό περιβάλλον, αλλάζουν και η διαφορά μας από τους ανταγωνιστές δεν είναι στην υπηρεσία ή στο προϊόν, αλλά στη φιλοσοφία. Η ικανοποίηση του πελάτη και η αφοσίωσή του στην εκάστοτε επιχείρηση είναι πλέον το ζητούμενο.

Υπάρχει ποικιλία επώνυμων προϊόντων και υπηρεσιών που μπορεί να επιλέξει ο πελάτης, αλλά το αντικείμενο της επιχείρησής μας δεν αρκεί για να μας εμπιστευτεί. Η επιχείρηση προσφέρει τη ψυχαγωγία της οικογένειας, μέσω ενός φιλικού περιβάλλοντος, οικείου προς τους πελάτες, κάτι που είναι σημαντικό για την επιχείρησή μας. Ο παιδότοπος προσφέρει τη διασκέδαση των μικρών, μέσω της παιχνιδοκατασκευής και των λοιπών παιχνιδιών, ενώ το κόστος για τον πελάτη είναι συγκεκριμένο. Επίσης πλεονέκτημα της επιχείρησης, το οποίο δεν υπάρχει σε κανένα άλλο παιδότοπο, είναι ότι δε διαθέτει παιχνίδια-μηχανήματα, που θα επιβαρύνουν σε κόστος τους γονείς και γι' αυτό έχουμε εισπράξει θετικές απόψεις.

Η οικονομική πολιτική της επιχείρησης θέλει να είναι ξεκάθαρη στο τι πληρώνει ο πελάτης και στην ανταπόδοση των υπηρεσιών μας, κάτι που αποτελεί το βασικό ατού της επιχείρησης. Οι πληρωμές θα γίνονται με όποιον τρόπο επιθυμεί ο πελάτης (μετρητοίς ή κάρτα).

Επίσης θα διαθέτουμε και κάρτα μέλους που θα περιλαμβάνει εκπτώσεις και προσφορές για την ανταμοιβή των αφοσιωμένων πελατών.

### **Πόροι:**

Αυτά που διαθέτει η επιχείρηση είναι ο εξοπλισμός (τα παιχνίδια, η κουζίνα, η μηχανή του καφέ, τα τραπέζια και τα καθίσματα), και σε ανθρώπινο δυναμικό οι κοπέλες για την ενασχόληση τους με τα παιδιά, καθώς και το προσωπικό για την εξυπηρέτηση των πελατών μας.

Το κεφάλαιο που διαθέτουμε είναι από τα κέρδη της πρώτης επιχείρησης, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα δανεισμού, ο οποίος μας δίνει το πλεονέκτημα της καλύτερης επένδυσης λόγω πρόσβασης σε κεφάλαια.

Το κατάστημα θα διαθέτει μηχανή του καφέ από τον προμηθευτή λόγω της συνεργασίας μας, μέσω της αγοράς των προϊόντων του. Επίσης θα διαθέτει κουζίνα για την εξυπηρέτηση των πελατών του προσφέροντας σνακ, club sandwich, ποικιλίες. Ο παιδότοπος θα πληρεί τις προδιαγραφές, από τις δημόσιες υπηρεσίες υγειονομικού, ως προς τις προδιαγραφές και την ποιότητα των προϊόντων μας. Οι δραστηριότητες αυτές μας δημιουργούν το πλεονέκτημα μιας ολοκληρωμένης υπηρεσίας, προς τους πελάτες μας.

\*Μια νέα υπηρεσία στο νέο κατάστημα θα μπορούσε να είναι η φύλαξη παιδιών, μέσω έμπειρων νηπιαγωγών, για την απασχόλησή τους, αλλά νομικά υπάρχει ασαφής διατύπωση του νόμου και η ευθύνη που αναλαμβάνει η επιχείρηση είναι αρκετά σοβαρή.

Η υπηρεσία αυτή ανήκει στους παιδικούς σταθμούς, που λειτουργούν με συγκεκριμένες προδιαγραφές και τις διαφορές τις αναφέρουμε παρακάτω:

## **Οικονομικοί πόροι:**

Η πρώτη επιχείρηση που εφίσταται επί 10 έτη μας έχει αποφέρει σημαντικά κέρδη, μέσα από τις σωστές υπηρεσίες και τη στήριξη των πελατών της.

Οι διαθέσιμοι πόροι που διαθέτουμε από τα κέρδη της πρώτης επιχείρησης μας δίνουν τη δυνατότητα να στηρίξουμε σε μεγάλο βαθμό την καινούργια μας προσπάθεια με την επένδυση αυτού του κεφαλαίου. Η μακροχρόνια μας συνεργασία με την τράπεζα μας δίνει τη δυνατότητα δανεισμού, ενώ διαθέτουμε και την απαραίτητη εμπειρία για τη σωστή επένδυση των χρημάτων.

Η αξιοποίηση του κεφαλαίου που θα διαθέσουμε για το νέο μας κατάστημα, η επιλογή των εμπορευμάτων και οι νέες συνεργασίες με τους προμηθευτές θα είναι από τα βασικά ζητούμενα της επένδυσης, καθώς και οι επιλογές για το λειτουργικό κομμάτι της νέας επιχείρησης, σε έμπειρο ανθρώπινο δυναμικό, μαζί με την τιμολογιακή πολιτική για το νέο κατάστημα που θα ακολουθήσουμε.

Στο χρηματοοικονομικό μέρος γίνεται και ανάλυση των πιθανών εσόδων που προσδοκά η νέα επιχείρηση να έχει, με βάση το πρώτο κατάστημα και τη μελέτη του εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος που επικρατεί. Πιθανές συνεργασίες που μπορεί να προκύψουν από ενδιαφερόμενους επενδυτές θα μελετηθούν και θα αξιοποιηθούν αναλόγως.

# ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ & ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

## Υποκατάστατα στις υπηρεσίες:

Ο κλάδος που δραστηριοποιούμαστε διαθέτει και περιπτώσεις επιχειρήσεων που λειτουργούν με αθέμιτο ανταγωνισμό και δυσκολεύει την πρόβλεψή τους.

Η διασκέδαση και η απασχόληση των παιδιών είναι σημαντική σε κάποιο χώρο ή εκδήλωση και γι' αυτό κάποιες ανεξάρτητες μη έγκυρες και μη πιστοποιημένες επιχειρήσεις, όπως ψητοπωλεία, γήπεδα και πλατείες, διαθέτουν παιχνιδοκατασκευές. Το πλεονέκτημά τους, σε σχέση με τους παιδότοπους, είναι το χαμηλότερο κόστος, αλλά τα μειονεκτήματά τους είναι η ασφάλεια, η ενασχόληση προσωπικού, η καθαριότητα και η πιστοποίηση.

Η χώρα διανύει μία δύσκολη οικονομική περίοδο και οι μικρές επιχειρήσεις βρίσκονται σε δεινή θέση, λόγω της δραματικής μείωσης της αγοραστικής δύναμης των πελατών τους, και για αυτό σε πολλές περιπτώσεις, στην προσπάθειά τους να κάνουν μείωση του κόστους τους, αξιοποιούν τις όποιες δυνατότητες διαθέτουν αδιαφορώντας για τη νομοθεσία.

Ο κίνδυνος που διατρέχουν τα παιδιά σε τέτοια αυθαίρετα τεχνάσματα έγκειται στην διακριτική ευχέρεια των γονέων, και στο κατά πόσο οι ίδιοι θα εμπιστευτούν τέτοιου είδους επιχειρήσεις. Τα φαινόμενα αυτά θα μεγεθύνονται καθώς δεν θα βρίσκονται άλλες λύσεις για τις μικρές επιχειρήσεις και τον τζίρο τους

## Υποκατάστατα σε προϊόντα:

Στον κλάδο μας τα βασικά προϊόντα είναι ο καφές, τα αναψυκτικά, οι χυμοί και τα εμφιαλωμένα νερά. Υπάρχει μεγάλο φάσμα αυτών των προϊόντων στην αγορά, επώνυμα και μη, με ανάλογο κόστος και είναι στη διακριτική ευχέρεια της κάθε επιχείρησης ποια από αυτά θα χρησιμοποιεί.

Οι προμηθευτές, επειδή όλες οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες, προσφέρουν όλο και πιο οικονομικά προϊόντα προς κατανάλωση, αλλά η ποιότητά τους είναι ανάλογη με το κόστος τους, με αποτέλεσμα το ρίσκο που αναλαμβάνει η κάθε επιχείρηση να μεγαλώνει και να κινδυνεύει με απώλεια πελατών. Οι πελάτες είναι απαιτητικοί και γνώστες του καφέ, γιατί αποτελεί καθημερινή τους συνήθεια, οπότε και η ποιότητα του προϊόντος πρέπει να διατηρείται σε υψηλό επίπεδο.

Ο επιχειρηματικός ανταγωνισμός είναι αρκετά μεγάλος, ώστε η επιχείρηση να επενδύσει σε no name προϊόντα για προσωρινή εξοικονόμηση χρημάτων και να υποθηκεύσει την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.

Η δικιά μας επιχείρηση οφείλει να προστατεύσει τη φήμη της και τη σχέση εμπιστοσύνης που έχει «χτίσει» με την πελατεία, προσφέροντας επώνυμα προϊόντα για την ικανοποίησή τους. Άλλωστε υπάρχουν πολλά αναλώσιμα από τα οποία μπορεί να εξοικονομήσει χρήματα όπως: πλαστικά καλαμάκια, χαρτοπετσέτες, σιρόπι.

Η επιδείνωση της αγοραστικής δύναμης των πελατών θα ωθήσει και τις μεγάλες επώνυμες εταιρίες σε λιγότερο ποιοτικά προϊόντα, ως ένας τρόπος να «επιζήσει» η κάθε επιχείρηση, από την πιο μεγάλη έως την πιο μικρή.

## **Προμηθευτές εξοπλισμού:**

Από την πρώτη επιχείρηση αποκτήσαμε την εμπειρία και τις σχέσεις εμπιστοσύνης με προμηθευτές. Επεκτείνοντας τη δραστηριότητά μας είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε τι ζητάμε από τους προμηθευτές, ώστε να ανταποκριθούν σ' αυτό.

Για τη δημιουργία της πρώτης επιχείρησης πραγματοποιήθηκε έρευνα αγοράς για την εύρεση προμηθευτών, με τους οποίους συνεργαζόμαστε, αφού πρώτα καταγράψαμε τις ανάγκες μας ως προς τα προϊόντα και τον εξοπλισμό που είχε ανάγκη η επιχείρηση, έπειτα σε αυτά που προσφέρουν οι προμηθευτές (προϊόντα - υπηρεσίες), το κόστος τους και τον τρόπο οικονομικής συναλλαγής που πρότειναν.

Η πρώτη βασική ανάγκη μας ήταν η αξιοποίηση και η δημιουργία του χώρου των παιχνιδιών και το κόστος αυτού, επειδή είναι το βασικότερο κομμάτι της επένδυσης (γιατί τα παιδιά είναι οι καλύτεροι κριτές).

Οι απαιτήσεις ασφαλείας είναι οι εξής:

1. Οι παιδότοποι δεν πρέπει να θέτουν σε κίνδυνο την υγεία και την ασφάλεια των παιδιών. Ιδίως:
  - \* Οι εξοπλισμοί των παιδότοπων πρέπει να είναι ειδικά σχεδιασμένοι αφού προορίζονται για να παίζουν τα παιδιά ατομικά ή κατά ομάδες.
  - \* Τα υλικά των εξοπλισμών πρέπει να είναι ελεγμένα ώστε να διασφαλίζουν την υγιεινή και ασφάλεια των παιδιών.
  - \* Η πρόσβαση πρέπει να είναι εύκολη για τους ενήλικες, τις πρώτες βοήθειες και λοιπά χρησιμοποιούμενα μέσα, σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης.

Ειδικότερα:

α) Τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν στις κατασκευές και τα παιχνίδια, στο χώρο που θα φιλοξενοούνται τα παιδιά, θα πρέπει να ικανοποιούν τις απαιτήσεις της σειράς προτύπων ΕΛΟΤ EN 71 (π.χ. οι γωνίες να είναι στρογγυλεμένες, απαγορεύεται η χρήση αμιάντου, τοξικών χρωμάτων, εύφλεκτων υλικών κλπ.).

β) Οι κατασκευές και οι επιμέρους εξοπλισμοί πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές που προβλέπονται από το πρότυπο ΕΛΟΤ 1176.

γ) Προδιαγραφές επιμέρους εξοπλισμών:

Οι κούνιες πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές που προβλέπονται από τα πρότυπα ΕΛΟΤ EN 1176-1 και ΕΛΟΤ EN 1176-2.

Οι τσουλήθρες πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές που προβλέπονται από τα πρότυπα ΕΛΟΤ EN 1176-1 και ΕΛΟΤ EN 1176-3.

Οι αερόδρομοι πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές που προβλέπονται από τα πρότυπα ΕΛΟΤ EN 1176-1 και ΕΛΟΤ EN 1176-4.

Οι μύλοι πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές που προβλέπονται από τα πρότυπα ΕΛΟΤ EN 1176-1 και ΕΛΟΤ EN 1176-5.

Οι ταλαντευόμενοι εξοπλισμοί πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές ασφαλείας που προβλέπονται από τα πρότυπα ΕΛΟΤ EN 1176-1 και ΕΛΟΤ EN 1176-6.

Οι φουσκωτοί εξοπλισμοί, εξωτερικού και εσωτερικού χώρου να ικανοποιούν τις απαιτήσεις του προτύπου ΕΛΟΤ EN 14960.

Οι επιφάνειες πτώσης πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές των προτύπων ΕΛΟΤ EN 1176-1 και ΕΛΟΤ EN 1177.

Απαγορεύονται:

Οι επιφάνειες πτώσης που αποτελούνται από τούβλα, σκυρόδεμα, πέτρες, ασφαλτο, ξύλο ή οποιοδήποτε άλλο άκαμπτο υλικό που δεν αποσβένει τις κρούσεις στο έδαφος.

Σε περίπτωση ύπαρξης στον παιχιδότοπο, παιχνιδιών σύμφωνα με τον ορισμό της υπ' αριθμ. Τ.Α.Β. 6342/863/24.3.1989 κοινής υπουργικής απόφασης «Ασφάλεια παιχνιδιών», όπως ισχύει, αυτά πρέπει να πληρούν τις προδιαγραφές των προτύπων της σειράς ΕΛΟΤ EN 71.

## 2. Εφαρμοζόμενα πρότυπα ασφαλείας

Επιτρέπεται η συμμόρφωση προς άλλα πρότυπα ή προδιαγραφές ασφαλείας πέραν των αναφερόμενων στην παρούσα, υπό τον όρο ότι αυτά θα είναι τουλάχιστον ισοδύναμα προς τα αναφερόμενα. Η ισοδυναμία αυτή θα τεκμαίρεται από αναλυτική τεχνική έκθεση, η οποία πρέπει να βρίσκεται στη διάθεση των αρμοδίων αρχών και του αναφερόμενου στο άρθρο 10 της παρούσης, αναγνωρισμένου φορέα ελέγχου.

Οι απαιτήσεις από τους κατασκευαστές είναι οι εξής:

Απαγορεύεται η κατασκευή, η εισαγωγή και η κατοχή εξοπλισμού παιδότοπων με σκοπό την πώληση, τη δωρεάν διάθεση ή την ενοικίαση, εφόσον δεν πληρούν τις διατάξεις της παρούσας απόφασης.

Ο κατασκευαστής, ο εξουσιοδοτημένος αντιπρόσωπος ή ο εισαγωγέας, που θέτει σε κυκλοφορία στην αγορά εξοπλισμούς παιδότοπων, θα πρέπει να διαθέτει βεβαιώσεις ελέγχου που να έχουν εκδοθεί από αναγνωρισμένο φορέα ελέγχου, με τις οποίες αποδεικνύεται η συμμόρφωσή τους με τις απαιτήσεις ασφαλείας της σειράς προτύπων ΕΛΟΤ EN 1176.

Η συμμόρφωση αυτή των εξοπλισμών μπορεί, εναλλακτικά, να καλύπτεται με πιστοποιητικό συμμόρφωσης ή με αναλυτική τεχνική έκθεση, επικυρωμένη από αναγνωρισμένο φορέα ελέγχου, με την οποία θα αποδεικνύεται η ισοδυναμία της συμμόρφωσης σε ότι αφορά την ασφάλεια των προϊόντων, με τα ως άνω πρότυπα.

Ο κατασκευαστής, ο εισαγωγέας ή ο αντιπρόσωπος πρέπει να τοποθετεί πινακίδα επάνω στον εξοπλισμό με τις ακόλουθες πληροφορίες:

α) Επωνυμία και διεύθυνση, έτος κατασκευής και αριθμό σειράς παραγωγής του κάθε οργάνου.

β) Ελάχιστη και μέγιστη ηλικία των παιδιών.

γ) Μέγιστο αριθμό παιδιών ταυτοχρόνως.

δ) Αναφορά στα πρότυπα της σειράς ΕΛΟΤ EN 1176 και EN 1177 ή εάν υποκατασταθούν από άλλα ευρωπαϊκά πρότυπα (EN). Για όλα τα πρότυπα εφαρμόζεται η πιο πρόσφατη έκδοση που έχει τεθεί σε ισχύ.

Η αναζήτηση έγινε από το διαδίκτυο, καθώς και από την εμπειρία μας από επισκέψεις σε άλλους παιδότοπους και τη συλλογή πληροφοριών για τον προμηθευτή τους (για την τήρηση κανόνων ΕΛΟΤ, την ικανοποίηση πελατών). Η έδρα της κάθε εταιρίας βρισκόταν εκτός Πατρών και μετά από επικοινωνία με κάποιους προμηθευτές μόνο μία ήταν πρόθυμη για συνεργασία στο χώρο μας. Η συνεργασία μας με την εταιρία ξεκίνησε μετά από επίσκεψη της στον παιδότοπο, αφού έβγαλε φωτογραφίες και μας εξήγησε τι πρέπει να κάνουμε, ποια παιχνίδια θα ικανοποιούσαν τους πελάτες μας, τις επιλογές που έχουμε στη διάθεσή μας και το κόστος αυτών. Η εταιρία αυτή είναι η ZEPPELIN HELLAS.

Η πρώτη εταιρία που επικοινωνήσαμε ήθελε πρώτα να κλείσει η συνεργασία και μετά να συνεχίσει η υπόλοιπη διαδικασία, ενώ η άλλη εταιρία μας παρουσίασε έργα της σε άλλες επιχειρήσεις, χωρίς όμως να επισκεφθεί και να ελέγξει ποτέ τον δικό μας χώρο. Ως εκ τούτου κρίθηκαν ως μη επαγγελματικές προτάσεις και απορρίφθηκαν. Οι συστάσεις που μας έδωσαν, με όσους συνομιλήσαμε που είχαν συνεργαστεί μαζί της όσο και ενημέρωσή μας από το διαδίκτυο, ήταν οι καλύτερες (ως προς την τήρηση κανόνων του ΕΛΟΤ, καθώς και ο επαγγελματισμός της) για τη ZEPPELIN HELLAS

Μετά από συνάντησή μας με την εταιρία και αφού άκουσαν τις επιθυμίες μας, έγιναν αρκετές προτάσεις για τις παιχνιδοκατασκευές, τον τρόπο πληρωμής και τις υπόλοιπες ιδέες μας. Η ικανοποίησή μας για την συνεργασία μας αυτή πηγάζει από τις εγγυήσεις που μας προσέφερε η εταιρία, το αποτέλεσμα των προτάσεων της, το οποίο ικανοποιεί τους πελάτες μας και κρίνεται επιτυχημένο, και εν κατακλείδι εκπλήρωσε τις επιθυμίες μας και τήρησε τις προδιαγραφές του ΕΛΟΤ.

Ο χώρος των παιχνιδιών που δημιουργήσαμε θα έχει συνολικό κόστος 20.000 ευρώ.

Παιχνιδοκατασκευή :15000ευρώ



Τραμπολίνο :1000 ευρώ



Φουσκωτή τσουλήθρα: 2000ευρώ



και λοιπός εξοπλισμός 2000 ευρώ π.χ. χρωματιστά μπαλάκια, δάπεδο.

Η ZEPPELIN HELLAS μας προσέφερε έναν ασφαλή εξοπλισμό, ενώ πέρα από την άψογη συνεργασία μας συνεχίζει να είναι στο πλευρό μας, με νέες ιδέες και προτάσεις σε ότι προβλήματα αντιμετωπίζουμε και στην κάλυψη αναλώσιμων, π.χ. χρωματιστά μπαλάκια, οδηγίες χρήσεις προς τους γονείς, στα παιχνίδια και την ασφάλεια των παιδιών, ενώ δεν αντιμετωπίσαμε κανένα πρόβλημα με τους ελέγχους του ΕΛΟΤ.

### **Προμηθευτές προϊόντων:**

Τα κυριότερα προϊόντα της επιχείρησης είναι τα ροφήματα, ο καφές και τα αναψυκτικά. Κατόπιν έρευνας αγοράς σε επώνυμες εταιρίες του καφέ αναζητήσαμε τον κατάλληλο προμηθευτή, με προσωπικές συζητήσεις και ανάλυση των τιμοκαταλόγων τους, τον τρόπο πληρωμής, εάν γίνεται

πίστωση, τον τρόπο παράδοσης των προϊόντων και καταλήξαμε σε συνεργασία με την εταιρία ΖΕΡΒΟΣ Α.Ε. για τα προϊόντα της LAVAZZA.



Οι προσφορές της εταιρίας είναι η μηχανή του καφέ (με αντάλλαγμα την αγορά των προϊόντων), η έγκυρη προμήθεια της παραγγελίας, η πίστωση μέχρι ενός ορίου, ενώ είναι πάντα δίπλα μας σε οποιαδήποτε ανάγκη παρουσιαστεί. Στα αναψυκτικά συνεργαζόμαστε με την εταιρία ΛΟΥΞ Α.Ε. Πρόκειται για επώνυμη εταιρία με γνωστά γευστικά προϊόντα, η οποία μας εφοδίασε με ψυγείο της για να προμηθευόμαστε τα προϊόντα της όπως πορτοκαλάδα, λεμονάδα, βυσσινάδα και χυμούς.



Επειδή οι ανάγκες της επιχείρησης από προϊόντα δεν είναι μόνο όσες προαναφέραμε, τις υπόλοιπες τις καλύπτουμε από σούπερ μάρκετ για επαγγελματίες, όπως το METRO Α.Ε.

Λόγω της οικονομικής δυσκολίας που διατρέχουν οι επιχειρήσεις και της μη έκδοσης πιστώσεων προς αυτές από προμηθευτές, οι επιχειρήσεις επιλέγουν υποδεέστερα προϊόντα, μη ποιοτικά και μη ικανοποιητικά προς τους πελάτες. Λόγω των μακροχρόνιων καλών συνεργασιών και της εμπιστοσύνης που εμείς έχουμε αναπτύξει με τους προμηθευτές μας, αποτελεί επιλογή των επιχειρήσεων μας να μη διαπραγματευόμαστε την ποιότητά μας, με αποτέλεσμα το όφελος των πελατών μας.

Σε αυτό το σημείο θα αναφέρουμε το κόστος του κάθε προϊόντος που θα προμηθευόμαστε (καφέ, τσάι, χυμοί, αναψυκτικά, σνακ κτλ συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α).



## **Τα προϊόντα μας:**

- Καφές ελληνικός 1kg (70-90 καφέδες): 14,20€
- Γαλλικός καφές 0,5kg (25 -35 καφέδες) ή 10 μερίδες: 6,40€ ή 3,20€
- Εσπρέσο 1kg (100 – 120 καφέδες): 25€
- Εσπρέσο 250gr Ντεκαφεϊνέ (20 -30 καφέδες): 6,5€
- Νες καφέ 2kg (140 – 150): 34€
- Σοκολάτα 2kg (ζεστά και κρύα ροφήματα 140 – 150 σοκολάτες): 16€
- Λευκή Σοκολάτα 1kg (70- 80 σοκολάτες): 17€
- Σιρόπια 750ml (30 – 40 σοκολάτες/καφέ): 12€
- ΒΙΚΟΣ νερό 500ml 24άδα: 3€
- Αναψυκτικά ΛΟΥΞ 24άδα 330ml: 10€
- Αναψυκτικά Coca Cola 24άδα 330ml: 12€
- 1 σακούλα παγάκια: 1€
- Πλαστικά ποτήρια 50άδα: 3€
- Καλαμάκια 100 τεμάχια: 0,5€
- Κουταλάκια πλαστικά 50άδα: 1€
- Χυμός Amita 24άδα(πορτοκάλι και λοιπές γεύσεις): 18€
- Τσάι πράσινο (10μερίδες): 2€
- Μπαγκέτα (γαλοπούλα, ντομάτα, τυρί): 1€
- Σνακς (κρουασάν 50άδα): 12,5€
- Θερμός: 2€

## **Πελάτες:**

Οι σημαντικότεροι πελάτες στον κλάδο μας είναι οι οικογένειες με ανήλικα τέκνα έως 10 ετών, στα οποία προσφέρουμε την ψυχαγωγία μέσω των παιχνιδιών, ενώ στους συνοδούς παρέχουμε μία σειρά προϊόντων προς κατανάλωση. Η κάθε οικογένεια, ανάλογα με το εισόδημα της, διαθέτει και το ανάλογο ποσό για την υπηρεσία αυτή, ερευνώντας την κάθε επιχείρηση του κλάδου μας, η οποία θα της προσφέρει τις καλύτερες υπηρεσίες στις πιο συμφέρουσες τιμές. Η επιχείρηση ενημερώνεται από τους συνοδούς για τις επιθυμίες των πελατών, τις αμφιβολίες τους, τις προτιμήσεις τους ως προς τα προϊόντα, την ασφάλεια, την καθαριότητα και το ενδιαφέρον του προσωπικού.

Επειδή ο κλάδος των παιδότοπων έχει ως πελατειακή βάση τις οικογένειες (λόγω της υπηρεσίας που προσφέρει), επιδιώκει να γνωρίζει τις απαιτήσεις τους, εάν διαθέτουν επαρκές εισόδημα, ώστε να υπάρχει ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων. Ο ανταγωνισμός σε αυτή την χρονική περίοδο για όλες τις επιχειρήσεις είναι αρκετά μεγάλος, λόγω των οικονομικών δυσκολιών που αντιμετωπίζει η κάθε οικογένεια, και επιβάλλεται η παροχή πολλών προσφορών ώστε να αποκτήσει η επιχείρηση ικανό μερίδιο στην αγορά.

## **Ένταση ανταγωνισμού στον κλάδο:**

Οι υπηρεσίες προς τις οικογένειες είναι πάντα ένα μεγάλο κομμάτι της αγοράς, με εξαιρετικά μεγάλο ανταγωνισμό, για τις επιχειρήσεις του κλάδου. Οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι επιχειρήσεις του κλάδου των παιδότοπων είναι ταυτόσημες, άρα ο ανταγωνισμός εστιάζεται στις λεπτομέρειες, τις οποίες έχει δημιουργήσει η κάθε επιχείρηση ώστε να είναι ανταγωνιστική στον κλάδο. Λόγω των δύσκολων οικονομικών συνθηκών στην αγορά οι επιχειρήσεις οι οποίες θα βγουν κερδισμένες είναι αυτές που μπορούν να κάνουν μείωση των λειτουργικών εξόδων και να προσφέρουν περισσότερα στους πελάτες, σε συνδυασμό με την ποιότητα και την αξιοπιστία.

Η καινούργια επιχείρηση που θα δημιουργήσουμε στηρίζεται στην εμπειρία και στη φήμη μας. Επειδή γνωρίζουμε τους κινδύνους και τους ανταγωνιστές μας, η πελατειακή βάση η οποία έχουμε δημιουργήσει από το πρώτο κατάστημα, και οι σχέσεις εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές μας, αποτελούν τα εφόδια για μια βιώσιμη επιχείρηση.

Το επιχειρηματικό σχέδιο που δημιουργήσαμε για την νέα επιχείρηση, σε συνδυασμό με την εμπειρία μας, μας δίνει την δυνατότητα να γίνουμε ανταγωνιστικοί έναντι των άλλων (άμεσων ίδιου τύπου) επιχειρήσεων. Οι άμεσες εν δυνάμει επιχειρήσεις τις οποίες θα ανταγωνιστούμε είναι η «ΦΑΡΜΑ ΣΤΟΡΥ» που εδρεύει επί της οδού Κορίνθου (κεντρικό σημείο στην Πάτρα) και η «ΟΙ ΜΙΚΡΟΙ ΗΡΩΕΣ» που εδρεύει στην Πατρών Κλάους.

Μετά από έρευνα αγοράς, το δυνατό σημείο της πρώτης επιχείρησης είναι η περιοχή, καθώς βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της πόλης, έχει 8 έτη λειτουργίας, καλή φήμη στις υπηρεσίες της, (στα παιδιά προσφέρει χυμό κι ανάλογο μενού στις εκδηλώσεις) ενώ τα αδύνατα σημεία της αποτελούν τα υψηλά έξοδα λειτουργίας και ο αρκετά μεγάλος χώρος για τα παιδιά, κάτι που είναι επικίνδυνο για την ασφάλειά τους.

Η δεύτερη επιχείρηση βρίσκεται σε κοντινό σημείο της πόλης, (αλλά όχι κεντρικά) συμπληρώνει 2 έτη λειτουργίας, έχει καλή φήμη για τις υπηρεσίες της, προσφέρει χυμό στα παιδιά (ως παροχή), ενώ το δυνατό σημείο της είναι ότι πρόκειται για καινούργια επιχείρηση. Το μειονέκτημά της είναι το υψηλό κόστος λειτουργίας της. Ένα βασικό αδύνατο σημείο και των δύο επιχειρήσεων είναι ότι τους καλοκαιρινούς μήνες υπολειτουργούν, δεδομένων των καιρικών συνθηκών και οι πελάτες στρέφονται σε υπαίθριους χώρους.

Οι δύο βασικοί ανταγωνιστές μας βρίσκονται σε κοντινή απόσταση από το δικό μας κατάστημα και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να στοχεύουμε στην ίδια «δεξαμενή» πελατών. Τα κίνητρα που θα δίνει η κάθε επιχείρηση είναι αυτά που θα καθορίσουν τις αποφάσεις των πελατών. Τα δυνατά μας σημεία είναι ότι έχουμε δύο επιχειρήσεις, συμπληρωματικές η μία στην άλλη, άρα μπορούμε να έχουμε σταθερή πελατειακή βάση και να καλύπτουμε τις ανάγκες των πελατών μας όλο τον χρόνο. Η φήμη μας, οι προμηθευτές μας καθώς και το εκπαιδευμένο προσωπικό μας καθιστούν την επιχείρησή μας ανταγωνιστική στον κλάδο.

Η επιθυμία μας και τα όνειρά μας είναι η νέα επιχείρηση να έχει την ίδια επιτυχία με την πρώτη, τα ίδια στάνταρ για την εξυπηρέτηση των πελατών μας, με την ίδια ένταση και προσφορά προς αυτούς, ώστε η επιχείρησή μας να καταστεί βιώσιμη και κερδοφόρα. Το αρνητικό μας σημείο προς το παρόν είναι η απειρία στα απρόοπτα που θα προκύψουν και θα κληθούμε να αντιμετωπίσουμε π.χ. περίοδοι ιώσεων κατά τη χειμερινή περίοδο.

Η έρευνα αγοράς που έγινε στους άμεσους ανταγωνιστές ήταν εστιασμένη στις τιμές τους, τα προϊόντα τους και τι προσφέρουν στις εκδηλώσεις τους, καθώς είναι το σημείο στο οποίο θα πρέπει να είμαστε ανταγωνιστικοί.

Όταν εισέρχεται ένας καινούργιος «παίκτης» στον κλάδο δεν είναι ευχάριστη είδηση για τους υπολοίπους ανταγωνιστές, καθώς θα διεκδικήσει μερίδιο της αγοράς. Όλοι κρατούν στάση αναμονής, μέχρι να μελετήσουν τη νέα επιχείρηση και να διαπιστώσουν πόσο ανταγωνιστική θα είναι απέναντί τους, ποιο μερίδιο αγοράς (γεωγραφικά) διεκδικεί, ώστε να κάνουν τις δικές τους κινήσεις. Οι κινήσεις εστιάζονται κυρίως στη διαφημιστική προβολή και στην προσπάθειά τους να κρατήσουν την πελατειακή τους βάση ανεπηρέαστη.

Πέρα του θεμιτού ανταγωνισμού που επικρατεί, έχουμε πλήρη εμπιστοσύνη στις δυνάμεις μας, λόγω των πλεονεκτημάτων που διαθέτουμε και μας έχουν ήδη δημιουργήσει την πεποίθηση ότι η νέα επιχείρηση θα πετύχει το στόχο της και θα αποκτήσει τη δική της πελατειακή βάση.

Σε αυτήν την οικονομική συγκυρία, η οποία επικρατεί στην ελληνική οικονομία, είναι δύσκολο να εισέρχονται νέες επιχειρήσεις σε οποιοδήποτε κλάδο, λόγω κόστους, έλλειψης γνώσης της αγοράς και έλλειψης κεφαλαίου. Οπότε για να στηριχθεί μια τέτοια κίνηση και να πραγματοποιηθεί θα πρέπει να είναι μελετημένη και κοστολογημένη επαρκώς.

Η οικονομική δυσκολία των πελατών μεγαλώνει τον ανταγωνισμό στον κλάδο. Οι κινήσεις που θα γίνουν τόσο στο χώρο δημιουργίας της νέας επιχείρησης, καθώς και η στρατηγική που θα ακολουθήσουμε, μας δίνουν ένα πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών μας. Η εμπειρία μας, μας έχει δείξει πως εάν αντιγράψουμε τις κινήσεις των άλλων επιχειρήσεων του κλάδου, χωρίς επιχειρηματικό σχέδιο και στόχους, τότε η αποτυχία είναι μαθηματικά βέβαιη. Εφόσον αξιοποιήσουμε τα δυνατά μας σημεία έναντι των ανταγωνιστών (φήμη, προμηθευτές κτλ.) θα μπορούμε να είμαστε ανταγωνιστικοί στον κλάδο. Ο ανταγωνισμός εστιάζεται στις τιμές, στην ποιότητα και την αξιοπιστία. Η πίεση για καλύτερες τιμές μειώνει τη δυνατότητα για ποιότητα, ενώ η αξιοπιστία της κάθε επιχείρησης κλονίζεται προς τους πελάτες.

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η επιχειρηματική δραστηριότητα σε αυτή τη χρονική περίοδο στη χώρα μας κινείται σ' ένα αβέβαιο νομικό και φορολογικό περιβάλλον. Ως εκ τούτου, οι όποιες επενδύσεις θέλει να κάνει κάποια επιχείρηση είτε αναβάλλονται, είτε δρομολογούνται με προσεκτικές κινήσεις και χαμηλό ρίσκο.

Οι τιμές στα προϊόντα και οι τιμές στις πωλήσεις αυξάνονται λόγω Φ.Π.Α. κι έτσι οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται τόσο στην αγορά προμηθειών, όσο και με την αύξηση κόστους των προϊόντων στον τιμοκατάλογο τους προς τους πελάτες, γιατί δεν μπορούν να απορροφήσουν αυτές τις αυξήσεις οι ίδιες. Μια αντιμετώπιση της αύξησης του φόρου είναι η πίστωση που μπορεί να κάνει ο κάθε προμηθευτής στην επιχείρηση και η αναζήτηση προσφορών σε άλλους προμηθευτές της, ώστε να μειωθεί το κόστος.

Το νομοθετικό πλαίσιο είναι ασταθές για τις επιχειρήσεις, καθώς αλλάζει συχνά το φορολογικό καθεστώς, χωρίς να γνωρίζουν τι ισχύει, με τελικό αποτέλεσμα τη μείωση της αγοραστικής δύναμης των πελατών και τον περιορισμό των κερδών των μικρών επιχειρήσεων.

Οι επιπλέον φόροι που επιβάλλονται στις επιχειρήσεις (όπως το τέλος επιτηδεύματος 650 ευρώ, προκαταβολή φόρου 100% επόμενου έτους κτλ), έχει ως αποτέλεσμα να μειώνεται ο τζίρος της κάθε επιχείρησης επειδή συρρικνώνεται η αγορά λόγω της έλλειψη ρευστότητας.

Αυτές οι αλλαγές στο επιχειρηματικό πεδίο έφερε σε δύσκολη έως και δεινή θέση τις επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα να κλείσουν. Αυτό ανέδειξε και άλλο ένα πρόβλημα στις μικρές επιχειρήσεις, δηλαδή ότι δημιουργούνται χωρίς ικανό επιχειρηματικό σχέδιο με αποτέλεσμα να δυσκολεύονται στην βιωσιμότητά τους.

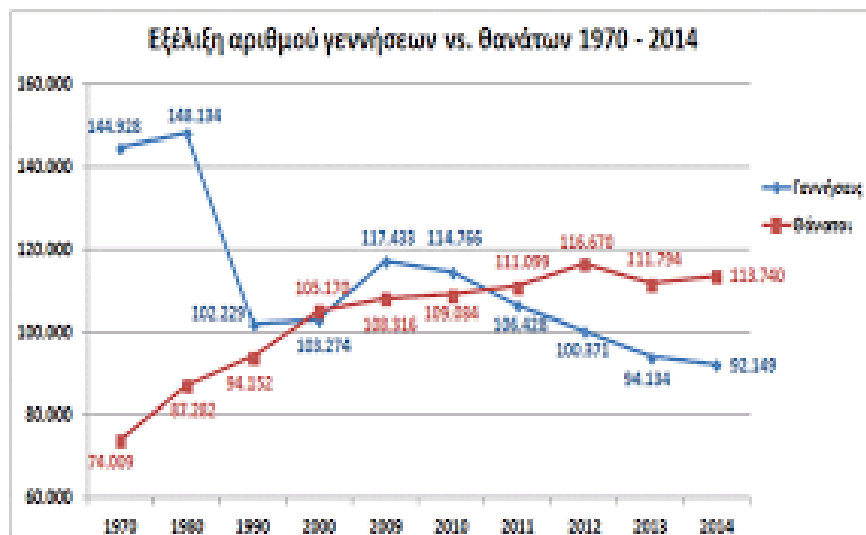
Η αγοραστική δύναμη των πολιτών είναι περιορισμένη, επομένως και οι ίδιοι περιορίζουν τα έξοδα τους, τις εξόδους για τις οικογένειές τους και τις διάφορες εκδηλώσεις π.χ. γενέθλια. Η δική μας φιλοσοφία μέσω της επιχείρησης, η οποία απευθύνεται στις οικογένειες, είναι να προσπαθεί να μην αποτρέψει τους γονείς να στερήσουν από τα παιδιά τους μία εκδήλωση γενεθλίων, όσο και μια βόλτα διασκέδασης, μέσα από μία σειρά προσφορών.

Επειδή γνωρίζουμε τα νέα δεδομένα της αγοράς και το καινούργιο επιχειρηματικό περιβάλλον που δημιουργείται, οι κινήσεις που θα γίνουν για το καινούργιο κατάστημα θα είναι στοχευμένες και προσεκτικές, ώστε να έχουμε ομαλή προσαρμογή στην αγορά.

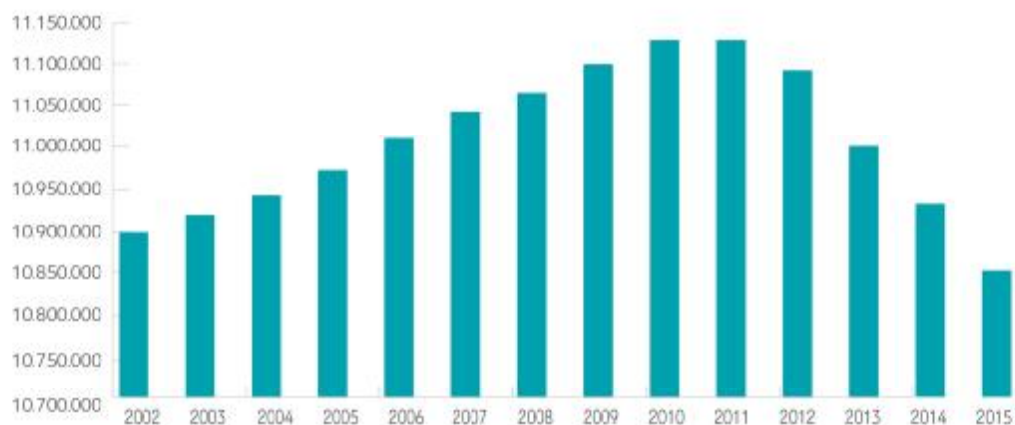
Σε αναμονή κάποιων κυβερνητικών πρωτοβουλιών για τη μείωση των φόρων, όσο και για την ενίσχυση της απασχόλησης και τη στήριξη των οικονομικά πιο αδύναμων, ευελπιστούμε στην αύξηση της αγοραστικής δύναμης της κάθε οικογένειας. Μία ανάσα για τις επιχειρήσεις θα είναι η ρύθμιση των χρεών τους και πιθανές νέες επιδοτήσεις από το πρόγραμμα του Ε.Σ.Π.Α.

Μελλοντικά, ένα νέο στατιστικό στοιχείο που θα επιβαρύνει τον κλάδο μας είναι οι γεννήσεις, καθώς φθίνουν με γοργούς ρυθμούς. Επίσης, υπάρχουν δύσκολες συνθήκες δημιουργίας οικογένειας από τους νέους κι αυτό οφείλεται στο μεγάλο ποσοστό ανεργίας που υπάρχει στη χώρα.

## Στατιστικά γεννήσεων-θανάτων στην Ελλάδα:



Αναθεωρημένος υπολογιζόμενος πληθυσμός για το σύνολο της Ελλάδας (2002-2015)



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2015

**διαΝΕοσις**  
ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ

## Στατιστικά γεννήσεων-θανάτων μετά κρίσης στην δυτική Ελλάδα:

Για τη Δυτική Ελλάδα όπου υπάγεται η Πάτρα, ο πληθυσμός μειώθηκε κατά 2.331 άτομα (5.489 γεννήσεις αλλά 7.820 θάνατοι) και στη περιφέρεια Πελοποννήσου τα πράγματα είναι ακόμα χειρότερα μιας και είχαμε απώλεια πληθυσμού 3.228 ατόμων (4.320 γεννήσεις αλλά 7.548 θάνατοι).

## ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Διαθέτουμε την εμπειρία από την πρώτη πετυχημένη επιχείρησή μας, γνωρίζουμε τις ανάγκες των πελατών, τις προτιμήσεις τους και τι ζητάνε από την επιχείρησή μας, επομένως είμαστε σε θέση να αναπτύξουμε ένα σχέδιο μάρκετινγκ στο οποίο θα διαφημίζουμε συνδυαστικά τις δύο επιχειρήσεις, με στόχο να καλύπτονται οι απαιτήσεις τους.

Η εμπιστοσύνη που μας δείχνουν οι πελάτες, μας δίνει την δυνατότητα να γίνει καλή εκκίνηση στο νέο μας κατάστημα με διάφορους τρόπους όπως το ερωτηματολόγιο, τι αναζητάνε από έναν κλειστό παιδότοπο, τι θα τους ικανοποιούσε και τι περιμένουν από την επιχείρηση.

Για να εφαρμόσουμε αυτό το σχέδιο μάρκετινγκ για τις επιχειρήσεις μας, συνεργαζόμαστε με την εταιρία LARGE advertising. Το διαφημιστικό πλάνο περιλαμβάνει τη διανομή διαφημιστικών εντύπων, προβολή μέσω διαδικτύου, πακέτα προσφορών, εκδηλώσεις με κλόουν και εικαστικά, ώστε να προσκαλέσουμε νέους πελάτες. Η διαφήμιση του νέου καταστήματος γίνεται με πολλές προσφορές, κυρίως στην περιοχή που δραστηριοποιούμαστε, ώστε να αποκτήσουμε πελατειακή βάση και γενικά να ενισχύσουμε και τις δύο επιχειρήσεις.

### Προβολή:

**Εικόνα:** Το ρητό «μία εικόνα ίσον χίλιες λέξεις» ακολουθείται πιστά από τις επιχειρήσεις μας, ώστε οι πελάτες να μας γνωρίσουν και να έχουν προσωπική άποψη για εμάς, τον τρόπο λειτουργίας μας, τι προσφέρουμε από προϊόντα και σε τι τιμές τα διαθέτουμε. Στις προθέσεις μας είναι οι πελάτες να γνωρίζουν την ταυτότητά μας και αυτό επιτυγχάνεται μέσω διαφημιστικής προβολής από το διαδίκτυο και μέσω των συνεχών ενημερώσεων. Η προβολή της νέας επιχείρησης γίνεται μέσα από την πρώτη επιχείρηση, καθώς κι από τους τρόπους που θα μας έχει υποδείξει η εταιρία που έχει αναλάβει το κομμάτι του μάρκετινγκ, οι οποίοι είναι:

**Διαφημιστικά έντυπα:** Η ενημέρωση μέσω εντύπων γίνεται κυρίως σε χώρους όπου δραστηριοποιούνται παιδιά όπως σχολεία και παιδικοί σταθμοί. Διανέμονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, αναλόγως με τις διάφορες εκδηλώσεις και προσφορές της επιχείρησης. Το κομμάτι αυτό, της εκτύπωσης και διανομής, το αναλαμβάνει η εταιρία που συνεργαζόμαστε.

**Ραδιόφωνο:** Η διαφήμιση μέσω τοπικών ραδιοφώνων είναι επίσης ένα καλό μέσο για την προώθηση των επιχειρήσεων μας και θα αναζητήσουμε προσφορές, ανάμεσα σε σταθμούς που έχουν υψηλή ακροαματικότητα, για καλύτερα αποτελέσματα.

**Εφημερίδες:** Η διαφήμιση μέσω των τοπικών εφημερίδων είναι μία καλή πρόταση για διαφήμιση και θα εξεταστεί κατά πόσο θα εξυπηρετήσει τις ανάγκες μας και αν μας συμφέρει οικονομικά με βάση την προβολή.

**Διαδίκτυο:** Πρόκειται για το βασικό μέσο της εποχής με το οποίο διαφημίζονται οι επιχειρήσεις. Προτάσσει αμεσότητα με τους πελάτες, ενημερώνει για οποιαδήποτε νέα εκδήλωση της κάθε επιχείρησης, ενώ παράλληλα εξοικονομεί χρόνο και κόστος. Η επιχείρηση διαθέτει δική της σελίδα για να ενημερώνεται ο πελάτης για όλες τις δραστηριότητες της επιχείρησης, το ωράριο, τις εκδηλώσεις και την τιμολόγηση. Επίσης διαθέτει και σελίδα στο Facebook, για άμεση επικοινωνία με τους πελάτες.

### Στατιστικά στοιχεία από την σελίδα μας στο face book:

Ημερομηνία	Σε πόσους αρέσει συνολικά	Νέα "αρέσει!"	Χρήστες έχουν αλληλεπιδράσει με τη Σελίδα	Συνολική απήχηση	Οργανική απήχηση	Απήχηση με διάδο	Συνολικές εμφανίσεις
7/31/17	214		16	162	97	65	269
8/1/17	214		16	162	97	65	269
8/2/17	214		16	163	98	65	269
8/3/17	214		16	163	98	65	269
8/4/17	214		16	163	98	65	269
8/5/17	214		16	162	97	65	254
8/6/17	214		16	162	97	65	254
8/7/17	214		16	162	97	65	254
8/8/17	214		16	162	97	65	254
8/9/17	214		16	162	97	65	254
8/10/17	214		16	162	97	65	254
8/11/17	214		16	162	97	65	254
8/12/17	214		16	162	97	65	254
8/13/17	214		11	99	49	51	162

8/14/17	214		10	105	75	27	252
8/15/17	214		10	109	83	23	271
8/16/17	214		10	110	84	23	276
8/17/17	214		11	109	84	22	277
8/18/17	214		13	134	89	47	417
8/19/17	214		13	134	88	47	435
8/20/17	214		13	133	88	46	438
8/21/17	214		12	133	88	47	437
8/22/17	214		12	134	89	47	438
8/23/17	214		22	212	108	105	603
8/24/17	214		23	213	109	106	619
8/25/17	214		22	202	109	94	603
8/26/17	214		23	201	109	93	605
8/27/17	214		23	199	109	92	607
8/28/17	214		23	197	108	91	604
8/29/17	214		23	197	108	91	604
8/30/17	214		23	196	107	91	603
8/31/17	214		23	196	107	91	603
9/1/17	214		29	224	116	112	764
9/2/17	214		29	232	119	116	793
9/3/17	214		29	234	122	116	803
9/4/17	214		29	234	120	117	804
9/5/17	214		29	234	120	117	805
9/6/17	214		29	236	123	117	810
9/7/17	214		29	237	124	117	811
9/8/17	214		29	237	124	117	815
9/9/17	214		29	237	124	117	815
9/10/17	214		29	239	126	117	826
9/11/17	214		26	229	119	114	626
9/12/17	214		26	229	119	114	594
9/13/17	214		26	229	119	114	588
9/14/17	214		25	228	118	114	583
9/15/17	214		24	220	116	109	444
9/16/17	215	1	26	224	117	113	442
9/17/17	216	1	27	229	117	118	445
9/18/17	216		28	232	117	119	447
9/19/17	217	1	34	366	222	150	1190
9/20/17	217		27	448	356	105	1525
9/21/17	217		27	564	470	108	2146
9/22/17	217		27	585	486	113	2308
9/23/17	217		27	584	488	112	2328
9/24/17	217		31	634	494	154	2496
9/25/17	217		33	640	497	157	2527
9/26/17	217		33	643	499	157	2540
9/27/17	217		33	649	500	160	2556
9/28/17	217		33	649	500	160	2556
9/29/17	217		27	619	493	125	2398
9/30/17	217		27	616	493	122	2372



§ Οργανική απήχηση : είναι ο συνολικός αριθμός των μοναδικών ατόμων στα οποία προβλήθηκε η δημοσίευση μέσω μη πληρωμένης προβολής.

§ Απήχηση με διάδοση: πόσα άτομα κοινοποίησαν την δημοσίευση.

## Πίνακας Δαπανών Προβολής – Διαφήμισης 1<sup>ο</sup> Έτους

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ	ΚΟΣΤΟΣ
Επαγγελματικές Κάρτες	200€
Διαφημιστικά έντυπα	400€
Διαφήμιση στα Εμπορικά έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα	1.400€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>1.800€</b>

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Λόγω της εμπειρίας μας από το πρώτο μας κατάστημα, υπάρχουν οι προοπτικές και η ικανότητα διαμόρφωσης ενός ρεαλιστικού οικονομικού σχεδίου της νέας μας επιχείρησης, ώστε να καταστεί ρεαλιστική. Αναλύουμε και κοστολογούμε όλες εκείνες τις ενέργειες που χρειάζονται για την διαμόρφωση του κτιρίου, για να επιτύχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα, την αγορά των εμπορευμάτων, των εργασιών και των αδειών.

Για το κόστος κάθε εργασίας που χρειάζεται το κτίριο, καθώς και για τις αγορές των εμπορευμάτων του καταστήματος έχει προηγηθεί έρευνα αγοράς ώστε η σύγκριση των προσφορών από τους πιθανούς συνεργάτες που θα προκύψουν, να είναι οι καλύτερες δυνατές.

Η σωστή διαχείριση των οικονομικών δυνατοτήτων μας θα μας οδηγήσει σε λιγότερες απρόβλεπτες και ανεπιθύμητες οικονομικές εκπλήξεις. Σημαντικό σημείο ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι χρηματοοικονομική ανάλυση και ο προϋπολογισμός της νέας επιχείρησης.

## ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

ΑΡΧΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ	ΚΟΣΤΟΣ
Κτιριακές εγκαταστάσεις (ενοικίαση)*3	1500€
Διαμόρφωση κτιρίου	2500€
θέρμανση	3000€
Ελαιοχρωματισμοί	1500€
Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις	1500€
γυψοσανίδες	1000€
Διαμόρφωση εξωτερικού χώρου	2000€
Εξοπλισμός παιδότοπου	29000€
Υπόλοιπος εξοπλισμός	16000€
τραπεζοκαθίσματα	2000€
ΑΔΕΙΑ(ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΛΟΤ)	1000€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>60000€</b>

## ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Η ανάλυση των σταθερών και μεταβλητών εξόδων για το νέο κατάστημα που θα έχουμε, κατά την έναρξη της λειτουργίας της νέας μας επιχείρησης σε βάθος 3ετίας, παρουσιάζεται στους παρακάτω πίνακες: Το δάνειο 10.000€ μαζί με τους τόκους 847€ είναι για 4,5 έτη και μας επιβαρύνει κατά προσέγγιση 200 ευρώ, κάθε μήνα.

Στον πρώτο πίνακα, ο οποίος αφορά τα τρία πρώτα έτη λειτουργίας της επιχείρησης, αναλύουμε τα σταθερά πάγια έξοδα που θα έχει η νέα επιχείρηση, όπως διαμορφώνονται από την μελέτη και τις συμφωνίες που έχουμε κάνει (δάνειο). Μετά την παρέλευση των 4,5 ετών το δάνειο θα αποπληρωθεί και οι επιχειρήσεις θ' αποδεσμευτούν από αυτό. Αν δεν υπάρχει πριν τα 4,5 έτη το υποκατάστημα, το δάνειο θ' ακολουθεί αποκλειστικά τον δανειολήπτη, καθότι πρόκειται για ατομική επιχείρηση.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	ΕΤΟΣ 1	ΕΤΟΣ 2	ΕΤΟΣ 3
Δόσεις δανείων	2400€	2400€	2400€
Έλεγχος παιχνιδιών(ΕΛΟΤ)	400€	400€	400€
Λογιστής	480€	480€	480€
Ενοίκιο κτιρίου	6000€	6000€	6000€
Ασφάλειες	500€	500€	500€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>9780€</b>	<b>9780€</b>	<b>9780€</b>

Στο δεύτερο πίνακα παρουσιάζουμε συνοπτικά τα μεταβλητά έξοδα της νέας επιχείρησης, που θα έχει κατά τη διάρκεια του έτους, και ανάλογα με τις ανάγκες που θα παρουσιάζονται θα αυξομειώνονται και τα έξοδα. Κάποια έξοδα μέσα στο χρόνο μένουν σταθερά, όπως τα έξοδα του τηλεφώνου, αλλά στα περισσότερα έξοδα έχει γίνει υπερκοστολόγηση, ώστε να μην έχουμε μεγάλες αποκλίσεις από τον προϋπολογισμό. Οι μεγάλες αποκλίσεις από αυτόν θα είναι στο ηλεκτρικό ρεύμα και ότι αφορά το προσωπικό σε μισθό και την ασφάλεια του.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ			
	ΕΤΟΣ 1	ΕΤΟΣ 2	ΕΤΟΣ 3
<b>ΑΜΟΙΒΕΣ</b>			
μισθοί	17280€	17280€	17280€
Μισθός ιδιοκτήτη	3000€	3000€	3000€
Διαφήμιση	1000€	500€	500€
ΙΚΑ	10000€	10000€	10000€
<b>ΑΛΛΑ ΕΞΟΔΑ</b>			
Αναλώσιμα	200€	100€	100€
τηλέφωνα	300€	300€	300€
Δ.Ε.Η.	3000€	3100€	3000€
Ύδρευση	100€	110€	120€
λοιπά	-	-	-
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>34780€</b>	<b>34390€</b>	<b>34700€</b>

Στον επόμενο πίνακα αναλύονται τα έξοδα του καταστήματος, τα πάγια και τα τρέχοντα, ανά μήνα, για το πρώτο έτος. Η παρακάτω ανάλυση γίνεται προκειμένου να δείξουμε την κατανομή των εξόδων, σε βάθος ενός έτους και κατά τη διάρκεια της λειτουργίας του νέου καταστήματος. Για κάποια πάγια έξοδα έχουν εκδοθεί επιταγές (αγορά παιχνιδιών) και σημειώνουμε τις ημερομηνίες που θα πρέπει να εξοφληθούν, ενώ οι πληρωμές κάποιων συμφωνιών (γραμμάρια) που έχουν γίνει με εργάτες για τα οφειλόμενα, από την παροχή εργασιών π.χ. ηλεκτρολογικών εγκαταστάσεων, ελαιοχρωματισμοί, διαμόρφωση κτιρίου, οδηγούν σε άλλες αντίστοιχες ημερομηνίες.

Η οικονομική μετατόπιση κάποιων εξόδων (μέσω επιταγών και συμφωνιών) έγκειται στη διευκόλυνση των τρεχόντων παγίων για την δημιουργία εσόδων για το κατάστημα (αγορά εμπορευμάτων και πληρωμή προσωπικού).

ΕΞΟΔΑ ΑΝΑ ΜΗΝΑ ΤΟ ΠΡΩΤΟ ΕΤΟΣ												
	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ.	ΝΟΕ	ΔΕΚ
Δόσεις δανείων	200€	200€	200€	200€	200€	200€	200€	200€	200€	200€	200€	200€
Έλεγχος παιχνιδιών(ΕΛΟ)	100 0€	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Διαμόρφωση κτιρίου	200 0€	-	500	-	500	-	-	-	500	-	-	1000
Ελαιοχρωματισμ	150 0€	500	-	500	-	-	-	-	-	-	-	-
Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις	100 0€	-	-	-	-	500	-	-	-	-	-	-
γυψοσανίδες	100 0€	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Διαμόρφωση εξωτερικού χώρου	200 0€	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Εξοπλισμός παιδότοπου	10.0 00€						10.0 00€					9000€
Υπόλοιπος εξοπλισμός	18.0 00€	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
λογιστής	40€	40€	40€	40€	40€	40€	40€	40€	40€	40€	40€	40€
Ενοίκιο κτιρίου	150 0€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€	500€
μισθοί	14 40€	14 40€	14 40€	14 40€	14 40€	14 40€	14 40€	-	14 40€	14 40€	14 40€	14 40€
Μισθός ιδιοκτήτη	250€	250€	250€	250€	250€	250€	250€	-	250€	250€	250€	250€
Διαφήμιση	100 0€	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ΙΚΑ	-	833€	833€	833€	833€	833€	833€	833€	-	833€	833€	833€
Αναλώσιμα τηλέφωνα	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100€
Δ.Ε.Η.	25€	25€	25€	25€	25€	25€	25€	25€	25€	25€	25€	25€
Υδρευση	500€	-	750€	-	-	750€	-	-	750€	-	-	750€
ΣΥΝΟΛΟ	41.5 55€	3.7 88€	4.5 63€	3.7 88€	3.7 88€	4.5 63€	13.2 88€	1.5 98€	3.7 30€	3.2 88€	3.2 88€	14. 163€

Ο παρακάτω πίνακας μας δείχνει το μέσο όρο κόστους των αναλώσιμων προϊόντων, που θα χρειάζεται η επιχείρηση για κάθε μήνα, σε αναλογία με την προσδοκώμενη κίνηση πελατών, για την κάλυψη των αναγκών της νέας επιχείρησης.

ΕΙΔΗ	ΚΟΣΤΟΣ	1 ΕΤΟΣ	2 ΕΤΟΣ	3 ΕΤΟΣ
Καφές/προϊόντα	200€	1.200€	1.200€	1.200€
φαγητά	150€	1.800€	1.800€	1.800€
Υπηρεσίες παιδότοπ	250€	1.200€	1.200€	1.200€
ΣΥΝΟΛΟ	600€	7.200€	7.200€	7.200€
ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΞΟΔ		34.780+9.780+	34.990+9780 +	34.700+9780+
		6.000=	6.000=	6.000=
		51.760€	51.970€	51.680€

Στους παρακάτω πίνακες κάνουμε μία εκτίμηση του μέσου όρου των προσδοκώμενων εσόδων από τις επισκέψεις των πελατών και τις εκδηλώσεις γενεθλίων στο νέο μας κατάστημα, κατά την διάρκεια του πρώτου, του δεύτερου και του τρίτου έτους. Αυτή η εκτίμηση γίνεται με βάση το χώρο που διαθέτουμε και μετά από έρευνα και συζήτηση με άλλους, κλειστούς παιδότοπους, για την αγοραστική κίνηση, όσο και από την εμπειρία μας από το πρώτο κατάστημα.

Οι εκτιμήσεις είναι:

Μ.Ο. παιδιών τον μήνα :200 \* 5 χρέωση=1000€με κατανάλωση χυμό ή τοστ.

Μ.Ο. γονιών τον μήνα :350 \* 3 χρέωση=1050€με κατανάλωση τον καφέ.

Λόγω της οικονομικής κατάστασης οι εκτιμήσεις είναι αβέβαιες και στηρίζονται σε αισιόδοξα σενάρια.

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΑΙΔΟΤΟΠΟ			
	1ΕΤΟΣ	2 ΕΤΟΣ	3 ΕΤΟΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	2.240€	2.700 €	2.700€
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	2.200 €	2.800€	2.700€
ΜΑΡΤΙΟΣ	2.350€	2.500€	2.600€
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	1.950 €	2.010 €	1.900€
ΜΑΙΟΣ	1.800€	1.900€	1.800€
ΙΟΥΝΙΟΣ	1.700€	1.300 €	1.400€
ΙΟΥΛΙΟΣ	1.250€	1.100€	1.100€
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	1.460€	1.300€	1.300€
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	1.950€	1.900 €	2.300€
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	2.900€	2.850€	2.900€
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	2.900 €	2.800€	2.800€
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	2.800 €	2.800 €	2.850€
ΣΥΝΟΛΙΚΑ/ΕΤΟΣ	25.400 €	25.960 €	26.350€

Οι εκτιμήσεις γίνονται από την εμπειρία μας από το πρώτο κατάστημα. Επίσης υπάρχουν και απρόβλεπτοι περίοδοι λόγω ιώσεων.

Μ.Ο εκδηλώσεων ανά μήνα  $20 * 150€ = 3000€$

Το ποσό μίας εκδήλωσης εξαρτάται από πόσα άτομα παραβρίσκονται (γονείς και παιδιά) καθώς κι από τις παραγγελίες. Ο μέσος όρος υπολογίστηκε από μια μέση εκδήλωση.

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΓΕΝΕΘΙΩΝ			
	1 ΕΤΟΣ	2 ΕΤΟΣ	3 ΕΤΟΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	3.100€	3.500€	3.400€
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	2.700€	2.600€	2.700€
ΜΑΡΤΙΟΣ	3.250€	3.400€	2.200€
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	1.850€	1.900€	1.700€
ΜΑΙΟΣ	1.900€	1.800€	1.700€
ΙΟΥΝΙΟΣ	800€	900€	900€
ΙΟΥΛΙΟΣ	1000€	800€	800€
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	1000€	700€	800€
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	2.800€	2.700€	2.700€
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	3.300€	3.300€	3.400€
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	3.500€	3.400€	3.400€
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	3.400€	3.500€	3.500€
ΣΥΝΟΛΙΚΑ/ΕΤΟΣ	28.600€	28.500€	27.200€

**Συνολικός τζίρος των παραπάνω πινάκων :**

1 ΕΤΟΣ A+B	2 ΕΤΟΣ A+B	3 ΕΤΟΣ A+B
25.400 +28.600 =54.000€	25.960 +28.500 =54.460€	26.350+27.200 =53.550€
Μικτά κέρδη		
1 ΕΤΟΣ	2 ΕΤΟΣ	3 ΕΤΟΣ
54.000-51.760=2.240€	54.460-51.970=2.490€	53.550-51.680=1.870€

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζουμε το λειτουργικό αποτέλεσμα προ αποσβέσεων και προ φόρων.

### Αποσβέσεις

Χρησιμοποιείται η αύξουσα μέθοδος απόσβεσης. Εκτιμάται ότι ο εξοπλισμός και τα παιχνίδια θα αποσβεστούν σε περίοδο 6 ετών .

	1 έτος	2 έτος	3 έτος
ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	54.000€	54.460€	53.550€
ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	51.760€	51.970€	51.680€
ΚΕΡΔΗ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	2.240€	2.490€	1.870€
ΜΕΙΟΝ:ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	1.000€	1.000€	1.000€
ΜΕΙΟΝ Φ.Π.Α. 26%	322€	647€	486€
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	1.918€	1.843€	1.384€

Η ανάλυση νεκρού σημείου μας δίνει τη δυνατότητα να εντοπίσουμε το ύψος πωλήσεων που πρέπει να πραγματοποιήσει το νέο μας κατάστημα, ώστε να καλύψει το σύνολο των μεταβλητών και σταθερών εξόδων, μην εμφανίζοντας ούτε ζημία ούτε κέρδη.

Το νεκρό σημείο των πωλήσεων υπολογίζεται από τον τύπο:

$N.S = (\text{Σταθερά έξοδα} * \text{πωλήσεις}) / \text{μεταβλητά έξοδα}.$

	1 ΕΤΟΣ	2 ΕΤΟΣ	3 ΕΤΟΣ
ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΒΛΕΠΩΜΕΝΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	52.400€	54.460€	53.550€
ΣΥΝΟΛΟ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΕΞΟΔΩΝ	34.780€	34.390€	34.700€
ΔΙΑΦΟΡΑ ΕΞΟΔΑ	-	-	-
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	1.000€	1.000€	1.000€
ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΞΟΔΩΝ	9.780€	9.780€	9.780€
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ 26%	6.840€	9.290€	8.070€
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	14.735€	15.488€	15.092€
ΝΣΚΕ % ΕΠΙ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	28,1%	28,4%	28,2%

## ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Με την ολοκλήρωση του θεωρητικού και χρηματοοικονομικού κομματιού του επιχειρηματικού σχεδίου, ο επιχειρηματίας δημιουργώντας τον παρακάτω πίνακα SWOT επιλέγει και την στρατηγική που θέλει ν' ακολουθήσει η επιχείρησή του, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις παραμέτρους των δεδομένων (Δυνατά σημεία, αδύνατα σημεία, απειλές, ευκαιρίες) .

<b>SWOT ANALYSIS</b>	
<b>Strengths</b> (Δυνατά σημεία) <ul style="list-style-type: none"><li>· Γνωστή πρώτη επιχείρηση</li><li>· Πλήρης και ποιοτικές υπηρεσίες</li><li>· Πολύ καλές σχέσεις με προμηθευτές</li><li>· Δυνατότητα προσφορών</li></ul>	<b>Weaknesses</b> (Αδύνατα σημεία) <ul style="list-style-type: none"><li>· Υψηλό ρίσκο</li><li>· Υψηλές προσδοκίες</li></ul>
<b>Opportunities</b> (Ευκαιρίες) <ul style="list-style-type: none"><li>· Επιλογή τοποθεσίας</li><li>· Διατήρηση πελατών και απόκτηση ν</li><li>· Ολοκληρωμένες υπηρεσίες</li></ul>	<b>Threats</b> (Απειλές) <ul style="list-style-type: none"><li>· Αβέβαιο εξωτερικό περιβάλλον</li><li>· Αθέμιτος ανταγωνισμός</li></ul>



**Η στρατηγική που επιλέγει η νέα επιχείρηση να ακολουθήσει με βάση τα δεδομένα είναι η εξής:**

Η διαφημιστική καμπάνια θα γίνει σε πρώτη φάση, μέσω προσφορών, στα σχολεία της περιοχής, τους παιδικούς σταθμούς, με τη διανομή φυλλαδίων (κουπόνια, προσκλήσεις, εκδηλώσεις) και μέσω προσιτών τιμών, σε συνδυασμό με τις υπηρεσίες που διαθέτει η επιχείρηση, ώστε να δημιουργηθεί μια πελατειακή βάση από την περιοχή που βρίσκεται το κατάστημα. Κατόπιν θα ακολουθήσει η διαφήμιση σε όλη την πόλη (μέσω φυλλαδίων, διαδικτύου, τοπικά μέσα) ώστε να διευρυνθεί η βάση.

Η προώθηση των υπηρεσιών μας στους πελάτες γίνεται για τη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης μαζί τους. Παράλληλα κάνουμε προσφορές για την κάλυψη των αναγκών τους, των επιθυμιών τους και την ανάδειξη των ποιοτικών προϊόντων μας.

Τα αδύνατα σημεία μας θα μας τα υποδείξουν οι πελάτες μας, μέσα από τις σχέσεις εμπιστοσύνης που θα αναπτύξουμε. Η αντιμετώπιση των απειλών από το εξωτερικό περιβάλλον και ο αθέμιτος ανταγωνισμός θα αντιμετωπιστεί μέσω των προσφορών και των ποιοτικών υπηρεσιών που θα παρέχουμε στους πελάτες μας.

Σε πρώτη φάση, οι προσφορές θα αφορούν τους πιστούς μας πελάτες, με την παροχή εκπτώσεων στο σύνολο των επισκέψεων τους μηνιαίως και στις οικογένειες με πολλά τέκνα, άνω των τριών παιδιών, διότι ο μέσος όρος εσόδων που έχουμε υπολογίσει είναι από μια τετραμελή οικογένεια.

Η αίσθηση της ασφάλειας, της καθαριότητας και της ποιότητας είναι γι' αυτόν το κλάδο το ζητούμενο για τους πελάτες και αυτά είναι τα δυνατά σημεία της πρώτης επιχείρησης που έχουμε ώστε να μπορούμε να διαθέτουμε υψηλές προσδοκίες, για το νέο κατάστημα μας.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η σημαντικότερη παράμετρος στη φιλοσοφία μας είναι να προσπαθούμε να είμαστε η πρώτη επιλογή στις προτιμήσεις των πελατών, όταν επιλέξουν να επισκεφθούν παιδότοπο. Ο συνεχής στόχος μας είναι να δώσουμε αξία στον κάθε πελάτη ξεχωριστά και να εκπληρώσουμε τις ανάγκες και τις επιθυμίες του.

Οι υπηρεσίες μας είναι εστιασμένες στην οικογένεια, τόσο στα παιδιά (παιχνίδι, ασφάλεια, καθαριότητα) όσο και στους γονείς (καφές, φαγητό, ανάγνωση περιοδικών, παροχή wi-fi). Πρόκειται για έναν κλάδο γρήγορα αναπτυσσόμενο, με μεγάλο ανταγωνισμό, αλλά αυτό που θα κάνει βιώσιμη την επιχείρησή μας σε βάθος χρόνου είναι η εμπειρία, η φήμη, η ελαχιστοποίηση των εξόδων της και υπηρεσίες που θα κερδίσουν τον πελάτη ώστε να πετυχαίνει το στόχο της.

Δυνατό σημείο μας είναι η εμπιστοσύνη των πελατών μας και η στήριξη τους προς εμάς, διότι δίνουμε αξία στον κάθε πελάτη ξεχωριστά κι είμαστε δίπλα του σε κάθε επιθυμία του. Αυτό μας κάνει να είμαστε πιο προσεκτικοί και πιο υπεύθυνοι απέναντι τους, ως προς τις προσδοκίες τους και παράλληλα να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησής.

Η επιχείρηση στελεχώνεται από τον ιδιοκτήτη και από προσωπικό τεσσάρων ατόμων. Η επιλογή του προμηθευτή των παιχνιδιών είναι ένα σημαντικό σημείο για τον τρόπο διοίκησης της επιχείρησης και τον τρόπο λειτουργίας της, δηλαδή σε ποιο κομμάτι της αγοράς απευθύνεται.

Η επιλογή των προϊόντων είναι η ίδια με το πρώτο κατάστημα. Η ποιότητα των προϊόντων του πρώτου καταστήματος ικανοποιεί τους πελάτες, αλλά σίγουρα η προσπάθεια μας στο νέο κατάστημα είναι να προσθέσουμε και νέα προϊόντα, ώστε να γίνουμε πιο ανταγωνιστικοί. Η σχέση εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές γίνεται ολοένα πιο δυνατή, γιατί επεκτείνεται η επιχείρηση και ταυτόχρονα ενδυναμώνει η συνεργασία μαζί τους.

Το συνολικό ύψος της επένδυσης μας θα είναι στα 60.000€ η οποία αφορά τη διαμόρφωση του χώρου και την αγορά εμπορευμάτων. Η χρηματοδότηση από δανεισμό θα είναι στο ύψος των 10.000€ για 4,5 έτη και με τους τόκους θα φτάσει στα 10.863€

Βάση των προβλεπόμενων εσόδων-εξόδων ανά έτος, στα τρία πρώτα έτη, τα κέρδη της επιχείρησης θα είναι σχετικά μικρά διότι επιβαρύνεται και με το δάνειο. Μετά την αποπληρωμή του δανείου υπολογίζεται ότι τα κέρδη θα είναι αυξημένα και ο χρόνος για επιστροφή των χρημάτων της επένδυσης υπολογίζεται στα 8-10 έτη, με μέσο όρο κερδών ετησίως τα 5.000€ δηλαδή το 10% του τζίρου του καταστήματος.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ραφαηλίδης, Απ., (2012). *Υπόδειγμα Επιχειρηματικού Σχεδίου*. Σημειώσεις μαθήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού, ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης, Τμήμα Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων (νυν Διοίκησης Επιχειρήσεων).
- Πηγές από το διαδίκτυο
- Stutely, R. (2003). *Το Ιδανικό Επιχειρηματικό Σχέδιο*. Αθήνα, Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
- Τζωρτζάκης, Κ., Τζωρτζάκη, Α. και Πετρώφ, Ι. (2002). *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*. Αθήνα, Εκδόσεις Rosili.