



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διπλωματική Εργασία

Business Plan της εταιρείας Laptops

του/της

ΠΡΟΣΠΑΘΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού

διπλώματος ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Θεσσαλονίκη

Σεπτέμβριος 2014

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται το επιχειρηματικό σχέδιο της εταιρείας LAPTOPOLIS της οποίας αντικείμενα είναι :

α)εισαγωγή και πώληση (χονδρική και λιανική) ανταλλακτικών LAPTOPS, TABLETS και κινητών τηλεφώνων

β) η επισκευή LAPTOPS, TABLETS και κινητών τηλεφώνων .

Στόχος του business plan είναι αφού προηγηθεί μια ανάλυση της αγοράς, της θέσης της Laptopolis στην αγορά και οι προοπτικές της εταιρείας, να εξεταστεί το ενδεχόμενο μελλοντικής επένδυσης της εταιρείας για τη δημιουργία νέων καταστημάτων και την εισαγωγή νέων προϊόντων.

Επωνυμία εταιρείας : LAPTOPOLIS

Ταχ. Διεύθυνση : Κ.Καραμανλή 81

Ταχ. Κώδικας : 54642

Πόλη :Θεσσαλονίκη

Νομός:Θεσσαλονίκης

Τηλέφωνο: 2310901030-2310927977

Υπεύθυνος: Δήμητρης Προσπαθόπουλος

e-mail : prospa@gmail.com

1.ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....σελ. 1
2.ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....σελ. 2
3.ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....σελ. 3
4. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ.....σελ. 14
5. Η ΑΓΟΡΑ.....σελ. 19
6. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....σελ. 29
7. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ.....σελ. 33
8. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....σελ. 34
9. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ.....σελ. 41
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΗΓΗΣ.....σελ. 48

1. ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ολοένα αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου και των Η/Υ σε σχέση με την μειωμένη αγοραστική δύναμη του κοινωνικού συνόλου λόγω της οικονομικής κρίσης, αύξησε την ανάγκη επισκευής των ήδη αποκτημένων σχετικών συσκευών (Laptops, Tablets, κινητών τηλεφώνων).

Με τη σκέψη αυτή ο Προσπαθόπουλος Δημήτρης προχώρησε στη σύσταση ατομικής εταιρείας με τον διακριτικό τίτλο LAPTOPOLIS που ασχολείται με την επισκευή των παραπάνω συσκευών και την εμπορία των ανταλλακτικών τους.

Η επιχείρηση στα 4 πρώτα χρόνια λειτουργίας της, απευθύνεται κυρίως σε πελάτες χονδρικής και λιγότερο σε πελάτες λιανικής, με μελλοντικό σκοπό να αποκτήσει μεγαλύτερο μερίδιο στη λιανική.

Στο business plan αυτό θα γίνει αρχικά μια ανάλυση της εταιρίας πως δηλαδή δημιουργήθηκε η ιδέα και τα πρώτα βήματά της.

Στη συνέχεια, θα γίνει ανάλυση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει καθώς και του δικτύου διανομής που χρησιμοποιεί μαζί με τις δυσκολίες που αντιμετώπισε σε θέματα πακεταρίσματος.

Ακολουθεί μια ανάλυση του οργανογράμματος της εταιρίας, μαζί με τις αρμοδιότητες και τις απαιτήσεις της κάθε θέσης όπως επίσης και με τα χαρακτηριστικά των ατόμων που τελικά επιλέχθηκαν να τις στελεχώσουν.

Έπειτα γίνεται μια παρουσίαση της αγοράς και του ανταγωνισμού, της θέσης της εταιρίας στην αγορά και τα πλεονεκτήματα/μειονεκτήματά της έναντι του ανταγωνισμού αλλά και οι κινήσεις προώθησης που έχει κάνει η εταιρία.

Τέλος, αφού γίνει μια αναφορά στον επαγγελματικό χώρο που διάλεξε η εταιρία και γιατί, θα ακολουθήσει μια χρηματοοικονομική ανάλυση της εταιρίας.

Όλα αυτά θα οδηγήσουν στις μελλοντικές επενδύσεις της εταιρίας και κατά πόσο είναι αυτές συμφέρουσες.

2. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η επιχείρηση είναι ατομική με ιδιοκτήτη τον υποφαινόμενο.

Η έναρξή της στο όνομα του Δημήτρη Προσπαθόπουλου έγινε την 1-6-2012.

Η δραστηριότητα της εισαγωγής και εμπορίας των οθονών Laptops μέχρι τότε είχε ασκηθεί μέσω της οικογενειακής επιχείρησης εμπορίας και επισκευής Η/Υ με έδρα την Δράμα και για το χρονικό διάστημα από την 1-1-2011 μέχρι την 31-5-2012 λειτούργησε σε δοκιμαστικό επίπεδο στην πόλη της Θεσσαλονίκης χωρίς επαγγελματική στέγη από το σπίτι του ιδιοκτήτη .

Από αυτή τη δοκιμαστική περίοδο, διαπιστώθηκε η δυνατότητα διεύρυνσης και επέκτασης της εμπορίας και σε άλλα ανταλλακτικά προϊόντα. Έτσι προστέθηκαν σταδιακά τα τροφοδοτικά, οι μπαταρίες και μετέπειτα όλη η υπόλοιπη γκάμα ανταλλακτικών laptops, tablets και κινητών τηλεφώνων.

Η δραστηριότητα που αφορά την επισκευή των Laptops και λοιπών ηλεκτρονικών συσκευών, ασκείται από το έτος 2007 μέσω της οικογενειακής επιχείρησης που εδρεύει σε επαρχιακή πόλη με πελάτες απ όλη την Ελλάδα .

Η εμπειρία που αποκτήθηκε όλα αυτά τα χρόνια μαζί με τη διαπίστωση ότι η αγορά στην πόλη της Θεσσαλονίκης ως μεγαλύτερο αστικό κέντρο παρέχει καλύτερες δυνατότητες και ευκαιρίες, ήταν οι λόγοι για τους οποίους μεταφέρθηκε και προστέθηκε και η δραστηριότητα του service .

Όραμα της εταιρείας

Όραμα της εταιρείας είναι η ευρύτερη καθιέρωσή της στο χώρο του Service και της εμπορίας ανταλλακτικών για Laptops μέσω της

α) ταχύτητας εξυπηρέτησης

β) της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών αλλά και

γ) η επέκταση και στο χώρο των Tablets και κινητών τηλεφώνων.

Στόχος της εταιρείας

Βασικός της στόχος είναι να παραμείνει μια υγιής και επιτυχημένη εταιρεία με σταθερούς πελάτες και η αύξηση του πελατολογίου και των ετήσιων πωλήσεων , χωρίς να μειωθεί η ποιότητα και ταχύτητα εξυπηρέτησης των πωλήσεων.

Σκοπός της εταιρείας

Σκοπός της εταιρείας είναι η δημιουργία ισχυρού brand πανελλαδικά, που θα αυξήσει τις πωλήσεις λιανικής, μέσω της δημιουργίας νέων υποκαταστημάτων αλλά και η είσοδος της σε νέες αγορές μέσω της ενασχόλησής της με νέα προϊόντα.

3. ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Όπως προαναφέρθηκε η επιχείρηση δραστηριοποιείται :

- Στις πωλήσεις (χονδρική- λιανική) ανταλλακτικών Laptops, Tablets και κινητών τηλεφώνων
- Στην επισκευή – service όλων των παραπάνω

3.1 Ανταλλακτικά

Οθόνες για Laptops

Επειδή οι οθόνες για Laptops ήταν το πρώτο ανταλλακτικό στην εμπορία του οποίου δραστηριοποιήθηκε η επιχείρηση, η εμπειρία στο είδος αυτό είναι μεγαλύτερη από οποιοδήποτε άλλο. Είναι ένα από τα βασικά προϊόντα της με 40% του συνολικού τζίρου της. Υπάρχει σε stock το 95% των οθονών που κυκλοφορούν, μόνιμα διαθέσιμες στο κατάστημα. Η χρόνια εμπειρία της, της επιτρέπει να δίνει λύσεις εκεί που άλλοι αδυνατούν με διάφορες "πατέντες" και αυτοσχέδια κυκλώματα.

Στο θέμα των τιμών, παρά τον έντονο ανταγωνισμό στο συγκεκριμένο προϊόν, προσπαθεί να διατηρεί τις χαμηλότερες τιμές της αγοράς, στην οποία είναι leader.

Τροφοδοτικά για laptops

Είναι το δεύτερο προϊόν έντονης δραστηριοποίησης της επιχείρησης. Βασικό χαρακτηριστικό τους έναντι του ανταγωνισμού είναι η γνησιότητά τους. Στο συγκεκριμένο είδος έχει ιδιαίτερη σημασία λόγω της ποιότητας κατασκευής που συνεπάγεται μεγαλύτερη διάρκεια ζωής καθώς οι επιστροφές-ελαττωματικά προϊόντα στο συγκεκριμένο είδος είναι της τάξεως του 4% έναντι του 20-30% που είναι το αντίστοιχο ποσοστό για τα μη γνήσια τροφοδοτικά. Επίσης η αυθεντικότητά τους οδηγεί σε μεγαλύτερη ικανοποίηση του καταναλωτή λόγω της αγοράς επώνυμου προϊόντος.

Τα χαρακτηριστικά αυτά δίνουν τη δυνατότητα στους συνεργάτες/πελάτες της επιχείρησης να δουλεύουν το προϊόν αυτό με υψηλή κερδοφορία της τάξης του 80%, που είναι απόρροια των υψηλών τιμών των ίδιων των αντιπροσωπιών (HP, TOSCHIBA, SONY κ.λ.π.) Αυτό σε συνδυασμό με το ότι δεν απαιτούνται ιδιαίτερες γνώσεις για την πώλησή τους, το καθιστά δελεαστικό στους πελάτες.

Πληκτρολόγια

Η Laptropolis είναι ίσως τη μοναδική εταιρεία πανελλαδικά που έχει ετοιμοπαράδοτα όλα τα πληκτρολόγια για όλα τα Laptops. Το κλειδί στην επιτυχία αυτού του εγχειρήματος είναι η πολυετής εμπειρία της, που της επέτρεψε να δημιουργήσει μια λίστα συμβατότητας, με αποτέλεσμα να καλύπτει όλα τα μοντέλα των Laptops της ελληνικής αγοράς που ανέρχονται σε 40.000 περίπου με 150 πληκτρολόγια.

Τα πληκτρολόγια σαν κομμάτι ενός laptop είναι από τα πιο εύθικτα καθώς είναι το κομμάτι με το οποίο έρχεται σε άμεση επαφή ο χρήστης. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να υπάρχει ανάγκη για μεγάλο αριθμό ανταλλακτικών που για την ώρα δε μπορεί να καλύψει ο ανταγωνισμός.

Τέλος η Laptropolis είναι η πρώτη και μονάδικη εταιρεία που αφού ήρθε σε επικοινωνία με εργοστάσια στο Χονγκ Κονγκ κατασκεύασε δικά της πληκτρολόγια με ελληνικούς χαρακτήρες για τα διαδεδομένα μοντέλα laptop με σκοπό ακόμη και αν μπει ο ανταγωνισμός στο συγκεκριμένο κομμάτι να έχει πλεονέκτημα.

Μικροανταλλακτικά για Laptops

Στις αρχές του έτους 2013 , η επιχείρηση σύναψε σχέσεις συνεργασίας με την αγγλική εταιρεία PCFX , που είναι η μεγαλύτερη εταιρεία για Laptop στην Ευρώπη. Οι σχέσεις αυτές προέβλεψαν την αποστολή με τη μορφή παρακαταθήκης μιας πλήρους σειράς όλων των ανταλλακτικών για Laptops.

Μ αυτό τον τρόπο δόθηκε στη Laptropolis η δυνατότητα δημιουργίας stock σε προϊόντα που δεν υπήρχαν μέχρι τότε στην Ελλάδα. Τα προϊόντα αυτά είναι οι καλωδιότητες, inverter, μεντεσέδες, DC Jack και μπαταρίες και είναι απαραίτητα σε κάθε κατάσταση που ασχολείται με επισκευές .

Η τοποθέτησή τους είναι σχετικά εύκολη και δεν απαιτούνται ιδιαίτερες γνώσεις. Η κερδοφορία των συνεργατών/πελατών συνήθως κυμαίνεται απο 100 - 500 % καθώς σ αυτήν συμπεριλαμβάνεται και η παροχή υπηρεσιών.

Ανταλλακτικά tablets και κινητά τηλέφωνα

Τα τελευταία δύο χρόνια έχει παρατηρηθεί μια μεγάλη αύξηση στις πωλήσεις tablets στην Ελλάδα, σε βαθμό που ξεπέρασαν τις αντίστοιχες των Laptops. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την ήδη μεγάλη αγορά smart phones οδήγησε την επιχείρηση στην απόφαση να ασχοληθεί με τα ανταλλακτικά τους. Η διακίνηση των ανταλλακτικών αυτών αντιμετωπίζει δυσκολία λόγω της ύπαρξης πολλών κινέζικων no-name tablets που φθάνουν σχεδόν το 60% στο σύνολο των tablets πανελλαδικά. Εκτός αυτού η αξία των ανταλλακτικών αυτών είναι πολύ υψηλή σχεδόν στο ύψος της αξίας ενός tablet (60-130 ευρώ), γεγονός που επίσης δυσκολεύει την πώλησή τους

Για το λόγο αυτό η Laptopolis επέλεξε να δημιουργήσει ένα μικρό stock αυτού του είδους ανταλλακτικών, όπως screen, digitizer, βύσμα τροφοδοσίας για τα πιο διαδεδομένα απ αυτά που είναι οι σειρές iPad και Galaxy Note, ώστε να μπορέσει να προσφέρει λύσεις σ αυτόν τον τομέα.

Με τον ίδιο ακριβώς τρόπο κινήθηκε και στον χώρο των κινητών τηλεφώνων, δημιουργώντας αποθήκη stock για τις σειρές iPhone, Samsung, Galaxy, Nokia Lumia και HTC.

Όλα τα προϊόντα εισάγονται απο Αγγλία, Κίνα και Εσθονία και διαθέτουν τα εξής πλεονεκτήματα :

α)Χαμηλή τιμή

β)Γνησιότητα - αυθεντικότητα

γ)Ετομοπαράδοτα

δ) Μεγάλη γκάμα

ε)Ετήσια εγγύηση

3.2 Επισκευή - service

Η επισκευή PC, Laptops ,Tablets και κινητών περιλαμβάνει:

α)Επισκευή μητρικής απο βραχυκύκλωμα

β)Reflow VGA

γ)Reballing VGA

δ)Επισκευή Bios συσκευής

ε)Αλλαγή βύσματος τροφοδοσίας

Η διαδικασία παροχής service σε άλλα καταστήματα περιλαμβάνει τα εξής βήματα :

- 1.Παραλαβή μηχανήματος
- 2.Καταχώρηση serial number μηχανήματος στο ERP
- 3.Επισκευή μηχανήματος
- 4.Testing
5. Αποστολή

Σε καθένα από αυτά τα βήματα ενημερώνεται η βάση του ERP της εταιρείας και αποστέλλονται αυτόματα e-mail στον πελάτη, ώστε να έχει μια συνεχή ενημέρωση για την πορεία επισκευής.

Η ιδιαιτερότητα της Laptopolis σε σχέση με άλλες εταιρείες του χώρου είναι ότι δεν κάνει και κατ' επέκταση δεν χρεώνει έλεγχο-διάγνωση του μηχανήματος. Αντιθέτως , έχει προσυμφωνήσει με τους πελάτες για ένα μέγιστο κόστος επισκευής. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, οι τεχνικοί της εταιρείας να εργάζονται χωρίς καθυστερήσεις, γιατί αποφεύγονται περιττά τηλεφωνήματα με τους πελάτες χονδρικής που κι αυτοί με τη σειρά τους θα έπρεπε ν επικοινωνήσουν με τον τελικό καταναλωτή.

Στις περιπτώσεις μη δυνατότητας επισκευής του μηχανήματος ή άρνησης εκ μέρους του πελάτη για την επισκευή επειδή το κόστος επισκευής ξεπερνά το μέγιστο συμφωνηθέν, η εταιρεία δεν χρεώνει τον πελάτη. Αποτέλεσμα αυτού είναι να μη διστάζουν οι πελάτες να στείλουν κάποιο Laptop για επισκευή γιατί θεωρείται "νεκρό", καθώς δεν έχουν να χάσουν κάτι.

Ο χρόνος επισκευής ενός Laptop είναι από τους χαμηλότερους στην αγορά και κυμαίνεται από 2 - 4 ημέρες.

Η δυναμική της επιχείρησης όσον αφορά το service , οφείλεται στην 30ετή εμπειρία του υπεύθυνου του τμήματος επισκευών και στον τρόπο μετάδοσής της στους υπόλοιπους τεχνικούς μέσω τρίμηνης εκπαίδευσης στην αρχή της πρόσληψής τους και στην καθημερινή ενημέρωσή τους.

Σε οποιοδήποτε service , η εμπειρία είναι ο πλέον σημαντικός τρόπος αντιμετώπισης μιας επισκευής και δεν αποκτάται μέσω της φοίτησης σε κάποια σχολή ή ακολουθώντας τις οδηγίες κάποιου εγχειριδίου παρά μόνο στην πράξη. Επειδή η τεχνολογία συνεχώς προχωρά, κλειδί στην επιτυχία του τμήματος service είναι και η διαρκής έρευνα μέσω διαδικτύου για εξεύρεση νέων μεθόδων και εργαλείων από το υπεύθυνο του τμήματος.

Βάση αυτής της εμπειρίας η εταιρεία έχει συνειδητοποιήσει ότι κλειδί στη συνεργασία της με τους πελάτες σε αυτό το κομμάτι αποτελεί η επικοινωνία. Εξαιτίας του γεγονότος ότι υπάρχει έντονη ημιμάθεια ακόμη και από τους τεχνικούς των καταστημάτων σε σχέση με τις επισκευές μητρικών έχει παρατηρηθεί ότι συχνά συμβαίνουν παρεξηγήσεις μεταξύ των καταστημάτων, των πελατών και εταιριών σαν τη Laptopolis. Ο μόνος τρόπος να αποφευχθούν είναι η διαρκής και ειλικρινής επικοινωνία τόσο για την πορεία επισκευής ενός laptop όσο και για το είδος επισκευής που έγινε.

3.3 ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Συσκευασία

Ένα από τα πρώτα προβλήματα που αντιμετώπισε η εταιρεία λόγω της φύσης και ευαισθησίας των προϊόντων, ήταν η διασφάλιση της προστασίας τους κατά την αποστολή τους με το χαμηλότερο κόστος.

Η συσκευασία που προτιμήθηκε για την επίτευξη του παραπάνω στόχου, ήταν ένα 3φυλλο χαρτόκουτο σε συνδυασμό με ένα υλικό πλαστικό την φούσκα προστασίας aeroplast.



Όπως ήταν φυσικό, αρχικά λόγω του μεγάλου αριθμού των αποστολών αλλά και της έλλειψης γνώσης στο συγκεκριμένο τομέα, δεν επιτεύχθηκαν οι βέλτιστες τιμές.

Σήμερα το κόστος κάθε συσκευασίας έχει ελαττωθεί από 0,80 ευρώ +ΦΠΑ που ήταν αρχικά , στην τιμή των 0,39 ευρώ + ΦΠΑ, δηλ. κατά 48,7 % της αρχικής τιμής.

Επιπλέον, παρά το χαμηλότερο κόστος της συσκευασίας, έχει βελτιωθεί η ποιότητά της, ενώ έχει προστεθεί και το λογότυπο της εταιρείας , τόσο στα χαρτόκουτα όσο και στην ταινία συσκευασίας. Το γεγονός αυτό ανεβάζει το prestige και βελτιώνει το brand της εταιρείας, στοιχείο που δεν χρησιμοποιείται από τον ανταγωνισμό.

Τρόπος διακίνησης προϊόντων πανελλαδικά

Όσον αφορά τη διακίνηση των προϊόντων πανελλαδικά, η εταιρεία δεν έχει καινοτομήσει καθώς ο συγκεκριμένος τομέας έχει σχέση με τις ελληνικές μεταφορικές εταιρείες courier, οι οποίες λειτουργούν με πολύ συγκεκριμένους τρόπους που δεν επιδέχονται αλλαγές.

Αυτό που επιτεύχθηκε με την πάροδο του χρόνου και την αύξηση του αριθμού των αποστολών, είναι η μείωση του κόστους ανά αποστολή.

Λειτουργεί με το σύστημα της αντικαταβολής και όπως προαναφέρθηκε η αποστολή ολοκληρώνεται εντός 24ώρου στην ηπειρωτική Ελλάδα και εντός 48ώρου στη νησιωτική. Είναι σημαντικό να τονισθεί ότι είναι απαραίτητος ο καθημερινός έλεγχος της απόδοσης των αντικαταβολών, γιατί λόγω της αποκλειστικής χρήσης του συστήματος αντικαταβολών και του μεγάλου αριθμού ημερησίων αποστολών (από 40 έως 80), καθώς στο παρελθόν σε τυχαίο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε από την εταιρεία, διαπιστώθηκαν μεγάλες αποκλίσεις.

Οι μεταφορικές εταιρείες courier που έχει συνεργασία η Lartopolis είναι ιδιωτικές και είναι η Γενική Ταχυδρομική και η ACS. Το δίκτυο εξυπηρέτησής του καλύπτει όλη την Ελλάδα ακόμη και τις δυσπρόσιτες περιοχές στις οποίες χρησιμοποιείται η Γενική Ταχυδρομική λόγω χαμηλότερων χρεώσεων.



Εισαγωγή των προϊόντων

Ο συγκεκριμένος τομέας αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα της εταιρείας έναντι του ανταγωνισμού. Η εξασφάλιση ενός επαρκούς stock και η ταχύτητα αναπλήρωσής του,

αποτελούν ουσιαστικά τη βάση της και για τον λόγο αυτό έχει επενδυθεί χρήμα πάνω σ αυτό και αναλωθεί χρόνος.

Ο τομέας αυτός βασίζεται σε δύο υποτομείς

- προμηθευτές
- μέθοδοι εισαγωγής

Προμηθευτές

Η βάση της σωστής και άμεσης εισαγωγής ανταλλακτικών είναι η εξασφάλιση αξιόπιστων και άμεσα προσβάσιμων προμηθευτών. Αυτό που προσπαθεί η εταιρεία να προσφέρει στους δικούς της πελάτες είναι αυτό που ουσιαστικά απαιτεί από τους προμηθευτές της στο εξωτερικό. Πιο συγκεκριμένα οι απαιτήσεις της από έναν προμηθευτή είναι :

- ανταγωνιστικές τιμές

Τα ανταλλακτικά για Laptop είναι πολύ διαδεδομένα παγκοσμίως, με αποτέλεσμα τον έντονο ανταγωνισμό αλλά και τη δυνατότητα διεκδίκησης από την εταιρεία χαμηλών τιμών με αποτέλεσμα να γίνεται ανταγωνιστικότερη πανελλαδικά

- μεγάλο και πλήρες stock

Λόγω του μεγέθους των παραγγελιών σε ανταλλακτικά της εταιρείας , πρέπει ο κάθε προμηθευτής να είναι εταιρεία κύρους και όχι κάποιο μικρό κατάστημα e-bay, για να μπορεί να καλύπτει τις απαιτήσεις για άμεση αποστολή. Με τον ίδιο τρόπο που η εταιρεία προσπαθεί να προσφέρει την ολοκληρωμένη λύση, έτσι επιθυμεί να βρίσκει μια σειρά τουλάχιστον προϊόντων από κάθε προμηθευτή. Το γεγονός αυτό τη διευκολύνει σε τεράστιο βαθμό κατά τις παραγγελίες από τον εκάστοτε προμηθευτή επιτρέποντάς της να ρυθμίζει το βάρος, τις διαστάσεις και τις ποσότητες της κάθε παραγγελίας.

- άμεση προσέγγιση

Επειδή είναι σημαντική η άμεση επαφή με τον εκάστοτε προμηθευτή και η άμεση απάντησή του σε κάθε request της Laptropolis ,(αν λάβουμε υπόψη και τη διαφορά της ώρας από τη χώρα του κάθε προμηθευτή) , αποφασίστηκε η χρήση skype και όχι η χρήση e-mail'.

Για την ανεύρεση προμηθευτών που καλύπτουν όλα τα παραπάνω, ο υπεύθυνος της εταιρείας έχει ταξιδέψει σε Αγγλία, Γερμανία και Ιταλία, προκειμένου να γνωρίσει τον κάθε προμηθευτή σε προσωπικό επίπεδο.

Σημαντική είναι η εξασφάλιση διαφορετικών προμηθευτών για τις διάφορες κατηγορίες ανταλλακτικών , γιατί είναι πρακτικά ανέφικτο ένας προμηθευτικής να συγκεντρώνει όλη τη γκάμα των ανταλλακτικών.

Επίσης ανάλογα με το είδος του ανταλλακτικού και τη συχνότητα κατανάλωσής του, απαιτείται διαφορετικό stock . Π.χ. πρέπει να υπάρχουν διαθέσιμες ανα πάσα στιγμή τουλάχιστον 50 οθόνες μεγέθους 15,6 LED, γιατί λόγω της μεγάλης ζήτησής τους και του μεγάλου ανταγωνισμού πανελλαδικά, ο πελάτης δεν θέλει να περιμένει και απαιτεί ετοιμοπαράδοτη την οθόνη. Ενώ σε ένα fan για Laptop υπάρχει διάθεση για αναμονή.

Επιπλέον η διαφορετική ζήτηση από προϊόν σε προϊόν, δημιουργεί την ανάγκη και δίνει τη δυνατότητα εισαγωγών από Κίνα, με καλύτερες τιμές λόγω απουσίας μεσαζόντων.

Οι παραγγελίες που γίνονται κατά προϊόν έχουν τον χαρακτήρα :

- **Μεγάλου αριθμού οθονών και τροφοδοτικών για Laptop απευθείας από Κίνα.** Ενδεικτικά κάθε παραγγελία που εκτελείται ανα 2-3 μήνες περιλαμβάνει περίπου 1000 οθόνες και 1000 τροφοδοτικά. Γίνεται με TNT economy και παράδοση εντός 10 ημερών.
- **Μεσαίος αριθμός ηλεκτρολογίων και μπαταριών** από Αγγλία 2 φορές τη βδομάδα (η ποσότητα εξαρτάται από τη ζήτησή τους) με TNT express και παράδοση την επομένη μέρα της παραγγελίας.

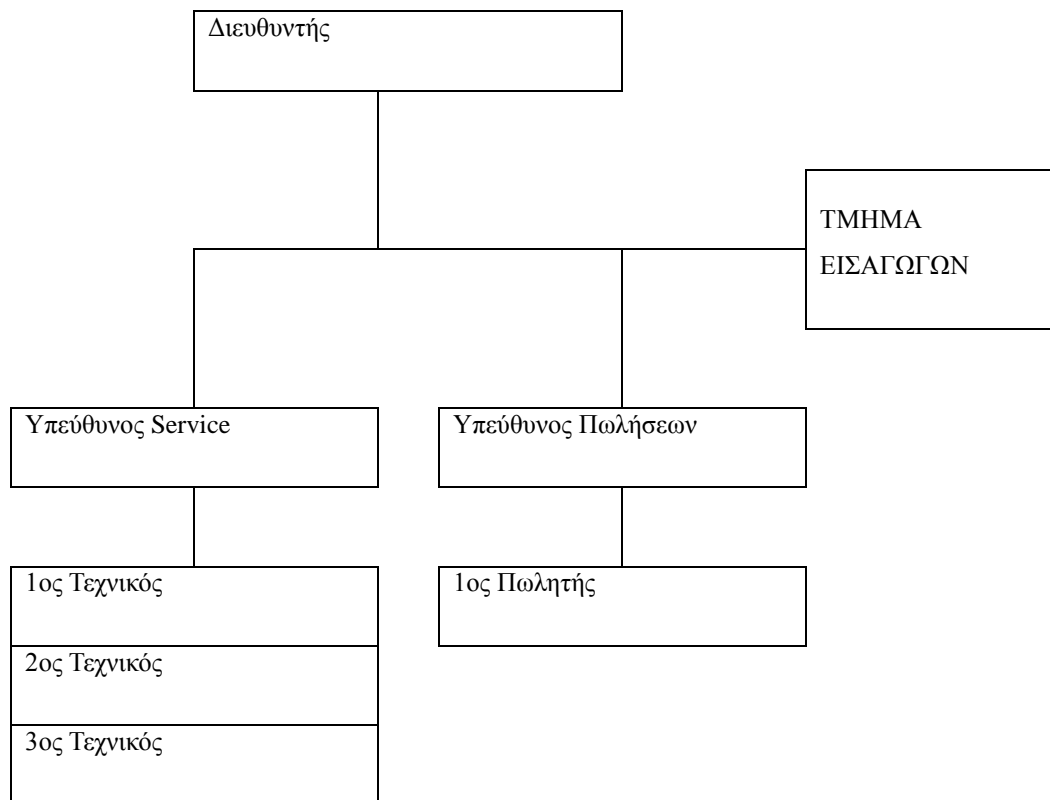
- **Κάθε 2 βδομάδες μικροανταλλακτικών** για όπως fan, DC Jack, inverter, καλωδιωταινίες από Γερμανία για αναπλήρωση stock. Η παραγγελία αυτή γίνεται με TNT express και παράδοση την επόμενη μέρα της παραγγελίας.
- **Μια φορά τη βδομάδα , μικροανταλλακτικών για κινητά και tablets**, από Ιταλία με TNT express και παράδοση την επόμενη μέρα της παραγγελίας.

Η επιλογή αυτού του τρόπου παραγγελιών, έγινε προκειμένου να ελαχιστοποιηθεί το κόστος μεταφορικών των εισαγωγών που εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από το βάρος της κάθε παραγγελίας και που ακόμη και τώρα παραμένει υψηλό (2000 ευρώ/μήνα) . Για τον λόγο αυτό γίνεται και η διάκριση ανάμεσα στις υπηρεσίες TNT economy και TNT express.

Για να μπορεί η Lartopolis να διαπραγματεύεται η ίδια τις τιμές και να έρχεται σε επαφή με μια από τις μεγαλύτερες μεταφορικές εταιρείες παγκοσμίως, έχει δικό της λογαριασμό στην TNT.

4.ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

4.1 ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ



Διευθυντής Εταιρείας

Περιγραφή Θέσης:

Οι αρμοδιότητες του ιδιοκτήτη-διευθυντή της εταιρίας:

- 1.Την επικοινωνία με τις προμηθεύτριες εταιρείες του εξωτερικού
- 2.Την παρακολούθηση παραλαβής των εισαγομένων προϊόντων

3.Την παρακολούθηση του πελατολογίου δηλ. την συνέχιση της συνεργασίας με το υπάρχον καθώς και την επέκτασή του με τηλεφωνική ενημέρωση

4.Τον τελικό έλεγχο των επισκευών

5.Γενική εποπτεία της εταιρείας

6.Τη διαρκή έρευνα για εύρεση νέων προϊόντων και προμηθευτών

Απαιτούμενα Χαρακτηριστικά:

- Άριστη Γνώση Αγγλικών για να επικοινωνεί με τους προμηθευτές στο εξωτερικό.
- Οικονομικές γνώσεις για να μπορεί να έχει μια γενικότερη εποπτεία των οικονομικών/λογιστικών της εταιρίας αλλά και για να μπορεί να ορίζει τη τιμολογιακή πολιτική της εταιρίας.
- Ανώτερο επίπεδο μόρφωσης ώστε να μπορεί να παίρνει τις βέλτιστες αποφάσεις με το μικρότερο δυνατό ρίσκο
- Γνώσεις πάνω στην αρχιτεκτονική και τη λειτουργία των Υπολογιστών.

Θέση αυτή στελεχώθηκε από τον Προσπαθόπουλο Δημήτριο που είναι πτυχιούχος του τμήματος Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Μηχανικών Ηλεκτρονικών Υπολογιστών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου και μεταπτυχιακές σπουδές στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας στο τμήμα Διοίκησης επιχειρήσεων. Είναι κάτοχος πτυχίου Proficiency και έχει προϋπηρεσία στο χώρο των πωλήσεων έχοντας δουλέψει σε τηλεφωνικά κέντρα πωλήσεων του ΟΤΕ και της HOL και οι γνώσεις του πάνω στην αρχιτεκτονική και τη λειτουργία των Ηλεκτρονικών Υπολογιστών προέρχονται τόσο από το πτυχίο του όσο και από την ενασχόληση του στο χώρο από μικρή ηλικία στο μαγαζί της οικογένειάς του.

Υπεύθυνος Service

Περιγραφή Θέσης:

Ο υπεύθυνος Service της εταιρίας ασχολείται με:

- τη γενική εποπτεία του τμήματος Service
- τον έλεγχο των μηχανημάτων πριν την αποστολή πίσω στο πελάτη
- την επικοινωνία για ενημέρωση του πελάτη
- την εκπαίδευση των τεχνικών
- τη διαρκή έρευνα για εξεύρεση νέων μεθόδων επισκευής και βελτίωση των υπάρχοντων

Απαιτούμενα Χαρακτηριστικά:

- Γνώση Αγγλικών για την έρευνα στο διαδίκτυο
- Εμπειρία και γνώσεις στο χώρο της επισκευής Ηλεκτρονικών υπολογιστών
- Ανώτερο επίπεδο μόρφωσης ώστε να μπορεί να επικοινωνεί τόσο με τους πελάτες όσο και με τους τεχνικούς

Η θέση αυτή στελεχώθηκε από τον Προσπαθόπουλο Νικόλαο που είναι πτυχιούχος του τμήματος Ανωτάτης Βιομηχανικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και κάτοχος πτυχίου Αγγλικών Lower. Έχει 30 χρόνια εμπειρία στο χώρο της πληροφορικής καθώς είχε το πρώτο μαγαζί εμπορίας ηλεκτρονικών υπολογιστών στη πόλη της Δράμας και ήταν από τους πρώτους στην Ελλάδα που ασχολήθηκε με την επισκευή φορητών υπολογιστών.

Υπεύθυνος Πωλήσεων

Περιγραφή Θέσης:

Ο υπεύθυνος πωλήσεων ασχολείται με:

1. τις τηλεφωνικές παραγγελίες και επαφές με τους πελάτες
2. την εκτέλεση των παραγγελιών προς τους πελάτες
3. την παρακολούθηση των οικονομικών και λογιστικών στοιχείων
4. την εκτέλεση παραγγελιών από τους προμηθευτές

Απαιτούμενα Χαρακτηριστικά:

- Άριστη γνώση της Αγγλικής γλώσσας
- Γνώσεις χειρισμού λογιστικών-ERP προγραμμάτων
- Οικονομικές και λογιστικές γνώσεις
- Γνώσεις για την αρχιτεκτονική και τη λειτουργία ηλεκτρονικών υπολογιστών

Η θέση αυτή στελεχώθηκε από τη Προσπαθοπούλου Νεφέλη που είναι κάτοχος του πτυχίου Εφαρμοσμένης Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και κάτοχος Proficiency. Οι γνώσεις της πάνω στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές προέρχονται τόσο από τις σπουδές της όσο και από την ενασχόληση της στο χώρο από μικρή ηλικία στο μαγαζί της οικογένειάς της.

Τεχνικοί

Περιγραφή Θέσης:

Οι τεχνικοί ασχολούνται με:

- Επισκευή laptop tablet και κινητών
- Έρευνα για εύρεση νέων μεθόδων επισκευής

Απαιτούμενα Χαρακτηριστικά:

- Στοιχειώδης γνώση Αγγλικών
- Γνώσεις ηλεκτρονικής
- Γνώσεις λειτουργίας και αρχιτεκτονικής ηλεκτρονικών υπολογιστών

Το τμήμα αυτό στελεχώθηκε από 2 άτομα με πτυχίο Ηλεκτρονικής στο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης και 1 με πτυχίο ΙΕΚ Τεχνικού Ηλεκτρονικών Υπολογιστών. Οι ηλικίες τους είναι 23-6 καθώς η εταιρία ήθελε να επενδύσει πάνω σ' αυτά τα άτομα και να τους έχει όσο το δυνατόν περισσότερο χρόνο. Έχουν εμπειρία και γνώσεις πάνω σε laptop που προέρχεται από μικρή προϋπηρεσία που έχουν σε μικρότερες εταιρίες του χώρου.

Πωλητής

Περιγραφή Θέσης:

Ο πωλητής ασχολείται με:

- Εύρεση νέων πελατών είτε τηλεφωνικά ή με επισκέψεις στο χώρο τους
- Επικοινωνία και λήψη feedback και aftersales τόσο από τους υπάρχοντες όσο και από τους νέους πελάτες
- Δημιουργία και αποστολή newsletter με τη μορφή email
- Πρόταση ιδεών στο διευθυντή για προώθηση προϊόντων
- Δίπλωμα οδήγησης

Απαιτούμενα Χαρακτηριστικά:

- Προϋπηρεσία στο χώρο των πωλήσεων.
- Γνώση της αγοράς ηλεκτρονικών υπολογιστών
- Στοιχειώδεις γνώσεις πάνω στην αρχιτεκτονικής και λειτουργία ηλεκτρονικών υπολογιστών
- Χειρισμό Photoshop για δημιουργία προωθητικού υλικού.

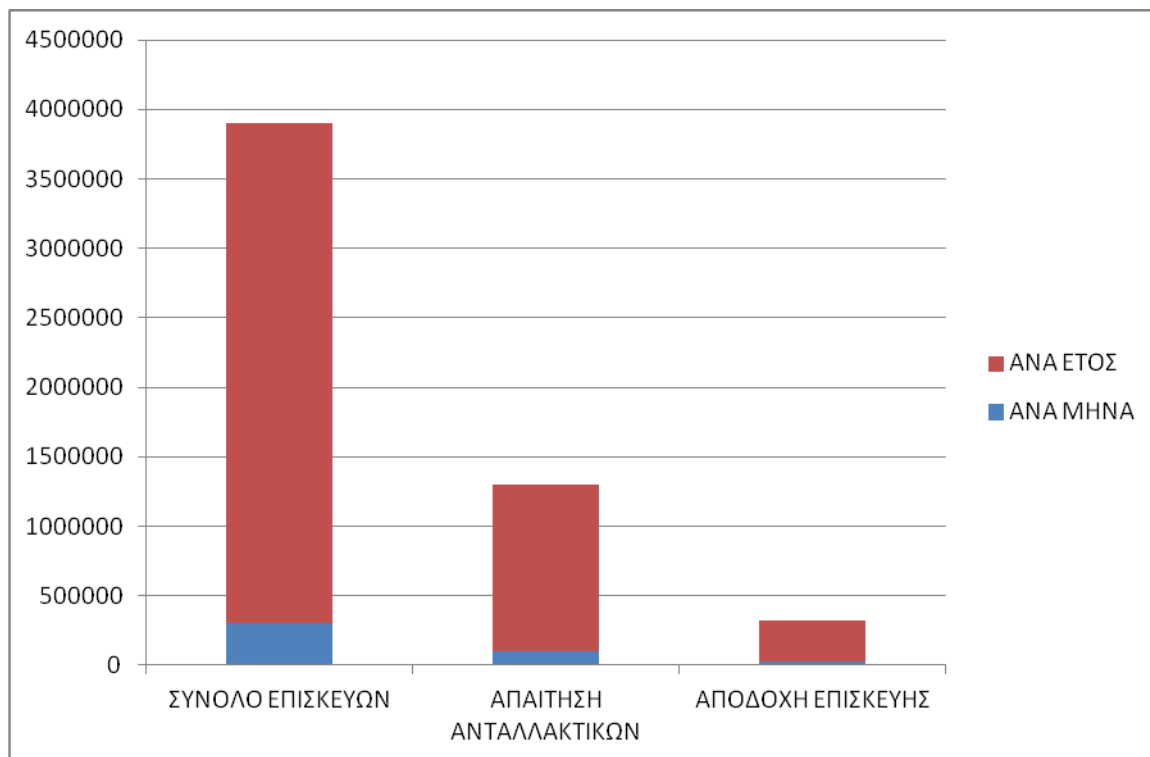
Η θέση του πωλητή καλύφθηκε από άτομο με πολυετή εμπειρία γενικότερα στο χώρο των πωλήσεων και 2 χρόνια περίπου εμπειρία σε ανταγωνιστική εταιρία.

5. Η ΑΓΟΡΑ

Το έτος 2009 βάσει στοιχείων υπήρχαν στην Ελλάδα περίπου 10.000 καταστήματα πωλήσεων Η/Υ. Κάθε κατάστημα έχει ημερησίως επισκευές κατά μέσο όρο 1 Η/Υ, δηλ. 30 επισκευές/μήνα. Το 33% των επισκευών αυτών αφορούν κάποιες που δεν μπορούν αντιμετωπισθούν στο χώρο τους, λόγω έλλειψης ανταλλακτικών ή κατάλληλων μηχανημάτων επισκευής.

Συνεπώς, μηνιαίως υπάρχει η ανάγκη για περίπου 100.000 επισκευές ή ανταλλακτικά που μπορούν να καλυφθούν μόνο από την εταιρία Laptopolis και άλλες παρεμφερείς εταιρίες.

Από αυτές οι πελάτες θα δεχθούν το κόστος των 25% περίπου συνεπώς ετησίως οι επισκευές/ανταλλακτικά που έχει ανάγκη η αγορά είναι περίπου 300.000.



5.1. Τάσεις στην αγορά

5.1.1. Ανάπτυξη προϊόντος

Για κάθε νέο Laptop, Tablet ή κινητό που κυκλοφορεί, μέσα σε 3 μήνες απο την κυκλοφορία του γίνονται διαθέσιμα τα ανταλλακτικά του. Οσον αφορά την παροχή υπηρεσιών ανακαλύπτονται διαρκώς νέοι μέθοδοι επισκευής τους καθώς και νέα προϊόντα που τη βελτιώνουν και τη διευκολύνουν .

5.1.2.Προτιμήσεις καταναλωτών

Λόγω της συνεχώς αυξανόμενης ανάγκης για χρήση του διαδικτύου μέσω των Laptops, Tablets και κινητών τηλεφώνων, οι τελικοί καταναλωτές αναζητούν άμεση εξυπηρέτηση. Η διαδεδομένη χρήση του διαδικτύου απο την άλλη δίνει τη δυνατότητα στον πελάτη να ελέγχει τις τιμές εξωτερικού , με αποτέλεσμα η χαμηλή τιμή να αποκτά βαρύτητα.

5.2.Πελατεία

Όπως προαναφέρθηκε η εταιρεία απευθύνεται σε πελάτες τόσο χονδρικής όσο και λιανικής.

5.2.1.Οφέλη προϊόντος για πελάτες χονδρικής

Οι πελάτες χονδρικής της Laptopolis είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες αυτή την εποχή που το λιανικό εμπόριο έχει μικρή κερδοφορία λόγω μειωμένου τζίρου και ποσοστού κέρδους, βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στην παροχή υπηρεσιών μέσω service.

Η Laptopolis προσφέρει σ αυτές :

- Χαμηλές τιμές ανταλλακτικών και service
- Δυνατότητα παροχής υπηρεσιών στις περιπτώσεις που δεν μπορούν να τις αναλάβουν
- Ταχύτητα εξυπηρέτησης με παράδοση την επόμενη μέρα από την παραλαβή
- Εγγύηση με άμεση αντικατάσταση ανταλλακτικών ή χρημάτων αν ζητηθεί

Το βασικό χαρακτηριστικό που προσπαθεί να προσφέρει η εταιρεία στους πελάτες χονδρικής είναι η ολοκληρωμένη λύση σε θέματα επισκευών/ανταλλακτικών για laptop/tablet/κινητά. Στο χώρο υπάρχουν ανταγωνιστικές εταιρίες που παρέχουν είτε συγκεκριμένα είδη ανταλλακτικών ή ανταλλακτικά για συγκεκριμένες μάρκες ή μόνο ανταλλακτικά ή μόνο service κ.τ.λ. Η Laptopolis προσπαθεί να δώσει λύσεις στα πάντα ώστε να διευκολύνει τους πελάτες της στο να μην έχουν μια πλειάδα προμηθευτών που ο καθένας είναι εξειδικευμένος σε συγκεκριμένα αντικείμενα.

5.2.2. Οφέλη προϊόντος για πελάτες λιανικής

Οι πελάτες λιανικής που έρχονται σε επαφή απ ευθείας με την εταιρεία, έχουν τα οφέλη αυτών της χονδρικής και επιπλέον χαμηλότερες τιμές λόγω μη μεσολάβησης τρίτων.

Η Laptopolis προσφέρει δηλαδή στους πελάτες λιανικής:

- Χαμηλές τιμές ανταλλακτικών και service
- Δυνατότητα παροχής υπηρεσιών στις περιπτώσεις που δεν μπορούν να τις αναλάβουν
- Ταχύτητα εξυπηρέτησης με παράδοση την επόμενη μέρα από την παραλαβή
- Εγγύηση με άμεση αντικατάσταση ανταλλακτικών ή χρημάτων αν ζητηθεί

5.2.3. Είδος πελατείας

Λόγω της φύσης του αντικειμένου της δεν έχει κάποια στοχευμένη κατηγορία πελατών με βάση οικονομικά - γεωγραφικά κ.λ.π. κριτήρια.

Αντιθέτως απευθύνεται πανελλαδικά σε οποιαδήποτε επιχείρηση ή ιδιώτη που έχει ανάγκη τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της.

5.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Στο χώρο δραστηριοποίησης υπάρχουν τρεις (3) κατηγορίες ανταγωνισμού :

α. E-bay

β. Μικρές επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν τους περιορισμένους διαθέσιμους πόρους για παροχή υπηρεσιών service απ' ευθείας στον τελικό καταναλωτή (λιανική) απο μόνες τους.

γ. Άλλες επιχειρήσεις με δικές τους εισαγωγές ανταλλακτικών και δραστηριότητα στη χονδρική και λιανική

5.3.1. E-bay



Λόγω της διαδεδομένης χρήσης του διαδικτύου , υπάρχει πλήθος καταναλωτών (ιδιώτες - μικρές επιχειρήσεις) που καταφεύγουν στο e-bay για την προμήθεια κάποιου ανταλλακτικού και στη συνέχεια ακολουθώντας κάποιες οδηγίες στο youtube προχωρούν μόνοι στην επισκευή.

Οι πελάτες αυτοί είναι οι δυσκολότεροι στην προσέγγιση, γιατί αποτελούν ένα κοινό που ψάχνει την χαμηλότερη τιμή και όπως είναι γνωστό οι τιμές του e-bay σε οτιδήποτε και όχι μόνο σε ανταλλακτικά laptop, tablet κ.λ.π. είναι πρακτικά ασυναγώνιστες με αυτές του ελληνικού χώρου.

Εδώ θα πρέπει να τονίσουμε ότι οι εταιρίες που έχουν ηλεκτρονικά καταστήματα στο ebay έχουν έδρα την Κίνα, τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, την Αγγλία, τη Γερμανία και την Ιταλία. Αυτό

είναι που οδηγεί σε αυτή τη διαφορά στις τιμές καθώς στο συγκεκριμένο κλάδο όπως και σε πολλούς άλλους υπάρχει διαφορά στις τιμές ανάλογα με την αγορά της κάθε χώρας.

Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Laptopolis σε σχέση με το e-bay που αποτελεί έμμεσο ανταγωνισμό είναι:

-Η ταχύτητα παράδοσης εντός 24ώρου έναντι του 7ημέρου κατά μέσον όρο της εξυπηρέτησης μέσω e-bay.

-Λόγω της φύσης των ανταλλακτικών (υπάρχουν πολλές ομοιότητες μεταξύ τους), συχνά γίνονται λάθη στον προσδιορισμό τους ή επειδή δεν δοκιμάστηκαν μπορεί να μη δουλεύουν.

Η Laptopolis επομένως έναντι του e-bay , προσφέρει τη δυνατότητα εκτός της άμεσης επικοινωνίας και επιβεβαίωσης και την άμεση αντικατάσταση του ελαττωματικού λάθους ανταλλακτικού.

- Πολλές από τις επισκευές απαιτούν ιδιαίτερη εμπειρία και τεχνογνωσία, κάτι που δεν αποκτάται μέσω ενός video στο youtube, ακόμη κι αν το ανταλλακτικό που έχει παραληφθεί είναι το κατάλληλο.

5.3.2.Μικρές επιχειρήσεις επισκευών

Οι επιχειρήσεις αυτές (οι καλύτεροι πελάτες), είναι τα διάφορα συνοικιακά μικρομάγαζα . Τα ανταλλακτικά τους τα προμηθεύονται από το e-bay (με τα προαναφερθέντα μειονεκτήματα), από την Laptopolis ή από άλλη επιχείρηση ανταγωνιστή, στην οποία θα αναφερθούμε στη συνέχεια.

Οι παραπάνω επιχειρήσεις όσον αφορά τις επισκευές, λόγω έλλειψης κατάλληλων μηχανημάτων, εμπειρίας και τεχνογνωσίας στις δύσκολες βλάβες (π.χ. επισκευή VGA), χρησιμοποιούν κάποιες αμφιλεγόμενες μεθόδους επισκευών με μικρή πιθανότητα επιτυχίας και μικρή περίοδο λειτουργίας ή τις διαβιβάζουν στην Laptopolis ή σε κάποια άλλη ανταγωνιστική εταιρεία .

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Laptopolis έναντι αυτών είναι η ποιότητα επισκευής που προκύπτει λόγω χρήσης μηχανημάτων προηγμένης τεχνολογίας, γνώσεων και εμπειρίας.

Άλλωστε η εταιρεία ενδεικτικά έχει 4.000 επισκευές/έτος μητρικής VGA, έναντι 60 περίπου περιπτώσεων που έχει κατά μέσο όρο ένα συνοικιακό κατάστημα.

5.3.3.Επιχειρήσεις εισαγωγής

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα αναφερθούν 3 περιπτώσεις ανταγωνιστών που είναι χαρακτηριστικοί στο χώρο και έχει ο καθένας τις δικές του δυνατότητες και ιδιαιτερότητες που ανάλογα αντιμετωπίζονται από την Laptopolis.

Laptopkings



Αποτελεί μια από τις παλαιότερες επιχειρήσεις ανταλλακτικών για laptop, που αρχικά δραστηριοποιούνταν στις οθόνες και στη συνέχεια πρόσθεσε στη γκάμα των ανταλλακτικών της τα τροφοδοτικά και τη δυνατότητα επισκευής μητρικών .

Λόγω της παλαιότητάς της στο χώρο έχει μεγάλο πελατολόγιο πανελλαδικά και ισχυρό brand name .

Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Laptopolis έναντι της παραπάνω είναι :

α. Μεγαλύτερη εμπειρία σε θέματα επισκευών, που μεταφράζεται σε μεγαλύτερα ποσοστά επιτυχίας

β. Μεγάλο εύρος προϊόντων που καλύπτει όλες τις επισκευές Laptops με επιπλέον ανταλλακτικά για Tablets και κινητά τηλέφωνα.

Τα πλεονεκτήματα αυτά έχουν σαν αποτέλεσμα, ενώ αρχικά η Laptopkings ήταν ο Leader της αγοράς "οδηγούσε τις τιμές", πλέον η Laptopolis θέτει τις τιμές της αγοράς.

Alfanet



Η επιχείρηση αυτή είναι η μεγαλύτερη εταιρεία ηλεκτρονικού εξοπλισμού πανελλαδικά και στα Βαλκάνια. Διαθέτει τεράστια αποθήκη ανταλλακτικών έξω από τη Θεσσαλονίκη και προσωπικό πάνω από 50 υπαλλήλους.

Ο τρόπος απόκτησης των προϊόντων της είναι από πλειστηριασμούς μέσω Leasing Τραπεζών στη ΝΑ Ασία. Λόγω αυτού του γεγονότος αποκτά μεγάλους εξοπλισμούς ολόκληρων επιχειρήσεων και δημιουργεί τεράστια γκάμα προϊόντων που διαθέτει από ανταλλακτικά υπολογιστών μέχρι γραφεία/φωτιστικά.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να είναι δύσκολη η διαχείριση όλων αυτών από τον μεγάλο αριθμό των υπαλλήλων, οπότε οι πελάτες δυσκολεύονται στην επικοινωνία με καθυστερήσεις και κατά συνέπεια κακή εξυπηρέτηση.

Επιπλέον, παρόλο που τα προϊόντα είναι φθηνότερα σε γενικές γραμμές, επειδή είναι μεταχειρισμένα (βλ. τρόπο απόκτησής τους), πιθανόν να είναι ελαττωματικά, γεγονός που δημιουργεί δυσαρέσκεια στους πελάτες.

Άλλες μικρότερες εταιρείες χονδρικής

Στο χώρο υπάρχουν πολλές μικρότερες από τις προαναφερθείσες εταιρείες, που ασχολούνται με service Laptops . Οι εταιρείες αυτές παρουσιάζουν τα ίδια μειονεκτήματα με τις μικρές εταιρείες λιανικής.

Έχουν δηλ. μικρό stock των ανταλλακτικών που "κινούνται" περισσότερο , είτε λόγω έλλειψης δυνατότητας προμήθειάς τους απο το εξωτερικό είτε προς αποφυγή ρίσκου για μεγαλύτερη επένδυση.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα , οποιοδήποτε ανταλλακτικό που δεν διαθέτουν, να το παραγγέλλουν μέσω e-bay (προφανώς για μην ενισχύσουν τους ανταγωνιστές χονδρικής), με τα πλεονεκτήματα που προαναφέρθηκαν.

5.3.4. Εμπόδια εισόδου ανταγωνιστών στην αγορά

Στον συγκεκριμένο χώρο σε αντίθεση με άλλους κλάδους, τα εμπόδια εισόδου ανταγωνιστών στην αγορά δεν είναι μόνο οικονομικά.

Για τη δημιουργία μιας τέτοιας εταιρείας δεν απαιτείται κάποιο υψηλό κεφάλαιο, γιατί τόσο στο θέμα του service όσο και στο θέμα των ανταλλακτικών απαιτείται τεχνογνωσία.

Αν υποτεθεί ότι η αναγκαία γνώση για service σε Laptop, Tablet και κινητά , αποκτηθεί μέσω διαδικτύου ή με πρόσληψη υπαλλήλων με ανάλογη προϋπηρεσία, για το κομμάτι που αφορά τα ανταλλακτικά δεν ισχύει κάτι τέτοιο.

Όπως αναφέρθηκε για τη δημιουργία ενός πλήρους και ευέλικτου stock δεν απαιτείται μόνο κεφάλαιο, αλλά και γνώση των συμβατοτήτων που υπάρχουν στα ανταλλακτικά που αποκτάται μόνο μέσω εμπειρίας.

Οι απαιτήσεις σε κεφάλαιο αφορούν περισσότερο τον τομέα του marketing , ενώ πρέπει να υπάρχει δυνατότητα επένδυσης χρόνου και κεφαλαίου για ταξίδια στο εξωτερικό με σκοπό την εξεύρεση κατάλληλων συνεργατών/προμηθευτών.

5.4 SWOT ANALYSIS

Ευκαιρίες

- Προσπάθεια αύξησης πωλήσεων λιανικής μέσω του νέου καταστήματος που έχει μεγαλύτερη προβολή και πιο εύκολη πρόσβαση.
- Αύξηση δαπανών για διαφήμιση σε social media και μέσω διανομής φυλλαδίων.
- Διαρκής αύξηση ζήτησης παροχής υπηρεσιών και ανταλλακτικών σε προϊόντα υψηλής τεχνολογίας
- Πρόσληψη για πρώτη φορά εξωτερικού πωλητή για εξεύρεση νέων συνεργαζομένων καταστημάτων στη περιοχή της Βορείου Ελλάδος μέσω τακτικών επισκέψεων του σε αυτά.

Απειλές

- Είσοδος στον κλάδο νέων επιχειρήσεων.
- Επίδραση και εξάρτηση των τιμών της εταιρείας με βάση τις συναλλαγματικές ισοτιμίες.
- Αστάθεια στην οικονομία.
- Αντιγραφή της πολιτικής προώθησης που ακολουθεί η εταιρεία από ανταγωνιστές.

Πλεονεκτήματα

- Διαρκής και σταθερή αύξηση του μεριδίου αγοράς που κατέχει η εταιρεία στο χώρο.
- Ανταγωνιστικές τιμές πώλησης.
- Εύχρηστο site της εταιρείας για αγορά μέσω internet σε σχέση με αυτά του ανταγωνισμού.
- Επεκτατική πολιτική προώθησης των προϊόντων μέσω του δυναμικού marketing
- Ανελαστική ζήτηση των προϊόντων της εταιρείας.
- Τεχνογνωσία έναντι του ανταγωνισμού που αποκτήθηκε μέσα από την εμπειρία και την έρευνα.

Μειονεκτήματα

- Διαρκής αύξηση εξόδων, δαπανών και επενδύσεων που αυξάνει το ρίσκο.
- Μεγάλη εξάρτηση από τον ανθρώπινο παράγοντα δηλαδή τις ικανότητες και τη συγκέντρωση των εργαζομένων κατά τη διάρκεια εργασίας για την αποφυγή λαθών.
- Δυσκολία εύρεσης έμπειρου και ικανού προσωπικού λόγω του ότι η είναι μια καινούρια αγορά.

6.ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

6.1 Προώθηση/διαφήμιση

Για την Laptopolis η προώθηση/διαφήμιση χωρίζεται στην λιανική και χονδρική.

Λιανική

Βασικός τρόπος προώθησης των προϊόντων σε πελάτες λιανικής είναι μέσω website της εταιρείας.

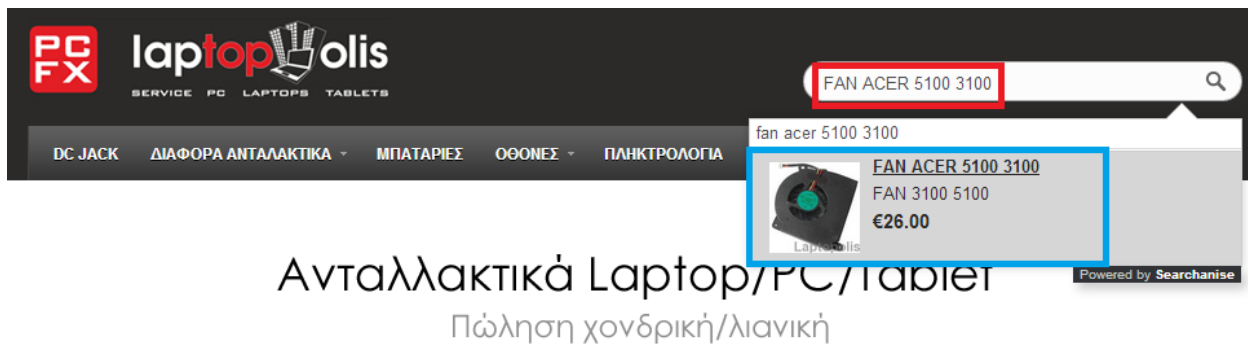
Αυτή γίνεται ως εξής :

A) Μέσω Google Adword και πληρωμή per click.

Είναι ο πιο αυτοτελής, άμεσος και εύκολος τρόπος προώθησης και αποφέρει άμεσα αποτελέσματα όταν γίνεται η σωστή επιλογή keyword τόσο στα ελληνικά όσο και στα αγγλικά.

B) Με τη διαμόρφωση του website με τέτοιο τρόπο ώστε το κάθε ανταλλακτικό να αντιστοιχεί ανεξαρτήτως συμβατοτήτων σε ένα προϊόν.

Έτσι όταν κάποιος αναζητήσει στο Google κάποιο πολύ συγκεκριμένο ανταλλακτικό π.χ.: HP Pavillion G6 Fan σταδιακά το site θα εμφανίζεται στην πρώτη σελίδα αποτελεσμάτων, λόγω έλλειψης παγκοσμίως και ειδικά στον ελλαδικό χώρο website με τόσες χιλιάδες ανταλλακτικά με τέτοια ανάλυση.



3. Μέσω διαφημίσεων σε social media και συγκεκριμένα στο Facebook.

Η εταιρεία έχει δική της σελίδα στο Facebook στην οποία γίνονται συνεχείς ενημερώσεις με προσφορές, ώστε να εμφανίζεται στο «Feedback» των «φίλων» της.

Στους πελάτες λιανικής στη Θεσσαλονίκη η Laptopolis έχει προσπαθήσει να προσεγγίσει μέσω φυλλαδίων που μοιράστηκαν σε χώρους του Πανεπιστημίου, η δε θέση του καταστήματος είναι σε περιοχή με εύκολη πρόσβαση και προβολή.

Χονδρική

Στους πελάτες χονδρικής η προώθηση γίνεται με τους παρακάτω τρόπους :

-Από κάποιον άλλο ικανοποιημένο συνεργάτη

-Μέσω Website όπως και οι πελάτες της λιανικής, με τη διαφορά ότι αν κάνουν "εγγραφή" στο Website οι τιμές θα είναι χονδρικής

-Τηλεφωνική προσέγγιση

-Προσωπική επαφή στο χώρο τους

Σε κάθε περίπτωση, μετά την πρώτη επαφή ή συνεργασία, η Laptopolis έχει Alter Sale υπηρεσίες, ώστε να βρίσκεται σε επαφή με τους πελάτες ανά τακτά διαστήματα, είτε μέσω News letters με προσφορές και νέα προϊόντα είτε μέσω προσωπικής επαφής αναζητώντας Feed back για τις υπηρεσίες που προσφέρει.

6.2.Κόστος marketing

Το Budget που διαθέτει η εταιρεία για διαφήμιση είναι της τάξης των 800 ευρώ/μήνα

- 250 ευρώ για εκτύπωση 4.000 φυλλαδίων

-150 ευρώ για τη διανομή τους

-250 ευρώ για Google Adword

-150 ευρώ για διαφήμιση στο facebook

6.3. Ανάπτυξη πελατειακών σχέσεων

Βασικός στόχος της εταιρείας είναι όπως προαναφέρθηκε, οι πελάτες κυρίως της χονδρικής να είναι πιστοί και να έχουν μακροχρόνια και σταθερή συνεργασία , καθώς οι ανάγκες τους σε ανταλλακτικά είναι σχεδόν καθημερινές.

Για το λόγο αυτό αναπτύσσει μαζί τους πελατειακές σχέσεις όπως παρακάτω:

- Quality of the site

Η ιστοσελίδα της εταιρείας μέσω της χρήσης μιας εξειδικευμένης μηχανής αναζήτησης, επιτρέπει στους πελάτες να εντοπίζουν εύκολα και γρήγορα το ανταλλακτικό που χρειάζονται μέσω φωτογραφίας του, να το συγκρίνουν με το δικό τους, να διαπιστώσουν τη διαθεσιμότητά του και απευθείας να προχωρήσουν στην παραγγελία του.

- Quality of order fulfillment and customer service

Ο πιο σημαντικός παράγοντας στη διαμόρφωση σχέσης εμπιστοσύνης με τον πελάτη, είναι η άμεση εκτέλεση της παραγγελίας και η παράδοση την επόμενη μέρα.

Αυτό διασφαλίζεται με τη συνεχή ενημέρωση των stock προϊόντων στο Web site, την καθημερινή αναπλήρωση τυχόν ελλείψεων στο stock , τις κατάλληλες συμφωνίες με τις μεταφορικές εταιρείες για τη διακίνηση (θα γίνει εκτενής αναφορά στη συνέχεια).

-Ability of the customer to reach someone

Είναι πολύ σημαντικό λόγω της φύσης των ανταλλακτικών και του service, να μπορεί να επικοινωνεί ο πελάτης με το κατάλληλο πρόσωπο, ώστε να ενημερώνεται για την πορεία κάποιας επισκευής, για τη διασταύρωση του σωστού ανταλλακτικού, για ερώτηση τιμή ή διαθεσιμότητα κάποιου προϊόντος που δεν εντόπισε στο Web site και τέλος για την αντικατάσταση τυχόν λάθους ή ελαττωματικού ανταλλακτικού.

Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της χρήσης ενός εξελιγμένου τηλεφωνικού κέντρου (Panasonic KX - TEA 308) που είναι συνδεδεμένο με το ERP πρόγραμμα που χρησιμοποιεί η εταιρεία (Altec X-Line) και δίνει τη δυνατότητα στους υπεύθυνους να παρακολουθούν τις καρτέλες των πελατών και να μεταφέρουν τις κλήσεις στον αρμόδιο.

6.3.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ERP



Αποτελεί ίσως το σημαντικότερο εργαλείο για την οργάνωση της εταιρείας.

Η σωστή τροφοδότηση με πληροφορίες του προγράμματος ERP προσφέρει τα παρακάτω :

- Ποσοστά πωλήσεων ανά περιοχή / ανταλλακτικό κ.α.
- Πληροφορίες για τη συχνότητα αγορών και του είδους αγορών κάθε πελάτη
- Ποσοστά επισκευής ανάλογα με το μοντέλο Laptop
- Ποσοστά επιστροφών
- Εμφάνιση πληροφοριών με τα στοιχεία του πελάτη σε κάθε τηλεφωνική του κλήση
- Ενημέρωση επιπέδων stock κάθε ανταλλακτικού

Για την επίτευξη των παραπάνω η εταιρεία επέλεξε τη χρήση του προγράμματος ERP X Line της ALTEC.

The screenshot shows the ALTEC XLINE ERP interface. The main window displays a table titled 'dc-jack dc-jack' with the following columns: Κωδικός, Περιγραφή, Κατηγορία, Ενεργό, Ομάδα, α/δ, α/δ, Βαθμ.κωδικός 1, .ωέ, Κωδ. εργοστασίου, Υπόλοιπα 1, and Υπόλοιπα 2. The table lists various laptop models and their corresponding charger codes and quantities.

Κωδικός	Περιγραφή	Κατηγορία	Ενεργό	Ομάδα	α/δ	α/δ	Βαθμ.κωδικός 1	.ωέ	Κωδ. εργοστασίου	Υπόλοιπα 1	Υπόλοιπα 2
DC-001	HP 19V 4.7A 1.7MM		1	CHARGER			DC-001	DC		6	0
DC-002	HP 18.5 3.5A 5.00 MM		1	CHARGER			DC-002	DC		0	0
DC-0020	HPMIN 1.58		1	CHARGER			DC-0020	DC		9	0
DC-0021	LITEON 19V 1.58		1	CHARGER			DC-0021	DC		4	0
DC-003	HP 19V 4.74A DELL CONN		1	CHARGER			DC-003	DC		73	0
DC-004	HP 18.9V 3.5A		1	CHARGER			DC-004	DC		10	0
DC-005	ACER 19V 4.74A 1.65MM		1	CHARGER			DC-005	DC		26	0
DC-006	ACER 19V 3.42A 1.65MM		1	CHARGER			DC-006	DC		14	0
DC-007	DELL PA21 19V 3.34A EEAΓ		1	CHARGER			DC-007	DC		0	0
DC-008	DELL PA3E 19V 3.34A		1	CHARGER			DC-008	DC		10	0

8.ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ

Ο χώρος στέγασης της εταιρείας πρέπει να διαθέτει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, τα οποία και τα διαθέτει.

Το γεγονός ότι απευθύνεται κυρίως σε χονδρική και συνεργάζεται καθημερινά με μεταφορικές εταιρείες, σημαίνει ότι η θέση του θα πρέπει να είναι σε τοποθεσία προσβάσιμη με εύκολη

στάθμευση (ή τουλάχιστον δυνατότητα διπλοπαρκαρίσματος). Επίσης θα πρέπει να είναι σε πολυσύχναστο δρόμο, να διαθέτει μεγάλη πρόσοψη, ώστε να μπορεί να γίνει το αντικείμενό της γνωστό στους περικόους και όχι μόνο. Τα έσοδα της λιανικής από την γύρω περιοχή μπορούν να καλύψουν τα λειτουργικά έξοδα.

Με βάση τα παραπάνω, επιλέχθηκε η οδός Κων. Καραμανλή.

Η επιφάνεια του καταστήματος πρέπει να είναι μεγάλη, για να υπάρχει δυνατότητα αποθήκευσης των προϊόντων και ευρυχωρία στον χώρο του service καθώς και του χώρου της συσκευασίας.

Η φύση της υπηρεσίας του service απαιτεί ειδικές συνθήκες φωτός, θερμοκρασίας απομόνωσης κ.λ.π. για ευχάριστη και αναπόσπαστη εργασία.

Οι απαιτήσεις για ύπαρξη τηλεφωνίας, internet, ρεύματος και νερού θεωρούνται προφανείς.

Τα έξοδα αρχικής διαμόρφωση ανήλθαν σε 4.000 ευρώ συνολικά.

Το κόστος ενοικίασης είναι 600 ευρώ/μήνα και τα πάγια μηνιαία έξοδα είναι της τάξης των 150 ευρώ για τηλεφωνία, 160 ευρώ για ρεύμα και 150 ευρώ κατά μέσον όρο για θέρμανση με φυσικό αέριο.

8. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Παρακάτω θα παραθέσουμε διάφορα χρηματοοικονομικά στοιχεία των τριών διαφορετικών φάσεων ανάπτυξης της εταιρείας μέχρι σήμερα. Αυτές χωρίζονται ως εξής:

1^η Περίοδος: 1/1/2011-6/6/2012. Την περίοδο αυτή η εταιρεία λειτουργούσε σε δοκιμαστικό στάδιο στην οικία του ιδιοκτήτη.

2^η Περίοδος: 7/6/2012-31/12/2013. Την περίοδο αυτή η εταιρεία λειτουργούσε με έδρα τη Κ.Καραμανλή 75 στο πρώτο χώρο εγκατάστασής της.

3^η Περίοδος: 1/1/2014-Σήμερα. Την περίοδο αυτή η εταιρεία λειτουργούσε με έδρα τη Κ.Καραμανλή 81 στον τωρινό χώρο εγκατάστασής της. Για ευκολία και για να είναι συγκρίσιμα τα νούμερα θα υποθέσουμε ότι και αυτή η περίοδος είναι 15μηνών.

Εξοπλισμός: Αρχικά και ενώ η εταιρεία βρισκόταν στη 1^η περίοδο ο μοναδικός εξοπλισμός που χρησιμοποιούσε ήταν ένας υπολογιστής, ένας εκτυπωτής, ένα γραφείο, ένα τηλέφωνο και εργαλεία για συσκευασία. Στη 2^η περίοδο, προστέθηκαν extra γραφεία, Η/Υ, εκτυπωτές, πάγκοι, ράφια, μηχανήματα για service Η/Υ κ.α. Κατά τη 3^η περίοδο όλα τα προηγούμενα αυξήθηκαν σε αριθμό και αναβαθμίστηκαν σε ποιότητα.

Μισθοδοσία: Στη 1^η περίοδο η εταιρεία στο κομμάτι της μισθοδοσίας είχε μόνο τα έξοδα ΤΣΜΕΔΕ του ιδιοκτήτη. Στη 2^η περίοδο προστέθηκε ένα ακόμη στέλεχος και ένας τεχνικός. Στη 3^η περίοδο προστέθηκε ένας υπεύθυνος service και 2 ακόμη τεχνικοί και ένας πωλητής.

Υπηρεσίες Τρίτων: Αφορά το κόστος λογιστή και μεταφορικών εταιριών που χρησιμοποιεί η εταιρεία. Στις πρώτες 2 περιόδους η εταιρεία συνεργαζόταν μόνο με μεταφορικές εταιρίες στον ελληνικό χώρο ενώ στη 3^η περίοδο ξεκίνησε να συνεργάζεται με μεταφορικές εταιρίες εξωτερικού για τις εισαγωγές της.

Διάφορα Λειτουργικά Έξοδα: Εδώ περιλαμβάνεται το νερό, το ρεύμα, η θέρμανση, τηλέφωνο, κινητά τηλέφωνα, υλικά συσκευασίας.

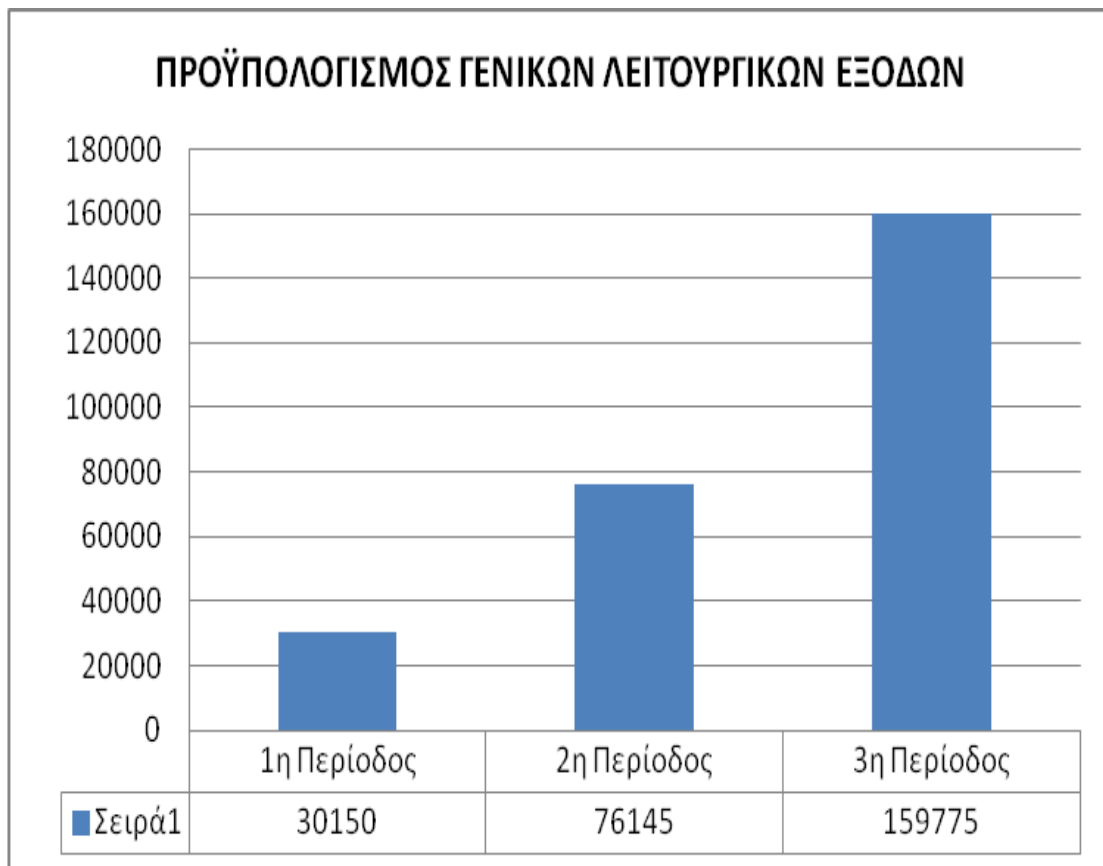
Διαφήμιση: Κατά τη πρώτη περίοδο η μόνη μορφή διαφήμισης που χρησιμοποιήθηκε ήταν τα GoogleAds. Κατά τη 2^η περίοδο αυξήθηκε το ποσό που χρησιμοποιήθηκε στα googleads και προστέθηκε διαφήμιση στη πρόσοψη του καταστήματος. Στη 3^η περίοδο αυξήθηκε η επένδυση τόσο στα googleads όσο και στη διαφήμιση στη πρόσοψη του καταστήματος ενώ προστέθηκε και η διαφήμιση μέσω φυλλαδίων και κοινωνικών δικτύων.

Έξοδα μετακινήσεων: Κατά τη 1^η και 2^η περίοδο τα έξοδα μετακίνησης ήταν η μεταφορά των προϊόντων στις courier και κάποια ταξίδια που έγιναν από τον υπεύθυνο στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Κατά τη 3^η περίοδο προστέθηκε το κόστος των μηνιαίων ταξιδιών του πωλητή.

Μεταφορικά Μέσα: Στις πρώτες 2 περιόδους η εταιρεία χρησιμοποιούσε το προσωπικό ΙΧ του ιδιοκτήτη. Κατά τη 3^η περίοδο προστέθηκε ένα επαγγελματικό ΙΧ για τον πωλητή.

--- ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ

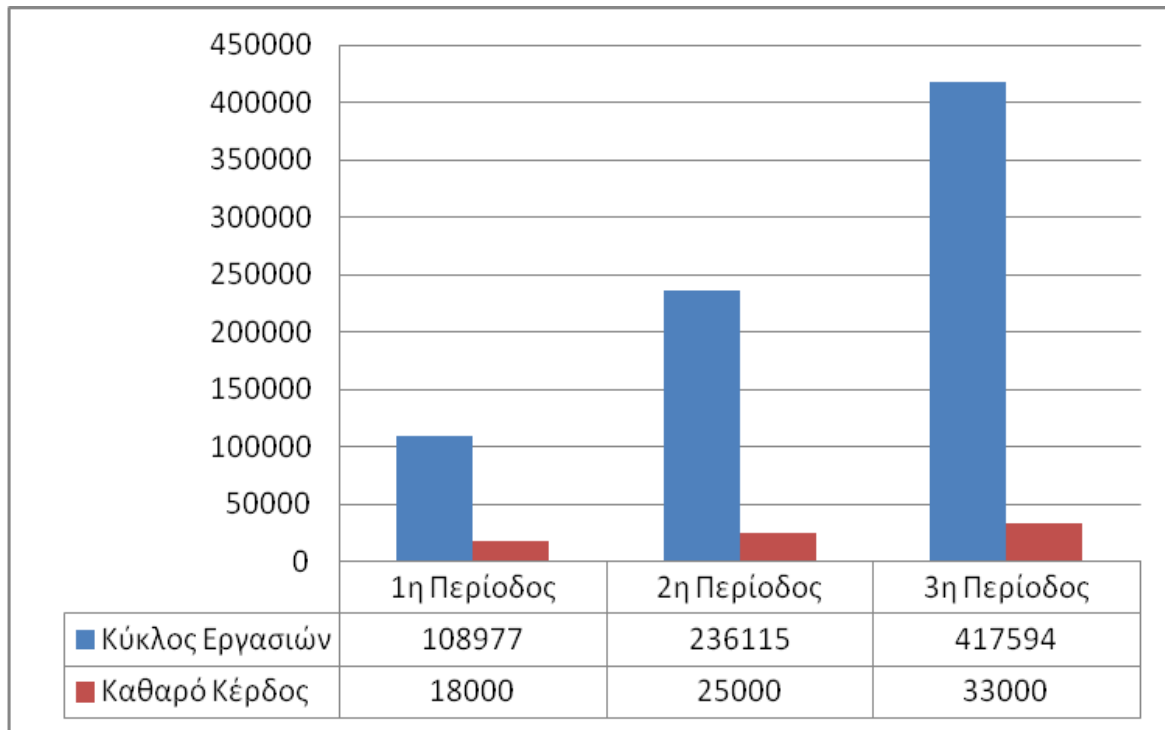
Στοιχεία Κόστους	1^η Περίοδος	2^η Περίοδος	3^η Περίοδος
Εξοπλισμός	900€	7600€	9200€
Μισθοδοσία	3000€	30100€	74400€
Υπηρεσίες τρίτων	7800€	10800€	22400€
Ενοίκιο	0€	4695€	9000€
Διάφορα λειτουργικά έξοδα	4050€	5850€	7775€
Διαφήμιση	2400€	4600€	13000€
Έξοδα μετακινήσεων	1200€	1700€	6200€
Μεταφορικά μέσα	10800€	10800€	17800€
Σύνολα	30150€	76145€	159775€



Παρατηρούμε μια αύξηση των εξόδων από τη 1^η στη 2^η περίοδο της τάξεως του 252% και από τη 2^η στη 3^η περίοδο της τάξεως του 209,8%. Η αύξηση αυτή των εξόδων εξηγείται από τη προσπάθεια της εταιρείας να έχει μια διαρκή σταθερή ανάπτυξη με όσο το δυνατόν μικρότερο ρίσκο.

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ & ΧΡΗΣΕΩΣ

	1 ^η Περίοδος	2 ^η Περίοδος	3 ^η Περίοδος
Κύκλος Εργασιών	108.977€	236.115€	417.594€
– Κόστος Πωλήσεων	72.500€	157.087€	277.861€
Μεικτό Κέρδος Εκμετάλλευσης	36.477€	79.028€	139.769€
– Μισθοδοσία	3.000€	30.100€	74.400€
– Διάφορα έξοδα λειτουργίας	4.050€	5.850€	7.775€
– Ενοίκια	0€	4.695€	9.000€
– Έξοδα διαφήμισης	2.400€	4.600€	13.000€
Καθαρό αποτέλεσμα χρήσεως προ φόρων	27.027€	33.783€	44.594€
– Φόρος εισοδήματος	26%	26%	26%
Καθαρό κέρδος	18.000€	25.000€	33.000€



Παρατηρήσεις:

- Το μεικτό κέρδος εκμετάλλευσης, όπως είναι λογικό, παραμένει σταθερό στο 33.47%
- Ο κύκλος εργασιών παρουσιάζει αύξηση από τη 1^η στη 2^η περίοδο της τάξεως του 216% και από τη 2^η στη 3^η περίοδο της τάξεως του 176.8%
- Το καθαρό κέρδος αντίστοιχα αυξάνεται από τη 1^η στη 2^η περίοδο κατά 138% και από τη 2^η στη 3^η περίοδο 132%. Έχουμε σταθερή δηλαδή αύξηση.

--- ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΗΣ	1 ^η Περίοδος	2 ^η Περίοδος	3 ^η Περίοδος
Δείκτης Αποδοτικότητας ROI	0.5	0.78	0.94
Δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων	29	36,5	24,1
Δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων	153,8%	135,8%	194,1%

Δείκτης Αποδοτικότητας ROI: (Κέρδος επένδυσης – Κόστος επένδυσης)/Κόστος Επένδυσης

Ο δείκτης "απόδοση επένδυσης" (ROI) χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της απόδοσης μιας επένδυσης.

- Περίοδος 1^η: $(18.000-12.000)/12.000 = 0.5$
- Περίοδος 2^η : $(25.000-14.000)/14.000 = 0.78$
- Περίοδος 3^η : $(33.000-17.000)/17.000 = 0.94$

Παρατηρούμε ότι αφ' ενός οι αποδόσεις όλων των περιόδων είναι ικανοποιητικές και αφ' ετέρου παρότι αυξάνεται το μέγεθος των επενδύσεων αυξάνεται και η απόδοσή τους. Το γεγονός αυτό μας δείχνει ότι η εταιρεία μέσω της εμπειρίας που αποκτά σταδιακά αντιλαμβάνεται τον βέλτιστο τρόπο να επενδύσει τα κεφάλαιά της.

Δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων: κόστος πωλήσεων / αποθέματα:

- 1^η Περίοδος: $72.500 / 2.500 = 29$, $365 / 29 = 12,5$ **Ημέρες**
- 2^η Περίοδος: $157.087 / 4.300 = 36,5$, $365 / 36,5 = 10$ **Ημέρες**
- 3^η Περίοδος: $277.861 / 11.500 = 24,1$, $365 / 24,1 = 15$ **Ημέρες**

Παρατηρούμε ότι η μέση διάρκεια παραμονής των αποθεμάτων στη διάρκεια και των 3 περιόδων έχει διατηρηθεί σχεδόν σταθερή στις 12.5 ημέρες παρά τις μεγάλες διαφορές τόσο στο μέγεθος του stock όσο και των πωλήσεων.

Δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων: καθαρά κέρδη χρήσης / σύνολο ιδίων κεφαλαίων:

- 1^η Περίοδος: $18.000 / 11.700 = 153,8\%$
- 2^η Περίοδος: $25.0000 / 18.400 = 135,8\%$
- 3^η Περίοδος: $33.000 / 27.000 = 194,1\%$

Ο αριθμοδείκτης αυτός απεικονίζει την κερδοφόρα δυναμικότητα μιας επιχείρησης και παρέχει ένδειξη του κατά πόσο επιτεύχθηκε ο στόχος πραγματοποίησης ενός ικανοποιητικού αποτελέσματος από τη χρήση των κεφαλαίων του μετόχου. Παρατηρούμε ότι τα αποτελέσματα από τη χρήση των κεφαλαίων του μετόχου είναι ικανοποιητικά.

9. Μελλοντικές επενδύσεις της εταιρείας

Η εταιρεία Lartopolis στη προσπάθειά της να διατηρήσει το υπάρχον μερίδιό της στην αγορά και να το αυξήσει αλλά και να μπει σε νέες αγορές έχει αποφασίσει τα εξής:

- Να διευρύνει τη γκάμα της με τη προσθήκη νέων αντικειμένων ώστε να μπει σε νέες αγορές παρεμφερείς με την τωρινή
- Τη δημιουργία νέου καταστήματος στο νομό Αττικής ώστε να προσεγγίσει νέους πελάτες τόσο λιανικής όσο και χονδρικής.

9.1 Δημιουργία νέου καταστήματος στο Ν.Αττικής

Η εταιρεία Lartopolis έχει αντιμετωπίσει προβλήματα κατά τη προσπάθειά της για είσοδο στην αγορά της Αθήνας που αποτελεί το 40% του πληθυσμού της Ελλάδας.

Ο βασικός λόγος που συμβαίνει αυτό είναι ότι τα καταστήματα στην Αττική αλλά και γενικότερα στις περιοχές γύρω από την Αττική έχουν συνηθίσει να δουλεύουν μόνο με εταιρίες στην Αθήνα τόσο για θέματα παροχής υπηρεσιών όσο και ανταλλακτικών.

Για το λόγο αυτό η εταιρεία στη προσπάθεια ανάπτυξής της αποφάσισε τη δημιουργία καταστήματος στην Αθήνα.

Στόχος αυτού του καταστήματος είναι η ενδυνάμωση του Brand της και η δυναμική είσοδός της στην αγορά της Αθήνας η οποία είναι «παρθένα» στο συγκεκριμένο κλάδο καθώς όπως προαναφέρθηκε σχεδόν όλες οι ανταγωνιστικές εταιρίες βρίσκονται στη Θεσσαλονίκη.

Κόστος επένδυσης

Στοιχεία Κόστους	1^η Περίοδος
Εξοπλισμός	4500€
Μισθοδοσία	21600€
Υπηρεσίες τρίτων	4800€
Ενοίκιο	7200€
Διάφορα λειτουργικά έξοδα	3900€
Διαφήμιση	1800€
Έξοδα μετακινήσεων	2400€
Μεταφορικά μέσα	0€
Σύνολα	46200€

Εξοπλισμός: Περιλαμβάνει το κόστος των επίπλων, των υπολογιστών, τηλεφωνικού κέντρου, υλικών συσκευασίας κ.τ.λ. Αρχικά θα χρησιμοποιηθεί ένα από τα παλιά μηχάνημα bga του καταστήματος Θεσσαλονίκης ώστε να μειωθεί το κόστος.

Μισθοδοσία: Αρχικά θα υπάρχει ένας υπάλληλος στο τμήμα πωλήσεων και ένας στο service ώστε να μειωθεί το ρίσκο της επένδυσης μέχρι να εμφανιστούν τα πρώτα αποτελέσματα.

Υπηρεσίες Τρίτων: Αφορά το κόστος λογιστή και μεταφορικών εταιριών που χρησιμοποιεί η εταιρεία.

Διάφορα Λειτουργικά Έξοδα: Εδώ περιλαμβάνεται το νερό, το ρεύμα, η θέρμανση, τηλέφωνο, κινητά τηλέφωνα, υλικά συσκευασίας.

Διαφήμιση: Περιλαμβάνει μόνο τις εξτρά κινήσεις με φυλλάδια που θα γίνουν στο νομό Αττικής καθώς υπόλοιπη προώθηση της εταιρίας μέσω website, googleads κτλ θα παραμείνει ως έχει.

Έξοδα μετακινήσεων: Περιλαμβάνει τα έξοδα μετακίνησης του διευθυντή από και προς την Αθήνα κάτι που θα συμβαίνει 2 φορές το μήνα.

Αναμενόμενα αποτελέσματα επένδυσης

Τα οφέλη που θα αποκομίσει η εταιρεία απ' αυτή τη κίνηση είναι μια αύξηση του κύκλου εργασιών της τάξεως του 40%

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ & ΧΡΗΣΕΩΣ ΤΟΥ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

	1 ^η Περίοδος
Κύκλος Εργασιών	167.037€
– Κόστος Πωλήσεων	111.114€
Μεικτό Κέρδος Εκμετάλλευσης	55.923€
– Μισθοδοσία	2.1600€
– Διάφορα έξοδα λειτουργίας	3.900€
– Ενοίκια	7.200€
– Έξοδα διαφήμισης	1.800€
Καθαρό αποτέλεσμα χρήσεως προ φόρων	21.423€
– Φόρος εισοδήματος	26%
Καθαρό κέρδος	15.853€

Παρατηρούμε ότι η επένδυση αναμένεται να παρουσιάσει ένα ικανοποιητικό κέρδος από τη πρώτη χρονιά κιάλας που θα επιτρέψει στην εταιρία μελλοντικά να επενδύσει ακόμη περισσότερο στη κίνηση αυτή με τη πρόσληψη περισσότερων τεχνικών και εξωτερικών πωλητών.

Επιπλέον το κέρδος από την ενδυνάμωση του Brand της είναι ανυπολόγιστο.

Ένας από τους μακροχρόνιους στόχους της εταιρείας είναι η δημιουργία franchise καταστημάτων σε όλα τις περιοχές της Ελλάδας που θα απευθύνονται σχεδόν αποκλειστικά στη λιανική, που έχει και το μεγαλύτερο κέρδος άλλωστε, αλλά για να γίνει κάτι τέτοιο θα πρέπει πρώτα η εταιρεία να καταφέρει να αποκτήσει ένα ισχυρό Brand.

9.2 Νέα Προϊόντα

Η εταιρεία έχει αποφασίσει να κάνει δική της εισαγωγή με δικό της Brand σε θήκες και αξεσουάρ για κινητά και κάμερες και καταγραφικά CCTV σε συνεργασία με την εταιρεία PCFX.

Λόγω της συνεργασίας που έχει με την εταιρία PCFX online που προβλέπει ανταλλακτικά σε παρακαταθήκη, δηλαδή stock ανταλλακτικών που χρεώνονται αφού πωληθούν, το κόστος αυτής της επένδυσης είναι ουσιαστικά μηδενικό.

Θήκες και αξεσουάρ για κινητά

Η αγορά των κινητών αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες αγορές τόσο στην Ελλάδα όσο και παγκοσμίως και αναπτύσσεται διαρκώς. Το γεγονός αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργείται μια αντίστοιχα μεγάλη αγορά για τα αξεσουάρ.

Για το λόγο αυτό η Laptopolis αποφάσισε να δημιουργήσει το δικό της Brand σε συνεργασία με την PCFX. Το όνομα του Brand που επιλέχθηκε είναι Cenitouch.



Αυτό που θα προσπαθήσει να προσφέρει η Laptropolis έναντι του ανταγωνισμού είναι η ποιότητα τόσο της θήκης όσο και της συσκευασίας. Στην αγορά αυτή τη στιγμή υπάρχουν δεκάδες προμηθευτές που ασχολούνται με θήκες χαμηλής ποιότητας ωστόσο δεν υπάρχει καμία που να εμπορεύεται θήκες υψηλής ποιότητας.



Η θήκες είναι από αυθεντικό δέρμα και όχι δερματίνη ενώ η συσκευασία έχει προσεχθεί πολύ και έχει σχεδιαστεί από επαγγελματία σχεδιαστή και αντίστοιχή της δεν υπάρχει στην ελληνική αγορά.

Προορίζονται να καλύψουν το κενό που υπάρχει στην αγορά για σοβαρές και ποιοτικές θήκες που απευθύνονται κυρίως σε επαγγελματίες.

Η προώθηση τους θα γίνει μέσω website στο κομμάτι της λιανικής ενώ η Laptropolis θα χρησιμοποιήσει τις καλές σχέσεις που έχει με τις μεγάλες αλυσίδες Wind, Public, Dixons με σκοπό να δημιουργήσει στα καταστήματά τους ένα “stand” με τα προϊόντα της που θα οδηγήσει σε μαζικές πωλήσεις.

CCTV κάμερες και καταγραφικά



Η συγκεκριμένη αγορά είναι αρκετά παλιά ωστόσο τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει λόγω της κρίσης και της αύξησης της εγκληματικότητας άνθιση.

Στο συγκεκριμένο κλάδο στην Ελλάδα υπάρχει μιας μορφής ολιγοπώλιο από ορισμένες παλιές και δυνατές εταιρίες στο χώρο οι οποίες όμως έχουν αρκετά υψηλές τιμές. Αυτό θα προσπαθήσει να εκμεταλλευτεί η Laptropolis με εισαγωγές απευθείας από το Χονγκ Κονγκ και έτσι τα προϊόντα της έναντι του ανταγωνισμού έχουν καλύτερη αναλογία τιμής/ποιότητας.

Η προώθηση των προϊόντων αυτών θα γίνει μέσω Internet και χρησιμοποιώντας το ήδη υπάρχον δίκτυο της εταιρείας. Άλλωστε οι πλειοψηφία των πελατών τις εταιρείας ήδη ασχολούνται με

εγκαταστάσεις CCTV και έτσι η εταιρεία χρησιμοποιώντας τις σχέσεις εμπιστοσύνης που έχει ήδη με αυτούς θα μπορούσε να προωθήσει και αυτά τα προϊόντα.

Επιπλέον, το προϊόν αυτό θα μπορούσε να ανοίξει και μια άλλη αγορά για την εταιρεία, αυτή των καταστημάτων συναγερμών, security κτλ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ-ΠΗΓΕΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ξανθάκης Εμμανουήλ, Αλεξιάκης Χρήστος, 2007, Χρηματοοικονομική Ανάλυση Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Σταμούλη
- Βασίλης Ν.Κέφης, Πέτρος Παπαζαχαρίου. 2009, Το επιχειρηματικό όραμα σε Business Plan, Εκδόσεις Κριτική

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΗΓΕΣ

- www.taxheaven.gr
- www.laptopolis.gr
- www.cctvtek.co.uk
- <http://www.infocom.gr/2013/03/23/ereyna-elsta-gia-tis-hlektronikew-agorew/9573/>
- <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=117657>
- http://www.capitalinvest.gr/info.php?category_id=42&product_id=266
- <http://epixeirein.gr/2009/07/31/swot-analysis-efarmogi/>