



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**
Πρόην Επιχειρηματικού Σχεδιασμού & Πληροφοριακών Συστημάτων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ

Μεθοδολογία Κατάρτισης Επιχειρηματικού Σχεδίου (Business Plan) για μία νέα καινοτόμα επιχειρηματική δραστηριότητα και δημιουργία ενός ελληνικού εγχειρίδιου για το πρόγραμμα Business Plan Pro. Εφαρμογή μέσω της υλοποίησης Case Study στον τομέα του μηχανοκίνητου αθλητισμού της UoP Racing Team



**Φοιτήτρια
Ευγενία Α. Ντάρμα**

**Επιβλέπουσα καθηγήτρια
κα. Χρυσάνθη Παπαθανασοπούλου**

**ΠΑΤΡΑ
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2016**



*Στην μικρή μου αδελφή,
Πένυ*

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στόχος αυτής της πτυχιακής εργασίας όπως διαφαίνεται και από τον ίδιο τον τίτλο είναι η μεθοδολογία για τη κατασκευή ενός επιχειρηματικού πλάνου, η δημιουργία ελληνικού εγχειριδίου του προγράμματος Business Plan Pro και μία μελέτη περίπτωσης επιχειρηματικού σχεδίου στον μηχανοκίνητο αθλητισμό μέσω του Business Plan Pro.



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

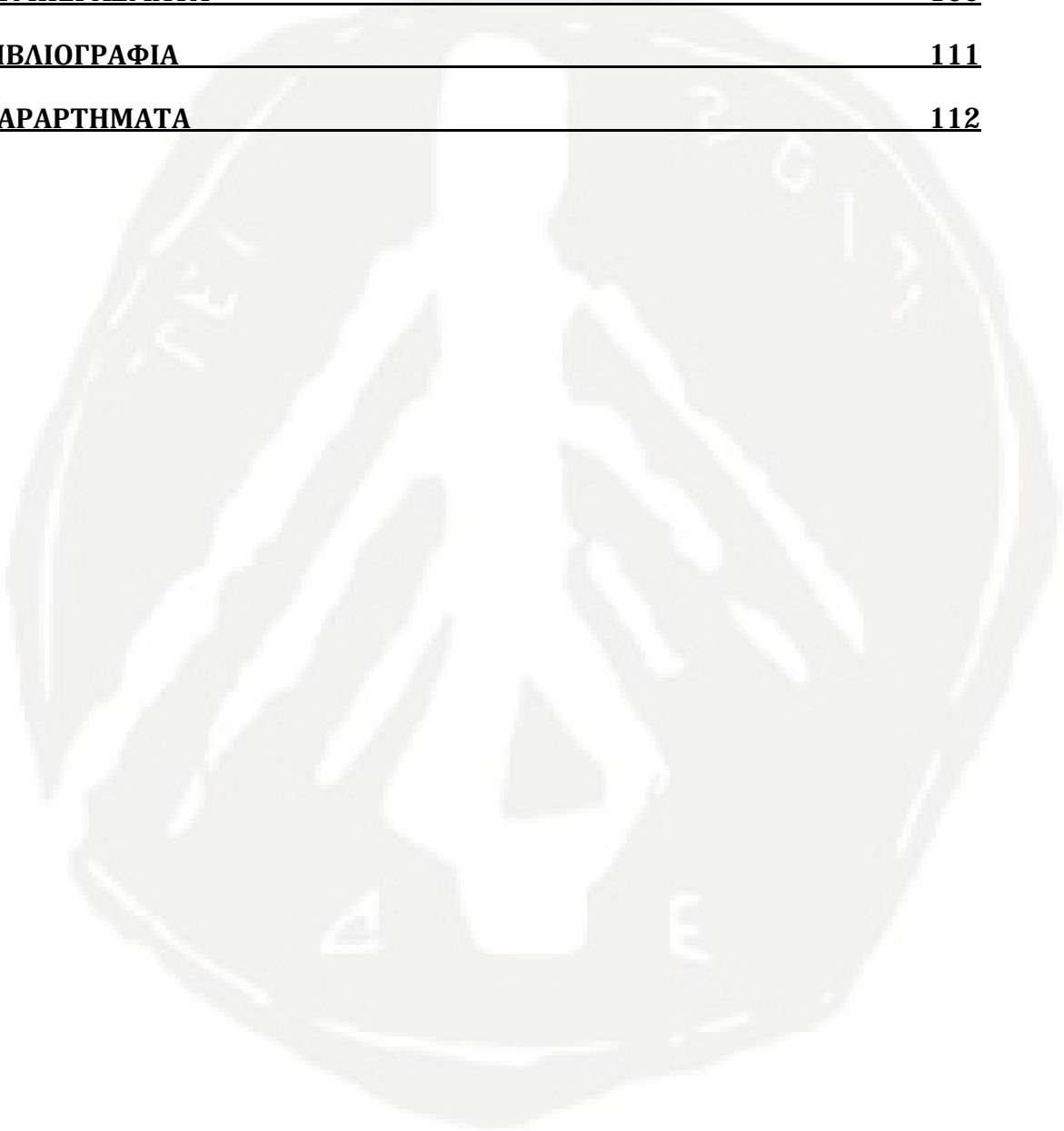
Θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου, κυρία Παπαθανασοπούλου Χρυσάνθη για την καθοδήγησή της και την βοήθειά της σε όλη τη διάρκεια της συγγραφής αυτής της πτυχιακής εργασίας. Θερμές ευχαριστίες ακόμα στην αγαπημένη μου φίλη που η υποστήριξη της ήταν μέγιστη και καθοριστική για το τελικό αποτέλεσμα. Τέλος, ευχαριστώ την οικογένεια και άλλους φίλους μου για την αμέριστη συμπαράσταση τους και στήριξη.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|--|-----------|
| <u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u> | 7 |
| <u>ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</u> | 8 |
| <u>ΚΕΦΑΛΑΙΑ</u> | 8 |
| <u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο</u> | 8 |
| <u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ</u> | 8 |
| ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΕΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ | 8 |
| ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ START-UP | 10 |
| ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΤΡΙΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΩΝ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ | 11 |
| ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 12 |
| ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΒΑΣΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 13 |
| ΔΟΜΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 13 |
| ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ | 14 |
| ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ/ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ | 15 |
| ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ | 16 |
| ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗ | 16 |
| ΕΙΔΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ | 17 |
| ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ | 19 |
| ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ | 19 |
| ΔΗΜΟΣΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ | 20 |
| <u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο</u> | 22 |
| <u>ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ</u> | 22 |
| ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ BUSINESS PLAN PRO: ΜΕΣΟ ΣΥΝΤΑΞΗΣ ΕΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 22 |
| <u>BUSINESS PLAN PRO</u> | 25 |
| <u>ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΤΟΥ BUSINESS PLAN PRO</u> | 25 |
| <u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΟΥ BUSINESS PLAN PRO</u> | 25 |
| <u>ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ BUSINESS PLAN PRO</u> | 35 |
| <u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u> | 35 |
| COMPLETE BUSINESS PLAN | 36 |
| LOAN DOCUMENT – A PLAN THAT IT'S MORE FOCUSED ON THE FINANCIALS | 44 |
| NEW PRODUCT/SERVICE DESCRIPTION – IT'S TOO EARLY FOR FINANCIALS | 56 |
| FINANCIAL PLAN – I DON'T NEED TO INCLUDE ANY TEXT IN MY PLAN | 59 |
| SALES AND MARKETING | 62 |
| <u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο</u> | 65 |
| <u>ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ</u> | 65 |

| | |
|--|------------|
| <u>BUSINESS PLAN PRO: UOP RACING TEAM</u> | 65 |
| Η ΟΜΑΔΑ UOP RACING ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ | 65 |
| FORMULA STUDENT | 66 |
| ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ BUSINESS PLAN PRO | 67 |
| <u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο</u> | 109 |
| <u>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</u> | 109 |
| <u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</u> | 111 |
| <u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</u> | 112 |



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Καθώς οι εποχές εξελίσσονται, αντίστοιχα αυξάνονται και οι απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού. Προκειμένου να πετύχει τους οικονομικούς σκοπούς της, και όχι μόνο, μια επιχείρηση στρέφεται σε νέες διαδικασίες που θα ικανοποιήσουν και τις ίδιες, αλλά και την αγορά. Δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο ολοκληρωμένα επιχειρηματικά επενδυτικά σχέδια που βασίζονται σε λήψεις αποφάσεων, σε στρατηγικές της επιχείρησης στο εσωτερικό και εξωτερικό της περιβάλλον, σε σχεδιασμούς marketing, σε οργανωτικά και διοικητικά θέματα και σε αναλύσεις κινδύνων. Αφορούν την άμεση πληροφόρηση στους πιθανούς χρηματοδότες-επενδυτές, και υποστηρίζουν ένα επιστημονικά τεκμηριωμένο μοντέλο ταξινόμησης της επιχείρησης (Key Success Factors) ως προς τους ανταγωνιστές της.

Τα τελευταία χρόνια μία νεοφυή επιχείρηση ή ήδη υπάρχουσα συγγράφει ένα επιχειρηματικό σχέδιο προκειμένου να λάβει χρηματοδότηση μερική ή ολική για να αναπτυχθεί είτε στην αγορά, είτε στο εσωτερικό της. Δεν είναι, όμως, λίγες και εκείνες οι επιχειρήσεις που δημιουργούν ένα επιχειρηματικό σχέδιο για να γνωρίζουν καλύτερα τη τωρινή τους κατάσταση, αλλά και να σχεδιάσουν το μέλλον τους με τους αντίστοιχους κινδύνους και τους ανταγωνιστές της αγοράς που απευθύνονται.

Πρακτικά, η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία έχει τρία βασικά κεφάλαια που έχουν αναλυθεί πλήρως. Το πρώτο αφορά σε θεωρητικό επίπεδο τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν ένα επιχειρηματικό σχέδιο, τα ήδη χρηματοδότησης αυτών, καθώς και τη γενική δομή ενός τέτοιου πλάνου. Στο δεύτερο κεφάλαιο έχει δημιουργηθεί ένα πρότυπο ελληνικό εγχειρίδιο για το πρόγραμμα συγγραφής επιχειρηματικού σχεδίου, το Business Plan Pro. Έχει γίνει προσπάθεια ανάλυσης βήμα βήμα όλων των ειδών επιχειρηματικού σχεδίου που παρέχει το πρόγραμμα. Τέλος, στο τρίτο, επίσης, βασικό κεφάλαιο δημιουργήθηκε ένα επιχειρηματικό πλάνο μέσω του Business Plan Pro για την ομάδα του Πανεπιστημίου Πατρών, του τμήματος Μηχανολόγων Μηχανικών και Αεροναυπηγών, UoP Racing Team.

ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Ορισμός

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο είναι το χρήσιμο εκείνο εργαλείο που επιτρέπει μέσω του σχεδιασμού του να προσομοιώνει στη θεωρία τη θέση που βρίσκεται μία επιχείρηση, τη θέση που θέλει να κατακτήσει, όπως επίσης, και με ποιον τρόπο. Λειτουργεί ως το γραπτό σχέδιο του μοντέλου που η επιχείρηση προβλέπεται να ακολουθήσει και συμπεριλαμβάνει τα εσωτερικά σχέδια και πλάνα που σκοπεύει να τα εμφανίσει σε έναν χρηματοοικονομικό οργανισμό (π.χ. τράπεζα) ή σε άλλους επενδυτές-χρηματοδότες. Είναι ακόμα εκείνο το εγχειρίδιο που δε χρησιμοποιείται μόνο για λόγους χρηματοδότησης, αλλά βοηθάει στο να οργανώσει καλύτερα και να καταγράψει η επιχείρηση όλα τα στάδια λειτουργίας της.

Μορφές επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν ένα Επιχειρηματικό Σχέδιο

Οι επιχειρήσεις είναι εκείνες που θα δώσουν ζωή και πνοή σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο και θα προσπαθήσουν να αναζητήσουν με διάφορους τρόπους, πόρους ώστε να αναπτυχθούν κατά τα σχέδια τους, αλλά και κατά τις απαιτήσεις της εποχής μέσω της τεχνολογίας και του αγοραστικού κοινού.

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να ανταποκριθεί σε υφιστάμενες επιχειρήσεις όταν αυτές βρίσκονται στο αναδιοργανωτικό τους κομμάτι. Ίσως, για μία πιθανή βελτίωση της παραγωγικής τους διαδικασίας, όσον αφορά τη βελτίωση ή τη προσαρμογή της τεχνολογίας των μηχανημάτων που μπορεί να χρησιμοποιούν.

Άλλες βασικές κατηγορίες υφισταμένων επιχειρήσεων:

- Ήδη υπάρχον προϊόν σε ήδη υπάρχουσα αγορά
- Ήδη υπάρχον προϊόν σε νέα αγορά
- Νέο προϊόν σε υπάρχουσα αγορά
- Νέο προϊόν σε νέα αγορά

Ήδη υπάρχον προϊόν σε ήδη υπάρχουσα αγορά

Στην ήδη υπάρχουσα επιχείρηση υπάρχει και μία κατηγορία ανάπτυξης επιχειρηματικού σχεδίου που αφορά προϊόντα τα οποία έχουν ήδη αναπτυχθεί σε μία ήδη υπάρχουσα αγορά και το καταναλωτικό κοινό έχει επέλθει στο στάδιο του κορεσμού στο συγκεκριμένο προϊόν. Σε αυτή τη περίπτωση η εκάστοτε επιχείρηση χρειάζεται άμεσα εφευρετικές και καινοτόμες λύσεις ίσως με νέους τρόπους προώθησης, καμπάνιες, αποτελεσματικότερη διαφήμιση εκπτώσεις, κ.ά.

Ήδη υπάρχον προϊόν σε νέα αγορά

Προσπάθεια ανάπτυξης κυρίως της φήμης της εταιρίας σε μία νέα αγορά που έχει ως στόχο σε μεγάλο βαθμό να ενδυναμώσει την ανταγωνιστικότητα της και στη συνέχεια τη μείωση της δυσπιστίας, ίσως και του φόβου του καταναλωτικού κοινού που θέλει η επιχείρηση να προσεγγίσει. Πολλές φορές τέτοιου είδους προσπάθεια απαιτεί ένα ικανοποιητικό κεφάλαιο που η επιχείρηση δεν είναι σε θέση να το υποστηρίξει σε μεγάλο ποσοστό που θα ήθελε.

Νέο προϊόν σε υπάρχουσα αγορά

Σε αυτή τη περίπτωση γίνεται μία προσπάθεια ενός «κοινωνικού κεφαλαίου» σύμφωνα με τον Francis Fukuyama. Σε αυτό το σημείο ενδυναμώνεται η προσπάθεια για εμπιστοσύνη και συνεργασία μέσω άτυπων αξιών και κανόνων. Και με τη σωστή κατά την επιχείρηση συνεργασία μπορεί άρτια να κάνει την εμφάνιση του ένα νέο προϊόν σε μία ανεπτυγμένη αγορά.

Νέο προϊόν σε νέα αγορά

Στη τελευταία και πιο εξειδικευμένη προετοιμασία επιχειρηματικού σχεδίου που απαιτεί πολλές φορές μακροχρόνια επιστημονική έρευνα είναι η οικονομική επέκταση της επιχείρησης σε μία νέα αγορά με νέο προϊόν.

Η επιχείρηση επικεντρώνεται στην ανάπτυξη και τη προώθηση της καινοτομίας και της τεχνολογίας, κάτι το οποίο πλέον η αγορά επιζητά. Ανάπτυξη ιδεών τέτοιων προϊόντων και τεχνολογιών που είναι άμεσα υλοποιήσιμες πολλές φορές και εξελισσόμενες.

Επιχειρήσεις Start-Up

Είναι επιχειρήσεις που έχουν στόχο να αναπτυχθούν στον επιχειρηματικό κόσμο και είναι σχεδιασμένες έτσι ώστε να έχουν μία γρήγορη ανάπτυξη στην αγορά που απευθύνονται. Τέτοιου είδους εταιρίες έχουν έρθει πρόσφατα στο προσκήνιο και οι πρώτες που ιδρύθηκαν ήταν στο διαδίκτυο. Χαρακτηριστικό των Start-Up companies, λοιπόν, είναι ότι αφορούν κυρίως τον κλάδο της τεχνολογίας. Αποσκοπούν στη μεγάλη ανάπτυξη τους και επιδιώκουν μία νέα αγορά ή να εξελίξουν μία υπάρχουσα.

Οι Start-Up επιχειρήσεις μπορούν να έχουν πολλές επιλογές χρηματοδότησης από απλούς επενδυτές, εταιρίες, Venture Capitals ή και από τους ίδιους τους ιδρυτές τους. Ακόμα, κατά τη χρηματοδότηση αντίστοιχες επιχειρήσεις στηρίζονται στη διαδικασία του Factoring ή του Crowd Funding. Οι επενδυτές στο σύνολο τους έλκονται από τέτοιου είδους επιχειρήσεις, διότι συνήθως παρουσιάζουν χαμηλό κόστος κατά τη πραγμάτωση τους σε συνδυασμό με υψηλό ρίσκο και υψηλές αποδόσεις σε περίπτωση επιτυχίας.

Τα στάδια υποστήριξης μίας εταιρίας Start-Up είναι αρχικά η αναζήτηση της ιδέας που αφορά τις ευκαιρίες που θα προκύψουν στο μέλλον με νέες προτάσεις για την αγορά, νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Στη συνέχεια το επόμενο στάδιο είναι αυτό που καταγράφει τις προοπτικές του προϊόντος στην αγορά με την πραγματική αποτύπωση των μειονεκτημάτων και των πλεονεκτημάτων. Αν θεωρηθεί ότι υπάρχουν προοπτικές στην αγορά, τότε ξεκινάει το επόμενο στάδιο που είναι η οργάνωση όλων των εργασιών για την πραγμάτωση της ιδέας, η σχεδίαση των προϊόντων ή υπηρεσιών καθώς και η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου, ώστε να επιτευχθεί η απαιτούμενη χρηματοδότηση. Και στο τελευταίο στάδιο είναι η έναρξη των εργασιών που θα υπάρξουν αφ' ότου βρεθούν οι πόροι της χρηματοδότησης και αξιολογηθούν ανάλογα. Την αξιολόγηση, δηλαδή, της κάθε πηγής χρηματοδότησης που θα διαθέτει ανάλογα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Με αυτό τον τρόπο το επιχειρηματικό σχέδιο καθίσταται ως οδηγός αξιολόγησης για τους επενδυτές και για τις ενέργειες που θα ακολουθήσουν.

Ανάλυση των τριών βασικών ερωτημάτων μιας επιχείρησης

Που βρίσκεται τώρα η επιχείρηση;

Για τη σωστή δημιουργία ενός επιχειρηματικού πλάνου αρκετά συχνά πολλές επιχειρήσεις καταφεύγουν σε εξωτερικούς συμβούλους για την εξ' ολοκλήρου σύνταξη του. Η διαδικασία αυτή υφίσταται μεγάλης προσοχής κυρίως όταν πρόκειται η επιχείρηση να απευθυνθεί σε μελλοντικούς χρηματοδότες ιδιώτες ή και τράπεζες. Και για τον λόγο αυτό, η μεγαλύτερη βοήθεια ή και ευθύνη προέρχεται από την ίδια την ομάδα διοίκησης της επιχείρησης ή από τους ιδρυτή της, γιατί μόνο εκείνοι γνωρίζουν καλύτερα το όραμα της επιχείρησης και τις μελλοντικές δραστηριότητες της.

Η ανώτερη διεύθυνση, λοιπόν, δίνει τις κατευθύνσεις αφού είναι εκείνη που έχει επισημάνει τη τωρινή κατάσταση της επιχείρησης και δηλώνει γραπτά το σημείο που βρίσκεται η επιχείρηση που μπορεί να εμπεριέχει θετικά ή και αρνητικά στοιχεία της κατάστασης της. Είτε αφορούν σημεία οικονομικού περιεχομένου, είτε πελατολογίου, τεχνολογίας ή και καινοτομίας.

Το επιχειρηματικό πλάνο αποτελεί το τωρινό σημείο που βρίσκεται η επιχείρηση (ή και η ιδέα) και μέσα σε αυτό έχει καταγραφεί και η παρελθοντική πορεία της ίδιας της επιχείρησης και των ανταγωνιστών της. Σε αυτό το σημείο εμπεριέχονται οι αποδόσεις ή και οι επιδόσεις των ανταγωνιστών σε σχέση με την επιχείρηση, επιτρέποντας πιο εύκολα να επισημαίνονται και να ορίζονται οι μελλοντικοί στόχοι της εταιρίας.

Συνοψίζοντας για το σημείο που βρίσκεται η επιχείρηση τώρα, έχει τη δυνατότητα να αποφύγει προηγούμενα λάθη και να δομήσει σωστά τους μελλοντικούς της στόχους.

Που θέλει να βρεθεί η επιχείρηση;

Είτε η εταιρία είναι μεγάλη, είτε είναι μικρή, είτε μία επιχείρηση που θέλει να κάνει την εμφάνιση της στο καταναλωτικό προσκήνιο πρέπει να καταγράψει τα μελλοντικά της σχέδια στον σκληρό ανταγωνισμό ίσως, για να μπορέσει να αναπτυχθεί οικονομικά ή και να εδραιωθεί στην αγορά αποκτώντας καλό όνομα μέσω των προϊόντων της και υπηρεσιακών παροχών της. Οι στόχοι αυτοί καταγράφονται σε έναν βραχυπρόθεσμο ορίζοντα ή και στον μακροπρόθεσμο, ανάλογα με τους μελλοντικούς στόχους της κάθε επιχείρησης και τα αποτελέσματα που θέλει να επιτύχει.

Η εταιρία ανάλογα με την παρελθοντική της πορεία και τις δυνατότητες της στον χρονικό ορίζοντα που βρίσκεται, πρέπει να δώσει αρκετές πληροφορίες στους επενδυτές-χρηματοδότες ή και μελλοντικούς συνεργάτες για το πού θέλει να βρεθεί μελλοντικά ως

επιχείρηση. Μερικά παραδείγματα επιχειρήσεων που έχουν αναπτύξει επιχειρηματικά plána, αφορούν μία μελλοντική συνεργασία με προμηθευτές, μελλοντικούς διανομείς για τη μεταπώληση των προϊόντων της επιχείρησης και μελλοντικούς πελάτες που θα ήθελαν μακροπρόθεσμα να συνεργαστούν με την επιχείρηση.

Σημαντικά, όμως, είναι και εκείνα τα επιχειρηματικά σχέδια τα οποία έχουν αναπτυχθεί για επενδυτικούς σκοπούς. Δηλαδή, οι επιχειρήσεις αναζητούν επενδυτές (είτε ιδιώτες, είτε δημόσιους κρατικούς ή ευρωπαϊκούς φορείς) που δείχνουν ενδιαφέρον στον τομέα που μπορεί να δραστηριοποιείται έτσι ώστε να αποκτήσουν και εκείνοι με τη σειρά τους ένα μέρος της εταιρίας ανάλογα φυσικά με το ύψος της χρηματοδότησης. Τέλος, υπάρχουν και οι χρηματοδοτήσεις από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ή αλλιώς τράπεζες που έχουν τη δυνατότητα να δανείσουν χρήματα σε μία επιχείρηση.

Πως θα καταφέρει η επιχείρηση να φτάσει στους στόχους της;

Βασικά χαρακτηριστικά σε αυτό το σημείο είναι κάποια καίρια ερωτήματα που πρέπει να απαντηθούν από τα στελέχη, όπως τί είδους προϊόντα πρέπει να παραχθούν για να εισέλθει μία εταιρία σε έναν νέο κλάδο, και πως θα προσεγγίσει τους καταναλωτές. Θα πρέπει να καθορίσει τις δραστηριότητες της τόσο στο εσωτερικό περιβάλλον της, όσο και στο εξωτερικό, όπως επίσης, και να οριοθετήσει η επιχείρηση τις δυνατότητες της στο να αναλάβει επενδύσεις υψηλού ή χαμηλού κινδύνου αντίστοιχα.

Το επιχειρηματικό pláno θα πρέπει να γίνει το όραμα όχι μόνο της ίδιας της επιχείρησης, αλλά και των ίδιων των επενδυτών για να θεωρηθεί ότι το pláno πέτυχε και χρειάζεται μόνο η πραγμάτωση του. Παρ' όλα αυτά οι πετυχημένες εταιρίες είναι εκείνες που μπορούν να μετατρέπουν την οποιαδήποτε στρατηγική τους σε πράξη.

Χρησιμότητα και πλεονεκτήματα του Επιχειρηματικού Σχεδίου

Πριν παρατεθεί τη χρησιμότητα και τα πλεονεκτήματα που μία υφιστάμενη επιχείρηση κερδίζει με το να δημιουργήσει ένα Business Plan ή μία ιδέα γίνει ένα Επιχειρηματικό Σχέδιο, πρέπει αρχικά να αναφερθούν οι δύο αντίθετες μεταξύ τους χρονικά έννοιες για την τελική του δημιουργία.

Επιστημονικά τα δύο παραπάνω ονομάζονται “Έτεροχρονισμένη εκπόνηση” και “Έμπρόθεσμη εκπόνηση”, αντίστοιχα. Η “Έτεροχρονισμένη εκπόνηση” αφορά τις

επιχειρήσεις εκείνες που έχουν ξεκινήσει την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και έχουν χρονικά εδραιωθεί στην αγορά. Η “Εμπρόθεσμη εκπόνηση” αφορά τις επιχειρήσεις που έχουν σκοπό να εισέλθουν δυναμικά στον ανταγωνισμό της αγοράς. Ή ακόμα μπορεί να αφορά και μία ιδέα που έχει σκοπό να αναπτυχθεί οικονομικά σε έναν κλάδο.

Επομένως, το Επιχειρηματικό Σχέδιο έχει ιδιαίτερη χρησιμότητα και σημασία για την επιχείρηση, κυρίως:

- Στη δομή της,
- Στη λήψη αποφάσεων,
- Στην καταγραφή, ανάλυση της αγοράς και του ανταγωνισμού,
- Στην επίτευξη των στόχων και
- Στην χρηματοοικονομική στήριξη.

Παρουσίαση της βασικής δομής ενός Επιχειρηματικού σχεδίου

Δομή επιχειρηματικού σχεδίου

Τα τέσσερα βασικά στοιχεία της επιτυχίας του Επιχειρηματικού Σχεδίου είναι η καταγραφή των σκέψεων της επιχείρησης, οι βραχυπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι στόχοι της, οι στρατηγικές της και οι λήψεις αποφάσεων για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Σε αυτό το σημείο πρέπει να διευκρινιστεί ότι το Επιχειρηματικό Σχέδιο αφορά χρονικό διάστημα μεγαλύτερο από ένα έτος.

Η δομή αποτελείται από γραπτό κείμενο που είναι ολοκληρωμένο, συνοπτικό, εμπεριέχει ιδέες και προτάσεις που έχουν ως στόχο να ενθουσιάσουν τον επενδυτή-χρηματοδότη. Συνοδεύεται από αναλυτικούς πίνακες και παραρτήματα που ο επενδυτής ανά πάσα στιγμή μπορεί να ανατρέξει σε αυτούς και να ενημερωθεί περαιτέρω.

Στη δομή του Business Plan εμπεριέχεται η περίληψη (executive summary) για τους λήπτες αποφάσεων. Είναι το πρώτο κείμενο που θα ανατρέξει ο επενδυτής και θα πρέπει να προσελκύσει το ενδιαφέρον του, αφού περιλαμβάνει τους στόχους της επιχείρησης, τον σκοπό ύπαρξης της και τους λόγους που θα μπορέσει να επιβιώσει σύμφωνα με τον ανταγωνισμό που υπάρχει τη δεδομένη χρονική περίοδο και στο μέλλον.

Γίνεται αναλυτική περιγραφή της επιχείρησης με την ιστορική της αναδρομή (για υφιστάμενη επιχείρηση), το ανθρώπινο δυναμικό, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της, τους

στόχους και τις δραστηριότητες της. Στη παραπάνω περιγραφή καταγράφεται με σαφήνεια ο ανταγωνισμός, το γενικό προφίλ διαφόρων ομάδων από το καταναλωτικό κοινό, οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς και διάφοροι παράγοντες που μπορεί να επηρεάζουν την επιχείρηση.

Για να αναπτυχθούν οι παραπάνω έρευνες πρέπει να υπάρχει στην δομή του Επιχειρηματικού Σχεδίου, αρχικά, η περίληψη που θα περιγράφει τον τρόπο εφαρμογής της στρατηγικής που θα ακολουθήσει. Σε αυτή τη διαδικασία υπάρχουν μελλοντικές προβλέψεις κυρίως για τη προώθηση των προϊόντων (marketing plan), τις πωλήσεις, τη διαχείριση των αποθεμάτων και τη σωστή χρονικά παράδοση των προϊόντων προς τους πελάτες. Τέλος, και σημαντική στην ανάλυση της δομής είναι η χρηματοοικονομική περιγραφή. Αποτελεί τη παρουσίαση της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης και τις μελλοντικές της προοπτικές σε έναν ανταγωνιστικό κλάδο και σε ένα απαιτητικό κοινό. Περιλαμβάνει τον προϋπολογισμό του κόστους, τις αποτιμήσεις του επενδυτικού σχεδίου και διευκρινίζονται οι χρηματοοικονομικές πηγές που έχουν καταγράψει οι λήπτες αποφάσεων. Αυτά επιτυγχάνονται με τη παρουσίαση ισολογισμού, ανάλυση χρηματοοικονομικών ροών, νεκρό σημείο, κ.α.

Τα πλεονεκτήματα της δομής του Επιχειρηματικού Σχεδίου είναι ότι αρχικά έχει τη δυνατότητα να βοηθήσει τον επιχειρηματία να αναγνωρίσει και να αξιολογήσει τους κινδύνους για να προβεί με ευέλικτο τρόπο στην αποφυγή τους. Ακόμα, μπορεί να διαπιστώσει αν τελικά το Επιχειρηματικό Σχέδιο έχει πιθανότητες να επιτύχει, κάτι το οποίο θα αποτελέσει κίνητρο για τους εξωτερικούς συνεργάτες της επιχείρησης (χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, προμηθευτές, πελάτες, κ.ά.), ώστε τελικά να υποστηρίξουν την ιδέα ή την επιχείρηση. Τέλος, ένα ακόμα σημαντικό πλεονέκτημα είναι ότι μπορεί να δημιουργηθεί ένα εργαλείο ανάλυσης και αξιολόγησης που θα επιτρέπει την παρακολούθηση και τον έλεγχο της επιχειρηματικής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια υλοποίησης της, ώστε ο βαθμός της επιτυχίας να είναι ο μέγιστος.

Λήψη Αποφάσεων

Στη δομή του Επιχειρηματικού Σχεδίου αναγράφονται και οι λήψεις των αποφάσεων που έχουν μελετηθεί από τους λήπτες απόφασης, ώστε τελικά να επιτευχθεί με επιτυχία ο σκοπός και οι στόχοι της υφιστάμενης επιχείρησης ή της ιδέας.

Οι λήπτες αποφάσεων είναι εκείνοι που εντοπίζουν σε μία επιχείρηση το πρόβλημα ή και την ευκαιρία. Όταν εντοπιστεί το πρόβλημα ή η ευκαιρία τότε ο λήπτης το καταγράφει, στη

συνέχεια συγκεντρώνει όλες τις πληροφορίες που έχει συλλέξει και προσπαθεί να τις αναλύσει. Κατά την ανάλυση εντοπίζονται όλες οι σχέσεις των προβλημάτων ή ευκαιριών με την επιχείρηση και με αυτό τον τρόπο είναι πιο εύκολο να καταγραφούν οι εναλλακτικές λύσεις, δηλαδή ο τρόπος, η ενέργεια και το μέσο των λύσεων αυτών.

Στη συνέχεια τα διοικητικά στελέχη της επιχείρησης ή οι λήπτες απόφασης πρέπει να αξιολογήσουν τις εναλλακτικές λύσεις που έχουν καταγράψει και να προσδιορίσουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κάθε εναλλακτικής λύσης σε σύγκριση με τις άλλες. Βασική προϋπόθεση είναι οι εναλλακτικές να συνάδουν με τους στόχους και σκοπούς της επιχείρησης. Για έγκυρα, λοιπόν, αποτελέσματα οι λήπτες αποφάσεων χρησιμοποιούν κάποια ποσοτικά μοντέλα βασισμένα στη τεχνολογία όπου μερικά από αυτά είναι: ο γραμμικός προγραμματισμός, η θεωρία των πιθανοτήτων, των ουρών, τα μοντέλα διαχείρισης αποθεμάτων, η μέθοδος PERT, μέθοδοι κοστολόγησης, δέντρα αποφάσεων, κλπ.

Καταγραφή/Ανάλυση της Αγοράς και του Ανταγωνισμού

Η καταγραφή της αγοράς, συνεπώς και του ανταγωνισμού προέρχεται ύστερα από μία μεγάλη έρευνα και συγκέντρωση πληροφοριών για την αγορά. Δηλαδή, τους πιθανούς πελάτες της επιχείρησης, τα τυχόν υποκατάστατα και συμπληρωματικά προϊόντα που μπορεί να υπάρχουν και τις σχετικές τιμές αυτών των αντίστοιχων ή παρόμοιων προϊόντων (σε ποσά διακύμανσης).

Είναι μία οργανωμένη προσπάθεια συλλογής πληροφοριών σχετικά με την αγορά και το καταναλωτικό κοινό. Η έρευνα αφορά τρεις μεθόδους, την ποιοτική, την ποσοτική και την μικτή έρευνα.

Η **ποιοτική έρευνα** χρησιμοποιείται για τη συλλογή δεδομένων που σχετίζονται με τα κίνητρα του καταναλωτικού κοινού, τα συναισθήματα του και τις αντιδράσεις του απέναντι στο προϊόν της επιχείρησης και στα αντίστοιχα ανταγωνιστικά προϊόντα.

Η **ποσοτική έρευνα** χρησιμοποιείται για πιο αξιόπιστα αποτελέσματα και τα δείγματα είναι περισσότερο αντιπροσωπευτικά σύμφωνα με αυτά που αναζητούν οι αναλυτές. Για τη διεξαγωγή μιας ποιοτικής έρευνας χρησιμοποιούνται συνήθως ερωτηματολόγια με τυποποιημένες ερωτήσεις που είναι αντιπροσωπευτικές για την εκάστοτε επιχείρηση και στο σημείο ακριβώς που θέλει να εστιάσει. Τα ερωτηματολόγια αυτά παρέχονται στο καταναλωτικό κοινό είτε τηλεφωνικά, είτε προσωπικά, είτε σε ηλεκτρονική μορφή (διαδίκτυο) μέσω email, ή μέσω των social media.

Τέλος, στην μικτή έρευνα έχουμε τον συνδυασμό της ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας, όπου ο αναλυτής σχηματίζει πλήρη εικόνα για την αγορά βάσει των χαρακτηριστικών του προϊόντος που θέλει η επιχείρηση να αναδείξει και βάσει του τί αισθάνεται ο καταναλωτής ή τί πιστεύει για τέτοιου είδους προϊόντα.

Επίτευξη των στόχων

Οι στόχοι έχουν προέλθει από το όραμα που έχει η επιχείρηση για μία μελλοντική κατάσταση. Για την επίτευξη τους το εφικτό αποτέλεσμα προέρχεται από μία ομάδα της επιχείρησης ή από πολλές (σχεδιασμού, marketing, κ.ά.). Με αυτό τον τρόπο συγκεντρώνονται οι κοινά αποδεκτοί στόχοι από όλες τις ομάδες οι οποίοι είναι συγκεκριμένοι, ποσοτικά και χρονικά προσδιορισμένοι και αποδεκτοί από το σύνολο των ομάδων της επιχείρησης.

Στη συνέχεια, για την αποπεράτωση των στόχων γίνεται προσδιορισμός των καθηκόντων στα μέλη των ομάδων της επιχείρησης, ώστε να υπάρξει άμεση μεθοδικότητα και αποτελεσματικότητα μέσα στον χρονικό ορίζοντα που έχει σχεδιαστεί από την επιχείρηση.

Χρηματοοικονομική Στήριξη

Ίσως το πιο σημαντικό σημείο στο Επιχειρηματικό Σχέδιο για τους επενδυτές είναι η χρηματοοικονομική προσέγγιση που θα επέλθει ύστερα από έναν εκτενή προϋπολογισμό (budgeting) της επιχείρησης.

Σε αυτό το σημείο οι ομάδες της επιχείρησης προσπαθούν να καλύψουν τις βασικές περιοχές της έρευνας οι οποίες συνήθως είναι:

- Οι επενδύσεις της πάγιας περιουσίας της επιχείρησης (τα ακίνητα και ο εξοπλισμός)
- Τα έξοδα εγκατάστασης και της εκκίνησης
- Η πρόσληψη προσωπικού, είτε εξειδικευμένου, είτε ανειδίκευτου
- Τα έξοδα προώθησης των προϊόντων της επιχείρησης (διαφήμιση, διανομή, κ.ά.)
- Το αρχικό κεφάλαιο κίνησης

Για την εγκατάσταση και την εκκίνηση της λειτουργίας της επιχείρησης γίνεται αρχικά μία διερεύνηση για τα πρώτα έξοδα, που σε γενικές γραμμές είναι τα εξής:

- Ο χώρος εγκατάστασης και η διαμόρφωση του

- Η εκπαίδευση των στελεχών και του προσωπικού
- Οι αμοιβές
- Τα ενοίκια
- Τα ασφάλιστρα χώρου και επαγγελματικού εξοπλισμού
- Οι τόκοι δανείων (αν υπάρχει δάνειο για τη κατασκευαστική περίοδο)
- Οι νομικές διαδικασίες, συμβολαιογράφοι, κλπ.
- Οι διάφοροι φόροι
- Οι αμοιβές (εξωτερικών) συμβούλων
- Διάφορα άλλα λειτουργικά έξοδα

Ένας επιχειρηματικός προϋπολογισμός προϋποθέτει την άρτια προετοιμασία πρόβλεψης, έτσι ώστε να αποφευχθεί το «κόστος απειρίας». Το «κόστος απειρίας» συνήθως παρατηρείται όταν οι δαπάνες κεφαλαίου και εκκίνησης δεν ελέγχονται συστηματικά ή δεν έχουν καταγραφεί σωστά. Έτσι, οι οικονομικές επιβαρύνσεις για την επιχείρηση πολλές φορές είναι καθοριστικές για το τελικό αποτέλεσμα που μπορεί να είναι και το λεγόμενο «out of budget».

Η σωστή πρόβλεψη είναι η προσεγγιστική εκτίμηση της μελλοντικής κατάστασης της επιχείρησης σύμφωνα με τη κατάσταση της αγοράς και των ανταγωνιστών. Όλες οι προβλέψεις στηρίζονται σε υποθέσεις παρ' όλα αυτά, και με αυτό τον τρόπο εμπεριέχουν κινδύνους και αβεβαιότητες οι οποίες πολλαπλασιάζονται με τον χρόνο.

Είδη Χρηματοδότησης

Αφού τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης έχουν όλα καταγραφεί και αναφερθεί στο Επιχειρηματικό Σχέδιο αξίζει να σημειωθούν τα είδη της χρηματοδότησης που μία επιχείρηση στοχεύει να προσεγγίσει. Ανάλογα με το πού βρίσκεται μία δεδομένη χρονική στιγμή η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να προσεγγίσει τα εξής είδη χρηματοδότησης: τη Βασική Χρηματοδότηση, τη Χρηματοδότηση ξεκινήματος, τη Χρηματοδότηση πρώτου σταδίου, τη Χρηματοδότηση δεύτερου σταδίου, τη Μέση Χρηματοδότηση και τη Χρηματοδότηση – Γέφυρα.

Βασική Χρηματοδότηση

Η βασική χρηματοδότηση διοχετεύεται για την κατασκευή ενός πρωτοτύπου ή διαφορετικά ενός καινοτόμου προϊόντος που έχει σκοπό να εισαχθεί δυναμικά στην αγορά και να επιφέρει πολύ περισσότερα χρήματα, κέρδος δηλαδή, για την επιχείρηση και για τους χρηματοδότες αυτής. Αυτό το είδος χρηματοδότησης μπορεί να χρησιμοποιηθεί ακόμα και όταν μία επιχείρηση έχει σκοπό να κάνει μία εκτενή έρευνα αγοράς για να αποδείξει ότι το καταναλωτικό κοινό έχει ανάγκη για ένα τέτοιο προϊόν που πρόκειται να προσφέρει στην αγορά η επιχείρηση.

Χρηματοδότηση ξεκινήματος

Η χρηματοδότηση ξεκινήματος είναι ένα οποιοδήποτε χρηματικό ποσό το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για οποιαδήποτε χρήση. Η επιχείρηση, δηλαδή, μπορεί να χρησιμοποιήσει τα χρήματα αυτά είτε για την ανάπτυξη του προϊόντος ή υπηρεσίας, είτε για δοκιμές των προϊόντων κατά τη διάρκεια της πιλοτικής παραγωγής αυτών.

Χρηματοδότηση πρώτου σταδίου

Η χρηματοδότηση πρώτου σταδίου είναι εξαγωγή επιπλέον χρημάτων, όταν τα αρχικά κεφάλαια έχουν ελαχιστοποιηθεί. Τα χρήματα αυτά χρησιμοποιούνται για την υποστήριξη επιπλέον ανάπτυξης που συνήθως είναι οι προωθητικές ενέργειες του προϊόντος, διαφήμιση, κλπ.

Χρηματοδότηση δεύτερου σταδίου

Σε αυτό το είδος χρηματοδότησης ενώ η επιχείρηση έχει αποδείξει ήδη την αξία της σύμφωνα με τα προϊόντα που παρέχει στην αγορά και σύμφωνα με τον ανταγωνισμό, έχει τη δυνατότητα να επεκταθεί και σε άλλους ίσως τομείς, κλάδους ή αγοραστικό κοινό. Για να επιτευχθεί, όμως, αυτό χρειάζεται πολλές φορές μία επιπλέον υποστήριξη χρηματικού ποσού που θα διασφαλίσει στην επιχείρηση καλύτερη, παραδείγματος χάρη, έρευνα αγοράς, έρευνα και ανάπτυξη για το νέο προϊόν ή και επέκταση της επιχείρησης στην προώθηση των προϊόντων της. Συνοψίζοντας, η χρηματοδότηση δεύτερου σταδίου μπορεί να χρησιμοποιηθεί για όλες τις δραστηριότητες της εταιρίας.

Μέση Χρηματοδότηση

Η μέση χρηματοδότηση αφορά επενδύσεις σε ίδια κεφάλαια, τα οποία συνήθως είναι μακροχρόνια και δεν επιβαρύνουν με πολλούς τόκους την επιχείρηση. Με αυτό τον τρόπο η

επιχείρηση μπορεί να επεκταθεί προς μία συγκεκριμένη κατεύθυνση χωρίς να χρειαστεί να παραδώσει μέρος της ιδιοκτησίας της.

Χρηματοδότηση – Γέφυρα

Είναι ένα είδος δανείου το οποίο είναι και η σωτήρια λύση σε μία επιχείρηση όταν πρόκειται για προσωρινές οικονομικές δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίζει. Συνήθως, τέτοιου είδους δάνεια χρησιμοποιούνται πριν από την αρχική προσφορά μετοχών της επιχείρησης για να εξομαλύνουν ελλείψεις μετρητών που μπορεί να προκύψουν πριν ακόμα ολοκληρωθεί η διαδικασία της προσφοράς.

Πηγές Χρηματοδότησης

Μία επιχείρηση μπορεί να λάβει χρηματοδότηση είτε είναι υπάρχουσα επιχείρηση, είτε είναι νεοφυής, κυρίως μέσω δύο πηγών. Μέσω της Ιδιωτικής Χρηματοδότησης και μέσω της Δημόσιας Χρηματοδότησης.

Ιδιωτική Χρηματοδότηση

Στην Ιδιωτική Χρηματοδότηση υπάρχουν τέσσερις βασικές κατηγορίες που μία επιχείρηση μπορεί να επιλέξει και να λάβει οικονομική βοήθεια. Η πρώτη κατηγορία είναι οι Τραπεζικοί Οργανισμοί και Εταιρίες Χρηματοδοτικής Μίσθωσης. Οι Τραπεζικοί Οργανισμοί χορηγούν κυρίως δάνεια και σε επιχειρήσεις, αλλά και σε ελεύθερους επαγγελματίες και η χρηματοδότηση αφορά κυρίως κεφάλαια κίνησης, αγορά επαγγελματικού εξοπλισμού ή και επαγγελματικής στέγης. Ακόμα, τέτοιου είδους οικονομική βοήθεια παρέχεται και για χρηματοδοτικά προϊόντα ή εργαλεία όπως μπορεί να είναι η δυνατότητα από μία συνεργαζόμενη επιχείρηση (συνήθως μεγαλύτερη, θυγατρικές εταιρίες τραπεζών, κλπ.) να έχει δικαίωμα να αναλαμβάνει και να παρέχει υπηρεσίες προεξόφλησης, νομική παρακολούθηση, είσπραξη απαιτήσεων κατά των πελατών, και άλλες (factoring), έναντι φυσικά αμοιβής. Ή και διάφορες πληρωμές εισαγωγέων και εξαγωγέων (forfeiting). Στην Ιδιωτική Χρηματοδότηση σημαντικές είναι και οι Εταιρίες Χρηματοδοτικής Μίσθωσης, που αποτελούν μεσοπρόθεσμες ή μακροπρόθεσμες μισθώσεις είτε σε πάγιο εξοπλισμό της επιχείρησης ή σε ακίνητα, είτε οχήματα για επαγγελματική χρήση. Αυτή η μέθοδος ονομάζεται leasing και είναι ευρέως διαδεδομένη κυρίως τα τελευταία χρόνια.

Μία άλλη πηγή χρηματοδότησης είναι οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι και οι Απλοί Ιδιώτες Επενδυτές (Business Angels and Crowd Funding). Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels) είναι κατά βάση ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι επενδύουν χρήματα, χρόνο, εμπειρία και τεχνογνωσία σε επιχειρήσεις που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης. Βασικό τους χαρακτηριστικό είναι ότι έχουν μεγάλη εμπειρία σε θέματα που σχετίζονται με την διοίκηση και την οργάνωση επιχειρήσεων, την ορθολογική διαχείριση επιχειρησιακών πόρων, καθώς και το marketing. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι, συνήθως, είναι μέτοχοι ή ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, διευθυντικά στελέχη εταιριών, senior managers ή σύμβουλοι επιχειρηματικού σχεδιασμού, αλλά και συνταξιούχοι πρώην σύμβουλοι επιχειρήσεων.

Η Τρίτη πηγή χρηματοδότησης είναι τα Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Venture Capitals and Private Equity). Πρόκειται για ένα είδος ιδιωτικής επένδυσης που χορηγείται σε νέες και ελπιδοφόρες επιχειρήσεις με αντάλλαγμα ένα ποσοστό των μετοχών και εκτείνεται σε διάστημα 3-7 χρόνων.

Στη τέταρτη και τελευταία πηγή χρηματοδότησης βρίσκονται οι Συνεργατικοί Χώροι/Θερμοκοιτίδες (Hubs/Incubators), που αναλαμβάνουν να υποστηρίξουν μια νεοφυή επιχείρηση στα πρώτα της βήματα στην αγορά, προσφέροντάς της στέγη, υποδομές και χρηματοδότηση. Είναι τυποποιημένοι χώροι που φιλοξενούν διάφορες επιχειρήσεις για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, μέχρι δηλαδή να αναπτύξουν και να υλοποιήσουν τις ιδέες τους. Εν συνεχεία οι επιχειρήσεις αυτές μετακινούνται σε δικούς τους χώρους και τη θέση τους στα Hubs καταλαμβάνουν νέες επιχειρήσεις. Με τους Συνεργατικούς Χώρους/Θερμοκοιτίδες, οι νεοφυής επιχειρήσεις επιτυγχάνουν μείωση του κόστους και του χρόνου λειτουργίας που απαιτείται γενικά, και έχουν άμεσα οικονομικά αποτελέσματα.

Δημόσια Χρηματοδότηση

Η Δημόσια και Κοινοτική Ευρωπαϊκή Χρηματοδότηση έχει ζωτική σημασία για τις επιχειρήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αφού είναι ένας κύριος μοχλός οικονομικής ανάπτυξης για τις χώρες της Ε.Ε. Τα Ευρωπαϊκά κράτη έχουν το δικαίωμα να προσφέρουν στις επιχειρήσεις τους χρηματοδότηση από την Ε.Ε, ώστε να υπάρχει άμεση οικονομική ανάπτυξη και μείωση της ανεργίας.

Για τις παραπάνω περιπτώσεις υπάρχουν ειδικές κατηγορίες ατόμων ή και επιχειρήσεων που μπορούν να λάβουν πιο εύκολα χρηματοδότηση μερικές φορές χωρίς να χρειάζεται κάποιου είδους εγγύηση ή δέσμευση αποπληρωμής του ποσού στο μέλλον.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα για άτομα-μέλη των κρατών της Ε.Ε είναι η λεγόμενη Νεανική Επιχειρηματικότητα, όπου χορηγούνται χρήματα σε νεαρά άτομα (π.χ ηλικίας 26-35) και τους δίνεται η δυνατότητα να αναπτύξουν μία επιχειρηματική δραστηριότητα. Άλλο παράδειγμα είναι η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα που αφορά επιχορηγήσεις σε νεαρές γυναίκες για μία νέα ή ήδη υπάρχουσα επιχειρηματική δραστηριότητα.

Σε κάποιες από τις παραπάνω επιχειρηματικές δραστηριότητες οι επιχορηγήσεις βασίζονται στο 100% της οικονομικής ανάπτυξης της κάθε επιχείρησης ή σε ένα ποσοστό της κάθε δραστηριότητας. Για παράδειγμα, ένα είδος Ευρωπαϊκού πακέτου για μία ομάδα (πχ Γυναικεία Επιχειρηματικότητα) μπορεί να αναφέρει ότι το ποσοστό επιχορήγησης ανέρχεται έως και το 40% σε πάγιο εξοπλισμό ή έως και το 60% σε επαγγελματικό εξοπλισμό σε άλλες ομάδες (π.χ. σε μικρές βιομηχανίες).

Τέλος, ένα ακόμα βοηθητικό εργαλείο της Ε.Ε στην ελληνική πραγματικότητα είναι το ΕΣΠΑ (Εθνικό Συμβούλιο Ποιότητας για την Ανάπτυξη ή Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς) που απευθύνεται σε ιδιώτες, επιχειρήσεις και φορείς. Το ΕΣΠΑ, δηλαδή, αφορά χρηματοδοτήσεις για τη δημιουργία νέας επιχείρησης, τον εκσυγχρονισμό και την αναβάθμιση μίας υπάρχουσας επιχείρησης, την κατάρτιση των εργαζομένων, την ενίσχυση της απασχόλησης των νέων, των γυναικών, την αξιοποίηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και την εξοικονόμηση ενέργειας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Σκοπός του κεφαλαίου είναι να δημιουργηθεί ένα Mini Manual του Business Plan Pro στα ελληνικά για όλους εκείνους που επιθυμούν να το χρησιμοποιήσουν και να δημιουργήσουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο εύκολα και σε μικρό χρονικό διάστημα. Με αυτό τον τρόπο το ολοκληρωμένο σχέδιο θα είναι έτοιμο να χρησιμοποιηθεί για μία πιθανή χρηματοδότηση από τους ενδιαφερόμενους.

Θα γίνει ανάλυση των κατηγοριών που εμπεριέχονται στο Business Plan Pro Software. Συγκεκριμένα, θα αναλυθούν οι κατηγορίες που υπάρχουν για τη συγγραφή ενός οποιουδήποτε επιχειρηματικού σχεδίου, είτε πρόκειται για μία ήδη υπάρχουσα επιχείρηση και τα στελέχη της επιθυμούν κάποιο νέο, καινοτόμο προϊόν ή να προσεγγίσουν μία νέα αγορά. Ακόμα και για μία νεοφυή επιχείρηση ή Start-Up που έχει σκοπό να εδραιωθεί σε μία τεχνολογικά αναπτυσσόμενη αγορά και όχι μόνο.

Για μεγαλύτερη κατανόηση του εγχειριδίου θα χρησιμοποιηθούν screenshots από το ίδιο το πρόγραμμα με επεξήγηση για κάθε εικόνα, με απλά βήματα και κατευθύνσεις για την ιδανική συγγραφή ενός business plan.

Χρήση του προγράμματος Business Plan Pro: Μέσο σύνταξης ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου

Το Business Plan Pro Software είναι ένα εργαλείο σύνταξης επιχειρηματικού σχεδίου το οποίο δεν απευθύνεται μόνο σε επαγγελματίες χρηματοοικονομικών καταστάσεων ή στελέχη επιχειρήσεων που θέλουν να εξελίξουν την εταιρία τους, αλλά και σε μικρές επιχειρήσεις ή απλούς ιδιώτες που έχουν μία ιδέα και θέλουν να λάβουν χρηματοδότηση για να δημιουργήσουν μία επιχείρηση. Σε αυτή τη περίπτωση οι επιχειρήσεις και οι ιδιώτες θέλουν να παρουσιάσουν ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο για τον κλάδο τους, είτε για την

ανάπτυξη μιας νεοφυούς επιχείρησης, είτε για ένα νέο προϊόν μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα το πρόγραμμα δίνει κατευθύνσεις με πολλές επιλογές και το καθιστά ως εκείνο το βοηθητικό εργαλείο για τη πραγματοποίηση ενός ολοκληρωμένου επιχειρηματικού σχεδίου με όλα όσα χρειάζονται να γνωρίζουν οι μελλοντικοί επενδυτές- χρηματοδότες.

Υπάρχουν παρ' όλα αυτά δύο βασικά μειονεκτήματα για το Business Plan Pro. Ενώ το πρόγραμμα είναι ένα εύκολο εργαλείο για όλους όσους ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο, είτε είναι για μία ήδη υπάρχουσα επιχείρηση, είτε είναι για μία νεοφυή, καθίσταται ως ένα πρόγραμμα αρκετά τυποποιημένο και δεν εμφανίζει κάποιου είδους ευελιξία όσο αναφορά νέες προσθήκες κατηγοριών αν επρόκειτο για μία εξειδικευμένη (ή μεμονωμένη) περίπτωση που οι προγραμματιστές του δε το έχουν προβλέψει. Τελευταίο, αλλά αρκετά σημαντικό μειονέκτημα είναι ότι για να το αποκτήσει μία επιχείρηση ή ένας ιδιώτης το Business Plan Pro, χρειάζεται extra κόστος, αφού πρέπει να πληρώνει το πρόγραμμα (παροχή license) είτε με ένα ποσό τον μήνα, είτε τον χρόνο. Επομένως, δε παρέχεται σε κάποιον ιστότοπο στο διαδίκτυο δωρεάν, ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί από μεγαλύτερο κοινό.

Βέβαια, στα σημαντικά πλεονεκτήματα του προγράμματος αυτού, είναι ότι κατευθύνει βήμα βήμα τον χρήστη με βοηθητικά σχόλια κάθε φορά, με έτοιμες κατηγορίες της επιχείρησης και τίτλους για το επιχειρηματικό σχέδιο. Διαθέτει έτοιμα επιχειρηματικά σχέδια που έχουν δημιουργηθεί από άλλες επιχειρήσεις και ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να τα έχει στη κατοχή του σε αρχεία επέκτασης Portable Document Format (PDF) ή και για μεγαλύτερη επεξεργασία σε αρχεία Microsoft Word, ώστε να τον βοηθήσουν να δημιουργήσει το δικό του Business Plan. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο πως ο χρήστης μπορεί οποιαδήποτε στιγμή να κάνει αλλαγές στο επιχειρηματικό του σχέδιο, είτε για κάποια επιπλέον προσθήκη από τις ήδη υπάρχουσες επιλογές, είτε για αφαίρεση στοιχείων- δεδομένων χωρίς να χρειάζεται να δημιουργήσει νέο Business Plan στο πρόγραμμα.

Βοηθητικό είναι και το γεγονός ότι ο ενδιαφερόμενος καθώς δημιουργεί το επιχειρηματικό του πλάνο μπορεί να επιλέξει παραπάνω από ένα είδος, να τα συνδυάσει και σαν αποτέλεσμα είναι να εμφανίσει στους επενδυτές-χρηματοδότες ένα business plan με 2-3 είδη από το Business Plan Pro ως ένα ολοκληρωμένο σχέδιο. Ένα πολύ σημαντικό πλεονέκτημα ακόμα είναι η αυτόματη δημιουργία διαγραμμάτων από το πρόγραμμα. Ο επενδυτής-χρηματοδότης στο επιχειρηματικό σχέδιο θα διαβάσει πίνακες και διαγράμματα των χρηματοοικονομικών του σχεδίου χωρίς, όμως, ο χρήστης να έχει κοπιάσει για αυτά. Δηλαδή, το Business Plan Pro διαθέτει απλούς οικονομικούς πίνακες, όπου ο χρήστης τοποθετεί τα νούμερα που του

ζητούνται στα αντίστοιχα κελιά, το πρόγραμμα τα επεξεργάζεται, και κατά την αποθήκευση του επιχειρηματικού σχεδίου στο αρχείο PDF ή Microsoft Word εμφανίζονται τα στοιχεία που έχουν περαστεί από τον χρήστη στους πίνακες, σε μορφή διαγραμμάτων. Με αυτό τον τρόπο ο επενδυτής-χρηματοδότης διαβάζει τα οικονομικά αποτελέσματα της έρευνας του Business Plan σε διαγράμματα. Τελευταίο πλεονέκτημα του προγράμματος που αξίζει να υπογραμμιστεί είναι ότι ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να εισάγει στο Business Plan Pro και αρχεία από το Microsoft Word ή από το Microsoft Excel που αυτόματα προσαρμόζονται στο πλάνο. Το ίδιο μπορεί να συμβεί και κατά την εξαγωγή. Δηλαδή, μπορούν να αποθηκευτούν αρχεία από το από το πρόγραμμα σε μορφή Microsoft Word ή Microsoft Excel αντίστοιχα.

BUSINESS PLAN PRO

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΤΟΥ BUSINESS PLAN PRO

ΕΙΣΑΓΩΓΗ του BUSINESS PLAN PRO

Πρακτικά το Business Plan Pro καθοδηγεί για καλύτερες επιχειρηματικές αποφάσεις μέσω των βοηθητικών σχολίων που εμπεριέχει σε κάθε του παράθυρο-καρτέλα. Ο χρήστης το μόνο που χρειάζεται να κάνει είναι αφότου επιλέξει το σχέδιο που αρμόζει στη κατάσταση της επιχείρησής του, να συμπληρώσει το κάθε παράθυρο που του εμφανίζεται στην οθόνη του Η/Υ του με τα κατάλληλα στοιχεία.

Για αυτή την διαδικασία τα τέσσερα πρώτα βήματα είναι τα εξής:

- Επιλογή νέου επιχειρηματικού σχεδίου (**Figure 1**)

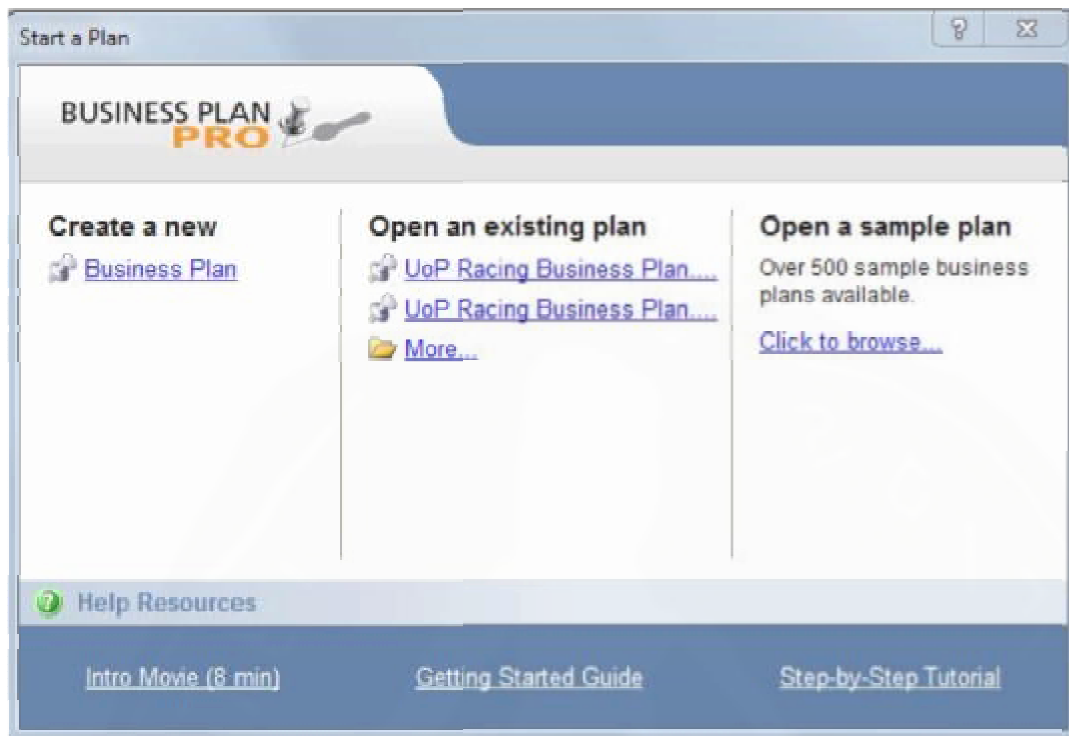


Figure 1

- Επιλογή της ονομασίας του επιχειρηματικού σχεδίου, που συνήθως τοποθετείται η επωνυμία της επιχείρησης (Figure 2)

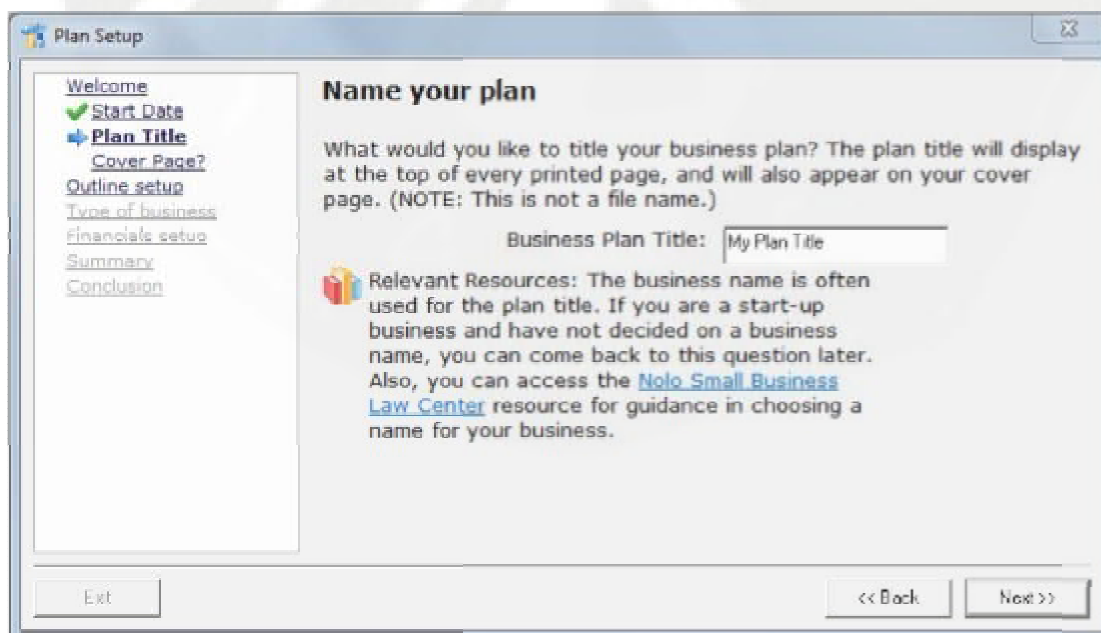


Figure 2

- Προσωπικά στοιχεία του συγγραφέα του επιχειρηματικού σχεδίου, ονομασία και στοιχεία επικοινωνίας (**Figure 3**)

Plan Setup

Welcome

✓ Start Date

✓ Plan Title

→ Cover Page?

Outline setup

Type of business

Financials setup

Summary

Conclusion

Cover page information

We will use the information you enter here to get your cover page started. Later, you can edit it directly by clicking on the cover page item in your plan outline.

Business Plan Title: **UoP Racing Business Plan**

Author:

Contact phone or email:

[Get a free logo for your plan and discounts on additional services](#)

Click Browse to set your cover page logo:

Figure 3

Κατά την ολοκλήρωση των πρώτων βασικών στοιχείων που πρέπει να εισάγει ο χρήστης στο Business Plan Pro προκειμένου να εμφανίσει στην οθόνη τη σωστή πλατφόρμα επιχειρηματικού σχεδίου και με τα ανάλογα παράθυρα, χρειάζεται να εισάγει και κάποιες ακόμα πληροφορίες. Οι χρήστες ερωτώνται αν θέλουν extra συνοδευτική σελίδα εξωφύλλου στο επιχειρηματικό τους σχέδιο. Με αυτό τον τρόπο το σχέδιο δείχνει τη πρώτη εικόνα στον μελλοντικό επενδυτή-χρηματοδότη ως μία επιχείρηση με κύρος και επαγγελματισμό.

Στη συνέχεια, ο χρήστης πρέπει να επιλέξει ανάμεσα σε αρκετές εναλλακτικές για το είδος του σχεδίου που έχει σκοπό να δημιουργήσει (**Figure 4**). Ανάλογα με τον τύπο που θα επιλέξει θα εμφανιστούν και διαφορετικά περιεχόμενα στο σχέδιο που στην συνέχεια πρέπει να αναπτυχθούν.

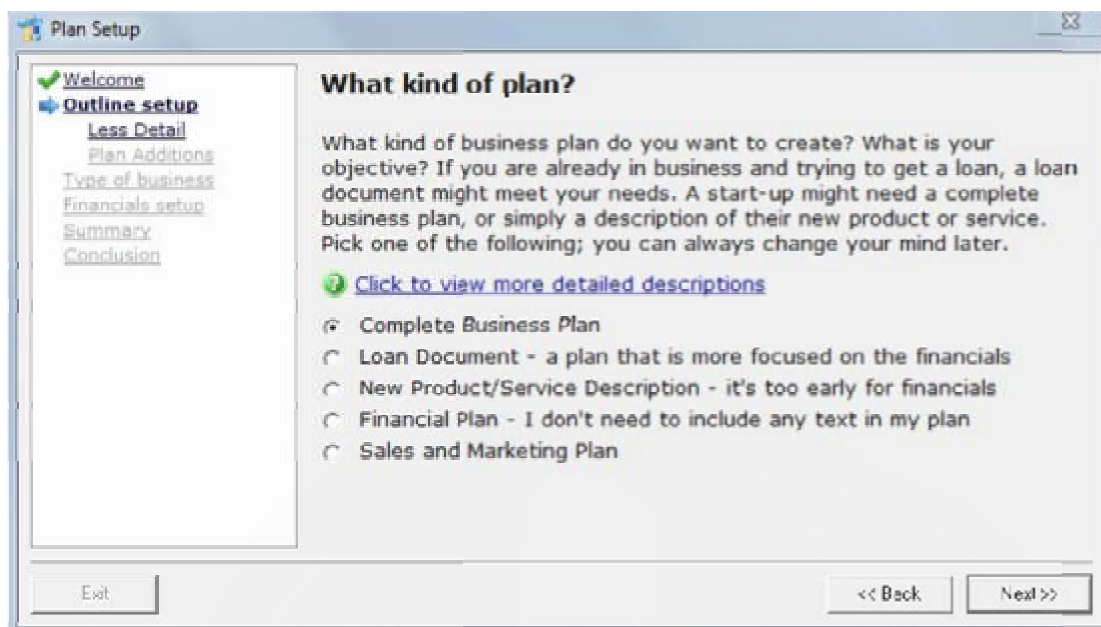


Figure 4

Τα διαφορετικά είδη επιχειρηματικών σχεδίων που μπορούν να δημιουργηθούν μέσω του προγράμματος είναι τα εξής:

1. **Ολοκληρωμένο Επιχειρηματικό Σχέδιο (Complete Business Plan):** Η πρώτη επιλογή αφορά ένα πλήρες, ολοκληρωμένο σχέδιο επιχειρηματικού πλάνου που είναι ακριβώς ότι χρειάζεται και ενδιαφέρει έναν επενδυτή-χρηματοδότη. Το “Complete Business Plan” περιέχει στο εσωτερικό του αναλυτικές περιγραφές για την επιχείρηση, το προϊόν και πλήρης αναφορές για τα οικονομικά στοιχεία της εταιρίας και αναφορές (με αποτελέσματα σε πίνακες και διαγράμματα) για τις αποδόσεις προς τους μελλοντικούς επενδυτές.
2. **Πλάνο για Δανειοδότηση (Loan Document – a plan that is more focused on the financials):** Στη δεύτερη επιλογή υπάρχει το σχέδιο που εστιάζει περισσότερο στα χρηματοοικονομικά. Αφορά κυρίως τράπεζες-επενδυτές και επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων (Venture Capitalists), όπου η ενδιαφερόμενη επιχείρηση συντάσσει ένα εισαγωγικό σημείωμα, μία σύνοψη, ίσως για ένα ήδη υπάρχον επιχειρηματικό σχέδιο. Σε αυτή τη περίπτωση, όμως, πολλές φορές στους τραπεζίτες-επενδυτές και στους επενδυτές επιχειρηματικών κεφαλαίων τους αρκεί μόνο αυτή η σύνοψη που περιέχει το χρηματοοικονομικό πλάνο, δηλαδή τα προβλεπόμενα κέρδη, τις ζημιές, τις ταμειακές ροές, και τον ισολογισμό της επιχείρησης με τους οικονομικούς πίνακες και τα αντίστοιχα διαγράμματα.
3. **Νέο Προϊόν/Περιγραφή Υπηρεσίας (New Product/Service Description – it's too early for financials):** Στην επιλογή αυτή δε χρειάζεται η ιστορική ανασκόπηση της

επιχείρησης, διότι το πλάνο αφορά ένα σχέδιο που επικεντρώνεται στην επέκταση της εταιρίας σε μία αγορά (υπάρχουσα ή όχι) με ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία. Σκοπός της επιλογής αυτής είναι να βοηθήσει την επιχείρηση να παρουσιάσει τα πλεονεκτήματα του νέου προϊόντος ή υπηρεσίας με την πλήρη αναφορά των τεχνικών χαρακτηριστικών και γιατί η αγορά χρειάζεται ένα ανάλογο προϊόν (καταγραφή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος). Με διακριτή αναφορά των μελλοντικών πωλήσεων, κερδών και αποδόσεων.

4. Οικονομικό Πλάνο (Financial Plan – I don't need to include any text in my plan):

Είναι η τέταρτη επιλογή και αναλύεται το πλήρες οικονομικό πλάνο και το Business Plan Pro καθοδηγεί τον χρήστη μέσω των έτοιμων οικονομικών πινάκων που του παρέχει. Όταν συμπληρωθούν από τον χρήστη οι πίνακες δημιουργούνται αυτόματα από το πρόγραμμα τα αντίστοιχα διαγράμματα. Στο οικονομικό πλάνο δίνονται οι βασικές πληροφορίες για τους επενδυτές, δηλαδή η ανάλυση της επένδυσης τους και οι μελλοντικές αποδόσεις τους. Επομένως, ο χρήστης επικεντρώνεται μόνο στα οικονομικά της επιχείρησης χωρίς περισσότερες αναλύσεις για την ίδια την επιχείρηση και το προϊόν ή την υπηρεσία της.

5. Πωλήσεις και Marketing (Sales and Marketing Plan):

Στην τελευταία εναλλακτική που παρέχει το Business Plan Pro, ο χρήστης επικεντρώνεται μόνο στις πωλήσεις που στοχεύει να έχει η επιχείρηση του από τη πώληση ενός προϊόντος/υπηρεσίας ή και πολλών. Συντάσσεται, δηλαδή, ένα ολοκληρωμένο σχέδιο marketing με τρόπους προώθησης για να αυξηθεί η κινητικότητα της εταιρίας στην αγορά και στον ανταγωνισμό με αντίστοιχες επιχειρήσεις. Φυσικά, και σε αυτή την επιλογή καταγράφονται τα οικονομικά πλάνα στον τομέα των πωλήσεων και γίνεται κοστολόγηση στις διάφορες προωθητικές ενέργειες της εταιρίας.

Αφού έχει επιλεγεί από τον χρήστη το είδος του επιχειρηματικού σχεδίου που ταιριάζει στην επιχείρηση του, ακολουθούν από το Business Plan Pro μερικές ακόμα κατευθυντήριες ερωτήσεις που θα ολοκληρώσουν τη βασική δομή του σχεδίου αυτού.

Στην παρακάτω εικόνα (**Figure 5**) ο χρήστης επιλέγει το είδος που διαθέτει η επιχείρηση του, δηλαδή αν πουλάει προϊόν, υπηρεσίες ή και τα δύο. Η ερώτηση αυτή του προγράμματος είναι εύστοχη, διότι η κάθε επιλογή κρύβει στη συνέχεια καθοριστικές ερωτήσεις στη δομή του επιχειρηματικού σχεδίου που θα διαμορφωθεί.

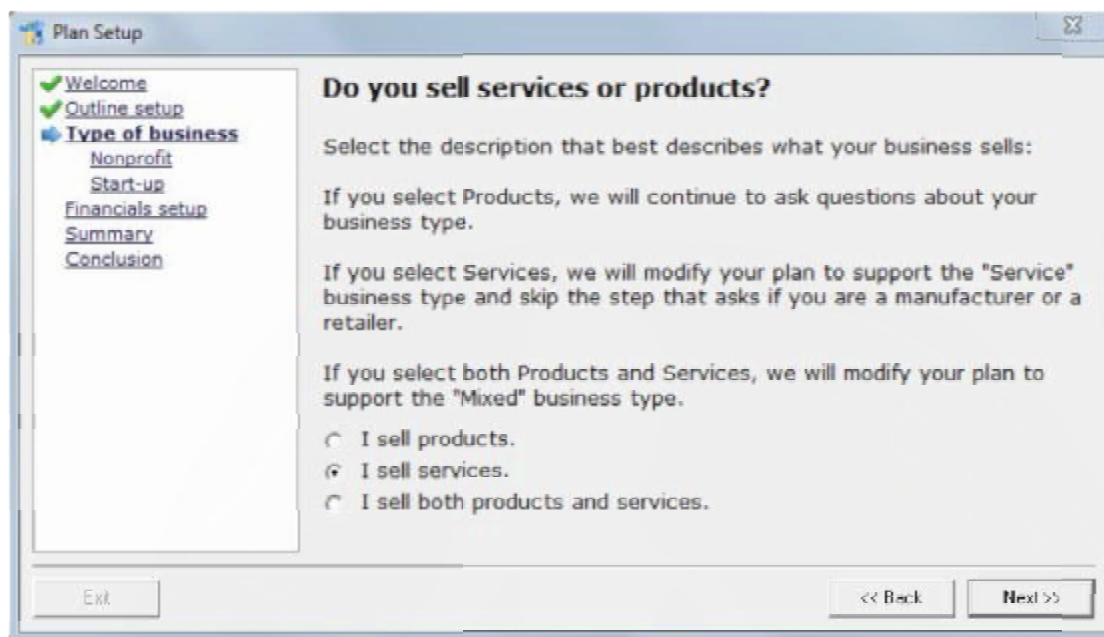


Figure 5

- **I sell products:** Αν η επιχείρηση πουλάει προϊόντα, τότε από το πρόγραμμα θα ακολουθήσουν ερωτήσεις κυρίως για το είδος της επιχείρησης.
- **I sell services:** Αν παρέχει υπηρεσίες τότε οι ερωτήσεις για το είδος της επιχείρησης και για τον αν η επιχείρηση έχει κατασκευαστικό περιεχόμενο ή αν κάνει λιανικό εμπόριο, θα παραλειφθούν.
- **I sell both products and services:** Η τελευταία επιλογή είναι συνδυαστική. Δηλαδή, την επιλέγουν οι επιχειρήσεις που είναι κατασκευαστές, άρα κατασκευάζουν το προϊόν και ταυτόχρονα παρέχουν ανάλογες υπηρεσίες για τα προϊόντα τους στο καταναλωτικό κοινό. Με αυτή την επιλογή οι χρήστες θα απαντήσουν σε μία σειρά ερωτημάτων, αφού θα πρέπει να διευκρινισθούν όλες οι λεπτομέρειες για την κατασκευή των προϊόντων και τις πρώτες ύλες, όπως επίσης, και ποιες θα είναι οι υπηρεσίες που θα “πωλούν”.

Σημείωση: Αν ο χρήστης επιλέξει τη πρώτη ή τη δεύτερη επιλογή η αμέσως επόμενη ερώτηση είναι αν το είδος της επιχείρησης έχει και κατασκευαστικό περιεχόμενο.

Στη συνέχεια πρέπει να επιλεγεί αν η επιχείρηση έχει μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα ή όχι (**Figure 6**). Σε αυτό το σημείο το πρόγραμμα εμφανίζει αλλαγές όσον αφορά τους χρηματοοικονομικούς πίνακες. Αν η επιλογή είναι “Ναι”, τότε θα εμφανιστούν πίνακες στους οποίους θα πρέπει να συμπληρωθεί στα κελιά η χρηματοδότηση χωρίς αποδόσεις προς τους επενδυτές-χρηματοδότες. Αυτή είναι η μεγάλη, βασική διαφορά του μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ή όχι.

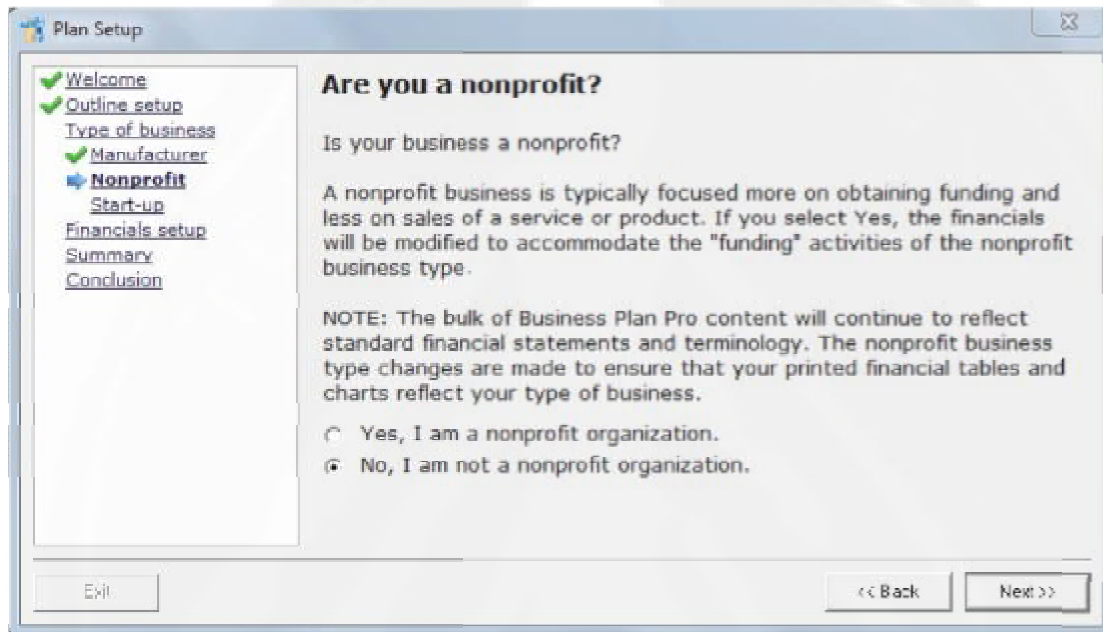


Figure 6

Η επιχείρηση διαλέγει ανάμεσα σε δύο επιλογές (**Figure 7**). Αν, δηλαδή, η επιχείρηση είναι νεοφυής, άρα δεν είναι απαραίτητο να εισαχθούν οικονομικά στοιχεία ακόμα, γιατί μπορεί να μην είναι γνωστά. Κι αν η επιχείρηση είναι ήδη υπάρχουσα στην αγορά και προφανώς έχει σκοπό να επεκταθεί στην ήδη υπάρχουσα ή σε άλλη αγορά με το ίδιο προϊόν ή με νέο.



Figure 7

Στη συνέχεια, το ίδιο το πρόγραμμα αφήνει ελεύθερο τον χρήστη να επιλέξει αν θέλει να δημιουργήσει με τις επιλογές που θα διαλέξει να εμφανιστούν οι χρηματοοικονομικοί πίνακες του σχεδίου του ή να τους δημιουργήσει στο τέλος αν δεν είναι προετοιμασμένος ακόμα για αυτά. Αν επιλεγθεί η πρώτη επιλογή, τότε η επιχείρηση θα σχηματίσει αργότερα τα οικονομικά της στο σχέδιο, είτε μέσω του Business Plan Pro, είτε με διαφορετικό τρόπο και χωρίς τη βοήθεια του προγράμματος (**Figure 8**). Αμέσως μετά τη επιλογή αυτή τελειώνει και η σχεδίαση της δομής του επιχειρηματικού πλάνου.

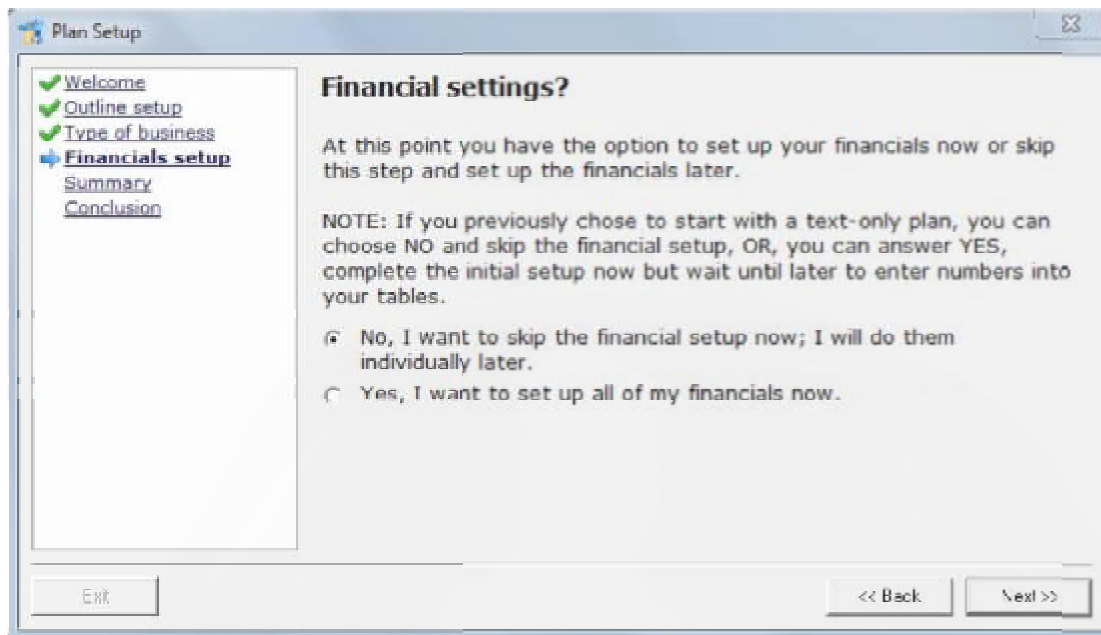


Figure 8

Αν, όμως, επιλεγθεί από τον χρήστη η δεύτερη επιλογή (**Figure 9**), δηλαδή τα χρηματοοικονομικά σχέδια να εμπεριέχονται στο πλάνο, τότε εμφανίζονται επιπλέον παράθυρα για τη συγγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου με όλα τα χρηματοοικονομικά στοιχεία που πρέπει να έχει ένα σχέδιο. Εμφανίζονται, δηλαδή, παράθυρα από τα απλά οικονομικά της επιχείρησης και τις μελλοντικές πωλήσεις μέχρι και τις μελλοντικές αποδόσεις προς τους επενδυτές-χρηματοδότες.

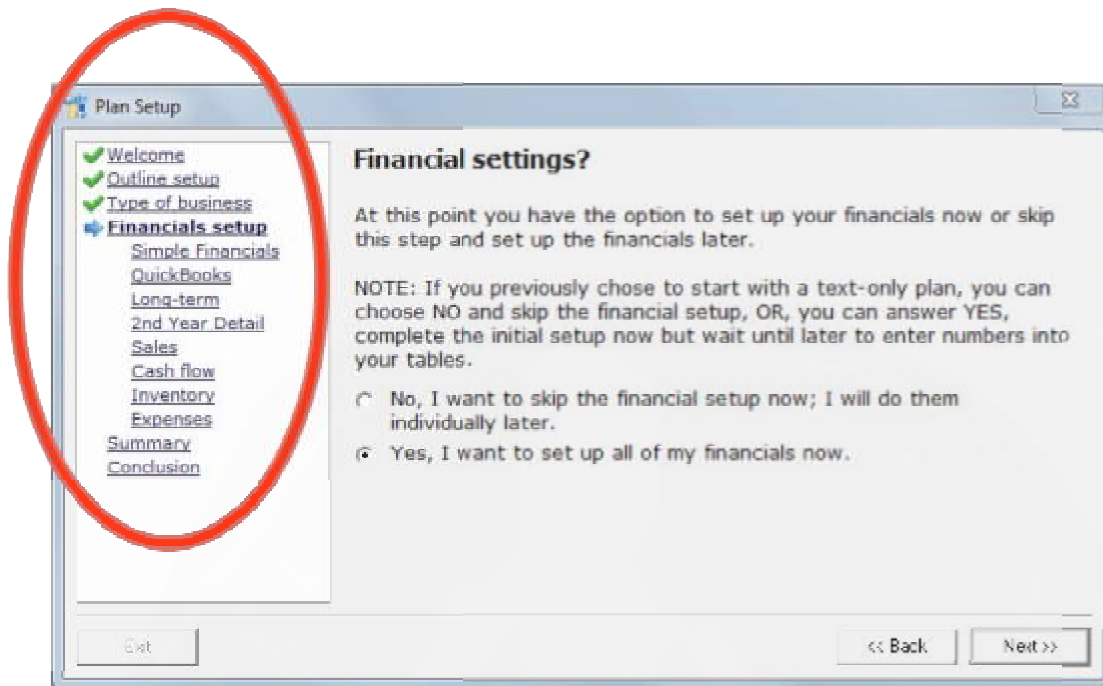


Figure 9

Τέλος, κατά την ολοκλήρωση του σχεδιασμού της δομής του επιχειρηματικού σχεδίου και αφού έχει επιλεγεί από τον χρήστη η χρήση των οικονομικών ή όχι, εμφανίζονται δύο παράθυρα που επιβεβαιώνουν στον χρήστη όλα όσα έχει επιλέξει (Summary and Conclusion).

ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ BUSINESS PLAN PRO

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από τις επιλογές που έχει διαλέξει ο χρήστης του προγράμματος εμφανίζονται δύο παράθυρα στην οθόνη του, τα οποία αναφέρουν συνοπτικά όλα όσα έχει επιλέξει. Με αυτό τον τρόπο έχει τη δυνατότητα να ελέγξει τις επιλογές του και αν θέλει να τις διαμορφώσει ξανά. Όταν ελεγχθούν πλήρως οι επιλογές, τότε εμφανίζεται στην οθόνη το παράθυρο εκείνο που μπορεί να ξεκινήσει το επιχειρηματικό του σχέδιο. Ανάλογα με τη κατηγορία (είδος) του σχεδίου που έχει επιλέξει κατά την έναρξη του προγράμματος, ο χρήστης αυτό που χρειάζεται να είναι να ολοκληρώσει το σχέδιο του και να συμπληρώσει όλα τα νέα παράθυρα που εμφανίζονται.

Στην εικόνα (**Figure 10**) ενδείκνυται η αρχή του επιχειρηματικού σχεδίου και οι βασικές, γρήγορες επιλογές που μπορεί κατά τη διάρκεια συγγραφής του σχεδίου να ακολουθήσει ο χρήστης. Στο πάνω μέρος του παραθύρου αυτού, στο “Tool Bar”, ο σχεδιαστής του επιχειρηματικού πλάνου έχει τη δυνατότητα να αλλάζει τη δομή του σχεδίου του από την επιλογή “Plan Setup”, να εκτυπώνει ό,τι δουλειά έχει κάνει μέχρι εκείνη τη στιγμή στο σχέδιο του (“Print”), και να βλέπει γρήγορα σε νέο παράθυρο την ολοκληρώμενη δουλειά σε αρχείο pdf. Ακόμα, μεγάλη βοήθεια του Business Plan Pro είναι και η επιλογή “Reports” που ο χρήστης βλέπει σε νέο παράθυρο τα διαγράμματα που έχει σχηματίσει το πρόγραμμα από τα δεδομένα που έχει καταχωρήσει εκ των προτέρων ο ίδιος.

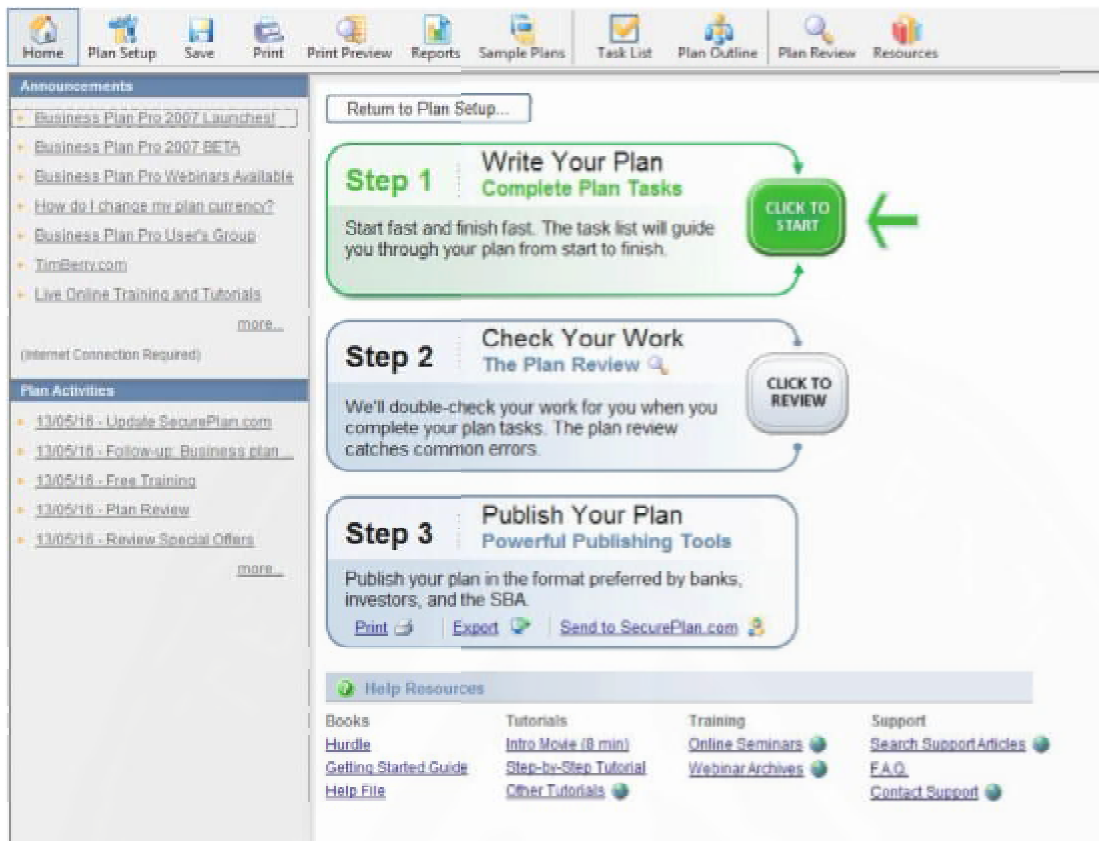


Figure 10

Στο σημείο αυτό θα αναλυθούν οι κατηγορίες που εμπεριέχονται στο Business Plan Pro Software και θα αναδειχθούν μερικές διαφορές κατηγοριών των επιχειρηματικών σχεδίων κατά τη διαδικασία του Setup και κατά την πραγματοποίηση του σχεδίου.

Complete Business Plan

Το ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο (**Figure 11**) του Business Plan Pro έχει κάποιες ιδιαιτερότητες σε αντίθεση με τις άλλες τέσσερις επιλογές σχεδίων που παρέχονται στο πρόγραμμα.

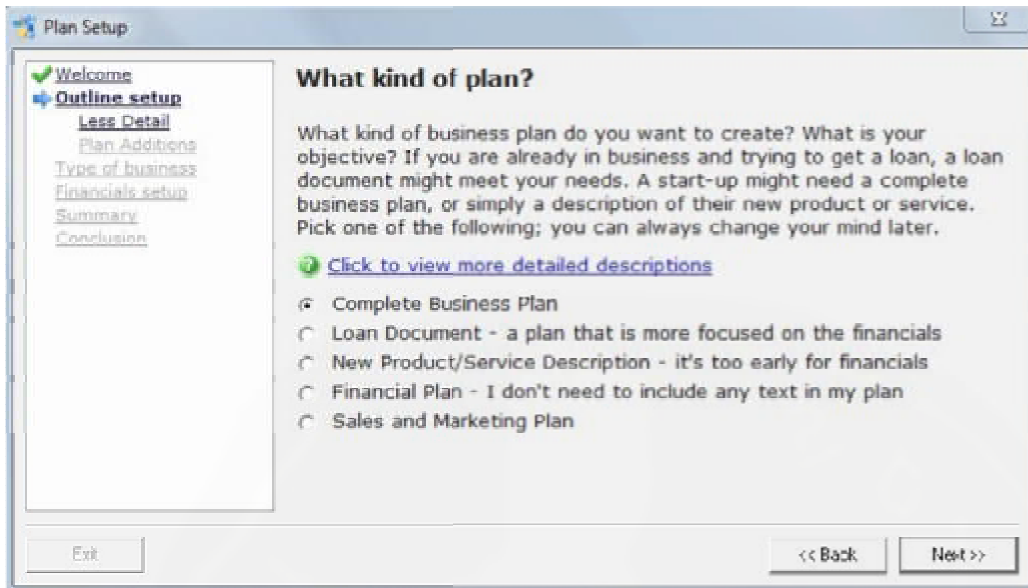


Figure 11

Κατά τη δημιουργία της δομής του σχεδίου εμφανίζονται περισσότερες επιλογές παρέχοντας ολοκληρωμένους πίνακες χρηματοοικονομικών, άμεση περιγραφή της αγοράς στο παρόν και στο μέλλον και τρόπους προώθησης των προϊόντων της επιχείρησης.

Στο πρόγραμμα, προστίθενται νέες ενότητες για το επιχειρηματικό σχέδιο. Ο χρήστης μπορεί να επιλέξει μέρη αυτών για το σχέδιο του ή και όλες. Παρ' όλα αυτά, οι ενότητες που παραχωρούνται από το πρόγραμμα βοηθούν κατά πολύ και την ίδια την επιχείρηση, διότι την οργανώνει με καλύτερο τρόπο και τη καθοδηγεί σωστά στα χρηματοοικονομικά της στοιχεία. Υπολογίζει λεπτομέρειες της επένδυσης που ενδιαφέρουν κατά πολύ τον επενδυτή, άρα τον ενημερώνει πλήρως. Έχει τη δυνατότητα η επιχείρηση να σχεδιάσει σωστά και να καταγράψει τα δυναμικά της στοιχεία, τις αδυναμίες της ως προς την ίδια την επιχείρηση, αλλά και την αγορά, τις μελλοντικές ευκαιρίες που θα έχει βάση τωρινών στοιχείων και τις πιθανές απειλές από διάφορους παράγοντες.

Οι βασικές επιλογές που διαθέτει το Business Plan Pro στο πλήρες επιχειρηματικό σχέδιο (**Figure 12**) είναι οι εξής:

- Η δημιουργία SWOT Analysis που αναφέρθηκε συνοπτικά στη προηγούμενη παράγραφο και οι οικονομικές αναλύσεις, λεπτομέρειες του σχεδίου.
- Η αξιολόγηση και αποτίμηση της επένδυσης με τους αντίστοιχους αναλυτικούς πίνακες, ο σχεδιασμός της μελλοντικής επένδυσης με τη μορφή πίνακα, δηλαδή, πού ακριβώς θα χρησιμοποιηθεί το επενδυτικό κεφάλαιο που θα δοθεί από τον χρηματοδότη-επενδυτή.

- Η δημιουργία λεπτομερών πινάκων για τη περίοδο αποπληρωμής της επένδυσης από την επιχείρηση προς τους χρηματοδότες και τέλος η τοποθέτηση στόχων της επιχείρησης για την ιστοσελίδα της και ίσως και για τις παροχές που θα έχει (ή προτείνει) στον καταναλωτή.

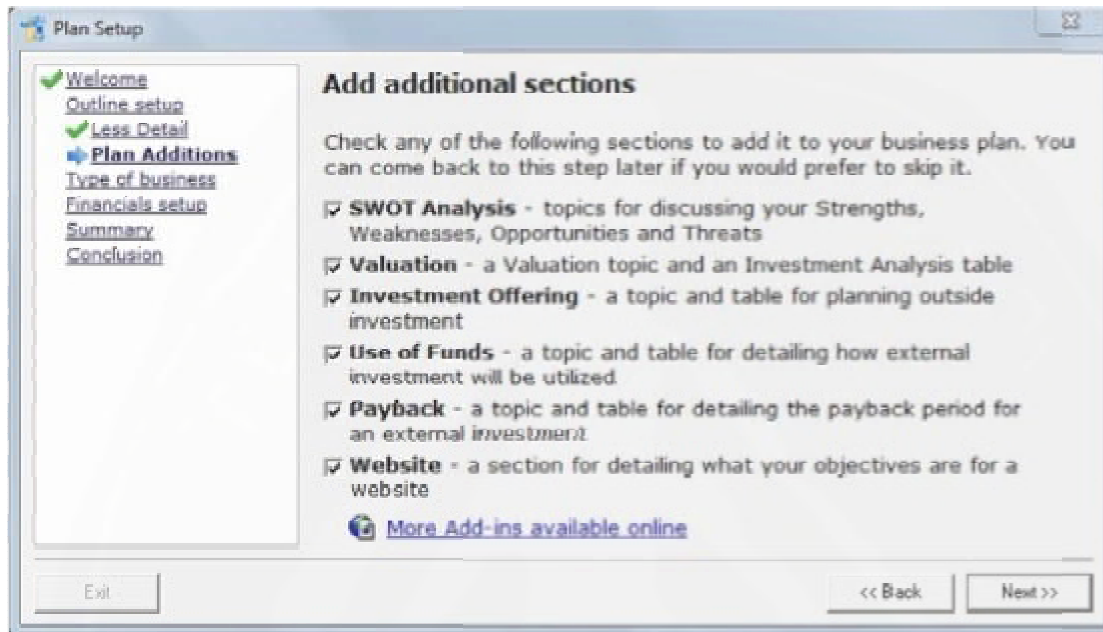


Figure 12

Ολοκληρώνοντας τη δομή του Complete Business Plan στο πρόγραμμα (όπου η συνέχεια της δομής είναι αυτή που έχει αναφερθεί κατά την εισαγωγή του κεφαλαίου) η επιχείρηση βρίσκεται στο τελευταίο στάδιο, το οποίο είναι να περαστούν στο πρόγραμμα όλα τα δεδομένα που χρειάζονται στις επιλογές που έχουν ήδη γίνει.

Στη παρακάτω εικόνα (**Figure 13**) αποτυπώνονται τα αποτελέσματα των ενεργειών που ακολούθησε προηγουμένως ο χρήστης του προγράμματος. Και σε αυτό το σημείο θα γίνει μία μικρή αναφορά για το τί θα ήταν εύλογο ως προς το περιεχόμενο να συμπληρωθεί από την επιχείρηση, ώστε να πληροφορηθεί στο μέγιστο βαθμό ο επενδυτής-χρηματοδότης για το επιχειρηματικό της σχέδιο.

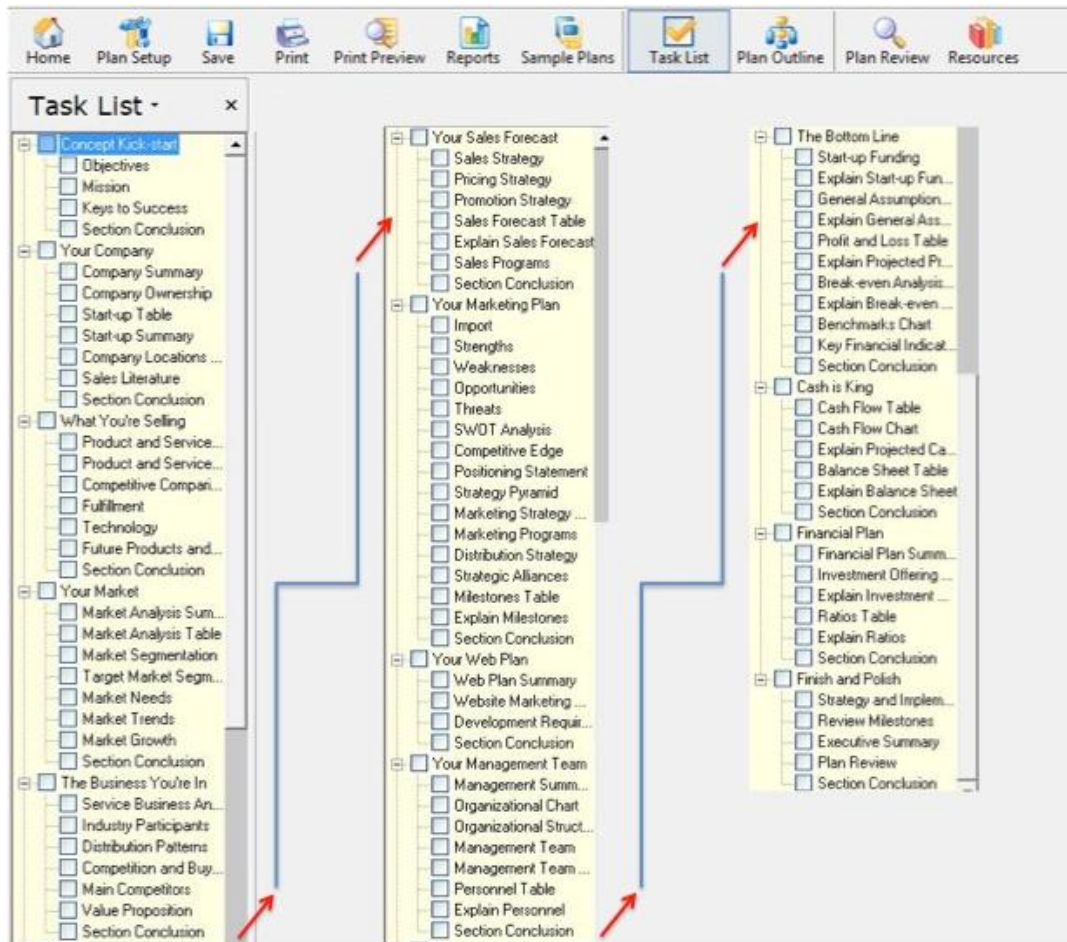


Figure 13

- Concept Kick-start:** Η επιχείρηση κατευθύνει ομαλά τον επενδυτή-χρηματοδότη. Στο σημείο αυτό το πρόγραμμα προσπαθεί να οριοθετήσει τον χρήστη σημειώνοντας τα πρώτα εισαγωγικά στοιχεία που είναι κατά κύριο λόγο η αποστολή της επιχείρησης για την ίδια και την αγορά που στοχεύει να αναπτυχθεί.
- Your Company:** Σημειώνονται τα σημαντικά στοιχεία της επιχείρησης που ενδιαφέρουν τον επενδυτή. Αρχικά, για τα βασικά στοιχεία που αφορούν την ιδιοκτησία της επιχείρησης και την τοποθεσία της. Σε αυτό το σημείο είναι σημαντική και η εισαγωγή των πρώτων οικονομικών της επιχείρησης, δηλαδή η καταγραφή του ξεκινήματος της και η δημιουργία αναφοράς για τις πωλήσεις της επιχείρησης.

- **What You're Selling:** Το Business Plan Pro κατευθύνει τον χρήστη να περιγράψει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που έχει σκοπό να προσφέρει η επιχείρηση στην αγορά. Κατά τη περιγραφή δίνεται έμφαση στη τεχνολογία του προϊόντος ή της υπηρεσίας, όταν κυρίως αφορά ένα τεχνολογικά αναπτυγμένο προϊόν με υψηλές προδιαγραφές. Διαφορετικά αναφέρονται τα τεχνικά χαρακτηριστικά και η καινοτομία του προϊόντος. Τονίζεται ο τρόπος με τον οποίο η επιχείρηση θα ικανοποιήσει το καταναλωτικό κοινό, συνεπώς και τον επενδυτή-χρηματοδότη. Στο συγκεκριμένο κομμάτι του επιχειρηματικού σχεδίου εισάγεται και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του προϊόντος σε ό,τι κυκλοφορεί τη δεδομένη χρονική στιγμή στην αγορά. Τέλος, στη τρίτη ενότητα η επιχείρηση καταγράφει στο σχέδιο της τις παροχές που θα υπάρξουν από την ίδια μελλοντικά στην αγορά. Δηλαδή, σκιαγράφηση του μελλοντικού πλάνου για τα νέα προϊόντα μετά την ωρίμανση τους κατά τη πρώτη εισαγωγή αυτών στην αγορά. Επεξηγηματικά, θα μπορούσε να υπάρχει η προοπτική για εξ ολοκλήρου νέα προϊόντα και υπηρεσίες.
- **Your Market:** Διεξάγεται μία πλήρης ανάλυση για τη κατάσταση της αγοράς τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, τις τάσεις της και ερευνώνται οι ανάγκες της. Η επιχείρηση καλείται να καταγράψει την αγορά στον τομέα που βρίσκεται, σύμφωνα με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της, να την τμηματοποιήσει και να αναδείξει σε ποιο ακριβώς καταναλωτικό κοινό έχει σκοπό να στοχοποιηθεί και με ποιούς τρόπους θα αναπτύξει περισσότερο την ήδη υπάρχουσα αγορά. Δηλαδή, δημιουργία στόχων και προβλέψεων της αγοράς. Βέβαια, όλα τα παραπάνω εκτός από τη περιγραφική κάλυψη που η επιχείρηση οφείλει να καταγράψει, πρέπει να αναλύσει και την αγορά με τον αντίστοιχο πίνακα που εμφανίζεται κατά τη χρήση του Business Plan Pro.
- **The Business You're In:** Η επιχείρηση καταγράφει τους κύριους ανταγωνιστές της, μαζί με τον γενικό ανταγωνισμό της αγοράς. Με αυτό τον τρόπο θα πρέπει η επιχείρηση να έχει ερευνήσει εκ των προτέρων και να καταγράψει τους ανταγωνιστές της, ώστε να γνωρίζει πρώτα η ίδια καλύτερα το περιβάλλον που θα εισαχθεί. Επομένως, θα αναλυθεί η γενική φύση του ανταγωνισμού σε αυτήν την επιχείρηση, και με ποια κριτήρια οι πελάτες ενδεχομένως να επιλέγουν τα προϊόντα της συγκεκριμένης εταιρίας από αντίστοιχα κάποιας άλλης. Ακόμα, σημειώνονται και οι

πιθανοί συνεργάτες της επιχείρησης που μπορεί να σχετίζονται με την διανομή των προϊόντων ή με τη προώθηση αυτών.

- **Your Sales Forecast:** Αναλύεται η έρευνα που έχει κάνει εκ των προτέρων η επιχείρηση για τις μελλοντικές πωλήσεις της και τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής τα τοποθετεί στο αντίστοιχο πίνακα, ώστε αργότερα το πρόγραμμα να σχηματίσει τα αποτελέσματα των πωλήσεων σε διαγράμματα. Στη συνέχεια διαμορφώνει τη τιμολόγηση των προϊόντων της βάσει του ανταγωνισμού και του κόστους κατασκευής των προϊόντων αν ο τομέας της επιχείρησης έχει βιομηχανικό περιεχόμενο. Τέλος, στο τμήμα των πωλήσεων καταγράφεται και αναλύεται η στρατηγική προώθησης των προϊόντων. Ο χρήστης τα αποτελέσματα της έρευνας του τα τοποθετεί σε πίνακα, ώστε στη συνέχεια το πρόγραμμα να δημιουργήσει πάλι τα αντίστοιχα διάγραμμα των πωλήσεων για μεγαλύτερη ευκολία προς τους επενδυτές- χρηματοδότες.
- **Your Marketing Plan:** Είναι ένα πλήρες διαμορφωμένο σχέδιο marketing και χαρακτηρίζεται από τη SWOT ανάλυση της επιχείρησης (δυνάμεις, αδυναμίες, απειλές και ευκαιρίες) και το γενικό πλαίσιο στρατηγικής marketing που έχει σκοπό να ακολουθήσει. Επομένως, αποτυπώνονται οι στόχοι της επιχείρησης με βάσει τις αναλύσεις που έχει από έρευνες ως προς το ανταγωνιστικό κοινό σε θέματα marketing και τιμής των προϊόντων. Ακόμα, υπογραμμίζεται η στρατηγική συμμαχιών που ενδεχομένως μία επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει στο επιχειρηματικό σχέδιο. Δηλαδή, τα κανάλια διανομής των προϊόντων ή πιθανές άλλες συνεργασίες με επιχειρήσεις διανομής ή και προώθησης των προϊόντων. Επίσης, ο χρήστης στο πλάνο του marketing έχει τη δυνατότητα να αναφέρει τις μακροχρόνιες προβλέψεις για τη θέση της επιχείρησης στην αγορά και να τονίσει τα κύρια σημεία σε πίνακες που θα βοηθήσουν τον αναγνώστη του επιχειρηματικού σχεδίου να αποκτήσει μία πλήρη εικόνα για το γενικό πλάνο της επιχείρησης όσο αναφορά το marketing.
- **Your Web Plan:** Αν μία επιχείρηση στο Business Plan Pro έχει επιλέξει κατά τη δημιουργία της δομής του επιχειρηματικού της σχεδίου ότι θα εμπεριέχονται και στοιχεία για την ιστοσελίδα της, τότε δε πρέπει να λείπει από το σχέδιο ο λόγος

δημιουργίας και με τί τρόπους θα χρησιμοποιείται. Σε αυτό το κομμάτι του επιχειρηματικού σχεδίου καταγράφονται το marketing που θα ακολουθείται από την επιχείρηση γενικά στο διαδίκτυο, πώς θα προωθείται μέσω αυτού στον διαδικτυακό κόσμο, και ίσως να υπάρχει αναφορά για ένα ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop) που η επιχείρηση στοχεύει να δραστηριοποιηθεί και να έχει και από εκεί κέρδη.

- **Your Management Team:** Ζητείται από το Business Plan Pro το οργανόγραμμα της επιχείρησης, δηλαδή μία απλοποιημένη σχηματική απεικόνιση για τη συγκεκριμενοποίηση των θέσεων εργασίας. Αναπαρίσταται μία εποπτική εικόνα της διοίκησης, με βάσει την οργάνωση της επιχείρησης, με τις αντίστοιχες υπηρεσιακές σχέσεις. Και στη συνέχεια συμπληρώνεται περιληπτικά ο αντίστοιχος πίνακας του προσωπικού με τις οικονομικές αποδοχές ανά μήνα από την επιχείρηση.
- **The Bottom Line:** Ξεκινάει το πρακτικό σημείο του επιχειρηματικού πλάνου και το πιο ουσιώδες για τους επενδυτές-χρηματοδότες. Σε αυτή την επιλογή εμφανίζονται πίνακες όπου αρχικά η επιχείρηση τοποθετεί (ύστερα από προϋπολογισμό) την εκκίνηση της χρηματοδότησης και συμπλήρωση των κερδών και ζημιών της. Υπάρχει και μία ακόμα επιλογή του προγράμματος, που παρέχει και τη δυνατότητα ανάλυσης του νεκρού σημείου της επιχείρησης, σε πίνακα και στη συνέχεια κατά την ολοκλήρωση του σχεδίου εμφανίζεται το αντίστοιχο διάγραμμα. Δηλαδή, η επιχείρηση μπορεί εύκολα να υπολογίσει και να αναλύσει το σύνολο του κύκλου εργασιών της με τη κάλυψη των εξόδων και των εσόδων. Τέλος, σε αυτό το πεδίο ζητούνται και οι χρηματοοικονομικοί δείκτες που βοηθούν στην διεξαγωγή συγκριτικών στοιχείων ή και μη που αφορούν τις πωλήσεις, τα μικτά κέρδη, τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης, κ.α.
- **Cash is King:** Εισαγωγή των ταμειακών ροών της επιχείρησης που είναι απόρροια τριών κατηγοριών, των εισροών-εκροών της λειτουργικής δραστηριότητας της επιχείρησης, της επενδυτικής-χρηματοδοτικής δραστηριότητας. Η επιχείρηση συμπληρώνει τα απαραίτητα οικονομικά στοιχεία σε πίνακες, ώστε στη συνέχεια να δημιουργηθούν τα αντίστοιχα διαγράμματα για τους επενδυτές. Σημαντικός είναι και ο ισολογισμός της επιχείρησης που συμπληρώνεται στον αντίστοιχο πίνακα και

συνοψίζει τα ενεργητικά και παθητικά στοιχεία της (περιουσιακά στοιχεία, κεφάλαιο, κ.α).

- **Financial Plan:** Είναι το βασικό κομμάτι του σχεδίου που πρέπει να περιγράψει η επιχείρηση και αφορά τη προσφορά του επενδυτικού κεφαλαίου που επιθυμεί από τους χρηματοδότες. Ο χρήστης συμπληρώνει στον πίνακα που θα διοχετευθούν τα χρήματα του επενδυτή και σε πόσο χρονικό διάστημα θα επιστραφούν στους χρηματοδότες-επενδυτές μαζί με το κέρδος τους. Όλα τα παραπάνω χρησιμοποιούνται κατά αυτό τον τρόπο έτσι ώστε να υπάρχει μία συνοπτική εικόνα των θεωρητικών σημείων που έχει περιγράψει εκ των προτέρων η επιχείρηση στα προηγούμενα πεδία (π.χ. marketing plan, κλπ). Στο Financial Plan εμφανίζεται ένας ακόμη πίνακας που η επιχείρηση πρέπει να τον συμπληρώσει με ποσοστά που υπολογίζουν τη καθαρή παρούσα αξία, τις πωλήσεις και άλλα, ανά οικονομικό έτος. Έστω, δηλαδή, ότι η επιχείρηση έχει επιλέξει κατά το setup έναν πενταετή ορίζοντα προγραμματισμού, τότε και για τα πέντε έτη ξεχωριστά πρέπει να αποδοθούν συνοπτικά τα ποσοστά, για τη πλήρη ενημέρωση του επενδυτή.
- **Finish and Polish:** Είναι το τελευταίο πεδίο του Ολοκληρωμένου Επιχειρηματικού Σχεδίου και αναφέρεται στη περιγραφή της στρατηγικής της επιχείρησης με τους γενικούς σκοπούς της. Για το πώς κατά την εφαρμογή της στρατηγικής αυτής, η επιχείρηση τελικά μπορεί να λάβει τη χρηματοδότηση που επιθυμεί, ώστε να αναπτυχθεί στον κόσμο των επιχειρήσεων και του ανταγωνισμού. Επισημαίνονται τα κύρια σημεία που κρίνει η επιχείρηση σκόπιμα να αναφερθούν πάλι για να πείσουν τον επενδυτή να τη χρηματοδοτήσει.

Σημείωση: Στο παράρτημα παρουσιάζονται κάποιες σελίδες από το ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο αν η επιχείρηση επιλέξει το Complete Business Plan από το πρόγραμμα που αναλύσαμε προηγουμένως. Δεν περιέχει στοιχεία κάποιας επιχείρησης παρά μόνο γενικά στοιχεία από πίνακες που εμφανίζει το Business Plan Pro αυτόματα με τα αποτελέσματα.

Loan Document – a plan that it's more focused on the financials

Το επιχειρηματικό πλάνο δανειοδότησης (**Figure 14**) επικεντρώνεται στα οικονομικά της επιχείρησης, χωρίς να χρειάζεται ιδιαίτερη ανάλυση για την ίδια την επιχείρηση και τα προϊόντα της.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα παράθυρα και οι επιλογές του προγράμματος στη περίπτωση που επιλεγεί το Loan Document.

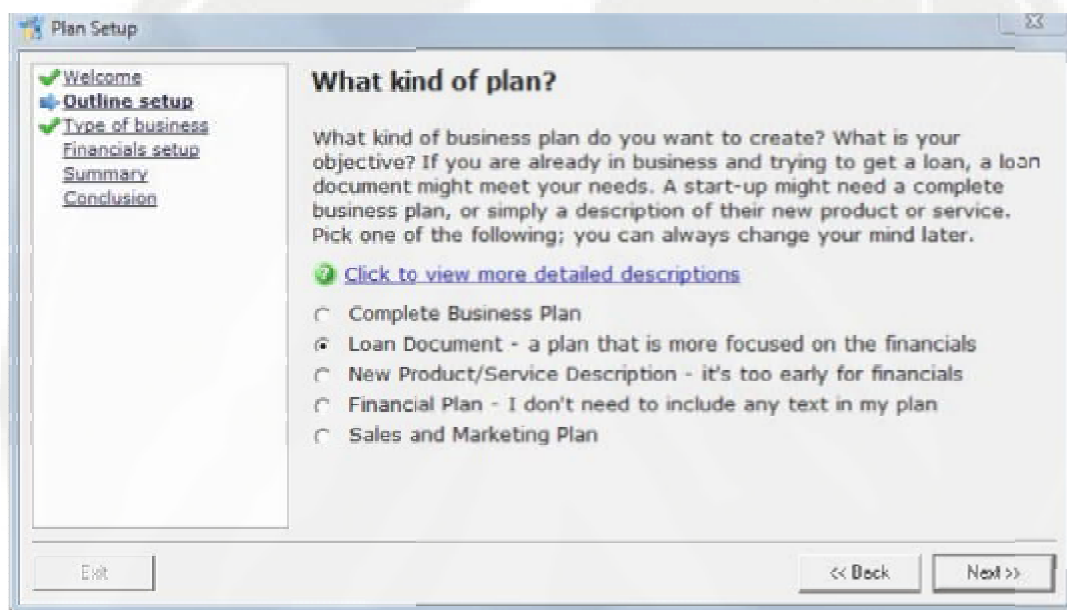


Figure 14

Σε αυτό το σημείο θα υπάρξει μία καθοδήγηση με τα βήματα δημιουργίας της βασικής δομής του δανειοδοτημένου επιχειρηματικού σχεδίου.

- **Starting/allready business**

Επιλογή από τον χρήστη (**Figure 15**) αν η επιχείρηση είναι ήδη υπάρχουσα ή νεοφυής. Η διαφορά σε αυτές τις δύο επιλογές είναι ότι στις νεοφυής επιχειρήσεις εμπεριέχονται extra πεδία με πίνακες για την ακίνητη περιουσία, διάφορα έξοδα ίδρυσης της επιχείρησης και την εκκίνηση της χρηματοδότησης της.



Figure 15

- **Financial settings**

Στο πεδίο βρίσκεται η ουσία του επιχειρηματικού σχεδίου (Figure 16). Επιλέγει ο χρήστης αν θέλει να προσθέσει τα χρηματοοικονομικά στοιχεία της επιχείρησης ή αργότερα. Στη προκειμένη περίπτωση έχει επιλεγεί η δεύτερη εναλλακτική, ώστε να εμφανιστεί το πλήρες σχέδιο της δανειοδότησης.

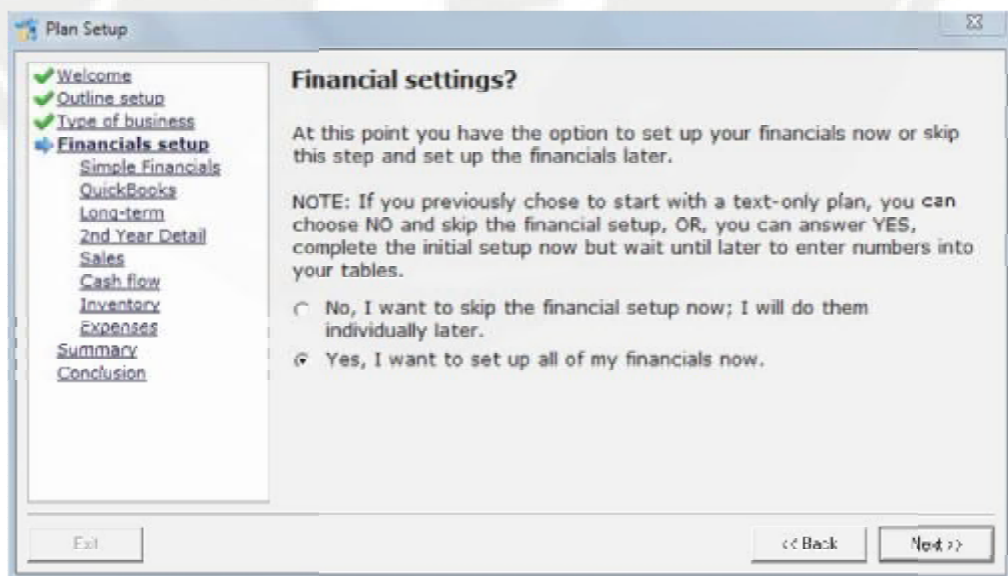


Figure 16

- **Simple financials**

Στο επόμενο πεδίο (**Figure 17**) και στα απλά οικονομικά, πάλι έχουμε να επιλέξουμε σε πλήρους οικονομικούς πίνακες (2^η επιλογή) ή σε μη. Στη πρώτη επιλογή δεν περιέχονται πίνακες με την ανάλυση του μισθολογίου του προσωπικού της επιχείρησης, οι μελλοντικές προβλέψεις των πωλήσεων και οι καταστάσεις ταμειακών ροών. Ενώ η δεύτερη επιλογή, η οποία συνιστάται και από το ίδιο το Business Plan Pro, εμπεριέχει και όλους τους παραπάνω πίνακες.

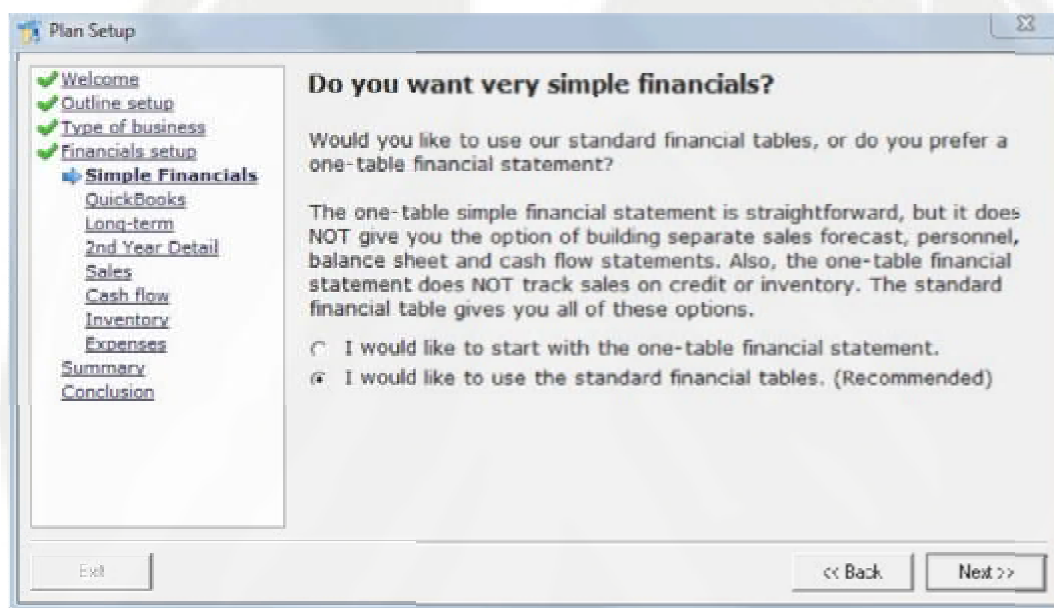


Figure 17

- **QuickBooks**

Αν ο χρήστης επιλέξει ότι χρησιμοποιεί “QuickBooks” (**Figure 18**), τότε το πρόγραμμα χειρίζεται λιγότερα δεδομένα της επιχείρησης (μικρότερο οικονομικό όγκο) και υπολογίζει από τους αντίστοιχους πίνακες τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης, τις πωλήσεις, το κόστος των πρώτων υλών, κ.α. Παρέχει και τη δυνατότητα η επιχείρηση να χρησιμοποιήσει και οικονομικά στοιχεία από προηγούμενα “QuickBooks” που μπορεί να έχει δημιουργήσει στο παρελθόν. Ενώ η δεύτερη εναλλακτική παρέχει όλα τα παραπάνω και υποδιαιρεί τα λειτουργικά έξοδα σε περισσότερες κατηγορίες,

άρα εμφανίζονται πιο αναλυτικά στο πλάνο, και αναλύει τις προβλέψεις πωλήσεων περισσότερο.

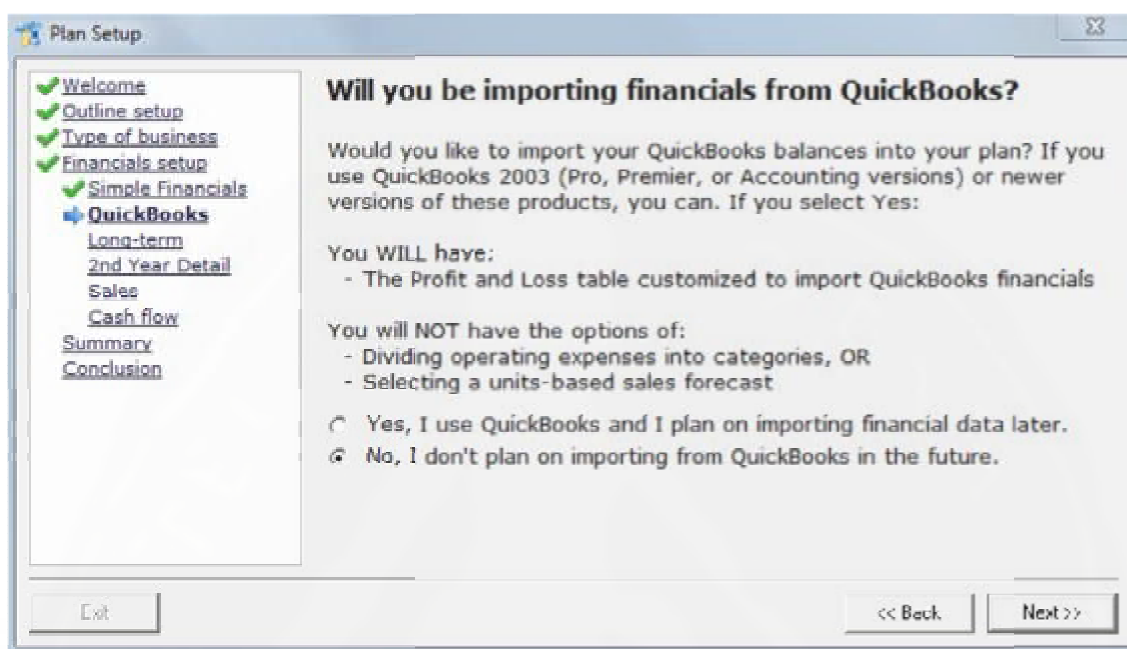


Figure 18

- **Five-year forecast**

Δύο ειδών επιλογές (**Figure 19**). Ανάλογα με τη πρόβλεψη που έχει σκοπό να κάνει η επιχείρηση τότε επιλέγει και την κατάλληλη. Αν επιλέξει τη 1^η περίπτωση (long-term), αφορά τις κλασικές ρυθμίσεις προβλέψεων που εμφανίζονται στο Business Plan Pro και ακόμα μία πενταετή πρόβλεψη ανά έτος και μία εκτεταμένη μελλοντική πρόβλεψη στο σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Αν επιλέξει τη 2^η περίπτωση (standard-term), οι προβλέψεις αφορούν στο σύνολο τους μόνο τρία έτη πρόβλεψης που εμφανίζονται ανά έτος στον πίνακα προβλέψεων.

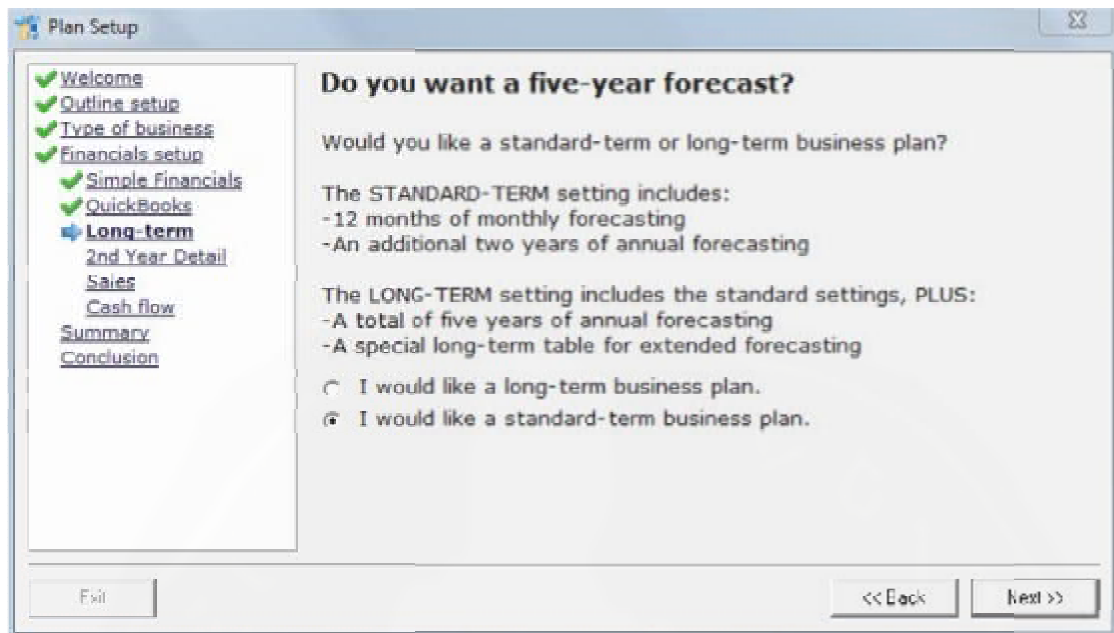


Figure 19

- **Second year of monthly data**

Το πρόγραμμα εμφανίζει από default mode ανάλυση του πρώτου έτους των οικονομικών της επιχείρησης ανά μήνα και δίνεται η επιλογή να γίνει τόσο εκτενή ανάλυση και το επόμενο έτος. Ο χρήστης, λοιπόν, καλείται να επιλέξει αν θέλει για την επιχείρηση του αυτή τη δυνατότητα ή όχι (**Figure 20**).

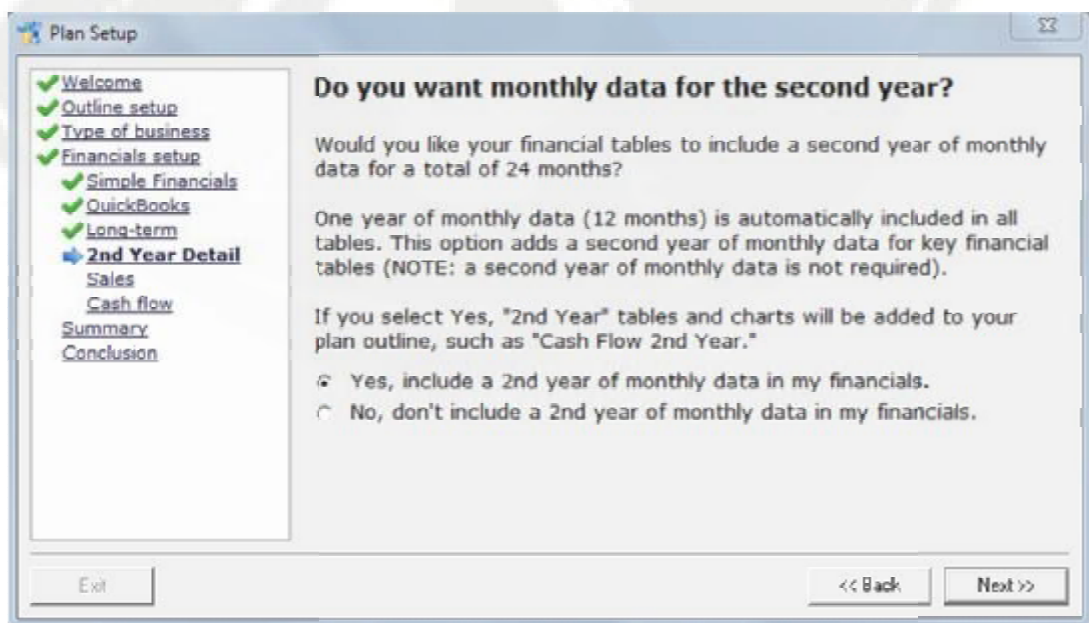


Figure 20

- **About forecast sales**

Τριών ειδών επιλογές για την πρόβλεψη των πωλήσεων (**Figure 21**). Ο χρήστης έχει να επιλέξει ανάμεσα στην εισαγωγή των υπολογισμένων τελικών πωλήσεων των προϊόντων (standard units-based) ή στην εκτενή περιγραφή την οποία διαμορφώνει ο ίδιος ο χρήστης (forecast by values). Αν παρ' όλα αυτά χρειάζεται παραπάνω βοήθεια ο χρήστης για το τί να επιλέξει μπορεί να ακολουθήσει τη τρίτη, ώστε το πρόγραμμα να τον καθοδηγήσει με βοηθητικά παράθυρα.

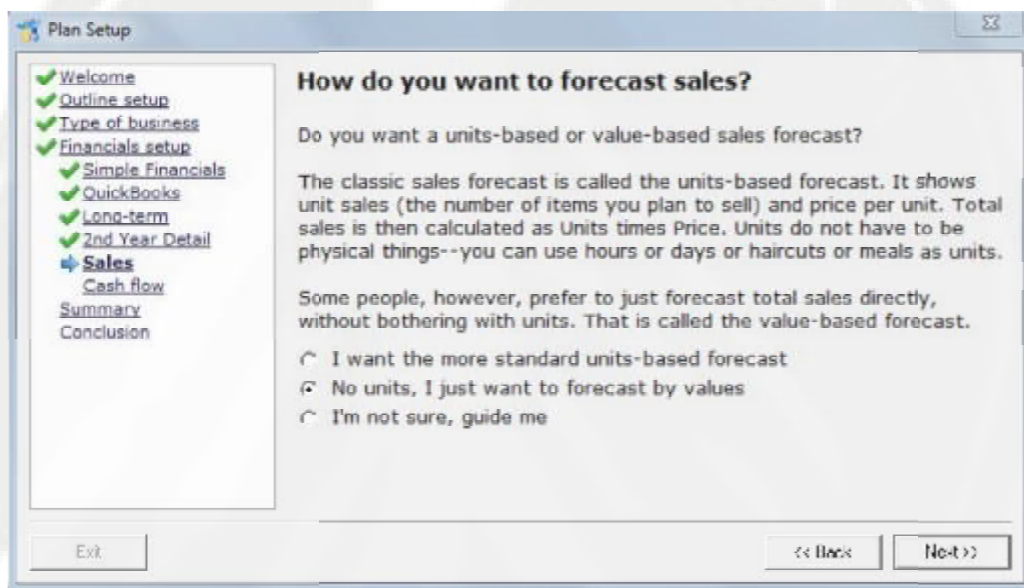


Figure 21

- **Standard financials or not**

Συνήθως επιλέγεται η πρώτη περίπτωση “Standard financials” (**Figure 22**) που διαχειρίζεται εισπράξεις, πληρωμές, διαχείριση αποθεμάτων, τυχόν καθυστερήσεις, κ.α. Ενώ η δεύτερη περίπτωση είναι συνήθως για επιχειρήσεις που όλες τους οι συναλλαγές είναι άμεσες (Cash basis). Και πάλι στο πρόγραμμα υπάρχει και η τρίτη επιλογή που μπορεί να κατευθύνει τον χρήστη περισσότερο ώστε να επιλέξει στη συνέχεια ένα από τα παραπάνω.

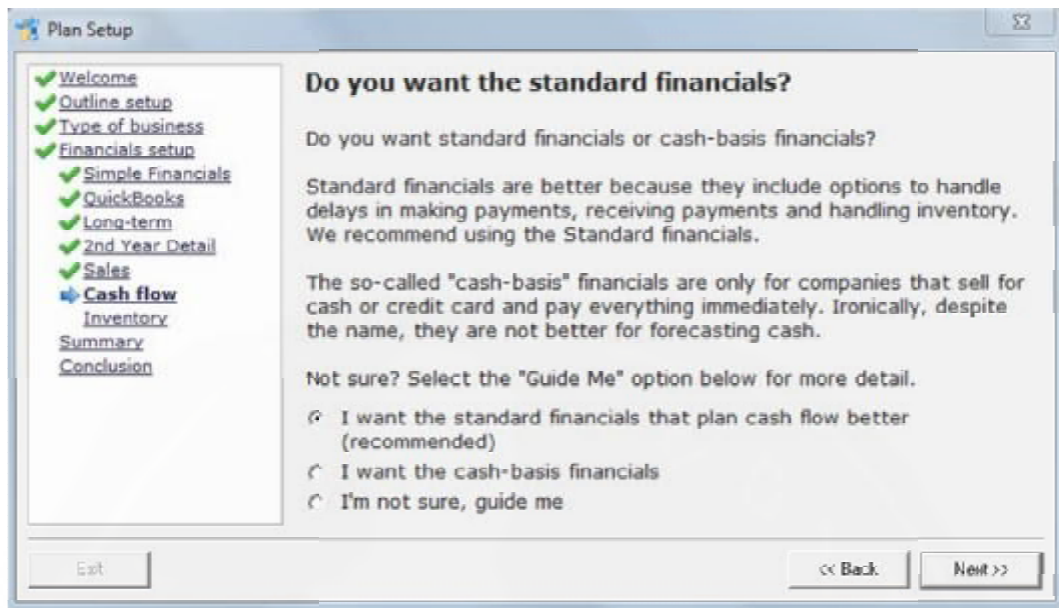


Figure 22

About pay bills

Διευκρινίζονται από την επιχείρηση σε μέρες, κάθε πόσο χρονικό διάστημα θα πληρώνονται οι διάφορες λειτουργικές υποχρεώσεις και μη από την ίδια (**Figure 23**). Το μεγαλύτερο χρονικό διάστημα που μπορεί να επιλεγεί είναι οι 30 μέρες, όπου στο πρόγραμμα υπάρχει ως default mode.

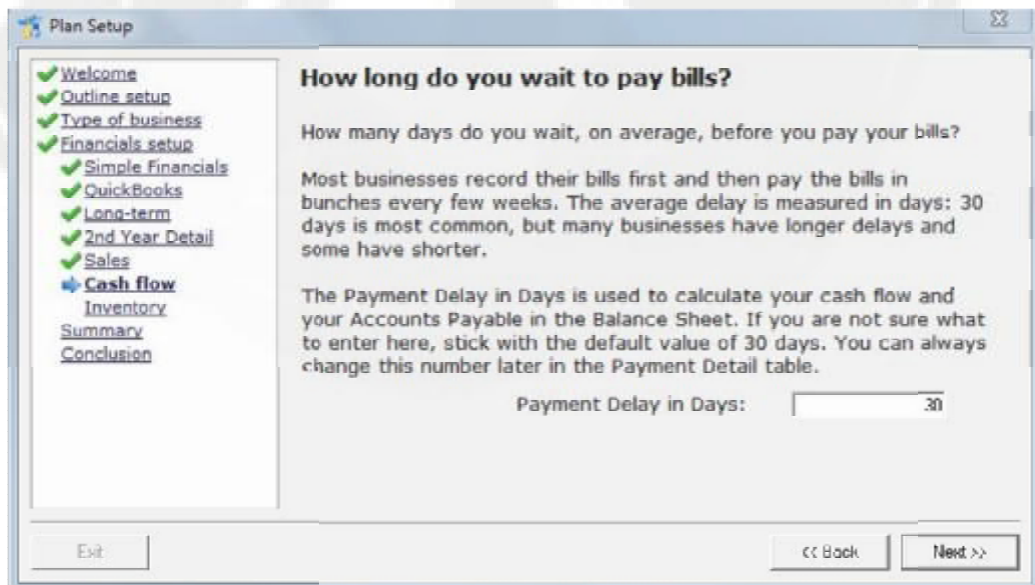


Figure 23

- **Sales on credit**

Αν η επιχείρηση πουλάει τα προϊόντα της και με τη χρήση χρεωστικών και πιστωτικών καρτών για μεγαλύτερη διευκόλυνση των πελατών της, τότε πρέπει να το επιλέξει και στη νέα καρτέλα που εμφανίζεται (**Figure 24**). Με αυτό τον τρόπο εισέρχονται στο πρόγραμμα νέες πληροφορίες που αφορούν τον τραπεζικό λογαριασμό που θα πιστώνονται τα χρήματα των πελατών της επιχείρησης.

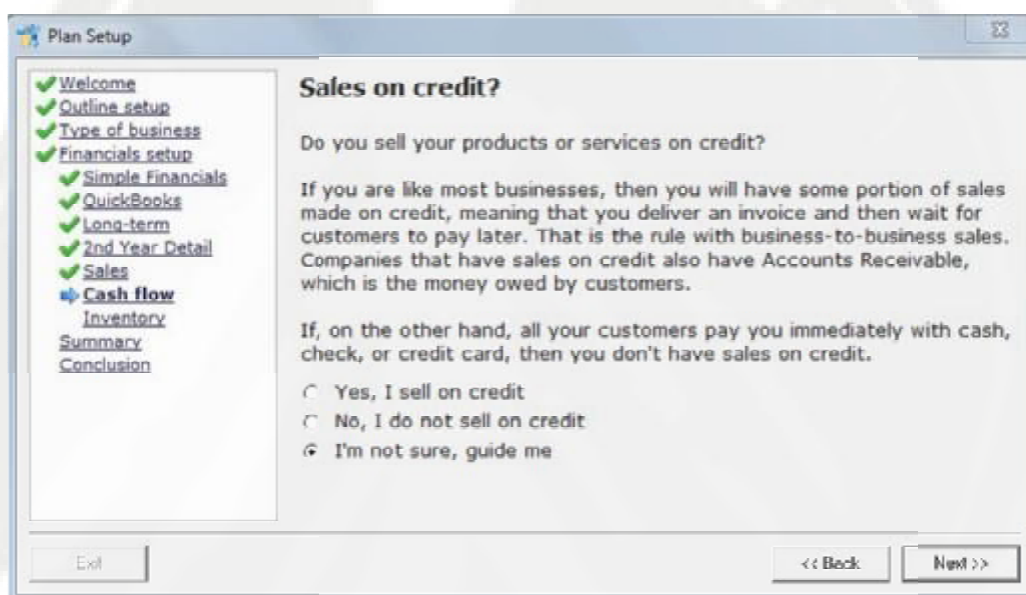


Figure 24

- **Percent on total sales based on credit cards**

Η επιχείρηση τοποθετεί το ποσοστό (**Figure 25**) των πωλήσεων της που βασίζεται σε πιστωτικές κάρτες. Αν για αυτό το ποσοστό η επιχείρηση δεν είναι σίγουρη μπορεί να το αλλάξει από τις ρυθμίσεις όποια στιγμή επιθυμεί.

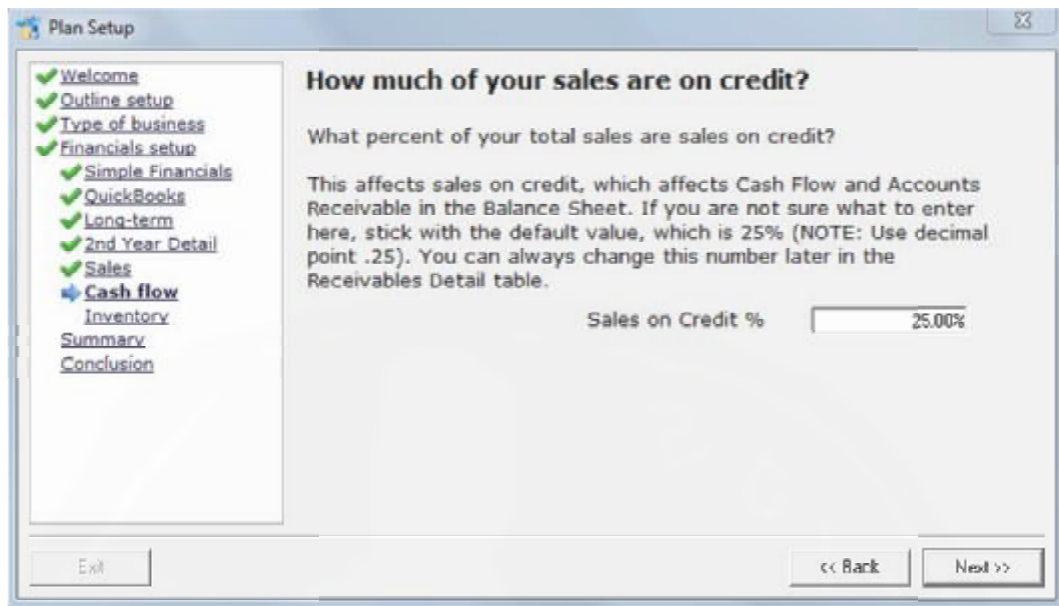


Figure 25

Estimation of get paid

Αναγράφεται από την επιχείρηση σε μέρες, το χρονικό διάστημα που η επιχείρηση θα λαμβάνει τα χρήματα από τις πωλήσεις της μέσω πιστωτικών καρτών (**Figure 26**). Το μέγιστο που μπορεί να προσθέσει είναι μέχρι 60 ημέρες.

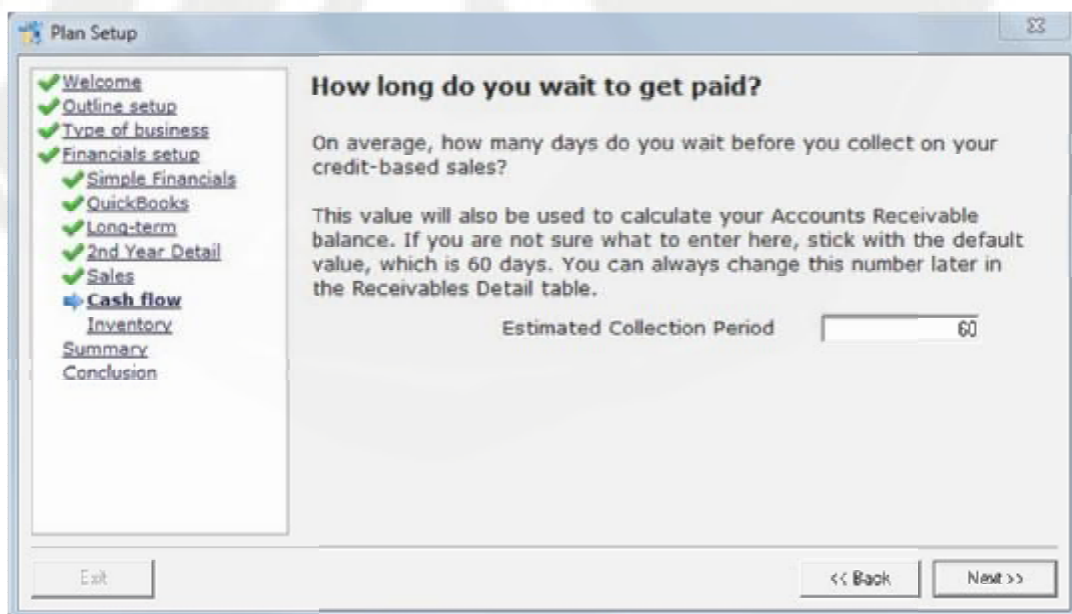


Figure 26

- **About inventory**

Ο χρήστης επιλέγει αν η επιχείρηση διαχειρίζεται η ίδια τα αποθέματα της (**Figure 27**). Τότε καταγράφεται σαν περιουσιακό στοιχείο και εμφανίζεται στους οικονομικούς πίνακες.

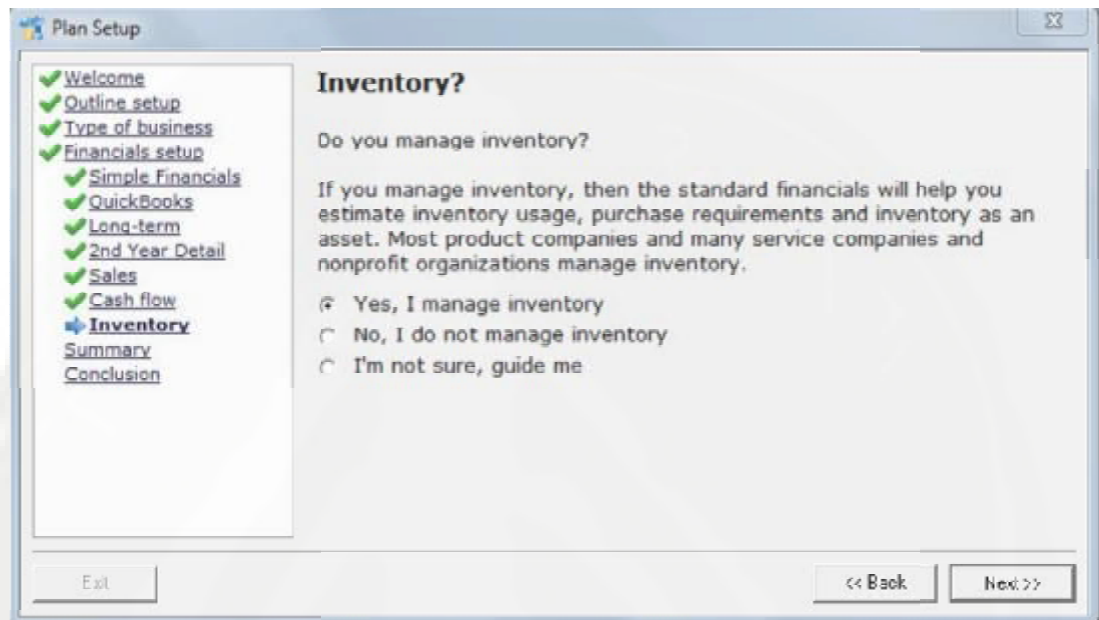


Figure 27

- **Manage inventory**

Στη διαχείριση των αποθεμάτων η επιχείρηση τοποθετεί στο αντίστοιχο πεδίο σε μήνες (ή και μέρες), το χρονικό διάστημα που τα αποθέματα έχουν παραμείνει απούλητα από την επιχείρηση, επομένως δε χρειάζονται ακόμα νέες παραγγελίες (**Figure 28**).

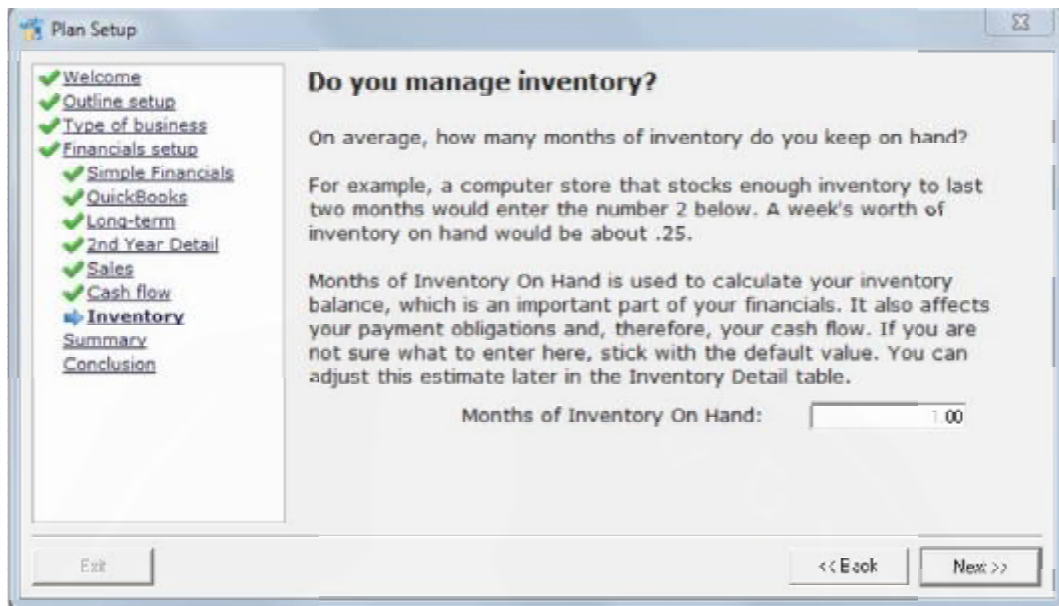


Figure 28

• **Insert minimum inventory purchase**

Εισαγωγή του κατά μέσο όρου μικρότερου χρηματικού ποσού που η επιχείρηση ενδέχεται να παραγγείλει από τους προμηθευτές της (**Figure 29**).

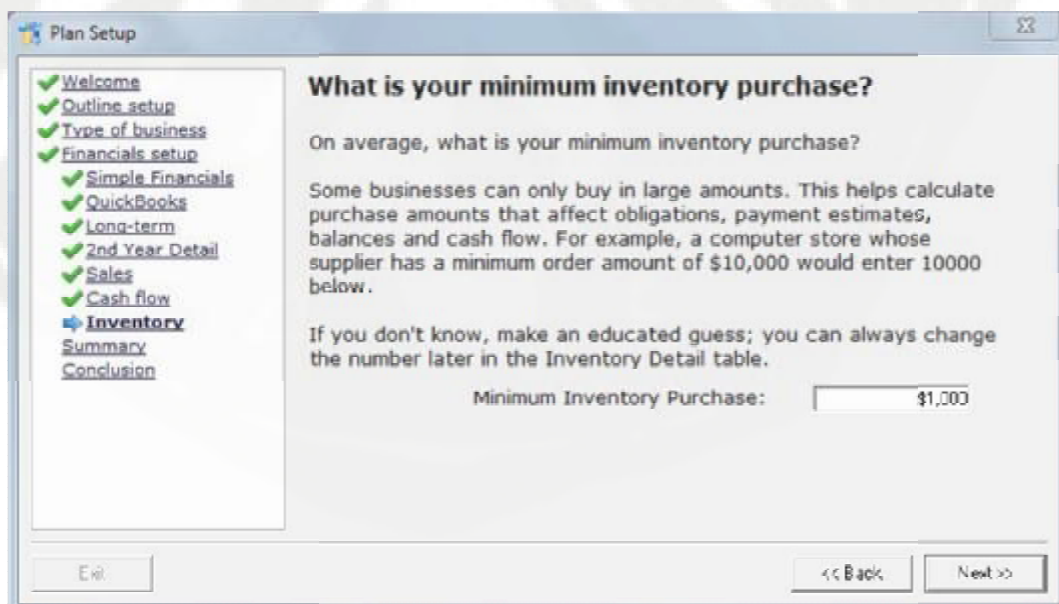


Figure 29

Τέλος, από τις παραπάνω επιλογές που η επιχείρηση έχει να κάνει εμφανίζεται και το αντίστοιχο πεδίο που πρέπει να συμπληρωθεί, ώστε να σχηματιστεί το επιχειρηματικό σχέδιο (**Figure 30**).

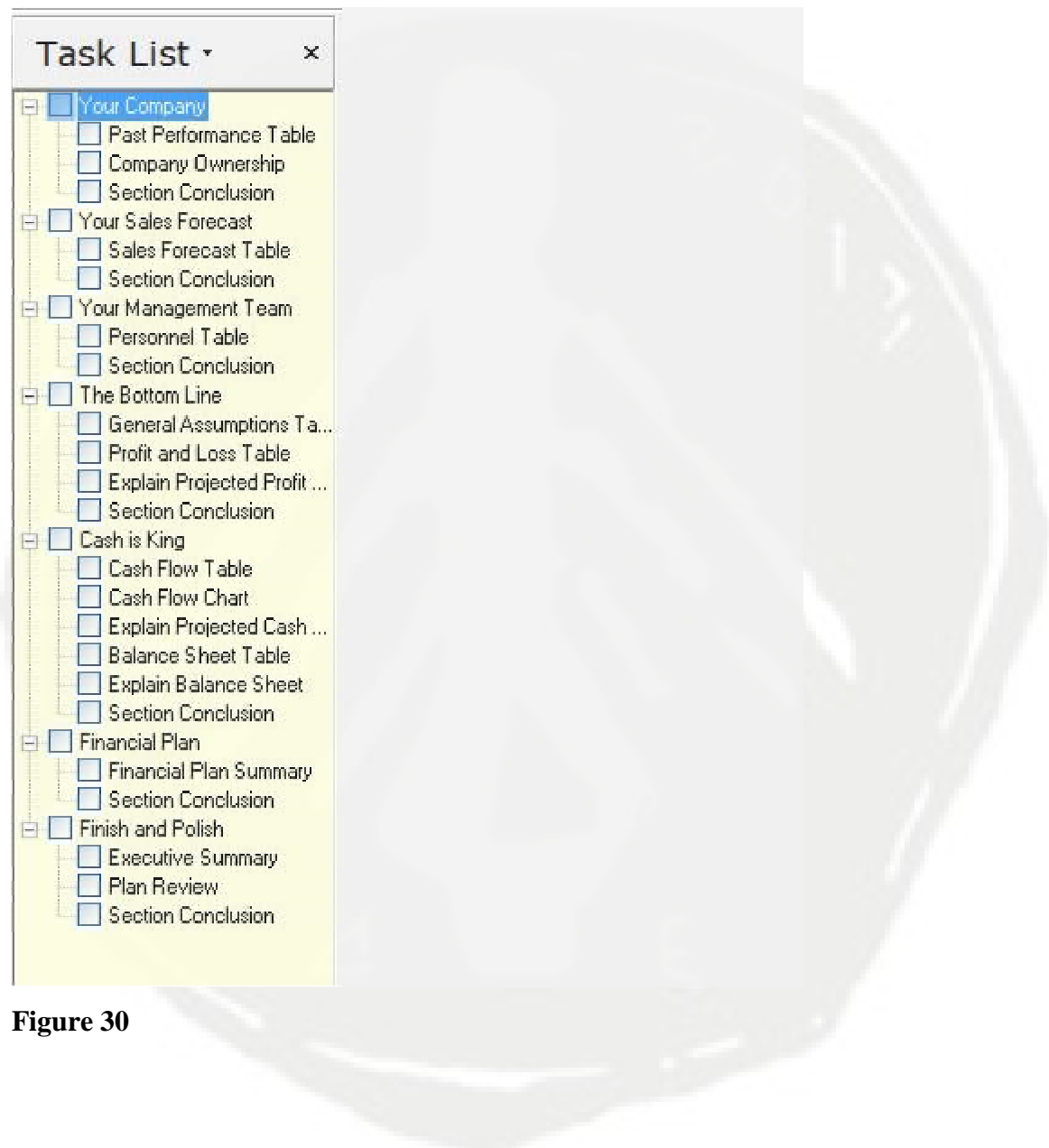


Figure 30

New Product/Service Description – it's too early for financials

Αυτό το είδος επιχειρηματικού σχεδίου (**Figure 31**) αφορά ήδη υπάρχουσες ή νεοφυής επιχειρήσεις (χρησιμοποιείται κυρίως από τις δεύτερες) και κατά τη σύνταξη του ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επιλέξει στο αν επιθυμεί να αναλύσει το χρηματοοικονομικό πλάνο απευθείας στο πρόγραμμα ή μεμονωμένα αργότερα.

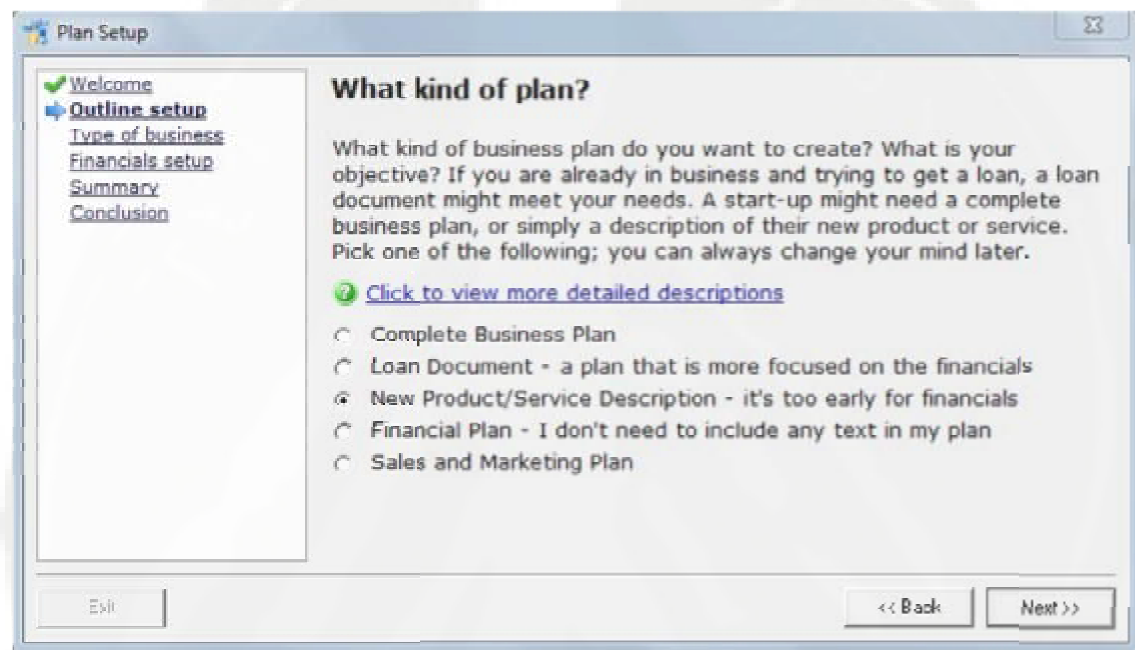


Figure 31

Πρώτο Μέρος Σχεδίου

Κατά τη δημιουργία της βασικής δομής του επιχειρηματικού πλάνου σε αυτή τη κατηγορία οι περιπτώσεις επιλογής της είναι ίδιες, όπως και στο πρώτο είδος (Complete Business Plan).

Στο πλάνο αυτό ο χρήστης επιλέγει το είδος της επιχείρησης με τα εξής χαρακτηριστικά:

- Κατασκευαστής/παραγωγός όχι ή και τα δύο
- Λιανέμπορος ή όχι
- Μη κερδοσκοπική επιχείρηση ή όχι
- Νεοφυής ή ήδη υπάρχουσα επιχείρηση

Δεύτερο Μέρος Σχεδίου

Επιλέγονται οι ρυθμίσεις που στοχεύουν στα χρηματοοικονομικά της επιχείρησης (Figure 32).

- Αν ο χρήστης επιλέξει το πρώτο, τότε το επιχειρηματικό σχέδιο δε θα περιέχει χρηματοοικονομικά στοιχεία της επιχείρησης, αλλά κατά κύριο λόγο στοιχεία που θα αφορούν το προϊόν (χαρακτηριστικά, τεχνολογία, καινοτομία), τον ανταγωνισμό, κ.α.
- Αν επιλέξει το δεύτερο πεδίο, τότε κατά τις ρυθμίσεις θα εμφανιστούν τα παράθυρα σύμφωνα με το Ολοκληρωμένο Επιχειρηματικό Σχέδιο (Complete Business Plan) που έχει αναλυθεί παραπάνω.

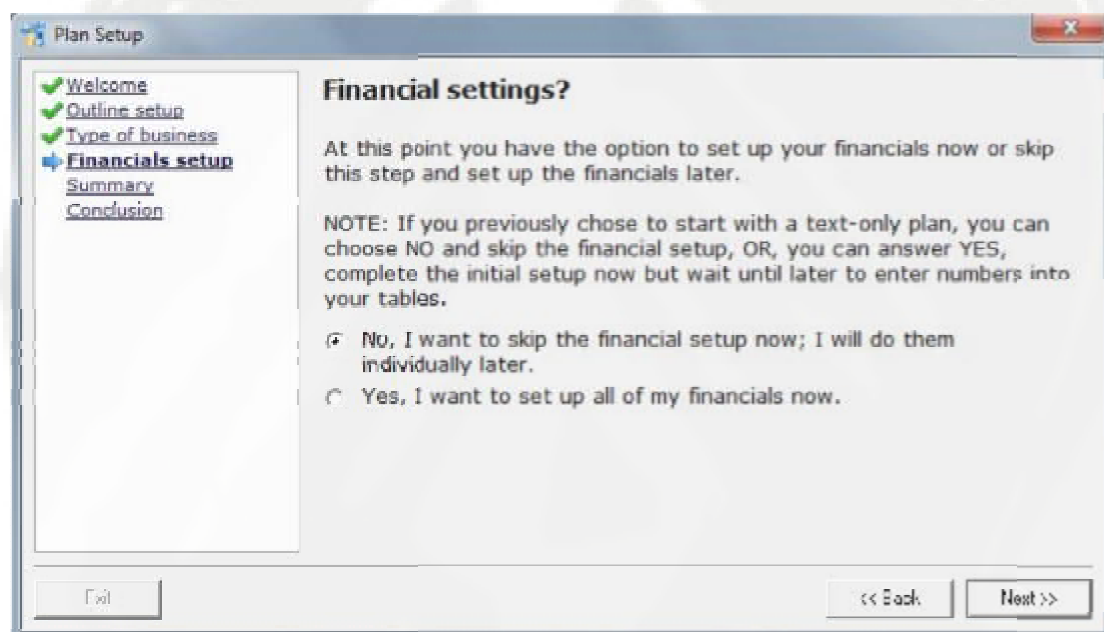


Figure 32

Τρίτο Μέρος Σχεδίου

Από τις παραπάνω ρυθμίσεις εμφανίζεται το τελικό παράθυρο, που ο χρήστης πρέπει να ολοκληρώσει το επιχειρηματικό σχέδιο.

Στην παρακάτω εικόνα (Figure 33) εμφανίζεται η δομή του σχεδίου χωρίς την επιλογή που επιτρέπει να αναλυθούν τα χρηματοοικονομικά της επιχείρησης σε αυτό το σημείο.

Task List - × **What You're Selling**

- What You're Selling
- Product Summary
- Product Description
- Competitive Comparison
- Sourcing
- Technology
- Future Products
- Section Conclusion

A complete business plan describes what you sell: either products, services, or both. The tasks in this chapter are more important for a plan going to external readers, banks, or investors, than for internal plans.

This part of the plan is mainly descriptive. Sometimes it will include tables that provide more details, but normally appears in the printed plan after the company description, but before the market analysis.

When you finish this section you will be given the opportunity to print a product or service description.

Relevant Resources for this chapter:

- [James J. Hill business reference library - FREE access to business reference librarians](#)
- [Patents and Trade Secrets](#)

Click the **Next Task** button below to continue.

Figure 33

Σημείωση: Το είδος αυτού του επιχειρηματικού σχεδίου θα αναλυθεί απευθείας από το Business Plan Pro για μία νεοφυή επιχείρηση της UoP Racing, ομάδας του Πανεπιστημίου Πατρών, ως παράδειγμα χρήσης του προγράμματος.

Financial Plan – I don't need to include any text in my plan

Στο επιχειρηματικό σχέδιο που επικεντρώνεται στα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης (Figure 34) και κάνει ανάλυση αυτών, δε χρειάζονται πληροφορίες πολλές για την ίδια την επιχείρηση, παρά μόνο τα βασικά που ενδιαφέρουν τους επενδυτές-χρηματοδότες. Τα κύρια σημεία που πρέπει να τονιστούν είναι τα οικονομικά.

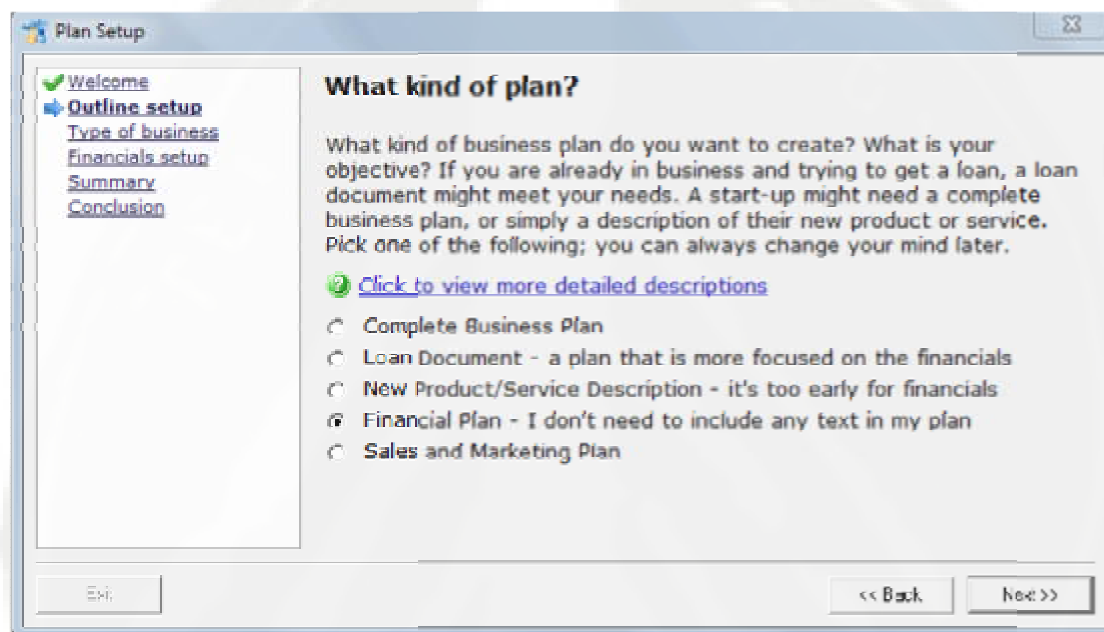


Figure 34

Πρώτο Μέρος Σχεδίου

Κατά τη δημιουργία της βασικής δομής του επιχειρηματικού σχεδίου σε αυτή τη κατηγορία οι περιπτώσεις επιλογής της είναι ίδιες, όπως και στο πρώτο είδος (Complete Business Plan).

Στο οικονομικό πλάνο και στα πρώτα παράθυρα του προγράμματος εμφανίζεται να επιλεγεί το είδος της επιχείρησης με τα εξής:

- Κατασκευαστής/παραγωγός όχι ή και τα δύο
- Λιανέμπορος ή όχι
- Μη κερδοσκοπική επιχείρηση ή όχι
- Νεοφυής ή ήδη υπάρχουσα επιχείρηση

Τα παραπάνω που αφορούν την επιχείρηση επιλέγονται, αλλά δεν αναλύονται σε μεγάλο βαθμό.

Δεύτερο Μέρος Σχεδίου

Επιλέγονται οι ρυθμίσεις που επικεντρώνονται στα χρηματοοικονομικά της επιχείρησης (**Figure 35**).

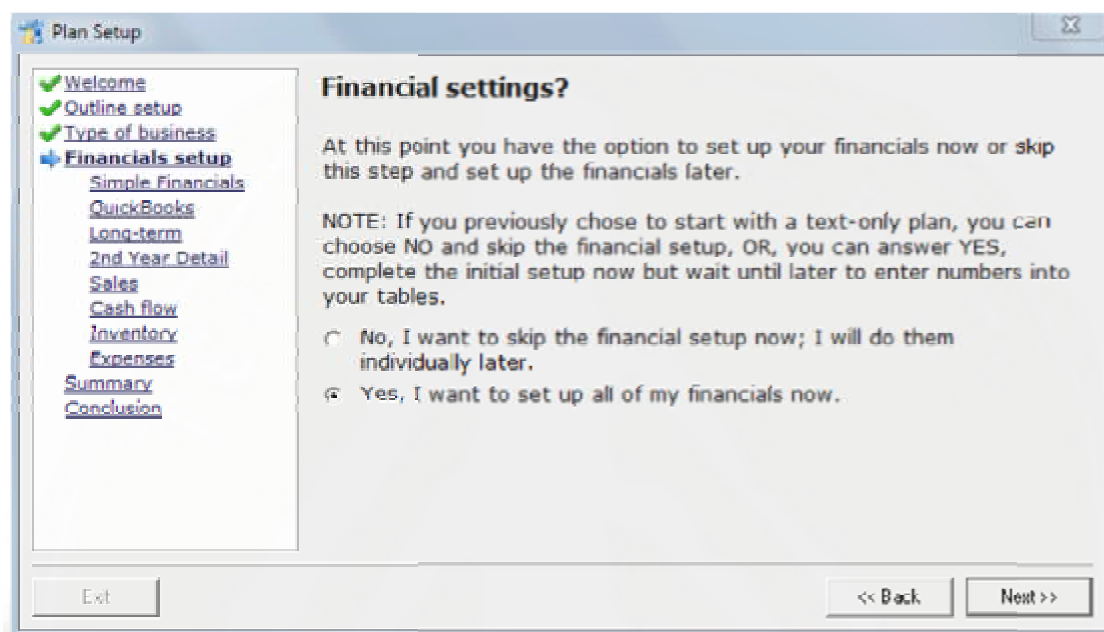


Figure 35

Αν επιλεγθεί η πρώτη περίπτωση, που συνήθως δεν επιλέγεται, τότε το επιχειρηματικό σχέδιο αναλύει λίγα οικονομικά της επιχείρησης χωρίς πολλές πληροφορίες. Ενώ στη δεύτερη περίπτωση αναφέρονται τα απλά οικονομικά, οι μακροπρόθεσμες απαιτήσεις της επιχείρησης, ο προγραμματισμός χρόνου (3 έτη ή 5 έτη), οι πωλήσεις, τα αποθέματα, όλα τα έξοδα της επιχείρησης, οι ταμειακές ροές, κ.α.

Τρίτο Μέρος Σχεδίου

Από τις παραπάνω ρυθμίσεις εμφανίζεται το τελικό παράθυρο, που ο χρήστης πρέπει να ολοκληρώσει το επιχειρηματικό σχέδιο (**Figure 36**).

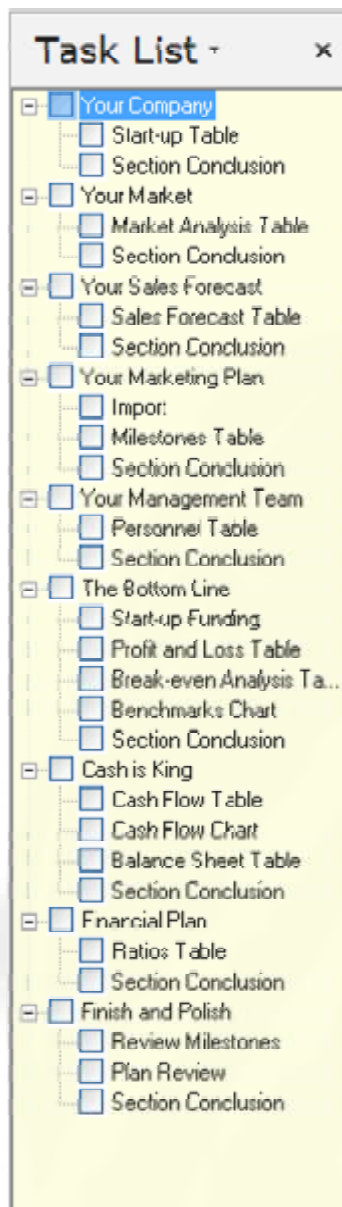


Figure 36

Σημείωση: Το πρώτο και το δεύτερο μέρος του οικονομικού σχεδίου έχει αναλυθεί με όλες τις απαραίτητες λεπτομέρειες στο ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο (Complete Business Plan).

Sales and Marketing

Στο επιχειρηματικό σχέδιο που αφορά τις πωλήσεις και τις προωθητικές ενέργειες της επιχείρησης (**Figure 37**) συγκεκριμενοποιείται το πλάνο μόνο σε αυτά τα δύο, χωρίς να υπάρχουν πολλές πληροφορίες για την επιχείρηση, αλλά και την πλήρης ανάδειξη των οικονομικών στοιχείων της.

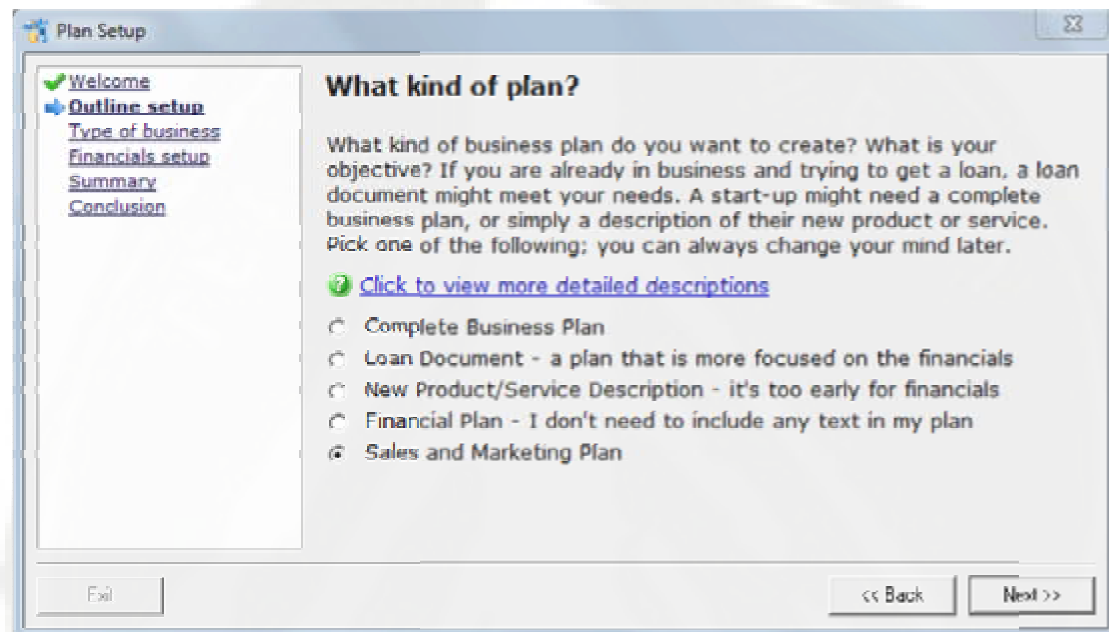


Figure 37

Πρώτο Μέρος Σχεδίου

Κατά τη δημιουργία της βασικής δομής του επιχειρηματικού πλάνου σε αυτή τη κατηγορία οι περιπτώσεις επιλογής της είναι ίδιες σύμφωνα με τα προηγούμενα είδη. Στο πλάνο των πωλήσεων και marketing και στα πρώτα παράθυρα του προγράμματος εμφανίζεται να επιλεγεί το είδος της επιχείρησης με τα εξής:

- Μη κερδοσκοπική επιχείρηση ή όχι
- Νεοφυής ή ήδη υπάρχουσα επιχείρηση

Δεύτερο Μέρος Σχεδίου

Επιλέγονται οι ρυθμίσεις που επικεντρώνονται στα χρηματοοικονομικά της επιχείρησης (**Figure 38**), αλλά στην απλή τους μορφή. Γίνεται μικρή ανάλυση μέσω

των απλών οικονομικών πινάκων, συμπληρώνεται μέχρι και ο δεύτερος χρόνος που περιγράφει τις πωλήσεις, διάφορες δαπάνες, κ.α.

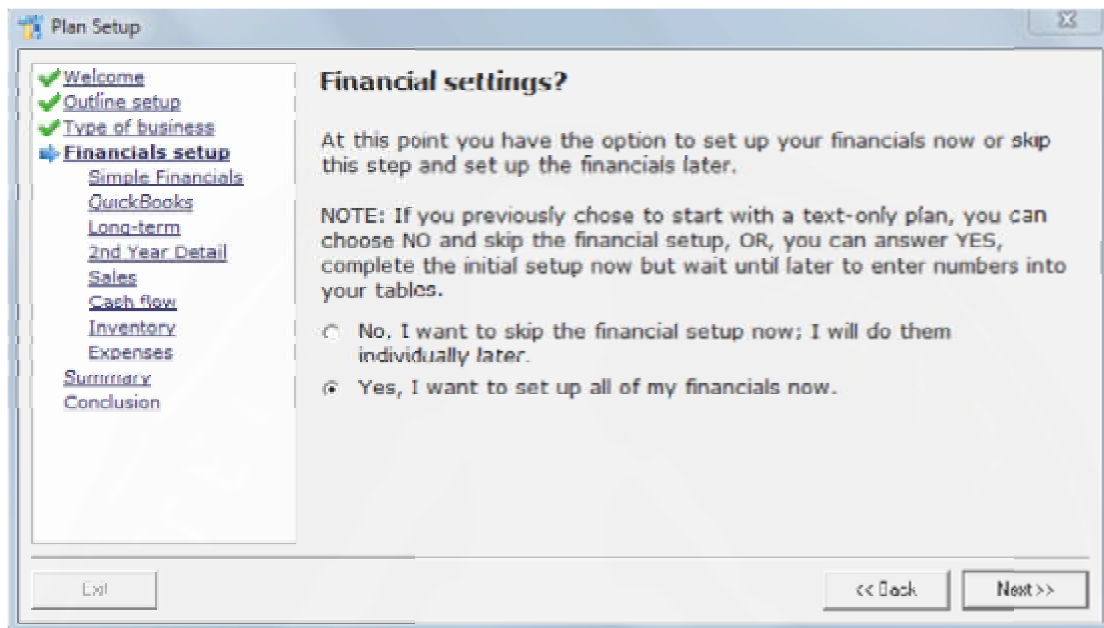


Figure 38

Τρίτο Μέρος Σχεδίου

Από τις παραπάνω ρυθμίσεις εμφανίζονται τα τελικά πεδία (**Figure 39**), που ο χρήστης πρέπει να ολοκληρώσει το επιχειρηματικό σχέδιο. Παρατηρείται πως δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στην στρατηγική των πωλήσεων και σε ένα ολοκληρωμένο πλάνο marketing.

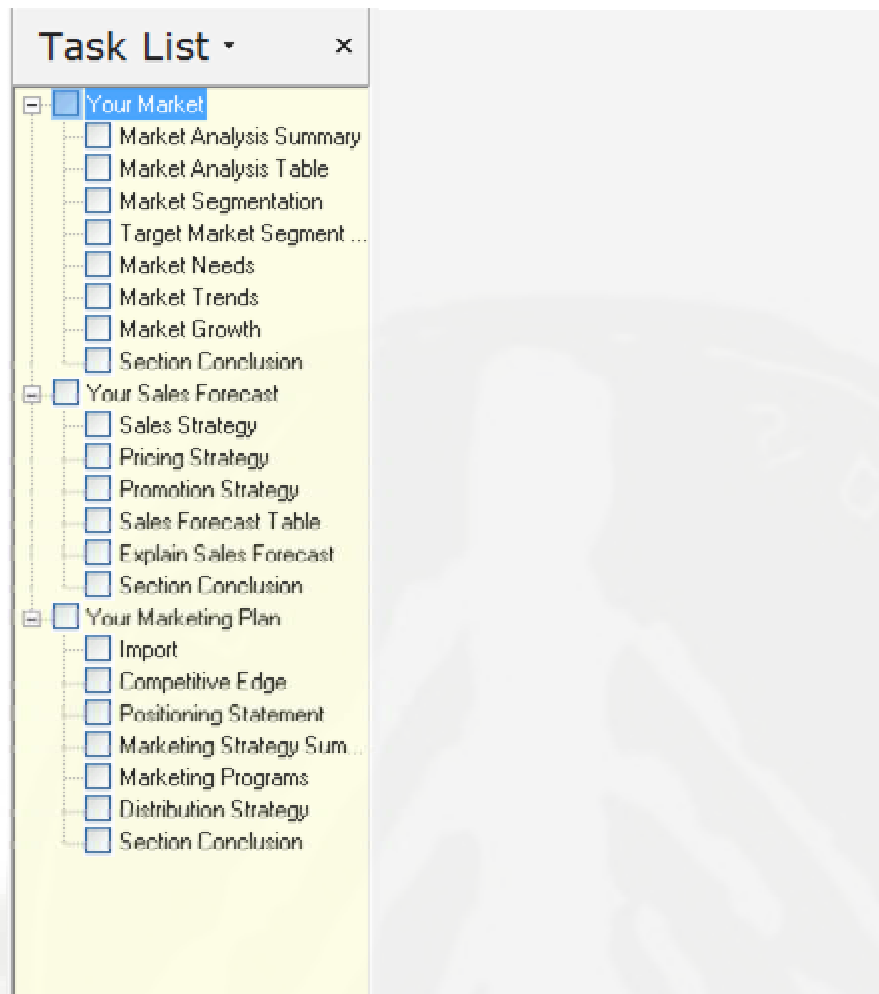


Figure 39

Σημείωση: Το πρώτο και το δεύτερο μέρος του οικονομικού σχεδίου έχει αναλυθεί με όλες τις απαραίτητες λεπτομέρειες στο ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο (Complete Business Plan).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

BUSINESS PLAN PRO: UOP RACING TEAM

Η ομάδα UoP Racing του Πανεπιστημίου Πατρών

Η UoP Racing Team www.uopracingteam.com είναι η πρώτη και παλαιότερη ελληνική ομάδα Formula Student που βρίσκεται στο Πανεπιστήμιο της Πάτρας. Ιδρύθηκε το 2002, και υποστηρίζεται όλα αυτά τα χρόνια από το Εργαστήριο Συστημάτων Παραγωγής & Αυτοματισμού (Laboratoty For Manufacturing Systems & Automation) <http://lms.mech.upatras.gr/>. Τα μέλη της ομάδας σχεδιάζουν και κατασκευάζουν εξ 'ολοκλήρου αγωνιστικά μονοθέσια οχήματα και ανταγωνίζονται σε σειρά αγώνων της Formula Student (Αυστραλία, Αυστρία, Βραζιλία, Κίνα, ΗΠΑ, Γερμανία, Ουγγαρία, Ινδία, Ιταλία, Ρωσία, Τσεχία, Ιαπωνία, Ηνωμένο Βασίλειο), μαζί με εκατοντάδες ομάδες (πανεπιστήμια) από όλο τον κόσμο. Συνολικά η UoP Racing από το 2002 έως σήμερα έχει κατασκευάσει 5 μονοθέσια (3 με βενζινοκινητήρες και 2 ηλεκτροκίνητα) και έχει κατακτήσει σημαντικές θέσεις στη παγκόσμια κατάταξη, όπως επίσης, και πρωτιές σε αρκετά αγωνίσματα https://en.wikipedia.org/wiki/UoP_Racing_team. Αξίζει να σημειωθεί πως η UoP Racing κατασκεύασε το πρώτο ηλεκτροκίνητο μονοθέσιο στην Ελλάδα. Αυτή τη στιγμή η ομάδα βρίσκεται στην 39^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη και κάθε χρόνο όλο και πλησιάζει πιο κοντά στις πρώτες θέσεις.

Η ομάδα βρίσκεται κάτω από την επίβλεψη του καθηγητή κυρίου Γεώργιου Χρυσολούρη http://www.mead.upatras.gr/lang_en/personnel/view/2, με συντονιστή

της τον κύριο Χάρη Μπίκα. Στο εσωτερικό της ομάδας υπάρχουν υπο-ομάδες όπου έχουν κατανεμηθεί πλήρως οι εργασίες ώστε να κατασκευάζονται άρτια τα μονοθέσια. Οι υπο-ομάδες που υπάρχουν είναι οι εξής: Aerodynamics, Brakes/Cooling/Drivetrain, Chassis & Adhesives, Marketing & Communications, Powertrain & Electronics, Steering, Suspension, με περίπου 25 μέλη στο σύνολο <http://www.uopracingteam.com/team-members-uop5e.html>.

Formula Student

Ο θεσμός Formula Student/SAE https://en.wikipedia.org/wiki/Formula_SAE είναι ένας από τους πιο αναγνωρισμένους διαγωνισμούς για νέους μηχανικούς παγκοσμίως και στοχεύει στην εκπαίδευση των μελλοντικών μηχανικών μέσω του σχεδιασμού και της κατασκευής ενός μονοθεσίου αγωνιστικού υψηλών προδιαγραφών. Το έργο αποτελεί συνήθως μέρος των ακαδημαϊκών σπουδών τους (συνήθως προπτυχιακό), και κορυφώνεται σε ένα διαγωνισμό όπου οι ομάδες από όλο τον κόσμο έρχονται μαζί για να τρέξουν τα οχήματά τους και να ανταγωνιστούν ο ένας εναντίον του άλλου. Οι περιορισμοί που τίθενται στο πλαίσιο του μονοθεσίου και των μηχανικών τμημάτων είναι έτσι ώστε οι φοιτητές να λαμβάνουν τις κατάλληλες γνώσεις, να δημιουργούν, να προτοτυπών και να δοκιμάζονται. Στους διαγωνισμούς έχουν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν μονοθέσια οχήματα με κινητήρες εσωτερικής καύσης, υβριδικά και πρόσφατα μονοθέσια με ηλεκτροκινητήρες. Επιτρέποντας έτσι στους φοιτητές ανά τον κόσμο να κατασκευάσουν οχήματα χρησιμοποιώντας τεχνολογία αιχμής.

Κάθε ομάδα σχεδιάζει και κατασκευάζει ένα τύπου αγωνιστικό μονοθέσιο, με βάση ορισμένους κανόνες. Τα μονοθέσια κρίνονται βάσει δύο ειδών αγωνισμάτων, των δυναμικών και των στατικών.

Στα **Δυναμικά Αγωνίσματα** είναι η **Επιτάχυνση** (0-75m), το **Skidpad** (οχτάρια), το **Autocross-sprint** (χρονομετρημένο γύρο σε μια ειδικά διαμορφωμένη πίστα) και το **Endurance** (30 χρονομετρημένων γύρων συνολικού ύψους ~ 22 χιλιομέτρων, όπου αξιολογούνται η ταχύτητα, η αξιοπιστία και η ενέργεια / κατανάλωση των καυσίμων).

Στα **Στατικά Αγώνισμα**τα οι ομάδες κρίνονται για το **design** των μονοθεσίων τους, το συνολικό **κόστος** των οχημάτων τους και τις δυνατότητες μαζικής παραγωγής, καθώς και για τη δημιουργία ενός **επιχειρηματικού σχεδίου** για ένα τέτοιου είδους υποθετικού προϊόντος. Σκοπός των ομάδων που συμμετέχουν είναι να συγκεντρώσουν όσο το δυνατό περισσότερους βαθμούς ώστε να ανακηρυχθούν νικητές.

Στον παρακάτω πίνακα (**Figure 40**) υπάρχουν συνοπτικά οι μέγιστες βαθμολογίες που μπορούν να συγκεντρώσουν οι ομάδες.

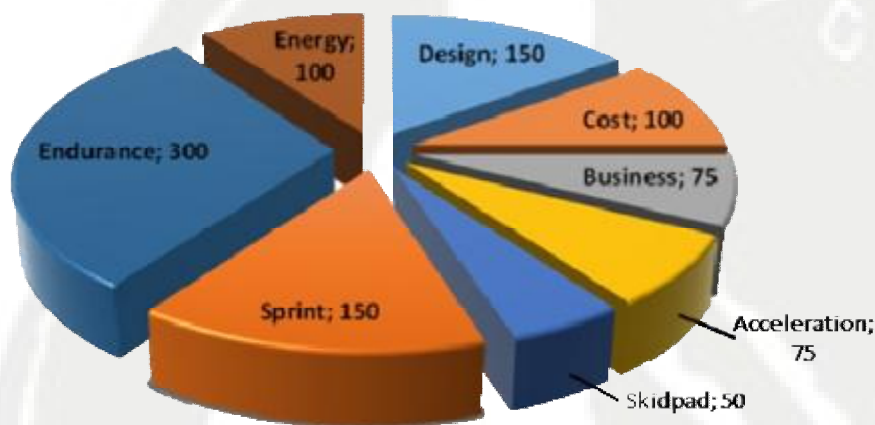


Figure 40

Εφαρμογή του Business Plan Pro

Οι επόμενες σελίδες που θα ακολουθήσουν αφορούν ένα επιχειρηματικό πλάνο αντίστοιχο με εκείνο που δημιουργεί η UoP Racing Team προκειμένου να συμμετάσχει στους διαγωνισμούς της Formula Student. Επομένως, το συγκεκριμένο επιχειρηματικό σχέδιο δεν έχει δημιουργηθεί για εμπορικό σκοπό (όπως τα περισσότερα), αλλά για ερευνητικούς λόγους και για τους διαγωνισμούς που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Η συγγραφή του σχεδίου αυτού έχει γίνει στο πρόγραμμα Business Plan Pro για να αναδειχθούν τα αποτελέσματα από τις επιλογές και τις λειτουργίες που παρέχει σε έναν κάτοχο του.

Οι βασικές διαφορές των επιχειρηματικών πλάνων που δημιουργούνται στην UoP Racing σε αντίθεση με το συγκεκριμένο που θα ακολουθήσει, είναι αρχικά ότι όλα όσα αφορούν τη συμμετοχή των ομάδων στη Formula Student είναι στην αγγλική γλώσσα, αφού συμμετέχουν πανεπιστημιακές ομάδες από όλο τον κόσμο και έχουν περισσότερα οικονομικά στοιχεία για τις υποτιθέμενες επιχειρήσεις που κατασκευάζουν μονοθέσια οχήματα.

Στην παρακάτω εικόνα (**Figure 41**) διαφαίνεται το βασικό παράθυρο που ο χρήστης μπορεί να σχηματίσει το επιχειρηματικό του πλάνο. Στο αριστερό μέρος των βασικών λειτουργιών του Business Plan Pro (Task List) αναγράφεται η δομή του πλάνου που έχει επιλέξει ο χρήστης κατά το setup και είναι αυτή που χρειάζεται να συμπληρώσει ώστε να ολοκληρωθεί το business plan. Κατά τη διάρκεια συγγραφής του σχεδίου ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να βοηθηθεί από τις πληροφορίες που παρέχει το πρόγραμμα για τα στοιχεία εκείνα που οπωσδήποτε πρέπει να υπάρχουν στο ανάλογο κομμάτι της δομής του πλάνου του. Διαφορετικά, αν δηλαδή ο χρήστης δε χρειάζονται αυτές τις επιπλέον πληροφορίες, μπορεί εύκολα να τις αποκρύψει με την επιλογή “Hide Instructions”.

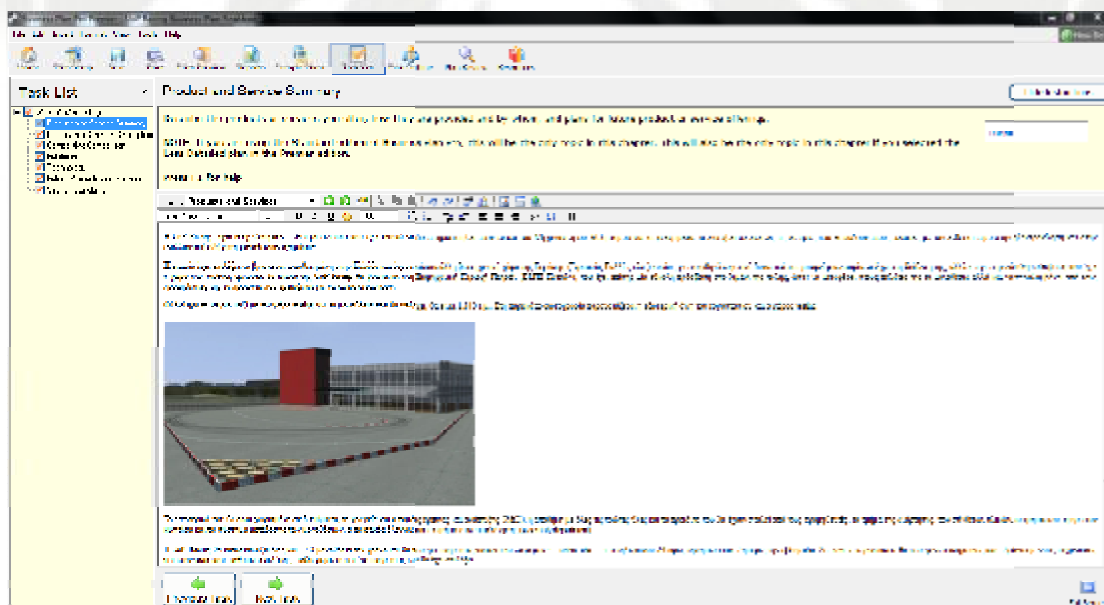


Figure 41

Τέλος, σημαντικό σημείο του Business Plan Pro για έναν χρήστη είναι η επόμενη εικόνα (**Figure 42**) που αφορά επιπλέον πληροφορίες για κάθε σημείο του προγράμματος. Δηλαδή, ο χρήστης αν δεν είναι σίγουρος για τα πεδία που χρειάζεται να συμπληρώσει, κι αν δεν τον καλύπτουν οι πληροφορίες που παρέχονται αυτόματα στο υπάρχον παράθυρο που γίνεται η συγγραφή, τότε μπορεί να επιλέξει το παράθυρο εκείνο για ακόμα περισσότερες πληροφορίες ή να πατήσει από το πληκτρολόγιο του Η/Υ του το κουμπί F1. Εμφανίζεται ένα νέο παράθυρο που ο χρήστης μπορεί να βρει παραδείγματα για τη συμπλήρωση πινάκων ή κι άλλων στοιχείων ενός επιχειρηματικού πλάνου, οποιασδήποτε δομής.

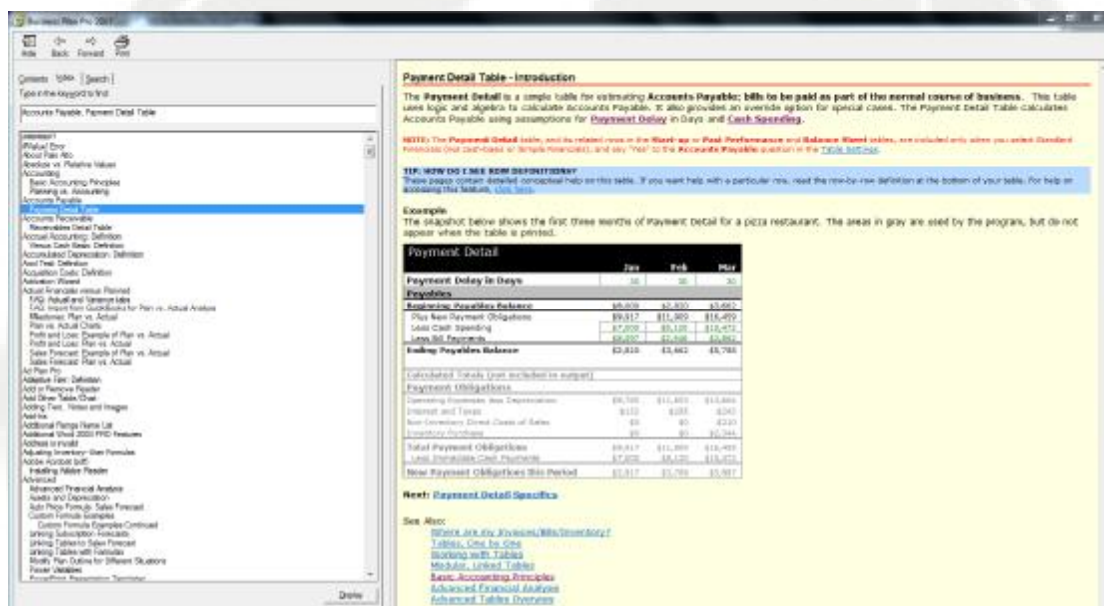


Figure 42

Σε αυτό το σημείο ακολουθεί το επιχειρηματικό σχέδιο της UoP Racing.



UoP Racing engineering Company Business Plan

Evyenia A. Ntarma

evyeniant@gmail.com

Confidentiality Agreement

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

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

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

Signature

Name (typed or printed)

Date

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

Table of Contents

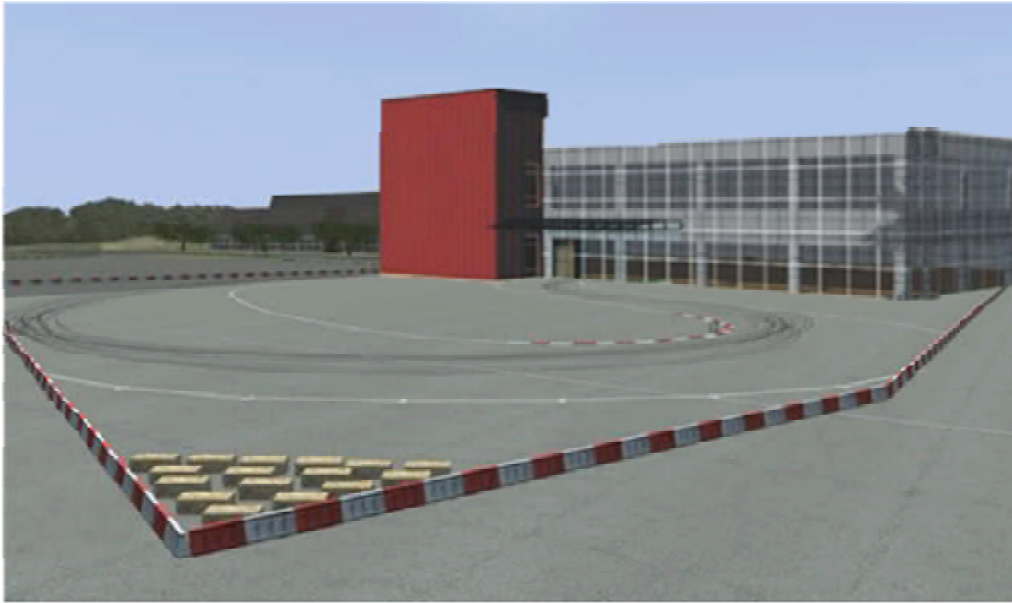
- 1. PRODUCTS AND SERVICES**
- 2. PRODUCT AND SERVICE DESCRIPTION**
- 3. COMPETITIVE COMPARISON**
- 4. FULFILLMENT**
- 5. TECHNOLOGY**
- 6. FUTURE PRODUCTS AND SERVICES**

1. Products and Services

Η UoP Racing engineering Company είναι μία εταιρία που έχει σκοπό να δραστηριοποιηθεί στον τομέα του Μηχανοκίνητου Αθλητισμού και συγκεκριμένα να ενταχθεί σε εκείνες τις εταιρίες που εστιάζουν στους πελάτες με τον ενθουσιασμό στην ηλεκτροκίνηση και στην εναλλακτική οδήγηση μονοθέσιων οχημάτων.

Η εταιρία έχει επιλέξει να βρίσκεται τοποθετημένη στην Ελλάδα και όχι σε κάποια άλλη βιομηχανική χώρα της Ευρώπης (Γερμανία, Γαλλία, κλπ.) κυρίως για το φθινό εργατικό δυναμικό που μπορεί μία εταιρία να έχει στη διάθεση της, αλλά και για την εύκολη πρόσβαση που έχει η χώρα στο διεθνές εμπόριο. Το κτίριο της UoP Racing θα βρίσκεται στη Βιομηχανική Περιοχή Πατρών (ΒΙ.ΠΕ Πατρών), που έχει επίσης μία εύκολη πρόσβαση στο λιμάνι της πόλης, ώστε να μεταφέρει στους πελάτες της τα μονοθέσια, αλλά και να παραλαμβάνει από τους προμηθευτές της τα προϊόντα που χρειάζεται για να κατασκευαστούν τα μονοθέσια. Ολόκληρο το κτίριο μαζί με τον χώρο testing για τα μονοθέσια που θα υπάρχει, θα είναι 1.340 τ.μ.

Στην παρακάτω εικόνα παρουσιάζεται η εξωτερική όψη του εργοστασίου και ο χώρος testing.



Το εσωτερικό του θα είναι χωρισμένο σε 8 τμήματα, τα γραφεία και ο τομέας έρευνας και ανάπτυξης (R&D), η αποθήκη με όλες τις πρώτες ύλες και τα προϊόντα που θα έχουν σταλεί από τους προμηθευτές, το τμήμα της ανάρτησης, των σύνθετων υλικών, το τμήμα που αφορά τον κινητήρα και το σύστημα μετάδοσης των μονοθέσιων, ο ποιοτικός έλεγχος και το τμήμα συναρμολόγησης (assembly department).

Η UoP Racing θα κατασκευάζει έως και 40 μονοθέσια τον χρόνο και θα παρέχει υπηρεσίες κατά κύριο λόγο μέσω online chat και τηλεφώνου 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα. Σε ειδικές περιπτώσεις θα παρέχονται υπηρεσίες από εξειδικευμένους μηχανικούς και στον τόπο που επιθυμεί ο πελάτης, ανάλογα με το πακέτο υπηρεσίας που θα έχει επιλέξει.

Η εταιρία έχει στο ενεργητικό της διάφορες έρευνες που έχει στο παρελθόν συμμετάσχει μέσω του Πανεπιστημίου Πατρών στην τεχνολογία και τη καινοτομία. Ωστόσο, αποφάσισε την έρευνα και τη θεωρία να τις κάνει πραγματικότητα πάνω στον τομέα της ηλεκτροκίνησης, που είναι ένας αναπτυσσόμενος και πολλά υποσχόμενος βιομηχανικός τομέας.

Μελλοντικός στόχος της UoP Racing είναι να δημιουργήσει μία ιστορία ηλεκτροκίνητων μονοθέσιων που θα είναι πλήρως ανταγωνιστικά στη Formula-E Championship της FIA. Δημιουργώντας μονοθέσια με επιδόσεις αντίστοιχες των βενζινοκίνητων μονοθέσιων οχημάτων που συμμετέχουν στη Formula One World Championship της FIA.



2. Product and Service Description

Η UoP Racing engineering Company ύστερα από έρευνα, έχει ήδη καταγράψει τις ανάγκες των καταναλωτών στον τομέα του μηχανοκίνητου αθλητισμού. Από τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής, είναι αξιοσημείωτο πως η αγορά έχει ανάγκη για κάτι νέο. Για ένα καινοτόμο προϊόν, οικονομικό, που να εστιάζει στη προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και να έχει υψηλές αποδόσεις και επιδόσεις. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την έρευνα το 67% των ενδιαφερόμενων της μηχανοκίνησης θα αγόραζαν ένα ανάλογο προϊόν για να συμμετέχει σε αγώνες τα Σαββατοκύριακα και μάλιστα το ίδιο το μονοθέσιο να μη χρειάζεται μεγάλη προετοιμασία για τους αγώνες αυτούς. Επομένως, η μόνη διαδικασία που θα χρειάζεται να ακολουθήσει ο οδηγός είναι η φόρτιση του μονοθέσιου και η μεταφορά του προς στις πίστες αγώνων.

Τα βασικά χαρακτηριστικά που συγκεντρώθηκαν από την έρευνα είναι ότι το αγοραστικό κοινό επιδιώκει να βρει σε μία εταιρία μονοθέσια που έχουν καλή επίδοση (το 67% του κοινού), να είναι ασφαλές κατά τη φόρτιση και την οδήγηση ή και στη περίπτωση ατυχήματος (το 76%), και να είναι ένα καινοτόμο προϊόν ως προς την τεχνολογία (66%), αλλά σε οικονομική τιμή. Σύμφωνα, λοιπόν, με τον σημερινό ανταγωνισμό, το μονοθέσιο για να είναι οικονομικό, το 58% των ενδιαφερόμενων προτιμούν ένα όχημα με λιγότερη συντήρηση και μάλιστα να μπορεί να επισκευάζεται σε κάποια σημεία από τον ίδιο τον ιδιοκτήτη του χωρίς να χρειάζεται κάποιον τεχνικό.

Στις επόμενες τρεις σελίδες παρουσιάζεται ένα μέρος της έρευνας για το καταναλωτικό κοινό που ενδιαφέρεται για την εναλλακτική οδήγηση.

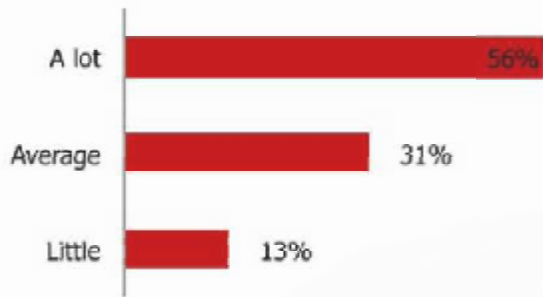


CHART 1: HOW FAMILIAR ARE YOU WITH AUTOMOTIVE SPORTS?

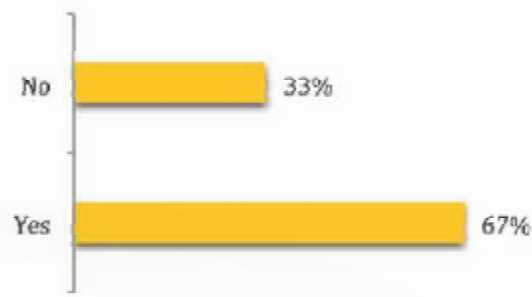


CHART 2: WOULD YOU BUY A FORMULA-STYLE RACECAR FOR WEEKEND USE?

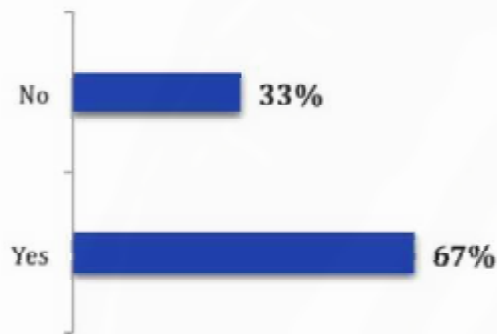


Chart 3: Would you buy an electric formula-style racecar for weekend use?

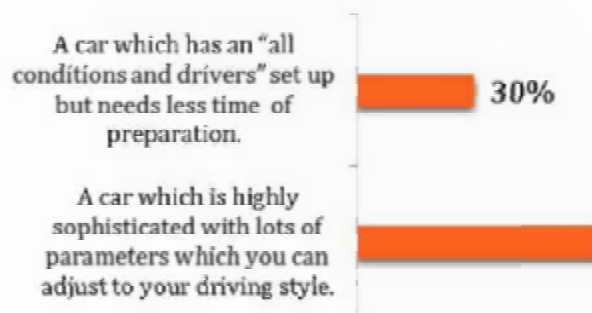


Chart 4: What level of customization would you prefer for your Formula style car?

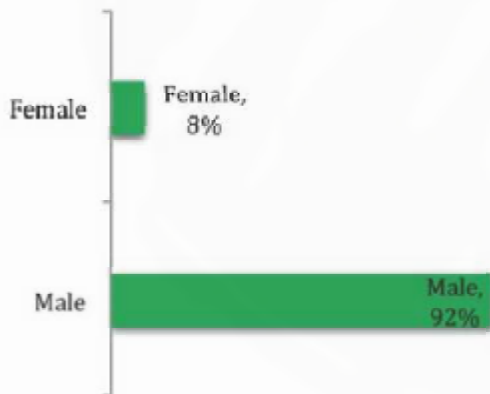


Chart 5: Consumers' audience gender

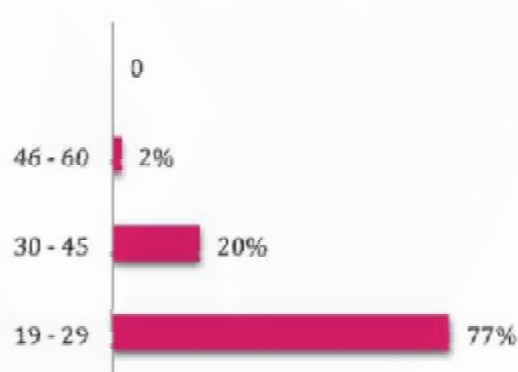


Chart 6: Consumers' audience age

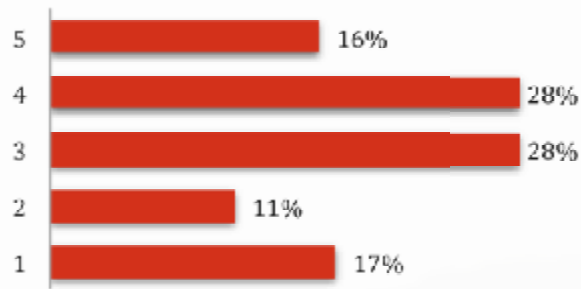


CHART 1: CHOICE BASED ON AESTHETICS

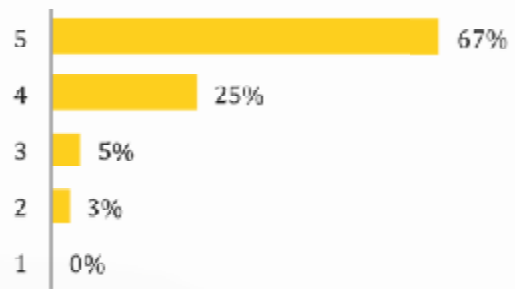


CHART 2: CHOICE BASED ON PERFORMANCE

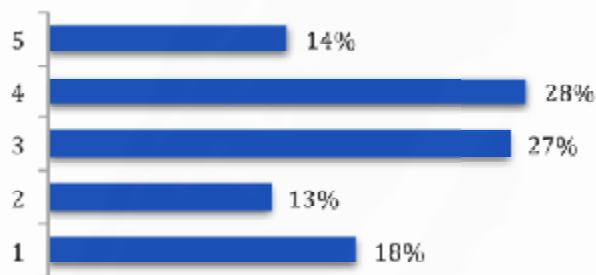


Chart 5.3: Choice based on Comfort

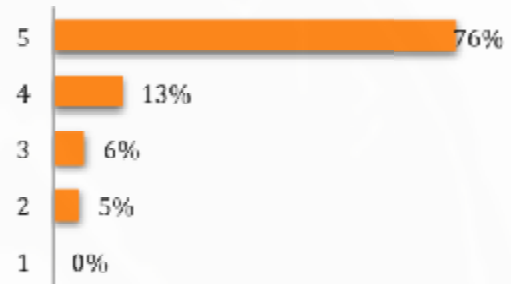


Chart 5.4: Choice based on Safety

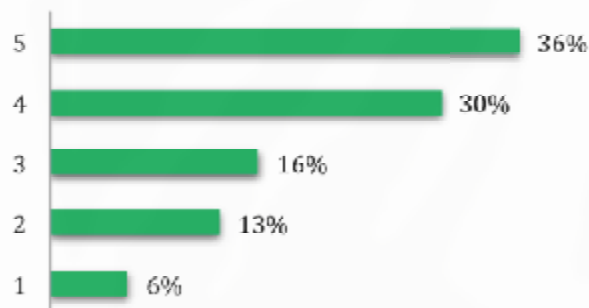


Chart 5.5: Choice based on Technical Innovations

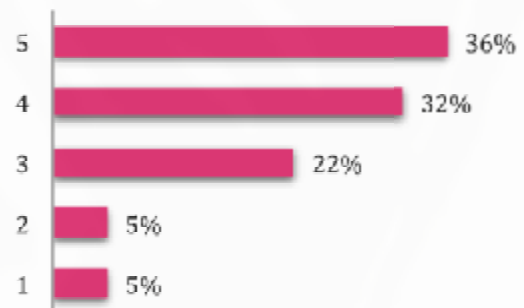


Chart 5.6: Choice based on Price

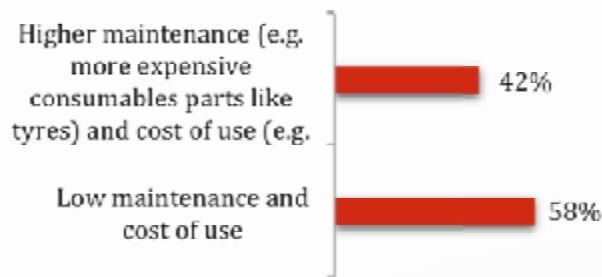


CHART 6: ACCORDING TO YOUR OPINION, WHAT SUITS BETTER A WEEKEND RACECAR?



CHART 7: IF YOU OWNED A FORMULA STYLE RACECAR AND A MECHANICAL PROBLEM OCCURRED, WOULD YOU HANDLE IT YOURSELF OR WOULD YOU NEED AN EXPERT IN PLACE?

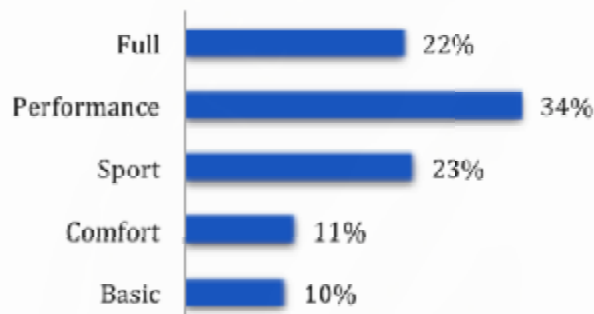


Chart 8: Which of the following equipment packages would you like to exist as optional?

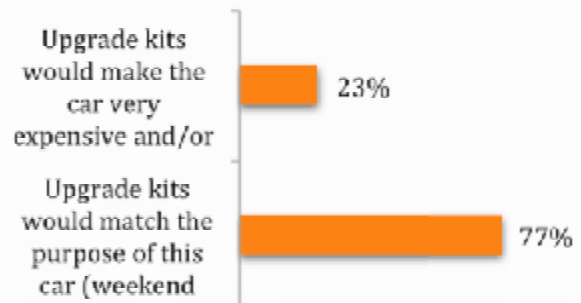


Chart 9: With which of the following do you agree?

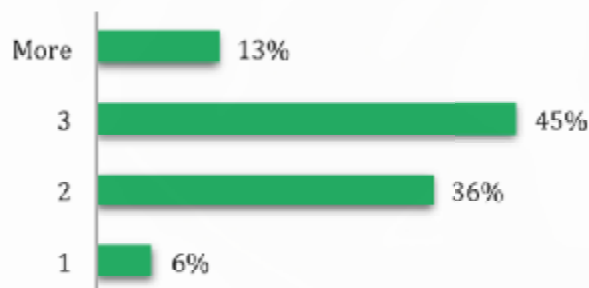


Chart 10: How many different equipment packages do you think that would cover all the demands?

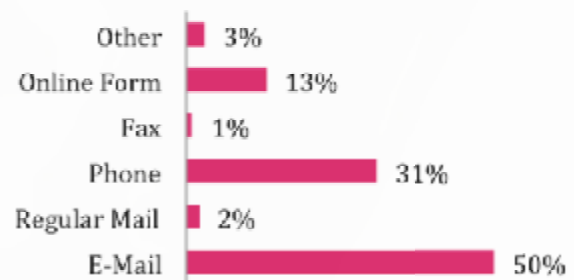
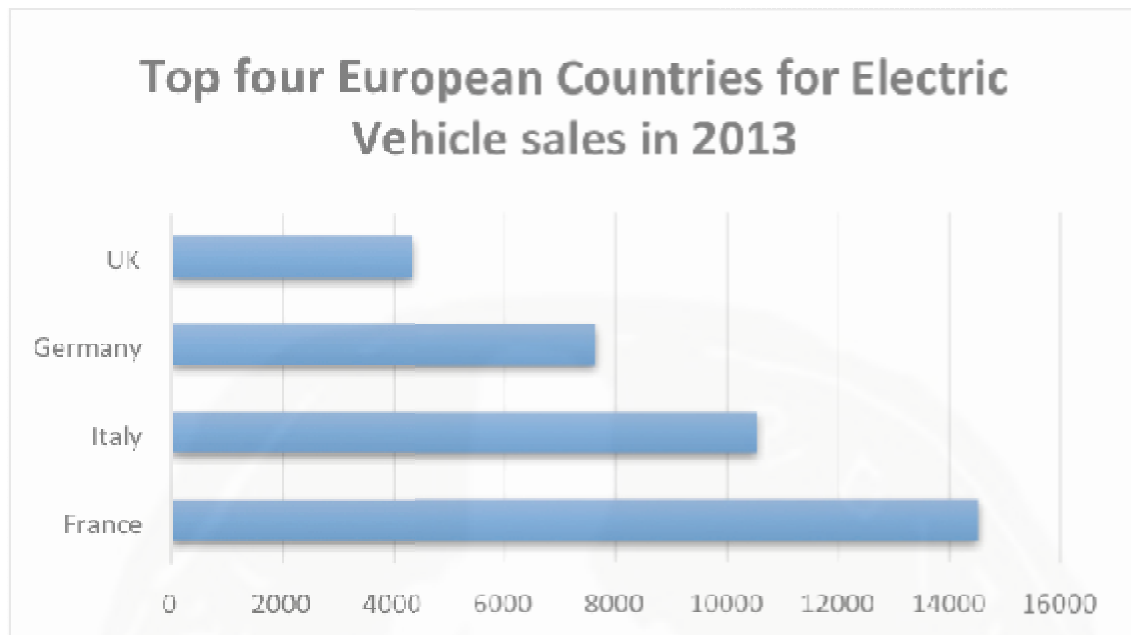


Chart 11: How would you like to communicate with the manufacturing company for any information you may need?

Για τον λόγο αυτό τα τελευταία χρόνια εκτός από τη Formula One World Championship έχει αναπτυχθεί και ένας ακόμα θεσμός, εναλλακτικής οδήγησης μονοθέσιων οχημάτων που ονομάζεται Formula-E Championship και αφορά αγωνιστικά μονοθέσια με ηλεκτροκινητήρες. Το πρωτάθλημα διεξάγεται και αυτό σε διάφορες χώρες (όπως το αντίστοιχο της Formula One), στο Ηνωμένο Βασίλειο, στις ΗΠΑ, στη Γερμανία, στη Γαλλία, στη Κίνα, στην Αργεντινή, Ουρουγουάη και Μαλαισία.

Target Group

Η εταιρία εστιάζει να δραστηριοποιηθεί προς το παρόν σε 4 χώρες στην Ευρώπη, όπου εκεί υπάρχει μεγαλύτερη ανάπτυξη στην ηλεκτροκίνηση και το καταναλωτικό κοινό είναι περισσότερο ενημερωμένο. Στους δρόμους της Ευρώπης υπάρχουν περίπου 53.000 ηλεκτρικά οχήματα. Στις τέσσερις πρώτες χώρες που χρησιμοποιούν ηλεκτροκίνητα οχήματα βρίσκεται πρώτη η Γαλλία με περίπου 15.000 οχήματα, ακολουθεί η Ιταλία με 11.000, η Γερμανία με 8.000 και στη τέταρτη θέση βρίσκεται το Ηνωμένο Βασίλειο με περίπου 5.000 ηλεκτρικά οχήματα. Έτσι, λοιπόν, η UoP Racing θα ξεκινήσει δυναμικά τα πρώτα της βήματα στην ηλεκτροκίνηση πρώτα από αυτές τις τέσσερις χώρες της Ευρώπης, με στόχο τα επόμενα χρόνια να επεκταθεί σε όλη την Ευρώπη αλλά και στις ΗΠΑ.



Η UoP Racing εστιάζει αρχικά σε τέσσερις χώρες, διότι σε αυτές ο μηχανοκίνητος αθλητισμός έχει μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα, και ώριμο έδαφος για την ηλεκτροκίνηση και τη προστασία του περιβάλλοντος από τα καυσαέρια. Όπως, επίσης, σημαντικό είναι και το γεγονός ότι στη Γαλλία, Ιταλία, Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο το κατά μέσο όρο ετήσιο εισόδημα επιτρέπει την υγιή ανάπτυξη της μηχανοκίνησης και προώθησης αυτής μέσω αγώνων στις γνωστές πίστες π.χ. Silverstone, Clermont-Ferrand, Brands Hatch, Paris Street Circuit, Berlin Streets και Misano World Circuit Marco Simoncelli.

Φυσικά η UoP Racing απευθύνεται και στο ελληνικό καταναλωτικό κοινό για να αγωνίζεται στα πρωταθλήματα που διεξάγονται στη περιοχή των Μεγάρων και Σερρών, που αφορά κυρίως μονοθέσια της Formula Gloria ή και στο εξωτερικό στις παραπάνω πίστες. Με αυτό τον τρόπο σιγά σιγά η ηλεκτροκίνηση θα αναπτυχθεί και στους ελληνικούς δρόμους.

Τα μονοθέσια

Η κατασκευή των μονοθέσιων εστιάζει σε οικονομικές και αποδοτικές λύσεις με υψηλή όμως ποιότητα των υλικών που θα χρησιμοποιούνται ξεχωριστά για κάθε μονοθέσιο και θα θεωρείται ένα αξιόπιστο τελικά προϊόν.



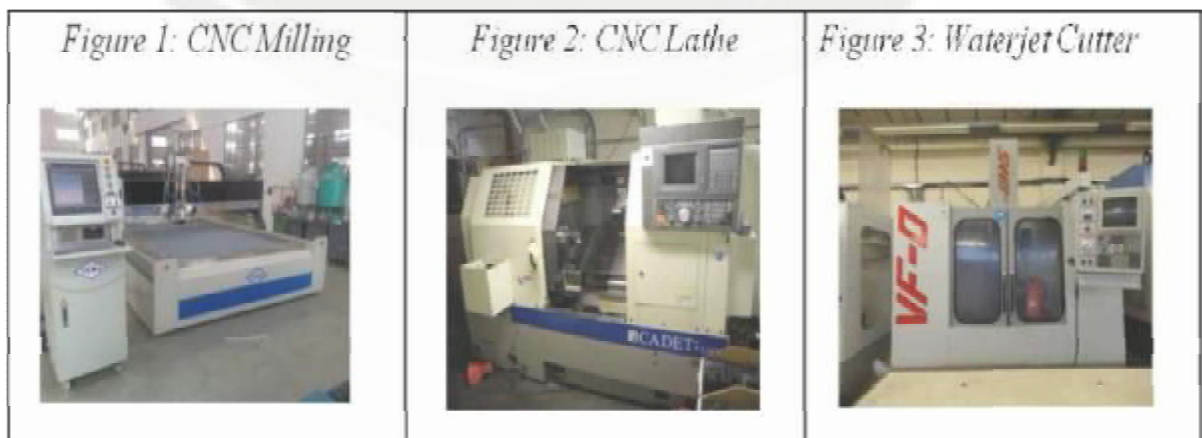
Πιο τεχνικά τα πλαίσια (σασί) των μονοθέσιων θα είναι κατασκευασμένα κατά κύριο λόγο από πάνελ αλουμινίου και κάποια μέρη από ανθρακόνημα (carbon fiber). Ο λόγος που θα χρησιμοποιηθούν τέτοιου είδους κατασκευαστικά υλικά είναι για να είναι τα μονοθέσια πιο ελαφριά, ώστε να έχουν υψηλές επιδόσεις κατά την επιτάχυνση και κατά τη διάρκεια της ροής τους στους αγώνες. Συγκεκριμένα τα πάνελ αλουμινίου που θα χρησιμοποιηθούν στο πλαίσιο θα είναι πάνελ "Σάντουιτς" (τα πάνελ αυτά αποτελούνται από 4 στρώσεις Kevlar από κάθε πλευρά και ενδιάμεσα ένα στρώμα αφρού), που θα αποτελούνται σε κάποια μέρη είτε από πάνελ των 0.8 χιλιοστών και τα δύο, είτε το ένα 0.8 και το άλλο 1 χιλιοστό, και ένα στρώμα κυψελωειδούς αλουμινίου του οποίου το πάχος διαφέρει από μέρος σε μέρος και αυτό για τεχνικούς λόγους. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να αποφευχθεί η πολυπλοκότητα κατασκευής καλουπιών που απαιτεί περισσότερες εργατοώρες και εργατικό δυναμικό για τη χρήση πολλαπλών πειραμάτων πριν το τελικό αποτέλεσμα. Βέβαια, αξίζει να σημειωθεί πως κάποιες μικρές κατασκευές καλουπιών υπάρχουν κυρίως για την κατασκευή

μερών του πλαισίου από σύνθετα υλικά όπως είναι τα ανθρακονήματα.

Τα πάνελ αλουμίνιου θα παίρνουν τη μορφή που χρειάζονται μέσω του εξειδικευμένου προσωπικού στη χρήση CNC μηχανημάτων. Τη δημιουργία του σασί (πλαισίου) ολοκληρώνει το αεροδυναμικό πακέτο που θα εντυπωσιάζει όχι μόνο στην όψη, αλλά και στις επιδόσεις που θα παρέχει. Κατασκευάζεται από Carbon fiber και αφρό ο οποίος έχει κοπεί στο επιθυμητό σχήμα με την χρήση hot wire, τεχνικής που φέρει γρήγορα και ποιοτικά αποτελέσματα. Το αεροδυναμικό πακέτο προσομοιώνεται σε πραγματικές συνθήκες με τη χρήση κατάλληλου λογισμικού, CFD προγραμμάτων (Computer Fluid Dynamics).

Η τελευταία και πιο σημαντική, είναι η κινητήριος δύναμη των μονοθέσιων και πιο συγκεκριμένα η μετάδοση τους σε συνδυασμό με τον κινητήρα τους. Έχει επιλεγεί να υπάρχει μόνο ένας ηλεκτροκινητήρας για μειωμένο κόστος και μικρή πολυπλοκότητα. Οι μπαταρίες πολυμερών λιθίου που χρησιμοποιούνται για την κίνηση των μονοθέσιων βρίσκονται σε δύο κουτιά από "Σάντουιτς" πάνελ. Τέλος, τα υλικά που χρησιμοποιούνται για τη μετάδοση, είναι ο χάλυβας και το αλουμίνιο. Είναι δύο συστατικά στοιχεία που ικανοποιούν τον στόχο της βιωσιμότητας.

Η κατεργασία των πρώτων υλών θα γίνεται από την ίδια την εταιρία σε τρεις συγκεκριμένες μηχανές κατεργασίας που θα έχει στη κατοχή της. Οι βασικές μηχανές που θα χρησιμοποιούνται για την οποιαδήποτε επεξεργασία των μονοθέσιων οχημάτων είναι οι παρακάτω:



Τεχνικά Χαρακτηριστικά των Μονοθεσίων

| Characteristics | Specifications |
|-------------------------------|---|
| Length/Width/Height/Wheelbase | 2.7m/1316mm /1161mm /1.6m |
| Track (front/rear) | 1164mm/1120mm |
| Weight | 213 kg |
| Suspension (front/rear) | Double unequal Carbon fiber wishbones, Directly actuated fully adjustable shocks, aluminum CNC milled uprights and hubs |
| Tires (front/rear) | 18.0 x 7.5 – 10” Hoosier R25B |
| Wheels (front/rear) | 254mm wide, 2pc aluminum rims |
| Brakes (front/rear) | Four/two piston calipers (Front/Rear), 180mm floating discs, regenerative braking |
| Chassis Construction | Folded aluminum |
| Power output/Torque output | 80 kW / 980Nm |

| | |
|-----------------------------|--|
| Transmission | Direct transmission |
| Differential | Drexler FSAE LSD |
| Aerodynamic package | Full undertray, twin wings |
| Electric Motor-Transmission | <p>Motor EMRAX 228</p> <p>[Max torque 980Nm/Max Power 100kW(~134hp)],</p> <p>Limited at 80kW, self designed cooling system, self developed</p> <p>2-stage gear transmission with limited slip differential</p> |
| Accumulator | Lithium polymer cells (Li-Po) w. high energy capacity, maximum overall voltage: 400V |

Συνεργασίες

Η UoP Racing έχει ήδη συνάψει συνεργασίες με προμηθευτές που θα παρέχουν στην εταιρία ακατέργαστα πάνελ αλουμινίου, βίδες, πανί ανθρακονήματος, λάστιχα, μπαταρίες πολυμερών λιθίου, control system, αλλά και με μεταφορικές εταιρίες από τις οποίες οι πελάτες θα παραλαμβάνουν το δικό τους μονοθέσιο ή και οποιοδήποτε ανταλλακτικό χρειάζονται κατόπιν παραγγελίας. Ωστόσο, σημαντική συνεργασία για την εταιρία είναι και με κάποια τοπικά μηχανουργεία που θα παρέχουν τις υπηρεσίες τους με άμεση ανταπόκριση και σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Τέλος, πνοή για το πελατολόγιο της εταιρίας θα είναι και η συνεργασία που θα υπάρχει με μία παγκοσμίου φήμης ασφαλιστική εταιρία, την Allianz. Η UoP Racing θα είναι ασφαλιστικός διαμεσολαβητής (μόνο της συγκεκριμένης εταιρίας), που θα παρέχει ασφαλιστικές υπηρεσίες στους πελάτες της αν επιλέξουν το αντίστοιχο πακέτο ασφάλισης.

Οι Υπηρεσίες

Η εταιρία γνωρίζοντας πως οι καλύτερες σχέσεις χτίζονται βάσει των υπηρεσιών σε ένα προϊόν, θα παρέχει αρκετές εναλλακτικές λύσεις επικοινωνίας που θα διευκολύνουν τον κάθε πελάτη από όλο τον κόσμο, όπου κι αν βρίσκεται, οποιαδήποτε ώρα. Θα υπάρχει τηλεφωνική επικοινωνία (ειδικό τηλεφωνικό κέντρο) 24 ώρες την ημέρα και 7 ημέρες την εβδομάδα και online chat απευθείας από την ιστοσελίδα της UoP Racing.

Επίσης, κατά την αγορά ενός μονοθέσιου ο πελάτης θα έχει τη δυνατότητα να επιλέξει ανάμεσα σε κάποια extra πακέτα υπηρεσιών που θα στοχεύουν στην απόλυτη ικανοποίηση του και στη σιγουριά ότι αγοράζει ένα προϊόν με δυνατότητες service ακόμα και μετά από κάθε αγώνα (ανάλογα το πακέτο υπηρεσίας που θα επιλέξει) και ασφάλεια του μονοθέσιου ή και του ίδιου του οδηγού μόνο κατά τη διάρκεια των αγώνων στα πρωταθλήματα ή αν πρέπει να παρευρεθεί σε κάποια διοργάνωση μηχανοκίνησης.

Συνοπτικά τα πακέτα υπηρεσιών είναι τα εξής:

- Τηλεφωνική Επικοινωνία
- Online Chat

- Forum ερωτό-απαντήσεων (UoP Racing community)
- Service του μονοθέσιου στον χώρο του πελάτη
- Ασφαλιστική κάλυψη (διάφορα ευέλικτα πακέτα και ειδικές προσφορές)



3. Competitive Comparison

Ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος (κατά κύριο λόγο στην Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο), διότι στα πρωταθλήματα που διεξάγονται και γενικά στους αγώνες που υπάρχουν εκτός από τα μονοθέσια με τους βενζινοκινητήρες έχουν κάνει την εμφάνιση τους μερικά χρόνια τώρα και μονοθέσια με ηλεκτροκινητήρες. Πλέον δεν έχουν, όμως, τίποτα να ζηλέψουν από τα πρώτα όσο αναφορά την εμφάνιση, τα υλικά που έχουν χρησιμοποιηθεί για να κατασκευαστούν ή ακόμα και τις επιδόσεις τους κατά τη διάρκεια των αγώνων. Πρέπει να σημειωθεί ότι στα μονοθέσια με τους βενζινοκινητήρες ο ανταγωνισμός είναι ήδη μεγάλος, αφού πλέον υπάρχουν πολλές εταιρίες που συμμετέχουν στη Formula One World Championship. Ενώ στα μονοθέσια με ηλεκτροκινητήρες ο ανταγωνισμός είναι μικρότερος αφού είναι σχετικά μία νέα ιδεολογία έξυπνης και εναλλακτικής οδήγησης. Επομένως, μία νέα επιχείρηση που σχετίζεται με τέτοιου είδους μονοθέσια ενδείκνυται να μπορεί να εισαχθεί και να αναπτυχθεί στον χώρο ίσως λίγο πιο εύκολα από ότι στον αντίστοιχο χώρο με τα μονοθέσια βενζινοκινητήρων.

Η θέση της UoP Racing στην αγορά

Ως μία νεοφυή επιχείρηση που δεν έχει σχετιστεί ξανά επίσημα με τον μηχανοκίνητο αθλητισμό ηλεκτροκίνησης πρέπει να κινηθεί με έξυπνο τρόπο στον χώρο, ώστε η αγορά να την εμπιστευτεί όπως ήδη κάνει εδώ και μερικά χρόνια στις αντίστοιχες εταιρίες.

Αρχικά, η UoP Racing engineering Company απευθύνεται σε ένα μεγάλο αγοραστικό κοινό ηλικίας 19 έως και 60, με το μεγαλύτερο ποσοστό (77%) να επικεντρώνεται στις ηλικίες 19 έως 29. Ο ενδιαφερόμενος θα μπορεί είτε να αγοράσει ένα μονοθέσιο και να διαγωνίζεται επαγγελματικά με την προσωπική του ομάδα στη Formula-E Championship, είτε θα μπορεί να τρέχει σε αγώνες ερασιτεχνικά μέσω ενοικίασης ενός τέτοιου μονοθέσιου από εταιρίες όπως είναι για παράδειγμα η RSRnurburg. Συγκεκριμένα η RSRnurburg, ειδικεύεται στην ενοικίαση πολυτελών οχημάτων και μονοθέσιων, παρέχοντας σε ένα μεγάλο αγοραστικό κοινό που δεν έχει τη δυνατότητα να αγοράσει και να συντηρήσει τέτοιου είδους οχήματα, να τρέχει σε διεθνής πίστες ανά τον κόσμο σε ικανοποιητικές τιμές και για όσο χρονικό διάστημα θέλει.

Οι ανταγωνιστές

Η UoP Racing εστιάζει σε δύο βασικούς ανταγωνιστές, όπου ο ένας επικεντρώνεται στην ηλεκτροκίνηση και την εναλλακτική οδήγηση, αλλά το κόστος είναι υψηλό και ο άλλος υποστηρίζει τους βενζινοκινητήρες, αλλά σε μειωμένο κόστος, ώστε να υπάρχει μεγάλη απήχηση από το κοινό. Είναι δύο βασικοί ανταγωνιστές με μεγάλη απήχηση στο αγοραστικό κοινό, το οποίο ενδιαφέρεται για υψηλές επιδόσεις και ικανοποιητικό κόστος κατά την αγορά και τις υπηρεσίες που παρέχει η κάθε εταιρία.

Στη συνέχεια ακολουθεί ο πρώτος ανταγωνιστής της UoP Racing, που είναι το ηλεκτροκίνητο μονοθέσιο της Formula E.



Συγκεκριμένα, τα μονοθέσια της Formula E έχουν εδραιωθεί στον χώρο της ηλεκτροκίνησης, αφού πρωτοστάτησαν στην εναλλακτική οδήγηση μονοθέσιων, και πλέον έχουν μεγάλη απήγηση σε εκείνο το κοινό που κινείται σε αυτά τα πλαίσια. Η Formula E είναι ο καταλύτης μεταξύ των εταιριών που μάχονται για τη προστασία του περιβάλλοντος, και είναι κατά των καυσαερίων και της ρύπανσης. Με αυτό τον τρόπο διάφορες εταιρίες, ειδικοί, οργανισμοί και άλλοι, προωθούν αυτού του είδους μονοθέσια έχοντας χτίσει με αυτό τον τρόπο ένα πρωτάθλημα (Formula-E Championship), το οποίο αφορά μονοθέσια εξ' ολοκλήρου μονοθέσια με ηλεκτροκινητήρες. Δημιουργώντας γερά θεμέλια, για το μέλλον του μηχανοκίνητου αθλητισμού. Επομένως, η εταιρία κατασκευάζει πρότυπα μονοθέσια που αντιπροσωπεύουν το μέλλον όχι μόνο στον μηχανοκίνητο αθλητισμό, αλλά και στο εσωτερικό της κάθε αυτοκινητοβιομηχανίας που πλέον μέσω των τμημάτων της Έρευνας και Ανάπτυξης (R&D) μελετάται η καινοτομία στον τομέα αυτόν και για το πώς θα υπάρξει βιωσιμότητα στην ηλεκτροκίνηση των μονοθέσιων οχημάτων και των οχημάτων πόλης. Άλλωστε, έχει παρατηρηθεί στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ πως τα τελευταία 4 χρόνια έχουν κάνει την εμφάνιση στους δρόμους των πόλεων οχήματα πόλης που κινούνται με ρεύμα και έχουν κατασκευαστεί ειδικοί σταθμοί φόρτισης των οχημάτων αυτών. Έτσι, σιγά σιγά ένα όραμα αρχίζει και γίνεται πραγματικότητα και να παίρνει πνοή στους δρόμους

των πόλεων ανά τον κόσμο.

Ο δεύτερος ανταγωνιστής της UoP Racing είναι η Formula Gloria.



Η Formula Gloria συνεχίζει να προάγει ότι ξεκίνησε πριν πολλά χρόνια από τη Formula One World Championship. Μονοθέσια, δηλαδή, με κινητήρες βενζίνης. Η Formula Gloria εστιάζει αποκλειστικά και μόνο στους ερασιτέχνες οδηγούς μονοθέσιων, έχοντας δημιουργήσει ειδικά Club-Racing ανά τον κόσμο. Το αγοραστικό της κοινό είναι κατά κύριο λόγο νεαρής ηλικίας, αφού θεωρείται ένα μονοθέσιο που μπορεί ένας οδηγός να ξεκινήσει τη καριέρα του ή να απολαύσει σχετικά οικονομικά τον ενθουσιασμό του για την μηχανοκίνηση. Η Formula Gloria είναι ιταλικής παραγωγής, με κινητήρα βενζίνης και εύκολα επισκευάσιμα μηχανικά κομμάτια και με ικανοποιητικές επιδόσεις για τα χρήματα που κοστίζει και τα αντίστοιχα πρωταθλήματα που συμμετέχει (Formula Gloria Championship).

Τεχνικά Χαρακτηριστικά των Formula E, Formula Gloria και UoP5e

| Best Options | Formula E | Formula Gloria | UoP5e |
|-------------------------|------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Hp/Ton ratio | 304 BAD FEATURE | 523 MODERATE FEATURE | 569,7 GOOD FEATURE |
| 0-100 km/h acceleration | 3 sec GOOD FEATURE | 3,5 sec BAD FEATURE | 3 sec GOOD FEATURE |
| Aero Package | Yes GOOD FEATURE | Yes GOOD FEATURE | Yes GOOD FEATURE |
| Price | 350.00€ BAD FEATURE | 45.500€ MODERATE FEATURE | 40.000€ GOOD FEATURE |
| Electric | Yes GOOD FEATURE | No BAD FEATURE | Yes GOOD FEATURE |
| Conclusion | REJECTED | CONSIDERABLE | ACCEPTED |

Στον ανταγωνιστικό τομέα του μηχανοκίνητου αθλητισμού είμαστε σε θέση να ανακοινώσουμε ότι το UoP5e μονοθέσιο είναι αναμφισβήτητα ο νικητής. Όπως σημειώνεται στον παραπάνω πίνακα έχει εξαιρετικό hp / τόνο 569,7 αφήνοντας τη Formula E και τη Formula Gloria να είναι κατά πολύ πίσω. Η UoP Racing engineering Company έχει στόχο να δημιουργήσει αγωνιστικά μονοθέσια σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα και να εδραιωθεί στον χώρο ως μία εναλλακτική εταιρία με ηλεκτροκίνητα μονοθέσια χαμηλού κόστους. Έτσι δημιουργεί το UoP5e ως το φθηνότερο μονοθέσιο (40.000€), ακολουθεί η Formula Gloria (45.000€) και τελευταία η Formula E (350.000 €).

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι είναι φθηνότερο από ό,τι η Formula E και από όλα τα ηλεκτροκίνητα μονοθέσια που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στη μηχανοκίνητη αγορά. Και τα δύο ηλεκτρικά μονοθέσια είναι ανταγωνιστές ως προς την επιτάχυνση στα 3 δευτερόλεπτα, εκτός από την Formula Gloria που είναι μισό δευτερόλεπτο πιο αργή. Ακόμα στον πίνακα παρατηρούμε πως και τα 3 μονοθέσια έχουν αεροδυναμικό πακέτο, ώστε να κερδίζουν το πλεονέκτημα στις πίστες κατά τη διάρκεια των αγώνων. Τέλος, το UoP5e έχει δεσμευτεί να επιτύχει, ως ένα μονοθέσιο που να διασφαλίζει ευκολία συντήρησης και ασφάλειας. Ως ένα οικολογικό και φιλικό

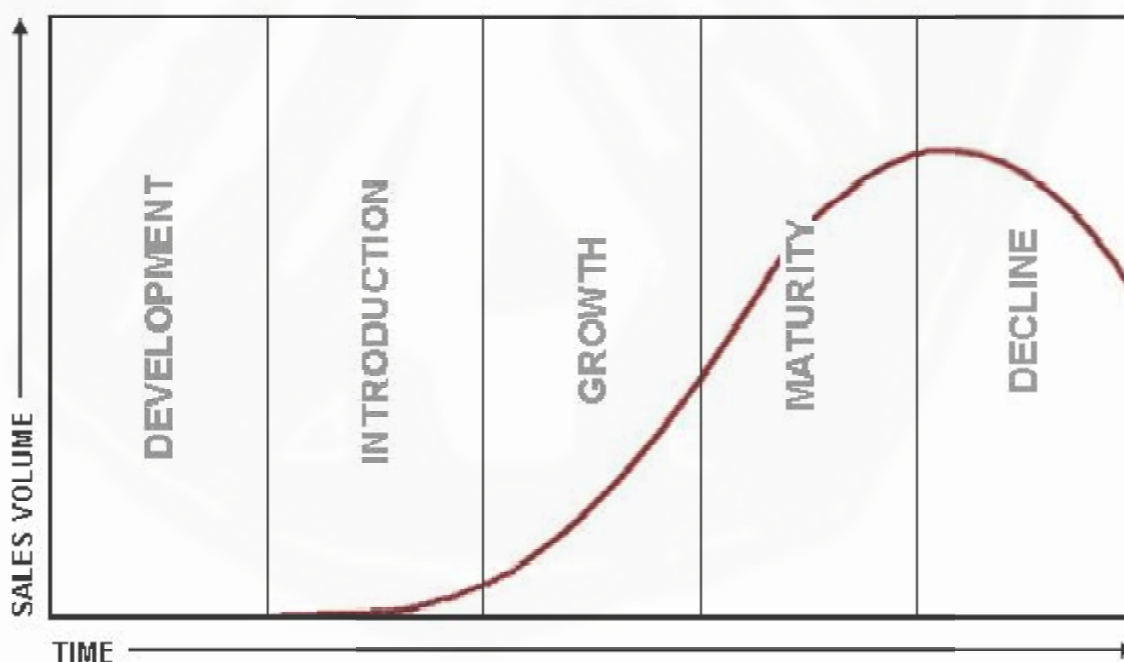
προϊόν προς το περιβάλλον, με μηδενικούς ρύπους και ως η καλύτερη και οικονομικότερη λύση αυτή τη στιγμή στην αγορά.



4. Fulfillment

Για το προϊόν

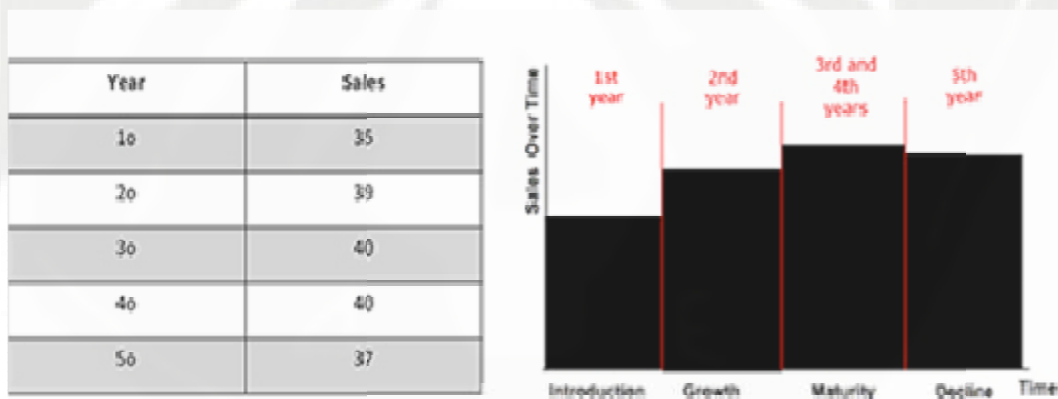
Πιο πρακτικά η UoP Racing engineering Company θα φτάσει τη παραγωγή της έως και 40 μονοθέσια σε ένα έτος και θα πωλούνται στην τιμή των 40.000€ Σχεδόν όλα τα κομμάτια των οχημάτων θα κατασκευάζονται από την ίδια την εταιρία. Το κόστος του κάθε μονοθέσιου και για τα πέντε έτη παραγωγής του θα ανέρχεται στο ποσό των 22.822€ Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα πέντε έτη παραγωγής των UoP5e μονοθέσιων με τα ακριβή νούμερα των μονάδων που θα παράγονται ανά έτος. Τα νούμερα προκύπτουν ύστερα από υπολογισμούς των ειδικών της εταιρίας και σύμφωνα με την καμπύλη κύκλου ζωής ενός προϊόντος (product's life cycle).



Περίληπτικά, στη καμπύλη κύκλου ζωής ενός προϊόντος αρχικά υπάρχει η έρευνα η οποία συνήθως έχει διάρκεια πάνω από ένα χρόνο. Αφού τελειοποιηθεί η θεωρία, τότε αρχίζει η επιχείρηση στη πράξη να δημιουργεί πιλοτικά προϊόντα

και να τα εισάγει στην αγορά. Σε αυτό το σημείο οι managers της επιχείρησης παρακολουθούν την αγορά μαζί με το προϊόν τους, ώστε στη συνέχεια να υπάρξει η ανάπτυξη των προϊόντων τους στην αγορά. Μετά την ανάπτυξη (η οποία μπορεί να έχει διάρκεια 2 ή 3 χρόνια ή και περισσότερα) έρχεται η ωρίμανση των προϊόντων στη συγκεκριμένη αγορά και κατά αυτό τον τρόπο η επιχείρηση θα πρέπει ήδη να έχει ξεκινήσει τις διαδικασίες για κάτι νέο, ίσως και τεχνολογικά καινοτόμο, ώστε να το εισάγει στη συνέχεια στην υπάρχουσα αγορά ή και σε νέες αγορές που έχουν προοπτικές οικονομικής ανάπτυξης. Διότι το τελικό στάδιο του κύκλου ζωής ενός προϊόντος είναι η απόρριψη που θα αρχίζει να δέχεται το συγκεκριμένο προϊόν. Σε αυτό το γεγονός μπορεί να ευθύνεται η εισαγωγή νέων, καλύτερων προϊόντων από άλλες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, ή οι καταναλωτές να μην δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον πλέον για το συγκεκριμένο προϊόν και να περιμένουν κάτι καλύτερο που θα καλύπτει τις ανάγκες τους. Στο σύνολο ο κύκλος ζωής ενός προϊόντος μπορεί να έχει διάρκεια 5 έτη ή και περισσότερα, αναλόγως το είδος του προϊόντος.

Στους παρακάτω πίνακες αποτυπώνονται η διάρκεια του UoP5e που θα βρίσκεται στην αγορά από την ανάπτυξη του μέχρι και τη διάρκεια ωρίμανσης του.



Από το πρώτο κιάλας έτος, ενώ η παραγωγή θα έχει πιλοτικό χαρακτήρα, η UoP Racing θα κατασκευάσει 35 μονοθέσια για να εισαχθεί δυναμικά στην ηλεκτροκίνηση. Κατά το δεύτερο έτος όπου θα είναι και η ανάπτυξη της στον τομέα, θα κατασκευάσει 39 οχήματα και η κορύφωση θα είναι τον τρίτο και τον τέταρτο χρόνο με έως και 40 UoP5e μονοθέσια. Σε αυτά τα δύο χρόνια ήδη ο τομέας R&D της εταιρίας θα βρίσκεται στη διαδικασία σχεδίασης του επόμενου

μονοθέσιου (το UoP6e), με πλήρως νέα τεχνολογία, ώστε να προάγει η εταιρία για ακόμα μία φορά στα μοντέλα της την τεχνολογία, τη καινοτομία των υλικών και μάλιστα σε χαμηλό κόστος. Τέλος, στο πέμπτο έτος θα κατασκευαστούν 37 μονοθέσια. Τον πέμπτο χρόνο παραγωγής του UoP5e, σύμφωνα με τις έρευνες, θα έχει επέλθει σιγά σιγά ο κορεσμός και πλέον η εταιρία θα βρίσκεται στη κατασκευή του επόμενου προϊόντος και στη δημιουργία νέων υπηρεσιών, που θα εστιάζουν ακόμα περισσότερο στις ανάγκες των πελατών της.

Για τις υπηρεσίες

Οι υπηρεσίες όπως αναφερθήκαμε και στην αρχή του επιχειρηματικού πλάνου θα αποτελούν ευέλικτα πακέτα και θα εστιάζουν στις ανάγκες των πελατών της εταιρίας. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται ενδεικτικά μερικές από τις τιμές των πακέτων-υπηρεσιών.

| Services | Prices |
|---|---------------|
| Τηλεφωνική Επικοινωνία | Χρέωση πελάτη |
| Online Chat | Δωρεάν |
| Forum (UoP Racing community) | 50€έτος |
| Service μονοθέσιων στον χώρο ρου πελάτη | ~5000€ |
| Ασφαλιστική κάλυψη | 600€2000€έτος |

Η τηλεφωνική επικοινωνία θα λειτουργεί 24 ώρες και 7 ημέρες την εβδομάδα και θα παρέχεται δωρεάν για όλους τους πελάτες της UoP Racing Team. Το εργατικό δυναμικό που θα απασχολείται στο τηλεφωνικό κέντρο θα έχει εξειδικευμένες γνώσεις στα μονοθέσια οχήματα ώστε οι πελάτες να παίρνουν τις πληροφορίες τους τη στιγμή που τις χρειάζονται. Το ίδιο ακριβώς θα συμβαίνει και με το online chat που θα παρέχεται στο site της εταιρίας για γρήγορες και άμεσες απαντήσεις, χωρίς αναμονή στις τηλεφωνικές γραμμές. Επιπλέον κόστος θα υπάρχει για όσους

πελάτες ενδιαφέρονται να συμμετέχουν σε forum το οποίο θα είναι το επίσημο της UoP Racing και θα μπορούν να συμμετέχουν πελάτες οι οποίοι κατέχουν μονοθέσιο της UoP Racing, αλλά και το εργατικό δυναμικό της εταιρίας ώστε να παρέχει αξιόπιστες απαντήσεις για τα ηλεκτροκίνητα μονοθέσια. Το κόστος για το συγκεκριμένο forum θα ανέρχεται στο ποσό των 50€ τον χρόνο. Ακόμα, η εταιρία θα παρέχει service των μονοθέσιων όποτε θελήσει ο πελάτης στον χώρο του. Το κόστος θα είναι περίπου 5.000€ ανάλογα με το είδος του service που θέλει να πραγματοποιήσει ο πελάτης (μερικό/ολικό). Τα βασικά που εμπεριέχονται σε αυτή τη τιμή είναι τα μεταφορικά του εξειδικευμένου προσωπικού, η αμοιβή του (τα εργατικά), τυχόν ανταλλακτικά που θα χρειαστούν (κατά προσέγγιση στην παραπάνω τιμή), καθώς και το κέρδος της εταιρίας. Η διαδικασία θα γίνεται μέσω ραντεβού και προσωπικής επικοινωνίας του τεχνικού με τον πελάτη για τον καθορισμό των ημερομηνιών του service και τη περιγραφή για το τί περίπου μπορεί να χρειάζεται το μονοθέσιο ακόμα. Η τελευταία υπηρεσία που θα παρέχεται είναι η ασφαλιστική κάλυψη του οδηγού και του μονοθέσιου, από την συνεργασία της UoP Racing με την Allianz ασφαλιστική, που θα παρέχει στην εταιρία ευέλικτα και ειδικά πακέτα για τα μονοθέσια και τους οδηγούς και ειδικές προσφορές ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Κατά προσέγγιση οι τιμές των πακέτων θα ξεκινούν από 600€ και θα φτάνουν έως και το ποσό των 2.000€ τον χρόνο. Αναλυτικά τα πακέτα ασφάλισης και οι καλύψεις δεν έχουν τελειοποιηθεί πλήρως, επομένως δε μπορούν να αναλυθούν περισσότερο. Τέλος, η UoP Racing από τη συνεργασία της με την Allianz ασφαλιστική εταιρία θα αμοιβεται βάσει προμήθειας αρχικά κατά 26% ανά ασφαλιστήριο συμβόλαιο και όταν η παραγωγή των ασφαλιστηρίων συμβολαίων αυξηθεί τότε θα υπάρξει αύξηση και στη προμήθεια τους.

Οικονομική Ανάλυση

Τα πρώτα έξοδα που θα καταγραφούν αφορούν τις εγκαταστάσεις της επιχείρησης και το συνολικό κόστος ανέρχεται στο ποσό των 549.240€ και αφορά στο σύνολο τους 1.340 τ.μ. μαζί με το ενοίκιο του χώρου. Στους εσωτερικούς χώρους όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω στο επιχειρηματικό σχέδιο θα βρίσκεται ένας συγκεκριμένος χώρος όπου είναι ο χώρος της παραγωγής με όλα τα μηχανήματα, τα γραφεία και η αποθήκη. Και στο εξωτερικό του κτιρίου θα βρίσκεται ο χώρος testing των μονοθέσιων, που θα χρησιμοποιείται κυρίως για τα ανάλογα test που θα γίνονται στα μονοθέσια όταν θα έχει ολοκληρωθεί η κατασκευή τους. Στον παρακάτω πίνακα αναγράφονται τα τετραγωνικά μέτρα των χώρων με τις αντίστοιχες τιμές.

| Εγκαταστάσεις | | | |
|----------------------|--------------|----------------|-----------------|
| Εργοστάσιο | T.M | Κόστος (€)/τ.μ | Συνολικό Κόστος |
| Παραγωγή | 420 | 400€/τ.μ | 168.000€ |
| Γραφεία | 60 | 1000€/τ.μ | 60.000€ |
| Αποθήκη | 110 | 200€/τ.μ | 22.000€ |
| Χώρος Testing | 750 | 100€/τ.μ | 75.000€ |
| Μηχανήματα | - | - | 139.240€ |
| Άλλα | - | - | 85.000€ |
| Σύνολο | 1.340 | - | 549.240€ |

Κατά την αναφορά και περιγραφή των μονοθέσιων έχουν αναφερθεί τα βασικά μηχανήματα που θα χρησιμοποιούνται για την κατασκευή των οχημάτων. Όλα τα μηχανήματα στο σύνολο τους είναι 15 και το συνολικό τους κόστος είναι

139.230€ Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνονται αναλυτικά τα μηχανήματα με τις αντίστοιχες τιμές τους. Οι τιμές των περισσότερων μηχανημάτων είναι τιμές μεταχειρισμένων διετίας, προκειμένου να μειωθεί το κόστος του συνολικού ποσού αγοράς των μηχανημάτων.

| Μηχανήματα | Κόστος/Μονάδα (€) | Αριθμός Μονάδων | Συνολικό Κόστος (€) |
|---|------------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| Vacuum Pump | 500 | 4 | 2.000€ |
| Chassis Molds | 15000 | 1 | 15.000€ |
| Composites Manufacturing Consumables | 10000 | 1 | 10.000€ |
| Tube bending Machine | 100 | 1 | 100€ |
| Drill Press | 420 | 1 | 420€ |
| Horizontal Band Saw | 830 | 1 | 830€ |
| TIG welding machine | 880 | 1 | 880€ |
| 4-axis CNC Milling Machine | 35000 | 1 | 35.000€ |
| CNC Lathe | 25000 | 1 | 25.000€ |
| Tool Set With Roller Cabinet | 10000 | 2 | 20.000€ |
| Water Jet cutter | 40000 | 1 | 40.000€ |
| Σύνολο | - | 15 | 139.230€ |

Εν συνεχεία αποτυπώνονται τα αναμενόμενα έξοδα για τα 5 πρώτα έτη λειτουργίας της UoP Racing.

| ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΕΞΟΔΑ | | | | | | |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| Έξοδα | έτος 0 | έτος 1 | έτος 2 | έτος 3 | έτος 4 | έτος 5 |
| Κόστος Εγκατάστασης | 139.230€ | - € | - € | - € | - € | - € |
| Κόστος Μηχανημάτων | 549.240€ | - € | - € | - € | - € | - € |
| Λειτουργικά έξοδα | 95.000€ | 295.000€ | 300.000€ | 310.000€ | 300.000€ | 320.000€ |
| Μισθοί Προσωπικού | 162.000€ | 192.000€ | 204.000€ | 216.000€ | 240.000€ | 240.000€ |
| Κόστος οχημάτων | 799.155€ | 890.487€ | 913.320€ | 913.320€ | 844.821€ | - € |
| Σύνολο | 1.744.625€ | 1.377.487€ | 1.417.320€ | 1.439.320€ | 1.384.821€ | 560.000€ |

Κατά το έτος 0 τα συνολικά έξοδα ανέρχονται στο ποσό των 1.744.625 € και περιλαμβάνουν το κόστος της εγκατάστασης, η οποία είναι σιδεροκατασκευή, το ενοίκιο του χώρου, το κόστος των μηχανημάτων, και το συνολικό ποσό των μισθών των 20 εργαζομένων της επιχείρησης μαζί με την ασφάλιση τους. Αναφέρονται επίσης, το κόστος των οχημάτων για την επόμενη χρονιά που θα υπάρχουν και οι πρώτες πωλήσεις και τα συνολικά λειτουργικά έξοδα που εν ολίγοις περιλαμβάνουν τους δημόσιους φόρους που πρέπει η επιχείρηση να καταβάλλει μηνιαίως και τον χρόνο, και τις ανάλογες προωθητικές ενέργειες στις χώρες και τα πρωταθλήματα στα οποία απευθύνεται η UoP Racing. Από το έτος 1 έως και το έτος 4 τα συνολικά έξοδα ανέρχονται κατά μέσο όρο στο ποσό των 1.400.000 € (τον χρόνο), που περιλαμβάνουν πάλι το κόστος κατασκευής των μονοθέσιων, τους μισθούς και την ασφάλιση των εργαζομένων και φυσικά τα λειτουργικά έξοδα που εκτός από τους δημόσιους φόρους και τις προωθητικές ενέργειες σε αυτά τα έτη περιλαμβάνονται οι συντηρήσεις των μηχανημάτων και τα ενοίκια του χώρου. Τέλος, στο έτος 5 έχουν καταγραφεί τα λειτουργικά έξοδα και οι μισθοδοσίες των εργαζομένων, αλλά δεν έχει συμπεριληφθεί το κόστος των νέων μονοθέσιων που πρόκειται να κατασκευαστούν από το 5^ο έτος λειτουργίας της UoP Racing. Όμως, στο 4^ο έτος η επιχείρηση θα είναι σε θέση να γνωρίζει το κόστος των νέων μονοθέσιων και τότε θα καταγραφεί επίσημα και αυτό. Χωρίς, λοιπόν, το κόστος αυτό, τα έξοδα για το έτος 5 ανέρχεται στο ποσό των 560.000 €

Τα αναμενόμενα μικτά κέρδη της UoP Racing εμφανίζονται στον πίνακα με τις εξής παραδοχές:

| ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΚΕΡΔΗ | | | | | | |
|--------------------------------------|------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Έσοδα | έτος 0 | έτος 1 | έτος 2 | έτος 3 | έτος 4 | έτος 5 |
| Κατασκευή Οχημάτων | - | 30 | 33 | 40 | 40 | 37 |
| Κατασκευή Οχημάτων (πώληση στην RSR) | - | 5 | 6 | - | - | - |
| Συνολική Πώληση Οχημάτων | - € | 1.396.000€ | 1.555.200€ | 1.600.000€ | 1.600.000€ | 1.480.000€ |
| Πώληση Υπηρεσιών | - € | 445.000€ | 960.000€ | 1.325.015€ | 2.200.000€ | 3.200.000€ |
| Σύνολο | - € | 1.841.000€ | 2.515.200€ | 2.925.015€ | 3.800.000€ | 4.680.000€ |

Στο έτος 0 της επιχείρησης τα κέρδη θα είναι μηδενικά, αλλά από το 1^ο έτος που θα έχουν υπάρξει οι πρώτες πωλήσεις των μονοθέσιων, το ποσό των μικτών κερδών θα ανέρχεται στο 1.841.000€ και περιλαμβάνει τις συνολικές πωλήσεις των μονοθέσιων και των υπηρεσιών που θα παρέχει η εταιρία στους πελάτες της. Οι συνολικές πωλήσεις, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των ειδικών της εταιρίας, θα φτάσουν περίπου τα 4.500.000€ Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στο 1^ο και στο 2^ο έτος των πωλήσεων των UoP5e η επιχείρηση θα πωλήσει στην RSR (την εταιρία ενοικιάσεων) σε χαμηλότερη τιμή 5 μονοθέσια (το 1^ο έτος) και 6 μονοθέσια (το 2^ο έτος), έτσι ώστε το κοινό της μηχανοκίνησης να γνωρίσει καλύτερα τα νέα μονοθέσια της αγοράς. Η RSR θα αγοράσει από την UoP Racing τα μονοθέσια στη τιμή των 39.200€ το ένα, με δωρεάν service σε όλα τα μονοθέσια τον 1^ο χρόνο, ενώ το υπόλοιπο αγοραστικό κοινό θα έχει τη δυνατότητα να αποκτήσει ένα UoP5e στη τιμή των 40.000€ Πρέπει να επισημανθεί ότι οι υπηρεσίες που θα παρέχει η εταιρία έχουν υπολογιστεί και καταγραφεί κατά προσέγγιση και αναμένεται να ξεπεράσουν τα 3.000.000€ κατά το 5^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, αφού πλέον θα έχει εδραιωθεί στον κόσμο της μηχανοκίνησης.

Στο 2^ο και στο 3^ο έτος των κερδών της, η επιχείρηση θα έχει κέρδη περίπου έως και 2.925.000€ ενώ στο 4^ο έτος οι πωλήσεις θα είναι μεγαλύτερες (3.500.000€), αφού θα έχουν κατασκευαστεί 40 μονοθέσια και το συνολικό marketing plan θα έχει

λειτουργήσει. Τέλος, κατά το τελευταίο έτος του γενικού προγραμματισμού, η UoP Racing θα έχει κέρδη περίπου 4.700.000€ και θα έχει τη δυνατότητα σωστής σχεδίαση πωλήσεων των επόμενων μονοθέσιων της.

Στον τελευταίο πίνακα καταγραφής των οικονομικών της UoP Racing αποτυπώνονται τα καθαρά έσοδα.

| ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ | | | | | | |
|--------------------------|--------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Έτη | έτος 0 | έτος 1 | έτος 2 | έτος 3 | έτος 4 | έτος 5 |
| Έσοδα-Έξοδα | -1.744.625€ | 463.513€ | 1.097.880€ | 1.485.695€ | 2.415.179€ | 4.120.000€ |

Το έτος 0 η επιχείρηση στη πραγματικότητα δε θα έχει κέρδη καθόλου, ενώ από το 1^ο κιάλας έτος θα αρχίσει η εταιρία να έχει κέρδη και να αυξάνονται σιγά σιγά από τις συνολικές της πωλήσεις. Τα συνολικά καθαρά κέρδη στον πενταετή χρονικό ορίζοντα αναμένονται να αγγίξουν το ποσό των 4.000.000€

SWOT Analysis της UoP Racing engineering Company

Σημαντική σε αυτό το σημείο είναι και η ανάλυση SWOT, που έχει ως σκοπό να αποτυπώσει τις δυνάμεις, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες, αλλά και τις απειλές της επιχείρησης και των προϊόντων της. Παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά τα βασικά στοιχεία της UoP Racing engineering Company.

Δυνάμεις

- Προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον αφού ο κινητήρας είναι ηλεκτροκίνητος και έχει μηδενικούς ρύπους.
- Η κατασκευή του πλαισίου είναι από αλουμίνιο κατά κύριο λόγο και από μερικά κομμάτια carbon fiber. Με αυτό τον τρόπο τα μονοθέσια είναι πιο ελαφριά, άρα έχουν υψηλές επιδόσεις στους αγώνες.
- Τα μονοθέσια παρέχονται στην αγορά με αεροδυναμικό πακέτο.
- Η εταιρία λαμβάνει μεγάλο κέρδος λόγω της τεχνολογίας που χρησιμοποιεί και με αυτό τον τρόπο παράγει προϊόντα με χαμηλό κόστος.

- Η τοποθεσία του εργοστασίου της εταιρίας αποτελεί το κλειδί των μεταφορών των μονοθέσιων στις χώρες που σκοπεύει η UoP Racing αρχικά να αναπτυχθεί.

Αδυναμίες

- Τα μονοθέσια με ηλεκτροκινητήρες έχουν χαμηλή αυτονομία.
- Κάποια μέρη των UoP5e δεν είναι επισκευάσιμα, επομένως χρειάζονται ανταλλακτικά. Αυτό είναι ένα ακόμα κόστος για τον πελάτη.
- Η UoP Racing δεν έχει γίνει γνωστή στην αγορά και χρειάζεται διάστημα ώστε να εδραιωθεί.

Ευκαιρίες

- Μελλοντικά θα υπάρξουν κι άλλες συνεργασίες με εταιρίες που προωθούν την ηλεκτροκίνηση, ώστε να γίνει ακόμα πιο γνωστή η UoP Racing.
- Η αγορά που προωθεί την ηλεκτροκίνηση και τα προϊόντα eco-friendly είναι αναπτυσσόμενη.
- Υπάρχει μεγάλη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση στις χώρες που η εταιρίες στοχεύει.

Απειλές

- Η παγκόσμια οικονομική κρίση και η αύξηση των φόρων οποιαδήποτε στιγμή, μπορεί να σταθούν εμπόδια στην αγορά τέτοιων προϊόντων που δεν είναι πρώτης ανάγκης, αλλά κυρίως πολυτέλειας και ψυχαγωγίας.
- Τα πρωταθλήματα και τα club ηλεκτροκίνησης ενώ έχουν ακόμα αναπτυσσόμενο χαρακτήρα είναι δύσκολο μία νέα εταιρία να εισχωρήσει και να αποδείξει ότι τα προϊόντα της είναι εξίσου αξιόπιστα.

5. Technology

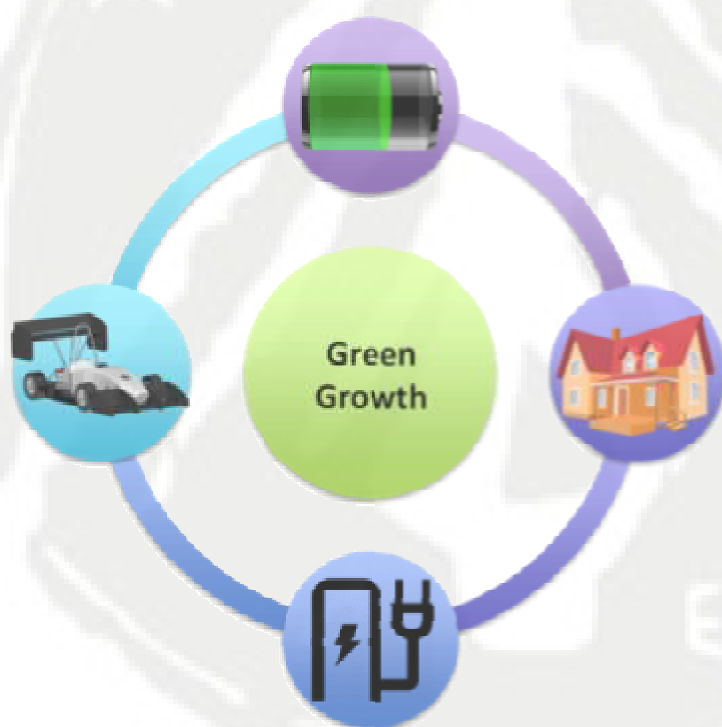
Τα τελευταία χρόνια η αγορά αρχίζει και γίνεται όλο και πιο απαιτητική ως προς την εναλλακτική οδήγηση με τα υλικά που χρησιμοποιούνται για τα κατασκευαστούν τα μονοθέσια και με τη ρύπανση του περιβάλλοντος. Ωστόσο η εταιρία έχει ήδη επισημάνει ό,τι ακριβώς ζητάει η αγορά. Προσπαθεί να προάγει την τεχνολογία, την βιωσιμότητα και τη φιλικότητα των μονοθέσιων ως προς το περιβάλλον. Τα UoP5e μονοθέσια δεν έχουν πλέον τίποτα να ζηλέσουν ως προς τα υπόλοιπα βενζινοκίνητα και ηλεκτροκίνητα μονοθέσια που παρέχει αυτή τη στιγμή η αγορά. Είναι ένα ολοκληρωμένο προϊόν, πλήρως ενημερωμένο σύμφωνα με ό,τι κυκλοφορεί στην αγορά αυτή τη στιγμή και αρκετά ελκυστικό για όλους τους λάτρεις της αυτοκίνησης.

Σύμφωνα με το σημερινό ενεργειακό μείγμα, χρησιμοποιώντας ένα ηλεκτρικό αυτοκίνητο θα οδηγήσει σε μείωση κατά 30% των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα. Όπως και το UoP5e, τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα αναμένεται να έχουν σημαντική επίδραση στις αυτοκινητοβιομηχανίες δίνοντας πλεονεκτήματα ως προς τη ρύπανση του περιβάλλοντος, λιγότερη εξάρτηση από το πετρέλαιο, και την αναμενόμενη αύξηση των τιμών της βενζίνης. Επομένως, οι σημερινές αυτοκινητοβιομηχανίες διανύουν μία μεγάλη μεταβολή ως προς τον τρόπο οδήγησης, διότι εισάγονται σιγά σιγά νέες και πιο βιώσιμες τεχνολογίες που οδηγούν τα αυτοκίνητα να είναι περισσότερο αποδοτικά και φιλικά ως προς το περιβάλλον. Σε αυτό το νέο μηχανισμό το ηλεκτρικό αυτοκίνητο θα διαδραματίσει τον κύριο λόγο για την επίτευξη των παραπάνω στόχων.

Ως προς το προϊόν της εταιρίας, η τεχνολογία της ηλεκτροκίνησης έχει αναπτυχθεί τόσο που κατά την επιτάχυνση ενός τέτοιου μονοθέσιου παράγεται χαμηλότερη ενέργεια από τις μπαταρίες λιθίου που χρησιμοποιούνται, με αποτέλεσμα ως προς την κατανάλωση ενέργειας και ως προς την ρύπανση του περιβάλλοντος τα μονοθέσια με ηλεκτροκινητήρα να βρίσκονται σαφώς σε ανώτερη θέση από ότι τα μονοθέσια με βενζινοκινητήρες ή και τα υβριδικά. Δηλαδή, τα οχήματα αυτά έχουν τη δυνατότητα να μειώσουν σημαντικά τη ρύπανση της πόλης, έχοντας μηδενικές εκπομπές σε

αντίθεση με τον σωλήνα εξαγωγής που χρησιμοποιείται για παράδειγμα στους βενζινοκινητήρες και δημιουργεί ρύπανση.

Η καινοτομία που προάγει η UoP Racing engineering Company είναι μία εύκολη και απλή ιδέα για μετά το τέλος του κύκλου ζωής του UoP5e. Ο ίδιος ο συσσωρευτής μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να κρατήσει τον λογαριασμό του ηλεκτρικού σε χαμηλότερα επίπεδα από το μέσο όρο, καθώς μπορεί να επαναφορτιστεί κατά τις ώρες εκτός αιχμής σε φθηνότερες τιμές, ενώ η επαναφορτιζόμενη χωρητικότητα της μπαταρίας παρέχει ισχύ στο ηλεκτρικό του. Επομένως, ο κάτοχος ενός UoP5e μπορεί να εξοικονομήσει χρήματα για την ηλεκτροδότηση της ίδιας του της κατοικίας, αλλά και τη φόρτιση του μονοθέσιου του, αφού δε θα χρειάζεται να φορτίζει το μονοθέσιο του απαραίτητα στους ειδικούς σταθμούς φόρτισης ηλεκτροκίνητων οχημάτων, αλλά και στη κατοικία του.



Αμέσως επόμενο πλεονέκτημα της τεχνολογίας αυτής είναι ότι τα ηλεκτροκίνητα μονοθέσια, δεν έχουν μηχανικά κομμάτια που χρειάζονται συντήρηση όπως τα βενζινοκίνητα, αλλά μόνο μπαταρίες και ηλεκτρονικά εξαρτήματα που συνδέονται με καλώδια. Τελευταίο και σημαντικό στην καινοτομία και τη τεχνολογία είναι ότι τα UoP5e είναι φιλικά προς το περιβάλλον. Κατά τη κατασκευή τους το εργοστάσιο έχει χαμηλότερες εκπομπές, άρα μειώνεται η υπερθέρμανση του πλανήτη.

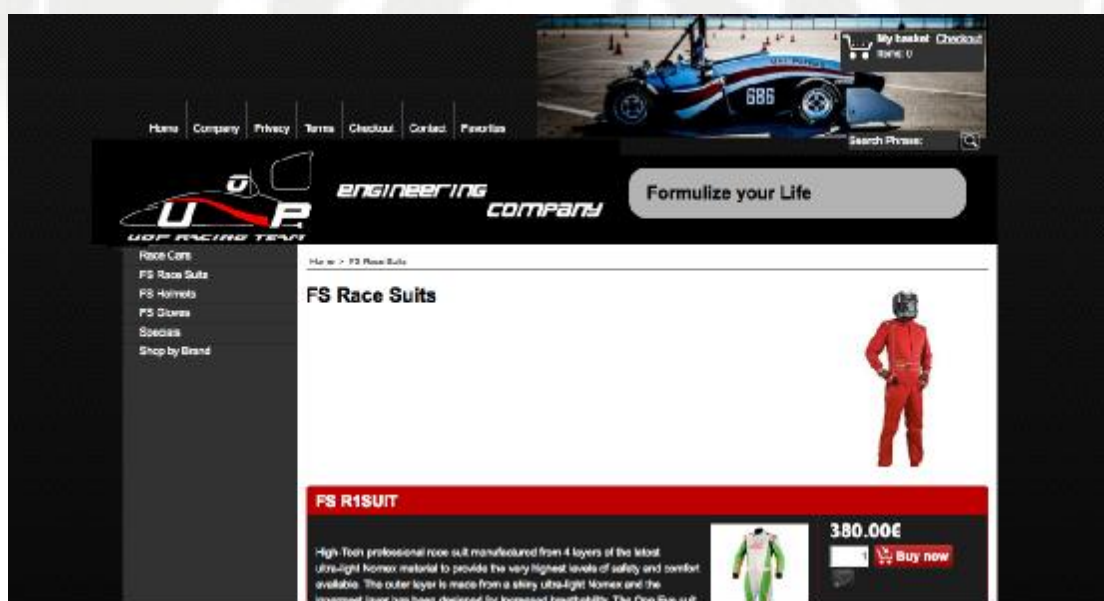
Εκτιμάται ότι οι εκπομπές ρύπων είναι κατά 75% χαμηλότερες από το μέσο όρο των βενζινοκίνητων οχημάτων και 55% χαμηλότερες από το μέσο όρο υβριδικών οχημάτων. Διότι οι ηλεκτρικοί κινητήρες έχουν ένα απλό σύστημα λειτουργίας, όπου από το σύνολο των μπαταριών τους παρέχουν ηλεκτρική ενέργεια σε ένα ηλεκτρικό μοτέρ. Το μοτέρ αυτό δίνει στροφές στο σύστημα της μετάδοσης και η μετάδοση δίνει κίνηση στους τροχούς. Οι ηλεκτροκινητήρες των UoP5e μπορεί να περιστρέφονται σε ταχύτητες έως 17.000 rpm και να έχουν απόδοση έως και 100 kW.



6. Future Products and Services

Για τον βραχυπρόθεσμο ορίζοντα η UoP Racing έχει στόχο κατά το 2^ο έτος λειτουργίας της να παρέχει εκτός από την ιστοσελίδα της και ένα online shop (e-shop), που ο πελάτης θα μπορεί να παραγγέλνει κυρίως αξεσουάρ ενδυμασίας που θα επικεντρώνονται στον οδηγό. Μερικά από αυτά θα είναι στολές οδηγού, κράνη, παπούτσια, γάντια, δοχεία νερού με ειδικά στόμια και set ενδοεπικοινωνίας. Αργότερα που η επιχείρηση θα έχει εδραιωθεί στο χώρο της ηλεκτροκίνησης θα παρέχει στο e-shop και αξεσουάρ για τους fans, όπως μπρελόκ, ρολόγια, κούπες, μπλουζάκια, καπέλα, βραχιόλια, και posters με το logo της UoP Racing και με φωτογραφίες των μονοθέσιων.

Στην παρακάτω εικόνα αποτυπώνεται ένα αντίστοιχο παράδειγμα ηλεκτρονικού καταστήματος που άμεσα θα θέσει σε λειτουργία η επιχείρηση.



Ενώ για τον μακροπρόθεσμο ορίζοντα όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω ήδη από το 3^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης η ομάδα R&D θα αναπτύσσει καινοτομίες και τεχνολογίες που θα αφορούν το επόμενο μονοθέσιο που θα βγει εν συνέχεια στη παραγωγή. Τέλος, όταν θα έχει υπάρξει μελλοντικά μία σειρά μονοθέσιων της UoP

Racing engineering Company, δηλαδή το UoP5e, το UoP6e, το UoP7e και τα επόμενα, στο online shop ο πελάτης ύστερα από παραγγελία θα μπορεί να αγοράσει ένα οποιοδήποτε μονοθέσιο, είτε με τη νέα τεχνολογία είτε με τη παλιά, σε ακόμα πιο οικονομική τιμή. Διότι η επιχείρηση θα είναι η μόνη στην αγορά που θα δέχεται πίσω ένα μονοθέσιο όταν ο πελάτης θελήσει να αγοράσει ένα νέο μοντέλο. Συνοπτικά, δηλαδή, θα έχει δικαίωμα απόσυρσης (μόνο για UoP Racing μονοθέσια) και όφελος κατά την αγορά του στο επόμενο μονοθέσιο. Στη συνέχεια η εταιρία θα ανακατασκευάζει τα παλιά μονοθέσια, κάποια θα τα εξελίσσει κιόλας, και θα τα διαθέτει πάλι στην αγορά σε χαμηλότερη τιμή. Με αυτό τον τρόπο θα είναι όλα τα μονοθέσια διαθέσιμα στην αγορά και έτσι η επιχείρηση θα απευθυνθεί και σε ένα ακόμη αγοραστικό κοινό με χαμηλότερο εισόδημα, αλλά με το ίδιο πάθος για τον μηχανοκίνητο αθλητισμό και συγκεκριμένα την ηλεκτροκίνηση.

Ολοκληρώνοντας το επιχειρηματικό πλάνο η UoP Racing engineering Company υπόσχεται αξιόπιστα μονοθέσια με υψηλές αποδόσεις και επιδόσεις σε οικονομικές τιμές σύμφωνα με τον σημερινό ανταγωνισμό. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που θα διαθέτει στην αγορά θα υποστηρίζονται απόλυτα από την επιχείρηση, που θα έχει άμεσες σχέσεις με τον πελάτη, ώστε να επιτύχει την μέγιστη ικανοποίηση του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συμπερασματικά, η χρήση του Business Plan Pro είναι εύκολη, είτε αφορά τους γνώστες αντίστοιχων προγραμμάτων ή και επιχειρήσεις που γνωρίζουν καλά τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου, είτε αφορά εκείνους που δε γνωρίζουν από αντίστοιχες διαδικασίες.

Οι λόγοι που το Business Plan Pro καθίσταται ένα εύκολο πρόγραμμα είναι αρχικά ο άρτιος προσανατολισμός όσο αναφορά τις κατευθύνσεις που παρέχει για το τί χρειάζεται να γραφεί σε κάθε μικρό κεφάλαιο του επιχειρηματικού πλάνου. Με αυτό τον τρόπο διευκολύνει και τους γνώστες και μη των επιχειρήσεων σε ένα business plan να τοποθετούν ό,τι ακριβώς χρειάζεται χωρίς να λείπει κάτι σημαντικό. Υπάρχει ευελιξία εισαγωγής πληροφοριών στο εσωτερικό του πλάνου. Δηλαδή, ο χρήστης προσθέτει όσα στοιχεία επιθυμεί οποιαδήποτε στιγμή ή αντίστοιχα αφαιρεί. Μπορεί να δει το έργο του είτε ολοκληρωμένο, είτε όχι σε έτοιμη μορφή .pdf, κι αν θέλει να κάνει αλλαγές πάλι στο πλάνο του μέσω του προγράμματος.

Στην πραγματικότητα, αυτό που παρατηρήθηκε ύστερα από τη χρήση του Business Plan Pro για την ομάδα του Πανεπιστημίου Πατρών, UoP Racing, είναι ότι το πρόγραμμα είναι ένα εύκολο Microsoft Word που εμπεριέχει τα πιο βασικά στοιχεία για τη δημιουργία ενός κειμένου και πινάκων. Δηλαδή, απαρτίζεται από τη βασική εργαλειοθήκη συγγραφής (επιλογή γραμματοσειράς, νούμερο γραμμμάτων, στοίχιση, κ.α), εισαγωγή φωτογραφιών, δημιουργία πινάκων και εισαγωγή υπερσυνδέσμων.

Ενώ στα αρνητικά θα πρέπει να επισημανθεί ότι δεν επιτρέπονται να εισαχθούν φωτογραφίες υψηλής ανάλυσης (παρά μόνο τύπου .jpg) και δε μπορεί να γίνει customized ένας πίνακας που δημιουργεί ο χρήστης. Για τη δημιουργία, δηλαδή, ενός πίνακα είναι δύσκολο ο χρήστης να προσθέσει ή να αφαιρέσει στήλες και γραμμές

και να χρωματίσει τον πίνακα. Όμως, η ευκολία σε ένα τέτοιο πρόβλημα είναι ότι ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει έναν πίνακα στο Microsoft Word και στη συνέχεια με αντιγραφή-επικόλληση να το προσθέσει στο Business Plan Pro. Αυτή η διαδικασία δε γίνεται μόνο στη δημιουργία ενός πίνακα, αλλά σε οτιδήποτε ο χρήστης θέλει να προσθέσει στο πρόγραμμα. Δηλαδή, ο χρήστης μπορεί πρώτα να το συγγράψει στο Microsoft Word και στη συνέχεια να το τοποθετήσει στο Business Plan Pro.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Φυσική

1. Κέφης, Β. και Παπαζαχαρίου, Π. (2009) *Το Επιχειρηματικό Όραμα σε Business Plan*. 1^η Έκδοση. Εκδόσεις Κριτική
2. Tiffany, P. και Peterson, S. (2008) *Επιχειρηματικός Σχεδιασμός (Business Plan) Για Πρωτάρηδες*. 2^η Αμερικάνικη Έκδοση. Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
3. Μπουραντάς, Δ. (2002) *Μάνατζμεντ*. Ά Έκδοση. Εκδόσεις Γ. Μπένου, Αθήνα
4. Golub A. L., Επιστημονική Επιμέλεια: Μητρόπουλος Ι. (2007) *Ορθολογική Λήψη Αποφάσεων*. Ά Έκδοση. Εκδόσεις Gotsis, Πάτρα

Ηλεκτρονική

1. www.theathensincube.gr
2. www.kemel.gr
3. www.epidotiseis.gr/
4. <https://www.espa.gr/el/Pages/Default.aspx>
5. https://el.wikipedia.org/wiki/Νεοφυής_επιχείρηση
6. <http://ergoq.gr/ipostirixi-startup/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Στα παραρτήματα έχει εκτυπωθεί από τη μορφή .pdf το παράδειγμα του Complete Business Plan από το Business Plan Pro. Εμπεριέχει τον βασικό πίνακα περιεχομένων, μερικούς μηδενικούς οικονομικούς πίνακες και γραφήματα για να αναδειχθεί περίπου ο τρόπος που εμφανίζεται ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό πλάνο από το συγκεκριμένο πρόγραμμα.

Name Company



Confidentiality Agreement

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

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

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

Signature

Name (typed or printed)

Date

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

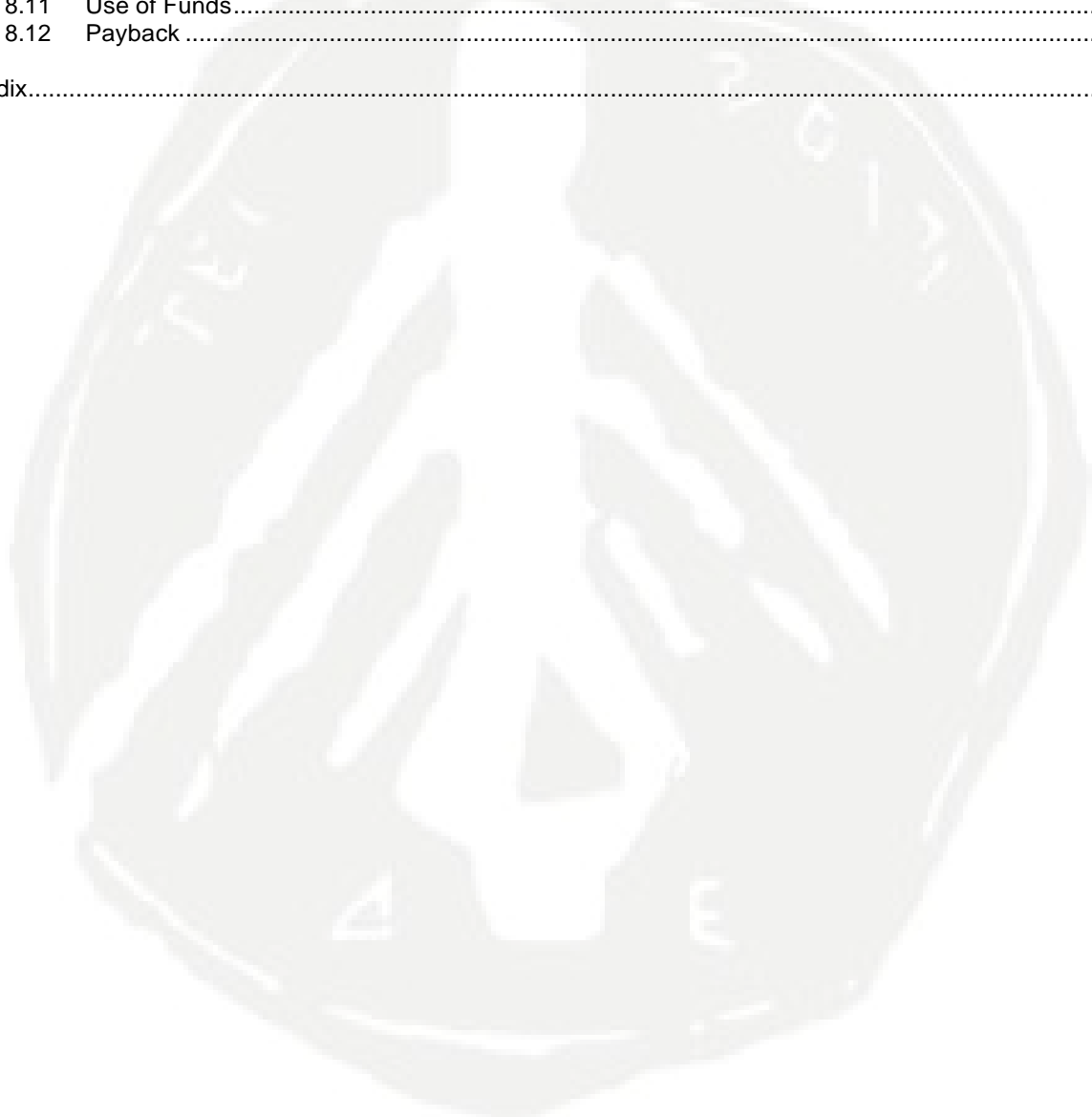


My Plan Title

| | | |
|-------|---|----|
| 1.0 | Executive Summary | 1 |
| 1.1 | Objectives | 1 |
| 1.2 | Mission | 1 |
| 1.3 | Keys to Success | 1 |
| 2.0 | Company Summary | 1 |
| 2.1 | Company Ownership | 1 |
| 2.2 | Start-up Summary | 2 |
| 2.3 | Company Locations and Facilities | 3 |
| 3.0 | Products and Services | 3 |
| 3.1 | Product and Service Description | 3 |
| 3.2 | Competitive Comparison | 3 |
| 3.3 | Sales Literature | 3 |
| 3.4 | Fulfillment | 3 |
| 3.5 | Technology | 3 |
| 3.6 | Future Products and Services | 3 |
| 4.0 | Market Analysis Summary | 3 |
| 4.1 | Market Segmentation | 3 |
| 4.2 | Target Market Segment Strategy | 4 |
| 4.2.1 | Market Needs | 4 |
| 4.2.2 | Market Trends | 4 |
| 4.2.3 | Market Growth | 4 |
| 4.3 | Service Business Analysis | 4 |
| 4.3.1 | Business Participants | 5 |
| 4.3.2 | Distributing a Service | 5 |
| 4.3.3 | Competition and Buying Patterns | 5 |
| 4.3.4 | Main Competitors | 5 |
| 5.0 | Web Plan Summary | 5 |
| 5.1 | Website Marketing Strategy | 5 |
| 5.2 | Development Requirements | 5 |
| 6.0 | Strategy and Implementation Summary | 5 |
| 6.1 | SWOT Analysis | 5 |
| 6.1.1 | Strengths | 5 |
| 6.1.2 | Weaknesses | 5 |
| 6.1.3 | Opportunities | 6 |
| 6.1.4 | Threats | 6 |
| 6.2 | Strategy Pyramid | 6 |
| 6.3 | Value Proposition | 6 |
| 6.4 | Competitive Edge | 6 |
| 6.5 | Marketing Strategy | 6 |
| 6.5.1 | Positioning Statement | 6 |
| 6.5.2 | Pricing Strategy | 6 |
| 6.5.3 | Promotion Strategy | 6 |
| 6.5.4 | Distribution Strategy | 6 |
| 6.5.5 | Marketing Programs | 6 |
| 6.6 | Sales Strategy | 7 |
| 6.6.1 | Sales Forecast | 7 |
| 6.6.2 | Sales Programs | 8 |
| 6.7 | Strategic Alliances | 8 |
| 6.8 | Milestones | 8 |
| 7.0 | Management Summary | 9 |
| 7.1 | Organizational Structure | 9 |
| 7.2 | Management Team | 9 |
| 7.3 | Management Team Gaps | 10 |
| 7.4 | Personnel Plan | 10 |

My Plan Title

| | | |
|------|---------------------------------|----|
| 8.0 | Financial Plan | 10 |
| 8.1 | Start-up Funding | 10 |
| 8.2 | Important Assumptions | 11 |
| 8.3 | Key Financial Indicators..... | 11 |
| 8.4 | Break-even Analysis | 11 |
| 8.5 | Projected Profit and Loss | 12 |
| 8.6 | Projected Cash Flow | 16 |
| 8.7 | Projected Balance Sheet | 17 |
| 8.8 | Business Ratios | 18 |
| 8.9 | The Investment Offering | 20 |
| 8.10 | Valuation | 20 |
| 8.11 | Use of Funds..... | 21 |
| 8.12 | Payback | 21 |
| | Appendix..... | 22 |



My Plan Title

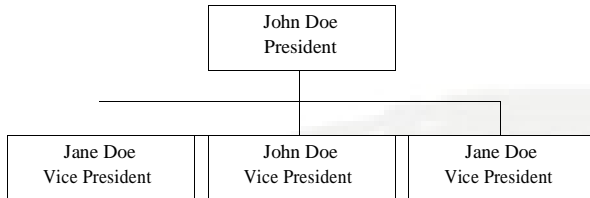
6.2.1 Sales Forecast

Table: Sales Forecast

| Sales Forecast | | | |
|-------------------------------|---------|---------|---------|
| | FY 2017 | FY 2018 | FY 2019 |
| Unit Sales | | | |
| Row 1 | 0 | 0 | 0 |
| Row 2 | 0 | 0 | 0 |
| Row 3 | 0 | 0 | 0 |
| Total Unit Sales | 0 | 0 | 0 |
| Unit Prices | | | |
| | FY 2017 | FY 2018 | FY 2019 |
| Row 1 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Row 2 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Row 3 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Sales | | | |
| Row 1 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Row 2 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Row 3 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Total Sales | \$0 | \$0 | \$0 |
| Direct Unit Costs | | | |
| | FY 2017 | FY 2018 | FY 2019 |
| Row 1 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Row 2 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Row 3 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Direct Cost of Sales | | | |
| Row 1 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Row 2 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Row 3 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Subtotal Direct Cost of Sales | \$0 | \$0 | \$0 |

7.0 Organizational Structure

Organizational Chart



8.0 Start-up Funding

Table: Start-up Funding

| | |
|---|-----|
| <u>Start-up Funding</u> | |
| Start-up Expenses to Fund | \$0 |
| Start-up Assets to Fund | \$0 |
| Total Funding Required | \$0 |
| <u>Assets</u> | |
| Non-cash Assets from Start-up | \$0 |
| Cash Requirements from Start-up | \$0 |
| Additional Cash Raised | \$0 |
| Cash Balance on Starting Date | \$0 |
| Total Assets | \$0 |
| <u>Liabilities and Capital</u> | |
| <u>Liabilities</u> | |
| Current Borrowing | \$0 |
| Long-term Liabilities | \$0 |
| Accounts Payable (Outstanding Bills) | \$0 |
| Other Current Liabilities (interest-free) | \$0 |
| Total Liabilities | \$0 |
| <u>Capital</u> | |
| <u>Planned Investment</u> | |
| Owner | \$0 |
| Investor | \$0 |
| Additional Investment Requirement | \$0 |
| Total Planned Investment | \$0 |
| Loss at Start-up (Start-up Expenses) | \$0 |
| Total Capital | \$0 |
| Total Capital and Liabilities | \$0 |

My Plan Title

8.1 The Investment Offering

Table: Investment Offering

| Investment Offering | Seed | Round 1 | Round 2 | Exit |
|--------------------------------------|--------|---------|---------|--------|
| Proposed Year: | 1 | 2 | 3 | 7 |
| Valuation, Investment, Shares | | | | |
| Investment Amount | \$0 | \$0 | \$0 | |
| Equity Share Offering Percentage | 0.00% | 0.00% | 0.00% | |
| Valuation | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Investor Exit Payout | \$0 | \$0 | \$0 | |
| Investor Years Until Exit | 6 | 5 | 4 | |
| Investor IRR | 0.00% | 0.00% | 0.00% | |
| Share Ownership | | | | |
| | Year 1 | Year 2 | Year 3 | Year 7 |
| Founders' Shares | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Stock Split Multiple | | 0 | 0 | 0 |
| Stock Options Issued | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Investor Shares Issued | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Price per share | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Options Holders' Shares | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Year 1 Investors' Shares | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Year 2 Investors' Shares | | 0 | 0 | 0 |
| Year 3 Investors' Shares | | | 0 | 0 |
| Total Shares Outstanding | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Equity Ownership Percentage | | | | |
| | Year 1 | Year 2 | Year 3 | Year 7 |
| Founders' Equity | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| Option Holders' Equity | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| Year 1 Investors' Equity | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| Year 2 Investors' Equity | | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| Year 3 Investors' Equity | | | 0.00% | 0.00% |
| Total Equity | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| Investors' Equity | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| Founders' & Employees' Equity | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

My Plan Title

8.2 Payback

Table: Payback

| Projected Payback Calculation | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|
| | Investment | FY 2017 | FY 2018 | FY 2019 | FY 2020 | FY 2021 |
| Investment | \$500,000 | | | | | |
| Cash Returns by Year | | \$100,000 | \$100,000 | \$100,000 | \$100,000 | \$100,000 |
| Combination as Income Stream | | \$100,000 | \$100,000 | \$100,000 | \$100,000 | \$100,000 |
| Cumulative Net Cash Flow to Investors | | (\$400,000) | (\$300,000) | (\$200,000) | (\$100,000) | \$0 |
| Payback Period | (\$500,000) | | | | | |
| | | | 5 years | | | |

Payback Period

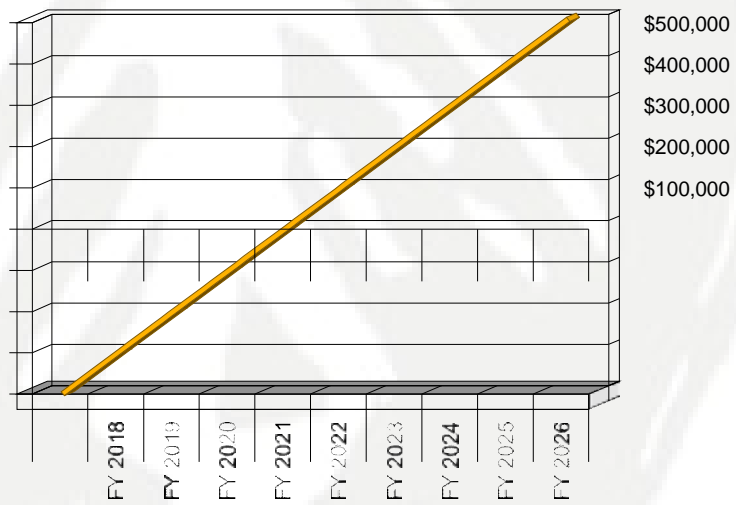


Table: Sales Forecast

| Sales Forecast | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Jun-16 | Jul-16 | Aug-16 | Sep-16 | Oct-16 | Nov-16 | Dec-16 | Jan-17 | Feb-17 | Mar-17 | Apr-17 | May-17 |
| Unit Sales | | | | | | | | | | | | | |
| Row 1 | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Row 2 | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Row 3 | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Unit Sales | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Unit Prices | | | | | | | | | | | | | |
| Row 1 | | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Row 2 | | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Row 3 | | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Sales | | | | | | | | | | | | | |
| Row 1 | | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Row 2 | | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Row 3 | | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Total Sales | | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Direct Unit Costs | | | | | | | | | | | | | |
| Row 1 | 0.00% | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Row 2 | 0.00% | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Row 3 | 0.00% | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Direct Cost of Sales | | | | | | | | | | | | | |
| Row 1 | | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Row 2 | | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Row 3 | | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Subtotal Direct Cost of Sales | | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |

Table: Profit and Loss

| Pro Forma Profit and Loss | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Jun-16 | Jul-16 | Aug-16 | Sep-16 | Oct-16 | Nov-16 | Dec-16 | Jan-17 | Feb-17 | Mar-17 | Apr-17 | May-17 |
| Sales | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Direct Costs of Goods | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Other Costs of Goods | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Cost of Goods Sold | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Gross Margin | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Gross Margin % | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| Expenses | | | | | | | | | | | | |
| Payroll | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Marketing/Promotion | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Depreciation | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Rent | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Utilities | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Insurance | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Payroll Taxes | 15% | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Other | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Total Operating Expenses | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Profit Before Interest and Taxes | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| EBITDA | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Interest Expense | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Taxes Incurred | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Other Income | | | | | | | | | | | | |
| Other Income Account Name | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Other Income Account Name | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Total Other Income | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Other Expense | | | | | | | | | | | | |
| Other Expense Account Name | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Other Expense Account Name | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Total Other Expense | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Net Other Income | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Net Profit | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Net Profit/Sales | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

Table: Cash Flow

| Pro Forma Cash Flow | Jun-16 | Jul-16 | Aug-16 | Sep-16 | Oct-16 | Nov-16 | Dec-16 | Jan-17 | Feb-17 | Mar-17 | Apr-17 | May-17 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Cash Received | | | | | | | | | | | | |
| Cash from Operations | | | | | | | | | | | | |
| Cash Sales | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Cash from Receivables | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Subtotal Cash from Operations | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Additional Cash Received | | | | | | | | | | | | |
| Non Operating (Other) Income | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Sales Tax, VAT, HST/GST Received | 0.00% | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| New Current Borrowing | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| New Other Liabilities (interest-free) | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| New Long-term Liabilities | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Sales of Other Current Assets | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Sales of Long-term Assets | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| New Investment Received | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Subtotal Cash Received | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Expenditures | | | | | | | | | | | | |
| Expenditures from Operations | | | | | | | | | | | | |
| Cash Spending | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Bill Payments | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Subtotal Spent on Operations | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Additional Cash Spent | | | | | | | | | | | | |
| Non Operating (Other) Expense | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Sales Tax, VAT, HST/GST Paid Out | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Principal Repayment of Current Borrowing | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Other Liabilities Principal Repayment | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Long-term Liabilities Principal Repayment | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Purchase Other Current Assets | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Purchase Long-term Assets | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Dividends | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Subtotal Cash Spent | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Net Cash Flow | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Cash Balance | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 | \$0 |

