

ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΙΤΛΟ:
«ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΤΟΥ
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΜΙΑΣ ΒΙΟΤΕΧΝΙΑΣ ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΙΑΣ»

Συγγραφή εργασίας: Ρούπας Χρήστος

Εξεταστική επιτροπή:

Επιβλέπων: Μουστάκης Βασίλειος, Καθηγητής

Πρώτο Μέλος: Σταυρουλάκης Γεώργιος, Καθηγητής

Δεύτερο Μέλος: Μπακατσάκη Μαρία, ΕΔΙΠ

ΧΑΝΙΑ, 2022

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

| | |
|--|-----------|
| ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ ΕΙΚΟΝΩΝ..... | 4 |
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ..... | 5 |
| 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 6 |
| 1.1 Σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου..... | 6 |
| 1.2 Η μεταξοτυπία..... | 6 |
| 1.3 Λοιπές τεχνικές εκτύπωσης..... | 6 |
| 2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ - Παρουσίαση της επιχείρησης..... | 7 |
| 2.1 Ταυτότητα της επιχείρησης..... | 7 |
| 2.1.1 Σκοπός της επιχειρηματικής οντότητας..... | 7 |
| 2.1.2 Δραστηριότητες – Προϊόντα..... | 8 |
| 2.1.3 Σύντομο ιστορικό..... | 10 |
| 2.1.4 Συνεργασίες – Δικτυώσεις | 11 |
| 2.2 Υλικοτεχνική υποδομή..... | 12 |
| 2.3 Οργάνωση – Ανθρώπινο Δυναμικό | 14 |
| 2.3.1 Οργάνωση της επιχειρηματικής οντότητας..... | 14 |
| 2.3.2 Ιστορικά οικονομικά στοιχεία..... | 15 |
| 3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ..... | 16 |
| 3.1 Ανάλυση και διάρθρωση της αγοράς | 17 |
| 3.1.1 Αριθμός και είδη επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς που την ενδιαφέρει..... | 17 |
| 3.1.2 Μέγεθος αγοράς (διαχρονική εξέλιξη παραγωγής και πωλήσεων ή και εισαγωγών και εξαγωγών) | 17 |
| 3.2 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης..... | 18 |
| 3.3 Τεχνολογικό επίπεδο..... | 19 |
| 3.4 Ανάλυση ανταγωνισμού..... | 20 |
| 4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΥΝΑΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ (S.W.O.T. ANALYSIS)..... | 22 |
| 5. ΑΝΑΛΥΣΗ / ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ | 24 |
| 5.1 Διαμόρφωση στρατηγικής..... | 24 |
| 5.1.1 Στρατηγικές επιλογές..... | 24 |
| 5.1.2 Στρατηγικός προσανατολισμός..... | 25 |
| 5.1.3 Τρόποι υλοποίησης | 25 |
| 5.2 Στρατηγική Marketing..... | 28 |
| 5.3 Πλάνο Marketing..... | 28 |
| 6. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ..... | 30 |

| | |
|--|-----------|
| 7. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ..... | 35 |
| 7.1 Παραδοχές / Προβλέψεις εσόδων – εξόδων | 35 |
| 7.1.1 Έσοδα ανά τομέα δραστηριότητας..... | 35 |
| 7.1.2 Έξοδα ανά τομέα δραστηριότητας..... | 36 |
| 7.2 Προβλεπόμενα αποτελέσματα | 37 |
| 8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... | 40 |
| ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ..... | 41 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 43 |

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

| | |
|---|--------|
| Πίνακας 1: Πίνακας κυριότερων προμηθευτών και τι προμηθεύουν την επιχείρηση..... | 11 |
| Πίνακας 2: Πίνακας υλικοτεχνικής δομής της επιχείρησης..... | 13 |
| Πίνακας 3: Πίνακας παρουσίασης προσωπικού επιχείρησης..... | 14 |
| Πίνακας 4: Αποτελέσματα χρήσης 2015 – 2019..... | 15 |
| Πίνακας 5: Διάθεση αποτελεσμάτων 2015 – 2019..... | 16 |
| Πίνακας 6: Δείκτες αποδοτικότητας 2015 – 2019..... | 16 |
| Πίνακας 7: Ανάλυση 1 ^{ου} στόχου επενδυτικού πλάνου..... | 31 |
| Πίνακας 8: Ανάλυση 2 ^{ου} στόχου επενδυτικού πλάνου..... | 33 |
| Πίνακας 9: Ανάλυση 3 ^{ου} στόχου επενδυτικού πλάνου..... | 34 |
| Πίνακας 10: Ανάλυση δαπανών για εξοπλισμό 2022 – 2026..... | 34 |
| Πίνακας 11: Ανάλυση λοιπών δαπανών 2022 – 2026..... | 35 |
| Πίνακας 12: Ανάλυση συνολικών δαπανών 2022 – 2026..... | 35 |
| Πίνακας 13: Προβλεπόμενα αποτελέσματα χρήσης 2022 – 2026..... | 38 |
| Πίνακας 14: Προβλεπόμενη διάθεση αποτελέσματα χρήσης 2022 – 2026..... | 38 |
| Πίνακας 15: Προβλεπόμενοι δείκτες αποδοτικότητας 2022 – 2026..... | 38 |
| Πίνακας 16: Νεκρό Σημείο..... | 39 |
| Πίνακας 17: Νεκρό Σημείο με αύξηση 10%..... | 39 |
| Πίνακας 18: Νεκρό Σημείο με μείωση 10%..... | 39 |
| Γράφημα 1: Έσοδα ανά τομέα δραστηριότητας 2015 – 2019..... | 27 |
| Γράφημα 2: Έξοδα ανά τομέα δραστηριότητας 2015 – 2019..... | 28 |

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Οι γραφικές τέχνες αποτελούν έναν αρκετά πολύπλοκο κλάδο ο οποίος περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα τεχνών. Από το 1450 και την πρώτη μηχανή τυπογραφίας του Γουτεμβέργιου μέχρι και σήμερα στον κλάδο προστίθενται συνεχώς νέες τεχνικές παραγωγής ανάλογα με την τεχνολογική εξέλιξη της εκάστοτε εποχής. Στο επιχειρηματικό, αυτό, πλάνο θα γίνει η αξιολόγηση μιας επενδυτικής δαπάνης που σκοπεύει να κάνει μια βιοτεχνία εκτυπώσεων διαφημιστικών δώρων και ενδυμάτων που εδρεύει στην Λάρισα και έχει ως κύρια ενασχόληση την μεταξοτυπία. Αρχικά γίνεται ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης παρουσιάζοντας τα παραγόμενα προϊόντα, τις υποδομές, τον μηχανολογικό εξοπλισμό, τους προμηθευτές, το προσωπικό αλλά και τα οικονομικά στοιχεία της του πρόσφατου παρελθόντος. Έπειτα σειρά έχει το εξωτερικό περιβάλλον της. Εκεί γίνεται ανάλυση των επιχειρήσεων που απαρτίζουν τον κλάδο στον οποίο ανήκει και ποιές από αυτές αποτελούν ανταγωνίστριες, ενώ παρουσιάζεται το πώς συνδέεται το μέγεθος του κύκλου εργασιών της διαχρονικά με την ζήτηση και το τεχνολογικό επίπεδο της εποχής. Εν συνεχεία θα γίνει η ανάλυση δυνατών σημείων και αδυναμιών (S.W.O.T. Analysis) η οποία θα βοηθήσει στην επιλογή του κατάλληλου στρατηγικού πλάνου επενδύσεων. Το πλάνο επενδύσεων διαμορφώνεται με βάση τις ανάγκες της επιχείρησης και του καταναλωτικού κοινού με γνώμονα πάντα τις οικονομικές δυνατότητες της. Παράλληλα καταρτίζεται και το πλάνο προώθησης των νέων προϊόντων και υπηρεσιών που θα παρέχει πλέον. Τέλος, θα γίνει ο οικονομικός σχεδιασμός της επένδυσης μέσω του οποίου θα δοθούν απαντήσεις στον επενδυτή για τα αποτελέσματα μιας επένδυσης τέτοιου μεγέθους.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου

Το επιχειρηματικό σχέδιο που ακολουθεί έχει σκοπό να μελετήσει την λειτουργία μιας βιοτεχνίας εκτυπώσεων επικεντρωμένη στην εκτύπωση μεταξοτυπίων. Αφού μελετηθεί το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, θα γίνει αξιολόγηση της επένδυσης που ενδιαφέρεται να κάνει ο ιδιοκτήτης της ώστε να προσφέρει προϊόντα με οποιαδήποτε τεχνική εκτύπωσης ζητάει ο πελάτης. Στόχος είναι η επένδυση να υλοποιηθεί όσο το δυνατό συντομότερα γίνεται χωρίς να δημιουργηθούν μεγάλες οικονομικές δεσμεύσεις προς τρίτους γι' αυτό και ίσως να χρειαστεί το επενδυτικό πλάνο να τροποποιηθεί σε σχέση με αυτό που είχε αρχικά ο ιδιοκτήτης της υπ' όψιν του. Το κομμάτι του marketing θα απασχολήσει και αυτό καθώς η επιτυχία της επένδυσης θα φανεί από την αύξηση ή όχι των εσόδων και η αύξηση των εσόδων δεν εξαρτάται μόνο από το τι πουλάς αλλά κυρίως από το πως το πουλάς.

1.2 Η μεταξοτυπία

Μεταξοτυπία λέγεται η τεχνική εκτύπωσης κατά της οποίας γίνεται χρήση ενός πλαισίου με τεντωμένο πάνω σε αυτό ένα πλέγμα από πολυεστερικές ίνες για την αναπαράσταση εικόνων και ξεκίνησε να έχει ευρεία χρήση στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Έχει ευρεία χρήση στην βιομηχανία καθώς βρίσκει εφαρμογή σε πληθώρα υλικών όπως το ύφασμα, γυαλί, μέταλλο, ξύλο κ.α. Η μεταξοτυπία φέρει πολλά κοινά με την αποτύπωση εικόνων χρησιμοποιώντας στένσιλ ενώ είχε ευρεία χρήση κατά τη διάρκεια του 1^{ου} Παγκοσμίου Πολέμου για την εκτύπωση σημαιών. Τα πλέγματα από πολυεστερικές ίνες υιοθετήθηκαν μετά τον 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο όταν και ήταν δύσκολη η εύρεση μεταξιού για την παραγωγή των πλεγμάτων αυτών.

Το πλέγμα ή γάζα μαζί με το πλαίσιο ονομάζεται τελάρο (ή screen). Πάνω σε αυτό απλώνεται μια φωτοευαίσθητη αλοιφή. Αφού στεγνώσει τοποθετείται πάνω του το σχέδιο που ζητείται να εκτυπωθεί (σχεδιασμένο ή εκτυπωμένο αποκλειστικά με μαύρο μελάνι σε διάφανο φιλμ ή ρυζόχαρτο) και αφού εκτεθεί για κάποιο χρονικό διάστημα σε έντονο φως εμφανίζεται το σχέδιο πάνω στο τελάρο. Στη συνέχεια το τελάρο πλένεται ώστε να φύγει το τμήμα της αλοιφής που δεν σκλήρυνε κατά την διάρκεια της έκθεσης στο φως και πλέον το τελάρο είναι έτοιμο να χρησιμοποιηθεί για εκτύπωση. Τα τελάρια μπορούν να χρησιμοποιηθούν περισσότερες από μια φορές καθώς με ειδικά χημικά η αλοιφή αυτή απομακρύνεται εντελώς από την γάζα φέρνοντάς την στην αρχική της μορφή.

1.3 Λοιπές τεχνικές εκτύπωσης

Με την πάροδο του χρόνου και την εξέλιξη της τεχνολογίας αναπτύχθηκαν κι άλλες τεχνικές εκτύπωσης. Οι σημαντικότερες από αυτές είναι η εκτύπωση με την χρήση

θερμομεταφερόμενης στάμπας, η εκτύπωση με την χρήση ταμπόν και η αποτύπωση σχεδίων με την χρήση κεντήματος. Οι τεχνικές αυτές δεν αναπτύχθηκαν με σκοπό να αντικαταστήσουν την μεταξοτυπία αλλά να την συμπληρώσουν. Μια επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον τομέα της εκτύπωσης αν θέλει να εδραιωθεί σε αυτόν τον τομέα πρέπει να ασχολείται με όσες περισσότερες τεχνικές δύναται καθώς η κάθε μια έχει και τα δικά της πλεονεκτήματα.

Η εκτύπωση με την χρήση θερμομεταφερόμενης στάμπας χρησιμοποιείται αποκλειστικά σε υφάσματα και προσφέρει καλύτερη απεικόνιση περίπλοκων σχεδίων με πιο ζωντανά χρώματα ιδιαίτερα σε σκουρόχρωμα υφάσματα. Η τεχνική αυτή, όμως, δεν φημίζεται καθόλου για την αντοχή της σε βάθος χρόνου καθώς το αποτέλεσμα που προσφέρει είναι ιδιαίτερα ευαίσθητο και μπορεί πολύ εύκολα να καταστραφεί.

Η εκτύπωση με την χρήση ταμπόν χρησιμοποιείται σε όλων των ειδών τα υλικά προσφέροντας πολύ καλό αποτέλεσμα με εξαιρετική αντοχή. Παρόλα αυτά, χρησιμοποιείται σε προϊόντα με καμπύλες στην προς εκτύπωση επιφάνεια τους τα οποία είναι δύσκολο να εκτυπωθούν με μεταξοτυπία κυρίως λόγω του υψηλού κόστους που έχει η χρήση αυτής της τεχνικής.

Το κέντημα χρησιμοποιείται, επίσης, μόνο σε υφάσματα. Προσφέρει μια πολύ καλή απεικόνιση του ζητούμενου σχεδίου και υψηλή αντοχή. Είναι η μόνη τεχνική εκτύπωσης που βρίσκει εφαρμογή σε όλους τους τύπους υφάσματος ανεξάρτητα από την επιφάνεια του. Παρά τα θετικά που παρουσιάζει αυτή η τεχνική αποφεύγεται όπου δεν είναι αναγκαία κυρίως λόγω του ιδιαίτερα υψηλού κόστους που έχει και του μεγάλου χρόνου που χρειάζεται για να ολοκληρωθεί το κάθε τεμάχιο σε σχέση με οποιαδήποτε άλλη τεχνική.

2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

2.1 Ταυτότητα επιχείρησης

Η επιχείρηση ιδρύθηκε το 1995 με την επωνυμία “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” και η νομική της μορφή είναι ατομική επιχείρηση. Έχει έδρα την πόλη της Λάρισας και στεγάζεται σε ιδιόκτητο κτήριο συνολικής επιφάνειας 240 τ.μ.

2.1.1 Σκοπός της επιχείρησης

Σκοπός της επιχείρησης είναι:

- Η αγορά ενδυμάτων σώματος και κεφαλής, ενδυμάτων εργασίας, αυτοκόλλητων τυπογραφίας και παντός τύπου διαφημιστικών δώρων από εταιρίες της αλλοδαπής και της ημεδαπής.
- Η χονδρική πώληση κάθε είδους προϊόντος το οποίο αγοράζει.

- Η παροχή υπηρεσιών εκτύπωσης .
- Η αντιπροσώπευση οίκων του εσωτερικού και του εξωτερικού που έχουν συναφείς δραστηριότητες με την εταιρία.
- Η συμμετοχή σε διαγωνισμούς, οποιασδήποτε φύσεως του Δημοσίου, Νομικών Προσώπων Δημοσίου και Ιδιωτικού Δικαίου, Οργανισμών κοινής ωφέλειας και γενικά Οργανισμών, Δημόσιων επιχειρήσεων με σκοπό την ανάληψη των παραπάνω εργασιών.

Για να επιτύχει τον σκοπό της η εταιρία μπορεί:

- Να συνεργάζεται με οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο ημεδαπής ή αλλοδαπής, κατά οποιοδήποτε τρόπο, προς ευόδωση του εταιρικού σκοπού.
- Να ζητά την έκδοση ενέγγυων πιστώσεων σε ευρώ ή ξένο νόμισμα, υπέρ τρίτων φυσικών ή νομικών προσώπων με τα οποία συνεργάζεται προς όφελος της εταιρίας.

2.1.2 Δραστηριότητες – προϊόντα

Η “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” δραστηριοποιείται με επιτυχία για πολλά χρόνια στον τομέα της εκτύπωσης διαφημιστικών δώρων και ενδυμάτων, τόσο για την εγχώρια αγορά όσο και σε αυτήν της Δυτικής Ευρώπης. Κύριες δραστηριότητες της είναι η εκτύπωση και η εμπορία ενδυμάτων κάθε είδους όπως και διάφορων άλλων διαφημιστικών δώρων. Το πελατολόγιο της επιχείρησης αποτελείται κυρίως από ιδιωτικές επιχειρήσεις, αθλητικά σωματεία αλλά και διάφορους δημόσιους φορείς.

Πιο συγκεκριμένα:

- Η επιχείρηση μπορεί να προσφέρει, κατά παραγγελία, μια ευρεία γκάμα προϊόντων ένδυσης σώματος και κεφαλής και διαφημιστικών δώρων, ικανή να καλύψει τις ανάγκες του κάθε πελάτη – επιχείρησης.
- Εκτός από τα προϊόντα που προσφέρονται κατά παραγγελία, διαθέτει ένα μεγάλο απόθεμα ενδυμάτων διαφόρων χρωμάτων και τύπων τα οποία εισάγει από το εξωτερικό, ώστε να εξυπηρετηθούν όσο πιο σύντομα γίνεται οι πελάτες.
- Η εταιρία προσφέρει επίσης υπηρεσίες εκτύπωσης, κυρίως μεταξοτυπίας, ενώ προσφέρεται και η λύση θερμομεταφερόμενης στάμπας. Στις μεταξοτυπίες προσφέρεται εκτύπωση έως έξι χρωμάτων, ενώ στις θερμομεταφερόμενες μπορούν και περισσότερα.
- Τέλος, αποτελεί αντιπρόσωπο - εισαγωγέα για την Κεντρική Ελλάδα μιας εκ των μεγαλύτερων εταιριών παραγωγής ενδυμάτων στην παγκόσμια αγορά.

Παρακάτω παραθέτονται αναλυτικά τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρηση.

Είδη Ένδυσης

Η “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” μπορεί να αναλάβει την διαφήμιση της κάθε επιχείρησης μέσω των ενδυμάτων σώματος και κεφαλής, καθώς και να προστατέψει τους εργαζομένους μέσω των ενδυμάτων εργασίας που είναι ικανή να προσφέρει.

Με την πολυετή παρουσία της επιχείρησης στον τομέα των διαφημιστικών δώρων η “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” κατάφερε να συνεργάζεται με τις μεγαλύτερες εταιρίες παραγωγής ενδυμάτων παγκοσμίως. Αποτέλεσμα αυτού είναι να μπορεί να αναλάβει πλήρως την αγορά και την κατά παραγγελία εκτύπωση του λογότυπου της εκάστοτε επιχείρησης. Επιπλέον μπορεί να αναλάβει την κατασκευή ρούχων σε περίπτωση που ο κατάλογος των έτοιμων ρούχων δεν ικανοποιήσει τον πελάτη. Μερικά από τα προϊόντα που προσφέρονται είναι τα:

- Κοντομάνικη μπλούζα (T-shirt)
- Μακρυμάνικη μπλούζα
- Φούτερ (Μπλούζα – Ζακέτα)
- Μπουφάν
- Καπέλα υφασμάτινα
- Ρούχα εργασίας
- Αθλητικά ρούχα

Διαφημιστικά Δώρα

Για να είναι ολοκληρωμένη μια διαφημιστική καμπάνια από κάποια εταιρία δεν αρκεί απλά ο ρουχισμός. Αυτήν η ανάγκη μπορεί να καλυφθεί από την “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” καθώς οι προμηθευτές της παρέχουν μια πληθώρα διαφημιστικών δώρων ικανά να φιλοξενήσουν το λογότυπο της κάθε εταιρίας. Ονομαστικά τα προϊόντα που μπορούν να διατεθούν εκτυπωμένα είναι:

- Αναπτήρες
- Στυλό – Μολύβια ξύλινα
- Ετικέτες (Αυτοκόλλητες – Πλαστικές – Χάρτινες - Μεταλλικές)
- Υφασμάτινες τσάντες
- Σταχτοδοχεία
- Ατζέντες – Ημερολόγια
- Ομπρέλες

Υπηρεσίες Εκτύπωσης

Σημαντική δραστηριότητα της “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” είναι και η παροχή υπηρεσιών εκτύπωσης σε προϊόντα τα οποία έχει στην κατοχή του ήδη ο πελάτης. Οι

κύριες υπηρεσίες είναι η εκτύπωση με την χρήση μεταξοτυπίας, αυτή με την χρήση θερμομεταφερόμενης στάμπας και εκτύπωση με την χρήση ταμπόν.

2.1.3 Σύντομο ιστορικό

Η “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” αποτελεί την παλαιότερη βιοτεχνία εκτυπώσεων στην πόλη της Λάρισας και μια από τις παλαιότερες στην εγχώρια αγορά. Ιδρύθηκε το 1987 με την μορφή της ομόρρυθμης εταιρίας από τους τρεις μετόχους της. Με το πέρασμα των χρόνων οι δύο εκ των τριών μετόχων αποχώρησαν από την επιχείρηση αλλά και από τον κλάδο για προσωπικούς τους λόγους με αποτέλεσμα το 1995 να περάσει εξ ολοκλήρου στον μέχρι και σήμερα ιδιοκτήτη αλλάζοντας και την νομική της μορφή σε ατομική επιχείρηση.

Από τα πρώτα, κιόλας, χρόνια που άρχισε να δραστηριοποιείται στον χώρο των εκτυπώσεων η επιχείρηση κατάφερε να αποκτήσει ένα μεγάλο μερίδιο της εγχώριας αγοράς. Το μερίδιο αυτό κατάφερε να το διατηρήσει για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα προσφέροντας ολοκληρωμένα πακέτα διαφημιστικών δώρων εκτυπωμένα κατά παραγγελία του πελάτη. Χάρη στην ανοδική πορεία που έδειχνε από την έναρξη της λειτουργίας της, ο ιδιοκτήτης επένδυσε πολλά στον μηχανολογικό εξοπλισμό για όλους τους κλάδους των εκτυπώσεων που ήταν διαθέσιμοι εκείνη την περίοδο κάνοντας την μια από τις πιο σύγχρονες βιοτεχνίες της Ελλάδος σε μια εποχή που η τεχνολογία δεν μπορούσε να προσφέρει πολλά στον συγκεκριμένο κλάδο.

Με την έλευση της νέας χιλιετίας ξεκίνησαν να προστίθενται πολλές επιχειρήσεις στον κλάδο των εκτυπώσεων αφαιρώντας ένα σεβαστό ποσοστό επιχειρήσεων από το πελατολόγιο της επιχείρησης. Εκείνη την στιγμή ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης αναπροσδιόρισε τους στόχους του και έκανε αλλαγές στο πλάνο στρατηγικού σχεδιασμού που ακολουθούσε μέχρι τότε. Αρχικά μετέφερε την επιχείρηση σε ιδιόκτητες, νεοδόμητες εγκαταστάσεις μικρότερης έκτασης οι οποίες κάλυπταν πλήρως τις ανάγκες της επιχείρησης. Επιπλέον εκμεταλλεύτηκε την υψηλή μεταπωλητική αξία του εξοπλισμού που διέθετε και τον αντικατέστησε με νεότερο, ο οποίος απαιτούσε μικρότερες παροχές ενέργειας και χώρου, ενώ επίσης πούλησε μηχανολογικό εξοπλισμό ο οποίος σταμάτησε να έχει ευρεία χρήση στην εκτυπωτική διαδικασία. Ουσιαστικά επένδυσε στην απλή flat-bed μεταξοτυπία η οποία προσφέρει πολύ καλά αποτελέσματα σε μια ευρεία γκάμα προϊόντων.

Η πενταετία 2005-2010 ήταν πολύ σημαντική για την επιχείρηση καθώς ο καινούργιος, τότε, εξοπλισμός της σε συνδυασμό με την επιστροφή της μεταξοτυπίας στο προσκήνιο για ένα μεγάλο μερίδιο του αγοραστικού κοινού, την έφεραν να βρίσκεται πάλι σε ανοδική πορεία. Η μεταξοτυπία αποδείχτηκε ότι πρόσφερε πολύ καλή ποιότητα εκτύπωσης, υψηλή αντοχή και χαμηλή, σε σχέση με τις υπόλοιπες μεθόδους εκτύπωσης, τιμή.

Η δεύτερη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα ήταν αυτή που δημιούργησε τα μεγαλύτερα προβλήματα στον τομέα της παραδοσιακής διαφήμισης και των εκτυπώσεων. Η οικονομική κρίση που ξέσπασε στην χώρα παράλληλα με την είσοδο του διαδικτύου στην καθημερινότητα, οδήγησε πολλές εταιρίες – πελάτες της επιχείρησης να στραφούν σε πιο οικονομικούς τρόπους διαφήμισης που θα απευθυνόταν πιο εύκολα σε μεγαλύτερο κοινό. Παρόλα αυτά ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης κατάφερε γρήγορα να επανακτήσει ένα σημαντικό ποσοστό από την χασούρα που προκλήθηκε αφού απέκτησε την αντιπροσωπεία για την κεντρική Ελλάδα μιας εκ των μεγαλύτερων εταιριών παραγωγής έτοιμων ενδυμάτων παγκοσμίως. Επένδυσε ένα σεβαστό κεφάλαιο για την αγορά πλήθους έτοιμων ενδυμάτων και αξιοποιώντας σωστά το υπόγειο του κτηρίου που στεγάζεται η επιχείρηση ως αποθηκευτικό χώρο, πρόσθεσε μια ακόμα δραστηριότητα, αυτή των πωλήσεων B2B σε εταιρίες με παρόμοιο με τον δικό της κύκλο εργασιών. Συνεπώς τα τελευταία χρόνια εκτός από την πώληση εκτυπωμένων ενδυμάτων και διαφημιστικών δώρων ασχολείται και με τις πωλήσεις διάφορων τύπων ενδυμάτων, έτοιμα για εκτύπωση τα οποία βρίσκονται σε απόθεμα στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης.

2.1.4 Συνεργασίες – Δικτυώσεις

Η εταιρία συνεργάζεται με μεγάλο αριθμό προμηθευτών από την Ελλάδα και την Ευρώπη. Παρακάτω παρουσιάζονται οι κυριότεροι προμηθευτές της επιχείρησης τα τελευταία χρόνια.

| ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ | ΧΩΡΑ | ΠΡΟΪΟΝΤΑ |
|---------------------------------------|----------|---|
| Fruit of the Loom | Γερμανία | Ενδύματα σώματος |
| Baxevanidis | Ελλάδα | Διαφημιστικά δώρα, ενδύματα κεφαλής και σώματος |
| Axon | Ελλάδα | Ενδύματα εργασίας |
| Zilos Chemichals | Ελλάδα | Αναλώσιμα |
| Ferochrome | Ελλάδα | Πρώτες ύλες, αναλώσιμα, διαφημιστικά δώρα, εξοπλισμός |
| Family Kariki | Ελλάδα | Πρώτες ύλες, αναλώσιμα |
| INTERXAPT | Ελλάδα | Διαφημιστικά δώρα |
| P.R.S. | Ελλάδα | Διαφημιστικά δώρα |
| Astraia | Ελλάδα | Ενδύματα σώματος |
| Minoiki | Ελλάδα | Διαφημιστικά δώρα |
| Maxcare | Ελλάδα | Ενδύματα εργασίας |
| ΑΣΠΙΣ Ε.Π.Ε. | Ελλάδα | Ενδύματα εργασίας |
| Present Team | Ελλάδα | Ενδύματα εργασίας, ενδύματα σώματος |
| Stamina Shop | Αγγλία | Διαφημιστικά δώρα |
| Cottons&Cottons | Ελλάδα | Ενδύματα σώματος |
| Λιβάρδας Α.Ε. | Ελλάδα | Ενδύματα σώματος |
| Νικολακούλης Κ. & ΣΙΑ Ε.Ε. | Ελλάδα | Υλικά συσκευασίας |
| Analyseis | Ελλάδα | Προγράμματα μηχανοργάνωσης |

Πίνακας 1: Πίνακας κυριότερων προμηθευτών και τι προμηθεύουν την επιχείρηση

2.2 Υλικοτεχνική δομή

Η επιχείρηση στεγάζεται σε ιδιόκτητο κτήριο τριών επιπέδων συνολικής επιφάνειας 240 τ.μ. στον οποίο βρίσκονται όλες οι εγκαταστάσεις της. Ο χώρος έχει διαμορφωθεί καταλλήλως με τις απαιτούμενες υποδομές θέρμανσης, πυρασφάλειας, καλωδιώσεων και παροχών (ρεύματος, τηλεπικοινωνιών, νερού, αέρα κλπ). Επιπλέον η διαμόρφωση του χώρου έγινε με στόχο να υπάρχει άνεση και ευελιξία κατά τη διάρκεια της εργασίας ώστε να αποφευχθούν όσο είναι εφικτό τα πιθανά εργατικά ατυχήματα. Στο κτήριο αυτό βρίσκεται και το σύνολο του μηχανολογικού και μη εξοπλισμού της επιχείρησης καθώς και ο χώρος αποθήκευσης προϊόντων και πρώτων υλών. Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά όλα τα ενσώματα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης. Η αξία κτήσης δεν σχετίζεται με το ποσό που έδωσε η επιχείρηση για να τον αποκτήσει, αλλά αφορά το κόστος αγοράς καινούργιου μηχανολογικού και μη εξοπλισμού αντίστοιχης τεχνολογίας με αυτόν της επιχείρησης και όχι σύγχρονων μηχανημάτων με αντίστοιχες εκτυπωτικές δυνατότητες. Η αξία μεταπώλησης προκύπτει έπειτα από έρευνα σε διαδικτυακές αγορές της Ελλάδας αλλά και γενικά της Ευρώπης για όμοιο εξοπλισμό με αυτόν που διαθέτει η επιχείρηση με την απαραίτητη μείωση αυτής ανάλογα με τις φθορές που έχουν προκληθεί στο εκάστοτε μηχάνημα.

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ | | ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ | ΑΞΙΑ ΚΤΗΣΗΣ 2022 | ΕΤΟΣ ΚΤΗΣΗΣ | ΑΞΙΑ ΜΕΤΑΠΩΛΗΣΗΣ |
|----------------------|---|--|----------------------------------|-------------|----------------------------------|
| A. | ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ | | | | |
| 1 | Ισόγειο | · 160 τ.μ. | ~150.000€ | 2001 | ~100.000 |
| | | · Χώρος στέγασης εξοπλισμου | | | |
| 2 | Υπόγειο | · 70 τ.μ. | | | |
| | | · Αποθηκευτικός χώρος | | | |
| | | · Χώρος στέγασης υποστηρικτικού εξοπλισμού | | | |
| 3 | Όροφος | · 10 τ.μ. | | | |
| | | · Γραφεία | | | |
| | | · Αρχείο επιχείρησης | | | |
| B. | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ | | | | |
| 1 | Εκτυπωτική μηχανή (χειροκίνητη) | 6 χρωμάτων | ~850€ | 2003 | ~600€ |
| 2 | Εκτυπωτική μηχανή (χειροκίνητη) | 4 χρωμάτων | ~250€ | 2001 | ~150€ |
| 3 | Εκτυπωτική μηχανή (χειροκίνητη) | 1 χρώματος | ~180€ | 1999 | ~100€ |
| 4 | Εκτυπωτική μηχανή με vacuum (ημιαυτόματη) | 1 χρώματος | ~4000€ | 2006 | ~2500€ |
| 5 | Αεροσυμπιεστής | Χωρητικότητας 300 λίτρων | ~1300€ | 2007 | ~900€ |
| 6 | Φούρνος ενδυμάτων | Ρυθμιζόμενης ταχύτητας και θερμοκρασίας | ~3000€ | 1999 | ~1900€ |
| 7 | Εκτυπωτική μηχανή (ημιαυτόματη) | Ταμπόν | ~800€ | 2016 | ~500€ |
| 8 | Εμφανιστήριο | Τελάρων μεταξοτυπίας | ~350€ | 2000 | ~200€ |
| 9 | Εμφανιστήριο | Για κλισέ μηχανής ταμπόν | ~250€ | 2019 | ~180€ |
| 10 | Στεγνωτήριο (x2) | 50 θέσεων | ~160€/τμχ | 2002 | ~100€/τμχ |
| 11 | Τελάρια μεταξοτυπίας (x20) | Διάφορων διαστάσεων | Διαφέρει ανά μέγεθος (40€ - 75€) | 2001-2021 | Διαφέρει ανά μέγεθος (25€ - 50€) |
| 12 | Υδραυλικό μαχαίρι κοπής | Για πλαστικό | ~500€ | 1999 | ~280€ |
| 13 | Υδραυλικό μαχαίρι κοπής | Για αυτοκόλλητο - χαρτί | ~650€ | 2010 | ~450€ |
| 14 | Πρέσα για θερμομεταφερόμενες στάμπες | Χειροκίνητη | ~150€ | 2017 | ~90€ |
| 15 | Σπάτουλες μεταξοτυπίας x20 | Διάφορων διαστάσεων και υλικών | Διαφέρει ανά μέγεθος (15€ - 75€) | 2001-2021 | Διαφέρει ανά μέγεθος (10€ - 50€) |
| Γ. | ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ | | | | |
| 1 | Φ.Ι.Χ | · 400kg ωφέλιμο φορτίο | ~7000€ | 2017 | ~5000€ |

Πίνακας 2: Πίνακας υλικοτεχνικής δομής της επιχείρησης.

Ο χώρος των εκτυπώσεων αποτελεί ένα χώρο με τον οποίο, θεωρητικά, μπορεί να ασχοληθεί ο καθένας και από οπουδήποτε, καθώς ο εξοπλισμός μπορεί να ξεκινήσει από κάτι οικονομικό με μικρές απαιτήσεις σε ενέργεια και χώρο. Παρόλα αυτά, καθώς η τεχνολογία εξελίσσεται αλλάζουν και οι απαιτήσεις των πελατών. Αυτός είναι και ο λόγος που η “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” συνεχώς επενδύει στην αναβάθμιση του εξοπλισμού προς 2 κατευθύνσεις:

- Η πρώτη αφορά την αντικατάσταση του παλιού της μηχανολογικού εξοπλισμού με νέο, πιο σύγχρονο και ικανό να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της εποχής καθώς και τον υποστηρικτικό εξοπλισμό ώστε να προσφέρουν το βέλτιστο τα νέα μηχανήματα.

- Η δεύτερη αφορά την αναβάθμιση του ήδη υπάρχοντος μηχανολογικού εξοπλισμού με ανταλλακτικά πιο σύγχρονα, πιο αποδοτικά και πιο φιλικά προς το περιβάλλον.

Η ανάγκη για εξέλιξη είναι μεγάλη και συνεχής, γι' αυτό και η επιχείρηση δεν σταμάτησε ποτέ την αναζήτηση συνεργατών και την δαπάνη κεφαλαίων για την αναβάθμιση του υπάρχοντος εξοπλισμού της, με σκοπό να μπορεί να παρέχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα στους πελάτες της.

2.3 Οργάνωση – Ανθρώπινο δυναμικό

Η “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” αποτελεί μια μικρομεσαία επιχείρηση. Η λειτουργία της βασίζεται κυρίως σε προσωπική εργασία από τον ιδιοκτήτη της.

2.3.1 Οργάνωση της επιχείρησης

Το μέγεθος της επιχείρησης και ο κύκλος εργασιών της είναι τέτοιος που δεν απαιτεί μεγάλο πλήθος ανθρώπινου δυναμικού. Κατά κύριο λόγο θέλει εξειδικευμένο προσωπικό, το οποίο να μπορεί να φέρει εις πέρας του ανατίθενται. Το βοηθητικό προσωπικό παίζει πολύ μικρό ρόλο που πολλές φορές δεν έχει αντικείμενο κατά την διάρκεια της ημέρας. Τον μεγαλύτερο ρόλο τον έχει το τεχνικό προσωπικό, το οποίο είναι και αυτό που έχει γνώση στον χειρισμό των μηχανημάτων εκτύπωσης. Στο παρελθόν απασχολούσε κυρίως τέσσερις εργαζομένους, πέρα του ιδιοκτήτη της, ενώ τις περιόδους που υπήρχε μεγάλος φόρτος εργασιών προσλάμβανε και εποχιακούς υπαλλήλους. Παρόλα αυτά λόγω της οικονομικής κρίσης και της αυτοματοποίησης αρκετών εργασιών, τα τελευταία χρόνια απασχολεί τρία άτομα συμπεριλαμβανομένου του ιδιοκτήτη της. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι εργαζόμενοι να κάνουν περισσότερες από μια εργασίες κατά τη διάρκεια της ημέρας. Οι εργασίες που εκτελούνται από το τεχνικό προσωπικό της επιχείρησης είναι η εκτύπωση προϊόντων, η συλλογή εκτυπωμένων προϊόντων είτε προς επανεκτύπωση είτε προς συσκευασία, το καθαρίσμα των τελάρων με σκοπό την επανεμφάνιση του και η καθαριότητα των σκευών και των μηχανημάτων. Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης ασχολείται με την επικοινωνία με τους προμηθευτές και τους πελάτες και τις υποχρεώσεις της προς αυτούς, την οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας, την προετοιμασία των προϊόντων προς εκτύπωση ανάλογα με την εκάστοτε παραγγελία και την εκτύπωση προϊόντων.

| | ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | ΑΡΙΘΜΟΣ ΘΕΣΕΩΝ |
|---|----------------------|---|----------------|
| 1 | Διοικητικό προσωπικό | Απόφοιτος τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, τομέας οικονομικών/διοίκησης επιχειρήσεων | 1 |
| 2 | Τεχνικό προσωπικό | Απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης | 2 |
| 3 | Βοηθητικό προσωπικό | Απόφοιτος δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης | 0 |
| | ΣΥΝΟΛΟ | | 3 |

Πίνακας 3: Πίνακας παρουσίας προσωπικού επιχείρησης

2.3.2 Ιστορικά οικονομικά στοιχεία

Παρακάτω παραθέτονται αναλυτικά τα αποτελέσματα χρήσης της επιχείρησης την πενταετία 2015 – 2019. Τα οικονομικά στοιχεία για τα έτη 2020 και 2021 δεν λήφθηκαν υπόψη καθώς λόγω της παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης που ξέσπασε παγκοσμίως, η επιχείρηση για ένα μεγάλο διάστημα δεν λειτουργούσε καθόλου ή υπολειτουργούσε. Συνεπώς δεν θα μπορούσαμε να βγάλουμε ένα σαφές συμπέρασμα για την δυναμική της, καθώς και την περίοδο που λειτουργούσε το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων – πελατών της βρισκόταν σε αναστολή. Αξίζει εδώ να σημειωθεί πως η εξόφληση των υποχρεώσεων της επιχείρησης προς τους συνεργάτες – προμηθευτές της γίνεται κυρίως με την μέθοδο της αντικαταβολής. Πολλές φορές, όταν κάποια τιμολόγια είναι μεγάλης αξίας προσφέρεται η δυνατότητα πίστωσης από 15 έως 60 μέρες. Η δυνατότητα αυτή προσφέρεται λόγω της καλής φήμης και συνέπειας που έχει επιδείξει η επιχείρηση καθ' όλη την διάρκεια λειτουργίας της. Η ίδια πολιτική ακολουθείται από την επιχείρηση και για την εξόφληση των λογαριασμών από τους δικούς της πελάτες, με την ιδιαιτερότητα πως σε παραγγελίες μεγάλου συνολικού κόστους ζητείται προκαταβολικά ένα μέρος του τελικού ποσού.

| ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ (σε χιλ. €) | | | | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| ΠΩΛΗΣΕΙΣ (ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ) | 83,990 € | 79,659 € | 70,398 € | 72,618 € | 68,638 € |
| ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ | 83,990 € | 79,659 € | 70,398 € | 72,618 € | 68,638 € |
| ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ | 39,517 € | 35,856 € | 31,875 € | 30,549 € | 25,089 € |
| ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ | 39,517 € | 35,856 € | 31,875 € | 30,549 € | 25,089 € |
| ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ | 44,473 € | 43,803 € | 38,523 € | 42,069 € | 43,549 € |
| ΣΥΝΟΛΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ | 44,473 € | 43,803 € | 38,523 € | 42,069 € | 43,549 € |
| ΆΛΛΑ ΈΣΟΔΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΈΣΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | 0,550 € | 0,570 € | 0,540 € | 0,540 € | 0,580 € |
| ΛΟΙΠΑ ΈΣΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | 16,175 € | 16,952 € | 14,783 € | 15,632 € | 15,351 € |
| ΜΕΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ | 27,748 € | 26,281 € | 23,200 € | 25,897 € | 27,618 € |
| ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΤΌΚΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΗ ΈΣΟΔΑ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ ΤΌΚΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΗ ΈΣΟΔΑ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΟΛΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ | 27,748 € | 26,281 € | 23,200 € | 25,897 € | 27,618 € |
| ΈΚΤΑΚΤΑ ΚΑΙ ΑΝΌΡΓΑΝΑ ΈΣΟΔΑ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΈΚΤΑΚΤΑ ΚΑΙ ΑΝΌΡΓΑΝΑ ΈΣΟΔΑ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΈΚΤΑΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΟΡΓΑΝΙΚΑ ΚΑΙ ΈΚΤΑΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ | 27,748 € | 26,281 € | 23,200 € | 25,897 € | 27,618 € |
| ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΠΆΓΙΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ | 8,367 € | 8,283 € | 8,200 € | 8,116 € | 8,032 € |
| ΟΙ ΑΠΌ ΑΥΤΈΣ ΕΝΣΩΜΑΤΩΜΕΝΕΣ ΣΤΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ | 8,367 € | 8,283 € | 8,200 € | 8,116 € | 8,032 € |
| ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΌΡΩΝ | 19,381 € | 17,998 € | 15,000 € | 17,781 € | 19,586 € |

Πίνακας 4: Αποτελέσματα χρήσης 2015 - 2019

| ΔΙΑΘΕΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ (σε χιλ. €) | | | | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ | 19,381 € | 17,998 € | 15,000 € | 17,781 € | 19,586 € |
| ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ | 18,384 € | 19,381 € | 17,998 € | 15,000 € | 17,781 € |
| ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ ΧΡΗΣΕΩΣ | 4,264 € | 3,960 € | 3,300 € | 3,912 € | 4,309 € |
| ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗ | 33,501 € | 33,419 € | 29,698 € | 28,869 € | 33,058 € |
| | | | | | |
| ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ | 10,000 € | 10,000 € | 10,000 € | 10,000 € | 10,000 € |
| ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΙΣ ΝΕΟΝ | 33,501 € | 33,419 € | 29,698 € | 28,869 € | 33,058 € |
| ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΖΗΜΙΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ ΕΙΣ ΝΕΟΝ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |

Πίνακας 5: Διάθεση αποτελεσμάτων 2015 - 2019

| ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΗΚΟΤΗΤΑΣ | | | | | |
|--------------------------------|------|------|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΕΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ | 0,53 | 0,55 | 0,55 | 0,58 | 0,63 |
| ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,36 | 0,40 |
| ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ | 0,23 | 0,23 | 0,21 | 0,24 | 0,29 |

Πίνακας 6: Αποδοτικότητα 2015 - 2019

3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η εταιρία δραστηριοποιείται στον ευρύτερο κλάδο των εκτυπώσεων. Σύμφωνα με την ταξινόμηση ΣΤΑΚΟΔ-08 κατατάσσεται στην ευρύτερη κατηγορία 18 «Εκτυπώσεις και αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων» και συγκεκριμένα στην υποκατηγορία 18.12 «Άλλες εκτυπωτικές δραστηριότητες». Στο Επιμελητήριο Λάρισας η κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης, με βάση το ΚΑΔ-2008, είναι η 18.13.20.01 «Υπηρεσίες παραγωγής μεταξοτυπιών & άλλων παρεμφερών αγαθών», ενώ σαν δευτερεύουσες είναι οι 18.12.19.02 «Υπηρεσίες εκτύπωσης υφασμάτων», 18.12.19.03 «Υπηρεσίες μεταξοτυπίας» και 18.12.19.04 «Υπηρεσίες σταμπώματος ή επικόλλησης χαλκομανίας επί ενδυμάτων».

Ο οικονομικός κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση βρίσκεται σε μια σταθερή, πλέον, πορεία τα τελευταία χρόνια στην εγχώρια αγορά, παρά την μικρή ύφεση που παρουσίασε πριν μια 10-ετία περίπου.

Παρά την κάμψη που παρουσιάστηκε τα τελευταία χρόνια της δεκαετίας του '00 και τα πρώτα της δεκαετίας του '10 όταν και έγινε η είσοδος των ψηφιακών μέσων προβολής και διαφήμισης σε συνδυασμό με την κρίση που ξέσπασε στην εγχώρια οικονομία, ο κλάδος των γραφικών τεχνών επανήλθε στο προσκήνιο αρκετά γρήγορα.

Σύμφωνα με έρευνα της ICAP το 2015 εμφανίζεται πάλι ανοδική τάση στον κλάδο μετά την πτώση που σημειώθηκε την περίοδο 2009 – 2014.

3.1 Ανάλυση και διάρθρωση της αγοράς

Η διαφήμιση είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι σε μια επιχείρηση. Ο κλάδος αυτός υπάρχει για περισσότερα από εκατό χρόνια και είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τον κλάδο των γραφικών τεχνών. Για πολλά χρόνια η διαφήμιση μιας επιχείρησης γινόταν αποκλειστικά μέσω έντυπων (εφημερίδες, περιοδικά) και ραδιοφωνικών σποτ. Η κατηγορία των περιοδικών και των εφημερίδων είναι αυτή που έχει πληγεί περισσότερο τα τελευταία χρόνια από τον κλάδο των γραφικών τεχνών, καθώς πήραν την σκυτάλη τα ψηφιακά μέσα, όπως προκύπτει από μια οικονομική μελέτη του ICAP Group στον συγκεκριμένο κλάδο. Καλύτερα αποτελέσματα φαίνεται να έχουν οι επιχειρήσεις που είναι καθετοποιημένες και συμμετέχουν σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας σε σχέση με αυτές που ασχολούνται μόνο με κάποιο από τα τρία στάδια της εκτυπωτικής διαδικασίας (προεκτύπωση, εκτύπωση, μετεκτύπωση).

3.1.1 Αριθμός και είδη επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς που την ενδιαφέρει

Το 2013 στην Ελλάδα υπήρχαν 738 επιχειρήσεις παραγωγής μεταξοτυπιών ενώ αντίστοιχα 1.507 επιχειρήσεις παραγωγής ψηφιακών εκτυπώσεων κάθε είδους. Βασικός παράγοντας που συντέλεσε στο να υπάρχει τόσο μεγάλη διαφορά στο πλήθος επιχειρήσεων που ασχολούνται με την ψηφιακή εκτύπωση σε σχέση με την μεταξοτυπία είναι η εξέλιξη της τεχνολογίας. Τα μηχανήματα ψηφιακής εκτύπωσης δεν απαιτούν ιδιαίτερη τεχνογνωσία για την διαδικασία της εκτύπωσης αλλά μόνο της χρήσης ηλεκτρονικού υπολογιστή. Σε συνδυασμό με το γεγονός ότι δεν χρήζει ιδιαίτερα μεγάλες εγκαταστάσεις δημιουργήσαν ευνοϊκές συνθήκες για να αναπτυχθεί η ψηφιακή εκτύπωση τα τελευταία χρόνια.

3.1.2 Μέγεθος αγοράς (διαχρονική εξέλιξη παραγωγής και πωλήσεων ή και εισαγωγών και εξαγωγών)

Τα πρώτα χρόνια που ξεκίνησε η επιχείρηση την δραστηριότητά της ο κλάδος αποτελούταν από πολύ μικρότερο αριθμό επιχειρήσεων. Το μέγεθος του κλάδου αυξήθηκε σημαντικά με το πέρασμα των χρόνων. Παρόλα αυτά η διαδικασία της παραγωγής έχει πολύ μικρές διαφορές παρά την εξέλιξη της τεχνολογίας. Τα μέσα παραγωγής έχουν ελάχιστες διαφορές με εκείνα των προηγούμενων χρόνων. Η εξέλιξη ήρθε κυρίως στα υλικά που χρησιμοποιούνται, τόσο ως πρώτες ύλες όσο και σε αυτά που χρησιμοποιούνται ως μέσα παραγωγής, με σκοπό την καλύτερη ποιότητα του τελικού προϊόντος. Εκεί που παρατηρείται η μεγαλύτερη διαφορά σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια είναι ο τομέας των πωλήσεων, τόσο για τις επιχειρήσεις του κλάδου αλλά και για επιχειρήσεις που έχουν άμεση επαφή με τον κλάδο. Η διαδικασία των πωλήσεων κάποτε

απαιτούσε πολύ χρόνο, πολύ κόπο και πολύ περισσότερα έξοδα απ' ό,τι σήμερα. Η προσέγγιση ενός πελάτη κάποτε γινόταν σχεδόν αποκλειστικά στον χώρο του, παραθέτοντας του διάφορα δείγματα της δουλειάς σου με σκοπό να αποφασίσει τελικά αν θα υπάρξει κάποια συνεργασία μεταξύ σας. Πλέον τα πάντα μπορούν να γίνουν μέσα από έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή με πρόσβαση στο διαδίκτυο. Το γεγονός αυτό βοηθάει στην αύξηση του κύκλου εργασιών της επιχείρησης καθώς είναι πολύ πιο εύκολη η προσέγγιση πελατών ανεξαρτήτως του πόσο μακριά από την έδρα επιχείρησης βρίσκονται.

Αυτό που δεν έχει αλλάξει σχεδόν καθόλου στον τομέα των πωλήσεων είναι οι επικοινωνιακές ικανότητες του ατόμου που λειτουργεί ως πωλητής, μιας και είναι πιο δύσκολο να πειστεί κάποιος να συνεργαστεί μαζί σου πλέον που υπάρχει πληθώρα εναλλακτικών επιλογών σε συνεργάτες και προϊόντα. Σε ό,τι αφορά τις επιχειρήσεις που έχουν άμεση επαφή με τον κλάδο η μεγάλη διαφορά που παρατηρείται είναι ως προς το πλήθος των εναλλακτικών που σου προσφέρουν. Οι άμεσοι συνεργάτες των επιχειρήσεων του κλάδου είναι οι προμηθευτές, οι οποίοι πλέον προσφέρουν πολύ περισσότερες εναλλακτικές στα προς εκτύπωση προϊόντα σε σχέση με το παρελθόν. Το γεγονός αυτό οφείλεται σημαντικά στην ευκολότερη διαδικασία εισαγωγής προϊόντων από αγορές της Ευρώπης αλλά και γενικότερα της υφηλίου.

3.2 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης

Η εκτύπωση μεταξοτυπίας είναι συνυφασμένη με την διαφήμιση. Τα διαφημιστικά δώρα είναι και ο λόγος που οι επιχειρήσεις του κλάδου των εκτυπώσεων δημιουργήθηκαν. Η μεταξοτυπία είναι η απλούστερη και η πιο ποιοτική διαδικασία εκτύπωσης. Παρόλα αυτά υπάρχουν και προβλήματα που παρουσιάζονται κατά την εκτυπωτική διαδικασία που δεν την καθιστούν δυνατή σε όλες τις περιπτώσεις. Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα της μεταξοτυπίας είναι πως αν η επιφάνεια δεν είναι επίπεδη είναι σχεδόν αδύνατο να εντυπωθεί με αυτή τη μέθοδο. Το πρόβλημα αυτό αντιμετωπίζεται με δύο μεθόδους, η μία είναι η χρήση θερμομεταφερόμενης στάμπας και η άλλη είναι με την χρήση εκτυπωτικής μηχανής ταμπόν. Η επιλογή της κατάλληλης μεθόδου εξαρτάται από την επιφάνεια και υλικό του προϊόντος. Ένα άλλο πρόβλημα που παρουσιάζεται συχνά είναι η εκτύπωση ανάμεσα ή πολύ κοντά σε πτυχές της προς εκτύπωσης επιφάνειας. Το πρόβλημα αυτό συναντάται κυρίως σε ενδύματα σώματος, εργασίας και κεφαλής των οποίων οι ραφές είναι ιδιαίτερα σκληρές και χοντρές. Στα ενδύματα σώματος υπάρχει η δυνατότητα εκτύπωσης του υφάσματος πριν ραφτεί και πάρει την τελική του μορφή. Στην περίπτωση που το ένδυμα αγοραστεί έτοιμο η λύση της θερμομεταφερόμενης στάμπας είναι μονόδρομος.

Αυτές ήταν οι βασικότερες δυσκολίες κατά την διαδικασία της εκτύπωσης, δεν είναι όμως οι μοναδικοί παράγοντες που επηρεάζουν την εκτυπωτική διαδικασία. Η εκτύπωση μεταξοτυπίας είναι μια διαδικασία που απαιτεί καλή γνώση του αντικειμένου

για να βγει σωστό αποτέλεσμα. Μπορεί να έχει αυτοματοποιηθεί το μεγαλύτερο μέρος της διαδικασίας, παρόλα αυτά για να ξεκινήσει η εκτύπωση πρέπει να γίνει μια ακολουθία ενεργειών που αποτελείται από αρκετά ευαίσθητες διαδικασίες και δεν μπορεί να αυτοματοποιηθεί. Πρόκειται για την εμφάνιση των τελάρων κατά την οποία πρέπει να υπάρχει μεγάλη συνέπεια στους χρόνους, στις συνθήκες φωτισμού και στην συντήρηση των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται κατά την διαδικασία της εμφάνισης. Επιπλέον το σχέδιο πρέπει να είναι αποτυπωμένο σε ριζόχαρτο από καλής ποιότητας εκτυπωτή ώστε να εμφανιστεί σωστά πάνω στο τελάρο.

Πέρα από τους περιοριστικούς παράγοντες που αναφέρθηκαν μέχρι στιγμής, υπάρχουν και μερικοί που συναντώνται μετά το πέρας της εκτύπωσης. Κυριότερος όλων είναι ο ποιοτικός έλεγχος. Ο έλεγχος δηλαδή ότι η εκτύπωση έγινε σωστά, η αποτύπωση πάνω στην επιφάνεια, δηλαδή, συμφωνεί με αυτή του αρχικού σχεδίου σε κάθε τεμάχιο.

Με βάση τα παραπάνω, γίνεται εύκολα αντιληπτό πως η ζήτηση περιορίζεται από πολλούς παράγοντες. Κυρίως γιατί αν προκύψει κάποιο από αυτά τα προβλήματα θα έχει ως αποτέλεσμα είτε την αύξηση του κόστους εκτύπωσης είτε την χαμηλή ποιότητα εκτύπωσης.

3.3 Τεχνολογικό επίπεδο

Η τεχνολογία την τελευταία δεκαετία έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό που σε όποιο κλάδο και να αναφερθούμε θα δούμε πολύ εύκολα την επιρροή της σε σχέση με παλιότερα. Όπως έχει ήδη αναφερθεί και ο κλάδος των εκτυπώσεων δεν έχει μείνει ανεπηρέαστος. Σε ό,τι αφορά την επιχείρησή μας, το τεχνολογικό επίπεδο δεν είναι και στο μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με αρκετές από τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις. Το γεγονός αυτό δεν αποτελεί μειονέκτημα παρόλα αυτά.

Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης έχει επιλέξει να μην επενδύσει μεγάλα κεφάλαια για την αγορά σύγχρονου μηχανολογικού εξοπλισμού. Προηγουμένως αναφέρθηκε πως η εκτύπωση μεταξοτυπίας είναι μια απλή, σχετικά, διαδικασία η οποία δεν μπορεί να αυτοματοποιηθεί πλήρως. Για τον λόγο αυτό, η πολιτική επενδύσεων της επιχείρησης προσανατολιζόταν κυρίως στον τομέα των πρώτων υλών. Οι πρώτες ύλες είναι το βασικότερο συστατικό για να υπάρξει ένα σωστό αποτέλεσμα, γι αυτό και θέλει διαρκή έρευνα και δοκιμή για να βρεθούν τα πιο κατάλληλα υλικά που θα το προσφέρουν αυτό.

Η πολιτική, αυτή, μπορεί να βοήθησε την επιχείρηση στο να παράγει ποιοτικότερα προϊόντα, την έχει κρατήσει όμως λίγο πίσω σε υπηρεσίες που άρχισαν να έχουν ευρεία χρήση στον τομέα των εκτυπώσεων και δίνουν απαντήσεις εκεί που η μεταξοτυπία πολλές φορές δυσκολεύεται. Αυτός είναι και ο λόγος που η στρατηγική των επενδύσεων της πλέον προσανατολίζεται στην αγορά πιο τεχνολογικά αναπτυγμένου μηχανολογικού εξοπλισμού.

3.4 Ανάλυση ανταγωνισμού

Ο τομέας των εκτυπώσεων μεταξοτυπίας είναι ένας τομέας στον οποίο μπορεί να ενταχθεί πολύ εύκολα κάποιος, με βάση τις απαιτήσεις σε εξοπλισμό, είναι δύσκολο όμως να γίνει κάποιος ανταγωνιστικός. Οι απαιτήσεις σε τεχνογνωσία είναι ιδιαίτερα υψηλές. Όπως προαναφέρθηκε, στην επικράτεια υπάρχουν 738 επιχειρήσεις που ασχολούνται με αυτό το κομμάτι, ενώ στην τοπική αγορά της Λάρισας το σύνολο αυτών των επιχειρήσεων είναι 5, με την επιχείρησή μας να είναι η παλαιότερη και η πιο συνεπής σε ό,τι αφορά το πελατολόγιο της.

Σημαντικό ρόλο στην διαχρονικότητα της επιχείρησης είναι οι προμηθευτές της. Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης έχει επιλέξει προμηθευτές με τους οποίους συνεργάζεται για περισσότερα από δέκα χρόνια. Αποτέλεσμα αυτού είναι η διατήρηση σταθερής ποιότητας των προϊόντων ανά τα χρόνια. Επιπλέον εκμεταλλεζόμενη το γεγονός των κεφαλαίων που διέθετε λόγω του μεγάλου κύκλου εργασιών που είχε κάποτε, έχτισε μια καλή διαπραγματευτική δύναμη προς τους προμηθευτές της με αποτέλεσμα να απολαμβάνει πλέον την συνέπεια αυτών ως προς τα υλικά, τους χρόνους παράδοσης και αρκετές ακόμα ευκολίες που μπορούν να της προσφερθούν. Σημαντικό αποτέλεσμα της καλής φήμης που έχτισε η επιχείρηση στους προμηθευτές της αλλά και των σωστά σχεδιασμένων εγκαταστάσεων, είναι η εκμετάλλευση του αποθηκευτικού χώρου που διαθέτει για να αποθηκεύει προϊόντα και πρώτες ύλες. Η αγορά μεγάλων ποσοτήτων από προϊόντα με αυξημένη ζήτηση ή από πρώτες ύλες με μεγάλη κατανάλωση συνεπάγεται και μεγαλύτερη έκπτωση στην τιμή αγοράς. Πέρα από τις ευκολίες που της προσφέρονται από τους προμηθευτές της κατά την διάρκεια της συνεργασίας τους ο ιδιοκτήτης γνωρίζει πως το κόστος αλλαγής προμηθευτών είναι αρκετά μεγάλο καθώς η άγνοια των προϊόντων που πρόκειται να κάνει χρήση μπορεί να προκαλέσουν μεγάλη ζημιά κατά την παραγωγική διαδικασία, κάτι που δεν είναι σε καμία περίπτωση θεμιτό.

Πέρα από το κεφάλαιο προμηθευτής, η διαπραγματευτική δύναμη απέναντι στον πελάτη έχει και αυτή κυρίαρχο ρόλο. Οι δύο αυτοί τομείς των επιχειρήσεων είναι πολύ στενά συνδεδεμένες. Για να καταφέρεις να διαπραγματευτείς καλά με τον πελάτη πρέπει να έχεις κυρίαρχο ρόλο στις σχέσεις σου με τους προμηθευτές. Αντίστοιχα, για να δημιουργηθούν ευνοϊκές συνθήκες με τους προμηθευτές πρέπει να έχεις καλή γνώση των αναγκών των πελατών σου. Δημιουργώντας σχέσεις με τους πελάτες σου σε υψηλότερο επίπεδο από την απλή σχέση πωλητή – αγοραστή μαθαίνεις καλύτερα τις ανάγκες τους για να τις καλύψεις. Επιπλέον δημιουργείται στον πελάτη το αίσθημα ασφάλειας γνωρίζοντας πως μπορείς να τους προσφέρεις το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα χωρίς να εκτεθεί καμία από τις δύο πλευρές. Υψηλό προβάδισμα στη επιχείρηση δίνει ο μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης προϊόντων που έχει, καθώς δίνει την δυνατότητα για πιο γρήγορη εξυπηρέτηση αλλά και καλύτερη τελική τιμή, αφού στο χονδρικό εμπόριο όσο πιο μεγάλες είναι οι ποσότητες τόσο μεγαλύτερη είναι η έκπτωση που θα προκύψει στην τελική τιμή.

Σύμφωνα με όσα έχουν ήδη αναφερθεί ανταγωνισμός υπάρχει καθώς υπάρχει ένας σεβαστός αριθμός επιχειρήσεων με τον ίδιο κύκλο εργασιών ο οποίος αριθμός ολοένα και αυξάνεται. Ο αριθμός, όμως, των ανταγωνιστών που προσφέρουν τις ίδιες υπηρεσίες με αυτές της δικής μας επιχείρησης είναι πολύ μικρός. Ο κυριότερος λόγος που συμβαίνει αυτό είναι λόγω των εγκαταστάσεων. Για να προσφέρει κάποια επιχείρηση τις ίδιες υπηρεσίες με αυτές της δικής μας χρειάζεται μηχανολογικός εξοπλισμός ο οποίος απαιτεί πολύ χώρο και μεγάλα κεφάλαια για να τον αποκτήσει από το ξεκίνημα της. Αυτός είναι και ο λόγος που οι περισσότερες επιχειρήσεις του κλάδου είναι στο μέγεθος ενός εργαστηρίου μεταξοτυπιών και όχι σε αυτό μιας βιοτεχνίας μεταξοτυπιών. Τα εργαστήρια έχουν έναν ικανοποιητικό κύκλο εργασιών στο σύνολο τους αλλά οι δυνατότητές τους έχουν ταβάνι ως προς την ποσότητα αλλά και την ποιότητα προϊόντων που μπορούν να προσφέρουν. Σημαντικό πλεονέκτημα σε ό,τι αφορά το τελικό κόστος είναι και η διαπραγματευτική δύναμη προς του προμηθευτές που έχει ένα εργαστήριο καθώς όσο μικρότερος είναι ο κύκλος εργασιών σου τόσο πιο δύσκολο είναι να γίνουν διευκολύνσεις από τους προμηθευτές.

Ο κλάδος των εκτυπώσεων ανήκει στον ευρύτερο κλάδο της διαφήμισης. Συνεπώς οι ανταγωνιστές δεν είναι μόνο όσοι ανήκουν σε αυτόν τον κλάδο αλλά και όσοι δραστηριοποιούνται στον τομέα της διαφήμισης. Τα υποκατάστατα των διαφημιστικών δώρων έχουν ευρεία χρήση για την διαφήμιση των επιχειρήσεων. Οι κυριότερες μορφές διαφήμισης είναι μέσω οπτικοακουστικών μέσων (π.χ. τηλεόραση, ραδιόφωνο) αλλά και του διαδικτύου. Το διαδίκτυο είναι ίσως ο κυριότερος ανταγωνιστής της κάθε επιχείρησης που ασχολείται με τον κλάδο των εκτυπώσεων. Η χρήση του για διαφήμιση είναι ευρέως διαδεδομένη καθώς είναι αρκετά οικονομική, απευθύνεται πιο εύκολα σε μεγαλύτερο πλήθος κόσμου και μπορεί να προσφέρει μεγαλύτερο ποσοστό πληροφοριών απ' ότι οποιαδήποτε άλλη μορφή διαφήμισης.

Με βάση τα παραπάνω μπορεί να γίνει αντιληπτό ότι όπως κάθε άλλη επιχείρηση, έτσι και η δική μας έχει τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία της. Αν αναλογιστεί όμως κάποιος τα χρόνια συνεχούς παρουσίας της στο χώρο θα καταλάβει πως τα δυνατά της σημεία είναι πολύ περισσότερα. Προσφέρει μια ευρεία γκάμα εκτυπωμένων διαφημιστικών δώρων, μπορεί να προσφέρει λύση για κάθε ανάγκη που έχει ο πελάτης, ενώ φροντίζει να διατηρεί συνεχώς την ποιότητα όσο υψηλότερα γίνεται. Μεγάλο προτέρημα είναι το γεγονός ότι οι εγκαταστάσεις της είναι ιδιόκτητες και η κεφαλαιακή διάρθρωσή της αποτελείται από ένα άτομο, έμπειρο στον τομέα της μεταξοτυπίας σε αντίθεση με άλλες βιοτεχνίες αντίστοιχου μεγέθους. Συνεπώς οι αποφάσεις παίρνονται πολύ πιο εύκολα, πιο γρήγορα και πάντα με γνώμονα την ικανοποίηση των πελατών, η οποία με την σειρά της φέρνει την αύξηση των κερδών. Οι ιδιόκτητες εγκαταστάσεις βοηθούν αρκετά καθώς μπορούν να διαμορφώνονται συνεχώς ανάλογα με τις ανάγκες του μηχανολογικού εξοπλισμού της επιχείρησης με μεγάλη ευκολία χωρίς να χρειάζεται

κάποια άδεια για τυχόν αλλαγές, ενώ εξαλείφεται ο φόβος να μείνει η επιχείρηση χωρίς στέγη από την μια μέρα στην άλλη.

Η γεωγραφική της θέση παίζει κυρίαρχο ρόλο και στο εύρος του δικτύου των πελατών και προμηθευτών της. Η βάση της βρίσκεται στην πόλη της Λάρισας, στο κέντρο, δηλαδή, της Ελλάδας. Μια πόλη που βρίσκεται στην μέση από τα δύο μεγαλύτερα εμπορικά κέντρα της χώρας την καθιστούν εύκολα προσβάσιμη από τα δίκτυα διανομής προϊόντων. Απόρροια αυτού είναι πως ελαχιστοποιείται ο νεκρός χρόνος της άφιξης εμπορευμάτων από προμηθευτές αλλά και αυτός της άφιξης εμπορευμάτων σε πελάτες, ενώ μπορεί να παρέχει μεγαλύτερη γεωγραφική κάλυψη και να δέχεται μικρότερο κόστος μεταφορικών, είτε αυτά επιβαρύνουν τον πελάτη είτε την επιχείρηση.

Η κοστολόγηση του τελικού προϊόντος εξαρτάται από πολλές πτυχές της εργασίας που πρέπει να γίνουν πάνω στο προϊόν. Εξαρτάται, επίσης, από τον πελάτη στον οποίο πρόκειται να καταλήξει. Πρώτος και κύριος παράγοντας είναι το είδος της τεχνολογίας και των υλικών που χρησιμοποιούνται για την εκτύπωση του. Η ποσότητα των προς εκτύπωση προϊόντων παίζει σημαντικό ρόλο στην τελική κοστολόγηση, ενώ η φήμη που έχει ο πελάτης απέναντι στην επιχείρηση θα βάλει και αυτή το λιθαράκι της στην διαμόρφωση της τελικής τιμής.

Η καλή φήμη των πελατών προς την επιχείρηση είναι κάτι που χτίζεται με τον χρόνο. Ο ιδιοκτήτης της, ο οποίος είναι και υπεύθυνος για το marketing της επιχείρησης, επενδύει πολύ στις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ του και των πελατών της. Αυτός είναι και ο λόγος που το πελατολόγιο της επιχείρησης στο μεγαλύτερο μέρος του, είναι το ίδιο για αρκετά χρόνια. Οι διαπροσωπικές σχέσεις και η τακτική επικοινωνία με τους πελάτες, όχι αποκλειστικά για λόγους που αφορούν τα επαγγελματικά, δημιουργεί μια άλλη σχέση με αυτούς. Είναι, έτσι, πιο εύκολο για εκείνους να σε εμπιστευτούν και να επενδύσουν πάνω στην διαφήμιση της επιχείρησης τους ορίζοντας εσένα για αυτό. Ένα ακόμα θετικό αυτού του τρόπου προσέγγισης πελατών είναι πως διατηρώντας μια φιλική σχέση με τους πελάτες σου και προσφέροντας υψηλής ποιότητας διαφημιστικά, ορισμένες φορές θα γίνουν αυτοί έμμεσα πωλητές της επιχείρησης σου, προτείνοντας τις υπηρεσίες σου σε δικούς τους φίλους ή συνεργάτες με τους οποίους δεν υπήρχε συνεργασία μέχρι πρότινος.

4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΥΝΑΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΩΝ (S.W.O.T. ANALYSIS)

Για να γίνει πιο εύκολα και γρήγορα η επίτευξη των στόχων της επιχείρησης είναι απαραίτητη προϋπόθεση να γίνει ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της. Η ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος περιλαμβάνει τη διεξοδική εξέταση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων της

επιχείρησης, δηλαδή των δυνάμεων και αδυναμιών της. Παράλληλα η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος αναφέρεται στις ευκαιρίες και στις απειλές που καλείται να αντιμετωπίσει στην αγορά.

Δυνάμεις επιχείρησης - Strengths

- Καλή φήμη σε πελάτες και προμηθευτές
- Έγκυρη και έγκαιρη παράδοση στους πελάτες
- Καλός έλεγχος αποθεμάτων
- Προσωπικό με υψηλή τεχνογνωσία
- Υψηλή ποιότητα παροχών
- Μεγάλος και σταθερός κύκλος συνεργατών

Αδυναμίες επιχείρησης - Weaknesses

- Έλλειψη σύγχρονου εξοπλισμού
- Περιορισμένη χρήση του διαδικτύου
- Περιορισμένες επιλογές μεθόδου εκτυπώσεων

Ευκαιρίες επιχείρησης - Opportunities

- Επένδυση στο χονδρικό εμπόριο μη εκτυπωμένων ενδυμάτων
- Προσθήκη νέων μεθόδων εκτύπωσης, όχι τόσο διαδεδομένων
- Χρήση του διαδικτύου για μεγαλύτερη προώθηση των εμπορευμάτων της
- Σωστή εκμετάλλευση των γνωριμιών για επέκταση σε αγορές της Ευρώπης

Απειλές επιχείρησης – Threats

- Υψηλό κόστος πλήρους αναβάθμισης
- Σημαντικός εγχώριος ανταγωνισμός
- Συνεχείς αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών

Μετά την ανάλυση S.W.O.T. της επιχείρησης έρχεται η σειρά της κατάρτισης εναλλακτικών στρατηγικών σεναρίων που θα οδηγήσει στην επιλογή του κατάλληλου. Το σενάριο αυτό αποτελεί σημαντικό πυλώνα σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη της .

Σενάριο Α (Ρεαλιστικό)

- Επανεκπαίδευση εργατικού δυναμικού
- Ανάλυση αναγκών και αναβάθμιση τμήματος του εξοπλισμού
- Δημιουργία συνεργασιών με επιχειρήσεις του κλάδου
- Αύξηση κύκλου εργασιών στην εγχώρια αγορά
- Αύξηση κερδών

Σενάριο Β (Αισιόδοξο)

- Επανεκπαίδευση εργατικού δυναμικού
- Πλήρης αναβάθμιση και αγορά νέου εξοπλισμού
- Αύξηση κύκλου εργασιών στην εγχώρια αγορά
- Επέκταση σε νέες αγορές
- Αύξηση κερδών

5. ΑΝΑΛΥΣΗ / ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

5.1 Διαμόρφωση στρατηγικής

5.1.1. Στρατηγικές επιλογές

Στόχος του επιχειρηματικού αυτού πλάνου είναι να απαντήσει στον ιδιοκτήτη εάν η στρατηγική που έχει σκοπό να ακολουθήσει θα φέρει αποτελέσματα σε ό,τι αφορά την αύξηση των κερδών. Η επίτευξη αυτού του στόχου είναι στενά συνδεδεμένη με τα επίπεδα του ανταγωνισμού. Για την καλύτερη επίτευξη της αύξησης των κερδών δεν απαιτείται μόνο ο αυξημένος κύκλος εργασιών σε σχέση με τους ανταγωνιστές αλλά και η όσο το δυνατόν μείωση του κόστους παραγωγής. Η ηγεσία κόστους είναι πολύ σημαντική σε μία επιχείρηση γιατί είναι αυτή που θα της δώσει μεγαλύτερη διαπραγματευτική ικανότητα απέναντι στον πελάτη σε σχέση με τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις για προϊόντα ίδιου τύπου και ποιότητας.

Η επιχείρηση μας, έχει πετύχει έναν ηγετικό ρόλο στο κόστος σε σύγκριση με τις άμεσες ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, οι οποίες είναι αυτές που εδρεύουν σε περιοχή κοντά στην έδρα της. Η καλή φήμη της ανά τα χρόνια και οι σωστοί χειρισμοί του ιδιοκτήτη της, της έδωσαν υψηλή διαπραγματευτική ικανότητα με τους προμηθευτές μέσω των οποίων καταφέρνει να κερδίζει μειωμένες τιμές σε προϊόντα σε σχέση με τον αρχικό τιμοκατάλογο. Επιπροσθέτως, η διαρκής παρουσία της στον χώρο των εκτυπώσεων για περισσότερα από 30 χρόνια καθώς και η συμμετοχή της σε εκθέσεις και διοργανώσεις του κλάδου της έχουν προσφέρει πλήθος γνωριμιών, ενώ την έχουν βοηθήσει να έρθει σε απευθείας επαφή με προμηθευτές του χώρου παρακάμπτοντας τους μεσάζοντες. Η επαφή με τον προμηθευτή απευθείας βοηθάει στην μείωση του κόστους καθώς αγοράζοντας τα προϊόντα από το εργοστάσιο και όχι από κάποιον αντιπρόσωπο συνεπάγεται καλύτερες τιμές αγοράς οι οποίες θα περάσουν στον πελάτη σαν μειωμένο κόστος ανά μονάδα προϊόντος και πολλές φορές θα οδηγήσουν σε μεγαλύτερες παραγγελίες. Επιπλέον η άμεση επαφή με την μονάδα παραγωγής του προμηθευτή οδηγούν την επιχείρηση σε αντιπρόσωπο του προμηθευτή και την κάνει ικανή να ορίζει αυτή το κόστος αγοράς των ανταγωνιστών της και το περιθώριο κέρδους που θα έχουν ώστε να είναι ανταγωνιστικοί.

5.1.2 Στρατηγικός προσανατολισμός

Γίνεται εύκολα αντιληπτό, συνεπώς, πως η επιχείρηση έχει σημαντικά στρατηγικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Για να επιτύχει λοιπόν τον σκοπό της, που δεν είναι άλλος από την αύξηση των κερδών της, πρέπει να επικεντρωθεί σε δύο παράγοντες. Ο πρώτος είναι το προϊόν που προσφέρει και ο δεύτερος σε ποίον απευθύνεται. Ο δεύτερος είναι εύκολος καθώς η πελατειακή δομή της αποτελείται από επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα στις οποίες προσφέρει εκτυπωμένα κατά παραγγελία ενδύματα και διαφημιστικά δώρα αλλά και επιχειρήσεις του κλάδου στον οποίο ανήκει στις οποίες προσφέρει προϊόντα από το απόθεμα της. Στο πελατολόγιο της προστίθενται, επίσης, πληθώρα δημόσιων υπηρεσιών και ιδρυμάτων που αναζητάν ενδύματα ή διαφημιστικά δώρα για την προώθηση διάφορων ενεργειών που πραγματοποιούν.

Με βάση τον κατάλογο των προσφερόμενων προϊόντων που έχει η επιχείρηση μπορεί να καλύψει και τον πιο απαιτητικό πελάτη. Το πρόβλημα εντοπίζεται, όπως αναφέρθηκε και στην ανάλυση δυνατών σημείων και αδυναμιών, στο ότι της ελλείπετε ο σύγχρονος μηχανολογικός εξοπλισμός. Μπορεί το πλήθος των αρχικών προϊόντων να είναι τέτοιο που μπορεί να καλύψει όλες τις ανάγκες, με βάση τις εκτυπωτικές δυνατότητες που έχει η επιχείρηση πολλές φορές δυσκολεύεται να παραδώσει το τελικό προϊόν στην μορφή που το θέλει ο πελάτης. Σκόπιμο κρίνεται επομένως ο στρατηγικός προσανατολισμός της επιχείρησης να επικεντρωθεί στον τομέα της εκτυπωτικής διαδικασίας, αξιολογώντας όλες τις εναλλακτικές που της δίνονται με σκοπό το τελικό προϊόν να είναι πάντα στην καλύτερη μορφή και οι ανάγκες των πελατών να ικανοποιούνται στο έπακρο.

5.1.3 Τρόποι υλοποίησης

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, είναι αναγκαία η εξέλιξη των εκτυπωτικών παροχών της επιχείρησης. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με πολλούς τρόπους. Ο ένας τρόπος είναι να πουλήσει τον εξοπλισμό με την μικρότερη συχνότητα λειτουργίας και να αγοράσει αυτόν που της λείπετε. Όσο απλή και εύκολη ακούγεται αυτή η σκέψη τόσο περίπλοκη και δύσκολη είναι η υλοποίησής της. Το πρώτο σκέλος της είναι σε μεγάλο επίπεδο εφικτό, ανέφικτο κρίνεται όμως το δεύτερο σκέλος. Για αρχή είναι πολύ δύσκολο μια επιχείρηση αυτού του μεγέθους να συγκεντρώσει τα κεφάλαια που απαιτούνται για την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού σχεδόν εξ ολοκλήρου και παράλληλα να έχει κεφάλαια για να συνεχίσει την δραστηριότητα της καθημερινά. Η αγορά καινούργιου εξοπλισμού ο οποίος να μπορεί να εκτυπώνει σε ολόκληρο το φάσμα των ενδυμάτων και διαφημιστικών δώρων έχει πολύ υψηλό κόστος καθώς μιλάμε για υψηλής τεχνολογίας σύγχρονα μηχανήματα. Υπάρχει και η εναλλακτική των ελαφρώς μεταχειρισμένων μηχανημάτων αλλά και πάλι το κόστος θα παραμείνει υψηλό αφού το κόστος συντήρησης και τα αναλώσιμα που χρειάζονται αυτού του είδους τα μηχανήματα δεν την καθιστούν βιώσιμη λύση για την επιχείρηση. Επιπλέον οι εγκαταστάσεις της

είναι σημαντικός παράγοντας που μπλοκάρουν την αγορά όλων των μηχανημάτων που απαιτούνται. Το γεγονός πως οι εγκαταστάσεις είναι ιδιόκτητες βοηθάει σημαντικά καθώς μπορούν να διαμορφωθούν ελεύθερα για να χωρέσει ο νέος εξοπλισμός, δεν είναι όμως σίγουρο ότι θα ικανοποιούνται όλες οι απαιτήσεις των μηχανημάτων για να είναι λειτουργικά ενώ είναι σχεδόν σίγουρο πως η εργονομία του χώρου θα εξαλειφτεί. Τελευταίο και, ίσως, πιο σημαντικό από όλα είναι η έλλειψη τεχνογνωσίας από το προσωπικό για την χρήση όλων αυτών των μηχανημάτων που απαιτούνται.

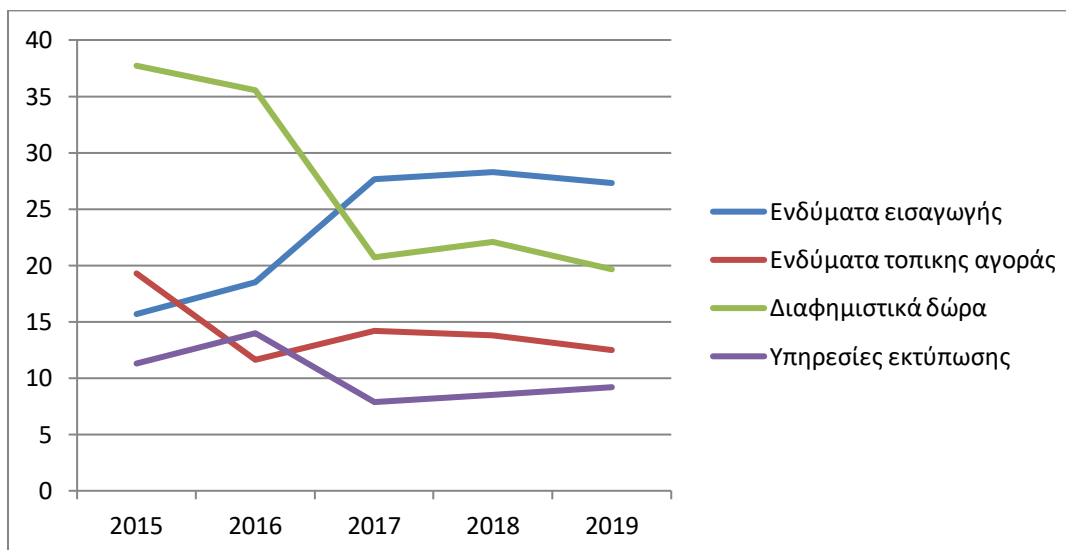
Η πιο βιώσιμη λύση για την εκπλήρωση των στόχων της είναι η επίτευξη συνεργασιών με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου των εκτυπώσεων οι οποίες εξειδικεύονται σε κάποιους συγκεκριμένους τρόπους εκτυπώσεων. Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου θα έχει και άλλα οφέλη για αυτήν. Οι μελλοντικοί συνεργάτες είναι επιχειρήσεις που κάποτε αποτελούσαν ανταγωνιστές. Η συνεργασία θα φέρει ως αποτέλεσμα η κάθε επιχείρηση να κάνει χρήση των υπηρεσιών της άλλης. Συνεπώς, η κάθε επιχείρηση θα διατηρήσει πιο εύκολα το πελατολόγιο της, ενώ έμμεσα θα το αυξήσει αφού θα εκμεταλλεύεται και το πελατολόγιο της άλλης.

Οι συνεργασίες θα υλοποιηθούν με επιχειρήσεις που διαθέτουν ήδη μηχανήματα με υψηλό κόστος αγοράς και συντήρησης. Παρόλα αυτά, με βάση τις ανάγκες των πελατών της κρίνεται σκόπιμη η προσθήκη κάποιων μηχανημάτων, κυρίως, προς διευκόλυνση της παραγωγικής διαδικασίας. Τα μηχανήματα αυτά θα βοηθήσουν στην ταχύτερη και πιο αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών της, ενώ οι απαιτήσεις που έχουν σε κόστος αγοράς, συντήρησης αλλά και υποστηρικτικού εξοπλισμού παρέχονται με ευκολία από αυτήν. Επιπλέον θα γίνουν μερικές αναβαθμίσεις του υπάρχοντος εξοπλισμού με σκοπό την βελτίωση της προσφερόμενης ποιότητας.

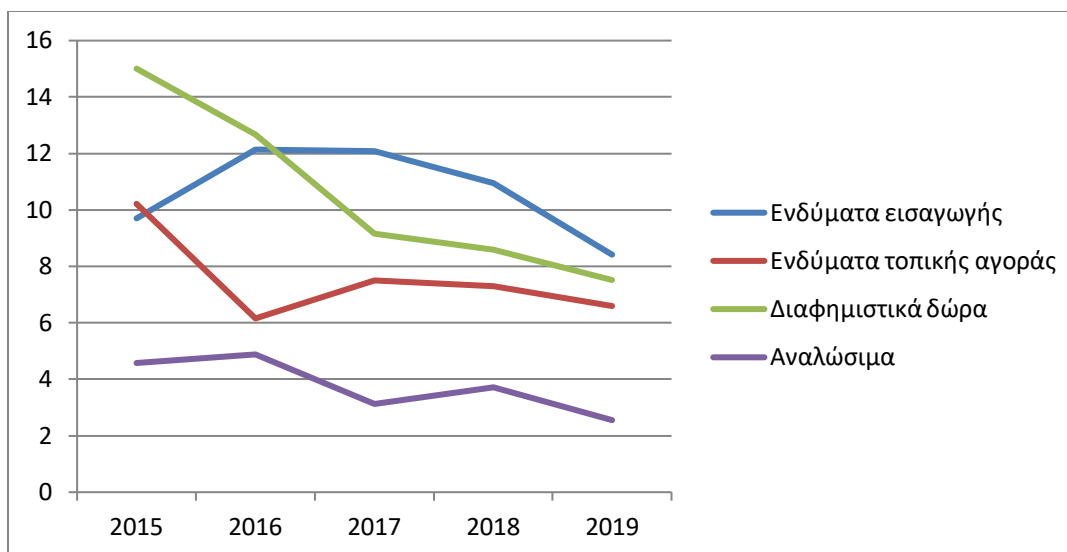
Οι επενδύσεις που θα γίνουν από την επιχείρηση αποφασίστηκαν με γνώμονα τον κύκλο εργασιών που είχε την τελευταία πενταετία, ο οποίος παρουσιάζεται παρακάτω. Κατά την οικονομική ανάλυση της για την πενταετία 2015 - 2019 έγινε ανάλυση και για την προέλευση αυτών των αποτελεσμάτων. Δημιουργήθηκαν, λοιπόν, δύο διαγράμματα που δείχνουν την προέλευση των εσόδων ανά κατηγορία προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει η επιχείρηση αλλά και τον προορισμό των εξόδων αυτής. Σύμφωνα με τα γραφήματα που ακολουθούν, μεγάλη πτώση παρουσιάζεται στις πωλήσεις διαφημιστικών δώρων, ενώ τα ενδύματα της τοπικής αγοράς αγοράζονται κατά παραγγελία με σκοπό να εκτυπωθούν και να πωληθούν κατευθείαν γι' αυτό οι γραμμές πωλήσεων αγορών είναι πανομοιότυπες. οι πωλήσεις από εισαγωγές παρά την μεγάλη μείωση στο κόστος αγοράς νέων προϊόντων που παρουσίασαν τα τελευταία δύο χρόνια τα έσοδα που προσφέρουν παραμένουν σταθερά. Αυτό οφείλεται στο σταθερό απόθεμα αυτών που διαθέτει η επιχείρηση το οποίο το εκμεταλλεύεται καθώς πουλάει με μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους απ' ότι σε αυτά της τοπικής αγοράς. Οι υπηρεσίες εκτύπωσης δείχνουν να έχουν ανοδική τάση.

Με βάση την ανάλυση που έγινε για τον κύκλο εργασιών της επιχείρησης έγινε και μια ανάλυση του ποσοστού κέρδους που προσφέρει η εκάστοτε κατηγορία προϊόντων ή υπηρεσιών. Τα ενδύματα εισαγωγής για την περασμένη πενταετία απέδωσαν ποσοστό κέρδους 52,6%, τα ενδύματα από την τοπική αγορά μόλις 43,7% ενώ τα διαφημιστικά δώρα απέδωσαν 59,3%. Το μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους το πρόσφεραν οι υπηρεσίες εκτύπωσης 76,8%. Τα διαφημιστικά δώρα ενώ αποδίδουν πολύ καλό ποσοστό κέρδους, τα έσοδα από αυτά τα προϊόντα τους έχουν μειωθεί στο σχεδόν στο μισό. Οι υπηρεσίες εκτύπωσης μπορεί να έχουν το μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους, το αντίκτυπό του όμως δεν φαίνεται στα έσοδα της επιχείρησης. Σε ό,τι αφορά τα ενδύματα είναι ξεκάθαρο ποια από τις δύο επιλογές είναι η πιο αποδοτική για να προσανατολίσει τις επενδύσεις της η επιχείρηση.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το επενδυτικό πλάνο προσανατολίζεται στην αγορά καινούργιου εξοπλισμού με προσανατολισμό τις υπηρεσίες εκτύπωσης και την αύξηση των αποθεμάτων έτοιμων ενδυμάτων από εισαγωγές. Επιπλέον θα περιλαμβάνει την αναβάθμιση τμήματος του εξοπλισμού που διαθέτει με σκοπό την μεγαλύτερη εργονομία κατά την παραγωγική διαδικασία.



Γράφημα 1: Έσοδα ανά τομέα δραστηριότητας 2015 - 2019



Γράφημα 2: Έξοδα ανά τομέα δραστηριότητας 2015 - 2019

5.2 Στρατηγική marketing

Για να φέρουν αποτελέσματα όλες οι κινήσεις που αναφέρθηκαν παραπάνω χρειάζεται σωστή προώθηση των νέων προϊόντων. Για την ακρίβεια, τα προϊόντα πάντα ήταν διαθέσιμα αλλά όχι με την τελική τους μορφή, δηλαδή εκτυπωμένα. Το πελατολόγιο της επιχείρησης για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα, διαθέτει σταθερό πυρήνα. Χάρη στον τρόπο προσέγγισης των πελατών ανά τα χρόνια από τον ιδιοκτήτη της, είναι εύκολο πλέον να μπορεί να κρίνει τι ανάγκες έχει ο καθένας τις οποίες δεν τις έχει ικανοποιήσει το τελευταίο χρονικό διάστημα. Μπορεί, επίσης, να τους προσεγγίσει και να τους παρουσιάσει τις νέες υπηρεσίες με τέτοιο τρόπο ώστε να τους δημιουργήσει την ανάγκη για κάποια από αυτές.

Η στρατηγική προώθησης των προϊόντων της που ακολουθεί η επιχείρηση παραμένει σταθερή για περισσότερο από μια δεκαετία. Είναι σαφές, λοιπόν, πως δεν χρειάζεται αλλαγή ο τρόπος προσέγγισης πελατών. Μπορεί ο κύκλος εργασιών της να έχει συρρικνωθεί σε ένα βαθμό αλλά για αυτό δεν ευθύνεται σίγουρα το marketing της επιχείρησης καθώς δεν μειώθηκε ο αριθμός των συνεργατών της απλά αυτοί περιόρισαν τα έξοδα για διαφήμιση.

5.3 Πλάνο marketing

Για να φανούν σύντομα τα αποτελέσματα της στρατηγικής προώθησης των προϊόντων, πρέπει να δημιουργηθεί και να ακολουθηθεί ένα πλάνο. Σε ό,τι αφορά το προϊόν αυτό καθαυτό δεν χρειάζεται να γίνουν σημαντικές ενέργειες. Τα διαφημιστικά δώρα από την στιγμή που εκτυπώνονται και μέχρι την στιγμή που θα πάψουν να είναι λειτουργικά θα παραμείνουν εκτυπωμένα και θα συνεχίσουν να προβάλλουν την επιχείρηση για την οποία δημιουργήθηκαν. Το πρόβλημα είναι στα ενδύματα σώματος

καθώς δεν έχουν όλες οι μορφές εκτύπωσης την ικανότητα να παραμένουν στην ίδια κατάσταση με αυτή που έχουν όταν εκτυπώθηκαν. Θα πρέπει λοιπόν πριν την παραγγελία να γίνεται ενημέρωση για όλες τις εκτυπωτικές μεθόδους που διαθέτει η επιχείρηση καθώς και τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κάθε μιας ώστε ο πελάτης να αποφασίσει μόνος του ποια είναι η κατάλληλη για αυτόν. Παράλληλα μετά το πέρας της παραγγελίας η συσκευασία θα πρέπει να περιλαμβάνει οδηγίες για την πλύση και το σιδέρωμα των ενδυμάτων ώστε να διατηρηθεί η ποιότητα του ενδύματος και της εκτύπωσης για όσο καιρό χρησιμοποιούνται.

Για να επιτευχθούν οι στόχοι χρειάζεται και αντίστοιχη τιμολογιακή πολιτική. Για να προσελκύσεις πελάτες δεν αρκεί μόνο να έχεις ένα προϊόν, χρειάζεται να τους δελεάσεις και με κάτι ακόμα ώστε να σε επιλέξουν. Το μεγαλύτερο δέλεαρ για μια επιχείρηση όταν αποφασίζει να κάνει μια επένδυση είναι το κόστος αυτής. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η επιχείρηση έχει αρκετά καλή διαπραγματευτική δύναμη με τους προμηθευτές της, συνεπώς απολαμβάνει και καλύτερη τιμολογιακή πολιτική από τους προμηθευτές της σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Γι' αυτόν τον λόγο μπορεί να διατηρήσει το ποσοστό κέρδους στα ίδια επίπεδα με τον ανταγωνισμό και παράλληλα να προσφέρει καλύτερες τιμές στους πελάτες της. Επιπλέον το μέγεθος της και ο μηχανολογικός της εξοπλισμός είναι τέτοια που συμβάλλουν στην εκτύπωση μεγάλων ποσοτήτων. Σε συνδυασμό με το ότι το κόστος ξεκινάει από μια ελάχιστη χρέωση για έναν αριθμό τεμαχίων και παίρνει μικρή αύξηση για κάθε επιπλέον τεμάχιο, ανεξαρτήτως της μεθόδου εκτύπωσης που χρησιμοποιείται, μπορεί να προσφέρει καλύτερη τιμή ανά μονάδα προϊόντος όσο ο αριθμός των τεμαχίων αυξάνεται.

Η αύξηση του κύκλου εργασιών είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με ένα καλό δίκτυο διανομής. Η επιχείρηση έχει την ικανότητα να διαθέτει πελάτες σε ένα μεγάλο μέρος της ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας. Η γεωγραφική της θέση την βοηθάει πολύ σε αυτό καθώς βρίσκεται στο κέντρο της Ελλάδας συνεπώς είναι εύκολο να διανείμει προϊόντα σε όποιο μέρος της Ελλάδας χρειάζεται χωρίς να είναι ιδιαίτερα υψηλά τα κόστη. Το δίκτυο διανομής δεν χρειάζεται να είναι ιδιόκτητο, καθώς οι μεταφορικές εταιρείες με τις οποίες συνεργάζεται έχουν κάλυψη σε όλες τις περιοχές που χρειάζεται να στείλει προϊόντα. Το μόνο που χρειάζεται είναι η διεκδίκηση καλύτερων συμφωνιών με αυτές ώστε να μειώσει όσο το δυνατόν περισσότερο το κόστος των μεταφορικών, είτε αυτά τα επωμίζεται η επιχείρηση είτε ο πελάτης.

Η πολιτική προώθησης που ακολουθείται μπορεί να χαρακτηριστεί επιτυχημένη καθώς οι πελάτες της δείχνουν να την εμπιστεύονται συνεχόμενα μετά την πρώτη τους συνεργασία. Η απόδειξη ότι κάθε συνεργασία γίνεται πρώτα για ικανοποίηση του πελάτη και όχι των συμφερόντων της επιχείρησης είναι αυτά που κάνουν τον πελάτη να δυσκολεύεται να αλλάξει συνεργάτη για την διαφήμισή του. Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης διαθέτει μεγάλη πείρα στον τομέα της διαφήμισης, συνεπώς η απευθείας επαφή που έχει με τους πελάτες του χτίζει σχέσεις εμπιστοσύνης και μπορεί να τους

κατευθύνει στο τι τους συμφέρει να επιλέξουν. Σε συνδυασμό και με τα παραπάνω δεν κρίνεται απαραίτητο να αλλάξει κάτι στην διαδικασία προώθησης των προϊόντων αφού αυτή που ακολουθεί έχει φέρει ήδη αποδεδειγμένα αποτελέσματα. Η μόνη κίνηση που θα γίνει για να ενισχυθεί η προώθηση της επιχείρησης είναι η δημιουργία ιστοσελίδας μέσω της οποίας θα προβάλλονται τα διαθέσιμα προϊόντα και υπηρεσίες, με σκοπό να προσελκύσει νέους πελάτες από περιοχές που δεν είναι ιδιαίτερα γνωστή.

6. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Ο στόχος της επιχείρησης είναι η αύξηση του κύκλου εργασιών της. Για την επίτευξη αυτού όμως πρέπει να οριστούν κάποιοι άλλοι, μικρότεροι στόχοι με την επίτευξη των οποίων θα έρθει η αύξηση του κύκλου εργασιών. Οι επιμέρους στόχοι είναι τρεις. Ο πρώτος αφορά την αναβάθμιση μέρους του εξοπλισμού που τη χρειάζεται, ο δεύτερος αφορά την αγορά νέου εξοπλισμού και ο τρίτος την αύξηση αποθεμάτων έτοιμων ενδυμάτων.

Η αναβάθμιση εξοπλισμού αφορά το εμφανιστήριο τελάρων μεταξοτυπίας, τα τελάρα μεταξοτυπίας και τους πάγκους των εκτυπωτικών μηχανών. Σε ό,τι αφορά το εμφανιστήριο τελάρων θα γίνει προσαρμογή αντλίας vacuum. Τα εμφανιστήρια που χρησιμοποιούν αυτή τη τεχνική προσφέρουν καλύτερη αποτύπωση του σχεδίου πάνω στο τελάρο και προσφέρουν μικρότερες πιθανότητες αστοχίας κατά την εκτύπωση. Η εναλλακτική της πώλησης του υπάρχοντος εμφανιστηρίου και η αγορά νέου που εφαρμόζει αυτή την τεχνική δεν είναι συμφέρουσα καθώς θα κόστιζε περίπου 4 φορές παραπάνω από την αξία μεταπώλησης του υπάρχοντος μαζί με κόστος αναβάθμισης για ένα μηχάνημα αντίστοιχου μεγέθους. Για την συγκεκριμένη κατασκευή θα γίνει χρήση μιας απλής αντλίας κενού αέρος το κόστος της οποίας ανέρχεται στα 180€ στην εγχώρια αγορά. Ο όγκος στον οποίο θα χρειαστεί να δημιουργεί κενό αέρος θα είναι πολύ μικρός συνεπώς δεν χρειάζεται κάποια με υψηλό κόστος και υψηλές απαιτήσεις σε ενέργεια. Για την σωστή λειτουργία της αντλίας στο εμφανιστήριο θα χρειαστεί ένα μεταλλικό πλαίσιο πάνω στο οποίο θα προσαρμοστεί η αντλία και ένα κομμάτι από σκουρόχρωμο μουσαμά, το οποίο θα διασφαλίζει την πίεση που θα ασκεί το κενό αέρος πάνω στο τελάρο. Την κατασκευή του πλαισίου αυτού θα την αναλάβει ένας τεχνίτης μεταλλικών κατασκευών με το συνολικό κόστος να ανέρχεται στα 70€. Το κόστος θα μοιραστεί σε 3 δόσεις. Η πρώτη θα αφορά την προκαταβολή για την παραγγελία της αντλίας, η δεύτερη αφορά την εξόφληση της αντλίας και την αγορά όλων των υπόλοιπων εξαρτημάτων που χρειάζεται ενώ η τρίτη δόση θα είναι η αμοιβή του τεχνίτη που θα αναλάβει την κατασκευή. Στα τελάρα θα γίνει επιλογή αυτών με τις πιο φθαρμένες γάζες, οι οποίες θα αφαιρεθούν και θα αντικατασταθούν από νέες διαφόρων πυκνοτήτων ώστε να υπάρχει καλύτερο αποτέλεσμα σε όλους τους τύπους επιφανειών. Μια εργασία σαν αυτή κοστίζει από 35€ μέχρι 65€ στον συνεργάτη της στην Αθήνα. Το κόστος τεμαχίου διαφέρει ανάλογα το μέγεθος και την πυκνότητα της γάζας και η επιχείρηση έχει επιλέξει να διαθέσει το ποσό

των 600€ για αυτή την εργασία το οποίο θα αποπληρωθεί το πολύ σε πέντε δόσεις. Τέλος στις βάσεις από τους εφεδρικούς πάγκους εκτύπωσης θα προσαρμοστούν νέοι πάγκοι διαφόρων διαστάσεων, ανάλογα με τις ανάγκες που έχει ο ιδιοκτήτης, ώστε να γίνει ευκολότερη η εκτύπωση τεμαχίων με ιδιαίτερο σχεδιασμό. Η εργασία αυτή θα γίνει από κάποιον ξυλουργό της Λάρισας ο οποίος θα αναλάβει να προσαρμόσει να κόψει κομμάτια από κόντρα πλακέ ξύλο σύμφωνα με τις υποδείξεις του ιδιοκτήτη της επιχείρησης και να τα προσαρμόσει στις βάσεις που θα του δωθούν. Το κόστος για αυτή την εργασία δεν θα ξεπερνάει τα 125€ και θα αποπληρωθεί σε τέσσερις το πολύ δόσεις.

Παρακάτω παραθέτονται σε έναν πίνακα οι στόχοι που τέθηκαν για την αναβάθμιση του εξοπλισμού της επιχείρησης και αναφέρεται τα επιμέρους κόστη και το συνολικό. Το χρονοδιάγραμμα αποπληρωμής των συγκεκριμένων εργασιών δεν δείχνει απόλυτη ακρίβεια αναφορικά με το κόστος ανα μονάδα χρόνου, δείχνει ακρίβεια όμως στο χρονικό περιθώριο που είναι διαθέσιμο μέχρι να συγκεντρωθούν οι πόροι, να πραγματοποιηθεί η αναβάθμιση και να είναι διασφαλισμένη η εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης. Το κόστος ανά μονάδα χρόνου δεν δηλώνει απόλυτα ότι θα γίνονται εργασίες ανάλογου κόστους σε κάθε μονάδα χρόνου, αλλά ότι σε κάθε μονάδα χρόνου θα αποτεμιεύεται το αντίστοιχο ποσό για την συγκεκριμένη εργασία ώστε με το πέρασμα της να έχουν αποπληρωθεί όλοι όσοι εμπλέχτηκαν για να πραγματοποιηθεί αυτή.

| Στόχος 1: Αναβάθμιση υπάρχοντος εξοπλισμού | | | | | | |
|--|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| Αναλυτική Περιγραφή | Έπειτα από την ανάλυση των αναγκών της επιχείρησης ο εξοπλισμός της ο οποίος χρήζει άμεσης αναβάθμισης είναι το εμφανιστήριο τελάρων μεταξοτυπίας ώστε να δουλεύει με vacuum, οι γάζες σε ένα μέρος των τελάρων μεταξοτυπίας και η αλλαγή ορισμένων πάγκων στις εκτυπωτικές μηχανές. | | | | | |
| Σκοπιμότητα και εφικτότητα υλοποίησης | Το εμφανιστήριο πρέπει να αναβαθμιστεί και να δουλεύει με vacuum ώστε να έχουμε καλύτερη απεικόνιση του προς εκτύπωση σχεδίου καθώς το κόστος αγοράς ενός καινούργιου το οποίο θα λειτουργεί με vacuum είναι αρκετά μεγαλύτερο. Οι γάζες των τελάρων θα αλλαχτούν με γάζες άλλης πυκνότητας οι οποίες συμβάλλουν στην καλύτερη ποιότητα εκτύπωσης σε ορισμένα υλικά. Τέλος θα αλλαχτούν οι εφεδρικοί πάγκοι των εκτυπωτικών μηχανών για να έχουν καλύτερη εφαρμογή ορισμένα προϊόντα κατά τη διαδικασία της εκτύπωσης. | | | | | |
| Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας | Ο σημαντικότερος παράγοντας για να επιτύχουν οι αναβαθμίσεις που αναφέρθηκαν είναι η σωστή επιλογή συνεργατών που θα τις αναλάβουν. | | | | | |
| Συνολικό χρονοδιάγραμμα | Το συνολικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των αναβαμίσεων είναι από 08/2022 έως 12/2022 | | | | | |
| Κόστος έργων ανά μονάδα χρόνου | | 8ος | 9ος | 10ος | 11ος | 12ος |
| | Αναβάθμιση εμφανιστηρίου | 100,00 € | 100,00 € | 50,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
| | Αλλαγή γαζών | 120,00 € | 120,00 € | 120,00 € | 120,00 € | 120,00 € |
| | Αλλαγή πάγκων | 45,00 € | 30,00 € | 30,00 € | 20,00 € | 0,00 € |
| | Σύνολο | 265,00 € | 250,00 € | 200,00 € | 140,00 € | 120,00 € |

Πίνακας 7: Ανάλυση 1^{ου} στόχου επενδυτικού πλάνου

Ο νέος εξοπλισμός θα αποτελείται από δύο μηχανήματα. Οι επικείμενες συνεργασίες τις προσφέρουν πολλές εναλλακτικές στις μεθόδους εκτύπωσης εκτός από αυτή που προσφέρει ένας εκτυπωτής DTF με ενσωματωμένο τούνελ στεγνώματος. Οι εκτυπωτές DTF – Direct To Film εκτυπώνουν σε μορφή θερμομεταφερόμενης στάμπας το σχέδιο που θα τους ορίσεις στο λογισμικό λειτουργίας τους σε όση ποσότητα ζητηθεί.

Η ποιότητα που προσφέρουν είναι πολύ καλή για τον χρόνο που χρειάζονται να το εκτυπώσουν. Αυτό θα βοηθήσει την επιχείρηση στη διαχείριση παραγγελιών μικρού μεγέθους ή υψηλής πολυπλοκότητας του προς εκτύπωση σχεδίου. Οι θερμομεταφερόμενες στάμπες που προσφέρει ο εκτυπωτής είναι κατάλληλες για όλους τους τύπους υφασμάτων χωρίς να χρειάζεται ειδικές πρώτες ύλες για κάθε μορφή υφάσματος όπως συμβαίνει στην μεταξοτυπία. Έπειτα από έρευνα αγοράς που πραγματοποιήθηκε στην εγχώρια αγορά αλλά και σε αγορές της Ευρώπης και της Ασίας αποφασίστηκε να αγοραστεί από την αγορά της Ασίας. Το κόστος απόκτησης ενός τέτοιου μηχανήματος από την συγκεκριμένη αγορά είναι σημαντικά χαμηλότερο από το να γίνει από οποιοδήποτε άλλο μέρος. Το συνολικό κόστος θα είναι 15.500€ και η αγορά θα γίνει απευθείας από την επιχείρηση χωρίς μεσάζοντες που ανεβάζουν το κόστος. Η παραγγελία θα γίνει μέσα στον 10^ο μήνα του 2022 όταν θα καταβληθεί και η μία προκαταβολή ύψους 2.000€ ενώ μέσα στους επόμενους τρεις μήνες που θα χρειαστούν μέχρι να γίνει η παραλαβή του θα πρέπει να έχει εξοφληθεί και το υπόλοιπο ποσό ύψους 13.000€ στο οποίο περιλαμβάνονται και τα έξοδα μεταφοράς και εκτελωνισμού. Τέλος θα χρειαστεί μια δαπάνη ύψους 500€ η οποία θα αφορά τα έξοδα εγκατάστασης. Για να έχει τα αναμενόμενα αποτελέσματα ο εκτυπωτής θα προστεθεί στον εξοπλισμό της επιχείρησης μια σύγχρονη πνευματική πρέσα για θερμομεταφερόμενες στάμπες δύο πάγκων. Οι πνευματικές πρέσες προσφέρουν ομοιόμορφη κατανομή πίεσης και θερμότητας, ενώ το γεγονός ότι θα έχει δύο πάγκους θα δίνει την δυνατότητα για ταχύτερη προετοιμασία της παραγγελίας για την οποία χρησιμοποιείται. Η πρέσα που θα προστεθεί στον μηχανολογικό εξοπλισμό της επιχείρησης θα αγοραστεί από την εγχώρια αγορά μέσω αντιπροσώπου ευρωπαϊκής εταιρίας. Η διαφορά στην τιμή με κάποια αντίστοιχη από την αγορά της Ασίας δεν είναι μεγάλη που μαζί με τα έξοδα εκτελωνισμού και μεταφοράς αλλά και τον επιπλέον χρόνο που θα χαθεί μέχρι την παραλαβή της είναι η πιο συμφέρουσα επιλογή. Η παραγγελία της θα γίνει ταυτόχρονα με τον εκτυπωτή DTF ενώ αναμένεται να φτάσει έναν μήνα νωρίτερα. Σε αυτό το διάστημα θα αξιοποιηθεί για παραγγελίες στις οποίες χρησιμοποιούνται θερμομεταφερόμενες στάμπες που παράχθηκαν με μεταξοτυπία μέχρι να μπει σε πλήρη λειτουργία ο εκτυπωτής. Η πρέσα που θα αγοραστεί θα είναι μια ημιαυτόματη πνευματική πρέσα δύο πάγκων διάστασης 40εκ*60εκ με ψηφιακή ρύθμιση θερμοκρασίας. Το κόστος κτήσης για ένα τέτοιο μηχάνημα ανέρχεται στα 2.150€ με τα 150€ να αφορούν τα έξοδα εγκατάστασης. Να σημειωθεί πως η προσθήκη αυτών των δύο μηχανημάτων δεν ξεπερνάνε τις δυνατότητες του υποστηρικτικού εξοπλισμού. Για να υπάρχει μεγαλύτερη εργονομία κατά την παραγωγική διαδικασία θα προβεί στην πώληση της χειροκίνητης εκτυπωτικής μηχανής τεσσάρων χρωμάτων με σκοπό την εξοικονόμηση χώρου μιας και η χρησιμότητα μετά το πέρας της αγοράς αυτών των δύο μηχανημάτων θα είναι πολύ μικρή.

| Στόχος 2: Αγορά νέου εξοπλισμού | | | | | | |
|---------------------------------------|---|------------|------------|------------|------------|----------|
| Αναλυτική Περιγραφή | Οι ανάγκες της επιχείρησης σε νέο εξοπλισμό αφορούν την αγορά ενός εκτυπωτή DTF και μιας πνευματικής πρέσας για θερμομεταφερόμενες στάμπες. | | | | | |
| Σκοπιμότητα και εφικτότητα υλοποίησης | Ο εκτυπωτής DTF θα βοηθήσει για την εκτύπωση σχεδίων που η μεταξοτυπία δυσκολεύεται να βγάλει καλό αποτέλεσμα ενώ μια πνευματική πρέσα θα βοηθήσει στην επικόλληση αυτών των σχεδίων πάνω στο ύφασμα. | | | | | |
| Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας | Η σωστή επιλογή προμηθευτή για την αγορά αυτών των μηχανημάτων έχει σημαντικό ρόλο καθώς πέρα από την αγορά χρειάζεται να παρέχει και υποστήριξη στο μέλλον. | | | | | |
| Συνολικό χρονοδιάγραμμα | Το συνολικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης της αγοράς είναι από 10/2022 έως 02/2023 | | | | | |
| Κόστος έργων ανά μονάδα χρόνου | | 10ος | 11ος | 12ος | 1ος | 2ος |
| | Εκτυπωτής DTF | 2.000,00 € | 4.000,00 € | 4.000,00 € | 5.000,00 € | 500,00 € |
| | Πνευματική πρέσα | 500,00 € | 500,00 € | 1.000,00 € | 150,00 € | 0,00 € |
| | Σύνολο | 2.500,00 € | 4.500,00 € | 5.000,00 € | 5.150,00 € | 500,00 € |

Πίνακας 8: Ανάλυση 2^{ου} στόχου επενδυτικού πλάνου

Τελευταία κίνηση για αύξηση του κύκλου εργασιών είναι η αύξηση των αποθεμάτων από έτοιμα ενδύματα που διαθέτει η επιχείρηση. Η αύξηση των εμπορευμάτων το 1^ο εξάμηνο του 2023 θα είναι της τάξης του 35% από αυτά του 2^{ου} εξαμήνου του 2019 ενώ στη συνέχεια θα αυξάνεται κατά 5% ανά εξάμηνο που πραγματοποιεί παραγγελία στην εταιρία. Η επιχείρηση διαθέτει πληθώρα έτοιμων ενδυμάτων σώματος από μια εταιρία του εξωτερικού της οποίας λειτουργεί ως αντιπρόσωπος. Τα ενδύματα αυτά τα αξιοποιεί είτε προσφέροντας τα ως πρώτη ύλη σε επιχειρήσεις του κλάδου στον οποίο ανήκει είτε εκτυπωμένα στους διάφορους πελάτες της. Η αύξηση αυτών των αποθεμάτων θα της δώσει επιπλέον πλεονέκτημα απέναντι στον ανταγωνισμό καθώς θα μπορεί να ορίζει το κοστολόγιο που θα έχουν εκείνοι με τους δικούς τους πελάτες ενώ θα της προσφέρει ένα ακόμα εισόδημα. Επιπλέον θα μπορεί να ικανοποιήσει περισσότερες από τις ανάγκες των δικών της πελατών με μεγαλύτερη ταχύτητα και σε πιο ανταγωνιστικές τιμές. Η επένδυση αυτή θα είναι ύψους 8.288,43€ η οποία θα ξεκινήσει στην αρχή του 2023 και θα διαρκέσει για τριάντα μήνες συνολικά. Με την ολοκλήρωση της επένδυσης αυτής τα αποθέματα της επιχείρησης σε έτοιμα ενδύματα αναμένεται να έχει αυξηθεί κατά 64,1%. Μετά το πέρας της επένδυσης η επιχείρηση σκοπεύει να διατηρήσει τα αποθέματα σταθερά σε αυτόν τον αριθμό εκτός εάν οι απαιτήσεις των πελατών της αυξηθούν ξεπερνάνε τα διαθέσιμα αποθέματα οπότε και θα το συνεχίσει με τον ίδιο ρυθμό για ένα, επιπλέον, έτος.

| Στόχος 3: Αύξηση αποθεμάτων έτοιμων ενδυμάτων | | | | | | |
|---|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Αναλυτική Περιγραφή | Καθώς η επιχείρηση αποτελεί αντιπρόσωπο μιας εταιρίας παραγωγής έτοιμων ενδυμάτων θα αυξήσει τα αποθέματα που έχει διαθέσιμα ώστε να τα διανείμει στην αγορά είτε εκτυπωμένα στους πελάτες της είτε ατύπωτα σε άλλες επιχειρήσεις του κλάδου της. | | | | | |
| Σκοπιμότητα και εφικτότητα υλοποίησης | Από την στιγμή που υπάρχει διαθέσιμος αποθηκευτικός χώρος είναι μια πολύ καλή επιλογή η αύξηση των αποθεμάτων καθώς θα μπορεί να μειώσει σημαντικά τους χρόνους παράδοσης προς ευχαρίστηση του πελάτη. Επιπλέον θα μπορεί να έχει επιπλέον διαπραγματευτική δύναμη με τους πελάτες καθώς θα ρυθμίζει το κόστος με το οποίο οι ανταγωνιστές της προμηθεύονται την πρώτη ύλη. | | | | | |
| Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας | Για να χαρακτηριστεί αυτή η επένδυση επιτυχημένη χρειάζεται να γίνει σωστή έρευνα στις προτιμήσεις των πελατών. | | | | | |
| Συνολικό χρονοδιάγραμμα | Το συνολικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης της επένδυσης είναι από 01/2023 έως 07/2025 | | | | | |
| Κόστος έργων ανά μονάδα χρόνου | | 1ο εξάμηνο | 2ο εξάμηνο | 3ο εξάμηνο | 4ο εξάμηνο | 5ο εξάμηνο |
| | Αύξηση αποθεμάτων | 1.500,00 € | 1.575,00 € | 1.653,75 € | 1.736,43 € | 1.823,25 € |
| | Σύνολο | 1.500,00 € | 1.575,00 € | 1.653,75 € | 1.736,43 € | 1.823,25 € |

Πίνακας 9: Ανάλυση 3^{ου} στόχου επενδυτικού πλάνου

Οι απαιτήσεις για ένα επενδυτικό πλάνο σαν αυτό που έχει σκοπό να εκτελέσει η επιχείρηση ανέρχονται στις 29.613,43€ σε βάθος τετραετίας. Το μεγαλύτερο ποσοστό των χρημάτων, 48,2% του συνολικού ποσού, θα χρειαστεί να εκταμιευτούν σε ένα πολύ μικρό διάστημα, της τάξεως των πέντε μηνών το οποίο θα επενδυθεί αποκλειστικά στον μηχανολογικό εξοπλισμό της. Τον επόμενο χρόνο θα χρειαστεί να διαθέσει σταδιακά το υπόλοιπο 32,4% της επενδυτικής δαπάνης σε μηχανολογικό εξοπλισμό (64,75%) και αύξηση αποθεμάτων (35,25%), ενώ μέσα σε αυτόν τον χρόνο θα αρχίσουν να φαίνονται και τα αποτελέσματα της επένδυσης. Για το έτος 2024 το ποσό που θα χρειαστεί να επενδυθεί θα είναι αντάξιο του 12,6% του συνολικού ποσού και θα αφορά αποκλειστικά δαπάνες για αύξηση αποθεμάτων όπως και για το έτος 2025 κατά το οποίο απαιτείται το τελικό 6,8% της συνολικής επένδυσης. Στους πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζονται αναλυτικά τα ποσά που θα δαπανηθούν ανά έτος και ανά τομέα επένδυσης σε βάθος πενταετίας καθώς και το συνολικό κόστος του επενδυτικού πλάνου για το ίδιο χρονικό διάστημα.

| ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΑΠΑΝΩΝ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ | | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|------------------|------------|--------|--------|--------|---------------|
| Α/Α | ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΔΑΠΑΝΕΣ ΑΝΑ ΕΤΟΣ | | | | | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ |
| | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| 1 | Αναβάθμιση εμφανιστηρίου | 250,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 250,00 € |
| 2 | Αλλαγή γαζών | 600,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 600,00 € |
| 3 | Αλλαγή πάγκων | 125,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 125,00 € |
| 4 | Αγορά εκτυπωτή DTF | 10.000,00 € | 5.500,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 15.500,00 € |
| 5 | Αγορά πνευματικής πρέσας | 2.000,00 € | 150,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 2.150,00 € |
| | ΣΥΝΟΛΟ | 12.975,00 € | 5.650,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 18.625,00 € |

Πίνακας 10: Ανάλυση δαπανών για εξοπλισμό 2022 – 2026

| ΆΛΛΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ | | | | | | | |
|---------------|-------------------|------------------|------------|------------|------------|--------|---------------|
| Α/Α | ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΔΑΠΑΝΕΣ ΑΝΑ ΕΤΟΣ | | | | | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ |
| | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| 1 | Αύξηση αποθεμάτων | 0,00 € | 3.075,00 € | 3.390,18 € | 1.823,25 € | 0,00 € | 8.288,43 € |
| | ΣΥΝΟΛΟ | 0,00 € | 3.075,00 € | 3.390,18 € | 1.823,25 € | 0,00 € | 8.288,43 € |

Πίνακας 11: Ανάλυση λοιπών δαπανών 2022 – 2026

| ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ | | | | | | | |
|---------------------------|--|------------------|------------|------------|------------|--------|---------------|
| Α/Α | ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΔΑΠΑΝΕΣ ΑΝΑ ΕΤΟΣ | | | | | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ |
| | | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | |
| 1 | ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ | 12.975,00 € | 5.650,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 18.625,00 € |
| 2 | ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
| 3 | ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΧΩΡΩΝ | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
| 4 | ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
| 5 | ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΟΡΓΑΝΩΣΗΣ | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
| 6 | ΆΛΛΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ | 0,00 € | 3.075,00 € | 3.390,18 € | 1.823,25 € | 0,00 € | 8.288,43 € |
| | ΣΥΝΟΛΟ | 12.975,00 € | 8.725,00 € | 3.390,18 € | 1.823,25 € | 0,00 € | 26.913,43 € |

Πίνακας 12: Ανάλυση συνολικών δαπανών 2022 – 2026

Για να πραγματοποιηθεί το ανωτέρω επενδυτικό πλάνο θα χρειαστεί η άντληση κεφαλαίων από τρίτους προς την επιχείρηση. Τα κεφάλαια αυτά θα έρθουν με την μορφή δανείου από κάποια τράπεζα που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα. Το μέγεθος του κεφαλαίου αυτού θα αφορά στο 50% του ποσού της συνολικής επένδυσης. Το ποσό αυτό ανέρχεται στις 13.457€ με επιτόκιο 4% για αποπληρωμή εντός 5 ετών. Τα χρήματα αυτά μπορούν να καλύψουν πλήρως τις επενδυτικές ανάγκες της επιχείρησης για το έτος 2022. Για να ολοκληρωθούν οι δαπάνες που γίνονται για την αύξηση του κύκλου εργασιών της τα επόμενα τέσσερα χρόνια, θα γίνει χρήση του τακτικού αποθεματικού της επιχείρησης ενώ θα εκμεταλλευτεί και τα επιπλέον κέρδη που θα της προσφερθούν από την επένδυση του πρώτου έτους για να καλύπτει την εξόφληση του δανείου και σιγά σιγά να επανακτήσει το ποσό αυτό στα ταμεία της.

7. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

7.1 Παραδοχές / Προβλέψεις εσόδων – εξόδων

7.1.1 Έσοδα ανά τομέα δραστηριότητας

Βασίζόμενοι στον κύκλο εργασιών της επιχείρησης των τελευταίων χρόνων, για το 2022 προβλέπεται αύξηση 1,3%. Το αποτέλεσμα αυτό προκύπτει από το γεγονός πως δεν θα έχει προστεθεί ακόμα ο καινούργιος μηχανολογικός εξοπλισμός παρά μόνο θα έχει γίνει η αναβάθμιση του υπάρχοντος εξοπλισμού που επιλέχτηκε. Επιπλέον, σε αυτό το διάστημα θα αρχίσει να γίνεται η αναζήτηση των απαραίτητων συνεργατών για

υπηρεσίες εκτύπωσης. Για το 2023 η αύξηση ανέρχεται στο 2,5% από αυτή του 2022. Η εγκατάσταση των μηχανημάτων θα πραγματοποιηθεί τον 2^ο μήνα του έτους, συνεπώς θα χαθεί ένα σημαντικό χρονικό διάστημα μέχρι να χρησιμοποιήσει η επιχείρηση το 100% των δυνατοτήτων τους ενώ παράλληλα θα αρχίσει η ενημέρωση στους πελάτες για τις νέες προσφερόμενες υπηρεσίες είτε από την επιχείρηση είτε από τις συνεργασίες που επέλεξε. Ο κύκλος εργασιών για το 2024 προβλέπεται να αυξηθεί 3,2% ακόμα καθώς θα έχει αυξηθεί το απόθεμα σε ενδύματα από εισαγωγές κατά 21% σε σχέση με το 2019. Η διάδοση των νέων προσφερόμενων υπηρεσιών και προϊόντων προβλέπεται να οδηγήσει σε επιπλέον αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 4,5% και 6% για το 2025 και 2026 αντίστοιχα.

Τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτουν με βάση την ισχύουσα πολιτική τιμολόγησης που ακολουθεί η επιχείρηση. Με βάση αυτή, τα ενδύματα εισαγωγής που δίνονται μη εκτυπωμένα πωλούνται στο 140% - 145% της αρχικής τους αξίας, ενώ τα εκτυπωμένα στο 185% - 195% του κόστους αγοράς και εκτύπωσης αυτών. Τα ενδύματα από την εγχώρια αγορά πωλούνται αποκλειστικά εκτυπωμένα και η τιμολόγησή τους κυμαίνεται από 140% έως 180% του συνολικού κόστους τους ανάλογα με την πολυπλοκότητα της εκτύπωσης. Τα διαφημιστικά δώρα ανάλογα με την κατηγορία στην οποία ανήκουν και την μορφή εκτύπωσης που θα χρειαστεί για να έχουν ένα καλό αποτέλεσμα τιμολογούνται μεταξύ 150% και 190% του συνολικού τους κόστους. Σε ό,τι αφορά τις υπηρεσίες εκτύπωσης, ξεκινάνε από μία ελάχιστη χρέωση μέχρι έναν αριθμό τεμαχίων. Η χρέωση αυτή, διαφέρει ανάλογα με τον τρόπο εκτύπωσης και τις πρώτες ύλες, ενώ αυξάνεται με μικρότερο ρυθμό από αυτόν που αυξάνεται η προς εκτύπωση ποσότητα με την τιμή πώλησης να κυμαίνεται από 170% έως 180% του κόστους των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται. Στα προϊόντα που παρέχει αλλά χωρίς να τα επεξεργαστεί η ίδια αλλά κάποιος συνεργάτης της η τιμολόγηση θα ανέρχεται στο 120% - 130% της συνολικής τους αξίας.

7.1.2 Έξοδα ανά τομέα δραστηριότητας

Το προσωπικό για την επόμενη πενταετία θα παραμείνει σταθερό καθώς η αύξηση του κύκλου εργασιών δεν προβλέπεται να είναι τέτοια που να χρειαστεί περισσότερο. Η εργασία για το τεχνικό προσωπικό θα παραμείνει στις 30 ώρες την εβδομάδα ανά εργαζόμενο με τον μισθό να παραμένει στα 530€ μηνιαίως, ενώ σε περίπτωση αύξησης του κύκλου εργασιών μεγαλύτερη της αναμενόμενης θα δοθούν και οι ανάλογες επιβραβεύσεις.

Οι ανάγκες της επιχείρησης σε ενέργεια προβλέπεται να μείνουν σταθερές. Τα νέα μηχανήματα καταναλώνουν μικρότερα ποσά ενέργειας απ' ό,τι τα παλαιότερα που διαθέτει η επιχείρηση ενώ σκοπός της επιχείρησης είναι η αύξηση πωλήσεων μη εκτυπωμένων ενδυμάτων εισαγωγής, το οποίο σημαίνει αύξηση κέρδους χωρίς απαιτήσεις για έξοδα. Επιπλέον η πώληση εκτυπωμένων προϊόντων αλλά από

επιχειρήσεις – συνεργάτες και όχι από την ίδια, θα της δώσει την δυνατότητα για αύξηση των ταμειακών ροών χωρίς την αύξηση των εξόδων

Τα αποθέματα δεν χρειάζονται ειδικές εγκαταστάσεις για την διατήρηση τους στην αρχική τους κατάσταση συνεπώς δεν χρειάζονται επιπλέον έξοδα για την διαμόρφωση αυτών. Οι συμφωνίες που ήδη διατηρεί ο επιχειρηματίας με τους προμηθευτές του, του προσφέρουν μεγάλες ευκολίες πληρωμής όπως για παράδειγμα πίστωση από 20 έως 60 μέρες από την ημέρα παράδοσης της παραγγελίας, ενώ με την αύξηση του όγκου των παραγγελιών προβλέπεται και καλύτερη πολιτική τιμολόγησης από αυτούς.

Οι αποσβέσεις των πάγιων στοιχείων, όπως είναι λογικό, θα αυξηθούν καθώς αυξάνεται ο όγκος των πάγιων στοιχείων. Παρόλα αυτά, η αύξηση δεν θα είναι πολύ μεγάλη καθώς ο νέος εξοπλισμός που πρόκειται να προστεθεί είναι αρκετά σύγχρονος και σπάνιος στην εγχώρια αγορά. Τα χαρακτηριστικά των νέων μηχανημάτων είναι δυσεύρετα στην ελληνική αγορά, συνεπώς η αξία μεταπώλησης τους θα παραμείνει υψηλή για μεγάλο διάστημα.

7.2 Προβλεπόμενα αποτελέσματα

Παρακάτω παρατίθενται τα προβλεπόμενα αποτελέσματα της επιχείρησης μετά από την επένδυση και το νεκρό σημείο της επένδυσης. Να σημειωθεί πως οι προβλέψεις είναι αρκετά συγκρατημένες. Η επιχείρηση έχει ξεκινήσει νωρίτερα ένα μικρό μέρος της επένδυσης που μελετάται και τα έσοδα της για το 1^ο εξάμηνο του 2022 ανέρχονται στο 69% από αυτά που προβλέπεται ότι θα υπάρχουν συνολικά για αυτό το έτος. Με βάση αυτά τα δεδομένα, ο κύκλος εργασιών της θα αυξηθεί κατά 38% στο τέλος του έτους από αυτόν που προβλέφθηκε αρχικά.

Η Καθαρή Παρούσα Αξία της επένδυσης ισούται με 28.529€ με προεξοφλητικό επιτόκιο 10%. Η επένδυση κρίνεται αποδεκτή αφού η ΚΠΑ>0. Ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης για την συγκεκριμένη επένδυση είναι ίσος με 44%. Για τον υπολογισμό της ΚΠΑ και του ΕΒΑ έγινε χρήση των συναρτήσεων NPV και IRR αντίστοιχα από το Microsoft Excel.

| ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ (σε χιλ. €) | | | | | |
|---|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| ΠΩΛΗΣΕΙΣ (ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ) | 69,530 € | 71,269 € | 73,549 € | 76,859 € | 81,470 € |
| ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ | 69,530 € | 71,269 € | 73,549 € | 76,859 € | 81,470 € |
| ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ | 27,259 € | 27,667 € | 28,082 € | 28,503 € | 28,930 € |
| ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ | 27,259 € | 27,667 € | 28,082 € | 28,503 € | 28,930 € |
| ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ | 42,271 € | 43,602 € | 45,467 € | 48,356 € | 52,540 € |
| ΣΥΝΟΛΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ | 42,271 € | 43,602 € | 45,467 € | 48,356 € | 52,540 € |
| ΆΛΛΑ ΈΣΟΔΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΈΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | 0,550 € | 0,550 € | 0,550 € | 0,550 € | 0,550 € |
| ΛΟΙΠΑ ΈΞΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | 15,539 € | 15,694 € | 15,850 € | 16,008 € | 16,168 € |
| ΜΕΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ | 26,182 € | 27,358 € | 29,067 € | 31,798 € | 35,822 € |
| ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΗ ΈΣΟΔΑ | 13,457 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ ΤΟΚΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΗ ΈΞΟΔΑ | 3,023 € | 3,023 € | 3,023 € | 3,023 € | 3,023 € |
| ΟΛΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ | 36,616 € | 24,335 € | 26,044 € | 28,775 € | 32,799 € |
| ΕΚΤΑΚΤΑ ΚΑΙ ΑΝΟΡΓΑΝΑ ΈΣΟΔΑ | 0,150 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΕΚΤΑΚΤΑ ΚΑΙ ΑΝΟΡΓΑΝΑ ΈΞΟΔΑ | 12,975 € | 8,725 € | 3,390 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΈΚΤΑΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ | -12,825 € | -8,725 € | -3,390 € | 1,823 € | 0,000 € |
| ΟΡΓΑΝΙΚΑ ΚΑΙ ΈΚΤΑΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ | 23,791 € | 15,610 € | 22,654 € | 30,598 € | 32,799 € |
| ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ ΠΑΓΙΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ | 9,114 € | 8,928 € | 8,742 € | 8,556 € | 8,370 € |
| ΟΙ ΑΠΟ ΑΥΤΕΣ ΕΝΣΩΜΑΤΩΜΕΝΕΣ ΣΤΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ | 9,114 € | 8,928 € | 8,742 € | 8,556 € | 8,370 € |
| ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΕΚΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ | 14,677 € | 6,682 € | 13,912 € | 22,042 € | 24,429 € |

Πίνακας 13: Προβλεπόμενα αποτελέσματα χρήσης 2022 – 2026

| ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ (σε χιλ. €) | | | | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ | 14,677 € | 6,682 € | 13,912 € | 22,042 € | 24,429 € |
| ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ | 19,586 € | 14,677 € | 6,682 € | 13,912 € | 22,042 € |
| ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΩΝ ΧΡΗΣΕΩΝ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |
| ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ ΧΡΗΣΕΩΣ | 3,229 € | 1,470 € | 3,061 € | 4,849 € | 5,374 € |
| ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗ | 31,034 € | 19,889 € | 17,533 € | 31,105 € | 41,097 € |
| ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ | 10,632 € | 1,907 € | 2,000 € | 3,000 € | 6,000 € |
| ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΙΣ ΝΕΟΝ | 31,034 € | 19,889 € | 17,533 € | 31,105 € | 41,097 € |
| ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΖΗΜΙΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ ΕΙΣ ΝΕΟΝ | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € | 0,000 € |

Πίνακας 14: Προβλεπόμενη διάθεση αποτελεσμάτων χρήσης 2022 – 2026

| ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΠΟΔΟΤΗΚΟΤΗΤΑΣ | | | | | |
|--------------------------------------|------|------|------|------|------|
| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΕΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ | 0,61 | 0,61 | 0,62 | 0,63 | 0,64 |
| ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ | 0,38 | 0,38 | 0,40 | 0,41 | 0,44 |
| ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ | 0,21 | 0,09 | 0,19 | 0,29 | 0,30 |

Πίνακας 15: Προβλεπόμενοι δείκτες αποδοτικότητας 2022 – 2026

Έχοντας υπολογίσει τον κύκλο εργασιών της εταιρίας και ξεχωρίσει τα έξοδά της σε σταθερά και μεταβλητά, υπολογίζουμε το ποσό στο οποίο η επιχείρηση πετυχαίνει το νεκρό της σημείο.

| ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ (σε χιλ. €) | | | | | |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ | 69,53 € | 71,27 € | 73,55 € | 76,86 € | 81,47 € |
| ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ | 25,66 € | 21,23 € | 15,71 € | 12,13 € | 11,94 € |
| ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ | 42,80 € | 43,36 € | 43,93 € | 44,51 € | 45,10 € |
| ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ | 67,83 € | 61,75 € | 55,86 € | 52,85 € | 52,84 € |

Πίνακας 16: Νεκρό Σημείο

Στη συνέχεια ελέγχεται το πώς επηρεάζεται το νεκρό σημείο της στις περιπτώσεις αύξησης ή μείωσης κατά 10% του κύκλου εργασιών, των σταθερών και μεταβλητών εξόδων της.

| ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ (σε χιλ. €) | | | | | |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ | 76,48 € | 78,40 € | 80,90 € | 84,54 € | 89,62 € |
| ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ | 28,23 € | 23,35 € | 17,28 € | 13,34 € | 13,14 € |
| ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ | 47,08 € | 47,70 € | 48,33 € | 48,96 € | 49,61 € |
| ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ | 74,62 € | 67,93 € | 61,45 € | 58,14 € | 58,13 € |

Πίνακας 17: Νεκρό Σημείο με αύξηση 10%

| ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ (σε χιλ. €) | | | | | |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
| ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ | 62,58 € | 64,14 € | 66,19 € | 69,17 € | 73,32 € |
| ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ | 23,10 € | 19,10 € | 14,13 € | 10,92 € | 10,75 € |
| ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ | 38,52 € | 39,02 € | 39,54 € | 40,06 € | 40,59 € |
| ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ | 61,05 € | 55,58 € | 50,27 € | 47,57 € | 47,56 € |

Πίνακας 18: Νεκρό Σημείο με μείωση 10%

8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η “ΜΕΤΑΞΟΤΥΠΩΤΕΣ” είναι μία μικρομεσαία βιοτεχνία στην πόλη της Λάρισας που ασχολείται με την εκτύπωση διαφημιστικών δώρων και ενδυμάτων με την μέθοδο της μεταξοτυπίας. Η προσωπική εργασία και οι σωστοί χειρισμοί του ιδιοκτήτη της την περίοδο άνθησης του επαγγέλματος την έκαναν να παραμείνει ιδιαίτερα ανταγωνιστική μέχρι και σήμερα που ο κλάδος έχει υποστεί ύφεση. Ο επιχειρηματίας παρόλο που επένδυε συνεχώς στον εξοπλισμό και στις πρώτες ύλες ώστε να προσφέρει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα στους πελάτες του ήταν διστακτικός στο να κάνει μεγάλα ανοίγματα. Το επιχειρηματικό πλάνο δημιουργήθηκε με σκοπό να δώσει απαντήσεις στα πλάνα του για ριζικές αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης, καθώς επιδίωκε να δημιουργήσει μια βιοτεχνία που θα προσφέρει εκτυπωμένα διαφημιστικά δώρα κάθε κατηγορίας με οποιαδήποτε μορφή εκτύπωσης του ζητηθεί, με τα αποτελέσματα του να είναι τα αναμενόμενα. Με βάση τα αποτελέσματα χρήσης την πενταετία 2015 – 2019 και τον εξοπλισμό που διαθέτει σήμερα, έγινε ανάλυση των αναγκών της επιχείρησης και δημιουργήθηκε το κατάλληλο επενδυτικό πλάνο. Οι αλλαγές θα είναι αρκετά μικρότερες από αυτές που είχε σκοπό να πραγματοποιήσει ο ιδιοκτήτης αρχικά. Η επένδυση περιορίζεται στην αγορά δύο νέων μηχανημάτων που κρίνεται πως θα βοηθήσουν την παραγωγική διαδικασία, τα οποία δεν είναι διαδεδομένα στην εγχώρια αγορά, ενώ θα γίνει και αναβάθμιση τμήματος του παλιού. Η επένδυση δεν περιορίζεται εδώ καθώς θα ακολουθήσει και αύξηση των αποθεμάτων σε έτοιμα ενδύματα που διαθέτει ήδη με σκοπό είτε την απευθείας πώληση τους ως μη εκτυπωμένα σε επιχειρήσεις του κλάδου της είτε εκτυπωμένα στους πελάτες της. Για να επιτύχει την προσφορά υπηρεσιών που δεν μπορεί να φέρει εις πέρας η ίδια θα συνάψει συνεργασίες με επιχειρήσεις του κλάδου της που διαθέτουν τον εξοπλισμό και εξειδικεύονται σε αυτές. Οι προβλέψεις των αποτελεσμάτων μετά την επένδυση είναι ιδιαίτερα συγκρατημένες καθώς η επιχείρηση ξεκίνησε την νωρίτερα κατά ένα εξάμηνο νωρίτερα από το προβλεπόμενο και τα ταμειακά της αποτελέσματα για αυτό το διάστημα ανέρχονται στο 69% της συνολικής πρόβλεψης για το έτος. Για να πραγματοποιηθεί η επένδυση έγινε χρήση δανειοδότησης από τράπεζα που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα με το ποσό αυτής να ανέρχεται στο 50% της συνολικής επένδυσης ενώ το υπόλοιπο θα διατεθεί από τα ταμειακά αποθέματα που διαθέτει η επιχείρηση.

ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ

Οι παρακάτω φωτογραφίες είναι ενδεικτικές του εξοπλισμού εκτυπώσεων της επιχείρησης και αντιστοιχίζονται με τον α/α του Πίνακα 2.



(B.1)



(B.2)



(B.3)



(B.4)



(B.7)



(B.6)



(B.8)



(B.9)



(B.12 / B.13)



(B.14)



(B.11)



(B.15)

Οι παρακάτω εικόνες αφορούν ενδεικτικά τον εξοπλισμό που θα αγοράσει η επιχείρηση



Πνευματική
πρέσα



Εκτυπωτής DTG

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

<https://www.capital.gr/epixeiriseis/3284179/sunexisi-tis-anodikis-tasis-gia-ton-klado-grafikon-texnon-blepei-i-icap>

<https://www.bankofgreece.gr/enimerosi/grafeio-typoy/anazhthsh-enhmerwsewn/enhmerwseis?announcement=8a1f3f0f-6708-4ef5-a989-be911b2d7a18>

https://www.academia.edu/31573397/O_κλάδος_των_Γραφικών_Τεχνών_Graphic_Arts

https://nemertes.library.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/13294/1/Nemertes_Chalaris%28econ%29.pdf

https://el.wikipedia.org/wiki/Γραφικές_τέχνες

<https://el.wikipedia.org/wiki/Μεταξοτυπία>

<https://www.larcci.gr>

<https://www.ferochrome.gr>

<https://www.3me.gr/el>

<https://www.baxevanidis.gr>

<https://www.fkariki.gr/familykariki/>

<https://www.fruitoftheloom.eu>

<https://www.alibaba.com/>

<https://www.machinesseeker.com>

<https://antonopoulos.gr>