

4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΖΩΗ

“Ξύλινες τσάντες από τη Λήμνο στο Μανχάταν”

Ο Βαγγέλης και ο Γιώργος Κανάρης, δύο νεαρά αδέρφια από τη Λήμνο, αποφάσισαν να επιστρέψουν στον τόπο τους και να φτιάξουν τη δική τους επιχείρηση ενισχύοντας παράλληλα και την οικονομία του νησιού. Επαναπροσδιόρισαν την αξία και τη χρήση του ξύλου και δημιούργησαν υψηλής αισθητικής ξύλινα προϊόντα. Χειροποίητες ξύλινες τσάντες, πορτοφόλια, καρτοθήκες, θήκες κινητών και άλλα είναι κάποια από τα προϊόντα που φιγουράρουν στα ράφια καταστημάτων του Σίδνεϋ και του Μανχάταν. Η εταιρεία τους, η Wudens, μετρά δύο χρόνια ζωής και έχει καταφέρει να κερδίσει τις εντυπώσεις των τουριστών του νησιού, με αποτέλεσμα να έχει δημιουργηθεί ένας διάυλος επικοινωνίας μεταξύ της επιχείρησης και άλλων περιοχών της χώρας αλλά και χωρών από τις οποίες κατάγονται οι τουρίστες. Η καινοτομία να χρησιμοποιήσουν το ξύλο για την κατασκευή τσαντών ήταν αυτό που τους διαφοροποίησε και τους έδωσε το εισιτήριο να μπουν στην αγορά της Ελλάδος και χωρών του εξωτερικού... Όπως λέει ο ένας εκ των δύο ιδρυτών της επιχείρησης, ο Β. Κανάρης, “θέλαμε να συνδυάσουμε ποιότητα και καινοτομία πάνω σε ένα αντικείμενο που γνωρίζουμε και οι δύο από παιδάκια, καθώς η προηγούμενη δουλειά μας ήταν κατασκευαστές ξύλινων επίπλων. Επιπλέον θέλαμε το εγχείρημά μας να πάρει σάρκα και οστά στο δικό μας τόπο καταγωγής. Κάπως έτσι μαζέψαμε όλα μας τα “θέλω”, πήραμε το ρίσκο, ξεκίνησα εγώ τα πειράματα σε ένα εργαστήριο έναν χρόνο πριν ανοίξουμε την εταιρεία και έτσι η Wudens, τέλος του 2016, έκανε τα πρώτα της βήματα στο εμπόριο.” Για την κατασκευή των προϊόντων τα είδη ξύλων που χρησιμοποιούνται είναι, μεταξύ άλλων, δρυς, έβενος, καρυδιά, παλίσανδρος, zebrano, teak και wenge. ...Τα προϊόντα Wudens, αν και χειροποίητα αξεσουάρ, έχουν προσεκτικό φινίρισμα δίχως ατέλειες καθώς δίνεται μεγάλη βαρύτητα στη διαδικασία παραγωγής τους. Κάθε αξεσουάρ έχει τον δικό του μοναδικό κωδικό, ο οποίος αποστέλλεται σε ένα φάκελο μαζί με το προϊόν, ώστε αν υπάρξει κάποια φυσική φθορά μέσα σε ενάμιση χρόνο, να αντικατασταθεί ή να γίνει μια συντήρηση. Τα προϊόντα θεωρούνται ως luxury products...Όπως λέει ο κ. Κανάρης, η επιχείρηση ξεκίνησε με ένα αρχικό κεφάλαιο της τάξεως των 8.000 ευρώ. Αγόρασαν μηχανήματα και νοίκιασαν έναν χώρο που θα ήταν το εργαστήριο επεξεργασίας του ξύλου....Η βάση των δύο αδερφών είναι στη Μύρινα της Λήμνου και από εκεί στέλνουν τις τσάντες και τα άλλα προϊόντα τους σε όλη την Ελλάδα αλλά και στην Αυστραλία και στην Αμερική. Βέβαια ο

τουρισμός του νησιού τούς βοήθησε να εξάγουν πολύ γρήγορα τα αξεσουάρ τους. Οι πρώτες τσάντες κυκλοφόρησαν στην αγορά το 2016 και επειδή η Λήμνος έχει κυρίως τουρίστες από Αυστραλία και Αμερική ήταν φυσικό τα προϊόντα να “ταξι-δέσουν” προς αυτές τις αγορές.

Τα παραπάνω είναι απόσπασμα κειμένου της Κωνσταντίνας Χελιδώνη, Realmoney, 20-1-2019.

ΣΧΟΛΙΟ ΤΟΥ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ

Το πετυχημένο εγχείρημα των δύο αδελφών θα μπορούσε να θεωρηθεί μια μικρής κλίμακας εφαρμογή της ανάλυσης SWOT (που περιγράφεται αμέσως παρακάτω), όπου τα δύο αδέρφια αξιοποίησαν τα *ισχυρά τους σημεία* (strengths), αφούγκράστηκαν το *περιβάλλον*, εντόπισαν μια πιθανή επιχειρηματική *ευκαιρία* και κατασκευάζουν *προϊόντα* που φαίνεται να ικανοποιούν μια *ανάγκη* της αγοράς. Έτσι, δημιούργησαν μια επιχείρηση που έχει την *ξεχωριστή ικανότητα* (competence) της παραγωγής ξύλινων αξεσουάρ. Παράλληλα, ακολούθησαν μια **έξυπνη στρατηγική μάρκετινγκ* χρησιμοποιώντας τον τουρισμό του νησιού ως γέφυρα για επέκταση σε ξένες αγορές.

Στο δεύτερο κεφάλαιο του βιβλίου αναφερθήκαμε στις επιχειρησιακές λειτουργίες και στους παράγοντες που συνθέτουν το περιβάλλον της επιχείρησης και προφανώς εννοούμε το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Επίσης, τονίσαμε ότι δεν συμφωνούμε ιδιαίτερα με τη χρήση του όρου “εσωτερικό περιβάλλον” της επιχείρησης, αν και υιοθετείται από αρκετούς συγγραφείς του μανάτζμεντ. Υπενθυμίζουμε ότι το επιχειρησιακό περιβάλλον διακρίνεται στο *ειδικό ή μικροπεριβάλλον* και στο *γενικό περιβάλλον ή μακροπεριβάλλον*. Μια κατηγορία του πρώτου είναι το *άμεσο*, που περιλαμβάνει τους *πελάτες της επιχείρησης*, τους *ανταγωνιστές της*, τους *προμηθευτές* και τους *ενδιάμεσους πελάτες* (χονδρεμπόρους και λιανέμπορους), που διακινούν τα προϊόντα της επιχείρησης. Μια δεύτερη κατηγορία του ειδικού περιβάλλοντος είναι το *έμμεσο* στο οποίο ανήκουν η οικονομική κοινότητα, οι *στρατηγικοί σύμμαχοι της επιχείρησης*, τα *μαζικά μέσα ενημέρωσης* (ή *επικοινωνίας*), το κράτος, οι ενώσεις εργαζομένων, οι *ειδικές ομάδες ενδιαφέροντος* και το *γενικό κοινό* ευρύτερα. Στο *γενικό περιβάλλον* εντάσσονται η οικονομία της χώρας, αλλά κατά περίπτωση και η *παγκόσμια οικονομία* ευρύτερα, η *τεχνολογία*, το *πολιτικό και νομικό πλαίσιο*, το *κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον* και το *φυσικό περιβάλλον*.³⁸

Στο πλαίσιο της διαδικασίας του στρατηγικού σχεδιασμού τα στελέχη της επιχείρησης είναι απαραίτητο να *αναλύσουν* και να *αξιολογήσουν* αφενός μεν τα *χαρακτηριστικά του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης* και αφετέρου το “*εσωτερικό*” της *περιβάλλοντος*, δηλαδή τις *λειτουργίες*, τους *πόρους* και τις *δυνατότητες-ικανότητες* της επιχείρησης, όπως *επίσης* και τις *αδυναμίες* της, έτσι ώστε να είναι σε θέση να *διαμορφώσουν* τις *κατάλληλες στρατηγικές*. Η όλη διαδικασία