



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ**  
**ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ- ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**Διπλωματική Εργασία**

**ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ**  
**ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΚΟΣΜΗΜΑΤΩΝ**

**Μαζοπούλου Φάλια**

**Πειραιάς, 2013**

## **Ευχαριστίες**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή κ. Δημήτριο Γεωργακέλλο για την βοήθεια που μου προσέφερε στην εκπόνηση αυτής της διπλωματικής εργασίας και για το θεωρητικό υπόβαθρο που μου παρείχε κατά την διάρκεια της φοίτησής μου στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού.

Όσες λέξεις και να βάλω στην σειρά δεν θα είναι αρκετές για να ευχαριστήσω την οικογένεια μου.

Μαζοπούλου Φάλια

## Περιεχόμενα

<b>1</b>	<b>Κεφάλαιο 1 – Σύνοψη Μελέτης.....</b>	<b>1</b>
1.1	Βασική ιδέα & ιστορικό του προγράμματος.....	1
1.2	Ανάλυση Αγοράς και Marketing.....	1
1.3	Πρώτες Ύλεις και άλλα εφόδια .....	2
1.4	Μηχανολογικά και Τεχνολογία.....	3
1.5	Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα .....	3
1.6	Ανθρώπινοι Πόροι .....	3
1.7	Τοποθεσία .....	4
1.8	Προγραμματισμός Εκτελέσεως του Έργου.....	4
1.9	Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση της Επιχείρησης .....	4
1.10	Συμπεράσματα .....	5
<b>2</b>	<b>Κεφάλαιο 2 – Βασική Ιδέα &amp; Ιστορικό Σχεδίου .....</b>	<b>6</b>
2.1	Περιγραφή της ιδέας του επενδυτικού σχεδίου .....	6
2.1.1	Στόχος Επενδυτικού Σχεδίου.....	6
2.1.2	Το νέο κατάστημα .....	7
2.1.3	Επιλογή της Τοποθεσίας.....	7
2.1.4	Εξοπλισμός της Νέας μονάδας.....	8
2.1.5	Λειτουργία της Νέας Μονάδας.....	8
2.2	Υποστηρικτές του σχεδίου .....	9
2.3	Ιστορικό του επενδυτικού σχεδίου .....	9
2.4	Μελέτη Σκοπιμότητας .....	10
2.5	Κόστος Προεπενδυτικών Μελετών και Ερευνών.....	10

<b>3</b>	<b>Κεφάλαιο 3 – Ανάλυση Αγοράς &amp; Μάρκετινγκ .....</b>	<b>11</b>
3.1	Ορισμός της Αγοράς και ανάλυση της δομής της .....	11
3.1.1	Ιστορική αναδρομή.....	11
3.2	Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου .....	17
3.2.1	Προϊόντα .....	17
3.3	Ανάλυση του κλάδου της Ελληνικής Αργυροχρυσοχοΐας .....	20
3.3.1	Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου .....	20
3.3.2	Θεσμικό Πλαίσιο.....	21
3.3.3	Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης των προϊόντων του κλάδου.....	24
3.3.4	Διανομή.....	25
3.4	Στρατηγική Μάρκετινγκ.....	28
3.4.1	Σκοποί και Στόχοι της υπό Ίδρυση Μονάδας.....	28
3.4.2	Πελάτες.....	30
3.5	Έξοδα Μάρκετινγκ .....	34
3.6	S.W.O.T. Ανάλυση.....	37
3.7	Συνολικές Πωλήσεις και Κόστος Μάρκετινγκ.....	39
<b>4</b>	<b>Κεφάλαιο 4 – Πρώτες Ύλες και άλλα Εφόδια .....</b>	<b>40</b>
4.1	Χαρακτηριστικά Πρώτων Υλλών και άλλων εφοδίων.....	40
4.1.1	Μέταλλα στην παραγωγή των προϊόντων της αργυροχρυσοχοΐας .....	40
4.1.2	Διαμάντια .....	44
4.2	Άλλα εφόδια .....	47
4.3	Απαιτούμενες ποσότητες.....	48
4.4	Διαθεσιμότητα και πηγές προμήθειας.....	49

4.4.1	Πολύτιμα Μέταλλα.....	49
4.4.2	Πολύτιμοι Λίθοι.....	50
<b>4.5</b>	<b>Μάρκετινγκ Προμηθειών.....</b>	<b>53</b>
4.5.1	Διαφοροποίηση και Ελαχιστοποίηση του κόστους.....	53
4.5.2	Ελαχιστοποίηση του Κινδύνου και Αξιοπιστία των Προμηθευτών.....	53
4.5.3	Καλλιέργεια Σχέσεων με τους Προμηθευτές .....	53
<b>4.6</b>	<b>Κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων .....</b>	<b>54</b>
<b>5</b>	<b>Κεφάλαιο 5 – Τεχνολογία και Μηχανολογικά.....</b>	<b>62</b>
<b>5.1</b>	<b>Μηχανολογικά .....</b>	<b>62</b>
<b>5.2</b>	<b>Εξοπλισμός εργαστηρίου .....</b>	<b>64</b>
5.2.1	Εξοπλισμός Εργαστηρίου Αργυροχρυσοχοΐας .....	64
5.2.2	Ατομικά Εργαλεία (Ανά Θέση Εργασίας) .....	65
5.2.3	Εργαλεία Χαρακτικής - Καρφωτικής .....	66
5.2.4	Εξοπλισμός Εργαστηρίου Ορυκτολογίας.....	67
5.2.5	Εξοπλισμός Σχεδιασμού και Ασφάλειας .....	67
<b>5.3</b>	<b>Τεχνολογία Παραγωγικής Διαδικασίας .....</b>	<b>67</b>
5.3.1	Νέες επεμβάσεις στη παραγωγή .....	68
<b>6</b>	<b>Κεφάλαιο 6 – Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα.....</b>	<b>71</b>
<b>6.1</b>	<b>Γενικά.....</b>	<b>71</b>
<b>6.2</b>	<b>Οργανωσιακή Δομή .....</b>	<b>72</b>
6.2.1	Διεύθυνση Οικονομικών & Διοικητικών Υπηρεσιών .....	72
6.2.2	Τμήμα Παραγωγής.....	73
6.2.3	Διάρθρωση Τμήματος Marketing & Πωλήσεων .....	73

6.2.4	Τμήμα Ηλεκτρονικού Εμπορίου & Μηχανογράφησης .....	73
<b>6.3</b>	<b>Γενικά Έξοδα .....</b>	<b>75</b>
<b>6.4</b>	<b>Συστήματα Διασφάλισης Ποιότητας .....</b>	<b>76</b>
6.4.1	Οργάνωση επιχείρησης κατά ISO 9000:2000.....	76
<b>7</b>	<b>Κεφάλαιο 7 – Ανθρώπινοι Πόροι .....</b>	<b>78</b>
<b>7.1</b>	<b>Κατηγορίες και Λειτουργίες Ανθρωπίνων Πόρων .....</b>	<b>78</b>
7.1.1	Ανάλυση Εργασίας.....	78
<b>7.2</b>	<b>Αγορά Εργασίας.....</b>	<b>82</b>
7.2.1	Διαδικασία Πρόσληψης Υπαλλήλων.....	82
7.2.2	Πηγές Προσέλκυσης Υποψηφίων.....	82
<b>7.3</b>	<b>Επιτελικό και Βοηθητικό Προσωπικό.....</b>	<b>83</b>
7.3.1	Επιτελικό προσωπικό.....	83
7.3.2	Υπαλληλικό – Βοηθητικό Προσωπικό.....	83
<b>7.4</b>	<b>Ανταμοιβή εργασίας.....</b>	<b>84</b>
7.4.1	Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού.....	85
<b>8</b>	<b>Κεφάλαιο 8 – Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης , Περιβάλλον .....</b>	<b>88</b>
<b>8.1</b>	<b>Εκτίμηση Αναγκών σε Χώρους του Καταστήματος.....</b>	<b>88</b>
<b>8.2</b>	<b>Επιλογή Τοποθεσίας .....</b>	<b>90</b>
<b>8.3</b>	<b>Κριτήρια – Προδιαγραφές.....</b>	<b>92</b>
8.3.1	Γενικά.....	92
8.3.2	Διαδικασία Αδειοδότησης .....	93
<b>8.4</b>	<b>Παρουσίαση της τοποθεσίας .....</b>	<b>94</b>
<b>8.5</b>	<b>Υπολογισμός Κόστους .....</b>	<b>96</b>

<b>9</b>	<b>Κεφάλαιο 9 – Προγραμματισμός και Προϋπολογισμός Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου.....</b>	<b>97</b>
9.1	Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτέλεσης του Έργου .....	97
9.2	Δραστηριότητες και Δεδομένα .....	98
9.3	Εκτίμηση Του Κόστους Εκτελέσεως του Επενδυτικού Σχεδίου .....	99
<b>10</b>	<b>Κεφάλαιο 10 – Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης</b>	<b>100</b>
10.1	Έκταση και Στόχοι Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης .....	100
10.2	Ανάλυση Συνολικού Κόστους Επένδυσης .....	101
10.2.1	Πάγιο Ενεργητικό .....	101
10.2.2	Απόσβεση .....	102
10.2.3	Καθαρό κεφάλαιο κίνησης .....	103
10.2.4	Συνολικό Κόστος Επένδυσης .....	108
10.3	Χρηματοδότηση του Επενδυτικού Σχεδίου .....	108
10.4	Ανάλυση Συνολικού Κόστους Παραγωγής .....	111
10.4.1	Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής.....	111
10.5	Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων.....	111
10.5.1	Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως .....	112
10.5.2	Πίνακας Χρηματικών Ροών .....	113
10.5.3	Ισολογισμός .....	114
10.6	Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Επένδυσης .....	115
10.6.1	Μέθοδος Επανείσπραξης Κόστους Επένδυσης.....	115
10.6.2	Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης του Κεφαλαίου .....	117
10.6.3	Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας.....	118
10.6.4	Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (ΕΣΑ).....	119

<b>10.7Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση σε Συνθήκες Αβεβαιότητας.....</b>	<b>122</b>
10.7.1 Ανάλυση «Νεκρού» Σημείου.....	122
10.7.2 Ανάλυση ευαισθησίας.....	125
<b>10.8Συμπεράσματα .....</b>	<b>126</b>
<b>11 Βιβλιογραφία.....</b>	<b>129</b>



# Κεφάλαιο 1 – Σύνοψη Μελέτης

## 1.1 ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ & ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Η εκπόνηση της μελέτης σκοπιμότητας έγινε στην προσπάθεια να διερευνηθεί η βιωσιμότητα στην ανταγωνιστική αγορά του κοσμήματος μιας νέας επιχείρησης με την επωνυμία «**Falia Jewelry**». Το συνολικό κόστος των προεπενδυτικών μελετών και ερευνών ανέρχεται σε 16.500 €.

## 1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING

Ο κλάδος των κοσμημάτων αποτελείται από έναν μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων (παραγωγικές, εισαγωγικές, εμπορικές), οι οποίες είναι κυρίως μικρού και μεσαίου μεγέθους. Οι μεγαλύτερες από τις εν λόγω εταιρείες έχουν αναπτύξει τα δικά τους δίκτυα λιανικής, μέσω των οποίων διαθέτουν τα προϊόντα τους, ενώ παράλληλα ασχολούνται και με το χονδρικό εμπόριο κοσμημάτων. Επιπλέον, στον κλάδο δραστηριοποιούνται αρκετές επιχειρήσεις, που ασχολούνται αποκλειστικά με το λιανικό εμπόριο κοσμημάτων και οι οποίες προμηθεύονται τα προϊόντα τους από την εγχώρια αγορά.

Η υπό εξέταση μονάδα έχει βασικό σκοπό την απόσπαση ενός σημαντικού μεριδίου αγοράς από τα υπάρχουσα εργαστήρια αργυροχρυσοχοΐας αλλά και από και από τα καταστήματα εμπορίας κοσμημάτων. Βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της νέας μονάδας παραγωγής είναι ότι θα παράγει μοναδικά κοσμήματα υψηλής ποιότητας με χαμηλότερο κόστος σε σχέση με τους

ανταγωνιστές χάρη στη σύγχρονη τεχνολογία των εγκαταστάσεων της αλλά και των έμπειρων τεχνιτών αργυροχρυσοχοΐας που προτίθεται να προσλάβει.

Η επιλογή της θέσης του καταστήματος έγινε με γνώμονα το target group που θέλει να απευθυνθεί η επιχείρηση. Η επιχείρηση στοχεύει τους τουρίστες που έρχονται για τουρισμό αναψυχής

Το σύνολο των εξόδων μάρκετινγκ αντιστοιχεί στο περίπου 5% επί του ετησίου συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης και για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας ανέρχεται σε 44.400,00 € με εκτιμώμενο κύκλο εργασιών 775.000,00 €.

### **1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΎΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ**

Οι βασικές πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή των προϊόντων της αργυροχρυσοχοΐας είναι οι εξής: χρυσός, πλατίνα, παλλάδιο, άργυρος, χαλκός, ψευδάργυρος, νικέλιο, κοβάλτιο, ρόδιο. Σε ειδικά κράματα τα τελευταία χρόνια αναφέρονται και άλλα μέταλλα όπως αργίλιο (αλουμίνιο) και σίδηρος - χάλυβας. Το αργίλιο χρησιμοποιείται για την κατασκευή κραμάτων που αναφέρονται σαν span gold και ο σίδηρος για την κατασκευή μπλε κραμάτων χρυσού. Επίσης χρησιμοποιούνται και πολύτιμοι λίθοι (κυρίως τα διαμάντια).

Πέραν των πρώτων υλών, υπάρχουν και άλλα απαραίτητα εφόδια για την μονάδα παραγωγής. Τα εφόδια αυτά είναι τα εξής:

- Βοηθητικά Υλικά και υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (Ηλεκτρισμός, νερό γενικής χρήσης)
- Ανταλλακτικά
- Στολές εργασίας (φόρμες, μάσκες, γάντια)
- Υλικά άλλων αναγκών (π.χ. χημικά)

Το συνολικό κόστος των πρώτων υλών και άλλων εφοδίων για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας ανέρχεται σε 471.015,00 €. Στον ευμετάβλητο χώρο της

αγοράς μετάλλων οι προβλέψεις είναι αρκετά επισφαλείς αλλά οι εκτιμήσεις για τις επόμενες χρονιές έγιναν με την πρόβλεψη για διατήρηση της ανοδικής τάσης των τιμών.

#### **1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ**

Η μηχανολογία και η τεχνολογία αποτελούν δύο συστατικά στοιχεία που καθορίζουν και επηρεάζουν το πρόγραμμα παραγωγής της υπό ίδρυση μονάδας. Με άλλα λόγια, ο προγραμματισμός της παραγωγής και η εφικτότητα αυτού αποτελεί συνάρτηση καταρχήν της επιλογής κατάλληλης τεχνολογίας και κατ' επέκταση κατάλληλου μηχανολογικού εξοπλισμού.

Το μεγαλύτερο κόστος του εξοπλισμού επιμερίζεται στον εξοπλισμό του εργαστηρίου αργυροχρυσοχοΐας. Ο εξοπλισμός των εργαστηρίων απαιτεί ελάχιστη διάθεση κεφαλαίου 30.000 ευρώ.

#### **1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΈΞΟΔΑ**

Ο καθορισμός της οργανωσιακής δομής και οργάνωσης της νέας μονάδας διευκολύνει κατά πολύ τον εντοπισμό των γενικών εξόδων. Η απεικόνιση των τμημάτων της νέας μονάδας βοηθάει στον εντοπισμό των κέντρων κόστους, από όπου προκύπτουν τα γενικά έξοδα. Τα γενικά έξοδα του 2013 προϋπολογίζονται σε 53.200 € και πρέπει να προστεθεί και το κόστος ανάπτυξης συστήματος ISO 9000 από συμβούλους επιχειρήσεων ανέρχεται σε περίπου 7.000 €.

#### **1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ**

Στην υπό σύσταση επιχείρηση θα απασχοληθούν συνολικά 11 άτομα και το εκτιμώμενο κόστος για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης είναι 238.420,00 €.

## **1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ**

Ως πλέον κατάλληλη περιοχή για εγκατάσταση της επιχείρησης κρίθηκε το Μοναστηράκι λόγω της έντονης τουριστικής κίνησης που παρουσιάζει καθώς και του ηπιότερου ανταγωνισμού σε σχέση με άλλες εμπορικές περιοχές της Αθήνας. Για την εγκατάσταση της επιχείρησης δεν απαιτείται ειδική άδεια. Το ετήσιο ενοίκιο υπολογίζεται σε 86.400 € και το συνολικό κόστος διαμόρφωσης και ενοικίου για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας ανέρχεται σε 117.800 €.

## **1.8 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΈΡΓΟΥ**

Μέσα στα πλαίσια αυτά, ο προγραμματισμός και ο προϋπολογισμός της εκτελέσεως της υπό μελέτη μονάδας περιλαμβάνει τα εξής βασικά στάδια:

- Καθορισμός του τύπου εργασιών, εντός και εκτός των εγκαταστάσεων, οι οποίες είναι απαραίτητες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου και λογική αλληλουχία αυτών.
- Προετοιμασία του χρονοδιαγράμματος εκτελέσεως του έργου.
- Καθορισμός των πόρων και του κόστους για την ολοκλήρωση κάθε επιμέρους εργασίας.
- Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτελέσεως του έργου.

Το σχέδιο θα διαρκέσει 7 μήνες και το κόστος του ανέρχεται σε 104.000,00 €.

## **1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Βάσει της αξιολόγησης της επένδυσης υπολογίστηκε ότι το συνολικό κόστος της θα φθάσει το ποσό των 273.164,65 € από τα οποία τα 109.799,78 € αποτελούν τα ίδια κεφάλαια ενώ τα υπόλοιπα 164.699,66 € θα προέρθει από τραπεζικό δανεισμό. Επίσης, υπολογίστηκε ότι το συνολικό κόστος παραγωγής για το πρώτο έτος λειτουργίας της μονάδας θα ανέλθει στο ποσό των 798.175,00 € ενώ οι εκτιμώμενες πωλήσεις σε 775.000,00 € παρουσιάζοντας ζημιά.

Οι προβλεπόμενες λογιστικές καταστάσεις της επιχείρησης παρουσίασαν κέρδη από το δεύτερο χρόνο λειτουργίας (καθαρά κέρδη μετά φόρων και τόκων ύψους 37.909,01 € για το 2014). Θετικά αποτελέσματα προέκυψαν και από την διερεύνηση των βασικών αριθμοδεικτών, στοιχεία τα οποία τεκμηρίωσαν τη σταθερότητα της προτεινόμενης επένδυσης.

### **1.10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Η συγκεντρωτική εκτίμηση όλων των προαναφερθέντων οικονομικών και λοιπών στοιχείων επένδυσης, αποδεικνύει ότι το εξεταζόμενο πρόγραμμα συνιστάται και θα πρέπει να γίνει σαφώς αποδεκτό.

# **Κεφάλαιο 2 – Βασική Ιδέα & Ιστορικό Σχεδίου**

## **2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Η εκπόνηση της μελέτης σκοπιμότητας έγινε στην προσπάθεια να διερευνηθεί η βιωσιμότητα στην ανταγωνιστική αγορά του κοσμήματος μιας νέας επιχείρησης. Λόγω της οικονομικής ύφεσης της οικονομίας της Ελλάδος, έχει να αντιμετωπίσει αρκετές προκλήσεις ένας επιχειρηματίας που θέλει να δραστηριοποιηθεί στον φθίνοντα κλάδο του κοσμήματος.

### **2.1.1 Στόχος Επενδυτικού Σχεδίου**

Στόχος του επενδυτικού σχεδίου είναι να εξεταστεί εάν συμφέρει οικονομικά ή όχι η ίδρυση μονοπρόσωπης εταιρείας με την επωνυμία «**Falia Jewelry**» για την παραγωγή και εμπορία κοσμημάτων στην Αθήνα στο Μοναστηράκι.

Στο Μοναστηράκι ο ανταγωνισμός είναι σχετικά μεγάλος. Το κατάστημα «Falia Jewelry», απευθύνεται κυρίως στην μεσαία και υψηλή εισοδηματική τάξη, όμως προσφέρει περιορισμένες επιλογές και για τα χαμηλά εισοδήματα. Η έντονη τουριστική κίνηση που παρουσιάζει η περιοχή έχει σαν αποτέλεσμα μεγάλο μέρος του τζίρου να αναμένεται από τους τουρίστες τους μήνες Μάιο έως Σεπτέμβριο. Στο Μοναστηράκι αποτελεί σημείο συνάντησης και κέντρο διασκέδασης για τις νεαρές ηλικίες και θα πρέπει με την προσεκτική παρουσία να δημιουργήσει ένα brand name για επώνυμο και ποιοτικό κόσμημα. Η λειτουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος θα προσφέρει στους ικανοποιημένους πελάτες-τουρίστες την δυνατότητα να ξαναγοράσουν μέσω διαδικτύου καθώς θα άρει τους γεωγραφικούς περιορισμούς και ταυτόχρονα θα

αποτελεί, και σαν ένα μέσο διαφήμισης, την βιτρίνα του καταστήματος στον κόσμο.

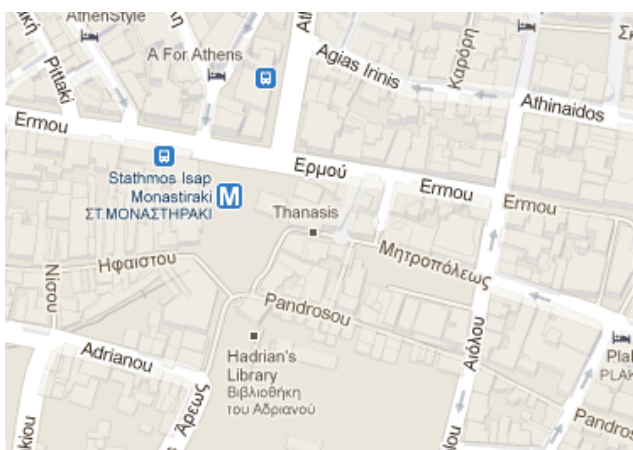
Όλα τα ανωτέρω δημιουργούν βάσιμες ελπίδες ότι η **Falia Jewelry** θα καθιερωθεί στην συγκεκριμένη αγορά και θα κατακτήσει το μερίδιο που θα την κάνει βιώσιμη και κερδοφόρα επιχείρηση.

### **2.1.2 Το νέο κατάστημα**

Το νέο κατάστημα **Falia Jewelry** το οποίο θα ιδρυθεί από την Φάλια Μαζοπούλου θα διεκδικήσει μία σημαντική θέση στον κλάδο της αργυροχρυσοχοΐας αλλά και στην συνείδηση των πελατών. Η **Falia Jewelry** αποτελεί μία επιχειρηματική μονάδα η οποία θα συνδυάζει επιτυχώς την σύγχρονη τεχνολογία και εξοπλισμό για την κατασκευή κοσμημάτων με την μεγάλη ελληνική παράδοση στην αργυροχρυσοχοΐα.

### **2.1.3 Επιλογή της Τοποθεσίας**

Ως τόπος εγκατάστασης ορίζεται το Μοναστηράκι. Είναι εντός του δακτυλίου και το parking αποτελεί πρόβλημα κατά τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων. Είναι προσβάσιμο από την Γραμμή 3 (μπλε) του Μετρό καθώς και από την Γραμμή 1 (πράσινη) του ΗΣΑΠ. Οι λεωφορειακές γραμμές που κάνουν στάση εκεί είναι οι εξής : 025, 026, 027, 035 και 227. Το Μοναστηράκι είναι και η κατάληξη της Ερμού, του πιο εμπορικού δρόμου της Αθήνας. Η απαιτούμενη έκταση για την στέγαση του καταστήματος είναι 400μ<sup>2</sup>.



**Εικόνα 1 – Τοποθεσία**

#### **2.1.4 Εξοπλισμός της νέας μονάδας**

Για τον εξοπλισμό της νέας μονάδας αργυροχρυσοχοΐας για σύγχρονες και αποδοτικές εγκαταστάσεις, η διεύθυνση της νέας μονάδας έχει έρθει σε συμφωνία με την εταιρεία Atlas Digital. Η εγκατάσταση του εξοπλισμού της νέας μονάδας θα γίνει με ευθύνη της Atlas Digital<sup>1</sup> και με δικά της μέσα, ώστε όλα να γίνονται γρήγορα και με την τήρηση όλων των κανόνων ασφαλείας. Η καινοτομία που εισάγει η λύση JWX Roland είναι ότι ο τρόπος σχεδίασης του αντικειμένου – που δεν γίνεται πια στο χέρι αλλά σε ειδικό σχεδιαστικό πρόγραμμα - και βέβαια ο τρόπος κατασκευής του αρχικού μοντέλου, που γίνεται με ειδικά ψηφιακά μηχανήματα που σκαλίζουν κερί. Το σχεδιαστικό πρόγραμμα γίνεται πλέον το «εργαλείο» που μετατρέπει την ιδέα του καλλιτέχνη σε πραγματικό σχέδιο και επομένως σε τελικό προϊόν. Αν και αυτά τα προγράμματα δεν είναι καθόλου δύσκολα στη χρήση τους (ήδη και στην Ελλάδα, υπάρχουν σχολές αργυροχρυσοχοΐας που πραγματοποιούν μαθήματα εκπαίδευσης χρήσης σχεδιαστικών προγραμμάτων), για όσους δεν επιθυμούν να ασχοληθούν ή να τα μάθουν υπάρχουν εναλλακτικές λύσεις όπως: 1) η συνεργασία με έναν εξειδικευμένο σχεδιαστή, ο οποίος θα αναλάβει να μετατρέψει σε ηλεκτρονικό το σχέδιο που έχει γίνει σε χαρτί 2) η αγορά έτοιμων ηλεκτρονικών σχεδίων που ήδη διατίθενται στην αγορά.

#### **2.1.5 Λειτουργία της Νέας Μονάδας**

Το νέο κατάστημα παραγωγής και εμπορίας κοσμημάτων με επαγγελματισμό, εξειδικευμένη γνώση και στόχο την ικανοποίηση του πελάτη, η ομάδα του «**Falia Jewelry**» καλωσορίζει τον επισκέπτη σε ένα διαχρονικό ταξίδι στον κόσμο του κοσμήματος και της καλαισθησίας. Η εξαιρετική ποιότητα των πρώτων υλών και της υψηλής αισθητικής στην κατασκευή των κοσμημάτων δίνουν την αίσθηση στον πελάτη ότι αγοράζει ένα κομμάτι τέχνης και όχι απλώς ένα κόσμημα.

---

<sup>1</sup>[http://www.atlasdigital.gr/current/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=304&Itemid=362](http://www.atlasdigital.gr/current/index.php?option=com_k2&view=item&id=304&Itemid=362)



Όλες οι υπηρεσίες που θα προσφέρονται στους πελάτες της νέας μονάδας θα ελέγχονται μέσα από διαδικασίες που θα ορίζει το πρότυπο ποιότητας ISO9000.

## **2.2 ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Η Μαζοπούλου Φάλια είναι ο κύριος υποστηρικτής και εμπνευστής του σχεδίου δημιουργίας του καταστήματος παραγωγής και εμπορίας κοσμημάτων.

Σε συνεργασία με τον Μηχανικό Η/Υ Αλέξανδρο Βονιτσάνο ως εξωτερικού συνεργάτη ερευνήθηκε το θέμα της υλοποίησης και προώθησης του ηλεκτρονικού καταστήματος.

## **2.3 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ**

Η ιδέα της δημιουργίας του **Falia Jewelry** συζητήθηκε για πρώτη φορά στις 21/10/2011 στην Τράπεζα Πειραιώς στο υποκατάστημα της οδού Κηφισίας 115 μεταξύ του διευθυντή του καταστήματος κ. Παπαδόπουλου Δημήτριου και της Μαζοπούλου Φάλιας οπότε και άρχισαν οι έρευνες δανειοδότησης της πρότασης. Η δημιουργία του καταστήματος **Falia Jewelry** υπήρχε αρκετό καιρό πριν την συζήτηση στις 21/10/2011 για την δανειοδότηση του. Τον Ιανουάριο του 2010 έγιναν τα πρώτα διστακτικά βήματα για την συγκέντρωση του απαραίτητου κεφαλαίου. Σταδιακά αποδεσμεύτηκε κεφάλαιο από προθεσμιακές καταθέσεις και υπήρξε σταδιακή απεμπλοκή από ανοιχτές θέσεις στο χρηματιστήριο Αθηνών. Η συνέχεια υπήρξε λίγο απογοητευτική αφού η καθυστέρηση είχε σαν αποτέλεσμα να χαθεί προθεσμία και παράλληλα η ευκαιρία χρηματοδότησης του ηλεκτρονικού καταστήματος από την δράση Digi-Retail του ΕΣΠΑ.

Η πρώτη μελέτη έγινε από την εταιρεία ICAP ΑΕ με στόχο την έρευνα της αγοράς στην Αθήνα, για να αξιολογηθεί το κατά πόσο υπάρχει δυνατότητα απόσπασης ικανοποιητικού μεριδίου αγοράς και προσέλκυσης πελατών σε αυτήν την αγορά. Επίσης διερευνήθηκαν και οι προτιμήσεις των καταναλωτών σε σχέση με τις υπηρεσίες που θα προσφέρει η νέα μονάδα, αλλά και τα κριτήρια που συντελούν στην εξυπηρέτηση που θα λαμβάνουν από το προσωπικό.

## 2.4 ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

Ομάδα Εργασίας: Μαζοπούλου Consultants

Φορέας που παρήγγειλε την μελέτη: «Falia Jewelry».

## 2.5 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΩΝ

**Πίνακας 1 – Κόστος Προεπενδυτικών μελετών και ερευνών**

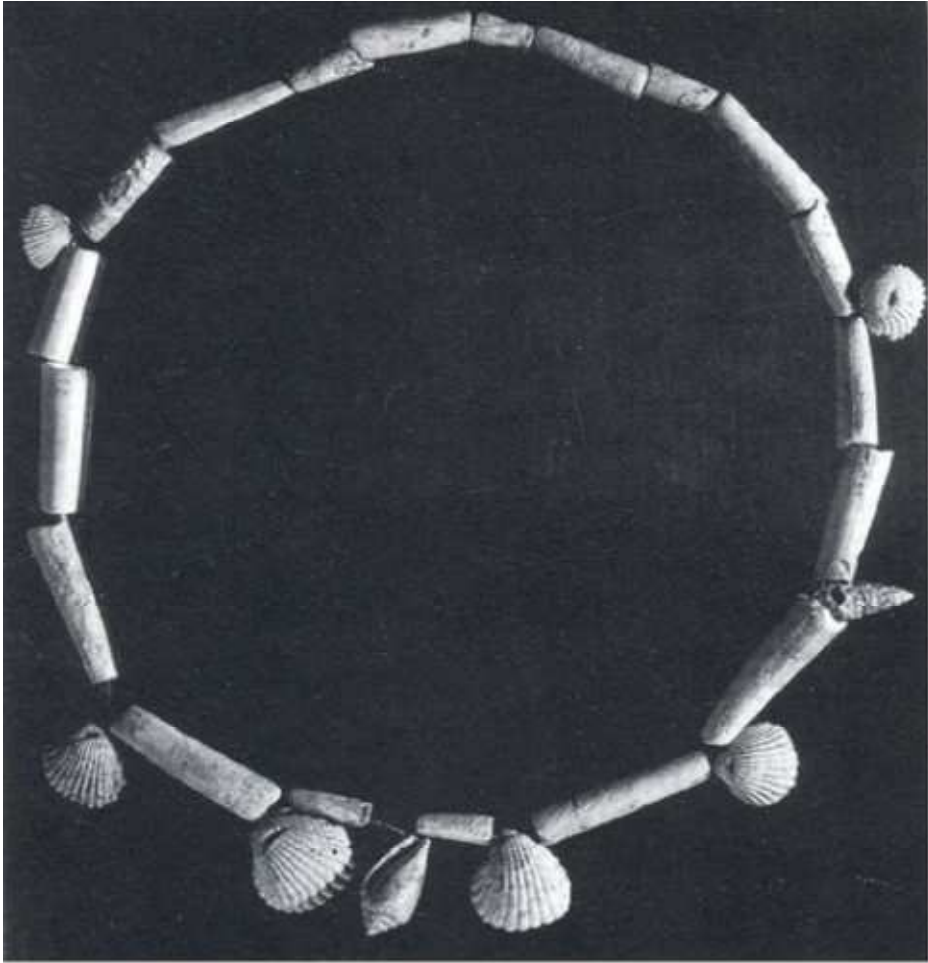
Α/Α	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ ΣΕ EURO
1	ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ	10.000 €
2	ΠΡΟΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.500 €
3	ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ	5.000 €
ΣΥΝΟΛΟ ΣΕ EURO		16.500 €

# **Κεφάλαιο 3 – Ανάλυση Αγοράς & Μάρκετινγκ**

## **3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ**

### **3.1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ**

Η κοσμηματοτεχνία είναι πιθανότατα η αρχαιότερη τέχνη στον κόσμο και ασκείται αδιάλειπτα μέχρι σήμερα. Πολύ πριν οι άνθρωποι κατασκευάσουν και διακοσμήσουν κεραμικά αγγεία, δημιουργήσουν και διακοσμήσουν υφάσματα, ένωσαν την ανάγκη να στολιστούν. Τα πρώτα κοσμήματα θα πρέπει να ήταν φυσικά υλικά, από το άμεσο περιβάλλον: κοχύλια, πέτρες, λουλούδια. Από παράδειγμα αποτελεί το περιδέραιο από απολιθωμένα πλέον κοχύλια περασμένα σε κορδόνι αντί για χάντρες, που βρέθηκε στο Ρανίον της Μοραβίας (Εικόνα 2 -) και υπολογίζεται ότι κατασκευάστηκε 28.000 χρόνια πριν τη γέννηση του Χριστού.



**Εικόνα 2 - Περιδέραιο από κοχύλια στο Moravske Muzeum, Brno**

Το κόσμημα έχει μεγάλη ιστορία και στον ελλαδικό χώρο όπως παρουσιάζεται στην σύντομη ιστορική αναδρομή που ακολουθεί.

### ***Νεολιθική Εποχή (5000-3000 π.Χ.)***

Από το ξεκίνημα της ιστορικής πορείας του ανθρώπινου είδους, το κόσμημα χρησιμοποιείται ως σύμβολο, αποκτώντας επίσης ιδεολογική χροιά, στοιχεία που καθιστούν τη λειτουργία του στην πρωτόγονη αυτή περίοδο πολυπλοκότερη ακόμα και από τη σημερινή εποχή.

Η ανύπαρκτη τεχνολογία σε συνδυασμό με την πολύ περιορισμένη ακόμα δυνατότητα χρήσης της ανθρώπινης διάνοησης, καθιστούν αναγκαία τη χρησιμοποίηση πρόχειρων μέσων όσον αφορά την παραγωγή κοσμήματος, τα κυριότερα υλικά, που επιστρατεύονται είναι τα όστρεα, ο πηλός και ο λίθος. Μόνο κατά τη νεότερη νεολιθική εποχή αρχίζει να αναπτύσσεται η μεταλλουργία επιτρέποντας έτσι τη χρήση του χαλκού, του χρυσού καθώς επίσης του αργύρου σε μικρότερο βαθμό. Στη διάρκεια της περιόδου αυτής η χρησιμοποίηση του χαλκού και του χρυσού διαδίδονται σε όλη τη Βαλκανική κυρίως στις εκτός της Ελλάδας χώρες, όπως μαρτυρά η ανακάλυψη ορυχείων και ποικιλίας αντικειμένων.

### ***Εποχή του χαλκού (3200-1100 π.Χ.)***

Κατά την πρώιμη εποχή του Χαλκού, η κοσμηματοποιία σφραγίζεται ιδιαίτερα από την ανάπτυξη του Κυκλαδικού πολιτισμού ενώ δέχεται και έντονες επιδράσεις από την Ανατολή στον τομέα της μεταλλοτεχνίας.

Η ποικιλία αρχίζει να εμφανίζεται στα κυκλαδικά κοσμήματα όπως διαδήματα, βραχιόλια και περόνες. Τα υλικά που χρησιμοποιούνται είναι κυρίως το ασήμι και ο χαλκός, λιγότερο ο χρυσός, ενώ σε αρκετά κοσμήματα γίνεται χρήση ευτελέστερων υλικών, όπως όστρεα και ημιπολύτιμοι λίθοι.



**Εικόνα 3 - Δεσποτικό, νεκροταφείο Ζουμπάρια (τάφος 135). Λίθινα κοσμήματα της Πρωτοκυκλαδικής II περιόδου.**

Η συγκέντρωση εξουσίας στα χέρια των βασιλέων της Κρήτης, οδηγεί στη δημιουργία μεγάλων ανακτορικών κέντρων, τα οποία διαθέτουν βασιλικά εργαστήρια επεξεργασίας μετάλλων, τα οποία ελέγχονται από ισχυρή ιεραρχία με αποτέλεσμα την αναγωγή της τέχνης του κοσμήματος σε υψηλό επίπεδο (μέση εποχή του Χαλκού). Η ισχυροποίηση του Κρητικού ναυτικού οδηγεί στην σύναψη ειρηνικών σχέσεων μεταξύ των βασιλέων της Κρήτης και στην επιβολή της μινωικής θαλασσοκρατίας στο Αιγαίο. Αναπτύσσονται εμπορικές επαφές μεταξύ των Κρητών και των κατοίκων της ευρύτερης περιοχής της ανατολικής Μεσογείου. Οι επαφές αυτές καθιστούν δυνατή την εισαγωγή μεγάλων ποσοτήτων χρυσού από τις πλουτοπαραγωγικές περιοχές όπως είναι η Αίγυπτος και σαν επακόλουθο η μινωική και κατ' επέκταση ελληνική κοσμηματοποιία, δέχεται επιδράσεις από τους ανεπτυγμένους λαούς με τους οποίους έρχεται σε επαφή.

Η έκρηξη του ηφαιστείου της Θήρας και ο τρομακτικός σεισμός, σε συνδυασμό με τα παλιρροϊκά κύματα ισοπέδωσαν την Κρήτη και έθεσαν τέρμα σε μια από τις λαμπρότερες σελίδες της ελληνικής ιστορίας. Ωστόσο, η έλευση των Μυκηναίων και η εγκατάστασή τους στην περιοχή της Αργολίδας, οδηγούν στην ανάπτυξη ενός νέου λαμπρότατου πολιτισμού που θα εξαπλωθεί σε όλη την Ελλάδα και η ακτινοβολία του θα γίνει αισθητή σε όλη τη Μεσόγειο (ύστερη εποχή του Χαλκού). Η εισαγωγή πολύτιμων μετάλλων λόγω της ναυτικής κυριαρχίας των Μυκηναίων μαζί με την πολύτιμη εμπειρία των Μινωικών τεχνικών στα εργαστήριά τους, έχουν σαν αποτέλεσμα την μεταλαμπάδευση και την περαιτέρω εξέλιξη της αισθητικής και των τεχνικών στο κόσμημα.

### ***Γεωμετρική εποχή (1100-800 π.Χ.)***

Ο εύρωστος και υψηλότερος μυκηναϊκός πολιτισμός χάνεται άγνωστο πώς το 100 π.Χ. Ο 11ος και ο 10ος αιώνας που ακολουθούν είναι αιώνες μεγάλης οικονομικής ένδειας καθώς το εμπόριο παρακμάζει ενώ οι δρόμοι προς την Ανατολή δεν είναι πια ανοικτοί. Οι Έλληνες κοσμηματοποιοί χρησιμοποιούν ευτελέστερα μέταλλα όπως χαλκό και ορείχαλκο.

### ***Αρχαϊκή εποχή (800-500 π.Χ.)***

Τα πρώτα ταξίδια των Ελλήνων πλαταίνουν του ορίζοντές τους καθώς έρχονται σε επαφή με την ανατολική τέχνη και με τις αποικίες που δημιουργούνται, οι Έλληνες ήρθαν κοντά στα παραδοσιακά κέντρα της κοσμηματικής τέχνης, αλλά

και στις πηγές του χρυσού. Η Λυδία και οι χρυσοφόρες περιοχές του Καυκάσου που έγιναν προσιτές με τις αποικίες της Μιλήτου, προμηθεύουν τους Έλληνες τεχνίτες με το πολύτιμο αυτό μέταλλο. Εξ' άλλου η ελληνική κοσμηματοποιία δέχεται συγκλονιστικές επιδράσεις από τα συρμποπαλαιστινιακά εργαστήρια με τα οποία ήρθε σε επαφή μέσω Κύπρου.

### ***Κλασική εποχή (500-400 π.Χ.)***

Η απόκρουση των Περσών στο 490-480 π.Χ., έφερε την χρυσή εποχή του Περικλή και της Κλασικής Ελλάδας και η χώρα έκανε μεγάλες εισαγωγές χρυσού με αποτέλεσμα η χρυσοχοΐα να γνωρίσει μια καινούργια άνθιση. Η ανατολική επίδραση στο κόσμημα είναι πλέον ελάχιστη και άρχισαν να γίνονται τοπικές σχολές κατασκευής κοσμημάτων σε όλη την Ελλάδα. Η τεχνοτροπία και το ιδίωμα αυτών των κοσμημάτων είναι καθαρά Ελληνικό ενώ η ποιότητα τους είναι εξαιρετική και ανεπανάληπτη μέχρι τότε. Η κοσμηματοποιία, δέχεται σημαντικότερες επιδράσεις από την λαμπρή πολιτιστική ανάπτυξη της εποχής. Το κόσμημα εκφράζει το 500 π.Χ. το μεγαλείο της ουμανιστικής τέχνης.

### ***Ελληνιστική εποχή (400-100 π.Χ.)***

Στα τέλη του 400 π.Χ. ο Μέγας Αλέξανδρος κληρονομώντας το βασίλειο της Μακεδονίας από τον πατέρα του Φίλιππο, κατέκτησε την εγγύς Ανατολή και έφτασε μέχρι την Ινδία. Ο Ελληνικός πολιτισμός διαδόθηκε σε όλες αυτές τις χώρες και σιγά σιγά οι Ελληνικές αποικίες κυριαρχούν σε μοναδική οικονομική ζώνη. Σημαντικότερη επίδραση της διεύρυνσης αυτής των συνόρων είναι η μεγάλη εισροή χρυσού από τα ορυχεία των νέων κτήσεων όπως επίσης και ημιπολύτιμων λίθων ως προϊόντα εμπορίου.

Τα κοσμήματα και η τέχνη ευρύτερα της εποχής έχει σαν προορισμό περισσότερο την απόλαυση των ανθρώπων και των βασιλιάδων και λιγότερο τη δόξα των θεών και του κράτους. Είναι συχνά πομπώδη και αποσκοπούν στην επίδειξη πλούτου και υπάρχει ένα έντονο ενδιαφέρον για την πολυχρωμία που εκφράζεται από την πληθώρα πολύτιμων λίθων στα κοσμήματα.

### ***Ρωμαϊκή εποχή (100 π.Χ.-323 μ.Χ.)***

Η κατάκτηση της Ελλάδος από του Ρωμαίους στα τέλη του 100 π.Χ. δεν ισοδυναμεί με το τέλος του λαμπρού ελληνικού πολιτισμού, καθώς οι Ρωμαίοι

υιοθετούν την ελληνική φιλοσοφία, τις τέχνες και τα γράμματα. Έτσι η κοσμηματοποιία της Ρωμαϊκής περιόδου συνεχίζει την ελληνιστική παράδοση με μια όμως σταδιακή απλοποίηση του κοσμήματος.

### ***Βυζαντινή εποχή (324 μ.Χ.-1453 μ.Χ.)***

Κατά την ύστερη ρωμαϊκή περίοδο, ο Ρωμαίος αυτοκράτορας Κωνσταντίνος μετέφερε την πρωτεύουσα του κράτους ανατολικότερα ιδρύοντας την Κωνσταντινούπολη το 324 μ.Χ. Το γεγονός αυτό σηματοδότησε την απαρχή μιας νέας ιστορικής ενότητας για την Ελλάδα. Η πόλη λοιπόν υπήρξε σημαντικότερο κέντρο, βασιλεύουσα του εμπορίου, των γραμμάτων και των τεχνών. Όταν άρχισαν όμως οι βαρβαρικές επιδρομές η προμήθεια χρυσού και πολύτιμων λίθων έγινε δύσκολη και αυτό είχε επίδραση στην τεχνική και στα υλικά που χρησιμοποιούνταν ως τότε. Ο διακοσμητικός χαρακτήρας του κοσμήματος παραμένει ενώ αυξάνεται ολοένα η μορφολογική του λιτότητα.

### ***Νεοελληνική εποχή (17ος -18ος μ.Χ.)***

Η νεοελληνική τέχνη της κοσμηματοποιίας συνέχισε παρά τις αντίξοες για τον Ελληνισμό συνθήκες της ζοφερής περιόδου της Τουρκοκρατίας, την εξελικτική της διαδρομή. Το κόσμημα της εποχής χαρακτηρίζεται από μια πηγαία έμπνευση και πρωτοτυπία αλλά κυρίως από το πάθος του ανώνυμου καλλιτέχνη να δημιουργήσει με υπομονή κάτι ξέχωρο και μοναδικό, έστω και με τα ευτελή υλικά που είχε στη διάθεση του λόγω του Τουρκικού ζυγού. Η αργυροχρυσοχοΐα αποτελεί εργαστηριακή τέχνη που ασκείται κυρίως σε εργαστήρια με βασικούς παράγοντες τη συντεχνία, την ιεράρχηση των μελών και τη συνθηματική γλώσσα. Την εποχή αυτή σαν υλικό κυριαρχεί το ασήμι.

### ***Σύγχρονη εποχή (20ος αιώνας)***

Η ιστορική κληρονομιά, οι παραδοσιακές αξίες, καθώς και το πολιτιστικό και φυσικό περιβάλλον εξακολουθούν να επιδρούν και να εμπνέουν τους Έλληνες δημιουργούς. Τα καλλιτεχνικά ρεύματα του 20ου αιώνα συμβάλλουν στην απελευθέρωση της φαντασίας του Έλληνα δημιουργού και έτσι δημιουργούνται κοσμήματα σύγχρονα και ανανεωμένα. Χαρακτηρίζονται από την ιδιαιτερότητα μιας τέχνης που η δημιουργικότητα και η φαντασία συνυπάρχουν και ισορροπούν κάτω από αιώνιους κανόνες που σφραγίζουν την τέχνη του ελληνικού κοσμήματος εδώ και χιλιάδες χρόνια.



Το σύγχρονο ελληνικό κόσμημα και η εξέλιξή του έχει άμεση σχέση με την πορεία του σύγχρονου ελληνικού κράτους και αντανακλά τη μετεξέλιξη της πολιτιστικής μας ζωής. Συγκυρίες που παρατηρούνται στην Ευρώπη προκαλούν ένα μεγάλο διεθνές ενδιαφέρον για τον κλασικισμό και το αρχαίο Ελληνικό κόσμημα σταδιακά γίνεται της μόδας. Έτσι οι τεχνίτες αρχίζουν να κατασκευάζουν κοσμήματα που αναπαριστούν αρχαία ελληνικά μνημεία, νομίσματα και μύθους που έχουν μεγάλη ζήτηση από τον τουρισμό που την εποχή αυτή αυξήθηκε θεαματικά.

## **3.2 ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ**

### **3.2.1 Προϊόντα**

Τα προϊόντα του κλάδου της αργυροχρυσοχοΐας, είναι δυνατό να διακριθούν στις ακόλουθες κατηγορίες που προκύπτουν κυρίως με βάση τη χρήση τους:

#### ***Κοσμήματα***

Η ονομασία προέρχεται από το ρήμα κοσμάω που σημαίνει στολίζω. Κόσμημα ονομάζεται κάθε στολίδι για οποιοδήποτε λόγο και αν χρησιμοποιείται αυτό και αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς της λαϊκής χειροτεχνίας.

Το κόσμημα είναι ταυτισμένο με τον ελληνικό πολιτισμό. Το ελληνικό κόσμημα έχει ιστορική παράδοση 6.000 χρόνων, που ξεκινάει από την αρχαία εποχή και συνεχίζεται, τόσο στους ελληνιστικούς χρόνους, όσο και τη βυζαντινή περίοδο. Είναι το είδος της τέχνης που συνδέεται περισσότερο με τα προσωπικά βιώματα του ανθρώπου, είτε αυτά αφορούν στην αισθητική για την εμφάνιση του και τη <<συμπλήρωση>> της προσωπικότητάς του είτε στη σημειολογία της κοινωνικής του θέσης ή, ακόμη στην έκφραση μεταφυσικών του βιωμάτων. Το κόσμημα ασκεί πάντοτε μια ιδιαίτερη γοητεία ως αισθητικό αντικείμενο, ως συμβολισμός κύρους και εξουσίας, ως εκδήλωση ματαιοδοξίας, ως έκφραση συναισθημάτων, ως υποδήλωση ένταξης σε συγκεκριμένη ομάδα ή αποδοχής μιας συγκεκριμένης αποστολής.

Το κόσμημα από τη φύση του είναι το κατεξοχήν είδος της τέχνης, όπου η δημιουργική έξαρση της μορφής επιτυγχάνεται κυρίως μέσω της ποικιλίας, του πλούτου και του πολύτιμου υλικού. Τα κοσμήματα ήταν και είναι έκφραση της έμφυτης ανάγκης του ανθρώπου για διάκριση και επιβολή και αποτέλεσμα της διαρκούς προσπάθειάς του για πλουτισμό. (η ταύτιση του κοσμήματος με τον κάτοχο γίνεται με κριτήριο την οικονομική δραστηριότητα του τελευταίου).

Κατασκευάζονται κυρίως για τον στολισμό του σώματος και από διάφορα υλικά, που συνήθως έχουν μεγάλη αξία, όπως είναι ο χρυσός, η πλατίνα, το ασήμι και τα άλλα πολύτιμα μέταλλα. Φυσικά υπάρχουν και τα ψευδοκοσμήματα που φτιάχνονται από πολύ απλά υλικά όπως πλαστικό, γυαλί, βότσαλα κλπ.

Τα κοσμήματα μπορεί να είναι:

**Χειροποίητα**, δηλαδή προϊόντα χειροποίητης εργασίας. Τα χειροποίητα διατίθενται σε λίγα κομμάτια. Ουσιαστικά, ως χειροποίητο κόσμημα εννοούμε αυτό που η συμβολή της χειροποίητης εργασίας, στην διαμόρφωση του αντικειμένου, ξεπερνά το 50% της προστιθέμενης αξίας. Αυτό σημαίνει ότι το αντικείμενο διαμορφώνεται κατά βάση με χειροποίητη εργασία και όχι με μηχανές. Τα χειροποίητα κοσμήματα διακρίνονται για την μοναδικότητά τους. Κατά την παραγωγή διατηρούν την δική τους αυτοτελή παραγωγική διαδικασία, ακόμη και όταν πολλά από αυτά είναι ομοίου σχεδίου, ενώ πρέπει να επισημανθεί ότι γενικά η παραγωγή χειροποίητου κοσμήματος είναι μια τεχνική δραστηριότητα που προϋποθέτει εξειδικευμένες γνώσεις, πείρα και ικανότητα λεπτών εργασιών.

**Μη χειροποίητα**, δηλαδή προϊόντα που έχουν προέλθει από συνδυασμό χειροποίητης εργασίας και εργασίας μηχανημάτων ή προϊόντα αποκλειστικής εργασίας μηχανημάτων όπως τα πανομοιότυπα κομμάτια, συνδεδεμένα σε διάφορους συνδυασμούς που διατίθενται σε μεγάλο αριθμό.

Είδη κοσμημάτων αποτελούν τα δαχτυλίδια, τα σκουλαρίκια, τα βραχιόλια, τα περιδέρια, οι αλυσίδες, οι σταυροί, κλπ.

### **Ρολόγια**

Στον κλάδο της αργυροχρυσοχοΐας ανήκουν και οι ωρολογοποιοί, το επάγγελμα των οποίων είναι άμεσα συνδεδεμένο με αυτό του κοσμηματοπώλη ή

αργυροχρυσόχου, αφενός γιατί οι πωλήσεις και οι επισκευές ρολογιών πραγματοποιούνται κατά βάση από τα κοσμηματοπωλεία αφετέρου γιατί τα ρολόγια αντιμετωπίζονται πλέον από πολλούς ως κόσμημα. Δεδομένου ότι δεν πραγματοποιείται παραγωγή ρολογιών στην Ελλάδα, αυτή η υποκατηγορία αφορά τα καταστήματα λιανικής που αντιπροσωπεύουν το κυριότερο κανάλι διανομής, ιδίως για τα επώνυμα ρολόγια υψηλότερης τιμής και ποιότητας.

### ***Σκεύη και άλλα χρηστικά αντικείμενα***

Είναι τα υπόλοιπα είδη (π.χ. βάζα, τασάκια, σερβίτσια, πένες κλπ.), αργυρά ή χρυσά, επάργυρα ή επίχρυσα, τα οποία χρησιμοποιούνται σαν διακοσμητικά ή χρηστικά εργαλεία στο σπίτι και στο γραφείο. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν επίσης και τα εκκλησιαστικά σκεύη (π.χ. καντήλια, δισκοπότηρα, σταυροί για εκκλησία κλπ.). Στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλη παράδοση στα ασημένια σκεύη, που έλκουν την καταγωγή τους από τα βάθη της αρχαιότητας όταν οι αρχαίοι Έλληνες κατασκεύαζαν διάφορα λατρευτικά ή χρηστικά σκεύη, ικανοποιώντας την ζήτηση από την άρχουσα τάξη. Σήμερα, παρά τα νέα τεχνικά μέσα, μεγάλο μέρος της παραγωγής σκευών παράγεται παραδοσιακά ενώ και στα βιομηχανοποιημένα σκεύη σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό υπάρχει συμμετοχή χειροποίητης εργασίας.

### ***Εικόνες***

Η κατασκευή της εικόνας προϋποθέτει τον συνδυασμό δύο τεχνών, της αιογραφίας και της αργυροχοΐας. Έργα εκκλησιαστικής αργυροχοΐας παράγονται καθ' όλη τη διάρκεια της μεταβυζαντινής και νεοελληνικής περιόδου, από τα μέσα περίπου του 15ου έως τις αρχές του 20ού αιώνα. Η ιδιαίτερη ανάπτυξη της αργυροχοΐας από τα μέσα του 17ου έως και το 19ο αιώνα είναι στενά συνυφασμένη με την οικονομική άνοδο και εξέλιξη των Ελληνικών κοινοτήτων της κυρίως Ελλάδας, των Βαλκανίων και της Μικράς Ασίας. Τα έργα που παράγονται έχουν ως πρότυπα τα βυζαντινά ως προς τα σχήματα και τα εικονογραφικά θέματα. Μπορούν να διακριθούν στις κλασικές εικόνες κατασκευασμένες συνήθως από καθαρό ασήμι 925 ή από ασήμι και χρυσό 24 καρατίων και στις βυζαντινές εικόνες, που η κατασκευή τους στηρίζεται στην βυζαντινή τεχνοτροπία. Τα κύρια χαρακτηριστικά της τεχνοτροπίας αυτής είναι η χρήση αυθεντικών μορφών και ιδεών που μελωδούν

τη δόξα του Θεού και το Βασιλικό Μεγαλείο με συμμετρία, αρμονία και λάμψη υλικών και χρωμάτων.

### **3.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΡΓΥΡΟΧΡΥΣΟΧΟΪΑΣ**

Στην παρούσα μελέτη εξετάζονται τα καταστήματα λιανικής πώλησης κλασικών κοσμημάτων (κοσμηματοπωλεία). Δεν περιλαμβάνονται τα καταστήματα λιανικής πώλησης "ψευδοκοσμημάτων - φο μπιζού" και άλλων μοντέρνων κοσμημάτων (πχ. καταστήματα με είδη αξεσουάρ, ένδυσης κλπ).

#### **3.3.1 Γενικά Χαρακτηριστικά του Κλάδου**

Γενικά, ο κλάδος των κοσμημάτων αποτελείται από έναν μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων (παραγωγικές, εισαγωγικές, εμπορικές), οι οποίες είναι κυρίως μικρού και μεσαίου μεγέθους. Οι μεγαλύτερες από τις εν λόγω εταιρείες έχουν αναπτύξει τα δικά τους δίκτυα λιανικής, μέσω των οποίων διαθέτουν τα προϊόντα τους, ενώ παράλληλα ασχολούνται και με το χονδρικό εμπόριο κοσμημάτων. Επιπλέον, στον κλάδο δραστηριοποιούνται αρκετές επιχειρήσεις, που ασχολούνται αποκλειστικά με το λιανικό εμπόριο κοσμημάτων και οι οποίες προμηθεύονται τα προϊόντα τους από την εγχώρια αγορά. Πρόκειται συνήθως για οικογενειακής μορφής επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν κυρίως σε τοπικό επίπεδο (συνοικιακά κοσμηματοπωλεία). Οι επιχειρήσεις αυτές είναι διάσπαρτες σε όλη την ελληνική επικράτεια. Τα κοσμηματοπωλεία αποτελούν το κυριότερο κανάλι διανομής κοσμημάτων. Μέσω των συγκεκριμένων καταστημάτων διατίθενται κλασικά κοσμήματα (π.χ. χρυσά, ασημένια κλπ.), ρολόγια, ασημικά κ.ά. Αντίθετα, μέσω των καταστημάτων αξεσουάρ, ειδών ένδυσης κ.ά. διατίθενται κυρίως κοσμήματα μόδας (πχ. ψευδοκοσμήματα).

### **3.3.2 Θεσμικό Πλαίσιο**

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, δεν υφίσταται ειδικό θεσμικό πλαίσιο για τα κοσμηματοπωλεία πέραν των κανόνων που ισχύουν για τα Εμπορικά καταστήματα εν γένει. Τα κοσμήματα ως προϊόντα διέπονται από τους κανόνες της Αγορανομικής Διάταξης 7/2009 (Κεφάλαιο 25: Σήμανση Πολυτίμων Μετάλλων και Κοσμημάτων), με τους οποίους πρέπει να συμμορφώνονται οι κατασκευαστές και εισαγωγείς κοσμημάτων από πολύτιμα μέταλλα. Η εν λόγω Διάταξη θεσπίζει κανόνες σχετικά με τη σήμανση πολύτιμων μετάλλων και κοσμημάτων. Ειδικότερα, οι κατασκευαστές ή οι εισαγωγείς των εν λόγω προϊόντων υποχρεούνται να αποτυπώνουν ευδιάκριτα με κτυπητή μεταλλική σφραγίδα (κατόπιν εγκρίσεως από τα κατά τόπους επιμελητήρια):

- Τον Κωδικό αριθμό με τον οποίο δηλώνεται η ταυτότητα του κατασκευαστή ή εισαγωγέα των κοσμημάτων. Προκειμένου να αποκτήσουν Κωδικό Αριθμό Ταυτότητας, οι εν λόγω επιχειρήσεις πρέπει να είναι εγγεγραμμένοι στο Ειδικό Μητρώο που τηρείται στο Επιμελητήριο στο οποίο υπάγονται. Πριν τη χρησιμοποίηση του εν λόγω αριθμού ο κατασκευαστής ή εισαγωγέας κοσμημάτων πρέπει πρώτα να κάνει αίτηση στο Επιμελητήριο προκειμένου να λάβει έγγραφη έγκριση χρήσης.
- Τον κωδικό αριθμό με τον οποίο δηλώνεται η περιφέρεια του Επιμελητηρίου στην οποία υπάγεται ο κατασκευαστής ή εισαγωγέας κοσμημάτων.
- Την περιεκτικότητα των κοσμημάτων σε πολύτιμο μέταλλο, εκφρασμένη σε χιλιοστά.

Το κοσμήματα κοινοτικής προέλευσης πληρούν τις διατάξεις εφόσον είναι χαραγμένη σε αυτά η ταυτότητα του κατασκευαστή ή του υπεύθυνου διάθεσης στην αγορά, εγκατεστημένου σε χώρα μέλος της Ε.Ε., καταχωρημένου στα

μητρώα του κράτους μέλους και εφόσον στα συνοδευτικά του έγγραφα επισυνάπτεται έγγραφο της αρμόδιας εποπτεύουσας αρχής στο οποίο εμφανίζεται η ταυτότητα του κατασκευαστή ή υπευθύνου στον οποίο αντιστοιχεί η αποτυπωμένη ένδειξη.

Σύμφωνα με την Αγορανομική Διάταξη 7/2009, απαγορεύεται η σήμανση επίχρυσων ή επάργυρων κοσμημάτων και λοιπών συναφών ειδών, που δεν περιέχουν πολύτιμα μέταλλα. Επίσης, απαγορεύεται η αποτύπωση στα κοσμήματα οποιοσδήποτε άλλης ένδειξης που να δημιουργεί αμφιβολίες για την ταυτότητα του κατασκευαστή ή εισαγωγέα ή για τον τίτλο του κοσμήματος ως προς τα πολύτιμα μέταλλα που περιέχει.

Δημιουργία Γεωγραφικού Συστήματος Πληροφοριών για την υποστήριξη της επισκόπησης των συνθηκών παραγωγής, διαχείρισης αποβλήτων, διάθεσης-εμπορίας προϊόντων αργυροχρυσοχοΐας στα πλαίσια του προγράμματος ΔΕΤΟΧ

Αθήνα, 2004



Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο  
Σχολή Αρχιτεκτόνων  
Τμήμα Πολεοδομίας Χωροταξίας



Ελληνικό Κέντρο  
Αργυροχρυσοχοΐας (Ε.Α.Κ.Α. Α.Ε.)

---

α/σ 5 ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΡΓΥΡΟΧΡΥΣΟΧΟΪΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΝΑ ΝΟΜΟ

**ΥΠΟΜΝΗΤΑ**

Αριθμός επιχειρήσεων αργυροχρυσοχοΐας

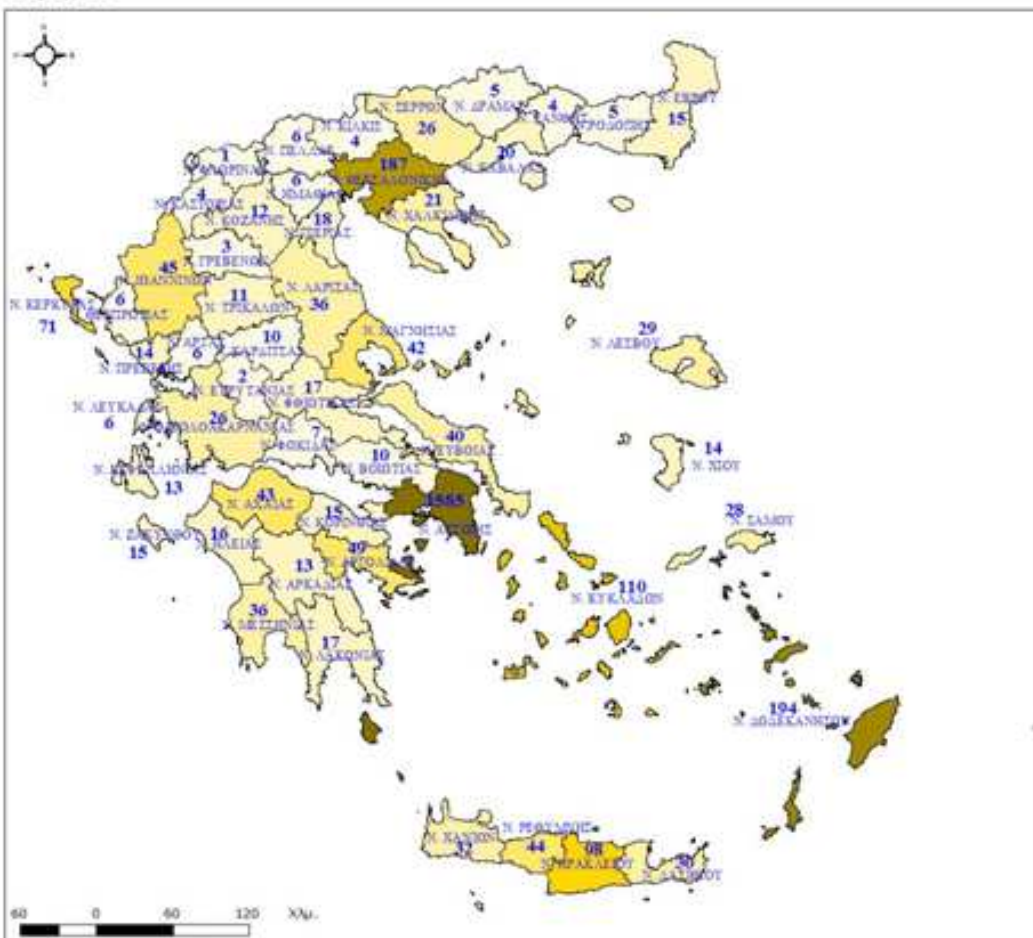
1 - 10
10 - 20
20 - 40
40 - 100
71
98
110
187
194
1585
δωρετικά όρια νηών

---

Επιστημονική Υπεύθυνη:  
Σοφία Αυγερινού-Κολιάνη, Αν. Καθηγήτρια

Επιμέλεια χάρτη:  
Παναγιώτης Στρατόλης, Γεωγράφος, ΜΑ

Κατά την έκδοση του παρόντος Απολογισμού Ε.Α.Κ.Α. Α.Ε. 2004



**Εικόνα 4 – Κατανομή στην Ελληνική επικράτεια των καταστημάτων διάθεσης και εμπορίας προϊόντων αργυροχρυσοχοΐας (2004)**

### 3.3.3 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης των προϊόντων του κλάδου

Η τιμή διάθεσης των κοσμημάτων σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών αποτελούν τους σημαντικότερους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης των εν λόγω προϊόντων. Τα κοσμήματα δεν αποτελούν είδος πρώτης ανάγκης, έχουν ελαστική ζήτηση ως προς την τιμή διάθεσης, και ως εκ τούτου σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και περιορισμού του διαθέσιμου εισοδήματος, αρκετοί καταναλωτές είτε αναβάλλουν την πραγματοποίηση αγορών κοσμημάτων είτε στρέφονται σε φθηνότερα προϊόντα. Εξαιρέση ωστόσο αποτελεί ένα μικρό ποσοστό καταναλωτών, οι οποίοι αντιμετωπίζουν τα κοσμήματα ως "επένδυση" και προβαίνουν στην αγορά τους ανεξαρτήτου, ορισμένες φορές, της τιμής τους.

Χαρακτηριστικό της καταναλωσιμότητας των προϊόντων του κλάδου είναι η εθιμοτυπική ταύτισή τους με κοινωνικά γεγονότα της ζωής όπως ο γάμος ή και ο αρραβώνας (βέρα, χρυσό/λευκόχρυσο δαχτυλίδι, μονόπετρο, σετ, ρολόι, αλλά και ασημένια στέφανα, κλπ.), η γέννηση (εικόνα, ματάκι, φυλαχτό, κλπ.), η βάφτιση (π.χ. σταυρός), οι επέτειοι και άλλες σημαντικές στιγμές στην ζωή του ανθρώπου, γεγονότα που συνηθίζεται να δωρίζονται κυρίως χρυσά αλλά και λευκόχρυσα ή άλλα πολύτιμα κοσμήματα.

**Πίνακας 2 – Αριθμός Γάμων**

Έτος	Αριθμός γάμων	Μεταβολή
2004	51.377	-15,9%
2005	61.043	18,8%
2006	57.802	-5,3%
2007	61.377	6,2%
2008	53.500	-12,8%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.



Ωστόσο, πρέπει να επισημανθεί ότι το κόσμημα ως δώρο φαίνεται να έχει χάσει τον κυρίαρχο ρόλο που κατείχε άλλοτε, γεγονός που συνδέεται τόσο με την τιμή του σε συνάρτηση με την αγοραστική δυνατότητα του καταναλωτικού κοινού (που φθίνει), όσο με την γενικότερη αλλαγή στα πρότυπα καταναλωτικής συμπεριφοράς, lifestyle και μόδας, αλλά και σε σχέση με την «εισβολή» και τον ανταγωνισμό με άλλα προϊόντα πολυτελείας. Αυτό οφείλεται επίσης και στην αντίληψη που έχει δημιουργηθεί στους καταναλωτές ότι για να αποκτήσει κανείς ένα προϊόν του κλάδου, θα πρέπει να ξοδέψει υπέρογκα ποσά ενώ στην πραγματικότητα υπάρχουν προϊόντα σε πολύ προσιτές τιμές.

Επίσης η καταναλωσιμότητα διέπεται από έντονη εποχικότητα. Πιο συγκεκριμένα, οι πωλήσεις σημειώνουν σημαντική αύξηση, από τον Ιούνιο έως και τον Σεπτέμβριο (η τουριστική σεζόν ξεκινάει από τον Απρίλιο και τελειώνει τον Οκτώβρη), ιδιαίτερα για τα καταστήματα λιανικής σε δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς (κυρίως νησιά), λόγω των αγορών που γίνονται από τους τουρίστες, που εκείνο το διάστημα κάνουν διακοπές στην Ελλάδα, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην αύξηση των έμμεσων εξαγωγών, ενώ παρουσιάζουν μείωση από τον Νοέμβριο έως και τον Μάρτη.

Σημαντική αύξηση των πωλήσεων πραγματοποιείται επίσης κατά την περίοδο των Χριστουγέννων και ακολουθεί η περίοδος των εορτών του Πάσχα, όπου τα κοσμήματα αγοράζονται κυρίως ως δώρα ενώ χαρακτηριστική είναι και η διαφοροποίηση στην προτίμηση των προϊόντων, καθώς εκτός από κοσμήματα αγοράζονται είδη όπως ασημένια γούρια (για το νέο έτος), αλλά και ασημένιες εικόνες/κορνίζες ή σκεύη.

Τέλος χαρακτηριστικό είναι (όπως προκύπτει από σχετικές έρευνες αγοράς) ότι οι γυναίκες καταναλώνουν περισσότερο για τον εαυτό τους ενώ οι άντρες περισσότερο για δώρο. Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται μια στροφή και προς το αντρικό κόσμημα, η προώθηση του οποίου είναι στοχευμένη στο πιο νεανικό καταναλωτικό κοινό και είναι εμφανής μέσα από την προβολή σε περιοδικά.

### **3.3.4 Διανομή**

Τα δίκτυα διανομής και διάθεσης δεν εμφανίζουν απόλυτη ομοιογένεια μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου, γεγονός που οφείλεται κυρίως στο διαφορετικό

μέγεθος των επιχειρήσεων. Οι συνηθέστερες μέθοδοι/τρόποι διάθεσης των προϊόντων των παραγωγικών επιχειρήσεων είναι:

**Καταστήματα Λιανικής:** Τα κοσμηματοπωλεία αποτελούν το κυριότερο κανάλι διανομής κοσμημάτων και ρολογιών. Επίσης, στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται τα τελευταία χρόνια και καταστήματα ειδών δώρου και αξεσουάρ που διευρύνουν τη γκάμα τους με κοσμήματα και επώνυμα ρολόγια, αλλά και τα watch centers, τα πολυκαταστήματα, κλπ. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του κλάδου αποτελεί το γεγονός ότι σημαντικός αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων διαθέτει ιδιόκτητο κατάστημα λιανικής μέσω του οποίου διαθέτει το σύνολο ή μέρος της παραγωγής του στους τελικούς καταναλωτές (αποτελώντας με τον τρόπο αυτό και παραγωγική και εμπορική επιχείρηση). Οι μικρές επιχειρήσεις έχουν μικρά καταστήματα λιανικής, τα οποία είναι συνήθως φυσική προέκταση του εργαστηρίου, όπου μπορεί να διατίθενται και προϊόντα άλλων επιχειρήσεων του ίδιου ή διαφορετικών / συναφών κλάδων. Οι μεγάλες επώνυμες επιχειρήσεις διαθέτουν πολυτελή καταστήματα σε κεντρικούς δρόμους της Αθήνας και των μεγάλων αστικών κέντρων. Το πληρέστερο δίκτυο διανομής κοσμημάτων στην Ελλάδα το διαθέτει η εταιρεία Folli - Follie, το δίκτυο πωλήσεων της οποίας υποστηρίζεται από ένα πολύ μεγάλο αριθμό συνεργαζόμενων καταστημάτων και σημείων πώλησης σε όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό.

**Χονδρέμποροι:** Οι χονδρέμποροι αποτελούν ένα βασικό δίκτυο διάθεσης της παραγωγής των εργαστηρίων στους λιανοπωλητές. Οι χονδρέμποροι αγοράζουν προϊόντα, συνήθως με πίστωση, από περισσότερα εργαστήρια και τα διαθέτουν σε καταστήματα λιανικής σε όλη την Ελλάδα, ειδικά στην επαρχία που τα ίδια τα εργαστήρια δεν μπορούν να επισκεφθούν λόγω έλλειψης ιδίου δικτύου πωλητών.

**Franchising:** Το franchising είναι η εμπορική μέθοδος με την οποία μια επιχείρηση (ο δικαιούχος) παραχωρεί στην άλλη, (δικαιούχος), έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του σήματος, της επωνυμίας, τεχνογνωσίας κλπ. (δικαιώματα βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας) με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή και υπηρεσιών. Ο αγοραστής πληρώνει στον πωλητή του σήματος το δικαίωμα εισόδου "franchise fee" αλλά

και σε συνεχή βάση ένα προσυμφωνημένο μεταξύ των δύο μερών ποσοστό επί των πωλήσεων ή επί των προμηθειών (royalties). Τα τελευταία χρόνια, αρκετές μεγάλες εταιρείες του κλάδου της αργυροχρυσοχοΐας έχουν αρχίσει την επέκτασή τους, λειτουργώντας καταστήματα σε διάφορα μέρη της Ελλάδας, με τη μέθοδο του franchising. Ενδεικτικά αναφέρονται οι ακόλουθες: Bianca Verti, Celebre by Sabanis, Folli-Follie, Fossil - Στυλιανός Παναγόπουλος, Gallery Diamond, Ιλίας Λαλαούνης - Greek gold S.A., Loisir, Ora-ora - Diversa A.E.B.E., Oxette, The Watch Outlet, Αφοι Χατζημιχάλη A.E., Zolotas Jewellers A. Λεονταράκης, Μαλλιάρης κοσμήματα, Hot Diamonds, Jewellery watches accessories, Li-La-Lo, Michalis Fine Jewels, OH-LA-LA.

**Ηλεκτρονικό εμπόριο:** Στην Ελλάδα, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα για τις νέες τεχνολογίες<sup>2</sup> διαπιστώθηκε ότι το 21,6% των χρηστών Internet για το 2006 πραγματοποιεί ηλεκτρονικές αγορές (e-shopping), που σημαίνει ότι το ποσοστό των αγοραστών προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου τον τελευταίο χρόνο ανέρχεται σε περίπου 4,5% του γενικού πληθυσμού. Ωστόσο, το ηλεκτρονικό εμπόριο κοσμημάτων δεν είναι ιδιαίτερα διαδεδομένο στην Ελληνική αγορά. Παρά το γεγονός ότι σε διεθνές επίπεδο, υπάρχει στροφή προς την πώληση πολυτελών ειδών μέσω διαδικτύου και εκτίμηση ότι οι πωλήσεις κοσμημάτων διαδικτυακά θα αυξάνονται σταθερά, η ελληνική αγορά δεν έχει ακόμη αξιοποιήσει τις δυνατότητες που παρέχονται. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ότι οι on-line πωλήσεις κοσμημάτων κατά την περίοδο των Χριστουγέννων 2004 στις Ηνωμένες Πολιτείες σημείωσαν αύξηση της τάξεως του 112% φτάνοντας σε αξία τα 1,9 δις δολάρια, καθιστώντας έτσι την κοσμηματοποιία την πιο ραγδαία αναπτυσσόμενη κατηγορία στο Διαδίκτυο κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου το 2004.

---

<sup>2</sup> << Εθνική Έρευνα για τις νέες τεχνολογίες και την Κοινωνία της Πληροφορίας», Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας - ΕΔΕΤ Α.Ε., VPRC που χρηματοδοτήθηκε από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Κοινωνία της Πληροφορίας» στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ.

### **3.4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

Στη συνέχεια, θα παρακολουθήσουμε το σχεδιάσμα της στρατηγικής του μάρκετινγκ στα πλαίσια του οποίου αναλύονται:

1. οι σκοποί και οι στόχοι της υπό ίδρυση μονάδας κατασκευής και εμπορίας κοσμημάτων
2. η επιλογή της αγοράς στόχου, και
3. η τοποθέτηση του προϊόντος.

#### **3.4.1 Σκοποί και Στόχοι της υπό Ίδρυση Μονάδας**

Η υπό εξέταση μονάδα έχει βασικό σκοπό την απόσπαση ενός σημαντικού μεριδίου αγοράς από τα υπάρχουσα εργαστήρια αργυροχρυσοχοΐας αλλά και από και από τα καταστήματα εμπορίας κοσμημάτων. Βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της νέας μονάδας παραγωγής είναι ότι θα παράγει μοναδικά κοσμήματα υψηλής ποιότητας με χαμηλότερο κόστος σε σχέση με τους ανταγωνιστές χάρη στη σύγχρονη τεχνολογία των εγκαταστάσεων της αλλά και των έμπειρων τεχνιτών αργυροχρυσοχοΐας που προτίθεται να προσλάβει. Πιο συγκεκριμένα, θα χρησιμοποιηθούν κεφάλαια για επενδύσεις σε:

- Σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό και σύγχρονες μεθόδους αργυροχρυσοχοΐας, έτσι ώστε η μονάδα να είναι σε θέση να λειτουργεί με λιγότερο προσωπικό και με χαμηλότερο λειτουργικό κόστος παράγοντας προϊόν υψηλής ποιότητας, εξασφαλίζοντας μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους.
- Προώθηση κοσμημάτων αρχαιοελληνικής και βυζαντινής τεχνοτροπίας.
- Σχεδιασμό μοντέλων οργάνωσης, διοίκησης και λειτουργίας της επιχείρησης βασιζόμενων σε διεθνείς βέλτιστες πρακτικές.
- Δημιουργία καλού brand name για τα κοσμήματα της επιχείρησης.

Στόχος της επιχείρησης είναι να παρέχει στον πελάτη μια μεγάλη γκάμα από κοσμήματα που θα είναι μοναδικά κομμάτια και ποιοτικά καθώς και να κατασκευάζει κοσμήματα σε σχέδια του πελάτη κατόπιν παραγγελίας του. Επίσης στόχο της επιχείρησης αποτελεί και η απόσπαση μεριδίου αγοράς της επιδιόρθωσης (π.χ. αντικατάσταση πολυτίμων λίθων ) των κοσμημάτων και της συντήρησής τους (π.χ. γυάλισμα)

### Πίνακας 3 – Πωλήσεις επιχειρήσεων λιανικής πώλησης κοσμημάτων

Επωνυμία	2004	2005	2006	2007	2008	2009
ΩΡΑ - ΚΑΙΣΑΡΗΣ Α.Ε.Ε.	4.423.311	5.721.100	7.168.987	10.288.013	9.172.127	ΜΔ
ΠΑΤΣΕΑΣ Α.Ε.	3.746.372	3.852.718	5.088.209	8.117.234	7.176.169	7.339.000*
ΚΑΙΣΑΡΗΣ ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ Α.Ε.	5.747.488	5.650.457	6.985.032	8.131.840	7.120.733	ΜΔ
ΒΙΛΔΙΡΙΔΗ Β. Α.Ε.	2.827.804	2.418.941	3.574.826	5.165.538	4.005.186	ΜΔ
ΟΙΚΟΣ Ο ΤΩΝ ΠΟΛΥΤΙΜΩΝ ΛΙΘΩΝ Α.Ε.	9.987.602	5.361.769	2.284.626	4.665.010	3.463.830	ΜΔ
LUXURY TRADING Α.Ε. <sup>(1)</sup>	-	4.758.498	3.722.586	3.944.695	3.252.730	2.500.000*
LI-LA-LO Α.Ε.	1.994.039	1.857.909	2.045.325	2.286.032	2.961.441	3.000.000*
ΖΟΛΩΤΑΣ ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.	1.887.061	2.355.908	2.067.509	2.704.708	2.633.027	1.703.243
ΒΙΛΔΙΡΙΔΗΣ Α.Ε.&Β.Ε. <sup>(2)</sup>	1.985.171	1.844.862	1.954.968	2.532.428	2.588.734	2.748.113
ΜΑΖΑΡΑΚΗ ΑΝΝΑ ΜΑΡΙΑ Α.Ε. <sup>(3)</sup>	-	-	1.309.225	1.690.038	2.112.855	3.079.400
ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙΟΥ ΚΟΣΜΗΜΑΤΑ Α.Ε. <sup>(4)</sup>	-	-	2.233.042	2.282.473	2.003.716	ΜΔ

Ιούνιος 2010

36

\*ΜΔ = Μη Διαθέσιμα Στοιχεία

Υπολογίζεται, σύμφωνα με το μέγεθος των 11 μεγαλύτερων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης και σε σύγκριση με το μέγεθος τους με την υπό ίδρυση επιχείρηση και λαμβάνοντας υπόψη και την αύξηση των τιμών, ότι ο κύκλος εργασιών για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας θα είναι 775.000 Ευρώ. Προϋπολογίζεται μια αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 10% ανά έτος για τα επόμενα τέσσερα αλλά επειδή η αύξηση των πρώτων υλών (όπως θα δούμε στο κεφάλαιο 4) επηρεάζει της τιμές των κοσμημάτων και κατά συνέπεια και των κύκλο εργασιών, θεωρήθηκε ότι θα υπάρχει μια κατά έτος αύξηση των τιμών τους της τάξης του 20%.

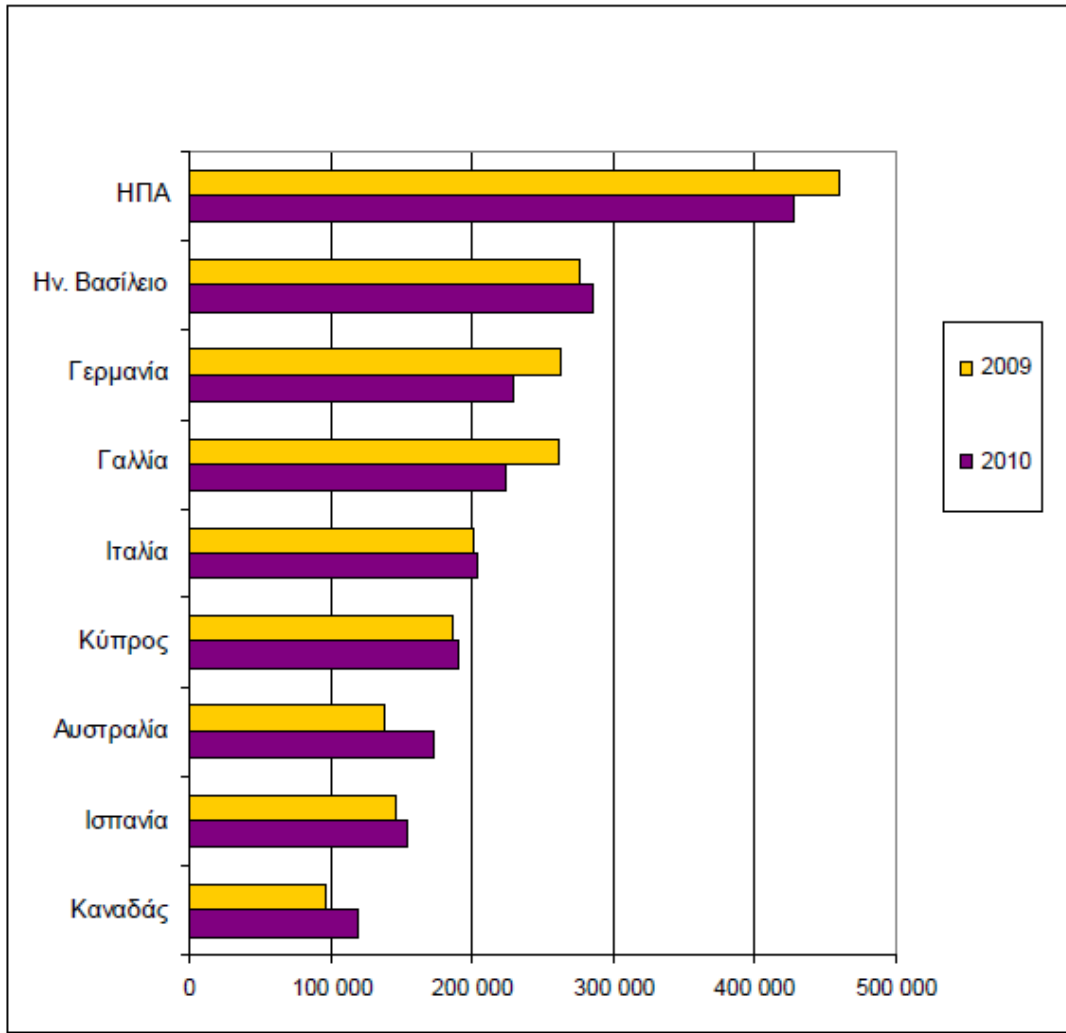
#### Πίνακας 4 – Εκτιμώμενες Πωλήσεις

Πωλήσεις	2013	2014	2015	2016	2017
Κατάστημα	400.000,00 €	528.000,00 €	696.960,00 €	838.613,33 €	987.093,33 €
Χονδρικής	250.000,00 €	330.000,00 €	435.600,00 €	524.133,33 €	616.933,33 €
Ηλεκτρονικό Κατάστημα	125.000,00 €	165.000,00 €	217.800,00 €	262.066,67 €	308.466,67 €
<b>Σύνολο</b>	<b>775.000,00</b> <b>€</b>	<b>1.023.000,00</b> <b>€</b>	<b>1.350.360,00</b> <b>€</b>	<b>1.624.813,33</b> <b>€</b>	<b>1.912.493,33</b> <b>€</b>

#### 3.4.2 Πελάτες

Η επιλογή της θέσης του καταστήματος έγινε με γνώμονα το target group που θέλει να απευθυνθεί η επιχείρηση. Η επιχείρηση στοχεύει τους τουρίστες που έρχονται για τουρισμό αναψυχής. Σύμφωνα με στοιχεία από το Turkish Jewellery Association στην γειτονική Τουρκία που είναι ένας ανταγωνιστικός τουριστικός προορισμός επισημαίνεται ότι το σημαντικό στοιχείο της ζήτησης κοσμημάτων στην εγχώρια τους αγορά προέρχεται από τον τουρισμό. Οι εξαγωγές και οι αγορές προϊόντων στην εγχώρια αγορά από τουρίστες καλύπτουν το 70% της συνολικής παραγωγής της βιομηχανίας.

Όπως βλέπουμε στο παρακάτω γράφημα οι ΗΠΑ και οι χώρες της Ευρώπης είναι καλύπτουν τον μεγαλύτερο μέρος του τουρισμού αναψυχής στην χώρα μας. Είναι λογικό να εστιάσουμε σε αυτούς τους πελάτες και να εξετάσουμε τις αγορές αργυροχρυσοχοΐας στις χώρες τους για να ανακαλύψουμε ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που θα μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε τους δυνητικούς μας πελάτες

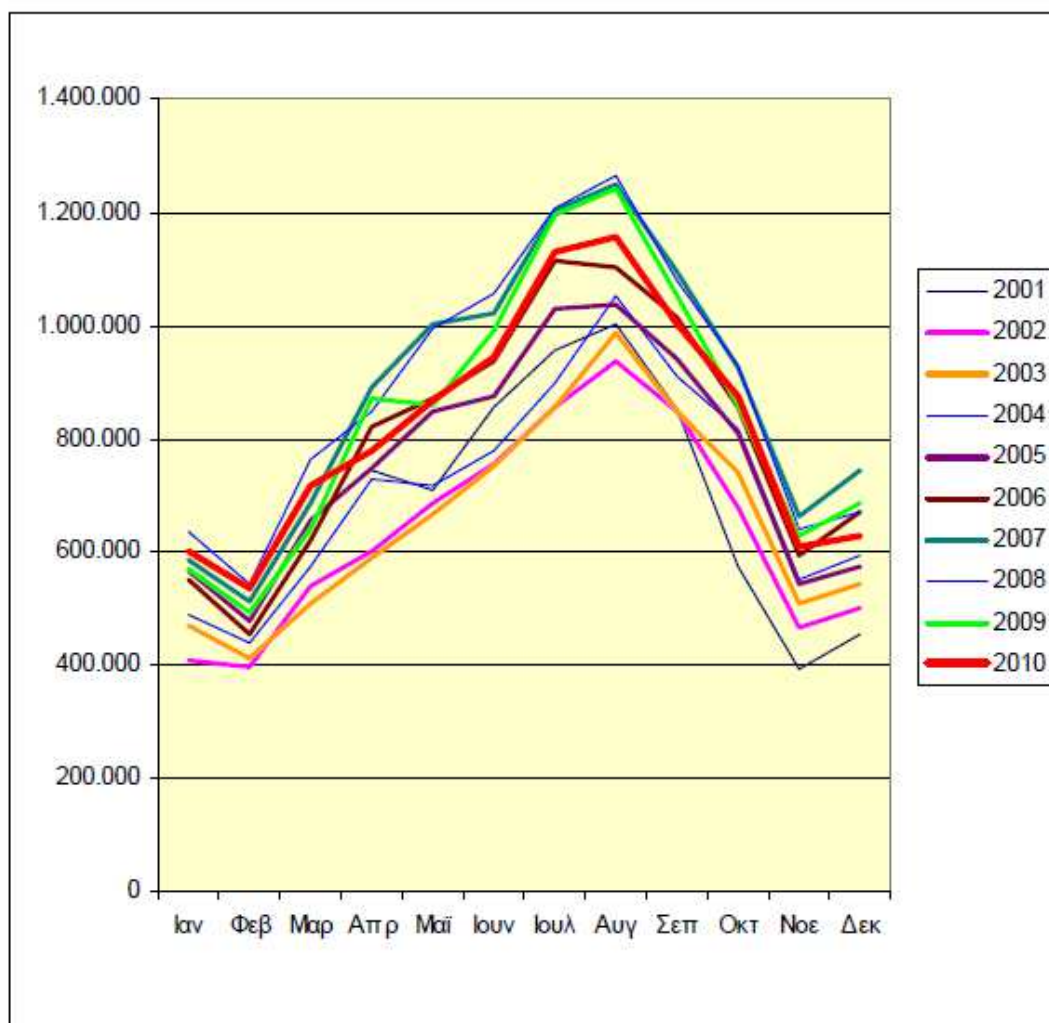


Πηγή στοιχείων: ΑΙΑ, Aerostat handbook 2010

**Εικόνα 5 – Οι 10 κυριότερες χώρες προέλευσης τουρισμού αναψυχής στο Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών 2009 - 2010**

Το διάγραμμα με τις αφίξεις στο αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος μας δείχνει ότι οι υποψήφιοι πελάτες μας σχεδόν τριπλασιάζονται την υψηλή τουριστική περίοδο

Ιούλιο-Αύγουστο σε σχέση με Οκτώβριο – Φεβρουάριο. Πρέπει να αναμένουμε μια εποχικότητα στις πωλήσεις μας.



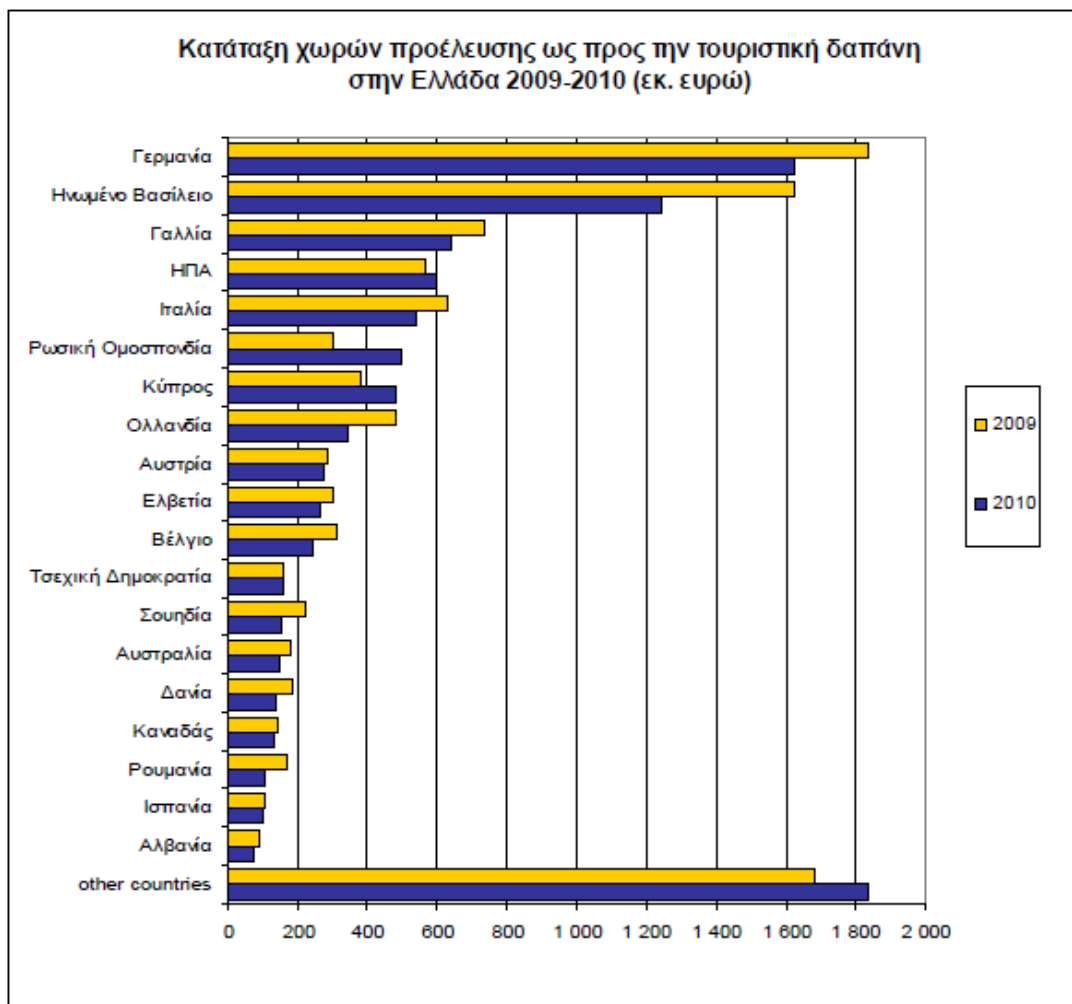
Πηγή Στοιχείων: Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών

**Εικόνα 6 - Μηνιαία κίνηση επιβατών με πτήσεις εξωτερικού (αφίξεις + αναχωρήσεις) στο αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος 2001-2010**

Η κατάταξη ως προς την τουριστική δαπάνη μας δείχνει ότι πρέπει να είμαστε σε θέση να προσελκύουμε και να εξυπηρετούμε Γερμανούς και Αγγλόφωνους



πελάτες (UK και USA) αφού είναι πελάτες με υψηλό εισόδημα και πρόθυμοι να ξοδέψουν.



Πηγή στοιχείων: Τράπεζα της Ελλάδος

**Εικόνα 7 – Κατάταξη χωρών ως προς την τουριστική δαπάνη**

### 3.5 ΞΕΟΔΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Οι μέθοδοι προώθησης που θα χρησιμοποιηθούν για τη νέα μονάδα είναι:

1. Φυλλάδια – Διαφημιστικά: Η μορφή αυτή αποτελεί την πλέον διαδεδομένη μορφή ενημέρωσης,
2. Αφίσες Στο Μετρό : Οι αφίσες και διαφημίσεις σε κεντρικούς σταθμούς προκαλούν το ενδιαφέρον σ' όλες τις κατηγορίες των καταναλωτών.
3. Η χρήση των MME είναι μία μέθοδος που θα ενισχύσει σίγουρα την πληροφόρηση των πελατών για τη νέα μονάδα. Περιοδικά και εφημερίδες όπου το οπτικό ερέθισμα είναι κυρίαρχο είναι κατάλληλα για την διαφήμιση κοσμημάτων. Το ραδιόφωνο αποκλείεται.
4. Με διαφήμιση στο διαδίκτυο μπορούμε να προσελκύσουμε και νέους πελάτες για το ηλεκτρονικό κατάστημα.

**Πίνακας 5 – Έξοδα Marketing 2013**

Έξοδα Μάρκετινγκ 2013	Τεμάχια	Τιμή / Τεμάχιο	Ευρώ
<b>Δαπάνες Προώθησης</b>			
Διαφημιστικά Έντυπα (4σέλιδο) (flyers)	20000	0,30 €	6.000,00 €
Διαφήμιση σε Περιοδικά			3.000,00 €
Αφίσες στο Μετρό			4.500,00 €
Καταχωρήσεις σε εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας			6.500,00 €
Διαφήμιση στο Διαδίκτυο			2.000,00 €
<b>Δαπάνες Δημοσίων Σχέσεων</b>			
Συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις			7.000,00 €
Αποστολή ενημερωτικών εντύπων σε πελάτες	500	0,80 €	400,00 €
<b>Συνολικά Έξοδα Μάρκετινγκ</b>			<b>29.400,00 €</b>

### Πίνακας 6 - Έξοδα Marketing 2014

Έξοδα Μάρκετινγκ 2014	Τεμάχια	Τιμή / Τεμάχιο	Ευρώ
<b>Δαπάνες Προώθησης</b>			
Διαφημιστικά Έντυπα (4σέλιδο) (flyers)	25000	0,35 €	8.750,00 €
Διαφήμιση σε Περιοδικά			3.500,00 €
Αφίσες στο Μετρό			4.500,00 €
Καταχωρήσεις σε εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας			7.000,00 €
Διαφήμιση στο Διαδίκτυο			3.000,00 €
<b>Δαπάνες Δημοσίων Σχέσεων</b>			
Συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις			7.000,00 €
Αποστολή ενημερωτικών εντύπων σε πελάτες	1500	0,80 €	1.200,00 €
<b>Συνολικά Έξοδα Μάρκετινγκ</b>			<b>34.950,00 €</b>

### Πίνακας 7 - Έξοδα Marketing 2015

Έξοδα Μάρκετινγκ 2015	Τεμάχια	Τιμή / Τεμάχιο	Ευρώ
<b>Δαπάνες Προώθησης</b>			
Διαφημιστικά Έντυπα (4σέλιδο) (flyers)	27000	0,37 €	9.990,00 €
Διαφήμιση σε Περιοδικά			4.500,00 €
Αφίσες στο Μετρό			4.800,00 €
Καταχωρήσεις σε εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας			9.000,00 €
Διαφήμιση στο Διαδίκτυο			4.500,00 €
<b>Δαπάνες Δημοσίων Σχέσεων</b>			
Συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις			7.000,00 €
Αποστολή ενημερωτικών εντύπων σε πελάτες	2500	0,90 €	2.250,00 €
<b>Συνολικά Έξοδα Μάρκετινγκ</b>			<b>42.040,00 €</b>

### Πίνακας 8 - Έξοδα Marketing 2016

Έξοδα Μάρκετινγκ 2016	Τεμάχια	Τιμή Τεμάχιο	/ Ευρώ
<b>Δαπάνες Προώθησης</b>			
Διαφημιστικά Έντυπα (4σέλιδο) (flyers)	30000	0,37 €	12.236,67 €
Διαφήμιση σε Περιοδικά			5.166,67 €
Αφίσες στο Μετρό			4.900,00 €
Καταχωρήσεις σε εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας			10.000,00 €
Διαφήμιση στο Διαδίκτυο			5.666,67 €
<b>Δαπάνες Δημοσίων Σχέσεων</b>			
Συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις			7.000,00 €
Αποστολή ενημερωτικών εντύπων σε πελάτες	2750	1,14 €	3.133,33 €
<b>Συνολικά Έξοδα Μάρκετινγκ</b>			<b>48.103,33 €</b>

### Πίνακας 9 - Έξοδα Marketing 2017

Έξοδα Μάρκετινγκ 2017	Τεμάχια	Τιμή Τεμάχιο	/ Ευρώ
<b>Δαπάνες Προώθησης</b>			
Διαφημιστικά Έντυπα (4σέλιδο) (flyers)	32000	0,44 €	14.231,67 €
Διαφήμιση σε Περιοδικά			5.916,67 €
Αφίσες στο Μετρό			5.050,00 €
Καταχωρήσεις σε εφημερίδες μεγάλης κυκλοφορίας			11.250,00 €
Διαφήμιση στο Διαδίκτυο			6.916,67 €
<b>Δαπάνες Δημοσίων Σχέσεων</b>			
Συμμετοχή σε κλαδικές εκθέσεις			7.000,00 €
Αποστολή ενημερωτικών εντύπων σε πελάτες	3000	1,35 €	4.058,33 €
<b>Συνολικά Έξοδα Μάρκετινγκ</b>			<b>54.423,33 €</b>

### **3.6 S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ**

Η χρήση της ανάλυσης SWOT κατά τη διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού συνίσταται στη συστηματική και εμπειριστατωμένη καταγραφή της υφιστάμενης αναπτυξιακής κατάστασης και των σχετικών τάσεων της υπό εξέταση επιχείρησης. Το αποτέλεσμα που προκύπτει από την ανάλυση SWOT είναι η σημαντική πληροφόρηση που παρέχει για την αναπτυξιακή πραγματικότητα της επιχείρησης και ένα σύνολο διαθέσιμων στρατηγικών επιλογών για τη μελλοντική εξέλιξή της. Η ανάλυση SWOT διαιρείται σε δύο επιμέρους βασικές ενότητες:

#### **Στοιχεία του εσωτερικού περιβάλλοντος που αφορούν:**

- ↑ Τα ισχυρά σημεία της επιχείρησης (strengths): Πρόκειται για κάθε ενδογενή αναπτυξιακό συντελεστή της υπό εξέταση επιχείρησης που συμβάλλει στην αξιοποίηση των ευκαιριών και στην αντιμετώπιση των απειλών.
- ↓ Τις αδυναμίες της επιχείρησης (weaknesses): Πρόκειται για κάθε ενδογενή αναπτυξιακό παράγοντα που υπομονεύει την ανταγωνιστική θέση επιχείρησης ή παρεμποδίζει την αξιοποίηση των ευκαιριών.

#### **Στοιχεία του εξωτερικού περιβάλλοντος που αφορούν:**

- ↑ Τις ευκαιρίες (opportunities): Πρόκειται για κάθε εξωγενή συνθήκη που ευνοεί την τόνωση της ζήτησης στον κλάδο ή συντελεί στη διαμόρφωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
- ↓ Τις απειλές (threats): Πρόκειται για κάθε εξωγενή συνθήκη που ασκεί μη ευνοϊκή επίδραση στην αναπτυξιακή στρατηγική της επιχείρησης.

#### **Strengths**

- ↑ Σχολές αργυροχρυσοχοΐας που προμηθεύουν την αγορά εργασίας με ειδικευμένους τεχνίτες

- ↑ Χαμηλό κόστος κατασκευής
- ↑ Χαμηλή επένδυση κεφαλαίου σε μηχανήματα
- ↑ Εύκολη απεμπλοκή από το απόθεμα πρώτων υλών αφού μπορούν να μεταπωληθούν εύκολα (αν και τα κέρδη / ζημιά κεφαλαίου δυνατή λόγω της αλλαγής στις τιμές των μετάλλων )
- ↑ Αν ο πελάτης θεωρεί ότι αγοράζει επώνυμο ή μοναδικό κομμάτι είναι διατεθειμένος να πληρώσει ένα Premium.

### **Weaknesses**

- ↓ Ασθενής ανταλλαγή πληροφοριών και βέλτιστων πρακτικών εντός της βιομηχανίας. Τα εμπορικά μυστικά τείνουν να διατηρούνται μέσα στην οικογένεια (αρκετές επιχειρήσεις είναι οικογενειακές)
- ↓ Η ζήτηση για αποκλειστικότητα στην αγορά κοσμημάτων υπερισχύει της ζήτησης για τυποποιημένα προϊόντα. Έτσι ο βαθμός αυτοματοποίησης της διαδικασίας κατασκευής κοσμημάτων τείνει να είναι χαμηλός
- ↓ Η διατήρηση της αποκλειστικότητας των σχεδίων είναι δύσκολη λόγω της απουσίας των νόμων περί πνευματικής ιδιοκτησίας στον κλάδο.
- ↓ Δύσκολη η προσέλκυση των πολύ καλά καταρτισμένων τεχνιτών ως υπαλλήλους.

### **Opportunities**

- ↑ Η βελτίωση του οικονομικού κλίματος θα τονώσει και την εγχώρια αγορά.
- ↑ Η αναβάθμιση του κέντρου της Αθηνάς θα κάνει την πρωτεύουσα πιο ελκυστικό τουριστικό προορισμό
- ↑ Η αγορά χρυσού κοσμήματος θεωρείται και ως επένδυση.
- ↑ Αύξηση της τάση στην αγορά για να πληρώνει premium για αποκλειστικά σχέδια / μάρκες έχει δημιουργήσει μια εξειδικευμένη αγορά για προϊόντα που φέρουν υψηλότερο περιθώριο κέρδους.

## Threats

- ↓ Η οικονομική κρίση μπορεί να επηρεάσει έντονα τις χώρες-κλειδιά για τους δυνητικούς μας πελάτες.
- ↓ Η πτώση της τουριστικής κίνησης.
- ↓ Η σχεδίαση πρέπει να ταιριάζει με την μόδα που επικρατεί στην αγορά. Σε αντίθετη περίπτωση μπορεί να υπάρξουν αποθέματα που δύσκολα θα πουληθούν.
- ↓ Η απώλεια κάποιου τεχνίτη αργυροχρυσόχου μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα την πτώση της ποιότητας και να χαθεί η αποκλειστικότητα.

### 3.7 ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Από τον Πίνακα 10 γίνεται αντιληπτό ότι το σύνολο των εξόδων μάρκετινγκ αντιστοιχεί στο περίπου 3%-4% επί του ετησίου συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης.

**Πίνακας 10 – Συγκεντρωτικός Πίνακας Κύκλου Εργασιών / Έξοδα Μάρκετινγκ**

Έτος	Κύκλος Εργασιών	Έξοδα Μάρκετινγκ
2013	775.000,00 €	29.400,00 €
2014	1.023.000,00 €	34.950,00 €
2015	1.350.360,00 €	42.040,00 €
2016	1.624.813,33 €	48.103,33 €
2017	1.912.493,33 €	54.423,33 €

# **Κεφάλαιο 4 – Πρώτες Ύλες και άλλα Εφόδια**

## **4.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ**

### **4.1.1 Μέταλλα στην παραγωγή των προϊόντων της αργυροχρυσοχοΐας**

Οι βασικές πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή των προϊόντων της αργυροχρυσοχοΐας. Είναι οι εξής: χρυσός, πλατίνα, παλλάδιο, άργυρος, χαλκός, ψευδάργυρος, νικέλιο, κοβάλτιο, ρόδιο. Σε ειδικά κράματα τα τελευταία χρόνια αναφέρονται και άλλα μέταλλα όπως αργίλιο (αλουμίνιο) και σίδηρος-χάλυβας. Το αργίλιο χρησιμοποιείται για την κατασκευή κραμάτων που αναφέρονται σαν span gold και ο σίδηρος για την κατασκευή μπλε κραμάτων χρυσού.

Ο **χρυσός** είναι το πλέον πολύτιμο μέταλλο, που χρησιμοποιείται στην κοσμηματοποιΐα. Εμφανίζεται στην φύση σε μεταλλική μορφή με λαμπερό



κίτρινο χρώμα και είναι εξαιρετικά ευκατέργαστο, αναλλοίωτο από την δράση του νερού και του αέρα. Στην κοσμηματοποιία χρησιμοποιείται με την μορφή διάφορων κραμάτων (σε απόλυτα καθαρή μορφή είναι τόσο μαλακό που πρακτικά είναι αδύνατο να χρησιμοποιηθεί), με χρυσό, άργυρο, χαλκό και λίγο ψευδάργυρο και που σύμφωνα με την σχετική αναλογία τους στο κράμα προκαλούν αλλαγές στο χρώμα του.

Το σημείο τήξεως του χρυσού είναι 1063 °C, το σημείο ζέσεως του 2970 °C, το ειδικό βάρος του 19,3 και το χημικό του σύμβολο Au.

Οι συναλλαγές των ευγενών μετάλλων γίνονται διεθνώς σε 'Troy ounces' (Τρού Ουγκιές) που αντιστοιχούν σε 31,103 γρ. = 1 ουγκιά

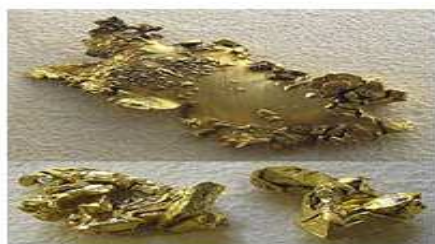
Στα παραπάνω στηρίζεται και η μονάδα καράτι που σημαίνει την αναλογία του καθαρού χρυσού σε κάποιο κράμα. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η μονάδα καράτι όσον αφορά τα ευγενή μέταλλα τείνει να καταργηθεί υπέρ του χιλιοστού (δεκαδικό σύστημα) διότι είναι πιο ακριβής. Για παράδειγμα τα 14K είναι 585χιλ..



Παλλάδιο, καθαρότητας 99,99%



Κρύσταλλοι Ag (ασήμι)  
καθαρότητας >99,95%



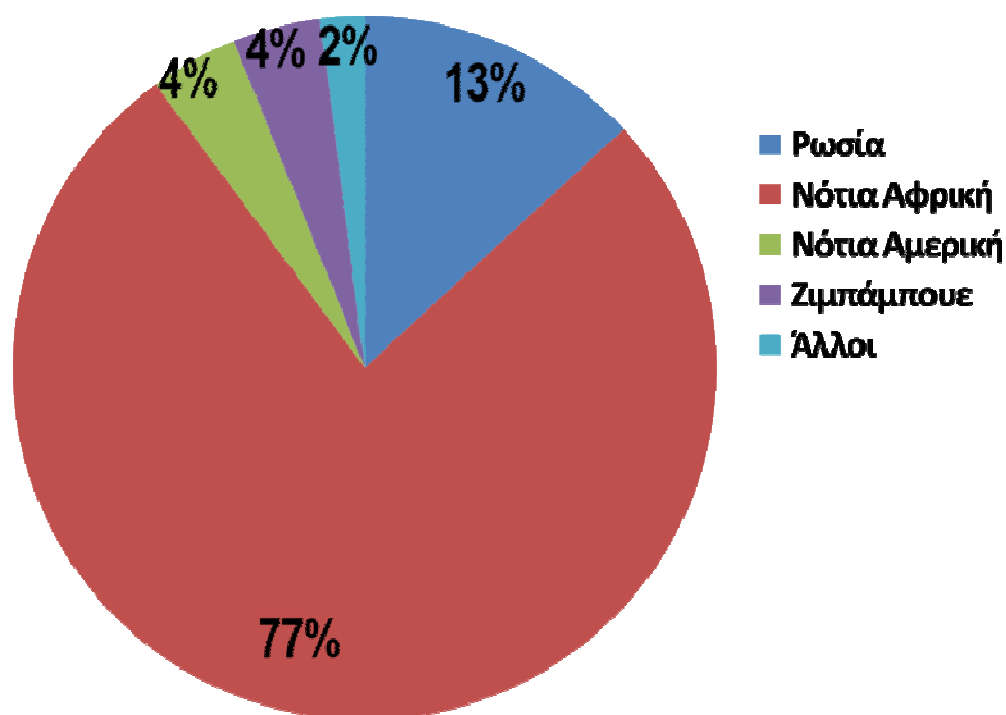
Ψήγματα χρυσού



Κρύσταλλοι καθαρού λευκόχρυσου

## Εικόνα 8 – Πολύτιμα Μέταλλα

Η **πλατίνα** είναι το τρίτο πιο πολύτιμο μέταλλο στον κόσμο. Η εύρεση και η εξόρυξη πλατίνας είναι εξαιρετικά σπάνια και συναντάται συνήθως κοντά σε κοιτάσματα νικελίου και χαλκού. Κύριος προμηθευτής της πλατίνας παγκοσμίως είναι η Νότια Αφρική, όπου παράγεται σχεδόν το 80% της παγκόσμιας παραγωγής. Η πλατίνα χρησιμοποιείται στην βιομηχανία αυτοκινήτων, στην κατασκευή ιατρικού και εργαστηριακού εξοπλισμού, στην βιομηχανία και φυσικά στην κατασκευή κοσμημάτων. Ετησίως γίνεται εξόρυξη μόλις μερικών εκατοντάδων τόνων πλατίνας σε όλον τον κόσμο.



**Εικόνα 9 - Προμηθευτές λευκόχρυσου το 2009<sup>3</sup> (5.920.000 ουγγιές)**

<sup>3</sup> David Jollie (May 2010). "PLATINUM 2010". Johnson Matthey, England.

Ο **άργυρός** κοινώς ασήμι, χρησιμοποιείται ευρέως στην κοσμηματοποιία, αφού παρουσιάζει χαρακτηριστικά όπως υψηλή θερμική και ηλεκτρική αγωγιμότητα, υψηλή ολκιμότητα και ελατότητα, θερμή λευκότητα, μεγάλη αντοχή σε διάβρωση και οξειδωση από το οξυγόνο, ικανότητα να σχηματίζει κράματα με ενδιαφέρουσες ιδιότητες. Η καθαρότητα του αργύρου, που χρησιμοποιείται στην αργυροχρυσοχοϊά μετριέται, συνήθως σε μέρη αργύρου στα 1000 μέρη κράματος. Η τιμή του αργύρου προσδιορίζεται βασικά από το επίπεδο της διεθνούς οικονομικής δραστηριότητας και, γενικά ακολουθεί τις διακυμάνσεις του χρυσού. Σύμφωνα με την Ελληνική νομοθεσία, η αγορανομική διάταξη που ισχύει από το 1989 επιτρέπει αποκλίσεις στο τίτλο του κράματος του τεχνουργήματος σε αντίθεση με την κοινοτική οδηγία 6646/96 που αναμένεται να εφαρμοστεί σε όλα τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και η οποία επιτρέπει μηδενικές αποκλίσεις.

Το **παλλάδιο** είναι ένα σπάνιο μέταλλο που συναντάται κυρίως στη Νότια Αφρική, στη Ρωσία, στις ΗΠΑ και στον Καναδά. Σημειώνεται ότι ένα μέρος της ζήτησης για παλλάδιο καλύπτεται μέσα από την ανακύκλωση. Το παλλάδιο χρησιμοποιείται στην κατασκευή καταλυτών αυτοκινήτων, στην κατασκευή κοσμημάτων, στην οδοντιατρική, αλλά και σε άλλους τομείς της ιατρικής όπως στην κατασκευή ιατρικών οργάνων ακριβείας.

Οι επιτρεπόμενοι ονομαστικοί τίτλοι για τα τεχνουργήματα από πολύτιμα μέταλλα σύμφωνα με την κοινοτική οδηγία 6646/96 είναι οι εξής:

**Πίνακας 11 - Ονομαστικοί τίτλοι για τα τεχνουργήματα από πολύτιμα μέταλλα (πηγή ΕΛ.Κ.Α.)**

Τίτλος Κράματος					
Χρυσός	375 (9K)	585 (14K)	750 (18K)	916 (22K)	999 (24K)
Λευκόχρυσος (Γλατίνα)		850	900	950	999

Άργυρος		800	925	950	999
Παλλάδιο			500	950	999

#### 4.1.2 Διαμάντια

Η αξία ενός διαμαντιού<sup>4</sup> επηρεάζεται άμεσα από την σπανιότητα του. Τα τέσσερα στοιχεία που χαρακτηρίζουν και αξιολογούν ένα διαμάντι είναι: το κόψιμο του διαμαντιού (cut), δηλαδή το σχήμα του, το χρώμα του (color), η καθαρότητα του (Clarity) και τα καράτια του (Carat). Τα τέσσερα αυτά στοιχεία ονομάζονται και 4C από τα αρχικά των ξένων λέξεων cut, color, clarity και carat. Ακόμη και μία πολύ μικρή διαφορά σε σχέση με τα παραπάνω χαρακτηριστικά μπορεί να μεταβάλλει πάρα πολύ την αξία ενός διαμαντιού.

##### **Καθαρότητα (Clarity)**

Η καθαρότητα του διαμαντιού είναι ένας συνδυασμός εγκλίσεων που υπάρχουν σε κάθε διαμάντι και το πόσο ορατά είναι. Οι εγκλίσεις αυτές είναι το κύριο στοιχείο διαχωρισμού μεταξύ των διαμαντιών. Οι παράμετροι που προσδιορίζουν την καθαρότητα είναι: το μέγεθος των εγκλίσεων, η θέση τους πάνω στο διαμάντι, το χρώμα τους, ο αριθμός τους και ο τύπος τους. Το εύρος της καθαρότητας ξεκινά από το άψογο, που συμβολίζεται με το σύμβολο (FL), έως και την κατηγορία (I3), η οποία περιλαμβάνει εγκλίσεις που γίνονται καθαρά ορατές με το μάτι. Ένα παράδειγμα για το πως μπορεί να είναι οι εγκλίσεις υπάρχει πιο κάτω:



**Εικόνα 10 – Καθαρότητα Διαμαντιού**

<sup>4</sup> <http://www.kosmima.gr>

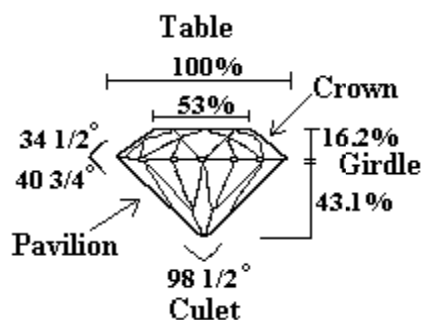
## Κόψιμο (Cut)

Η ανθρώπινη συνεισφορά στην ομορφιά ενός διαμαντιού είναι το κόψιμο του. Το κόψιμο ενός διαμαντιού επηρεάζει την αξία ενός διαμαντιού. Ένα καλοκομμένο διαμάντι επιτρέπει το φως να εισέρθει στο εσωτερικό του και να αντανακλαστεί από την κορυφή του, δημιουργώντας την λάμψη και την φλόγα του. Το διαμάντι μπορεί να κοπεί σε οποιοδήποτε σχήμα και μέγεθος. Τα πιο διάσημα κοψίματα όμως φαίνονται στο παρακάτω σχήμα:



**Εικόνα 11 – Κόψιμο Διαμαντιού**

Ο διάσημος μαθηματικός Tolkowsky υπολόγισε τις αναλογίες των πλευρών του ιδανικού κοψίματος ενός διαμαντιού, η οποία του προσδίδει την ιδανική διασπορά φωτός και λάμψης. Στο παρακάτω σχήμα φαίνονται αυτές οι αναλογίες:



**Εικόνα 12 – Αναλογίες Ιδανικού Κοψίματος Διαμαντιού**

### ***Χρώμα (Color)***

Η χρωματική διάκριση ενός διαμαντιού είναι σε έντονα χρωματισμένα διαμάντια και σε κανονικά. Η τιμή των έντονα χρωματισμένων διαμαντιών είναι πολύ υψηλότερη λόγω της σπανιότητάς τους. Τα κανονικά διαμάντια όμως είναι αυτά που χρησιμοποιούνται ευρέως. Όσο πιο άχρωμο είναι ένα διαμάντι, τόσο υψηλότερη είναι η αξία του. Παρακάτω υπάρχει ένα παράδειγμα των χρωμάτων του διαμαντιού:



**Εικόνα 13 – Χρώμα Διαμαντιού**

### ***Καράτια (Carat)***

Το καράτι μετρά το βάρος ενός διαμαντιού. Ένα καράτι ισούται με 1/5 του γραμμαρίου ή περίπου 0,007 της ουγκιάς. Ο παρακάτω πίνακας απεικονίζει το πραγματικό μέγεθος ενός διαμαντιού:



**Εικόνα 14 – Καράτια Διαμαντιού**

Και τα τέσσερα αυτά χαρακτηριστικά επηρεάζουν την εμφάνιση και την αξία ενός διαμαντιού.

## **4.2 ΑΛΛΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

Πέραν των πρώτων υλών, θα πρέπει να γίνει και σαφής προσδιορισμός των άλλων εφοδίων της μονάδας παραγωγής, για την επιτυχή λειτουργία της υπό μελέτη μονάδας και τη δυνατότητά της να ανταποκρίνεται στη ζήτηση. Τα εφόδια αυτά είναι τα εξής:

- Βοηθητικά Υλικά και υπηρεσίες κοινής ωφέλειας (Ηλεκτρισμός, νερό γενικής χρήσης)
- Ανταλλακτικά
- Στολές εργασίας (φόρμες, μάσκες, γάντια)
- Υλικά άλλων αναγκών (π.χ. χημικά)

### 4.3 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ

Οι απαιτούμενες ποσότητες ανά έτος για την προβλεπόμενη παραγωγή είναι οι ακόλουθες:

**Πίνακας 12 – Απαιτούμενες Ποσότητες Πρώτων Υλών και άλλων Εφοδίων**

Πρώτες ύλες	Ποσότητα (ανά έτος)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Χρυσός (σε ουγκιές)	50	60	72	82,5	93,5
Λευκόχρυσος (σε ουγκιές)	20	25	25,5	29	31,75
Αργύρος (σε ουγκιές)	400	480	576	661	749
Παλλάδιο (σε ουγκιές)	100	125	135	155	172,5
Διαμάντια (τεμάχια)	150	180	216	248	281
Άλλοι πολύτιμοι λίθοι (τεμάχια)	350	400	400	433	458
Ηλεκτρισμός (σε kwh)	5000	6000	7000	8000	9000
Νερό (γενικής χρήσεως) (σε τόνους)	5	6	6,5	7	8
<b>Ανταλλακτικά</b>					
Ανταλλακτικά εξοπλισμού (τεμάχια)	15	18	20	22	25
<b>Στολές Εργασίας</b>					
Φόρμες (τεμάχια)	5	5	5	5	5
Γάντια (ζευγάρια)	5	5	5	5	5
Μάσκες (τεμάχια)	5	5	5	5	5
<b>Υλικά Άλλων Αναγκών</b>	0	0	0	0	0
Χημικά (τεμάχια)	20	24	25	28	30
Αναλώσιμα (τεμάχια)	20	23	25	27	30



## **4.4 ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ**

### **4.4.1 Πολύτιμα Μέταλλα**

Στην Ελλάδα οι ακόλουθες εταιρίες εμπορεύονται πολύτιμα μέταλλα<sup>5</sup>

#### **ARSILIA**

ΑΤΤΙΚΗ-ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ  
ΖΑΙΜΗ 10, ΑΝΩ ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ  
210-9953444

#### **SILVER MARKET**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
ΣΚΟΥΖΕ 4  
210-3221101

#### **Δρακάτος Χρήστος**

ΘΕΣΣΑΛΙΑ-ΜΑΓΝΗΣΙΑ  
Χατζηαργύρη 68 Α  
2421300735

#### **ΛΟΥΠΑΣΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΗΣ**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
ΒΟΡ. ΗΠΕΙΡΟΥ  
2102315732

#### **ΣΕΦΕΡΙΑΔΗΣ**

---

<sup>5</sup> <http://www.jewelpedia.com/catalogue.php?cat=36>

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
ΑΡΙΣΤΕΙΔΟΥ 10-12  
210-3233574

#### **4.4.2 Πολύτιμοι Λίθοι**

Στην Ελλάδα οι ακόλουθες εταιρίες εμπορεύονται πολύτιμους λίθους<sup>6</sup>

##### **AMBER COLLECTION**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
ΣΟΦΟΚΛΕΟΥΣ 166, ΚΑΛΛΙΘΕΑ  
210-9592215

##### **AMBER STYLE**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
ΘΗΡΑΣ 38  
210-6456020

##### **AZIMA NEW AGE STORE**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
2ας ΜΑΙΟΥ 38 ΝΕΑ ΣΜΥΡΝΗ  
2109312970

##### **CHALOS**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
ΛΕΚΚΑ 29  
210-3231458

---

<sup>6</sup> <http://www.jewelpedia.com/catalogue.php?cat=13&page=1&page=0>

**DIAMONDS ONLY**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ

ΧΑΒΡΙΟΥ 9

210-3222157

**DODENHOFF ANNA**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ

ΔΗΜΗΤΡΑΚΟΠΟΥΛΟΥ 50, ΚΟΥΚΑΚΙ

210-6125951

**EMPHASIS PEARLS**

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ-ΚΑΒΑΛΑ

ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 11-15

2510-832471

**FINE ELEMENTS**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ

ΠΕΡΙΚΛΕΟΥΣ 21

210-3235989

**HAYA GEMS**

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ-ΜΕΣΣΗΝΙΑ

Προάστιο - Καρδαμύλη

27210-73575

**JAIPUR GEMS**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ

ΛΕΩΧΑΡΟΥΣ 15

210-3225732

**PETRA COLLECTION**

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ-ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ  
1ο ΧΛΜ. ΘΕΡΜΗΣ - ΤΡΙΑΔΙΟΥ  
2310-430779

**RICARDO**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
3ης ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ 7  
210-5237970

**SAN PAOLO**

ΑΤΤΙΚΗ-ΑΘΗΝΑ  
ΒΟΥΛΗΣ 34,  
210-3235176

**SENDAI PEARLS**

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ-ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ  
ΕΡΜΟΥ 18Α  
2310-265959

## **4.5 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ**

### **4.5.1 Διαφοροποίηση και Ελαχιστοποίηση του κόστους**

Οι πρώτες ύλες για την δημιουργία κοσμημάτων δεν προσφέρονται για διαφοροποίηση και ελαχιστοποίηση του κόστους. Τα μέταλλα αποτελούν χρηματιστηριακά προϊόντα οπότε οι διαφορές από προμηθευτή σε προμηθευτή δεν αναμένονται αμελητέες. Για τους πολύτιμους λίθους όμως η διαφοροποίηση θα είχε νόημα αφού οι τιμές μπορεί να διαφέρουν αισθητά από προμηθευτή σε προμηθευτή.

### **4.5.2 Ελαχιστοποίηση του Κινδύνου και Αξιοπιστία των Προμηθευτών**

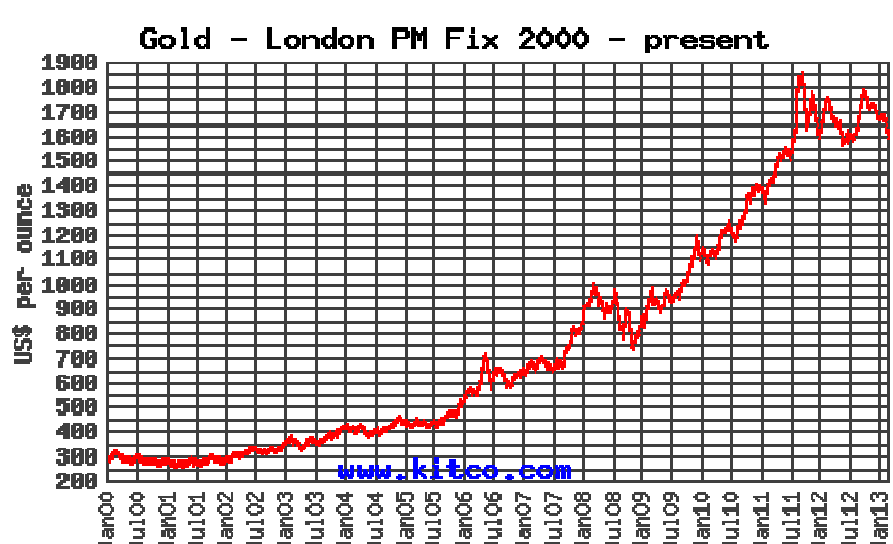
Μέσω της επιλογής αξιόπιστων προμηθευτών που δραστηριοποιούνται χρόνια στην αγορά, επιδιώκεται η αδιάκοπη παραγωγική λειτουργία, με την έγκαιρη πρόσβαση στην πρώτη ύλη.

### **4.5.3 Καλλιέργεια Σχέσεων με τους Προμηθευτές**

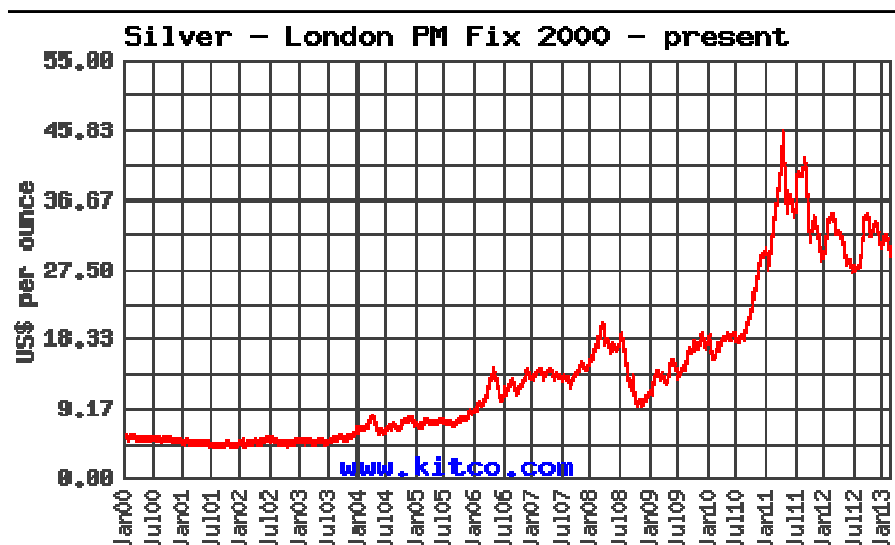
Κύρια μέριμνα θα είναι η επίτευξη ομαλών και μακροχρόνιων σχέσεων με τους προμηθευτές για να επιτευχθούν ευνοϊκοί όροι συνεργασίας, με πιστώσεις και τυχόν εκπτώσεις στην διάθεση των πρώτων υλών.

## 4.6 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

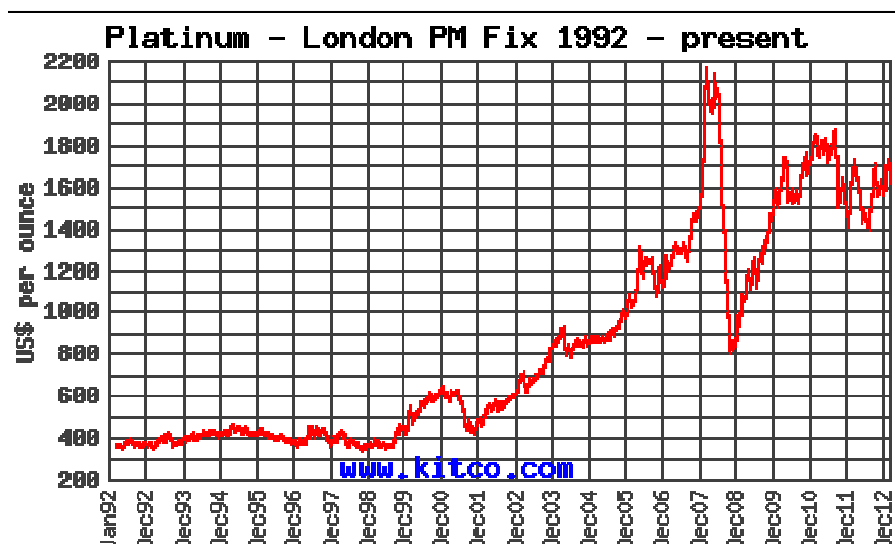
Οι τιμές των πολύτιμων μετάλλων από τις αρχές του 2009 κινούνται έντονα ανοδικά. Η κρίση χρέους στην ευρωζώνη, η αποδυνάμωση του αμερικάνικου δολαρίου και οι πληθωριστικές τάσεις στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού παρέχουν τα εχέγγυα για την συνέχιση της ανόδου των τιμών και το επόμενο διάστημα. Ο χρυσός, το ασήμι και η πλατίνα χρησιμοποιούνται διεθνώς ως εργαλεία αντιστάθμισης του επενδυτικού κινδύνου και συνεπώς συμβάλουν στην προστασία (hedging) ενός χαρτοφυλακίου σε περιόδους αβεβαιότητας, όπως η σημερινή.



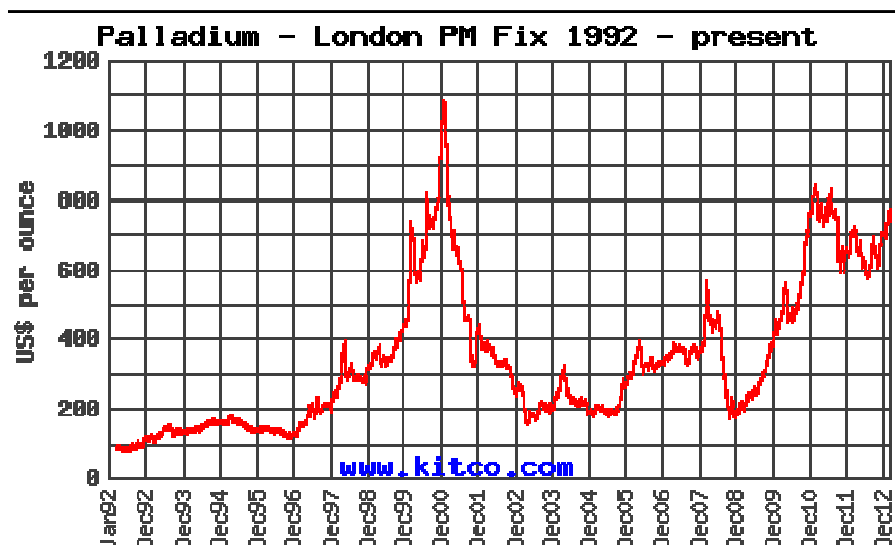
**Εικόνα 15 - Τιμή Χρυσού σε USD ανά ουγκιά από το 2000 έως σήμερα**



**Εικόνα 16 - Τιμή Αργυρού σε USD ανά ουγκιά από το 2000 έως σήμερα**



**Εικόνα 17 - Τιμή Πλατίνας σε USD ανά ουγκιά από το 1992 έως σήμερα**



**Εικόνα 18 - Τιμή Παλλάδιου σε USD ανά ουγκιά από το 1992 έως σήμερα**



Το προβλεπόμενο κόστος για το 2013 όσο αφορά τις πρώτες ύλες ακολουθεί στον Πίνακα 13:

**Πίνακας 13 - Προβλεπόμενο κόστος για το 2013**

Πρώτες ύλες	Ποσότητα 2013	Κόστος ανά μονάδα	2013
Χρυσός (σε ουγκιές)	50	1.460,00 €	73.000,00 €
Λευκόχρυσος (σε ουγκιές)	20	1.540,00 €	30.800,00 €
Άργυρος (σε ουγκιές)	400	28,00 €	11.200,00 €
Παλλάδιο (σε ουγκιές)	100	540,00 €	54.000,00 €
Διαμάντια (τεμάχια)	150	200,00 €	30.000,00 €
Άλλοι πολύτιμοι λίθοι (τεμάχια)	350	100,00 €	35.000,00 €
Ηλεκτρισμός (σε kwh)	5000	0,08 €	400,00 €
Νερό (γενικής χρήσεως) (σε τόνους)	5	90,00 €	450,00 €
<b>Ανταλλακτικά</b>	0	0,00 €	0,00 €
Ανταλλακτικά εξοπλισμού (τεμάχια)	15	30,00 €	450,00 €
<b>Στολές Εργασίας</b>	0	0,00 €	0,00 €
Φόρμες (τεμάχια)	5	35,00 €	175,00 €
Γάντια (ζευγάρια)	5	15,00 €	75,00 €
Μάσκες (τεμάχια)	5	50,00 €	250,00 €
<b>Υλικά Άλλων Αναγκών</b>	0	0,00 €	0,00 €
Χημικά (τεμάχια)	20	25,00 €	500,00 €
Αναλώσιμα (τεμάχια)	20	15,00 €	300,00 €
<b>Σύνολο</b>			<b>236.600,00 €</b>

Λόγω της ανοδικής τάσης των τιμών των μετάλλων που αποτελεί και την βασική πρώτη ύλη θα ήταν σκόπιμο να υπολογίσουμε τα επόμενα έτη με αυξημένη την τιμή των μετάλλων κατά 20% ενώ για τα υπόλοιπα στοιχεία με 5%.

Το προβλεπόμενο κόστος για το 2014 όσο αφορά τις πρώτες ύλες ακολουθεί στον Πίνακα 14:

**Πίνακας 14 - Προβλεπόμενο κόστος για το 2014**

Πρώτες ύλες	Ποσότητα 2014	Κόστος ανά μονάδα	2014
Χρυσός (σε ουγκιές)	60	1.752,00 €	105.120,00 €
Λευκόχρυσος (σε ουγκιές)	25	1.848,00 €	46.200,00 €
Άργυρος (σε ουγκιές)	480	33,60 €	16.128,00 €
Παλλάδιο (σε ουγκιές)	125	648,00 €	81.000,00 €
Διαμάντια (τεμάχια)	180	210,00 €	37.800,00 €
Άλλοι πολύτιμοι λίθοι (τεμάχια)	400	105,00 €	42.000,00 €
Ηλεκτρισμός (σε kwh)	6000	0,09 €	540,00 €
Νερό (γενικής χρήσεως) (σε τόνους)	6	94,50 €	567,00 €
<b>Ανταλλακτικά</b>			
Ανταλλακτικά εξοπλισμού (τεμάχια)	18	31,50 €	567,00 €
<b>Στολές Εργασίας</b>			
Φόρμες (τεμάχια)	5	36,75 €	183,75 €
Γάντια (ζευγάρια)	5	15,75 €	78,75 €
Μάσκες (τεμάχια)	5	52,50 €	262,50 €
<b>Υλικά Άλλων Αναγκών</b>	0	0,00 €	0,00 €
Χημικά (τεμάχια)	24	26,25 €	630,00 €
Αναλώσιμα (τεμάχια)	23	15,75 €	362,25 €
<b>Σύνολο</b>			<b>331.439,25 €</b>

Ο πίνακας για το 2015

**Πίνακας 15 - Προβλεπόμενο κόστος για το 2015**

Πρώτες ύλες	Ποσότητα 2015	Κόστος ανά μονάδα	2015
Χρυσός (σε ουγκιές)	72	2.102,40 €	151.372,80 €
Λευκόχρυσος (σε ουγκιές)	25,5	2.217,60 €	56.548,80 €
Άργυρος (σε ουγκιές)	576	40,32 €	23.224,32 €
Παλλάδιο (σε ουγκιές)	135	777,60 €	104.976,00 €
Διαμάντια (τεμάχια)	216	252,00 €	54.432,00 €
Άλλοι πολύτιμοι λίθοι (τεμάχια)	400	126,00 €	50.400,00 €
Ηλεκτρισμός (σε kwh)	7000	0,10 €	700,00 €
Νερό (γενικής χρήσεως) (σε τόνους)	6,5	113,40 €	737,10 €
<b>Ανταλλακτικά</b>	0	0,00 €	0,00 €
Ανταλλακτικά εξοπλισμού (τεμάχια)	20	37,80 €	756,00 €
<b>Στολές Εργασίας</b>	0	0,00 €	0,00 €
Φόρμες (τεμάχια)	5	44,10 €	220,50 €
Γάντια (ζευγάρια)	5	18,90 €	94,50 €
Μάσκες (τεμάχια)	5	63,00 €	315,00 €
<b>Υλικά Άλλων Αναγκών</b>	0	0,00 €	0,00 €
Χημικά (τεμάχια)	25	31,50 €	787,50 €
Αναλώσιμα (τεμάχια)	25	18,90 €	472,50 €
<b>Σύνολο</b>			<b>445.037,02 €</b>

Ο πίνακας για το 2016

**Πίνακας 16 - Προβλεπόμενο κόστος για το 2016**

<b>Πρώτες ύλες</b>	<b>Ποσότητα 2016</b>	<b>Κόστος ανά μονάδα</b>	<b>2016</b>
Χρυσός (σε ουγκιές)	82,5	2.413,87 €	199.144,00 €
Λευκόχρυσος (σε ουγκιές)	29	2.546,13 €	73.837,87 €
Άργυρος (σε ουγκιές)	661	46,29 €	30.599,89 €
Παλλάδιο (σε ουγκιές)	155	892,80 €	138.384,00 €
Διαμάντια (τεμάχια)	248	272,67 €	67.621,33 €
Άλλοι πολύτιμοι λίθοι (τεμάχια)	433	136,33 €	59.032,33 €
Ηλεκτρισμός (σε kwh)	8000	0,11 €	880,00 €
Νερό (γενικής χρήσεως) (σε τόνους)	7	122,70 €	858,90 €
<b>Ανταλλακτικά</b>	0	0,00 €	0,00 €
Ανταλλακτικά εξοπλισμού (τεμάχια)	22	40,90 €	899,80 €
<b>Στολές Εργασίας</b>	0	0,00 €	0,00 €
Φόρμες (τεμάχια)	5	47,72 €	238,58 €
Γάντια (ζευγάρια)	5	20,45 €	102,25 €
Μάσκες (τεμάχια)	5	68,17 €	340,83 €
<b>Υλικά Άλλων Αναγκών</b>	0	0,00 €	0,00 €
Χημικά (τεμάχια)	28	34,08 €	954,33 €
Αναλώσιμα (τεμάχια)	0	20,45 €	0,00 €
<b>Σύνολο</b>			<b>572.894,13 €</b>

Και τέλος ο πίνακας για το 2017

**Πίνακας 17 - Προβλεπόμενο κόστος για το 2017**

Πρώτες ύλες	Ποσότητα 2017	Κόστος ανά μονάδα	2017
Χρυσός (σε ουγκιές)	93,5	2.735,07 €	255.728,73 €
Λευκόχρυσος (σε ουγκιές)	31,75	2.884,93 €	91.596,63 €
Άργυρος (σε ουγκιές)	749	52,45 €	39.287,55 €
Παλλάδιο (σε ουγκιές)	172,5	1.011,60 €	174.501,00 €
Διαμάντια (τεμάχια)	281	298,67 €	83.925,33 €
Άλλοι πολύτιμοι λίθοι (τεμάχια)	458	149,33 €	68.394,67 €
Ηλεκτρισμός (σε kwh)	9000	0,12 €	1.080,00 €
Νερό (γενικής χρήσεως) (σε τόνους)	8	134,40 €	1.075,20 €
<b>Ανταλλακτικά</b>	0	0,00 €	0,00 €
Ανταλλακτικά εξοπλισμού (τεμάχια)	25	44,80 €	1.120,00 €
<b>Στολές Εργασίας</b>	0	0,00 €	0,00 €
Φόρμες (τεμάχια)	5	52,27 €	261,33 €
Γάντια (ζευγάρια)	5	22,40 €	112,00 €
Μάσκες (τεμάχια)	5	74,67 €	373,33 €
<b>Υλικά Άλλων Αναγκών</b>	0	0,00 €	0,00 €
Χημικά (τεμάχια)	30,5	37,33 €	1.138,67 €
Αναλώσιμα (τεμάχια)	30	22,40 €	672,00 €
<b>Σύνολο</b>			<b>719.266,45 €</b>

# **Κεφάλαιο 5 – Τεχνολογία και Μηχανολογικά**

## **5.1 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ**

Η μηχανολογία και η τεχνολογία αποτελούν δύο συστατικά στοιχεία που καθορίζουν και επηρεάζουν το πρόγραμμα παραγωγής της υπό ίδρυση μονάδας. Με άλλα λόγια, ο προγραμματισμός της παραγωγής και η εφικτότητα αυτού αποτελεί συνάρτηση καταρχήν της επιλογής κατάλληλης τεχνολογίας και κατ' επέκταση κατάλληλου μηχανολογικού εξοπλισμού.

Ο βασικός μηχανολογικός εξοπλισμός μιας μονάδας του κλάδου, χωρίζεται σε τρεις κύριες κατηγορίες μηχανημάτων.

- 1) Μηχανήματα παραγωγής χυτών κοσμημάτων: μηχανήματα που χρησιμοποιούνται για την τήξη και για την μορφοποίηση μετάλλου (λαστιχιέρα, κεριέρα, εξαέρωση, φυγοκεντρικό, αποκέρωση και φούρνος και στην συνέχεια χυτόπρεσσα).
- 2) Μηχανήματα κατασκευής καδενών. Πρόκειται για εξειδικευμένα

μηχανήματα, όπως οι συρματιέρες, οι φούρνοι συγκόλλησης και οι πλεκτικές μηχανές.

3) Μηχανήματα φινιρίσματος και λείανσης των προϊόντων (φλέξιμπλ, μπουράτο, δονητής στίλβωσης και το στεγνωτήριο).

Εκτός από τον βασικό μηχανολογικό εξοπλισμό στον οποίο αναφερθήκαμε παραπάνω, οι επιχειρήσεις του κλάδου χρησιμοποιούν και βοηθητικό εξοπλισμό όπως ζυγαριές καλούπια- μήτρες, μπανάκια κ.α..

Σε γενικές γραμμές στον κλάδο συσσωρεύτηκε στις δεκαετίες 70 και 80 ένας μεγάλος αριθμός μηχανικών μέσων ιδίως χυτόπρεσσοι και κύλινδροι εξέλασης. Λαμβάνοντας υπόψη τις τεχνολογικές εξελίξεις που σημειώθηκαν στο κλάδο της αργυροχρυσοχοΐας, μπορεί κανείς να ισχυρισθεί ότι ο μηχανολογικός εξοπλισμός του κλάδου βρίσκεται σε ικανοποιητικά επίπεδα.

Η παραπάνω άποψη, που επικρατεί σχετικά με την κατάσταση του μηχανολογικού εξοπλισμού δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν περιθώρια βελτίωσής του. Το μεγαλύτερο ποσοστό των παραγωγικών μονάδων του κλάδου χρησιμοποιεί μηχανολογικό εξοπλισμό με ηλικία πάνω από πέντε χρόνια. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με στοιχεία από μελέτη του ΕΛ.Κ.Α το μεγαλύτερο μέρος του εξοπλισμού (70%) είναι άνω των 5 ετών. Το 26% των επιχειρήσεων διαθέτουν εξοπλισμό 2-5 ετών και μόνο το 4% των επιχειρήσεων έχουν εξοπλισμό ηλικίας έως 2 ετών.

Το επίπεδο οργάνωσης των επιχειρήσεων θεωρείται αρκετά χαμηλό. Μερικοί από τους λόγους στους οποίους οφείλεται η παραπάνω κατάσταση είναι οι ακόλουθοι:

- η ανεπάρκεια των χώρων,
- το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων,
- η έλλειψη γνώσεων,

- η έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών και
- η νοοτροπία των επιχειρηματιών

Τα μέσα παραγωγής υπολειτουργούν και βρίσκονται σε αδράνεια το μεγαλύτερο χρόνο. Αν η ειδίκευση και ο καταμερισμός εργασιών στον κλάδο ήταν υψηλότερος, πολλά μέσα παραγωγής θα ήταν περιττά για τα εργαστήρια αφού μπορούσαν να κάνουν μαζικά τα χυτήρια και να προμηθεύονται από την αγορά έτοιμες πλάκες (κραμάτων 14, 18, ή 22K) και διάφορα χρυσά μέρη όπως καστόνια, κλίπς, σαρνιέρες κλπ.

## 5.2 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Η παραγωγή μη χειροποίητου κοσμήματος γνώρισε ριζική αναδιοργάνωση στην δεκαετία του 60 με την είσοδο της χυτόπρεσσας. Έκτοτε, υπήρξαν σημαντικές βελτιώσεις τόσο στην χυτόπρεσσα όσο και στα περιφερειακά μέσα (λαστιχιέρα, κεριέρα, νέα υλικά κλπ.).

Σοβαρές βελτιώσεις στην παραγωγή επήλθαν με την εισαγωγή της ηλεκτρονικής, ιδίως των ηλεκτρικών - ηλεκτρονικών χυτόπρεσσω και με τη χρήση μηχανών μαζικού φινιρίσματος (μπουράτα).

Τα βασικά μέσα και μηχανήματα ενός εργαστηρίου παραγωγής χειροποίητου κοσμήματος κυρίως χυτού είναι τα παρακάτω:

### 5.2.1 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ ΑΡΓΥΡΟΧΡΥΣΟΧΟΪΑΣ

<input type="checkbox"/> Σετ χυτόπρεσσας αποτελούμενο από: Κεριέρα, Λαστιχιέρα, Εξαέρωση, Αποκέρωση, Φούρνο, Χυτόπρεσσα	4.300,00 €
<input type="checkbox"/> Κύλινδρος 100 χιλ. Πλάκα - Σύρμα	360,00 €
<input type="checkbox"/> Πλυντήριο υπερήχων 2,6 λιτ. Θερμαινόμενο	500,00 €
<input type="checkbox"/> Εργάτης χειροκίνητος πλήρης 1,70 μτ.	350,00 €
<input type="checkbox"/> Αμμοβολή με 2 νούμερα άμμου	240,00 €
<input type="checkbox"/> Κομπρεσέρ αθόρυβο για αμμοβολή	750,00 €
<input type="checkbox"/> Λούστρο δύο θέσεων	400,00 €
<input type="checkbox"/> Μηχάνημα χάραξης Βερογράφος - Παντογράφος	800,00 €
<input type="checkbox"/> Ζυγός ηλεκτρονικού 1 κιλού. Ακριβείας 0,05	150,00 €
<input type="checkbox"/> Συσκευή επιμετάλλωσης με δοχείο 1 λίτρου, για χρύσωμα, πλατίνωμα,	1.300,00 €



επαργύρωμα	
<input type="checkbox"/> Ραουλοψάλιδο	700,00 €
<input type="checkbox"/> Φουρνάκι για σμάλτα	250,00 €
<input type="checkbox"/> Κολλητήρι κεριών ρυθμιζόμενης θερμοκρασίας	200,00 €
<input type="checkbox"/> Πάγκος εργασίας – κολώνα για φλεξίμπλ – τουρ/ μια θέση	500,00 €
<input type="checkbox"/> Φλεξίμπλ – Μοτέρ 7000 στρ. απλό	130,00 €
<input type="checkbox"/> Σετ οξυγόνου (μανόμετρο, μπουρού, λάστιχα, βαλβίδες αντ/φης)	650,00 €
<input type="checkbox"/> Κόφτης για μποκαδούρες	75,00 €
<input type="checkbox"/> Βάση με ελατήριο για χωνιά	190,00 €
<input type="checkbox"/> Τρουμπούλες βραχιολιού οβάλ	350,00 €
<input type="checkbox"/> Μπούστο ατσάλινο	200,00 €
<input type="checkbox"/> Στριφτικό κρίκων με 21 τεμ. μαλαφάδες	450,00 €
<input type="checkbox"/> Μπουτουνιέρα + μπορσόνια 2 – 25 χιλ.	600,00 €
<input type="checkbox"/> Ζάρι με λούκια	100,00 €
<input type="checkbox"/> Χύτης πλάκας όρθιος 100 X 50 X 5	250,00 €
<input type="checkbox"/> Χύτης σύρματος με 4 λούκια	500,00 €
<input type="checkbox"/> Τανάλια τραβήγματος απλή	50,00 €
<input type="checkbox"/> Τραμφίλλα στρογ. 3 – 0,5 χιλ.	200,00 €
<input type="checkbox"/> Τραμφίλλα στρογ. 6 – 3 χιλ.	200,00 €
<input type="checkbox"/> Τραμφίλλα στρογ. 9 – 6 χιλ.	200,00 €
<input type="checkbox"/> Τραμφίλλα παραλληλόγραμμη 6 – 3 χιλ.	200,00 €
<input type="checkbox"/> Τραμφίλλα μισοστρόγγυλη 6 – 3 χιλ.	200,00 €
<input type="checkbox"/> Τραμφίλλα τετράγωνη 6 – 3 χιλ.	200,00 €
<input type="checkbox"/> Τραμφίλλα οβάλ 6 – 3 χιλ.	200,00 €
<input type="checkbox"/> Επιτραπέζιος τροχός	400,00 €

Κόστος **16.145,00 €**

### **5.2.2 ΑΤΟΜΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ (ΑΝΑ ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ)**

<input type="checkbox"/> Ταναλάκι πλακέ	30,00 €
<input type="checkbox"/> Ταναλάκι ποντερό	30,00 €
<input type="checkbox"/> Ταναλάκι στρογγυλό	30,00 €
<input type="checkbox"/> Ταναλάκι μισοστρόγγυλο	30,00 €

<input type="checkbox"/> Ψαλίδι κόλλησης	45,00 €
<input type="checkbox"/> Σφυρί απλό 100 γρ.	10,00 €
<input type="checkbox"/> Τάκος ασάλινος 5 X 5	30,00 €
<input type="checkbox"/> Σκελετός σέγας	100,00 €
<input type="checkbox"/> Μπουρού προπανίου με 3 μπεκ	170,00 €
<input type="checkbox"/> Τουβλάκι κολλήματος	50,00 €
<input type="checkbox"/> Πόντα κολλήματος	25,00 €
<input type="checkbox"/> Πορσέλλα αυτόματη	75,00 €
<input type="checkbox"/> Πορσέλλα 16,5 πόντων	40,00 €
<input type="checkbox"/> Φτυαράκι – βούρτσα πάγκου	55,00 €
<input type="checkbox"/> Ντίζιερ δέλτα	150,00 €
<input type="checkbox"/> Κουμπάσο	30,00 €
<input type="checkbox"/> Μικρόμετρο βιδωτό	40,00 €
<input type="checkbox"/> Ξυλόσφυρο	10,00 €
<input type="checkbox"/> Τουμπουλές ασάλινος δακτυλιδιών	55,00 €
<input type="checkbox"/> Λιμαράκια 20 πόντων σετ 7 τεμαχίων.	100,00 €
<input type="checkbox"/> Λίμα μισοστρόγγυλη N.2 με τσαπί	30,00 €
<input type="checkbox"/> Σημαδευτήρι	35,00 €
<input type="checkbox"/> Πορτ καρεσουάρ	10,00 €
<input type="checkbox"/> Λαβή νυστεριού	20,00 €
<input type="checkbox"/> Λάμες	50,00 €

Κόστος 1.250,00 € \* 2 θέσεις εργασίας = **2.500,00 €**

### **5.2.3 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΧΑΡΑΚΤΙΚΗΣ - ΚΑΡΦΩΤΙΚΗΣ**

<input type="checkbox"/> Καλέμι ογγέλα	40,00 €
<input type="checkbox"/> Καλέμι πλακέ	40,00 €
<input type="checkbox"/> Τσαπί καλεμιού κοφτό	35,00 €
<input type="checkbox"/> Ροκέλλα	85,00 €
<input type="checkbox"/> Ξυλομέγγενη με πεταλούδα	30,00 €
<input type="checkbox"/> Λαδάκονο αρκανσας 90 X 25 χιλιοστά	115,00 €
<input type="checkbox"/> Καμινέτο οιοπνεύματος	50,00 €

Κόστος **395,00 €**

#### **5.2.4 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ ΟΡΥΚΤΟΛΟΓΙΑΣ**

<input type="checkbox"/> Διαθλασίμετρο	85,00 €
<input type="checkbox"/> Μικροσκόπιο Γεωλογικό	90,00 €
<input type="checkbox"/> Διχροσκόπιο	140,00 €
<input type="checkbox"/> Πολαροσκόπιο	70,00 €
<input type="checkbox"/> Μεγεθυντικός φακός (λούπια)	75,00 €
<input type="checkbox"/> Βιβλιογραφία για ενημέρωση βιβλιοθήκης	500,00 €

Κόστος **960,00 €**

#### **5.2.5 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ**

<input type="checkbox"/> Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές	4.500,00 €
<input type="checkbox"/> Χρηματοκιβώτιο ασφάλειας	3.000,00 €
<input type="checkbox"/> Σύστημα συναγερμού	2.500,00 €

Κόστος **10.000,00 €**

Ο εξοπλισμός των εργαστηρίων απαιτεί ελάχιστη διάθεση κεφαλαίου **30,000** ευρώ.

### **5.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ**

Οι επιχειρήσεις του κλάδου συνεχίζουν μια μακρόχρονη παράδοση στο σχεδιάσμά και την κατασκευή κοσμημάτων αλλά και εικόνων, κορνιζών κ.α.. Σχεδιάζουν, παράγουν και πωλούν συναρμολογημένα ή και μοναδιαία προϊόντα.

Οι υφιστάμενες παραγωγικές διαδικασίες περιλαμβάνουν τις εξής:

- Παραγωγή πρωτοτύπου.
- Παραγωγή κέρινων ομοιωμάτων εξαρτημάτων τελικού προϊόντος.
- Παραγωγή γύψινου αρνητικού δένδρου
- Χύτευση.
- Σφυρηλάτηση
- Λείανση και φινίρισμα.
- Σφράγιση
- Ηλεκτρολυτική επιχρύσωση (αν αυτό κρίνεται απαραίτητο).
- Συναρμολόγηση
- Κάρφωμα πολυτίμων και ημιπολύτιμων λίθων.
- Συσκευασία

### **5.3.1 Νέες επεμβάσεις στη παραγωγή**

Ο κλάδος της αργυροχρυσοχοΐας έχει γίνει δέκτης συνεχών τεχνολογικών αλλαγών και βελτιώσεων τις τελευταίες δεκαετίες. Οι νέες τεχνικές προέρχονται είτε από την επέμβαση του επιχειρηματία και του προσωπικού για καλύτερα αποτελέσματα είτε από τις εταιρείες κατασκευής μέσω παραγωγής για τον κλάδο.

Οι πιο διαδεδομένες νέες τεχνικές που εμφανισθήκαν τα τελευταία χρόνια από πλευράς τεχνητών ήταν:

#### ***Κάρφωμα των πετρών πάνω στο κερί***

Αυτό επιτεύχθηκε μετά την βελτίωση της ανθεκτικότητας των πετρών από τους κατασκευαστές που επέτρεψε την τεχνική αυτή. Με την τεχνική του καρφώματος έχουμε

- κατακόρυφη πτώση του κόστους δεσίματος,
- απλοποίηση της εργασίας και άνοδο της παραγωγικότητας.

Από την άλλη παρουσιάζεται, ένα ποσοστό μείωσης της λάμψης των πετρών και ταχύτερη φθορά κατά τη χρήση τους, αλλά και αύξηση της εμφάνισης σκάρτων κατά τη χύτευση, λόγω μη ικανού πάντα δεσίματος της πέτρας από το μέταλλο.

### ***Παραγωγή σχεδίων - μοντέλων σε κερι***

Αυτό επέτρεψε την μεγάλη παραγωγή νέων σχεδίων με πολλές παραλλαγές και ελάχιστο κόστος. Από πλευράς τεχνικών μέσων οι πιο σημαντικές βελτιώσεις προήλθαν από τον Η/Υ στον σχεδιασμό. Όσο αφορά την χρήση Η/Υ στον σχεδιασμό πρέπει να σημειωθεί ότι το Ε.Λ.Κ.Α. λειτουργεί σχεδιαστικό τμήμα, το οποίο περιλαμβάνει ηλεκτρονικό υπολογιστή Silicon Graphics, το πρόγραμμα σχεδιασμού τρισδιάστατης απεικόνισης Pro-Designer και ο πρόγραμμα στερεάς μοντελοποίησης Pro-Engineer. Το σύστημα αυτό συνδέεται με δεύτερο υπολογιστή που στεγάζεται το πακέτο προγραμμάτων Modem Maker που είναι συνοδευτικό της μηχανής κατασκευής μοντέλων. Ο σταθμός αυτός είναι συνδεδεμένος με την μηχανή ταχείας κατασκευής μοντέλων τρισδιάστατης εκτύπωσης του κεριού, Modern maker II.

#### *Άλλες Τεχνικές*

Επίσης η εισαγωγή του μαγνητικού μπουράτου για το φινίρισμα και της ηλεκτρονικής στην χύτευση και στο λιώσιμο βελτίωσε σημαντικά την τεχνική παραγωγής των κοσμημάτων

- Μαγνητικό Μπούρατο

Τα μαγνητικά μπουράτα αποτελούν τον μοναδικό τρόπο που υπάρχει για να γυαλιστούν τα εσωτερικά σημεία και οι οπές ενός αντικειμένου. Αυτό το επαναστατικό σύστημα επιτρέπει αξιοσημείωτη μείωση χρόνου γυαλίσματος αν συγκριθεί με άλλες παραδοσιακές στιλβωτικές μηχανές.

- Επαγωγική φυγοκεντρική χυτόπρεσσα κενού υψηλής συχνότητας:

Αποτελεί την πλέον σύγχρονη και αποδοτική μέθοδο παραγωγής κοσμημάτων υψηλής ποιότητας από πολύτιμα μέταλλα. Ο έλεγχος από σύστημα μικροϋπολογιστών κάνει τον χειρισμό πολύ εύκολο.

- Μηχανές συγκόλλησης μετάλλων με την μέθοδο λέιζερ

Από τα εργαστήρια αργυροχρυσοχοΐας η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται για πολύπλοκες επισκευές. Με την μέθοδο λέιζερ μπορεί να γίνει οποιοδήποτε είδος κόλλησης, χωρίς να αντιμετωπίζεται κανένα πρόβλημα σε οποιοδήποτε είδος πέτρας. Με τη μέθοδο αυτή το κόσμημα δεν εκτίθεται σε θερμική επιβάρυνση, έτσι καθίσταται δυνατή η συγκόλληση σε περιοχές που γειτνιάζουν άμεσα με μαργαριτάρια ή ευαίσθητους πολύτιμους λίθους. Επίσης μπορούν να πραγματοποιηθούν επισκευές σε κοσμήματα αντίκες, όπου έχει ήδη πραγματοποιηθεί συγκόλληση με ψευδάργυρο.

## **Κεφάλαιο 6 – Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα**

### **6.1 ΓΕΝΙΚΑ**

Οργάνωση είναι ο τρόπος με τον οποίο δομούνται και καθορίζονται σε οργανωσιακές μονάδες οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες κάθε επιχείρησης, άρα και της νέας μονάδας. Οι οργανωσιακές μονάδες αντιπροσωπεύονται από το διευθυντικό προσωπικό και το εργατικό δυναμικό και έχουν ως στόχο τον συντονισμό και τον έλεγχο της αποδόσεως της επιχείρησής μας και την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

Η οργανωσιακή δομή μιας επιχείρησης δείχνει την μεταβίβαση υπευθυνότητας στις διάφορες λειτουργικές μονάδες της εταιρείας, και απεικονίζεται με ένα οργανόγραμμα. Η οργάνωση σχεδιάζεται παράλληλα με τις υπόλοιπες λειτουργίες της επιχείρησης και δεν υπάρχει μόνο ένα οργανωτικό πρότυπο.

Σκοπός λοιπόν της οργανωσιακής δομής είναι να καθιερώσει ένα σύστημα ρόλων και εξειδικευμένων λειτουργιών, όπου κάθε άτομο που εργάζεται μέσα στην παραγωγική μονάδα, να είναι σε θέση να συμβάλει στην ομαδική ή συλλογική προσπάθεια για να επιτευχθούν οι αντικειμενικοί σκοποί της επιχείρησης.

Την εκτελεστική Διοίκηση της νέα μονάδας την ασκεί η Φάλια Μαζοπούλου. Σύνθεση αρμοδιότητες και όλα τα συναφή περί διοικήσεως, λήψη αποφάσεων ανώτατου επιπέδου καθώς και ευθύνες - δεσμεύσεις της μονάδας έναντι τρίτων καθορίζονται από την ίδια.

## **6.2 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΔΟΜΗ**

Ο Διευθυντής της νέας μονάδας θα είναι η Φάλια Μαζοπούλου. Ο διευθυντής θα έχει καθαρά διοικητικά καθήκοντα και θα ευθύνεται για την εκ μέρους όλων τήρηση των διατάξεων των σχετικών με τη λειτουργία, τον έλεγχο, την αρτιότητα και τη γενική εμφάνιση της νέας μονάδας.

Τα τμήματα θα είναι τα εξής:

- Γενική Διεύθυνση
- Διεύθυνση Οικονομικών & Διοικητικών Υπηρεσιών
- Τμήμα Παραγωγής
- Τμήμα Marketing και Διαφημίσεων
- Τμήμα Ηλεκτρονικού Εμπορίου & Μηχανογράφησης

### **6.2.1 Διεύθυνση Οικονομικών & Διοικητικών Υπηρεσιών**

Στη Διεύθυνση Οικονομικών θα υπάγονται τα οικονομικά τμήματα της νέας μονάδας.

- Λογιστήριο
- Τμήμα Ανθρωπίνων Πόρων (οργάνωσης προσωπικού)



### **6.2.2 Τμήμα Παραγωγής**

- Τμήμα Κατασκευής και επιδιόρθωσης
- Τμήμα Προμηθειών

Κατασκευή και επιδιόρθωση κοσμημάτων. Προμήθεια πρώτων υλών.

### **6.2.3 Διάρθρωση Τμήματος Marketing & Πωλήσεων**

- Υπεύθυνος Marketing και Πωλήσεων

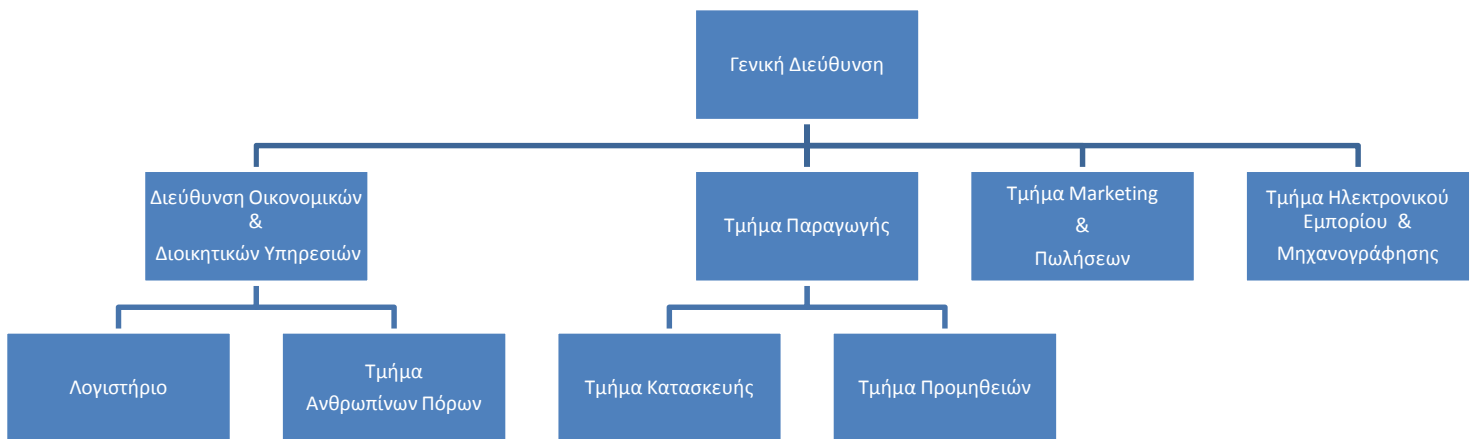
Θέματα προώθησης, Έρευνας και Διαφημίσεων

### **6.2.4 Τμήμα Ηλεκτρονικού Εμπορίου & Μηχανογράφησης**

- Προγραμματιστής

Συντήρηση Ηλεκτρονικού Καταστήματος και ομαλή λειτουργία της μηχανογράφησης.

Τα ανωτέρω φαίνονται στο ακόλουθο σχήμα.



**Εικόνα 19 – Οργανόγραμμα**

### **6.3 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ**

Ο καθορισμός της οργανωσιακής δομής και οργάνωσης της νέας μονάδας διευκολύνει κατά πολύ τον εντοπισμό των γενικών εξόδων. Η απεικόνιση των τμημάτων της νέας μονάδας βοηθάει στον εντοπισμό των κέντρων κόστους, από όπου προκύπτουν τα γενικά έξοδα. Για τη νέα μονάδα στην κατηγορία των γενικών εξόδων, περιλαμβάνονται όλα τα έμμεσα κόστη που δεν μπορούν να συνδεθούν άμεσα με τα προϊόντα που προσφέρει η μονάδα αυτή.

Συγκεκριμένα περιλαμβάνονται οι δαπάνες για:

- Έξοδα διοίκησης (επικοινωνία, εφόδια γραφείων, ασφάλιστρα κτιρίων κ.ά.)
- Γενικά έξοδα

Για το 2013 – 2016 τα Γενικά Έξοδα με πρόβλεψη για αύξηση 5% για το 2014 και το 2015 παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

## Πίνακας 18 – Σύνολο Γενικών Εξόδων

	Γενικά Έξοδα 2013	Γενικά Έξοδα 2014	Γενικά Έξοδα 2015	Γενικά Έξοδα 2016	Γενικά Έξοδα 2017
<b>Έξοδα διοίκησης</b>	<b>36.000</b>	<b>37.800</b>	<b>39.690</b>	<b>41.520</b>	<b>43.365</b>
Επικοινωνία	20.000	21000	22050	23.067	24.092
Εφόδια Γραφείων	2.500	2625	2756,25	2.883	3.011
Δημοτικά τέλη	5.000	5250	5512,5	5.767	6.023
Ασφάλιστρα	7.500	7875	8268,75	8.650	9.034
Άλλα Έξοδα διοίκησης	1.000	1050	1102,5	1.153	1.205
<b>Γενικά Έξοδα</b>	<b>17.200</b>	<b>18.060</b>	<b>18.963</b>	<b>19.837</b>	<b>20.719</b>
Συντήρηση Μηχανημάτων	2.000	2100	2205	2.307	2.409
Έξοδα καθαρισμού	3.500	3675	3858,75	4.037	4.216
Νερό	700	735	771,75	807	843
Ρεύμα	7.000	7350	7717,5	8.073	8.432
Ηλεκτρονικό Κατάστημα	4.000	4200	4410	4.613	4.818
<b>Σύνολο</b>	<b>53.200</b>	<b>55.860</b>	<b>58.653</b>	<b>61.357</b>	<b>64.084</b>

## 6.4 ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

### 6.4.1 Οργάνωση επιχείρησης κατά ISO 9000:2000

Η διεθνής σειρά προτύπων ISO 9000:2000 καταγράφει τρόπους για τη δημιουργία, τεκμηρίωση και διατήρηση ενός αποτελεσματικού συστήματος διασφάλισης ποιότητας, το οποίο θα επιδείξει στους πελάτες τη δέσμευση στη διασφάλιση της ποιότητας και την ικανοποίηση των αναγκών τους.

Καθοριστικό παράγοντα για την οργάνωση της επιχείρησης κατά ISO 9000:2000 συνετέλεσε η εκτίμηση ότι η υιοθέτηση του προτύπου θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης. Επίσης, οι συνεργάτες της επιχείρησης

απαιτούν την εφαρμογή συστήματος διαχείρισης ποιότητας πριν τη σύναψη εμπορικών συμφωνιών.

Μερικά από τα οφέλη της πιστοποίησης κατά ISO 9000 συνοψίζονται ακολούθως:

### ***Οφέλη Αγοράς***

- Αυξημένη εμπιστοσύνη πελατών
- Καλύτερη εικόνα (image) στην αγορά
- Καλύτερη επικοινωνία με τους συνεργάτες και προμηθευτές
- Ικανότητα προσέλκυσης νέων πελατών και διατήρηση των υφιστάμενων
- Μείωση παραπόνων πελατών
- Μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης

### ***Οφέλη στην Λειτουργία της Επιχείρησης***

- Βελτίωση διαδικασίας ελέγχου παράδοσης
- Καλύτερη εκπαίδευση προσωπικού
- Καλύτερη ενημέρωση προσωπικού για τους παράγοντες που ικανοποιούν τους πελάτες
- Μείωση λειτουργικών κοστών
- Μείωση εξόδων
- Απλοποίηση διαδικασιών ρουτίνας
- Βελτίωση σχεδιασμού προϊόντων
- Αυξημένα κίνητρα προσωπικού

Το κόστος ανάπτυξης συστήματος ISO 9000 από συμβούλους επιχειρήσεων ανέρχεται σε περίπου **€ 7.000,00**

## **Κεφάλαιο 7 – Ανθρώπινοι Πόροι**

### **7.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ**

Οι επιχειρήσεις και γενικά οι κάθε είδους οργανισμοί στελεχώνονται και διοικούνται από ανθρώπους. Κατ' επέκταση, οι εργαζόμενοι αποτελούν έναν από τους καθοριστικότερους συντελεστές παραγωγής, για να λειτουργήσει και να επιτύχει τους στόχους της μια επιχορήγηση.

Για το λόγο αυτό, η Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων, στο ιδιαίτερο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της κάθε επιχείρησης, είναι μια λειτουργία της επιχείρησης που περιλαμβάνει ένα σύνολο ενεργειών, οι οποίες θα πρέπει να πραγματοποιηθούν, για να έχει η επιχείρηση τη δυνατότητα να αποκτήσει και να αξιοποιήσει ικανούς εργαζομένους για την επίτευξη των στόχων της.

#### **7.1.1 Ανάλυση Εργασίας**

Με την ανάλυση εργασίας κάθε θέσης εξετάζονται ξεχωριστά οι επιμέρους διευθύνσεις της υπό μελέτη μονάδας και αναλύονται οι απαιτήσεις κάθε μιας,

τόσο ως προς τον αριθμό των ατόμων που θα απασχολούν όσο και ως προς τις απαιτούμενες δεξιότητες, που θα πρέπει να διαθέτουν τα άτομα αυτά.

Την ευθύνη για την ανάλυση εργασίας έχει ο Διευθυντής της νέας μονάδας σε συνεργασία με τις αρμόδιες Διευθύνσεις. Αναλυτικότερα η ανάλυση εργασίας για την υπό ίδρυση μονάδα έχει ως εξής:

### ***Θέση: Διευθυντής***

Τα καθήκοντα του περιλαμβάνουν:

- Συντονίζει τις απαραίτητες ενέργειες που αφορούν στην κατάρτιση του εταιρικού επιχειρησιακού σχεδίου και του ετήσιου προϋπολογισμού.
- Παρακολουθεί, μελετά και αναλύει τους λόγους (θετικής/ αρνητικής) απόκλισης των κυρίων μεγεθών της εταιρίας σε σχέση με τον προϋπολογισμό και τα αποτελέσματα του προηγούμενου έτους ανά μήνα και περίοδο.
- Διενεργεί προβλέψεις για τα βασικά μεγέθη της επιχείρησης.
- Κατευθύνει και συντονίζει το έργο του Λογιστηρίου της Εταιρίας.

### ***Θέση: Υπεύθυνος Λογιστηρίου και Μισθοδοσίας***

Τα καθήκοντα του περιλαμβάνουν:

- Την καταχώρηση οικονομικών πράξεων στα λογιστικά βιβλία, σύμφωνα με τα τιμολόγια, τα κοστολόγια, τα γραμμάτια εισπράξεων, τα εντάλματα πληρωμών και με άλλα δικαιολογητικά μιας εταιρείας.
- Την τήρηση των βασικών λογιστικών βιβλίων της εταιρείας (ημερολόγιο - γενικό - καθολικό).

- Τη σύνταξη μηνιαίων ισοζυγίων των λογαριασμών και των μισθοδοτικών καταστάσεων του προσωπικού τις επιχείρησης.
- Τη συγκέντρωση στοιχείων προκειμένου για την σύνταξη δηλώσεων προς την εφορία.
- Την οργάνωση του λογιστηρίου και τη διαμόρφωση του λογιστικού συστήματος.
- Τη διενέργεια εσωτερικού ελέγχου στα οικονομικά της επιχείρησης.
- Τη σύνταξη προϋπολογισμών.
- Τη διεκπεραίωση όλων των διαδικαστικών ενεργειών που αφορούν θέματα προσωπικού (προσλήψεις, απολύσεις, συμβάσεις, σχέσεις με φορείς του δημοσίου κλπ.).

### ***Θέση: Διευθυντής Marketing***

Τα καθήκοντα του περιλαμβάνουν:

- Προώθηση κοσμημάτων
- Διαφήμιση σε έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο.
- Υπεύθυνος για την δημιουργία καλού brand name.

### ***Θέση: Αργυροχρυσόχοος***

Τα καθήκοντα του περιλαμβάνουν:

- Σχεδιασμός κοσμημάτων
- Κατασκευή κοσμημάτων
- Επισκευή κοσμημάτων



### ***Θέση: Υπεύθυνος Προμηθειών***

Τα καθήκοντα του περιλαμβάνουν:

- Έλεγχος ποιότητας των πρώτων υλών
- Διαπραγμάτευση με προμηθευτές
- Προγραμματισμός προμηθειών

### ***Θέση: Πωλητής***

Τα καθήκοντα του περιλαμβάνουν:

- Εξυπηρέτηση πελατών

### ***Θέση: Υπεύθυνος Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Μηχανογράφησης***

Τα καθήκοντα του περιλαμβάνουν:

- Λειτουργία Ηλεκτρονικού Καταστήματος
- Προώθηση προϊόντων μέσω Ιντερνέτ
- Απρόσκοπτη λειτουργία της μηχανογράφησης του καταστήματος

## **7.2 ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

### **7.2.1 Διαδικασία Πρόσληψης Υπαλλήλων**

Η διαδικασία πρόσληψης και επιλογής υποψηφίων για την νέα μονάδα θα είναι οι εξής :

1. Αίτηση απασχόλησης
2. Προκαταρκτική εξέταση – Συνέντευξη
3. Δοκιμασίες (test). Σε αυτή τη φάση της διαδικασίας γίνονται τεστ γνώσεων για την εργασία, τεστ εκτέλεσης εργασίας
4. Συνέντευξη επιλογής
5. Επιβεβαίωση των πληροφοριών που αφορούν το παρελθόν του υποψηφίου
6. Τελική απόφαση επιλογής. Αυτή θα γίνεται με συνδυασμό της προσωπικής κρίσης και εκτίμησης των εξεταστών για το άτομο και με στατιστική αξιολόγηση των ικανοτήτων των ατόμων. Συνοπτικά ο τρόπος αυτός έχει ως εξής: Οι πιο καθοριστικοί παράγοντες/χαρακτηριστικά των υποψηφίων, θα σταθμίζονται με συγκεκριμένο συντελεστή βαρύτητας. Τα ποσοτικοποιημένα δεδομένα θα συνδυάζονται μέχρι να βγει το τελικό αποτέλεσμα.

### **7.2.2 Πηγές Προσέλκυσης Υποψηφίων**

Ως προσέλκυση υποψηφίων ορίζεται η διαδικασία εντοπισμού και πρόσκλησης κατάλληλων ατόμων για την κάλυψη των θέσεων εργασίας

Αυτές οι πηγές θα είναι οι εξής :

- Σχόλες Αργυροχρυσοχοΐας
- Γραφεία ΟΑΕΔ
- Διαδίκτυο
- Ανακοινώσεις σε εκθέσεις αργυροχρυσοχοΐας

### **7.3 ΕΠΙΤΕΛΙΚΟ ΚΑΙ ΒΟΗΘΗΤΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ**

Το επιτελικό προσωπικό θα στηρίζει την λειτουργία των διευθύνσεων και θα περιλαμβάνει τα κύρια στελέχη κάθε διεύθυνσης, δηλαδή τους διευθυντές. Τα άτομα που απαιτούνται εκτός από τους διευθυντές είναι οι βοηθοί και τα άτομα για εργασίες που δεν αφορούν την παραγωγή κοσμημάτων και πώληση.

#### **7.3.1 Επιτελικό προσωπικό**

Ένα άτομο διευθυντής της διεύθυνσης οικονομικών και διοικητικών υπηρεσιών

Ένα άτομο διευθυντής της διεύθυνσης Marketing

Ένα άτομο διευθυντής της διεύθυνσης Παράγωγης

Ένα άτομο διευθυντής της διεύθυνσης Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Μηχανογράφησης

#### **7.3.2 Υπαλληλικό – Βοηθητικό Προσωπικό**

Ένας Λογιστής για το τμήμα λογιστηρίου που υπάγεται στην διεύθυνση οικονομικών και διοικητικών υπηρεσιών

Ένας υπάλληλος για το τμήμα Ανθρωπίνων Πόρων που υπάγεται στην διεύθυνση οικονομικών και διοικητικών υπηρεσιών

#### **7.4 ΑΝΤΑΜΟΙΒΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Η ανταμοιβή των εργαζομένων αποτελεί ουσιαστικό και κύριο καθοριστικό παράγοντα, αφενός, για την προσέλκυση καταλλήλων ικανών υποψηφίων και την παραμονή τους στην επιχείρηση και αφετέρου για το επίπεδο απόδοσης (ποσοτικό και ποιοτικό) και την εν γένει συμπεριφορά τους. Σε γενικές γραμμές η αμοιβή έχει δύο συνιστώσες:

- Την άμεση οικονομική παροχή, την οποία αποτελούν ο μισθός, δηλαδή, η βασική (καθαρή) αποζημίωση και τα κίνητρα - βραβεία, δηλαδή η επιπλέον ανταμοιβή που καταβάλλεται για την προσπάθεια και τα αποτελέσματα τα οποία επιτυγχάνει ο εργαζόμενος.
- Την έμμεση οικονομική παροχή, την οποία αποτελούν οι διάφορες άλλες υποχρεώσεις του εργοδότη (λ.χ. κοινωνική και ιατρική ασφάλιση) και οι πρόσθετες παροχές (οφέλη), που δεν σχετίζονται άμεσα με την απόδοση της θέσεως εργασίας.

Το σύστημα αμοιβής θα είναι επί μηνιαίας βάσεως (μισθός) για όλα τα άτομα που θα εργάζονται στην νέα μονάδα, χωρίς εξαιρέσεις. Συγκεκριμένα στο τέλος του κάθε μήνα η εταιρεία θα καταθέτει στην Eurobank, σε λογαριασμούς του υπαλληλικού και εργατικού δυναμικού το χρηματικό ποσό που θα δικαιούνται. Ο κάθε εργαζόμενος στην νέα μονάδα θα δουλεύει σύμφωνα με το ωράριο καταστημάτων και όπως ορίζει ο νόμος.

Ακόμη όλοι οι εργαζόμενοι στην νέα μονάδα θα είναι ασφαλισμένοι σύμφωνα με τον νόμο και θα δικαιούνται νοσοκομειακή και ιατρική περίθαλψη. Η εξέλιξη των εργαζομένων μέσα στη νέα μονάδα θα είναι αποτέλεσμα της δικιάς τους προσπάθειας, αφού η αποδοτικότητα του καθένα θα παίζει μεγάλο ρόλο στο να μπορέσει ο κάθε εργαζόμενος να ξεχωρίσει και να αναγνωριστεί.

Ακόμη η νέα μονάδα για τον καθορισμό της αμοιβής των μηνιαίων μισθών και την αναπροσαρμογή αυτών θα λαμβάνει υπόψη παράγοντες που σχετίζονται με την ίδια την μονάδα αλλά και παράγοντες από το εξωτερικό της περιβάλλον. Αυτοί είναι:

- Οι αμοιβές των ανταγωνιστών
- Η κυβερνητική πολιτική και οι νομοθετικές ρυθμίσεις
- Το κόστος ζωής και ο πληθωρισμός
- Η απόδοση του κάθε εργαζομένου ξεχωριστά

Η νέα μονάδα θα επιδιώκει πάντα το σύστημα αμοιβών της να είναι εναρμονισμένο με τις αρχές της ατομικής δικαιοσύνης, της εταιρικής δικαιοσύνης και της ανταγωνιστικότητας. Για αυτόν τον λόγο η νέα μονάδα κάθε χρόνο θα προβαίνει σε αύξηση των μισθών του ανθρώπινου δυναμικού της τουλάχιστον κατά το ποσοστό του πληθωρισμού.

#### **7.4.1 Κόστος Ανθρώπινου Δυναμικού**

Το κόστος του ανθρωπίνου δυναμικού που θα απασχολείται στο νέο κατάσταση, θα διαχωρίζεται σε:

- Κόστος εργατικού δυναμικού και
- Κόστος επιτελικού προσωπικού.

Οι πρόσθετες παροχές και υποχρεώσεις υπολογίζονται βάσει του συντελεστή 1,30 ο οποίος τίθεται για να καλύψει τη συμμετοχή του εργοδότη σε αυτές, ενώ οι συνολικές αμοιβές θα αναπροσαρμόζονται κάθε έτος κατά 2,50%.

### Πίνακας 19 - Κόστος εργατικού δυναμικού

Ειδίκευση	Ποσότητα	Μηνιαίος Μισθός (σε €)	Ετήσιο Κόστος (σε €)
Αργυροχρυσοχόος	2	1.000,00 €	36.400,00 €
Υπεύθυνος Προμηθειών	1	1.000,00 €	18.200,00 €
Πωλητές	2	800,00 €	29.120,00 €
<b>Σύνολο</b>	<b>5</b>	<b>2.800,00 €</b>	<b>83.720,00 €</b>

### Πίνακας 20 - Κόστος επιτελικού προσωπικού

Ειδίκευση	Ποσότητα	Μηνιαίος Μισθός (σε €)	Ετήσιο Κόστος (σε €)
Διευθυντές	4	1.700,00 €	123.760,00 €
Λογιστής	1	900,00 €	16.380,00 €
Υπάλληλος Ανθρώπινου Δυν.	1	800,00 €	14.560,00 €
<b>Σύνολο</b>	<b>6</b>	<b>3.400,00 €</b>	<b>154.700,00 €</b>

### Πίνακας 21 – Μισθολογικό κόστος

Έτος	Αναπροσαρμογή	Συνολικό Κόστος
2013		238.420,00 €
2014	2,50%	244.380,50 €
2015	2,50%	250.490,01 €
2016	2,50%	256.500,18 €
2017	2,50%	262.535,19 €

Στον Πίνακα 19 και Πίνακα 20 φαίνονται οι εκτιμήσεις του κόστους του ανθρώπινου δυναμικού, για το πρώτο έτος λειτουργίας της μονάδας, ενώ στον

Πίνακας 21 παρουσιάζεται η προβολή των εκτιμήσεων αυτών για τα επόμενα έτη λειτουργίας της μονάδας.

# **Κεφάλαιο 8 – Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης , Περιβάλλον**

## **8.1 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΧΩΡΟΥΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ**

Οι απαιτούμενοι χώροι για την νέο κατάστημα είναι οι εξής

- 200τμ για την διάθεση προς το κοινό των κοσμημάτων
- 100τμ για το εργαστήριο της αργυροχρυσοχοΐας
- 100τμ για την στέγαση των Διευθύνσεων.

Το ιδανικό είναι να συστεγάζονται αλλά επειδή η επιβάρυνση στο ενοίκιο θα είναι μεγάλη όπως και η δυσκολία εύρεσης τόσο μεγάλου χώρου στο Μοναστηράκι θα μπορούσε το κατάστημα να βρίσκεται στο ισόγειο και το εργαστήριο με τις Διευθύνσεις σε κάποιον όροφο του ίδιου κτηρίου ή αρκετά κοντά. Το ενοίκιο<sup>7</sup> για καταστήματα σε καλή τοποθεσίας και κυμαίνονται από 20 έως 30 ευρώ το τετραγωνικό μέτρο. Αντίθετα το ενοίκιο για επαγγελματική στέγη (γραφεία σε όροφο) κυμαίνονται από 7 έως 15 ευρώ το τετραγωνικό μέτρο.

---

<sup>7</sup> <http://www.spitogatos.gr/>

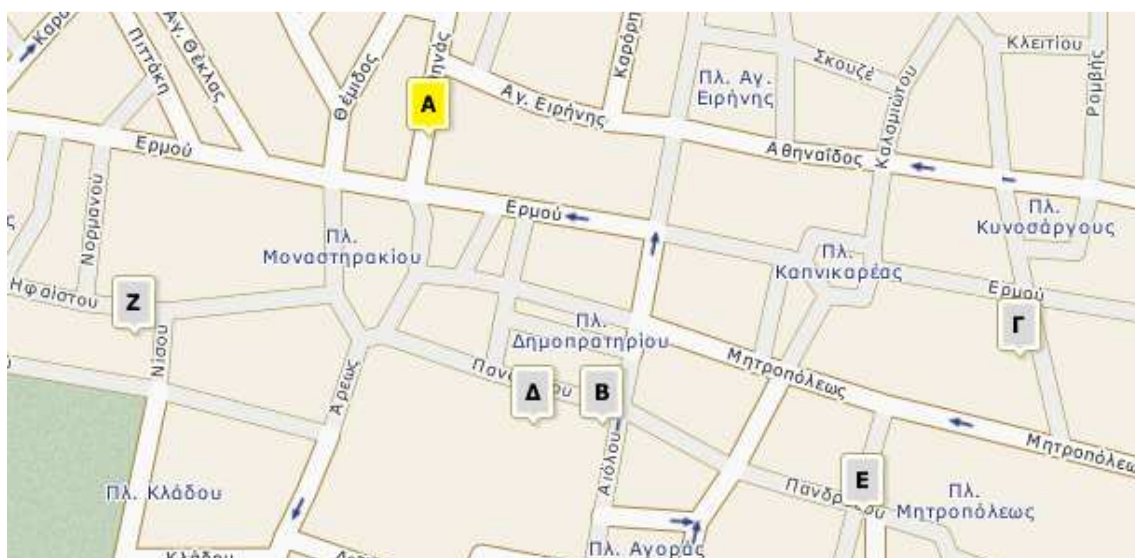




**Εικόνα 20 – Απαιτούμενος χώρος και διαρρύθμιση του χώρου του καταστήματος**

## 8.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

Η επιλογή της τοποθεσίας έγινε λόγο της μεγάλης τουριστικής κίνησης και του μικρού ανταγωνισμού από κοσμηματοπωλεία στην περιοχή όπως φαίνεται στις παρακάτω εικόνες. Οι περιοχές του Συντάγματος και του Κολωνακίου έχουν μεγάλο αριθμό κοσμηματοπωλείων σε μικρή απόσταση και επιπρόσθετα το Κολωνάκι δεν αποτελεί τουριστικό προορισμό.



**Εικόνα 21 – Κοσμηματοπωλεία στην περιοχή Μοναστηράκι, Πηγή: vrisko.gr**



**Εικόνα 22 - Κοσμηματοπωλεία στην περιοχή Συντάγματος , Πηγή: vrisko.gr**



**Εικόνα 23 - Κοσμηματοπωλεία στην περιοχή Κολωνάκι , Πηγή: vrisko.gr**

## 8.3 ΚΡΙΤΗΡΙΑ – ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ

### 8.3.1 Γενικά

Τα κριτήρια και οι προδιαγραφές για την λειτουργία του παραγωγικού τομέα της επιχείρησης που είναι χαμηλής όχλησης περιγράφονται στον νέο νόμο 3982/2011<sup>8</sup> με τον οποίο επιταχύνεται η αδειοδοτική διαδικασία των μεταποιητικών επιχειρήσεων, μειώνεται το κόστος για την έκδοση της άδειας και αποσαφηνίζονται οι διαδικασίες αδειοδότησης.

#### Ειδικότερα, σχετικά με τη φιλοσοφία της διαδικασίας αδειοδότησης:

- Για τις δραστηριότητες **χαμηλής όχλησης** (σύμφωνα με την ΚΥΑ 13727/724/24.07.2003, ΦΕΚ 1087 Β΄) οι οποίες αποτελούν περίπου το 75%-80% των αδειοδοτήσεων στη χώρα, εφαρμόζεται ένα νέο μοντέλο «**πρώτα αδειοδοτώ**» (θέτοντας τις αναγκαίες απαιτήσεις) και «**μετά ελέγχω**».
- Για τις δραστηριότητες **μέσης όχλησης** είναι δυνατή η εφαρμογή του μοντέλου αυτού με αυξημένη, ωστόσο, ευθύνη του αδειοδοτούμενου (μέσω υποβολής εγγυητικών επιστολών), ενώ για τις δραστηριότητες **υψηλής όχλησης** παραμένει η υφιστάμενη διαδικασία, λόγω του μεγέθους του κινδύνου που ενέχουν.
- Μειώνονται δραστικά και προσδιορίζονται **συγκεκριμένες χρονικές προθεσμίες** εντός των οποίων η διοίκηση θα οφείλει να απαντήσει προς τους επιχειρηματίες που κάνουν αίτηση για να τους χορηγηθεί άδεια. Προβλέπονται **αυστηρές συνέπειες** σε περίπτωση μη τήρησης των προθεσμιών.

#### Δομές αδειοδότησης:

- Δίνεται η δυνατότητα στο Τεχνικό Επιμελητήριο της Ελλάδος και στα Επιμελητήρια να λειτουργήσουν ως αδειοδοτούσα αρχή με τις ίδιες αρμοδιότητες μ' αυτές της Διεύθυνσης Ανάπτυξης της Περιφέρειας ως ένας ισοδύναμος μηχανισμός.

---

<sup>8</sup> <http://www.startupgreece.gov.gr/>

- Συστήνεται Μητρώο Πιστοποιημένων Επιθεωρητών για τη διενέργεια επιθεωρήσεων, καθ' όλη τη διάρκεια ζωής της επιχείρησης.

### **Περιβαλλοντικές εγκρίσεις:**

- Για τις δραστηριότητες που κατατάσσονται στη δεύτερη (B) κατηγορία όσον αφορά στις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις (σύμφωνα με την ΚΥΑ 15393/2332/05.08.2002, ΦΕΚ 1022 Β'), οι οποίες αποτελούν περίπου και το 80% των αδειοδοτήσεων στην χώρα, προβλέπεται η τυποποίηση των Περιβαλλοντικών Όρων και η ενσωμάτωσή τους στην Άδεια Εγκατάστασης-Λειτουργίας ή στη σχετική με την έναρξη λειτουργίας Υπεύθυνη δήλωση, χωρίς να απαιτείται υποβολή Περιβαλλοντικής Έκθεσης και έκδοση ξεχωριστής Απόφασης Έγκρισης Περιβαλλοντικών Όρων, ενώ όπου απαιτείται μπορεί να τίθενται πρόσθετοι όροι για την προστασία του περιβάλλοντος.
- Προβλέπεται μεγαλύτερη διάρκεια ισχύος της Απόφασης Έγκρισης των Περιβαλλοντικών Όρων, η οποία διαμορφώνεται στα 10 έτη, ενώ αυξάνεται στα 12 έτη για τις επιχειρήσεις που διαθέτουν Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14001 ή άλλο αντίστοιχο και στα 14 έτη για τις επιχειρήσεις που έχουν πιστοποιηθεί κατά EMAS (Οικολογική Διαχείριση και Οικολογικός Έλεγχος), μειώνοντας το διοικητικό κόστος και επιβραβεύοντας τις επιχειρήσεις που επενδύουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

### **8.3.2 Διαδικασία Αδειοδότησης**

Επαγγελματικά εργαστήρια (όπως ορίζονται στο άρθρ. 17 παρ. 2 του Νόμου), καθώς και μηχανολογικές εγκαταστάσεις και αποθήκες χαμηλής όχλησης, εφόσον η κινητήρια ή η θερμική ισχύς του μηχανολογικού εξοπλισμού τους δεν υπερβαίνει τα 22 kW ή η θερμική τα 50 kW.

- **Εγκατάσταση επιχείρησης:**

Οι επιχειρήσεις αυτές απαλλάσσονται από την υποχρέωση εφοδιασμού με άδεια εγκατάστασης.

- **Λειτουργία επιχείρησης:**

Για την έναρξη λειτουργίας τους, υποβάλλεται στην Αδειοδοτούσα Αρχή Υπεύθυνη Δήλωση, η οποία συνοδεύεται από τις απαραίτητες εγκρίσεις και δικαιολογητικά. Η κατάθεση της δήλωσης βεβαιώνεται σε αντίγραφο της από την Αδειοδοτούσα Αρχή, το οποίο υποχρεούται να τηρεί ο φορέας.

Η Αδειοδοτούσα Αρχή διενεργεί εκ των υστέρων κατά περίπτωση επιτόπιο έλεγχο της ορθότητας του περιεχομένου της ως άνω Υπεύθυνης Δήλωσης. Ο εν λόγω έλεγχος αφορά τη θέση, τη δραστηριότητα, την ισχύ της εγκατάστασης και την τήρηση των περιβαλλοντικών όρων.

Οι επιχειρήσεις αυτές απαλλάσσονται από την υποχρέωση εφοδιασμού με άδεια λειτουργίας.

#### **8.4 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ**

Στην καρδιά του Αθηναϊκού κέντρου, το Μοναστηράκι<sup>9</sup> αποτελεί μοναδικό μίγμα ρυθμών, εποχών και πολιτισμών, ζωντανό και πάντα δυναμικό – όμως, σταθερά αφιερωμένο στο εμπόριο και στο αντάμωμα των ανθρώπων. Εάν σταθούμε στο κέντρο της Πλατείας Μοναστηρακίου και κάνουμε επί τόπου στροφή 360 μοιρών αντικρίζουμε μέσα σε λίγα μόλις τετραγωνικά την ίδια την ιστορία της Αθήνας. Πρόσφατα ανακαινισμένη, η Πλατεία στρώθηκε με μωσαϊκούς κυβόλιθους από μάρμαρο, πέτρα και σκαλιστό μαντέμι, που συμβολίζουν τις «ροές» και την ποικιλοχρωμία των λαών της Μεσογείου.

---

<sup>9</sup> <http://balkon3.com/gr/?p=576>



**Εικόνα 24 – Το Μοναστηράκι**

Το πιο σημαντικό σημείο στο Μοναστηράκι είναι βέβαια το παζάρι της οδού Ηφαίστου και των παρακείμενων στενών ή αλλιώς Γιουσουρούμ, από το όνομα ενός Εβραίου ιδιοκτήτη παλαιοπωλείου της περιοχής. Η ονομασία Γιουσουρούμ ενσωματώθηκε στην αστική γλώσσα κι έγινε ακόμα και τίτλος ενός τραγουδιού της δεκαετίας του 1980 από τον κυνικό της underground σκηνής των Εξαρχείων Νικόλα Άσιμο.

Η οδός Ηφαίστου είναι γνωστή για την αγορά μεταχειρισμένων ρούχων (του στρατού και της λεγόμενης «Αμερικάνικης Αγοράς»), αλλά και για μια πληθώρα εμπορευμάτων που πωλούνται σε καλές τιμές και προσελκύουν μικρούς και

μεγάλους. Μέσα σε μικρά μαγαζάκια χωμένα σε κατασκευές του 19ου αιώνα βρίσκουμε αθλητικά παπούτσια και τζην, λάβαρα χωρών και ομάδων, είδη λαϊκής τέχνης και κοσμήματα, ινδικά ρούχα και αντικείμενα, χάντρες και υλικά για την κατασκευή κοσμημάτων, είδη ποδηλασίας και camping.

## 8.5 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ

Ο χώρος εγκατάστασης αφού βρεθεί θα πρέπει να διευθετηθούν κάποια γραφειοκρατικά ζητήματα καθώς και να γίνουν κάποιες απαραίτητες προεργασίες για την εγκατάσταση. Ένας δικηγόρος θα αναλάβει την σύναψη του συμβολαίου μίσθωσης του ακινήτου. Εφόσον βρεθεί ο χώρος ένας διακοσμητής μαζί με ένα μηχανικό θα συνεργαστούν για να γίνουν οι απαραίτητες αλλαγές στο χώρο του καταστήματος καθώς και η εγκατάσταση των μηχανημάτων αργυροχρυσοχοΐας στο χώρο του εργαστηρίου. Το κόστος του ενοικίου σε ετησία βάση υπολογίζεται, βάση των έχουν αναφερθεί για τις τιμές που επικρατούν, με τον ακόλουθο τύπο

$$\text{Ετήσιο ενοίκιο} = ((200 * 25) + (200 * 11)) * 12 = (5000 + 2200) * 12 = \mathbf{86.400}$$

### Πίνακας 22 – Υπολογισμός κόστους

A/A	Περιγραφή	Κόστος σε ευρώ
1	Αμοιβή Δικηγόρου	500
2	Εγγύηση (2 Ενοίκια)	14.400
3	Αμοιβή Διακοσμητή	2.500
5	Αμοιβή Μηχανικού	4.000
6	Διαμόρφωση καταστήματος	10.000
7	Ενοίκιο (Ετήσιο)	86.400
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>117.800</b>



# **Κεφάλαιο 9 – Προγραμματισμός και Προϋπολογισμός Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου**

## **9.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΈΡΓΟΥ**

Σκοπό του παρόντος κεφαλαίου αποτελεί ο καθορισμός και ο προϋπολογισμός του προγραμματισμού εκτελέσεως του υπό μελέτη επενδυτικού σχεδίου, δηλαδή η πραγματοποίηση όλων των απαραίτητων επιμέρους εργασιών, εντός και εκτός του καταστήματος, από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας έως το στάδιο της λειτουργίας και την έναρξη της λειτουργίας του.

Μέσα στα πλαίσια αυτά, ο προγραμματισμός και ο προϋπολογισμός της εκτελέσεως της υπό μελέτη μονάδας περιλαμβάνει τα εξής βασικά στάδια:

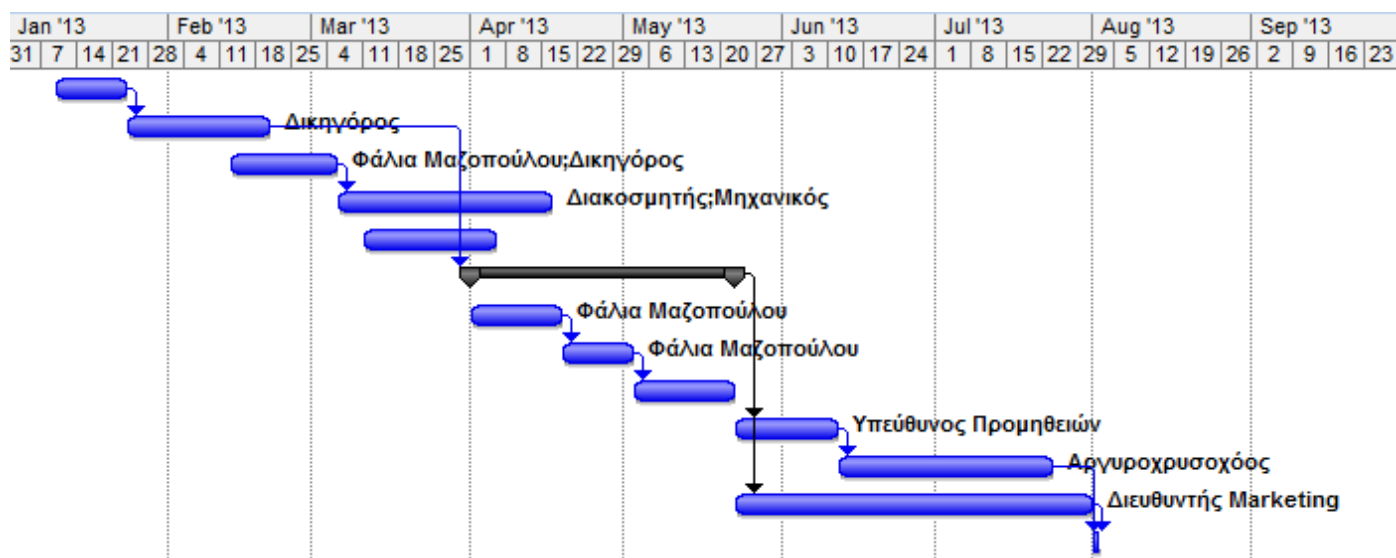
- Καθορισμός του τύπου εργασιών, εντός και εκτός των εγκαταστάσεων, οι οποίες είναι απαραίτητες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου και λογική αλληλουχία αυτών.
- Προετοιμασία του χρονοδιαγράμματος εκτελέσεως του έργου.
- Καθορισμός των πόρων και του κόστους για την ολοκλήρωση κάθε επιμέρους εργασίας.
- Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτελέσεως του έργου.

## 9.2 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΕΔΟΜΕΝΑ

Για το σχεδιάσμά του χρονοδιαγράμματος ιδρύσεως και λειτουργίας της επιχείρησης κατασκευής και εμπορίας κοσμημάτων, λαμβάνονται υπόψη οι ακόλουθες δραστηριότητες, οι οποίες θα ξεκινήσουν να υλοποιούνται από τον Δεκέμβριο του 2012.

### Πίνακας 23 - Χρονοδιάγραμμα

Εργασίες	Διάρκεια	Αρχή	Τέλος
Σύσταση ομάδας εκτελέσεως του έργου	10 μέρες	Πέμπτη, 10 Ιανουάριος 2013	Τετάρτη, 23 Ιανουάριος 2013
Νομικές απαιτήσεις	20 μέρες	Πέμπτη, 24 Ιανουάριος 2013	Τετάρτη, 20 Φεβρουάριος 2013
Μίσθωση Χώρου	15 μέρες	Τετάρτη, 13 Φεβρουάριος 2013	Τρίτη, 5 Μάρτιος 2013
Έργα Διακοσμητή και Μηχανικού	30 μέρες	Τετάρτη, 6 Μάρτιος 2013	Τρίτη, 16 Απρίλιος 2013
Προμήθεια και Εγκατάσταση Τεχνολογικού Εξοπλισμού	20 μέρες	Δευτέρα, 11 Μάρτιος 2013	Παρασκευή, 5 Απρίλιος 2013
Συνέντευξη με τους υποψηφίους	14 μέρες	Δευτέρα, 1 Απρίλιος 2013	Πέμπτη, 18 Απρίλιος 2013
Πρόσληψη	10 μέρες	Παρασκευή, 19 Απρίλιος 2013	Πέμπτη, 2 Μάιος 2013
Εκπαίδευση	14 μέρες	Παρασκευή, 3 Μάιος 2013	Τετάρτη, 22 Μάιος 2013
Προμήθεια Πρώτων υλών	14 μέρες	Πέμπτη, 23 Μάιος 2013	Τρίτη, 11 Ιούνιος 2013
Κατασκευή Κοσμημάτων	30 μέρες	Τετάρτη, 12 Ιούνιος 2013	Τρίτη, 23 Ιούλιος 2013
Marketing πριν την λειτουργία	50 μέρες	Πέμπτη, 23 Μάιος 2013	Τετάρτη, 31 Ιούλιος 2013
Εγκαίνια και κανονική λειτουργία	1 μέρα	Πέμπτη, 1 Αύγουστος 2013	Πέμπτη, 1 Αύγουστος 2013



**Εικόνα 25 – Διάγραμμα Gantt**

### 9.3 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Εδώ υπολογίζονται τα έξοδα που αφορούν τις ενέργειες που θα γίνουν μέχρι τη λειτουργία της νέας μονάδας. Αφορά δαπάνες που θα πραγματοποιηθούν πέρα εκείνων που αναφέρθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια.

#### Πίνακας 24 – Κόστος Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου

Περιγραφή	Κόστος
Διαχείριση εκτελέσεως προγράμματος	€ 3.000,00
Διάφορα νομικά έξοδα	€ 4.000,00
Στρατολόγηση και εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού	€ 2.000,00
Ενέργειες για προμήθειες	€ 5.000,00
Ενέργειες για μάρκετινγκ	€ 25.000,00
Δημιουργία επαφών	€ 5.000,00
Αμοιβές προσωπικού (3 μήνες)	€ 60.000,00
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 104.000,00</b>

# **Κεφάλαιο 10 – Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης**

## **10.1 ΈΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ**

Στο κεφάλαιο αυτό πραγματοποιείται η ανάλυση των Εσόδων - Εξόδων της επιχείρησης, η ανάλυση του Λογαριασμού Εκμετάλλευσης και Αποτελεσμάτων Χρήσης και των Ταμιακών Ροών. Με βάση αυτά τα στοιχεία εξετάζεται η εφικτότητα (feasibility study) του έργου και η βιωσιμότητα (viability study) της επένδυσης.

Διευκρινίζεται ότι η οικονομική ανάλυση και η αξιολόγηση της βιωσιμότητας – σκοπιμότητας βασίζεται στην παραδοχή της ανάλυσης αφενός της επενδύσεως αυτής καθαυτής δεδομένου ότι ο φορέας είναι νεοϊδρυόμενος. Τα αποτελέσματα, οι ροές κεφαλαίου και οι ταμιακές ροές (ταμιακές εισροές - εκροές), που υπολογίζονται αφορούν τη λειτουργία του φορέα συνολικά.

## 10.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Τα στοιχεία κόστους που συμβάλλουν στη χρηματοοικονομική εφικτότητα του επενδυτικού σχεδίου έχουν ήδη περιγράψει αναλυτικά στα προηγούμενα κεφάλαια και περιλαμβάνουν:

- Την προεπενδυτική φάση,
- Την εφαρμογή του επενδυτικού σχεδίου (επένδυση) και
- Τη λειτουργική φάση.

Βάσει αυτών, θα προσδιορισθεί το συνολικό κόστος της επένδυσης, το οποίο ορίζεται ως το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού (πάγιες επενδύσεις και άλλες προπαραγωγικές δαπάνες) και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης.

### 10.2.1 Πάγιο Ενεργητικό

#### Πίνακας 25 – Πάγιο Ενεργητικό

<b>A. Πάγιες Επενδύσεις</b>	
Μηχανολογικός Εξοπλισμός	30.000 €
Έργα Μηχανικού και Διακοσμητή (αμοιβή και διαμόρφωση χώρου)	16.500 €
<b>Σύνολο παγίων επενδύσεων</b>	<b>46.500 €</b>
<b>B. Προπαραγωγικές Δαπάνες</b>	
Προεπενδυτικές μελέτες και έρευνες	16.500 €
Έξοδα εκτέλεσης του προγράμματος	104.000 €
Συστήματα Διασφάλισης Ποιότητας	7.000 €
<b>Σύνολο προπαραγωγικών δαπανών</b>	<b>127.500 €</b>
<b>Σύνολο</b>	<b>174.000 €</b>

## 10.2.2 Απόσβεση

Με τη λογιστική έννοια λέγοντας απόσβεση εννοούμε τη μείωση της αξίας ενός πάγιου περιουσιακού στοιχείου από τη φθορά που υπέστη αυτό, είτε λόγω της παρόδου του χρόνου (χρονική φθορά), είτε λόγω της χρήσεως (λειτουργική φθορά), είτε και όταν οφείλεται σε επιστημονικές και τεχνικές ανακαλύψεις και εφευρέσεις (τεχνολογική απαξίωση).

Ο φορολογικός νόμος καθιερώνει τη **σταθερή μέθοδο απόσβεσης** σε ετήσια βάση<sup>10</sup>. Προαιρετικά, ο επιτηδευματίας μπορεί να εφαρμόσει την φθίνουσα μέθοδο απόσβεσης, αλλά μόνο για καινούργια μηχανήματα ή μηχανολογικό - τεχνικό εξοπλισμό παραγωγής για τις βιομηχανικές, βιοτεχνικές, μεταλλευτικές, λατομικές και τις μικτές επιχειρήσεις αυτών και με την προϋπόθεση ότι δεν θα αλλάξει την επιλεγείσα μέθοδο, για όσα χρόνια λειτουργεί το πάγιο. Συνεπώς, ο ελεύθερος επαγγελματίας, αλλά και η εμπορική επιχείρηση, εφαρμόζουν υποχρεωτικά την σταθερή μέθοδο απόσβεσης των παγίων τους. Παράδειγμα, ελεύθερος επαγγελματίας υποκείμενος στον ΦΠΑ, αγόρασε εξοπλισμό γραφείου (έπιπλα κ.λπ.) αξίας κτήσης 1.500 ευρώ (+ ΦΠΑ 23%), την 25/4/2011 (ημερομηνία τιμολογίου). Εφόσον τα πάγια αυτά τέθηκαν άμεσα σε λειτουργία, η φορολογική τους απόσβεση θα αρχίσει να υπολογίζεται από τον μήνα Απρίλιο του 2011, ήτοι για εννέα μήνες, εντός του πρώτου έτους χρησιμοποίησής τους. Στο ΠΔ 299/2003, αναζητούμε τον σωστό συντελεστή απόσβεσης: κατώτερος 15% και ανώτερος 20%. Έστω ότι επιλέγεται ο ανώτερος.

$\text{Απόσβεση: } 1.500,00 \times 20\% \times 9 / 12 = 225,00$
---

---

<sup>10</sup> <http://epixeirisi.gr/>

## Πίνακας 26 - Αποσβέσεις

A. Πάγιες Επενδύσεις	Συντελεστής Απόσβεσης	Κόστος	Αποσβέσεις 2013	Αποσβέσεις 2014	Αποσβέσεις 2015	Αποσβέσεις 2016	Αποσβέσεις 2017
Μηχανολογικός Εξοπλισμός	8%	30.000 €	2.400 €	2.400 €	2.400 €	2.400 €	2.400 €
Έργα Μηχανικού και Διακοσμητή (αμοιβή και διαμόρφωση χώρου)	8%	16.500 €	1.320 €	1.320 €	1.320 €	1.320 €	1.320 €
<b>B. Προπαραγωγικές Δαπάνες</b>							
Προεπενδυτικές μελέτες και έρευνες	100%	16.500 €	16.500 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Έξοδα εκτελέσεως του προγράμματος	8%	104.000 €	8.320 €	8.320 €	8.320 €	8.320 €	8.320 €
Συστήματα Διασφάλισης Ποιότητας	100%	7.000 €	7.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €
<b>Σύνολο</b>		<b>174.000,00</b>	<b>35.540,00</b>	<b>12.040,00</b>	<b>12.040,00</b>	<b>12.040,00</b>	<b>12.040,00</b>

### 10.2.3 Καθαρό κεφάλαιο κίνησης

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης της επιχείρησης περιλαμβάνει το κυκλοφορούν ενεργητικό (δηλαδή το άθροισμα των αποθεμάτων, των εισπρακτέων λογαριασμών των πελατών και των μετρητών), μείον το τρέχον παθητικό (δηλαδή τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις). Κατά τον υπολογισμό του απαιτούμενου καθαρού κεφαλαίου κίνησης, αρχικά, καθορίζεται η ελάχιστη κάλυψη ημερών (X) για το τρέχον ενεργητικό και παθητικό. Στη συνέχεια,

παρατίθενται τα δεδομένα του κόστους για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και του παθητικού (A) και καθορίζεται ο συντελεστής του κύκλου εργασιών (Y) για τα προαναφερθέντα στοιχεία του τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού, διαιρώντας τις 360 ημέρες του έτους με τον αριθμό των ημερών της ελάχιστης καλύψεως, δηλαδή:

$$Y = 360 / X$$

Τα δεδομένα κόστους διαιρούνται με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών, δηλαδή:

$$B = A/Y$$

για να λαμβάνονται, τελικά, οι ανάγκες του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, αφαιρώντας το τρέχον παθητικό από το άθροισμα του τρέχοντος ενεργητικού. Σημειώνεται ότι για τον υπολογισμό των εισπρακτέων λογαριασμών (πελάτες) και των αποθεμάτων τελικού προϊόντος απαιτείται να έχει υπολογισθεί προηγουμένως το ετήσιο κόστος παραγωγής, διότι οι ημέρες ελάχιστης καλύψεως βασίζονται στο συγκεκριμένο κόστος.

Επίσης, όπως έχει αναλυθεί ήδη στην προηγούμενη ενότητα, οι αποσβέσεις του παγίου ενεργητικού θα ακολουθούν τη γραμμική μέθοδο. Ο υπολογισμός του καθαρού κεφαλαίου κίνησης φαίνεται στους πίνακες που ακολουθούν.



**Πίνακας 27 - Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού**

<b>A. Ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και παθητικού (σε ημέρες)</b>		
<b>α. Λογαριασμοί εισπρακτέοι</b>	30	Υπολογίζεται στο ετήσιο κόστος παραγωγής, μείον τις αποσβέσεις και τους τόκους.
<b>β. Αποθέματα</b>		
Πρώτες ύλες	45	Υπολογίζεται στο αντίστοιχο επιμέρους κόστους παραγωγής.
Βοηθητικά υλικά και υπηρεσίες κοινής ωφέλειας	30	Υπολογίζεται στο αντίστοιχο επιμέρους κόστους παραγωγής.
Στολές εργασίας και λοιπά αναλώσιμα	60	Υπολογίζεται στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής.
Ανταλλακτικά	180	Υπολογίζεται στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής.
Υλικά κοινωνικών και άλλων αναγκών	45	Υπολογίζεται στο ετήσιο επιμέρους κόστος παραγωγής
Τελικά προϊόντα	1	Υπολογίζεται στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις Πρώτες ύλες τις αποσβέσεις και τους τόκους
<b>γ. Μετρητά για το ταμείο</b>	15	Υπολογίζεται στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις Πρώτες ύλες τις αποσβέσεις και τους τόκους
<b>δ. Λογαριασμοί πληρωτέοι</b>	30	Υπολογίζεται στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων.

### **Πίνακας 28 – Ετήσιο Κόστος Παραγωγής 2013**

<b>Β. Ετήσιο Κόστος Παραγωγής (σε ευρώ)</b>	
<b>Πλήρης δυναμικότητα (πρώτο έτος λειτουργίας 2013)</b>	
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	236.600,00 €
Ανθρώπινο δυναμικό	238.420,00 €
Γενικά έξοδα	53.200,00 €
Έξοδα μάρκετινγκ	44.400,00 €
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	Περίοδος χάριτος 2 ετών
Αποσβέσεις (γραμμική μέθοδος)	35.540,00 €
<b>Συνολικό κόστος παραγωγής</b>	<b>608.160,00 €</b>

## Πίνακας 29 – Κεφάλαιο Κίνησης

Περιγραφή	A	X	Y	B
<b>I. Τρέχον Ενεργητικό</b>				
<b>A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι</b>	775.000,00 €	30	12	<b>64.583,33 €</b>
<b>B. Αποθέματα</b>				
α. Πρώτες ύλες	233.585,00 €	45	8	<b>29.198,13 €</b>
β. Ανταλλακτικά	450,00 €	180	2	<b>225,00 €</b>
γ. Βοηθητικά υλικά και υπηρεσίες κοινής ωφέλειας	1.265,00 €	30	12	<b>105,42 €</b>
δ. Στολές εργασίας	500,00 €	60	6	<b>83,33 €</b>
ε. Υλικά κοινωνικών & άλλων αναγκών	800,00 €	45	8	<b>100,00 €</b>
στ. Τελικά προϊόντα	775.000,00 €	1	360	<b>2.152,78 €</b>
<b>Γ. Μετρητά στο ταμείο</b>	538.400,00 €	15	24	<b>22.433,33 €</b>
<b>Δ. Τρέχον ενεργητικό</b>				<b>118.881,32 €</b>
<b>II. Τρέχον Παθητικό</b>				
<b>A. Λογαριασμοί Πληρωτέοι</b>	236.600,00 €	30	12	<b>19.716,67 €</b>
<b>III. Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης</b>			I - II	<b>99.164,65 €</b>
<b>IV. Συνολικό Κόστος Παραγωγής</b>				<b>608.160,00 €</b>
Μείον: Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια				<b>236.600,00 €</b>
Μείον: Αποσβέσεις				<b>35.540,00 €</b>
				<b>336.020,00 €</b>
<b>V. Απαιτούμενα Μετρητά</b>				<b>22.433,33 €</b>

#### 10.2.4 Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Με βάση τους παραπάνω υπολογισμούς το συνολικό κόστος της επένδυσης διαμορφώνεται ως εξής:

Πάγιο Ενεργητικό	174.000,00 €
Καθαρό Κεφάλαιο	
Κίνησης	99.164,65 €
<b>Σύνολο</b>	<b>273.164,65 €</b>

#### 10.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η χρηματοδότηση του επενδυτικού σχεδίου θα γίνει με ίδια κεφάλαια και τραπεζικό δανεισμό.

Ιδία Κεφάλαια	109.265,86 €	40%
Τραπεζικός		
Δανεισμός	163.898,79 €	60%
<b>Σύνολο</b>	<b>273.164,65 €</b>	<b>100%</b>

Το 60% της επένδυσης θα καλυφθεί με τραπεζικό δανεισμό διάρκειας 10 ετών και με επιτόκιο 7% και περίοδο χάριτος 2 έτη. Στην συνέχεια υπολογίζεται η

σειρά των περιοδικών πληρωμών ίσων ποσών τα οποία οφείλει να καταβάλει η επιχείρηση στο τέλος κάθε περιόδου, χρησιμοποιώντας τον τύπο ανατοκισμού:

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

Όπου:

$i$  = Επιτόκιο δανείου, ίσο με 7%

$v$  = Αριθμός περιόδων τοκισμού, ίσος με 10 έτη

$A$  = Τιμή ράντας, ή αλλιώς χρηματική πληρωμή (δόση) του δανείου, στο τέλος κάθε περιόδου, για την ομοιογενή σειρά πληρωμών των 10 ετών

$P$  = Παρούσα αξία χρήματος, ή αλλιώς, το ποσό του δανείου ίσο με 163.898,79 €

$$(A/P, i\%, v) = \text{Συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου ίσος με } \frac{i(1+i)^v}{i(1+i)^v - 1}$$

Άρα, η ετήσια δόση για την εξυπηρέτηση του δανείου θα είναι ίση με :

$$A = 163.898,79 \text{ €} * 0,1424 = 23.335,5$$

### Πίνακας 30 – Τραπεζικό Δάνειο

Τραπεζικό Δάνειο	
Ποσό δανείου	163.898,79 €
Ετήσιο επιτόκιο	7,00 %
Περίοδος δανείου σε έτη	10
Αριθμός πληρωμών ανά έτος	1
Ημερομηνία έναρξης δανείου	1/1/2015
Προαιρετικές πρόσθετες πληρωμές	

Στην συνέχεια υπολογίζονται και παρουσιάζονται οι ετήσιες τοκοχρεολυτικές δόσεις της επιχείρησης στον παρακάτω πίνακα :

### Πίνακας 31 – Εξυπηρέτηση Τραπεζικού Δανεισμού

Έτος	Ετήσια Δόση (σε €)	Τόκος (σε €) $T=7\%*Y$	Χρεολύσιο (σε €) $X=A-T$	Ανεξόφλητο Υπόλοιπο Κεφαλαίου (σε €) $Y= \text{Κεφάλαιο} - X$
2014		Περίοδος Χάριτος		163.898,79 €
2015	23.335,50 €	11.472,92 €	11.862,58 €	152.036,21 €
2016	23.335,50 €	10.642,53 €	12.692,97 €	139.343,24 €
2017	23.335,50 €	9.754,03 €	13.581,47 €	125.761,77 €
2018	23.335,50 €	8.803,32 €	14.532,18 €	111.229,59 €
2019	23.335,50 €	7.786,07 €	15.549,43 €	95.680,16 €
2020	23.335,50 €	6.697,61 €	16.637,89 €	79.042,27 €
2021	23.335,50 €	5.532,96 €	17.802,54 €	61.239,73 €
2022	23.335,50 €	4.286,78 €	19.048,72 €	42.191,01 €
2023	23.335,50 €	2.953,37 €	20.382,13 €	21.808,88 €
2024	23.335,50 €	1.526,62 €	21.808,88 €	0,00 €

## 10.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

### 10.4.1 Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής

Από την ανάλυση των σχετικών δεδομένων διαπιστώνεται ότι το συνολικό προβλεπόμενο κόστος παραγωγής της εταιρείας αναμένεται να εμφανίσει διαχρονικά ανοδική πορεία καθ' όλη τη διάρκεια της επόμενης 5ετίας.

**Πίνακας 32 – Διαχρονική Εξέλιξη Κόστους Παραγωγής**

Περιγραφή	2013	2014	2015	2016	2017
Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	236.600,00 €	331.439,25 €	445.037,02 €	572.894,13 €	719.266,45 €
Ανθρώπινο Δυναμικό	238.420,00 €	244.380,50 €	250.490,01 €	256.500,18 €	262.535,19 €
Γενικά Έξοδα	53.200,00 €	55.860,00 €	58.653,00 €	61.357,00 €	64.084,00 €
	Περίοδος	Περίοδος			
Χρηματοοικονομικά έξοδα	Χάριτος	Χάριτος	22.947,60 €	22.947,60 €	22.947,60 €
Αποσβέσεις	35.540,00 €	12.040,00 €	12.040,00 €	12.040,00 €	12.040,00 €
<b>Συνολικό Κόστος Παράγωγης</b>	<b>563.760,00 €</b>	<b>643.719,75 €</b>	<b>789.167,63 €</b>	<b>925.738,91 €</b>	<b>1.080.873,24 €</b>

## 10.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Η ανάλυση των ταμιακών ροών συνιστά βασικό εργαλείο αξιολόγησης κάθε επένδυσης. Για να αποφασισθεί η τελική υλοποίηση της επένδυσης, θα πρέπει να υπάρχει σαφής εικόνα και των βασικών λογιστικών καταστάσεων.

### 10.5.1 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως

**Πίνακας 33 - Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως**

Περιγραφή	2013	2014	2015	2016	2017
Πωλήσεις	775.000,00 €	1.023.000,00 €	1.350.360,00 €	1.624.813,33 €	1.912.493,33 €
Μείον Κόστος Παράγωγης	563.760,00 €	643.719,75 €	789.167,63 €	925738,91	1080873,24
<b>Μεικτό Κέρδος/Ζημιά</b>	<b>211.240,00 €</b>	<b>379.280,25 €</b>	<b>561.192,37 €</b>	<b>699.074,42 €</b>	<b>831.620,09 €</b>
Μείον Φόρος Εισοδήματος 25%	52.810,00 €	94.820,06 €	140.298,09 €	174.768,61 €	207.905,02 €
<b>Καθαρό Κέρδος/Ζημιά</b>	<b>158.430,00 €</b>	<b>284.460,19 €</b>	<b>420.894,28 €</b>	<b>524.305,82 €</b>	<b>623.715,07 €</b>



## 10.5.2 Πίνακας Χρηματικών Ροών

### Πίνακας 34 – Χρηματικές Ροές

Περιγραφή	Κατασκευαστική περίοδος	2013	2014	2015	2016	2017
<b>A. Χρηματικές</b>						
<b>Εισροές</b>						
1. Σύνολο Χρηματικών Πόρων (Κεφάλαια Χρηματοδοτήσεως)	273.164,65 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
2. Έσοδα από Πωλήσεις	0,00 €	775.000,00 €	1.023.000,00 €	1.350.360,00 €	1.624.813,33 €	1.912.493,33 €
<b>Σύνολο Χρηματικών Εισροών</b>	<b>273.164,65 €</b>	<b>775.000,00 €</b>	<b>1.023.000,00 €</b>	<b>1.350.360,00 €</b>	<b>1.624.813,33 €</b>	<b>1.912.493,33 €</b>
<b>B. Χρηματικές Εκροές</b>						
1. Σύνολο Παγίου Ενεργητικού	174.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
2. Κόστος Λειτουργίας (δεν περιλαμβάνει αποσβέσεις)	0,00 €	528.220,00 €	631.679,75 €	777.127,63 €	913.698,91 €	1.068.833,24 €
3. Φόρος Εισοδήματος (25%)	0,00 €	52.810,00 €	94.820,06 €	140.298,09 €	174.768,6058€	207.905,0233€
4. Εξυπηρέτηση Χρεών (Τοκοχρεολύσια)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	22.947,60 €	22.947,60 €	22.947,60 €
5. Τακτικό Αποθεματικό	0,00 €	0,00 €	1.895,45 €	4.481,28 €	6.606,86 €	8.847,50 €
6. Διανεμηθέντα κέρδη	0,00 €	0,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
<b>Σύνολο Χρηματικών Εκροών</b>	<b>174.000,00 €</b>	<b>581.030,00 €</b>	<b>758.395,26 €</b>	<b>974.854,60 €</b>	<b>1.148.021,97 €</b>	<b>1.338.533,36 €</b>
<b>Γ. Πλεόνασμα (A - B)</b>	<b>99.164,65 €</b>	<b>193.970,00 €</b>	<b>264.604,74 €</b>	<b>375.505,40 €</b>	<b>476.791,36 €</b>	<b>573.959,97 €</b>
<b>Δ. Συσσωρευμένο Ταμιακό Υπόλοιπο</b>	<b>99.164,65 €</b>	<b>294.469,44 €</b>	<b>559.074,18 €</b>	<b>934.579,58 €</b>	<b>1.411.370,94 €</b>	<b>1.985.330,91 €</b>

### 10.5.3 Ισολογισμός

Στον επόμενο πίνακα παρουσιάζονται οι ισολογισμοί για την πενταετία 2013-2017.

#### Πίνακας 35 - Ισολογισμός

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	2013	2014	2015	2016	2017
<b>I. Ενεργητικό</b>					
<b>A. Πάγιο Ενεργητικό</b>					
1. Προπαραγωγικές Δαπάνες	127.500,00 €				
2. Πάγιες Επενδύσεις	46.500,00 €				
Πάγιο Ενεργητικό Αθροιστικό	174.000,00 €	138.460,00 €	126.420,00 €	114.380,00 €	102.340,00 €
Μείον: Συνολικές Αποσβέσεις	35.540,00 €	12.040,00 €	12.040,00 €	12.040,00 €	12.040,00 €
<b>Σύνολο παγίου ενεργητικού</b>	<b>138.460,00 €</b>	<b>126.420,00 €</b>	<b>114.380,00 €</b>	<b>102.340,00 €</b>	<b>90.300,00 €</b>
<b>B. Κυκλοφορούν Ενεργητικό</b>					
1. Αποθέματα	27.576,00 €	70.834,08 €	91.028,01 €	126.598,04 €	158.324,05 €
2. Πελάτες	10.039,42 €	30.357,46 €	39.012,01 €	55.442,22 €	69.928,52 €
3. Διαθέσιμα	14.000,83 €	18.481,10 €	24.395,05 €	29.353,21 €	34.550,32 €
<b>Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού</b>	<b>51.616,25 €</b>	<b>119.672,63 €</b>	<b>154.435,07 €</b>	<b>211.393,47 €</b>	<b>262.802,88 €</b>
<b>Γ. Ισοζύγιο Μετρητών</b>	100.499,44 €	132.659,26 €	175.110,22 €	210.700,42 €	248.005,81 €
<b>Σύνολο Ενεργητικού</b>	<b>290.575,69 €</b>	<b>378.751,89 €</b>	<b>443.925,29 €</b>	<b>524.433,89 €</b>	<b>601.108,69 €</b>
<b>II. Παθητικό</b>					
<b>A. Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις</b>					
1. Προμηθευτές	39.251,25 €	51.811,65 €	68.391,38 €	82.291,56 €	96.861,62 €
2. Υποχρεώσεις από φόρους & τέλη	0,00 €	12.636,34 €	29.875,20 €	44.045,71 €	58.983,31 €
3. Διανεμηθέντα κέρδη	0,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €	50.000,00 €	65.000,00 €
<b>Σύνολο βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων</b>	<b>39.251,25 €</b>	<b>94.447,99 €</b>	<b>128.266,58 €</b>	<b>176.337,27 €</b>	<b>220.844,94 €</b>
<b>B. Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις</b>					
1. Τραπεζικό Δάνειο	164.699,66 €	164.699,66 €	141.752,06 €	134.102,86 €	122.629,06 €
<b>Σύνολο μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων</b>	<b>164.699,66 €</b>	<b>164.699,66 €</b>	<b>141.752,06 €</b>	<b>134.102,86 €</b>	<b>122.629,06 €</b>
<b>Σύνολο Παθητικού</b>	<b>203.950,91 €</b>	<b>259.147,65 €</b>	<b>270.018,64 €</b>	<b>310.440,13 €</b>	<b>343.474,00 €</b>
<b>III. Καθαρή θέση</b>					
1. Μετοχικό Κεφάλαιο	109.799,78 €	109.799,78 €	109.799,78 €	109.799,78 €	109.799,78 €

3. Τακτικό Αποθεματικό	0,00 €	1.895,45 €	4.481,28 €	6.606,86 €	8.847,50 €
4. Κέρδη εις νέο	-23.175,00 €	7.909,01 €	59.625,59 €	97.587,12 €	138.987,42 €
<b>Σύνολο καθαρής Θέσης</b>	<b>86.624,78 €</b>	<b>119.604,24 €</b>	<b>173.906,65 €</b>	<b>213.993,76 €</b>	<b>257.634,70 €</b>
<b>Σύνολο Παθητικού &amp; Καθαρής Θέσης</b>	<b>290.575,69 €</b>	<b>378.751,89 €</b>	<b>443.925,29 €</b>	<b>524.433,89 €</b>	<b>601.108,69 €</b>

## 10.6 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

### 10.6.1 Μέθοδος Επανείσπραξης Κόστους Επένδυσης

Η μέθοδος επανείσπραξης (αποδόσεως) του κόστους της επένδυσης (payback period method) δίνει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να επανεισπραχθεί το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης, μέσω των καθαρών ταμιακών ροών του προγράμματος. Η συγκεκριμένη μέθοδος παρέχει μία ένδειξη του κινδύνου και της ρευστότητας της επένδυσης, δηλαδή, όσο βραχύτερη είναι η περίοδος επανείσπραξης, τόσο λιγότερο «επικίνδυνη», κατά τεκμήριο, είναι η επένδυση. Παρόλα αυτά, η μέθοδος αυτή δε λαμβάνει υπόψη το μέγεθος και το χρόνο πραγματοποίησης των καθαρών ταμιακών ροών (ΚΤΡ) κατά τη διάρκεια της περιόδου επανείσπραξης, την οποία θεωρεί ως ενιαίο σύνολο και για αυτό, θα πρέπει να χρησιμοποιείται παράλληλα με άλλες μεθόδους αξιολόγησης της επένδυσης. Αρχικά υπολογίζονται οι ετήσιες καθαρές ταμιακές ροές (ΚΤΡ) που προβλέπεται να εμφανίσει η υπό μελέτη επιχείρηση. Η ΚΤΡ της επένδυσης για κάθε έτος ορίζεται ως εξής:

**Καθαρή Ταμιακή Ροή = Ταμιακές Εισροές - Ταμιακές Εκροές**

ή

**Καθαρή Ταμιακή Ροή = Καθαρά Κέρδη + Αποσβέσεις**

Τα προηγούμενα, παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω:

### **Πίνακας 36– Πίνακας Επανείσπραξης Κεφαλαίου**

Έτος	Καθαρό Κέρδος/Ζημιά	Αποσβέσεις	Σύνολο	Αθροιστικά
2013	158.430,00 €	35.540,00 €	193.970,00 €	193.970,00 €
2014	284.460,19 €	12.040,00 €	296.500,19 €	490.470,19 €
2015	420.894,28 €	12.040,00 €	432.934,28 €	923.404,47 €
2016	524.305,82 €	12.040,00 €	536.345,82 €	1.459.750,28 €
2017	623.715,07 €	12.040,00 €	635.755,07 €	2.095.505,35 €

Έπειτα από 1 έτος η επιχείρηση θα έχει ανακτήσει τα 193.970,00 Ευρώ από τα 273.164,65 Ευρώ που θα έχει επενδύσει. Όποτε η εταιρεία για να ανακτήσει και τα υπόλοιπα θα χρειαστεί : (273.164,65 - 193.970,00 = 79.194,65 Ευρώ) για τα οποία θα επιβαρυνθεί η ταμειακή ροή του έβδομου χρόνου. Συνεπώς θα έχουμε:

$$\frac{79.194,65}{193.970,00} = 0,41 \text{ του χρόνου που αντιστοιχεί περίπου σε 21 εβδομάδες}$$

(0,41 \* 52 = 21,32). Επομένως η περίοδος επανείσπραξης του αρχικού κεφαλαίου για την επιχείρηση ανέρχεται περίπου στο 1 έτος και 5 μήνες. Συνεπώς η επένδυση με βάση το παραπάνω κριτήριο θεωρείται αρκετά ικανοποιητική.

## 10.6.2 Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης του Κεφαλαίου

Ο απλός συντελεστής απόδοσης είναι η σχέση του ετήσιου καθαρού κέρδους της επιχείρησης μετά τις αποσβέσεις, τους τόκους και τους φόρους προς το επενδυμένο κεφάλαιο.

Ο συντελεστής (ρυθμός) αποδόσεως επί του συνολικού κεφαλαίου επένδυσης (273.164,65€) με εξωτερικό δανεισμό θα υπολογιστεί βάσει του τύπου:

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

Αντίστοιχα, ο συντελεστής (ρυθμός) απόδοσης επί των ιδίων κεφαλαίων μετοχικού της επένδυσης (109.799,78 €) θα υπολογιστεί βάσει του τύπου:

$$Re = (\text{Καθαρό Κέρδος}) * 100 / \text{Ίδια Κεφάλαια}$$

### Πίνακας 37– Συντελεστές Απόδοσης Κεφαλαίων

Περιγραφή	2013	2014	2015	2016	2017
Καθαρό Κέρδος/Ζημιά	158.430,00 €	284.460,19 €	420.894,28 €	524.305,82 €	623.715,07 €
Τόκοι	Περίοδος Χάριτος	Περίοδος Χάριτος	11.472,92 €	10.642,53 €	9.754,03 €
Κεφάλαιο		<b>273.164,65 €</b>			
<b>R</b>	<b>58%</b>	<b>104%</b>	<b>158%</b>	<b>196%</b>	<b>232%</b>
Καθαρό Κέρδος/Ζημιά	158.430,00 €	284.460,19 €	420.894,28 €	524.305,82 €	623.715,07 €
Ίδια κεφάλαια		<b>109.799,78 €</b>			
<b>Re</b>	<b>144%</b>	<b>259%</b>	<b>383%</b>	<b>477%</b>	<b>568%</b>

Παρατηρείται ότι ο συντελεστής απόδοσης είναι ικανοποιητικός τόσο για το συνολικό κεφάλαιο επένδυσης, όσο και για τα ίδια κεφάλαια.

### **10.6.3 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας**

Η καθαρή παρούσα αξία (net present value) ή ΚΠΑ εκφράζει όλες τις ροές του επενδυτικού σχεδίου στην παρούσα αξία τους, δηλαδή σε αυτήν που ισχύει τη στιγμή που παίρνουμε την απόφαση για την επένδυση. Η ΚΠΑ προκύπτει αν προεξοφλήσουμε στο παρόν, για κάθε έτος χωριστά, τη διαφορά μεταξύ όλων των μελλοντικών ταμειακών εισροών και εκροών του επενδυτικού σχεδίου, με βάση ένα κατάλληλο συντελεστή προεξόφλησης. Για τον υπολογισμό της καθαρής παρούσας αξίας κατασκευάζεται ο παρακάτω πίνακας όπου καταγράφονται τα αρχικά μεγέθη των ταμειακών ροών και υπολογίζεται η καθαρή ταμειακή ροή (δηλαδή η διαφορά μεταξύ εισροών και εκροών). Επιλέγεται επίσης κατάλληλο επιτόκιο προεξόφλησης σύμφωνα με τις τρέχουσες χρηματοοικονομικές συνθήκες (10 %) στο οποίο έχει προστεθεί το περιθώριο «ρίσκου» (επιχειρηματικού κινδύνου). Εφόσον η καθαρή παρούσα αξία είναι θετική, η αποδοτικότητα είναι πάνω από το επιτόκιο προεξόφλησης.

Για να υπολογίσουμε ΚΠΑ αρχικά θα υπολογίσουμε τις καθαρές ταμιακές ροές της επιχείρησης. Αυτές τις ταμιακές ροές τις ανάγουμε σε χρονική στιγμή  $t_0$  και στη συνέχεια τις προεξοφλούμε με ένα επιτόκιο. Αθροίζοντας τα ποσά που έχουμε προεξοφλήσει υπολογίζουμε την ΚΠΑ της επιχείρησης. Οι καθαρές ταμιακές ροές της επιχείρησης παρουσιάζονται στον πίνακα 38.

#### **Πίνακας 38- Καθαρές ταμιακές ροές**

Έτος	Καθαρό Κέρδος/Ζημία	Αποσβέσεις	Καθαρή ταμιακή ροή
<b>2013</b>	158.430,00 €	35.540,00 €	193.970,00 €
<b>2014</b>	284.460,19 €	12.040,00 €	296.500,19 €
<b>2015</b>	420.894,28 €	12.040,00 €	432.934,28 €
<b>2016</b>	524.305,82 €	12.040,00 €	536.345,82 €
<b>2017</b>	623.715,07 €	12.040,00 €	635.755,07 €

Άρα για να υπολογίζουμε την ΚΠΑ της επένδυσης με επιτόκιο προεξόφλησης 10 % πραγματοποιούμε τα παρακάτω βήματα:

### **Πίνακας 39- Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας επένδυσης**

Έτος	Καθαρές Ταμιακές Ροές	ΣΠΑ 10%	Προεξοφλημένες Ταμιακές Ροές
1	193.970,00 €	0,909	176.318,73 €
2	296.500,19 €	0,826	244.909,16 €
3	432.934,28 €	0,751	325.133,64 €
4	536.345,82 €	0,683	366.324,20 €
5	635.755,07 €	0,621	394.803,90 €
<b>Σύνολο</b>	<b>2.095.505,36 €</b>		<b>1.507.489,62 €</b>

Το σύνολο των προεξοφλημένων ταμιακών ροών ισούται με 1.507.489,62 €. Άρα:

$$\text{ΚΠΑ} = 1.507.489,62 - 273.164,65 = 1.231.324,97 > 0$$

Συνεπώς η επένδυση είναι συμφέρουσα και πρέπει να επιλεγεί εφόσον η ΚΠΑ είναι θετική.

#### **10.6.4 Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης (ΕΣΑ)**

Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης (IRR) είναι το επιτόκιο στο οποίο η παρούσα αξία των ταμιακών εισροών είναι ίση προς την παρούσα αξία των ταμιακών εκροών. Με άλλα λόγια, είναι το επιτόκιο για το οποίο η παρούσα αξία των καθαρών εισπράξεων από το επενδυτικό σχέδιο είναι ίση με την παρούσα, αξία της επένδυσης, οπότε η ΚΠΑ είναι μηδέν. Η διαδικασία που χρησιμοποιείται για να υπολογισθεί ο IRR είναι η ίδια με εκείνη που χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό της ΚΠΑ. Χρησιμοποιείται το ίδιο είδος

πινάκων, με μόνη διαφορά ότι, αντί των προεξοφλημένων ταμειακών ροών με προκαθορισμένο επιτόκιο, πρέπει να δοκιμάζονται διάφορα επιτόκια προεξόφλησης μέχρι να βρεθεί εκείνο στο οποίο η ΚΠΑ να είναι μηδέν. Η λύση βρίσκεται με επαναληπτική διαδικασία, χρησιμοποιώντας είτε πίνακες προεξόφλησης είτε κατάλληλο πρόγραμμα ηλεκτρονικού υπολογιστή. Αυτό το επιτόκιο είναι ο IRR που αντιπροσωπεύει την κερδοφορία του επενδυτικού σχεδίου, Στην περίπτωση μας, ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης βρίσκεται προσεγγιστικά με βάση την ακόλουθη διαδικασία :

- Υπολογίζονται οι σχετικές χρηματικές ροές όπως και για τη ΚΠΑ.
- Γίνεται προεξόφληση της ΚΠΑ όχι όμως με το δεδομένο επιτόκιο της αγοράς κεφαλαίων (10%) αλλά με διάφορα επιτόκια.
- Όταν η χρήση ενός χαμηλού επιτοκίου δώσει ΚΠΑ θετική (IRR<sub>1</sub>) δοκιμάζουμε ένα υψηλότερο μέχρι η ΚΠΑ να γίνει αρνητική (IRR<sub>2</sub>). Τότε ο ακριβής IRR βρίσκεται ανάμεσα στα δύο επιτόκια με βάση τον τύπο :

$$IRR = IRR_1 + \frac{\Theta ΚΠΑ (IRR_2 - IRR_1)}{(\Theta ΚΠΑ + ΑΚΠΑ)}$$

όπου  $\Theta ΚΠΑ$  = θετική καθαρή παρούσα αξία. &  $ΑΚΠΑ$  = αρνητική καθαρή παρούσα αξία.

#### **Πίνακας 40-Υπολογισμός Παρούσας Αξίας**

Έτος	Καθαρές Ταμιακές Ροές	ΣΠΑ 15%	ΣΠΑ 30%	Παρούσα Αξία για ΣΠΑ 15%	Παρούσα Αξία για ΣΠΑ 30%
1	193.970,00 €	0,870	0,769	168.753,90 €	149.162,93 €
2	296.500,19 €	0,756	0,592	224.154,14 €	175.528,11 €



<b>3</b>	432.934,28 €	0,657	0,455	284.437,82 €	196.985,10 €
<b>4</b>	536.345,82 €	0,572	0,350	306.789,81 €	187.721,04 €
<b>5</b>	635.755,07 €	0,497	0,269	315.970,27 €	171.018,11 €
<b>Σύνολο</b>	2.095.505,36 €			1.300.105,94 €	880.415,29 €

Για  $IRR_1 = 15\%$

$$ΚΠΑ = 1.300.105,94 \text{ €} - 273.164,65 \text{ €} = 1.573.270,59 \text{ €}$$

$$ΚΠΑ > 0$$

Για  $IRR_2 = 30\%$

$$ΚΠΑ = 880.415,29 \text{ €} - 273.164,65 \text{ €} = 607.250,64 \text{ €}$$

$$ΚΠΑ > 0$$

Παρατηρούμε ότι με επιτόκιο προεξόφλησης 30% (> 15%) η συνολική παρούσα αξία είναι 880.415,29, δηλαδή πολύ μεγαλύτερη από το κόστος της επένδυσης (273.164,65). Άρα ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης είναι σίγουρα μεγαλύτερος από το μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου. Κατά συνέπεια και με αυτή την μέθοδο προτείνεται η υλοποίηση της επένδυσης.

## **10.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ**

### **10.7.1 Ανάλυση «Νεκρού» Σημείου**

Ανάλυση του «νεκρού σημείου» (BEP) έχει σχεδιασθεί για να απαντά σε ερωτήματα όπως π.χ. πόσο πρέπει να πέσουν οι πωλήσεις για να αρχίσει μία επιχείρηση να παρουσιάζει ζημιές.

Το νεκρό σημείο (Break – Even Point) ή BEP μπορεί να ορισθεί ως το σημείο όπου τα συνολικά έσοδα από πωλήσεις ισούνται με τα συνολικά έξοδα, μεταβλητά και σταθερά ή ως το σημείο εκείνο που αντιστοιχεί σε επίπεδο απασχολήσεως της παραγωγικής δυναμικότητας τέτοιο, κάτω από το οποίο η επιχείρηση θα παρουσιάζει ζημιές.

Στο νεκρό σημείο πρέπει να ισχύουν τα εξής:

**Έσοδα πωλήσεων= Κόστος Παραγωγής**

**Έσοδα πωλήσεων= (Όγκος Πωλήσεων)\* (Τιμή Μονάδας)**

**Κόστος παραγωγής = (Σταθερά έξοδα) + (Μεταβλητά Έξοδα ανά μονάδα) \* (Όγκος Πωλήσεων)**

Έτσι εάν:

X= όγκος των πωλήσεων στο νεκρό σημείο

Y= αξία των πωλήσεων

τ= η τιμή ανά μονάδα

μ= μεταβλητά έξοδα ανά μονάδα

σ= σταθερά έξοδα όγκου παραγωγής, τότε:

**Y= τ\*X**

$$Y = \sigma + X \cdot \mu$$

$$\tau \cdot X = \sigma + X \cdot \mu$$

$$X = \frac{\sigma}{\tau - \mu}$$

Ο καταμερισμός των μεταβλητών και των σταθερών εξόδων της (όγκος πωλήσεων 1902 προϊόντα κ τιμή μονάδας = 407 € )επιχείρησης, κατά την διάρκεια του πρώτου έτους λειτουργίας (2013), παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί.

#### **Πίνακας 41- Καταμερισμός μεταβλητών και σταθερών εξόδων 2013**

Περιγραφή	Πίνακας	Σταθερά Έξοδα	Μεταβλητά Έξοδα (σε €)	Μεταβλητά Έξοδα ανά μονάδα (σε €)
Συνολικό κόστος MKT	<b>10</b>		29.400,00 €	16 €
Κόστος πρώτων υλών & εφοδίων	<b>13</b>		236.600,00 €	124 €
Κόστος συντήρησης	<b>18</b>	2.000,00 €		
Γενικά έξοδα	<b>18</b>	55.860,00 €		
Κόστος εργατικού Δυναμικού	<b>19</b>		83.720,00 €	44 €
Κόστος διοικητικού προσωπικού	<b>20</b>	154.700,00 €		
Χρηματοοικονομικά έξοδα (τόκοι)	<b>31</b>	Περίοδος χάριτος		
Αποσβέσεις	<b>26</b>	35.540 €		
<b>Σύνολο</b>		248.100,00 €	349.720,00 €	184 €

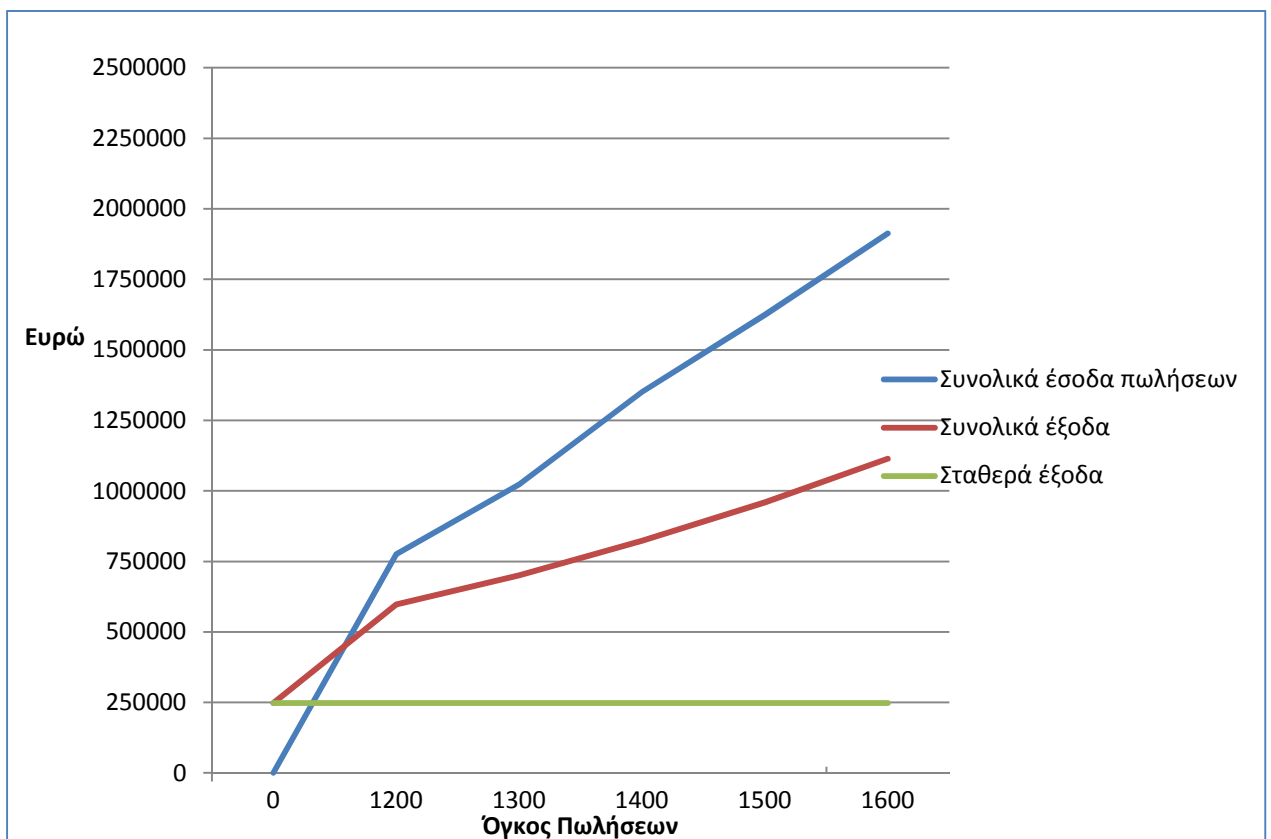
**Με βάση τα στοιχεία του πίνακα:**

$$X = \frac{\sigma}{\tau - \mu} = \frac{248.100,00}{407 - 184}$$

X= 1.112 προϊόντα

Άρα το νεκρό σημείο των εσόδων από πωλήσεις θα είναι  $Y=T \cdot X$   
 $=407 \cdot 1112=452.584 \text{ €}$

### Διάγραμμα – απεικόνιση νεκρού σημείου



### 10.7.2 Ανάλυση ευαισθησίας

Η ανάλυση ευαισθησίας χρησιμοποιείται για να μας υποδείξει πόσο ευαίσθητο είναι το συγκεκριμένο επιχειρηματικό σχέδιο στις μεταβολές των τιμών διαφόρων κρίσιμων μεταβλητών, οι οποίες μπορεί και να επηρεάσουν την τελική λήψη απόφασης για την πραγματοποίηση ή όχι του συγκεκριμένου σχεδίου. Για να πραγματοποιήσουμε την ανάλυση ευαισθησίας θα χρησιμοποιήσουμε τον τύπο υπολογισμού του BEP (Break Even Point) :

$$\text{BEP} = \frac{\sigma}{\varepsilon - \mu}$$

Όπου :

$\varepsilon$  = τα έσοδα από τις πωλήσεις της επιχείρησης

$\mu$  = τα συνολικά μεταβλητά έξοδα της επιχείρησης

$\sigma$  = τα συνολικά σταθερά έξοδα της επιχείρησης

Χρησιμοποιώντας τα οικονομικά αποτελέσματα της επιχείρησης κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της βλέπουμε ότι :

$$\text{BEP} = \frac{\sigma}{\varepsilon - \mu} = \frac{248.100,00}{775.000,00 - 349.720,00} = 0.58 \text{ ή } \text{BEP} = 58 \%$$

Στην συνέχεια θα προχωρήσουμε στην ανάλυση της ευαισθησίας του BEP εξετάζοντας την απόφαση της επιχείρησης να πραγματοποιήσει μία μείωση των τιμών των παρεχόμενων προϊόντων της, σε περίπτωση που παρατηρηθεί μία όξυνση στον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου. Επομένως αποφασίζεται η μείωση των τιμών κατά 5% και η τιμή ανά μονάδα προϊόντος ανέρχεται πλέον στα 386,65 € και τα συνολικά έσοδα των πωλήσεων θα ανέρχονται στα 735.408,3 €. Με βάση τον προηγούμενο τύπο θα έχουμε :

$$\text{BEP} = \frac{\sigma}{\varepsilon - \mu} = \frac{248.100,00}{735.408,3 - 349.720,00} = 0.64 \text{ ή } \text{BEP} = 64\%$$

Για να μπορέσει συνεπώς η επιχείρηση να ανταποκριθεί σε μια μείωση τιμών της τάξης του 5% θα πρέπει να ξεπεράσει το όριο του 64% της παραγωγικής της δυναμικότητας. Θα πρέπει δηλαδή να παράγει τουλάχιστον  $1902 * 0,64 =$

699 προϊόντα επιπλέον και τα έσοδα πωλήσεων της τότε θα είναι  $699 * 386.65 = 270.268,35\text{€}$ .

Σημαντικό είναι να βρεθεί και το ελάχιστο αποδεκτό σημείο της τιμής που είναι διατεθειμένη η επιχείρηση να παρέχει τα προϊόντα της. Για να υπολογισθεί η ελάχιστη αποδεκτή τιμή χρησιμοποιείται ο παρακάτω τύπος :

$$\begin{aligned} \text{Όγκος πωλήσεων} * \text{Τιμή} &= \text{Σταθερά έξοδα} + \text{Συνολικά μεταβλητά έξοδα} \\ 1902 * \tau &= 248.100,00 + 349.720,00 \\ \tau &= 314.3 \text{ €} \end{aligned}$$

Η παραπάνω τιμή αποτελεί και την έσχατη τιμή που είναι σε θέση να προσφέρει η επιχείρηση τα προϊόντα της προκειμένου να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό και να κατορθώσει να μην παρουσιάσει ζημίες.

## **10.8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Στα πλαίσια της ανωτέρω οικονομικής ανάλυσης προκύπτει ότι η επένδυση αφενός πληροί το κριτήριο της βιωσιμότητας (viability) από την άποψη των ιδιωτικοοικονομικών κριτηρίων, αφετέρου ικανοποιεί το κριτήριο της σκοπιμότητας (feasibility), όσον αφορά τα εν γένει οικονομικοτεχνικά της χαρακτηριστικά. Επισημαίνεται ότι η εταιρεία δύναται να καλύπτει τις ανάγκες της δανειακής σύμβασης και τις συνακόλουθες επιβαρύνσεις που αναμένεται προκύψουν λόγω της υλοποίησης της συγκεκριμένης επένδυσης.

Τα προβλεπόμενα έσοδα της επιχείρησης κινούνται σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα μετά τον πρώτο χρόνο, ενώ τα σχετικά προβλεπόμενα θετικά οικονομικά αποτελέσματα της υπό μελέτη επιχείρησης πρόκειται να παράσχουν τη δυνατότητα αυτοχρηματοδότησης μελλοντικών επενδύσεων, εφόσον κριθούν απαραίτητες για την περαιτέρω ανάπτυξή της.

Τα συνολικά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα του επενδυτικού φορέα είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά, δεδομένου ότι η Καθαρά Παρούσα Αξία (NPV) είναι θετική, η μέθοδος επανείσπραξης κεφαλαίου είναι αρκετά σύντομη όπως και ο συντελεστής απόδοσης της επιχείρησης είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικός τόσο για τα ίδια κεφάλαια όσο και για το συνολικό κεφάλαιο που απαιτείται για την υλοποίηση της επένδυσης.





## **Βιβλιογραφία**

1. Καρβούνης Σωτήρης (2006), «Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες», Εκ. Σταμούλη
2. Καρβούνης Σωτήρης (1996), «Οδηγός για καλύτερες οικονομοτεχνικές μελέτες», Εκ. Σταμούλη
3. ICAP Κλαδική Μελέτη, «Καταστήματα Λιανικής Πώλησης Κοσμημάτων», Ιούνιος 2010
4. Βογιατζής Νικόλαος, «Η ΑΓΟΡΑ ΑΡΓΥΡΟΧΡΥΣΟΧΟΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ», Πτυχιακή εργασία, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΤΕΙ Κρήτης, 2008
5. Γεώργιου Φίλιππος, «ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ ΑΡΓΥΡΟΧΡΥΣΟΧΟΪΑΣ ΚΑΙ BUSINESS PLAN ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ», Διπλωματική εργασία, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, 2007
6. Λιβέρης Βασίλειος, «ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΟΣΜΗΜΑ ΣΤΗΝ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ», Εθνική Σχολή Δημόσιας Διοίκησης, 2007

7. Κοκκίνου Μαρία-Μαγδαληνή, « Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΣ ΣΤΟΝ 20<sup>ο</sup> ΑΙΩΝΑ», Πτυχιακή εργασία, Τμήμα Βιομηχανικού Σχεδιασμού, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας, 2003
8. Αλιμονάκη Ελίνα-Χριστιάνα, « ΤΟ ΚΟΣΜΗΜΑ : Η ΙΣΤΟΡΙΑ, Ο ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥ», Πτυχιακή εργασία, Τμήμα Βιομηχανικού Σχεδιασμού, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας, 2003
9. Σιδερά Φωτεινή, «ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΣΥΧΡΟΝΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΟΣΜΗΜΑΤΟΣ», Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Ιστορίας και Αρχαιολογίας, 2006
10. Ευτυχία Ιωάννου Πάτρα, «Μονάδας Επεξεργασίας & Διάθεσης Βιολογικού Καφέ», Διπλωματική Εργασία, Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, 2008

### **Διαδικτυακές πηγές**

1. <http://www.enet.gr>
2. <http://www.tovima.gr/>
3. <http://sete.gr/>
4. <http://www.jewelpedia.com>
5. <http://elka.gr/> - Ελληνικό Κέντρο Αργυροχρυσοχοΐας