

«Επιχειρηματικό πλάνο για ηλεκτρονική εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα που θα συνδέει ανθρώπους από τον κόσμο της κυματολίσθησης με σανίδα(surfing)».



Πολυτεχνείο Κρήτης

Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής

και Διοίκησης



Κορρές Στέφανος

A.M.: 2011010091

Επιβλέπων Καθηγητής: Μουστάκης Βασίλειος

Ευχαριστίες

Για την εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω ορισμένους ανθρώπους για την στήριξη, την καθοδήγηση, την έμπνευση και την αφοσίωση που μου υπέδειξαν.

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Βασίλειο Μουστάκη, καθηγητή του τμήματος Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης Πολυτεχνείου Κρήτης για την εποπτεία του στην εργασία μου όλο αυτόν τον καιρό και την πίστη του απέναντι στο άτομο μου, αλλά και την κ. Μαρία Μπακατσάκη, *business coach* στο Πολυτεχνείο Κρήτης για τις επισυμάνσεις και τις συμβουλές που μου έδινε.

Θα ήθελα ακόμα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την αδερφή μου, Ζωή Κορρέ, για τις γνώσεις που μου προσέφερε αλλά και το ενδιαφέρον και τη συμπαράστασή της τον τελευταίο χρόνο, όπως επίσης και την φίλη μου Ειρήνη Ταμποράκη για την επίλυση αποριών μου. Συνεχίζοντας θα ήθελα να ευχαριστήσω την κοπέλα μου, Ζωή Μήλα, για τη στήριξή της και τη δημιουργία του λογότυπου, το 2^ο Γραφείο του 301 ΕΒ για την άδεια χρήσης ηλεκτρονικού υπολογιστή κατά τη διάρκεια της στρατιωτικής μου θητείας και φυσικά τους γονείς μου για την πίστη τους και την απέραντη στήριξη τους όλα αυτά τα χρόνια.

Τέλος θα ήθελα να αφιερώσω αυτήν την εργασία στους συμφοιτητές μου και μέλη του «Πριν έρθεις ήταν καλύτερα *surf crew*», Γκουντούρα Σπύρο, Αντριάνα Μπελδέκου και Γιώργο Κοκαλιά για όλες τις στιγμές που περάσαμε όλα αυτά τα χρόνια μέσα και έξω από το νερό και την μοναδική έμπνευση που παρείχαν μέσα από αυτές.

Περιεχόμενα

1. Περιγραφή της επιχείρησης	1
1.1 Εισαγωγή	1
1.1.1 Κυματολίσθηση (Surfing).	1
1.1.2 Ridesharing	3
1.1 Σύσταση ομάδας και σκοπός της εφαρμογής (Mission statement)	4
1.3 Νομική μορφή και έδρα της επιχείρησης	8
2. Ανάλυση αγοράς και ανταγωνισμού.....	11
3. Ανάλυση καταναλωτή	15
4. Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος (SWOT/PEST Analysis).....	18
4.1 Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος (SWOT Analysis).....	18
4.2 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος (PEST Analysis)	20
5. Τμηματοποίηση- Στοχοθέτηση- Τοποθέτηση (STP)	22
6. Μακροπρόθεσμοι και βραχυπρόθεσμοι στόχοι (Short term and Long term Milestones) .	23
6.1 Βραχυπρόθεσμοι στόχοι (Short term Milestones).....	23
6.2 Μακροπρόθεσμοι στόχοι (Long term Milestones)	24
7. Μίγμα μάρκετινγκ (4Ps)	26
7.1 Προϊόν (Product)	26
7.2 Τιμή (Price)	28
7.3 Τοποθεσίες που διατίθεται το προϊόν (Place)	30
7.4 Τρόποι προώθησης του προϊόντος(Promotion)	32
8. Εφαρμογή του μίγματος Marketing.....	44
9. Χρηματοοικονομική Ανάλυση	46
9.1 Μέθοδος Κοστολόγησης	46
9.2 Αρχική επένδυση	46
9.2 Έξοδα	48
9.2.1 Έξοδα για 5 έτη.....	48
9.2.2 Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	49
9.2.3 Έξοδα προώθησης	50
9.3 Έσοδα	53
9.4 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης.....	55
9.5 Ανάλυση νεκρού σημείου και αριθμοδείκτες.....	56
10. Συμπεράσματα-Προτάσεις για το μέλλον.....	59
11. Βιβλιογραφία.....	61

Περίληψη

Στη συγκεκριμένη εργασία παρουσιάζεται το επιχειρηματικό πλάνο (business plan) για την ανάπτυξη ηλεκτρονικής εφαρμογής για έξυπνα τηλέφωνα (smartphones), που θα συνδέει ανθρώπους από τον κόσμο της κυματολίσθησης(surfing) χρησιμοποιώντας την πρακτική “ridesharing” (συνεπιβατισμός). Κύριες ενότητες που θα περιλαμβάνει το πλάνο είναι η περιγραφή του προϊόντος, η ανάλυση της αγοράς και του ανταγωνισμού, το μίγμα μάρκετινγκ(4Ps) και η χρηματοοικονομική ανάλυση.

Σκοπός της εφαρμογής είναι να καλύψει τις ανάγκες του συγκεκριμένου κοινού όσον αφορά την ομαδική μετακίνηση των σέρφερς στους κατάλληλους προορισμούς για σερφ, στην ελαχιστοποίηση των εξόδων μετακίνησης μέσω του μοιράσματος τους και στη δημιουργία ισχυρών δεσμών μεταξύ των σέρφερς μέσω του κοινού βιώματος της εμπειρίας του σερφ. (ταξίδι και δραστηριότητα). Όπως θα δούμε παρακάτω για την επίτευξη του στόχου δίνεται μεγάλο βάρος στη δημιουργία μίας πλήρους έκδοσης της εφαρμογής, απόλυτα φιλικής προς το χρήστη και στην προώθησή της για διάθεση στους δυνητικούς της πελάτες.

1. Περιγραφή της επιχείρησης

1.1 Εισαγωγή

Η παρούσα διπλωματική εργασία αποτελεί ένα επιχειρηματικό πλάνο(business plan) για την ανάπτυξη ηλεκτρονικής εφαρμογής για έξυπνα τηλέφωνα (smartphones), με αντικείμενο την πρακτική «ridesharing» για ανθρώπους που ασχολούνται με την κυματολίσθηση (surfing). Για να γίνει κατανοητή η χρησιμότητα της εφαρμογής και η ανάγκη της αγοράς που έρχεται να καλύψει, γίνεται μια σύντομη αναφορά στο άθλημα της κυματολίσθησης και στην πρακτική του ridesharing.

1.1.1 Κυματολίσθηση (Surfing).

Το surfing ή αλλιώς κυματολίσθηση είναι θαλάσσιο άθλημα (extreme sport), στο οποίο ο αθλητής (σέρφερ) «καβαλάει» ένα κινούμενο κύμα πάνω σε ειδική σανίδα και «ταξιδεύει» μαζί του χρησιμοποιώντας τη δύναμη που του προσφέρει για όσο χρόνο του την προσφέρει. Πραγματοποιεί δηλαδή το λεγόμενο ράιντ (ride). Ένα ride μπορεί να διαρκέσει από λίγα δευτερόλεπτα μέχρι και μισή ώρα. Ο χρόνος του ride εξαρτάται από το κύμα που θα καβαλήσει ο αναβάτης. Συνήθως τα κατάλληλα κύματα για σέρφινγκ βρίσκονται στον ωκεανό αλλά και σε κλειστές θάλασσες όπως η Μεσόγειος και σε λίμνες ή ποτάμια με τη μορφή στατικών ή παλιρροιακών κυμάτων. Ακόμα μπορούμε να βρούμε και τεχνητά κύματα όπως αυτά που δημιουργούνται από πλοία ή σε ειδικές πισίνες.



[1] Σέρφερ σε μυστικό surf spot στην Κρήτη

Το σύγχρονο σέρφινγκ θέλει το σέρφερ όρθιο πάνω σε ειδική σανίδα του σερφ (surfboard). Εντούτοις υπάρχουν πολλές παραλλαγές στον τρόπο πραγματοποίησής του όπως με τον σέρφερ να είναι ξαπλωμένος στη σανίδα ή να βρίσκεται στα γόνατα. Ακόμη είναι εφικτό να γίνει και χωρίς τη χρήση σανίδας χρησιμοποιώντας μόνο το σώμα του.

Το σέρφινγκ κατάγεται από την Πολυνησία όπου απ' τα αρχαία κιόλας χρόνια ήταν μέρος του πολυνησιακού πολιτισμού. Το χρησιμοποιούσαν κυρίως για διασκέδαση αλλά και για εκπαίδευση των πολεμιστών τους. Επίσης οι αρχαίοι Χαβανέζοι το χρησιμοποιούσαν θεωρώντας το ως μορφή τέχνης. Γνωρίζουμε πως οι Ευρωπαίοι ήρθαν για πρώτη φορά σε επαφή με το σερφ το 1767 στην Ταϊτή όταν ο Σάμουελ Γουόλις είδε για πρώτη φορά ανθρώπους να καβαλάνε κύματα. Μία άλλη θεωρία θέλει τον Τζόζεφ Μπανκς να είναι ο πρώτος που είδε σερφ το 1769 όταν κατεύθασε στην Ταϊτή όντας μέλος του πληρώματος του Τζέιμς Κουκ με το HMS Endeavour. Τέλος η ιστορία χαρακτηρίζει ως πατέρα του σύγχρονου σέρφινγκ τον ναυαγοσώστη Τζορτζ Φριθ (1883-1919) που έφερε για πρώτη φορά το σερφ στην Καλιφόρνια το 1907. [(9) επίσκεψη 7/3/18]

Τόσο ως κουλτούρα αλλά και ως άθλημα το σέρφινγκ υπάρχει από αρχαιοτάτων χρόνων. Σήμερα έχει εξελιχθεί και συνεχίζει να εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς. Είναι ένα άθλημα για όλες τις ηλικίες που αναζωογονεί το σώμα και το πνεύμα κάθε αθλητή. Η διαδικασία του σερφ εμπλέκει πάντα παραπάνω από ένα άτομο, από την προετοιμασία του εξοπλισμού μέχρι το μοίρασμα με φίλους των όμορφων και έντονων στιγμών που προσφέρει μέσα και έξω απ' το νερό. Από τη Χαβάη μέχρι την υπερσύγχρονη Καλιφόρνια και την Πορτογαλία οι σέρφερς απολαμβάνουν να μοιράζονται και να ζουν την εμπειρία του σέρφινγκ στο έπακρο.



[2] Surf crew χορεύει μετά από ένα επιτυχημένο σέσσιον με θεατές το ηλιοβασίλεμα και τα κύματα.

1.1.2 Ridesharing

Το ridesharing ή αλλιώς συνεπιβατισμός είναι η πρακτική σύμφωνα με την οποία κάποιος που διαθέτει όχημα και πρόκειται να ταξιδέψει με σκοπό να φτάσει σε ένα προορισμό, μοιράζεται το όχημά του και με άλλους επιβάτες, γνωστούς ή μη, με σκοπό να ελαχιστοποιήσουν τα έξοδα χρήσης του οχήματος όπως η βενζίνη, η στάθμευση και τα διόδια. Νομικά, ο οδηγός δεν επιτρέπεται να παρουσιάσει κερδοφορία από τους συνεπιβάτες, ενώ σε περίπτωση

ατυχήματος και εφόσον το όχημα είναι ασφαλισμένο, είναι όλοι νομικά ασφαλισμένοι (αστική ευθύνη).

Στην πρακτική της κυματολίσθησης το ridesharing λειτουργεί ως πράξη αλληλεγγύης, εναλλακτικά ή και συμπληρωματικά του δικτύου των μέσων μαζικής μεταφοράς κάθε χώρας. Επειδή οι αποστάσεις που διανύουν οι ενδιαφερόμενοι είναι μεγάλες καθημερινά προκειμένου να βρουν την κατάλληλη παραλία ή το κατάλληλο σημείο για σερφ, και επειδή οι τοποθεσίες πολλές φορές είναι απομονωμένες και επομένως δεν καλύπτονται οδικώς από τα μέσα μαζικής μεταφοράς, ένα ταξίδι με σκοπό το σέρφινγκ γίνεται ως επί το πλείστον με αυτοκίνητο και απαιτεί την κάλυψη μεγάλων χιλιομετρικών αποστάσεων. Επιπρόσθετα, το ridesharing αποτελεί πρακτική απόλυτα συνδεδεμένη με την κουλτούρα της κυματολίσθησης καθώς συμβάλει στη μείωση των ρύπων στο περιβάλλον και στη μείωση του κυκλοφοριακού, ενώ παράλληλα αποτελεί έναν άμεσο τρόπο κοινωνικοποίησης των επιβατών δίνοντας σε ανθρώπους, άγνωστους μεταξύ τους, την ευκαιρία να γνωριστούν και να αναπτύξουν προσωπικές σχέσεις με σημείο αναφοράς την αγάπη τους για το σερφ.

Σε πολλές χώρες το ridesharing θεωρείται μια φυσιολογική πρακτική όπως είναι οι ΗΠΑ και η Γερμανία, ενώ σε άλλες χώρες όχι και τόσο. Είναι γεγονός όμως ότι ιδιαίτερα στην Ευρώπη και την Αμερική είναι ένας τρόπος μετακίνησης που έχει αρχίσει να αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς και μέρα με τη μέρα κερδίζει όλο και περισσότερους ανθρώπους.

1.1 Σύσταση ομάδας και σκοπός της εφαρμογής (Mission statement)

Η Surf'sapp είναι μια εταιρία που δημιουργήθηκε από άτομα που αγαπούν τη θάλασσα, την κυματολίσθηση (surfing), τα ταξίδια και την ανθρώπινη επικοινωνία. Δύο από τα μέλη της ομάδας είναι απόφοιτοι του Τμήματος Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης, δύο είναι απόφοιτοι γραφικών τεχνών, ένας εκ των οποίων εξειδικεύεται σε

video art και montage. Τα τρία εκ των τεσσάρων μελών της ομάδας ασχολούνται με τη θάλασσα και με την βιομηχανία του surfing εδώ και έξι χρόνια, έχοντας εργαστεί σε αντίστοιχες εταιρείες ως διοικητικά μέλη, υπεύθυνοι τμήματος μάρκετινγκ, editors και φωτογράφοι. Ασχολούνται με την κυματολίσθηση ως χόμπι, το οποίο σταδιακά έχει εξελιχθεί σε πάθος και πηγή έμπνευσης για δημιουργία. Αλληλεπιδρώντας ατελείωτες ώρες στο νερό, στα σχεδιαστήρια και στα μηχανουργεία, τα μέλη έχουν δεθεί ως παρέα και πλέον ως ομάδα. Συνδυάζοντας τις δεξιότητές τους ιδρύουν την παρούσα εταιρεία με σκοπό την ανάπτυξη του ridesharing για σέρφερς μέσω ηλεκτρονικής εφαρμογής για συσκευές που χρησιμοποιούν λογισμικά android και ios. Σκοπός της εφαρμογής είναι η επικοινωνία των surfers μεταξύ τους με σκοπό το μοίρασμα των εξόδων μετακίνησης και την ελαχιστοποίηση του κόστους από και προς τον εκάστοτε προορισμό για surf, ή και κατά τη διάρκεια ενός πολυήμερου ταξιδιού για τον ίδιο σκοπό. Στόχος της επιχείρησης είναι να καλύψει αυτή τη βασική ανάγκη της αγοράς της κυματολίσθησης, η οποία αναπτύσσεται ραγδαία τόσο στην Ελλάδα όσο και παγκοσμίως.

Μετά από αναγνώριση και μελέτη των δυσλειτουργιών των παρόμοιων εφαρμογών για ridesharing, το παρόν εγχείρημα έχει σκοπό να τις χρησιμοποιήσει ως ευκαιρίες αναπτύσσοντας μια φιλική στο χρήστη, επιτυχημένη εφαρμογή, τη Surf'sapp. Τα επικείμενα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι εφαρμογές rideshare είναι τα εξής:

- a) Δίνουν λύση για το ride sharing, χωρίς να απευθύνονται σε συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς (κοινό), με αποτέλεσμα την ανομοιογένεια των χρηστών και την αποτυχία σύνδεσης, δημιουργίας κοινής κουλτούρας και αισθήματος εμπιστοσύνης μεταξύ τους.
- b) Περιέχουν μεγάλο πλήθος προορισμών χωρίς να εξειδικεύονται λεπτομερειακά σε κάποιους που αφορούν από κοινού τους χρήστες, με αποτέλεσμα ο χρήστης να δυσκολεύεται να βρει τον προορισμό που τον ενδιαφέρει και μην καταφέρνει να καλύψει τις ανάγκες του.

- c) Το κοινό κριτήριο εύρεσης αφορά τον προορισμό, ενώ περαιτέρω λεπτομέρειες όπως η κοινή ημέρα και η ώρα μένουν ακαθόριστες κάνοντας δύσκολο το συγχρονισμό μεταξύ των χρηστών. Εμφανίζουν διαδρομές σε κάθε χώρα διάσπαρτες ώρες και μέρες, ενώ ο μέσος χρήστης χρειάζεται να συγχρονιστεί με άλλους χρήστες συγκεκριμένες χρονικές στιγμές για να πραγματοποιήσει το rideshare.
- d) Δεν εξασφαλίζεται από τις υπάρχουσες εφαρμογές η επιστροφή από τον προορισμό που έφτασε ο χρήστης χρησιμοποιώντας τις.
- e) Ως φιλοσοφία το rideshare δεν υπάρχει στο μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων. Ελλείπει εμπιστοσύνης και χωρίς να ανήκει σε ένα τμήμα της αγοράς με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και σκοπό, ένας οποιοσδήποτε χρήστης θα δυσκολευτεί να κατεβάσει την εφαρμογή, προτιμώντας αντ' αυτού να εξυπηρετήσει την ανάγκη του με ιδία μέσα ή με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Η Surf'sapp απαντά αντίστοιχα σε κάθε ένα από τα παραπάνω εμπόδια:

- a) Εξειδικεύεται στο ridesharing για σέρφερς. Ο οδηγός του οχήματος και οι συνεπιβάτες έχουν ως κοινό στόχο την απόβαση σε έναν προορισμό με σκοπό το σερφ. Με αυτόν τον τρόπο η εφαρμογή απαντά σε μια συγκεκριμένη ανάγκη ενός τμήματος niche της αγοράς και προορίζεται για χρήστες οι οποίοι συνδέονται μεταξύ τους με μια κοινή αγάπη, την κυματολίσθηση. Η πρακτική αυτή εμπνέει εμπιστοσύνη, φιλικότητα και ασφάλεια, όλες πολύ σημαντικές ως προϋποθέσεις για να πετύχει μία εφαρμογή τέτοιου είδους.
- b) Εξειδικευμένη αμιγώς για surfers, αναπτύσσει συγκεκριμένους προορισμούς που τους αφορούν. Έτσι ο χρήστης βρίσκει ευκολότερα τον προορισμό που επιθυμεί ή επιλέγει κάποιον από τους προτεινόμενους που θα του προσφέρει τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες για να κάνει surf.

- c) Οι τοποθεσίες που προσφέρονται για σέρφινγκ, «δουλεύουν» (είναι κατάλληλες) σε συγκεκριμένες ημέρες και ώρες. Ειδικότερα εκτός Ελλάδας οι παλίρροιες είναι αυτές που καθορίζουν την ακριβή ώρα του τέλειου κύματος στην εκάστοτε τοποθεσία. Το γεγονός αυτό διευκολύνει πολύ το χρήστη μέσω της συγκεκριμένης εφαρμογής να βρει μέσο μεταφοράς για να επισκεφθεί τον επικείμενο προορισμό (surf spot), καθώς οι ημέρες και οι ώρες με τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες είναι κοινές για όλους.
- d) Οι χρήστες της εφαρμογής, οδηγός και επιβάτες, βρίσκονται και σερφάρουν στο ίδιο σημείο έτσι ώστε όταν τελειώνει η δραστηριότητα (session) επιστρέφουν μαζί. Ακόμα και αν η κούρσα επιστροφής δε γίνει με τον ίδιο οδηγό, ο συγχρονισμός είναι σχεδόν τέλειος αφού η δραστηριότητα διαρκεί για όλους τους παρευρισκόμενους είτε μέχρι το πέρας του καιρικού φαινομένου είτε μέχρι να νυχτώσει. Η κοινή κουλτούρα και το κοινό βίωμα μες στο νερό καθιστούν την επικοινωνία μεταξύ των ενδιαφερόμενων πολύ εύκολη και ενισχύουν ακόμα περισσότερο τη διάθεση για εξυπηρέτηση των αθλητών που δεν έχουν δικό τους όχημα, καθιστώντας το ridesharing κοινή λογική και ευκαιρία για μοίρασμα του ενθουσιασμού και της κοινής εμπειρίας που προηγήθηκε.
- e) Η φιλοσοφία του ridesharing υπάρχει στην κουλτούρα της κυματολίσθησης από τις απαρχές της. Η ομαδική μετακίνηση είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ιδεολογίας της πλειοψηφίας των ανθρώπων που ασχολούνται με το συγκεκριμένο άθλημα. Αυτό ενισχύεται από το γεγονός ότι οι surfers χρησιμοποιούν οχήματα για να μεταφέρουν τον εξοπλισμό τους (σανίδες) και ακόμα περισσότερο, από την αυξημένη τιμή των καυσίμων στις μέρες μας.

Εκμεταλλεζόμενη τις παραπάνω δυσλειτουργίες, η Surf'sapp διαφοροποιείται ανάμεσα στις εφαρμογές rideshare. Στοχεύει σε ένα πολύ συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς με ενιαία κουλτούρα και κοινές ανάγκες και

προσδοκίες. Σκοπός της είναι η συνεχής αναγνώριση των αναγκών του κοινού αυτού και η διαρκής ενημέρωση για κάθε νέα τάση στην κυματολίσθηση, έτσι ώστε να διατηρείται πάντα επίκαιρη και να καλύπτει τις πραγματικές ανάγκες της συγκεκριμένης αγοράς.

1.3 Νομική μορφή και έδρα της επιχείρησης

Η επιχείρηση εδρεύει στα Χανιά της Κρήτης. Για την επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης προτείνεται η δημιουργία μιας Ιδιωτικής Κεφαλαιουχικής Εταιρίας (IKE) η οποία έχει νομική προσωπικότητα, είναι εμπορική, και παρέχει στους επιχειρηματίες - εταίρους τα παρακάτω πλεονεκτήματα:

- Οι εταίροι δεν ευθύνονται για τα χρέη της, με την επιφύλαξη του άρθρου 79, που προβλέπει εγγυητικές εισφορές, μέσω των οποίων ο εταίρος αναλαμβάνει ευθύνη για τα χρέη της εταιρείας μέχρι ενός ορισμένου ποσού, το οποίο αναφέρεται στο καταστατικό.
- Έχει κεφάλαιο, με κατώτατο όριο εταιρικού κεφαλαίου 1 €, που αντιστοιχεί σε ένα εταιρικό μερίδιο.
- Τηρεί διπλογραφική λογιστική και φορολογείται όπως η ΕΠΕ.
- Συνιστάται από ένα ή περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Η σύσταση της IKE μπορεί να γίνει και με ιδιωτικό έγγραφο (συμφωνητικό). Με την εγγραφή της IKE στο ΓΕΜΗ, αυτή αποκτά νομική προσωπικότητα.
- Έχει την έδρα της στον δήμο που αναφέρεται στο καταστατικό της, αλλά δεν υποχρεούται να έχει την πραγματική της έδρα στην Ελλάδα, που σημαίνει ότι δεν είναι απαραίτητο να συμπίπτει καταστατική έδρα με την

πραγματική έδρα της ΙΚΕ. Αυτό διευκολύνει τη δραστηριότητα της επιχείρησης όταν αυτή επεκταθεί και εκτός Ελλάδας.

- Η σύσταση γίνεται μέσω της υπηρεσίας μίας στάσης, με εύκολη και γρήγορη διαδικασία.
- Διαχειριστής μπορεί να είναι μόνο φυσικό πρόσωπο, εταίρος ή μη.
- Στην ασφάλιση του ΟΑΕΕ υπάγονται υποχρεωτικά οι διαχειριστές της ΙΚΕ.
- Η ΙΚΕ έχει κεφάλαιο τουλάχιστον ενός (1) ευρώ.
- Οι εισφορές των εταίρων της μπορεί να είναι κεφαλαιακές εισφορές σε μετρητά ή σε είδος, εξωκεφαλαιακές εισφορές, οι οποίες συνίστανται σε παροχές που αποτελούν αντικείμενο κεφαλαιακής εισφοράς, και εγγυητικές εισφορές, οι οποίες συνίστανται στην ανάληψη ευθύνης έναντι των τρίτων για χρέη της εταιρείας μέχρι το ποσό που ορίζεται στο καταστατικό. Με αυτόν τον τρόπο, το κεφάλαιο κάθε μέλους της συγκεκριμένης ομάδας μπορεί να συνίσταται σε εργασία, τεχνογνωσία, ή και χρήματα.
- Ο αριθμός των μεριδίων κάθε εταίρου είναι υποχρεωτικά ανάλογος προς την αξία της εισφοράς του. Δεν απαιτείται να εμφανίζονται σε μία ΙΚΕ και τα τρία είδη εισφορών ή στην ίδια αναλογία.
- Οι εταίροι μπορούν να επιλέξουν ένα αποκλειστικά κεφαλαιουχικό σχήμα, με μόνο κεφαλαιακές εισφορές ή να διαμορφώσουν στο καταστατικό ένα σύστημα με έντονα προσωπικά στοιχεία όπως παροχή εργασίας και ανάληψη ευθύνης για τα χρέη της εταιρείας.

- Οι φορολογικές διατάξεις που ισχύουν για τις εταιρείες περιορισμένης ευθύνης (ΕΠΕ) εφαρμόζονται και στις ιδιωτικές κεφαλαιουχικές εταιρείες (ΙΚΕ).

2. Ανάλυση αγοράς και ανταγωνισμού

Η εταιρεία εισέρχεται σε μια αγορά, αυτή των εφαρμογών, η οποία αναπτύσσεται ραγδαία από τη στιγμή της εμφάνισης των έξυπνων τηλεφώνων (smart phones). Οι εφαρμογές άρχισαν να κυκλοφορούν με αυτή τη μορφή από τη στιγμή της εμφάνισης του iPhone της Apple το 2007, το οποίο οδήγησε πολλές εταιρείες που δημιουργούν εφαρμογές να ξεκινήσουν να φτιάχνουν εφαρμογές συμβατές για έξυπνα τηλέφωνα. Λίγο αργότερα η Google εισήγαγε στην αγορά το δικό της λειτουργικό σύστημα για κινητά, το πλέον γνωστό Android. Τα εκατομμύρια των smart phones που έχουν πουληθεί από την κυκλοφορία του Apple iOS και του Android έχουν δημιουργήσει μια ισχυρή αγορά προγραμμάτων λογισμικού για την εξυπηρέτηση αυτών των έξυπνων τηλεφώνων. Αυτό το λογισμικό, γνωστό ως apps (εφαρμογές), είναι και αυτό που θα χρησιμοποιηθεί για να «φιλοξενήσει» την παρούσα παρεχόμενη υπηρεσία.

Η αγορά εφαρμογών εξελίσσεται συνεχώς και σήμερα εξυπηρετεί παντελώς διαφορετικούς σκοπούς από αυτούς για τους οποίους αρχικά άρχισε να λειτουργεί. Οι εφαρμογές είναι διαθέσιμες για μια πληθώρα τομέων όπως παιχνίδια (gaming), υγεία, ενημέρωση, ψυχαγωγία, εκπαίδευση, μέσα μεταφοράς, τουριστικές υπηρεσίες κ.λπ. Μια ματιά στο iTunes App Store της Apple δείχνει ότι υπάρχουν πάνω από δύο εκατομμύρια διαθέσιμες εφαρμογές που μπορεί να «κατεβάσει» ένας χρήστης. Οι ίδιοι οι αριθμοί δίνουν μια εικόνα για το πόσο γρήγορα αυξήθηκε η αγορά των εφαρμογών: Όταν το Apple iTunes App Store άνοιξε το 2008 είχε 500 εφαρμογές. Σήμερα στο Google Play είναι πλέον διαθέσιμες πάνω από ένα εκατομμύριο εφαρμογές.

Η ολοένα και αυξανόμενη παρουσία καταστημάτων εφαρμογών είναι υψίστης σημασίας για την το παρόν εγχείρημα. Μεγάλο τμήμα της αγοράς-στόχου δε χρειάζεται εκπαίδευση όσον αφορά τη χρήση και το περιεχόμενο κάθε εφαρμογής και τον «τόπο» που θα τη βρει. Από την άλλη, η παρουσία εκατομμυρίων εφαρμογών και ο αιματηρός ανταγωνισμός μεταξύ τους για το

ποια θα κερδίσει περισσότερα “downloads”, καθιστά δύσκολη την υπεροχή και την αναγνωρισιμότητα μιας εκ των πολλών από το κοινό της. Για αυτό, η εταιρεία επικεντρώνεται στην ανάπτυξη μιας εφαρμογής χρηστικής και με ξεκάθαρο στόχο, ώστε να επιτρέψει τη διείσδυση της στην κυκλοφοριακή συμφόρηση που επικρατεί, να γίνει αμέσως αντιληπτή από το ιδιαίτερο κοινό της (surfers) και να δίνει λύση σε ένα υπαρκτό πρόβλημα της αγοράς- στόχου το οποίο μέχρι σήμερα παραμένει άλυτο. Ένα επίσης σημαντικό χαρακτηριστικό που θα βοηθήσει στη βέλτιστη χρήση της εφαρμογής είναι η ευρεία διανομή της, δηλαδή να χρησιμοποιηθεί ταυτόχρονα σε πολλά και διαφορετικά μέρη του κόσμου- spots που λαμβάνει χώρα η κυματολίσθηση, και από πολλούς χρήστες διαφορετικών εθνικοτήτων. Αυτό εξασφαλίζεται εφ’ όσον η εφαρμογή που θα αναπτυχθεί θα είναι διαθέσιμη για τα smartphones της Apple, Android, Windows και BlackBerry.

Η αύξηση των διαθέσιμων εφαρμογών αναμένεται να συνεχιστεί. Σύμφωνα με έκθεση της ερευνητικής εταιρείας App Annie [(10) επίσκεψη 6/5/18] μέχρι το 2020, τα μεικτά έσοδα των ηλεκτρονικών εφαρμογών σε παγκόσμιο επίπεδο θα μπορούσαν να διπλασιαστούν σε μέγεθος φτάνοντας τα 101 δισεκατομμύρια δολάρια. Με τέτοιο πλήθος εφαρμογών στην αγορά, η ανακάλυψη της συγκεκριμένης εφαρμογής από το κοινό της καθίσταται δύσκολη. Σ’ αυτό το σημείο η πολιτική μάρκετινγκ θα παίξει το σημαντικότερο ρόλο. Αξιοποιώντας τις επιθετικές στρατηγικές μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Social Media Marketing), την τεχνική της βελτιστοποίησης στα καταστήματα εφαρμογών (App Store Optimization) και τη συμμετοχή σε παγκόσμιες εκθέσεις εξοπλισμού και προορισμών της συγκεκριμένης αγοράς, το παρόν εγχείρημα φιλοδοξεί να προωθήσει κατά το μέγιστο την εφαρμογή και να πετύχει τους στόχους των λήψεων (downloads) που έχει θέσει.

Ο αριθμός των συσκευών τύπου smart phone θα συνεχίσει να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην αγορά εφαρμογών για κινητά. Η τάση των νοικοκυριών να έχουν στην κατοχή τους περισσότερα από ένα smart phones αυξάνεται και δε δείχνει κανένα σημάδι επιβράδυνσης. Σε ορισμένες χώρες

είναι σύνηθες να έχει κάθε νοικοκυριό το δικό του smartphone σε βαθμό που οι συγκεκριμένες συσκευές εμφανίζονται ακόμη και στα χέρια παιδιών ηλικίας μόλις 5 ετών. Η αύξηση της ζήτησης για κινητές εφαρμογές ενισχύθηκε και από την εμφάνιση των τάμπλετ (tablet) καθώς και από άλλες συσκευές φορητής τεχνολογίας όπως τα έξυπνα ρολόγια (smart watches).

Σύμφωνα με την Global Industry Analysts[(11) επίσκεψη 17/5/18), τα ετήσια έσοδα της βιομηχανίας του surfing είναι 7 δισεκατομμύρια δολάρια (7,1 δις. €) από τα οποία τα 1,8 δις \$ (1,6 δις. €) προέρχονται από surfboards και αξεσουάρ όπως fins, θήκες για surfboards, leashes και surf wax. Ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης είναι 5% και εκτιμάται ότι μέχρι το έτος 2022 τα ετήσια έσοδα θα φτάσουν τα 9,5 δισεκατομμύρια δολάρια(8,2 δις. €). Είναι επίσης σημαντικό να αναφερθεί ότι το σέρφινγκ ως δραστηριότητα ανά τον κόσμο προσφέρει στην παγκόσμια οικονομία ετησίως 50 δισεκατομμύρια δολάρια (περίπου 41 δις ευρώ).

Κάποιες απ' τις μεγαλύτερες εταιρίες στο χώρο του της αγοράς κυματολίσθησης είναι η Billabong, η Quicksilver, η Rip Curl, η Al Merrick, η Lost και η Rusty , οι οποίες εξειδικεύονται σε παραγωγή σανίδων πλεύσης (surfboards), στολών (wetsuits)και ρουχισμού.

Όσον αφορά τον τομέα των ηλεκτρονικών εφαρμογών που για παροχή υπηρεσιών με βάση τη δραστηριότητα του surfing, οι πιο ανταγωνιστικές είναι η WSL (1 εκ. Λήψεις), η Surfline (100 χιλ. λήψεις), η Magic Sea Weed (500 χιλ. Λήψεις) και η Goflow (50 χιλ. λήψεις) στο Google Play [(12) επίσκεψη 1/6/18]. Οι τρεις πρώτες ασχολούνται κατά κύριο λόγο με καιρικές προγνώσεις, βίντεο και φωτογραφία, ενώ η Go flow ασχολείται και με την εύρεση εκπαιδευτών surfing για τους χρήστες της. Όλες διατίθενται δωρεάν. Συγκεκριμένα η Magic Sea Weed ασχολείται με τις προγνώσεις κυματισμού και διαθέτει premium έκδοση προγνώσεων για την οποία ο πελάτης καλείται να πληρώσει. Επίσης διαθέτει e-shop με προϊόντα εξοπλισμού και ρουχισμού. Η WSL μεταδίδει ζωντανά το παγκόσμιο πρωτάθλημα surfing και περιλαμβάνει ηλεκτρονικό

κατάστημα (e-shop), ενώ η Surfline ασχολείται με τοπικές καιρικές προγνώσεις κυματισμού.

Στις εφαρμογές που ασχολούνται με το ridesharing εν γένει, ανήκουν η Blablacar (10 εκ. Λήψεις), η Beercar (1 εκ. Λήψεις), η To Go Carpool (100 χιλ. λήψεις) και η Sride Carpool (100 χιλ. Λήψεις), ως οι πιο ανταγωνιστικές. [(12) επίσκεψη 1/6/18] Κατά κύριο λόγο στις εφαρμογές αυτές η κούρσα χρεώνεται.

3. Ανάλυση καταναλωτή

Σύμφωνα με το International Surfing Association (ISA) [(13) επίσκεψη 15/6/2018) ο πληθυσμός των surfers παγκοσμίως, υπολογίζεται σε 35 εκατομμύρια. Τουλάχιστον το 1/3 από αυτούς ανήκουν στις Η.Π.Α. και την Αυστραλία. Υπολογίζεται ότι το 2020 ο πληθυσμός που ασχολείται με το surfing θα έχει φτάσει τα 50 εκατομμύρια. Υπολογίζεται δηλαδή αύξηση της τάξεως του 43% μέσα στην επόμενη 2ετία. Στην Ελλάδα, το 2010 οι Έλληνες surfers ήταν περίπου 500. Σήμερα ο πληθυσμός τους ανέρχεται περίπου στους 8000 [(20) επίσκεψη 18/7/18], αυξήθηκε δηλαδή μέσα σε διάστημα 7 ετών κατά 1600% και συνεχίζει να αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς.

Ο μέσος όρος ηλικίας των σέρφερς στην Αμερική είναι 35 χρονών με ετήσιο εισόδημα εβδομήντα πέντε χιλιάδες δολάρια. Ξοδεύουν περίπου 40\$ για κάθε δραστηριότητα σερφ (session) και διανύουν περίπου 20 χιλιόμετρα για τις μετακινήσεις τους από και προς τον προορισμό. Περνάνε κατά μέσο όρο 2.5 ώρες στο νερό και ασχολούνται με το σερφ για 16 περίπου χρόνια έχοντας κατά μέσο όρο 4 σανίδες ο καθένας στον εξοπλισμό του. Οι περισσότεροι έχουν τελειώσει ανώτερες σπουδές και εργάζονται έχοντας ετήσιο εισόδημα 50000\$- 75000\$. Να σημειωθεί ότι σέρφερς που έλαβαν μέρος στην έρευνα του Beachapedia [(14) επίσκεψη 14/7/18] τείνουν να έχουν υψηλότερο επίπεδο μόρφωσης και υψηλότερο ετήσιο εισόδημα από το μέσο όρο της συγκεκριμένης αγοράς.

Ακόμα σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε ο «SAS»(surfers against sewage)[(15) επίσκεψη 15/7/18] -που είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός με στόχο την προστασία των ωκεανών και των παραλίων για σέρφινγκ με παραπάνω από 92 χιλιάδες μέλη απ' το 2010- σε 2200 σέρφερς στο Ηνωμένο Βασίλειο, κατέληξε στο ότι το 64% των σέρφερς έχουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο από το 27% του μέσου ανθρώπου. Επίσης παρατήρησε ότι η ηλικία των περισσότερων σέρφερς είναι πάνω από 30

χρονών. Όσον αφορά τα χρήματα που ξοδεύουν για το χόμπι τους βρέθηκε ότι κάθε έτος δίνουν:

- 558€ σε αγορές σανιδιών, στολών και αξεσουάρ
- 250€ σε στάθμευση οχήματος
- 800€ σε τοπικά καφέ και μπαρ
- 663€ σε καταστήματα ευκολίας (π.χ. mini markets)
- 1090€ σε καύσιμα μετακίνησης
- 191€ σε διαμονή για τα εγχώρια ταξίδια
- 535€ για ταξίδια στο εξωτερικό (κάποιοι ξοδεύουν μέχρι και 1280€ σύμφωνα με την έρευνα)

Στην Αγγλία κατοικούν 500000 σέρφερς και το ετήσιο κεφάλαιο που προσφέρουν στην παγκόσμια οικονομία σχετικό με την αγορά της κυματολίσθησης ανέρχεται στα 1,3 δις €. Το ετήσιο ποσό που δαπανά ένας σέρφερ από το Ην. Βασίλειο για τη δραστηριότητά του είναι κατά μέσο όρο 2270€ εξαιρώντας τα έξοδα διαμονής στα εγχώρια, τα έξοδα για τα surf trips στο εξωτερικό και τα καύσιμα μετακίνησης. Συμπεριλαμβανομένων των εξόδων μετακίνησης το ποσό ανέρχεται στα 3360€. Μαζί με τη διαμονή και έξοδα ταξιδιού στο εξωτερικό το συνολικό ποσό φτάνει τα 4086€. Παρατηρούμε ότι τα έξοδα για καύσιμα μετακίνησης και στάθμευση καταλαμβάνουν ένα ποσοστό της τάξεως του 32,8% του συνολικού προϋπολογισμού της δραστηριότητας σε ετήσια βάση στη Μεγάλη Βρετανία. Το συγκεκριμένο ποσοστό είναι αρκετά υψηλό, δίνοντας έτσι το απαραίτητο έδαφος για την ύπαρξη και λειτουργία μιας εφαρμογής rideshare.

Οι άνθρωποι που ασχολούνται με την κυματολίσθηση είναι εξαιρετικά αφοσιωμένοι στη δραστηριότητά τους, λάτρεις της φύσης, των ταξιδιών και της περιπέτειας. Προτιμούν να μοιράζονται αυτήν την εμπειρία. Το ταξίδι, είτε αεροπορικώς είτε οδικώς, είναι αναπόσπαστο κομμάτι της κουλτούρας τους. Είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν δυσανάλογα μεγάλο μέρος του χρόνου και των χρημάτων τους προκειμένου να πραγματοποιήσουν το αγαπημένο τους

άθλημα και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες που το περιβάλλουν. Συνηθίζουν να επενδύουν σε εξοπλισμό και ταξίδια. Η Surf's App έχει ως σκοπό να βελτιώσει την εμπειρία της κυματολίσθησης όσον αφορά το κομμάτι του ταξιδιού, εγχώρια και στο εξωτερικό, έτσι ώστε κάθε σέρφερ να μπορεί ευκολότερα και οικονομικότερα να προσεγγίσει τους επιθυμητούς προορισμούς ή, χρησιμοποιώντας την εφαρμογή, να αποκτήσει πρόσβαση σε προορισμούς που μέχρι εκείνη τη στιγμή λόγω κόστους, χρόνου και σύστασης ομάδας, ήταν απαγορευτικοί.

4. Ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος (SWOT/PEST Analysis)

4.1 Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος (SWOT Analysis)

Δυνάμεις της επιχείρησης:

- Εμπειρία των μελών της ομάδας στη βιομηχανία της κυματολίσθησης. Δύο από τα τρία βασικά της μέλη έχουν υπάρξει ιδρυτικά μέλη εταιρίας εμπορίας σανιδιών πλεύσης και εξοπλισμού κυματολίσθησης ως Creative Director και Consultant.
- Τα μέλη της ομάδας εξειδικεύονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media), στη γραφιστική, στη φωτογραφία και στο βίντεο.
- Η έδρα της επιχείρησης βρίσκεται στην Κρήτη, έναν ιδανικό για τα ελληνικά δεδομένα τόπο για κυματολίσθηση, και κατ' επέκταση για δοκιμή και προώθηση της εφαρμογής.
- Η χρήση της εφαρμογής είναι φιλική προς το περιβάλλον.
- Η εφαρμογή είναι καινοτόμα στην ελληνική και την παγκόσμια αγορά.
- Η ομάδα διατηρεί συνεργατική σχέση με σημαντικές επιχειρήσεις και αναγνωρισμένους ανθρώπους της ελληνικής βιομηχανίας και κοινότητας της κυματολίσθησης (Οι σχολές κυματολίσθησης στην Κρήτη, την Ικαρία, τη Σαντορίνη, τα μαγαζιά εμπορίας εξοπλισμού surf “Secret Spot” και “Sex House”, ο αθλητής σερφ Νικόλαος Πλυτάς και ο ολυμπιονίκης στο windsurf Νίκος Κακλαμανάκης).
- Η ομάδα απαρτίζεται από νέους ανθρώπους με φαντασία, πάθος για δημιουργία και αγάπη για την κυματολίσθηση και τη θάλασσα.

Αδυναμίες της επιχείρησης:

- Έλλειψη επαρκούς επενδυτικού κεφαλαίου.

- Έλλειψη εμπειρίας στο χώρο λειτουργίας των επιχειρήσεων, από μέρους των μελών της ομάδας λόγω του νεαρού της ηλικίας τους.

Ευκαιρίες:

- Η κυματολίσθηση έχει γίνει μία νέα τάση μόδας στο χώρο των υπαίθριων δραστηριοτήτων. Οι άνθρωποι που ασχολούνται με αυτήν αυξάνονται με ραγδαίους ρυθμούς στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Εκτιμάται 43% αύξηση στον παγκόσμιο πληθυσμό των surfers μέσα στα επόμενα 3 χρόνια. [(16) επίσκεψη 19/6/18]
- Συνεχή αύξηση του τουρισμού στην Ελλάδα. Τα στοιχεία του ΣΕΤΕ για το 2017 έδειξαν 8,1% άνοδο, ενώ 5% και 8% αύξηση των αφίξεων στα αεροδρόμια Χανίων και Ηρακλείου Κρήτης αντίστοιχα, για το ίδιο έτος. [(18) επίσκεψη 20/7/18] Σύμφωνα με την Thomas Cook, η Ελλάδα βρίσκεται στη δεύτερη θέση της κατάταξης με τους δημοφιλέστερους προορισμούς. Ειδικά η Κρήτη, όπως φαίνεται από τις προκρατήσεις, θα είναι ο πιο δημοφιλής προορισμός για την Ελλάδα. [(19) επίσκεψη 29/7/18]
- Ραγδαία αύξηση του αριθμού των σχολών surf και των surf safaris στην Ελλάδα και ειδικά στην Κρήτη. Μέχρι το 2012 στην Ελλάδα λειτουργούσαν 4 σχολές surf και στην Κρήτη καμία. Σήμερα λειτουργούν 16 σε όλη την Ελλάδα 6 από τις οποίες βρίσκονται στην Κρήτη.
- Το ridesharing είναι έχει γίνει ένας εναλλακτικός τρόπος μετακίνησης και έχει αρχίσει να χρησιμοποιείται από πολλούς ανθρώπους σε πολλές χώρες και ειδικά στην Ευρώπη και στην Αμερική. Πλέον μια μεγάλη μερίδα ταξιδιωτών δε φοβάται να προγραμματίσει μέχρι και μεγάλα ταξίδια κάνοντας rideshare.
- Μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών λόγω της οικονομικής κρίσης. Η αύξηση του πληθωρισμού σε συνδυασμό με τη δυσανάλογη μείωση του εισοδήματος των καταναλωτών περιορίζει την αγοραστική τους ικανότητα και κατ' επέκταση τις μετακινήσεις τους. Το

ridesharing συντελεί στη μείωση κόστους της δραστηριότητας της κυματολίσθησης.

Απειλές:

- Αύξηση της φορολογίας λόγω πιθανής εφαρμογής επιπλέον μέτρων του μνημονίου στην Ελλάδα.
- Πιθανή έξοδος της Ελλάδας απ' την Ευρωπαϊκή Ένωση με συνέπεια τον κλονισμό της εμπιστοσύνης από κάποιο ποσοστό του αγοραστικού κοινού στην Ευρώπη και δυσκολία συναλλαγής εφόσον τυπωθεί νέο νόμισμα.
- Η Ελλάδα ως προορισμός κυματολίσθησης ανήκει στους λιγότερο δημοφιλείς τόσο στην Ευρώπη όσο και παγκοσμίως.

4.2 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος (PEST Analysis)

Πολιτικά:

- Πιθανή έξοδος της Ελλάδας από την Ευρωπαϊκή Ένωση και τύπωση νέου νομίσματος.

Οικονομικά:

- Αύξηση του τουρισμού στην Ελλάδα για το 2017 (8,1%) και αναμενόμενη περαιτέρω αύξηση για το 2018. [(18) επίσκεψη 20/7/18]
- Μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών λόγω της οικονομικής κρίσης.
- Υψηλή φορολογία.
- Αύξηση του πληθωρισμού.
- Μείωση μισθών των καταναλωτών.

Κοινωνικά:

- Η κυματολίσθηση είναι μία νέα τάση μόδας στις υπαίθριες δραστηριότητες.
- Η ραγδαία αύξηση του πληθυσμού των σέρφερς.
- Η κυματολίσθηση εντάχθηκε στους Ολυμπιακούς αγώνες που θα γίνουν στο Τόκιο ως ολυμπιακό άθλημα.
- Η ραγδαία αύξηση των εκπαιδευτικών σχολών surf στην Ελλάδα.
- Η συνεχή εξερεύνηση νέων προορισμών για surfing στην Ελλάδα.
- Η αύξηση της χρήσης ηλεκτρονικών εφαρμογών για ridesharing.
- Το ride sharing και το hitch hiking (ωτοστόπ) είναι πλέον ένας εναλλακτικός τρόπος μετακίνησης και χρησιμοποιείται από πολλούς ανθρώπους.
- Η τάση της τεχνολογίας και της κοινωνίας προς την εξειδίκευση.
- Οι χρήστες συσκευών συμβατών με mobile apps αυξάνονται διαρκώς σε όλα τα ηλικιακά γκρουπ.
- Η αύξηση της εγκληματικότητας.
- Η αύξηση των απαιτούμενων μέτρων ασφαλείας στο διαδίκτυο και στις ηλεκτρονικές εφαρμογές.

Τεχνολογικά:

- Συνεχή τεχνολογική εξέλιξη στα λογισμικά των ηλεκτρονικών εφαρμογών και διεύρυνση των δυνατοτήτων τους.
- Αύξηση των διαφορετικών ειδών συσκευών φορητής τεχνολογίας.
- Αύξηση των wi-fi hot spots και ραγδαία εξάπλωση του 4Gδικτύου.
- Ραγδαία ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media).

5. Τμηματοποίηση- Στοχοθέτηση- Τοποθέτηση (STP)

- **Τμηματοποίηση:** Απευθυνόμαστε στην παγκόσμια κοινότητα κυματολίσθησης, η οποία ανέρχεται στα 35 εκατομ.
- **Στοχοθέτηση:** Από την παγκόσμια κοινότητα κυματολίσθησης, απευθυνόμαστε σε αυτούς που διαθέτουν και χρησιμοποιούν smart phones και είναι επίσης εξοικειωμένοι με τη χρήση εφαρμογών.
- **Τοποθέτηση:** Προσφέρουμε μία ηλεκτρονική εφαρμογή κυρίως για Ευρωπαίους, Αμερικανούς και Αυστραλούς surfers που θέλουν να μοιραστούν τα έξοδα μετακίνησης για τον εκάστοτε προορισμό τους και την ίδια την εμπειρία της κυματολίσθησης, γνωρίζοντας νέους προορισμούς και ανθρώπους που ασχολούνται με το συγκεκριμένο άθλημα.

6. Μακροπρόθεσμοι και βραχυπρόθεσμοι στόχοι (Short term and Long term Milestones)

6.1 Βραχυπρόθεσμοι στόχοι (Short term Milestones)

Βραχυπρόθεσμοι Στόχοι:

- Έρευνα αγοράς τόσο στην ελληνική όσο και στην παγκόσμια κοινότητα κυματολίσθησης, με ερωτηματολόγια που θα διανέμονται φυσικά και διαδικτυακά στους τόπους συνάντησης των surfers (surf spots, παγκόσμιες διοργανώσεις αγώνων, καταστήματα εξοπλισμού, σχετικά blogs και ομάδες στο διαδίκτυο).
- Δημιουργία του κατάλληλου πορτφόλιο (φωτογραφίες και βίντεο) για χρήση τους στα social media, στις σελίδες Surf in Greece και Hellenic Surfing Community, και εφαρμογή τους σε διαφημιστικό υλικό.
- Δημιουργία διαφημιστικού υλικού και υλικού συμμετοχής σε εκθέσεις.
- Συμμετοχή σε δύο διαγωνισμούς χρηματοδότησης (Hellenic Entrepreneurship Awards και Egg).
- Ευαισθητοποίηση του κοινού (raise public awareness) για την ύπαρξη και τη χρήση της εφαρμογής κατά 40% στην αγορά της Μεσογείου.
- Να επιτευχθούν 65000 λήψεις (downloads) και 10000 ακόλουθοι (followers).
- Δημιουργία μικρού μήκους ταινίας με αντικείμενο το ridesharing στους ελληνικούς προορισμούς κυματολίσθησης, και με τη συμμετοχή αναγνωρισμένων ελλήνων αθλητών.
- Να λάβει μέρος η εταιρία στο Adventure film festival 2019 προβάλλοντας την ταινία μικρού μήκους με αντικείμενο την κυματολίσθηση στην Ελλάδα.
- Σύναψη συνεργασίας με τις ελληνικές σχολές κυματολίσθησης.
- Να λάβει μέρος η εταιρία στο Surf Art Festival 2019 και 2020 εκθέτοντας την εφαρμογή σε ειδικά διαμορφωμένο περίπτερο.

- Να προωθηθεί η Surf'sapp στο Mediterranean Surf Contest 2019 και 2020 και να λάβουν μέρος αθλητές της.
- Να πραγματοποιηθούν δύο ταξίδια για την προώθηση της εφαρμογής στην Πορτογαλία και τη Γαλλία αντίστοιχα, και να παρουσιαστεί το εγχείρημα στα events του World Surf League που λαμβάνουν χώρα σε αυτές τις χώρες, δημιουργώντας παράλληλα συνεργασίες με σχολές σερφ των χωρών αυτών και αναπτύσσοντας σχέσεις με φορείς τους WSL.
- Να δημοσιευτεί η εφαρμογή στο ελληνικό ιντερνετικό περιοδικό Lovesurfing, στο Stab και στο The Inertia ως η πρώτη ηλεκτρονική εφαρμογή με ridesharing για σέρφερς.

6.2 Μακροπρόθεσμοι στόχοι (Long term Milestones)

Μακροπρόθεσμοι στόχοι (Εντός της οχταετίας λειτουργίας της επιχείρησης):

- Να διεκδικήσει η επιχείρηση το 6% της παγκόσμιας αγοράς και το 60% της ελληνικής.
- Να λάβει μέρος η εταιρία στο Surf Art Festival 2021 εκθέτοντας την εφαρμογή σε ειδικά διαμορφωμένο περίπτερο.
- Να δημιουργηθεί ταινία μικρού μήκους με αντικείμενο την κυματολίσθηση και την πρακτική ridesharing στην Πορτογαλία, η οποία χαίρει παγκόσμιας φήμης ως προορισμός.
- Να γίνει η Surf's App χορηγός στο Mediterranean Surf Contest 2021 και να λάβουν μέρος αθλητές της.
- Να αποκτηθούν 100000 followers.
- Να επιτευχθούν 400000 downloads μέχρι το τέλος του 5^{ου} έτους λειτουργίας.
- Να προστεθεί η επιλογή Surf Bus μετά το πέρας του 5^{ου} έτους λειτουργίας σύμφωνα με την οποία οποιοσδήποτε διαθέτει όχημα θα μπορεί να

μεταφέρει σέρφερς στα σποτ χρεώνοντας εισητήριο για την κούρσα ανάλογα με τον προορισμό και τον εξοπλισμό που θα διαθέτει κάθε άτομο. Η εταιρία θα παίρνει προμήθεια από κάθε εισητήριο.

- Η Surf's App να γίνει leader της αγοράς στις ηλεκτρονικές εφαρμογές που προσφέρουν ridesharing για surfers.
- Να δημοσιευτεί η εφαρμογή στα περιοδικό Surfer Magazine και στη σελίδα του World Surf League στο Facebook.
- Να επιτευχθεί συνεργασία με το World Surf League
- Να σπονσοράρει η "Red Bull" ταξίδια με το SurfVan στα οποία μέσω διαγωνισμού θα συμπεριλαμβάνονται εκτός από το βασικό πλήρωμα του βαν και πελάτες της Surf'sapp και της Red Bull με σκοπό την προώθηση των δύο εταιριών.

7. Μίγμα μάρκετινγκ (4Ps)

7.1 Προϊόν (Product)

Το προϊόν που κατασκευάζει η εταιρία είναι μια ηλεκτρονική εφαρμογή για συσκευές συμβατές με mobile apps. Εξειδικεύεται στον κλάδο της κυματολίσθησης και ειδικότερα στο ridesharing για surfers. Στην εύρεση δηλαδή άλλων surfers για ομαδική μετακίνηση στον προορισμό για surf με στόχο την ελαχιστοποίηση των εξόδων χρήσης του οχήματος μέσω του μοιράσματος του κόστους μεταφοράς(καύσιμα, διόδια), στάθμευσης, συντήρησης, και της διαδικασίας του σερφ. Μέσω της εφαρμογής οι χρήστες θα γνωρίζουν ανθρώπους με αντίστοιχο πάθος για τη θάλασσα, την κυματολίσθηση, τις εξορμήσεις και τα ταξίδια. Θα μοιράζονται τα έξοδα μετακίνησής τους και τις μοναδικές στιγμές που προσφέρει η εμπειρία του σερφ. Η Surf'sapp είναι πρωτοπόρα στον τομέα της, ανοίγοντας ένα καινούριο κλάδο εξειδικευμένου ridesharing και είναι έτοιμη να καλύψει τις ανάγκες των πελατών της όσο αφορά την ελαχιστοποίηση των εξόδων μετακίνησης. Αυτό θα επιτυγχάνεται με λίγα μόνο clicks μέσα στην εφαρμογή από τη συσκευή του χρήστη και φυσικά με μεγάλη ευκολία. Το μοίρασμα των εξόδων θα γίνεται κατόπιν συνεννόησης των συνεπιβατών, όπως δηλαδή γινόταν πάντα ανάμεσα στους surfers που ταξιδεύουν παρέα για να βρουν κύματα. Σε μία εποχή που η τιμή της βενζίνης έχει φτάσει στα ύψη και αναμένεται να αυξηθεί ακόμα περισσότερο, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το να μοιράζονται τα κόστη μεταφοράς τους προς και από τον προορισμό είναι μία αποδοτική και οικονομική λύση. Επίσης μέσω φίλτρων και κριτηρίων (π.χ. πόσες φορές έχουν μοιραστεί μαζί την κούρσα ή πόσοι έχουν επισκεφθεί έναν συγκεκριμένο προορισμό), είναι εφικτό μέσα από την εφαρμογή να δημιουργούνται ομάδες χρηστών, τα λεγόμενα surf crew. Μέσα στην εφαρμογή θα υπάρχει κατάταξη των crew ανάλογα με το πόσες φορές πάνε για σερφ χρησιμοποιώντας την συγκεκριμένη σύσταση ομάδας. Κάθε μήνα, οι πρώτοι της κατάταξης θα κερδίζουν διαφήμιση στα social media από την Surf's App και οι 10 πρώτοι θα

λαμβάνουν μέρος σε διαγωνισμό όπου θα κερδίζουν την αξία της βενζίνης για μια μονοήμερη εξόρμηση σερφ. Επίσης οι οδηγοί της κούρσας θα βρίσκονται σε αντίστοιχη κατάταξη και θα βαθμολογούνται ανάλογα με το πόσες διαδρομές έχουν πραγματοποιήσει. Αυτοί με τη σειρά τους θα μπορούν να επωφεληθούν από διάφορα bonus μέσα στην εφαρμογή όπως δωρεάν πρόσβαση σε κάμερες που δείχνουν σε ζωντανή μετάδοση κάποια surf spots και προβολή τους στα social media της εφαρμογής όπως αντίστοιχα θα γίνει με τα surf crew. Οι πρώτοι 15 θα έχουν επίσης τη δυνατότητα να λάβουν μέρος σε διαγωνισμό που θα κερδίζουν την αξία της βενζίνης για μια μονοήμερη εξόρμηση σερφ. Φυσικά και για τους οδηγούς αλλά και για τους συνεπιβάτες θα υπάρχει αξιολόγηση με βάση τον τρόπο οδήγησης, την καθαριότητα, το χιούμορ και την καλή διάθεση (good vibe). Συγκεκριμένα οι οδηγοί που διαθέτουν αυτοκινούμενο βαν θα βρίσκονται και σε κατάταξη «οδηγών βαν» οι οποία θα διαμορφώνεται με κριτήρια την εμφάνιση και χρηστικότητα του ίδιου του οχήματος αλλά και τα κριτήρια για τους οδηγούς. Ακόμη οι χρήστες θα μπορούν μέσω της εφαρμογής να μοιράζονται τις εμπειρίες τους από τα ταξίδια και τις εξορμήσεις που πραγματοποίησαν και να δίνουν αναφορές καιρού βοηθώντας τους υπόλοιπους σέρφερς να κατευθυνθούν στο σωστό σημείο για σέρφινγκ με τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες. Η επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο (live chat) θα είναι ένα ακόμα πλεονέκτημα της εφαρμογής που θα διευκολύνει τη μεταξύ τους συνεννόηση και την ανάπτυξη φιλικών σχέσεων. Ακόμα για να απολαμβάνουν οι χρήστες μία ολοκληρωμένη εμπειρία συνεπιβατισμού για σέρφερς η εφαρμογή θα αντλεί από βάση δεδομένων τα surf spot κάθε περιοχής και θα διαθέτει πληροφορίες για το καθένα από αυτά.

Μια ακόμα επιλογή που θα προσφέρει η εφαρμογή θα είναι η εύρεση ατόμων για προγραμματισμό και πραγματοποίηση πολυήμερου ταξιδιού για σερφ σε άλλη χώρα ή και εγχώρια. Το λεγόμενο surf trip. Η επιλογή θα ονομάζεται surf trip planning και μέσω αυτής ο χρήστης θα μπορεί να βρει άλλους σέρφερς που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν ένα surf trip και εν τέλει να μοιραστεί την εμπειρία του σερφ αλλά και όλου του ταξιδιού

μαζί τους (διαμονή, καύσιμα, αεροπορικά εισιτήρια). Μάλιστα θα είναι εφικτή η δημιουργία πολυμελών γκρουπ για πραγματοποίηση ενός surf trip. Η επιλογή surf trip planning έρχεται να συμπληρώσει την βασική και κύρια χρήση της Surf'sapp που είναι το rideshare.

Εκτός από το οικονομικό όφελος που παρέχει η εφαρμογή, είναι και φιλική προς το περιβάλλον, μειώνοντας την κατά κεφαλήν κατανάλωση βενζίνης. Είναι δηλαδή μία ανταγωνιστική εφαρμογή, καινοτόμα στον χώρο του σερφ, ένα εργαλείο που δεν πρέπει να λείπει απ' το smartphone κάθε σέρφερ που σέβεται όχι μόνο την οικονομική του κατάσταση, αλλά και το περιβάλλον, την αξία της κοινότητας και των αυθεντικών ανθρώπινων σχέσεων με γνώμονα την αγάπη για την αθλητική δραστηριότητα στη φύση.

Τέλος αξίζει να αναφερθεί ότι μία τέτοια εφαρμογή θα συμβάλει στην αύξηση της διέλευσης των σέρφερς στους προορισμούς για σερφ, εφόσον κάθε σέρφερ θα μπορεί ευκολότερα να βρει άλλους σέρφερς για να πραγματοποιήσει ένα surf trip ή ακόμα και ντόπιους σέρφερς με τους οποίους θα μοιράζεται τα έξοδα μετακίνησής του προς το surf spot. Μ'αυτόν τον τρόπο πολλές χώρες θα διαφημιστούν ως κατάλληλοι προορισμοί για σερφ και κατ'επέκταση θα αυξηθεί η τουριστική τους δραστηριότητα.

7.2 Τιμή (Price)

Η επιχείρηση μπορεί να ακολουθήσει μια από τις ακόλουθες τιμολογιακές πολιτικές κατάλληλες για mobile applications: Η πρώτη εναλλακτική είναι να διαθέτει μια βασική έκδοση της εφαρμογής δωρεάν στους πελάτες και να χρεώνει την πλήρη και πιο αναβαθμισμένη έκδοση της εφαρμογής. Η επιλογή αυτή απορρίφθηκε διότι η εταιρία θέλει να προσφέρει μια ολοκληρωμένη εμπειρία, μέσω μιας πλήρους έκδοσης σε όσους πελάτες κατεβάζουν την εφαρμογή με σκοπό να έχουν κατευθείαν πλήρη εικόνα του τί προσφέρει χωρίς να πρέπει να στερηθούν κάποιες από τις δυνατότητές της. Η δεύτερη εναλλακτική θα ήταν να διαθέτει δωρεάν μια πλήρη έκδοση της

εφαρμογής στους πελάτες της και να έχει έσοδα διαφημίζοντας άλλες εταιρίες μέσα στην εφαρμογή. Η επιλογή αυτή, παρόλο που αντικειμενικά θα προσέλκυε περισσότερους πελάτες στην αρχή, απορρίφθηκε διότι η επιχείρηση πιστεύει ότι η Surf'sapp θα είναι ένα εργαλείο για κάθε σέρφερ ίσης σημασίας με αυτή του εξοπλισμού του, που σημαίνει ότι ο πελάτης θα είναι διατεθειμένος να πληρώσει για την εφαρμογή. Παράλληλα η εταιρία πιστεύει ότι οι διαφημίσεις μέσα στην εφαρμογή θα μειώσουν την αισθητική της και την ευκολία στη χρήση της, πράγματα απαραίτητα για να πετύχει τις επιθυμητές λήψεις.

Για τους παραπάνω λόγους τελικά η επιχείρηση αποφάσισε να χρησιμοποιήσει μια απλή τιμολογιακή πολιτική. Συγκεκριμένα θα διαθέτει μία απόλυτα ολοκληρωμένη έκδοση της εφαρμογής στους δυνητικούς πελάτες έναντι του ποσού των 3 €. Ειδικά όμως το 1^ο έτος λειτουργίας της θα κάνει εκπτώσεις μέσα στα καταστήματα εφαρμογών κατά διαστήματα σύμφωνα με το πλάνο μάρκετινγκ. Αυτό θα γίνει διότι για να ξεκινήσει να δουλεύει μία εφαρμογή ridesharing πρέπει να έχει χρήστες μέσα σε αυτή. Με αυτή τη στρατηγική τιμολόγησης και σε συνδυασμό με τις ενέργειες προώθησης που θα γίνουν, η Surf'sapp θα αποκτήσει πολύ σύντομα ένα μεγάλο κοινό χρηστών. Είναι γεγονός ότι οι χρήστες είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για μία εφαρμογή που τους είναι χρήσιμη και ικανοποιεί κάποιες ανάγκες τους. Η Surf'sapp είναι μία τέτοια εφαρμογή για τους σέρφερς και εφόσον σύντομα θα αποκτήσει ένα σεβαστό δίκτυο χρηστών, κανείς δεν θα διστάσει να την αγοράσει. Αντίθετα θα το κάνει με μεγάλη ευχαρίστηση μένοντας απόλυτα ικανοποιημένος απ' τη χρήση της.

Τέλος το οικονομικό τμήμα θα ερευνά συνεχώς και θα ελέγχει παρακολουθώντας τις εξελίξεις, και θα είναι ευέλικτο και έτοιμο να πραγματοποιήσει όποια αλλαγή κρίνει απαραίτητη, δοκιμάζοντας πιθανόν και κάποια άλλη τιμολογιακή πολιτική ή ακόμα και συνδυασμό των προηγούμενων.

7.3 Τοποθεσίες που διατίθεται το προϊόν (Place)

Η Surf'sapp θα διατίθεται για download σε καταστήματα εφαρμογών στο διαδίκτυο. Συγκεκριμένα στο Google play store και στο App store. Επίσης θα διαφημιστεί στα ακόλουθα σημεία του διαδικτύου:

- a) Στην επίσημη ιστοσελίδα της Surf'sapp.
- b) Στα προφίλ της εφαρμογής στα αντίστοιχα social media και συγκεκριμένα στο Facebook, στο Instagram, στο Pinterest και στο Twitter.
- c) Στα προφίλ social media των χρηστών που θα προωθήσουν την εφαρμογή και σε σελίδες που έπειτα από συνεργασία θα κάνουν την ίδια κίνηση με τους προαναφερθέντες.
- d) Στο Google μέσω του GoogleAdWords.

Επιπρόσθετα η Surf'sapp θα διαφημιστεί στους εξής τόπους και events:

- a) Στο Surf Art Festival 2019, 2020 και 2021 που γίνεται κάθε άνοιξη στην Αθήνα και έχει μεγάλη απήχηση. Το 2017 προσήλθαν 4000 άτομα κατά τη διάρκειά του και το 2018 6000 άτομα. Το φεστιβάλ αυτό διαρκεί δύο ημέρες και λαμβάνουν μέρος εταιρίες από τη βιομηχανία του σερφ και καλλιτέχνες που ασχολούνται με το άθλημα. Το πιο βασικό είναι ότι το κοινό που προσέρχεται στην έκθεση ασχολείται με το σερφ, και κατ' επέκταση αποτελεί μέρος της αγοράς- στόχου της εφαρμογής.

- b) Στο Adventure Film Festival 2019 που λαμβάνει χώρα κάθε Νοέμβριο στην Αθήνα, με μεγάλη προσέλευση από λάτρεις των extreme sports, της φύσης, της φωτογραφίας και του βίντεο. Στο συγκεκριμένο φεστιβάλ προβάλλονται ντοκιμαντέρ, βίντεο και φωτογραφίες εταιριών και καλλιτεχνών σχετικά με την περιπέτεια και τα αθλήματα στη φύση. Μέσα σ αυτά είναι και το σερφ. Έτσι η ομάδα της Surf'sapp δεν θα λείψει και από αυτό το φεστιβάλ προκειμένου να προβάλλει και να προωθήσει την εφαρμογή στο κοινό που θα προσέλθει.
- c) Στο Mediterranean Surf Contest 2019, 2020, 2021 στην Πάργα που είναι ο πρώτος επίσημος διαγωνισμός σέρφινγκ στην Ελλάδα αναγνωρισμένος από το International Surfing Association (ISA). Στον διαγωνισμό αυτό λαμβάνουν μέρος 25 από τους καλύτερους Έλληνες αθλητές και παρεβρίσκονται κριτές με χρόνια εμπειρία και δράση στο χώρο του σερφ. Ακόμα καταφθάνουν θεατές-λάτρεις του αθλήματος απ' όλη την Ελλάδα. Επίσης μετά τον διαγωνισμό παράγεται βίντεο που έχει απήχηση σε όλη την ελληνική κοινότητα των extreme αθλημάτων. Η εταιρία θα εκμεταλλευτεί την ευκαιρία να προβληθεί η εφαρμογή της μέσα από το MSC.
- d) Στους σέρφερς της Πορτογαλίας και της Γαλλίας. Η εταιρία θα στείλει αποστολή σε δύο δεκαήμερα ταξίδια για την προώθηση της εφαρμογής το έτος 2019. Η Πορτογαλία είναι η πρωτεύουσα του σερφ στην Ευρώπη και πρώτος προορισμός για σερφ στη συγκεκριμένη ήπειρο. Σέρφερς καταφθάνουν εκεί για να πραγματοποιήσουν το αγαπημένο τους άθλημα απ' όλο τον κόσμο. Το κοινό που σερφάρει στις παραλίες της είναι κυρίως Πορτογάλοι, Ισπανοί, Γερμανοί, Ιταλοί, Γάλλοι, Έλληνες και Αμερικάνοι. Η Γαλλία είναι ο δεύτερος πιο δημοφιλής προορισμός για σερφ στην Ευρώπη. Σε αυτήν θα συναντήσουμε Γάλλους, Άγγλους, Γερμανούς, Ισπανούς και Ιταλούς. Ειδικότερα οι Γερμανοί σέρφερς ταξιδεύουν συχνά σε αυτές τις δύο χώρες με σκοπό να σερφάρουν στις παραλίες τους. Και οι δύο χώρες

προτιμούνται από επαγγελματίες σέρφερς με σκοπό να δαμάσουν τα κύματα του Ατλαντικού. Τα δύο ταξίδια της Surf'sapp θα πραγματοποιηθούν τη χρονική περίοδο Οκτωβρίου-Νοεβρίου, την εποχή δηλαδή που διεξάγεται το παγκόσμιο πρωτάθλημα σερφ (World Surf League) σε αυτές τις δύο χώρες. Το πρώτο ταξίδι θα γίνει στην Πορτογαλία στην οποία διεξάγεται το πρωτάθλημα στα μέσα Οκτωβρίου στην πόλη Πενίς και το δεύτερο στη Γαλλία στα μέσα Νοέμβριου στην πόλη Χόσεγκορ. Εκτός από την παρουσία της ομάδας στα events του WSL θα πραγματοποιηθούν και τουρνέ σε δημοφιλείς παραλιακές πόλεις-προορισμούς της Πορτογαλίας και της Γαλλίας. Κάποιες από αυτές είναι η Λισαβόνα, το Σάγρες και η Πενίς στην Πορτογαλία και το Χόσεγκορ, το Μπίαριτζ και η Τζιρόνα στη Γαλλία.

7.4 Τρόποι προώθησης του προϊόντος(Promotion)

Η Surf'sapp θα ακολουθήσει μια στρατηγική μάρκετινγκ πολλαπλών κινήσεων με στόχο την μαζική λήψη της εφαρμογής από τους πελάτες της. Για να πείσει τον πελάτη να την κατεβάσει (download) θα ακολουθήσει τα εξής βήματα:

Η δημιουργία μιας δυναμικής και ισχυρής ηλεκτρονικής παρουσίας θα αποτελέσει τον πυρήνα της στρατηγικής μάρκετινγκ για την εταιρεία. Η δημιουργία μιας ιστοσελίδας θα είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη αυτής της παρουσίας. Μόλις κατασκευαστεί, θα προωθήσουμε τον ιστότοπο:

- 1) Έχοντας τη διεύθυνση URL σε όλα τα εταιρικά υλικά (επαγγελματικές κάρτες, διαφημιστικά υλικά κ.λ.π.)
- 2) Εφαρμόζοντας SEO (Search Engine Optimization/βελτιστοποίηση των μηχανών αναζήτησης για την ιστοσελίδα) - Αυτό θα βελτιώσει την προβολή της ιστοσελίδας μέσω των μηχανών αναζήτησης.

Συγκεκριμένες περιοχές εστίασης που θα είναι σημαντικές για την προώθηση της εφαρμογής είναι:

1. Για τη βελτιστοποίηση της εφαρμογής στα καταστήματα εφαρμογών (App store optimization) - όπως και για βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης για την ιστοσελίδα, η εταιρεία θα ασχοληθεί με τη βελτιστοποίηση της εφαρμογής στα διάφορα καταστήματα εφαρμογών. Οι ακριβείς τακτικές που θα χρησιμοποιηθούν είναι:

- Περιγραφή εφαρμογής: Πρόκειται για έναν πολύ σημαντικό τομέα και η εταιρεία θα επιλέξει να χρησιμοποιήσει λέξεις-κλειδιά στον τίτλο που θα ενισχύσουν την προβολή της εφαρμογής στα καταστήματα εφαρμογών. Η εταιρεία θα παρακολουθήσει με προσοχή τις δικές της λέξεις-κλειδιά και αυτές των ανταγωνιστών.
- Κριτικές: Η εταιρεία πιστεύει ότι όταν μια εφαρμογή προβάλλεται σε ένα κατάστημα εφαρμογών και φαίνεται να έχει πολλές θετικές κριτικές, παρέχει ένα επίπεδο άνεσης και ασφάλειας σε δυνητικούς πελάτες. Η επαφή με τους πελάτες που έχουν κατεβάσει την εφαρμογή προκειμένου να τους ενθαρρύνει να εξετάσουν θετικά την εφαρμογή θα είναι μια στρατηγική που θα αναλάβει η εταιρεία.
- AppSales [(23) επίσκεψη 20/8/18] : Η Surf'sapp θα χρησιμοποιήσει την επιλογή έκπτωσης μέσα στα καταστήματα εφαρμογών. Σύμφωνα με αυτή, η εφαρμογή θα διατίθεται δωρεάν για κάποια χρονικά διαστήματα που θα επιλέξει το τμήμα μάρκετινγκ. Κατά κύριο λόγο οι εκπτώσεις θα εφαρμόζονται στην αρχή της διάθεσης της εφαρμογής (έτος 2019) στα καταστήματα και κατά τη διάρκεια ενεργειών προώθησης όπως είναι η συμμετοχή σε εκθέσεις και διαγωνισμούς. Με αυτόν τον τρόπο θα παρουσιάζεται απότομη αύξηση των λήψεων και κατ' επέκταση και των

χρηστών της Surf'sapp. Συνέπεια αυτού είναι η αναβάθμιση της εμπειρίας των χρηστών της εφαρμογής και της λειτουργικότητάς της.

2. Το βίντεο - Θα δημιουργηθεί ένα υψηλής ποιότητας ενημερωτικό βίντεο προώθησης. Αυτό το βίντεο θα διαδραματίσει εξέχοντα ρόλο στην προώθηση. Θα εμφανίζεται στον ιστότοπο, θα ενσωματώνεται στα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης, θα ανέβει στα κανάλια YouTube, Vimeo και στο Google Play Store. Το βίντεο προώθησης θα εξηγεί τι κάνει η εφαρμογή και γιατί οι καταναλωτές θα την προτιμήσουν. Η χρήση βίντεο ως εργαλείο πωλήσεων για προϊόντα όπως οι εφαρμογές είναι στρατηγικής σημασίας, λαμβάνοντας υπόψη ότι το βίντεο εμφανίζεται τώρα στο 70% των 100 κορυφαίων καταχωρίσεων αποτελεσμάτων αναζήτησης και ότι οι θεατές είναι κατά 64-85% πιθανότερο να αγοράσουν αφού παρακολουθήσουν ένα βίντεο προϊόντος.

Μεγάλη ώθηση της εφαρμογής στην αγορά θα δοθεί μέσα από μια στρατηγική SMM (μάρκετινγκ κοινωνικής δικτύωσης). Αυτό συνεπάγεται ότι η Surf'sapp θα έχει ισχυρή παρουσία στα ακόλουθα:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Pinterest



Πιο συγκεκριμένα:

- a) Θα δημοσιεύονται φωτογραφίες και βίντεο σχετικά με το σερφ και το ridesharing προωθώντας την ιστοσελίδα και τον ιστότοπο που θα διανέμεται η εφαρμογή σε όλα τα social media.
- b) Θα πραγματοποιεί χορηγούμενες διαφημίσεις στο Facebook και στο Instagram προωθώντας την εφαρμογή στις επιθυμητές χώρες και κοινό.
- c) Θα διενεργεί διαγωνισμό, συγκεκριμένα στο Instagram, πραγματοποιώντας κλήρωση για χρήστες που έχουν αναδημοσιεύσει το διαγωνισμό της εταιρίας στο προφίλ τους. Ο νικητής θα κερδίζει μία θέση στο SurfVan (θα αναφερθεί παρακάτω) για μία εξόρμηση σερφ και μια μοναδική εμπειρία με το πλήρωμα του βαν.
- d) Όπως αναφέρθηκε στην περιγραφή προϊόντος θα δημοσιεύεται στο Instagram μία φορά το μήνα η φωτογραφία του πρώτου surf crew και του πρώτου οδηγού που βρίσκονται στις αντίστοιχες κατατάξεις.
- e) Θα πραγματοποιείται κλήρωση στο Instagram κάθε δύο μήνες για τους πρώτους δέκα οδηγούς στην κατάταξη και ένας τυχερός θα κερδίζει τα έξοδα βενζίνης για 1 μονοήμερη εκδρομή σερφ. Το μέσο κόστος το προσδιορίζει η εταιρία και θα είναι 20€. Για την συμμετοχή τους στην κλήρωση θα ζητείται να στείλουν μήνυμα με μια φωτογραφία τους κατά τη διάρκεια κάποιας εξόρμησης για σερφ. Ο νικητής θα βλέπει την φωτογραφία του να δημοσιεύεται στο προφίλ της Surf'sApp στο Instagram.

f) Αντίστοιχος διαγωνισμός θα γίνεται και με τα surf crew κάθε δύο μήνες για τους πρώτους 10 της κατάταξης. Οι δύο διαγωνισμοί θα διενεργούνται εναλλάξ κατά τη διάρκεια του χρόνου.

g) Διαγωνισμός θα πραγματοποιείται και για τους οδηγούς βαν. Κάθε 2 μήνες θα δημοσιεύεται ο πρώτος της κατάταξης με το βαν του. Το κίνημα Vanlife (η ζωή έχοντας βαν) είναι στη μόδα και είναι τρόπος ζωής για αρκετούς ανθρώπους και ειδικά σέρφερς.

h) Μία φορά το χρόνο ο πρώτος οδηγός της κατάταξης θα κερδίζει δωρεάν τριήμερη ξενάγηση στα σε Κρητικά surf spot κάνοντας σερφ μαζί με τους αθλητές και κάποια μέλη της εταιρίας με εξοπλισμό που θα του παρέχει η Surf'sapp ή με δικό του. Για να αποκτήσει αυτό το δικαίωμα θα πρέπει να στείλει μήνυμα με φωτογραφικό υλικό από μια εξόρμησή του για σερφ και να έρθει στην γεννέτηρα της Surf'sapp, την Κρήτη. Τον ιδανικότερο προορισμό για σερφ στην Ελλάδα.

Ακόμα η επιχείρηση θα χρησιμοποιήσει το δίκτυο γνωριμιών της στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Από στόμα σε στόμα και από προφίλ σε προφίλ η εφαρμογή θα προωθηθεί δημιουργώντας ένα δυνατό και ενεργό κοινό, ικανό να πραγματοποιήσει τα πρώτα rideshares μέσω της εφαρμογής, πράγμα απαραίτητο ειδικά για το αρχικό στάδιο λειτουργίας της. Αξίζει να σημειωθεί ότι η εταιρία έχει γνωριμίες που περιλαμβάνουν αρκετούς σέρφερς από Αμερική, Αυστραλία και Ευρώπη και ότι δίνει μεγάλο βάρος στο δίκτυο γνωριμιών της, το οποίο και σκοπεύει να επεκτείνει διαρκώς.

Κατά το ίδιο πλαίσιο η επιχείρηση θα προωθήσει την εφαρμογή και μέσω εκδηλώσεων όπως προαναφέρθηκαν στις τοποθεσίες που θα προβληθεί το προϊόν. Θα επιδιώξει να αναγνωρίσει και να εκμεταλλευτεί θετικά τις ευκαιρίες με τις οποίες μπορεί διαφημιστεί σε πελάτες και να κάνει δημόσιες σχέσεις. Συγκεκριμένα:

- Θα λάβει μέρος στο SurfArtFestival 2019 και 2020. Η εταιρία θα νοικιάσει περίπτερο στο οποίο θα μοιράζονται από μέλος της εταιρίας αδιάβροχα αυτοκόλλητα κατάλληλα και για surfboards με το λογότυπο της επιχείρησης και φυλλάδια που θα περιλαμβάνουν τον ιστότοπο, το qr code της ιστοσελίδας και θα εξηγούν τη χρήση της εφαρμογής με τρία απλά βήματα. Επίσης θα διαθέτει ειδικά διαμορφωμένο retro SurfVan με μεγάλο λογότυπο στην πόρτα, φορτωμένο με σανίδες του σερφ. (περισσότερα για το SurfVan θα αναφερθούν σε επόμενη παράγραφο). Δίπλα από το SurfVan θα υπάρχει οθόνη 44" που θα προβάλλει το κυρίως βίντεο που αφορά τη χρήση της εφαρμογής και που παράλληλα θα προβάλλεται στα social media, στην ιστοσελίδα και στο Google Play store. Το περίπτερο θα πλαισιώνουν ιδρυτικά μέλη της εταιρίας που θα έχουν άμεση επαφή με τον κόσμο εξηγώντας τους τι κάνει η εφαρμογή σε ζωντανό χρόνο.
- Θα λάβει μέρος στο Adventure film festival 2019. Εκεί θα προβάλλει ταινία μικρού μήκους στα ελληνικά με αγγλικούς υπότιτλους με αντικείμενο το σερφ στην Ελλάδα και το rideshare ως φιλοσοφία. Η ταινία θα είναι κοινωνική-περιπέτειας με συγκεκριμένο σενάριο που σκοπό θα έχει να δείξει τη χρήση και τα οφέλη που προσφέρει η Surf'sapp στην πράξη. Ταινία με αντικείμενο το σερφ και σενάριο κοινωνικό-περιπέτειας δεν έχει ξαναπροβληθεί στην Ελλάδα. Όλες οι ταινίες που προβάλλονται είναι τύπου ντοκιμαντέρ. Έτσι η εταιρία μας θα πρωτοπορήσει σε αυτόν τον τομέα με σκοπό να γίνει η εφαρμογή ακόμα πιο γνωστή, να κερδίσει το ενδιαφέρον του κόσμου και να αυξήσει τις λήψεις της. Παράλληλα θα διανέμονται εταιρικές κάρτες και αδιάβροχα αυτοκόλλητα όπου κριθεί σκόπιμο.
- Θα είναι χορηγός στο MediterraneanSurfContest 2019, 2020 και 2021. Θα υπάρχει το λογότυπό στα banner του MSC και το κοινό και οι αθλητές θα μπορούν να προμηθευτούν δωρεάν αδιάβροχα αυτοκόλλητα και

φυλλάδια που θα διαφημίζουν την εφαρμογή. Στον διαγωνισμό θα λάβουν μέρος και δύο αθλητές προώθησης(θα γίνει αναφορά σε αυτούς παρακάτω) που θα χορηγούνται από την εν λόγω εταιρία. Επίσης θα παρευρεθούν ιδρυτικά μέλη της εταιρίας με στόχο τη δημιουργία συνεργασιών και τις δημόσιες σχέσεις.

- Θα πραγματοποιηθούν δύο δεκαήμερα ταξίδια για την προώθηση της εφαρμογής με προορισμούς την Πορτογαλία και τη Γαλλία το 1^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, την περίοδο που διεξάγεται το παγκόσμιο πρωτάθλημα σερφ (WorldSurfLeague) σε αυτές τις δύο χώρες. Η ομάδα της αποστολής θα παρευρεθεί και στα δύο events με στόχο την προώθηση της εφαρμογής στον κοινό και την εύρεση πιθανών συνεργατών για περαιτέρω προώθηση της εφαρμογής. Αυτά θα επιτευχθούν με μοίρασμα φυλλαδίων, αδιάβροχων αυτοκόλλητων και εταιρικών καρτών. Ο υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων της εταιρίας θα παίξει σημαντικό ρόλο σε αυτό το κομμάτι και θα κυνηγήσει πιθανές συνεργασίες σύμφωνα με τη στρατηγική μάρκετινγκ. Εκτός από τη δυνατή παρουσία της Surf'sup στα events του WSL, θα πραγματοποιηθούν και τουρνέ σε δημοφιλείς παραλιακές πόλεις-προορισμούς της Πορτογαλίας και της Γαλλίας που αφορούν το σερφ όπως αναφέρθηκε στις τοποθεσίες προώθησης της εφαρμογής. Κατά τη διάρκεια του τουρνέ θα μοιράζονται φυλλάδια και αυτοκόλλητα σε παραλίες κατάλληλες για σερφ με στόχο να πληροφορηθεί όλο και μεγαλύτερο μέρος της αγοράς για την εφαρμογή. Ειδικότερα για τους Γερμανούς σέρφερς, οι οποίοι είναι η πλειονότητα του κόσμου που ταξιδεύει σε αυτές τις χώρες για σερφ, η εταιρία πιστεύει ότι η επιλογή SurfTripPlanning θα εκτιμηθεί σε μεγάλο βαθμό. Τελευταίο καθήκον της αποστολής είναι η σύναψη συνεργασιών με τις σχολές σερφ στις παραλιακές πόλεις που θα βρεθούν. Σκοπός είναι οι σχολές αυτές να διανέμουν το προωθητικό υλικό και να προωθούν την εφαρμογή στους πελάτες τους.



[3] World Surf League event στην Πορτογαλλία CREDITS [RED BULL]



[4] WSL EVENT FRANCE CREDITS [WSL / LAURENT MASUREL]



[5] WSL EVENT PORTUGAL CREDITS [WSL / LAURENT MASUREL]

Ακόμα θα δημιουργηθεί ένα εξαιρετικό Press Kit (πιο σύγχρονα PublicRelationsMediakit) που θα αποστέλλεται στα μέσα μαζικής ενημέρωσης που ενδέχεται να ενδιαφέρονται να καλύψουν δημοσιογραφικά την ιστορία της εφαρμογής της εταιρίας και το τί προσφέρει. Επίσης θα χρησιμοποιήσουμε στοχευμένη διαφήμιση. Ακόμα η εταιρία θα χρησιμοποιήσει και μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Θα δημιουργηθεί μία στοχευμένη λίστα δυνητικών πελατών.

Ένα ακόμα εργαλείο προώθησης που θα χρησιμοποιήσουμε θα είναι η εικόνα των αθλητών σερφ, των λεγόμενων riders. Η εταιρία μας θα συνεργάζεται με σέρφερς υψηλού επιπέδου και γνωστούς στην ελληνική σερφ κοινότητα πληρώνοντάς τους για να διαφημίζουν την εφαρμογή ανεβάζοντας υλικό στο προφίλ τους στα social media και επισυνάπτοντας το προφίλ της Surf'sapp. Μετά το δεύτερο έτος λειτουργίας της θα συνεργαστεί και με

ξένους σέρφερς. Οι riders θα εκπροσωπούν την εφαρμογή και την ποιότητα της μέσα στο νερό και θα την προωθούν μέσα και έξω από αυτό.



[6] Σέρφερ νότια της Κρήτης CREDITS[NIKOS MANOLAKAKIS]

Τέλος όλους τους προηγούμενους τρόπους που αναφέρθηκαν πιο πάνω έρχεται να συμπληρώσει η προβολή και προώθηση της εφαρμογής μέσω του SurfVan. Η εταιρία θα διαθέτει επανδρωμένο βαν Volkswagen T3 1800 κυβικών, πλήρως εξοπλισμένο και χωρητικότητας επτά ατόμων το οποίο θα διαδραματίζει βασικό ρόλο στην διαφήμιση και προώθηση της εφαρμογής. Το πλήρωμα κάθε φορά θα αποτελείται από έναν ή δύο αθλητές προώθησης

αναλόγως τις εκάστοτε ανάγκες, έναν υπεύθυνο δημοσίων σχέσεων οποίος θα ασχολείται επίσης με το σερφ και ένα φωτογράφο-σκηνοθέτη.



[6] Βαν της Red Bull για προώθηση της εταιρίας CREDITS [www.redbull.com]

Ο ρόλος του SurfVan και του πληρώματός του θα είναι:

- Εξορμήσεις δύο φορές το μήνα για σερφ σε δημοφιλή μέρη στην Ελλάδα για προβολή της εφαρμογής στους σερφερς.
- Μία φορά το μήνα θα γίνεται διαγωνισμός στο Instagram σύμφωνα με τον οποίο οι νικητές θα πηγαίνουν μονοήμερη εξόρμηση για σερφ μαζί με το πλήρωμα του βαν. Για να λάβει μέρος κάποιος στο διαγωνισμό θα πρέπει να αναδημοσιεύσει την ανάρτηση του διαγωνισμού στο προφίλ του στο Instagram και να επισυνάψει δύο φίλους του. Αυτό συνεπάγεται περεταίρω προώθηση της εφαρμογής.
- Τουρ σε ελληνικά σερφ σποτ το 1^ο και 2^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης για προώθηση της εφαρμογής, δημόσιες σχέσεις και δημιουργία προωθητικής ταινίας μικρού μήκους που θα δημοσιευτεί αρχικά στο AdventureFilmFestival 2019 και έπειτα στο YouTube, στο Vimeo, στο Facebook και στην επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας.

- Παραγωγή μικρών βίντεο και φωτογραφιών που θα χρησιμοποιούνται στα social media κάθε φορά που θα χρησιμοποιείται το SurfVan ως μέσο μεταφοράς για σερφ.
- Το SurfVan και οι αθλητές προώθησης θα είναι η εικόνα της Surf'sapp στην άσφαλτο και στις παραλίες.

8. Εφαρμογή του μίγματος Marketing

▪ Τμήμα διοίκησης(management)

Το τμήμα management της Surf's App είναι υπεύθυνο για τον προγραμματισμό (planning) της επιχείρησης μας. Λαμβάνει τις κατάλληλες αποφάσεις για να επιτευχθούν οι Milestones. Επίσης είναι εκείνο που έχει αναλάβει την οργάνωση, τη στελέχωση και τη διεύθυνση της επιχείρησης με σκοπό την υποκίνηση των υπόλοιπων τμημάτων και την ανάθεση εργαλείων και πληροφοριών σε αυτά έτσι ώστε να φέρουν εις πέρας την όποια εργασία τους έχει ανατεθεί. Τέλος ελέγχει αν τα πράγματα πηγαίνουν σύμφωνα με το σχέδιο. Το τμήμα διοίκησης της εταιρείας μάς δίνει μεγάλο βάρος στο συντονισμό μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης και αναλαμβάνοντας τις παραπάνω ευθύνες, τον πετυχαίνει.

▪ Τμήμα marketing

Το συγκεκριμένο τμήμα έχει αναλάβει την έρευνα αγοράς με σκοπό να φέρει κοντά τους πελάτες της Surf's App με το προϊόν της. Είναι υπεύθυνο για την διαφήμιση και προώθηση του προϊόντος μας χρησιμοποιώντας τους τρόπους προώθησης που αναφέραμε στο Μίγμα Marketing. Ακόμα αναλαμβάνει να βρίσκει νέους τρόπους προώθησης της εφαρμογής μας και να εξελίξει τους υπάρχοντες. Επίσης είναι υπεύθυνο για το online service και την επικοινωνία με τους πελάτες. Αποτελείται από μία δυνατή ομάδα, ικανή να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του εξελιγμένου marketing. Τα μέλη του είναι γνώστες των social media, της φωτογραφίας, του βίντεο και φυσικά των εξελιγμένων στρατηγικών μάρκετινγκ ειδικά πάνω στον τομέα του σερφ.

▪ Τμήμα οικονομικής διαχείρισης

Το τμήμα οικονομικής διαχείρισης είναι υπεύθυνο για την εύρεση οικονομικών πόρων και χρηματοδοτήσεων με στόχο την κάλυψη εξόδων και την ανάπτυξη του προϊόντος μας και των τμημάτων της επιχείρησης. Ακόμα

έχει αναλάβει τη διαμόρφωση του προϋπολογισμού. Τέλος είναι αρμόδιο για την πρόβλεψη οικονομικών κινδύνων ή ευκαιριών ερευνώντας και ελέγχοντας την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης αλλά και του εξωτερικού περιβάλλοντος και παρακολουθώντας τις εξελίξεις.

- **Τμήμα παραγωγής**

Στο τμήμα παραγωγής περιλαμβάνονται όλοι οι παράγοντες που είναι αρμόδιοι -όσον αφορά το τεχνικό μέρος- για τη δημιουργία της εφαρμογής, τη συντήρησή της, την ενημέρωσή της και την αναβάθμιση. Ο προγραμματιστής μας και οι γραφίστες κρατάνε τα οινία του συγκεκριμένου τμήματος και οι ρόλοι τους είναι ξεκάθαροι. Να παρέχουν μια λειτουργική, ευκολόχρηστη και εμφανίσιμη εφαρμογή, ποθητή από τους πελάτες των καταστημάτων εφαρμογών.

9. Χρηματοοικονομική Ανάλυση

9.1 Μέθοδος Κοστολόγησης

Η επιχείρηση είχε την επιλογή να ακολουθήσει είτε την απλή μέθοδο κοστολόγησης είτε την κοστολόγηση με βάση τις διαδικασίες (Activity Based Costing). Η πρώτη μέθοδος είναι λιγότερο χρονοβόρα απ' τη δεύτερη και με μικρότερο κόστος. Το μειονέκτημά της είναι ότι δεν είναι τόσο αξιόπιστη και ακριβής όταν πρόκειται να εφαρμοστεί για μία επιχείρηση που παράγει πολλά διαφορετικά προϊόντα ή υπηρεσίες. Η κοστολόγηση με βάση τις διαδικασίες υπερτερεί της απλής σε ακρίβεια όταν πρόκειται να κοστολογηθεί μία μεγάλη γκάμα προϊόντων. Παρ'όλα αυτά όταν πρόκειται για μία επιχείρηση που παράγει ένα και μόνο προϊόν ή υπηρεσία η απλή μέθοδος κοστολόγησης είναι εξίσου ικανοποιητική. Η Surf's app η οποία παρέχει μία εφαρμογή σε μία συγκεκριμένη τιμή, λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, αποφάσισε να χρησιμοποιήσει την απλή μέθοδο κοστολόγησης. Κατέληξε στη συγκεκριμένη επιλογή πιστεύοντας ότι θα μείνει ικανοποιημένη απ' τα αποτελέσματα, μειώνοντας παράλληλα το κόστος κοστολόγησης και τις απαιτούμενες εργατοώρες για τη διαδικασία της.

9.2 Αρχική επένδυση

Αρχικά πρέπει να αναφερθεί ότι η επιχείρηση έχει κάποια αρχικά έξοδα επένδυσης που αφορούν το στήσιμο της εφαρμογής και την προετοιμασία για να διατεθεί στα καταστήματα εφαρμογών. Σε αυτά περιλαμβάνονται τα έξοδα ίδρυσης και εγκατάστασης, η ανάπτυξη των υποδομών και τα μεταφορικά μέσα. Τα έξοδα για τα μεταφορικά μέσα και τον εξοπλισμό γραφείου θα παρουσιάζονται με τη μορφή αποσβέσεων μέσα στις χρήσεις με συντελεστή απόσβεσης 20% και για τα δύο αντίστοιχα. Για να ισοσκελιστούν τα αρχικά έξοδα η επιχείρηση θα πρέπει να αξιοποιήσει

κάποιες πηγές κεφαλαίου. Έπειτα από συμφωνία μεταξύ των μετόχων της Surf'sapp η εταιρία κατέληξε ότι οι πηγές αυτές θα προέρχονται από τους ίδιους τους μετόχους της εταιρίας, από χρηματοδότηση ΕΣΠΑ και από δανεισμό από τράπεζα. Πιο συγκεκριμένα:

- Οι μέτοχοι της Surf'sapp συμφώνησαν να διαθέσουν μετοχικό κεφάλαιο αξίας 16000€.
- Η επιχείρηση θα αιτηθεί χρηματοδότηση ΕΣΠΑ στο πρόγραμμα «Ψηφιακό Άλμα» και «Ψηφιακό Βήμα» 2019 απ' όπου και θα αντλήσει 22000€.
- Και τέλος η εταιρία θα πάρει βραχυπρόθεσμο δάνειο 2000€ από την τράπεζα. Το συγκεκριμένο δάνειο θα είναι σε μορφή κεφαλαίου κινήσεως για κάλυψη λειτουργικών αναγκών και εξόδων. Θα έχει ετήσιο σταθερό επιτόκιο 5% και έπειτα από συμφωνία με την τράπεζα θα αποπληρώνεται κάθε 28/12 και θα επαναχορηγείται κάθε 30/12 κάθε έτους. Η πρώτη εκταμίευση θα γίνει στις 2/1/2019.

Αναλυτικότερα παρουσιάζονται τα αρχικά έξοδα και πώς αυτά ισοσκελίζονται με το το κεφάλαιο κίνησης σε έναν εικονικό Ισολογισμό που ακολουθεί.

Πίνακας 1: ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ (1/1/2019-30/12/2019)

SURF'S APP IKE	
ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 1ης δωδεκάμηνης εταιρικής χρήσης από 1/1/2019-30/12/2019	
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	
Έξοδα ίδρυσης και εγκατάστασης	
Δαπάνες σύστασης(νομική υπηρεσία)	800 €
Πάγιο Ενεργητικό	
Ανάπτυξη υποδομών	
Κατασκευή της εφαρμογής	20.000 €
Κατασκευή ιστοσελίδας	3.500 €
Εμπορικό σήμα (Trademark)	1.000 €
Μεταφορικά Μέσα	
Surf Van	5.500 €
Εξοπλισμός και βελτιώσεις μεταφορικών μέσων	4.000 €
Εξοπλισμός γραφείου	3.000 €
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	
Ταμείο	2.200 €
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	40.000 €
ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
Ίδια κεφάλαια	
Μετοχικό κεφάλαιο	16.000 €
Επιχορηγήσεις	
Χρηματοδότηση ΕΣΠΑ	22.000 €
Τραπεζικός δανεισμός	
Βραχυπρόθεσμο δάνειο	2.000 €
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	40.000 €

9.2 Έξοδα

9.2.1 Έξοδα για 5 έτη

Στην παρούσα υποενότητα παρουσιάζονται τα έξοδα της εταιρίας για πέντε χρόνια. Δηλαδή απ' την πρώτη μέρα λειτουργίας (1/1/2019) μέχρι και 31/12/2023. Τα έξοδα αυτά περιλαμβάνουν τα έξοδα διοικητικής λειτουργίας και τα έξοδα προώθησης. Στις επόμενες δύο υποενότητες αναλύονται οι δύο κατηγορίες ξεχωριστά.

Ακολουθεί μια λογιστική παρουσίαση των εξόδων της επιχείρησης στον Πίνακα 2.

Πίνακας 2: Έξοδα

ΕΞΟΔΑ	2019	2022	2021	2022	2023
Έξοδα διοικητικής λειτουργίας					
Έξοδα προσωπικού	9.600 €	9.600 €	9.600 €	9.600 €	9.600 €
ΔΕΗ	500 €	520 €	450 €	400 €	380 €
Λογαριασμοί κινητής τηλεφωνίας	200 €	200 €	180 €	180 €	150 €
Λογαριασμός internet	360 €	360 €	320 €	320 €	320 €
Ενοίκια	1.700 €	1.700 €	1.560 €	1.560 €	1.440 €
Έξοδα διατήρησης της ιστοσελίδας (hosting)	240 €	40 €	240 €	240 €	240 €
Apple App store license/maintainance	130 €	130 €	130 €	130 €	130 €
Google Play store license/maintainance	160 €	160 €	160 €	160 €	160 €
Developing(Ενημερώσεις εφαρμογής/βελτιώσεις/διορθώσεις)	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €	4.000 €
ΣΥΝΟΛΟ	16.890 €	16.710 €	16.640 €	16.590 €	16.420 €
Έξοδα προώθησης					
Έρευνα αγοράς(Δημιουργία ερωτηματολογίων, γραφική ύλη, έξοδα μετακίνησης)	600 €				
Συμμετοχή στην έκθεση Surf Art Festival 2019,2020	1.560 €	1.560 €			
Συμμετοχή στην έκθεση Adventure Film Festival 2019	580 €				
Συμμετοχή και χορηγία στο Mediterranean Surf contest 2019, 2020 και 2021	1.330 €	1.330 €	1.330 €		
Προώθηση στην Πορτογαλία(παρουσία στο WSL event)	2.160 €				
Προώθηση στη Γαλλία(παρουσία στο WSL event)	2.880 €				
Έξοδα μετακίνησης για σερφ με το Surf Van	1.000 €	1.000 €	700 €	600 €	600 €
Έξοδα συντήρησης του Surf Van(service, τέλη κυκλοφορίας, κτεο, ασφάλεια)	320 €	720 €	320 €	720 €	320 €
Αθλητές προώθησης(riders)	500 €	1.000 €	2.000 €	3.000 €	3.000 €
Εταιρικές κάρτες, φυλλάδια και αυτοκόλλητα	300 €	300 €	200 €	200 €	150 €
Έξοδα διαγωνισμών στο Instagram	260 €	260 €	1.400 €	260 €	260 €
Google campaigns	700 €	700 €	700 €	700 €	700 €
Διαχείριση social media	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
ΣΥΝΟΛΟ	15.190 €	9.870 €	9.650 €	8.480 €	8.030 €
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	32.080 €	26.580 €	26.290 €	25.070 €	24.450 €

9.2.2 Έξοδα διοικητικής λειτουργίας

Τα έξοδα διοικητικής λειτουργίας περιλαμβάνουν έξοδα όπως οι μισθοί, η στέγαση οι λογαριασμοί τηλεφωνίας, οι ενοίκια στα καταστήματα εφαρμογών και το developing. Κάθε υποκατηγορία εξόδων διοικητικής λειτουργίας επιβαρύνει την επιχείρηση κάθε έτος. Αυτό είναι απόλυτα λογικό αφού είναι απαραίτητο να γίνονται προκειμένου να καλυφθούν βασικές ανάγκες της επιχείρησης. Όπως φαίνεται και στον Πίνακα 2 τα έξοδα αυτά παρουσιάζουν μία περιοδικότητα στην εμφανισή τους με το πέρασ του χρόνου. Να σημειωθεί ότι αυτή η περιοδικότητα αφορά το είδος του κάθε εξόδου και όχι την αριθμητική του τιμή.

Παρατηρώντας τον Πίνακα 4 θα μπορούσαμε να ξεχωρίσουμε τις δύο μεγαλύτερες ποσοτικά υποκατηγορίες εξόδων διοικητικής λειτουργίας:

- Έξοδα προσωπικού: Είναι οι μισθοί των μελών της εταιρίας για τις εργατοώρες που έχουν δαπανηθεί. Εφόσον η σύσταση της εταιρίας είναι ΙΚΕ συμφωνήθηκε μεταξύ των μετόχων-μελών οι μισθοί να είναι χαμηλοί και το συνολό τους να ανέρχεται στα 9600€ ετησίως.
- Developing: Η δεύτερη μεγαλύτερη ποσοτικά κατηγορία εξόδων διοικητικής λειτουργίας. Υπολογίζεται ετήσια ως το 20% του κόστους κατασκευής της εφαρμογής. Η εταιρία θεωρεί πολύ σημαντικό το developing για να έχει μια επιτυχημένη εφαρμογή. Συγκεκριμένα θα ξοδεύονται 4000€ ετησίως για την ενημέρωση της εφαρμογής, τις βελτιώσεις και τις διορθώσεις που θα πρέπει να γίνονται για να είναι πάντα λειτουργική, χρηστική για τους υπάρχον χρήστες και ποθητή από τους δυνητικούς πελάτες της.

9.2.3 Έξοδα προώθησης

Τα έξοδα προώθησης αφορούν τα χρήματα που καταβάλλονται για να πραγματοποιηθούν όλες οι ενέργειες προώθησης που χουν προγραμματιστεί απ' το τμήμα μάρκετινγκ της εταιρίας. Παρατηρούμε από τον Πίνακα 2 ότι στο για την προώθηση έχουμε αρκετά μεγαλύτερα νούμερα συγκριτικά με τα έξοδα που έχουμε για τα έξοδα διοικητικής λειτουργίας. Αυτό είναι απόλυτα λογικό, αφού όπως αναφέραμε στα 4Ps και συγκεκριμένα στο Μάρκετινγκ, η επιχείρηση πιστεύει στην επιτυχία την εφαρμογής μέσα από την έντονη και συνεχή προώθηση της κάνοντας προγραμματισμένες ενέργειες.

Ακόμα φαίνεται από τον πίνακα ότι τα έξοδα προώθησης για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης είναι αρκετά μεγαλύτερες συγκριτικά με εκείνα των επόμενων ετών που κυμαίνονται στο ίδιο επίπεδο. Αυτό οφείλεται στο ότι παρόλο που κάποια ποσά κατανέμονται κάθε έτος σε συγκεκριμένες ενέργειες προώθησης, όπως στα social media, σε φυλλάδια, αυτοκόλλητα και εταιρικές κάρτες, κάποια άλλα ξοδεύονται σε ταξίδια, εκθέσεις και φεστιβάλ.

Τα τελευταία είναι μεμονομένες ενέργειες ή και συνδιασμός αυτών και δεν λαμβάνουν χώρα κάθε έτος. Συγκεκριμένα το έτος 2019 έχουμε κάποια έξοδα που δεν εμφανίζονται στα υπόλοιπα. Αυτά είναι τα έξοδα για την έρευνα αγοράς, για το Adventure Film Festival και για τα δύο ταξίδια στην Πορτογαλία και τη Γαλλία αντίστοιχα. Αυτό είναι αναμενόμενο αφού όπως αναφέρθηκε στο πλάνο μάρκετινγκ η Surf'sapp πραγματοποιεί αρκετές ενέργειες προώθησης κατά τη διάρκεια του έτους 2019 με στόχο την απότομη αύξηση των επιθυμητών λήψεων της εφαρμογής από τους πελάτες της. Αναλυτικότερα παρουσιάζονται στον Πίνακα 3 τι περιλαμβάνει κάθε υποκατηγορία των εξόδων προώθησης.

Πίνακας 3: Αναλυτικά έξοδα

ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ	2019	2020	2021	2022	2023
Έρευνα αγοράς (δημιουργία ερωτηματολογίων και μοίρασμα σε δημοφιλή ελληνικά σερφ σποτ, γραφική ύλη, έξοδα μετακίνησης)	600 €				
Συμμετοχή στην έκθεση Surf Art Festival 2019,2020					
Κόστος συμμετοχής στην έκθεση	120 €	120 €			
Διαμόρφωση περιπτέρου (Επιπλα, Πανί με γκραφίτι)	250 €	250 €			
Έντυπο υλικό (μπροσούρες, banner, αδιάβροχα αυτοκόλλητα, απλά αυτοκόλλητα)	800 €	800 €			
(Έξοδα μετακίνησης(καύσιμα, διόδια, στάθμευση)	70 €	70 €			
Ακτοπλοϊκά εισιτήρια	320 €	320 €			
Συμμετοχή στην έκθεση Adventure Film Festival 2019					
Κόστος συμμετοχής στην έκθεση	100 €				
Έντυπο υλικό (αδιάβροχα αυτοκόλλητα)	100 €				
(Έξοδα μετακίνησης(καύσιμα, διόδια, στάθμευση)	60 €				
Ακτοπλοϊκά εισιτήρια	320 €				
Συμμετοχή και χορηγία στο Mediterranean Surf contest 2019, 2020 και 2021					
Έξοδα χορηγίας	300 €	300 €	300 €		
Έντυπο υλικό (μπροσούρες, banner, αδιάβροχα αυτοκόλλητα)	200 €	200 €	200 €		
(Έξοδα μετακίνησης(καύσιμα, διόδια, στάθμευση)	260 €	260 €	260 €		
Ακτοπλοϊκά εισιτήρια	320 €	320 €	320 €		
Διαμονή	100 €	100 €	100 €		
Διατροφή	150 €	150 €	150 €		
Ταξίδι στην Πορτογαλία(παρουσία στο WSL event και tour)					
Αεροπορικά εισιτήρια	450 €				
Έντυπο υλικό (μπροσούρες, αδιάβροχα αυτοκόλλητα, απλά αυτοκόλλητα)	600 €				
Μπλούζες με το λογότυπο	100 €				
Ενοίκιαση αυτοκινήτου	150 €				
(Έξοδα μετακίνησης(καύσιμα, διόδια, στάθμευση)	180 €				
Διαμονή	280 €				
Διατροφή	500 €				
Ταξίδι στη Γαλλία(παρουσία στο WSL event και tour)					
Αεροπορικά εισιτήρια	600 €				
Έντυπο υλικό (μπροσούρες, αδιάβροχα αυτοκόλλητα, απλά αυτοκόλλητα)	600 €				
Μπλούζες με το λογότυπο	100 €				
Ενοίκιαση αυτοκινήτου	300 €				
Έξοδα μετακίνησης(καύσιμα, διόδια, στάθμευση)	180 €				
Διαμονή	600 €				
Διατροφή	500 €				
Έξοδα μετακίνησης για σερφ με το Surf Van	1.000 €	1.000 €	700 €	600 €	600 €
Έξοδα συντήρησης του Surf Van(service, τέλη κυκλοφορίας, κτεο, ασφάλεια)	320 €	720 €	320 €	720 €	320 €
Αθλητές προώθησης(riders)	500 €	1.000 €	2.000 €	3.000 €	3.000 €
Εταιρικές κάρτες, φυλλάδια και αυτοκόλλητα	300 €	300 €	200 €	200 €	150 €
Έξοδα διαγωνισμών στο Instagram	260 €	260 €	1.400 €	260 €	260 €
Google campaigns	700 €	700 €	700 €	700 €	700 €
Διαχείριση social media	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
ΣΥΝΟΛΟ	15.290 €	9.870 €	9.650 €	8.480 €	8.030 €

9.3 Έσοδα

Στον Πίνακα 4 παρουσιάζονται η τιμή πώλησης της εφαρμογής, η προμήθεια που κρατάει κατά μέσο όρο η Google και η Apple αντίστοιχα για κάθε λήψη [(22),(24) επίσκεψη 2/8/18] και τέλος το περιθώριο κέρδους από κάθε λήψη. Η προμήθειες απ'τις δύο εταιρίες αποτελούν και τα μεταβλητά κόστη της επιχείρησης.

Πίνακας 4: Τιμή, κόστος και μικτό κέρδος (ανά μονάδα)

ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ	
Τιμή πώλησης ανά μονάδα	3 €
Κόστος πώλησης ανά μονάδα	0,90 €
Μικτό κέρδος ανά μονάδα	2,10 €

Ακόμα στον Πίνακα 5 παρουσιάζεται η ποσοτική πρόβλεψη για τα πέντε πρώτα έτη λειτουργίας της επιχείρησης.

Πίνακας 5: Ποσοτική πρόβλεψη

Ποσοτική πρόβλεψη	2019	2020	2021	2022	2023
Downloads	16.800 €	45.000 €	65.000 €	55.000 €	50.000 €
Downloads on sale	15.000 €				
Σύνολο downloads	31.800 €	45.000 €	65.000 €	55.000 €	50.000 €

Η εφαρμογή τον πρώτο χρόνο που διατίθεται προς πώληση εμφανίζει ένα σεβαστό αριθμό λήψεων. Η μισές περίπου από αυτές τις λήψεις έχουν γίνει δωρεάν σύμφωνα με το πλάνο μάρκετινγκ. Με ένα σύνολο 31800 downloads μέχρι το τέλος του 2019 η Surf'sapp θα είναι έτοιμη να εξυπηρετήσει απόλυτα επιτυχημένα τους πελάτες που θα την αγοράσουν τα επόμενα έτη.

Από το δεύτερο έτος η λήψη της εφαρμογής θα χρεώνεται κανονικά. Χάρη στην δυνατή προώθηση που έχει γίνει κατά τη διάρκεια του πρώτου και

δεύτερου έτους λειτουργίας τα downloads θα σημειώσουν αύξηση με τον αριθμό τους να φτάνουν τα 45000 downloads για το 2020.

Το τρίτο έτος όπου πλέον η εφαρμογή θα έχει εξαπλωθεί αρκετά στον χώρο της κυματολίσθησης και οι ενέργειες προώθησης συνεχίζονται, θα φτάσει το μεγαλύτερο αριθμό σε λήψεις με 65000 downloads.

Το τέταρτο έτος θα γίνει μια εμφανή μείωση στις λήψεις πράγμα απόλυτα λογικό μετά τις αρκετά αυξημένες λήψεις του 2021. Το 2022 θα κλείσει με 55000 downloads.

Το πέμπτο έτος λειτουργίας, όπου πλέον η Surf'sapp θα χει κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών της και θα είναι μια εφαρμογή-εξοπλισμός για κάθε σέρφερ και νέο σέρφερ, θα σταθεροποιήσει τις λήψεις της στα 50000 downloads.

Σύμφωνα με τις ποσοτικές προβλέψεις παρουσιάζονται και τα προβλεπόμενα έσοδα για τις πέντε χρήσεις στον Πίνακα 6.

Πίνακας 6: Προβλεπόμενα έσοδα

ΕΣΟΔΑ					
Προβλεπόμενα έσοδα από πωλήσεις	2019	2020	2021	2022	2023
Έσοδα από downloads	50.400 €	135.000 €	195.000 €	165.000 €	150.000 €

Όπως είναι αναμενόμενο παρατηρείται μεγάλη αύξηση των εσόδων από το 2019 στο 2020, με τα έσοδα να φτάνουν στο ψηλότερο σημείο το 2021(195000€). Ακολουθεί μία μείωση το 2022 και η σταθεροποίηση τους το 2023 στα 150000€.

9.4 Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

Βάση της πρόβλεψης πωλήσεων και της ανάλυσης των εξόδων που προηγήθηκαν ακολουθεί η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης για τις πέντε πρώτες χρήσεις της επιχείρησης.

Πίνακας 7: Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης

Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης	2019	2020	2021	2022	2023
Σύνολο κύκλου εργασιών	50.400 €	135.000 €	195.000 €	165.000 €	150.000 €
Μείον κόστος πωλήσεων	15.120 €	40.500 €	58.500 €	49.500 €	45.000 €
Μικτό αποτέλεσμα εκμετάλλευσης	35.280 €	94.500 €	136.500 €	115.500 €	105.000 €
Μείον έξοδα διοίκησης και λειτουργίας	16.890 €	16.710 €	16.640 €	16.590 €	16.420 €
Μείον έξοδα διάθεσης	15.190 €	9.870 €	9.650 €	8.480 €	8.030 €
Αποτέλεσμα προ τόκων και φόρων και αποσβέσεων	3.200 €	67.920 €	110.210 €	90.430 €	80.550 €
Μείον αποσβέσεις	2.500 €	2.500 €	2.500 €	2.500 €	2.500 €
Αποτέλεσμα προ τόκων και φόρων	700 €	65.420 €	107.710 €	87.930 €	78.050 €
Μείον χρεωστικοί τόκοι	100 €	100 €	100 €	100 €	100 €
Αποτέλεσμα προ φόρων	600 €	65.320 €	107.610 €	87.830 €	77.950 €
Μείον φόρος εισοδήματος	156 €	16.983,20 €	27.978,60 €	22.835,80 €	20.267 €
Αποτέλεσμα εκμετάλλευσης	444 €	48.336,80 €	79.631,40 €	64.994,20 €	57.683 €
Μερίσματα	0	0	15.926,28 €	19.498,26 €	23.073,20 €
Αποθεματικά	444 €	48.336,80 €	63.705,12 €	45.495,94 €	34.609,80 €

Παρατηρούμε ότι στο τέλος της πρώτης χρήσης το αποτέλεσμα εκμετάλλευσης είναι οριακά θετικό. Αυτό συμβαίνει διότι η Surf'sapp ως νεοσύστατη εταιρία δεν έχει αποκτήσει ακόμα ένα αριθμό πελατών που θα της δώσει τα επιθυμητά downloads και ένα μεγάλο αποτέλεσμα εκμετάλλευσης. Παρ' όλα αυτά είναι ένα πολύ θετικό για την εταιρία αποτέλεσμα εφόσον από τον πρώτο κιάλας χρόνο λειτουργίας της βγάζει τα έξοδα της. Καθώς αυξάνεται το σύνολο κύκλου εργασιών, τη δεύτερη χρήση έχουμε αποτέλεσμα εκμετάλλευσης 48336,80€. Η επιχείρηση από το δεύτερο κιάλας έτος καταφέρνει να αποκτήσει ένα πολύ σημαντικό απόθεμα που πιθανόν να της χρειαστεί τα επόμενα έτη. Το τρίτο έτος όπου πλέον θα χει ωριμάσει θα πετύχει το υψηλότερο αποτέλεσμα εκμετάλλευσης με το ποσό των 79,631€. Από την τρίτη χρήση η εταιρία θα χει την ευχέρια να

χρησιμοποιεί ένα μέρος του ποσού σε μερίσματα ενώ παράλληλα να ενισχύει τα αποθεματικά της. Η τέταρτη χρήση θα τελειώσει με ένα εμφανώς μειωμένο αποτέλεσμα εκμετάλλευσης(64994,20€) αλλά εξίσου αξιόλογο. Τέλος η πέμπτη χρήση, η οποία κλείνει με 57683€, βρίσκει την επιχείρηση να σταθεροποιεί τους κύκλους εργασιών της και τα επερχόμενα αποτελέσματα εκμετάλλευσης.

9.5 Ανάλυση νεκρού σημείου και αριθμοδείκτες

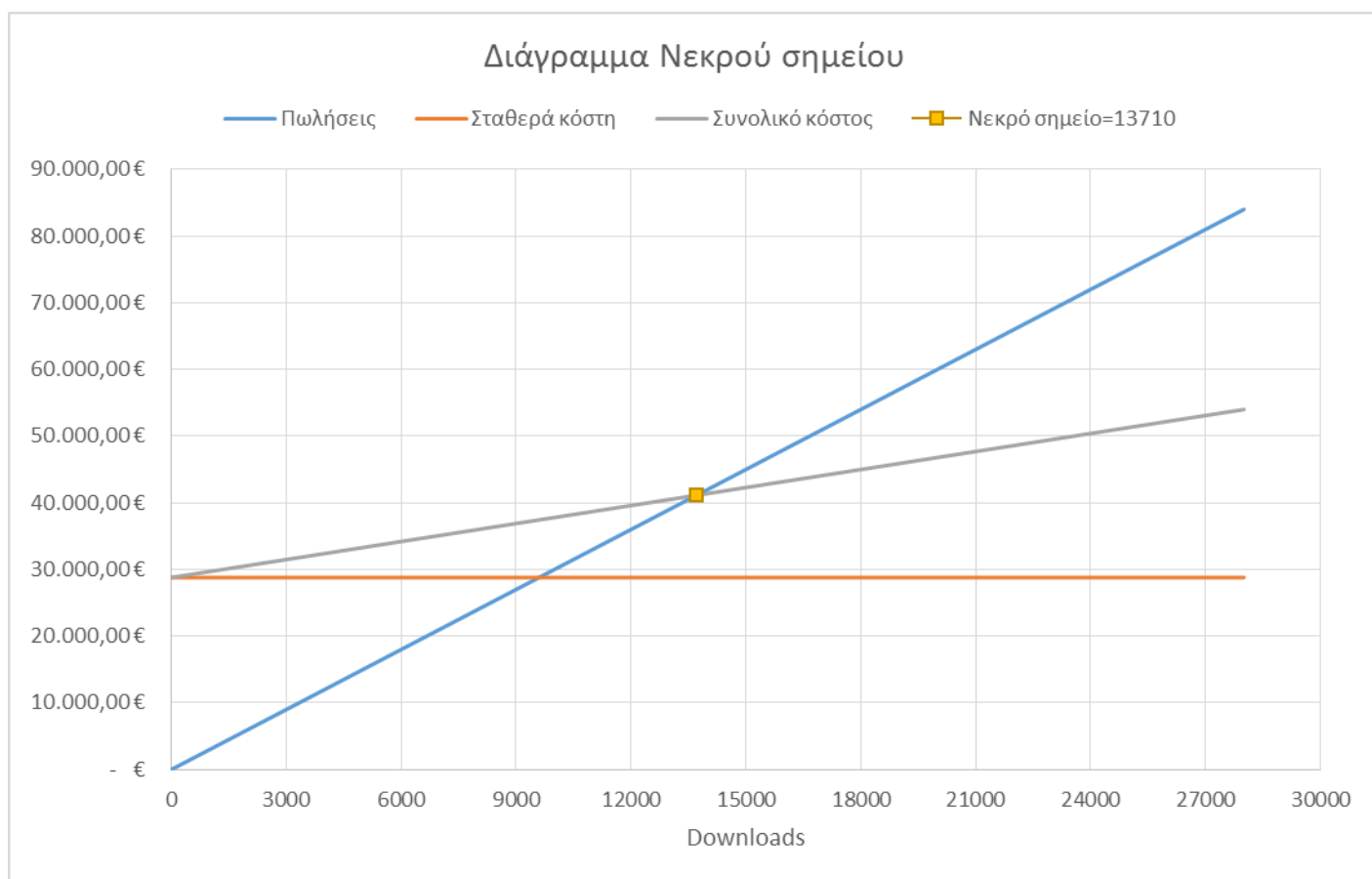
Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος ανάλυσης νεκρού σημείου(breakeven analysis) για το έτος 2021 με στόχο τον προσδιορισμό του αναγκαίου αριθμού λήψεων για την κάλυψη των συνολικών εξόδων της επιχείρησης το συγκεκριμένο έτος. Τα σταθερά κόστη της εταιρίας αποτελούνται από τα έξοδα διοικητικής λειτουργίας, τα έξοδα προώθησης και τις αποσβέσεις. Ως μεταβλητά κόστη έχουμε το ποσοστό επί των πωλήσεων που κρατάει το αντίστοιχο κατάστημα εφαρμογών. Μέσα απ' τον μαθηματικό τύπο
$$[\text{νεκρό σημείο} = \frac{\text{Σταθερά κόστη}}{\text{Τιμή πώλησης μονάδας} - \text{μεταβλητό κόστος μονάδας}}]$$
 βρέθηκε ότι απαιτούνται 13710 λήψεις για να καλυφθούν τα συνολικά έξοδα. Πολλαπλασιάζοντας με την τιμή πώλησης της εφαρμογής βρέθηκε ότι απαιτούνται 41130€ σε πωλήσεις για να ισοβαθμιστούν τα έσοδα με τα έξοδα για το έτος 2021.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται γραφικά η ανάλυση νεκρού σημείου που προκύπτει από τον Πίνακα 8. Στο σημείο τομής της συνάρτησης κόστους και εσόδων έχουμε νεκρό σημείο. (Διάγραμμα1)

Πίνακας 8: Ανάλυση νεκρού σημείου

Downloads	Πωλήσεις	Μεταβλητό κόστος	Μικτό κέρδος	Σταθερά κόστη	Συνολικό κόστος	Καθαρό κέρδος
0	- €	- €	- €	28.790 €	28.790 €	- 28.790 €
2000	6.000 €	1.800 €	4.200 €	28.790 €	30.590 €	- 24.590 €
4000	12.000 €	3.600 €	8.400 €	28.790 €	32.390 €	- 20.390 €
6000	18.000 €	5.400 €	12.600 €	28.790 €	34.190 €	- 16.190 €
8000	24.000 €	7.200 €	16.800 €	28.790 €	35.990 €	- 11.990 €
10000	30.000 €	9.000 €	21.000 €	28.790 €	37.790 €	- 7.790 €
12000	36.000 €	10.800 €	25.200 €	28.790 €	39.590 €	- 3.590 €
14000	42.000 €	12.600 €	29.400 €	28.790 €	41.390 €	610 €
16000	48.000 €	14.400 €	33.600 €	28.790 €	43.190 €	4.810 €
18000	54.000 €	16.200 €	37.800 €	28.790 €	44.990 €	9.010 €
20000	60.000 €	18.000 €	42.000 €	28.790 €	46.790 €	13.210 €
22000	66.000 €	19.800 €	46.200 €	28.790 €	48.590 €	17.410 €
24000	72.000 €	21.600 €	50.400 €	28.790 €	50.390 €	21.610 €
26000	78.000 €	23.400 €	54.600 €	28.790 €	52.190 €	25.810 €
28000	84.000 €	25.200 €	58.800 €	28.790 €	53.990 €	30.010 €

Διάγραμμα 1: Εύρεση νεκρού σημείου



Με μια πρώτη ματιά θα μπορούσε να αναφερθεί ότι η επιχείρηση έχει αρκετά χαμηλό νεκρό σημείο. Θα χαρακτηριζόταν ως ικανοποιητικό. Με περιθώριο ασφαλείας 153870 θα μπορούσαμε να πούμε με ότι η επιχείρηση δεν είναι ευαίσθητη σε περίπτωση πτώσης των εσόδων της αφού και σε μια περίοδο ύφεσης θα μπορούσε να ανταπεξέλθει. Δεν θα εκμηδενίζονταν δηλαδή τα κέρδη της.

Για να τεκμηρίωση των παραπάνω θα βρέθηκε και ο **αριθμοδείκτης περιθωρίου ασφαλείας** από τον μαθηματικό τύπο

$$\text{αριθμοδείκτης περιθωρίου ασφαλείας} = \frac{(\text{περιθώριο ασφαλείας}) \times 100}{(\text{πωλήσεις})}$$

Προκύπτει ότι είναι 79% το οποίο είναι ένα αρκετά καλό ποσοστό που δείχνει ότι το νεκρό σημείο είναι πράγματι αρκετά χαμηλότερα από τις πραγματοποιηθείσες πωλήσεις. Φανερώνει ότι σε περίπτωση μείωσης των πωλήσεων η επιχείρηση θα εξακολουθεί να έχει κέρδος.

Τέλος υπολογίστηκε και ο **αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους** από τον

$$\text{τύπο αριθμοδείκτης μικρού περιθωρίου κέρδους} = \frac{\text{μεικτό αποτέλεσμα εκμετάλλευσης}}{\text{κύκλος εργασιών}}$$

όπου και ισούται με 70%. Το ποσοστό αυτό είναι πολύ ικανοποιητικό αφού δείχνει τη λειτουργική αποτελεσματικότητα της επιχείρησης και τεκμηριώνει κατά κάποιο τρόπο την τιμολογιακή στρατηγική της. Επίσης φανερώνει ότι στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο η επιχείρηση βρίσκεται σε πολύ καλή θέση από απόψεως κερδών διότι θα μπορεί να αντιμετωπίσει μία ενδεχόμενη αύξηση του κόστους πωλήσεων της εφαρμογής. Δηλαδή μία αύξηση στο ποσοστό που κρατάνε ως προμήθεια τα καταστήματα εφαρμογών.

10. Συμπεράσματα-Προτάσεις για το μέλλον

Το παρόν επιχειρηματικό πλάνο συντάχτηκε στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας του τμήματος Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης. Σύμφωνα με το την παραπάνω ανάλυση καταλήγουμε στο ότι η επένδυση στην Surf'sapp θα ήταν κάτι κερδοφόρο με την επιχείρηση να επιτυγχάνει τα μεγαλύτερα κέρδη κατά το τρίτο έτος λειτουργίας της και να τα σταθεροποιεί το πέμπτο έτος. Έχοντας κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών της η εφαρμογή θα συνεχίσει να αγοράζεται από το κοινό της και τα επόμενα έτη. Σε ένα χώρο που θα συνεχίσει να αναπτύσσεται ραγδαία θα κατοχυρωθεί ως αναπόσπαστο κομμάτι του εξοπλισμού για σερφ για κάθε νέο σέρφερ. Ικανοποιώντας την βασική ανάγκη της μεταφοράς προς και από τον προορισμό για σερφ, την ανάγκη για δημιουργία γνωριμιών με κοινά ενδιαφέροντα, ελαχιστοποιώντας τα έξοδα και ενισχύοντας τις ανθρώπινες σχέσεις και τον τουρισμό η Surf'sapp καθίσταται ως μία καινοτόμα και απόλυτα χρήσιμη εφαρμογή στην κατηγορία των ηλεκτρονικών εφαρμογών “rideshare”.

Επιπροσθέτως, στο μέλλον προτίνεται επανεπένδυση των εταίρων της Surf'sapp. Όπως αναφέρθηκε και στους μακροπρόθεσμους στόχους η εταιρία σχεδιάζει να προσθέσει την επιλογή Surf Bus μετά το πέρας του 2023. Σύμφωνα με αυτή οποιοσδήποτε διαθέτει όχημα ικανό να μεταφέρει σέρφερς και εξοπλισμό θα μπορεί να προσφέρει την υπηρεσία της μεταφοράς στα σερφ σποτ χρεώνοντας εισητήριο στους επιβάτες ανάλογο του αριθμού τους, του εξοπλισμού τους και της διανυόμενης απόστασης. Η επιχείρηση θα κρατάει προμήθεια από το κάθε εισητήριο.

Επίσης η εταιρία σκοπεύει να επεκταθεί στον τομέα του εξειδικευμένου ridesharing για extreme sports και όχι μόνο. Η φιλοσοφία του συνεπιβατισμού υπάρχει σε αρκετά αθλήματα του είδους που απαιτείται να διανύσεις αποστάσεις με σκοπό να βρεις τις κατάλληλες συνθήκες για να ασκήσεις το άθλημα που αγαπάς. Τέτοια αθλήματα είναι κάποια χειμερινά αθλήματα (snowboard, ski), η αναρριχήση, το windsurf και το kite-surf. Υπάρχει εξίσου μεγάλη αγορά στους συγκεκριμένους χώρους και θα εξετάσει

στο μέλλον τη δημιουργία και άλλων εφαρμογών ridesharing αντίστοιχες των αθλημάτων ή του πεδίου που αφορούν (π.χ. βουνό ή θάλασσα). Ακόμα πέρα από την εφαρμογή του συνεπιβατισμού σε extreme αθλήματα θα εξεταστεί η εφαρμογή του και σε άλλες υπαίθριες δραστηριότητες όπως είναι οι καταδύσεις και το ψάρεμα. Είναι γεγονός ότι ο συνεπιβατισμός μπορεί να πραγματοποιηθεί ακόμα και σε ένα σκάφος, ιδιαίτερα όταν απαιτείται η ύπαρξη τουλάχιστον δύο ατόμων για να πραγματοποιηθούν δραστηριότητες όπως το ψαροτούφεκο και η ιστιοπλοΐα.

Τέλος λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες της σύγχρονης κοινωνίας για κοινωνική δικτύωση με βάση τα κοινά ενδιαφέροντα και δραστηριότητες και την ανάγκη ένταξης των ατόμων σε ένα σύνολο αντίστοιχο των surf crew, η εταιρία θα μελετήσει την πιθανή ανάπτυξη ηλεκτρονικής εφαρμογής κοινωνικής δικτύωσης βάση κοινών δραστηριοτήτων. Σκεπτόμενοι “outside of the box”, μία παρέα παιδιών που παίζει μπάσκετ σε ένα συνοικιακό γήπεδο δεν έχει να ζηλέψει τίποτα από μια παρέα που σερφάρει κύματα κάπου στα νότια της Κρήτης. Και στις δύο περιπτώσεις κάποιος κάνει αυτό που αγαπούν, το μοιράζονται και εν τέλει περνάνε όμορφα. Γιατί όπως λέμε και στην Surf’sapp.. “Dare to share, it’s fun!”

11. Βιβλιογραφία

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Μουστάκης Β., *Πρακτικός οδηγός οικονομικής ανάλυσης*, εκδ. 2013 Τζιόλας
2. Μουστάκης Β., *Διοικητική τεχνολογία* εκδ. 1/2011 ΔΙΣΙΓΜΑ
3. Μπουραντάς Δημήτριος, *Μάνατζμεντ*, α' έκδοση/2002 Μπένος
4. Σέργιος Δημητριάδης, Γεώργιος Μπάλτας, *Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Μάρκετινγκ*, 1/2006 ROSILI

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

5. Fahy John, Jobber David, *Αρχές Μάρκετινγκ*, 1^η εκδ. 2014 Κριτική
6. Subramanyan K.R., Wild John, *Ανάλυση Χρηματοοικονομικών Καταστάσεων*, 1^η εκδ. 2016 Broken Hill
7. Kotler Phillip, Keller Kevin Lane, *Μάρκετινγκ μάνατζμεντ*, 2006 Κλειδάριθμος
8. Peter F. Drucker, *Το μανατζμέντ στην πράξη*, 1998 Κλειδάριθμος

ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ

9. <https://news.nationalgeographic.com/news/2013/08/130803-surfing-surprising-history-hawaiian-culture-extreme-sports/>
10. <https://www.appannie.com/>
<http://www.logistics.tuc.gr/Contents/Lessons.html>
11. <https://www.strategyr.com/market-report-surfing-forecasts-global-industry-analysts-inc-february-2018.asp>
12. <https://play.google.com/store>
13. <https://www.isasurf.org/>
14. <http://www.beachapedia.org/Surfonomics>
15. www.sas.org.uk

16.

<https://www.eclass.tuc.gr/modules/document/index.php?course=MPD262&openDir=/555caf2dkQID> (Κοστολόγηση με βάση τις δραστηριότητες, Μουστάκης Β)

17. <http://www.logistics.tuc.gr/Contents/Lessons.html>

18. www.sete.gr

19. www.protothema.gr

20. www.surfingreece.com

21. <http://www.worldsurfleague.com/>

22. <https://play.google.com/store>

23. <https://support.google.com/googleplay/#topic=3364265>

24. <https://www.apple.com/gr/ios/app-store/>

25. <https://www.lifewire.com/>

26. [https://d3583ivmhhw2le.cloudfront.net/images/uploads/publications/surfrider_report_v13\(1\).pdf](https://d3583ivmhhw2le.cloudfront.net/images/uploads/publications/surfrider_report_v13(1).pdf)

27. www.theeconomist.com

28. <https://www.entrepreneur.com/article/276897>