



ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ
ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ

Διπλωματική Εργασία

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΣΙΓΑΡΟΥ

του

ΜΑΛΤΟΓΛΟΥ ΛΕΩΝΙΔΑ

Επιβλέπων Καθηγητής: ΛΙΒΑΝΗΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος
στην Εφαρμοσμένη Λογιστική και Ελεγκτική

Οκτώβριος 2014

Μάλτογλου Ε. Λεωνίδα, 2014

Η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστική πνευματική ιδιοκτησία του δημιουργού της. Για τη συγγραφή της δεν χρησιμοποιήθηκε ολόκληρο ή μέρος έργου άλλων συγγραφέων, χωρίς να γίνει αναφορά σε αυτούς.

Αφιερώνω την εργασία αυτή
στην οικογένειά μου,
που με τόση αγάπη και πίστη
με έχει στηρίξει σε όλη μου τη ζωή.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συνέδραμαν στην ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

Τον κ. Λιβάνη Ευστράτιο ως τον επιβλέποντα καθηγητή μου, αλλά και όλους τους καθηγητές του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, στην Εφαρμοσμένη Λογιστική και Ελεγκτική, του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, για τις πολύτιμες γνώσεις που μου προσέφεραν κατά τα έτη φοίτησής μου.

Το μεγαλύτερο ευχαριστώ το οφείλω στην οικογένειά μου, για την αμέριστη συμπαράσταση και υποστήριξη που μου προσέφεραν σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Περίληψη

Σε μια εποχή που το επιχειρείν δοκιμάζεται από κάθε λογής προκλήσεις, είναι ευθύνη όλων μας να καταβάλουμε τα μέγιστα, προκειμένου να αντιπαρέλθουμε των δυσκολιών που μας περιβάλλουν.

Η επιχειρηματικότητα ήταν, είναι και θα είναι, το κλειδί της πιστοποιημένης επιτυχίας. Ωριμα και μελετημένα επενδυτικά βήματα, με γνώση του περιβάλλοντος, των κινδύνων και των ευκαιριών του, μπορούν να δώσουν λύσεις και απαντήσεις στις ολοένα και αυξανόμενες απαιτήσεις των παγκοσμιοποιημένων οικονομιών. Αυτό που δεν θα πρέπει όμως ποτέ να λησμονείται, είναι ο ανθρώπινος παράγοντας. Κάθε επιχειρηματική πρακτική οφείλει να πραγματοποιείται για την ευημερία, όχι μόνο του επιτηδευματία, αλλά και του κοινωνικού συνόλου.

Με βάση την πεποίθηση αυτή, η παρούσα εργασία πραγματεύεται την έρευνα ύπαρξης επενδυτικής αξίας στην ίδρυση και λειτουργία ενός καταστήματος πώλησης προϊόντων ηλεκτρονικού τσιγάρου. Η εργασία αυτή είναι ουσιαστικά ένα πρότυπο επιχειρηματικού σχεδίου στο οποίο εκτός των άλλων παρατίθενται προβληματισμοί και προτάσεις αναφορικά με την ανάληψη του όλου εγχειρήματος.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ.....	ii
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	iii
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	iv
ΛΙΣΤΑ ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΕΩΝ.....	vii
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	viii

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

1.1 Επιχειρηματικότητα.....	1
1.2 Επιχειρηματικό Σχέδιο.....	3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΣΙΓΑΡΟ

2.1 Ιστορική Αναδρομή του Ηλεκτρονικού Τσιγάρου.....	12
2.2 Το Ηλεκτρονικό Τσιγάρο στην Ελλάδα και στον Κόσμο.....	20
2.3 Οφέλη από την Χρήση του Ηλεκτρονικού Τσιγάρου.....	21
2.4 Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Τσιγάρο.....	23

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ Η.Τ.

3.1 Θέσεις και Εκτιμήσεις.....	24
3.2 Παρουσίαση Επιχειρηματικού Πλάνου.....	28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4
ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ

4.1 Περιορισμοί της Εργασίας.....	42
4.2 Προβληματισμοί.....	43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

5.1 Προτάσεις για Περαιτέρω Έρευνα.....	48
5.2 Συμπεράσματα.....	52
Βιβλιογραφία.....	55

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

1: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ.....	58
2: ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ.....	62

ΛΙΣΤΑ ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΕΩΝ

Η.Τ. : Ηλεκτρονικό Τσιγάρο

FDA : Food and Drug Administration

Π.Ο.Υ. : Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας

Σ.Ε.Ε.Η.Τ. : Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Ηλεκτρονικού Τσιγάρου

Κ.Π.Α. : Καθαρή Παρούσα Αξία

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας.....58

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

Υπολογισμός Επενδυτικού Κινδύνου.....62

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Περίληψη Κεφαλαίου

Στο κεφάλαιο αυτό παρατίθενται ορισμένες βιβλιογραφικές πληροφορίες αναφορικά με την επιχειρηματικότητα και το επιχειρηματικό σχέδιο, για το οποίο θα παρατεθεί και ένα πρότυπο πλάνο σύνταξής του.

1.1 Επιχειρηματικότητα

Σύμφωνα με όλους τους σύγχρονους ορισμούς, η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την νοοτροπία του επιχειρηματία. Ως εκ τούτου, επιχειρηματικότητα νοείται, η ικανότητα ενός ατόμου να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και τις απειλές του περιβάλλοντός του και να δημιουργεί (ή να εκμεταλλεύεται) τις συνθήκες εκείνες που θα του αποφέρουν το επιδιωκόμενο όφελος.

Επιχειρηματίας είναι ο άνθρωπος που επιθυμεί να αναλάβει το ρίσκο της πραγμάτωσης ενός εγχειρήματος που εκτιμά ότι θα του αποφέρει κέρδη. Οφείλει να έχει φαντασία και δημιουργικό χαρακτήρα αλλά και να είναι αποφασισμένος για σκληρή δουλειά. Η καινοτομία είναι ένα ουσιαστικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας. Είναι η λεπτομέρεια που κάνει σε πολλές περιπτώσεις τη διαφορά. Ο μοχλός που μπορεί να πυροδοτήσει μια σειρά αλυσιδωτών αλλαγών – από την οικονομική επιβράβευση του επιχειρήματος, μέχρι την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας για την κοινωνία και νέας γνώσης για τον κόσμο.

Κάθε επιχειρηματική πρωτοβουλία συνοδεύεται και από ένα πλήθος προκλήσεων για την επιτηδευματία. Συνοπτικά θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τις εξής:

- Λειτουργικότητα προϊόντος
- Ικανοποίηση πελατών
- Μάρκετινγκ και προώθηση των προϊόντων
- Πιστωτές και χρηματοοικονομικά ιδρύματα
- Εκτιμώμενη απόδοση της επιχείρησης
- Ανταγωνισμός
- Νομικό και κοινωνικοοικονομικό σύστημα της χώρας
- Ανάπτυξη τεχνολογίας
- Ρευστότητα και κεφάλαιο κίνησης

Η ευθύνη του επιχειρηματία έγκειται στον έγκαιρο και έγκυρο εντοπισμό των λύσεων σε όλα τα παραπάνω ζητήματα, όπως επίσης και η βέλτιστη εφαρμογή των λύσεων αυτών, προκειμένου να αποφευχθούν δυσμενή γεγονότα και να αξιοποιηθούν αναδυόμενες ευκαιρίες κέρδους.

Όπως είπαμε και παραπάνω όμως, κάθε επιχειρηματική πρωτοβουλία οφείλει να δημιουργεί όφελος και την κοινωνία προκειμένου να είναι μακροπρόθεσμα υγιής και ανταγωνιστική. Με γνώμονα αυτό, ο επιχειρηματίας θα πρέπει να στοχεύει στην παράλληλη ικανοποίηση τόσο των προσωπικών του στόχων, όσο και των επιταγών του κοινωνικού συνόλου μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται. Η πρακτική έχει αποδείξει άλλωστε πως η κοινωνία ανταμείβει με την εμπιστοσύνη της τις επιχειρήσεις που νοιάζονται έμπρακτα γι αυτήν.

Τέλος, θα πρέπει να τονίσουμε ότι οι ευθύνες μεγάλων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών είναι σημαντικά μεγαλύτερες, μιας και ο επιτηδευματίας καλείται όχι μόνο να αντιμετωπίσει όλες τις παραπάνω προκλήσεις, αλλά και να διοικήσει αποτελεσματικά ένα πλήθος ανθρώπων. Τα ηγετικά προσόντα είναι αυτά που καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία αυτών των εγχειρημάτων.

1.2 Επιχειρηματικό Σχέδιο

Το κλειδί της επιτυχίας κάθε επιχειρηματικής προσπάθειας είναι ένα οργανωμένο επιχειρηματικό σχέδιο (business plan). Ένα ορθώς καταρτισμένο επιχειρηματικό σχέδιο, εμπεριέχει το στρατηγικό σχέδιο της επιχείρησης καθώς και τα βήματα που θα πρέπει να γίνουν προκειμένου αυτό να εκπληρωθεί. Οφείλει να περιλαμβάνει της εκτιμώμενες ταμειακές ροές που θα προκύψουν και θα εξασφαλίσουν έτσι την μακροχρόνια βιωσιμότητά της, όπως επίσης και την πρόβλεψη πρακτικών που θα εφαρμοστούν σε περίπτωση εντάσεων και δυσκολιών.

Ο καθηγητής Δημήτριος Λ. Παπαδόπουλος, στο βιβλίο του «Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan), κριτική διερεύνηση όλων των πτυχών σύνταξής του στο πλαίσιο της διεθνούς βιβλιογραφίας και την ελληνικής πραγματικότητας, εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη 2013», αναφέρει μεταξύ άλλων και τον εξής ορισμό του επιχειρηματικού σχεδίου: «Το επιχειρηματικό σχέδιο (πλάνο δράσης) είναι ένα γραπτό ντοκουμέντο που βοηθάει μια επιχείρηση να κοιτάει μπροστά, να κατανέμει τους πόρους της, να επικεντρωθεί στην επίτευξη των στόχων της και να προετοιμαστεί για προβλήματα και ευκαιρίες».

Σύμφωνα με το http://en.wikipedia.org/wiki/Business_plan, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα τυπικό κείμενο ενός συνόλου επιχειρηματικών στόχων, των λόγων για τους οποίους πιστεύεται ότι είναι επιτεύξιμοι και του σχεδίου για την επίτευξη αυτών των στόχων. Αυτό το κείμενο μπορεί επίσης να περιέχει υποστηρικτική πληροφόρηση σχετικά με την επιχειρηματική μονάδα ή την ομάδα που επιχειρεί να πετύχει αυτούς τους στόχους.

Αναλόγως της χρήσεως του επιχειρηματικού σχεδίου μπορούμε να το διακρίνουμε σε **εσωτερικό** και **εξωτερικό** πλάνο. Τα εσωτερικά πλάνα δεν προορίζονται για την ενημέρωση των τρίτων μερών που σχετίζονται με την επιχείρηση, όπως πιστωτικά ιδρύματα και χρηματοοικονομικούς φορείς. Περιγράφουν τις προϋπολογιστικές οικονομικές καταστάσεις της εταιρίας και τους τρόπους υλοποίησης των στόχων της, δηλαδή λεπτομέρειες που για ευνόητους λόγους δεν γίνεται να δοθούν σε τρίτους. Τα εξωτερικά πλάνα είναι πλάνα που στοχεύουν στην αιτιολόγηση της βιωσιμότητας μιας επενδυτικής κίνησης της

επιχείρησης και στοχεύουν στην ενημέρωση των ιδρυμάτων που μπορούν να χρηματοδοτήσουν τα σχέδια αυτά. Επιδιώκουν να κερδίσουν την εμπιστοσύνη τους και συνεπώς την είσπραξη της χρηματοδότησής τους. Τόσο όμως ένα εσωτερικό, όσο και ένα εξωτερικό επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από ακρίβεια περιγραφής και ρεαλισμό ως προς την εφικτότητα των στόχων που τίθενται. Διαφορετικά δεν μπορεί να γίνει λόγος για την ωριμότητα του εγχειρήματος και την υλοποίηση των στρατηγικών θέσεων.

Ανεξαρτήτως του μεγέθους της επιχείρησης και των στρατηγικών στόχων του επιχειρηματία, κάθε επιχειρηματικό σχέδιο οφείλει να καταρτιστεί με λεπτομερείς και προσεκτικές διαδικασίες, προκειμένου να παρέχει τη βέλτιστη δυνατή ενημέρωση στους χρήστες αυτού. Ο Πρακτικός Οδηγός Χρηματοδότησης μιας Μικρής Επιχείρησης που εκπονήθηκε από το Εθνικό Θεματικό Δίκτυο – Στοχευμένες Δράσεις Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο της Θεματικής Προτεραιότητας 2 «Θέματα και μέθοδοι χρηματοδότησης επιχειρήσεων των ομάδων στόχων» του προγράμματος EQUAL, στην υποπαράγραφο 2.4.3 δίνει το τυπικό περιεχόμενο ενός επιχειρηματικού σχεδίου, (σελ. 76-82). Ο εν λόγω οδηγός στην συγκεκριμένη υποπαράγραφο αναφέρει ότι ένα επιχειρηματικό σχέδιο δεν έχει απόλυτα τυποποιημένη δομή, η οποία εξαρτάται τόσο από το είδος της επιχειρηματικής δραστηριότητας όσο και από το εάν αυτή η επιχειρηματική δραστηριότητα υποβάλλεται για χρηματοδότηση σε κάποιο πρόγραμμα, οπότε ακολουθεί τις προδιαγραφές που επιβάλλονται για το πρόγραμμα αυτό.

Παρ' όλα αυτά, όλα τα επιχειρηματικά σχέδια περιλαμβάνουν κάποιες βασικές ενότητες και στοιχεία τα οποία αναδεικνύουν την προοπτική βιωσιμότητας της κάθε φορά παρουσιαζόμενης επιχειρηματικής προσπάθειας (πηγή Δημήτριος Λ. Παπαδόπουλος «Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan), κριτική διερεύνηση όλων των πτυχών σύνταξής του στο πλαίσιο της διεθνούς βιβλιογραφίας και την ελληνικής πραγματικότητας, εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη 2013, σελ.115-121»).

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Περιλαμβάνει, αρχικά, λίγα λόγια για την επιχείρηση.

- **Executive summary**

Εδώ πρέπει να περιλαμβάνεται όλο το περιεχόμενο του Επιχειρηματικού Σχεδίου, συμπιεσμένο σε συμπεράσματα, πληροφορίες, επιδιώξεις και στόχους της επιχείρησης.

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Σε αυτή την ενότητα πρέπει να γίνεται λεπτομερής περιγραφή της επιχείρησης.

Η ενότητα χωρίζεται σε τρία κύρια μέρη:

- I. Περιγραφή της επιχείρησης.
- II. Προϊόντα ή/και υπηρεσίες που θα προσφέρονται.
- III. Επιλογή τοποθεσίας της επιχείρησης και παράγοντες επιλογής τοποθεσίας.

- i. Περιγραφή της επιχείρησης*

Εδώ, σε γενικές γραμμές, περιγράφονται:

- Νομικό – Ιδιοκτησιακό καθεστώς επιχείρησης, άδειες και εξουσιοδοτήσεις.
- Είδος επιχείρησης: τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας (μεταποίηση, εμπόριο, υπηρεσίες).
- Αν είναι νέα, ανεξάρτητη επιχείρηση, υποκατάστημα, επέκταση, franchise κλπ.
- Ότι άλλο είναι γνωστό για τους εξωτερικούς πόρους της επιχείρησης, όπως προμηθευτές, χονδρέμποροι, τράπεζες, στρατηγικοί συνεργάτες κλπ.

- ii. Προϊόντα / Υπηρεσίες*

Εδώ είναι απαραίτητα η περιγραφή των προϊόντων / υπηρεσιών, με έμφαση στα οφέλη που θα αποκομίσουν οι καταναλωτές από αυτά / αυτές.

Συνοπτικά, θα πρέπει να περιέχονται τα εξής:

- Τι πουλάει η επιχείρηση;
- Πως αυτό ωφελεί τον καταναλωτή;
- Τι διαφορετικό παρουσιάζουν τα προϊόντα / υπηρεσίες της συγκεκριμένης επιχείρησης;
- Τι έχει μεγάλη ζήτηση;

iii. Τοποθεσία

Η τοποθεσία της επιχείρησης είναι ένα κρίσιμο σημείο για την επιτυχία ή την αποτυχία της επιχείρησης.

Οι ερωτήσεις που θα πρέπει να απαντηθούν είναι οι εξής:

- Ποιες είναι οι ανάγκες όσων αφορά την τοποθεσία;
- Τι είδους χώρος χρειάζεται;
- Πόσος χώρος χρειάζεται;
- Ποια η επιθυμητή περιοχή ή/και το επιθυμητό κτίριο;
- Είναι εύκολα προσβάσιμο το κτίριο στέγασης της επιχείρησης;
- Υπάρχει δημόσια συγκοινωνία;
- Γίνονται δημογραφικές αλλαγές ή αλλαγές στην αγορά;

**ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ**

Η εξωτερική ανάλυση περιλαμβάνει την εξέταση όλων των παραγόντων εκτός επιχείρησης. Η εξωτερική ανάλυση αποτελείται από τέσσερις υποομάδες:

1. Ανάλυση Καταναλωτή

Εδώ περιλαμβάνεται η τμηματοποίηση της αγοράς, τα κίνητρα και οι ανεκπλήρωτες ανάγκες ή επιθυμίες του καταναλωτή σε κάθε τμήμα της αγοράς όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση.

2. Ανάλυση Ανταγωνισμού

Η ανάλυση του ανταγωνισμού αρχίζει με την αναγνώριση των υπαρχόντων, αλλά και των πιθανών ανταγωνιστών, καθώς και των στρατηγικών που ακολουθούν. Εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία των ανταγωνιστών, τα οποία θα πρέπει να εξεταστούν διεξοδικά.

3. Ανάλυση Αγοράς

Η ανάλυση αγοράς έχει δύο σκοπούς. Ο πρώτος είναι να προσδιορίσει πόσο ελκυστική είναι η αγορά και οι υποαγορές της. Ο δεύτερος σκοπός είναι να κατανοηθεί η δυναμική της αγοράς ώστε να εντοπιστούν οι ευκαιρίες αλλά και οι παγίδες. Έτσι, μπορούν να ληφθούν προληπτικά μέτρα και να συνταχθούν ανάλογες στρατηγικές. Η ανάλυση της αγοράς θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Μέγεθος αγοράς
- Ορίζοντες ανάπτυξης
- Κερδοφορία αγοράς
- Διάρθρωση κόστους
- Κανάλια διανομής
- Τάσεις
- Παράγοντες επιτυχίας

4. Ανάλυση Περιβάλλοντος

Με τον όρο περιβάλλον εννοούνται όλοι οι παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά και την βιομηχανία ενός προϊόντος. Η ανάλυση του περιβάλλοντος περιλαμβάνει τους εξής πέντε παράγοντες:

- Τεχνολογία
- Κράτος
- Οικονομία
- Κουλτούρα-Πολιτισμός
- Δημογραφικά στοιχεία

ΕΠΙΛΟΓΗ, ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΠΟΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Σε αυτή την ενότητα θα αναλυθεί το πώς πρέπει να αναπτύσσονται σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο οι μελλοντικές στρατηγικές και τα σχέδια. Οι κύριες κατηγορίες της ενότητας είναι:

- Στρατηγική Προϊόντων
- Σχεδιασμός Μάρκετινγκ
- Πωλήσεις
- Διοικητικός Σχεδιασμός

➤ *Στρατηγική Προϊόντων*

Σε αυτό το μέρος περιγράφεται η στρατηγική που θα ακολουθηθεί για τα προϊόντα, όσων αφορά τα παρακάτω στοιχεία:

- Υπόσχεση του προϊόντος (π.χ. ακριβό και ποιοτικό, εύχρηστο, φθινό κλπ.)
- Χαρακτηριστικά (π.χ. συσκευασία σε μικρό μέγεθος, για εύκολη χρήση κλπ.)
- Διαφοροποίηση από τα άλλα προϊόντα της αγοράς.
- Μοναδικότητα (τι το μοναδικό έχει να προσφέρει το προϊόν).

➤ *Σχεδιασμός Μάρκετινγκ*

Το μάρκετινγκ είναι ένα ζωτικό κομμάτι της επιχείρησης. Το πόσο καλά έχει τοποθετηθεί μια επιχείρηση στην αγορά είναι αυτό που, σε συνδυασμό βέβαια και με κάποια άλλα, θα κρίνει τελικά την επιτυχία ή όχι της επιχείρησης. Το πλάνο μάρκετινγκ πρέπει να αρχίζει με μια σύντομη περίληψη των στόχων της επιχείρησης, της θέσης που επιθυμεί να κατέχει ανάμεσα στις άλλες του χώρου και της ομάδας – στόχου της. Επίσης, εδώ θα πρέπει να περιγραφούν:

Συμπεριφορά καταναλωτή

Διαδικασία αγοράς, ευαίσθητα σημεία κατά την επιλογή του προϊόντος, από πού κάνει τις αγορές του, συνήθειες, κίνητρα, ανάγκες που τον οδηγούν σε αγορές, συχνότητα κατανάλωσης κλπ.

Προϊόν

Χαρακτηριστικό που διαθέτει και σε ποια από αυτά θα δοθεί έμφαση. Χρήσιμο είναι να αναφέρεται ο κύκλος ζωής του προϊόντος και σε ποιο στάδιο της ζωής του βρίσκεται.

Τιμή

Καθορισμός τιμολογιακής πολιτικής, εναλλακτικές λύσεις και εκπτώσεις.

Διανομή

Περιλαμβάνει κανάλια διανομής, στόχους διανομής, κόστος, κίνητρα για χονδρεμπόρους και λιανέμπορους, εναλλακτικά κανάλια κλπ.

Προώθηση

Περιλαμβάνει διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα, προώθηση πωλήσεων, προσωπικές πωλήσεις, άμεσο μάρκετινγκ και χρήση του διαδικτύου.

➤ **Πωλήσεις**

Θα πρέπει να περιλαμβάνει την πορεία των πωλήσεων των τελευταίων ετών (τα σχεδιαγράμματα βοηθούν πολύ), να υπάρχει πρόβλεψη των πωλήσεων για τα επόμενα έτη και πρόβλεψη της συνολικής αγοράς (και της υποαγοράς, αν κριθεί χρήσιμο). Για τις προβλέψεις, χρειάζεται πάντα να γίνονται κάποιες υποθέσεις. Αυτές πρέπει να διατυπώνονται με σαφήνεια και να είναι ρεαλιστικές.

➤ **Διοικητικός Σχεδιασμός**

Η διοίκηση θέτει τις βάσεις για την επιτυχία της επιχείρησης. Οι άνθρωποι, τα μηχανήματα και οι διάφορες λεπτομέρειες της επιχείρησης χρειάζονται συντονισμό, εκπαίδευση και οργάνωση στο χώρο και το χρόνο. Συνεπώς, πρέπει να απαντηθούν τα παρακάτω ερωτήματα:

- Ποιες αδυναμίες υπάρχουν σε διοικητικό επίπεδο;
- Ποιος ή ποιοι θα αναλάβουν την διοίκηση;
- Ποια είναι τα καθήκοντά τους;
- Είναι ξεκάθαρες και κατανεμημένες οι ευθύνες;
- Ποιες είναι οι ανάγκες σε προσωπικό;
- Ποιο θα είναι το μισθολογικό καθεστώς;
- Τι προνόμια, πριμ παραγωγικότητας, διακοπές και αργίες θα προσφέρονται;
- Πως και πότε θα γίνεται η εκπαίδευση και από ποιους;

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Τα στοιχεία προς παρουσίαση είναι των προηγούμενων ετών, αλλά περιλαμβάνονται και προβλέψεις (π.χ. επιτόκια, αλλαγές στην αγορά, φορολογία, έξοδα κλπ.) για τα επόμενα χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να γίνουν πάλι κάποιες υποθέσεις με ρεαλιστικό χαρακτήρα. Ένας οικονομικός σχεδιασμός θα πρέπει να περιλαμβάνει τα παρακάτω:

❖ *Ισολογισμός*

Καταδεικνύει το πόσο υγιής είναι η επιχείρηση περιγράφοντας το ενεργητικό, το παθητικό και τα ίδια κεφάλαια. Το σχέδιο πρέπει να περιέχει έναν ισολογισμό του τρέχοντος έτους, έναν ισολογισμό του προηγούμενου έτους και έναν ισολογισμό ενδεικτικό για τα επόμενα έτη.

❖ *Ανάλυση Χρηματοροών*

Αναλύει τη ρευστότητα μιας επιχείρησης. Μέσω αυτής, ο επιχειρηματίας μπορεί να αποκτήσει πλήρη εικόνα των χρημάτων που μπαίνουν και βγαίνουν από το ταμείο. Αυτό το εργαλείο είναι πολύ χρήσιμο για την επιχείρηση, γιατί βοηθά στη σωστή ρύθμιση των υποχρεώσεων και των απαιτήσεών της.

❖ *Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης*

Παρουσιάζει τα έσοδα, τα έξοδα, τα κέρδη και τις ζημιές της επιχείρησης. Καλό είναι να περιλαμβάνονται στο σχέδιο τωρινές, παλιές αλλά και μελλοντικές καταστάσεις.

❖ *Ανάλυση Νεκρού Σημείου*

Καταδεικνύει τις πωλήσεις που πρέπει να γίνουν (σε αξία ή σε ποσότητα), ώστε να καλυφθεί το συνολικό κόστος της επιχείρησης.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να υπογραμμίσουμε ότι σε περίπτωση νεοϊδρυθείσας επιχείρησης δεν είναι δυνατόν να υπάρξουν ιστορικά στοιχεία του παρελθόντος της και συνεπώς θα πρέπει να αντικατασταθούν από εκτιμήσεις και προβλέψεις, που οφείλουν όμως να είναι προσεκτικές και ρεαλιστικές.

Στην παραπάνω ανάλυση θα πρέπει επίσης να περιληφθεί και μια συγκεντρωτική εκτίμηση ως προς την απόσβεση του αρχικού κεφαλαίου της επένδυσης, όπως επίσης και συγκεντρωτικά διαγράμματα που θα παρουσιάζουν την πορεία της επιχείρησης σε ορίζοντα πενταετίας.

Πάνω σε αυτό το πρότυπο επιχειρηματικού σχεδίου θα γίνει η παρουσίαση και ανάπτυξη των θέσεων του συγγραφέα, αναφορικά με την ίδρυση και λειτουργία ενός καταστήματος πώλησης προϊόντων ηλεκτρονικού τσιγάρου. Η ανάλυση αυτή θα γίνει στο Κεφάλαιο 3 της εργασίας.

Θα πρέπει να τονιστεί επίσης, ότι αυτή η εργασία είναι μια συνδυαστική προσπάθεια παρουσίασης ενός ολοκληρωμένου επιχειρηματικού σχεδίου και παράθεσης προβληματισμών ως προς την ίδρυση και λειτουργία ενός καταστήματος εμπορίας προϊόντων ηλεκτρονικού τσιγάρου. Η εργασία αυτή αποτελεί προϊόν ακαδημαϊκής μελέτης και για τον λόγο αυτό δεν είναι δυνατό να προσδιοριστούν ακριβώς πολλά από τα στοιχεία του πρότυπου επιχειρηματικού σχεδίου που παρατέθηκε (π.χ. ακριβής επιλογή τοποθεσίας στέγασης καταστήματος, πλήρης παρουσίαση του προϊόντικού εύρους και τιμολογιακής πολιτικής αυτού, διακύμανση τιμών στην παγκόσμια αγορά, λεπτομερής περιγραφή της χρησιμοποιούμενης τεχνολογία κλπ.).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΣΙΓΑΡΟ

Περίληψη Κεφαλαίου

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει μια πρώτη γνωριμία με το ηλεκτρονικό τσιγάρο (Η.Τ.). Θα αναφερθούμε στην ιστορική του διαδρομή και στα στάδια εξέλιξής του και στην κατάσταση που επικρατεί σήμερα στην Ελλάδα και στον υπόλοιπο κόσμο. Τέλος, θα υπάρξει μια σύντομη αναφορά στα οφέλη που μπορεί κανείς να αποκομίσει από την χρήση του καθώς και ένας επίλογος του συγγραφέα αναφορικά με την σημασία ύπαρξης ενός ολοκληρωμένου επιχειρηματικού σχεδίου στον χώρο της εμπορίας των προϊόντων ηλεκτρονικού τσιγάρου.

2.1 Ιστορική Διαδρομή του Ηλεκτρονικού Τσιγάρου

Πριν προχωρήσουμε σε οποιαδήποτε αναφορά ως προς την έμπνευση και δημιουργία του ηλεκτρονικού τσιγάρου (Η.Τ.), καλό θα ήταν να προσπαθήσουμε να δώσουμε έναν σύντομο ορισμό ως προς το «τι είναι το ηλεκτρονικό τσιγάρο». Σύμφωνα με τη κοινή γνώμη το ηλεκτρονικό τσιγάρο είναι ένας «εναλλακτικός τρόπος καπνίσματος». Ακόμη και η ονοματολογία του που εμπεριέχει τη λέξη «τσιγάρο» συνηγορεί στην αιτιολόγηση αυτού του ορισμού. Αν και αυτός ο ορισμός δεν είναι εξ' ολοκλήρου λανθασμένος, η γνώμη του συγγραφέα είναι διαφορετική. Σύμφωνα λοιπόν με την μέχρι τώρα πορεία του στον χώρο του αμίσματος, ορίζει αυτό που κοινώς θεωρείται ως «ηλεκτρονικό τσιγάρο»: «Μια (ηλεκτρονική) συσκευή που είναι ένα σύνολο εξαρτημάτων τα οποία συνδεδεμένα καταλλήλως μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως ένας εναλλακτικός (και απολαυστικός) τρόπος πρόσληψης νικοτίνης».

Όπως παρατηρείτε, στον παραπάνω ορισμό δεν εμπεριέχεται η λέξη τσιγάρο κι αυτό είναι σκόπιμο. Τα αρχικά πακέτα συσκευών ατμίματος προσομοίαζαν αρκετά το συμβατικό τσιγάρο (για να είναι πιο δελεαστικά στο καταναλωτικό κοινό). Συνυπολογίζοντας και τον παραγόμενο ατμό που θυμίζει κατά πολύ την διαδικασία του καπνίσματος, οι εμπνευστές της συσκευής αυτής την ονομάσανε «ηλεκτρονικό τσιγάρο». Ορίζοντας όμως μια συσκευή χρησιμοποιώντας το όνομα ενός τόσο βλαβερού αντικειμένου, όπως το κανονικό τσιγάρο, κάθε άλλο παρά προσδίδεις στην πραγματική αξία και σημασία της ατμιστικής φιλοσοφίας. Η χρήση μιας συσκευής παραγωγής ατμού έγκειται στην αποφυγή χρήσης του συμβατικού τσιγάρου. Συνεπώς κάθε αναφορά που γίνεται σε αυτό και το υπενθυμίζει κρίνεται, κατά τη γνώμη του συγγραφέα, άστοχη και λανθασμένη. Άλλωστε δεν θα πρέπει να ξεχνάμε πως στα πρώτα βήματα της εμπορικής πορείας των συσκευών άτμισης, ήταν αναγκαία η όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερη προώθησή τους (δίχως τη χρήση διαφημίσεων γιατί ως γνωστόν ο Νόμος απαγορεύει τη διαφήμιση κάθε μέσου πρόσληψης νικοτίνης) και για τον λόγο αυτό επιλέχθηκε μια ονομασία που θα το έκανε όσο το δυνατόν περισσότερο αρεστό στους δυνητικούς αγοραστές.

Πάντως, η σημερινή φιλοσοφία των παλαιότερων ατμιστών συμπλέει με τη γνώμη του συγγραφέα ως προς τον παραπάνω ορισμό και γίνονται συντονισμένες προσπάθειες να αλλάξει ο χαρακτηρισμός του από «ηλεκτρονικό τσιγάρο», σε μια συσκευή «εναλλακτικού τρόπου πρόσληψης νικοτίνης».

Η ιδέα του ηλεκτρονικού τσιγάρου πρωτοεμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του '60 στις ΗΠΑ, ωστόσο κανένας δεν είχε καταφέρει να την υλοποιήσει σε μια βιώσιμη εμπορικά εκδοχή μέχρι τις αρχές του αιώνα μας. Το Η.Τ. επινοήθηκε από έναν Κινέζο φαρμακοποιό (και πρώην καπνιστή) που κατάγεται από την πόλη του Πεκίνο. Μετά τον θάνατο του πατέρα του από καρκίνο των πνευμόνων αποφάσισε να βρει έναν τρόπο να αποφύγει την κακιά συνήθεια του καπνίσματος. Έτσι, έμελε να προχωρήσει στην εφεύρεση αυτής της ριζοσπαστικής συσκευής που στοχεύει σε μια εναλλακτική μορφή πρόσληψης νικοτίνης. Εμπνεύστηκε και υλοποίησε μια από τις πλέον επαναστατικές ιδέες του 21ου αιώνα, μια εφεύρεση που αυτή τη στιγμή χρησιμοποιείται από δεκάδες, αν όχι εκατοντάδες εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο.

Ο Hon Lik, είναι ο άνθρωπος που ανακάλυψε το ηλεκτρονικό τσιγάρο και, αν και ελάχιστοι γνώριζαν μέχρι πρότινος το όνομά του, θα πίστευαν ότι η ιδέα του τον έκανε ζάμπλουτο. Αυτό, όπως αποκαλύπτει ο ίδιος όμως, δεν συνέβη ποτέ. Αιτία στάθηκε ο άγριος πόλεμος που δέχτηκε από το καρτέλ των καπνοβιομηχανιών, οι αντιγραφές της εφεύρεσής του, αλλά και οι νομικές διαμάχες στις οποίες έχει εμπλακεί, προκειμένου να λάβει τα νόμιμα δικαιώματα. Όλα αυτά, όπως λέει, τον εμπόδισαν να καρπωθεί τους καρπούς της εφεύρεσής του. Ξόδεψε έναν χρόνο για να τελειοποιήσει τη συσκευή και τελικά το 2003 την κατοχύρωσε με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Ίδρυσε μάλιστα μια εταιρεία με την ονομασία Ρουγιάν (που στα κινέζικα σημαίνει “σαν τον καπνό”). Μέχρι το 2006 η Ρουγιάν παρήγαγε συσκευές 24 ώρες το 24ωρο και η ζήτηση αυξανόταν στην Κίνα ραγδαία. Ωστόσο, την ίδια χρονιά ξεκίνησε ο πόλεμος των καπνοβιομηχανιών με όχημα τα ΜΜΕ, που υποστήριζαν ότι το συγκεκριμένο τσιγάρο προκαλεί εμφράγματα και είναι εθιστικό. Οι πωλήσεις έπεσαν κατακόρυφα, ενώ οι ανταγωνιστικές επιχειρήσεις κατασκευής ανάλογων τσιγάρων ξεφύτρωναν συνεχώς, τόσο στην Κίνα όσο και στις ΗΠΑ. Οι τελευταίες μάλιστα δεν κατέβαλαν ούτε ένα δολάριο στον Hon για δικαιώματα, αφού πουλούσαν αντίγραφα με μικρές τροποποιήσεις.

Ακόμα χειρότερα, οι καπνοβιομηχανίες πίεζαν τις κινεζικές αρχές, όχι μόνο να μειώσουν τη διαφήμιση της εφεύρεσης του Lik, αλλά να απαγορεύσουν εντελώς την πώλησή της στα καταστήματα. Ωστόσο, ο Hon δεν το βάζει κάτω και καταστρώνει ένα νέο σχέδιο για να αποκομίσει τελικά τις απολαβές που δικαιούται: διαπραγματεύεται την πώληση της πατέντας του στη βρετανική πολυεθνική καπνοβιομηχανία, Imperial Tobacco, έναντι 75 εκατ. δολαρίων, χωρίς να κρύβει ότι βιάζεται, καθώς φοβάται ότι πολλές κυβερνήσεις, υπό τις πιέσεις του πανίσχυρου λόμπι των καπνοβιομηχανιών, θα “βαφτίσουν” τα ηλεκτρονικά τσιγάρα “ιατρικά προϊόντα” με αποτέλεσμα να τα υποβάλλουν σε καθορισμένα πρότυπα κατασκευής στα οποία δεν έχουν σχεδιαστεί να ανταποκρίνονται.

Εικόνα 1: Ο Hon Lik κρατώντας μια συσκευή Η.Τ.



Πηγή [1]

Αυτή ήταν και η πρώτη περίοδος «έκρηξης» των πωλήσεων του Η.Τ., η οποία όμως έμελε να τελειώσει μέσα σε μια τριετία. Φυσικά, τα πρώτα Η.Τ. είχαν σημαντικές και πολλές κατασκευαστικές ατέλειες. Ήταν αρκετά «ανώριμα» προϊόντα και η χρήση τους δεν διευκόλυνε σε πολλές περιπτώσεις την ομαλή αποκοπή από το συμβατικό τσιγάρο. Συνεπώς, πολύς κόσμος τα δοκίμασε αλλά απογοητεύθηκε, επιστρέφοντας έτσι στο κανονικό τσιγάρο. Παρ' όλα αυτά κέρδισαν από την πρώτη τους κιόλας εμφάνιση πιστό κοινό που τα ακολουθεί μέχρι και σήμερα.

Εικόνα 2: Το μοντέλο του πρώτου Η.Τ. τύπου cartomizer



Πηγή [2]

Είναι γεγονός, ότι το Η.Τ. πολεμήθηκε βάνουσα από τις καπνοβιομηχανίες. Παραπληροφόρηση, προπαγάνδα και κάθε λογής τέχνασμα εφαρμόστηκε από τις Αρχές και τους κατά τόπους Οργανισμούς Φαρμάκων προκειμένου να περιοριστεί το εμπόριό του. Όσον αφορά την ανησυχία του δημιουργού του, για το ότι μια μέρα θα προσπαθήσουν να περιορίσουν την παραγωγή και εμπορία του Η.Τ. με το πρόσχημα της «βάφτισής» τους ως ιατρικά προϊόντα, ήδη έχουν γίνει τα πρώτα βήματα προς αυτή την κατεύθυνση. Ο Αμερικάνικος Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA), ήδη από τον Μάιο του 2014 έχει εισάγει προς συζήτηση στο Αμερικάνικο Κογκρέσο μια πολυσέλιδη θέση του ως προς τον τρόπο προσέγγισης και οριοθέτησης των κανονικών και ηλεκτρονικών τσιγάρων. Ουσιαστικά, προτείνει τον δραστικό περιορισμό παραγωγής τους και προσπαθεί να δομήσει την εμπορία τους μέσα από «εγκεκριμένα καταστήματα». Επιπροσθέτως, προτείνει την εισαγωγή ενός πανάκριβου συστήματος πιστοποιήσεων προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία του καταναλωτή από το εμπόριο μη ποιοτικών προϊόντων Η.Τ.. Όπως μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτό, προσπαθεί να γονατίσει τους μικροεπιχειρηματίες και τους παραγωγούς προϊόντων και εξαρτημάτων Η.Τ. αναγκάζοντάς τους να πληρώσουν δυσθεώρητα ποσά για να «συμμορφωθούν» με τον προτεινόμενο Νόμο. Όλα αυτά φυσικά γίνονται με σκοπό οι μικρότερες επιχειρήσεις να μην μπορέσουν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των διατάξεων, πράγμα που θα οδηγήσει στην συρρίκνωση και εν τέλει στο κλείσιμό τους. Αυτό είναι και το πιο πρόσφατο «πολεμικό μέτωπο» που έχει ανοίξει ο FDA απέναντι στο εμπόριο των προϊόντων Η.Τ. Είναι ευνόητο ότι τα συμφέροντα που κρύβονται πίσω από τέτοιες πρωτοβουλίες είναι τεράστια. Ωστόσο, η εργασία δεν πραγματεύεται τη νομική διάσταση και μελέτη του ζητήματος και η αναφορά του γίνεται καθαρά βιβλιογραφικά.

Η δεύτερη «έκρηξη» πωλήσεων προϊόντων Η.Τ. σημειώθηκε την διετία 2010-2012, όπου και εισήχθησαν στην αγορά οι νέου τύπου ατμοποιητές (clearomizers). Είναι οι νέες και πιο εξελιγμένες συσκευές ατμοποίησης και ξεφεύγουν από τον παλιό σχεδιασμό του Hon Lik (τους cartomizers). Οι νέοι αυτοί ατμοποιητές αποδίδουν πολύ εντονότερα τις γεύσεις των υγρών αναπλήρωσης που χρησιμοποιεί ο χρήστης και λειτουργούν με ανταλλακτικές κεφαλές μεγαλύτερης διάρκειας χρήσης.

Εισάγονται μπαταρίες μεγαλύτερης χωρητικότητας (mah) που μπορούν να υποστηρίξουν καλύτερα την λειτουργία του αντιστάτη των ανταλλάξιμων κεφαλών των ατμοποιητών και γίνεται μια πρώτη οργανωμένη προσπάθεια σύμπραξης των επιχειρηματιών προκειμένου να αναδειχθεί η σοβαρότητα και η σημαντικότητα της επιλογής του Η.Τ. ως εναλλακτικού τρόπου πρόσληψης νικοτίνης.

Εικόνα 3: Νέος ατμοποιητής τύπου clearomizer



Πηγή [3]

Από το 2012 μέχρι και σήμερα το εμπόριο των προϊόντων Η.Τ. έχει γνωρίσει σημαντικότερη πρόοδο και άνθιση. Έχουν πραγματοποιηθεί σοβαρές επενδύσεις που αφορούν την έρευνα και ανάπτυξη των συσκευών άτμισης, των μπαταριών και των υγρών αναπλήρωσης. Μια νέα προϊοντική γκάμα έχει εισαχθεί στην αγορά και αφορά τη χρήση πιο εξελιγμένων και πολύπλοκων επισκευάσιμων ατμοποιητών (rebuildable atomizers) και μπαταριοθηκών (mods). Έχουν γίνει λεπτομερές χημικές αναλύσεις στα υγρά αναπλήρωσης αρκετών μεγάλων εταιριών προκειμένου να πιστοποιηθεί η μη ύπαρξη τοξικών ουσιών, ενώ προτείνεται και η εναλλακτική ιδιοπαρασκευή υγρών από τον ατμιστή (DIY liquids).

Εικόνα 4: Επισκευάσιμος ατμοποιητής (rebuildable atomizer)



Πηγή [4]

Εικόνα 5: Ηλεκτρονική Μπαταριοθήκη (mod)



Πηγή [5]

Η προσπάθεια βελτίωσης των προϊόντων Η.Τ. είναι σαφέστερα περισσότερο ώριμη και με σεβασμό προς τους καταναλωτές. Ωστόσο, παρότι είναι γενικά αποδεκτό ότι έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικά βήματα προόδου, ο τομέας της έρευνας και ανάπτυξης των προϊόντων Η.Τ. γνωρίζει έναν σχετικό κορεσμό μιας που όλες οι βελτιωτικές κινήσεις γίνονται κυρίως προς την κατεύθυνση παραγωγής μπαταριοθηκών μεγαλύτερης παροχής ενέργειας και ατμοποιητών που δημιουργούν περισσότερο ατμό. Ουσιαστικά, οι εξελίξεις περιστρέφονται γύρω από την βελτίωση της απόδοσης της ήδη υπάρχουσας τεχνολογίας, δίχως να τίθενται οι βάσεις για κάποια ριζική τομή στην διαδικασία άτμισης.

Ενδεχομένως, σ' αυτό συντελεί και ότι το ίδιο το καταναλωτικό κοινό είναι πλέον είναι περισσότερο ικανοποιημένο, οπότε δεν υπάρχει η αναδραστική πίεση για σημαντική βελτίωση των παρεχόμενων προϊόντων. Η τελευταία τάση που θα μονοπωλήσει το ενδιαφέρον για το επόμενο έτος φαίνεται να είναι ο έλεγχος της θερμοκρασίας που αναπτύσσεται κατά τη διαδικασία πυράκτωσης του αντιστάτη στους ατμοποιητές. Ήδη μεγάλες εταιρίες (όπως η Eno1n) επενδύουν σημαντικά ποσά στην έρευνα και ανάπτυξη ηλεκτρονικών τσιπ που μπορούν να παρακολουθούν τη θερμοκρασία του ατμοποιητή και της μπαταριοθήκης και να προειδοποιούν τον χρήστη ή ακόμη και να θέτουν όρια ασφαλείας.

Εικόνα 6: Υγρά Αναπλήρωσης Η.Τ. (e-liquids)



Πηγή [6]

Αδιαμφισβήτητα πάντως, υπάρχουν λαμπρά μυαλά και κατασκευαστές που δραστηριοποιούνται στον χώρο της παραγωγής προϊόντων Η.Τ. και όλοι έχουν ως κοινό γνώμονα την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ικανοποίηση του τελικού χρήστη.

2.2 Το Ηλεκτρονικό Τσιγάρο στην Ελλάδα και στον Κόσμο

Οι Έλληνες αγκάλιασαν ιδιαίτερα θερμά την εμφάνιση των προϊόντων Η.Τ. ήδη από την απαρχή της κυκλοφορίας τους. Από το 2008 παρατηρείται η δραστηριοποίηση μεγάλων εταιριών στον χώρο της εμπορίας του Η.Τ., οι οποίες επιδίωξαν να δημιουργήσουν ένα δίκτυο πιστών καταναλωτών. Ο ρόλος τους περιορίστηκε κυρίως στην εμπορία των εισαγόμενων προϊόντων Η.Τ.. Από το 2010 και έπειτα κάνουν την εμφάνισή τους οι πρώτοι Έλληνες κατασκευαστές Η.Τ. οι οποίοι λανσάρουν ιδιαίτερα προσεγμένα προϊόντα στην ελληνική αλλά και παγκόσμια αγορά. Το 2011 ιδρύθηκε ο Σ.Ε.Ε.Η.Τ. (Σύνδεσμος Ελληνικών Επιχειρήσεων Ηλεκτρονικού Τσιγάρου) προκειμένου να συμβάλει με τις θέσεις του στη ρύθμιση μιας αναπτυσσόμενης αγοράς, στην καλύτερη ενημέρωση της κοινής γνώμης και στη διασφάλιση κανόνων ποιότητας, ασφάλειας και διαφάνειας γύρω από το ηλεκτρονικό τσιγάρο. Αριθμεί περισσότερα από τριάντα μέλη (καταστήματα) τα οποία δεσμεύονται από συγκεκριμένο κώδικα αρχών σε σχέση με την εμπορική και εταιρική τους κουλτούρα.

Όσον αφορά την ίδρυση και λειτουργία καταστημάτων πώλησης προϊόντων Η.Τ., θεωρείται ήδη από πολλούς επιχειρηματίες ως μια ικανοποιητική επένδυση και αυτό επιβεβαιώνεται και από τον ολοένα και αυξανόμενο αριθμό καταστημάτων. Πολλοί μάλιστα επιχειρηματίες λειτουργούν περισσότερα από ένα καταστήματα κάτω από το ίδιο brand name ή και με διαφορετικά ονόματα εκμεταλλευόμενοι κάποιο franchise.

Κάτι αντίστοιχο συμβαίνει και στον υπόλοιπο κόσμο, μιας και η εμπορία προϊόντων Η.Τ. θεωρείται ως ένα δυναμικά αναπτυσσόμενος κλάδος απασχόλησης. Ενδεικτικό είναι ότι στην Γαλλία, μέσα σ' ένα χρόνο, τα καταστήματα πώλησης προϊόντων Η.Τ. αυξήθηκαν δραματικά, από περίπου 300 σε περισσότερα από 1200. Είναι γεγονός ότι τα ποσά που δαπανώνται από τους ξένους κατασκευαστές για παραγωγή νέων προϊόντων Η.Τ. είναι δυσανάλογα μεγαλύτερα απ' ότι αυτά που επενδύονται από τους αντίστοιχους Έλληνες παραγωγούς. Η Κίνα έχει τον πρωταγωνιστικό ρόλο στην παραγωγή προϊόντων Η.Τ., κυρίως λόγω των χαμηλών εργατικών δαπανών, των φθηνών πρώτων υλών και του ευέλικτου εμπορικού της καθεστώτος. Οι Η.Π.Α. ακολουθούν, δίνοντας μεγαλύτερη προσοχή στην ποιότητα των προϊόντων τους, αν και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να γίνει σύγκριση αναφορικά με την παραγόμενη ποσότητα των αντίστοιχων Κινέζικων προϊόντων.

Σύμφωνα με ανεπίσημες εκτιμήσεις, τουλάχιστον το 70% των προϊόντων Η.Τ. που διακινούνται παγκοσμίως, προέρχονται εξ' ολοκλήρου από την Κίνα (πολλοί υποστηρίζουν ότι ο αριθμός αυτός αγγίζει μέχρι και το 80%). Η Ευρώπη δεν έχει επιδείξει ιδιαίτερα σημαντικά δείγματα γραφής στην μαζική παραγωγή προϊόντων Η.Τ., ωστόσο κατά καιρούς, προϊόντα μεγάλων ευρωπαϊκών παραγωγών έχουν αγαπηθεί ιδιαίτερος από το κοινό, λόγω της προσεγγμένης τους ποιότητας. Αυτό που μπορούμε να ισχυριστούμε πάντως είναι ότι τα ευρωπαϊκά προϊόντα είναι σημαντικά ακριβότερα των αντίστοιχων αμερικάνικων (και φυσικά των κινέζικων) και σε αυτό ενδεχομένως συντελεί το βαρύτερο φορολογικό σύστημα των ευρωπαϊκών χωρών και τα ακριβότερα εργατικά κόστη. Ήδη στις Η.Π.Α. εφαρμόζεται η πρακτική του outsourcing, δηλαδή οι παρασκευαστές δίνουν τα σχέδια των προϊόντων που θέλουν να δημιουργήσουν σε φθηνά Κινέζικα εργοστάσια (αντί να τα κατασκευάσουν εντός των Η.Π.Α.) και έτσι πετυχαίνουν πολύ ανταγωνιστικότερες τιμές των τελικών τους προϊόντων.

2.3 Οφέλη από την Χρήση του Ηλεκτρονικού Τσιγάρου

Πρέπει κατ' αρχάς να υπογραμμίσουμε ότι το ηλεκτρονικό τσιγάρο χρησιμοποιείται για λίγα χρόνια από τους χρήστες και συνεπώς δεν μπορούν να υπάρξουν ακόμη ολοκληρωμένες και εμπειριστατωμένες μελέτες γύρω από την ασφάλεια (ή μη) της χρήσης του. Ωστόσο γίνονται συνεχώς προσπάθειες μελέτης των ουσιών που περιέχονται στα υγρά αναπλήρωσης καθώς επίσης και έρευνες αναφορικά με τις κλινικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει για τους ατμιστές και για τους παθητικούς ατμιστές.

Το Η.Τ. είναι μια συσκευή που, όπως προαναφέραμε, λειτουργεί ως εξής: Η μπαταρία τροφοδοτεί με την απαιτούμενη ενέργεια τον αντιστάτη του ατμοποιητή κι αυτός με τη σειρά του ατμοποιεί το υγρό αναπλήρωσης που έχουμε μέσα στον ατμοποιητή. Όσον αφορά τα υγρά αναπλήρωσης, αυτά αποτελούνται συνήθως από τις εξής ουσίες: Γλυκερίνη, Προπυλενογλυκόλη και Νικοτίνη. Οι γεύσεις που επιλέγονται για να προσδώσουν απόλαυση στον ατμιστή είναι αρωματικές ουσίες διαλυμένες σε προπυλενογλυκόλη (και αιθυλική αλκοόλη, ενίοτε). Όπως μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτό, τα υγρά αναπλήρωσης του Η.Τ. περιέχουν μόλις τέσσερις

ουσίες, που εκ των οποίων μπορούν κάποιες να μην περιληφθούν κατά τη χρήση (π.χ. κάποιος μπορεί να είναι αλλεργικός στην προπυλενογλυκόλη ή να μην επιθυμεί να χρησιμοποιεί νικοτίνη). Όλες αυτές οι ουσίες δεν είναι επιβλαβείς για τον οργανισμό, ενώ η δε γλυκερίνη και η προπυλενογλυκόλη υπάρχουν και μέσα στις τροφές που καταναλώνουμε. Η νικοτίνη είναι μεν εθιστική ουσία, αλλά η ελεγχόμενη πρόσληψή της δεν είναι παθολόγια για τον οργανισμό. Σε αντίθεση, το κανονικό τσιγάρο περιέχει περισσότερες από 4.000 ουσίες, εκ των οποίων περισσότερες από 40 είναι αποδεδειγμένα καρκινογόνες.

Τα αποτελέσματα της μελέτης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και του Κέντρου Έρευνας – Τεχνολογίας και Ανάπτυξης Θεσσαλίας μέσα από το ερευνητικό πρόγραμμα «Πνοή» ήταν τα εξής: «Το ενεργητικό και το παθητικό κάπνισμα του ηλεκτρονικού τσιγάρου συνοδεύονται από μικρή αλλά, κατά πάσα πιθανότητα, κλινικά ασήμαντη αποφρακτική τάση των αεραγωγών». Διαπρεπείς επιστήμονες ανά τον κόσμο κάνουν καθημερινά εκκλήσεις στον Π.Ο.Υ. προκειμένου να επανεξετάσει τις θέσεις του αναφορικά με το Η.Τ. και να του δώσει τον απαιτούμενο χώρο και χρόνο που χρειάζεται προκειμένου να αναπτυχθεί και να βοηθηθούν έτσι εκατομμύρια καπνιστές (αλλά και το παθητικό κοινό). Ο Δρ. Κ. Φαρσαλινός εργάζεται πάνω σε μια εκτενή μελέτη αναφορικά με την ασφάλεια και τις επιπτώσεις του Η.Τ. στην υγεία η οποία πρόκειται μάλιστα να δημοσιευθεί και σύντομα.

Θα πρέπει να τονίσουμε για άλλη μια φορά ότι το περιεχόμενο αυτού του κεφαλαίου είναι μια πρώτη γνωριμία με τη χρήση και τα οφέλη του Η.Τ. και σε καμία περίπτωση δεν γίνεται προσπάθεια προώθησής του ή υποστήριξης ατεκμηρίωτων θέσεων ως προς την καταλληλότητα (ή μη) της χρήσης του. Επιπλέον, κάθε αναφορά σε οποιοδήποτε ιατρικό πόρισμα και μελέτη είναι μεν σημαντική, ωστόσο βρίσκεται εκτός της γενικότερης θεματολογίας της εν λόγω εργασίας και δεν κρίνεται δόκιμο να αναλωθούμε σε περισσότερες παραγράφους αναφορικά με τα πάσης φύσεως ιατρικά ζητήματα. Είναι γενικά αποδεκτό από όλους όσους έχουν χρησιμοποιήσει κάποια συσκευή Η.Τ. ότι από τις πρώτες κιόλας ημέρες χρήσης καταλαβαίνουν σημαντικές αλλαγές τις υγείας τους προς το καλύτερο, όπως επίσης σημαντική βελτίωση της γεύσης τους και βελτίωση του αναπνευστικού τους συστήματος. Αυτό είναι και το συμπέρασμα που θα πρέπει να κρατήσει ο αναγνώστης.

2.4 Επιχειρείν και Ηλεκτρονικό Τσιγάρο

Έχει ήδη γίνει λόγος για την ραγδαία αύξηση των καταστημάτων εμπορίας προϊόντων Η.Τ., όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά σε όλο τον κόσμο. Η αιτία για αυτές τις αυξανόμενες επενδύσεις στον χώρο του Η.Τ. είναι ότι ο επιχειρηματίας μπορεί να με ένα σχετικά μικρό κεφάλαιο (5.000 €) να στήσει απ' το μηδέν κυριολεκτικά το μαγαζί του και να προμηθευτεί το απαιτούμενο εμπόρευμα εκκίνησης των εργασιών του. Όσον αφορά το προσδοκώμενο κέρδος μπορούμε να πούμε ότι αγγίζει ακόμη και το 300% (στην περίπτωση των υγρών αναπλήρωσης, που είναι και το σημαντικότερο αναλώσιμο του Η.Τ.), ενώ στον υπόλοιπο εξοπλισμό συνήθως δεν ξεπερνά το 150% στα ελληνικά μαγαζιά. Είναι ευνόητο συνεπώς γιατί έχει αγκαλιαστεί τόσο ένθερμα από τους επίδοξους επιχειρηματίες και γιατί στην κυριολεξία «ξεφυτρώνουν» σε κάθε γωνιά νέα καταστήματα πώλησης προϊόντων Η.Τ.

Προφανώς και η εργασία αυτή συγγράφεται βασισμένη στην πεποίθηση του συγγραφέα ότι εμπεριέχεται κέρδος στην επένδυση ενός καταστήματος Η.Τ.. Ωστόσο, η πρότασή του θα είναι αρκετά διαφορετική ως προς την υλοποίηση του καταστήματος και στην εν γένει λειτουργία του. Τα δύο σημεία στα οποία εκτιμάται πως μπορεί να δημιουργηθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι: α) μεγάλο επενδυτικό κεφάλαιο (για να επιτευχθεί διαφοροποίηση ως προς την τιμή πώλησης και την ποσότητα εισαγωγών), β) πολιτική εκπαίδευσης πελατών (για την δημιουργία πιστού και πιο ώριμου καταναλωτικού κοινού).

Η εμπορία των προϊόντων Η.Τ. είναι ένα αντικείμενο με τεράστια κοινωνική ευθύνη. Δυστυχώς, μέχρι σήμερα η επιχειρηματική πρακτική που ασκείται από τις ελληνικές (και όχι μόνο) επιχειρήσεις είναι βασισμένη κυρίως στην νοοτροπία του εύκολου και γρήγορου κέρδους. Τα καταστήματα Η.Τ. δεν είναι τόσο «κοντά» στον καταναλωτή όσο θα όφειλαν και αν και δημιουργούν συνήθως πιο στενές σχέσεις με τους πελάτες τους, εν τέλει δεν φροντίζουν για την εκπαίδευσή τους. Η κοινωνική αποστολή λοιπόν είναι ένα ανταγωνιστικό όπλο που προτείνεται από τον συγγραφέα και θα αναλυθεί διεξοδικά σε επόμενο κεφάλαιο.

Το μεγαλύτερο κεφάλαιο επένδυσης (μέχρι και τις 50.000 €) εξυπηρετεί την μείωση των τιμών μέσα από ισόποση μείωση των τιμών προμήθειας των προϊόντων Η.Τ.. Έτσι μπορεί να μετατραπεί σε ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΙΔΡΥΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ Η.Τ.

Περίληψη Κεφαλαίου

Σε αυτό το κεφάλαιο θα εφαρμόσουμε στην πράξη το πρότυπο επιχειρηματικού πλάνου που παρουσιάστηκε στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας. Εισαγωγικά, θα οριοθετηθούν συγκεκριμένα μεγέθη για την αποφυγή παρανοήσεων και απλοποιήσεων των υπολογισμών. Στη συνέχεια θα γίνουν εκτιμήσεις αναφορικά με τις πωλήσεις της επιχείρησης και θα ακολουθήσουν υπολογισμοί βιωσιμότητας της επένδυσης σε βάθος πενταετίας και προσδιορισμός του επενδυτικού κινδύνου.

3.1 Θέσεις και Εκτιμήσεις

Δεδομένων των γνώσεων του συγγραφέα γύρω από το εμπόριο των προϊόντων Η.Τ., επιλέχθηκε ως βέλτιστο κεφάλαιο επένδυσης, τα 50.000 €. Το συγκεκριμένο ποσό ανταποκρίνεται επαρκώς τόσο στις ανάγκες ανακαίνισης του καταστήματος, όσο και στις ανάγκες προμήθειας σημαντικής ποσότητας προϊόντων Η.Τ. προκειμένου να ικανοποιηθεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για καλύτερες τιμές πώλησης. Είναι ένα ποσό που μπορεί να συγκεντρωθεί επιτυχώς με την χρήση ιδίων κεφαλαίων, δίχως να απαιτείται τραπεζικός δανεισμός. Αν και τα 30.000 € είναι ένα γενναίο επενδυτικό κεφάλαιο, οι ο μέσος όρος των εκπτώσεων που θα επιτευχθούν δεν θα ξεπεράσει το 10% στην περίπτωση των μπαταριών και των ατμοποιητών, ενώ θα αγγίξει το 15% όσον αφορά τα υγρά αναπλήρωσης. Για κεφάλαιο 50.000 € όμως οι εκπτώσεις θα είναι, κατά μέσο όρο, 15% και 30%, αντίστοιχα (για 66.6% αύξηση κεφαλαίου επιτυγχάνονται 50% μεγαλύτερες εκπτώσεις). Αυτός είναι και ο λόγος που επιλέγεται ένα τόσο μεγάλο αρχικό κεφάλαιο.

Λόγω του τεράστιου εύρους των προϊόντων Η.Τ. θα τα χωρίσουμε σε τρεις (3) μεγάλες υποκατηγορίες για ευκολία παρουσίασης και υπολογισμών. Οι κατηγορίες αυτές αφορούν τόσο τους ατμοποιητές όσο και τις μπαταρίες και θα οριστούν με βάση την **τιμή προμήθειας** των συσκευών.

Για τις μπαταρίες θα χωριστούν σε (τιμές προμήθειας):

- Φθηνές [5 - 10 € → Μ.Ο. 7,50 €: (5+10)/2]
- Κανονικές [11 - 25 € → Μ.Ο. 18 € : (11+25)/2]
- Ακριβές (Μπαταριοθήκες – Mods) [26 - 100 € → Μ.Ο. 63 € : (26+100)/2]

Για τους ατμοποιητές θα χωριστούν σε (τιμές προμήθειας):

- Φθηνοί [2 - 5 € → Μ.Ο. 3,50 € : (2+5)/2]
- Κανονικοί [6 - 19 € → Μ.Ο. 12,50 € : (6+19)/2]
- Ακριβοί (Επισκευάσιμοι – Rebuildalbe) [20 - 50 € → Μ.Ο. 35 € : (20+50)/2]

Εννοείται ότι υπάρχουν και πολύ ακριβότερες συσκευές όμως θεωρούνται είδη «πολυτελείας» και εκ των πραγμάτων δεν προμηθεύονται σε μεγάλες ποσότητες. Για τον υπολογισμό του μέσου όρου (Μ.Ο.) τιμής προμήθειας των προϊόντων μιας κατηγορίας λαμβάνονται υπ' όψη οι δύο ακραίες τιμές της κατηγορίας. Οι φθηνές μπαταρίες και οι φθηνοί ατμοποιητές αποτελούν (συνήθως) προϊόντα «αρχικών πακέτων» για τους νέους ατμιστές που επιθυμούν να εξοικειωθούν με τη συνήθεια του ατμίματος. Οι μπαταρίες και οι ατμοποιητές που προμηθεύονται σε μια σχετικά «κανονική» τιμή απευθύνονται στους χρήστες που γνωρίζουν πλέον τι ζητάνε σε γενικές γραμμές από το ηλεκτρονικό τσιγάρο και έχουν πιο κατασταλαγμένη άποψη για τις ανάγκες τους. Οι συσκευές αυτής της κατηγορίας χρησιμοποιούνται και από τους περισσότερους χρήστες Η.Τ. παγκοσμίως. Οι πιο ακριβοί ατμοποιητές και μπαταριοθήκες, απευθύνονται σε ένα πιο «εξειδικευμένο» καταναλωτικό κοινό που επιθυμεί να βελτιστοποιήσει την γευστική του απόλαυση από την χρήση του Η.Τ.. Το συνολικό κεφάλαιο που θα διατεθεί για την αγορά των μπαταριών και των ατμοποιητών θα είναι 10.000 € (εκτιμώμενη έκπτωση 15%), (δίχως να συνυπολογίζονται σε αυτό το κόστος τα έξοδα των προϊόντων «βιτρίνας» και των δοκιμαστικών προϊόντων στα ράφια του μαγαζιού).

Τα υγρά αναπλήρωσης θα θεωρήσουμε ότι κατά κύριο λόγο προμηθεύονται προς 1,80 € / 10 ml (μπουκαλάκι). Θα προμηθευτούν υγρά αναπλήρωσης από τις πέντε μεγαλύτερες εταιρίες του χώρου (όταν τα περισσότερα μαγαζιά λανσάρουν τρεις, το πολύ). Λόγω της τεράστιας ποικιλίας που συναντάμε στις γεύσεις των υγρών αναπλήρωσης δεν καθίσταται εύκολος ο υπολογισμός και η εξατομικευμένη εκτίμηση των πωλήσεων κάθε γεύσης ξεχωριστά (για τις ανάγκες της εργασίας πάντα). Λόγω της ανάγκης διαμόρφωσης της βιτρίνας μπορούμε όμως να αναφέρουμε ότι σε γενικές γραμμές κάθε εταιρία έχει περίπου είκοσι (20) γεύσεις στο δυναμικό της. Το θετικό είναι ότι ανεξαρτήτως της γεύσης που λανσάρει η προϊόντική σειρά μιας εταιρίας, τα υγρά αναπλήρωσης προμηθεύονται (και πωλούνται φυσικά) στην ίδια τιμή. Συνεπώς αυτό απλοποιεί τους υπολογισμούς και την θέση του συγγραφέα. Ο μοναδικός διαχωρισμός που θα γίνει θα είναι ως προς το αν η γεύση είναι καπνική ή όχι. Λόγω του ότι οι καπνικές γεύσεις έχουν και την μεγαλύτερη κατανάλωση, θα προμηθευτεί διπλάσια ποσότητα από αυτές. Το συνολικό κεφάλαιο που θα διατεθεί για την προμήθεια υγρών αναπλήρωσης είναι 25.000 € (εκτιμώμενη έκπτωση 30%).

Όσον αφορά τις ανταλλάξιμες αντιστάσεις των εργοστασιακών ατμοποιητών, θα υποθέσουμε ότι προμηθεύονται κατά μέσο όρο προς ένα (1) € / κομμάτι και η εκτιμώμενη έκπτωση θα είναι περίπου 15%. Το ποσό της επένδυσης θα είναι περίπου στα 1650 € (μετά την έκπτωση). Φυσικά, κι εδώ υπάρχει τεράστια ποικιλία αλλά οφείλουμε να απλοποιήσουμε τα πράγματα για χάρη της εργασίας. Τα πάσης φύσεως αξεσουάρ που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό τσιγάρο θα υποθέσουμε πως προμηθεύονται κι αυτά κατά μέσο όρο προς ένα (1,50) € / κομμάτι και η εκτιμώμενη έκπτωση θα είναι 20% (ποσό επένδυσης μετά την έκπτωση, 2.500€).

Το κόστος ανακαίνισης του μαγαζιού, τα γραφειοκρατικά έξοδα και δαπάνες και η βιτρίνα του μαγαζιού υπολογίζονται σε ποσό 5.000 €. Όσον αφορά το κόστος διαμόρφωσης της βιτρίνας του μαγαζιού, καλύπτεται σε μεγάλο βαθμό από τα δειγματικά υγρά αναπλήρωσης των εταιριών, συνεπώς το κόστος που μένει να καλυφθεί είναι αυτό των ατμοποιητών που θα δεσμευθούν για την βιτρίνα και το δοκιμαστήριο. Θα χρειαστούν 100 ατμοποιητές (της φθηνής κατηγορίας) και μετά την εκτιμώμενη έκπτωση το κόστος αγοράς τους θα ανέρχεται στα 300 €.

Τα υπόλοιπα 4.700 € θα διατεθούν για όλα τα υπόλοιπα έξοδα στησίματος του καταστήματος. Ποσό 850 € θα διατεθεί σε πάσης φύσεως επιμέρους αξεσουάρ και επιπρόσθετο εξοπλισμό που δεν υπόκειται στην προηγούμενη κοστολόγηση (π.χ. σύρμα νικελοχρωμίου για επισκευάσιμους ατμοποιητές, οργανικό βαμβάκι, δοσομετρητές, χαρτί κλπ.). Τέλος, κεφάλαιο ύψους 5.000 € θα διαφυλαχθεί προκειμένου να εξυπηρετηθούν έκτακτες ανάγκες και έξοδα του μαγαζιού για τον πρώτο χρόνο της λειτουργίας του (που δεν προβλέφθηκαν).

Θα πρέπει να υπογραμμίσουμε σ' αυτό το σημείο, ότι οι τιμές που ορίζει ο συγγραφέας ανταποκρίνονται πλήρως στην πραγματικότητα και δεν είναι αυθαίρετες και ανυπόστατες. Είναι οι πραγματικές τιμές προμήθειας των καταστημάτων στην πλειοψηφία των προϊόντων Η.Τ., αν και όπως είπαμε και προηγουμένως η ποικιλία είναι τεράστια και όπως είναι φυσικό οι διακυμάνσεις στις τιμές υπαρκτές. Οι εκτιμώμενες εκπτώσεις στις παραπάνω τιμές έγιναν κατόπιν επικοινωνίας με τους προμηθευτές του εξοπλισμού.

Τα υγρά αναπλήρωσης είναι το αναλώσιμο με τον μεγαλύτερο τζίρο και συνεπώς η πρόβλεψη της επάρκειάς τους είναι ιδιαίτερος σημαντική για την εύρυθμη λειτουργία του καταστήματος και τη συνεχή διατήρηση των χαμηλότερων τιμών στην αγορά.

Όλες οι παραπάνω εκτιμήσεις και προβλέψεις ισχύουν **αυστηρά** για τα σημερινά δεδομένα και τα προϊόντα που κυκλοφορούν αυτή τη στιγμή στην αγορά και στηρίζονται στην πεποίθηση του συγγραφέα ότι δεν αναμένεται κάποια ριζοσπαστική αλλαγή μέσα στους επόμενους 18 μήνες. Η εργασία αυτή έχει πολύ συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα και παρακαλείται ο αναγνώστης να τροποποιήσει τις κατευθυντήριες γραμμές που δίνονται από τον συγγραφέα αναλόγως των δεδομένων της χρονικής στιγμής που θα επιχειρήσει να ανοίξει ένα κατάστημα πώλησης προϊόντων Η.Τ..

3.2 Παρουσίαση Επιχειρηματικού Πλάνου

Στο σημείο αυτό θα εφαρμόσουμε τις προτάσεις του συγγραφέα πάνω στο πρότυπο επιχειρηματικού σχεδίου που παρουσιάστηκε στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας. Η δομή της ανάπτυξης θα γίνει όπως ακριβώς έγινε και η παρουσίαση του πρότυπου επιχειρηματικού σχεδίου. Όπου απαιτούνται υπολογισμοί και εξηγήσεις, θα δίδονται με παραπομπή στο τέλος της εργασίας (για να διατηρηθεί η άρτια εικόνα του επιχειρηματικού πλάνου). Για λόγους αποφυγής διαφήμισης και παρανοήσεων, δεν θα γίνει αναφορά σε κανένα όνομα προμηθευτή και προϊόντος, όπως επίσης και ονόματος της επιχείρησης.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΣΙΓΑΡΟΥ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχείρηση «XXX» είναι ένα σύγχρονο κατάστημα πώλησης προϊόντων ηλεκτρονικού τσιγάρου, δημιουργημένη με πολύ αγάπη και μεράκι και προσανατολισμένη στην όσο το δυνατόν καλύτερη εξυπηρέτηση των αναγκών του καταναλωτή.

Στόχος της επιχείρησης είναι να γίνει ηγέτιδα στον χώρο του εμπορίου των ηλεκτρονικών τσιγάρων, μέσα από το brand name της και την προσωπική εγγύηση που θα δίδει στα προϊόντα που εμπορεύεται. Επιδίωξή μας είναι να διαφοροποιηθούμε ως η επιχείρηση που πουλάει «τα ποιοτικότερα προϊόντα, στις φθηνότερες τιμές».

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

- I. Η επιχείρηση «XXX» είναι μια ατομική επιχείρηση, εμπορίας προϊόντων Η.Τ..
- II. Τα προϊόντα που θα προσφέρονται είναι μπαταρίες, ατμοποιητές, υγρά αναπλήρωσης, ανταλλάξιμες κεφαλές ατμοποιητών και αξεσουάρ Η.Τ.. Οι υπηρεσίες που θα προσφέρονται είναι υπηρεσίες εγγύησης επισκευής του προϊόντος για τους πρώτους τρεις (3) μήνες της αγοράς του και αντικατάστασης σε περίπτωση DOA (dead on arrival). Επιπλέον, η εταιρία αναγνωρίζει την κοινωνική της ευθύνη και την υποχρέωση που έχει για ενημέρωση και συνεχή εκπαίδευση του καταναλωτικού κοινού και για τον λόγο αυτό θα διοργανώνει μηνιαίες ημερίδες εκπαίδευσης και παρουσίασης των νέων προϊόντων της αγοράς.
- III. Η επιχείρηση «XXX» θα έχει έδρα την (Πόλη Ψ) και θα βρίσκεται στην (Περιοχή). Οι λόγοι που οδηγούν σε αυτή την επιλογή είναι οι εξής: α) Είναι το πιο κεντρικό μέρος ολόκληρης της πόλης και η πρόσβασή σε αυτό είναι πολύ εύκολη, β) Δέχεται την τεράστια προσέλευση του κόσμου καθημερινά, γ) Είναι μια τοποθεσία που προσφέρει τεράστια και καθημερινή διαφήμιση στην επιχείρηση (περαντζάδα). Έτσι ισοσκελίζεται η αδυναμία διαφημίσεων, καθότι τις απαγορεύει ο Νόμος, δ) Μπορεί το ενοίκιο να είναι σημαντικά μεγαλύτερο απ' ότι σε άλλα μέρη, όμως στον αντίποδα, η φήμη και πελατεία που θα αποκτήσει στο μέρος αυτό θα ισοβαθμίσει το κόστος αυτό.

A) Περιγραφή της επιχείρησης

- Η επιχείρηση «XXX» είναι ατομική επιχείρηση (Βλέπε Βιβλιογραφία – παρατίθεται το άρθρο που περιγράφει τα βήματα που πρέπει να γίνουν προκειμένου να συστήσει κανείς ατομική επιχείρηση). Η επιχείρηση ανήκει στον/στην «Κ. Χ»
- Η επιχείρηση «XXX» είναι εμπορική.
- Είναι νεοϊδρυθείσα επιχείρηση.
- Η προμήθεια του μεγαλύτερου μέρους των προϊόντων γίνεται από την Κίνα και από εγκεκριμένους προμηθευτές ανά τον κόσμο.

B) Προϊόντα / Υπηρεσίες

- Η επιχείρηση εμπορεύεται συσκευές ηλεκτρονικού τσιγάρου καθώς και υγρά αναπλήρωσης και όλα τα παρελκόμενα αξεσουάρ για τα ηλεκτρονικά τσιγάρα.
- Το ηλεκτρονικό τσιγάρο είναι μια καλύτερη εναλλακτική λύση πρόσληψης νικοτίνης και ένας ευκολότερος τρόπος αποκοπής από το κανονικό τσιγάρο. Η επιχείρηση «XXX» αναγνωρίζει την αναγκαιότητα της διακοπής του κανονικού τσιγάρου γι αυτό και επιθυμεί να προσφέρει στους πελάτες της, τις όσο το δυνατόν καλύτερες υπηρεσίες της, στις πιο προνομιούχες τιμές της αγοράς.
- Δεδομένης της αδυναμίας διαφοροποίησης ως προς το προϊόν (μιας και όλα τα μαγαζιά σε γενικές γραμμές εμπορεύονται τα ίδια βασικά προϊόντα), ο μόνος τρόπος διαφοροποίησης είναι ως προς την μεγαλύτερη ποικιλία προσφερόμενων προϊόντων αλλά και διαφοροποίηση ως προς την τιμή. Επιπλέον, θα αναλάβουμε την εγγύηση των προϊόντων που θα πουλάμε, πρακτική που μέχρι σήμερα δεν εφαρμόζεται από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις (εκτός από ελάχιστες εξαιρέσεις). Ποικιλία – Τιμές – Εγγύηση, θα είναι το τρίπτυχο της επιχειρηματικής πρακτικής της εταιρίας μας.
- Η ζήτηση περιστρέφεται κυρίως γύρω από τις απλές συσκευές και μπαταρίες, τα καθημερινά υγρά αναπλήρωσης και τις ανταλλάξιμες κεφαλές των εργοστασιακών ατμοποιητών.

Γ) Τοποθεσία

- Η τοποθεσία θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο κεντρική. Βέλτιστη περιοχή θεωρείται η (Περιοχή – Πόλη), λόγω της τεράστιας επισκεψιμότητάς της καθημερινά, της εύκολης προσβασιμότητάς της και της αναγνωρισιμότητας που χαίρουν τα καταστήματα που εδρεύουν επί αυτής.
- Ο χώρος που χρειάζεται είναι περίπου 10 - 15 τ.μ..
- Το κατάστημα θα πρέπει να είναι ισόγειο και με βιτρίνα.

ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

1) *Ανάλυση Καταναλωτή*

Το ηλεκτρονικό τσιγάρο απευθύνεται σε όλους τους ενηλίκους, άνω των 18 ετών, που επιθυμούν να μείνουν μακριά από την βλαβερή συνήθεια του καπνίσματος. Το ηλικιακό εύρος ποικίλει, ωστόσο υπάρχει η τάση τα άτομα νεότερης ηλικίας να επιθυμούν να πειραματιστούν περισσότερο με τον πιο σύγχρονο εξοπλισμό που κυκλοφορεί στην αγορά. Πάγια αιτήματα όλων των καταναλωτών είναι η μείωση των τιμών και η προσφορά ποιοτικών προϊόντων. Όσον αφορά το θέμα της ποιότητας, η προμήθεια του εξοπλισμού από εγγυημένους προμηθευτές δεν αφήνει περιθώρια αμφισβήτησης. Όσον αφορά το ζήτημα των τιμών, στοχεύουμε η επιχείρησή μας να πουλάει φθηνότερα, συγκριτικά με τους ανταγωνιστές (τόσο τους τοπικούς και τους εγχώριους, όσο και αυτούς εκτός Ελλάδος – π.χ. Κινέζοι).

2) *Ανάλυση Ανταγωνισμού*

Δεν υπάρχουν πολλά λόγια για να πούμε εδώ. Υπάρχει μία λέξη που τα περιγράφει όλα. Καρτέλ. Όλοι πουλάνε στις ίδιες υψηλές τιμές. Όπου υπάρχει η δυνατότητα δεν κόβεται απόδειξη και οι προσφορές είναι γέννημα-θρέμμα της φιλικής σχέσης με τον πελάτη. Η συντριπτική πλειοψηφία των εμπόρων προϊόντων Η.Τ. συμπλέει με την νοοτροπία του εύκολου και γρήγορου κέρδους. Πολλοί από αυτούς μάλιστα δεν έχουν ούτε καν τις απαιτούμενες και σε βάθος γνώσεις που χρειάζονται προκειμένου να λειτουργήσουν ένα τέτοιο κατάστημα. Για να ανταγωνιστεί κανείς αυτό το καρτέλ η λύση είναι μία. Μεγάλα αποθέματα και πώληση σε χαμηλότερες τιμές.

3) *Ανάλυση Αγοράς*

Η αγορά του Η.Τ. είναι ιδιαίτερα ελκυστική και προσοδοφόρα. Αναλογιστείτε μόνο ότι αν π.χ. πουληθούν 10 μπουκαλάκια υγρών αναπλήρωσης ημερησίως (πράγμα δεδομένο για τον κάθε καταστηματάρχη – πόσο μάλλον για κάποιον που βρίσκεται σε κεντρικό σημείο), το κέρδος που προκύπτει αγγίζει σχεδόν τα 30 €. Είναι συνεπώς εύκολα αντιληπτό ότι με την πρακτική που εφαρμόζεται μέχρι σήμερα, οι έμποροι προϊόντων Η.Τ. θησαυρίζουν πουλώντας σε πολύ υψηλές

τιμές και το καταναλωτικό κοινό αποδέχεται αναγκαστικά αυτό το καρτέλ γιατί δεν μπορεί να προμηθευτεί από πουθενά άλλου σημαντικό μέρος του εξοπλισμού που χρησιμοποιεί. Το μέγεθος της αγοράς είναι ακόμη σχετικά μικρό αλλά ο σκοπός είναι η όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αύξησή της. Δυστυχώς, υπάρχει ακόμα έντονη παραπληροφόρηση αναφορικά με τη χρήση των Η.Τ., ωστόσο ένα πετυχημένο κατάστημα έχει τον ισχυρότερο σύμμαχο, τον κόσμο. Οι περισσότεροι χρήστες Η.Τ. χρησιμοποιούν τις σχετικά απλές συσκευές. Δεν έχουν σημαντικές απαιτήσεις και η ζήτηση είναι αρκετά προβλέψιμη. Για να πετύχεις σ' αυτή την αγορά πρέπει να γίνεις ο φθηνότερος και ο πιο σοβαρός επιχειρηματίας.

4) Ανάλυση Περιβάλλοντος

- Τεχνολογικά, οι περισσότερες εξελίξεις αφορούν την αύξηση της παρεχόμενης ενέργειας των μπαταριοθηκών και της βελτίωσης της ποσότητας του ατμού που παράγεται από τους ατμοποιητές. Με λίγα λόγια καμία συνταρακτική τεχνολογία που θα αλλάξει ριζικά τη διαδικασία του ατμίσματος δεν αναμένεται στο επόμενο διάστημα – τουλάχιστον 12 μηνών. Νέες συσκευές διοχετεύονται πολύ συχνά στην αγορά, όμως είναι πρακτικά σχεδόν πανομοιότυπες με τις υπάρχουσες κι ο κόσμος δείχνει μια τάση να εμπιστεύεται τα προϊόντα, κυρίως, των μεγάλων επωνύμων εταιριών.
- Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η Ελλάδα δεν έχουν πάρει ακόμη σαφείς και ξεκάθαρες θέσεις για τη χρήση του Η.Τ.. Δεν το κατατάσσουν στα προϊόντα καπνού, όμως από την άλλη συντηρούν ένα περιβάλλον ανησυχίας ως προς την οριοθέτησή του. Είναι μετέωρα πολλά ζητήματα που περιμένουν απαντήσεις, όπως εισαγωγή ειδικού φόρου κατανάλωσης στα προϊόντα Η.Τ., νομιμότητα χρήσης του σε κλειστούς χώρους ή όχι, έκδοση ειδικών αδειών πώλησης προϊόντων Η.Τ. κλπ.
- Τα οικονομικά κάθε Έλληνα πολίτη μαστίζονται από αλληπάλληλα χτυπήματα. Είναι γεγονός ότι κανείς δεν είναι πλέον άνετος και προσπαθεί να περικόψει απ' οπουδήποτε μπορεί. Η εξάρτηση όμως από την ουσία της νικοτίνης είναι κάτι που καλώς ή κακώς ξεπερνάει τα «οικονομικά πρέπει» κάποιου και πρέπει να εκπληρωθεί με τον έναν ή τον άλλο τρόπο. Γι αυτόν τον λόγο η ενασχόληση με την εμπορία προϊόντων Η.Τ. κρίνεται επικερδής.

ΕΠΙΛΟΓΗ, ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

- **Στρατηγική Προϊόντων**

Το κατάστημά μας θα προμηθεύεται τα ποιοτικότερα προϊόντα, των πιο πιστοποιημένων εταιριών. Δεν θα γίνουν εκπτώσεις στην ποιότητα των προϊόντων κι αυτό αποτελεί θεμελιώδες αξιωμαμά μας. Σκοπός μας είναι να πουλάμε στις φθηνότερες τιμές της αγοράς και να διαφοροποιηθούμε από το υπάρχον καρτέλ. Είναι δεδομένο ότι υπάρχει αδυναμία να παρεμβληθούμε στη συσκευασία του τελικού προϊόντος, όμως αυτό ισχύει για όλους τους εμπόρους προϊόντων Η.Τ.. Συνεπώς, δεν είναι εφικτή η διαφοροποίηση των προϊόντων μας από τα άλλα προϊόντα της αγοράς. Ωστόσο, εκεί που μπορεί να υπάρξει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, είναι στην ποικιλία των προσφερόμενων προϊόντων, καθότι η συντριπτική πλειοψηφία των υπολοίπων εμπόρων δεν δίδει έμφαση σε αυτό.

- **Σχεδιασμός Μάρκετινγκ**

Η επιχείρησή μας επιθυμούμε να πουλάει τα ποιοτικότερα προϊόντα Η.Τ., στην φθηνότερη τιμή της αγοράς. Στόχος μας είναι η δημιουργία εσόδων μέσω της ποσότητας πωληθέντων προϊόντων και όχι μέσω της αυξημένης τιμής.

Συμπεριφορά Καταναλωτή

Η μέγιστη ανάγκη που θα οδηγήσει κάποιον χρήστη Η.Τ. να προβεί σε αγορά είναι η εξάρτησή του από την νικοτίνη. Για κάποιον που χρησιμοποιεί το κανονικό τσιγάρο, είναι η περιέργεια (και ίσως και η απόφαση) να απεξαρτηθεί από την κακιά συνήθειά του. Η συχνότητα κατανάλωσης των προϊόντων Η.Τ. ποικίλει αναλόγως με τον χρήστη αλλά και τα προϊόντα που χρησιμοποιεί. Παρ' όλα αυτά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι 10 ml υγρού αναπλήρωσης καταναλώνονται σε περίπου δύο ημέρες, ενώ μια ανταλλάξιμη κεφαλή εργοστασιακού ατμοποιητή, μέσα σε μία εβδομάδα (από έναν μέσο χρήστη). Αυτά είναι και τα δύο σημαντικότερα αναλώσιμα προϊόντα Η.Τ. και ευθύνονται σε σημαντικό βαθμό στη διαμόρφωση των καθημερινών εσόδων της επιχείρησης. Είναι επίσης γεγονός, ότι οι περισσότεροι καταναλωτές έχουν φιλικές σχέσεις.

Όμως, δεδομένης της απογοήτευσης του κόσμου για την τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζουν όλοι, της γενικότερης γνώσης τους ότι τα προϊόντα αυτά προμηθεύονται σε σημαντικά χαμηλότερες τιμές απ' ότι πωλούνται, της άρνησης σχεδόν όλων να αναλάβουν τις εγγυήσεις των προϊόντων που πουλάνε, αλλά και τις παντελούς έλλειψης κοινωνικής πολιτικής και διαρκούς ενημέρωσης που δεν εφαρμόζει κανένας έμπορος μέχρι στιγμής, εκτιμάμε ότι η επιχείρησή μας θα κερδίσει την αγάπη και την αφοσίωση του καταναλωτικού κοινού και θα δημιουργήσει πιστούς πελάτες. Γιατί όλα τα παραπάνω αποτελούν δέσμευση της επιχείρησής μας και αξιώματά της.

Προϊόν

Ο κύκλος ζωής των προϊόντων είναι ο εξής:

- Μπαταρίες: 250 φορτίσεις περίπου (μέχρι να παρατηρηθεί σημαντική πτώση της λειτουργικότητάς της). Εκτίμηση ότι θα αλλάζουν ανά 8 μήνες περίπου. Σε περίπτωση νέου ατμιστή που επιθυμεί να βελτιώσει την ατμιστική του εμπειρία και να δοκιμάσει μια μπαταρία μεταβλητής τάσης (VV), το διάστημα από την πρώτη του αγορά (απλή μπαταρία), μέχρι την αγορά της δεύτερης μπαταρίας υπολογίζεται σε περίπου 3 μήνες.
- Ατμοποιητές: Εάν είναι από συνθετικό πλαστικό τότε καλό είναι να αλλάζουν κάθε μήνα. Εάν είναι από γυαλί και ανοξειδωτο ατσάλι τότε είναι πολύ πιο ανθεκτικοί και μπορούν να αντέξουν μέχρι και για περισσότερο από έξι μήνες (μέχρι να οξειδωθεί το ατσάλι ή να σπάσει το γυαλί). Στην περίπτωση των επισκευάσιμων ατμοποιητών, ο χρόνος ζωής τους είναι σημαντικά μεγαλύτερος (περισσότερο και από χρόνο εάν είναι ποιοτική κατασκευή) και υπάρχει συνήθως η δυνατότητα αγοράς ανταλλακτικών σε περίπτωση φθοράς ή απώλειας κάποιου εξαρτήματός τους.
- Ανταλλάξιμες Αντιστάσεις Εργοστασιακών Ατμοποιητών: Ο χρόνος ζωής τους είναι κυμαίνεται μεταξύ 7-10 ημερών. Η συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών Η.Τ. χρησιμοποιεί τους εργοστασιακούς ατμοποιητές, συνεπώς η διατήρηση ικανοποιητικών αποθεμάτων (4 αντιστάσεις για κάθε ατμοποιητή που πουλιέται

εντός καταστήματος κατά μέσο όρο) είναι σημαντική για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης.

- Υγρά Αναπλήρωσης: Αν και δεν είναι εύκολη η εκτίμηση της κατανάλωσης των υγρών αναπλήρωσης από κάθε χρήστη, μια μέση εκτίμηση είναι ότι ημερησίως ατμίζει περίπου 5 ml υγρού αναπλήρωσης. Τα μπουκαλάκια υγρών αναπλήρωσης πωλούνται κυρίως με 10 ml υγρού, συνεπώς ο χρόνος ζωής του εκτιμάται στις δύο (2) ημέρες. Το κατάστημα οφείλει να διατηρεί σημαντικά αποθέματα υγρών αναπλήρωσης αλλά και μια μεγάλη ποικιλία από διαφορετικές γεύσεις υγρών, όπως επίσης και δοκιμαστήριο υγρών αναπλήρωσης, προκειμένου να εξυπηρετήσει ακόμη και τους πιο απαιτητικούς πελάτες. Η ημερομηνία λήξης των υγρών αναπλήρωσης είναι δύο έτη από την εμφιάλωσή τους.

Τιμή

Όπως έχει αναφερθεί και προηγουμένως, επιθυμούμε η επιχείρησή μας να διαφοροποιηθεί ως προς την τιμή πώλησης των προϊόντων Η.Τ.. Οι απλές μπαταρίες πωλούνται – (από τους ανταγωνιστές / οι τιμές είναι χωρίς Φ.Π.Α.) προς 15 € περίπου, οι μπαταρίες μεταβλητής τάσης προς 34 € περίπου, ενώ οι μπαταριοθήκες σχεδόν στα 90 €. Όσον αφορά τους ατμοποιητές, οι απλοί προς 10 €, οι λίγο πιο σύνθετοι προς 30 €, ενώ οι επισκευάσιμοι προς περίπου 70 €. Τα υγρά αναπλήρωσης πωλούνται προς 5 € (ή 6,15 με Φ.Π.Α.). Οι ανταλλάξιμες αντιστάσεις πωλούνται συνήθως στα 2,50 – 3,00 €, ενώ τα αξεσουάρ προς 5 €. Οι ενδεικτικές τιμές που θα πουληθούν τα προϊόντα είναι οι εξής (βάσει των υπολογισμένων στοιχείων που παραθέσαμε στην αρχή του κεφαλαίου) - οι τιμές **δεν** περιλαμβάνουν Φ.Π.Α.:

- Μπαταρίες: Οι απλές προς 13 €, οι πολυβολτικές προς 26 €, ενώ οι μπαταριοθήκες προς περίπου 79 €
- Ατμοποιητές: Οι απλοί προς 8 €, οι λίγο πιο σύνθετοι εργοστασιακοί προς 25 € ενώ οι επισκευάσιμοι προς 59 €
- Υγρά Αναπλήρωσης: Θα πωλούνται προς 3,50 € (4,30 € με Φ.Π.Α.).
- Ανταλλάξιμες αντιστάσεις ατμοποιητών: Πώληση στα 2 €.
- Αξεσουάρ Η.Τ.: Πώληση προς 3 €

Παρατηρείτε ότι η μείωση των τιμών σε μπαταρίες και ατμοποιητές είναι 15% περίπου σε αντιστοιχία με τον ανταγωνιστών (με εκτιμώμενη έκπτωση 15% στην προμήθεια των συσκευών αυτών), ενώ η έκπτωση σε υγρά αναπλήρωσης είναι 30% (με εκτιμώμενη έκπτωση προμήθειας 30%). Στις ανταλλάξιμες κεφαλές η μείωση αγγίζει το 25%, ενώ στα αξεσουάρ το 40%. Συνεπώς, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις τιμές θα είναι δύσκολο να «σπάσει» για αρκετό καιρό (μέχρι τουλάχιστον να βρεθεί κάποιος που θα διαθέσει εξίσου σημαντικό κεφάλαιο για την προμήθεια των προϊόντων και που θα επιθυμεί να ξεφύγει από τις τιμές του καρτέλ.

Διανομή

Η πώληση των προϊόντων θα γίνεται εντός του καταστήματος, ενώ θα υπάρχει δυνατότητα αποστολής σε όλη την Ελλάδα με courier. Το κόστος της αποστολής θα είναι δωρεάν για τον καταναλωτή σε παραγγελίες άνω των 29 €, ενώ το κόστος για μικρότερες παραγγελίες θα είναι 4 €. Σε περίπτωση αντικαταβολής θα υπάρχει επιβάρυνση, ανεξαρτήτως ποσού παραγγελίας, 2 €. Όσον αφορά τους όρους των παραγγελιών και της πολιτικής λειτουργίας της ιστοσελίδας της επιχείρησης, θα υπάρχει πλήρης και αναλυτικότερη ενημέρωση ως προς τη διαδικασία αποστολών και την πολιτική διαχείρισης των ελαττωματικών προϊόντων. Επίσης, θα είναι αναρτημένη και η νέα Ευρωπαϊκή Οδηγία αναφορικά με τις διαδικτυακές αγορές που ισχύει από τις 10 Ιουνίου 2014 (Βλέπε Βιβλιογραφία). Η επιχείρηση θα διαθέσει χονδρικώς τα προϊόντα της εφόσον υπάρξει κάποια σοβαρή πρόταση για συνεργασία.

Πρώθηση

Δεδομένης της αδυναμίας, που προκύπτει από τις διατάξεις του Νόμου, για διαφήμιση των προϊόντων Η.Τ. (έντυπες και στην τηλεόραση), θα πρέπει να εφαρμοστούν εναλλακτικοί τρόποι πρώθησης κι ένας από αυτούς είναι το διαδίκτυο, προωθώντας την ιστοσελίδα στην εταιρία σε δημοφιλείς μηχανές αναζήτησης και σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θα διοργανώνονται μηνιαίοι διαγωνισμοί, με πλούσια δώρα προκειμένου να κεντρίζεται ακόμη περισσότερο η προσοχή του κοινού, ενώ θα εφαρμοστεί και ένα σύστημα πόντων ανταμοιβής για τους πιστούς πελάτες.

- **Πωλήσεις**

Η επιχείρηση είναι νεοεισερχόμενη στην αγορά, συνεπώς δεν υπάρχουν ιστορικά στοιχεία πωλήσεων. Μπορούν να γίνουν όμως ορισμένες προβλέψεις και εκτιμήσεις. Οι προβλέψεις αυτές θα γίνουν με την χρήση τριών σεναρίων (κακό – κανονικό – πολύ καλό) και οι εκτιμώμενες πιθανότητες επιβεβαίωσής τους είναι (25% - 60% - 15%) αντίστοιχα. Τα μηνιαία έσοδα που προβλέπονται για αυτά τα σενάρια ανέρχονται σε 2.500 €, 3.750 € και 5.000 € αντίστοιχα, αλλά εκτιμώνται ότι θα προκύψουν από τον τρίτο χρόνο και μετά (εκτενέστερη ανάλυση στον υπολογισμό της Κ.Π.Α. που γίνεται παρακάτω). Προσδοκούμε ότι η επιχείρησή μας θα έχει την δυνατότητα άμεσης αποπληρωμής των χρεών της (ενοίκιο – ρεύμα – ασφάλιση) και ότι θα μας αποφέρει σεβαστά κέρδη από το πρώτο κιόλας δμηνο. Εκτενέστερη περιγραφή θα γίνει στην ανάλυση χρηματοροών.

- **Διοικητικός Σχεδιασμός**

Η ατομική επιχείρηση είναι μια εκ των παλαιότερων και πιο απλών επιχειρήσεων. Ιδρύεται και διοικείται από ένα άτομο το οποίο έχει και την ευθύνη όλων των αποφάσεων. Στα πλεονεκτήματά της συγκαταλέγονται η δυνατότητα άμεσης λήψης αποφάσεων και η ευελιξία διαχείρισης των καθημερινών εργασιών, όπως επίσης και η οικονομία δαπανών λειτουργίας. Τα μειονεκτήματα που εγκυμονούν είναι ότι ο επιχειρηματικός κίνδυνος αναλαμβάνεται εξ' ολοκλήρου από τον επιχειρηματία και ότι ο συγκεντρωτικός τρόπος λήψης αποφάσεων μπορεί να αποβεί μοιραίος ή να οδηγήσει αρκετά συχνά σε λάθος συμπεράσματα.

Το καθήκον του επιχειρηματία είναι να εποπτεύει σε καθημερινή βάση τις πωλήσεις και να μεριμνά για την προμήθεια προϊόντων, όποτε υπάρχει ανάγκη. Ανάγκη για προσωπικό δεν υπάρχει, μιας και το εύρος των εργασιών είναι αρκετά περιορισμένο και ένα άτομο μπορεί να ανταποκριθεί σε αυτές. Το ωράριο λειτουργίας του καταστήματος (και κατ' επέκταση, εργασίας του επιχειρηματία) θα είναι: Δευτέρα – Παρασκευή: 09:00 – 21:00, Σάββατο: 09:00 – 15:00, Κυριακές: Κλειστό. Τα βιβλία που θα τηρηθούν θα είναι Β' Κατηγορίας.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση των εκτιμώμενων χρηματοροών, καλό θα ήταν σ' αυτό το σημείο να παραθέσουμε και να αναλύσουμε το κόστος της επένδυσης που αφορά το στήσιμο του καταστήματος καθώς και τα γραφειοκρατικά έξοδα που απαιτούνται. Όπως είπαμε και προηγουμένως, θα διατεθεί ποσό αξίας € 5.000, για την ανακαίνιση και διαμόρφωση του καταστήματος καθώς και για κάθε άλλο παρελκόμενο έξοδο που αφορά τη σύσταση της επιχείρησης. Αναλυτικότερα, θα δοθεί ποσό € 300 για σφραγίδες, εγγραφή στο οικείο επιμελητήριο και προμήθεια των προαπαιτούμενων παραστατικών έναρξης και λειτουργίας του καταστήματος. Στο ποσό συμπεριλαμβάνεται και η αμοιβή του λογιστή. Το πρώτο ενοίκιο που θα δοθεί (το ενοίκιο που είναι «μέσα» όπως λέγεται), προσδιορίζεται στα 800 € λόγω της κεντρικότητας του μέρους (Περιοχή). Το κόστος των προϊόντων της βιτρίνας (εκθεσιακών/δοκιμαστικών) ανέρχεται στα 300 €. Το κόστος της ηλεκτρονικής σελίδας υπολογίζεται στα 100 €. Για έκτακτα και μη προβλεπόμενα έξοδα υπολογίζεται ποσό € 500. Τα υπόλοιπα 3.000 € θα διατεθούν για την ανακαίνιση του καταστήματος – αγορά κεντρικού πάγκου, ράφια προϊόντων, ελαιοχρωματισμός, ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις, εργατικά κόστη, κλιματισμός.

Τα πάγια μηνιαία έξοδα της επιχείρησης ανέρχονται σε ποσό € 1.250 και είναι:

- Ενοίκιο: 800 € (κατά προσέγγιση για κατάστημα 10-15 τ.μ. στην «Περιοχή» ή σε κάποιο άλλο κεντρικό σημείο πλησίον αυτής)
- Δ.Ε.Η.: Εκτιμάται ότι θα καταναλωθούν κατά προσέγγιση 1.000 κιλοβατώρες το 4μηνο. Η πρόβλεψη για τον λογαριασμό 4μήνου δεν ξεπερνάει τα 200 € (50 €/μήνα). Ο υπολογισμός του έγινε με κριτήριο κυρίως τη χρήση του κλιματιστικού και με εκτίμηση κατανάλωσης δέκα κιλοβατώραων ημερησίως.
- Το κόστος ασφάλισης στον Ο.Α.Ε.Ε. είναι 420 € για νέους ασφαλισμένους, δηλαδή 210 €/μήνα. Είναι ευνόητο ότι δεν καθίσταται εφικτό να αναλυθούν στην παρούσα εργασία όλες οι δυνατές εναλλακτικές ασφάλισης.
- Η αμοιβή του Λογιστή προσδιορίζεται στα 40 €/μήνα.
- Το κόστος τηλεφωνίας και Internet ανέρχεται στα 40 €/μήνα
- Πρόβλεψη για έκτακτα έξοδα: 60 €/μήνα.
- Πρόβλεψη για επισκευές και εγγυήσεις: 50 €/μήνα

❖ Ανάλυση Νεκρού Σημείου

Η συντριπτική πλειοψηφία των εσόδων από τη λειτουργία του καταστήματος θα προέρχεται από την πώληση των υγρών αναπλήρωσης. Εκτιμάμε ότι η συνεισφορά τους στα καθαρά έσοδα είναι της τάξης του 70%. Τα έσοδα από τις μπαταρίες και τους ατμοποιητές προβλέπεται ότι θα αποτελέσουν το 20%, ενώ οι ανταλλάξιμες κεφαλές και τα υπόλοιπα αξεσουάρ θα καλύψουν το υπόλοιπο 10% των μηνιαίων εσόδων. Βάσει των πρότυπων τιμών πώλησης που παραθέσαμε προηγουμένως, θα πρέπει να πουληθούν τα εξής προϊόντα προκειμένου να βρεθούμε στο Νεκρό Σημείο:

- ✓ Υγρά Αναπλήρωσης: 840 € που αντιστοιχούν σε ποσότητα 400 μπουκαλιών.
- ✓ Μπαταρίες και Ατμοποιητές: 240 €, που αντιστοιχούν σε ποσότητα περίπου 30 σετ (μπαταρία και ατμοποιητής).
- ✓ Ανταλλάξιμες Κεφαλές και Αξεσουάρ: 120 €, που αντιστοιχούν σε ποσότητα περίπου 100 τεμαχίων.

Όσον αφορά το κομμάτι των εγγυήσεων που θα δίδεται στις συσκευές μπορούμε να εκτιμήσουμε ότι ένα 5% των συνολικών προϊόντων που θα δίδονται κάθε μήνα, ίσως φέρουν κάποια βλάβη. Με εξαίρεση την δέσμευση ολικής αλλαγής της συσκευής σε περίπτωση ελαττώματος κατά της πώληση του προϊόντος (DOA), η ευθύνη του καταστήματος έγκειται στην επιδιόρθωση των ελαττωμάτων των συσκευών μέχρι και την πάροδο 60 ημερών, χωρίς να επιβαρυνθεί ο καταναλωτής με κάποιο κόστος και δεδομένου ότι το πρόβλημα δεν έχει προκληθεί από δική του υπαιτιότητα (π.χ. πτώση σε νερό, ή θραύση της συσκευής). Σε αυτές τις περιπτώσεις το κόστος επισκευής δεν ξεπερνάει συνήθως τα 3 € και θα εφαρμοστεί πιστά η εγγύηση καλής χρήσης που θα προσφέρει το κατάστημά μας. Προϋπολογίζεται συνεπώς ένα ποσό των € 50 που θα δεσμεύεται κάθε μήνα για τυχόν επιδιορθώσεις. Το ποσό αυτό καλύπτεται από την πώληση περίπου 20 μπουκαλιών υγρών αναπλήρωσης.

Οποιαδήποτε άλλη πώληση επιπρόσθετη των παραπάνω, θα οδηγήσει, όπως είναι λογικό, σε κερδοφορία της επιχείρησης.

❖ Λογιστικό Αποτέλεσμα και Φορολογία Εισοδήματος

Το πλέον πιθανό σενάριο είναι ότι για τις πρώτες δύο οικονομικές χρήσεις, η επιχείρηση θα παρουσιάσει ζημίες και πιστωτικό Φ.Π.Α., λόγω των αυξημένων εξόδων για αγορά εμπορευμάτων. Είναι δεδομένο ότι ένα νέο μαγαζί θέλει χρόνο για να «δέσει». Τα Πάγια στοιχεία που θα αγοραστούν για το μαγαζί (δαπάνες ανακαίνισης) δεν θα υπερβαίνουν τα 1.500 € / κομμάτι, έτσι ώστε να αποσβεστούν από την πρώτη κιόλας χρήση και να αυξήσουν τα έξοδα της επιχείρησης. Η (πιθανή) λογιστική ζημία της πρώτης χρήσης θα συμψηφιστεί στην επόμενη χρήση (όπως είναι λογικό δεν θα υπάρχει και προκαταβολή φόρου σε περίπτωση ζημίας). Το ίδιο θα ισχύσει και για τον Φ.Π.Α., ο οποίος θα συμψηφιστεί σε επόμενο τρίμηνο (εφόσον εμφανίζει πιστωτικό υπόλοιπο). Όσον αφορά τα φορολογικά κέρδη δεν αναμένεται να υπάρξουν αναμορφώσεις. Υπάρχει απαλλαγή επίσης από το Τέλος Επιτηδεύματος, λόγω του ότι η επιχείρησή μας είναι νεοϊδρυθείσα (ισχύει για τα πέντε πρώτα έτη).

Ο φόρος εισοδήματος είναι 26% - για τις πρώτες 50.000 € εισοδήματος, ενώ οποιοδήποτε υπερβάλλον εισόδημα αυτών φορολογείται με συντελεστή 33%. Η προκαταβολή φόρου υπολογίζεται με συντελεστή 55%.

❖ Καθαρή Παρούσα Αξία της Επένδυσης

Όταν προηγουμένως κάναμε μια πρόβλεψη για τις πωλήσεις αναφερθήκαμε στα εξής σενάρια: Κακό – Κανονικό – Πολύ Καλό και οι εκτιμώμενες πιθανότητες επιβεβαίωσής τους είναι (25% - 60% - 15%) αντίστοιχα. Τα μηνιαία έσοδα που προβλέπονται γι αυτά τα σενάρια ανέρχονται σε 2.500 €, 3.750 € και 5.000 € αντίστοιχα, αλλά εκτιμώνται ότι θα προκύψουν από τον τρίτο χρόνο και μετά. Δεδομένης αυτής της αδυναμίας συνεπώς, ο υπολογισμός της Κ.Π.Α., για τα τρία παραπάνω σενάρια, έγινε θεωρώντας ότι τον πρώτο χρόνο λειτουργίας τα έσοδα δεν θα ξεπεράσουν τις 30.000 €. Τον δεύτερο χρόνο θα είναι € 50.000 για το πολύ καλό και το κανονικό σενάριο και € 40.000 για το κακό σενάριο. Τον δεύτερο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης, θα χρειαστούν αναπόφευκτα κάποιες επιπρόσθετες παραγγελίες, το κόστος των οποίων ανέρχεται στα 10.000 € στο καλό σενάριο (λόγω εκτίμησης ανοδικής πορείας των πωλήσεων), 7.500 € στο κανονικό σενάριο και 5.000€ στο κακό σενάριο.

Στο πολύ καλό σενάριο λειτουργίας της επιχείρησης, θεωρούμε ότι κάθε χρόνο θα πουλάει εμπόρευμα αξίας 40.000 €. Στο κανονικό (μεσαίο) σενάριο εκτιμάμε ότι θα πουλιούνται αγαθά αξίας 30.000 €, ενώ στο κακό σενάριο εμπορεύματα αξίας 20.000€

Η Καθαρή Παρούσα Αξία, αναλόγως των σεναρίων (και δεδομένων των υποθέσεων που έγιναν), υπολογίστηκε με προεξοφλητικό επιτόκιο 10%, συντελεστή φορολογίας 26% και ανέρχεται σε:

- 34.255 €, για το πολύ καλό σενάριο
- 14.898 €, για το κανονικό σενάριο
- (18.284) €, για το κακό σενάριο

Το ποσό σε (..) είναι αρνητικό. Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τον υπολογισμό της Κ.Π.Α. των σεναρίων μεταβείτε στο Παράρτημα 1.

❖ Εκτίμηση του Επενδυτικού Κινδύνου

Εφαρμόζοντας τις εκτιμήσεις για τις πιθανότητες εμφάνισης των τριών σεναρίων και χρησιμοποιώντας τις πιθανές Κ.Π.Α. τους που υπολογίσαμε προηγουμένως, καταλήγουμε στα εξής:

- Προσδοκώμενη Καθαρά Παρούσα Αξία: 9.506 €
- Τυπική Απόκλιση: 17.389,50 €
- Συντελεστής Μεταβλητότητας (CV): 1,83

Για περισσότερες πληροφορίες αναφορικά με τους υπολογισμούς μεταβείτε στο Παράρτημα 2.

Η απόσβεση της επένδυσης γίνεται πρακτικά μέσα σε σχεδόν δύο χρόνια.

Βάσει όλων των υπολογισμών, των εκτιμήσεων και των υποθέσεων που πραγματοποιήσαμε, θεωρούμε ότι πρόκειται για μια συμφέρουσα επένδυση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ

Περίληψη Κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο θα παραθέσουμε τους περιορισμούς αυτής της εργασίας όπως επίσης και τους προβληματισμούς του συγγραφέα που σχετίζονται με την πραγματικότητα και τους κινδύνους που εγκυμονεί το εμπόριο του ηλεκτρονικού τσιγάρου.

4.1 Περιορισμοί της Εργασίας

Η εργασία αυτή έχει στηριχθεί σε ένα μεγάλο μέρος της (στο υπολογιστικό) πάνω στις υποθέσεις και τις προσδοκίες του συγγραφέα αναφορικά με την πορεία των πωλήσεων που θα επιτευχθούν μέσα από το εμπόριο Η.Τ.. Η παράθεση των στοιχείων που αφορούν τις τιμές προμήθειας των προϊόντων καθώς επίσης και των τιμών πώλησης των ανταγωνιστών είναι πολύ κοντά στην πραγματικότητα και η μόνη πρόκληση ήταν στο να προσδιοριστούν τα όρια του εύρους των τιμών. Όπως είπαμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, λόγω της τεράστιας ποικιλίας προϊόντων δεν είναι εφικτή η παρουσίαση και συγκέντρωση όλων των τιμών που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στην αγορά. Για τον λόγο αυτό ο συγγραφέας στηρίχθηκε στις δικές του προσωπικές γνώσεις και εκτιμήσεις, οι οποίες όμως όπως αναφέρθηκε, πλαισιώνουν σημαντικά την πραγματική εικόνα (σε ποσοστό 95%). Όσον αφορά τον υπολογισμό της Καθαρής Παρούσας Αξίας και του Επενδυτικού Κινδύνου, έγινε η όσο το δυνατόν, πιο ρεαλιστική προσέγγιση των εμπορικών δυσκολιών που αντιμετωπίζει μια νεοϊδρυθείσα επιχείρηση και αυτό αποτυπώθηκε στις πράξεις.

Σε όλα τα σενάρια δημιουργείται εν τέλει κέρδος (εισόδημα) για τον επιχειρηματία, όμως στο τρίτο σενάριο (το κακό) η Κ.Π.Α. είναι αρνητική, πράγμα που συνεπάγεται ότι η επένδυση καθίσταται μη συμφέρουσα σε βάθος χρόνου.

Ο συντελεστής μεταβλητότητα είναι μεγαλύτερος από την μονάδα κι αυτό φανερώνει μια επενδυτική αστάθεια, ωστόσο ας μην ξεχνάμε ότι η επένδυση παρουσιάζεται σημαντικά ελλειμματική τους πρώτους (σχεδόν) 24 μήνες ζωής της. Συνεπώς, αυτό καθρεφτίζεται πάνω στους αριθμούς. Συνολικά, παρουσιάζεται μια ομοιομορφία του δείγματος, δεδομένου ότι ο συντελεστής μεταβλητότητας είναι μικρότερος του 10, καθιστώντας έτσι ευκολότερες τις προβλέψεις για την πορεία της επιχείρησης. Βάσει της μέχρι σήμερα εφαρμοσμένης επιχειρηματικής πρακτικής στον χώρο της εμπορίας του Η.Τ., ο συγγραφέας εκτιμά, ότι μια σοβαρή και μεγάλη επένδυση, σε ένα κεντρικό σημείο, μπορεί να είναι ιδιαίτερα επικερδής. Αρκεί να πραγματοποιηθεί με γνώμονα την μείωση των τιμών και την αυστηρή διατήρηση της ποιότητας και των καλών σχέσεων με τους πελάτες.

4.2 Προβληματισμοί

Είναι γεγονός ότι τίποτε δεν είναι μονοδιάστατο ή δυσδιάστατο σε αυτή τη ζωή. Έτσι και στην περίπτωση που εφαρμοστεί στην πράξη αυτό το επιχειρηματικό πλάνο, γεννούνται ορισμένοι προβληματισμοί αναφορικά με την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης.

➤ Καρτέλ

Το να προσπαθήσεις να πας κόντρα σε μια επιχειρηματική πρακτική που εφαρμόζεται εδώ και χρόνια είναι ένα ιδιαίτερα τολμηρό εγχείρημα που εγκυμονεί κινδύνους αρκετές φορές. Καταρχάς, θα πρέπει να θεωρηθεί δεδομένο ότι οι σχέσεις με τους υπόλοιπους εμπόρους που δραστηριοποιούνται στον χώρο του Η.Τ. δεν θα είναι και οι βέλτιστες δυνατές. Συνεπώς, δεν θα είναι εύκολη η συνεργασία μαζί τους και δεν θα πρέπει να ποντάρετε πάνω σε πιθανή στήριξή τους (π.χ. έκτακτη προμήθεια κάποιου υγρού αναπλήρωσης που παρουσιάζει έλλειμμα στην αποθήκη). Για τον λόγο αυτό είναι ιδιαίτερως σημαντική η διασφάλιση αποθεμάτων και ο τακτικός έλεγχός τους.

Ένα ακόμη υπαρκτό πρόβλημα είναι αυτό των «καρφωτών» ή αλλιώς των σκόπιμων καταγγελιών στις Αρχές προκειμένου να γίνουν έλεγχοι στο κατάστημα. Δεν ζούμε σε κοινωνία αγέλων και είναι λογικό ότι αυτός ο κίνδυνος είναι κάτι παραπάνω από υπαρκτός. Καλό θα είναι λοιπόν, να αποφεύγονται πρακτικές που μπορεί να εκθέσουν την επιχείρηση και τον ίδιο τον επιχειρηματία σε πιθανές κυρώσεις του Νόμου.

➤ Κίνα

Μπορεί μεν οι μεγάλες Κινέζικες εταιρίες να είναι οι σημαντικότεροι προμηθευτές της επιχείρησής μας, ωστόσο είναι ταυτόχρονα και σημαντικοί ανταγωνιστές μας, παρόλο που βρίσκονται εκατοντάδες χιλιόμετρα μακριά. Δεδομένου ότι οι οικονομίες πλέον είναι παγκοσμιοποιημένες και εύκολα μπορεί κανείς να πραγματοποιήσει τις αγορές του με μικρότερο κόστος απευθείας από την Κίνα, ο κίνδυνος του να χαθούν δυνητικοί πελάτες είναι αυξημένος. Αναλογιστείτε, ότι με την σημερινή πρακτική που εφαρμόζεται από τους Έλληνες εμπόρους, όλοι πουλάνε τις μπαταρίες και τους ατμοποιητές στην διπλάσια τιμή απ' ότι μπορεί να τους προμηθευτεί κανείς απευθείας από Κινέζικες εταιρίες στο διαδίκτυο. Φυσικά, ο χρόνος αναμονής μέχρι την παράδοση των προϊόντων είναι περίπου ένας μήνας κι αυτό είναι ένα αποτρεπτικό στοιχείο. Όμως για τους καταναλωτές που προβαίνουν σε μεγαλύτερες αγορές αυτό δεν στέκεται συνήθως εμπόδιο καθότι το χρηματικό κέρδος είναι σημαντικό. Η λύση στο πρόβλημα αυτό είναι η πώληση των προϊόντων σε τιμές τέτοιες, ώστε να δελεάζουν τον υποψήφιο αγοραστή να αντισταθμίζει το όφελος της άμεσης αγοράς, με το όποιο αυξημένο κόστος καλείται να καταβάλλει στην επιχείρησή μας.

Ένα ακόμη αγκάθι είναι αυτό της ποικιλίας των διαθέσιμων προϊόντων που μπορεί να βρει κανείς από τις Κινέζικες εταιρίες και το σημαντικά μικρότερο κόστος των «αντιγράφων» των γνήσιων συσκευών. Θα πρέπει να διατεθούν τεράστια κεφάλαια προκειμένου να εισάγει κανείς όλο το δυνατό προϊόντικό εύρος της αγοράς. Και αν το πετύχαινε, πάλι δεν θα υπήρχε η δυνατότητα, ενδεχομένως, της προσφοράς τους σε καλύτερη τιμή. Πιθανότατα όμως δεν θα υπάρχει και το καταναλωτικό κοινό για να τις αγοράσει. Επιπλέον, η Κίνα φημίζεται για τους «κλώνους» που παράγει,

αντιγράφοντας τις γνήσιες συσκευές μικροπαραγωγών. Τις διαθέτει σε εξευτελιστικά μικρό κόστος και τις εμπορεύεται κατά χιλιάδες σε όλο τον κόσμο. Η ποικιλία και το δέλεαρ των φθηνών αντιγράφων (αλλά και όλων των προϊόντων γενικότερα) που μπορεί να βρει κανείς από την Κινέζικη αγορά, είναι δυστυχώς δύο στοιχεία που κανένας μικροεπιχειρηματίας δεν μπορεί να ανταγωνιστεί εύκολα. Ποντάρουν, μόνο, στην ιδιαίτερα χρονοβόρα διαδικασία αποστολής τους και στο ότι αυτό απομακρύνει, συνήθως, τους επίδοξους πελάτες από όποιες σκέψεις για να προβούν στις αγορές τους από εκεί.

➤ **Διαφήμιση**

Σύμφωνα με Υπουργική Απόφαση από την 1η Σεπτεμβρίου 2009, απαγορεύεται η διαφήμιση προϊόντων καπνού σε εξωτερικούς και υπαίθριους χώρους. Επιτρέπεται μόνο εντός των χώρων πώλησής τους. Από αυτήν την απόφαση φυσικά, δεν ξέφυγε και το Η.Τ. καθώς είναι ένα προϊόν που χρησιμοποιείται ως εναλλακτικός τρόπος πρόσληψης νικοτίνης. Αυτό μπορεί να είναι ένα σημαντικό πλήγμα στην εικόνα της επιχείρησης (μιας και δεν θα μπορέσει να καρπωθεί τα οφέλη από τυχόν διαφημιστικές κινήσεις), ωστόσο μπορεί να αντισταθμιστεί από την επιλογή ενός κεντρικού σημείου στέγασης της ίδιας της επιχείρησης.

➤ **Έλλειψη Ιατρικών Μελετών**

Η παραφιλολογία που φουντώνει γύρω από την καταλληλότητα, ή μη, της χρήσης του Η.Τ. βρίσκει πρόσφορο έδαφος ελέω της απουσίας έγκυρων και εμπειριστατωμένων ιατρικών ερευνών. Είναι δεδομένο ότι το Η.Τ. είναι ένα προϊόν με πολύ μικρή ιστορία και συνεπώς αυτό καθιστά πρακτικά αδύνατη, την εις βάθος χρόνου, μελέτη των πιθανών επιπτώσεων που μπορεί να έχει στην υγεία μας. Παρόλα αυτά, γίνονται συνεχώς προσπάθειες από ερευνητικά κέντρα και ιδιώτες ιατρούς, για την παρακολούθηση και καταγραφή στοιχείων που θα βοηθήσουν στο να καταλήξουμε σε βάσιμα συμπεράσματα αναφορικά με την επικινδυνότητα του Η.Τ..

➤ **Καπνοβιομηχανίες**

Η αναφορά και μόνο σε αυτό το θέμα μπορεί να γίνει από μόνη της μια εργασία. Είναι γεγονός ότι από τη στιγμή που το Η.Τ. μπήκε στις ζωές μας, οι καπνοβιομηχανίες στερήθηκαν αρκετά εκατομμύρια κέρδους. Οι προσπάθειές τους να σπλώσουν το Η.Τ. με κάθε λογής προπαγάνδα δεν στέφθηκε με ιδιαίτερη επιτυχία, αν και κατάφεραν να σπείρουν σε μεγάλο βαθμό την αμφιβολία και να τρομοκρατήσουν πολύ κόσμο. Η αδιαμφισβήτητη αλήθεια είναι όμως ότι δεν κατάφεραν να το νικήσουν. Γι αυτό και ήδη ορισμένες ηγέτιδες εταιρίες του χώρου (π.χ. Philip Morris) αποφάσισαν να εμπλακούν ενεργά στο παιχνίδι της εμπορίας των προϊόντων Η.Τ., λανσάροντας τις δικές τους προϊόντικές σειρές. Αυτό φυσικά θα έχει πολυδιάστατες συνέπειες για όλους. Ακόμη και η μεγαλύτερη κινέζικη βιομηχανία παραγωγής και εμπορίας προϊόντων Η.Τ. δεν μπορεί να ανταγωνιστεί, ούτε στο ελάχιστο, τα διαθέσιμα κεφάλαια και τα εκατομμύρια των μεγάλων καπνοβιομηχανιών. Όπως είναι λογικό, θα υπάρξει σημαντικός κλονισμός των παγκόσμιων ισορροπιών. Πολλοί μικροπαραγωγοί εξαρτημάτων Η.Τ. θα σβήσουν σχεδόν ακαριαία, μιας και δεν θα μπορέσουν να ανταγωνιστούν τα φθηνά κοστολόγια των καπνοβιομηχανιών. Επιπροσθέτως, οι ίδιες οι καπνοβιομηχανίες θα πιέσουν για την θέσπιση προτύπων παραγωγής και μοντέλων διασφάλισης ποιότητας των Η.Τ., πράγμα που με τη σειρά του θα αποτρέψει τον οποιονδήποτε οικονομικά ασθενέστερο να ασχοληθεί με την παραγωγή των προϊόντων αυτών, μιας που τα κεφάλαια που θα απαιτούνται θα είναι τεράστια.

➤ **Έλλειψη καταναλωτικής κουλτούρας και ημιμάθεια**

Η γνώση του ηλεκτρονικού τσιγάρου απαιτεί χρόνο και τριβή με το αντικείμενο. Αν και πρακτικά δεν υπάρχουν σοβαρές απαιτήσεις για την απλή λειτουργία του από τον χρήστη, είναι σημαντικό να έχει τουλάχιστον τις βασικές γνώσεις γύρω από θέματα φυσικής και ηλεκτρολογίας. Παρατηρείται έντονα το φαινόμενο της ημιμάθειας και αυτό κοστίζει σε χρήμα και σε χρόνο. Σε πολλές περιπτώσεις μάλιστα, η ημιμάθεια αυτή προκαλεί και την αποστροφή του χρήστη προς το ηλεκτρονικό τσιγάρο και τον οδηγεί στην επιστροφή του στην ακόμα πιο βλαβερή συνήθεια του καπνίσματος. Κάθε επιχείρηση που σέβεται το κοινό της, θα πρέπει να μεριμνά για

την ενημέρωση και εκπαίδευσή του. Δεν είναι λίγες οι φορές μάλιστα, που οι επιχειρηματίες πουλήσανε ακριβές (και ακατάλληλες για το επίπεδο γνώσης των χρηστών) συσκευές, προκειμένου να εισπράξουν μεγαλύτερα κέρδη.

Οι ίδιοι οι καταναλωτές πιέζουν τους μαγαζάτορες να μην κόβουν αποδείξεις κι αυτό με τη σειρά του διογκώνει τα προβλήματα της φοροδιαφυγής. Αυτά τα νοσηρά φαινόμενα θα έπρεπε να καταδικάζονται από όλους. Είναι ευθύνη του επιχειρηματία να συμμορφώνεται με τους νόμους και να προτρέπει και τους πελάτες του να κάνουν το ίδιο.

➤ Θεσμικό Πλαίσιο

Είναι ένα ζήτημα που μένει μετέωρο εδώ και πολύ καιρό. Επίσημως, κανένα κράτος δεν έχει πάρει κάποια ξεκάθαρη θέση, ενώ και η ίδια η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας δεν τάσσονται υπέρ ή κατά του Η.Τ. και αποφεύγουν να το κατηγοριοποιήσουν είτε ως φαρμακευτικό προϊόν, είτε ως ένα εναλλακτικό εμπορικό προϊόν πρόσληψης νικοτίνης. Πολλοί εικάζουν πως η στάση αυτή δικαιολογείται εν αναμονή των κινήσεων των καπνοβιομηχανιών. Πάντως συζητούνται διάφορες προσεγγίσεις, όπως επιβολή ειδικού φόρου κατανάλωσης στα προϊόντα Η.Τ. (κυρίως στα υγρά αναπλήρωσης), πώληση νικοτινούχων διαλυμάτων αποκλειστικά από πιστοποιημένα φαρμακεία, θέσπιση πιστοποιήσεων που θα αφορούν τις συνθήκες παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων κτλ..

Η νομοθεσία πάντα επηρεάζει την επιχειρηματικότητα και δεν ήταν λίγες οι φορές στο παρελθόν που στάθηκε εμπόδιο στις επιχειρηματικές πρακτικές.

Όπως και να χει, αναμένονται οι αποφάσεις των αρμόδιων αρχών και όλοι μας οφείλουμε να συμμορφωθούμε στους νόμους που θα ψηφιστούν, αρκεί να είναι για το καλό της κοινωνίας και όχι μεμονωμένων συμφερόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Περίληψη Κεφαλαίου

Σε αυτό το μέρος, παρατίθενται ορισμένες ιδέες για επιπρόσθετη αναζήτηση και ενασχόληση με την επένδυση στο χώρο του Η.Τ.. Η εργασία ολοκληρώνεται με τα συμπεράσματα του συγγραφέα.

5.1 Προτάσεις για Περαιτέρω Έρευνα

Το εμπόριο του Η.Τ. δεν περιορίζεται αποκλειστικά στην εισαγωγή και μεταπώληση των προϊόντων του. Δεν είναι λίγοι οι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν ασχοληθεί σοβαρά με τον σχεδιασμό και την παραγωγή των δικών τους συσκευών (ατμοποιητών και μπαταριών) και υγρών αναπλήρωσης. Όπως μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτό, υπεισέρχονται δεκάδες παράγοντες που διαμορφώνουν το κόστος παραγωγής των προϊόντων. Ενδεικτικά, αναφέρονται οι εξής:

- Η χρηματιστηριακή τιμή των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται (π.χ. χαλκός).
- Το κόστος που ορίζει ο προμηθευτής των πρώτων υλών και η ποιότητα των υλικών.
- Η ποσότητα προμήθειας και η πολυπλοκότητα κοπής και διαμόρφωσης των υλικών από το εργοστάσιο του προμηθευτή (π.χ. χαλκός σε σωλήνες 22 mm, ανοξείδωτο ατσάλι 316 σε συμπαγείς ράβδους, μπρούτζος σε τετράγωνα κομμάτια κτλ.)
- Το κόστος επεξεργασίας στον τόρνο (CNC). Αυτό είναι και το σημαντικότερο κόστος που διαμορφώνει σημαντικά την τελική τιμή παραγωγής. Όσο πολυπλοκότερο είναι το σχέδιο της συσκευής που επιθυμούμε να δημιουργήσουμε και από όσα περισσότερα επιμέρους κομμάτια αποτελείται, τόσοσ περισσότερος χρόνος επεξεργασίας απαιτείται.
- Η συνολική ποσότητα παραγωγής στο CNC.

Καθαρά εμπειρικά και πολύ γενικά, το κόστος παραγωγής μιας μηχανικής μπαταριοθήκης (mechanical mod) ανέρχεται σε περίπου 15 €/κομμάτι (για μια παραγωγή των 1.000 κομματιών / εγκυκλοπαιδικά, να σημειωθεί ότι στην αγορά πωλούνται σε τιμές που αγγίζουν μέχρι και τα 150 €). Το κόστος παραγωγής μιας ηλεκτρονικής μπαταριοθήκης είναι λίγο μεγαλύτερο διότι απαιτείται μεγαλύτερη επεξεργασία του χώρου όπου θα φιλοξενήσει την ηλεκτρονική κεφαλή (τσιπ) που θα χρησιμοποιηθεί, ωστόσο δεν ξεπερνάει τα 25 €, συνήθως (ακόμη και για τα πιο πολύπλοκα κομμάτια). Το κόστος παραγωγής των επισκευάσιμων ατμοποιητών είναι μεγαλύτερο λόγω των περισσότερων και μικρότερων κομματιών που χρησιμοποιεί, όμως σε κάθε περίπτωση δεν ξεπερνάει τα 40 €, για ένα απλό σχετικά κομμάτι.

Όσον αφορά την παραγωγή της σειράς υγρών παραγωγής που θα φέρουν την δική σας υπογραφή, το κόστος ποικίλει αναλόγως της ποσότητας και της ποικιλίας. Εξαρτάται πόσα κιλά θα παραχθούν, πόσες γεύσεις, με πόση νικοτίνη (π.χ. υγρό με γεύση φρούτων σε νικοτίνη 0 mg, 6 mg, 9 mg, 12 mg, 18 mg – συνεπώς η ίδια γεύση αλλά σε πέντε διαφορετικά προϊόντα), σε τι συσκευασία εμφιάλωσης (πλαστικό, γυαλί, φιμέ γυαλί, ειδικό μη απορροφητικό πλαστικό), με τι περιτύλιγμα προστασίας και εγγύησης πρώτης χρήσης από τον καταναλωτή, με χρήση καπακιού για προστασία ανοίγματος από παιδιά (childproof), ποιότητα εξωτερικής συσκευασίας (χαρτόκουτο, χρωματιστό, χρήση πλαστικού κτλ). Για παραγωγή κοντά στον έναν τόνο προϊόντων το κόστος κυμαίνεται περίπου στο 1,00 € / μπουκάλι (χωρίς χρήση των βέλτιστων προϊόντων συσκευασίας).

Η έξυπνη και σοβαρή εκμετάλλευση πόρων που υπόσχονται τα προγράμματα ανάπτυξης του ΕΣΠΑ είναι ακόμη μια ευκαιρία που μπορούν να αρπάξουν οι φιλόδοξοι επιχειρηματίες που επιθυμούν να ασχοληθούν με την παραγωγή και μεταποίηση αυτών των προϊόντων. Σύμφωνα με πρόσφατες ανακοινώσεις του υφυπουργού Ανάπτυξης κ. Οδυσσέα Κωνσταντινόπουλου, το πρόγραμμα του ΕΣΠΑ (2014 – 2020) «Νέα Επιχειρηματικότητα», θα παρέχει επιδότηση σε φυσικά πρόσωπα χωρίς όριο ηλικίας, που θέλουν να δημιουργήσουν τη δική τους νέα επιχείρηση. Οι πληροφορίες που παρατίθενται είναι, κυριολεκτικά, της τελευταίας στιγμής, γι αυτό και δίδονται αυτούσιες, όπως παρουσιάζονται μέσα από το άρθρο του dikaiologitika.gr.

Η προκήρυξη για την υποβολή αιτήσεων συμμετοχής στο πρόγραμμα αναμένεται να δημοσιοποιηθεί στις αρχές Δεκεμβρίου 2014 ενώ αναμένεται από τον ίδιο μήνα να ξεκινήσει η υποβολή αιτήσεων. Άνεργοι και άνεργες, ακόμη και πάνω από 40 ετών, θα έχουν το δικαίωμα συμμετοχής προκειμένου να κάνουν νέο επαγγελματικό και επιχειρηματικό ξεκίνημα στη ζωή τους.

Οι κλάδοι που θα εμπίπτουν στο νέο πρόγραμμα του ΕΣΠΑ είναι η μεταποίηση, οι υπηρεσίες και το χονδρικό εμπόριο ενώ έξτρα μπόνους θα έχουν οι καινοτομικές επιχειρήσεις και αυτές που θα προσφέρουν και απασχόληση. Μέσα από τα κονδύλια θα δίνεται η δυνατότητα και της κάλυψης λειτουργικών δαπανών της νέας επιχείρησης. Τα έργα που θα ενισχυθούν θα είναι ύψους μέχρι 200.000 ευρώ, χωρίς να αποκλείεται η αλλαγή αυτού του ύψους ή για την ακρίβεια η διαφοροποίησή του ανά κλάδο. Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν φυσικά πρόσωπα που έχουν συμπληρώσει το 18ο έτος της ηλικίας τους κατά την ημερομηνία υποβολής της επενδυτικής πρότασης και επιθυμούν να ιδρύσουν μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις αυτές υποχρεωτικά θα συσταθούν και θα έχουν ημερομηνία έναρξης δραστηριότητας μετά την ημερομηνία προκήρυξης του προγράμματος. (.....)

Πάντως, όπως έχει επισημάνει ο υφυπουργός Ανάπτυξης, πέρα από τη μη ύπαρξη ηλικιακών ορίων που έχει ως αποτέλεσμα να διευρύνει τη συμμετοχή των δικαιούχων, σκοπός του προγράμματος είναι να ενθαρρυνθεί και η δημιουργία και ίδρυση νέων επιχειρήσεων από φυσικά πρόσωπα, τα οποία επιδιώκουν να μετατρέψουν μία καινοτόμο ιδέα ή και μία καταγεγραμμένη ή κατοχυρωμένη τεχνογνωσία που δεν έχει ακόμη αξιοποιηθεί εμπορικά, σε επιχειρηματική καινοτομία.

❖ **Οι δαπάνες που καλύπτει το νέο πρόγραμμα**

Δέκα είναι οι επιλέξιμες δαπάνες του προγράμματος:

- Εξυπηρέτηση κτιριακών αναγκών και διαμόρφωσης χώρων καθώς και ειδικών εγκαταστάσεων. Ενδεικτικά είναι: Αναγκαίες κατασκευές, διαμορφώσεις, διαρρυθμίσεις των κτιριακών (και των βοηθητικών τους) εγκαταστάσεων, οι οποίες συνδέονται άμεσα και εξυπηρετούν τον ειδικό σκοπό, το αντικείμενο και τις επιδιώξεις του επενδυτικού σχεδίου και υπό την προϋπόθεση ότι οι κτιριακές αυτές εγκαταστάσεις (καθώς και οι βοηθητικές τους) θα χρησιμοποιηθούν ή χρησιμοποιούνται για τη στέγαση ή/και εγκατάσταση του υπάρχοντος ή νέου παραγωγικού και λοιπού εξοπλισμού ή για χώρο μεταφόρτωσης ή προσωρινής αποθήκευσης υλικών/δραστηριοτήτων/αγαθών της επιχείρησης.
- Μηχανολογικός και εργαστηριακός εξοπλισμός. Μεταξύ άλλων είναι: Κύριος και βοηθητικός μηχανολογικός εξοπλισμός. Κύριος και βοηθητικός ψηφιακό, μηχανογραφικός, ηλεκτρονικός εξοπλισμός πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών (Hardware). Στο πλαίσιο του προγράμματος δεν είναι επιλέξιμες δαπάνες για προμήθεια αναλώσιμων υλικών, μικροεργαλείων και ανταλλακτικών. Εξοπλισμός συστημάτων αυτοματοποίησης διαδικασιών και μηχανοργάνωσης αποθηκών.
- Πληροφορική - Τηλεπικοινωνίες. Ενδεικτικά αναφέρονται: Προμήθεια λογισμικού και εξοπλισμού φιλοξενίας βασικών εφαρμογών. Προμήθεια εξειδικευμένου λογισμικού για την εξυπηρέτηση των συγκεκριμένων σκοπών της επένδυσης (π.χ. CAD (Computer Aided Design), CAM (Computer Aided Manufactory) και CIM (Computer Integrated Manufactory) κλπ).
- Κατοχύρωση - τροποποίηση πατεντών - πνευματικής ιδιοκτησίας - χρήση και προστασία δικαιωμάτων βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας - μεταφορά τεχνογνωσίας.
- Δαπάνες σχεδιασμού και πιστοποίησης προϊόντων, υπηρεσιών και διαχειριστικών συστημάτων.
- Δαπάνες τεχνικής, τεχνολογικής, επιστημονικής και συμβουλευτικής υποστήριξης.
- Δαπάνες προβολής και επικοινωνίας.

- Ανάπτυξη εξειδικευμένου προσωπικού και ανθρωπίνων πόρων. Περιλαμβάνονται δαπάνες μισθοδοσίας (μισθοδοσία και ασφαλιστικές εισφορές) στελέχους - στελεχών υψηλών προσόντων για 12 μήνες από την ημερομηνία πρόσληψης.
- Ανάπτυξη πρωτότυπων εφαρμογών.
- Λειτουργικές δαπάνες των επιχειρήσεων.

5.2 Συμπεράσματα

Σε μια χώρα που μαστίζεται από τεράστια ανεργία, που κάθε μορφής εισόδημα έχει περικοπεί και που επιβάλλεται αυστηρή φορολογία σε οτιδήποτε υφίσταται, κάθε πρωτοβουλία για επένδυση φαντάζει ουτοπική. Το κλίμα απαισιοδοξίας και ανασφάλειας που επικρατεί εδώ και χρόνια, αποτρέπει την ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου. Χιλιάδες επιχειρήσεις έχουν κλείσει λόγω της αδυναμίας τους να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους και η εμπιστοσύνη όλων έχει κλονιστεί, ενδεχομένως, ανεπανόρθωτα. Ακόμη όμως και σ' αυτό το ζοφερό κλίμα, είναι σημαντικό να προσπαθήσουμε να ανακάμψουμε τόσο την προσωπική οικονομική μας κατάσταση, όσο και της ίδιας μας της χώρας. Το ρίσκο είναι αυξημένο και οι εκπτώσεις που πρέπει ο καθένας να κάνει, στις αξιώσεις του για τεράστια κέρδη, σημαντικές. Σκοπός της εργασίας αυτής είναι όχι μόνο να πείσει τον αναγνώστη ότι το να επενδύσει στο εμπόριο προϊόντων Η.Τ. είναι μια, φαινομενικά, επικερδής, αλλά να του δώσει και το έναυσμα της σκέψης που απαιτείται για να χαρτογραφήσει τις σκέψεις του και τις επιχειρηματικές του φιλοδοξίες. Με λίγα λόγια, η εργασία αυτή μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν «πυξίδα» για όλους όσους επιθυμούν να δημιουργήσουν την επιχείρησή τους, αλλά διστάζουν είτε επειδή δεν γνωρίζουν τι πρακτικές πρέπει να ακολουθήσουν, είτε επειδή δεν διαθέτουν το κατάλληλο επιστημονικό υπόβαθρο, προκειμένου να κρίνουν την καταλληλότητα της επένδυσης στην οποία επιθυμούν να προβούν.

Προσωπική εκτίμηση του συγγραφέα είναι ότι, μέχρι στιγμής, είναι αρκετά προσοδοφόρο το να ασχοληθεί κανείς με την εμπορία προϊόντων Η.Τ.. Βέβαια, κανείς δεν μπορεί να προβλέψει το μέλλον και τους κινδύνους που αυτό εγκυμονεί, ωστόσο πρόκειται για μια επένδυση που σε βάθος διετίας διαφαίνεται ότι θα αποσβεστεί σχεδόν πλήρως και από κει και μετά θα δημιουργεί κέρδη. Επιπροσθέτως, βάζει τις βάσεις για αναμόρφωση της παρούσας κατάστασης της αγοράς, μιας που θεμελιώδης επιχειρηματικός στόχος είναι η ουσιαστική διαφοροποίηση ως προς τις τιμές λιανικής των προϊόντων. Συνεπώς, θα πρέπει να συνυπολογίσουμε ότι δεν πρόκειται απλά για «ένα ακόμη» τυπικό μαγαζί πώλησης προϊόντων Η.Τ., αλλά για την πρώτη, πανελλαδικά, επιχείρηση που θα τολμήσει ριζικές τομές στο υπάρχον καρτέλ.

Πέραν τούτου όμως, πρόκειται και για μια επιχείρηση που θα σταθεί στο ύψος των υποχρεώσεών της και της κοινωνικής ευθύνης που θα συνεπάγεται η λειτουργία της. Για όλους αυτούς τους λόγους, εκτιμάται ότι θα είναι μια επιτυχημένη επιχείρηση και μια επιβραβευμένη επενδυτική επιλογή. Ο κόσμος έχει ανάγκη από ουσιαστικές λύσεις. Κουράστηκε να γίνεται μάρτυρας της εκμετάλλευσης από τον καθένα, είτε πρόκειται για τον μαγαζάτορα της γειτονιάς του, είτε για τους πολιτικούς που τον κυβερνάνε.

Αυτό που κάνει μια επιχείρηση επιτυχημένη, δεν είναι οι υποσχέσεις που δίνει αλλά οι δεσμεύσεις που υλοποιεί.

Η εργασία αυτή είναι ουσιαστικά ένα επιχειρηματικό πλάνο και μια μελέτη περίπτωσης μαζί. Τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν για την συγγραφή της είναι τα πιο επίκαιρα, ωστόσο η αγορά του Η.Τ. είναι ιδιαίτερα ρευστή και αναμορφώνεται αρκετά συχνά. Προτρέπεται ο αναγνώστης να προχωρήσει σε ενδελεχή έρευνα προκειμένου να καταλήξει στα δικά του συμπεράσματα και να τα συγκρίνει με τα στοιχεία της εργασίας αυτής, προκειμένου να διαπιστώσει τυχόν αστοχίες και δυνατά σημεία στους δικούς του υπολογισμούς.

Τέλος, είναι ιδιαίτερη χαρά και τιμή του συγγραφέα να δηλώσει ότι αυτή είναι η πρώτη εργασία πανελλαδικά (και ενδεχομένως από τις ελάχιστες στον κόσμο) που ασχολείται με την παρουσίαση των επιχειρηματικών ευκαιριών και προκλήσεων με τις οποίες μπορεί να έρθει αντιμέτωπος κάποιος που επιθυμεί να επενδύσει στον χώρο της εμπορίας των προϊόντων ηλεκτρονικού τσιγάρου.

Βιβλιογραφία

➤ Ελληνική Βιβλιογραφία

- Δημήτριος Λ. Παπαδόπουλος, «Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan), κριτική διερεύνηση όλων των πτυχών σύνταξής του στο πλαίσιο της διεθνούς βιβλιογραφίας και την ελληνικής πραγματικότητας, εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη 2013»
- Γιάννης Τ. Λαζαρίδης - Δημήτριος Λ. Παπαδόπουλος, «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΑΞΙΑΣ, Θεσσαλονίκη 2010»
- Γιάννης Τ. Λαζαρίδης - Δημήτριος Λ. Παπαδόπουλος, «ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ – Ανάλυση Περιπτώσεων (case studies) Χρηματοοικονομικής Διοίκησης, Θεσσαλονίκη 2005»

➤ Διαδικτυακές Πηγές

- <http://www.tetrasconsult.gr/en/resources/Resources/Papers%20in%20Greek/Entrepreneurship%20today.pdf>
- <http://www.newmoney.gr/article/27939/hon-lik-o-kinezos-efeyretis-toy-ilektronikoy-tsigaroy-katakta-ton-kosmo-omos-paramenei>
- <http://www.seeht.org/index.php/home>
- <http://www.nobacco.gr/images/stories/FAMELabeCigStudy.pdf>
- <http://www.e-forologia.gr/cms/viewContents.aspx?id=157098>
- <http://www.dikaiologitika.gr/eidhseis/oikonomia/43667/neo-programma-tou-esp-gia-epidotiseis-se-nees-epixeiriseis>
- <http://www.dikaiologitika.gr/arxeio/7816/dikaiologitika-enarksis-atomikis-epixeirisis>
- <http://www.capital.gr/news.asp?id=2041348>

➤ Σύνδεσμοι Φωτογραφιών που παρουσιάστηκαν

• Πηγή

[1] <http://www.google.gr/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fvaperanks.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F10%2Fhonorlik.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fvaperanks.com%2Ffe-cigarette-inventor-complains-about-lack-of-financial-rewards%2F&h=202&w=300&tbnid=-Ri1Sy6uaIgLdM%3A&zoom=1&docid=UzSib7EdVKoV7M&ei=HuJoVNKYOouxYgOzu4KoAw&tbn=isch&ved=0CB8QMygAMAA&iact=rc&uact=3&dur=702&page=1&start=0&ndsp=15>

• Πηγή

[2] <http://www.google.gr/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.kamry.cc%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F01%2Fego-510-cartomizers-500x500.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.kamry.cc%2F510-cartomizer-low-resistance.html&h=500&w=500&tbnid=rS1ufMx9Odg39M%3A&zoom=1&docid=N2BZdHdHj8-QHM&ei=deNoVPX4IoXgywPw7IKABw&tbn=isch&ved=0CCsQMygFMAU&iact=rc&uact=3&dur=769&page=1&start=0&ndsp=11>

• Πηγή

[3] <http://www.google.gr/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.papierosek.pl%2F126-515-thickbox%2Fclearomizer-vivi-nova-slim.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.papierosek.pl%2Fen%2Fclearomizer%2F126-clearomizer-vivi-nova-slim.html&h=600&w=600&tbnid=2I8Le3FSITg2nM%3A&zoom=1&docid=hm4shUVnXHey-M&ei=PeVoVMbgMuHlywPW1oGQAw&tbn=isch&ved=0CDkQMygTMBM&iact=rc&uact=3&dur=410&page=2&start=12&ndsp=23>

- Πηγή
[4] http://www.google.gr/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.planetofthevapes.co.uk%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Fguides%2Flisting%2Fresdef_enl.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.planetofthevapes.co.uk%2Fguides%2Fadvanced-vaping%2Fanatomy-of-a-kayfun-lite.html&h=720&w=1280&tbnid=OCOLuAvWFZes2M%3A&zoom=1&docid=dniqdxVBHKrU5M&ei=vuloVJyGLliqyPHtoGoDQ&tbm=isch&ved=0C CYQMygAMAA&iact=rc&uact=3&dur=703&page=1&start=0&ndsp=10
- Πηγή
[5] <http://www.google.gr/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.steevape.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2013%2F01%2FJoyetech-eric-title-image.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fsteevape.com%2Fprovari-is-it-over-the-hill%2F&h=702&w=1024&tbnid=NunHwBLCqwhJ4M%3A&zoom=1&docid=jepeubpsw--r0M&ei=yOloVNSjC4PvywPf8IDACw&tbm=isch&ved=0CDEQMygIMAg&iact=rc&uact=3&dur=950&page=1&start=0&ndsp=9>
- Πηγή
[6] <http://www.google.gr/imgres?imgurl=http%3A%2F%2Fwww.vapeatron.com%2Fattachments%2F219d1234321863-ssa50713.jpg&imgrefurl=http%3A%2F%2Fwww.vapeatron.com%2Fpremium-vapor-e-juice-202%2F&h=282&w=396&tbnid=4-jhTXskteTNZM%3A&zoom=1&docid=8n4pVe5v7g7aSM&ei=3upoVJOoFsj4ywPeloLYCg&tbm=isch&ved=0CD8QMygaMBo&iact=rc&uact=3&dur=825&page=2&start=16&ndsp=20>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1**ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ**

Συντελεστής Φορολογίας: 26%, Κόστος Κεφαλαίου: 10%

Καλό Σενάριο (ποσά σε €)

ΕΣΟΔΑ	30.000	50.000	100.000	100.000	100.000
ΕΞΟΔΑ	45.000	10.000	40.000	40.000	40.000
	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
ΚΠΤΦ	(30.000)	(5.000)	40.000	45.000	45.000
ΦΟΡΟΣ	-	-	10.400	11.700	11.700
Κ. ΚΕΡΔΗ	(30.000)	(5.000)	29.600	33.300	33.300
ΚΠΑ	(27.272,72)	(4.132,23)	22.238,90	22.744,34	20.676,70

Συνολική Κ.Π.Α. = 34.255 €

Κανονικό Σενάριο (ποσά σε €)

ΕΣΟΔΑ	30.000	50.000	75.000	75.000	75.000
ΕΞΟΔΑ	45.000	7.500	30.000	30.000	30.000
	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
ΚΠΤΦ	(30.000)	(2.500)	27.500	30.000	30.000
ΦΟΡΟΣ	-	-	7.150	7.800	7.800
Κ. ΚΕΡΔΗ	(30.000)	(2.500)	20.350	22.200	22.200
ΚΠΑ	(27.272,72)	(2.066,10)	15.289,30	15.162,90	13.784,50

Συνολική Κ.Π.Α. = 14.898 €

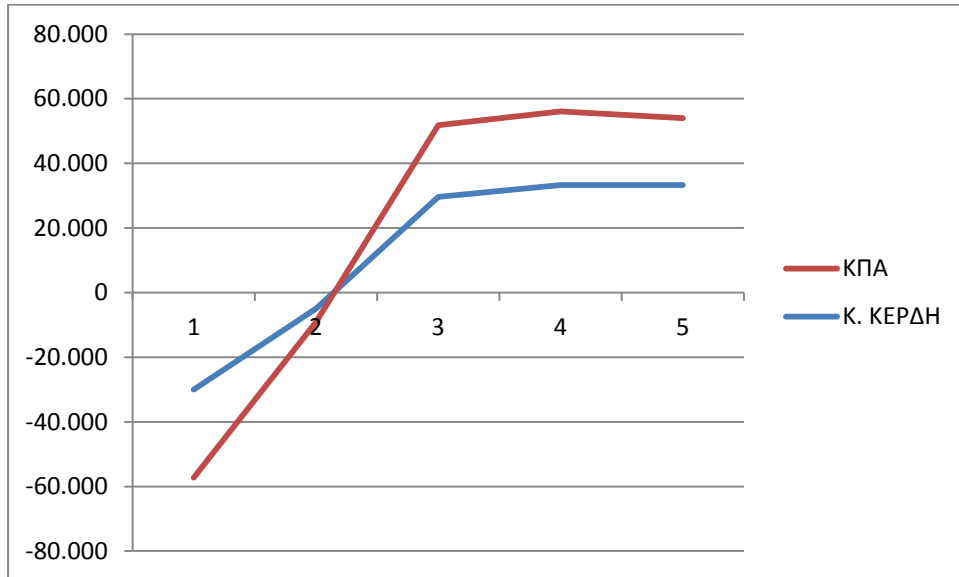
Κακό Σενάριο (ποσά σε €)

ΕΣΟΔΑ	30.000	40.000	50.000	50.000	50.000
ΕΞΟΔΑ	45.000	5.000	20.000	20.000	20.000
	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
ΚΠΤΦ	(30.000)	(10.000)	5.000	15.000	15.000
ΦΟΡΟΣ	-	-	1.300	3.900	3.900
Κ. ΚΕΡΔΗ	(30.000)	(10.000)	3.700	11.100	11.100
ΚΠΑ	(27.272,72)	(8.264,50)	2.780	7.581,50	6.892

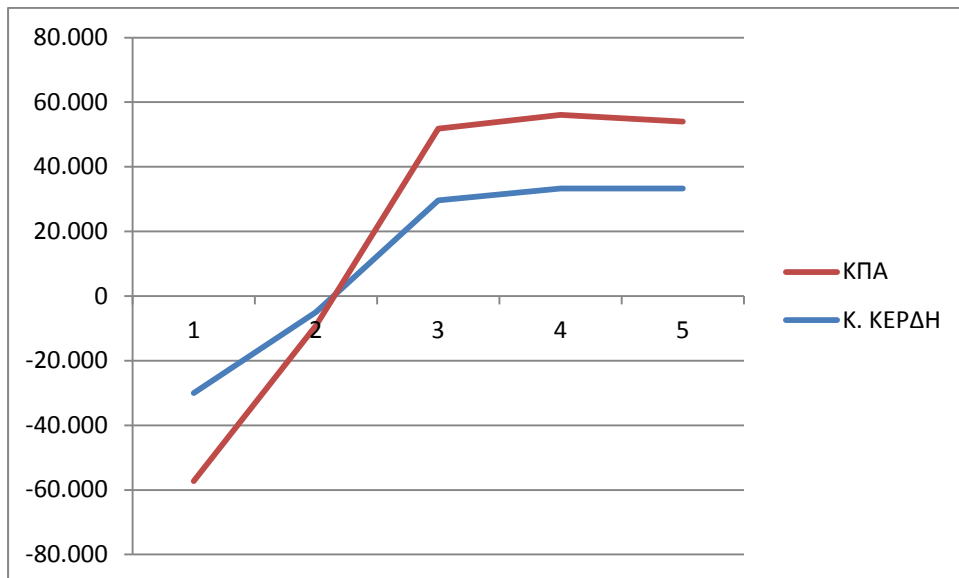
Συνολική Κ.Π.Α. = (18.284) €

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΚΠΑ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΩΝ ΚΕΡΔΩΝ (ΑΠΟΣΒΕΣΗ ΑΡΧΙΚΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ)

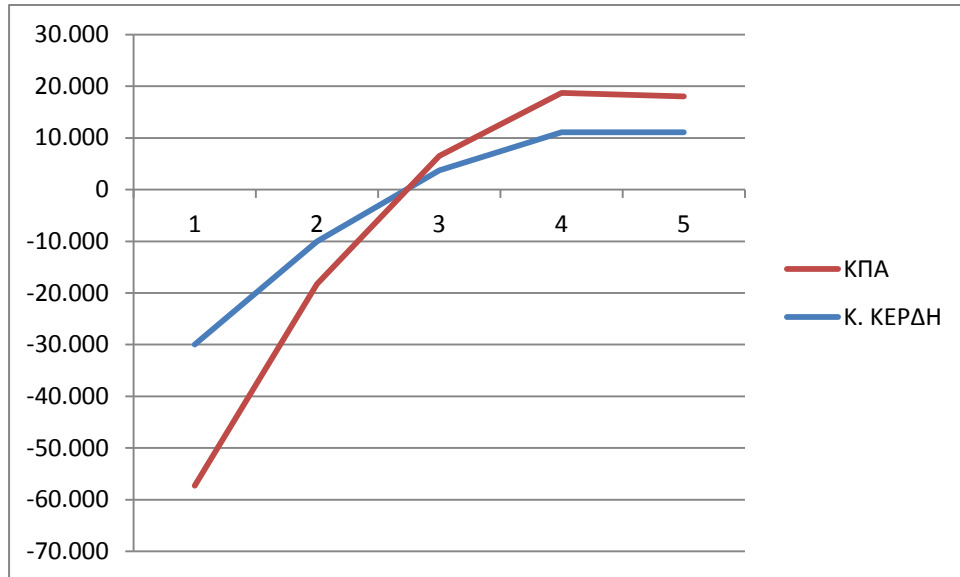
Καλό Σενάριο



Κανονικό Σενάριο



Κακό Σενάριο



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Συμβάν	Πιθανή Κ.Π.Α.	Πιθανότητα	Προσδοκώμενη Τιμή	Αποκλίσεις	Τετράγωνα Αποκλίσεων	Διακύμανση
Πολύ Καλό	34255	0,15	5138,25	24749	612513001	91876950,15
Κανονικό	14898	0,6	8938,8	5392	29073664	17444198,4
Κακό	-18284	0,25	-4571	-27790	772284100	193071025
ΣΥΝΟΛΑ		1	9506			302392173,6

Τυπική Απόκλιση: 17.389,50

Συντελεστής Μεταβλητότητας: 1,83