

**ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΙΔΡΥΣΕΩΣ ΜΟΝΑΔΑΣ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ**

**Θεόδωρος Σωτηρίου Τριαντάφυλλος
Οικονομολόγος
Πτυχιούχος Οικονομικής Επιστήμης Πανεπιστημίου Πειραιώς**

**Υποβληθείσα για το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη
Διοίκηση των Επιχειρήσεων και το Μάνατζμεντ Τουρισμού**

**Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Πανεπιστήμιο Πειραιώς**

2006

Αφιερώνεται με μεγάλη αγάπη
στον πατέρα μου Σωτήρη.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΩΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι διεθνείς πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις έχουν διαμορφώσει ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό κλίμα σε παγκόσμιο επίπεδο. Σε αυτό το περιβάλλον της παγκόσμιας οικονομίας οι ελληνικές επιχειρήσεις καλούνται να ανταποκριθούν στις ανάγκες της σύγχρονης αγοράς. Πιο συγκεκριμένα κρίνεται επιτακτική η ανάγκη της ελληνικής οικονομίας για αναζήτηση νέων βιώσιμων επιχειρηματικών προτάσεων οι οποίες θα στηρίζονται σε εμπειριστατωμένες μελέτες σκοπιμότητας. Στα πλαίσια αυτής της αναζήτησης έγινε η συγγραφή της παρούσας μελέτης με στόχο τη διερεύνηση σκοπιμότητας ιδρύσεως μονάδας παραγωγής παιδικών ενδυμάτων με την επωνυμία Joel Junior.

Η μελέτη αυτή έγινε για εκπαιδευτικούς λόγους. Τα στοιχεία που περιέχει δεν θα πρέπει να ληφθούν ως πραγματικά. Η εξεταστική επιτροπή, το Τμήμα και ο κ. Τριαντάφυλλος δεν φέρουν καμία ευθύνη για την ακρίβεια των αναφερομένων στη μελέτη στοιχείων.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους Καθηγητές του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων και το Μάνατζμεντ Τουρισμού που με τη διδασκαλία τους συνέβαλαν στην επιστημονική μου κατάρτιση. Κατά κύριο λόγο όμως, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Πρύτανη του Πανεπιστημίου Πειραιά και επιβλέποντα Καθηγητή της παρούσας μελέτης κύριο Σωτήριο Καρβούνη. Η πολυδιάστατη επιστημονική γνώση που μου προσέφερε και οι κατευθύνσεις που μου έδωσε συνέβαλαν καθοριστικά στην ολοκλήρωσή μου ως επιστήμονα. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου, για την πολύτιμη συμπαράστασή της σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	VI
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	XII
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	XIV
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	XV

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΣΥΝΟΨΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	1
1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING.....	1
1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ.....	1
1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	2
1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.....	2
1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ.....	2
1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	3
1.8 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	3
1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	3
1.10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	4
2.2 ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	5
2.3 ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	5
2.4 ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΠΟΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ.....	5

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ.....	6
3.1.1 ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....	6
3.1.2 ΠΕΛΑΤΕΣ.....	6
3.1.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ.....	7
3.1.4 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ / ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ.....	8
3.1.5 ΔΙΑΝΟΜΗ.....	9
3.2 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ	10
3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ.....	11
3.3.1 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ.....	11
3.3.2 ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΑΝΔΥΜΑΤΩΝ.....	13
3.3.3 ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	14
3.3.4 ΜΕΡΙΔΙΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	18
3.3.5 ΜΕΡΙΔΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ.....	19

3.3.6 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	21
3.4 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ.....	22
3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	25
3.5.1 ΓΕΝΙΚΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ.....	25
3.5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	29
3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ...	32
3.6.1 ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (POLITICAL).....	32
3.6.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (ECONOMICAL).....	33
3.6.3 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (SOCIAL).....	33
3.6.4 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (TECHNOLOGICAL).....	33
3.7 Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	34
3.7.1 ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΥΠΟ ΙΔΡΥΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	34
3.7.2 ΣΤΟΧΟΘΕΤΗΣΗ (TARGETING).....	36
3.7.3 ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ (POSITIONING).....	36
3.7.4 ΣΤΟΙΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ...	37
3.8 Η ΤΑΚΤΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	37
3.8.1 ΠΡΟΪΟΝ.....	37
3.8.2 ΤΙΜΗ.....	38
3.8.3 ΠΡΟΩΘΗΣΗ	39
3.8.4 ΔΙΑΝΟΜΗ.....	39
3.9 ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ.....	40

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ...	42
4.1.1 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ.....	42
4.1.2 ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΥΛΕΣ	46
4.1.3 ΕΦΟΔΙΑ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ	48
4.2 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΕΙΣΡΟΩΝ.....	50
4.3 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ.....	53
4.3.1 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΥΛΙΚΩΝ.....	53
4.3.2 ΠΗΓΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ.....	53
4.3.3 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ.....	54
4.4 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ.....	55
4.4.1 ΕΛΑΧΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ.....	55
4.4.2 ΕΛΑΧΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ.....	55
4.4.3 ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ.....	56
4.4.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΥΘΕΥΤΩΝ.....	56
4.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ.....	56
4.5.1 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ.....	56
4.5.2 ΤΥΠΟΙ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ.....	59
4.5.3 ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΕΣ.....	59
4.5.4 ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ.....	59

4.5.5 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗΣ.....	59
4.5.6 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ.....	60
4.6 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ.....	60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	63
5.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.....	65
5.2.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.....	65
5.3 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	65
5.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	68
5.4.1 ΚΥΡΙΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	68
5.4.2 ΒΟΗΘΗΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	69
5.4.3 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΩΣ.....	69
5.5 ΚΟΣΤΟΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΩΝ	70
5.6 ΧΩΡΟΜΕΤΡΙΚΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	71
5.7 ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ.....	77
5.7.1 ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ.....	77
5.7.2 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΩΝ.....	77
5.7.3 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	77
5.7.4 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΩΣ.....	78
5.8 ΚΟΣΤΟΣ ΕΡΓΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ.....	78

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	79
6.1.1 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΔΟΜΗ.....	79
6.1.2 ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ.....	81
6.2 ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΚΕΝΤΡΩΝ ΚΟΣΤΟΥΣ.....	86
6.2.1 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ.....	86
6.2.2 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ – ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ.....	86
6.2.3 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ	86
6.2.3 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ.....	87
6.3ΤΑ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	87

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ.....	88
7.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	88

7.2.1 ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ.....	88
7.2.2 ΕΠΙΤΕΛΙΚΟ ΚΑΙ ΕΠΟΠΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ.....	90
7.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ.....	94
7.4 ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.....	95
7.4.1 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.....	95
7.4.2 ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ.....	95
7.5 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ.....	96
7.6 ΑΜΟΙΒΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	97
7.7 ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ.....	97
7.7 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ	98

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΧΩΡΟΥΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	99
8.2 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ.....	99
8.2.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ.....	99
8.2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ.....	100
8.2.3 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ.....	101
8.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΩΡΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ.....	103
8.4 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	106
8.5 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ.....	106

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ.....	108
9.2 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΕΔΟΜΕΝΑ.....	108
9.3 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	111

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.1 ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ.....	112
10.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	112
10.2.1 ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ.....	112
10.2.2 ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ.....	113
10.2.3 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	114
10.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	115
10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ.....	116
10.4.1 ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ.....	116

10.4.2ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ.....	117
10.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ.....	119
10.5.1 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ.....	119
10.5.2 ΠΙΝΑΚΑΣ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ.....	119
10.5.3 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ.....	121
10.6 ΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ.....	124
10.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	129
10.7.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	129
10.7.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΠΛΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	130
10.7.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ.....	131
10.8 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ	132
10.8.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ «ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ».....	132
10.9 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ – ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	134
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	136

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 2.1	
Κόστος προεπενδυτικών μελετών και ερευνών.....	5
Πίνακας 3.1	
Γεννήσεις Ζώντων στην Ελλάδα κατά τα έτη 2001 - 2005, κατά ηλικία της μητέρας.....	7
Πίνακας 3.2	
Εξέλιξη εγχώριας αγοράς υφασμάτων.....	8
Πίνακας 3.3	
Διάρθρωση του κόστους παραγωγής παιδικών ενδυμάτων.....	11
Πίνακας 3.4	
Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Παιδικών Ενδυμάτων	12
Πίνακας 3.5	
Ποσοστό συμμετοχής των κυριότερων κατηγοριών στο σύνολο της εγχώριας κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων	13
Πίνακας 3.6	
Παραγωγή Παιδικών Ενδυμάτων την Περίοδο 1996-2004.....	14
Πίνακας 3.7	
Πωλήσεις Παραγωγικών Επιχειρήσεων Παιδικών Ενδυμάτων.....	15
Πίνακας 3.8	
Μερίδια αγοράς επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων.....	18
Πίνακας 3.9	
Μερίδια παραγωγής παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων.....	20
Πίνακας 3.10	
Διάρθρωση της διαφημιστικής δαπάνης ανά μέσο ενημέρωσης.....	22

Πίνακας 3.11	
Πληθυσμός στην ηλικιακή ομάδα των 0 έως 4 ετών.....	23
Πίνακας 3.12	
Κατά κεφαλήν ακαθάριστο εγχώριο προϊόν.....	24
Πίνακας 3.13	
Πρόβλεψη φαινομενικής κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων.....	24
Πίνακας 3.14	
Οικονομικά Στοιχεία ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. LAPIN HOUSE ABEE.....	26
Πίνακας 3.15	
Οικονομικά στοιχεία MANDARINO INT/L A.E.....	27
Πίνακας 3.16	
Οικονομικά στοιχεία της SPRINT ABEE.....	28
Πίνακας 3.17	
Οικονομικά στοιχεία της ALOUETTE A.E.....	29
Πίνακας 3.18	
Μέση τιμή πώλησης των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων για το έτος 2005.....	35
Πίνακας 3.19	
Συνολικά έσοδα προγράμματος.....	35
Πίνακας 3.20	
Μεγεθολόγιο παιδικών ενδυμάτων.....	38
Πίνακας 3.21	
Κατάλογος προτεινόμενων τιμών λιανικής πώλησης.....	39
Πίνακας 3.22	
Συνολικό κόστος μάρκετινγκ.....	41

Πίνακας 4.1 Απαιτούμενες ποσότητες πρώτων και βοηθητικών υλών για την παραγωγή ενός τεμαχίου.....	51
Πίνακας 4.2 Απαιτούμενες ποσότητες πρώτων και βοηθητικών υλών για την ετήσια παραγωγή	52
Πίνακας 4.3 Ποσότητες πρώτων υλών και άλλων εφοδίων (σε ετήσια βάση).....	52
Πίνακας 4.4 Πιθανές πηγές προμήθειας.....	53
Πίνακας 4.5 Βασικοί Προμηθευτές της επιχείρησης.....	57
Πίνακας 4.6 Εναλλακτικοί προμηθευτές της επιχείρησης.....	58
Πίνακας 4.7 Εκτίμηση κόστους παραγωγής (πρώτες ύλες και άλλα εφόδια).....	61
Πίνακας 4.8 Ετήσια εκτίμηση κόστους παραγωγής (πρώτες ύλες και άλλα εφόδια).....	62
Πίνακας 5.1 Κύριος παραγωγικός εξοπλισμός.....	69
Πίνακας 5.2 Βοηθητικός εξοπλισμός.....	69
Πίνακας 5.3 Εξοπλισμός εξυπηρέτησεως.....	69

Πίνακας 5.4	
Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού.....	70
Πίνακας 5.5	
Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού.....	78
Πίνακας 5.6	
Κόστος συντήρησης έργων πολιτικού μηχανικού.....	7
Πίνακας 6.1	
Γενικά έξοδα Joel Junior (έτος 2008).....	87
Πίνακας 6.2	
Γενικά έξοδα Joel Junior (έτη 2008 - 2014).....	87
Πίνακας 7.1	
Εργατικό δυναμικό.....	94
Πίνακας 7.2	
Επιτελικό προσωπικό.....	95
Πίνακας 7.3	
Κόστος εργατικού δυναμικού.....	97
Πίνακας 7.4	
Κόστος επιτελικού προσωπικού.....	97
Πίνακας 7.5	
Συνολικό κόστος ανθρώπινου δυναμικού.....	98
Πίνακας 8.1	
Συντελεστές βαρύτητας κριτηρίων επιλογής τοποθεσίας.....	102
Πίνακας 8.2	
Βαθμολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών.....	103

Πίνακας 8.3	
Χαρακτηριστικά Βιομηχανικής Περιοχής Θεσσαλονίκης.....	104
Πίνακας 8.4	
Κόστος επιλογής οικοπέδου.....	107
Πίνακας 9.1	
Εκτίμηση κόστους εκτέλεσης έργου.....	111
Πίνακας 10.1	
Πάγιο ενεργητικό επιχείρησης.....	112
Πίνακας 10.2	
Υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης.....	113
Πίνακας 10.3	
Συνολικό κόστος επένδυσης.....	115
Πίνακας 10.4	
Πηγές Χρηματοδότησης.....	115
Πίνακας 10.5	
Τοκοχρεολυτικές υποχρεώσεις.....	116
Πίνακας 10.6	
Ανάλυση συνολικού κόστους παραγωγής.....	117
Πίνακας 10.7	
Ανάγκες καθαρού κεφαλαίου κίνησης.....	118
Πίνακας 10.8	
Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως (έτη 2008 – 2014).....	119
Πίνακας 10.9	
Κατάσταση χρηματικών ροών (εταιρικές χρήσεις 2008 – 2014).....	120

Πίνακας 10.10	
Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί τέλους (2008 – 2014).....	122
Πίνακας 10.11	
Προβλεπόμενοι χρηματοοικονομικοί δείκτες Joel Junior (2008 – 2014).....	125
Πίνακας 10.12	
Καθαρά κέρδη Joel Junior.....	129
Πίνακας 10.13	
Καθαρές ταμειακές ροές Joel Junior.....	130
Πίνακας 10.14	
Συντελεστές απόδοσης συνολικού και μετοχικού κεφαλαίου.....	131
Πίνακας 10.15	
Καθαρή παρούσα αξία.....	131
Πίνακας 10.16	
Σταθερά και Μεταβλητά Κόστη της Joel Junior για το έτος 2008.....	133

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 3.1	
Βαθμός εισαγωγικής διείσδυσης υφασμάτων.....	9
Διάγραμμα 3.2	
Διάρθρωση του κόστους παραγωγής παιδικών ενδυμάτων.....	11
Διάγραμμα 3.3	
Εξέλιξη Εγχώριας Αγοράς Παιδικού Ενδύματος (1996-2001).....	12
Διάγραμμα 3.4	
Ποσοστό συμμετοχής των κυριότερων κατηγοριών στο σύνολο της εγχώριας κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων (2000)	13
Διάγραμμα 3.5	
Εξέλιξη Εγχώριας Παραγωγής Παιδικών Ενδυμάτων.....	14
Διάγραμμα 3.6	
Μερίδια παραγωγής παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων.....	17
Διάγραμμα 3.7	
Μερίδια παραγωγής παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων.....	17
Διάγραμμα 3.8	
Μερίδια αγοράς επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων.....	19
Διάγραμμα 3.9	
Μερίδια παραγωγής επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων.....	20
Διάγραμμα 3.10	
Υπολογιζόμενος Πληθυσμός στην ηλικιακή ομάδα των 0 έως 4 ετών.....	23
Διάγραμμα 3.11	
Κατά κεφαλήν ακαθάριστο εγχώριο προϊόν.....	24

Διάγραμμα 3.12	
Μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter.....	30
Διάγραμμα 4.1	
Στάδια παραγωγής παιδικών ενδυμάτων.....	50
Διάγραμμα 5.1	
Γραμμή παραγωγής παιδικών ενδυμάτων.....	64
Διάγραμμα 6.1	
Οργανόγραμμα Joel Junior.....	80
Διάγραμμα 6.2	
Οργανόγραμμα Γενικής Διεύθυνσης.....	81
Διάγραμμα 6.3	
Οργανόγραμμα Οικονομικής Διεύθυνσης.....	82
Διάγραμμα 6.4	
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Μάρκετινγκ.....	83
Διάγραμμα 6.5	
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Παραγωγής.....	83
Διάγραμμα 6.6	
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Εφοδιασμού.....	84
Διάγραμμα 6.7	
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Ποιότητας.....	85
Διάγραμμα 6.8	
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού.....	85
Διάγραμμα 9.1	
Χρονοδιάγραμμα GANTT.....	110

EΙΚΟΝΕΣ

Εικόνα 5.1 Αυτόματο κοπτικό μηχάνημα.....	66
Εικόνα 5.2 Αυτόματος συσκευαστής.....	67
Εικόνα 5.3 Πάγκος διαλογής.....	68
Εικόνα 5.4 Χωρομετρικό σχέδιο οικοπέδου.....	72
Εικόνα 5.5 Κάτοψη υπογείου κεντρικού κτιρίου.....	73
Εικόνα 5.6 Κάτοψη ισογείου κεντρικού κτιρίου.....	74
Εικόνα 5.7 Κάτοψη πρώτου ορόφου κεντρικού κτιρίου.....	75
Εικόνα 5.8 Κάτοψη δεύτερου ορόφου κεντρικού κτιρίου.....	76
Εικόνα 8.1 Βιομηχανική περιοχή Θεσσαλονίκης.....	101
Εικόνα 8.2 Απεικόνιση Βιομηχανικής Περιοχής Θεσσαλονίκης.....	105

ΣΧΗΜΑΤΑ

Σχήμα 5.1

Ηλεκτρονική σχεδίαση πατρών..... 66

Σχήμα 5.2

Ηλεκτρονική διόρθωση πατρών..... 66

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η παρούσα μελέτη, έχει ως στόχο τη σκοπιμότητα ιδρύσεως μονάδας παραγωγής παιδικών ενδυμάτων με την επωνυμία « Joel Junior ». Η μονάδα θα παράγει και θα εμπορεύεται ενδύματα για παιδιά ηλικίας από 0 έως 4 ετών. Εφαλτήριο για την εκπόνηση της μελέτης αποτέλεσε το γεγονός ότι ο κλάδος των παιδικών ενδυμάτων είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος στην Ελλάδα με την ύπαρξη μεγάλου αριθμού παραγωγικών μονάδων. Την υποστήριξη του προγράμματος ανέλαβε η παραγωγική εταιρία γυναικείων ενδυμάτων Joel το ενδιαφέρον της οποίας εκδηλώθηκε τον Ιανουάριο του 2005. Η εκπόνηση της μελέτης ανατέθηκε στην εταιρία Οικονομοτεχνικών Μελετών Poseidon Consulting με χρόνο παράδοσης το Δεκέμβριο του 2005. Το συνολικό κόστος της μελέτης ανήλθε στο ποσό των 80.000 €.

1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING

Το παιδικό ένδυμα εντάσσεται στον ευρύτερο κλάδο της ένδυσης, ο οποίος αποτελεί ένα σημαντικό κλάδο της ελληνικής βιομηχανίας. Το γεγονός αυτό οφείλεται κατά κύριο λόγο στη διασύνδεσή του με άλλους τομείς όπως εκείνος της κλωστοϋφαντουργίας, καθώς και στο μεγάλο αριθμό των εργαζομένων που απασχολείται σε αυτόν. Οι παραγωγικές επιχειρήσεις παιδικών ενδυμάτων, σύμφωνα με τη στατιστική ταξινόμηση των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ) εντάσσονται στον κωδικό 182. Ο συγκεκριμένος κωδικός περιλαμβάνει επιχειρήσεις κατασκευής εξωτερικών ενδυμάτων και συναφών εξαρτημάτων. Σύμφωνα με στοιχεία της ICAP DATA BASE, στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται περισσότερες από 1500 παραγωγικές και εισαγωγικές επιχειρήσεις γεγονός που κατακερματίζει τον κλάδο. Παρόλο όμως τον κατακερματισμό, οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου με ισχυρά brand names παρέχουν υψηλής ποιότητας παιδικά ενδύματα και καταλαμβάνουν ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς που κυμαίνεται από 3% έως και 5%. Αξιοποιώντας το γεγονός της διαχρονικά σταθερής αύξησης της φαινομενικής κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων, η παρούσα μελέτη θα προσπαθήσει να θέσει τις βάσεις και να καθορίσει τις απαραίτητες δομές για τη δημιουργία μιας νέας παραγωγικής επιχείρησης παιδικών ενδυμάτων που θα αποσπάσει ένα ποσοστό της τάξης του 3% της φαινομενικής κατανάλωσης. Η απόσπαση ενός τέτοιου μεγέθους της φαινομενικής κατανάλωσης θα καταστήσει την νέα επιχείρηση κερδοφόρα και ανταγωνιστική στην ελληνική αγορά. Τα συνολικά έσοδα από πωλήσεις για το έτος 2008 αναμένεται να είναι 17.306.100 €.

1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

Ο κλάδος του παιδικού ενδύματος διατηρεί σχέσεις αλληλεξάρτησης με τον κλάδο της υφαντουργίας, καθώς το ύφασμα και το νήμα αποτελούν την κύρια και βασική πρώτη ύλη για την παραγωγή παιδικών και βρεφικών ενδυμάτων. Τα συγκεκριμένα υλικά αποτελούν τους βασικούς προσδιοριστι-

κούς παράγοντες της τιμής και της ποιότητας του τελικού προϊόντος. Η διαθεσιμότητα τόσο των πρώτων υλών όσο και των άλλων εφοδίων είναι σταθερή στην ελληνική αγορά καθώς παράγονται και εισάγονται μεγάλες ποσότητες. Στην ελληνική αγορά, ο ανταγωνισμός που δέχονται τα υφάσματα εγχώριας παραγωγής είναι ιδιαίτερα έντονος. Έχοντας ως άξονα της παρούσας μελέτης τόσο την βιωσιμότητα του επενδυτικού σχεδίου όσο και την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, η Joel Junior θα προμηθευτεί πρώτες ύλες και άλλα εφόδια από ελληνικές παραγωγικές επιχειρήσεις. Το συνολικό τους κόστος για το 2008 θα ανέρχεται στο ποσό των 1.157.395 €.

1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Η νέα επιχείρηση θα επιλέξει τον κατάλληλο τεχνολογικό και μηχανολογικό εξοπλισμό που σε συνδυασμό με την εισαγωγή της κατάλληλης τεχνογνωσίας θα δώσει στην παραγωγική μονάδα το συγκριτικό πλεονέκτημα από άποψη ποιότητας κατασκευής. Η τεχνολογία που θα επιλεγεί θα πρέπει εξυπηρετεί το πρόγραμμα παραγωγής και να έχει πολλές δυνατότητες προσαρμογής και αναβάθμισης. Κατά κύριο λόγο θα επιλεγεί η εισαγωγή του λογισμικού CAD (Computer Aided Design) που κάνει τη λειτουργία του σχεδιασμού γρήγορη και υψηλής ακρίβειας. Παράλληλα θα αποκτηθούν και αυτόματα κοπτικά μηχανήματα CNC γεγονός που θα δώσει στην επιχείρηση τη δυνατότητα παραγωγής ενδυμάτων υψηλής ποιότητας βάσει της πιο εξελιγμένης τεχνολογίας. Το συνολικό κόστος για την απόκτηση του μηχανολογικού και τεχνολογικού εξοπλισμού ανέρχεται στο ποσό των 750.200€. Αντίστοιχα, τα αναγκαία έργα πολιτικού μηχανικού για την κατασκευή των μονάδων παραγωγής και των λοιπών χώρων ανέρχεται στο ποσό των 2.250.000 €.

1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Στα πλαίσια της ίδρυσης της Joel Junior θα δημιουργηθεί μια λειτουργική και αποτελεσματική οργανωσιακή δομή που θα διασφαλίσει την εύρυθμη λειτουργία της νέας επιχείρησης. Η οργανωσιακή δομή θα έχει ως επικεφαλής τον Διευθύνοντα Σύμβουλο στον οποίο θα αναφέρονται όλες οι Διευθύνσεις της εταιρίας. Παράλληλα, θα υπάρχουν και διάφορα γενικά έξοδα που δεν θα αφορούν την παραγωγή ή τη διοίκηση της επιχείρησης και θα ανέρχονται στο ποσό των 102.000 € για το έτος 2007.

1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Καθοριστικό στοιχείο για την επιτυχία του επενδυτικού σχεδίου αποτελεί η επιλογή των κατάλληλων ανθρωπίνων πόρων. Η Joel Junior θα επιλέξει με βάση τις ανάγκες της και τον προγραμματισμό παραγωγής της, τον κατάλληλο αριθμό εργατικού και επιτελικού προσωπικού. Η επιλογή των εργαζομένων και οι παροχές τους, θα αποτελέσουν βαρύνουσας σημασίας στοιχείο καθώς η νέα επιχείρηση θεωρεί το στοιχείο του ανθρώπινου δυναμικού ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία διαφοροποίησης της εταιρίας. Το συνολικό ετήσιο κόστος του ανθρώπινου δυναμικού για το έτος 2008 αναμένεται να είναι 954200 € ενώ ο αριθμός των εργαζομένων θα είναι 82 άτομα.

1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΚΑΙ ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η αναζήτηση της κατάλληλης τοποθεσίας και του χώρου εγκατάστασης της Joel Junior αποτελεί ένα από τους βασικότερους παράγοντες που θα συμβάλλουν στην επιτυχία του επενδυτικού σχεδίου. Βάση αναλύσεων και συνεκτίμησης διαφόρων παραγόντων, επιλέχτηκε ως χώρος εγκατάστασης της νέας επιχείρησης η Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης. Κυριότεροι παράγοντες που συνέβαλλαν στην επιλογή αυτού του χώρου αποτέλεσαν τα κίνητρα του Αναπτυξιακού Νόμου καθώς και η άμεση διαθεσιμότητα που έχει η περιοχή σε ανθρώπινο δυναμικό. Το συνολικό κόστος της επένδυσης αναφορικά με την επιλογή του χώρου εγκατάστασης ανήλθε στο ποσό των 475000,00 €.

1.8 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Ο προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου παρουσιάζει το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του προγράμματος με τις αντίστοιχες χρηματοοικονομικές ροές. Οι απαραίτητες λοιπόν διεργασίες για την έναρξη λειτουργίας της Joel Junior θα διαρκέσουν 24 μήνες ενώ το αντίστοιχο κόστος των διεργασιών θα ανέλθει στο ποσό των 285500,00€. Το κόστος αυτό θα επιβαρύνει το συνολικό κόστος επένδυσης.

1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Η χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης παρουσιάζει με ακρίβεια το μέγεθος της βιωσιμότητας και κερδοφορίας της Joel Junior. Αποτελεί μια πρώτη εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων από την προώθηση της νέας επένδυσης από την οποία συνάγουμε σημαντικά συμπεράσματα. Πιο συγκεκριμένα, υπολογίσαμε ότι το ετήσιο κόστος παραγωγής θα ανέλθει στο ποσό των 4.771.175,00 € ενώ το συνολικό κόστος της επένδυσης σε πάγιο ενεργητικό και κεφάλαιο κίνησης θα είναι 4.597.398,06 €. Επίσης, για να επιτύχει η επιχείρηση οικονομική ρευστότητα θα καταφύγει σε κρατική επιχορήγηση (18,40% της επένδυσης) και τραπεζικό δανεισμό(35% της επένδυσης).Οι λογιστικές καταστάσεις που θα προκύψουν για τη νέα επιχείρηση θα παρουσιάσουν εξαιρετικά ικανοποιητικά αποτελέσματα σε επίπεδο κερδοφορίας και χρηματικών ροών της επιχείρησης. Παράλληλα, οι αντίστοιχοι αριθμοδείκτες που προέκυψαν παρουσιάζουν υψηλές επιδόσεις της εταιρίας σε βασικούς τομείς όπως η κερδοφορία, η ρευστότητα, η δανειοληπτική ικανότητα και η παγιοποίηση.Πιο συγκεκριμένα,ο δείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους σε όλες τις εταιρικές χρήσεις έχει ιδιαίτερα υψηλές τιμές και παραμένει σταθερός.Παράλληλα,ο δείκτης τρέχουσας ρευστότητας είναι σχετικά ικανοποιητικός καθώς παραμένει διαχρονικά σταθερός στο ύψος του 0,20.Με άλλα λόγια, η νέα επιχείρηση θα είναι βιώσιμη και κερδοφόρα, ενώ θα συμβάλει στη βελτίωση της εθνικής οικονομίας

1.10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αξιολογώντας την παρούσα επενδυτική πρόταση συνολικά μπορούμε να αποφανθούμε πως θα είναι βιώσιμη , θα παρουσιάσει κερδοφορία και θα πρέπει να γίνει αποδεκτή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η εκπόνηση της παρούσας μελέτης έχει ως στόχο τη διερεύνηση της βιωσιμότητας ίδρυσης της νέας μονάδας παραγωγής παιδικών ενδυμάτων με την επωνυμία Joel Junior. Για την επιτυχή υλοποίηση της νέας επένδυσης θα μελετηθούν τα οικονομικά στοιχεία του κλάδου, η φαινομενική κατανάλωση, τα μεγέθη της ελληνικής αγοράς και οικονομίας, οι τεχνολογικές και μηχανολογικές εξελίξεις στον κλάδο καθώς επίσης και η ιδανική τοποθεσία εγκατάστασης της μονάδας παραγωγής. Στα κεφάλαια που ακολουθούν θα αναλυθούν όλα τα παραπάνω ζητήματα, σε γενικές γραμμές όμως, θα μπορούσαμε να πούμε πως ο κλάδος του παιδικού ενδύματος είναι ανεπτυγμένος στην Ελλάδα. Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων γεγονός που έχει οδηγήσει στον υψηλό κατακερματισμό της αγοράς. Στόχος της νέας επιχείρησης είναι η κατάκτηση του 2.8% της φαινομενικής κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων. Το συγκεκριμένο μερίδιο αγοράς θα κατατάξει τη νέα επιχείρηση στις πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου και θα της προσφέρει σημαντική κερδοφορία. Για την επίτευξη αυτού του στόχου η επιχείρηση θα αποκτήσει τον πιο σύγχρονο μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό γεγονός που σε συνδυασμό με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό θα αποτελέσει τη βάση για την παραγωγή υψηλής ποιότητας ενδυμάτων. Παράλληλα, ο τόπος εγκατάστασης της παραγωγικής μονάδας θα είναι η Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης. Η επιλογή του τόπου εγκατάστασης προέκυψε έπειτα από ειδική ανάλυση και εκτίμηση διαφόρων παραγόντων όπως είναι η δυνατότητα χρήσης αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Την υποστήριξη του προγράμματος ίδρύσεως μονάδας παραγωγής παιδικών ενδυμάτων ανέλαβε η Joel. Η Joel ιδρύθηκε το 1980 και δραστηριοποιήθηκε στην παραγωγή και εμπορία γυναικείας ένδυσης με την συγκεκριμένη επωνυμία. Το 1997 δημιουργήθηκε η Joel ABEE που συμπεριέλαβε τις δραστηριότητες προηγούμενων προσωπικών εταιρειών των φορέων. Σήμερα η εταιρεία κατέχει ηγετική θέση στον κλάδο του ενδύματος με 78 Joel καταστήματα στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Παράλληλα, έχει ήδη κατακτήσει ένα μεγάλο μέρος των συμπληρωματικών αγορών του ρούχου, καθώς την τελευταία 3ετία κινείται με ιδιαίτερη επιτυχία στον τομέα των αξεσουάρ και των υποδημάτων, ενώ πλέον έχει διεισδύσει και στην αγορά των εσωρούχων και των μαγιό, δημιουργώντας ένα ολοκληρωμένο ενδυματολογικό προφίλ. Η Joel συνεχίζοντας τη ραγδαία ανάπτυξη των τελευταίων ετών, πραγματοποίησε για το 2004 σημαντικότερη αύξηση στον κύκλο εργασιών της, που την κατατάσσει για τέταρτο συνεχές έτος, ως την πρώτη σε μέγεθος εταιρεία στο χώρο. Πιο συγκεκριμένα, ο κύκλος εργασιών της για το 2004 έφτασε τα €33,5 εκατομμύρια σημειώνοντας αύξηση του 21,2% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (€27,6 εκατ). Το target group της Joel είναι η ηλικιακή ομάδα των γυναικών 18 έως 30 ετών. Η συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα (όπως θα αναφέρουμε αναλυτικότερα στο κεφάλαιο 3.1) κατέχει τα μεγαλύτερα ποσοστά γεννήσεων ζώντων τέκνων στην Ελλάδα για τα έτη 2001 και 2002. Έχοντας ως δεδομένο ότι οι αγοραστές των παιδικών ενδυμάτων είναι οι γονείς και κυρίως οι μητέρες

των παιδιών, μπορούμε να συνάγουμε το πόρισμα ότι η Joel Junior θα αποκτήσει ένα σημαντικό πλεονέκτημα στα μερίδια αγοράς, καθώς το brand name της μητρικής εταιρίας είναι ήδη γνωστό στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα.

2.2 ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το ενδιαφέρον για την ίδρυση της Joel Junior εκδηλώθηκε τον Ιανουάριο του 2005 από το Δ.Σ. της Joel. Η εκπόνηση της μελέτης ανατέθηκε στην εταιρία Οικονομοτεχνικών Μελετών Poseidon Consulting με χρόνο παράδοσης το Δεκέμβριο του 2005.

Η μοναδική μελέτη – έρευνα αναφορικά με την αγορά παιδικών ενδυμάτων είναι η «Κλαδική μελέτη παιδικών ενδυμάτων» που εκπονήθηκε από την ICAP το Νοέμβριο του 2001. Η συγκεκριμένη μελέτη παρουσίασε τη γενική εικόνα του κλάδου, χωρίς όμως να παρουσιάζει στοιχεία που θα βοηθούσαν στην υποστήριξη επενδυτικών σχεδίων. Παρόλα αυτά, η μελέτη της ICAP παρουσιάζει τα γενικά οικονομικά και εμπορικά στοιχεία του κλάδου και θα αποτελέσει χρήσιμο εργαλείο για την ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης.

2.3 ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

Την εκπόνηση της Μελέτης Σκοπιμότητας ανέλαβε η εταιρία συμβούλων Poseidon Consulting με χρόνο παράδοσης το Δεκέμβριο του 2005.

2.4 ΚΟΣΤΟΣ ΕΚΠΟΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ

Όπως θα παρουσιάσουμε και στο τελευταίο κεφάλαιο, το συνολικό κόστος για την εκπόνηση της παρούσας μελέτης ανήλθε στο ποσό των 80.000 €. Στο κόστος αυτό περιλαμβάνονται τόσο οι ανθρωπομήνες εργασίας για την καταγραφή της μελέτης, όσο και ταξίδια και γενικότερες έρευνες που συνέβαλλαν στην ολοκλήρωση της μελέτης. Στον πίνακα 2.1 παρουσιάζονται αναλυτικά τα επιμέρους έξοδα εκπόνησης της μελέτης.

Πίνακας 2.1
Κόστος προεπενδυτικών μελετών και ερευνών

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)
Έρευνα Σκοπιμότητας	60.000
Έξοδα Αγοράς - Ταξίδια	10.000
Διάφορα Έξοδα	10.000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ

Για την πληρέστερη ανάλυση της αγοράς των παιδικών ενδυμάτων θα πρέπει αρχικά να ορίσουμε τη δομή της συγκεκριμένης αγοράς. Τα κύρια αυτά χαρακτηριστικά είναι τα προϊόντα, οι πελάτες, οι ανταγωνιστές, οι προμηθευτές και τα κανάλια διανομής.

3.1.1 ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Ο υποκλάδος του παιδικού ενδύματος εντάσσεται στον ευρύτερο κλάδο της ένδυσης. Τα παιδικά ενδύματα αναλόγως με τις πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή τους διαχωρίζονται σε πλεκτά ενδύματα και ενδύματα σταθερού υφάσματος. Στην περίπτωση των πλεκτών ενδυμάτων η βασική πρώτη ύλη είναι το νήμα ενώ στη δεύτερη περίπτωση το σταθερό ύφασμα. Τα συγκεκριμένα υλικά αποτελούν βασικούς προσδιοριστικούς παράγοντες της τιμής και της ποιότητας του τελικού προϊόντος. Τα υφάσματα που χρησιμοποιούνται ταξινομούνται, με βάση την προέλευση της πρώτης ύλης, σε βαμβακερά, μάλλινα, τεχνικών ινών και συνθετικά.

Για την παραγωγή του τελικού προϊόντος ακολουθείται μια διαδικασία παραγωγής που σε γενικές γραμμές περιλαμβάνει τα εξής στάδια :

- ü Αγορά και αποθήκευση πρώτων υλών
- ü Σχεδιασμός (design)
- ü Κοπή υφάσματος
- ü Ραφή
- ü Κουμπί – Κουμπότρυπα – Φερμουάρ
- ü Σιδέρωμα

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί πως σημαντικό γνώρισμα του κλάδου αποτελεί ο θεσμός του φασόν. Με τη μέθοδο αυτή, οι παραγωγικές επιχειρήσεις προσπαθούν να μειώσουν το υψηλό εργατικό κόστος αναθέτοντας μέρος ή το σύνολο της παραγωγικής τους διαδικασίας σε άλλες επιχειρήσεις της Ελλάδας ή του εξωτερικού. Πιο συγκεκριμένα ο θεσμός του φασόν εμφανίζεται με τις δύο ακόλουθες μορφές :

- ü Ανάθεση του συνόλου ή μέρους της παραγωγής σε υπεργολάβους που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια -κατά βάση- αλλά και την ξένη αγορά.
- ü Ανάθεση ενός ή περισσοτέρων σταδίων της παραγωγικής διαδικασίας (π.χ. ραφή) σε άλλες επιχειρήσεις της Ελλάδας ή του εξωτερικού. Η μορφή αυτή του φασόν είναι ιδιαίτερα εκτεταμένη και η συντριπτική πλειοψηφία των παραγωγικών επιχειρήσεων λειτουργεί κατ' αυτόν τον τρόπο.

3.1.2 ΠΕΛΑΤΕΣ

Οι πελάτες των παιδικών ενδυμάτων τους οποίους έχει ως στόχο να προσελκύσει η υπό κατασκευή μονάδα παραγωγής είναι κατά κύριο λόγο τα

νεαρά ζευγάρια που έχουν παιδιά ηλικίας έως τεσσάρων ετών. Και αυτό γιατί οι αγοραστές των παραγόμενων προϊόντων είναι οι γονείς αλλά και οι συγγενείς των τελικών καταναλωτών που είναι τα παιδιά. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ζευγαριών που έχουν παιδιά έως 4 ετών είναι νεαρά ζευγάρια. Όπως προκύπτει μάλιστα από τον πίνακα 3.1 η ηλικιακή ομάδα γυναικών από 20 έως και 34 ετών κατέχει ποσοστό μεγαλύτερο του 82% στις γεννήσεις ζώντων τέκνων στην Ελλάδα για τα έτη 2001 έως και 2005. Σε αυτήν την ομάδα το μεγαλύτερο ποσοστό έχει η ηλικιακή ομάδα 25 έως και 29 ετών. Συσχετίζοντας τις ηλικίες των γονιών με την ηλικία των παιδιών για τα οποία θα κατασκευάζει η επιχείρηση ενδύματα, 0 έως 4 ετών, η ηλικιακή ομάδα των γονιών που θα απευθύνεται κατά κύριο λόγο η επιχείρηση θα είναι 20 έως και 38 ετών.

Πίνακας 3.1

Γεννήσεις Ζώντων στην Ελλάδα κατά τα έτη 2001 έως και 2005, κατά την ηλικία της μητέρας.

Ηλικία της μητέρας	Σύνολο γεννήσεων					Συνολικά ποσοστά 2001-2005
	2001	2002	2003	2004	2005	
Σύνολο	102.282	103.569	104.420	105.655	107.545	
Κάτω των 15 ετών	74	89	92	75	60	0,07%
15-19 ετών	3.724	3.494	3.416	3.302	3031	3,25%
20-24 >>	17.859	17.318	16.840	15.616	14.969	15,78%
25-29 >>	34.421	34.330	33.953	34.019	33532	32,53%
30-34 >>	31.656	32.586	32.926	33.943	35891	31,91%
35-39 >>	12.123	13.144	14.430	15.677	16940	13,82%
40-44 >>	2.169	2.376	2.495	2.745	2825	2,40%
45-49 >>	186	206	235	237	263	0,21%
50 ετών και άνω	70	26	33	41	34	0,03%
Δεν δηλώθηκε ηλικία	-	-	-	-	-	-

Πηγή : Εθνική Στατιστική Υπηρεσία

3.1.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

Στον κλάδο των παιδικών ενδυμάτων δραστηριοποιούνται περισσότερες από 800 παραγωγικές επιχειρήσεις¹ με κυριότερες τις : Παπαϊωάννου Στ. Larin House ABEE, Mandarino Int'L AE, Sprint ABEE, και Alouette A.E. Οι συγκεκριμένες εταιρίες, δραστηριοποιούνται παράλληλα και στην εισαγωγή παιδικών ενδυμάτων η οποία καλύπτει μικρό μόνο μέρος της δραστηριότητάς τους. Όπως έχει αναφερθεί κύριο χαρακτηριστικό των παραγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου είναι ο θεσμός του φασόν. Έτσι και η πλειοψηφία των παραγωγικών επιχειρήσεων που δεσπόζουν στην ελληνική αγορά αναθέτει ορισμένα στάδια (συνήθως τη ραφή) σε άλλες επιχειρήσεις.

Αν και οι παραγωγικές ελληνικές επιχειρήσεις διαθέτουν τα προϊόντα τους κατά βάση στην ελληνική αγορά, αξιόλογο ποσοστό της παραγωγής τους εξάγεται σε όλες τις χώρες. Κατά κύριο λόγο όμως ο εξαγωγικός προσα-

¹ ICAP DATA BANK

νατολισμός τους είναι η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Σουηδία, η Γαλλία , οι ΗΠΑ ,η Αυστρία και το Βέλγιο.

3.1.4 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ / ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή παιδικών ενδυμάτων είναι το σταθερό ύφασμα , τα νήματα και τα διάφορα αξεσουάρ. Τα συγκεκριμένα υλικά αποτελούν βασικούς προσδιοριστικούς παράγοντες της τιμής και της ποιότητας του τελικού προϊόντος.Το σταθερό ύφασμα προέρχεται κατά κύριο λόγο από το εξωτερικό (σε ποσοστό μεγαλύτερο του 70% των συνολικών αγορών τα τελευταία χρόνια)και σε μικρότερη κλίμακα από την εγχώρια αγορά. Οι πιο σημαντικές χώρες προέλευσης είναι η Ιταλία , η Γερμανία,η Αγγλία,η Πορτογαλία,η Ισπανία,το Βέλγιο και ορισμένες χώρες της Άπω Ανατολής.

Ο ανταγωνισμός που δέχονται τα εγχώριας παραγωγής υφάσματα από τα εισαγόμενα είναι έντονος. Από τον ανταγωνισμό πλήττονται ιδιαίτερα οι μικροί βιοτέχνες, οι οποίοι δεν μπορούν να ανταποκριθούν επαρκώς στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς.

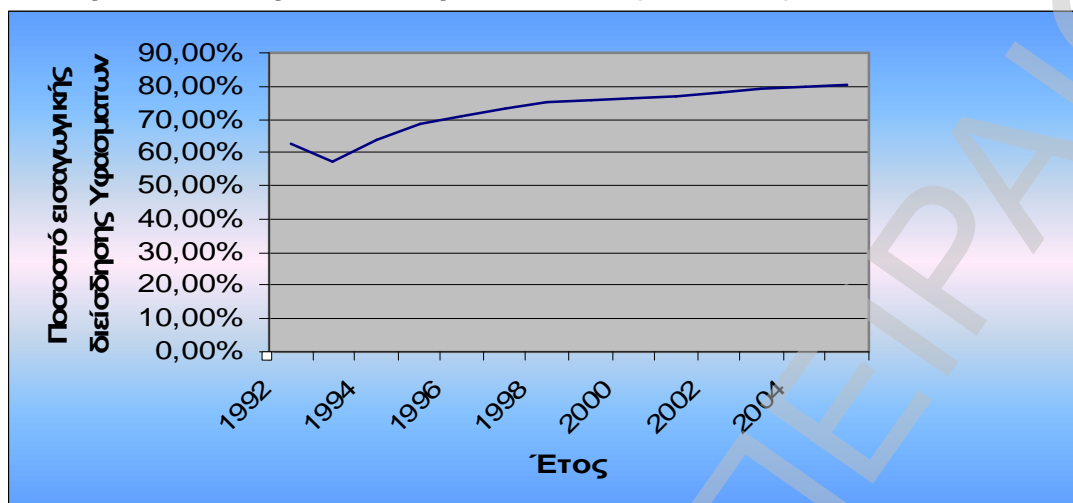
Το μέγεθος της εγχώριας αγοράς υφασμάτων ακολουθεί πτωτική πορεία από το 1992 έως και το 2005 με μέσο ρυθμό μείωσης που ξεπερνά το 2%.Όπως προκύπτει μάλιστα από τον πίνακα 3.2 αυξάνεται διαχρονικά η συμμετοχή των εισαγόμενων υφασμάτων στο σύνολο της εγχώριας κατανάλωσης ενώ το 2005 ο βαθμός εισαγωγικής διείσδυσης ξεπέρασε το 80%.

Πίνακας 3.2
Εξέλιξη εγχώριας αγοράς υφασμάτων
(1992-2005)

ΕΤΟΣ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	ΕΞΑΓΩΓΕΣ	ΦΑΙΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	ΒΑΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗΣ
1992	128900	124500	54100	199300	62,47%
1993	140800	112200	56500	196500	57,10%
1994	129600	122700	59100	193200	63,51%
1995	117400	123500	60900	180000	68,61%
1996	113500	125000	62000	176500	70,82%
1997	108500	128000	62500	174000	73,56%
1998	107500	129500	64000	173000	74,86%
1999	106600	130400	65000	172000	75,81%
2000	106600	132000	65500	173100	76,26%
2001	105400	132200	66200	171400	77,13%
2002	103200	132900	66350	169750	78,29%
2003	104420	146000	66420	184000	79,35%
2004	104670	146800	67200	184270	79,67%
2005	103720	147200	67300	183620	80,17%

Πηγές: Κλαδική Μελέτη ICAP "Υφαντουργία" Δεκέμβριος 2000 και ICAP DATA

Διάγραμμα 3.1
Βαθμός εισαγωγικής διείσδυσης υφασμάτων (1992-2005)



Πηγή : Κλαδική Μελέτη ICAP "Υφαντουργία" Δεκέμβριος 2000 και ICAP DATA

Όσο αναφορά τα νήματα που χρησιμοποιούνται για την κατασκευή πλεκτών ενδυμάτων στη συντριπτική τους πλειοψηφία προέρχονται από την εγχώρια αγορά , καθώς στη χώρα μας παράγονται μεγάλες ποσότητες βαμβακιού και βαμβακερά νήματα καλής ποιότητας. Αξίζει μάλιστα να σημειωθεί πως τα τελευταία χρόνια έχουν εισέλθει στην αγορά νήματα φυσικής προέλευσης και οικολογικά υφάσματα για την κατασκευή ενδυμάτων.

3.1.5 ΔΙΑΝΟΜΗ

Αναφορικά με τη διανομή των παιδικών ενδυμάτων στους τελικούς καταναλωτές θα πρέπει να αναφέρουμε αρχικά πως οι παραγωγικές μονάδες παιδικών ενδυμάτων διαθέτουν τρεις διαύλους διανομής :

- ü Τα καταστήματα λιανικής πώλησης που συνεργάζονται με τη μονάδα παραγωγής και εμπορεύονται και προϊόντα άλλων εταιριών.
- ü Τα Shops in the Shop. Τα πολυκαταστήματα που φιλοξενούν μεγάλη ποικιλία προϊόντων και μισθώνουν χώρους πώλησης.
- ü Τις αλυσίδες καταστημάτων που διαθέτουν αποκλειστικά τα προϊόντα της κατασκευάστριας εταιρίας. Οι αλυσίδες καταστημάτων έχουν τη δυνατότητα να διαθέτουν τα προϊόντα τους σε ανταγωνιστικές τιμές. Το γεγονός αυτό οφείλεται κυρίως στην ισχυρότερη διαπραγματευτική θέση τους έναντι των προμηθευτών τους. Οι αλυσίδες καταστημάτων ανήκουν σε τρίτους που τους διατίθενται τα δικαιώματα πώλησης με τη μέθοδο του franchising.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονίσουμε πως κατά κύριο λόγο οι μεγάλες παραγωγικές μονάδες παιδικών ενδυμάτων και οι εισαγωγικές επιχειρήσεις ενδυμάτων με ισχυρό brand name έχουν ως κύριο δίαυλο διανομής τις αλυσίδες καταστημάτων και τα Shops in the Shop. Το μεγαλύτερο μάλιστα

ποσοστό των καταστημάτων των αλυσίδων (60%) βρίσκεται στο λεκανοπέδιο της Αττικής.²

3.2 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ

Ο υποκλάδος του παιδικού ενδύματος είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένος στην Ελλάδα, η οποία αποτελεί μία από τους μεγαλύτερους παραγωγούς παιδικών ενδυμάτων στην Ευρώπη. Παρόλα αυτά ο κλάδος της ένδυσης συνολικά ακολουθεί σε γενικές γραμμές τάση συρρίκνωσης τα τελευταία έτη με κύρια χαρακτηριστικά τη μείωση της εγχώριας παραγωγής, τη συγκράτηση της φαινομενικής κατανάλωσης, τη μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων (ιδιαίτερα των μικρών σε μέγεθος) την αύξηση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου και την τάση μεταφοράς μέρους της παραγωγής σε χώρες χαμηλού εργατικού κόστους.

Η κατανάλωση σε παιδικά ενδύματα στην ελληνική αγορά καλύπτεται κατά κύριο λόγο από εγχώρια παραγωγή προϊόντα. Ο κύριος όγκος των παραγόμενων προϊόντων αφορά ενδύματα υφάσματος πλέξης, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων εξάγεται σε χώρες όπως η Γερμανία, η Αγγλία και η Γαλλία.

Στον υποκλάδο που εξετάζουμε στην παρούσα μελέτη δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, μικρού και μεγάλου μεγέθους, οι οποίες ασχολούνται με την παραγωγή, την εισαγωγή παιδικών ενδυμάτων, καθώς παράλληλα και την λιανική πώληση αυτών.

Από άποψη μεγέθους κυριαρχούν δύο κατηγορίες επιχειρήσεων. Η πρώτη κατηγορία αφορά τις μεγάλες και οργανωμένες εταιρίες οι οποίες προσπαθούν να εναρμονισθούν στις νέες απαιτήσεις του ανταγωνισμού. Η δεύτερη κατηγορία, η οποία είναι πολυπληθέστερη, αφορά τις μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν κυρίως το χαρακτήρα της οικοτεχνίας. Η δεύτερη κατηγορία στερείται σύγχρονου μηχανολογικού και τεχνολογικού εξοπλισμού, καθώς δεν διαθέτει τα απαιτούμενα κεφάλαια για την πραγματοποίηση επενδύσεων, με αποτέλεσμα η παραγωγική διαδικασία να χαρακτηρίζεται ως εντάσεως εργασίας.

Αναφορικά με τη διαμόρφωση του κόστους παραγωγής των παιδικών ενδυμάτων ο σημαντικότερος παράγοντας της διαμόρφωσής του είναι οι πρώτες και βοηθητικές ύλες οι οποίες συμμετέχουν με ποσοστό της τάξεως του 40% στο συνολικό κόστος (πίνακας 3.3 και διάγραμμα 3.2). Πολύ υψηλό είναι επίσης και το ποσοστό συμμετοχής των εργατικών (περίπου 35%) ενώ το υπόλοιπο ποσοστό του συνολικού κόστους παραγωγής αφορά διάφορα γενικά έξοδα. Οι εταιρίες προκειμένου να μειώσουν το εργατικό κόστος αναθέτουν μέρος της παραγωγής τους σε υπεργολάβους (φασόν) και αποκτούν σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό.

² Κλαδική Μελέτη ICAP, «Αλυσίδες Καταστημάτων Λιανικής Πώλησης» Αύγουστος 2001

Πίνακας 3.3

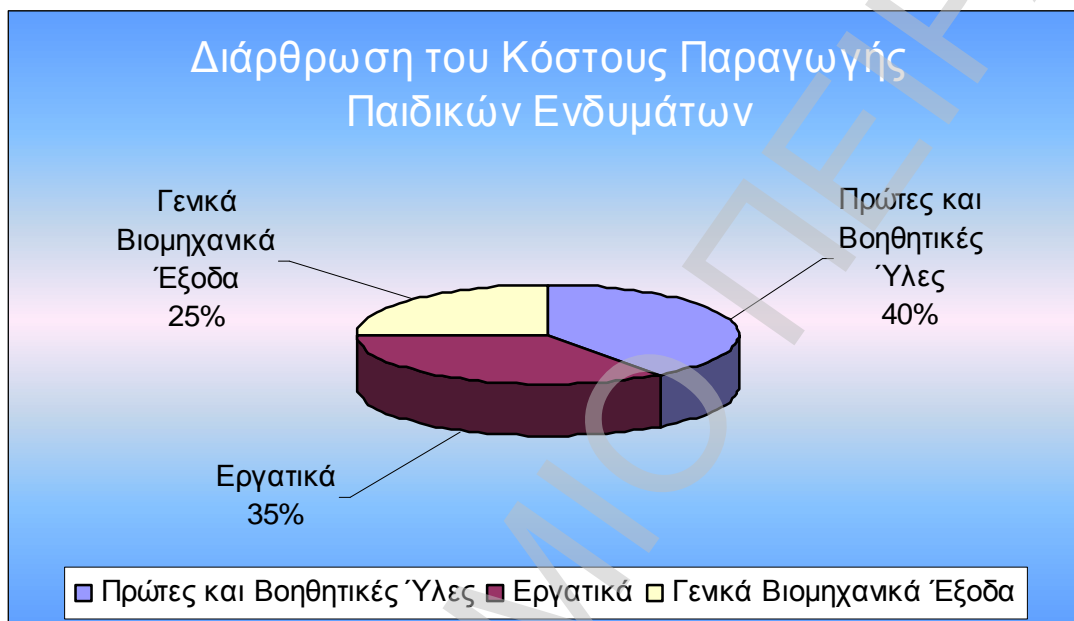
Διάρθρωση του κόστους παραγωγής παιδικών ενδυμάτων

Διάρθρωση κόστους παραγωγής	
Πρώτες και Βοηθητικές Ύλες	40%
Εργατικά	35%
Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	25%

Πηγή : Εκτιμήσεις Αγοράς – ICAP DATA

Διάγραμμα 3.2

Διάρθρωση του κόστους παραγωγής παιδικών ενδυμάτων



3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ

3.3.1 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ

Η ελληνική αγορά παιδικών ενδυμάτων θεωρείται πλέον μια ώριμη αγορά, η οποία δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες διακυμάνσεις από έτος σε έτος. Κατά κύριο λόγο η εν λόγω αγορά καλύπτεται από τα εγχωρία παραγωγής προϊόντα και ένα μέρος της εγχωρίας παραγωγής κατευθύνεται σε αγορές του εξωτερικού.

Το μεγαλύτερο ποσοστό παραγωγής και εξαγωγών αφορά υφάσματα πλέξης, γεγονός που οφείλεται στις μεγάλες ποσότητες βαμβακιού και νημάτων που παράγει η χώρα μας. Από τη άλλη, οι εισαγωγές που πραγματοποιούνται αφορούν αφενός μεν προϊόντα υψηλής ποιότητας και σχεδιασμού (από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης) αφετέρου δε, προϊόντα σε χαμηλές τιμές από χώρες χαμηλού εργατικού κόστους.

Ενδεικτικά παρατίθεται ο πίνακας 3.4 και το διάγραμμα 3.3 όπου φαίνεται το μέγεθος της παραγωγής, του εξωτερικού εμπορίου και της φαινομενικής κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων.

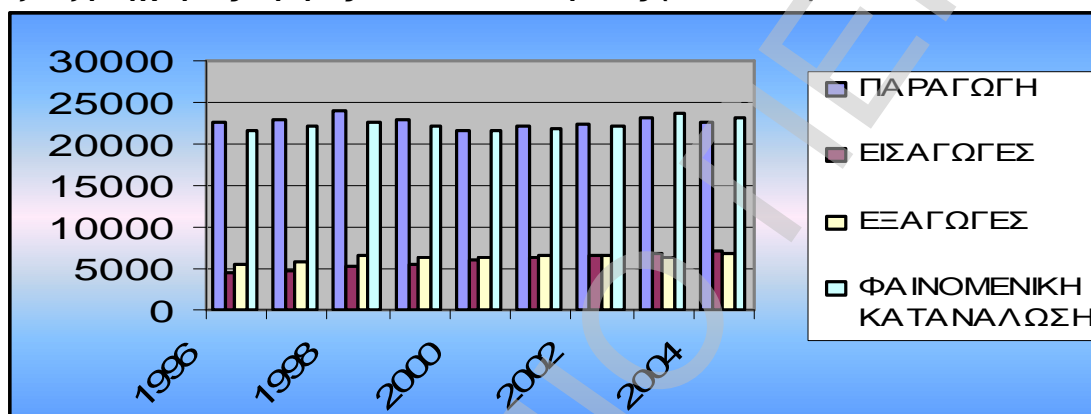
Πίνακας 3.4
Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Παιδικών Ενδυμάτων (1996-2004)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
ΠΑΡΑΓΩΓΗ	22600	23000	24000	23000	21700	22000	22350	23200	22700
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	4500	4800	5200	5500	6000	6400	6500	6900	7150
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	5500	5700	6500	6400	6200	6500	6700	6400	6800
ΦΑΙΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	21600	22100	22700	22100	21500	21900	22150	23700	23050

Ποσά σε χιλ. τεμάχια

Πηγές : Εκτιμήσεις αγοράς – ICAP, STAT BANK

Διάγραμμα 3.3
Εξέλιξη Εγχώριας Αγοράς Παιδικού Ενδύματος (1996-2004)



Όπως προκύπτει από τα παραπάνω στοιχεία η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση παιδικών ενδυμάτων παραμένει στο εξεταζόμενο χρονικό διάστημα σταθερή, με ένα μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 0,86%. Το ποσοστό συμμετοχής των εγχωρίων παραγόμενων προϊόντων στη φαινομενική κατανάλωση είναι της τάξης του 70,65%–79,17%. Το ποσοστό αυτό όμως παρουσιάζει διαχρονική μείωση, ενώ η εισαγωγική διείσδυση ακολουθεί ανοδική πορεία. Ενδεικτικά μπορούμε να παρατηρήσουμε πως το 1998 η εγχώρια παραγωγή ήταν 24.000 χιλιάδες τεμάχια και το 2004 έχει μειωθεί σε 27000 χιλιάδες τεμάχια. Αντίστοιχα για το 1998 οι εισαγωγές ήταν 5200 χιλιάδες τεμάχια και το 2004 είχαν αυξηθεί σε 7150 χιλιάδες τεμάχια.

Θα πρέπει να σημειωθεί πως το ποσοστό συμμετοχής του επώνυμου παιδικού ενδύματος, αν και μικρότερο σε σχέση με το μη επώνυμο, έχει παρουσιάσει αυξητικές τάσεις τα τελευταία χρόνια. Επίσης, οι μεγάλοι παραγωγοί και εισαγωγείς διατηρούν καταστήματα λιανικής πώλησης και διαθέτουν τα προϊόντα τους, συχνά αποκλειστικά μέσω των καταστημάτων αυτών.

Όσο αναφορά τα είδη των παιδικών ενδυμάτων θα πρέπει να αναφέρουμε ότι τα προϊόντα υφάσματος πλέξης καταλαμβάνουν μεγαλύτερο ποσοστό στην κατανάλωση έναντι των ενδυμάτων από σταθερό ύφασμα. Το ποσοστό αυτό όμως δεν είναι τόσο υψηλό όσο το αντίστοιχο στην παραγωγή, γιατί σημαντικό μέρος των πλεκτών ενδυμάτων εξάγεται. Συγκεκριμένα το ποσοστό

συμμετοχής των παιδικών ενδυμάτων υφάσματος πλέξης στην ελληνική αγορά, εκτιμάται ότι το 2005 κυμάνθηκε μεταξύ του 45% - 50%³

Ειδικότερα, το μερίδιο που κατέχει κάθε κύρια κατηγορία ενδυμάτων στη συνολική κατανάλωση το 2005 εκτιμάται ως εξής :

Πίνακας 3.5

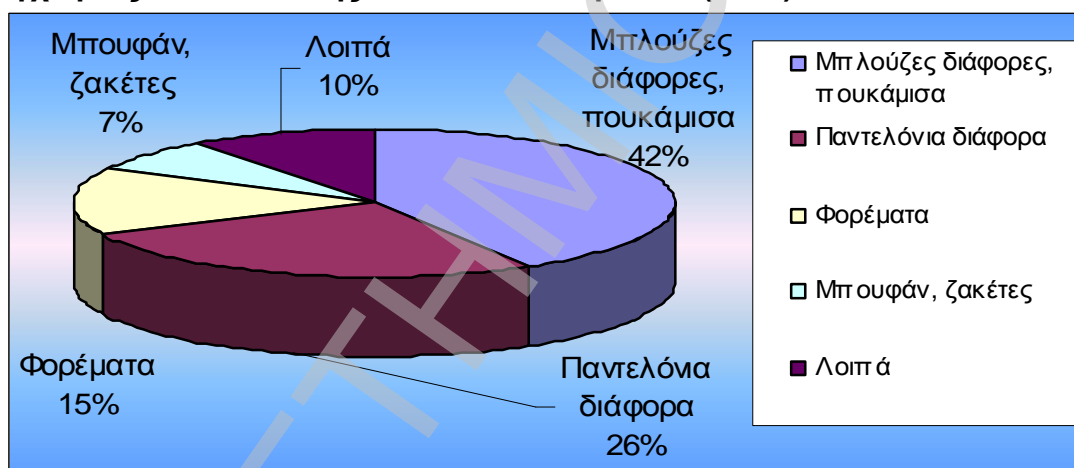
Ποσοστό συμμετοχής των κυριότερων κατηγοριών στο σύνολο της εγχώριας κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων (2005)

<i>Κυριότερες κατηγορίες στο σύνολο της εγχώριας κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων</i>	
Μπλούζες διάφορες, πουκάμισα	41%
Παντελόνια διάφορα	26%
Φορέματα	15%
Μπουφάν, ζακέτες	7%
Λοιπά	10%

Πηγή : ICAP DATA

Διάγραμμα 3.4

Ποσοστό συμμετοχής των κυριότερων κατηγοριών στο σύνολο της εγχώριας κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων (2005)



3.3.2 ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ

Αναφορικά με την παραγωγή των παιδικών ενδυμάτων στην Ελλάδα πρέπει να επισημάνουμε το γεγονός ότι ο κλάδος τα τελευταία χρόνια ακολούθησε τάση συρρίκνωσης, κυρίως όσο αφορά τις μικρότερες επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή υφάσματος πλέξης. Η συρρίκνωση αυτή οφείλεται κυρίως στην αδυναμία των μικρού μεγέθους παραγωγικών επιχειρήσεων να ανταγωνισθούν τις τιμές των χωρών φθηνού εργατικού δυναμικού και την ποιότητα/σχεδιασμό των μεγάλων επιχειρήσεων της Ελλάδας και του εξωτερικού. Διαχρονικά λοιπόν παρατηρούνται έντονες αυξομειώσεις της εγχώριας παραγωγής παιδικών ενδυμάτων όπως φαίνεται και στον πίνακα 3.6

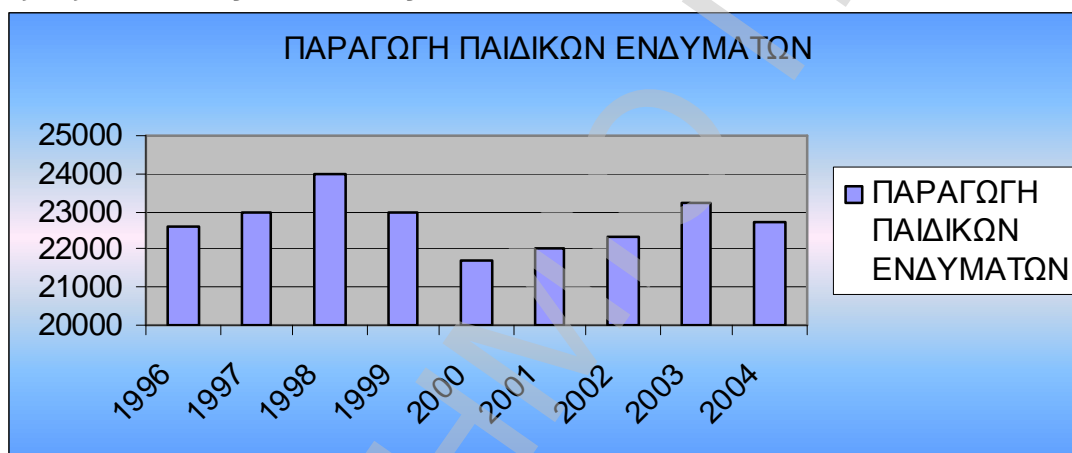
³ ICAP DATA

Πίνακας 3.6
Παραγωγή Παιδικών Ενδυμάτων την Περίοδο 1996-2004

ΕΤΟΣ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ	ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ
1996	22600	-
1997	23000	1,77%
1998	24000	4,35%
1999	23000	-4,17%
2000	21700	-5,65%
2001	22000	1,38%
2002	22350	1,59%
2003	23200	3,80%
2004	22700	-2,16%

Πηγές : Εκτιμήσεις αγοράς – ICAP, STAT BANK

Διάγραμμα 3.5
Εξέλιξη Εγχώριας Παραγωγής Παιδικών Ενδυμάτων



Παρόλα αυτά οι μεγάλες και οργανωμένες επιχειρήσεις του κλάδου είναι σε θέση να ανταγωνιστούν τις επιχειρήσεις του εξωτερικού, να διευρύνουν τις αγορές-στόχους και να αυξήσουν την εξαγωγική τους δραστηριότητα κυρίως λόγω των υψηλών επενδύσεών τους σε μηχανολογικό εξοπλισμό.

3.3.3 ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Με στόχο την περαιτέρω διερεύνηση της διαχρονικής πορείας του κύκλου εργασιών των βασικών επιχειρήσεων του κλάδου, κρίνεται σκόπιμη η διαγραμματική απεικόνιση των πωλήσεών τους. Πιο συγκεκριμένα στον πίνακα 3.7 παρουσιάζεται η εξέλιξη των συνολικών πωλήσεων των κυριότερων επιχειρήσεων παραγωγής παιδικών ενδυμάτων.

Πίνακας 3.7
Πωλήσεις Παραγωγικών Επιχειρήσεων Παιδικών Ενδυμάτων
(ποσά σε Euro)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. "LAPIN HOUSE" ΑΕΒΕ	0	9.109.913	11.576.461	16.091.988	21.467.894	21.434.838	21.401.781	22.440.554	23.219.633
MANDARINO INT'L Α.Ε.	2.232.481	3.070.753	4.009.048	5.904.772	10.064.003	13.319.919	16.575.835	19.156.940	21.092.768
ΑΛΟΥΕΤΤΕ Α.Ε.	4.465.890	4.661.547	6.621.934	8.202.668	8.588.370	11.171.884	13.755.399	15.931.643	17.563.826
SPRINT ΑΒΕΕ	3.735.096	5.186.530	7.694.817	8.188.109	9.594.263	11.287.511	12.980.760	13.055.760	13.112.010
SPORT'S HOUSE ΑΒΕΕ	4.902.142	5.135.651	5.384.094	5.306.609	5.677.858	5.774.276	5.870.694	6.163.744	6.471.422
ΜΠΙΘΑΡΑΣ Α. Α.Β.Ε.Ε.	1.529.197	1.426.286	1.545.591	1.949.787	2.783.105	3.741.724	4.700.344	5.090.311	5.512.632
TRICOTEEN ΑΒΕΕ	2.972.472	2.279.971	3.734.533	3.541.808	3.909.461	2.513.743	1.118.024	4.381.481	4.170.808
ΠΟΛΑΡΙΣ Α.Ε.	0	0	0	95.930	5.480.660	5.122.541	4.764.422	4.156.726	3.626.541
ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΥ Α. Ε.Π.Ε.	0	3.344.877	2.002.269	2.096.426	2.729.274	2.811.409	2.893.544	3.028.728	3.170.228

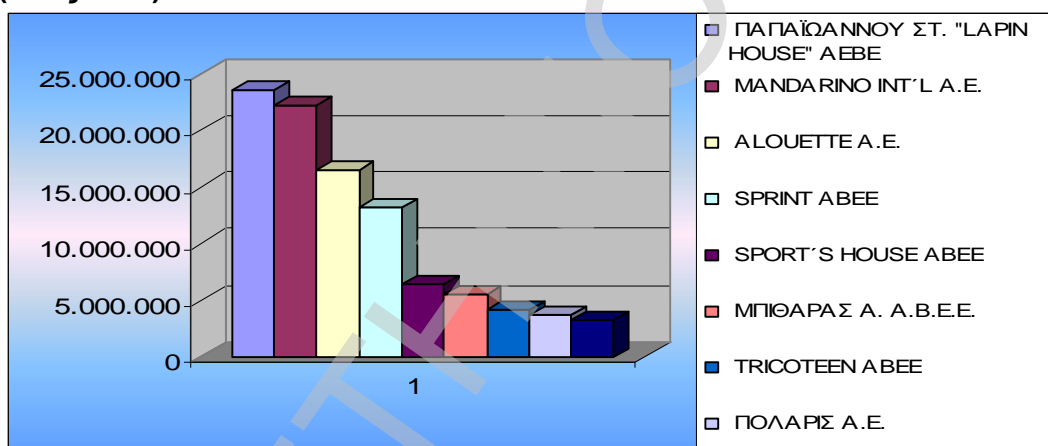
ΕΠΩΝΥΜΙΑ	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
ΤΣΙΚΟ Α.Ε.	0	0	1.320.264	1.739.589	1.950.759	2.363.642	2.776.525	2.423.820	2.115.920
ΒΙΤΣΙΟΣ Δ.``PICCOLO MONDO`` ΑΒΕΕ	1.397.778	1.550.858	1.664.552	1.615.897	2.112.637	1.922.298	1.731.959	1.833.038	1.940.016
ΤΟΥΙΝΣ Α.Ε.Β.Ε.	1.162.870	1.189.720	1.169.162	1.265.101	1.697.332	1.639.774	1.582.215	1.536.605	1.492.310
CHARMER Α.Ε.	554.142	595.481	776.555	902.087	1.251.654	1.463.089	1.674.525	1.554.114	1.442.361
ΜΑΛΕΡΟΥ Π. & Α ΑΒ&ΕΕ	965.282	1.051.155	1.402.944	1.434.421	1.364.848	1.378.627	1.392.406	1.340.921	1.291.340
ΠΑΠΑΓΕΡΙΔΗΣ Δ. & ΥΙΟΙ "DOLPHIN"ΑΒΕΕ	1.192.813	1.117.447	1.272.540	1.183.395	1.156.273	1.189.345	1.222.417	1.205.641	1.189.095
ΚΟΣΕΛΟΓΛΟΥ Π ΑΕΒΕ	1.189.949	1.123.076	1.277.761	1.165.027	1.122.512	1.067.876	1.013.239	989.472	966.262
ERSA ΑΒΕΕ	0	0	0	0	1.958.497	1.798.521	1.638.544	1.240.360	938.939
ΕΜΙ ΤΡ.ΜΠΕΛΜΠΑΣ ΑΕΒΕ	1.807.360	1.450.442	1.362.360	1.574.712	1.842.430	1.602.190	1.361.951	1.119.621	920.408
JOYCE Α.Β.Ε.	668.147	1.084.023	1.218.732	1.146.979	1.448.819	968.692	488.566	243.265	121.126

Πηγή : Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP DATA BANK

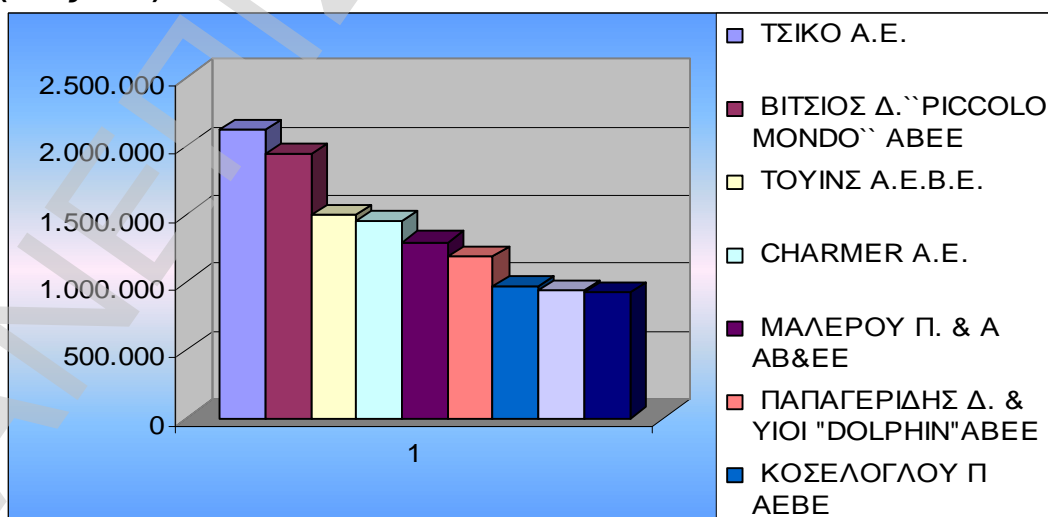
Τα παραπάνω στοιχεία αφορούν τις εταιρικές χρήσεις 1996 έως και 2004, και προκύπτουν βάση των δημοσιευμένων ισολογισμών τους. Αξίζει να σημειωθεί πως στον πίνακα αυτό δεν παρουσιάζεται ένας μεγάλος αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων λόγω του μικρού μεγέθους τους και της νομικής μορφής τους που δεν τις υποχρεώνει σε δημοσίευση λογιστικών καταστάσεων. Όπως προκύπτει από τα δεδομένα του πίνακα οι συνολικές πωλήσεις των αναφερόμενων εταιριών παρουσίασαν σημαντική αύξηση γεγονός που απόδεικνύει τη δυναμικότητα του κλάδου.

Βάση των παραπάνω στοιχείων έγινε και η διαγραμματική απεικόνιση των πωλήσεων των παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων (Διάγραμμα 3.6 και 3.7). Από την διαγραμματική απεικόνιση παρατηρούμε πως για το έτος 2004 τις υψηλότερες πωλήσεις, σε απόλυτες τιμές, παρουσίασε η εταιρία ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. "LAPIN HOUSE" ΑΕΒΕ με 23.219.633 Euro και ακολουθούσαν οι MANDARINO INT'L A.E. με 21.092.768 Euro, ALOUETTE A.E με 17.563.826 Euro και SPRINT ABEE με 13.112.010 Euro.

Διάγραμμα 3.6
Πωλήσεις των παραγωγικών επιχειρήσεων Παιδικών Ενδυμάτων
(Έτος 2004)



Διάγραμμα 3.7
Πωλήσεις των παραγωγικών επιχειρήσεων Παιδικών Ενδυμάτων
(Έτος 2004)



3.3.4 ΜΕΡΙΔΙΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Την ελληνική αγορά παιδικών ενδυμάτων δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός εισαγωγικών και κατασκευαστικών επιχειρήσεων. Ορισμένες από αυτές είναι μεγάλες σε μέγεθος και διαθέτουν προϊόντα με ισχυρά brands, ενώ μεγάλος αριθμός παράγει ή εισάγει προϊόντα «μη επώνυμα» σε χαμηλότερες τιμές. Αποτέλεσμα του κατακερματισμού είναι η διασπορά των μεριδίων αγοράς όπως φαίνεται στον πίνακα 3.8 και παρουσιάζεται στο διάγραμμα 3.8.

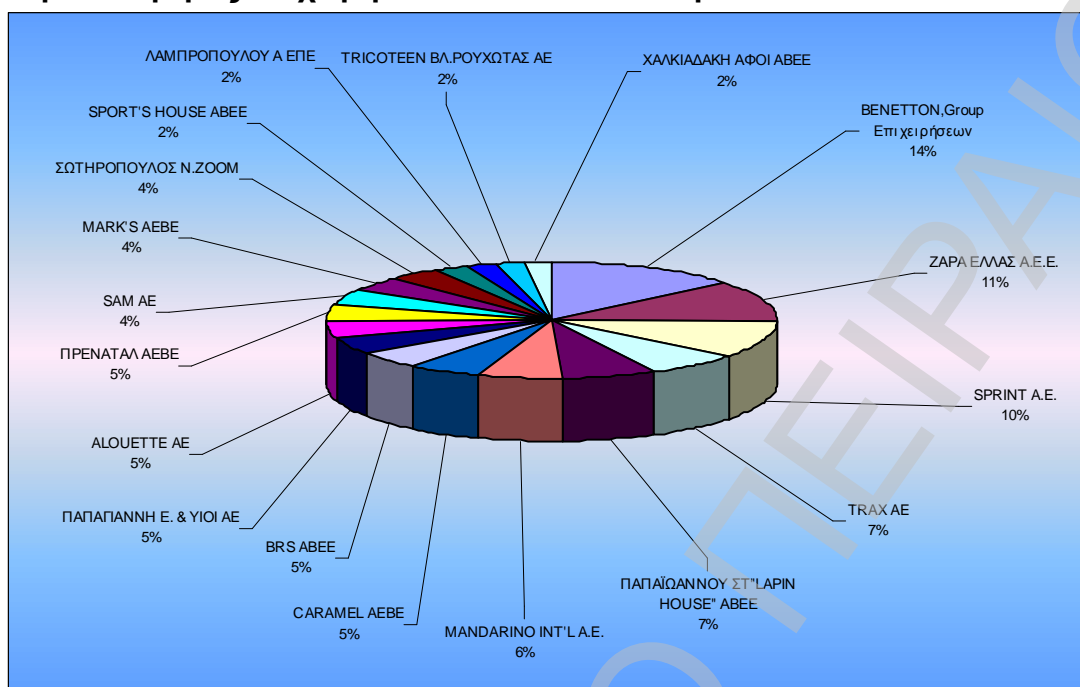
Πίνακας 3.8

Μερίδια αγοράς επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων (2004)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ	ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΠΙ ΤΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ
BENETTON, Group Επιχειρήσεων	BENETTON 0-12	6,3%
ZARA ΕΛΛΑΣ Α.Ε.Ε.	NINO ZARA	5,2%
SPRINT Α.Ε.	SPRINT	4,7%
TRAX ΑΕ	TRAX	3,2%
ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ "LAPIN HOUSE" ΑΒΕΕ	LAPIN HOUSE, TRUSSARDI, POLO RALPH LAUREN, TSIOUNGA	3,0%
MANDARINO INT'L Α.Ε.	MANDARINO, MARASIL, PIERRE GARDIN, MAULI, DEFENCE	2,8%
CARAMEL ΑΕΒΕ	GRANT, GUY LAROCHE, MOSCHINO	2,3%
BRS ΑΒΕΕ	KRIZIA, AMERIKANINO, JEEP, DONNA KARAN, ELLE, MARINOS, TIMBERLAND, MORGAN, USLA	2,2%
ΠΑΠΑΓΙΑΝΝΗ Ε. & ΥΙΟΙ ΑΕ	MOTHERCARE	2,2%
ALOUETTE ΑΕ	ALLOUETTE, GANT, LOONEY TOONS, LACOSTE	2,1%
ΠΡΕΝΑΤΑΛ ΑΕΒΕ	PRENATAL	2,1%
SAM ΑΕ	SAM 013	1,9%
MARK'S ΑΕΒΕ	MARK'S	1,9%
ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ Ν. ΖΟΟΜ	ZOOM, PETIT FLO	1,7%
SPORT'S HOUSE ΑΒΕΕ	SPORT'S HOUSE JUNIOR	1,1%
ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΥ Α ΕΠΕ	CORMORANO	1,0%
TRICOTEEN ΒΛ. ΡΟΥΧΩΤΑΣ ΑΕ	TRICOTEEN, TOM & JERRY	0,9%
ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗ ΑΦΟΙ ΑΒΕΕ	RAMMER	0,9%

Πηγή : Εκτιμήσεις αγοράς , ICAP

Διάγραμμα 3.8 Μερίδια αγοράς επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων



Αναφορικά με τον πίνακα 3.8 θα πρέπει να τονίσουμε πως τα μερίδια της αγοράς που αναφέρονται σε ποσότητες πωληθέντων τεμαχίων. Το κυριότερο μερίδιο το οποίο εκτιμάται σε 6,3% επί της συνολικής εγχώριας αγοράς το έτος 2004 κατείχαν τα ενδύματα BENETTON, Group Επιχειρήσεων με ισχυρό εμπορικό σήμα BENETTON 0-12 . Ακολουθούν τα ενδύματα ZARA ΕΛΛΑΣ ΑΕΕ με μερίδιο της τάξης του 5,2% και εμπορικό σήμα το NINO ZARA. Την Τρίτη θέση κατέχει η εταιρία SPRINT ΑΕ με μερίδιο 4,7%. Ακολουθεί η TRAX ΑΧ με μερίδιο αγοράς 3,2% . Στη συνέχεια είναι η εταιρία ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ"ΛΑΡΙΝ HOUSE" ΑΒΕΕ με μερίδιο αγοράς 3,0% και εμπορικά σήματα τα LAPIN HOUSE, TRUSSARDI, POLO RALPH LAUREN, TSI-OUNGA. Τέλος , είναι η επιχείρηση MANDARINO INT'L Α.Ε. με μερίδιο αγοράς 2,8% και εμπορικά σήματα MANDARINO, MARASIL, PIERRE GARDIN, MAULI, DEFENCE.

3.3.5 ΜΕΡΙΔΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Όπως έχει αναφερθεί κύριο χαρακτηριστικό του κλάδου των παιδικών ενδυμάτων είναι η ύπαρξη μεγάλου αριθμού παραγωγικών επιχειρήσεων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τον κατακερματισμό των μεριδίων παραγωγής. Στον πίνακα 3.9 και το διάγραμμα 3.9 παρουσιάζονται τα εκτιμώμενα μερίδια παραγωγής των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικής ένδυσης.

Θα πρέπει να τονιστεί πως τα μερίδια παραγωγής που αναφέρονται στον παρακάτω πίνακα διαφέρουν από τα μερίδια κατανάλωσης δεδομένου ότι κάποιες εταιρίες παραγωγής ενδυμάτων έχουν αποκλειστικά εξαγωγικό προσανατολισμό. Αντίστοιχα πολλές εταιρίες εισάγουν σημαντικές ποσότητες παιδικών ενδυμάτων και τα διαθέτουν στην ελληνική αγορά, καταλαμβάνοντας υψηλό μερίδιο.

Πίνακας 3.9

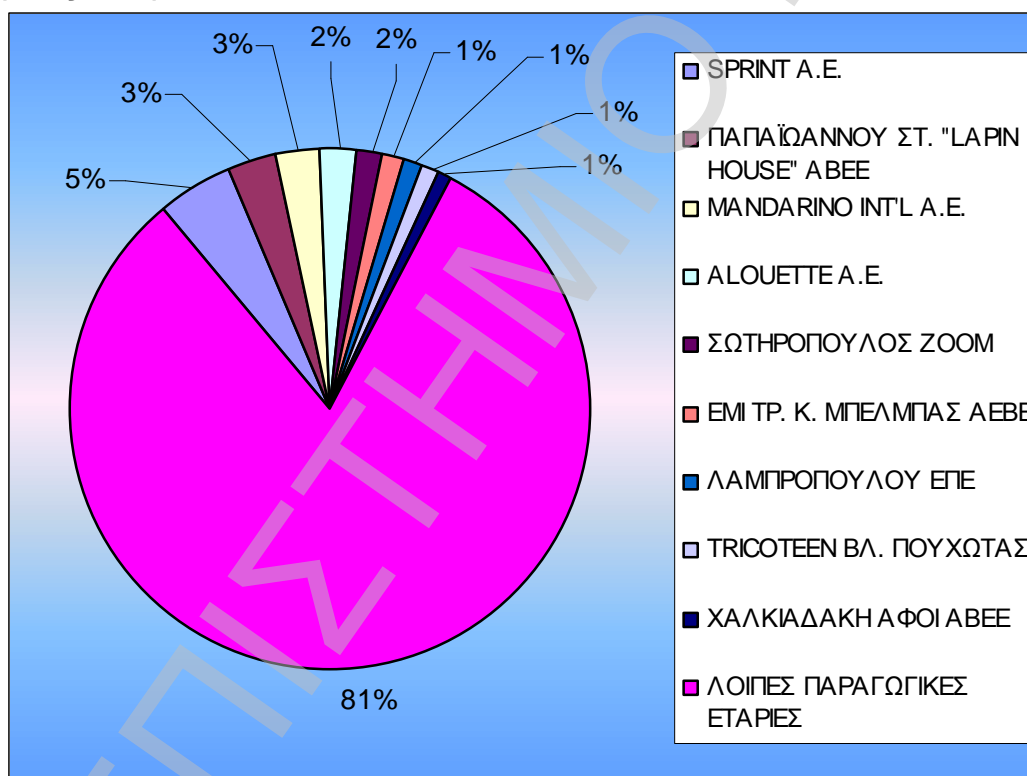
Μερίδια παραγωγής παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων (Έτος 2004)

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	ΜΕΡΙΔΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΑΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ
SPRINT A.E.	4,60%
ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. "LAPIN HOUSE" ΑΒΕΕ	3,30%
MANDARINO INT'L A.E.	2,70%
ΑΛΟΥΕΤΤΕ Α.Ε.	2,10%
ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ ΖΟΟΜ	1,80%
ΕΜΙ ΤΡ. Κ. ΜΠΕΛΜΠΑΣ ΑΕΒΕ	1,40%
ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΥ ΕΠΕ	1,10%
ΤΡΙCΟΤΕΕΝ ΒΛ. ΠΟΥΧΩΤΑΣ	1%
ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗ ΑΦΟΙ ΑΒΕΕ	1%
ΛΟΙΠΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ	81,00%

Πηγή : Εκτιμήσεις Αγοράς , ICAP

Διάγραμμα 3.9

Μερίδια παραγωγής παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων (Έτος 2004)



Από τον πίνακα και τη διαγραμματική απεικόνιση παρατηρούμε πως παρόλο τον κατακερματισμό των μεριδίων παραγωγής η εταιρία SPRINT ΑΕ έχει καταφέρει να ηγείται με μερίδιο παραγωγής 4,6%. Ακολουθεί η εταιρία ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. "LAPIN HOUSE" ΑΒΕΕ με ποσοστό 3,3 και ακολουθεί η MANDARINO INT'L A.E. με 2,7%. Τέλος η ΑΛΟΥΕΤΤΕ Α.Ε. έχει μερίδιο παραγωγής 2,1% και η ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ ΖΟΟΜ 1,8%. Το υπόλοιπο ποσοστά συμμετοχής στα μερίδια παραγωγής (που υπερβαίνει το 80%) κατέχουν μικρότερες παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου, καταλαμβάνοντας η καθεμιά μικρότερο του 1% ποσοστό συμμετοχής.

3.3.6 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Η ζήτηση των παιδικών ενδυμάτων, προσδιορίζεται και χαρακτηρίζεται από πολλούς παράγοντες. Διερευνώντας τα κύρια χαρακτηριστικά και τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν το ύψος και το είδος της ζήτησης θα μπορούσαμε να αναφέρουμε τους εξής :

ü Το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών.

Σε περιόδους οικονομικής ύφεσης ο μέσος καταναλωτής περιορίζει τις αγορές του σε είδη πρώτης ανάγκης. Από το διαθέσιμο εισόδημά του εξαρτάται το είδος και η ποιότητα των ενδυμάτων που αγοράζονται για την κάλυψη των αναγκών ένδυσης.

ü Η τιμή των προϊόντων σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα.

Η τιμή των προϊόντων σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα λειτουργεί θετικά ή αρνητικά ως προς τη ζήτηση των συγκεκριμένων ενδυμάτων. Η τιμή ενός προϊόντος επηρεάζει ιδιαίτερα τις προτιμήσεις των ασθενέστερων οικονομικά ατόμων και πολύ λιγότερο τις προτιμήσεις των υψηλών εισοδηματικών τάξεων. Η πλειοψηφία των καταναλωτών αναζητά τις πιο συμφέρουσες τιμές στην αγορά των ενδυμάτων και πραγματοποιεί αγορές κυρίως σε περιόδους εκπτώσεων, όπου οι τιμές είναι πιο προσιτές.

ü Το βιοτικό επίπεδο

Το ύψος του βιοτικού επιπέδου προσδιορίζει τις δαπάνες των ατόμων για εκπαίδευση , διατροφή, κατοικία, ρουχισμό. Άρα, το υψηλότερο βιοτικό επίπεδο των καταναλωτών οδηγεί σε μεγαλύτερη κατανάλωση ενδυμάτων. Στις αρχές του 1980 οι καταναλωτές εστίαζαν το ενδιαφέρον τους κατά κύριο λόγο στην κάλυψη των βασικών αναγκών ένδυσης. Στη σημερινή όμως εποχή, λόγω της βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου, του υπερκαταναλωτισμού αλλά και των γρήγορων αλλαγών των τάσεων της μόδας, έχουμε οδηγηθεί στην αύξηση των δαπανών για ένδυση.

ü Οι μεταβολές του παιδικού πληθυσμού.

Οι μεταβολές του παιδικού πληθυσμού σχετίζονται άμεσα με τις πωλήσεις των παιδικών ενδυμάτων. Αύξηση των γεννήσεων σηματοδοτεί αυtomατα και αύξηση γενικότερα του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων παραγωγής παιδικών ενδυμάτων.

ü Χαρακτηριστικό της παιδικής ηλικίας , και ιδιαίτερα της ηλικιακής ομάδας 0 έως 4 ετών, είναι η γρήγορη ανάπτυξη των παιδιών, γεγονός που επηρεάζει θετικά τη ζήτηση των παιδικών ενδυμάτων.

ü Η εποχικότητα

Η εποχικότητα είναι ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει θετικά τη ζήτηση παιδικών ενδυμάτων. Έτσι, κατά τις εορταστικές

περιόδους(Πάσχα, Χριστούγεννα) η ζήτηση παρουσιάζεται αυξημένη,όπως και κατά την αλλαγή της σεζόν.

ü Η προβολή των προϊόντων και η διαφήμιση.

Οι καταναλωτές ενημερώνονται , επηρεάζονται και κατευθύνονται από τη διαφήμιση και την προβολή των Brand names της αγοράς.Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η διάρθρωση της διαφημιστικής δαπάνης ανά μέσο ενημέρωσης .

Πίνακας 3.10

Διάρθρωση της διαφημιστικής δαπάνης ανά μέσο ενημέρωσης (1999-2000)

Διαφημιστικό Μέσο	1999	ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ	2000	ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ
ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	233695	33,43%	190052	24,62%
ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	441353	63,15%	527891	68,39%
ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ	14553	2,08%	47852	6,20%
ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	9356	1,34%	6084	0,79%
ΣΥΝΟΛΟ	698957	100%	771879	100%

Πηγή : Κλαδική Μελέτη «Παιδικά Ενδύματα» Νοέμβριος 2001

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία , τα περιοδικά απορροφούν το μεγαλύτερο μέρος των διαφημιστικών κονδυλίων και ακολουθεί η τηλεόραση, ενώ σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα κυμαίνεται το ύψος των διαφημιστικών δαπανών που διατίθενται σε εφημερίδες και το ραδιόφωνο.

ü Οι προτιμήσεις των ενηλίκων καταναλωτών και η μόδα

Οι προτιμήσεις των ενηλίκων που κυριαρχούν στην αγορά για επώνυμο ή μη επώνυμο,μοντέρνο, σπορ ή κλασικό ένδυμα,σε συνδυασμό με τις αλλαγές της μόδας , κατευθύνουν με τον ίδιο τρόπο και τη ζήτηση των παιδικών ενδυμάτων σε συγκεκριμένα είδη, σχέδια ή χρώματα.Με άλλα λόγια, οι καταναλωτικές συνήθειες των γονιών, επηρεάζουν τη ζήτηση των παιδικών ενδυμάτων.

3.4 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Αναμφισβήτητα ο προσδιορισμός της μελλοντικής ζήτησης αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες διαμόρφωσης του ύψους της επένδυσης και της παραγωγής. Για τον καλύτερο προσδιορισμό της μελλοντικής ζήτησης, είναι απαραίτητη η διερεύνηση ποιοτικών και ποσοτικών χαρακτηριστικών της αγοράς παιδικών ενδυμάτων.

Αρχικά θα πρέπει να πούμε πως η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση παιδικών ενδυμάτων παρουσιάζει μια σταθερότητα(όπως παρουσιάσαμε στον πίνακα 3.4) με μικρές αυξομειώσεις και μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 0,3%.Πιο συγκεκριμένα από το 1996,που η φαινομενική κατανάλωση ήταν 21600 χιλιάδες τεμάχια,το 2004 η φαινομενική κατανάλωση ήταν 23050 χιλιάδες τεμάχια.Κατά συνέπεια η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση παρουσιάζει μια μικρή αλλά σταθερή διαχρονική αύξηση. Για να αποφανθούμε όμως αν αυτή η

αύξηση θα εξακολουθεί να υφίσταται, θα πρέπει να εξετάσουμε αν ισχύει το ίδιο σε δύο καθοριστικούς παράγοντες:την αύξηση του πληθυσμού των παιδιών ηλικίας έως τεσσάρων ετών και την άνοδο του βιοτικού επιπέδου.

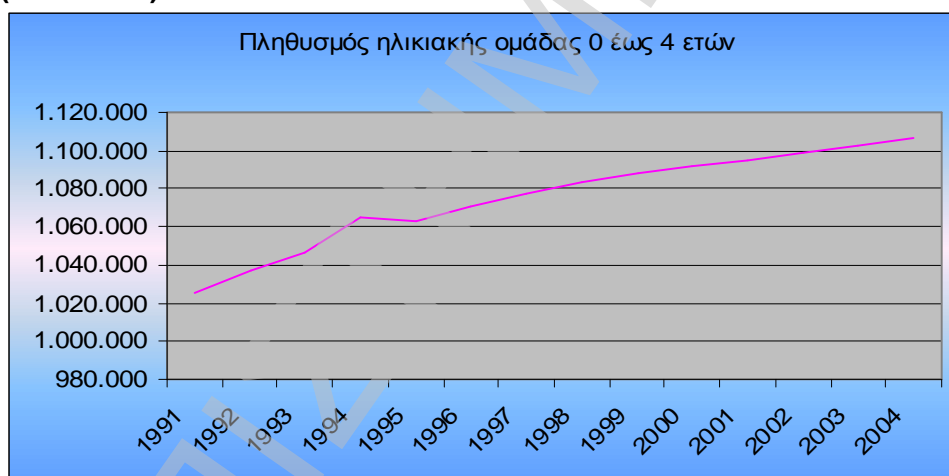
Όπως φαίνεται και από τον πίνακα 3.11 ο πληθυσμός σε απόλυτα νούμερα (για τα έτη 1991 έως 2004) παρουσιάζει μια αύξηση της τάξης του 7,87%,γεγονός που οφείλεται στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου και στο εισερχόμενο μεταναστευτικό ρεύμα που γνώρισε η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.Το γεγονός της αύξησης του παιδικού πληθυσμού όπως απεικονίζεται και στο διάγραμμα 3.8 προσδίδει μια σιγουριά για την αύξηση των πωλήσεων παιδικών ενδυμάτων.

Πίνακας 3.11
Πληθυσμός ηλικιακής ομάδας 0 έως 4 ετών
(1991-2004)

1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
1.025.628	1.036.982	1.046.563	1.065.303	1.063.439	1.070.915	1.077.653
1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
1.083.491	1.088.260	1.091.745	1.094.996	1.098.756	1.102.363	1.106.426

Πηγή : ΕΣΥΕ

Διάγραμμα 3.10
Υπολογιζόμενος Πληθυσμός στην ηλικιακή ομάδα των 0 έως 4 ετών
(1991-2004)



Αναφορικά με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου,ένας αξιόπιστος δείκτης είναι το κατά κεφαλή ακαθάριστο εθνικό προϊόν που παρουσιάζει πως διανέμεται ο εθνικός πλούτος.Όπως παρατηρούμε από τον πίνακα 3.12 και το διάγραμμα 3.9,υπάρχει μια διαχρονική άνοδος του κατά κεφαλήν ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 5,14%.Ειδικότερα για το έτος 2005 το κατά κεφαλήν ακαθάριστο εγχώριο προϊόν για κάθε κάτοικο της Ελλάδας είχε παρουσιάσει την υψηλότερη τιμή που ήταν 14.645,10 Euro.Την πενταετία μάλιστα 2001-2005 το διαθέσιμο εισόδημα αυξάνεται με μέσο όρο 4,72%,γεγονός που αποδεικνύει την διαρκή αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος και έτσι παρέχεται η δυνατότητα της αύξησης της ιδιωτικής κατανάλωσης.

Πίνακας 3.12

Κατά κεφαλήν ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ποσά σε Euro)

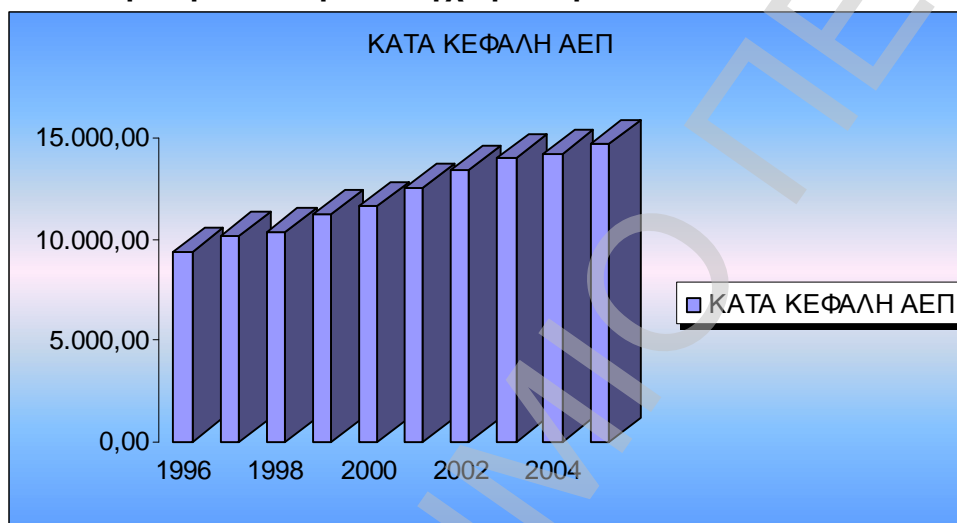
<i>Κατά Κεφαλή ΑΕΠ</i>	<i>ΕΥΡΩ ΑΝΑ ΚΑΤΟΙΚΟ</i>				
	1996	1997	1998	1999	2000
Ελλάδα	9.352,10	10.201,30	10.363,00	11.202,50	11.638,70

<i>Κατά Κεφαλή ΑΕΠ</i>	<i>ΕΥΡΩ ΑΝΑ ΚΑΤΟΙΚΟ</i>				
	2001	2002	2003	2004	2005
Ελλάδα	12.486,70	13.369,70	14.009,20	14.191,90	14.645,10

Πηγή : Εθνική Στατιστική Υπηρεσία

Διάγραμμα 3.11

Κατά κεφαλήν ακαθάριστο εγχώριο προϊόν



Η αύξηση του παιδικού πληθυσμού σε συνδυασμό με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου αποτελούν παράγοντες σταθερότητας της αγοράς των παιδικών ενδυμάτων και διατήρησης της φαινομενικής κατανάλωσης με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 0,86%. Όπως παρουσιάζεται και στον πίνακα 3.13, η φαινομενική κατανάλωση παιδικών ενδυμάτων αναμένεται να φτάσει το 2009 τα 24164 χιλιάδες τεμάχια (αν εξακολουθήσει να υπάρχει ο ίδιος ετήσιος ρυθμός αύξησης).

Πίνακας 3.13

Πρόβλεψη φαινομενικής κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων

<i>ΕΤΟΣ</i>	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
ΦΑΙΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	21600	22100	22700	22100	21500	21900	22150

<i>ΕΤΟΣ</i>	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
ΦΑΙΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	23700	23050	23164	23366	23532	23998	24164

3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

3.5.1 ΓΕΝΙΚΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω, κύριο χαρακτηριστικό του κλάδου είναι ο μεγάλος αριθμός των παραγωγικών επιχειρήσεων. Παρόλα αυτά οι σημαντικότερες και μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι οι : ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. LAPIN HOUSE ABEE, MANDARINO INT'L AE, SPRINT ABEE, και ALOUETTE A.E .Για την πληρέστερη ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική η λεπτομερής ανάλυση των βασικών επιχειρήσεων του κλάδου.

⇒ ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. LAPIN HOUSE ABEE

Η ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. LAPIN HOUSE ABEE ιδρύθηκε το 1998, κατόπιν μετατροπής της εταιρίας ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. & ΣΙΑ Ε.Ε.(ίδρυση 1996) η οποία είχε προέλθει από συγχώνευση των εταιριών ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. & ΣΙΑ ΕΕ (ίδρυση 1985) και ΑΝΕΖΙΡΗ ΠΕΛΑΓΙΑ (ίδρυση 1998).

Δραστηριοποιείται κατά κύριο λόγο στην παραγωγή και εμπορία παιδικών ενδυμάτων που φέρουν το εμπορικό σήμα «LAPIN HOUSE» καθώς επίσης και στην εισαγωγή και εμπορία επωνύμων παιδικών ενδυμάτων (TRUSSARDI, POLO RALPH LAUREN, TSIOUNGA) και ειδών βρεφανάπτυξης.

Το κύριο μέρος της παραγωγής διεξάγεται (φασον) σε εγκαταστάσεις άλλων επιχειρήσεων, ενώ οι εισαγωγές πραγματοποιούνται από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα προϊόντα διατίθενται κατά κύριο λόγο στην ελληνική αγορά, ενώ ένα μέρος τους εξάγεται σε Ευρώπη και Αραβικές χώρες.

Η λιανική πώληση των ειδών της , πραγματοποιείται μέσω συγγενών και δικαιούχων επιχειρήσεων. Στην Ελλάδα λειτουργούν 37 καταστήματα με τις επωνυμίες LAPIN HOUSE και FRATTINA, η πλειοψηφία των οποίων εφαρμόζει το σύστημα franchising. Τα προϊόντα της διατίθενται και εκτός πολυκαταστημάτων με τη μορφή shop in the shop, ενώ σημεία πώλησης LAPIN HOUSE λειτουργούν και σε χώρες του εξωτερικού, όπως η Κύπρος, η Γαλλία και άλλες χώρες.

Τα οικονομικά στοιχεία της ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. LAPIN HOUSE ABEE για τα έτη 2002 έως και 2004 παρουσιάζονται στον πίνακα 3.14, από όπου μπορούμε να διαπιστώσουμε την αύξηση του κύκλου εργασιών της επιχείρησης. Παρόλη όμως την αύξηση του κύκλου εργασιών, η κερδοφορία της επιχείρησης μειώθηκε. Πιο συγκεκριμένα, στην τριετία 2002-2004 παρατηρείται μια ετήσια μείωση της καθαρής κερδοφορίας που ξεπερνά το 20%.

Πίνακας 3.14
Οικονομικά Στοιχεία ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ ΣΤ. LAPIN HOUSE ABEE
(Ποσά σε Ευρώ)

	2004	2003	2002
Κεφάλαιο	2.880.000,00	2.880.000,00	2.880.000,00
ΐδιο Κεφάλαιο	11.976.292,50	11.272.362,00	10.333.788,00
Υποχρεώσεις	8.846.455,25	8.810.174,00	8.761.799,00
Καθαρά Πάγια	6.282.049,50	5.343.534,00	4.092.180,00
Σύνολο Ενεργητικού	20.822.748,50	20.082.536,00	19.095.586,00
Κύκλος Εργασιών	23.219.633,75	22.440.554,00	21.401.781,00
Μικτά Κέρδη	4.803.449,50	5.063.302,00	5.409.772,00
Έσοδα	329.993,25	391.144,00	952.661,00
Καθαρά Κέρδη	1.916.154,50	2.335.988,00	2.895.766,00

Πηγή : Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί

⇒ **MANDARINO INT'L ΑΕ, ΦΡΑΓΚΟΣ Α.Ε.**

Η Φράγκος Α.Ε. ιδρύθηκε το 1987 και εδρεύει στη Λεωφόρο Βουλιαγμένης 423B στην Ηλιούπολη, σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις ευρωπαϊκών προδιαγραφών (4000τ.μ.) που στεγάζουν τις λειτουργίες και τις δραστηριότητές της. Τις εγκαταστάσεις συμπληρώνει ένας μοντέρνος και λειτουργικός χώρος παραγωγής, αποθήκευσης και διακίνησης των προϊόντων (5000τ.μ.). Η εταιρεία απασχολεί συνολικά 180 εξειδικευμένα άτομα σε όλα τα τμήματα. Δραστηριοποιείται στον κλάδο του σχεδιασμού, παραγωγής και εμπορίας παιδικών ενδυμάτων.

Εκτός από τα brands Marasil και Mandarino η εταιρεία σχεδιάζει, παράγει ή αντιπροσωπεύει μεγάλα διεθνή ονόματα όπως Calvin Klein, Pierre Cardin, Mauli, Defence, Mirtillo, Lemmi καλύπτοντας έτσι ηλικίες από νεογέννητά έως και 14 ετών.

Αναφορικά με το κομμάτι της παραγωγής η εταιρεία Φράγκος Α.Ε διαθέτει ένα από τα πιο εξοπλισμένα τμήματα για τον σχεδιασμό νέων προϊόντων. Το τμήμα αυτό έχει στελεχωθεί από μία μεγάλη ομάδα έμπειρων σχεδιαστών μόδας οι οποίοι έχουν ως πρωταρχικό στόχο την δημιουργία παιδικών ενδυμάτων υψηλής ποιότητας και αισθητικής. Η επιτυχία του στόχου αυτού πραγματοποιείται πάντοτε σύμφωνα με τα βασικά συστατικά που υπαγορεύουν οι τάσεις της μόδας σε χρώματα, υφάσματα νέας τεχνολογίας και πρόσθετα υλικά.

Η Φράγκος Α.Ε έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση και εξάπλωση των προϊόντων της καλύπτοντας όλη την Ελλάδα με ένα τεράστιο δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων που περιλαμβάνει 640 πελάτες καθώς και ένα δίκτυο καταστημάτων Marasil και Mandarino (ιδιόκτητα, franchise και shop in shop) που περιλαμβάνει 30 στρατηγικά επιλεγμένα σημεία πώλησης. Επίσης δραστηριοποιείται ήδη στην Ιταλία, Ισπανία, Κύπρο, Ρωσία, Λετονία, Λίβανος, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Σαουδική Αραβία. Σήμερα, η εταιρεία Φράγκος Α.Ε. θεωρείται μία από τις πιο υγιείς οικονομικές οντότητες καθώς ο τζίρος της από € 5.900.000 το 1999 ανήλθε στα 17.551.000 Ευρώ το 2005.

Το βασικό πλεονέκτημα της Φράγκος Α.Ε., εκτός της ποιότητας των προϊόντων, είναι η μεγάλη ποικιλία των ειδών που παράγει αλλά και αντιπροσωπεύει στην Ελλάδα, για να προσφέρει στον τελικό αγοραστή. Διατηρώντας αυτό το πλεονέκτημα, η εταιρεία καλύπτει πλήρως τις ανάγκες των παιδιών ηλικίας από νεογέννητα έως 14 ετών. Συγκεκριμένα οι κατηγορίες των προϊόντων που παράγει και αντιπροσωπεύει είναι οι ακόλουθες:

- MANDARINO Newborn (νεογέννητα έως 2 ετών)
- MANDARINO Mini (από 1 έτους έως 6 ετών)
- MANDARINO Junior (από 4 ετών έως 14 ετών)
- MARASIL Newborn (νεογέννητα έως 12 μηνών)
- MARASIL Baby(από 6 μηνών έως 36 μηνών)
- MARASIL Kid (από 2 ετών έως 10 ετών)
- PIERRE CARDIN Bebe (από 1 ετών έως 6 ετών)
- PIERRE CARDIN Junior (από 4 ετών έως 14 ετών)
- MAULI (νεογέννητα έως 14 ετών)
- DEFENCE (από 4 ετών έως 14 ετών)
- MIRTILLINO (νεογέννητα έως 2 ετών)
- MIRTILLO (από 2 ετών έως 14 ετών)
- LEMMI (από 1 έτους έως 14 ετών)

Η Φράγκος Α.Ε. έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση και εξάπλωση των προϊόντων της καλύπτοντας ένα τεράστιο δίκτυο διανομής σε όλη την Ελλάδα που περιλαμβάνει 680 συνεργαζόμενα καταστήματα, 33 καταστήματα Marasil και Mandarinο (ιδιότητα και franchising και Shop in Shop σε επιλεγμένα καταστήματα όπως τα Hondos Center, τα Notos Galleries, τα Fokas τα Αττικά Πολυκαταστήματα και στα Duty Free του Διεθνής Αερολιμένα Έλευθεριος Βενιζέλος. Ωστόσο, βασικός στόχος της εταιρείας είναι να ενισχύσει την παρουσία της όχι μόνο στην τοπική αλλά και στη διεθνή αγορά, μέσα από ένα ισχυρό δίκτυο. Τα οικονομικά στοιχεία της MANDARINO INT'L A.E. για τα έτη 2002 έως και 2004 παρουσιάζονται στον πίνακα 3.15 και μας παρουσιάζουν την ανοδική πορεία του κύκλου εργασιών και των μικτών κερδών, γεγονός ενδεικτικό της οικονομικής ευρωστίας της επιχείρησης.

Πίνακας 3.15
Οικονομικά στοιχεία MANDARINO INT'L A.E.
(Ποσά σε Ευρώ)

	2004	2003	2002
Κεφάλαιο	3.833.679,25	3.838.300,00	3.844.461,00
Ίδιο Κεφάλαιο	5.727.321,75	5.720.664,00	5.711.787,00
Υποχρεώσεις	17.019.511,25	16.554.074,00	15.933.491,00
Καθαρά Πάγια	5.720.664,00	8.442.741,00	8.835.602,00
Σύνολο Ενεργητικού	22.746.786,50	22.274.711,00	21.645.277,00
Κύκλος Εργασιών	21.092.768,75	19.156.940,00	16.575.835,00
Μικτά Κέρδη	9.454.773,00	8.221.788,00	6.577.808,00
Έσοδα	237.546,50	196.196,00	141.062,00
Καθαρά Κέρδη	2.443.060,25	2.017.457,00	1.449.986,00

Πηγή : Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί

⇒ **SPRINT ABEE**

Η εταιρία SPRINT ξεκίνησε σας οικογενειακή επιχείρηση με τη μορφή ομόρρυθμης εταιρίας στις 8/12/1981. Στις 1/3/1989 μετατραπεί σε ΕΠΕ και από 31/12/1992 σε ΑΕ. Σήμερα λειτουργεί ως SPRINT ABEE. Αρχικά η έδρα της επιχείρησης ήταν στη οδό Συγγρού 38 Θεσσαλονίκη. Το 1994 μετεγκαταστάθηκε σε ιδιόκτητο σύγχρονο βιομηχανικό χώρο στο Καλοχώρι Θεσσαλονίκης. Τα επί της οδού Συγγρού 38 μισθωμένα καταστήματα λειτουργούν σήμερα σαν καταστήματα λιανικής πώλησης των προϊόντων της. Στα τέλη Οκτωβρίου του 2000 ξεκίνησε η κατασκευή νέων ιδιόκτητων εγκαταστάσεων (12.000 τμ) οι οποίες εξοπλήστηκαν με τον πλέον σύγχρονο ηλεκτρομηχανολογικό εξοπλισμό, και τον Σεπτέμβριο του 2002 ολοκληρώθηκε η μετεγκατάσταση και ξεκίνησε η λειτουργία σε αυτές.

Η επιχείρηση παράγει επώνυμα αθλητικά και παιδικά ενδύματα τα οποία διαθέτει σε επιλεγμένα καταστήματα παιδικών ενδυμάτων στην Ελληνική αγορά, καθώς επίσης και στη Κύπρο.

Τα παραγόμενα από τη επιχείρηση ενδύματα κατατάσσονται στις εξής κατηγορίες :

- α) φόρμες αθλητικές και μπε-μπέ
- β) καλοκαιρινά μπλουζάκια, παντελόνια και βερμούδες
- γ) σύνολα μπε-μπέ και παιδικά

Η πλειονότητα των προϊόντων μας απευθύνεται σε ηλικίες από 6 μηνών - 16 ετών και καλύπτουν τις ανάγκες του 24ωρου ντυσίματος του παιδιού.

Όλα τα παραγόμενα προϊόντα σχεδιάζονται μέσα στην επιχείρηση και φέρουν το διακριτικό σήμα της SPRINT.

Τα οικονομικά στοιχεία της SPRINT ABEE για τα έτη 2002, 2003 παρουσιάζονται στον πίνακα 3.16 και μας παρουσιάζουν την ανοδική πορεία του κύκλου εργασιών και τη σημαντική αύξηση των μικτών κερδών, γεγονός ενδεικτικό της οικονομικής ευρωστίας της επιχείρησης.

Πίνακας 3.16
Οικονομικά στοιχεία της SPRINT ABEE
(Ποσά σε Ευρώ)

	2004	2003	2002
Κεφάλαιο	1.361.542,50	1361520	1361490
Ίδιο Κεφάλαιο	8.960.916,00	8132418	7027754
Υποχρεώσεις	6.499.768,75	5535412	4249603
Καθαρά Πάγια	4.445.242,00	4445242	4995937
Σύνολο Ενεργητικού	15.460.683,00	13667829	11277357
Κύκλος Εργασιών	13.112.010,00	13055760	12980760
Μικτά Κέρδη	6.381.048,50	5750579	4909953
Έσοδα	841.321,75	497242	38469
Καθαρά Κέρδη	3.530.666,00	2463938	1041634

Πηγή : Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί

⇒ **ALOUETTE A.E**

Ιδρύθηκε το 1995 στο Περιστέρι ύστερα από μετατροπή σε Α.Ε. της νομικής μορφής της εταιρίας περιορισμένης ευθύνης ALOUETTE Ε.Π.Ε.(ίδρυση 1981), η οποία συνέχιζε τις δραστηριότητες της ALOUETTE Π.ΣΤΑΣΙΝΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. που είχε ιδρυθεί το 1980 ως συνέχεια της εταιρίας ΣΤΑΣΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Π. Δ. ΙΩΑΝΝΟΥ & ΣΙΑ Ο.Ε. (ίδρυση 1976). Τον Ιούλιο του 2001 απορρόφησε την εταιρία ΠΑΙΔΙΚΗ ΕΝΔΥΣΗ Α.Ε., η οποία εκμεταλλευόταν εννέα καταστήματα ALOUETTE.

Η εταιρία ασχολείται με την παραγωγή (φασόν) σε εγκαταστάσεις τρίτων παιδικών ενδυμάτων εσωρούχων, υποδημάτων και αξεσουάρ ένδυσης, τα οποία φέρουν το εμπορικό σήμα "ALOUETTE". Επιπλέον, από το 2001 δραστηριοποιείται στην εισαγωγή των παιδικών ενδυμάτων "LOONEY TOONS", "GANT" και "LACOSTE".

Τα προϊόντα της διατίθενται κατά κύριο λόγο στην ελληνική αγορά μέσω της αλυσίδας καταστημάτων "ALOUETTE", η οποία περιλαμβάνει συνολικά έντεκα καταστήματα λιανικής και εννέα shop in the shop. Μικρές ποσότητες εξάγονται κυρίως στην Κύπρο και το Λίβανο.

Στον πίνακα 3.17 παρουσιάζεται η ανοδική πορεία των οικονομικών μεγεθών της Alouette A.E. για τα έτη 2002,2003. Μπορούμε να παρατηρήσουμε τη σημαντική αύξηση του κύκλου εργασιών και των μικτών κερδών, γεγονός που αποτελεί σημαντική ένδειξη της ευρωστίας της επιχείρησης.

Πίνακας 3.17

Οικονομικά στοιχεία της ALOUETTE A.E.

(Ποσά σε Ευρώ)

	2004	2003	2002
Κεφάλαιο	1.695.000,00	1695000	1695000
Ίδιο Κεφάλαιο	3.658.459,00	3601096	3524612
Υποχρεώσεις	14.546.040,25	12849181	10586702
Καθαρά Πάγια	4.094.977,00	4094977	3848508
Σύνολο Ενεργητικού	18.204.497,50	16450276	14111314
Κύκλος Εργασιών	17.563.826,00	15931643	13755399
Μικτά Κέρδη	8.255.082,50	7578875	6677265
Έσοδα	141.929,50	124699	101725
Καθαρά Κέρδη	987.124,00	875203	725975

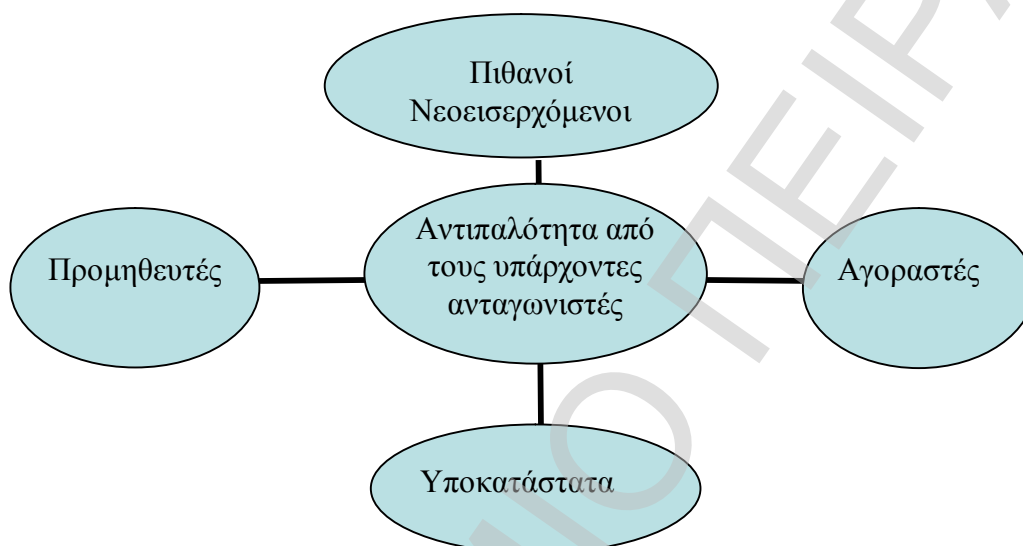
Πηγή : Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί

3.5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Για τη διερεύνηση της βιωσιμότητας της επένδυσης κατασκευής εργοστασίου παιδικών ενδυμάτων είναι απαραίτητη η ανάλυση της δομής του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Μια ανάλυση που μπορεί να παρουσιαστεί με πολλές λεπτομέρειες με την ανάλυση του υποδείγματος του Porter. Με βάση αυτό το υπόδειγμα ο Porter εντοπίζει τους πέντε παράγοντες που διαμορφώνουν την ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο. Οι πέντε αυτές δυνάμεις είναι

οι προμηθευτές, οι αγοραστές, οι πιθανοί νεοεισερχόμενοι στον κλάδο, τα υποκατάστατα του παραγόμενου προϊόντος και η αντιπαλότητα από τους ήδη υπάρχοντες ανταγωνιστές. Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζεται το μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter.

Διάγραμμα 3.12
Μοντέλο των πέντε δυνάμεων του Porter



⇒ **Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων**

Προκειμένου να εντοπίσουμε το μέγεθος της απειλής εισόδου νέων επιχειρήσεων στο κλάδο, θα πρέπει αρχικά να διερευνήσουμε τη ύπαρξη ή την απουσία φραγμών εισόδου. Με άλλα λόγια θα πρέπει να διερευνήσουμε αν υπάρχουν δυνάμεις στην αγορά που να αποτρέπουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων στο κλάδο. Αναλύοντας τους φραγμούς εισόδου, θα πρέπει αρχικά να κάνουμε ένα διαχωρισμό ανάμεσα στις μικρές βιοτεχνίες και τις μεγάλες μονάδες παραγωγής παιδικών ενδυμάτων. Όσο αναφορά τις νέες μικρές βιοτεχνίες που θέλουν να μπουν στο χώρο του παιδικού ενδύματος με μικρή παραγωγή, η είσοδος είναι αρκετά εύκολη καθώς το target group των εταιριών αυτών δεν είναι ιδιαίτερα απαιτητικό. Άλλωστε, η παραγωγή που έχει μια μικρή βιοτεχνία δεν χρειάζεται ιδιαίτερα υψηλές επενδύσεις και εξειδικευμένα τεχνογνωσία. Το γεγονός αυτό είναι πασιφανές από την πληθώρα των μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά.

Στην περίπτωση όμως των οργανωμένων μονάδων παραγωγής που στοχεύουν να μπουν στην αγορά του παιδικού ενδύματος και να καταλάβουν ένα σημαντικό μερίδιο, υπάρχουν σημαντικά εμπόδια. Τα εμπόδια αυτά έχουν να κάνουν με τον ακριβό μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό που απαιτείται για μεγάλες ποσότητες παραγωγής, τη σχεδίαση υψηλής ποιότητας που απαιτείται έτσι ώστε τα ενδύματα να ανταγωνιστούν τα ισχυρά brand names της αγοράς και το υψηλό κόστος των εργατικών, από τη στιγμή που η παραγωγή παιδικών ενδυμάτων είναι εντάσεως εργασίας. Τα προβλήματα

αυτά, αποτελούν εμπόδιο εισόδου στον κλάδο για μια μεγάλη εταιρία, αλλά δεν είναι και ανυπερέβλητα. Μια νέα μονάδα παραγωγής, που έχει υψηλούς στόχους παραγωγής, αν εξασφαλίσει τον δαπανηρό τεχνολογικό και μηχανολογικό εξοπλισμό με την αρωγή κρατικής επιχορήγησης, είναι σε θέση να επιτύχει οικονομίες κλίμακας. Με άλλα λόγια, η υψηλή τεχνολογία, είναι σε θέση να αντισταθμίσει τον κύριο πρόβλημα του κλάδου που είναι το υψηλό εργατικό κόστος.

⇒ **Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών**

Όπως έχει αναφερθεί, στο χώρο της ένδυσης οι βασικός προμηθευτές των παραγωγικών επιχειρήσεων είναι οι προμηθευτές υφασμάτων. Με βάση τη παραπάνω ανάλυση που αφορούσε την εισαγωγική διείσδυση των υφασμάτων⁴, μπορούμε να καταλάβουμε πως η διεθνής αγορά υφασμάτων καθιστά αυτόματα τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών σχετικά μικρή. Οι μεγάλες ποσότητες υφασμάτων που παράγονται στην Ελλάδα, σε συνδυασμό με την ολοένα και αυξανόμενη εισαγωγική διείσδυση υφασμάτων, καθιστά την αγορά πλήρως ανταγωνιστική με χαμηλή τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών.

⇒ **Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών**

Η ύπαρξη μεγάλου αριθμού παραγωγικών επιχειρήσεων και ο κατακερματισμός των μεριδίων αγοράς⁵ καθιστά αυτόματα τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών ιδιαίτερα υψηλή. Η ποικιλία λοιπόν των παραγόμενων ενδυμάτων, η ύπαρξη πολλών σημείων πώλησης σε όλη την ελληνική επικράτεια σε συνδυασμό με την ευρεία διαστρωμάτωση των τιμών δίνει πάρα πολλά περιθώρια επιλογής στους καταναλωτές. Δίνει με άλλα λόγια τη δυνατότητα να αναζητήσει και να επιλέξει ο καταναλωτής το παιδικό ένδυμα που θέλει, στην τιμή και την ποιότητα που επιθυμεί.

⇒ **Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα**

Στον εντοπισμό των υποκατάστατων προϊόντων, θα πρέπει να αναφέρουμε πως τα παιδικά ενδύματα κατά βάση εξυπηρετούν μια βασική ανάγκη για ένδυση. Μια ανάγκη που δεν μπορεί να προσδιοριστεί ή να αντικατασταθεί από κάποιο άλλο αγαθό. Με άλλα λόγια, στις παραγωγικές εταιρίες παιδικών ενδυμάτων δεν υπάρχει απειλή από υποκατάστατα προϊόντα.

⇒ **Ένταση ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων**

Για τη διερεύνηση της έντασης του ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων θα πρέπει να τις διαχωρίσουμε σε μεγάλες και οργανωμένες επιχειρήσεις και σε βιοτεχνίες μικρού μεγέθους.

⁴ κεφάλαιο 3.1.4, Πίνακας 3.2

⁵ Κεφάλαιο 3.3.4 Πίνακας 3.8

Οι μεγάλες επιχειρήσεις κατά κύριο λόγο παράγουν και εμπορεύονται επώνυμα ενδύματα με ισχυρά brand names. Είναι οι επιχειρήσεις που έχουν κατακτήσει ένα σημαντικό μερίδιο αγοράς και διαφοροποιούνται από τις υπόλοιπες σε επίπεδο ποιότητας υλικών, ραφής και σχεδιασμού. Η ένταση του ανταγωνισμού είναι ιδιαίτερα υψηλή λόγω του κατακερματισμού των μεριδίων αγοράς και του μεγάλο αριθμού των συγκεκριμένων επιχειρήσεων. Στη προσπάθεια λοιπόν προσέλκυσης νέων αγοραστών δαπανώνται σημαντικά κονδύλια σε διαφημιστικές εκστρατείες στον περιοδικό τύπο και την τηλεόραση, ενώ ο θεσμός του franchising εξαπλώνεται με ραγδαίους ρυθμούς.

Στις βιοτεχνίες μικρού μεγέθους παρουσιάζεται το φαινόμενο της διαφοροποίησης σε επίπεδο τιμής. Οι μικρές βιοτεχνίες προμηθεύονται πρώτες ύλες από χώρες Τρίτες χώρες σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές. Παράλληλα οι παραγωγικές επιχειρήσεις προσπαθούν να μειώσουν το υψηλό εργατικό κόστος αναθέτοντας μέρος ή το σύνολο της παραγωγικής τους διαδικασίας σε επιχειρήσεις του εξωτερικού και κατά κύριο λόγο σε χώρες χαμηλού εργατικού κόστους. Κατά συνέπεια και σε αυτήν την περίπτωση ο ανταγωνισμός, κυρίως σε επίπεδο τιμής, είναι ιδιαίτερα έντονος.

3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Για την πληρέστερη διερεύνηση της βιωσιμότητας της επένδυσης είναι εξίσου σημαντικό να διερευνηθεί και το εξωτερικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Είναι με άλλα λόγια σημαντικό να διερευνηθεί το γενικότερο κοινωνικοοικονομικό και πολιτικό περιβάλλον της αγοράς στην οποία πρόκειται να εισέλθει η νέα επιχείρηση.

3.6.1 ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (POLITICAL)

Η διεθνοποίηση των αγορών έχει οδηγήσει τα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε παρεμβάσεις που αφορούν τις εισαγωγές από τρίτες χώρες. Πιο συγκεκριμένα υπάρχουν κανονισμοί που προβλέπουν ότι τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα που είναι καταγωγής τρίτων χωρών δεν είναι δυνατόν να εισαχθούν στην Κοινότητα, παρά μόνον εφόσον έχει καθοριστεί γι' αυτά ετήσιο ποσοτικό όριο, σύμφωνα με τη δέουσα διαδικασία, η οποία προβλέπεται από συγκεκριμένα άρθρα. Ειδικότερα η εισαγωγή στην Ε.Ε. κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καταγωγής Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας υπόκειται σε ετήσιο ποσοτικό όριο 15 και 110 τόνων, αντιστοίχως, η διαχείριση του οποίου πραγματοποιείται σύμφωνα με τη διαδικασία που προβλέπει συγκεκριμένο άρθρο.⁶ Όλες αυτές οι παρεμβάσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν ως στόχο την παρακολούθηση του εμπορικού ισοζυγίου Ε.Ε. και Τρίτων Χωρών καθώς επίσης και την προστασία των ευρωπαϊκών μονάδων παραγωγής κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.

⁶ άρθρο 17 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 517/94.

Επίσης, η οικολογική συνείδηση που ολοένα και αυξάνεται στην Ε.Ε. δεν έχει αφήσει ανεπηρέαστο και τον κλάδο της ένδυσης. Επί σειρά ετών ανεξάρτητα Ευρωπαϊκά Ερευνητικά Ινστιτούτα Κλωστοϋφαντουργίας και Ένδυσης εργάστηκαν από κοινού προκειμένου να δημιουργηθεί ένα πρότυπο επιστημονικά στέρεο το οποίο να προσδιορίζει αντικειμενικά την «οικολογική ποιότητα». Το πρότυπο Oeko-Tex Standard 100 εκδίδεται από τη Διεθνή Ένωση για την Έρευνα και τον Έλεγχο στον Τομέα της Κλωστοϋφαντουργικής Οικολογίας μέλη της οποίας είναι όλα τα μεγάλα κλωστοϋφαντουργικά Κέντρα της Ευρώπης. Υπάρχει με άλλα λόγια παρέμβαση στην κλωστοϋφαντουργεία για την προστασία του περιβάλλοντος.

3.6.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (ECONOMICAL)

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε πως τα οικονομικά κίνητρα που προσφέρει το ελληνικό κράτος για παραγωγικές μονάδες ενδυμάτων είναι ιδιαίτερα σημαντικά. Πιο συγκεκριμένα ,για την κατασκευή μονάδων παραγωγής σε πολλά γεωγραφικά διαμερίσματα της Ελλάδας(παραμεθόριες περιοχές, Ζώνη Λαυρεωτικής κ.α.) παρέχονται διάφορα είδη ενισχύσεων. Οι ενισχύσεις αυτές θα μπορούσαν να περιγραφούν ως εξής :

- (α) Επιχορήγηση ή και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης
- (β) Φορολογική απαλλαγή
- (γ) Επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης.

Κατά αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η αύξηση της απασχόλησης, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, η προώθηση της τεχνολογικής αλλαγής και της καινοτομίας.

3.6.3 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (SOCIAL)

Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου επέφερε αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες των Ελλήνων και στον τρόπο ζωής. Η βελτίωση των όρων διαβίωσης έχει βοηθήσει την πλειονότητα των Ελλήνων να καλύψουν πλήρως τις βασικές ανάγκες ένδυσης και δαπανούν μέρος του εισοδήματός τους σε αγορά μεγαλύτερου αριθμού ενδυμάτων από αυτά που χρειάζονται. Η έμφαση του καταναλωτή στην ποιότητα του ενδύματος και το brand name της κατασκευάστριας εταιρίας δικαιολογούν το χαρακτηρισμό της εποχής μας ως υπερκαταναλωτική. Το γεγονός αυτό επηρέασε και την αγορά παιδικών ενδυμάτων και το εμπορικό σήμα του παιδικού ενδύματος αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την αγορά και κατανάλωσή του. Ένδειξη αυτού του φαινομένου αποτελεί το γεγονός πως στην ελληνική αγορά κυριαρχούν τα επώνυμα παιδικά ενδύματα υψηλού σχεδιασμού και καλής ποιότητας. Η βιωσιμότητα λοιπόν ίδρυσης μιας μονάδας παραγωγής παιδικών ενδυμάτων εξαρτάται άμεσα από το brand name της νέας εταιρίας, το σχεδιασμό, την ποιότητα και τη διαφήμιση των προϊόντων.

3.6.4 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ (TECHNOLOGICAL)

Η τεχνολογική πρόοδος έχει καθορίσει το κόστος και το χρόνο παραγωγής παιδικών ενδυμάτων. Οι νέες τεχνολογίες που έχουν εισέλθει

στην παραγωγική διαδικασία των ενδυμάτων έχουν αυτοματοποιήσει σημαντικά κομμάτια παραγωγής όπως είναι ο σχεδιασμός, η κοπή, η ραφή και η συσκευασία. Τα αυτοματοποιημένα αυτά συστήματα προσφέρουν τη δυνατότητα παραγωγής ενδυμάτων σε μεγαλύτερες ποσότητες και καλύτερη ποιότητα ενώ απαιτείται μικρότερος αριθμός ανθρώπινου δυναμικού. Με τη νέα τεχνολογία κατά συνέπεια, έχει μειωθεί το κόστος παραγωγής καθώς επιτυγχάνονται οικονομίες κλίμακας. Οι μικρότερες λοιπόν εταιρίες που δεν θα έχουν τα απαιτούμενα κεφάλαια για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, θα εξακολουθήσουν να απασχολούν πολυάριθμο ανθρώπινο δυναμικό και η παραγωγή τους θα χαρακτηρίζεται ως εντάσεως εργασίας.

3.7 Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Από τη στιγμή που έχουμε αναλύσει την εγχώρια αγορά, είναι απαραίτητο να καθοριστεί και η στρατηγική του μάρκετινγκ έτσι ώστε να έχει η νέα επιχείρηση κερδοφορία και επιτυχή πορεία στον κλάδο. Για τη διαμόρφωση της στρατηγικής μάρκετινγκ είναι απαραίτητο να καθοριστούν οι βασικοί άξονες της, που είναι οι σκοποί και στόχοι της νέας μονάδας παραγωγής, η στοχοθέτηση και η τοποθέτηση.

3.7.1 ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΥΠΟ ΙΔΡΥΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ

Η εταιρία Joel λόγω της επιτυχημένης πορείας της στην αγορά ποιοτικού γυναικείου ενδύματος, έχει εδραιώσει το brand name ενώ έχει δημιουργήσει σχέσεις εμπιστοσύνης με το αγοραστικό κοινό. Σε αυτή τη σχέση εμπιστοσύνης θα στηριχθεί η νέα εταιρία Joel Junior και θα παράγει προϊόντα υψηλής ποιότητας, σχεδιασμού και προσίτης τιμής. Στόχος της νέας εταιρίας είναι τα παιδικά ενδύματα που θα παράγει να ανταγωνίζονται ποιοτικά τις μεγάλες διεθνείς μάρκες και τα μερίδια αγοράς που θα αποσπάσει να έχουν τα μεγέθη των μεγάλων επιχειρήσεων του κλάδου(2.00% έως 4%).

Όπως παρουσιάστηκε και στο διάγραμμα 3.3 η φαινομενική κατανάλωση παιδικών ενδυμάτων το έτος 2004 ήταν 23.050.000 τεμάχια και παρουσιάζει μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 0,86%.

Με βάση αυτά τα στοιχεία, το έτος 2008, έτος έναρξης λειτουργίας του νέου εργοστασίου, η φαινομενική κατανάλωση παιδικών ενδυμάτων αναμένεται να είναι 23.998.000 τεμάχια⁷. Η απόσπαση ποσοστού της τάξης του 2.8% της κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων σημαίνει αυτόματα πως η Joel Junior θα παράγει σε ετήσια βάση περίπου 670.000 τεμάχια.

Η μέση τιμή πώλησης των παιδικών ενδυμάτων της Joel Junior θα προσδιοριστεί από τη μέση τιμή πώλησης των τεσσάρων κύριων ανταγωνιστών της που είναι οι : Παπαϊωάννου Στ. Lapin House AEBE, Mandarino Int'L AE, Sprint ABEE, και Alouette A.E. Με βάση τα στοιχεία του πίνακα 3.8 (Μερίδια αγοράς επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων) ,3.7 (Πωλήσεις Παραγωγικών Επιχειρήσεων Παιδικών Ενδυμάτων) και 3.4 (Μέγεθος Εγχώριας

⁷ Πίνακας 3.13 ,Πρόβλεψη φαινομενικής κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων

Αγοράς Παιδικών Ενδυμάτων) θα καταρτίσουμε τον πίνακα 3.18 όπου φαίνεται η μέση τιμή πώλησης των εταιριών αυτών.

Πίνακας 3.18*

Μέση τιμή πώλησης των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων για το έτος 2005

Επωνυμία Επιχείρησης	Πωλήσεις το έτος 2005 (Σε Euro)	Φαινομενική κατανάλωση παιδικών ενδυμάτων στην Ελλάδα(2005)	Ποσοστό επί της φαινομενικής κατανάλωσης (έτος 2005)	πωλήσεις σε τεμάχια (έτος 2005)	Μέση τιμή πώλησης (ανα τεμάχιο σε euro)
"LAPIN HOUSE" AEBE	24.294.462,75	23.164.000	3,86%	894130,4	33,28
MANDARINO INT'L A.E.	22.866.670,12	23.164.000	4,29%	993735,6	16,72
SPRINT ABEE	13.530.040,52	23.164.000	4,00%	926560	9,49
ALOUETTE A.E.	16.986.812,87	23.164.000	2,56%	592998,4	19,02

(*) Τα δεδομένα του πίνακα προέρχονται από τον διαδικτυακό κόμβο των εφημερίδων Ναυτεμπορική(Premium Services) και Κέρδος.

Όπως παρατηρούμε από τον πίνακα 3.18 , η μέση τιμή πώλησης των ενδυμάτων των εταιριών αυτών είναι 23,30 Euro(έτος 2005). Με δεδομένο το γεγονός πως ο πληθωρισμός της Ελλάδας κυμαίνεται στο ποσοστό του 3,5%, το έτος 2008 (έτος έναρξης του επιχειρηματικού σχεδίου) η μέση τιμή αναμένεται να είναι 25,83 euro. Έχοντας ως στόχο να προσεγγίσουμε το ύψος των εσόδων της Joel Junior μέχρι το έτος 2014 , θα καταρτίσουμε ένα ετήσιο πρόγραμμα πωλήσεων. Τα ετήσια έσοδα της νέας επιχείρησης μέχρι το τελευταίο έτος του επενδυτικού σχεδίου αναμένεται να είναι τα δεδομένα του πίνακα 3.19 (η τιμή πώλησης θα αναπροσαρμόζεται βάση πληθωρισμού στο ύψος του 3,5%). Επίσης, η ποσότητα παραγωγής θα παραμείνει σταθερή για την πενταετία 2008-2011 καθώς η επιχείρηση δεν θα αποκτήσει νέο τεχνολογικό εξοπλισμό ή μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπινου δυναμικού από αυτόν που αρχικά είχε προγραμματιστεί.

Πίνακας 3.19

Συνολικά έσοδα προγράμματος

ΕΤΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ΣΕ ΤΕΜΑΧΙΑ)	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ (€)	ΠΩΛΗΣΕΙΣ (€)
2008	670.000	25,83	17306100,00
2009	670.000	26,73	17911813,50
2010	670.000	27,67	18538726,97
2011	670.000	28,64	19187582,42
2012	670.000	28,74	19254738,95
2013	670.000	29,74	19928654,82
2014	670.000	30,79	20626157,74

3.7.2 ΣΤΟΧΟΘΕΤΗΣΗ (TARGETING)

Η στοχοθέτηση ή διαφορετικά το target group που θα έχει η νέα μονάδα παραγωγής παιδικών ενδυμάτων είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία της στρατηγικής μάρκετινγκ. Όπως έχει αναφερθεί οι πελάτες των παιδικών ενδυμάτων είναι κατά κύριο λόγο τα νεαρά ζευγάρια που έχουν παιδί ηλικίας έως τεσσάρων ετών. Πιο συγκεκριμένα η ηλικιακή ομάδα γυναικών από 20 έως και 34 ετών κατέχει τα μεγαλύτερα ποσοστά γεννήσεων ζώντων τέκνων στην Ελλάδα για τα έτη 2001 και 2002 (ποσοστό μεγαλύτερο του 82%). Η συγκεκριμένη όμως ηλικιακή ομάδα γυναικών είναι και το κύριο target group της Joel (μητρικής εταιρίας της Joel Junior). Με άλλα λόγια, η Joel Junior θα απευθύνεται σε μητέρες ηλικίας 20 έως 34 ετών που είναι ήδη καταναλωτές των ενδυμάτων της μητρικής εταιρίας Joel. Το συγκεκριμένο target group θα ανήκει στη μέση και ανώτερη εισοδηματική τάξη και θα αναζητά την πρωτοτυπία και την ποιότητα στο ένδυμα.

3.7.3 ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ (POSITIONING)

Η τοποθέτηση του προϊόντος της επιχείρησης αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα στάδια της στρατηγικής μάρκετινγκ. Είναι ένα σημαντικό στοιχείο που προσδιορίζει το προϊόν και διαμορφώνει μια ανάγκη για την κατανάλωσή του. Θα μπορούσαμε να πούμε πως η τοποθέτηση αποτελεί μία πρόταση προς τους μελλοντικούς πελάτες να προτιμήσουν τα παιδικά ενδύματα της εταιρίας γιατί τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά τους δεν υπάρχουν σε άλλα παιδικά ενδύματα. Πιο συγκεκριμένα, η τοποθέτηση περιλαμβάνει τέσσερα στάδια: την ευρεία τοποθέτηση, τη συγκεκριμένη τοποθέτηση, την τοποθέτηση αξίας και την πρόταση συνολικής αξίας.

→ ευρεία τοποθέτηση

Η νέα επιχείρηση, ως ευρεία τοποθέτηση θα επιλέξει τη σχεδιαστική πρωτοτυπία και την ποιοτική υπεροχή των προϊόντων της έναντι των άλλων παιδικών ενδυμάτων. Με άλλα λόγια, θα προβάλλει τη διαφοροποίηση των προϊόντων της σε ποιοτικό και αισθητικό επίπεδο.

→ συγκεκριμένη τοποθέτηση

Αναφορικά με τη συγκεκριμένη τοποθέτηση, το συγκριτικό πλεονέκτημα της επιχείρησης θα είναι η ποιότητα των υφασμάτων, της ραφής και του σχεδιασμού των ενδυμάτων της που ανταγωνίζονται τα ενδύματα διεθνών οίκων. Πάνω από όλα όμως, θα τονιστεί πως έχει επιλεγεί η καλύτερη ποιότητα πρώτων υλών καθώς η επιχείρηση δείχνει μεγάλο σεβασμό στις ανάγκες που έχει η παιδική επιδερμίδα. Επιπρόσθετα, η σχεδιαστική πρωτοτυπία, προσφέρει χαρά και ικανοποίηση στα παιδιά συμβάλλοντας στη διαμόρφωση της ψυχικής τους υγείας.

→ τοποθέτηση αξίας

Η τοποθέτηση αξίας που θα ακολουθήσει η νέα εταιρία έχει να κάνει με τη μεγιστοποίηση της χρησιμότητας του καταναλωτή από την αγορά των

προϊόντων της εταιρίας (value for money). Η εταιρία λοιπόν θα ακολουθήσει ως τοποθέτηση αξίας το γεγονός ότι με αγορά των προϊόντων της τα οφέλη είναι περισσότερα ενώ η το χρηματικό αντίτιμο το ίδιο.

→ πρόταση συνολικής αξίας

Η πρόταση συνολικής αξίας για τα προϊόντα της Joel Junior θα παρουσιάζει το σύνολο των χαρακτηριστικών και των πλεονεκτημάτων της νέας επιχείρησης. Τα παιδικά ενδύματα της επιχείρησης θα απευθύνονται σε ένα μεγάλο αριθμό δυνητικών αγοραστών, θα προσφέρουν υψηλή ποιότητα ραφής και σχεδιασμού, ενώ η τιμή τους θα ανταποκρίνεται με τον καλύτερο τρόπο στα οφέλη που προσφέρουν.

3.7.4 ΣΤΟΙΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Το εμπορικό σήμα της επιχείρησης θα πρέπει να είναι σύντομο, έξυπνο και να προσδιορίζει τα προϊόντα που θα παράγει η νέα επιχείρηση. Στην περίπτωση της Joel Junior, το brand name της εταιρίας είναι σύντομο, έξυπνο, προσδιορίζει την ποιότητα των ενδυμάτων (λόγω της μητρικής εταιρίας Joel) και φαίνεται χαρακτηριστικά ότι οι καταναλωτές των προϊόντων είναι μικρά παιδιά (καθώς η λέξη Junior μεταφράζεται ως νεότερος).

3.8 Η ΤΑΚΤΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η τακτική μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η νέα επιχείρηση θα αποτελέσει σημαντικό παράγοντα για τη βιωσιμότητά της. Η τακτική μάρκετινγκ ορίζει και το μίγμα μάρκετινγκ (marketing mix) των προϊόντων της επιχείρησης. Το μίγμα μάρκετινγκ αναλύεται σε τέσσερα βασικά στοιχεία: το προϊόν, την τιμή, την προώθηση και τη διανομή.

3.8.1 ΠΡΟΪΟΝ

Η νέα επιχείρηση έχει ως στόχο την παραγωγή μιας ποικιλίας παιδικών ενδυμάτων σε διάφορα χρώματα και μεγέθη, που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες ένδυσης παιδιών ηλικίας έως τεσσάρων ετών. Πιο συγκεκριμένα, θα παράγει και θα διαθέτει τα εξής ενδύματα:

- ⇒ Μπλούζες.
- ⇒ Πουκάμισα.
- ⇒ Παντελόνια.
- ⇒ Φορέματα.
- ⇒ Φούστες.

Η ποιότητα του υφάσματος που θα χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή των ενδυμάτων θα έχει ως κύριο άξονα το σεβασμό προς την παιδική επιδερμίδα. Τα υφάσματα που προβλέπεται να χρησιμοποιηθούν θα είναι κυρίως από βαμβάκι γιατί είναι εξαιρετικά απορροφητικά, ανθεκτικά και επιτρέπουν στο δέρμα να αναπνέει. Επίσης, τα ελαστικά υφάσματα (ελαστίνη) βελτιώνουν την εφαρμογή και την άνεση στο ένδυμα.

Παράλληλα, προβλέπεται στη διαδικασία παραγωγής να υπάρχει και ο απαιτούμενος τεχνολογικός εξοπλισμός όπου θα ελέγχεται ποιοτικά το παραγόμενο προϊόν.

Αναφορικά με τα μεγέθη των παιδικών ενδυμάτων θα πρέπει να τονίσουμε το γεγονός πως τα παιδιά από νεογέννητα μέχρι την ηλικία των τεσσάρων ετών έχουν μια πολύ γρήγορη ανάπτυξη. Όπως προκύπτει από τον πίνακα 3.20 το ύψος των παιδιών ηλικίας έως τεσσάρων ετών κυμαίνεται σε εννιά επίπεδα. Τα μεγέθη λοιπόν των παιδικών ενδυμάτων που θα κατασκευάσει η επιχείρηση θα είναι εννιά.

Πίνακας 3.20
Μεγεθολόγιο παιδικών ενδυμάτων

Μέγεθος Ενδύματος	Ηλικία παιδιού	Ύψος Παιδιού
1	0-1 ΜΗΝΩΝ	50 cm
2	3-6 ΜΗΝΩΝ	62 cm
3	6-9 ΜΗΝΩΝ	68 cm
4	9-12 ΜΗΝΩΝ	74 cm
5	12-15 ΜΗΝΩΝ	80 cm
6	15-18 ΜΗΝΩΝ	86 cm
7	2 ΕΤΩΝ	92 cm
8	3 ΕΤΩΝ	98 cm
9	4 ΕΤΩΝ	104 cm

Η νέα επιχείρηση όμως, έχοντας ως στόχο την πώληση παιδικών ενδυμάτων με τον απόλυτο σεβασμό προς το παιδί, θα πρέπει να διαμορφώνει σε καθημερινή βάση μια σχέση εμπιστοσύνης με το καταναλωτικό κοινό, που είναι οι γονείς των παιδιών. Μια τέτοια σχέση μπορεί να καλλιεργηθεί αν λειτουργεί μια τηλεφωνική υπηρεσία όπου θα καταγράφονται και θα επιλύονται διάφορα προβλήματα ή παράπονα ή ακόμα και προτάσεις που έχουν οι γονείς αναφορικά με τα παιδικά ενδύματα.

3.8.2 ΤΙΜΗ

Η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει η νέα επιχείρηση θα πρέπει να έχει ως στόχο την κερδοφορία, λαμβάνοντας όμως υπόψη όλους τους παραπάνω παράγοντες αναφορικά με την τιμολογιακή πολιτική των ανταγωνιστών.

Οι τιμές των παιδικών ενδυμάτων της νέας εταιρίας, θα διαμορφωθούν από τις τιμές πώλησης των αντίστοιχων ανταγωνιστριών εταιριών που δεσπόζουν στον κλάδο. Έχοντας ως δεδομένο ότι η μέση τιμή πώλησης για το έτος 2008 αναμένεται να είναι 25,83 €, θα μπορούσαμε να προτείνουμε κάποιες ενδεικτικές τιμές λιανικής πώλησης όπως φαίνεται στον πίνακα 3.21. Επειδή το κόστος κατασκευής των ενδυμάτων διαφέρει ανάλογα με το μέγεθος και την ποιότητα του ενδύματος, στον πίνακα 3.21 παρουσιάζεται η ανώτατη και κατώτατη προτεινόμενη τιμή ανά ένδυμα.

Πίνακας 3.21
Κατάλογος προτεινόμενων τιμών λιανικής πώλησης

ΕΙΔΟΣ	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΤΙΜΕΣ ΤΕΜΑΧΙΟΥ (€)
Μπλούζες	25,00-26,00
Πουκάμισα	25,50-26,50
Παντελόνια	25,00-26,00
Φορέματα	26,00-27,00
Φούστες	24,00-25,00

3.8.3 ΠΡΟΩΘΗΣΗ

Η προώθηση των ενδυμάτων της νέας εταιρίας είναι έννοια που πηγάζει από τη σωστή προώθηση της φήμης των προϊόντων. Κατά συνέπεια θα πρέπει να διαμορφωθεί μια σχέση εμπιστοσύνης ανάμεσα στα προϊόντα της επιχείρησης και το καταναλωτικό κοινό. Είναι με άλλα λόγια η διαδικασία που απαιτείται έτσι ώστε να γίνει το προϊόν τη επιχείρησης επώνυμο. Για την υλοποίηση αυτού του στόχου θα πρέπει να ακολουθηθούν ορισμένα κινήσεις προώθησης με σημαντικότερη τη διαφήμιση. Είναι σχεδόν βέβαιο πως για την καθιέρωση ενός προϊόντος απαιτείται διαφημιστική προβολή στον περιοδικό τύπο, την τηλεόραση και τις εφημερίδες. Με την διαφήμιση θα γίνουν γνωστά τα προϊόντα της νέας εταιρίας και θα καθιερωθεί το brand name .

Εξίσου σημαντικό όμως θα ήταν να δημιουργηθεί ιστοσελίδα της νέας επιχείρησης στο διαδίκτυο. Μέσω της ιστοσελίδας θα παρέχεται ακριβής πληροφόρηση αναφορικά με τα προϊόντα της εταιρίας, τη φιλοσοφία, το όραμά της και τους στόχους της. Η σελίδα αυτή θα ενημερώνεται τακτικά ενώ μέσω αυτής θα υπάρχει η δυνατότητα επικοινωνίας των πελατών με την επιχείρηση με τη χρήση ηλεκτρονικών μηνυμάτων. Η χρήση του διαδικτύου αναμένεται να συμβάλει σημαντικά στην ενημέρωση των πελατών της επιχείρησης στην αύξηση του μεριδίου αγοράς.

3.8.4 ΔΙΑΝΟΜΗ

Η διανομή των παιδικών ενδυμάτων θα ξεκινά από τη Βιομηχανική Περιοχή της Θεσσαλονίκης όπου και θα εδρεύει η επιχείρηση. Το συγκεκριμένο σημείο που έχει επιλεγεί για την εγκατάσταση της επιχείρησης παρέχει όλες τις απαραίτητες υποδομές για την μεταφορά των πρώτων υλών και τη διανομή των τελικών προϊόντων.

Η συγκεκριμένη βιομηχανική περιοχή βρίσκεται δίπλα στην εθνική οδό Αθηνών – Θεσσαλονίκης ,πλησίον σιδηροδρομικού σταθμού, κοντά στο κέντρο της Θεσσαλονίκης και το λιμάνι της Θεσσαλονίκης και οι οδικοί άξονες στα πλαίσια της ζώνης είναι άρτιοι. Υπάρχουν λοιπόν όλες οι προϋποθέσεις για την ομαλή μεταφορά των τελικών προϊόντων και των πρώτων υλών. Η διαδικασία που θα ακολουθηθεί για την διανομή των προϊόντων θα περιλαμβάνει τρία στάδια :

1ο Στάδιο.

Το πρώτο στάδιο θα περιλαμβάνει αρχικά τη συλλογή των υφασμάτων που έχουν κοπεί και σχεδιαστεί . Τα υφάσματα αυτά θα μεταφέρονται στις μονάδες ραφής με τις οποίες θα συνεργάζεται η νέα επιχείρηση. Η μεταφορά θα γίνεται με ιδιόκτητα φορτηγά δημοσίας χρήσεως.

2ο Στάδιο.

Στο δεύτερο στάδιο θα μεταφέρονται στις κεντρικές αποθήκες της επιχείρησης τα ενδύματα που είχαν σταλεί για ραφή. Εκεί θα ταξινομούνται τα ενδύματα βάση του είδους, του χρώματος και του τελικού προορισμού τους. Η μεταφορά στις κεντρικές αποθήκες θα γίνεται με ιδιόκτητα φορτηγά δημοσίας χρήσεως.

3ο Στάδιο.

Το τρίτο στάδιο θα περιλαμβάνει τη μεταφορά των ενδυμάτων από τις κεντρικές αποθήκες προς τα καταστήματα λιανικής πώλησης . Η μεταφορά θα γίνεται με τα ιδιόκτητα φορτηγά δημοσίας χρήσεως.

Η διανομή των παιδικών ενδυμάτων είναι βαρύνουσας σημασίας καθώς ο ανταγωνισμός, ιδιαίτερα σε περιόδους γιορτών και αλλαγής της σεζόν, είναι ιδιαίτερα έντονος. Για να μπορέσει η νέα επιχείρηση να ακολουθήσει με συνέπεια ένα πρόγραμμα διανομής, θα πρέπει υπάρξει αυστηρός προγραμματισμός τόσο σε επίπεδο προμηθειών πρώτων υλών , όσο και σε επίπεδο παραγωγής. Η συνέπεια στη διανομή των ενδυμάτων αποτελεί σημαντικό συστατικό της σχέσης εμπιστοσύνης που θα δημιουργήσει η επιχείρηση με τους τελικούς καταναλωτές.

3.9 ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Έχοντας ως στόχο την υλοποίηση του επταετούς σχεδίου πωλήσεων (πίνακας 3.18) θα πρέπει η νέα επιχείρηση να καταρτίσει ένα λεπτομερές πρόγραμμα παραγωγής που θα της επιτρέψει να έχει τον ετήσιο τζίρο που έχει προβλέψει. Η δομή του προγράμματος παραγωγής θα περιγράφει την ένταση της παραγωγής σε άμεση συνάρτηση με τη χρονική διάρκεια που απαιτείται.

Στη κατάρτιση του προγράμματος θα πρέπει να ληφθεί υπόψη πως η αγορά των παιδικών ενδυμάτων παρουσιάζει ιδιαίτερη αύξηση σε περιόδους αλλαγής της σεζόν και σε περιόδους εορτών. Πιο συγκεκριμένα , τον Οκτώβριο και το Μάιο ξεκινάνε οι δύο βασικές περίοδοι (χειμερινή και καλοκαιρινή) όπου η επιχείρηση θα πρέπει να έχει προμηθεύσει τα καταστήματα λιανικής πώλησης με μεγάλες ποσότητες ενδυμάτων. Ανάλογο προγραμματισμό παραγωγής θα πρέπει να έχει καταρτίσει η επιχείρηση για τις περιόδους των εορτών του Πάσχα και των Χριστουγέννων όπου κορυφώνεται η αγορά των παιδικών ενδυμάτων. Για να επιτευχθεί ο έγκαιρος και ακριβής προγραμματισμός διανομής τις συγκεκριμένες περιόδους , θα πρέπει τους προηγούμενους δύο μήνες πριν από την έναρξη των περιόδων η παραγωγική

δυναμικότητα της μονάδας να αγγίζει το 100%.Ο προγραμματισμός λοιπόν των αδειών των εργαζομένων θα πρέπει να γίνεται σε άλλες χρονικές περιόδους.

Παράλληλα όμως με τον προγραμματισμό παραγωγής των απαιτούμενων ποσοτήτων ενδυμάτων,θα πρέπει να υπάρχει και η διασφάλιση της ποιότητας των ενδυμάτων.Στη νέα επιχείρηση λοιπόν θα λειτουργήσει το Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας ISO.Εξίσου σημαντικό όμως είναι να αναφερθεί πως η νέα επιχείρηση θα επιλέξει υφάσματα και βοηθητικές ύλες που θα φέρουν πιστοποιητικά τα ποιότητας ΟΕΚΟΤΕΧ 100 και anti-nickel και θα είναι απαλλαγμένα από κάθε ύλη που θα μπορούσε να βλάψει τον ευαίσθητο παιδικό οργανισμό.

Τέλος,για να μπορέσει η επιχείρηση να είναι ανταγωνιστική,θα πρέπει να επενδύσει σημαντικά ποσά στο μάρκετινγκ. Οι μέσες δαπάνες μάρκετινγκ των παραγωγικών επιχειρήσεων παιδικών ενδυμάτων που δεσπόζουν στην ελληνική αγορά κυμαίνονται στο 10% του ετήσιου τζίρου που είχαν την προηγούμενη χρήση.⁸ Κατά συνέπεια ένα ποσοστό της τάξης του 10% του συνολικού τζίρου της επιχείρησης θα αφορά το συνολικό κόστος μάρκετινγκ και θα την καταστήσει ανταγωνιστική στην αγορά.Έχοντας ως δεδομένο ότι ο πληθωρισμός θα κυμαίνεται στο ύψος του 3,5%, το συνολικό κόστος μάρκετινγκ διαχρονικά παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3.22
Συνολικό κόστος μάρκετινγκ

Έτος	Συνολικό κόστος μάρκετινγκ
2008	1.730.610,00
2009	1.791.181,35
2010	1.853.872,70
2011	1.918.758,24
2012	1.985.914,78
2013	2.055.421,80
2014	2.127.361,56

⁸ Διαδικτυακός τόπος εφημερίδας Ναυτεμπορική(Premium Services)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

4.1.1 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ

Η βασική πρώτη ύλη που χρησιμοποιείται στην παραγωγή παιδικών ενδυμάτων είναι το σταθερό ύφασμα που προέρχεται είτε από την εγχώρια είτε από τη διεθνή αγορά. Η τιμή του υφάσματος και η ποιότητά του αποτελούν προσδιοριστικούς παράγοντες της τιμής και της ποιότητας του τελικού προϊόντος. Με άλλα λόγια, η τιμή και η ποιότητα του υφάσματος θα πρέπει να είναι οι δύο βασικοί προσδιοριστικοί παράγοντες επιλογής προμηθευτή υφασμάτων.

Αναφορικά με την ποιότητα και τα είδη των υφασμάτων θα μπορούσαμε να πούμε πως υπάρχει μια ευρεία γκάμα. Τα κυριότερα είδη υφάσματος που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή παιδικών ενδυμάτων είναι:

⇒ Βαμβάκι

Το βαμβάκι αποτελεί κλωστική ινώδης ύλη που προέρχεται από το χνούδι του υποτροπικού θάμνου βαμβακιά. Το αγνό βαμβάκι είναι εξαιρετικά απορροφητικό, ανθεκτικό και επιτρέπει στο δέρμα να αναπνέει. Τα βαμβακερά ενδύματα πλένονται στο πλυντήριο συνήθως χωρίς πρόβλημα.

⇒ Βαμβάκι στρετς

Ο υψηλής ποιότητας συνδυασμός των ινών του βαμβακιού - γνωστού για την άνεση στο φόρεμα - και των ινών ελαστίνης που δίνουν ελαστικότητα και έχει ως αποτέλεσμα την τέλεια εφαρμογή στο σώμα και τη μακρόχρονη διατήρηση της φόρμας του ενδύματος.

⇒ Βελουτέ τύπου Νίκι (Nicky- Velour)

Κατασκευάζεται κατά κανόνα από βαμβάκι, βισκόζη ή από άλλες απαλές συνθετικές ίνες. Είναι ελαστικό με βελούδινη, απαλή υφή και προσαρμόζεται σε κάθε κίνηση. Για όλους αυτούς τους λόγους αποτελεί αγαπημένη ποιότητα για ρούχα που φοριούνται μέσα στο σπίτι και για πρακτικά παιδικά ρούχα.

⇒ Βισκόζη (Viskose)

Η βισκόζη είναι υλικό που προέρχεται από την κατεργασία της κυτταρίνης (το αρχικό υλικό είναι ξύλο οξιάς ή πεύκου ή βαμβάκι, ακατάλληλο για

γνέψιμο) και χρησιμοποιείται για την κατασκευή ελαφρών υφασμάτων που αγκαλιάζουν το σώμα.

⇒ CLIMALITE (κλάϊμαλάϊτ)

Ύφασμα που διαπερνάται από ιδρώτα και επιτρέπει στο δέρμα να αναπνέει. Στεγνώνει πολύ γρήγορα και ο ιδρώτας αποβάλλεται πολύ εύκολα. Το αποτέλεσμα: Μόνιμα στεγνό δέρμα και άνεση όταν φοριέται.

⇒ CoolMAX (κούλ-μαξ)

Ίνες με τέσσερις γωνίες και μεγάλη επιφάνεια, οι οποίες επιτρέπουν την ταχεία μεταφορά του ιδρώτα έξω από το ένδυμα, ώστε να μπορεί να εξατμισθεί εύκολα. Το υλικό αυτό έχει απαλή υφή και επιτρέπει στο δέρμα να αναπνέει. Καθότι απορροφά πολύ λίγη υγρασία στεγνώνει αμέσως και πλένεται στο πλυντήριο.

⇒ Crinkle (κρίνκλ)

Υφάσματα με τσαλακωμένη όψη, από καθαρό βαμβάκι ή βαμβάκι με προσθήκη άλλων υλικών, από μετάξι ή από συνθετικά υλικά. Το τσαλακωμένο ύφος επιτυγχάνεται με ειδική θερμαντική επεξεργασία του υφάσματος. Μεγάλο προτέρημα των υφασμάτων αυτών είναι ότι απαλλάσσουν από το σιδέρωμα.

⇒ Easy care (Ιζι κέρ)

Ως easy care χαρακτηρίζονται τα υφάσματα τα οποία λόγω χημικής επεξεργασίας τους με τεχνητή ρητίνη, αποκτούν ιδιαίτερες ιδιότητες που τα κάνουν πιο πρακτικά. Έτσι το ύφασμα μπορεί να γίνεται απωθητικό στους ρύπους και στη σκόνη, να μην λεκιάζει, να είναι ανθεκτικό στον σκόρο, να επαναποκτά τη λεία του επιφάνεια χωρίς σιδέρωμα ή ακόμη να στεγνώνει χωρίς να τσαλακώνει. Όποιες από τις παραπάνω ιδιότητες υπάρχουν στο ύφασμα αναγράφονται στην ετικέτα του ενδύματος.

⇒ Ελαστίνη (Elasthan)

Συνθετικές ελαστικές ίνες οι οποίες πρωτίστως χρησιμοποιούνται για την βελτίωση της εφαρμογής και της άνεσης στο φόρεμα. Είναι εξαιρετικά ελαστικές, εύκολες στην περιποίηση και διατηρούν το σχήμα τους. Το συνηθισμένο ποσοστό ελαστίνης στα παντελόνια και στις φούστες είναι 3-7%. Για ενδύματα που είναι εφαρμοστά στο σώμα, ιδίως για υψηλής ποιότητας μαγιώ και εσώρουχα το ποσοστό της ελαστίνης φτάνει έως και 30%. Ισχύει ο κανόνας ότι όσο υψηλότερο είναι το ποσοστό της ελαστίνης τόσο καλύτερη είναι και η εφαρμογή του ενδύματος στο σώμα.

⇒ Ζέρσεϋ τύπου single (Single – Jersey)

Από τότε που εφευρέθηκαν οι μακό μπλούζες T-Shirt, η ποιότητα του ζέρσεϋ τύπου single έγινε ιδιαίτερα δημοφιλής. Λόγω της λεπτής του πλέξης, ανταποκρίνεται σε κάθε κίνηση, είναι ιδιαίτερα απαλό και επιτρέπει στο δέρμα

να αναπνέει. Όλες αυτές οι θετικές ιδιότητες το κάνουν ιδανικό για μακό μπλουζάκια, για νυχτικά, για αθλητικά και για παιδικά ρούχα.

⇒ Κοτλέ

Ύφασμα ανάγλυφο στο οποίο το πέλος εναλλάσσονται βελούδινες και απλές λείες ρίγες. Τα κοτλέ υφάσματα ξεχωρίζουν για την ανθεκτικότητα και τη μεγάλη διάρκεια ζωής τους. Χρησιμοποιούνται ιδίως για παντελόνια, γιλέκα και σακάκια στο στυλ του τζιν.

⇒ Λινό

Κλωστή που προέρχεται από τις ίνες του ποώδους φυτού λινάρι. Το λινό χαρακτηρίζεται από εξαιρετική ανθεκτικότητα. Η δροσερή του υφή, η λεία επιφάνεια, η ελαφρά γυαλάδα του και το γεγονός ότι αποθηκεύει ελάχιστη θερμότητα, καθιστούν το λινό ως το ιδανικό υλικό για υψηλής ποιότητας καλοκαιρινά ενδύματα. Η πτυχές που δημιουργούνται με το φόρεμα τονίζουν τον πολύ κομψό αλλά ταυτόχρονα και κάζουαλ χαρακτήρα του λινού ενδύματος.

⇒ Ντένιμ (Denim)

Ανθεκτικό βαμβακερό υλικό το οποίο χρησιμοποιείται κυρίως για τα ρούχα τζιν. Τα έτοιμα ραμμένα ενδύματα αποκτούν μέσω διαφόρων διαδικασιών ξεπλύμματος (π.χ. πετροβολισμός) την μοντέρνα τους όψη. Το βάρος του υφάσματος μετράτε σε ουγκίες.

⇒ Νάϊλον (Nylon)

Πολύ λεπτές, χημικές ίνες οι οποίες παρασκευάζονται από πολυαμιδη (Polyamid). Εφευρέθηκαν από τον W.H.Carother. Από τη δεκαετία του πενήντα και μετά αποτελεί απαραίτητο υλικό στο χώρο της μόδας γεγονός καθόλου περίεργο, εάν κανείς αναλογισθεί τη μεγάλη του ανθεκτικότητα, την ευκολία του στην περιποίηση καθώς και το ότι δεν τσαλακώνει ενώ στεγνώνει ταχύτατα. Για όλους αυτούς τους λόγους το νάϊλον είναι το ιδανικό υλικό για αθλητικά αλλά και για κομψά ενδύματα.

⇒ Πολυεστέρας

Οι ίνες του πολυεστέρα ανήκουν στις συνθετικές ίνες. Οι κλωστές από ίνες πολυεστέρα είναι πολύ πιο ομοιόμορφες από τις κλωστές από φυσικές ίνες. Ο πολυεστέρας, όταν επεξεργαστεί κατάλληλα, συγκρατεί τη ζέστη. Όταν οι ίνες λειανθούν, δίνουν αίσθηση δροσιάς. Συνεπώς από ίνες πολυεστέρα μπορεί να κατασκευασθεί ένα ζεστό πουλόβερ όπως και ένα δροσερό καλοκαιρινό φόρεμα. Λόγω της μεγάλης ελαστικότητας και την ελάχιστη τάση προς τσαλάκωμα οι ίνες πολυεστέρα είναι πολύ εύκολες στην περιποίηση. Με λίγα λόγια πρόκειται για ένα πολύ πρακτικό υλικό που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ποικιλοτρόπως.

⇒ Φανέλα (Flanell)

Κλασικό ύφασμα από βαμβάκι, μαλλί ή βισκόζη. Κατόπιν ειδικής επεξεργασίας αποκτούν και οι δύο πλευρές του χνουδωτή όψη με αποτέλεσμα να είναι ιδιαίτερα μαλακό, ζεστό και απαλό.

⇒ Φλίζ (Fleece)

Ιδιαίτερα πρακτικό για αθλητικά ρούχα και ρούχα κάζουαλ. Για ρούχα χειμωνιάτικα κατασκευάζεται σε πυκνή, χνουδωτή και ζεστή ποιότητα ενώ για ρούχα καλοκαιρινά σε ποιότητα πιο ανάλαφρη. Πάντοτε όμως χαρακτηρίζεται για τη μεγάλη του ανθεκτικότητα και ευκολία στην περιποίηση γιατί οι ίνες πολυεστέρα - σε αντίθεση με τις φυσικές ίνες - απορροφούν μόνο ελάχιστα την υγρασία. Χαρακτηρισμός υλικού ως "συμπαθητικό στο δέρμα" Ένα υλικό χαρακτηρίζεται επίσημα ως "συμπαθητικό στο δέρμα" όταν έχουν προηγηθεί εργαστηριακοί έλεγχοι από ανεξάρτητα εργαστήρια ή επιστημονικά ινστιτούτα, σχετικά με το αν είναι σύμφωνο προς την υπ' αριθμ. 100 οικολογική προδιαγραφή για υφάσματα.

Τα υφάσματα ελληνικής κατασκευής θεωρούνται αρκετά φθηνά σε σχέση με τα ευρωπαϊκά και η ποιότητά τους θα μπορούσε να χαρακτηριστεί εφάμιλλη με αυτή των καλύτερων ευρωπαϊκών. Στα πλαίσια της παρούσας μελέτης όπου στόχος της δεν είναι μόνο η βιωσιμότητα της νέας επιχείρησης αλλά και η γενικότερη ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, θα επιλεγούν και θα αναλυθούν οι ελληνικές παραγωγικές επιχειρήσεις υφασμάτων.

Ο αριθμός των ελληνικών επιχειρήσεων που παράγουν όλους τους παραπάνω τύπους υφάσματος είναι αρκετά μεγάλος. Οι οργανωμένες όμως επιχειρήσεις με μεγάλο όγκο παραγωγής υφάσματος και μακρόχρονη πορεία στο κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας είναι λιγότερες. Οι κυριότερες από αυτές είναι οι εξής :

⇒ Istos Fashion A.E.

Η επιχείρηση εδρεύει στη Νέα Ιωνία Θεσσαλονίκης και έχει μόνιμο εργατικό δυναμικό 34 ατόμων. Κύρια δραστηριότητά της είναι η παραγωγή υφασμάτων βαμβακερών, συνθετικών και τεχνητών ινών.

⇒ Πασματέξ Α.Ε.

Η επιχείρηση εδρεύει στη Θέρμη Θεσσαλονίκης και έχει μόνιμο προσωπικό 22 ατόμων. Παράγει κατά κύριο λόγο συνθετικά και τεχνητά υφάσματα.

⇒ Πλέσσα Πλεκτήρια ΑΒΕΕ

Η επιχείρηση εδρεύει στην Αθήνα και απασχολεί 52 άτομα μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητά της είναι η παραγωγή πλεκτών υφασμάτων.

⇒ Κενταποτζίδη Α.Ε.

Η επιχείρηση εδρεύει στη Θέρμη Θεσσαλονίκης και απασχολεί μόνιμο προσωπικό 105 ατόμων. Κύρια δραστηριότητά της είναι η παραγωγή πλεκτών και βαμβακερών υφασμάτων.

⇒ Νάουσα Τεξτίλ ΑΒΕΕ

Η επιχείρηση εδρεύει στη Νάουσα Ημαθίας και απασχολεί μόνιμο προσωπικό 35 άτομα. Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης είναι η παραγωγή μάλλινων και σύμμικτων υφασμάτων.

⇒ Κουδούνης Χρ. ΑΒΕΕ

Η επιχείρηση εδρεύει στην Αθήνα και απασχολεί 44 άτομα ως μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης είναι η κατασκευή υφασμάτων πλέξης και βαμβακερά.

⇒ Φαρμπετεξ Α.Ε.

Η επιχείρηση εδρεύει στο Κιλκίς και απασχολεί 210 άτομα ως μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης είναι η παραγωγή πλεκτών υφασμάτων, και υφασμάτων πλέξης κροσε.

⇒ Ελλάς Κόττον Α.Ε.

Η επιχείρηση εδρεύει στη Βιομηχανική περιοχή Σίνδου Θεσσαλονίκης και απασχολεί 52 άτομα μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητά της είναι η παραγωγή πλεκτών υφασμάτων.

⇒ Γιαγκίτσης Α.Ε.

Η επιχείρηση εδρεύει στη Μεταμόρφωση Αττικής και απασχολεί 62 άτομα μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητά της είναι η κατασκευή υφασμάτων βαμβακερών, πλεκτών και σύμμικτων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότερες από τις προαναφερθείσες παραγωγικές επιχειρήσεις υφασμάτων εδρεύουν στην περιοχή της Θεσσαλονίκης γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό καθώς η μονάδα παραγωγής που θα ιδρύσουμε θα εδρεύει στο Νομό Θεσσαλονίκης.

4.1.2 ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΥΛΕΣ

Πέρα από το ύφασμα που είναι η βασική πρώτη ύλη για κάθε ένδυμα , υπάρχουν και διάφορα άλλα υλικά που είναι απαραίτητα για την ολοκλήρωση της παραγωγής του παιδικού ενδύματος. Τέτοια υλικά είναι τα εξής :

⇒ Κλωστές

Η ποιότητα των κλωστών καθορίζει την ανθεκτικότητα και την ποιότητα του ενδύματος, και αποδίδει στο ρούχο το σωστό σχέδιο. Στην ελληνική αγορά κλωστών, η επιχείρηση που κυριαρχεί είναι η Μουζάκης Ελ. ΑΕΒΕΜΕ με το γνωστό brand name ΚΛΩΣΤΑΙ ΠΕΤΑΛΟΥΔΑΣ. Η επιχείρηση εδρεύει στην Αθήνα και απασχολεί 900 άτομα μόνιμο προσωπικό κύρια δραστηριότητά της είναι η παραγωγή κλωστών ραφής για βιομηχανική και οικιακή χρήση. Τα προϊόντα αυτά παράγονται από 100% βαμβάκι, Polycotton (core-yarns), Spun Polyester, Texturised Polyester και Polyamide. Διατίθενται στην Ελληνική αγορά και το εξωτερικό με τις 2 βασικές μάρκες της εταιρείας «ΠΕΤΑΛΟΥΔΑ» και «ASSOS». Η εταιρία Μουζάκης προμηθεύει σχεδόν όλες της βιομηχανίες και βιοτεχνίες της Ελλάδος.

Στο χώρο της παραγωγής κλωστών υπάρχουν και άλλες παραγωγικές επιχειρήσεις όπως η VIOKONIM Α.Ε, η ILIOTEX Α.Ε. και η BRILLANT Α.Ε οι οποίες όμως δεν μπορούν να ανταγωνιστούν το brand name, την ποιότητα και τις τιμές της Μουζάκης Ελ. ΑΕΒΕΜΕ.

⇒ Κουμπιά και Φερμουάρ

Τα κουμπιά και τα φερμουάρ πέρα από τη λειτουργική τους χρήση, βελτιώνουν και το σχεδιασμό του παιδικού ενδύματος. Στην ελληνική αγορά τα κουμπιά και τα φερμουάρ διατίθενται σε διάφορα σχήματα και μεγέθη, ενώ οι κυριότεροι κατασκευαστές στη ελληνική αγορά είναι:

- Η Ομηρος ΑΒΕΕ που εδρεύει στον Πειραιά και κατασκευάζει φερμουάρ και κουμπιά σε όλα τα μεγέθη και τα σχήματα.
- Η ΒΜS ΑΕΒΕ που εδρεύει στη Λάρισα και απασχολεί 35 άτομα μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητα της εταιρίας είναι η κατασκευή κουμπιών και φερμουάρ σε όλα τα μεγέθη και τα σχήματα.
- Η ΥΚΚ ΗΕΛΛΑΣ ΑΕΒΕ που εδρεύει στην Αθήνα και απασχολεί 55 άτομα μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητα και αυτής της εταιρίας είναι η κατασκευή κουμπιών και φερμουάρ σε όλα τα μεγέθη.

⇒ Στάμπες

Οι στάμπες που τοποθετούνται κατά κύριο λόγο στις παιδικές μπλούζες αποτελούν μέρος της δημιουργίας του σχεδιαστή ενδυμάτων. Η ποιότητα τη στάμπας καθορίζει την ποιότητα και την εμφάνιση του παιδικού ενδύματος. Στην ελληνική αγορά οι κυριότεροι προμηθευτές είναι:

- Η Βιοστάμπ ΑΒΕΕ, που εδρεύει στο Καλοχώρι Θεσσαλονίκης και απασχολεί 85 άτομα ως μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης είναι η τυποβαφή.

- Τα Αθηναϊκά Τυποβαφεία ΑΕΒΕ. Η επιχείρηση εδρεύει στο Αιγάλεω Αττικής και απασχολεί 57 άτομα μόνιμο προσωπικό. Κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης είναι η τυποβαφή.

4.1.3 ΕΦΟΔΙΑ ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΟΥ

Για την επίτευξη των στόχων του μάρκετινγκ και τη βιωσιμότητα της επένδυσης είναι απαραίτητο να οριστούν τα εφόδια που είναι απαραίτητα για την επιτυχή λειτουργία της μονάδας παραγωγής παιδικών ενδυμάτων. Πιο συγκεκριμένα, τα απαραίτητα εφόδια διαχωρίζονται σε :

⇒ Βοηθητικά υλικά και υπηρεσίες κοινής ωφέλειας

- Ηλεκτρισμός

Το εργοστάσιο παραγωγής παιδικών ενδυμάτων έχει πάγιες και λειτουργικές ανάγκες και είναι απαραίτητη η συνεχής παροχή του με ηλεκτρική ενέργεια. Το μεγαλύτερο ποσοστό ενέργειας θα δαπανάται για τη λειτουργία των μηχανών σχεδιασμού και αυτόματης κοπής των ενδυμάτων. Αρκετή ενέργεια όμως θα δαπανάται και στους χώρους αποθήκευσης των πρώτων υλών και των τελικών προϊόντων αλλά και στους βοηθητικούς χώρους του εργοστασίου. Τα λειτουργικά έξοδα του εργοστασίου που αφορούν την παροχή ενέργειας, θα επιβαρύνονται και από κατανάλωση ρεύματος για τη χρήση ηλεκτρικών συσκευών, ηλεκτρονικών υπολογιστών και κλιματιστικών μηχανημάτων. Η παροχή ηλεκτρικού ρεύματος θα γίνεται από τη Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού. Για την αδιάκοπτη λειτουργία του εργοστασίου όμως, η επιχείρηση θα προμηθευτεί και ένα σύστημα γεννητριών για εφεδρική χρήση. Σε περίπτωση λοιπόν διακοπής ρεύματος ή άλλων τεχνικών βλαβών που θα είναι αδύνατη η τροφοδοσία του εργοστασίου με ηλεκτρικό ρεύμα από τη ΔΕΗ, θα τίθεται σε λειτουργία το σύστημα γεννητριών.

- Ύδρευση

Εκτός από τις ανάγκες για ενέργεια, το εργοστάσιο έχει καθημερινές λειτουργικές ανάγκες ύδρευσης. Οι ανάγκες αυτές θα καλύπτονται από την εταιρία ύδρευσης Θεσσαλονίκης και κατά τακτά χρονικά διαστήματα θα στέλνονται ποσότητες νερού για ανάλυση στο Γενικό Χημείο του Κράτους.

- Καύσιμα

Η επιχείρηση θα δαπανά μεγάλο μέρος καυσίμων στη για τις μεταφορές που θα πραγματοποιεί με τα φορτηγά της. Επίσης, θα πρέπει να υπάρχουν αποθηκευμένες ποσότητες πετρελαίου για να λειτουργήσουν οι γεννήτριες σε περίπτωση διακοπής ρεύματος.

⇒ Υλικά συσκευασίας και περιέκτες

Για τη συλλογή και την ταξινόμηση των πρώτων υλών του εργοστασίου αλλά και την τελική συσκευασία των τελικών προϊόντων είναι απαραίτητο να υπάρχουν διαρκώς οι απαιτούμενες ποσότητες σε υλικά συσκευασίας. Θα

πρέπει να υπάρχει μεγάλη ποσότητα χάρτινων κουτιών (για τις πρώτες ύλες και τα τελικά προϊόντα) και μεγάλος αριθμός νάιλον σακούλες (για τα τελικά προϊόντα). Με αυτόν τον τρόπο θα προστατευτούν τα προϊόντα από φθορές και αλλοιώσεις και θα φτάσουν στον τελικό καταναλωτή σε άριστη μορφή.

⇒ Εφόδια για τη σωστή εμφάνιση των εργαζομένων

Για τη σωστή εμφάνιση των εργαζομένων στους χώρους παραγωγής και αποθήκευσης θα αγοραστούν από την επιχείρηση στολές εργασίας. Οι στολές αυτές θα διατηρούνται συνεχώς καθαρές, θα είναι σε άριστη κατάσταση και θα αντικαθίστανται μετά από κάποια φθορά τους.

⇒ Ανακύκλωση υλικών

Κατά τη διάρκεια της παραγωγής πολλά υλικά όπως το ύφασμα ή οι χάρτινες σακούλες είναι δυνατόν να καταστραφούν. Αυτά τα υλικά θα πρέπει να διατεθούν σε μονάδες ανακύκλωσης έτσι ώστε να μην καταστρέφεται το περιβάλλον. Για αυτό το σκοπό θα τοποθετηθούν κάδοι ανακύκλωσης στους χώρους του εργοστασίου όπου οι εργαζόμενοι θα τοποθετούν τα ανακυκλώσιμα υλικά.

⇒ Ανταλλακτικά και εφεδρικά υλικά

Κατά τη διάρκεια της παραγωγής ο μηχανολογικός και τεχνολογικός εξοπλισμός είναι φυσικό να έχει κάποιες φθορές, γεγονός που χρίζει απαραίτητη την τακτική συντήρησή του. Έτσι, κάθε μηχανικό εξάρτημα που θα παρουσιάζει φθορές θα πρέπει να αντικαθίσταται άμεσα. Ανταλλακτικά λοιπόν θα χρειαστούμε για το κοπτικό μηχάνημα, τον αυτόματο συσκευαστή και τον πάγκοδιαλογής. Ειδικότερα για την αυτόματη κοπτική μηχανή, θα πρέπει η συντήρηση να είναι σχολαστική ενώ η επιχείρηση θα πρέπει να έχει σε εφεδρεία δύο χειροκίνητα κοπτικά ψαλίδια που θα αντικαταστήσουν το αυτόματο κοπτικό σε περίπτωση βλάβης.

⇒ Απορρυπαντικά

Όλοι οι χώροι του εργοστασίου θα πρέπει να απολυμαίνονται και να είναι καθαροί. Τα υλικά που θα χρησιμοποιεί η βιομηχανία θα είναι αλκαλικά και όξινα. Πιο συγκεκριμένα θα είναι :

1. Βασικά αλκάλια (καυστικό νάτριο, πυριτικό νάτριο κ.α.)
2. Δεσμευτικές ουσίες (άλατα οργανικών οξέων κ.α.)
3. Συνθετικά φωσφορικά (τετρασφορικό νάτριο κ.α.)
4. Διαβρεκτικές ουσίες (θειώδεις αλκοόλες κ.α.)
5. Οργανικά οξέα (κιτρικό κ.α.)
6. Ανόργανα οξέα (θειικό, νιτρικό κ.α.)

⇒ Υλικά για την κάλυψη κοινωνικών αναγκών

Μια σύγχρονη επιχείρηση για να επιτύχει τους σκοπούς του μάρκετινγκ θα πρέπει να διοργανώνει σε τακτά χρονικά διαστήματα συνεστιάσεις με πελάτες και προμηθευτές. Για το σκοπό αυτό θα δημιουργηθεί ειδικός χώρος

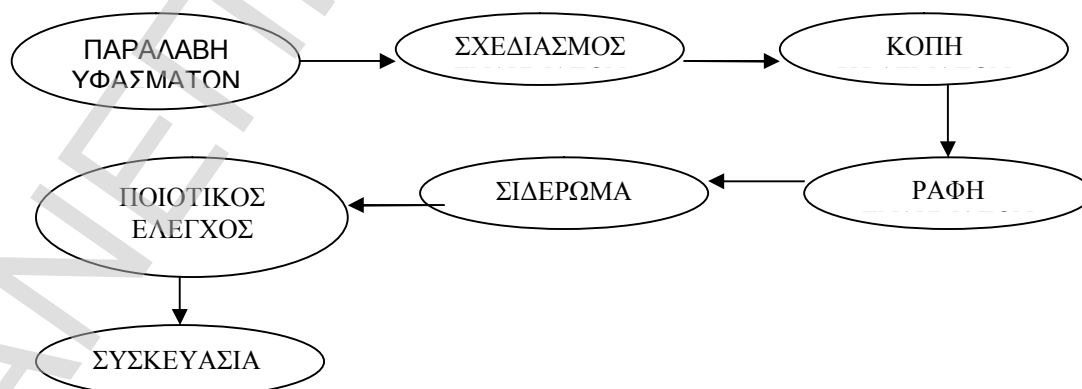
μέσα στην επιχείρηση. Θα πρέπει λοιπόν η επιχείρηση να εφοδιάζεται σε τακτά χρονικά διαστήματα ορισμένες ποσότητες τροφίμων και ποτών που χρειάζονται για την επιτυχή διοργάνωση των συνεστιάσεων. Επίσης, μέσα στην επιχείρηση θα δημιουργηθεί χώρος που υπάρχουν βασικά φάρμακα και ιατρικό υλικό για την αντιμετώπιση πιθανών μικροτραυματισμών των εργαζομένων ή των επισκεπτών. Τέλος, θα δημιουργηθεί και ο απαραίτητος χώρος που θα περιέχει τα απαραίτητα αναλώσιμα υλικά και γραφική ύλη, απαραίτητα για την εύρυθμη λειτουργία των γραφείων.

4.2 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΕΙΣΡΟΩΝ

Προτού καθορίσουμε το ύψος των απαιτούμενων εισροών που χρειάζεται η νέα παραγωγική μονάδα, θα πρέπει αρχικά να περιγράψουμε επιγραμματικά τα στάδια παραγωγής που απαιτούν τις αντίστοιχες ποσότητες πρώτων υλών και άλλων εφοδίων. Στο διάγραμμα 4.1 παρουσιάζονται όλα τα στάδια παραγωγής παιδικών ενδυμάτων. Στο πρώτο λοιπόν στάδιο γίνεται η παραλαβή των υφασμάτων. Τα υφάσματα αποθηκεύονται και ταξινομούνται με βάση το είδος του ενδύματος του ενδύματος για το οποίο θα χρησιμοποιηθούν. Στο δεύτερο στάδιο, γίνεται ο σχεδιασμός των ενδυμάτων για να ακολουθήσει το τρίτο στάδιο που περιλαμβάνει την κοπή των υφασμάτων. Στο τέταρτο στάδιο, γίνεται η ραφή των ενδυμάτων και ακολουθεί το πέμπτο στάδιο που περιλαμβάνει το σιδέρωμα των ενδυμάτων. Στο έκτο στάδιο ακολουθεί ο ποιοτικός έλεγχος των ενδυμάτων για να έρθει και το έβδομο και τελευταίο στάδιο παραγωγής που είναι η συσκευασία των ενδυμάτων.

Θα πρέπει σε αυτό το σημείο να τονίσουμε το γεγονός ότι η νέα επιχείρηση θα χρησιμοποιήσει τη μέθοδο του φασόν ακολουθώντας κοινή πρακτική όλων των παραγωγικών μονάδων του κλάδου με στόχο την ελαχιστοποίηση του κόστους. Έτσι, τα στάδια παραγωγής που αφορούν τη ραφή και το σιδέρωμα των ενδυμάτων θα ανατεθούν σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αυτό το κομμάτι.

Διάγραμμα 4.1
Στάδια παραγωγής παιδικών ενδυμάτων



Έχοντας ως αρχικό προγραμματισμό την ετήσια παραγωγή 670.000 τεμαχίων παιδικών ενδυμάτων ,η επιχείρηση θα πρέπει να προμηθευτεί και τις αντίστοιχες ποσότητες πρώτων και βοηθητικών υλών. Οι ποσότητες αυτές είναι διαφορετικές για κάθε είδος ενδύματος. Στους πίνακες 4.1 και 4.2 παρουσιάζονται οι ποσότητες πρώτων και βοηθητικών υλών που απαιτούνται για την παραγωγή κάθε είδους ενδύματος.

Πίνακας 4.1

Απαιτούμενες ποσότητες πρώτων και βοηθητικών υλών για την παραγωγή ενός τεμαχίου

Κατηγορίες Ενδυμάτων	Υφασμα (τ.μ)	Κουμπιά (τεμάχια)	Φερμουάρ (τεμάχια)	Στάμπες (τεμάχια)
Μπλούζες	0,35	0	0	1
Πουκάμισα	0,35	9	0	1
Παντελόνια	0,4	3	1	0
Φορέματα	0,6	6	1	0
Φούστες	0,5	3	1	0

Πίνακας 4.2

Απαιτούμενες ποσότητες πρώτων και βοηθητικών υλών για την ετήσια παραγωγή

Κατηγορίες Ενδυμάτων	Ποσοστό επί της συνολικής παραγωγής	Αριθμός ετήσιας παραγωγής ενδυμάτων	Υφασμα (τ.μ)	Κουμπιά (τεμάχια)	Φερμουάρ (τεμάχια)	Στάμπες (τεμάχια)
Μπλούζες	30%	201000	70350	0	0	201000
Πουκάμισα	30%	201000	70350	1809000	0	201000
Παντελόνια	25%	167500	67000	502500	167500	0
Φορέματα	10%	67000	40200	402000	67000	0
Φούστες	5%	33500	16750	100500	33500	0
ΣΥΝΟΛΟ	100%	670000	264650	2814000	268000	402000

Στον παραπάνω πίνακα θα πρέπει να προσθέσουμε και την ποσότητα των κλωστών που απαιτούνται για την ραφή των ενδυμάτων. Σε γενικές γραμμές, για την ραφή 500 ρούχων απαιτείται ένα μεγάλο κουβάρι κλωστής. Κατά συνέπεια η απαραίτητη ετήσια προμήθεια της επιχείρησης σε κλωστή θα είναι 1340 κουβάρια κλωστής.

Με βάση όλα τα παραπάνω μπορούμε να καταρτίσουμε τον πίνακα 4.3 όπου περιγράφονται όλες οι απαιτούμενες ποσότητες πρώτων υλών και άλλων εφοδίων που χρειάζεται η νέα επιχείρηση σε ετήσια βάση.

Πίνακας 4.3
Ποσότητες πρώτων υλών και άλλων εφοδίων (σε ετήσια βάση)

ΕΙΣΡΟΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ανά έτος)
ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ	
Ύφασμα	264650 τ.μ
ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΥΛΕΣ	
Κλωστές	1340 κουβάρια
Κουμπιά	2814000 τεμάχια
Φερμουάρ	268000 τεμάχια
Στάμπες	402000 τεμάχια
ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΥΛΙΚΑ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΗΣ ΩΦΕΛΕΙΑΣ	
Ηλεκτρισμός	120.000 Kwh
Καύσιμα	80000 λίτρα
Νερό	25000 τόνοι
ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΚΤΕΣ	
Νάilon σακούλες	670000 τεμάχια
Περιέκτες (χαρτινα κουτιά)	33500 τεμάχια
ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΚΑΙ ΕΦΕΔΡΙΚΑ ΥΛΙΚΑ	
Διάφορα ανταλλακτικά κοπτικού (τσιμούχες, λάμες)	300 τεμάχια
Χειροκίνητα κοπτικά ψαλίδια	2 τεμάχια
ΣΤΟΛΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	
Φόρμες	50 τεμάχια
ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ-ΑΠΟΛΥΜΑΝΤΙΚΑ	
Απορρυπαντικά	20000 λίτρα
Απολυμαντικά	11000 λίτρα
ΥΛΙΚΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ	
Είδη εστίασης	5 τόνοι
Φαρμακευτικό υλικό	2000 τεμάχια
Γραφική ύλη και αναλώσιμα	10000 τεμάχια

4.3 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ

Για την ακριβή τήρηση του προγράμματος παραγωγής θα πρέπει να έχει ελεγχθεί το μέγεθος της διαθεσιμότητας των βασικών υλών παραγωγής καθώς και πηγές προμήθειάς τους. Κατά αυτόν τον τρόπο θα κατορθώσει η επιχείρηση να έχει την απαιτούμενη ποσότητα εισροών έγκαιρα και στην ποιότητα που επιθυμεί και έτσι να υλοποιήσει τον προγραμματισμό παραγωγής.

4.3.1 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΥΛΙΚΩΝ

Οι στόχοι μιας παραγωγικής επιχείρησης ενδυμάτων μπορούν να επιτευχθούν στο ακέραιο όταν επιλεγούν οι κατάλληλοι προμηθευτές πρώτων και πρόσθετων υλών. Ειδικότερα στην περίπτωση του προμηθευτή υφασμάτων, που αποτελεί και το βασικό προμηθευτή, θα πρέπει να υπάρχει αδιάκοπτη και σταθερή προμήθεια. Στην ελληνική αγορά, η διαθεσιμότητα υφάσματος δεν παρουσιάζει ιδιαίτερα προβλήματα. Στο γεγονός αυτό συμβάλλει αποφασιστικά ο έντονος ανταγωνισμός σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο. Εξίσου ικανοποιητική είναι και η διαθεσιμότητα που παρατηρείται στις βοηθητικές ύλες (κουμπιά, στάμπες, κλωστές και φερμουάρ)

Ιδιαίτερα σημαντικό όμως είναι να ελέγξουμε τη διαθεσιμότητα στο κομμάτι της παροχής ύδρευσης και ηλεκτρισμού. Θα μπορούσαμε να πούμε πως η παροχή ύδρευσης και ηλεκτρισμού δεν παρουσιάζει κανένα πρόβλημα στην βιομηχανική περιοχή της Θεσσαλονίκης. Παρόλα αυτά όμως, ενδέχεται να παρουσιαστούν έκτακτες διακοπές ρεύματος κατά τη διάρκεια της παραγωγής. Σε αυτήν την περίπτωση θα τίθενται σε λειτουργία οι εφεδρικές γεννήτριες. Με αυτόν τον τρόπο εξασφαλίζουμε την αδιάκοπτη διαθεσιμότητα ηλεκτρισμού για την μονάδα παραγωγής.

4.3.2 ΠΗΓΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Στον πίνακα 4.4 που ακολουθεί αναφέρονται οι πιθανές πηγές προμήθειας των παραπάνω εισροών.

Πίνακας 4.4

Πιθανές πηγές προμήθειας

ΕΙΔΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ	ΠΙΘΑΝΗ ΠΗΓΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ
Ύφασμα	Παραγωγικές επιχειρήσεις υφασμάτων
Πρόσθετες ύλες(κλωστές, κουμπιά, φερμουάρ, στάμπες)	Παραγωγικές επιχειρήσεις των αντίστοιχων προϊόντων
Ηλεκτρισμός	ΔΕΗ
Καύσιμα(πετρέλαιο)	Εταιρίες διανομής πετρελαίου
Νερό	Εταιρία ύδρευσης Θεσσαλονίκης
Υλικά συσκευασίας και περιέκτες	Βιομηχανίες χάρτου και πλαστικού
Ανταλλακτικά	Εισαγωγικές επιχειρήσεις μηχανών παραγωγής
Εφεδρικά υλικά	Εισαγωγικές επιχειρήσεις μηχανών παραγωγής
Απορρυπαντικά - απολυμαντικά	Χημικές βιομηχανίες
Φόρμες εργασίας	Βιοτεχνίες επαγγελματικού ρουχισμού
Είδη εστίασης	Χονδρέμποροι τροφίμων και ποτών
Φάρμακα	Φαρμακοβιομηχανίες
Αναλώσιμα-γραφική ύλη	Χονδρέμποροι αναλωσίμων και γραφικής ύλης

4.3.3 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

Έχοντας ως στόχο την μεγιστοποίηση της ωφελιμότητας από την αγορά των πρώτων υλών και άλλων εφοδίων, θα πρέπει η επιχείρηση να ορίσει κάποια κριτήρια με βάση τα οποία θα γίνει η επιλογή τους. Πιο συγκεκριμένα, τα κριτήρια για κάθε εισροή είναι :

Υφασμα

Το κυριότερο στοιχείο επιλογής υφάσματος είναι η ποιότητά του, η οποία θα πρέπει να είναι φιλική προς την παιδική επιδερμίδα. Θα επιλεγεί παραγωγική εταιρία που κατασκευάζει υφάσματα από βαμβάκι που είναι εξαιρετικά απορροφητικό, ανθεκτικό και επιτρέπει στο δέρμα να αναπνέει. Παράλληλα τα υφάσματα θα φέρουν πιστοποιητικά τα ποιότητας ΟΕΚΟΤΕΧ 100 και anti-nickel και θα είναι απαλλαγμένα από κάθε ύλη που θα μπορούσε να βλάψει τον ευαίσθητο παιδικό οργανισμό.

Πρόσθετες ύλες (κλωστές, κουμπιά, φερμουάρ, στάμπες)

Το κύριο στοιχείο επιλογής πρόσθετων υλών είναι η ανθεκτικότητα του υλικού και η τιμή του ανά τεμάχιο.

Ηλεκτρισμός

Στην παροχή ηλεκτρικού ρεύματος δεν τίθεται κριτήριο επιλογής λόγω του μονοπωλίου της Δημόσιας Επιχείρησης Ηλεκτρισμού.

Καύσιμα(πετρέλαιο)

Κριτήριο για την επιλογή καυσίμου είναι η καθαρότητα του πετρελαίου και η τιμή του ανά λίτρο.

Νερό

Στην Βιομηχανική περιοχή Θεσσαλονίκης ο μοναδικός προμηθευτής νερού είναι η Επιχείρηση Ύδρευσης Θεσσαλονίκης.

Υλικά συσκευασίας και περιέκτες

Στην επιλογή υλικών συσκευασίας και περιεκτών θα πρέπει ληφθεί υπόψη η ποιότητα κατασκευής, η ανθεκτικότητα και η τιμή ανά τεμάχιο.

Ανταλλακτικά

Τα ανταλλακτικά που θα επιλεγούν θα πρέπει να είναι καλής ποιότητας και συμβατά με το μηχανολογικό εξοπλισμό του εργοστασίου

Εφεδρικά υλικά(χειροκίνητα κοπτικά ψαλίδια)

Τα χειροκίνητα κοπτικά ψαλίδια θα πρέπει να είναι καλής ποιότητας, εύχρηστα και ανθεκτικά.

Απορρυπαντικά - απολυμαντικά

Για την επιλογή απορρυπαντικών και απολυμαντικών θα ληφθεί υπόψη η ισχύς τους σε συνδυασμό με την ποιότητά τους και την τιμή τους.

Φόρμες εργασίας

Οι φόρμες εργασίας θα πρέπει να είναι άνετες και κατασκευασμένες από υλικά καλής ποιότητας.

Είδη εστίασης

Τα είδη εστίασης θα πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας, καθώς επίσης και να διατηρούνται φρέσκα για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Φάρμακα

Για την επιλογή των φαρμάκων θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η ποιότητά τους, η αποτελεσματικότητά τους και η αναγκαιότητά τους.

Αναλώσιμα-γραφική ύλη

Η γραφική ύλη και τα αναλώσιμα θα επιλεγούν με βάση την ποιότητά τους και την τιμή τους.

4.4 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Ιδιαίτερη βαρύτητα θα πρέπει να δείξουμε και στο μάρκετινγκ προμηθειών όπου θα καταστήσει το πρόγραμμα εισροών της επιχείρησης αποτελεσματικό καθώς θα επιλεγούν οι κατάλληλοι προμηθευτές. Για την ανάλυση του μάρκετινγκ προμηθειών θα αναλύσουμε τρεις βασικούς στόχους που είναι η ελαχιστοποίηση του κόστους, η ελαχιστοποίηση του κινδύνου και η καλλιέργεια σχέσεων με τους προμηθευτές.

4.4.1 ΕΛΑΧΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

Για να επιτύχει η επιχείρηση ελαχιστοποίηση του κόστους από τις απαιτούμενες εισροές της, θα πρέπει σε πρώτο στάδιο να εντοπίσει τους κατάλληλους προμηθευτές που θα προσφέρουν τα κατάλληλα προϊόντα με βάση τις ανάγκες της επιχείρησης. Σε δεύτερη φάση θα πρέπει να συνάψει με αυτές τις επιχειρήσεις συμφωνίες και συμβόλαια που θα ορίζουν τα πλαίσια συνεργασίας τους. Οι συμφωνίες και τα συμβόλαια θα πρέπει να είναι μεγάλης χρονικής διάρκειας καθώς όσο αυξάνεται ο χρονικός ορίζοντας της συνεργασίας, τόσο μειώνεται το κόστος των αντίστοιχων προμηθειών. Πιο συγκεκριμένα η σύναψη συμβολαίων συνεργασίας με ετήσιο τουλάχιστον χρονικό ορίζοντα συμβάλει στην ελαχιστοποίηση του κόστους προμηθειών.

4.4.2 ΕΛΑΧΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Όπως έχει αναφερθεί, η επιλογή του κατάλληλου προμηθευτή αποτελεί ένα από τους σημαντικότερους παράγοντες που διασφαλίζουν την

ορθή τήρηση του προγράμματος παραγωγής. Στη σύναψη λοιπόν συμβολαίων συνεργασίας με μελλοντικούς προμηθευτές θα πρέπει η νέα επιχείρηση να ελέγξει την οικονομική ευρωστία των προμηθευτών καθώς επίσης τη συνέπεια που παρουσιάζουν ως προς την ποιότητα και το χρόνο παράδοσης των προϊόντων τους.

4.4.3 ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Από τη στιγμή που θα επιλέξει η νέα επιχείρηση τους κατάλληλους προμηθευτές θα πρέπει να ορίσει και τα πλαίσια της συνεργασίας τους στους όρους σύμβασής . Πιο συγκεκριμένα θα πρέπει να αναγράφονται στο συμβόλαιο και στους όρους σύμβασης ο τρόπος και ο χρόνος πληρωμής των προμηθευτών. Από τη μεριά της Joel Junior θα πρέπει να υπάρχει ένας άριστος οικονομικός προγραμματισμός έτσι ώστε να μην υπάρξουν περιπτώσεις αδυναμίας κάλυψης των υποχρεώσεων της εταιρίας. Εξίσου σημαντικό όμως είναι να καλλιεργηθούν και σχέσεις προσωπικές – επαγγελματικές στα πλαίσια της καλής συνεργασίας. Η επιχείρηση θα καλεί σε τακτά χρονικά διαστήματα τους προμηθευτές της σε συνεστιάσεις στους χώρους της επιχείρησης όπου θα συζητούνται και θα αναλύονται τρόποι βελτίωσης της συνεργασίας.

4.4.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Οι κατάλληλοι προμηθευτές που θα οδηγήσουν τη νέα επιχείρηση στην υλοποίηση των στόχων της θα πρέπει κατά κύριο λόγο να χαρακτηρίζονται από αξιοπιστία . Μια αξιοπιστία που συνίσταται τόσο σε επίπεδο οικονομικό όσο και ποιοτικό. Πιο συγκεκριμένα , οι προμηθευτές θα πρέπει να τηρούν τους όρους των συμβολαίων σε επίπεδο ποσοτήτων και ποιότητας των προϊόντων τους , όσο και στο επίπεδο οικονομικής συναλλαγής.Ιδιαίτερα σημαντικό όμως είναι οι προμηθευτές της επιχείρησης να παρακολουθούν τις εξελίξεις στην αγορά του παιδικού ενδύματος και να ανταποκρίνονται σε αυτές. Θα πρέπει να βλέπουν τις νέες τάσεις της μόδας ή τη νέα τεχνολογία που εξελίσσεται και να προσαρμόζονται με στόχο τη βελτίωση του τελικού προϊόντος.

4.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Η κατάρτιση ενός προγράμματος προμηθειών είναι το τελικό στάδιο όπου παρουσιάζονται με ακρίβεια οι βασικοί προμηθευτές της επιχείρησης, οι συμφωνίες που έχουν συναφθεί με τις αντίστοιχες ποσότητες και ποιότητες, οι τρόποι μεταφοράς, η αποθήκευση και η εκτίμηση του κινδύνου.Πιο συγκεκριμένα,για την Joel Junior,το πρόγραμμα προμηθειών περιλαμβάνει τα εξής:

4.5.1 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Οι βασικοί προμηθευτές της Joel Junior θα επιλεγούν με βάση όλα τα κριτήρια που αναφέραμε. Επιπρόσθετα όμως , είναι απαραίτητο να υπάρξει και ένα πρόγραμμα εναλλακτικών προμηθευτών σε περίπτωση που οι αρχικά επιλεγόμενοι προμηθευτές δεν ανταποκριθούν στις αρχικές συμφωνίες. Οι βασικοί προμηθευτές της Joel Junior που πληρούν όλα τα παραπάνω κρι-

τήρια παρουσιάζονται στον πίνακα 4.5, ενώ στον πίνακα 4.6 παρουσιάζονται οι εναλλακτικοί προμηθευτές.

Πίνακας 4.5
Βασικοί Προμηθευτές της επιχείρησης

ΕΙΣΡΟΗ	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ	ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ	ΠΟΙΟΤΗΤΑ	ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ
Ύφασμα	ΕΛΛΑΣ ΚΟΤΤΟΝ ΑΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΚΛΩΣΤΕΣ	ΜΟΥΖΑΚΗΣ ΑΕΒΕΜΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΚΟΥΜΠΙΑ	BMS ΑΕΒΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΦΕΡΜΟΥΑΡ	BMS ΑΕΒΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΣΤΑΜΠΕΣ	ΒΙΟΣΤΑΜΠ ΑΒΕΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Ηλεκτρισμός	ΔΕΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΜΕΤΡΙΑ	ΜΗΝΙΑΙΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ
Καύσιμα	ΑΒΙΝ ΟΙΛΟΒΕΝΕΠ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Νερό	ΕΤΑΙΡΙΑ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΗΝΙΑΙΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ
Νάilon σακούλες	ALEX PAK ΑΕΒΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Περιέκτες (χαρτινα κουτιά)	ALEX PAK ΑΕΒΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Διάφορα ανταλλακτικά κοπτικού (τσιμούχες, λάμες)	ERGOTOOLS ΑΕΒΕ	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Χειροκίνητα κοπτικά ψαλίδια	WURTH HELLAS SA	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Φόρμες	SILEX ΑΕ	ΑΝΕΚΤΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Απορρυπαντικά	ECOLINE ΑΕ	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Απολυμαντικά	AIR LIQUIDE HELLAS ΑΕΒΑ	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Είδη εστίασης	MULTI TASTE ΑΒ & ΕΕ	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Φαρμακευτικό υλικό	ROCHE	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Γραφική ύλη και αναλώσιμα	ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΒΕΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ

Πίνακας 4.6
Εναλλακτικοί προμηθευτές της επιχείρησης

ΕΙΣΡΟΗ	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ	ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ	ΠΟΙΟΤΗΤΑ	ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ
Ύφασμα	ΠΑΣΜΑΤΕΞ ΑΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΚΛΩΣΤΕΣ	ΙΛΙΟΤΕΧ Α.Ε	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΚΟΥΜΠΙΑ	ΥΚΚ HELLAS ΑΕΒΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΦΕΡΜΟΥΑΡ	ΥΚΚ HELLAS ΑΕΒΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΣΤΑΜΠΕΣ	ΑΘΗΝΑΪΚΑ ΤΥΠΟΒΑΦΕΙΑ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Καύσιμα	BP HELLAS	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Νάilon σακούλες	LM HELLAS	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Περιέκτες (χαρτινα κουτιά)	LM HELLAS	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Διάφορα ανταλλακτικά κοπτικού (τσιμούχες, λάμες)	HAGELEC	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Χειροκίνητα κοπτικά ψαλίδια	SANDVIK ΑΕ	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Φόρμες	AD UNIFORMS	ΑΝΕΚΤΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Απορρυπαντικά	RICO CHEMICALS ΑΕΒΕ	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Απολυμαντικά	ECOLAB ΑΕ	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Είδη εστίασης	ΠΑΝΡΙΚΟ ΕΛΛΑΣ Α.Ε	ΜΕΤΡΙΑ	ΑΝΕΚΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Φαρμακευτικό υλικό	COSMOMED ΑΕ	ΥΨΗΛΗ	ΚΑΛΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ
Γραφική ύλη και αναλώσιμα	B&P SUPPLIERS	ΥΨΗΛΗ	ΑΡΙΣΤΗ	ΜΕΤΑΧΡΟΝΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΕΠΙΤΑΓΗ

4.5.2 ΤΥΠΟΙ ΣΥΜΦΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ

Οι συμφωνίες που θα συνάπτει η Joel Junior θα έχουν ετήσιο χρονικό ορίζοντα και στο τέλος του έτους θα αξιολογείται η ποιότητα της συνεργασίας. Οι ετήσιες συμφωνίες δίνουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση να καθορίσει με τους προμηθευτές συμφέρουσες τιμές σε συγκεκριμένους χρόνους παράδοσης. Εκτός όμως από συμφέρουσες τιμές, θα υπάρχει η δυνατότητα αλλαγής του προμηθευτή μετά από ένα έτος σε περίπτωση που δεν είναι ικανοποιημένη η επιχείρηση. Μέσα στα πλαίσια της ετήσιας συνεργασίας θα αξιολογείται η ποιότητα συνεργασίας, η αξιοπιστία του προμηθευτή και με άξονα το συμφέρον της επιχείρησης θα αποφαινεται για τη συνέχεια της συνεργασίας ή τη διακοπή της.

4.5.3 ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΕΣ

Όπως παρουσιάστηκε και στον πίνακα 4.3 οι ποσότητες πρώτων υλών και άλλων εφοδίων που έχουν αναλυθεί, θα πρέπει να παρέχονται από τους αντίστοιχους προμηθευτές σε άριστες ποιότητες και στους κατάλληλους χρόνους.

4.5.4 ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ

Οι προμηθευτές που έχει επιλέξει η επιχείρηση στην πλειοψηφία τους εδρεύουν στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης. Το γεγονός αυτό αποτελεί παράγοντα που ελαχιστοποιεί το κόστος και το χρόνο μεταφοράς καθώς η Joel Junior εδρεύει στη ΒΙ.ΠΕ. Θεσσαλονίκης. Οι εθνικοί οδικοί άξονες πλησίον της ΒΙ.ΠΕ. Θεσσαλονίκης καθιστούν τον οδικό τρόπο μεταφοράς των εμπορευμάτων ως τον πλέον οικονομικό. Οι πρώτες ύλες λοιπόν που θα εισρέουν στην επιχείρηση θα έρχονται οδικώς με τη χρήση μεταφορικών μέσων της προμηθευτριας εταιρίας. Τα κόστος μεταφοράς θα εμπεριέχεται στο κόστος των πρώτων υλών, ενώ η προμηθευτρια εταιρία θα είναι υπεύθυνη για την ασφάλεια των εμπορευμάτων. Κατά την παραλαβή των εμπορευμάτων, θα ελέγχεται από τους αποθηκάρχους της Joel Junior είναι σε άριστη ποιότητα και δεν έχουν φθορές από τη μεταφορά. Στο κομμάτι της μεταφοράς των εμπορευμάτων στα σημεία λιανικής πώλησης, θα χρησιμοποιούνται τα ιδιόκτητα φορτηγά της νέας επιχείρησης. Με αυτόν τον τρόπο θα είναι η ίδια υπεύθυνη για την ασφαλή μεταφορά τους και την έγκαιρη παράδοσή τους στον τελικό καταναλωτή.

4.5.5 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗΣ

Η νέα μονάδα παραγωγής παιδικών ενδυμάτων, θα διαθέτει ιδιόκτητους αποθηκευτικούς χώρους στο εργοστάσιό της. Οι αποθηκευτικοί χώροι θα διαχωρίζονται σε :

⇒ Αποθηκευτικός χώρος Α' όπου θα ταξινομούνται οι πρώτες ύλες.

- ⇒ Αποθηκευτικός χώρος Β΄ όπου θα ταξινομούνται οι επεξεργασμένες πρώτες ύλες.
- ⇒ Αποθηκευτικός χώρος Γ΄ όπου θα ταξινομούνται τα τελικά προϊόντα και θα διατίθενται στα καταστήματα λιανικής πώλησης .

4.5.6 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Στα πλαίσια της υλοποίησης του προγράμματος προμηθειών, θα πρέπει να εξεταστούν ορισμένοι παράγοντες που ενδέχεται να δυσχεράνουν την ομαλή λειτουργία αυτού του προγράμματος. Με άλλα λόγια, θα πρέπει να εντοπιστούν ορισμένοι παράγοντες που μπορεί να φέρουν σε κίνδυνο το πρόγραμμα προμηθειών. Πιο συγκεκριμένα οι κυριότεροι παράγοντες είναι :

- ⇒ Αδυναμία μεταφοράς των εμπορευμάτων λόγω καιρικών συνθηκών ή άλλων έκτακτων καταστάσεων.
- ⇒ Καταστροφή των πρώτων υλών ή των άλλων εφοδίων κατά τη μεταφορά.
- ⇒ Ελαττώματα ή των πρώτων υλών ή των άλλων εφοδίων
- ⇒ Καθυστερήσεις στις παραδόσεις των πρώτων υλών ή των άλλων εφοδίων
- ⇒ Αθέτηση των όρων σύμβασης που έχουν αποδεχτεί οι προμηθευτές.

Για όλους τους παραπάνω λόγους έχει καταρτιστεί ο Πίνακας 4.6 όπου και παρουσιάζονται οι εναλλακτικοί προμηθευτές της επιχείρησης, και κατά αυτόν τον τρόπο να επιτευχθεί η ομαλή υλοποίηση του προγράμματος προμηθειών.

4.6 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

Έχοντας προσδιορίσει τους βασικούς προμηθευτές και τις απαιτούμενες ποσότητες των πρώτων υλών και άλλων εφοδίων, θα πρέπει να υπολογίσουμε και το αντίστοιχο κόστος τους. Ο λεπτομερής υπολογισμός ανά είδος προμήθειας θα επιτρέψει στην παραγωγική μονάδα να έχει μια βασική εικόνα του ανά μονάδα κόστους παραγωγής, καθώς επίσης και το ποσοστό που επιβαρύνει η κάθε πρώτη ύλη το τελικό προϊόν. Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζεται μια πρώτη εκτίμηση του κόστους παραγωγής για το έτος 2008 σε πρώτες ύλες και άλλα εφόδια.

Πίνακας 4.7

Εκτίμηση κόστους παραγωγής (πρώτες ύλες και άλλα εφόδια)

ΕΙΣΡΟΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (ανά έτος)	ΚΟΣΤΟΣ (ανά μονάδα σε €)	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ (προσά σε €)
ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ			
Ύφασμα	264650 τ.μ	1,6/τ.μ	423440,00
ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΥΛΕΣ			
ΚΛΩΣΤΕΣ	1340 κουβάρια	5/κουβάρι	6700,00
ΚΟΥΜΠΙΑ	2814000 τεμάχια	0,05/τεμάχιο	140700,00
ΦΕΡΜΟΥΑΡ	268000 τεμάχια	0,03/τεμάχιο	8040,00
ΣΤΑΜΠΕΣ	402000 τεμάχια	0,5/τεμάχιο	201000,00
ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΥΛΙΚΑ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΗΣ ΩΦΕΛΕΙΑΣ			
Ηλεκτρισμός	120.000 Kwh	0,05/Kwh	6000,00
Καύσιμα	80000 λίτρα	0,62/λίτρο	49600,00
Νερό	25000 τόνοι	1,2/τόνος	30000,00
ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΚΤΕΣ			
Νάilon σακούλες	670000 τεμάχια	0,4/τεμάχιο	268000,00
Περιέκτες (χαρτινα κουτιά)	33500 τεμάχια	0,11/τεμάχιο	3685,00
ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΚΑΙ ΕΦΕΔΡΙΚΑ ΥΛΙΚΑ			
Διάφορα ανταλλακτικά κοπτικού (τσιμούχες, λάμες)	300 τεμάχια	0,7/τεμάχιο	210,00
Χειροκίνητα κοπτικά ψαλίδια	2 τεμάχια	400/τεμάχιο	800,00
ΣΤΟΛΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ			
Φόρμες	50 τεμάχια	10/τεμάχιο	500,00
ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ-ΑΠΟΛΥΜΑΝΤΙΚΑ			
Απορρυπαντικά	20000 λίτρα	0,22/λίτρο	4400,00
Απολυμαντικά	11000 λίτρα	0,27/λίτρο	2970,00
ΥΛΙΚΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ			
Είδη εστίασης	5 τόνοι	1150/τόνος	5750,00
Φαρμακευτικό υλικό	2000 τεμάχια	0,70/τεμάχιο	1400,00
Γραφική ύλη και αναλώσιμα	10000 τεμάχια	0,42/τεμάχιο	4200,00
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ :			1.157.395,00

Έχοντας ως δεδομένο ότι ο μέσος πληθωρισμός της Ελλάδας για τα προσεχή έτη αναμένεται να είναι της τάξης του 3,5% , καταρτίζουμε τον πίνακα 4.8 όπου φαίνεται μια εκτίμηση του κόστους πρώτων υλών και άλλων εφοδίων σε ετήσια βάση μέχρι το τελευταίο έτος του επενδυτικού σχεδίου.

Πίνακας 4.8

Ετήσια εκτίμηση κόστους παραγωγής (πρώτες ύλες και άλλα εφοδία)
(Ποσά σε Euro)

ΕΤΟΣ	ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ	ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΥΛΕΣ	ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΥΛΙΚΑ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΗΣ ΩΦΕΛΕΙΑΣ	ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΚΤΕΣ	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΚΑΙ ΕΦΕΔΡΙΚΑ ΥΛΙΚΑ	ΣΤΟΛΕΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ- ΑΠΟΛΥΜΑΝΤΙΚΑ	ΥΛΙΚΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ
2008	423440,00	356440,00	85600,00	271685,00	1010,00	500,00	7370,00	11350,00	1157395,00
2009	438260,40	368915,40	88596,00	281193,98	1045,35	517,50	7627,95	11747,25	1197903,83
2010	453599,51	381827,44	91696,86	291035,76	1081,94	535,61	7894,93	12158,40	1239830,46
2011	469475,50	395191,40	94906,25	301222,02	1119,81	554,36	8171,25	12583,95	1283224,52
2012	485907,14	409023,10	98227,97	311764,79	1159,00	573,76	8457,24	13024,39	1328137,38
2013	502913,89	423338,91	101665,95	322676,55	1199,56	593,84	8753,25	13480,24	1374622,19
2014	520515,88	438155,77	105224,26	333970,23	1241,55	614,63	9059,61	13952,05	1422733,97

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΜΟΝΑΔΑΣ

Στην ανάλυση του προγράμματος παραγωγής και τη δυναμικότητα της μονάδας, θα εξεταστούν δύο βασικοί παράμετροι που θα συμβάλουν στη βιωσιμότητα του επενδυτικού σχεδίου. Ο πρώτος είναι η μηχανολογία και ο δεύτερος η επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας.

Η μηχανολογία που θα χρησιμοποιηθεί στη νέα μονάδα θα δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες έτσι ώστε να είναι εφικτή η υλοποίηση του όγκου παραγωγής. Η κατάλληλη μηχανολογία, που θα είναι προσαρμοσμένη στο πρόγραμμα παραγωγής, θα δίνει τη δυνατότητα στην εταιρία να έχει τον επιθυμητό όγκο παραγωγής, σε συγκεκριμένα χρονικά περιθώρια, με την απασχόληση του απαραίτητου ανθρώπινου δυναμικού. Πιο συγκεκριμένα, η τεχνολογία που θα αποκτήσει η νέα επιχείρηση, θα της δίνει τη δυνατότητα να παράγει σε ετήσια βάση 670.000 τεμάχια ενδυμάτων και με αυτόν τον τρόπο να αποσπάσει ένα ποσοστό της τάξης του 3% της κατανάλωσης παιδικών ενδυμάτων στην ελληνική αγορά. Το γεγονός αυτό σημαίνει αυτόματα πως η μηχανολογία που θα χρησιμοποιηθεί θα πρέπει να είναι υψηλής αποδοτικότητας, ποιότητας και ακρίβειας.

Από την άλλη μεριά, η επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας σε συνδυασμό με την εισαγωγή της τεχνογνωσίας, θα συμβάλει στην μεγιστοποίηση της χρησιμότητας του μηχανολογικού εξοπλισμού, και τη βελτίωση της ποιότητας των τελικών προϊόντων. Η τεχνολογία, θα πρέπει να δίνει στην επιχείρηση τη δυνατότητα να παράγει ενδύματα υψηλής ποιότητας που να μπορούν να ανταγωνιστούν τα ενδύματα επώνυμων οίκων. Για αυτό το λόγο η τεχνολογία θα πρέπει να είναι από τις πλέον σύγχρονες, να είναι συμβατή με τις νέες τάσεις παραγωγής και να επιδέχεται δυνατότητα διαρκούς βελτίωσης.

Αναφορικά με τη γραμμή παραγωγής των παιδικών ενδυμάτων θα πρέπει να αναφέρουμε πως υπάρχουν έξι διαφορετικά στάδια όπως φαίνονται και στο διάγραμμα 5.1. Τα στάδια αυτά είναι η παραλαβή των υφασμάτων, ο σχεδιασμός τους, η κοπή των υφασμάτων, η ραφή των ενδυμάτων, το σιδέρωμά τους, ο ποιοτικός έλεγχος, η συσκευασία και τέλος η διανομή στο δίκτυο λιανικής πώλησης. Στα πλαίσια της παρούσας μελέτης, θα αναλυθούν ο μηχανολογικός εξοπλισμός και η απαιτούμενη τεχνολογία για την κοπή των υφασμάτων, το σχεδιασμό των ενδυμάτων, τον ποιοτικό έλεγχο και τη συσκευασία. Τα στάδια παραγωγής που αφορούν τη ραφή και το σιδέρωμα των ενδυμάτων θα ανατεθούν σε εργολάβους, μιας και η νέα επιχείρηση θα ακολουθήσει τη διαδεδομένη μέθοδο του φασόν που κυριαρχεί στον κλάδο.

Διάγραμμα 5.1
Γραμμή παραγωγής παιδικών ενδυμάτων



5.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

5.2.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Η επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας , σε συνδυασμό με την τεχνογνωσία που θα έχει το προσωπικό της νέας επιχείρησης , θα δώσει στην παραγωγική μονάδα το συγκριτικό πλεονέκτημα από άποψη ποιότητας κατασκευής . Η τεχνολογία που θα επιλεγεί , θα πρέπει εξυπηρετεί το πρόγραμμα παραγωγής και να έχει πολλές δυνατότητες προσαρμογής και αναβάθμισης. Με άλλα λόγια, θα πρέπει να είναι προσαρμοσμένη για την μεγάλη παραγωγή που επιθυμεί να έχει η νέα μονάδα(670000 τεμάχια ετησίως) και θα πρέπει να έχει μια δυναμική ως προς τις νέες εξελίξεις που παρατηρούνται στην παραγωγή ενδυμάτων.Όλα τα παραπάνω έχουν ως άξονα τη μεγιστοποίηση της ωφελιμότητας της μονάδας παραγωγής με το δυνατότερο χαμηλό κόστος.

5.3 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Στην περίπτωση της παραγωγής ενδυμάτων , είναι απαραίτητη η εισαγωγή της πληροφορικής στη σχεδίαση των ενδυμάτων και τον ποιοτικό έλεγχο. Τα εξελιγμένα πληροφοριακά συστήματα θα εντοπίσουν το ανθρώπινο λάθος και θα δώσουν στο τελικό προϊόν την ποιότητα και τον άριστο σχεδιασμό που επιθυμεί ο κατασκευαστής.Πιο συγκεκριμένα,η τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί από την επιχείρηση αφορά τον ηλεκτρονικό σχεδιασμό (με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή), την κοπή των υφασμάτων, τον ποιοτικό έλεγχο και τη συσκευασία.

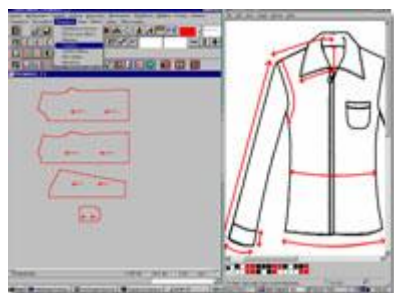
⇒ Ηλεκτρονικός σχεδιασμός

Ο σχεδιασμός ενδυμάτων σημαίνει την κατασκευή πατρόν. Η κατασκευή πατρόν, είναι ένας συνδυασμός δημιουργικότητας και τεχνικής. Ενδυναμώνοντας αυτόν τον συνδυασμό με τη χρήση πληροφοριακών συστημάτων μειώνεται ο χρόνος παραγωγής, αποφεύγονται τα λάθη και αυξάνεται η παραγωγικότητα της μονάδας. Η εισαγωγή των πληροφοριακών συστημάτων CAD (Computer Aided Design) αναπτύχθηκε για να διευκολύνει τις εργασίες των πατρώνιστ και να υποστηρίξει την δημιουργικότητα τους στις σημερινές συνθήκες αγοράς και τεχνολογίας.Τα πληροφοριακά συστήματα CAD παρέχουν μια πλούσια γκάμα εργαλείων και αυτοματοποιήσεων, και δίνουν την τέλεια λύση για την ανάπτυξη του πιο απλού αλλά και του πιο περίπλοκου πατρόν, την εκτέλεση ελέγχων και μετατροπών και την μεγέθυνση.Τα συστήματα CAD είναι συμβατά με τις πιο προχωρημένες τεχνολογίες και λειτουργούν σε περιβάλλον Windows 2000/XP. Όπως φαίνεται και στο σχήμα 5.1 με τη χρήση CAD η σχεδίαση του πατρόν γίνεται απευθείας στην οθόνη,με τη χρήση των ειδικών εντολών του προγράμματος. Εξίσου σημαντικό είναι να αναφερθεί, πως η διόρθωση του πατρόν γίνεται με τη βοήθεια του ηλεκτρονικού υπολογιστή,αφού το ίδιο το πρόγραμμα εντοπίζει

τα λάθη της σχεδίασης. Οι διορθώσεις λοιπόν του πατρόν , γίνονται πάλι στην οθόνη του υπολογιστή όπως φαίνεται στο σχήμα 5.2

Σχήμα 5.1

Ηλεκτρονική σχεδίαση πατρόν



Σχήμα 5.2

Ηλεκτρονική διόρθωση πατρόν



Με τη χρήση λοιπόν CAD ο χρήστης δίνει αυτοματοποιημένες εντολές, όπως τα μέτρα, το είδος του υφάσματος και το βασικό σχέδιο και πρόγραμμα δημιουργεί το βασικό πατρόν. Επιπλέον , δίνει την δυνατότητα αυτοματοποίησης ορισμένων εργασιών , και έτσι επιτυγχάνεται η μείωση του χρόνου παραγωγής. Με την ολοκλήρωση του σχεδιασμού μέσω CAD, παρέχεται η δυνατότητα μεγέθυνσης του πατρόν στις διαστάσεις ετοιμών πινάκων. Η ανάπτυξη του μεγεθολογίου γίνεται ταχύτατα και με ακρίβεια δεκάτου του χιλιοστού. Επίσης παρέχεται η δυνατότητα χρησιμοποίησης εξελιγμένων εργαλείων μετρήσεων και σύγκρισης, όπως το μήκος του μανικιού κατά τη διάρκεια της κίνησης, που προσφέρει ακρίβεια και τέλεια εφαρμογή του πατρόν. Όταν το πατρόν έχει πάρει την τελική του μορφή, τότε τα δείγματα χρησιμοποιούνται στο κοπτικό μηχάνημα όπου και γίνεται η κοπή των υφασμάτων. Στην ελληνική αγορά , ο κυριότερος προμηθευτής συστήματος CAD είναι Computer Life S.A. Η Computer Life ιδρύθηκε το 1984 είναι μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες παραγωγής λογισμικού και συστημάτων πληροφορικής στη Βόρεια Ελλάδα, με περισσότερες από 1000 εγκαταστάσεις εφαρμογών. Αντιπροσωπεύει στην Ελλάδα την INVESTRONICA SISTEMAS A LECTRA COMPANY την μεγαλύτερη και πιο αξιόπιστη επιχείρηση που δίδει λύσεις CAD και CNC στο σχεδιασμό και την κοπή ετοιμού ενδύματος.

⇒ Κοπή υφασμάτων

Η χρήση αυτόματων κοπτικών μηχανημάτων τύπου CNC προσφέρει ακρίβεια χιλιοστού στην κοπή του υφάσματος, σύμφωνα με το πατρόν που έχουμε κατασκευάσει με τη χρήση CAD. Το αυτόματα κοπτικά συστήματα της INVESTRONICA SISTEMAS A LECTRA COMPANY είναι συμβατά με το πρόγραμμα CAD της ίδιας εταιρίας και παρέχουν τη δυνατότητα κοπής 80000 τεμαχίων το μήνα. Το αυτόματο κοπτικό μηχάνημα φαίνεται στην εικόνα 5.1

Εικόνα 5.1

Αυτόματο κοπτικό μηχάνημα



⇒ Ραφή και σιδέρωμα ενδυμάτων

Η ραφή των ενδυμάτων και το σιδέρωμα θα ανατεθεί σε άλλες επιχειρήσεις. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση θα επιτύχει να μειώσει το εργατικό κόστος και να αποφύγει να προμηθευτεί γαζωτικές μηχανές, το κόστος αγοράς των οποίων είναι ιδιαίτερα υψηλό. Οι πιο αξιόπιστες μονάδες ραφής και σιδερώματος στην περιοχή της Θεσσαλονίκης είναι η Σκουτέλης και ΣΙΑ ΕΕ και η Μουρούζης και ΣΙΑ ΕΕ. Η νέα μονάδα παραγωγής θα αναθέσει και στις δύο αυτές μονάδες τη ραφή και το σιδέρωμα των ενδυμάτων με κόστος 0,50€ (ραφή ενός τεμαχίου) και 0,05€ (σιδέρωμα ενός τεμαχίου). Για τη συνολική λοιπόν ετήσια παραγωγή των 670000 τεμαχίων το κόστος θα είναι 335000€ για τη ραφή και 33500€ για το σιδέρωμα.

⇒ Συσκευασία

Με την συσκευασία των ενδυμάτων κατά είδος και μέγεθος ολοκληρώνεται η γραμμή παραγωγής ενδυμάτων. Στο στάδιο αυτό θα χρησιμοποιηθεί αυτόματο συσκευαστικό μηχάνημα (κλειστικό χαρτοκιβωτίων, και νάυλον σακούλας) που θα επιτρέπει την σωστή και γρήγορη συσκευασία με βάση τις απαιτήσεις του πελάτη. Στον ελληνικό χώρο, η μεγαλύτερη εταιρία που παρέχει ευρεία γκάμα αυτόματων συσκευαστικών μηχανημάτων είναι η ALEX PAK A.E.. Με βάση την παραγόμενη ετήσια ποσότητα, οι ιδανικοί αυτόματοι συσκευαστές είναι οι CLAMCO που προμηθεύει η ALEX PAK A.E. και παρουσιάζονται στην εικόνα 5.2

Εικόνα 5.2
Αυτόματος συσκευαστής



⇒ Ηλεκτρονικός ποιοτικός έλεγχος

Η διασφάλιση της ποιότητας σε όλα τα στάδια της παραγωγής του έτοιμου ενδύματος, είναι σήμερα μια σημαντική παράμετρος των απαιτήσεων της σύγχρονης αγοράς. Η επιχείρηση ανταποκρινόμενη στις απαιτήσεις αυτές θα εφαρμόσει συγκεκριμένες διαδικασίες ποιοτικού ελέγχου ανά φάση παραγωγής οι οποίες αναπτύσσονται παρακάτω :

- Έλεγχος ραφής
(έλεγχος ποιότητας ραφής και Διαλογή ελαττωματικών)
- Έλεγχος σχεδιασμού
(έλεγχος ποιότητας ραφής και Διαλογή ελαττωματικών)

ü Έλεγχος υφάσματος

(Έλεγχος του βάρους του υφάσματος, έλεγχος σχεδίου-κοπής, εντοπισμός χαραγών, βαθουλωμάτων, ατελειών ύφανσης, ατελειών επίστρωσης σε βαφές)

Ο ποιοτικός έλεγχος με τη βοήθεια της νέας τεχνολογίας επιτρέπει ακρίβεια στις μετρήσεις και ελαχιστοποιεί το ανθρώπινο λάθος. Είναι σε θέση να εντοπίσει προβλήματα και σφάλματα παραγωγής που το ανθρώπινο μάτι δεν μπορεί να παρατηρήσει. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η άριστη ποιότητα του τελικού προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα, η επιχείρηση θα προμηθευτεί φωτιζόμενο πάγκο διαλογής που συνδέεται με το αντίστοιχο πληροφοριακό σύστημα CAM. Η πιο αξιόπιστη επιχείρηση που προμηθεύει την ελληνική αγορά με προϊόντα ποιοτικού ελέγχου συμβατά με συστήματα CAD είναι η ΚΑΤΙΚΑΣ Α.Ε. Ο πάγκος που θα προμηθευτούμε θα είναι της κατασκευάστριας εταιρίας SCHMETZ. Ο φωτιζόμενος πάγκος διαλογής παρουσιάζεται στην εικόνα 5.3.

Εικόνα 5.3
Πάγκος διαλογής



Έχοντας την απαιτούμενη λοιπόν τεχνολογία η επιχείρηση θα πιστοποιηθεί με το ISO 9001, που είναι διεθνώς αναγνωρισμένο πρότυπο για την διασφάλιση ποιότητας και ποιοτική διαχείριση επιχειρήσεων (από τον οργανισμό ISO QAR HELLAS)

5.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα χρησιμοποιήσει η νέα μονάδα παραγωγής, θα διακρίνεται σε κύριο παραγωγικό εξοπλισμό, βοηθητικό εξοπλισμό και εξοπλισμό εξυπηρέτησης.

5.4.1 ΚΥΡΙΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Ο κύριος μηχανολογικός εξοπλισμός αφορά της μηχανές που θα χρησιμοποιηθούν στη γραμμή παραγωγής των παιδικών ενδυμάτων. Στον πίνακα

5.1 παρουσιάζονται οι απαραίτητες μηχανές για τη γραμμή παραγωγής και οι αντίστοιχοι προμηθευτές.

Πίνακας 5.1
Κύριος παραγωγικός εξοπλισμός

ΜΗΧΑΝΗ	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ CAD	COMPUTER LIFE S.A.
ΚΟΠΤΙΚΟ CNC	COMPUTER LIFE S.A.
ΚΛΕΙΣΤΙΚΟ ΚΙΒΩΤΙΩΝ (2)	ALEX PAK A.E.
ΠΑΓΚΟΣ ΔΙΑΛΟΓΗΣ (2)	ΚΑΤΙΚΑΣ Α.Ε.

5.4.2 ΒΟΗΘΗΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Ο βοηθητικός εξοπλισμός που θα χρησιμοποιηθεί, θα περιλαμβάνει όλα τα μηχανήματα που συμβάλλουν έμμεσα στην παραγωγική διαδικασία. Η επιλογή των προμηθευτών έγινε με βάση την ποιότητα των προϊόντων τους και την τιμή τους. Στον πίνακα 5.2 παρουσιάζονται οι προμηθεύτριες εταιρίες σε συνδυασμό με το βοηθητικό εξοπλισμό.

Πίνακας 5.2
Βοηθητικός εξοπλισμός

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ
ΕΦΕΔΡΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΓΕΝΝΗΤΡΙΕΣ	ΑΦΟΙ ΣΑΡΑΚΑΚΗ ΑΕΒΕ
ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΥ	MITSUBISHI HELLAS
ΦΟΡΤΗΓΑ (2)	ΓΕΝΙΚΗ ΑΥΤΟΝΙΚΗΤΩΝ ΑΕΒΕ
ΑΝΥΨΩΤΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	ΑΦΟΙ ΣΑΡΑΚΑΚΗ ΑΕΒΕ
ΛΟΙΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΒΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΣΠΑΝΕΛΑΣ Α.Ε.

5.4.3 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΩΣ

Ο εξοπλισμός εξυπηρέτησεως περιλαμβάνει όλα τα είδη εξοπλισμού που εξυπηρετούν υποστηρικτικές ανάγκες της μονάδας παραγωγής. Η επιλογή των προμηθευτών έγινε με βάση την ποιότητα των προϊόντων τους και την τιμή τους. Στον πίνακα 5.3 παρουσιάζονται οι προμηθεύτριες εταιρίες σε συνδυασμό με τον αντίστοιχο εξοπλισμό.

Πίνακας 5.3
Εξοπλισμός εξυπηρέτησεως

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ(2)	ΙΑΣΩΝ ΑΕΒΕ
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΠΙΠΛΩΣΗΣ	SATO A.E.B.E.
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ(PC,ΕΚΤΥΠΩΤΕΣ)	ΠΛΑΙΣΙΟ Α.Ε.
ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	SONY
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ	ΕΡΜΗΣ SECURITY
ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΡΑΔΙΟ ΚΟΡΑΣΙΔΗΣ
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ	MARO CASS AND CARRY
ΔΑΠΕΔΑ ΜΟΚΕΤΕΣ	IKEA

5.5 ΚΟΣΤΟΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΩΝ

Η απόκτηση του μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού συνεπάγεται κάποιιο κόστος. Ο υπολογισμός του κόστους θα γίνει με βάση τις τιμές που θα έχουν τα μηχανήματα κατά την ημερομηνία απόκτησής τους, δηλαδή το έτος 2008. Για τον υπολογισμό των τιμών θα θεωρηθεί ότι ο ρυθμός πληθωρισμού θα παραμείνει στο ύψος του 3,5%. Στον πίνακα 5.4 παρουσιάζεται το κόστος για την αγορά του απαραίτητου εξοπλισμού.

Πίνακας 5.4
Κόστος μηχανολογικού εξοπλισμού

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
ΚΥΡΙΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ CAD	22.000,00
ΚΟΠΤΙΚΟ CNC(2)	35.000,00
ΚΛΕΙΣΤΙΚΟ ΚΙΒΩΤΙΩΝ (2)	17.500,00
ΠΑΓΚΟΣ ΔΙΑΛΟΓΗΣ (2)	14.000,00
ΒΟΗΘΗΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	
ΕΦΕΔΡΙΚΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΓΕΝΝΗΤΡΙΕΣ	1.200,00
ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΥ	18.000,00
ΦΟΡΤΗΓΑ (2)	210.000,00
ΑΝΥΨΩΤΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	70.000,00
ΛΟΙΠΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	12.000,00
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΩΣ	
ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ(2)	35.000,00
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΠΙΠΛΩΣΗΣ	75.000,00
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ	85.000,00
ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	60.000,00
ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ	22.000,00
ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	45.000,00
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ	6.500,00
ΔΑΠΕΔΑ ΜΟΚΕΤΕΣ	22.000,00
ΣΥΝΟΛΟ	750.200,00

5.6 ΧΩΡΟΜΕΤΡΙΚΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Η απόκτηση του μηχανολογικού και τεχνολογικού εξοπλισμού θα πρέπει να συνδυαστεί με την κατάλληλη σχεδίαση του χωρομετρικού σχεδίου της μονάδας παραγωγής. Επίσης, για να είναι λειτουργικός ο μηχανολογικός και τεχνολογικός εξοπλισμός, θα πρέπει ο σχεδιασμός των εσωτερικών χώρων του κτιρίου να είναι προσαρμοσμένος στις ανάγκες της παραγωγής, της διοίκησης και της διάθεσης.

Η επιχείρηση Joel Junior θα εγκατασταθεί σε οικόπεδο της Βιομηχανικής Περιοχής Θεσσαλονίκης. Το συγκεκριμένο οικόπεδο, έχει έκταση 4 στρέμματα, και το ποσοστό κάλυψης είναι 60%. Το χωρομετρικό σχέδιο του οικοπέδου της νέας επιχείρησης παρουσιάζεται στην εικόνα 5.4.

Στις εικόνες 5.5, 5.6, 5.7 και 5.8 παρουσιάζονται οι χώροι από τους οποίους θα αποτελείται το κεντρικό κτίριο. Πιο συγκεκριμένα έχουμε :

⇒ Υπόγειο (εικόνα 5.5)

Στο υπόγειο θα υπάρχει το λεβητοστάσιο, το μηχανοστάσιο, οι αποθήκες ετοιμών προϊόντων, υλικών συσκευασίας, πρώτων υλών και γενικών εφοδίων. Επίσης, στο υπόγειο θα υπάρχει ο χώρος όπου θα πλένονται οι στολές του προσωπικού.

⇒ Ισόγειο (εικόνα 5.6)

Στο ισόγειο θα υπάρχουν τα τμήματα σχεδιασμού ενδυμάτων, κοπής ενδυμάτων, συσκευασίας και ελέγχου ποιότητας. Στον ίδιο χώρο θα λειτουργεί και το ιατρείο – φαρμακείο.

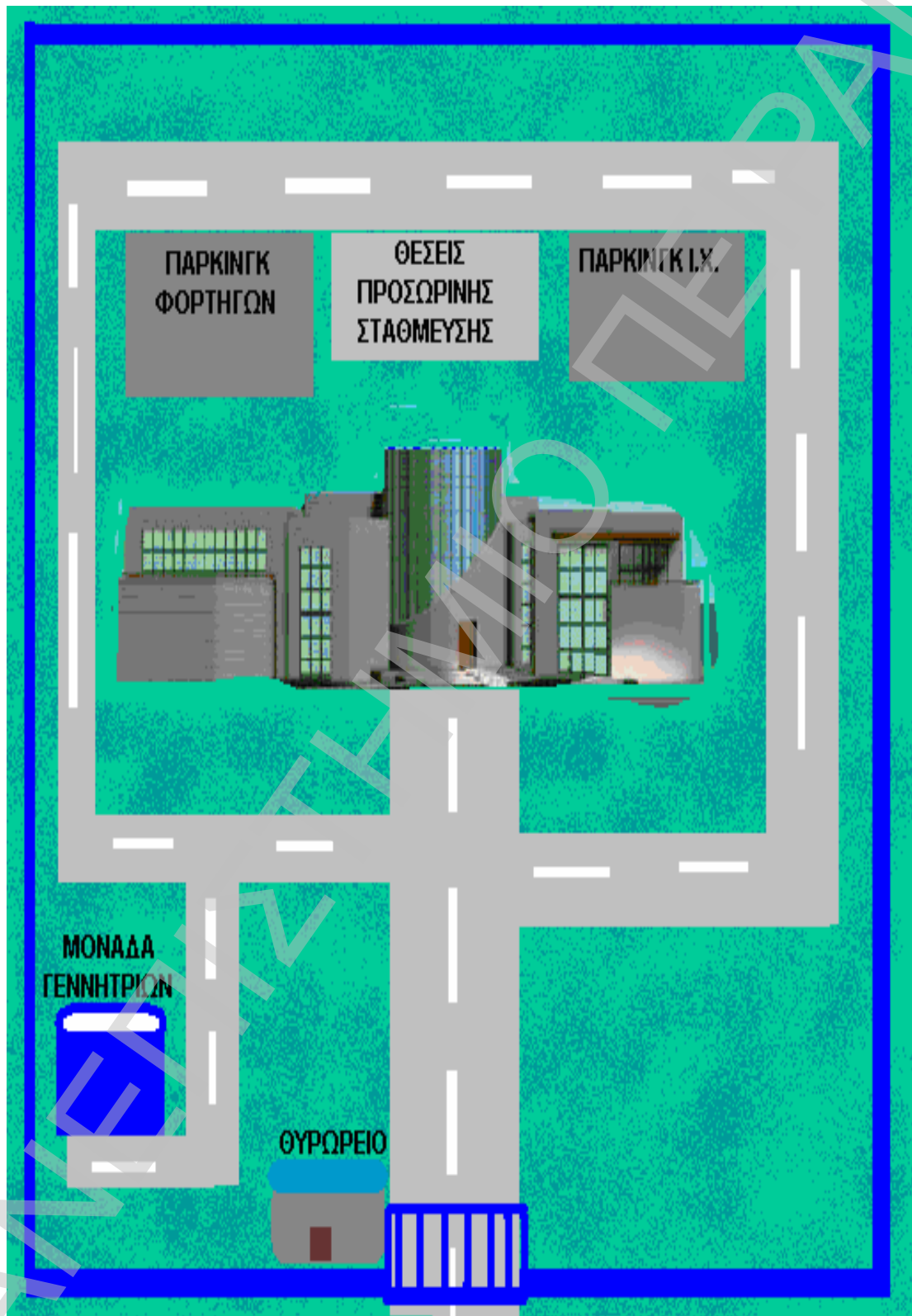
⇒ Πρώτος όροφος (εικόνα 5.7)

Στον πρώτο όροφο θα υπάρχει η αίθουσα συνεδρίων, η αίθουσα εκπαίδευσης προσωπικού, η καφετέρια, η έκθεση των παιδικών ενδυμάτων της Joel Junior και το τηλεφωνικό κέντρο.

⇒ Δεύτερος όροφος (εικόνα 5.8)

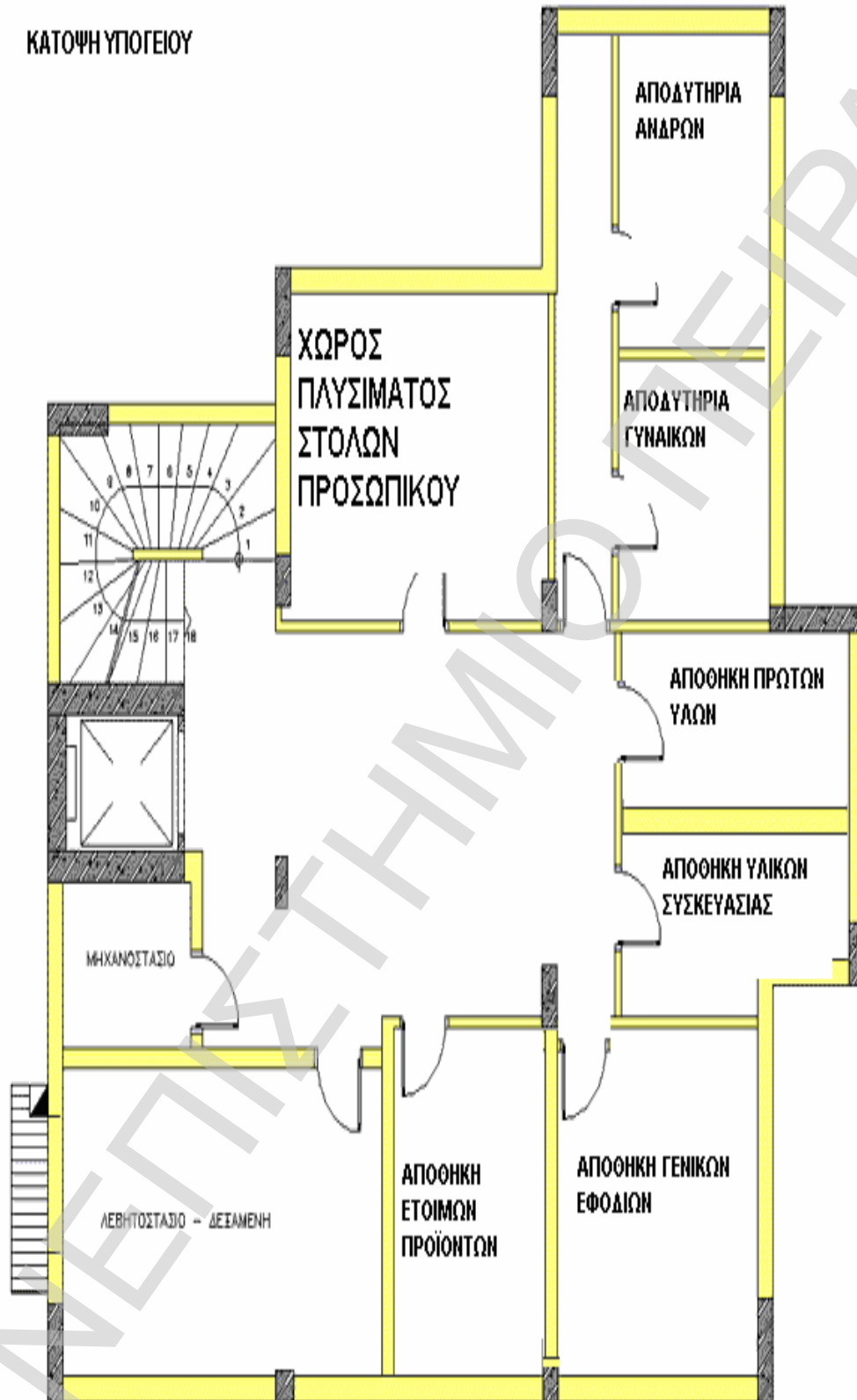
Στο δεύτερο όροφο θα λειτουργούν τα γραφεία διοίκησης (οικονομικό, μάρκετινγκ, ποιότητας, εφοδιασμού, ανθρωπίνων πόρων κτλ)

Εικόνα 5.4
Χωρομετρικό σχέδιο οικοπέδου

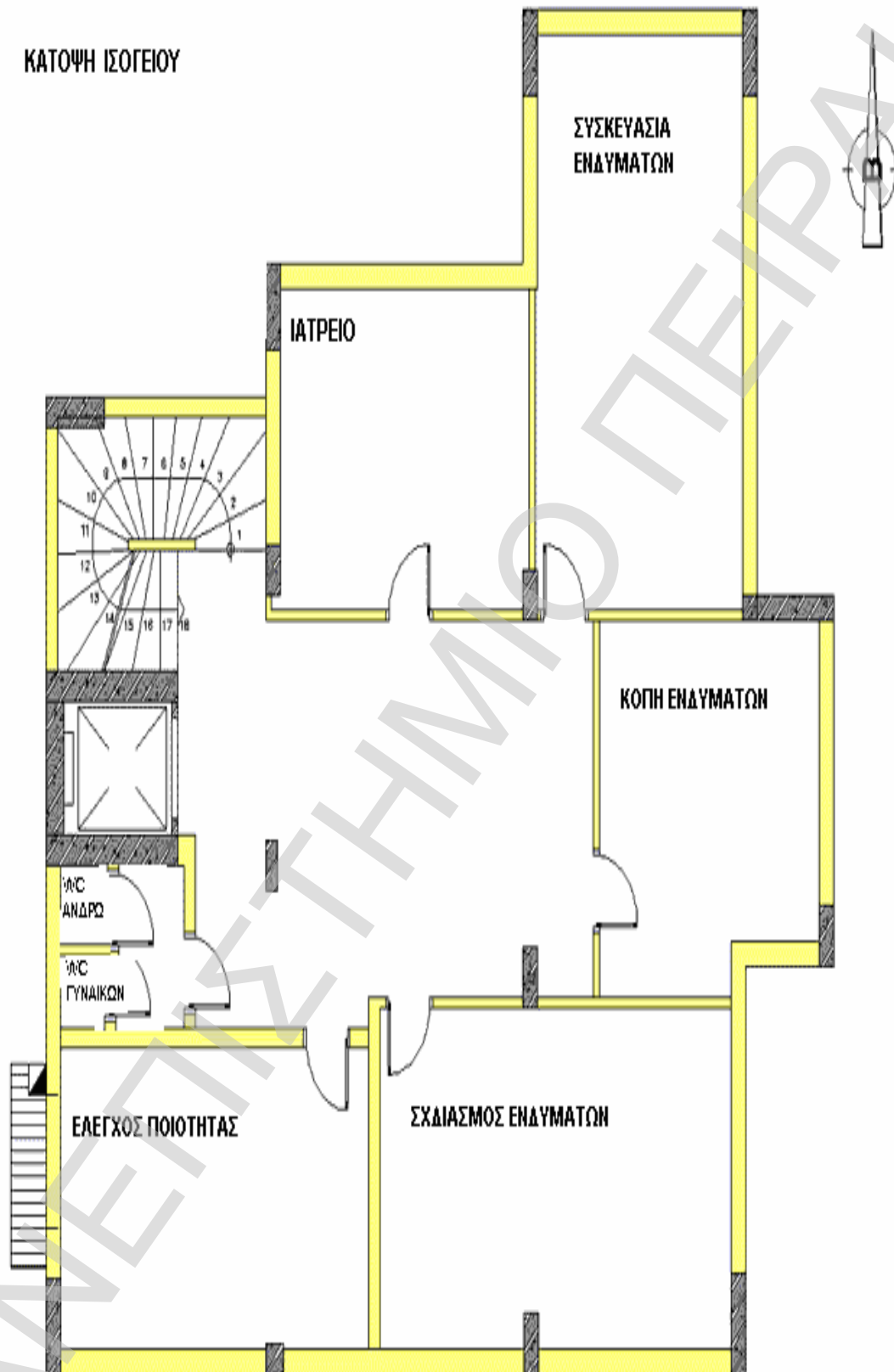


Εικόνα 5.5
Κάτοψη υπογείου κεντρικού κτιρίου

ΚΑΤΟΨΗ ΥΠΟΓΕΙΟΥ

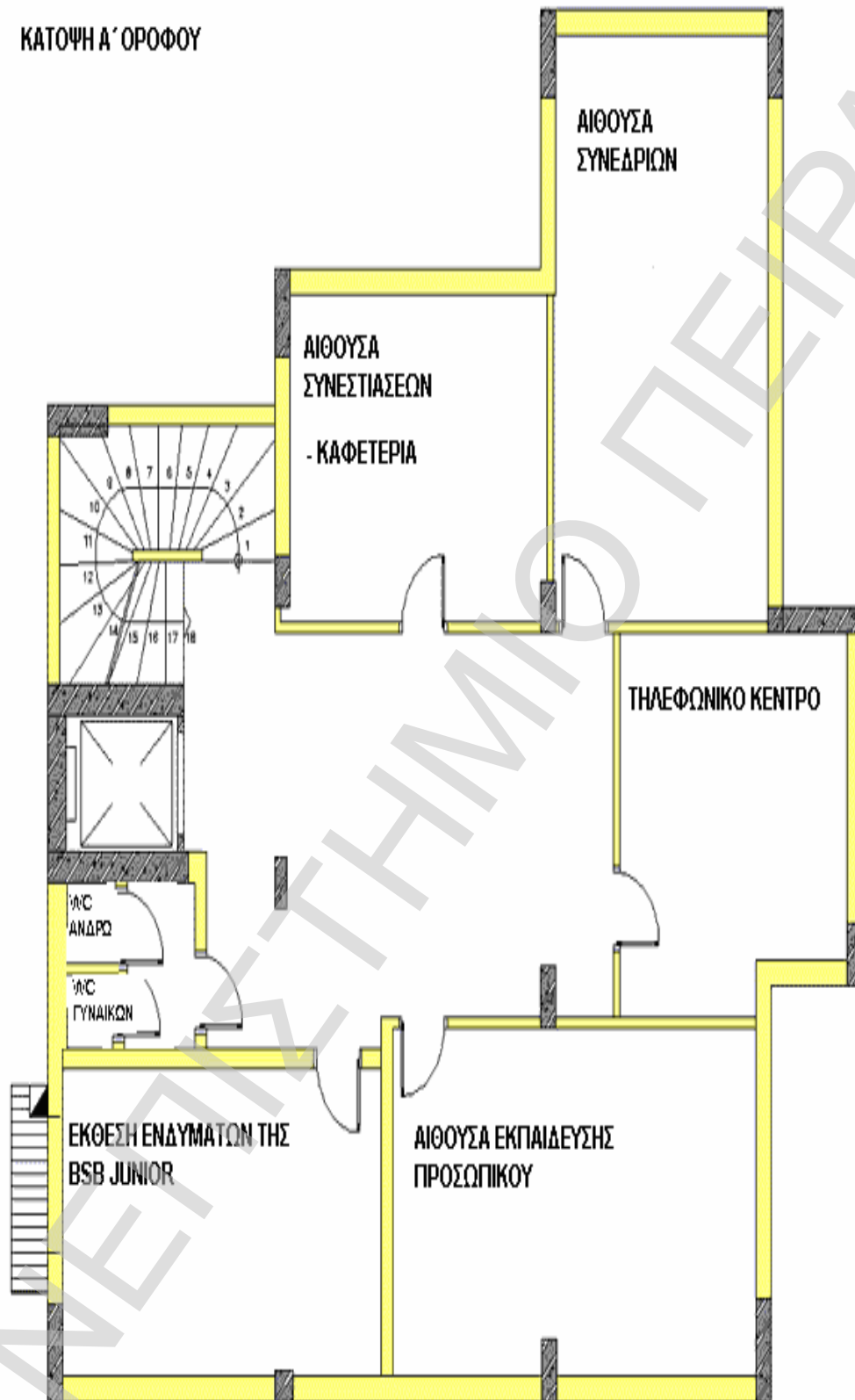


Εικόνα 5.6
Κάτοψη ισογείου κεντρικού κτιρίου



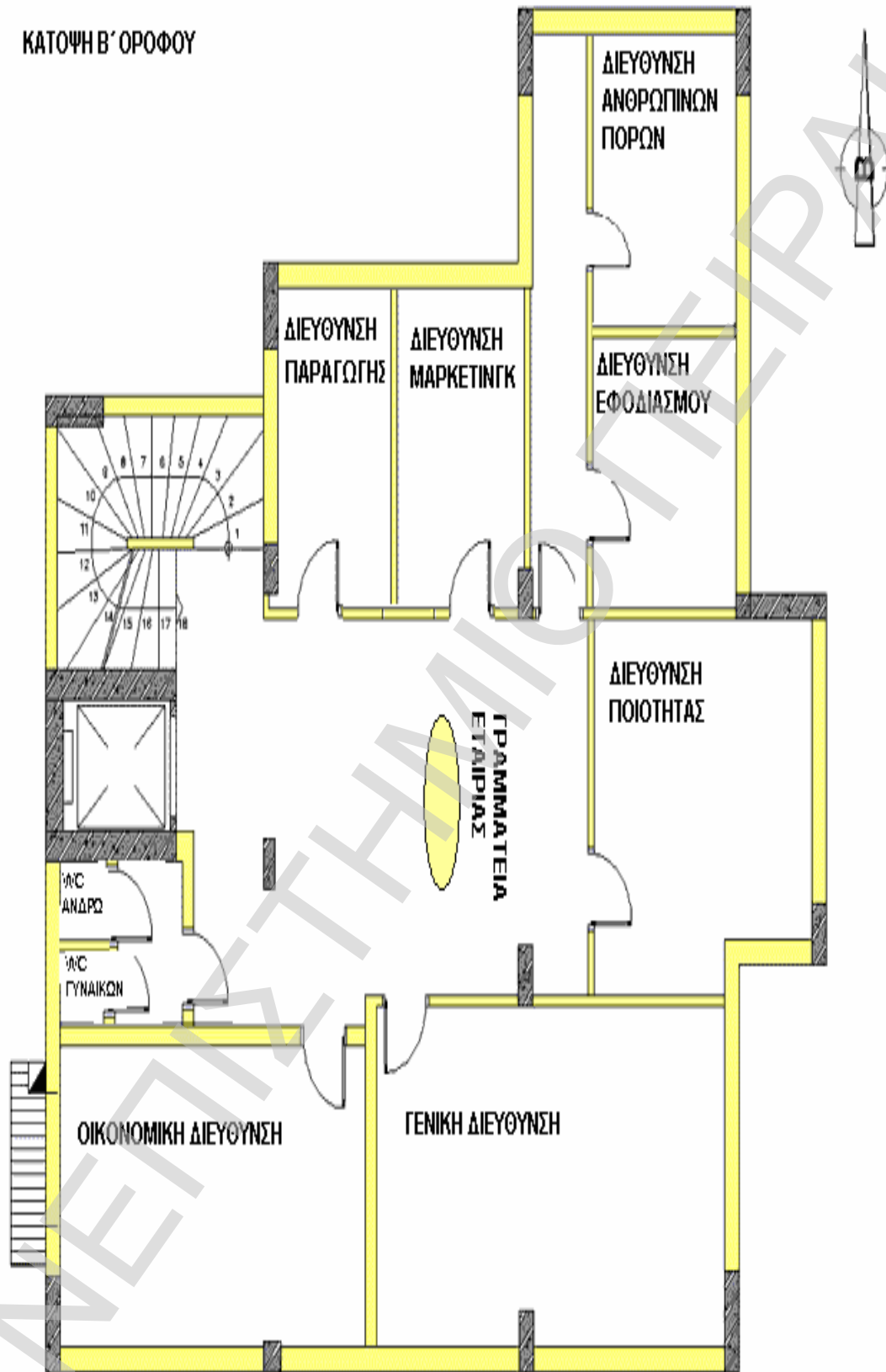
Εικόνα 5.7
Κάτοψη πρώτου ορόφου κεντρικού κτιρίου

ΚΑΤΟΨΗ Α' ΟΡΟΦΟΥ



Εικόνα 5.8
Κάτοψη δεύτερου ορόφου κεντρικού κτιρίου

ΚΑΤΟΨΗ Β' ΟΡΟΦΟΥ



5.7 ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ

Το σύνολο της μελέτης και κατασκευής της μονάδας παραγωγής της Joel Junior θα ανατεθεί στην ΘΕΜΕΛΙΟΔΟΜΗ Α.Ε. Η ΘΕΜΕΛΙΟΔΟΜΗ ιδρύθηκε το 1976 και έχει έδρα τη Θέρμη, Θεσσαλονίκη. Είναι η μοναδική εργοληπτική εταιρία 7^{ης} τάξης με έδρα εκτός Αθηνών, η μεγαλύτερη εταιρία του κλάδου στη Βόρεια Ελλάδα και στις πέντε πρώτες στη χώρα. Έχει ανώτατο εργοληπτικό πτυχίο 7ης τάξης του Μητρώου Εργοληπτικών Επιχειρήσεων του ΥΠΕΧΩΔΕ και είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Κατασκευαστών Θεμελιώσεων (EFFC) από το 1991. Λειτουργεί σύμφωνα με διαδικασίες ISO 9001 και εφαρμόζει από το 2001 εσωτερικό έλεγχο και εταιρική διακυβέρνηση. Διαθέτει πρόγραμμα έρευνας και μακροχρόνιους δεσμούς συνεργασίας με πανεπιστημιακά και ερευνητικά κέντρα.

5.7.1 ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Το κόστος της διαμόρφωσης του χώρου εγκατάστασης της μονάδας παραγωγής θα είναι 550.000 € και θα περιλαμβάνει :

- ⇒ Εκχερσώσεις και ισοπεδώσεις.
- ⇒ Διαμόρφωση χώρων στάθμευσης.
- ⇒ Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, ύδρευσης και αποχέτευσης.
- ⇒ Οδικά έργα στα πλαίσια της Βιομηχανικής Περιοχής Θεσσαλονίκης.
- ⇒ Έργα παροχής τηλεπικοινωνίας.
- ⇒ Δημιουργία περίφραξης.
- ⇒ Διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου.

5.7.2 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΩΝ

Το κόστος της κατασκευής κτιριακών υποδομών της μονάδας παραγωγής θα είναι 1.200.000 € και θα περιλαμβάνει :

- ⇒ Κατασκευή του κεντρικού κτιρίου της Joel Junior.
- ⇒ Κτίριο εφεδρικών γεννητριών.
- ⇒ Κατασκευή κτιρίου ελέγχου κεντρικής εισόδου.
- ⇒ Αποθηκευτικοί χώροι.
- ⇒ Γραφεία και διοικητικοί χώροι.
- ⇒ Αίθουσα συνεστιάσεων, συνεδριακός χώρος.
- ⇒ Μηχανοστάσιο, λεβητοστάσιο.
- ⇒ Αποδυτήρια και λοιποί βοηθητικοί χώροι.

5.7.3 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Το κόστος κατασκευής των μονάδων παραγωγής θα είναι 350.000 € και θα περιλαμβάνει :

- ⇒ Διαμόρφωση του χώρου βάση των αναγκών της γραμμής παραγωγής παιδικών ενδυμάτων.
- ⇒ Τοποθέτηση συστήματος εξαερισμού και κλιματισμού.
- ⇒ Δημιουργία μονώσεων και ράμπας μεταφοράς.

5.7.4 ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΩΣ

Το κόστος της κατασκευής των μονάδων εξυπηρέτησης θα είναι 150.000 € και θα περιλαμβάνει :

- ⇒ Τοποθέτηση μηχανημάτων παροχής παγωμένου πόσιμου νερού.
- ⇒ Τοποθέτηση ανελκυστήρων.
- ⇒ Καλωδιώσεις γενικής χρήσης.
- ⇒ Τοποθέτηση αλεξικέρανου.

5.8 ΚΟΣΤΟΣ ΕΡΓΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ

Το συνολικό κόστος των όλων των παραπάνω έργων παρουσιάζεται στον πίνακα 5.5.

Πίνακας 5.5

Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού(Ποσά σε Euro)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ
ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	550.000
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΤΙΡΙΩΝ	1.200.000
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	350.000
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΕΩΣ	150.000
ΣΥΝΟΛΟ	2.250.000

Για να επιτύχει όμως η Joel Junior να είναι λειτουργική κατά τη διάρκεια όλων των ετών του επιχειρησιακού σχεδίου, θα πρέπει να συντηρεί σε μηνιαία βάση τα έργων που θα κατασκευάσει(κτίρια, μηχανολογικός εξοπλισμός, περιβάλλον χώρος, κτλ).Τη συντήρηση θα αναλάβει η εταιρία SIGMA SERVICE.Η εταιρία εδρεύει στη Θεσσαλονίκη και δραστηριοποιείται στον τομέα της συντήρησης κτιρίων από το 1990, προσφέροντας υπηρεσίες ποιότητας με συνέπεια και υπευθυνότητα. Διαθέτει ένα άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό που σε συνδυασμό με το σύγχρονο τεχνικό και μηχανολογικό εξοπλισμό εξασφαλίζει και εγγυάται την υψηλότερη απόδοση σε ποιότητα.Το κόστος συντήρησης διαχρονικά , παρουσιάζεται στον πίνακα 5.6.Οι τιμές αυτές έχουν υπολογιστεί με βάση τον προβλεπόμενο προϋπολογισμό (της τάξης του 3,5%) για τα επόμενα χρόνια.

Πίνακας 5.6

Κόστος συντήρησης έργων πολιτικού μηχανικού(Ποσά σε Euro)

ΕΤΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ
2008	8500,00
2009	8797,50
2010	9105,41
2011	9424,10
2012	9753,95
2013	10095,33
2014	10448,67

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

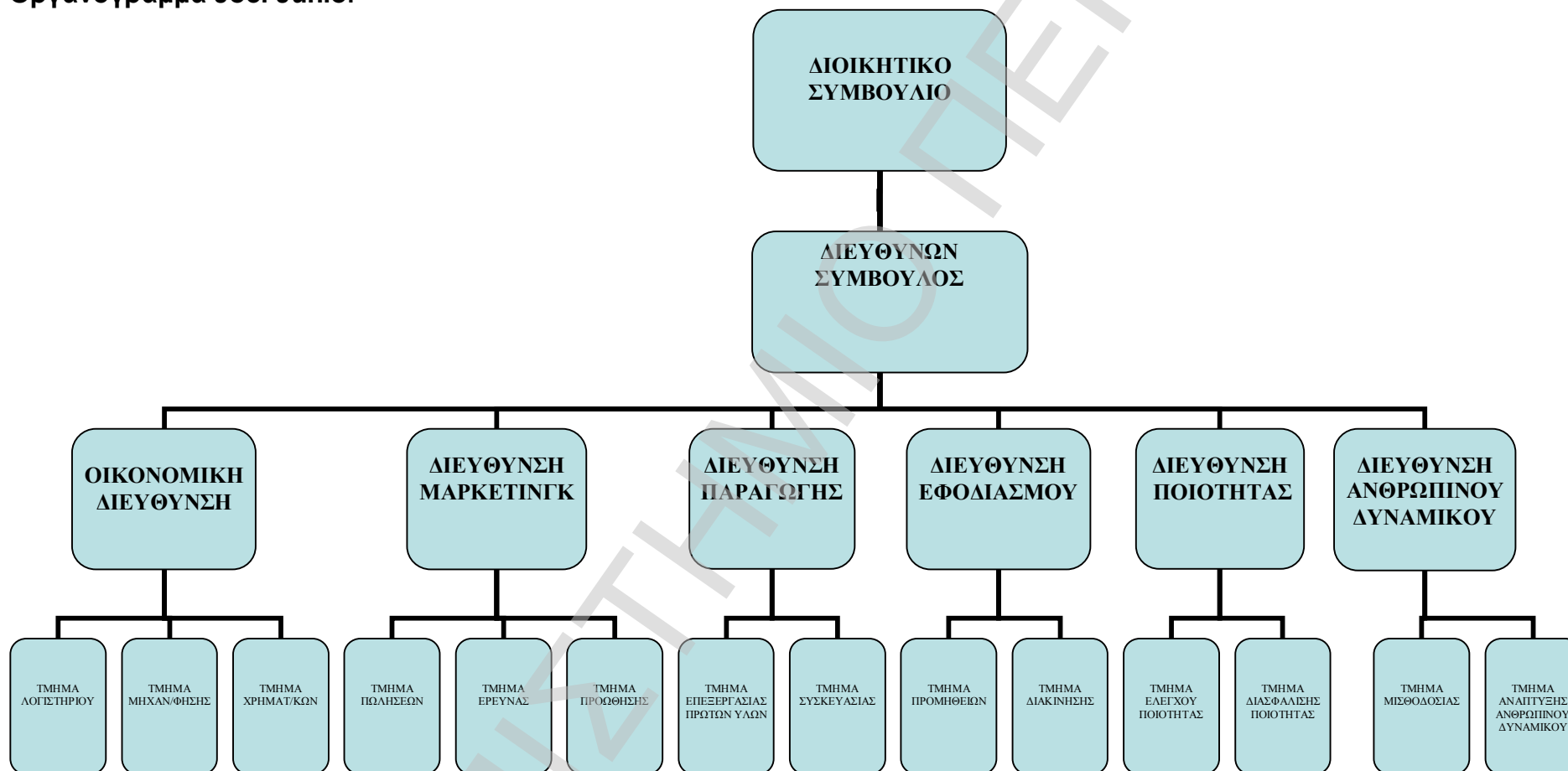
6.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ

Για να επιτευχθεί η βιωσιμότητα και η αποτελεσματική διαχείριση της νέας επιχείρησης θα πρέπει να δημιουργηθεί ένας άρτιος προγραμματισμός τόσο σε επίπεδο οργάνωσης των αρμοδιοτήτων του προσωπικού όσο και σε επίπεδο καθορισμού των γενικών εξόδων. Για τη μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας και της κερδοφορίας της νέας επιχείρησης, θα πρέπει να μελετηθεί και να αναπτυχθεί μια άρτια οργανωσιακή δομή που θα καθορίζει τις αρμοδιότητες, τις ευθύνες και τα πεδία δράσης κάθε τμήματος. Με αυτόν τον τρόπο, θα σχεδιαστεί η απαιτούμενη οργάνωση της νέας επιχείρησης έτσι ώστε να υπάρχει η σωστή διαχείριση και ο απαιτούμενος έλεγχος των γενικών εξόδων. Τα κύρια σημεία, στα οποία και θα εστιάσουμε την προσοχή μας είναι η οργάνωση και διαχείριση της μονάδας παραγωγής, καθώς επίσης και ο εντοπισμός των κέντρων κόστους.

6.1.1 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΔΟΜΗ

Η νέα επιχείρηση θα δημιουργήσει μια οργανωσιακή δομή έχοντας ως άξονα την ορθή διαχείριση, τον έλεγχο της μονάδας και τον σαφή εντοπισμό των κέντρων κόστους. Η οργανωσιακή δομή μιας επιχείρησης αποτελεί απαραίτητο στοιχείο για την επιτυχία του επενδυτικού σχεδίου, όχι μόνο από λειτουργικής άποψης, αλλά και κατά τη διάρκεια της φάσης του προγραμματισμού, προκειμένου να γίνεται εφικτή η εκτίμηση και η πρόβλεψη των γενικών εξόδων της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, η οργανωσιακή δομή καθορίζει τις αρμοδιότητες που έχει κάθε λειτουργική μονάδα της επιχείρησης καθώς επίσης και τη διοικητική σχέση που υπάρχει μεταξύ των επιμέρους μονάδων. Η εικόνα της οργανωσιακής δομής παρουσιάζεται στο οργανόγραμμα της επιχείρησης, όπου φαίνονται διαγραμματικά οι αρμοδιότητες και ευθύνες κάθε τμήματος. Έχοντας ως στόχο τη λειτουργικότητα της νέας επιχείρησης και την καλύτερη αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού, η Joel Junior θα ακολουθήσει το οργανόγραμμα που παρουσιάζεται στο διάγραμμα 6.1. Το συγκεκριμένο διάγραμμα διαχωρίζεται σε τρία επίπεδα οργάνωσης: το κορυφαίο μάνατζμεντ, το μεσαίο μάνατζμεντ και το εποπτικό μάνατζμεντ. Το κορυφαίο μάνατζμεντ ασχολείται με το στρατηγικό προγραμματισμό, τον προϋπολογισμό, τον συντονισμό και τον έλεγχο. Το μεσαίο μάνατζμεντ ασχολείται με τον έλεγχο των οργανωσιακών λειτουργιών. Τέλος, το εποπτικό μάνατζμεντ ασχολείται με τον έλεγχο των καθημερινών λειτουργιών των οργανωσιακών μονάδων.

Διάγραμμα 6.1
Οργανόγραμμα Joel Junior



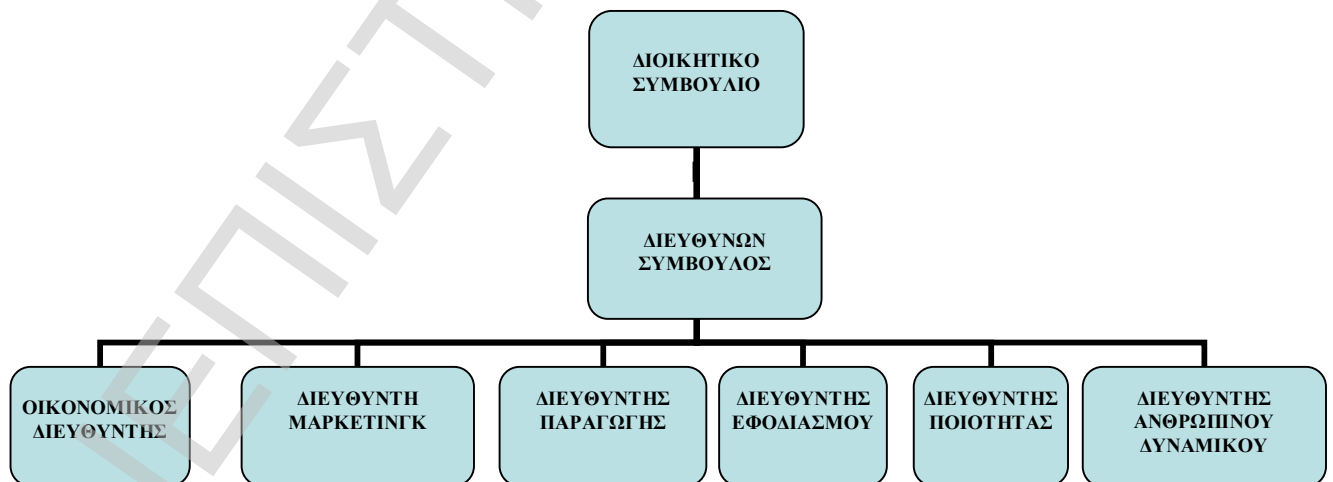
6.1.2 ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

Από τη στιγμή που έχει οριστεί το γενικό οργανόγραμμα βάση του οποίου θα λειτουργεί η Joel Junior, θα πρέπει να καθοριστούν και τα επιμέρους οργανογράμματα των λειτουργιών κάθε μονάδας της επιχείρησης. Τα επιμέρους οργανογράμματα οριοθετούν τις αρμοδιότητες και ευθύνες κάθε τμήματος, ενώ αποτελούν τη βάση προσδιορισμού των κέντρων κόστους. Πιο συγκεκριμένα, έχουμε :

⇒ Γενική Διεύθυνση

Η Γενική διεύθυνση της επιχείρησης θα εκπροσωπείται από τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της επιχείρησης. Ο Διευθύνων Σύμβουλος θα καθορίζει και θα ελέγχει την οικονομική και επιχειρησιακή στρατηγική της Joel Junior ενώ θα αναφέρεται στο Διοικητικό Συμβούλιο. Πιο συγκεκριμένα , θα ελέγχει την Οικονομική Διεύθυνση, τη Διεύθυνση Μάρκετινγκ, τη Διεύθυνση Παραγωγής, τη Διεύθυνση Εφοδιασμού, τη Διεύθυνση Ποιότητας και τη Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού. Με άλλα λόγια , καθορίζει πλαίσια στα οποία θα λειτουργούν οι κύριες διευθύνσεις της επιχείρησης. Ο έλεγχος που θα ασκεί ο Διευθύνοντας Σύμβουλος θα είναι σε εβδομαδιαία βάση και θα αφορά τα πλαίσια λειτουργίας και αποδοτικότητας των επιμέρους διευθύνσεων. Το οργανόγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζει τη διοικητική σχέση του Διευθύνοντα Συμβούλου με τις κύριες Διευθύνσεις.

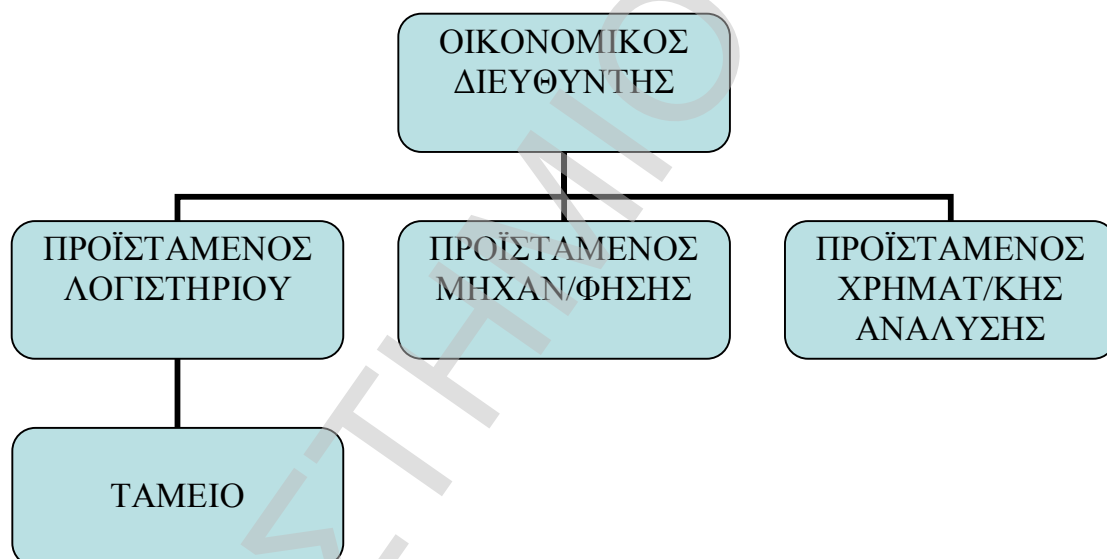
Διάγραμμα 6.2
Οργανόγραμμα Γενικής Διεύθυνσης



⇒ Οικονομική Διεύθυνση

Η Οικονομική Διεύθυνση της επιχείρησης εκπροσωπείται από τον Οικονομικό Διευθυντή. Ο Οικονομικός Διευθυντής αναφέρεται στον Διευθύνοντα Σύμβουλο και εποπτεύει το τμήμα του λογιστηρίου, το τμήμα της μηχανογράφησης και το τμήμα της χρηματοοικονομικής ανάλυσης (διάγραμμα 6.3). Το τμήμα του λογιστηρίου είναι υπεύθυνο για την ορθή τήρηση των λογαριασμών γενικής και αναλυτικής λογιστικής σύμφωνα με τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων και το Ελληνικό Γενικό Λογιστικό Σχέδιο. Ελέγχει το ταμείο της επιχείρησης και διασφαλίζει την ρευστότητα διαθέσιμων της εταιρίας. Το τμήμα μηχανογράφησης συνδέει όλα τα τμήματα με το λογιστήριο και μεταφέρει τα οικονομικά δεδομένα στο λογιστικό πληροφοριακό πρόγραμμα της επιχείρησης. Τέλος, το τμήμα χρηματοοικονομικής ανάλυσης, επεξεργάζεται τα δεδομένα του λογιστηρίου που αντλεί μέσω της μηχανογράφησης και καταρτίζει τις μηνιαίες χρηματοοικονομικές αναφορές.

Διάγραμμα 6.3
Οργανόγραμμα Οικονομικής Διεύθυνσης



⇒ Διεύθυνση Μάρκετινγκ

Η Διεύθυνση Μάρκετινγκ εκπροσωπείται από το Διευθυντή Μάρκετινγκ ο οποίος αναφέρεται στο Διευθύνοντα Σύμβουλο και ελέγχει το τμήμα πωλήσεων, το τμήμα έρευνας και το τμήμα προώθησης (διάγραμμα 6.4). Πιο αναλυτικά, το τμήμα πωλήσεων διεκπεραιώνει τις παραγγελίες αγοράς που έχει η επιχείρηση και δημιουργεί στατιστικά δεδομένα των πωλήσεων. Το τμήμα έρευνας αγοράς ασχολείται με την διερεύνηση των δεδομένων της ελληνικής και παγκόσμιας οικονομίας και εντοπίζει τις νέες ευκαιρίες επένδυσης. Τέλος, το τμήμα προώθησης είναι υπεύθυνο για τη διαφήμιση των προϊόντων της εταιρίας καθώς επίσης και για την ενδυνάμωση του εμπορικού της ονόματος.

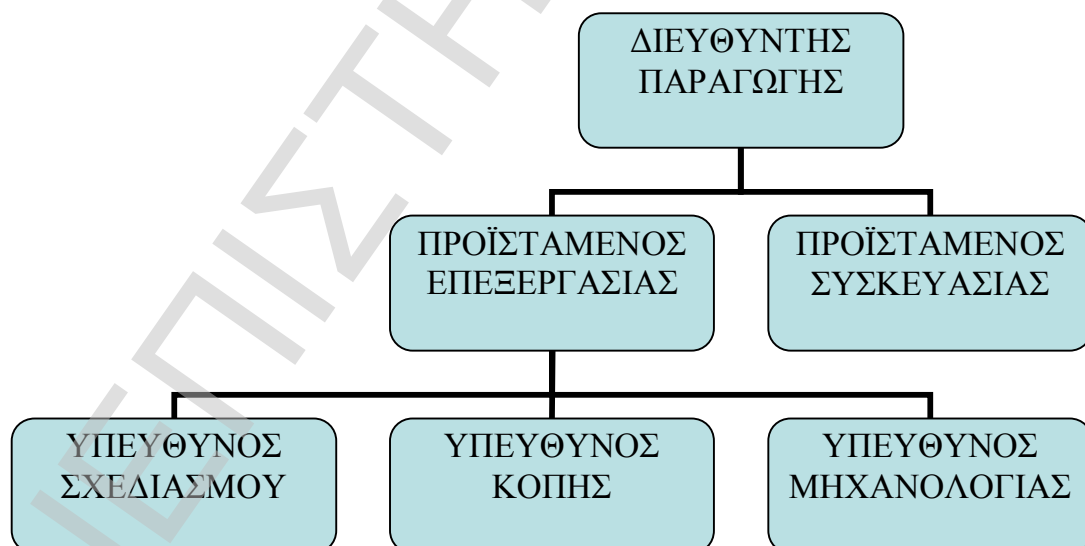
Διάγραμμα 6.4
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Μάρκετινγκ



⇒ Διεύθυνση Παραγωγής

Η Διεύθυνση Παραγωγής εκπροσωπείται από τον Διευθυντή Παραγωγής ο οποίος ελέγχει το τμήμα επεξεργασίας των πρώτων υλών και το τμήμα συσκευασίας των προϊόντων (διάγραμμα 6.5). Το τμήμα συσκευασίας είναι αρμόδιο για την σωστή συσκευασία των προϊόντων σύμφωνα με τις απαιτήσεις των πελατών. Το τμήμα της επεξεργασίας πρώτων υλών χωρίζεται σε τμήμα σχεδιασμού των υφασμάτων και τμήμα κοπής των υφασμάτων και τμήμα μηχανολογίας. Το τμήμα σχεδιασμού των προϊόντων αποτελείται από τους σχεδιαστές – πατρονίστ και το τμήμα κοπής από τους χειριστές του αυτόματου κοπτικού μηχανήματος. Το τμήμα της μηχανολογίας ασχολείται με την επιθεώρηση και συντήρηση του μηχανολογικού εξοπλισμού της επιχείρησης. Τα τμήματα αυτά είναι ιδιαίτερα σημαντικά και συνεργάζονται άμεσα με το τμήμα των πωλήσεων και τη διεύθυνση ποιότητας.

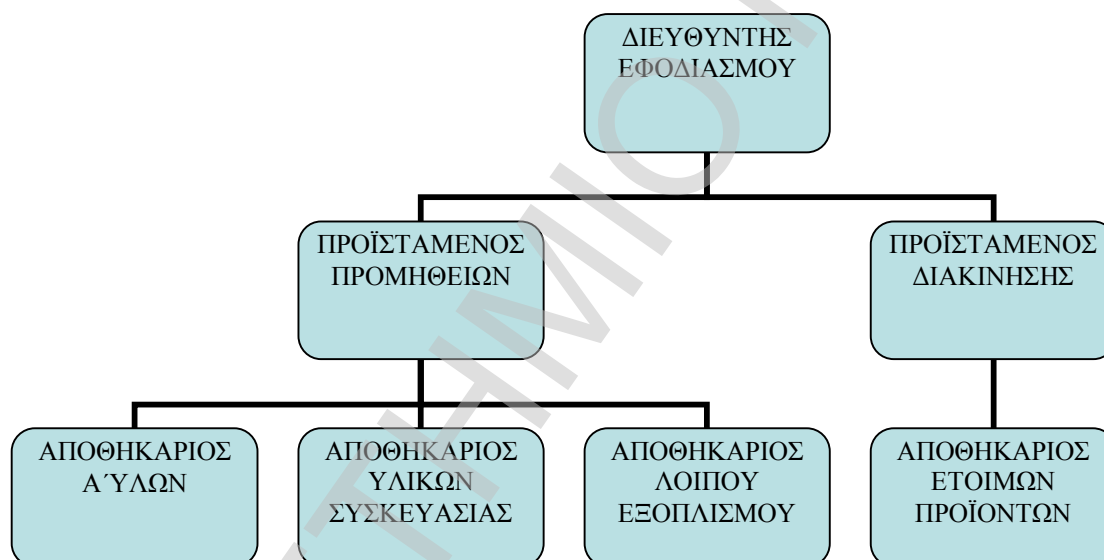
Διάγραμμα 6.5
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Παραγωγής



⇒ Διεύθυνση Εφοδιασμού

Η Διεύθυνση Εφοδιασμού εκπροσωπείται από το Διευθυντή Εφοδιασμού ο οποίος ελέγχει το τμήμα προμηθειών και το τμήμα διακίνησης των προϊόντων (διάγραμμα 6.6). Πιο συγκεκριμένα, το τμήμα προμηθειών είναι υπεύθυνο για την έγκαιρο εφοδιασμό της επιχείρησης με πρώτες και βοηθητικές ύλες, με υλικά συσκευασίας και λοιπό εξοπλισμό. Το συγκεκριμένο τμήμα παρακολουθεί τις αποθήκες πρώτων υλών, υλικών συσκευασίας και γενικών εφοδίων. Το συγκεκριμένο τμήμα αξιολογεί τους προμηθευτές και συνάπτει τα συμβόλαια συνεργασίας. Το τμήμα διακίνησης προϊόντων διαχειρίζεται τη μεταφορά των τελικών προϊόντων στα καταστήματα λιανικής πώλησης και παρακολουθεί την αποθήκη ετοιμών προϊόντων.

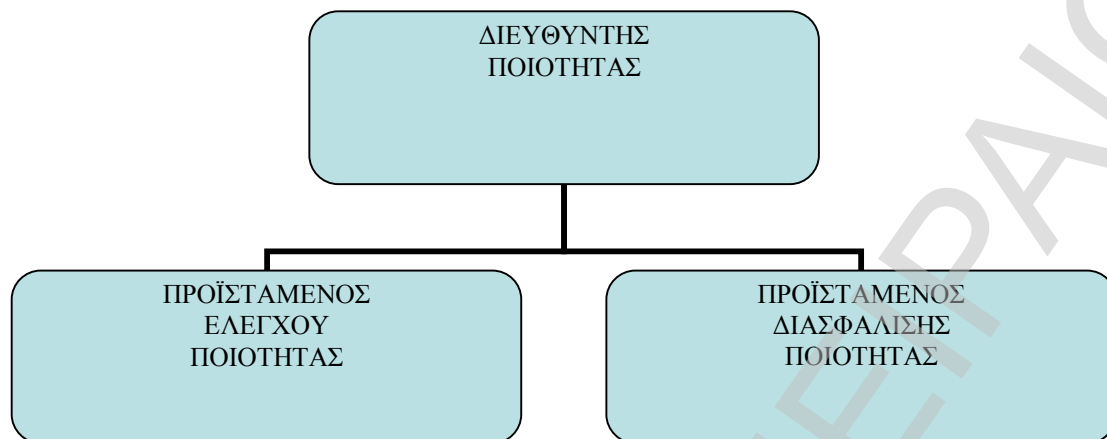
Διάγραμμα 6.6
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Εφοδιασμού



⇒ Διεύθυνση Ποιότητας

Η Διεύθυνση Ποιότητας εκπροσωπείται από το Διευθυντή Ποιότητας που διοικεί τα τμήματα ελέγχου ποιότητας και διασφάλισης ποιότητας (διάγραμμα 6.7). Το τμήμα ελέγχου ποιότητας θα παρακολουθεί τη διεύθυνση παραγωγής με τα επιμέρους τμήματα. Σκοπός του τμήματος ελέγχου ποιότητας είναι ο έλεγχος της επεξεργασίας και συσκευασίας έτσι ώστε να ελαχιστοποιούνται οι πιθανότητες παραγωγής ελαττωματικών ενδυμάτων. Το τμήμα διασφάλισης ποιότητας ελέγχει όλα τα τμήματα παραγωγής και συσκευασίας έτσι ώστε τα προϊόντα της Joel Junior να πιστοποιηθούν με Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας ISO.

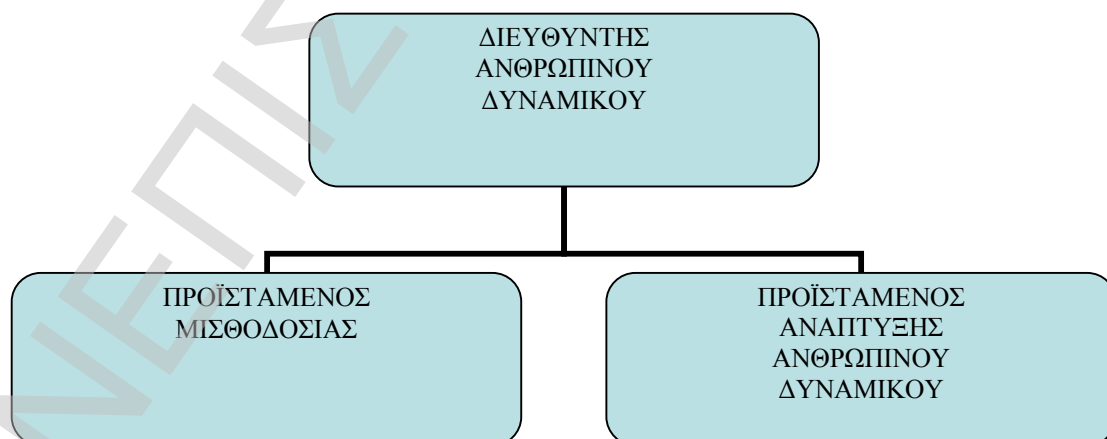
Διάγραμμα 6.7
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Ποιότητας



⇒ Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού

Η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού εκπροσωπείται από το Διευθυντή Ανθρώπινου Δυναμικού ο οποίος διοικεί το τμήμα μισθοδοσίας και το τμήμα ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού(διάγραμμα 6.8). Το τμήμα μισθοδοσίας συνεργάζεται άμεσα με το λογιστήριο και είναι υπεύθυνο για την πληρωμή των μισθών και των ημερομισθίων των εργαζομένων της επιχείρησης. Το τμήμα ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού ασχολείται με την επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού που θα στελεχώσει την επιχείρηση, την εξέλιξη των υπαλλήλων και προϊσταμένων της επιχείρησης καθώς και όλες τις παροχές που θα έχουν οι εργαζόμενοι.

Διάγραμμα 6.8
Οργανόγραμμα Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού



6.2 ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΚΕΝΤΡΩΝ ΚΟΣΤΟΥΣ

Με τον όρο κέντρο κόστους (business unit) περιγράφεται το κόστος λειτουργίας μιας αυτόνομης μονάδας παραγωγής της επιχείρησης. Οι αυτόνομες μονάδες παραγωγής στα πλαίσια της επιχείρησης έχουν τέσσερα αντικείμενα παρακολούθησης (κέντρα κόστους) : κόστος παραγωγής, κόστος διοίκησης, κόστος διάθεσης (εξυπηρέτησης-υποστήριξης) και χρηματοοικονομικό κόστος. Ο προσδιορισμός του ύψους των κέντρων κόστους σε προϋπολογιστικό επίπεδο έχει ιδιαίτερη σημασία καθώς συγκρίνεται με πραγματικό κόστος λειτουργίας επιμέρους μονάδων. Με άλλα λόγια, ο ακριβής προσδιορισμός του ύψους των κέντρων κόστους συνεπάγεται ένα ακριβή προσδιορισμό του προϋπολογισμού των εξόδων παραγωγής, διοίκησης και διάθεσης της επιχείρησης.

6.2.1 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Η γραμμή παραγωγής των παιδικών ενδυμάτων περιλαμβάνει τα στάδια της παραλαβής των υφασμάτων, του σχεδιασμού, της κοπής, της ραφής, του σιδερώματος και της συσκευασίας. Κατά συνέπεια, τα κέντρα κόστους παραγωγής θα αφορούν τα παραπάνω στάδια παραγωγής που η επιχείρηση χρειάζεται για να παράγει παιδικά ενδύματα. Στην Joel Junior, τα στάδια ραφής και σιδερώματος θα ανατεθούν σε υπεργολάβους με τη μέθοδο του φασόν. Αναφορικά με τα στάδια αυτά θα πρέπει να τονίσουμε πως ο προϋπολογισμός τους θα είναι ίδιος με το πραγματικό κόστος καθώς το κόστος τους προσδιορίζεται βάση συμβάσεων που έχουν συναφθεί.

6.2.2 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ – ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Τα κέντρα κόστους διάθεσης ή διαφορετικά υποστήριξης και εξυπηρέτησης, παρακολουθούν το κόστος των συμπληρωματικών υπηρεσιών που θα έχει η Joel Junior για τη διάθεση των προϊόντων της στους τελικούς καταναλωτές. Πιο συγκεκριμένα, το κέντρο κόστους διάθεσης περιλαμβάνει :

- ⇒ Έξοδα κοινωνικών υπηρεσιών (έξοδα ιατρείου, εστιατορίου, κτλ)
- ⇒ Έξοδα μάρκετινγκ
- ⇒ Έξοδα προμηθειών
- ⇒ Έξοδα αποθήκευσης
- ⇒ Έξοδα ελέγχου ποιότητας
- ⇒ Έξοδα μεταφορών

6.2.3 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Τα κέντρα κόστους διοίκησης περιλαμβάνουν τις δραστηριότητες που σχετίζονται με τις διοικητικές υπηρεσίες της Joel Junior. Πιο συγκεκριμένα περιλαμβάνει :

- ⇒ Έξοδα οικονομικής διεύθυνσης
- ⇒ Έξοδα γενικής διεύθυνσης
- ⇒ Έξοδα διεύθυνσης ανθρώπινου δυναμικού

6.2.4 ΚΕΝΤΡΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

Τα κέντρα κόστους χρηματοοικονομικών περιλαμβάνουν τα έξοδα της επιχείρησης για τόκους από δάνεια που έχει λάβει για την βελτίωση της χρηματοοικονομικής της ρευστότητας.

6.3 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

Κατά τη λειτουργία της μονάδας παραγωγής δημιουργούνται κόστη που δεν εντάσσονται στα προαναφερθέντα κέντρα κόστους παραγωγής, διοίκησης ή διάθεσης. Τα κόστη αυτά, χαρακτηρίζονται ως έμμεσα κόστη και αφορούν κατά κύριο λόγο τις αμοιβές του Διοικητικού Συμβουλίου της επιχείρησης, έξοδα παραστάσεων, ασφάλιστρα, έκτακτοι έμμεσοι και άμεσοι φόροι, έκτακτα έξοδα, έξοδα ταξιδιών κτλ. Ένας προσδιορισμός των γενικών εξόδων της Joel Junior παρουσιάζεται στον πίνακα 6.1 και αφορά το έτος 2008 (έτος έναρξης επενδυτικού σχεδίου). Επίσης, στον πίνακα 6.2 παρουσιάζονται τα γενικά έξοδα της επιχείρησης για το σύνολο των ετών του επενδυτικού σχεδίου (2008 έως 2017) έχοντας ως δεδομένο την αυτόματη αναπροσαρμογή των τιμών με βάση τον σταθερό πληθωρισμό της τάξης του 3,5% που αναμένεται να έχει η ελληνική οικονομία.

Πίνακας 6.1

Γενικά έξοδα Joel Junior (έτος 2008)

ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΚΟΣΤΟΥΣ	ΚΟΣΤΟΣ (ΣΕ €)
ΑΜΟΙΒΕΣ Δ.Σ.	20.000
ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΣΤΑΣΕΩΝ	14.000
ΔΙΑΦΟΡΟΙ ΦΟΡΟΙ	7.000
ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	4.000
ΑΣΦΑΛΙΣΤΡΑ	15.000
ΕΞΟΔΑ ΤΑΞΙΔΙΩΝ	12.000
ΛΟΙΠΑ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	30.000
ΣΥΝΟΛΟ	102.000

Πίνακας 6.2

Γενικά έξοδα Joel Junior (έτη 2008 - 2014)

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ (ΣΕ €)
2008	102000,00
2009	105570,00
2010	109264,95
2011	113089,22
2012	117047,35
2013	121144,00
2014	125384,04

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ

Το ανθρώπινο δυναμικό που θα επιλέξει η νέα επιχείρηση αποτελεί καθοριστικό παράγοντα της επιτυχίας του επενδυτικού σχεδίου. Η επιλογή και η εξέλιξη του ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα «κεφάλαια» της επιχείρησης που θα την καταστήσουν βιώσιμη και ανταγωνιστική. Σε πρώτη φάση λοιπόν, θα πρέπει η Joel Junior να επιλέξει τα κατάλληλα άτομα που θα ανταποκρίνονται με τον καλύτερο τρόπο στις ανάγκες και τους στόχους της επιχείρησης. Αρμόδια για την επιλογή και ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού είναι η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού. Η διεύθυνση αυτή θα καθορίσει τον αριθμό των εργαζομένων καθώς και τις ειδικότητες που απαιτούνται για την εύρυθμη λειτουργία της νέας επιχείρησης. Τα στάδια της επιλογής ανθρωπίνων πόρων, περιλαμβάνουν αρχικά την ανάλυση της εργασίας, τον προγραμματισμό του ανθρώπινου δυναμικού, τη στρατολόγησή του, την ανάπτυξη του δυναμικού, την αμοιβή του καθώς επίσης και την αξιολόγηση της απόδοσής του.

7.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η ανάλυση της εργασίας παρουσιάζει τις ποσοτικές και ποιοτικές ανάγκες που έχει η επιχείρηση σε ανθρώπινο δυναμικό. Με άλλα λόγια παρουσιάζει τον αριθμό των εργαζομένων που χρειάζεται η επιχείρηση καθώς και τις ειδικότητες των εργαζομένων. Η παραπάνω ανάλυση γίνεται με βάση τις διευθύνσεις που λειτουργούν στα πλαίσια της εταιρίας και χωρίζεται στις κατηγορίες του εργατικού προσωπικού και του επιτελικού προσωπικού.

7.2.1 ΕΡΓΑΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

⇒ Διεύθυνση Παραγωγής

→ Τμήμα επεξεργασίας

<u>Ειδικότητες</u>	<u>Άτομα</u>
Σχεδιαστές – πατρονίστ	2
Χειριστής CAD	2
Χειριστές κοπτικού μηχανήματος	3
Βοηθός κόπτη	1
Βοηθός γενικών καθηκόντων	1
Μηχανολόγος	1
Βοηθός μηχανολόγου	1

Οι παραπάνω ειδικότητες είναι απαραίτητες για την εύρυθμη λειτουργία του τμήματος επεξεργασίας. Οι σχεδιαστές – πατρονίστ , θα πρέπει να έχουν

μεγάλη εμπειρία και εξειδίκευση σε θέματα σχεδιασμού παιδικών ενδυμάτων. Θα πρέπει να είναι απόφοιτοι ιδιωτικών ή δημοσίων σχολών σχεδιασμού και να ασχολούνται επιτυχώς με το αντικείμενο πάνω από δέκα χρόνια. Οι χειριστές του μηχανήματος CAD θα πρέπει να είναι απόφοιτοι ΤΕΙ/ΙΕΚ κλωστοϋφαντουργίας και να έχουν επαρκή εμπειρία στη χρήση του μηχανήματος CAD. Οι χειριστές του κοπτικού μηχανήματος θα πρέπει να είναι απόφοιτοι δημόσιας ή ιδιωτικής σχολής κοπτικής – ραπτικής και να έχουν επαρκή εμπειρία στη χρήση αυτόματου κοπτικού μηχανήματος. Η θέση του βοηθού γενικών καθηκόντων απαιτεί άτομα με δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Η θέση του μηχανολόγου απαιτεί άτομα με πτυχίο ΤΕΙ μηχανολογίας και μεγάλη εμπειρία σε θέματα μηχανολογικού εξοπλισμού μονάδων παραγωγής ενδυμάτων. Αντίστοιχα, η θέση του βοηθού μηχανολόγου απαιτεί άτομα με ανάλογες γνώσεις και πτυχίο ΤΕΙ με μικρή όμως προϋπηρεσία.

→ Τμήμα συσκευασίας

<u>Ειδικότητες</u>	<u>Άτομα</u>
Συσκευαστές	2
Βοηθοί	2

Οι συσκευαστές της επιχείρησης θα πρέπει να είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και να έχουν μεγάλη εμπειρία στη χρήση του αυτόματου συσκευαστικού μηχανήματος που θα χρησιμοποιήσει η επιχείρηση. Οι βοηθοί των συσκευαστών θα είναι και αυτοί απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, θα λειτουργούν επικουρικά στην απασχόληση των συσκευαστών και απαιτείται μικρή προϋπηρεσία στη χρήση αυτόματου συσκευαστικού μηχανήματος.

⇒ Διεύθυνση Εφοδιασμού

→ Τμήμα προμηθειών

<u>Ειδικότητες</u>	<u>Άτομα</u>
Αποθηκάριος	4
Μεταφορέας	4
Βοηθός	4

Στη νέα επιχείρηση θα λειτουργήσουν τέσσερις διαφορετικές αποθήκες (πρώτων υλών, υλικών συσκευασίας, γενικών εφοδίων και ετοιμών προϊόντων). Για την ομαλή λειτουργία της θα χρειαστεί τέσσερις υπεύθυνους αποθηκάριους για καθεμία αποθήκη, τέσσερις μεταφορείς και τέσσερις βοηθούς γενικών καθηκόντων. Αναφορικά με τα προσόντα των παραπάνω εργαζομένων, θα πρέπει να αναφέρουμε πως θα προτιμηθούν άτομα που είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης χωρίς να αποκλείονται άτομα με χαμηλότερη μόρφωση. Το σημείο στο οποίο θα δώσουμε ιδιαίτερη βαρύτητα είναι η εμπειρία, καθώς θα προτιμηθούν άτομα με εμπειρία σε αποθήκες παιδικών ενδυμάτων.

→ Τμήμα διακίνησης

<u>Ειδικότητες</u>	<u>Άτομα</u>
Οδηγός	2
Βοηθός	2

Όπως έχει αναφερθεί, η επιχείρηση θα αγοράσει δύο φορητά για την μεταφορά των πρώτων υλών και των ενδυμάτων. Θα χρειαστεί λοιπόν δύο οδηγούς και δύο βοηθούς-συνοδηγούς για την φόρτωση και εκφόρτωση των προϊόντων. Αναφορικά με τους οδηγούς θα πρέπει να έχουν μεγάλη εμπειρία στο χώρο και να κατέχουν την άδεια οδήγησης επαγγελματικού οχήματος Γ' κατηγορίας. Οι βοηθοί θα πρέπει να έχουν μικρή προϋπηρεσία και καλές συστάσεις.

⇒ Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού

<u>Ειδικότητες</u>	<u>Άτομα</u>
Καθαριστές	6
Μάγειρας	1
Σερβιτόρος	2
Φύλακας	4

Στη νέα επιχείρηση θα λειτουργήσει χώρος συνεστίασης-καφετέρια. Για τη λειτουργία της μονάδας αυτής θα χρειαστεί ένας μάγειρας και δύο σερβιτόροι με μεγάλη εμπειρία στο χώρο και καλές συστάσεις. Αναφορικά με τις σπουδές του μάγειρα θα πρέπει να είναι απόφοιτος ΙΕΚ/ΤΕΙ μαγειρικής με μεγάλη εμπειρία στο χώρο και καλές συστάσεις. Οι σερβιτόροι θα πρέπει και αυτοί να έχουν κάποια εμπειρία στο χώρο και καλές συστάσεις ενώ θα πρέπει να είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Για την ασφάλεια των εγκαταστάσεων της νέας επιχείρησης θα χρειαστούν τέσσερις φύλακες με καλές συστάσεις και επαρκή προϋπηρεσία. Αναφορικά με τις γνώσεις τους, αρκεί να είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Τέλος, για την καθαριότητα όλων των χώρων της νέας επιχείρησης, θα χρειαστούν καθαρίστριες με καλές συστάσεις χωρίς να είναι απαραίτητη κάποια ιδιαίτερη μόρφωση.

7.2.2 ΕΠΙΤΕΛΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Το επιτελικό προσωπικό της νέας επιχείρησης θα στελεχώσει της έξι διευθύνσεις οι οποίες θα διοικούνται από το αντίστοιχο διευθυντή όπως περιγράψαμε στο κεφάλαιο 6. Οι διευθυντές θα αναφέρονται στο Γενικό Διευθυντή και ασκούν εποπτικό ρόλο στους προϊσταμένους του τμήματός τους. Πιο συγκεκριμένα :

⇒ Γενική Διεύθυνση

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Γραμματέας	1

Στη Γενική Διεύθυνση θα απασχολείται μία γραμματέας με μεγάλη εμπειρία στο χώρο της γραμματειακής υποστήριξης. Θα πρέπει να είναι απόφοιτη ΤΕΙ διοίκησης επιχειρήσεων και να γνωρίζει πολύ καλά δύο τουλάχιστον ξένες γλώσσες. Επίσης, θα πρέπει να έχει άριστη εμφάνιση και συμπεριφορά.

⇒ Οικονομική Διεύθυνση

Το τμήμα της Οικονομικής Διεύθυνσης θα αποτελείται από προσωπικό με μεγάλη εμπειρία στο χώρο των οικονομικών και της διοίκησης επιχειρήσεων. Όλοι θα είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ) και θα έχουν ιδιαίτερες γνώσεις σε θέματα γενικής-αναλυτικής λογιστικής και κοστολόγησης. Ειδικότερα για το τμήμα της μηχανογράφησης, το προσωπικό θα πρέπει να διαθέτει εξειδικευμένες γνώσεις μηχανογραφημένου λογιστηρίου. Οι θέσεις στα τμήματα της Οικονομικής Διεύθυνσης θα πληρωθούν με τον παρακάτω τρόπο :

→ Τμήμα λογιστηρίου

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Λογιστής	2
Βοηθός λογιστή	4
Βοηθός λογιστή -Ταμίας	1

→ Τμήμα μηχανογράφησης

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	1

→ Τμήμα χρηματοοικονομικής ανάλυσης

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	2

⇒ Διεύθυνση Μάρκετινγκ

Το τμήμα της Διεύθυνσης Μάρκετινγκ θα αποτελείται από προσωπικό με μεγάλη εμπειρία στον εμπορικό χώρο. Όλοι θα είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ/ΤΕΙ) και θα έχουν μεγάλη και επιτυχή εμπειρία σε επιχειρήσεις παραγωγής παιδικών ενδυμάτων. Επίσης, θα διαθέτουν την απαραίτητη τεχνογνωσία στις νέες μεθόδους έρευνας και ανάλυσης της αγοράς, γεγονός που θα καταστήσει τη νέα επιχείρηση ανταγωνιστική. Οι θέσεις στα τμήματα της Διεύθυνσης Μάρκετινγκ θα πληρωθούν με τον παρακάτω τρόπο :

→ Τμήμα πωλήσεων

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	3

→ Τμήμα έρευνας

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	2

→ Τμήμα προώθησης

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	3

⇒ Διεύθυνση Παραγωγής

Το τμήμα της Διεύθυνσης Παραγωγής θα αποτελείται από προσωπικό με μεγάλη εμπειρία σε παραγωγικές μονάδες παιδικών ενδυμάτων. Όλοι θα είναι απόφοιτοι Ανώτατων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων με ιδιαίτερες γνώσεις σε θέματα παραγωγής με τη χρήση της νέας τεχνολογίας. Οι θέσεις στα τμήματα της Διεύθυνσης Παραγωγής θα πληρωθούν με τον παρακάτω τρόπο :

→ Τμήμα επεξεργασίας

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	2

→ Τμήμα συσκευασίας

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	2

⇒ Διεύθυνση Εφοδιασμού

Το τμήμα της Διεύθυνσης Εφοδιασμού θα αποτελείται από προσωπικό με πτυχίο και μεταπτυχιακό τίτλο σχετικά με τις μεταφορές και τα logistics. Όλοι θα έχουν μεγάλη επαγγελματική εμπειρία και γνώσεις που αφορούν τις μεταφορές , τις αποθηκεύσεις, τον προγραμματισμό και τις διανομές. Το προσωπικό θα πρέπει να διαθέτει ιδιαίτερες ικανότητες επικοινωνίας καθώς θα διαμορφώσει τις σχέσεις εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές και τους πελάτες. Οι θέσεις στα τμήματα της Διεύθυνσης Εφοδιασμού θα πληρωθούν με τον παρακάτω τρόπο :

→ Τμήμα προμηθειών

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	2

→ Τμήμα διακίνησης

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	2

⇒ Διεύθυνση Ποιότητας

Το τμήμα της Διεύθυνσης Ποιότητας θα αποτελείται από προσωπικό με πτυχίο και μεταπτυχιακό τίτλο σχετικά με τη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας. Θα έχουν μεγάλη επαγγελματική εμπειρία και εξειδικευμένες γνώσεις σε ζητήματα διασφάλισης ποιότητας και σε θέματα πιστοποίησης ISO. Οι θέσεις στα τμήματα της Διεύθυνσης Ποιότητας θα πληρωθούν με τον παρακάτω τρόπο :

→ Τμήμα ελέγχου ποιότητας

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	2

→ Τμήμα διασφάλισης ποιότητας

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	2

⇒ Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού

Το τμήμα της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού θα αποτελείται από προσωπικό με πτυχίο και μεταπτυχιακό τίτλο σχετικά με τη διοίκηση των επιχειρήσεων και τη διοίκηση ανθρωπίνων πόρων. Το προσωπικό θα διαθέτει ιδιαίτερες γνώσεις και ικανότητες επικοινωνίας καθώς επίσης και μεγάλη επαγγελματική εμπειρία σε ανάλογες επιχειρήσεις. Στο τμήμα του Ανθρώπινου Δυναμικού θα περιλαμβάνονται και τα τμήματα εξυπηρέτησης των εργαζομένων και πελατών. Κατά συνέπεια θα προσληφθούν ο απαραίτητος νοσηλευτής του ιατρείου και ο υπεύθυνος του τηλεφωνικού κέντρου. Αναφορικά με το νοσηλευτή, θα πρέπει να είναι απόφοιτος ΤΕΙ με μεγάλη εμπειρία στο χώρο. Αντίστοιχα, ο υπεύθυνος του τηλεφωνικού κέντρου θα πρέπει να είναι απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, με γνώσεις δύο τουλάχιστον ξένων γλωσσών και επαρκή εμπειρία. Οι θέσεις στα τμήματα της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού θα πληρωθούν με τον παρακάτω τρόπο :

→ Τμήμα μισθοδοσίας

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Υπάλληλος	1

→ Τμήμα ανάπτυξης ανθρώπινου δυναμικού

<u>Θέση</u>	<u>Άτομα</u>
Προϊστάμενος	1
Νοσηλεύτης	1
Υπεύθυνος τηλεφωνικού κέντρου	1

7.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ

Έχοντας ολοκληρώσει την ανάλυση της εργασίας θα προχωρήσουμε στον προγραμματισμό των ανθρωπίνων πόρων. Στους πίνακες λοιπόν 7.1 και 7.2 παρουσιάζεται συγκεντρωτικά ο απαιτούμενος αριθμός και οι ειδικότητες του προσωπικού της νέας εταιρίας.

Πίνακας 7.1
Εργατικό δυναμικό

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	
<i>Σχεδιαστές</i>	2
<i>Χειριστές CAD</i>	2
<i>Χειριστές κοπτικού</i>	3
<i>Μηχανολόγος</i>	1
<i>Οδηγοί</i>	2
<i>Μάγειρας</i>	1
Σύνολο	11
ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΙ ΒΟΗΘΟΙ	
<i>Βοηθός κόπτη</i>	1
<i>Βοηθός μηχανολόγου</i>	1
Σύνολο	2
ΑΝΕΙΔΙΚΕΥΤΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ	
<i>Βοηθοί γενικών καθηκόντων</i>	3
<i>Καθαριστές</i>	6
<i>Σερβιτόροι</i>	2
<i>Φύλακες</i>	4
Σύνολο	15

Πίνακας 7.2
Επιτελικό προσωπικό

ΘΕΣΗ	ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΠΙΤΕΛΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	
<i>Διευθυντές</i>	6
<i>Προϊστάμενοι</i>	14
Σύνολο	20
ΛΟΙΠΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	
<i>Γραμματέας</i>	1
<i>Λογιστές - Βοηθοί</i>	7
<i>Λοιποί υπάλληλοι</i>	24
<i>Νοσηλεύτης</i>	1
<i>Υπεύθυνος τηλεφωνικού κέντρου</i>	1
Σύνολο	34

7.4 ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Η πρόσληψη ανθρώπινου δυναμικού είναι μια χρονοβόρα διαδικασία που θα θέσει τις βάσεις για την επιτυχή ολοκλήρωση του επενδυτικού σχεδίου. Το κομμάτι της στρατολόγησης θα το αναλάβει η Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού αφού όμως έχει προηγηθεί συνεργασία με τις υπόλοιπες Διευθύνσεις αναφορικά με τις ανάγκες που έχουν. Η διαδικασία της στρατολόγησης περιλαμβάνει την έρευνα διαθεσιμότητας του ανθρώπινου δυναμικού, την προσέλκυση των υποψηφίων και την επιλογή τους.

7.4.1 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Η διαθεσιμότητα του ανθρώπινου δυναμικού θα αποτελέσει ένα σημαντικό παράγοντα που θα καταστήσει εύκολη ή δύσκολη τη στρατολόγηση του ανθρώπινου δυναμικού. Το σημείο στο οποίο θα πρέπει να εστιάσουμε είναι πως στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης υπάρχουν εγκατεστημένες πολλές παραγωγικές μονάδες ενδυμάτων. Κατά συνέπεια με την παροχή κάποιων κινήτρων όπως είναι υψηλότερος μισθός ή καλύτερες προοπτικές εξέλιξης, η Joel Junior θα μπορούσε να προσελκύσει έμπειρα και ικανά στελέχη από αυτές τις εταιρίες. Παράλληλα, τα υψηλά ποσοστά ανεργίας που παρατηρούνται στη Θεσσαλονίκη (άνω του 12% σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας) θα μας εξασφαλίσουν τη μεγάλη προσφορά εργασίας.

7.4.2 ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΥΠΟΨΗΦΙΩΝ

Η προσέλκυση των υποψηφίων θα γίνει με τέτοιο τρόπο ώστε να ελαχιστοποιείται το κόστος ενώ παράλληλα να γνωστοποιούνται οι νέες θέσεις εργασίας σε ικανοποιητικό αριθμό ατόμων. Το σημείο στο οποίο θα δείξουμε ιδιαίτερη βαρύτητα είναι πως κατά τη γνωστοποίηση θα πρέπει να υπάρχει λεπτομερής περιγραφή του αντικειμένου της εργασίας. Ανάλογη έμφαση πρέπει να δείξουμε και στα απαιτούμενα προσόντα που πρέπει να έχουν οι υποψήφιοι. Με αυτόν τον τρόπο θα καταστεί απολύτως σαφές στους

μελλοντικούς υποψηφίους αν πληρούν τα κριτήρια επιλογής και έτσι θα δεχτούμε αιτήσεις μόνο από κατάλληλους.

Οι εξωτερικές πηγές προσέλκυσης υποψηφίων θα είναι :

- Ο Οργανισμός Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού.
- Εταιρίες συμβούλων επιχειρήσεων – σύμβουλοι καριέρας.
- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.
- Διαδίκτυο.
- Συνεδριακές εκδηλώσεις για την προσέλκυση υποψηφίων (Ημέρες καριέρας)

Η επιλογή των υποψηφίων θα γίνει στη βάση που συγκλίνουν οι προσδοκίες των υποψηφίων με τις απαιτήσεις της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει οι υποψήφιοι που θα καλύψουν τις θέσεις εργασίας να πληρούν στο ακέραιο όλες τις απαραίτητες απαιτήσεις του αντικειμένου εργασίας. Θα πρέπει με άλλα λόγια να είναι σε θέση να ανταποκριθούν πλήρως και να φέρουν σε πέρας με επιτυχία τις υποχρεώσεις που έχει το αντικείμενο εργασίας. Παράλληλα όμως θα πρέπει να δύναται η Joel Junior να προσφέρει τις υλικές και ηθικές απολαβές που προσδοκούν οι μελλοντικοί εργαζόμενοι.

Οι διαδικασίες πρόσληψης και επιλογής του ανθρώπινου δυναμικού που θα ακολουθήσει η Joel Junior θα είναι η εξής :

- Αίτηση απασχόλησης – Βιογραφικό σημείωμα.
- Αξιολόγηση βιογραφικού σημειώματος.
- Προκαταρκτική συνέντευξη – αξιολόγηση.
- Δοκιμασίες – tests. (στο σημείο αυτό θα γίνονται tests νοημοσύνης, γνώσεων και εκτέλεσης της εργασίας).
- Συνέντευξη επιλογής.
- Επιβεβαίωση των πληροφοριών που αφορούν την προϋπηρεσία του υποψηφίου.
- Τελική απόφαση επιλογής.
- Πληροφόρηση υποψηφίου για την επιλογή του ή την απόρριψή του.

7.5 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ

Για να επιτύχει η Joel Junior την διαρκή της εξέλιξη και τη διαρκή βελτίωση των οικονομικών της στοιχείων, θα πρέπει να στρέψει το ενδιαφέρον της στη διαρκή εκπαίδευση και ανάπτυξη των ανθρωπίνων πόρων. Θα σχεδιάσει την υλοποίηση επαγγελματικών προγραμμάτων κατάρτισης στα στελέχη όλων των διευθύνσεων. Τα προγράμματα αυτά θα έχουν ως στόχο την διαρκή βελτίωση των παρερχομένων υπηρεσιών και προϊόντων καθώς επίσης και την εισαγωγή της πιο πρόσφατης τεχνογνωσίας. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσει η Joel Junior να αναπτύσσεται και να παραμείνει διαχρονικά ανταγωνιστική σε σχέση με τις μεγάλες και οργανωμένες επιχειρήσεις του ανταγωνισμού.

7.6 ΑΜΟΙΒΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η αμοιβή της εργασίας θα γίνεται με την καταβολή μηνιαίου μισθού την πρώτη εργάσιμη ημέρα κάθε μήνα. Το συνολικό χρηματικό ποσό των μισθών των υπαλλήλων θα καταβάλλεται στην Εθνική Τράπεζα, στην οποία θα έχουν δημιουργηθεί οι αντίστοιχοι λογαριασμοί μισθοδοσίας και τραπεζικών συναλλαγών των υπαλλήλων. Όλες οι υπόλοιπες εισφορές που προβλέπει η εργατική νομοθεσία και αφορούν τα επιδόματα αδείας και εορτών, θα κατατίθενται στη Εθνική Τράπεζα στις προβλεπόμενες ημερομηνίες. Ο καθορισμός του ύψους της άμεσης αμοιβής των εργαζομένων θα γίνει έπειτα από συνεκτίμηση πολλών παραγόντων. Πιο συγκεκριμένα οι αμοιβές θα καθοριστούν βάση των παρακάτω στοιχείων :

- Οι αμοιβές των ανταγωνιστών.
- Η απόδοση των εργαζομένων.
- Οι απαιτήσεις κάθε θέσης.
- Το κόστος ζωής.
- Η εργατική νομοθεσία και οι γενικότερες νομοθετικές ρυθμίσεις.

7.7 ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ

Η συνεκτίμηση όλων των παραπάνω στοιχείων, θα οδηγήσει την επιχείρηση στον ακριβή υπολογισμό του συνολικού κόστους του ανθρώπινου δυναμικού. Για την εύρυθμη διοίκηση και παρακολούθηση της εταιρίας, το συνολικό κόστος θα διαχωριστεί σε κόστος εργατικού δυναμικού και κόστος επιτελικού προσωπικού. Στους πίνακες 7.2 και 7.3 παρουσιάζεται ο επιμερισμός του κόστους ενώ στον πίνακα 7.4 παρουσιάζεται το συνολικό κόστος του εργατικού δυναμικού μέχρι το έτος 2014 όπου λήγει το επενδυτικό σχέδιο. Θα πρέπει να σημειωθεί πως στον υπολογισμό του ετήσιου κόστους έχουν περιληφθεί και οι εισφορές του εργοδότη για επιδόματα αδείας και εορτών.

Πίνακας 7.3
Κόστος εργατικού δυναμικού

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	ΜΗΝΙΑΙΟΣ ΜΙΣΘΟΣ (€)	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ(€)
<i>ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ (11)</i>	850,00	130900,00
<i>ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΙ ΒΟΗΘΟΙ (2)</i>	700,00	19600,00
<i>ΑΝΕΙΔΙΚΕΥΤΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ (15)</i>	550,00	115500,00
ΣΥΝΟΛΟ		266000,00

Πίνακας 7.4
Κόστος επιτελικού προσωπικού

ΘΕΣΗ	ΜΗΝΙΑΙΑΟΣ ΜΙΣΘΟΣ (€)	ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ(€)
<i>ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ (6)</i>	1500,00	126000,00
<i>ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΙ (14)</i>	1300,00	254800,00
<i>ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ (34)</i>	800,00	380800,00
ΣΥΝΟΛΟ		761600,00

Πίνακας 7.5
Συνολικό κόστος ανθρώπινου δυναμικού

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ
2008	1027600,00
2009	1063566,00
2010	1100790,81
2011	1139318,49
2012	1179194,64
2013	1220466,45
2014	1263182,77

7.7 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ

Η αξιολόγηση της απόδοσης του εργατικού δυναμικού θα αποτελέσει παράγοντα διαρκούς βελτίωσης των ανθρωπίνων πόρων και της εταιρίας γενικότερα. Στη διαδικασία της αξιολόγησης θα υπόκεινται τόσο το επιτελικό όσο και το εργατικό δυναμικό. Στόχος της αξιολόγησης θα είναι η περεταίρω ανάπτυξη των εργαζομένων και η βελτίωση των παρερχομένων υπηρεσιών και προϊόντων. Για την αξιολόγηση του προσωπικού θα ακολουθείται μια διαδικασία συλλογής και αξιολόγησης πληροφοριών αναφορικά με την απόδοση των εργαζομένων τόσο σε επίπεδο εργασίας όσο και συνεργασίας. Τις πληροφορίες θα διαχειρίζονται οι Διευθυντές των τμημάτων με το Διευθυντή Ανθρώπινου Δυναμικού. Από την ανάλυση των πληροφοριών αυτών θα φαίνονται τόσο οι αδυναμίες κάθε τμήματος και εργαζομένου όσο και τα σημεία στα οποία θα πρέπει η διοίκηση να εστιάσει για την περεταίρω βελτίωση. Η βάση στην οποία θα αξιολογούνται οι εργαζόμενοι θα είναι κατά πόσο ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του αντικείμενου εργασίας τους και κατά ποιο ποσοστό συμβάλλουν στην ανέλιξη της Joel Junior.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΧΩΡΟΥΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Η μονάδα παραγωγής παιδικών ενδυμάτων για να είναι άρτια και λειτουργική θα χρειαστεί να έχει στη διάθεσή της μεγάλους και αρκετούς χώρους. Όπως αναλύσαμε και στο πέμπτο κεφάλαιο, στις εγκαταστάσεις της νέας μονάδας θα υφίστανται χώροι για τη γραμμή παραγωγής των παιδικών ενδυμάτων, για τις αποθήκες, για τα γραφεία του προσωπικού, για το εστιατόριο, θέσεις πάρκινγκ κτλ. Όλοι οι παραπάνω χώροι θα πρέπει να καταλαμβάνουν αρκετή επιφάνεια για να είναι λειτουργικοί.

8.2 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

Στην αναζήτηση της κατάλληλης γεωγραφικής περιοχής όπου θα εγκατασταθεί η νέα μονάδα παραγωγής θα πρέπει να συνυπολογίσουμε πολλούς παράγοντες και να αναζητήσουμε αρκετές πιθανές τοποθεσίες. Έχοντας ως άξονα τη βιωσιμότητα της επενδυτικής πρότασης, θα ορίσουμε κάποια βασικά κριτήρια που θα πρέπει να πληρεί η κατάλληλη τοποθεσία. Στα πλαίσια της διερεύνησης αυτών των κριτηρίων, θα υπάρχει παράλληλα και η αξιολόγηση των πιθανών περιοχών εγκατάστασης. Με αυτόν τον τρόπο θα προκύψει η τελική επιλογή της πιο κατάλληλης περιοχής.

8.2.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

Τα κριτήρια που θα πρέπει να πληρεί η περιοχή εγκατάστασης της Joel Junior θα αφορούν οικονομικά κίνητρα, πλεονεκτήματα αλλά και γενικότερες συνθήκες που θα εγγυηθούν την επιτυχία της επένδυσης. Πιο συγκεκριμένα, τα κριτήρια αυτά θα μπορούσαν να οριστούν ως εξής :

- Ικανοποιητική προσφορά εργασίας.
- Διαθεσιμότητα εξειδικευμένου προσωπικού για μονάδα παραγωγής ενδυμάτων.
- Ύπαρξη άρτιων δομών μεταφοράς.
- Ύπαρξη στην ευρύτερη περιοχή ικανοποιητικού αριθμού προμηθευτών.
- Διαθεσιμότητα και εύκολη μεταφορά πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων.
- Οικονομικά κίνητρα και λοιπές διευκολύνσεις που προβλέπει ο Αναπτυξιακός Νόμος - Εγκατάσταση σε Βιομηχανική Περιοχή.
- Ικανοποιητικές περιβαλλοντικές συνθήκες.
- Απουσία προβλημάτων στο οικολογικό και πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής.

8.2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ

Έχοντας ως βάση διερεύνησης τα παραπάνω κριτήρια επιλογής, θα αναζητήσουμε και θα αξιολογήσουμε τις κατάλληλες περιοχές που πληρούν το σύνολο των παραπάνω απαιτήσεων. Έπειτα από διερεύνηση προέκυψαν τρεις εναλλακτικές βιομηχανικές περιοχές όπου θα μπορούσε να εγκατασταθεί η νέα μονάδα παραγωγής. Πιο συγκεκριμένα, οι περιοχές αυτές είναι :

→ **Βιομηχανική Περιοχή Σερρών.**

Στη Βιομηχανική Περιοχή Σερρών θα μπορούσαμε να πούμε πως πληρούνται αρκετά από τα κριτήρια που θέσαμε για την επιλογή τοποθεσίας. Πιο συγκεκριμένα, θα μπορούσαμε να πούμε πως υπάρχουν όλες οι απαραίτητες οδικές υποδομές για την ασφαλή μεταφορά εμπορευμάτων και πρώτων υλών. Παράλληλα, η περιοχή των Σερρών βρίσκεται κοντά στην περιοχή της Θεσσαλονίκης όπου υπάρχουν πολλές παραγωγικές μονάδες πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων. Σημαντικό στοιχείο, αποτελεί και το γεγονός ότι στην περιοχή υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό ανεργίας, γεγονός που θα μας εξασφαλίσει μεγάλη προσφορά εργασίας. Εξίσου σημαντικό είναι να αναφερθεί πως στη ΒΙ.ΠΕ. Σερρών, οι περιβαλλοντικές και οικολογικές συνθήκες είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό ικανοποιητικές. Επίσης, το κόστος αγοράς των οικοπέδων στα πλαίσια της ΒΙ.ΠΕ. Σερρών είναι αρκετά μικρό (90.000 € το στρέμμα).

Παρόλα αυτά, θα πρέπει να τονιστεί ότι στην ευρύτερη περιοχή των Σερρών δεν έχουν λειτουργήσει πολλές παραγωγικές μονάδες ενδυμάτων, γεγονός που αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα καθώς δεν θα υπάρχει η διαθεσιμότητα εξειδικευμένου εργατικού και εποπτικού προσωπικού.

→ **Βιομηχανική Περιοχή Αλεξανδρούπολης.**

Στη Βιομηχανική περιοχή Αλεξανδρούπολης θα μπορούσαμε να πούμε πως πληρούνται τα κριτήρια της ασφαλούς μεταφοράς καθώς στην περιοχή υπάρχουν άρτιοι οδικοί άξονες και οργανωμένος λιμένας. Επίσης, το κόστος αγοράς των οικοπέδων στα πλαίσια της ΒΙ.ΠΕ. Αλεξανδρούπολης είναι σχετικά μικρό (10.000 € το στρέμμα) ενώ παράλληλα η διαθεσιμότητα των οικοπέδων είναι μεγάλη. Επίσης, οι περιβαλλοντικές και οικολογικές συνθήκες στην περιοχή είναι αρκετά ικανοποιητικές και δεν προβλέπεται να επιβαρυνθούν από την εγκατάσταση μιας μονάδας παραγωγής ενδυμάτων.

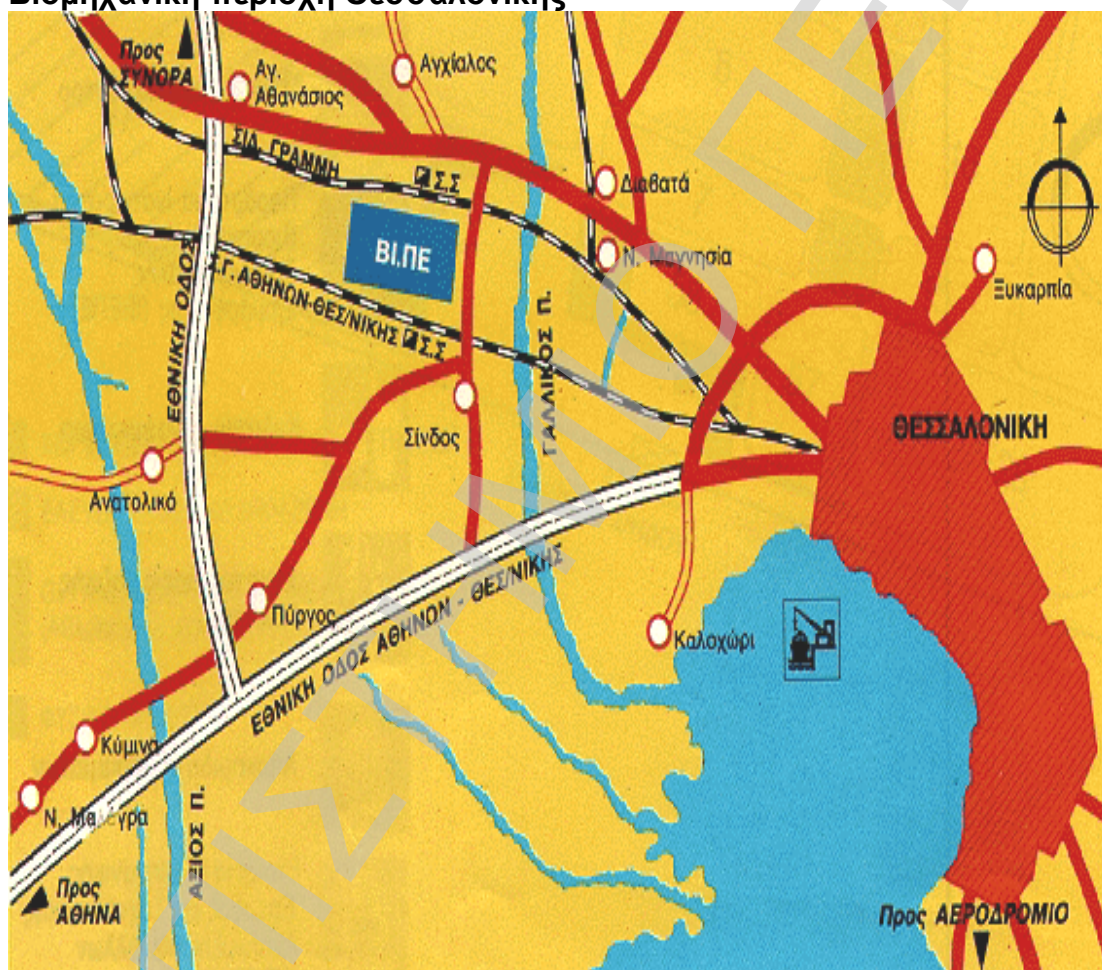
Το σημείο όμως στο οποίο θα πρέπει να εστιάσουμε είναι ότι η περιοχή της Αλεξανδρούπολης βρίσκεται μακριά από τους προμηθευτές πρώτων και λοιπών υλών, γεγονός που θέτει εμπόδια στην διαθεσιμότητά τους.

→ **Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης.**

Αναφορικά με τη Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης, θα πρέπει να αναφέρουμε πως συγκεντρώνει ένα μεγάλο αριθμό των κριτηρίων που θέσα-

με για την επιλογή της τοποθεσίας. Πιο συγκεκριμένα, στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης υπάρχει μια πληθώρα παραγωγικών επιχειρήσεων ενδυμάτων, γεγονός που θα μας προσφέρει άμεση διαθεσιμότητα εξειδικευμένου εργατικού και εποπτικού προσωπικού. Παράλληλα, θα πρέπει να τονίσουμε πως η πλειοψηφία των παραγωγικών επιχειρήσεων που προμηθεύουν πρώτες ύλες εδρεύουν στη Θεσσαλονίκη. Επίσης, οι οικολογικές και περιβαλλοντικές συνθήκες δεν αναμένεται να επιβαρυνθούν από την εγκατάσταση μιας μονάδας παραγωγής ενδυμάτων. Τέλος, οι άρτιοι οδικοί άξονες, η εγγύτητα της περιοχής με το λιμάνι της Θεσσαλονίκης μας εγγυώνται την άμεση διαθεσιμότητα μεταφοράς των προϊόντων και πρώτων υλών.

Εικόνα 8.1
Βιομηχανική περιοχή Θεσσαλονίκης



8.2.3 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ

Για την επιλογή της κατάλληλης περιοχής για την εγκατάσταση της νέας μονάδας παραγωγής, θα πρέπει να γίνει μια ανάλυση όλων των παραπάνω κριτηρίων και παρατηρήσεων που αναφέραμε. Η ανάλυση θα γίνει με βάση τους συντελεστές βαρύτητας κάθε κριτηρίου. Στον πίνακα 8.1, παρουσιάζονται όλα τα κριτήρια επιλογής και οι αντίστοιχοι συντελεστές βαρύτητάς τους, με μεγαλύτερο συντελεστή το ύψος των παροχών που προσφέρει ο Αναπτυξιακός Νόμος.

Πίνακας 8.1
Συντελεστές βαρύτητας κριτηρίων επιλογής τοποθεσίας

ΚΡΙΤΗΡΙΟ		ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ
1	<i>Ικανοποιητική προσφορά εργασίας.</i>	15
2	<i>Διαθεσιμότητα εξειδικευμένου προσωπικού για μονάδα παραγωγής ενδυμάτων.</i>	15
3	<i>Υπαρξη άρτιων δομών μεταφοράς.</i>	15
4	<i>Υπαρξη στην ευρύτερη περιοχή ικανοποιητικού αριθμού προμηθευτών.</i>	10
5	<i>Διαθεσιμότητα και εύκολη μεταφορά πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων.</i>	10
6	<i>Οικονομικά κίνητρα και λοιπές διευκολύνσεις που προβλέπει ο Αναπτυξιακός Νόμος - Εγκατάσταση σε Βιομηχανική Περιοχή.</i>	20
7	<i>Ικανοποιητικές περιβαλλοντικές συνθήκες.</i>	8
8	<i>Απουσία προβλημάτων στο οικολογικό και πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής.</i>	7
Σύνολο		100

Το επόμενο στάδιο της αξιολόγησης των περιοχών εγκατάστασης είναι η βαθμολόγησή τους. Η βαθμολόγηση γίνεται με άριστα το «10» και ο βαθμός αυτός πολλαπλασιάζεται με τον αντίστοιχο συντελεστή βαρύτητας. Από τον πίνακα 8.2 βλέπουμε πως τη μεγαλύτερη βαθμολογία συγκεντρώνει η Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης με 970 βαθμούς. Κατά συνέπεια, ο χώρος εγκατάστασης της Joel Junior θα είναι η ΒΙ.ΠΕ. Θεσσαλονίκης.

Πίνακας 8.2
Βαθμολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών

	ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΒΙ.ΠΕ. ΣΕΡΡΩΝ	ΒΙ.ΠΕ. ΑΛΕΞ/ΛΗΣ	ΒΙ.ΠΕ. ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕ ΣΤΗΣ ΒΑΡΥΤΗΤ ΑΣ	ΒΙ.ΠΕ. ΣΕΡΡΩΝ	ΒΙ.ΠΕ. ΑΛΕΞ/ΛΗΣ	ΒΙ.ΠΕ. ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ
1	<i>Ικανοποιητική προσφορά εργασίας.</i>	3	2	10	15	45	30	150
2	<i>Διαθεσιμότητα εξειδικευμένου προσωπικού για μονάδα παραγωγής ενδυμάτων.</i>	4	5	10	15	60	75	150
3	<i>Ύπαρξη άρτιων δομών μεταφοράς.</i>	8	9	10	15	120	135	150
4	<i>Ύπαρξη στην ευρύτερη περιοχή ικανοποιητικού αριθμού προμηθευτών.</i>	3	7	10	10	30	70	100
5	<i>Διαθεσιμότητα και εύκολη μεταφορά πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων.</i>	9	9	10	10	90	90	100
6	<i>Οικονομικά κίνητρα και λοιπές διευκολύνσεις που προβλέπει ο Αναπτυξιακός Νόμος - Εγκατάσταση σε Βιομηχανική Περιοχή.</i>	7	8	10	20	140	160	200
7	<i>Ικανοποιητικές περιβαλλοντικές συνθήκες.</i>	9	9	8	8	72	72	64
8	<i>Απουσία προβλημάτων στο οικολογικό και πολιτιστικό περιβάλλον της περιοχής.</i>	8	7	8	7	56	49	56
	Σύνολο				100	613	681	970

8.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΩΡΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Από τη στιγμή που έχουμε επιλέξει την τοποθεσία που θα εγκατασταθεί η νέα μονάδα παραγωγής, θα πρέπει να επιλέξουμε και το συγκεκριμένο χώρο-οικόπεδο όπου θα γίνει η ανέγερση της επιχείρησης. Το οικόπεδο θα βρίσκεται εντός του χώρου της Βιομηχανικής Περιοχής Θεσσαλονίκης και θα πρέπει να έχει τα επιθυμητά χαρακτηριστικά για την εύρυθμη λειτουργία και ανάπτυξη της Joel Junior.

Τη διαχείριση της ΒΙ.ΠΕ. Θεσσαλονίκης έχει αναλάβει η Ελληνική Τράπεζα Βιομηχανικής Αναπτύξεως Α.Ε.(ΕΤΒΑ Α.Ε.) που έχει διαορφώσει τις απαραίτητες υποδομές. Αναφορικά με τα γενικά χαρακτηριστικά του χώρου εγκατάστασης θα πρέπει να πούμε πως είναι μια πολύ μεγάλη εδαφική έκταση (9.686 στρέματα) που είναι εξοπλισμένη με όλες τις απαραίτητες υποδομές για την λειτουργία σύγχρονων βιομηχανικών χώρων.Οι υποδομές στις Βιομηχανικές Περιοχές της ΕΤΒΑ περιλαμβάνουν πλήρη δίκτυα οδοποιίας,ύδρευσης,αποχέτευσης, ηλεκτροφωτισμού, τηλεπικοινωνιών καθώς και μονάδες,επεξεργασίας αποβλήτων.Στο χώρο υπάρχουν εγκατεστημένα βιομηχανικά και βιοτεχνικά δίκτυα, κοινόχρηστες εξυπηρετήσεις και μεγάλος χώρος πρασίνου. Οι εγκαθιστάμενες στη Βιομηχανική Περιοχή επιχειρήσεις απολαμβάνουν των κινήτρων των ισχυόντων εκάστοτε αναπτυξιακών νόμων, έχουν καθαρούς τίτλους ιδιοκτησίας και ευνοϊκούς όρους δόμησης,οι τιμές πώλησης δε των οικοπέδων είναι συγκριτικά χαμηλές.

Πίνακας 8.3

Χαρακτηριστικά Βιομηχανικής Περιοχής Θεσσαλονίκης

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΒΙ.ΠΕ. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	
Συνολική έκταση	9.686 στρμ
Βιομηχανικά γήπεδα	5.618στρμ
Βιοτεχνικά γήπεδα	657 στρμ
Κοινόχρηστες εξυπηρετήσεις	270 στρμ
Ελευθéra Τελωνειακή Ζώνη	497στρμ
Χώροι που καταλαμβάνονται από άλλους φορείς	577στρμ
Δρόμοι	1.058 στρμ
Πράσινο	1.009 στρμ

Στην εικόνα 8.2 παρουσιάζεται η συνολική έκταση της ΒΙ.ΠΕ. Θεσσαλονίκης και τα οικόπεδα όπου θα μπορούσε να ανεγερθεί η Joel Junior. Στην παρούσα φάση υπάρχουν διαθέσιμα 30 βιομηχανικά και βιοτεχνικά οικόπεδα που πληρούν όλες τις απαραίτητες προδιαγραφές. Το οικόπεδο Νο 42 θα είναι αυτό που θα επιλεγεί καθώς Το συγκεκριμένο οικόπεδο, έχει έκταση 4 στρέμματα, και μας επιτρέπει να έχουμε το ποσοστό κάλυψης του 60%.

Εικόνα 8.2
Απεικόνιση Βιομηχανικής Περιοχής Θεσσαλονίκης



Τέλος, τα κίνητρα για την αγορά οικοπέδου στα πλαίσια της ΒΙ.ΠΕ. Θεσσαλονίκης είναι :

→ Καθαροί τίτλοι ιδιοκτησίας - Αμεση Εγκατάσταση

Απαλλαγή των επιχειρήσεων από την υποχρέωση της έκδοσης άδειας εγκατάστασης και επέκτασης μέσα στη ΒΙ.ΠΕ. (Π.Δ. 279/81 κατ' εφαρμογή του άρθρου 29 του Ν. 1116/81 που ισχύει με βάση το άρθρο 25 του Ν. 1262/82). Δεν απαιτείται η τήρηση της υπό της παρ.2 του άρθρου 1, του Ν.159/75 προβλεπόμενης διαδικασίας για επενδύσεις που υπάγονται στους Νόμους 4171 /61 και 2687 /53 (Ν.742/77 άρθρο 5).

→ Προνομιακή Επιδότηση, Επιχορήγηση της Επένδυσης

Η ΒΙ.ΠΕ. ανήκει στην Α' Περιοχή Κινήτρων (Ν. 2601/98), αλλά οι νέες επιχειρήσεις που εγκαθίστανται σ' αυτή απολαμβάνουν των κινήτρων Β' Περιοχής όσον αφορά τις ενισχύσεις επενδύσεων του άρθρου 5 (επιχορηγήσεις επενδύσεων 15% και επιδότηση επιτοκίου 15%). Επίσης οι επιχειρήσεις

ρήσεις που ήταν ήδη εγκαταστημένες μέσα στη ΒΙ.ΠΕ μέχρι τις 16.6.82 ημέρα έναρξης ισχύος του Ν.1262/82 δικαιούνται να λάβουν τις ενισχύσεις περιοχής Β', προκειμένου για επέκταση και εκσυγχρονισμό. Επιχορήγηση για τις δαπάνες μετεγκατάστασης υφισταμένων παραγωγικών μονάδων στη ΒΙ.ΠΕ. Θεσσαλονίκης με ποσοστό ίσο με το μέγιστο ποσοστό επιχορήγησης της περιοχής(25%), αυξανόμενο κατά 15 ποσοστιαίες μονάδες (άρθρο 9 Ν.1262/82 όπως τροποποιήθηκε με το Ν.1360/83).

→ Προνομιακή Φορολογική και Δασμολογική Μεταχείριση

Για αγορά οικοπέδων:Απαλλαγές εξόδων φόρου μεταβίβασης, δικαιωμάτων συμβολαιογράφου και υποθηκοφύλακα προκειμένου για αγορά οικοπέδου μέσα στη ΒΙ.ΠΕ.(Ν. 4458/65 άρθρο 4 παρ. 1).

Για έξοδα δανεισμού:Περιορισμός των εξόδων δανεισμού ή άλλων συμβάσεων χρηματοδότησης και πράξεων σύστασης ή εξάλειψης υποθήκης ή προσημείωσης(Ν. 4458/65 άρθρο 4 παρ. 2).

→ Προνομιακά Πιστωτικά Μέτρα

Ευνοϊκοί όροι εξόφλησης οικοπέδων: Προκαταβολή ποσοστού 30% της τιμής του οικοπέδου και το υπόλοιπο ποσό εξόφληση σε 16 εξαμηνιαίες τοκοχρεωλυτικές δόσεις με το εκάστοτε ισχύον επιτόκιο για πάγιες επενδύσεις.Μειωμένες εμπράγματα ασφάλειες για επιχειρήσεις που δανειοδοτούνται από την ΕΤΒΑ Α.Ε. και εγκαθίστανται μέσα στη ΒΙ.ΠΕ.(Απόφαση ΕΤΒΑ). Δάνειο σε βιοτέχνες που καλύπτει μέχρι το 80% της δαπάνης ανέγερσης κτιριακών εγκαταστάσεων, έναντι 70% εκτός ΒΙ.ΠΕ. (Ν.Ε. 197/3.4.78).

8.4 ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Αναφορικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του επενδυτικού σχεδίου, θα μπορούσαμε να πούμε πως δεν διαταράσσεται το περιβάλλον και το οικολογικό σύστημα της περιοχής. Στη νέα μονάδα παραγωγής, θα λειτουργήσει σύστημα ανακύκλωσης των άχρηστων υλικών έτσι ώστε να συμβάλουμε στην προστασία του περιβάλλοντος. Επίσης, λόγω της φύσης της γραμμής παραγωγής από τη λειτουργία παραγωγής δεν θα εκπέμπονται ρύποι ή κάποια απόβλητα που θα μπορούσαν να επιβαρύνουν το περιβάλλον. Επίσης, δεν θα υπάρξει υπερβολική χρήση ενέργειας, αντιθέτως η Joel Junior θα τηρήσει το προδιαγεγραμμένο σχέδιο παραγωγής που απαιτεί χαμηλά επίπεδα ενέργειας.

8.5 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

Αναφορικά με το συνολικό κόστος της επιλογής χώρου εγκατάστασης, θα πρέπει να πούμε πως με την συμβολή του αναπτυξιακού νόμου θα υπάρξουν απαλλαγές από φόρους μεταβίβασης και δικαιωμάτων συμβολαιογράφου.Στον πίνακα 8.3 παρουσιάζεται το συνολικό κόστος της επένδυσης αναφορικά με την επιλογή οικοπέδου.

Πίνακας 8.4
Κόστος επιλογής οικοπέδου

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ(€)
Οικόπεδο	400.000,00
Νομικά και λοιπά έξοδα	50.000,00
Λοιπές γεωλογικές μελέτες	25.000,00
Σύνολο	475.000,00

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Ο προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου παρουσιάζει το χρονικό ορίζοντα που απαιτείται για την ολοκλήρωση του επενδυτικού σχεδίου καθώς επίσης και τα αντίστοιχα έξοδα που θα επιβαρύνουν την επιχείρηση. Ο χρονικός ορίζοντας που θα αναλυθεί περιλαμβάνει όλα τα απαιτούμενα χρονικά στάδια για την ολοκλήρωση της επένδυσης που ξεκινάει από τη σύλληψη της ιδέας της επένδυσης και τελειώνουν με την έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης. Σκοπός του προγραμματισμού εκτέλεσης του έργου, είναι να προσδιοριστούν τόσο οι πιθανές καθυστερήσεις κατά την υλοποίηση της επένδυσης, όσο και οι χρηματοοικονομικές επιπτώσεις των πιθανών καθυστερήσεων. Για τον ακριβή προγραμματισμό και προϋπολογισμό της εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου, θα πρέπει να εστιάσουμε την προσοχή μας στο σαφή καθορισμό των απαιτούμενων εργασιών καθώς επίσης και τη χρονική αλληλουχία τους. Όταν γίνει αυτός ο καθορισμός, τότε θα είναι εφικτή η δημιουργία ενός χρονοδιαγράμματος εκτέλεσης του έργου όπου θα παρουσιάζονται και οι ακριβείς χρηματικές ροές.

9.2 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του έργου παρουσιάζει σε πραγματικές συνθήκες όλα τα στάδια ολοκλήρωσης της επενδυτικής πρότασης με τις παράλληλες χρηματοοικονομικές ροές. Είναι με άλλα λόγια μια ρεαλιστική πρόβλεψη των απαιτούμενων χρονικών περιθωρίων και οικονομικών πόρων που απαιτούνται για να λειτουργήσει με επιτυχία και χωρίς καθυστερήσεις η Joel Junior. Έχοντας ως δεδομένη την έναρξη του σχεδιασμού της επένδυσης τον Ιανουάριο του 2006, το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του έργου θα έχει την εξής μορφή:

→ Διαδικασίες ίδρυσης Ανώνυμης Εταιρίας – 4 μήνες.

Στο στάδιο αυτό περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες για την σύσταση-ίδρυση μιας Ανώνυμης Εταιρίας. Στο χρονικό διάστημα των τεσσάρων μηνών θα έχει γίνει ο προέλεγχος στο αρμόδιο Επιμελητήριο για επωνυμία και διακριτικό τίτλο. Παράλληλα θα έχει γίνει λήψη βεβαίωσης προέγκρισης και καταβολή στο αρμόδιο Επιμελητήριο των σχετικών τελών. Στη συνέχεια θα γίνει σύνταξη από δικηγόρο σχεδίου καταστατικού της εταιρίας και αποστολή του στον συμβολαιογράφο.

→ Ενέργειες για την εξασφάλιση οικοπέδου – 2 μήνες.

Οι ενέργειες για την εξασφάλιση οικοπέδου περιλαμβάνουν όλες τις απαραίτητες νομικές και συμβολαιογραφικές εργασίες για την μεταβίβαση της κυριότητας του οικοπέδου από τη Διεύθυνση Περιφερειακής Αναπτύξεως και Βιομηχανικής Υποδομής (ΕΤΒΑ Α.Ε.) στη Joel Junior. Οι ενέργειες αυτές

λόγω γραφειοκρατικών προβλημάτων ενδέχεται να παραταθούν κατά ένα μήνα.

→ Σχεδιασμός έργων πολιτικού μηχανικού – 4 μήνες.

Τα έργα του πολιτικού μηχανικού και ο σχεδιασμός τους αναμένεται να κρατήσουν τέσσερις μήνες. Στο χρονικό διάστημα αυτό, θα γίνει ένας λεπτομερής σχεδιασμός των κατασκευής και δομικής υποδομής της Joel Junior.

→ Ενέργειες χρηματοδότησης – 2 μήνες.

Οι ενέργειες για τη χρηματοδότηση της επένδυσης θα περιλαμβάνουν όλες τις απαραίτητες νομικές και οικονομοτεχνικές διεργασίες για την υπαγωγή της επένδυσης στις διατάξεις του αναπτυξιακού νόμου 3299/2004. Το απαιτούμενο χρονικό διάστημα θα είναι δύο μήνες.

→ Κατασκευή μονάδας παραγωγής – 12 μήνες.

Η κατασκευή της μονάδας παραγωγής θα διαρκέσει δώδεκα μήνες. Στο χρονικό διάστημα αυτό θα υλοποιηθούν τα προβλεπόμενα έργα του πολιτικού μηχανικού και θα εγκατασταθεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός. Η διαμόρφωση των χώρων παραγωγής και των γραφείων θα πρέπει να γίνει με μεγάλη ακρίβεια, τόσο σε τεχνικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο υποδομών για να καταστεί εφικτή η εύρυθμη λειτουργία της Joel Junior.

→ Στρατολόγηση ανθρώπινου δυναμικού – 4 μήνες.

Η στρατολόγηση του ανθρώπινου δυναμικού θα διαρκέσει τέσσερις μήνες και περιλαμβάνει την έρευνα και την απόκτηση του κατάλληλου εργατικού και επιτελικού προσωπικού.

→ Προμήθεια εισροών – 3 μήνες.

Η προμήθεια των εισροών κάθε είδους περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες συνεννοήσεις και διεργασίες για να αποκτήσει η Joel Junior τον απαιτούμενο εξοπλισμό λειτουργίας. Λόγω διαφόρων προβλημάτων μεταφοράς, ενδέχεται η προμήθεια των εισροών να καθυστερήσει ένα μήνα.

→ Μάρκετινγκ – 5 μήνες.

Το μάρκετινγκ πριν την παραγωγή αποτελεί ίσως έναν από τους βασικότερους παράγοντες που θα εξασφαλίσουν την βιωσιμότητα της νέας επιχείρησης. Το απαραίτητο χρονικό διάστημα για τη διενέργεια του μάρκετινγκ θα είναι τέσσερις μήνες και ενδέχεται να υπάρξει παράταση ενός μήνα.

→ Τελικές ενέργειες και έναρξη παραγωγής - 2 μήνες.

Οι τελικές ενέργειες και η έναρξη της παραγωγής περιλαμβάνουν την δοκιμαστική περίοδο λειτουργίας της επιχείρησης. Στην περίοδο αυτή θα εντοπιστούν κάποιες παραλείψεις και τα σημεία τα οποία θα πρέπει η διοίκηση να διορθώσει για την αποτελεσματικότερη λειτουργία της Joel Junior.

Στο διάγραμμα 9.1(Διάγραμμα GANTT) παρουσιάζεται το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του έργου.

Διάγραμμα 9.1
Χρονοδιάγραμμα GANTT

ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	ΕΤΟΣ	2006												2007											
	ΜΗΝΑΣ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Διαδικασίες ίδρυσης Ανώνυμης Εταιρίας		■	■	■	■																				
Ενέργειες για την εξασφάλιση οικοπέδου				■	■	■																			
Έργα πολιτικού μηχανικού						■	■	■	■																
Ενέργειες χρηματοδότησης Κατασκευή μονάδας παραγωγής								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Στρατολόγηση ανθρώπινου δυναμικού																		■	■	■	■				
Προμήθεια εισροών																			■	■	■	■	■		
Μάρκετινγκ																					■	■	■	■	
Τελικές ενέργειες και έναρξη παραγωγής																								■	■

9.3 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Παράλληλα με τον προσδιορισμό του χρονοδιαγράμματος εκτέλεσης του έργου, θα προκύψουν και οι αντίστοιχες δαπάνες της επιχείρησης για την εκτέλεση του προγράμματος. Οι δαπάνες αυτές θα επιβαρύνουν το συνολικό κόστος της επένδυσης και παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα 9.1.

Πίνακας 9.1
Εκτίμηση κόστους εκτέλεσης έργου

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ(€)
Διαχείριση εκτέλεσης προγράμματος	40000,00
Νομικά έξοδα	8000,00
Λεπτομερή σχέδια μηχανολογικών-έργων πολιτικού μηχανικού	20000,00
Επίβλεψη και συντονισμός έργων πολιτικού μηχανικού	10000,00
Στρατολόγηση ανθρώπινου δυναμικού	30000,00
Ενέργειες προμηθειών	5000,00
Ενέργειες μάρκετινγκ	15000,00
Αρχικά έξοδα δημιουργίας κεφαλαίου	7500,00
Κόστος χρηματοδότησεως	150000,00
Σύνολο	285500,00

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.1 ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Η χρηματοοικονομική αξιολόγηση της επένδυσης θα παρουσιάσει με ακρίβεια το μέγεθος της βιωσιμότητας και κερδοφορίας της νέας επιχείρησης. Αποτελεί μια πρώτη εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων από την προώθηση μιας επένδυσης. Παρουσιάζει με άλλα λόγια τα κέρδη ή τις ζημιές που θα προκύψουν από τη επένδυση καθώς επίσης και την ανάκτηση ή απώλεια του επενδεδυμένου κεφαλαίου. Μπορούμε λοιπόν να συνάγουμε πως η χρηματοοικονομική αξιολόγηση της μελέτης αποτελεί σημαντικό εργαλείο σε επίπεδο αποφάσεων τόσο τους βασικούς μετόχους της Joel Junior, όσο και για μελλοντικούς επενδυτές και χρηματοδότες της νέας επιχείρησης.

10.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Στα πλαίσια ανάλυσης του συνολικού κόστους της επένδυσης θα γίνει αναφορά τόσο στα έξοδα που γίνονται προεπενδυτικά, όσο και στα έξοδα που θα προκύψουν από την εφαρμογή του επενδυτικού σχεδίου. Τα συνολικό λοιπόν κόστος της επένδυσης θα προκύψει από τα έξοδα απόκτησης παγίου εξοπλισμού και το καθαρό κεφάλαιο κίνησης.

10.2.1 ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

Το πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης περιλαμβάνει τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης που προορίζονται να παραμείνουν μακροχρόνια με την ίδια περίπου μορφή στην επιχείρηση με στόχο να χρησιμοποιούνται για την επίτευξη των σκοπών της. Σύμφωνα με τα προηγούμενα κεφάλαια το συνολικό πάγιο ενεργητικό της νέας επιχείρησης παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 10.1
Πάγιο ενεργητικό επιχείρησης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ(€)
Πάγια	
Οικόπεδο	400.000,00
Μηχανολογικού εξοπλισμού	750.200,00
Έργα πολιτικού μηχανικού	2.250.000,00
Προπαραγωγικές Δαπάνες	
Προεπενδυτικές μελέτες και έρευνες	80.000,00
Κόστος εκτέλεσης έργου	285500
Σύνολο	3.765.700,00

10.2.2 ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης της επιχείρησης παρουσιάζει το κυκλοφορούν ενεργητικό, δηλαδή τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης που μπορούν να ρευστοποιηθούν εντός της επόμενης χρήσεως. Είναι σε γενικές γραμμές τα αποθέματα, οι απαιτήσεις, τα χρεόγραφα και τα ρευστά διαθέσιμα. Αναφορικά με τον υπολογισμό του κεφαλαίου κίνησης θα πρέπει να πούμε πως θα υπολογιστεί με την ελάχιστη κάλυψη ημερών για το τρέχον ενεργητικό και το παθητικό. Στη συνέχεια, θα καθοριστεί ο συντελεστής του κύκλου εργασιών που προκύπτει από το πηλίκο του συνολικού κόστους με τον αριθμό των ημερών ελάχιστης κάλυψης. Κατά συνέπεια, το συνολικό κεφάλαιο κίνησης θα προκύψει από το πηλίκο του συνολικού κόστους με το συντελεστή του κύκλου εργασιών. Αναφορικά με τις αποσβέσεις των παγίων στοιχείων, η Joel Junior θα ακολουθήσει τη γραμμική απόσβεση, με πλήρη απόσβεση των περιουσιακών στοιχείων σε δέκα έτη. Το συνολικό καθαρό κεφάλαιο κίνησης παρουσιάζεται στους παρακάτω πίνακες.

Πίνακας 10.2 Υπολογισμός κεφαλαίου κίνησης

ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	
Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού	
Λογαριασμοί εισπρακτέοι	45 ημέρες
Αποθέματα	
Πρώτες ύλες	45 ημέρες
Πρόσθετες ύλες	45 ημέρες
Βοηθητικά υλικά	60 ημέρες
Υλικά συσκευασίας	60 ημέρες
Ανταλλακτικά	360 ημέρες
Στολές εργασίας	160 ημέρες
Απορρυπαντικά - απολυμαντικά	90 ημέρες
Υλικά κοινωνικών αναγκών	30 ημέρες
	10 ημέρες στο ετήσιο
Ρευστά διαθέσιμα	κόστος παραγωγής μείον πρώτες ύλες ,αποσβέσεις και τόκους
Λογαριασμοί πληρωτέοι	30 στο κόστος πρώτων υλών και εργασίες φασόν

ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	1.157.395,00
Εργασίες φασόν	368.500,00
Ανθρώπινο Δυναμικό	1.027.600,00
Εργασίες συντήρησης κτιρίων	8.500,00
Γενικά έξοδα	102.000,00
Έξοδα μάρκετινγκ	1.730.610,00
Χρηματοοικονομικά έξοδα	περίοδος χάριτος 2,5 χρόνια
Αποσβέσεις	376.570,00
Συνολικό κόστος παραγωγής	4.771.175,00

ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ

	ΚΟΣΤΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΗΜΕΡΩΝ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΡΩΤΟΥ ΕΤΟΥΣ
A. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				
1. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΟΙ	4.402.675,00	45	8	550.334,38
2. ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ				
<i>Πρώτες ύλες</i>	423.440,00	45	8	52.930,00
<i>Πρόσθετες ύλες</i>	356.440,00	45	8	44.555,00
<i>Βοηθητικά υλικά</i>	85.600,00	60	6	14.266,67
<i>Υλικά συσκευασίας</i>	271.685,00	60	6	45.280,83
<i>Ανταλλακτικά</i>	1.010,00	360	1	1.010,00
<i>Στολές εργασίας</i>	500,00	180	2	250,00
<i>Απορρυπαντικά - απολυμαντικά</i>	7.370,00	90	4	1.842,50
<i>Υλικά κοινωνικών αναγκών</i>	11.350,00	30	12	945,83
<i>Τελικά προϊόντα</i>	4.026.105,00	15	24	167.754,38
3. ΜΕΤΡΗΤΑ ΣΤΟ ΤΑΜΕΙΟ	2.868.710,00	10	36	79.686,39
4. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				958.855,97
B. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
Λογαριασμοί πληρωτέοι	1.525.895,00	30	12	127.157,92
Γ. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				
				831.698,06
Δ. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ				
				4.771.175,00
<i>Μείον πρώτες ύλες και άλλα εφόδια και αποσβέσεις</i>				780.825,00
				3.990.350,00
E. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				
				79.686,39

10.2.3 ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Το συνολικό κόστος της επένδυσης αποτελείται από το συνολικό κόστος απόκτησης παγίου ενεργητικού και το καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η ανάλυση του συνολικού κόστους επένδυσης.

Πίνακας 10.3
Συνολικό κόστος επένδυσης

ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	
Πάγιο ενεργητικό	3.765.700,00
Καθαρό κεφάλαιο κίνησης	831.698,06
Σύνολο	4.597.398,06

10.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου θα γίνει βάσει του αναπτυξιακού νόμου 3299/2004 που δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ 261 / Τεύχος Α' / 23-12-2004. Σύμφωνα με τον αναπτυξιακό νόμο, η Βιομηχανική Περιοχή Θεσσαλονίκης ανήκει στην Β' περιοχή όπου και παρέχει τα ανάλογα κίνητρα. Σύμφωνα με τα κίνητρα αυτά, παρέχεται στις νέες επενδύσεις δωρεάν επιχορήγηση του ύψους του 18,4% στο συνολικό κόστος επένδυσης. Στον πίνακα 10.4 , παρουσιάζεται η διάρθρωση της χρηματοδότησης της επένδυσης.

Πίνακας 10.4

Πηγές Χρηματοδότησης

ΠΗΓΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΚΟΣΤΟΣ
Κρατική επιχορήγηση	18,40%	845.921,24
Μετοχικό κεφάλαιο	46,60%	2.142.387,50
Τραπεζικός δανεισμός	35%	1.609.089,32
ΣΥΝΟΛΟ		4.597.398,06

Αναφορικά με τον τραπεζικό δανεισμό,θα πρέπει να τονίσουμε πως η επιχείρηση θα λάβει το χρηματικό δάνειο από την Εθνική Τράπεζα.Το συγκεκριμένο δάνειο θα έχει σταθερό ονομαστικό επιτόκιο 6% και περίοδο αποπληρωμής 6 χρόνια με έτος έναρξης της αποπληρωμής το έτος 2009.Για τον υπολογισμό των ετήσιων υποχρεώσεων της επιχείρησης από τον τραπεζικό δανεισμό θα χρησιμοποιήσουμε τον τύπο του ανατοκισμού :

$$A = P (A/P, i\%N)$$

Όπου ,

i = επιτόκιο δανείου

N = περίοδοι τοκισμού

A = τιμή ράντας

P = παρούσα αξία χρήματος

Η ετήσια δόση λοιπόν που θα καταβάλλεται για την αποπληρωμή του τραπεζικού δανεισμού θα είναι **A = 327.228,63 €**.

Αντίστοιχα ο ετήσιος τόκος και τα χρεολύσια παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα 10.5 .

Πίνακας 10.5
Τοκοχρεωλυτικές υποχρεώσεις

ΕΤΟΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΔΟΣΗ	ΤΟΚΟΣ	ΧΡΕΩΛΥΣΙΟ	ΑΝΕΞΟΦΛΗΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ
	A	$T_{\alpha}=6\%*Y$	$X=A-T_{\alpha}$	$Y=ΚΕΦΑΛΑΙΟ - X$
2008				1.609.089,32
2009	327.228,63	96.545,36	230.683,27	1.378.406,05
2010	327.228,63	82.704,36	244.524,27	1.133.881,77
2011	327.228,63	68.032,91	259.195,73	874.686,05
2012	327.228,63	52.481,16	274.747,47	599.938,58
2013	327.228,63	35.996,31	291.232,32	308.706,26
2014	327.228,63	18.522,38	308.706,26	0,00

10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Το συνολικό κόστος παραγωγής θα αναλυθεί τόσο σε διαχρονική βάση όσο και σε υπολογισμό των αναγκών σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Ο ακριβής υπολογισμός του συνολικού κόστους θα θέσει τις βάσεις για τον ακριβή υπολογισμό της κερδοφορίας της Joel Junior.

10.4.1 ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Το συνολικό κόστος παραγωγής για τις χρήσεις που αφορούν το επενδυτικό πρόγραμμα θα περιλαμβάνει όλα τα επιμέρους κόστη. Στον πίνακα

που ακολουθεί παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη του κόστους μέχρι το 2014 όπου και τελειώνει το επενδυτικό πρόγραμμα.

Πίνακας 10.6
Ανάλυση συνολικού κόστους παραγωγής

ΚΟΣΤΟΣ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	1.157.395,00	1.197.903,83	1.239.830,46	1.283.224,52	1.328.137,38	1.374.622,19	1.422.733,97
Έξοδα μάρκετινγκ	1.730.610,00	1.791.181,35	1.853.872,70	1.918.758,24	1.985.914,78	2.055.421,80	2.127.361,56
Συντήρηση έργων πολιτικού μηχανικού	8.500,00	8.797,50	9.105,41	9.424,10	9.753,95	10.095,33	10.448,67
Γενικά έξοδα	102.000,00	105.570,00	109.264,95	113.089,22	117.047,35	121.144,00	125.384,04
Τόκοι και χρηματοοικονομικά έξοδα	-	96.545,36	82.704,36	68.032,91	52.481,16	35.996,31	18.522,38
Αποσβέσεις	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00
Συνολικό κόστος παραγωγής	3.375.075,00	3.576.568,04	3.671.347,88	3.769.098,99	3.869.904,62	3.973.849,63	4.081.020,62

10.4.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Ο υπολογισμός των αναγκών της επιχείρησης σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης θα γίνει σε διαχρονική βάση. Πιο συγκεκριμένα θα υπολογιστούν οι ανάγκες της Joel Junior για τα έτη 2008 έως 2014 όπου παρακολουθεί το επενδυτικό σχέδιο.

Πίνακας 10.7
Ανάγκες καθαρού κεφαλαίου κίνησης

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΟΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
A. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							
1. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΟΙ	550.334,38	569.596,08	589.531,95	610.165,56	631.521,36	653.624,61	676.501,47
2. ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	328.835,21	340.344,44	352.256,50	364.585,48	377.345,97	390.553,08	404.222,43
3. ΜΕΤΡΗΤΑ ΣΤΟ ΤΑΜΕΙΟ	79.686,39	82.475,41	85.362,05	88.349,72	91.441,97	94.642,43	97.954,92
4. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	958.855,97	992.415,93	1.027.150,49	1.063.100,75	1.100.309,28	1.138.820,10	1.178.678,81
B. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ							
<i>Λογαριασμοί πληρωτέοι</i>	127.157,92	131.608,45	136.214,74	140.982,26	145.916,64	151.023,72	156.309,55
Γ. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ							
Δ. ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	3.375.075,00	3.576.568,04	3.671.347,88	3.769.098,99	3.869.904,62	3.973.849,63	4.081.020,62
Μείον πρώτες ύλες και άλλα εφόδια και αποσβέσεις και τόκοι	1.157.395,00	1.197.903,83	1.239.830,46	1.283.224,52	1.328.137,38	1.374.622,19	1.422.733,97
	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00
		96.545,36	82.704,36	68.032,91	52.481,16	35.996,31	18.522,38
	1.841.110,00	2.002.094,21	2.054.947,42	2.109.304,47	2.165.197,24	2.222.657,44	2.281.716,65
E. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ							
	79.686,39	82.475,41	85.362,05	88.349,72	91.441,97	94.642,43	97.954,92

10.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

10.5.1 ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ

Στον πίνακα 10.8 που ακολουθεί παρατίθενται οι καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως για τα έτη 2008 έως 2014. Στις καταστάσεις αυτές η παρουσιάζεται η κερδοφορία ή η ζημιά της εταιρίας κατά τη διάρκεια της εταιρικής χρήσης. Όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε η Joel Junior έχει μια διαχρονικά σταθερά ανοδική κερδοφορία για τη διάρκεια των χρήσεων που παρακολουθεί η παρούσα μελέτη.

Πίνακας 10.8
Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως (έτη 2008 – 2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	17.306.100,00	17.911.813,50	18.538.726,97	19.187.582,42	19.254.738,95	19.928.654,82	20.626.157,74
ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	3.375.075,00	3.576.568,04	3.671.347,88	3.769.098,99	3.869.904,62	3.973.849,63	4.081.020,62
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	13.931.025,00	14.335.245,46	14.867.379,09	15.418.483,43	15.384.834,33	15.954.805,19	16.545.137,12
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (35%)	4.875.858,75	5.017.335,91	5.203.582,68	5.396.469,20	5.384.692,02	5.584.181,82	5.790.797,99
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ	9.055.166,25	9.317.909,55	9.663.796,41	10.022.014,23	10.000.142,31	10.370.623,37	10.754.339,13

10.5.2 ΠΙΝΑΚΑΣ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ

Ο πίνακας χρηματικών ροών παρουσιάζει τις συνολικές ταμειακές εισροές και εκροές που θα πραγματοποιήσει η νέα επιχείρηση για τα έτη 2008 έως και 2014. Στις καταστάσεις αυτές θα φαίνεται ο χρηματοοικονομικός προγραμματισμός που θα ακολουθήσει η Joel Junior και θα της διασφαλίσουν χρηματοοικονομική σταθερότητα. Όπως παρουσιάζεται και στον πίνακα 10.9, κατά τη διάρκεια των χρήσεων η Joel Junior θα είναι σε θέση να καλύψει τις τρέχουσες ανάγκες και να έχει ένα θετικό cash flow. Παράλληλα, το ταμειακό απόθεμα που θα δημιουργήσει κατά τη διάρκεια όλων των χρήσεων θα φτάσει τα 66.656.293,32 € και θα της δώσει τη δυνατότητα υψηλών επενδύσεων στο μέλλον.

Πίνακας 10.9
Κατάσταση χρηματικών ροών (εταιρικές χρήσεις 2008 – 2014)

	2006 - 2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ	4.597.398,06	17.306.100,00	17.911.813,50	18.538.726,97	19.187.582,42	19.254.738,95	19.928.654,82	20.626.157,74
<i>Κεφάλαιο χρηματοδότησης</i>	4.597.398,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Έσοδα από πωλήσεις</i>	0,00	17.306.100,00	17.911.813,50	18.538.726,97	19.187.582,42	19.254.738,95	19.928.654,82	20.626.157,74
ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ	3.765.700,00	8.740.046,19	8.999.608,20	9.311.770,15	9.634.990,12	9.738.476,73	10.076.920,44	10.427.367,32
<i>Πάγιο ενεργητικό</i>	3.765.700,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<i>Κόστος λειτουργίας</i>	0,00	2.998.505,00	3.103.452,68	3.212.073,52	3.324.496,08	3.440.853,46	3.561.283,32	3.685.928,24
<i>Φόρος εισοδήματος</i>	0,00	4.875.858,75	5.017.335,91	5.203.582,68	5.396.469,20	5.384.692,02	5.584.181,82	5.790.797,99
<i>Τοκοχρεολύσια</i>	0,00	327.228,63	327.228,63	327.228,63	327.228,63	327.228,63	327.228,63	327.228,63
<i>Τακτικό αποθεματικό(5% των καθαρών κερδών)</i>	0,00	452.758,31	465.895,48	483.189,82	501.100,71	500.007,12	518.531,17	537.716,96
<i>Μερίσματα(4% του καταβεβλημένου κεφαλαίου)</i>	0,00	85.695,50	85.695,50	85.695,50	85.695,50	85.695,50	85.695,50	85.695,50
ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ	831.698,06	8.566.053,81	8.912.205,30	9.226.956,82	9.552.592,30	9.516.262,22	9.851.734,38	10.198.790,42
ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	831.698,06	9.397.751,87	18.309.957,17	27.536.913,99	37.089.506,29	46.605.768,51	56.457.502,89	66.656.293,32

10.5.3 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

Ο ισολογισμός της επιχείρησης είναι η οικονομική κατάσταση η οποία εμφανίζει σε ορισμένη χρονική στιγμή την επιχειρηματική περιουσία. Με τον όρο επιχειρηματική περιουσία νοούνται :

- Τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης.
- Οι υποχρεώσεις της επιχείρησης.
- Τα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης ή η καθαρή θέση.

Τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης είναι οι ελεγχόμενοι από την επιχείρηση πόροι, που είναι αποτέλεσμα γεγονότων του παρελθόντος από τα οποία αναμένεται η εισροή οικονομικών ωφελειών στο μέλλον.

Υποχρεώσεις είναι παρούσες οφειλές ή δεσμεύσεις της επιχείρησης προς τρίτους που προκύπτουν από γεγονότα του παρελθόντος λόγω παραλαβής περιουσιακών στοιχείων ή με την ανέκκλητη δέσμευση για αγορά και ο διακανονισμός των οποίων αναμένεται να καταλήξει με εκροή πόρων. Στις υποχρεώσεις περιλαμβάνονται και οι προβλέψεις.

Ίδια κεφάλαια είναι το απομένον δικαίωμα επί των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης μετά την αφαίρεση όλων των υποχρεώσεων. Τα ίδια κεφάλαια αποτελούνται από τις εισφορές των μετόχων, τα αδιανέμητα κέρδη, τα αποθεματικά που κρατούνται από τα κέρδη και τις αναπροσαρμογές των περιουσιακών στοιχείων.

Ο ισολογισμός ως πίνακας μπορεί να λάβει δύο σχήματα :

- A) Το σχήμα της καθέτου κλιμακώσεως.
- B) Το σχήμα της οριζόντιας αντιπαράθεσης.

Στον πίνακα 10.10 που ακολουθεί, παρουσιάζονται οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί της Joel Junior για όλα τα έτη του επιχειρησιακού προγράμματος σε μορφή καθέτου κλιμακώσεως.

Πίνακας 10.10
Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί τέλους (2008 – 2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Α. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							
1. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							
<i>ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ</i>	365.500,00						
<i>ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ</i>	3.400.200,00						
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΑ	3.765.700,00	3.389.130,00	3.012.560,00	2.635.990,00	2.259.420,00	1.882.850,00	1.506.280,00
(ΜΕΙΟΝ ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ)	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00	376.570,00
ΣΥΝΟΛΟ	3.389.130,00	3.012.560,00	2.635.990,00	2.259.420,00	1.882.850,00	1.506.280,00	1.129.710,00
2. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							
<i>ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ</i>	328.835,21	340.344,44	352.256,50	364.585,48	377.345,97	390.553,08	404.222,43
<i>ΠΕΛΑΤΕΣ</i>	550.334,38	569.596,08	589.531,95	610.165,56	631.521,36	653.624,61	676.501,47
<i>ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ</i>	79.686,39	82.475,41	85.362,05	88.349,72	91.441,97	94.642,43	97.954,92
ΣΥΝΟΛΟ	958.855,98	992.415,93	1.027.150,50	1.063.100,76	1.100.309,30	1.138.820,12	1.178.678,82
3. ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΜΕΤΡΗΤΩΝ	9.397.751,87	18.309.957,17	27.536.913,99	37.089.506,29	46.605.768,51	56.457.502,89	66.656.293,32
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	13.745.737,85	22.314.933,10	31.200.054,49	40.412.027,05	49.588.927,81	59.102.603,01	68.964.682,14

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Β. ΠΑΘΗΤΙΚΟ							
1. ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ							
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	127.157,92	131.608,45	136.214,74	140.982,26	145.916,64	151.023,72	156.309,55
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ ΚΑΙ ΤΕΛΗ	4.875.858,75	5.017.335,91	5.203.582,68	5.396.469,20	5.384.692,02	5.584.181,82	5.790.797,99
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ	85.695,50	85.695,50	85.695,50	85.695,50	85.695,50	85.695,50	85.695,50
2. ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ							
ΤΡΑΠΕΖΙΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ	1.609.089,32	1.378.406,05	1.133.881,77	874.686,05	599.938,58	308.706,26	0,00
3. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ	696578,7726	2343062,844	4042512,101	5805006,987	7605993,139	9430038,802	11321622,27
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	<u>7.394.380,26</u>	<u>8.956.108,75</u>	<u>10.601.886,79</u>	<u>12.302.840,00</u>	<u>13.822.235,88</u>	<u>15.559.646,10</u>	<u>17.354.425,31</u>
Γ. ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ							
ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	2.142.387,50	2.142.387,50	2.142.387,50	2.142.387,50	2.142.387,50	2.142.387,50	2.142.387,50
ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	845.921,24	761.329,12	676.736,99	592.144,87	507.552,74	422.960,62	338.368,50
(-ΑΝΑΛΟΓΟΥΣΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ)	84.592,12	84.592,12	84.592,12	84.592,12	84.592,12	84.592,12	84.592,12
ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	452.758,31	465.895,48	483.189,82	501.100,71	500.007,12	518.531,17	537.716,96
ΚΕΡΔΗ ΕΙΣ ΝΕΟ	2.994.882,66	10.073.804,37	17.380.445,51	24.958.146,10	32.701.336,69	40.543.669,74	48.676.375,99
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	<u>6.351.357,59</u>	<u>13.358.824,35</u>	<u>20.598.167,70</u>	<u>28.109.187,05</u>	<u>35.766.691,93</u>	<u>43.542.956,91</u>	<u>51.610.256,83</u>
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	<u>13.745.737,85</u>	<u>22.314.933,10</u>	<u>31.200.054,49</u>	<u>40.412.027,05</u>	<u>49.588.927,81</u>	<u>59.102.603,01</u>	<u>68.964.682,14</u>

10.6 ΚΡΙΤΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ

Οι προβλεπόμενες οικονομικές καταστάσεις της Joel Junior παρουσιάζουν μια πρόβλεψη της επιχειρηματικής περιουσίας για τις χρήσεις που αναφέρεται η επενδυτική πρόταση. Η περαιτέρω διερεύνηση των στοιχείων αυτών θα γίνει με τη χρήση αριθμοδεικτών. Οι αριθμοδείκτες αποτελούν κριτήριο αξιολόγησης των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης και παρουσιάζουν τις επιδόσεις της εταιρίας σε βασικούς τομείς όπως η κερδοφορία, η ρευστότητα, η δανειοληπτική ικανότητα και η παγιοποίηση. Η χρησιμότητα των αριθμοδεικτών είναι σημαντική γιατί μπορούμε να διαγνώσουμε αρκετά ενδιαφέροντα σημεία γύρω από τα ιδιαίτερα χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά της εταιρίας και να τα συγκρίνουμε με τα στοιχεία των άλλων επιχειρήσεων του κλάδου. Παράλληλα, μπορούμε να υπολογίσουμε με σχετική ακρίβεια τις χρηματοδοτικές ανάγκες και τα κέρδη της εταιρίας σε κάθε προβλεπόμενη μεταβολή των πωλήσεών της. Οι τιμές λοιπόν των δεικτών αποτελούν εφαλτήριο για να ερευνήσουμε αν μια εταιρία πλεονεκτεί ή μειονεκτεί έναντι των υπολοίπων εταιριών του κλάδου. Τέλος, θα πρέπει να τονίσουμε πως θα πρέπει να εξετάζουμε ένα σύνολο δεικτών και όχι να περιοριζόμαστε στην εξέταση περιορισμένου αριθμού χρηματοοικονομικών δεικτών. Συμπερασματικά, η χρήση αριθμοδεικτών αποτελεί την πιο αξιόπιστη μέθοδο χρηματοοικονομικής ανάλυσης ενώ οι κυριότερες κατηγορίες αριθμοδεικτών είναι οι εξής :

- Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας.
- Αριθμοδείκτες ρευστότητας.
- Αριθμοδείκτες δανειακής επιβάρυνσης.
- Αριθμοδείκτες κάλυψης.
- Αριθμοδείκτες παγιοποίησης περιουσίας.
- Αριθμοδείκτες χρηματοδότησης ενεργητικού.

Στον πίνακα 10.11 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι κυριότεροι αριθμοδείκτες βάση των οποίων θα γίνει και η χρηματοοικονομική ανάλυση.

Πίνακας 10.11

Προβλεπόμενοι χρηματοοικονομικοί δείκτες Joel Junior (2008 – 2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<u>ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ</u>							
Δείκτης Συνολικής Αποδοτικότητας	98,61%	62,99%	46,71%	37,39%	30,37%	26,42%	23,47%
Δείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους	78,32%	78,47%	78,61%	78,75%	78,22%	78,35%	78,48%
Δείκτης Συνολικής Κυκλοφοριακής Ταχύτητας	3,98	4,47	5,06	5,78	6,45	7,53	8,94
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Παγίου	5,11	5,95	7,03	8,49	10,23	13,23	18,26
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Κυκλοφορούντος	18,05	18,05	18,05	18,05	17,50	17,50	17,50
<u>ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ</u>							
Δείκτης Τρέχουσας Ρευστότητας	0,19	0,19	0,19	0,19	0,20	0,20	0,20
Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας	0,12	0,12	0,12	0,12	0,13	0,13	0,13
<u>ΔΕΙΚΤΕΣ ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ</u>							
Δείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια	0,95	0,42	0,27	0,19	0,14	0,12	0,10
Δείκτης Μακροπρόθεσμων Κεφαλαίων προς Απασχοληθέντα Κεφάλαια	18,59%	8,07%	4,40%	2,51%	1,36%	0,58%	0,00%
<u>ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΑΛΥΨΗΣ</u>							
Δείκτης Κάλυψης Τόκων	-	141,39	169,78	214,00	287,62	417,94	842,05
Δείκτης Κάλυψης Μερισμάτων	162,56	167,28	173,49	179,92	179,53	186,18	193,07
<u>ΔΕΙΚΤΕΣ ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ</u>							
Δείκτης Παγιοποίησης	3,53	3,04	2,57	2,13	1,71	1,32	0,96
<u>ΔΕΙΚΤΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ</u>							
Δείκτης 1ης αρχής Χρηματοδότησης(Απασχολ.Κεφάλαια/πάγιο ενεργητικό)	1,36	1,53	1,74	2,03	2,44	3,05	4,07
Δείκτης 2ης αρχής Χρηματοδότησης(Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης/Κυκλοφορούν Ενεργητικό)	0,63	0,71	0,81	0,95	1,14	1,42	1,90

ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

→ Δείκτης Συνολικής Αποδοτικότητας

Ο δείκτης συνολικής αποδοτικότητας μας δείχνει σε ποσοστό τον βαθμό αξιοποίησης των Συνολικών(Ιδίων και Ξένων/Δανειακών)Κεφαλαίων. Με άλλα λόγια παρουσιάζει την ικανότητα της επιχείρησης να αξιοποιεί τα Συνολικά Κεφάλαια(μετοχικό κεφάλαιο,Δάνεια από Τράπεζες,Πίστωση από Προμηθευτές κ.λ.π)και να παράγει από αυτά Καθαρά Κέρδη.Σε όλες τις εταιρικές χρήσεις οι δείκτες παρουσιάζουν ικανοποιητικά ποσοστά τα οποία όμως έχουν σταθερά φθίνουσα πορεία.

→ Δείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους

Ο δείκτης Μικτού Περιθωρίου Κέρδους μας δείχνει σε ποσοστό το Μικτό περιθώριο Κέρδους με το οποίο πωλεί η επιχείρηση το παραγόμενο προϊόν , την αποτελεσματικότητα της εκμετάλλευσης και τον τρόπο που καθορίζεται την τιμή του προϊόντος η επιχείρηση. Καταδεικνύει και έμμεσα την ένταση του ανταγωνισμού στην "αγορά" του προϊόντος.Παρατηρούμε λοιπόν πως σε όλες τις εταιρικές χρήσεις το ποσοστό είναι ιδιαίτερα υψηλό και παραμένει σταθερό.

→ Δείκτης Συνολικής Κυκλοφοριακής Ταχύτητας

Ο Δείκτης Συνολικής Κυκλοφοριακής Ταχύτητας μας δείχνει σε πόσες ημέρες η επιχείρηση "ανακυκλώνει" - "αξιοποιεί" και "μετατρέπει" το Σύνολο του Ενεργητικού σε πωλήσεις . Δείχνει , δηλαδή την ικανότητα της επιχείρησης να αξιοποιεί στην μάχη της αγοράς όλα τα εφόδια που διαθέτει .δηλαδή τα στοιχεία του Ενεργητικού (πάγια-εγκαταστάσεις κ.λ.π).Το ζητούμενο είναι πως όσο μικρότερος είναι ο δείκτης τόσο "καλύτερος" σε σύγκριση πάντα με την φύση της επιχείρησης. Και σε αυτή την περίπτωση η Joel Junior παρουσιάζει χαμηλές τιμές σε όλες τις χρήσεις.

→ Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Παγίου

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας παγίου δείχνει σε τι βαθμό χρησιμοποιούνται τα πάγια της επιχείρησης για την επίτευξη πωλήσεων. Και σε αυτή την περίπτωση οι δείκτες πρέπει να είναι χαμηλοί. Στην Joel Junior οι δείκτες παρουσιάζουν μια μικρή ανοδική τάση διαχρονικά.

→ Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Κυκλοφορούντος

Ο δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Κυκλοφορούντος δείχνει σε τι βαθμό χρησιμοποιείται το κυκλοφορούν της επιχείρησης για την επίτευξη πωλήσεων. Στην περίπτωση αυτή βλέπουμε πως ο δείκτης παραμένει χαμηλός και διαχρονικά σταθερός όπου αυτό είναι και το ζητούμενο.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

→ Δείκτης Τρέχουσας Ρευστότητας

Ο δείκτης τρέχουσας ρευστότητας δείχνει το περιθώριο ασφαλείας που έχει η επιχείρηση για να διαχειριστεί την ροή των κεφαλαίων κίνησης. Παρατηρούμε πως ο δείκτης είναι σχετικά ικανοποιητικός καθώς παραμένει διαχρονικά σταθερός στο ύψος του 0,19 και 0,20 διαχρονικά.

→ Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας

Ο δείκτης άμεσης ρευστότητας μας δείχνει τη ρευστότητα ασφαλείας της επιχείρησης. Σε τι ποσοστό δηλαδή μπορεί να ανταπεξέλθει η επιχείρηση άμεσα στις Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις της. Άμεσα σημαίνει σε τι ποσοστό το Ταμείο, Οι Λογαριασμοί Όψεως και όποιο άλλο στοιχείο του Ενεργητικού άμεσα ρευστοποιήσιμο (επιταγές ολίγων ημερών) μπορούν να καλύψουν το σύνολο των Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων. Στην Joel Junior ο δείκτης είναι σχετικά ικανοποιητικός καθώς παραμένει σταθερός στο 0,12 και 0,13 διαχρονικά.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ

→ Δείκτης Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια

Ο δείκτης ξένων προς ίδια κεφάλαια παρουσιάζει τη δανειακή επιβάρυνση της επιχείρησης σε σχέση με τα ίδια κεφάλαια. Ο συγκεκριμένος δείκτης θα πρέπει να είναι χαμηλός και μικρότερος της μονάδας. Στην περίπτωση της Joel Junior ο δείκτης έχει μια έντονη πτωτική πορεία κατά τη διάρκεια των χρήσεων.

→ Δείκτης Μακροπρόθεσμων Κεφαλαίων προς Απασχοληθέντα Κεφάλαια

Ο δείκτης μακροπρόθεσμων κεφαλαίων προς απασχοληθέντα κεφάλαια παρουσιάζει σε ποσοστό τη δανειακή επιβάρυνση της επιχείρησης η οποία καλύπτεται από απασχοληθέντα κεφάλαια. Και σε αυτήν την περίπτωση ο δείκτης πρέπει να είναι χαμηλός και κατά τη διάρκεια των χρήσεων μειώνεται.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΑΛΥΨΗΣ

→ Δείκτης Κάλυψης Τόκων

Ο δείκτης κάλυψης τόκων παρουσιάζει τη δυνατότητα της επιχείρησης να καλύπτει τα έξοδα δανεισμού σε σχέση με τα κέρδη που έχει. Και σε αυτήν την περίπτωση παρατηρούνται ιδιαίτερα υψηλοί δείκτες γεγονός που πηγάζει από την ικανοποιητική κερδοφορία της επιχείρησης.

→ Δείκτης Κάλυψης Μερισμάτων

Ο δείκτης κάλυψης μερισμάτων παρουσιάζει τη δυνατότητα της επιχείρησης να αποδίδει τα μερίσματα στους μετόχους της. Παρατηρούμε λοιπόν πως υπάρχουν ιδιαίτερα ικανοποιητικές τιμές και σε αυτούς τους δείκτες.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ

→ Δείκτης Παγιοποίησης

Ο δείκτης παγιοποίησης παρουσιάζει το ποσοστό των παγίων εγκαταστάσεων της επιχείρησης (Κτίρια , μηχανήματα , έπιπλα , εξοπλισμός κ.λ.π.) σε σχέση με το σύνολο του ενεργητικού ("απαιτήσεις" - περιουσία επιχείρησης). Ο συγκεκριμένος δείκτης σε επιχειρήσεις εντάσεως εργασίας πρέπει να είναι μικρός. Στην περίπτωση της Joel Junior ο δείκτης έχει ικανοποιητικές τιμές καθώς διαρκώς μειώνεται και την τελευταία εταιρική χρήση είναι μικρότερος της μονάδας.

ΔΕΙΚΤΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

→ Δείκτης 1ης αρχής Χρηματοδότησης

Ο πρώτος δείκτης χρηματοδότησης παρουσιάζει το ποσοστό του παγίου ενεργητικού που καλύπτεται από κεφάλαια μεγάλης διάρκειας. Οι τιμές που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος δείκτης είναι μεγαλύτερες της μονάδας και αυξάνονται διαχρονικά. Κατά συνέπεια η Joel Junior δε θα χρειαστεί να κατέφυγει σε τραπεζικό δανεισμό για να καλύψει τις ανάγκες της σε πάγιο ενεργητικό.

→ Δείκτης 2ης αρχής Χρηματοδότησης

Ο δεύτερος δείκτης χρηματοδότησης παρουσιάζει το ποσοστό του παγίου ενεργητικού που καλύπτεται από ίδια κεφάλαια της επιχείρησης. Στην περίπτωση αυτή βλέπουμε πως ο δείκτης έχει τιμές λίγο μικρότερες της μονάδας για τις πρώτες εταιρικές χρήσεις ενώ τις επόμενες παρατηρείται μια σημαντική αύξηση. Κατά συνέπεια, η επιχείρηση δε θα χρειαστεί να αναζητήσει χρηματοδότηση καθώς επαρκούν τα ίδια κεφάλαια.

10.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Για να μπορέσουμε να αποφανθούμε με βεβαιότητα για τη βιωσιμότητα της επένδυσης θα πρέπει να διενεργήσουμε και την απαραίτητη χρηματοοικονομική αξιολόγηση της επένδυσης. Υπάρχουν πολλοί μέθοδοι χρηματοοικονομικής αξιολόγησης που παρέχουν πολλές δυνατότητες χρηματοοικονομικής πληροφόρησης. Παρόλα αυτά με καμία μέθοδος μεμονωμένα δεν μπορούμε να συνάγουμε ακριβή συμπεράσματα. Θα πρέπει λοιπόν να διερευνήσουμε παράλληλα ένα αριθμό μεθόδων χρηματοοικονομικής αξιολόγησης. Οι μέθοδοι που θα χρησιμοποιήσουμε που είναι και οι σημαντικότερες είναι οι εξής :

- Μέθοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης.
- Μέθοδος απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου.
- Μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας.

10.7.1 ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΠΑΝΕΙΣΠΡΑΞΗΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Με τη μέθοδο επανείσπραξης του κόστους της επένδυσης παρουσιάζεται με ακρίβεια ο αριθμός των ετών που απαιτούνται για να εισπραχθεί το κόστος κεφαλαίου της επένδυσης. Το ευκαίριο στην παρούσα περίπτωση είναι η όσο το δυνατόν ταχύτερη επανείσπραξη του κόστους επένδυσης, γεγονός που σημαίνει και τη μεγαλύτερη ρευστότητα της επένδυσης. Για τον υπολογισμό της επανείσπραξης του κόστους επένδυσης υπολογίζουμε τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης και στη συνέχεια τις καθαρές ταμειακές ροές. Στον πίνακα 10.12 παρουσιάζονται τα καθαρά κέρδη της επιχείρησης ενώ στον πίνακα 10.13 παρουσιάζονται οι καθαρές ταμειακές ροές της επιχείρησης.

Πίνακας 10.12
Καθαρά κέρδη Joel Junior

ΕΤΟΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	ΦΟΡΟΣ (35%)	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ
2008	17.306.100,00	2.998.505,00	14.307.595,00	9.299.936,75	5.007.658,25
2009	17.911.813,50	3.103.452,68	14.808.360,82	9.625.434,53	5.182.926,29
2010	18.538.726,97	3.212.073,52	15.326.653,45	9.962.324,74	5.364.328,71
2011	19.187.582,42	3.324.496,08	15.863.086,34	10.311.006,12	5.552.080,22
2012	19.254.738,95	3.440.853,46	15.813.885,49	10.279.025,57	5.534.859,92
2013	19.928.654,82	3.561.283,32	16.367.371,50	10.638.791,48	5.728.580,03
2014	20.626.157,74	3.685.928,24	16.940.229,50	11.011.149,18	5.929.080,33

Πίνακας 10.13
Καθαρές ταμειακές ροές Joel Junior

ΕΤΟΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΚΤΡ	ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΤΡ
2008	5.007.658,25	376.570,00	5.384.228,25	5.384.228,25
2009	5.182.926,29	376.570,00	5.559.496,29	10.943.724,54
2010	5.364.328,71	376.570,00	5.740.898,71	11.300.394,99
2011	5.552.080,22	376.570,00	5.928.650,22	11.669.548,93
2012	5.534.859,92	376.570,00	5.911.429,92	11.840.080,14
2013	5.728.580,03	376.570,00	6.105.150,03	12.016.579,95
2014	5.929.080,33	376.570,00	6.305.650,33	12.410.800,35

Όπως βλέπουμε η επένδυση παρουσιάζεται ιδιαίτερα ελκυστική εφόσον υπάρχει ταχύτατη επανείσπραξη του επενδυμένου κεφαλαίου. Παρόλα αυτά, θα πρέπει να αναφέρουμε πως με τη μέθοδο επανείσπραξης του κόστους επένδυσης, δεν λαμβάνεται υπόψη ο χρονικός ορίζοντας πραγματοποίησης των καθαρών ταμειακών ροών. Για αυτό το λόγο θα ληφθούν υπόψη και οι υπόλοιποι μέθοδοι χρηματοοικονομικής αξιολόγησης.

10.7.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΠΛΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Η μέθοδος του απλού συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου μας παρουσιάζει τη σχέση που έχει το καθαρό κέρδος της επιχείρησης με το κεφάλαιο που έχει επενδυθεί. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονίσουμε πως η απόδοση του επενδυμένου κεφαλαίου θα μπορούσε να εξεταστεί τόσο από τη μεριά του μετοχικού κεφαλαίου όσο και από τη μεριά του συνολικού κεφαλαίου.

Ο συντελεστής απόδοσης ως προς το συνολικό κεφάλαιο υπολογίζεται με τον τύπο :

$$R_z = (\text{Καθαρό Κέρδος} + \text{Τόκοι}) * 100 / \text{Συνολικό Κεφάλαιο} ,$$

Αντίστοιχα ο συντελεστής απόδοσης ως προς το μετοχικό κεφάλαιο υπολογίζεται ως εξής :

$$R_M = (\text{Καθαρό Κέρδος}) * 100 / \text{Μετοχικό Κεφάλαιο}$$

Με βάση τους παραπάνω τύπους θα υπολογίσουμε τους συντελεστές απόδοσης του συνολικού και μετοχικού κεφαλαίου. Όπως παρατηρούμε και στον πίνακα 10.14 οι συντελεστές απόδοσης σε συνολικό και μετοχικό κεφάλαιο είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικές, οπότε μπορούμε να αποφανθούμε πως η επένδυση θα έχει βιωσιμότητα.

Πίνακας 10.14
Συντελεστές απόδοσης συνολικού και μετοχικού κεφαλαίου

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Καθαρό κέρδος	4.875.858,75	5.017.335,91	5.203.582,68	5.396.469,20	5.384.692,02	5.584.181,82	5.790.797,99
Συνολικό κεφάλαιο	4.597.398,06	4.597.398,06	4.597.398,06	4.597.398,06	4.597.398,06	4.597.398,06	4.597.398,06
RΣ	106,06%	111,23%	114,98%	118,86%	118,27%	122,25%	126,36%
Καθαρό κέρδος Μετοχικό κεφάλαιο	4.875.858,75	5.017.335,91	5.203.582,68	5.396.469,20	5.384.692,02	5.584.181,82	5.790.797,99
RM	227,59%	234,19%	242,89%	251,89%	251,34%	260,65%	270,30%

10.7.3 ΜΕΘΟΔΟΣ ΚΑΘΑΡΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΑΞΙΑΣ

Με τη μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας (Κ.Π.Α.) το σύνολο των καθαρών ταμειακών ροών προεξοφλούνται την παρούσα στιγμή. Στη συγκεκριμένη περίπτωση χρησιμοποιείται ο συντελεστής προεξόφλησης με την ελάχιστη αποδοτικότητα. Ο τύπος που χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό της ΚΠΑ είναι :

$$ΚΠΑ = \sum [KTR_{\tau} / (1+\kappa)^{\nu}] - ΚΕ$$

$$\text{Και } 1 / (1+\kappa)^{\nu} = \Sigma ΠΑ_{\tau,\nu}$$

Όπου ,

- KTR_τ** : Καθαρή ταμειακή ροή το χρόνο τ
Κ.Ε. : Κόστος Επένδυσης
κ : Κόστος Κεφαλαίου
ν : Αριθμός περιόδων
ΣΠΑ τ,ν : Συντελεστής Παρούσας Αξίας

Στον παραπάνω υπολογισμό θα χρησιμοποιήσουμε ως δεδομένο ότι το κόστος κεφαλαίου είναι 26% σύμφωνα με τους προβλεπόμενους τραπεζικούς όρους. Για να γίνει αποδεκτή η επενδυτική πρόταση , θα πρέπει η ΚΠΑ να είναι μεγαλύτερη ή ίση με το μηδέν. Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται η συνολική παρούσα αξία.

Πίνακας 10.15
Καθαρή παρούσα αξία

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ	ΣΠΑ _{26%}	ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΞΙΑ
2008	5.384.228,25	0,79	4.273.197,02
2009	10.943.724,54	0,63	6.893.250,53
2010	11.300.394,99	0,50	5.649.135,46
2011	11.669.548,93	0,40	4.629.902,96
2012	11.840.080,14	0,31	3.728.223,30
2013	12.016.579,95	0,25	3.003.015,75
2014	12.410.800,35	0,20	2.461.534,76
ΣΥΝΟΛΟ			30.638.259,78

Η καθαρή παρούσα αξία θα είναι :

$$\text{ΚΠΑ} = \text{ΣΠΑ} - \text{ΚΕ}$$

$$\text{ΚΠΑ} = 29.831.719,83 - 4.597.398,06$$

$$\text{ΚΠΑ} = 25.234.321,77 > 0$$

Οπότε η επένδυση θα είναι βιώσιμη.

10.8 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Το ευρύτερο περιβάλλον στο οποίο θα υλοποιηθεί η παρούσα επένδυση χαρακτηρίζεται από μια αβεβαιότητα. Η αβεβαιότητα αυτή πηγάζει από διάφορους παράγοντες όπως είναι οι προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού, οι πολιτικοοικονομικές εξελίξεις, οι αλλαγές στους ρυθμούς γεννήσεων. Οι αλλαγές που παρατηρούνται σε διάφορους κοινωνικοοικονομικούς παράγοντες επιδρούν θετικά ή αρνητικά στην ευρύτερη αγορά και επηρεάζουν άμεσα τις λειτουργίες και τους στόχους της επιχείρησης. Για αυτό το λόγο είναι απαραίτητο να γίνει χρηματοοικονομική ανάλυση της Joel Junior για την βιωσιμότητα της επένδυσης σε περιόδους αβεβαιότητας. Η πιο αξιόπιστη μέθοδος χρηματοοικονομικής αξιολόγησης σε περιόδους αβεβαιότητας είναι η ανάλυση του Νεκρού Σημείου.

10.8.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ «ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ»

Η ανάλυση του Νεκρού Σημείου (Break – Even Point ή ΒΕΡ) αφορά τον προσδιορισμό του σημείου παραγωγής κατά το οποίο τα συνολικά έσοδα των πωλήσεων ισούνται με το συνολικό κόστος παραγωγής. Είναι με άλλα λόγια το σημείο παραγωγής στο οποίο η Joel Junior θα μπορεί να καλύπτει το συνολικό κόστος παραγωγής. Ο προσδιορισμός του Νεκρού Σημείου είναι ιδιαίτερα σημαντικός γιατί δίνει τη δυνατότητα στη διοίκηση της επιχείρησης να προσδιορίσει το σημείο παραγωγής το οποίο αν υπερβεί πραγματοποιεί κέρδη. Ο προσδιορισμός του Νεκρού Σημείου γίνεται βάση των παρακάτω τύπων :

Αξία Πωλήσεων Β.Ε.Ρ. = Όγκος Πωλήσεων Β.Ε.Ρ. x Τιμή ανά μονάδα
και

Όγκος Πωλήσεων Β.Ε.Ρ. = Αξία Πωλήσεων Β.Ε.Ρ. / Τιμή ανά μονάδα

Άρα,

Αξία πωλήσεων = τιμή ανά μονάδα x όγκο πωλήσεων Νεκρού Σημείου

Κατά συνέπεια για να προσδιορίσουμε το Νεκρό Σημείο θα πρέπει αρχικά να προσδιορίσουμε την αξία πωλήσεων στο Νεκρό Σημείο και την τιμή ανά μονάδα. Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται τα σταθερά και μεταβλητά κόστη παραγωγής της Joel Junior για το έτος 2008. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε πως ο προγραμματισμένος όγκος παραγωγής για το 2008 είναι 670.000 τεμάχια με μέση τιμή μονάδας τα 25,83 €

Πίνακας 10.16
Σταθερά και Μεταβλητά Κόστη της Joel Junior για το έτος 2008

Κόστος	Σταθερά Έξοδα	Μεταβλητά Έξοδα	Μεταβλητά Έξοδα ανά Μονάδα
Κόστος μάρκετινγκ		1.730.610,00	2,58
Κόστος παραγωγής		1.157.395,00	1,73
Κόστος συντήρησης έργων	8.500,00		
Γενικά έξοδα	102.000,00		
Κόστος εργατικού δυναμικού		266.000,00	0,40
Κόστος επιτελικού προσωπικού	761.600,00		
Τόκοι και χρηματοοικονομικά έξοδα	περίοδος χάριτος		
Αποσβέσεις	376.570,00		
Σύνολο	1.248.670,00	3.154.005,00	4,71

Με βάση λοιπόν τα παραπάνω, ο προσδιορισμός του Νεκρού Σημείου θα είναι :

Όγκος πωλήσεων στο Β.Ε.Ρ. = Σταθερά Έξοδα/ (Τιμή ανά μονάδα-Μεταβλητά Έξοδα)

Οπότε, το Νεκρό Σημείο της Joel Junior ορίζεται στα 59.116 τεμάχια ενδυμάτων.

Ενώ, τα έσοδα από τις πωλήσεις στο Νεκρό Σημείο θα είναι :

Αξία πωλήσεων στο Β.Ε.Ρ. = όγκος πωλήσεων x τιμή ανά μονάδα

Δηλαδή Αξία πωλήσεων στο Β.Ε.Ρ. = 1.526.954,69 € .

Οι αποφάσεις λοιπόν που θα παίρνει η διοίκηση της Joel Junior σε συνθήκες αβεβαιότητας θα στηρίζονται στην παραπάνω ανάλυση του Νεκρού Σημείου.

10.9 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Το γενικό πόρισμα που προκύπτει από την παραπάνω επενδυτική πρόταση είναι πως η ίδρυση της μονάδας παραγωγής παιδικών ενδυμάτων θα αποφέρει θετικά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα στους μετόχους της νέας επιχείρησης. Εξίσου σημαντικό όμως είναι να εξεταστούν τα αποτελέσματα της νέας επένδυσης σε μακροοικονομικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να εξετάσουμε τις επιδράσεις που θα έχει η νέα επένδυση στον ευρύτερο κλάδο των παιδικών ενδυμάτων και σε επίπεδο εθνικής οικονομίας. Μια τέτοια ανάλυση είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς οι επιχειρήσεις αποτελούν ένα ζωντανό οργανισμό στα πλαίσια της εθνικής οικονομίας με έντονες τις σχέσεις αλληλεξάρτησης. Με άλλα λόγια, η βιωσιμότητα και κερδοφορία μιας επιχείρησης επηρεάζει και επηρεάζεται από το ευρύτερο κοινωνικοοικονομικό και πολιτικό περιβάλλον.

Το πρώτο σημείο στο οποίο θα πρέπει να εστιάσουμε είναι πως η Joel Junior θα δημιουργήσει ένα μεγάλο αριθμό νέων θέσεων εργασίας μόνιμης απασχόλησης στην ευρύτερη περιοχή της βόρειας Ελλάδας. Η συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή πλήττεται από έντονη ανεργία και η νέα επιχείρηση θα δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για την ευρύτερη οικονομική άνθιση της περιοχής. Μια άνθιση που δικαιολογείται τόσο από την εργασία στα πλαίσια της παραγωγικής μονάδας όσο και από τις παρεμφερείς εργασίες που απαιτούνται για την λειτουργία της (μεταφορές, εργασίες φασόν, τραπεζικές εργασίες κτλ). Το ύψος μάλιστα της επένδυσης και η κερδοφορία της νέας επιχείρησης θα αποτελέσει παράδειγμα προς μίμηση στον επιχειρηματικό κόσμο για νέες επενδύσεις στην περιοχή.

Εξίσου σημαντικό είναι να τονιστεί πως η νέα επιχείρηση θα παράγει προϊόντα υψηλής ποιότητας και ραφής τα οποία θα είναι εφάμιλλα των προϊόντων των ξένων οίκων με τα ισχυρά brand names. Η ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων λοιπόν θα οδηγήσει τους Έλληνες καταναλωτές στην στήριξη του ελληνικού ενδύματος και θα συμβάλλει θετικά στην εναρμόνιση του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας μας εφόσον θα υποκαταστήσει τις εισαγωγές. Παράλληλα, οι πρώτες ύλες που θα χρησιμοποιήσει η Joel Junior θα είναι στην πλειοψηφία τους ελληνικής προελεύσεως γεγονός που θα ενδυναμώσει τον ευρύτερο κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας.

Ιδιαίτερα σημαντικό όμως είναι να υπενθυμίσουμε πως η νέα επιχείρηση θα χρησιμοποιήσει στην παραγωγική της διαδικασία τα πλέον προηγμένα μέσα παραγωγής και συσκευασίας. Η εισαγωγή της νέας τεχνολογίας και τεχνογνωσίας θα επηρεάσει θετικά τον ευρύτερο κλάδο της ένδυσης σε εθνικό επίπεδο καθώς για να μπορέσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις να είναι ανταγωνιστικές θα αναγκαστούν να εισάγουν νέες και πιο αποδοτικές τεχνολογίες στην παραγωγή τους. Κατά συνέπεια οι ελληνικές παραγωγικές επιχειρήσεις θα οδηγηθούν σε βελτίωση των παραγόμενων προϊόντων τους, τόσο σε επίπεδο ποιοτικό όσο και ποσοτικό.

Το σημείο όμως που χρίζει ιδιαίτερης προσοχής είναι πως η νέα επιχείρηση θα παρουσιάσει σημαντική κερδοφορία χωρίς να καταφύγει στην παραγωγή φασόν σε βαλκανικές χώρες. Θα αποφύγει με άλλα λόγια την εξαγωγή οικονομικών πόρων, μια ευρέως διαδεδομένη στρατηγική των περισσότερων ελληνικών επιχειρήσεων που έχει οδηγήσει σε αφαίμαξη την ελληνική οικονομία. Θα αποτελέσει παράδειγμα λοιπόν για τις ελληνικές παραγωγικές επιχειρήσεις και θα στηρίξουν με τη σειρά τους τις ελληνικές επιχειρήσεις φασόν.

Δε θα πρέπει να ξεχνάμε όμως πως στα πλαίσια της παραγωγικής διαδικασίας η Joel Junior έχει ως βασική μέριμνα την προστασία του περιβάλλοντος. Οι ενεργειακοί πόροι θα χρησιμοποιούνται στο ελάχιστο δυνατό ενώ έχουν μελετηθεί όλες οι δικλίδες ασφαλείας έτσι ώστε να μην ρυπαίνεται το περιβάλλον από την παραγωγική διαδικασία. Επιπρόσθετα, το σύστημα ανακύκλωσης που θα υλοποιηθεί στα πλαίσια της Joel Junior θα συμβάλει στην ευρύτερη προστασία του περιβάλλοντος της περιοχής.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Σωτήρης κ. Καρβούνης , Οικονομοτεχνικές Μελέτες : μεθοδολογία – Τεχνικές – Θεωρία (Εκδόσεις Σταμούλη 2000)

Σωτήρης κ. Καρβούνης , Υποδείγματα Μελετών, Μελέτες Περιπτώσεων, Προβλήματα και Ασκήσεις για Οικονομοτεχνικές Μελέτες (Εκδόσεις Σταμούλη 2000)

ICAP, Κλαδική Μελέτη «Υφαντουργία» - Δεκέμβριος 2000

ICAP, Κλαδική Μελέτη «Αλυσίδες Καταστημάτων Λιανικής Πώλησης» - Αύγουστος 2001

ICAP, Κλαδική μελέτη «παιδικά ενδύματα» - Νοέμβριος 2001

Νιάρχος Ν. , Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Λογιστικών Καταστάσεων (Εκδόσεις Σταμούλη)

Χυτήρης Λ. , Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων (Interbooks)

Αρτίκης Γεώργιος , Αποφάσεις Επενδύσεων ,(Εκδόσεις Σταμούλη 1999)