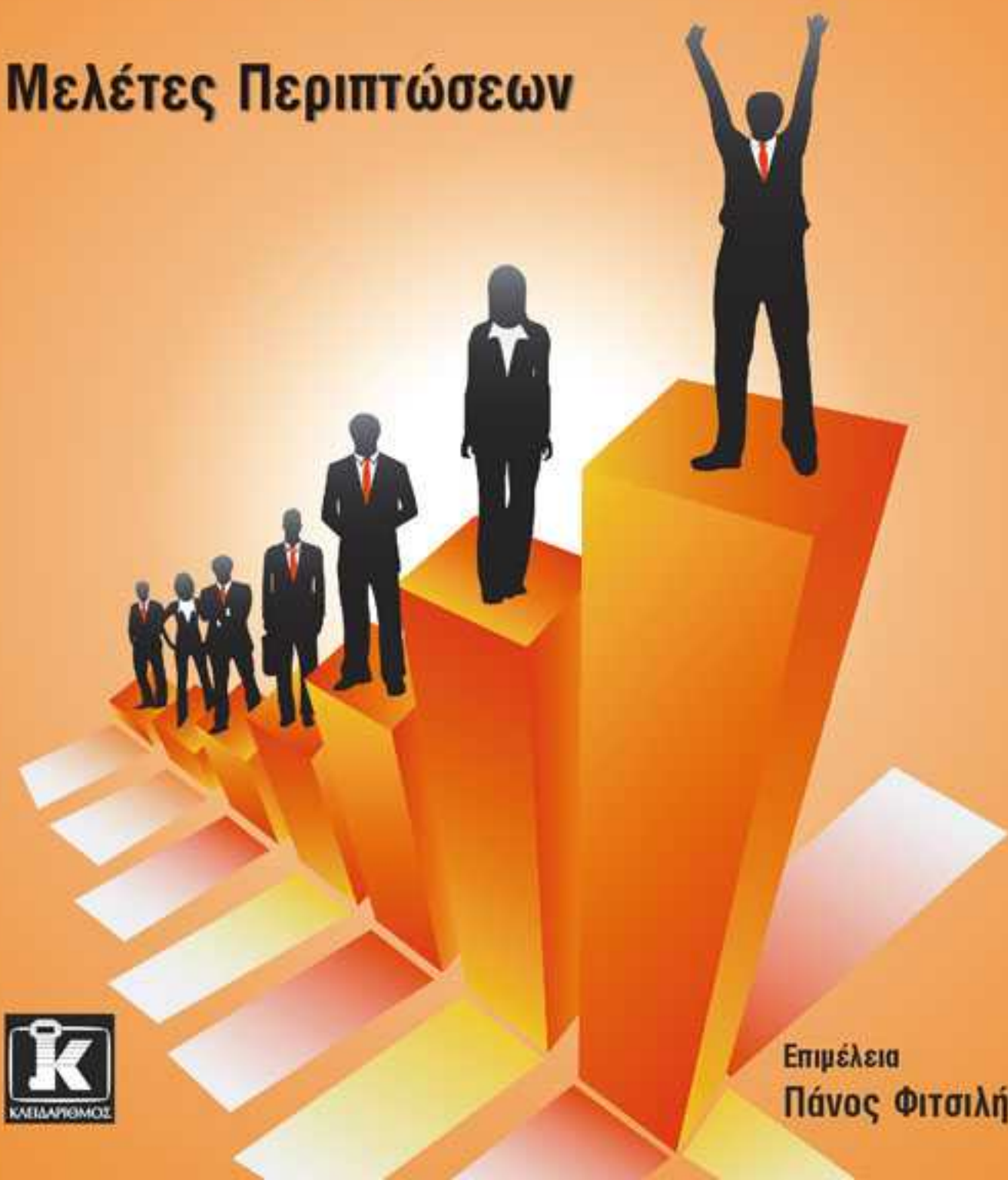


Πρακτικός Οδηγός Επιχειρηματικότητας

Μελέτες Περιπτώσεων



Περιεχόμενα

Πρόλογος	15
----------------	----

1 | Δημιουργία επιχειρηματικού πλάνου 19

1.1	Εισαγωγή.....	19
1.2	Η επιχειρηματική ιδέα.....	20
1.3	Η οργάνωση της επιχείρησης	21
1.4	Πλάνο μάρκετινγκ.....	22
1.4.1	Ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης	23
1.4.2	Ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος.....	24
1.4.3	SWOT ανάλυση.....	25
1.4.4	Η στρατηγική μάρκετινγκ	26
1.5	Παραγωγική λειτουργία	29
1.6	Οικονομική διαχείριση	33
1.6.1	Τρόποι αποτύπωσης οικονομικής κατάστασης των επιχειρήσεων	33
1.6.2	Τρόποι χρηματοδότησης.....	41
1.7	Πλάνο διαχείρισης κινδύνου	43
1.8	Αξιολόγηση επενδυτικών σχεδίων	47
1.8.1	Ποιοτικά κριτήρια	47
1.8.2	Ποσοτικά κριτήρια.....	48
1.9	Συμπεράσματα	52
1.10	Αναφορές-Βιβλιογραφία	52

2 | Επιλογή νομικής μορφής επιχείρησης..... 53

2.1	Εισαγωγή.....	53
2.2	Νομική μορφή άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	54
2.3	Ατομική επιχείρηση.....	55
2.3.1	Προϋποθέσεις ίδρυσης.....	55
2.4	Βασικά χαρακτηριστικά.....	55
2.4.1	Πλεονεκτήματα	55
2.4.2	Μειονεκτήματα	56

2.5	Εταιρική επιχείρηση	57
2.5.1	Η ομόρρυθμη εταιρία (Ο.Ε.)	57
2.5.2	Η ετερόρρυθμη εταιρία (Ε.Ε.)	60
2.5.3	Η εταιρία περιορισμένης ευθύνης (ΕΠΕ)	62
2.5.4	Η ανώνυμη εταιρία (Α.Ε.)	69
2.6	Αναφορές-Βιβλιογραφία	79

3	Επιχειρηματικό σχέδιο για την ίδρυση επιχείρησης γραφικών τεχνών	81
3.1	Περίληψη	81
3.2	Συνοπτική περιγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου	82
3.3	Γενικά στοιχεία για την επιχειρηματική δραστηριότητα.....	83
3.3.1	Η ταυτότητα του φορέα υλοποίησης	84
3.3.2	Στοιχεία συμμετεχόντων στην υπό σύσταση επιχείρηση	84
3.3.3	Νομική μορφή.....	85
3.3.4	Απαιτούμενες άδειες για την ίδρυση και λειτουργία της επιχείρησης.....	85
3.3.5	Έδρα της επιχείρησης	86
3.3.6	Απαιτήσεις σε χώρους.....	86
3.3.7	Πεδίο δραστηριότητας της επιχείρησης	87
3.3.8	Λόγοι επιλογής της συγκεκριμένης δραστηριότητας.....	87
3.3.9	Απαιτούμενος μηχανολογικός & λοιπός εξοπλισμός	88
3.4	Ανάλυση του κλάδου γραφικών τεχνών.....	89
3.4.1	Γενικά στοιχεία του κλάδου	90
3.4.2	Δομή και διάρθρωση του κλάδου.....	90
3.4.3	Ο υποκλάδος ρολού αυτοκόλλητης ετικέτας	91
3.4.4	Οικονομικά αποτελέσματα ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.....	92
3.4.5	Προοπτικές του κλάδου γραφικών τεχνών –στοιχεία που διαμορφώνουν τη ζήτηση.....	93
3.5	Οργάνωση, διοίκηση και ανθρώπινο δυναμικό	95
3.5.1	Ανάγκες σε προσωπικό.....	95
3.5.2	Οργανωτική δομή της επιχείρησης	96
3.5.3	Σύστημα διαχείρισης ανθρώπινων πόρων.....	97
3.6	Οργάνωση της παραγωγής και διαχείριση αποθεμάτων	97
3.6.1	Περιγραφή της παραγωγικής διαδικασίας	98
3.6.2	Παραγωγή προϊόντων ψηφιακής εκτύπωσης.....	99
3.6.3	Διαδικασίες ποιοτικού ελέγχου.....	100
3.6.4	Διαχείριση προμηθειών-αποθεμάτων.....	100
3.6.5	Υπολογισμός κόστους αγοράς πρώτων και βοηθητικών υλών ..	101
3.7	Σχέδιο μάρκετινγκ	101
3.7.1	Αγορά στόχος.....	102
3.7.2	Φιλοσοφία μάρκετινγκ-Προώθηση πωλήσεων	103

3.7.3	Χαρακτηριστικά πελατών/Εξυπηρέτηση πελατών	104
3.7.4	Τιμολογιακή πολιτική.....	104
3.8	Προβλεπόμενα οικονομικά στοιχεία τριετίας	105
3.8.1	Προβλεπόμενες πωλήσεις	106
3.8.2	Προσδιορισμός κοστολογικών στοιχείων	107
3.8.3	Υπολογισμός νεκρού σημείου.....	110
3.8.4	Προβλεπόμενα βασικά οικονομικά μεγέθη.....	112
3.8.5	Ταμειακός προγραμματισμός	113
3.9	Χρηματοδοτικό σχήμα	115
3.10	SWOT ανάλυση	116
3.10.1	Ευκαιρίες.....	118
3.10.2	Απειλές.....	118
3.11	Συμπεράσματα	119
3.12	Αναφορές-Βιβλιογραφία	120

4 | Επιχείρηση παροχής προϊόντων-υπηρεσιών

	επιχειρηματικού λογισμικού.....	121
4.1	Περίληψη	121
4.2	Πεδία δραστηριότητας της επιχείρησης.....	122
4.2.1	Περιοχή αγοράς συστημάτων επιχειρηματικών εφαρμογών (Συστήματα ERP)	123
4.2.2	Περιοχή αγοράς λογισμικού ασφάλειας υπολογιστικών συστημάτων	124
4.3	Ανάλυση και προοπτικές του κλάδου των επιχειρήσεων ΤΠΕ στην ελληνική αγορά.....	124
4.4	Ελληνική αγορά συστημάτων ERP και λογισμικού επιχειρηματικών εφαρμογών.....	127
4.5	Αγορά συστημάτων ασφάλειας υπολογιστικών συστημάτων.....	129
4.6	Έδρα της επιχείρησης	130
4.7	Νομική μορφή της επιχείρησης	130
4.8	Δαπάνες έναρξης	131
4.9	Δραστηριότητες της ACS-ENTER.....	132
4.10	Πελάτες της τοπικής αγοράς και τοπικός ανταγωνισμός	132
4.11	Περιγραφή προϊόντων/υπηρεσιών - Τιμολογιακή πολιτική	134
4.11.1	Πληροφοριακό σύστημα και υπηρεσίες ERP	134
4.11.2	Πληροφοριακό σύστημα & υπηρεσίες ασφάλειας υπολογιστών	136
4.12	Περίληψη επιχειρηματικής στρατηγικής και πολιτικής πωλήσεων.....	137
4.13	Οικονομικοί στόχοι και προβλέψεις πωλήσεων.....	138
4.14	Προσωπικό της επιχείρησης	139
4.15	Προσδιορισμός «νεκρού σημείου»	140

4.16	Ανάλυση SWOT και συμπεράσματα.....	140
4.17	Αναφορές – Βιβλιογραφία	142

5 | Παροχή υγειονομικών υπηρεσιών κατ' οίκον (Home care)..... 143

5.1	Περίληψη	143
5.2	Εισαγωγή.....	144
5.2.1	Η έννοια της κατ' οίκον νοσηλείας	144
5.2.2	Ιστορική αναδρομή του κατ' οίκον νοσηλείας Home care ή Home nursing.....	145
5.2.3	Ελεύθερο νοσηλευτικό επάγγελμα.....	146
5.2.4	Η ανάγκη της εφαρμογής του επιχειρηματικού σχεδίου πριν τη δημιουργία μιας επιχείρησης κατ' οίκον νοσηλείας	147
5.3	Πληροφοριακό δελτίο της επιχείρησης.....	147
5.3.1	Όνομα, Τίτλος, Διεύθυνση, Μορφή	147
5.3.2	Περιγραφή στόχων.....	148
5.3.3	Περιγραφή δραστηριοτήτων	148
5.3.4	Ανθρώπινο δυναμικό.....	154
5.4	Επιχειρηματικό περιβάλλον (αγορά-τάσεις).....	156
5.4.1	Γενική θεώρηση κλάδου.....	156
5.4.2	Περιγραφή αγοράς, ανάγκες	156
5.4.3	Μέθοδος αγοράς, τάσεις.....	157
5.4.4	Πελατεία, ανταγωνισμός: μειονεκτήματα.....	157
5.4.5	Ιστορικό της εταιρείας.....	157
5.4.6	Ενέργειες για την απόκτηση μεριδίου της αγοράς	158
5.5	Σχέδιο μάρκετινγκ	159
5.5.1	Γενικές αρχές.....	159
5.5.2	Ανάλυση πελατών	159
5.5.3	Δημόσιες σχέσεις	160
5.5.4	Πωλήσεις, στόχοι.....	160
5.5.5	Προβολή και διαφήμιση	160
5.5.6	Τιμολόγηση	161
5.6	Λειτουργία της επιχείρησης	162
5.6.1	Τόπος και χώρος εγκατάστασης	162
5.6.2	Εξοπλισμός, διευκολύνσεις	162
5.6.3	Προμηθευτές, υπηρεσίες	162
	Υποστήριξη	163
	Έρευνα και ανάπτυξη.....	163
5.7	Οργάνωση και διοίκηση της επιχείρησης.....	164
5.7.1	Νομική μορφή.....	164
5.7.2	Προσωπικό: Ανάλυση, πολιτικές.....	164
5.7.3	Οργανωτική δομή της νοσηλευτικής υπηρεσίας.....	165

5.8	Οικονομικό σχέδιο	166
5.8.1	Χρηματοδοτικά εργαλεία της επιχείρησης.....	166
5.8.2	Οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης.....	166
5.9	Προγραμματισμός.....	167
5.9.1	Στατιστικά στοιχεία σύγκρισης.....	167
5.9.2	Βραχυπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι στόχοι της επιχείρησης..	167
5.10	Αναφορές-Βιβλιογραφία	168

6 | Ανάπτυξη επιχείρησης παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας με τη χρήση φωτοβολταϊκών στοιχείων..... 171

6.1	Περίληψη	171
6.2	Η ιδέα.....	171
6.2.1	Η απελευθέρωση της ελληνικής αγοράς ενέργειας.....	172
6.2.2	Τρόποι παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας στην Ελλάδα	173
6.2.3	Παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας από φωτοβολταϊκά στοιχεία	175
6.3	Το επιχειρηματικό σχέδιο της εταιρείας.....	179
6.3.1	Σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου της επιχείρησης παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας με τη χρήση φωτοβολταϊκών στοιχείων	180
6.4	Η σύσταση της εταιρείας.....	189
6.4.1	Βασικοί τύποι εταιρειών	189
6.4.2	Η διαδικασία ίδρυσης της εταιρείας	194
6.4.3	Η επιλογή του τύπου της εταιρείας.....	197
6.5	Συμπεράσματα	197
6.6	Αναφορές – Βιβλιογραφία	198

7 | Ίδρυση επιχείρησης παροχής εξειδικευμένων υπηρεσιών στον ευρύτερο τομέα της κατασκευαστικής μηχανολογίας..... 199

7.1	Περίληψη	199
7.2	Γενικά στοιχεία	200
7.2.1	Η επιχειρηματική ιδέα.....	200
7.3	Ανάλυση του κλάδου	201
7.3.1	Ιστορικά στοιχεία και μορφή ανταγωνισμού	201
7.4	Κύκλος προϊόντος.....	202
7.4.1	Δομή και διάρθρωση του κλάδου.....	203
7.4.2	Συγκέντρωση και δύναμη αγοράς	203
7.4.3	Χαρτογράφηση εταιρειών του κλάδου στην ελληνική αγορά...	204
7.4.4	Ανάλυση αγοράς	209
7.4.5	Προβλέψεις	209

7.5	Το Εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.....	210
7.5.1	Οργάνωση και διοίκηση	210
7.5.2	Επιλογή ανθρώπινου δυναμικού.....	210
7.5.3	Ταμειακό πρόγραμμα	211
7.5.4	Προώθηση πωλήσεων.....	212
7.5.5	Οργάνωση και κόστος παραγωγής (προϊόντων ή υπηρεσιών)...	212
7.5.6	Τιμολόγηση	212
7.6	Το Εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.....	213
7.6.1	Το οικονομικό περιβάλλον	213
7.6.2	Το πολιτικό περιβάλλον	214
7.6.3	Νομικό πλαίσιο και επιλογή νομικής μορφής της επιχείρησης ...	214
7.6.4	Χρηματοδότηση από εξωτερικούς φορείς	216
7.7	Εγκαταστάσεις.....	216
7.7.1	Κτιριακές εγκαταστάσεις	216
7.7.2	Απαιτήσεις σε λογισμικό.....	216
7.8	Ανάλυση κινδύνων	217
7.9	Αναφορές – Βιβλιογραφία	217
7.10	Παράρτημα Α	218
7.10.1	Τεχνολογίες αιχμής για σχεδιασμό και κατασκευή – Σύντομη περιγραφή	218
7.11	Παράρτημα Β	221
7.11.1	Απαραίτητα δικαιολογητικά.....	221
7.11.2	Χρήσιμες διευθύνσεις για πληροφόρηση.....	226

8 | Εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου σε επιχείρηση εμπορίας ειδών επιπλοποιίας.....227

8.1	Περίληψη	227
8.2	Εισαγωγή.....	228
8.3	Το ηλεκτρονικό εμπόριο	228
8.3.1	Γενικά	228
8.3.2	Η αγορά στον παγκοσμιοποιημένο κλάδο του επίπλου.....	232
8.4	Εφαρμογή του ηλεκτρονικού εμπορίου σε επιχείρηση εμπορίας ειδών επιπλοποιίας	233
8.4.2	Ανάλυση του προβλήματος.....	233
8.4.3	Ανάλυση του ανταγωνισμού	238
8.4.4	Ηλεκτρονική σύνδεση	239
8.4.5	Βήματα για την υλοποίηση της πρότασης	243
8.4.6	Προώθηση και ελκυστικές εμπορικές συναλλαγές	246
8.5	Αποτελέσματα εφαρμογής του συστήματος	249
8.6	Βιβλιογραφία.....	252

9 | Στρατηγική μάρκετινγκ μεγάλης επιχείρησης επιπλοσυνθέσεων253

9.1	Περίληψη	253
9.2	Γενικά στοιχεία	253
9.3	Η επιχειρηματική ιδέα.....	255
9.4	Ανάλυση του κλάδου	257
9.4.1	Περιγραφή του κυπριακού κλάδου επίπλου και ξυλουργικών κατασκευών	257
9.4.2	Γενικά χαρακτηριστικά του κλάδου επιπλοποιίας στην Κύπρο	263
9.4.3	Ανάλυση SWOT του κλάδου κατασκευής επίπλων στην Κύπρο	267
9.5	Ανάλυση της θέσης της επιχείρησης FURNIMAR Ltd στην κυπριακή αγορά επίπλων	268
9.5.1	SWOT Ανάλυση της επιχείρησης FURNIMAR Ltd	268
9.6	Στρατηγική μάρκετινγκ.....	272
9.6.1	Όραμα.....	272
9.6.2	Στόχοι.....	272
9.6.3	Η στρατηγική του μάρκετινγκ.....	272
9.6.4	Εικόνα εμπορικής στρατηγικής	273
9.6.5	Τμηματοποίηση της αγοράς – αγορές στόχοι.....	274
9.6.6	Μίγμα μάρκετινγκ – το προϊόν	274
9.6.7	Μίγμα μάρκετινγκ – στρατηγική τιμών.....	275
9.6.8	Μίγμα μάρκετινγκ – διανομή	275
9.6.9	Μίγμα μάρκετινγκ – διαφήμιση & προώθηση	275
9.6.10	Πλάνο ενεργειών μάρκετινγκ – προώθηση πωλήσεων.....	276
9.7	Τελικά συμπεράσματα.....	277
9.8	Βιβλιογραφία.....	279

10 | Η διαμόρφωση του στρατηγικού επιχειρηματικού μοντέλου της επιχείρησης οικιακής επίπλωσης «EPIPLO-MODA»281

10.1	Περίληψη	281
10.2	Ανάλυση μακρο- και μικροπεριβάλλοντος – σενάρια για την εταιρεία οικιακής επίπλωσης «EPIPLO-MODA».....	282
10.2.1	Ανάλυση του ευρύτερου μακρο-περιβάλλοντος.....	282
10.2.2	Ο κλάδος: επίπλωση.....	288
10.2.3	Τμηματοποίηση της αγοράς (market segmentation)	292
10.2.4	Ανάλυση του μικρο-περιβάλλοντος	293
10.3	Δημιουργία εναλλακτικών σεναρίων	298
10.3.1	Πρώτο σενάριο	298
10.3.2	Δεύτερο σενάριο	299

10.4	Διαμόρφωση επιχειρηματικής στρατηγικής της επιχείρησης «EPIPLO-MODA»	300
10.4.1	Η παρούσα στρατηγική της επιχείρησης «EPIPLO-MODA»	300
10.4.2	Διαμόρφωση νέας στρατηγικής.....	303
10.4.3	Στρατηγικές επιλογές.....	305
10.4.4	Στρατηγική πρόθεση	312
10.5	Επιχειρηματικό στρατηγικό μοντέλο της επιχείρησης «EPIPLO-MODA»	316
10.5.1	Επιχειρηματικό μοντέλο.....	316
10.5.2	Εξέταση του επιχειρηματικού μοντέλου.....	321
10.5.3	Ισχυρά σημεία αδυναμίες του επιχειρηματικού μοντέλου.....	323
10.6	Συμπεράσματα.....	324
10.7	Αναφορές – Βιβλιογραφία	325

11 | Σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου επιχορηγούμενης επένδυσης.... 327

11.1	Περίληψη	327
11.2	Προγράμματα ενίσχυσης επιχειρηματικότητας.....	328
11.2.1	Εισαγωγή	328
11.2.2	Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα	329
11.2.3	Παραδείγματα δράσεων χρηματοδότησης του Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα	331
11.3	Ενίσχυση νεανικής επιχειρηματικότητας Δράση 2.8.1.....	332
11.3.1	Σκοπός της δράσης 2.8.1.....	333
11.3.2	Γενικό πλαίσιο υλοποίησης του προγράμματος.....	333
11.3.3	Προϋποθέσεις συμμετοχής	333
11.3.4	Όρια προϋπολογισμών και ποσοστό χρηματοδότησης	334
11.3.5	Επιλέξιμες δαπάνες.....	336
11.4	Σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου στο πλαίσιο της Δράσης 2.8.1 του Ε.Π. ανταγωνιστικότητα	338
11.4.1	Ταυτότητα της νέας επιχείρησης	339
11.4.2	Στοιχεία υπεύθυνου επικοινωνίας.....	339
11.4.3	Στοιχεία προσώπων που συμμετέχουν στην επιχείρηση	339
11.4.4	Πρόσθετα στοιχεία για τη νέα επιχείρηση	340
11.4.5	Περιγραφή της επιχειρηματικής δραστηριότητας	340
11.4.6	Περιγραφή διαδικασιών που θα ακολουθηθούν για την παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών	341
11.4.7	Οργάνωση της επιχείρησης	343
11.4.8	Επιχειρηματικό περιβάλλον	345
11.4.9	Σχέδιο προβολής και προώθησης	347
11.4.10	Αναλυτικά ποσοτικά στοιχεία φυσικού - οικονομικού αντικειμένου.....	348
11.4.11	Χρηματοδοτικό σχήμα.....	350

11.4.12	Βιωσιμότητα.....	351
11.4.13	Σκοπιμότητα της επένδυσης σας	354
11.5	Υποβολή και αξιολόγηση της επενδυτικής πρότασης	355
11.5.1	Υποβολή της πρότασης	355
11.5.2	Ηλεκτρονική υποβολή.....	356
11.5.3	Δικαιολογητικά υποβολής της πρότασης.....	356
11.5.4	Κριτήρια επιλογής προτάσεων	357
11.6	Συμπεράσματα	359
11.7	Αναφορές – Βιβλιογραφία	360
Οι συγγραφείς.....	361	

3.2 Συνοπτική περιγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου

Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει περιληπτικά τα κύρια σημεία του επιχειρηματικού σχεδίου, με βάση τα όσα περιγράφονται και αναλύονται στα επιμέρους τμήματά του. Μια συγκροτημένη και καλά δομημένη περιληπτική περιγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου καταδεικνύει την ικανότητα του φορέα υλοποίησης να ιεραρχεί τις προτεραιότητες και να επικεντρώνεται στα κρίσιμα σημεία της επιχειρηματικής του προσπάθειας.

Η συνοπτική περιγραφή καταρτίζεται αφού συνταχθεί ολόκληρο το σχέδιο. Για αυτό το λόγο, αν και παρουσιάζεται πρώτη, συνιστάται να γράφεται τελευταία.

Αναλυτικά, η ανάπτυξη της συγκεκριμένης ενότητας επιδιώκει:

- ☐ Να αποτελέσει την πρώτη επαφή του αναγνώστη με τους στόχους, το αντικείμενο δραστηριότητας, και τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της επιχείρησης.
- ☐ Να παρουσιάσει με συνοπτικό τρόπο τους λόγους για τους οποίους πιστεύουμε ότι το επιχειρηματικό σχέδιο θα είναι βιώσιμο και επιτυχημένο.
- ☐ Να δώσει περιληπτικές πληροφορίες για τα ακόλουθα θέματα:
 - Τι είδους επιχείρηση θα είναι; (π.χ. χονδρικού - λιανικού εμπορίου, μεταποιητική, ή παροχής υπηρεσιών);
 - Ποια είναι η χρονολογία ίδρυσης; Πρόκειται για υφιστάμενη ή νεοσύστατη επιχείρηση;
 - Ποια είναι η νομική της μορφή;
 - Πώς μπορούν οι γνώσεις και οι εμπειρίες των εταίρων να συμβάλλουν στην επιτυχία του επιχειρηματικού σχεδίου;

Αντικείμενο του προτεινόμενου επιχειρηματικού σχεδίου είναι η δημιουργία μίας σύγχρονης εκτυπωτικής επιχείρησης, η οποία θα έχει ως βασική δραστηριότητα την παραγωγή και την εκτύπωση ρολού αυτοκόλλητης ετικέτας, η οποία στη συνέχεια θα πωλείται και θα επικολλάται πάνω στις συσκευασίες των προϊόντων που θα παράγουν και θα εμπορεύονται οι πελάτες της. Εκτός από το παραπάνω προϊόν, η εταιρεία θα παράγει και θα προωθεί τα ακόλουθα προϊόντα:

- ☐ Έντυπα και βιβλία.
- ☐ Αφίσες με τη μέθοδο offset.
- ☐ Προϊόντα ψηφιακής εκτύπωσης.

Η ίδρυση και λειτουργία της υπό σύσταση επιχείρησης αποτελεί προϊόν μακρόχρονης έρευνας από την πλευρά των δύο εταίρων, οι οποίοι διέγνωσαν τις δυνατότητες και τις ευνοϊκές προοπτικές που εμφανίζει σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο ο κλάδος των γραφικών τεχνών και εκτυπώσεων.

Η νέα επιχείρηση που θα δημιουργηθεί σχετίζεται με άλλη οικογενειακή επιχείρηση, η οποία ανήκει στον πατέρα ενός εκ των δύο εταίρων, και που δραστηριο-

ποιείται εδώ και 25 χρόνια στο χώρο των γραφικών τεχνών και των εκτυπώσεων. Στη συγκεκριμένη επιχείρηση, ο ένας εταίρος έχει εργασθεί επί σειρά ετών, γνωρίζοντας άριστα όλες τις φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας και ό,τι απαιτείται για το στήσιμο μιας παρόμοιας επιχείρησης. Ο άλλος εταίρος έχει σπουδάσει διοίκηση επιχειρήσεων, και έχει σημαντική εμπειρία στον τομέα των πωλήσεων.

Και οι δύο εταίροι -οι οποίοι γνωρίζονται από την παιδική τους ηλικία- διαπίστωσαν ότι οι γνώσεις και εμπειρίες τους, μπορούν να λειτουργήσουν συμπληρωματικά και να αξιοποιηθούν με αμοιβαίο όφελος, μέσω της ίδρυσης μιας νέας επιχειρηματικής μονάδας, στην οποία θα αναλάβουν από κοινού ευθύνες, πρωτοβουλίες και κινδύνους.

Ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα προμηθευτεί η εταιρεία θα είναι υπερσύγχρονος και θα εξασφαλίζει την παραγωγή άριστης ποιότητας προϊόντων και την άμεση ανταπόκριση στις ειδικές ανάγκες και απαιτήσεις των πελατών της. Η εταιρεία θα δώσει ιδιαίτερη έμφαση στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των παραγόμενων προϊόντων της και στην ταχύτητα εξυπηρέτησης, προκειμένου να εξασφαλίσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

Η επιχείρηση θα στεγασθεί σε μισθωμένο χώρο και θα έχει τη νομική μορφή της ομόρρυθμης εταιρείας.

Η προτεινόμενη οργανωτική δομή, ο τρόπος παραγωγής των προϊόντων, οι ενέργειες μάρκετινγκ, καθώς και τα οικονομικά στοιχεία της επιχειρηματικής δραστηριότητας περιγράφονται στα αντίστοιχα τμήματα του επιχειρηματικού σχεδίου και καταδεικνύουν τη σκοπιμότητα και οικονομική βιωσιμότητα της προτεινόμενης δραστηριότητας.

3.3 Γενικά στοιχεία για την επιχειρηματική δραστηριότητα

Στόχος αυτής της ενότητας είναι να παρέχει μια πλήρη και λεπτομερή περιγραφή της επιχείρησης και των προϊόντων που θα παράγει ή θα εμπορεύεται. Επειδή το επιχειρηματικό σχέδιο είναι πιθανό να απευθύνεται, πέρα από το εσωτερικό της επιχείρησης (ιδιοκτήτες, εταίροι, στελέχη, εργαζόμενοι), και σε υποψήφιους επενδυτές ή/και άλλους φορείς χρηματοδότησης, είναι απαραίτητο να υπάρχει παρουσίαση των στοιχείων επικοινωνίας και της ταυτότητας του φορέα υλοποίησης, ενώ επίσης θα πρέπει να τεκμηριώνονται επαρκώς οι λόγοι επιλογής της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Παράλληλα, θα πρέπει να καταγραφούν και να αναλυθούν στοιχεία όπως: Οι λόγοι επιλογής της προτεινόμενης νομικής μορφής, οι απαιτούμενοι άδειες για την ίδρυση και λειτουργία της, οι απαιτήσεις σε χώρους και εξοπλισμό, καθώς η συμπλήρωση και η αποτύπωση των παραπάνω βοηθά αφενός στο σωστό προγραμματισμό και στην αποτελεσματικότερη οργάνωση των ενεργειών, και αφετέρου συμβάλλει στην αναγνώριση και ανάδειξη των δυσκολιών που τυχόν θα προκύψουν κατά την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

3.3.1 Η ταυτότητα του φορέα υλοποίησης

Πίνακας 3.1 Ταυτότητα του φορέα υλοποίησης

ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ	Ομόρρυθμη Εταιρεία(υπό σύσταση)
ΕΠΩΝΥΜΙΑ & ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ	Ανδρέου Δημ. Βασιλείου Ν Ο.Ε.
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΣΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΦΛΕΜΙΝΓΚ 38, Βύρωνας
ΤΗΛΕΦΩΝΟ	2108508741
Διεύθυνση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (e-mail)	
ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ με βάση τη Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ) της Εθνι- κής Στατιστικής Υπηρεσίας	Γραφικών τεχνών ΚΑΔ 222
ΣΧΕΔΙΑΖΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	- Παραγωγή ρολού αυτοκόλλητης ετικέτας - Έντυπα και βιβλία - Προϊόντα ψηφιακής εκτύπωσης

3.3.2 Στοιχεία συμμετεχόντων στην υπό σύσταση επιχείρηση

Πίνακας 3.2 Στοιχεία συμμετεχόντων στην υπό σύσταση επιχείρηση

Ονοματεπώνυμο εταίρου	Ποσό σε € & ποσοστό συμμετοχής στην επιχείρηση	Θέση στην επιχείρηση	Ακαδημαϊκές Γνώσεις, Επαγγελματικά Προσόντα	Εμπειρία
Ανδρέου Δημήτριος	50.000,00€ 50%	Διευθυντής/ Υπεύθυνος Πωλήσεων	- Πτυχιούχος Σχολής Διοίκησης Οικονομίας ΤΕΙ Πειραιά	5 χρόνια Υπεύθυνος Πωλήσεων σε Βιομηχανία Τροφίμων
Βασιλείου Νικόλαος	50.000,00€ 50%	Υπεύθυνος Παραγωγής	Πτυχιούχος Πληροφορικής ΤΕΙ Ηρακλείου	3 χρόνια απασχόληση σε οικογενειακή επιχείρηση Γραφικών Τεχνών

3.3.3 Νομική μορφή

Η επιχείρηση που πρόκειται να ιδρυθεί θα έχει τη νομική μορφή της Ομόρρυθμης Εταιρείας.

Ο λόγος της επιλογής της συγκεκριμένης νομικής μορφής προκύπτει από το γεγονός ότι πρόκειται για την πιο απλή σε διατυπώσεις σύστασης, έναρξης και λειτουργίας μορφή εταιρικής επιχείρησης.

Επίσης, πρέπει να τονίσουμε πως σε μια Ο.Ε. το κόστος τήρησης βιβλίων και λογιστικής παρακολούθησης είναι πολύ πιο χαμηλό από την αντίστοιχη των κεφαλαιουχικών εταιρειών, δεν απαιτείται δημοσίευση ισολογισμού και έλεγχος από ορκωτούς λογιστές.

Επιπλέον, η συγκεκριμένη νομική μορφή υπάγεται σε ευνοϊκότερο φορολογικό καθεστώς από οποιαδήποτε άλλη μορφή επιχείρησης (ο φορολογικός συντελεστής για τις Ο.Ε. είναι σήμερα 20% (ενώ λίγο πριν ήταν 25%), ενώ αναμένεται πτωτική τάση).

Τέλος, και οι δύο υποψήφιοι επιχειρηματίες είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν από κοινού και εξ' ολοκλήρου την ευθύνη για τη λειτουργία της επιχείρησης, κατέχοντας ο καθένας τους το 50% του εταιρικού κεφαλαίου.

3.3.4 Απαιτούμενες άδειες για την ίδρυση και λειτουργία της επιχείρησης

Οι άδειες οι οποίες θα χρειαστούν για τη δημιουργία της επιχείρησης είναι οι εξής:

- ☐ Άδεια χρήσης γης για να διερευνηθεί και να επαναβεβαιωθεί η δυνατότητα εγκατάστασης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η οποία, στη συγκεκριμένη περιοχή, χαρακτηρίζεται ως μεταποιητική μονάδα χαμηλής όχλησης (Η άδεια χορηγείται από την Υπηρεσία Πολεοδομίας της Νομαρχίας που είναι αρμόδια για τη συγκεκριμένη περιοχή).
- ☐ Άδεια εγκατάστασης (Η άδεια χορηγείται από τη Διεύθυνση Βιομηχανίας της αρμόδιας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης).
- ☐ Καταστατικό σύστασης ομόρρυθμης εταιρείας (συνεργασία με φοροτέχνη - λογιστή), στο οποίο θα αναγράφονται λεπτομερώς ο σκοπός και το αντικείμενο δραστηριότητας της υπό σύσταση εταιρείας, το εταιρικό κεφάλαιο, η διάρκεια της, το ποσοστό συμμετοχής του κάθε εταίρου κ.α.
- ☐ Εγγραφή των εταίρων στον οικείο Ασφαλιστικό Φορέα (ΟΑΕΕ).
- ☐ Εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο.
- ☐ Άδεια λειτουργίας - έναρξη επιτηδεύματος στην αρμόδια Οικονομική Υπηρεσία.

3.3.5 Έδρα της επιχείρησης

Η επιχείρηση θα στεγασθεί σε μισθωμένο χώρο, ο οποίος βρίσκεται σε συνοικιακό δρόμο στο Βύρωνα. Σημειώνεται ότι, λόγω της μεταποιητικής δραστηριότητας της επιχείρησης και της αγοράς στην οποία απευθύνεται (βιομηχανικοί χρήστες κυρίως), η επιλογή του συγκεκριμένου χώρου έγινε βάσει ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που προσφέρει στην επιχείρηση όπως: Χαμηλό ενοίκιο, στρατηγική θέση στην αγορά και καταλληλότητα χώρων.

Ειδικότερα, οι λόγοι που μας οδήγησαν στη επιλογή της περιοχής και του συγκεκριμένου οικήματος είναι οι παρακάτω:

- ☐ Στην ευρύτερη περιοχή του Λεκανοπεδίου συγκεντρώνεται το 50% και πλέον των υποψηφίων πελατών μας.
- ☐ Η συγκεκριμένη περιοχή είναι εύκολα προσβάσιμη σε πελάτες και προμηθευτές.
- ☐ Το συγκεκριμένο οίκημα είναι μεγάλο, με καλή διαρρύθμιση, διαθέτει υπόγειο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως βοηθητικός αποθηκευτικός χώρος, ενώ ταυτόχρονα έχει σχετικά χαμηλό μίσθωμα.

3.3.6 Απαιτήσεις σε χώρους

Η επιχείρηση που θα ιδρυθεί χρειάζεται για τη λειτουργία της τους παρακάτω χώρους:

A. Χώρος παράγωγης προϊόντων

Στο συγκεκριμένο χώρο θα τοποθετηθεί ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα χρησιμοποιηθεί για την παραγωγική διαδικασία (συνολικά 40 τ.μ.).

B. Αποθηκευτικός χώρος

Ο συγκεκριμένος χώρος θα βρίσκεται δίπλα στο χώρο παραγωγής, και θα χρησιμοποιείται για την αποθήκευση των πρώτων και βοηθητικών υλών (χαρτί, μελάνι) και των υλικών συσκευασίας, καθώς και για την αποθήκευση των ετοίμων προς πώληση προϊόντων.

Τόσο τα αποθέματα των πρώτων και βοηθητικών υλών, όσο και τα τελικά προϊόντα θα τοποθετούνται σε ειδικά διαμορφωμένα ράφια αντίστοιχα κωδικοποιημένα (15 τ.μ.).

Γ. Χώρος γραφείων- εξυπηρέτησης πελατών

Μέσα στην επιχείρηση θα υπάρχει ειδικός χώρος για την εξυπηρέτηση των διοικητικών και οικονομικών λειτουργιών της επιχείρησης (έκδοση παραστατικών, εξυπηρέτηση πελατών κ.α.). Στο συγκεκριμένο χώρο, προβλέπεται να δημιουργηθούν αρχικά δύο σταθμοί εργασίας (συνολικά 25 τ.μ.).

3.3.7 Πεδίο δραστηριότητας της επιχείρησης

Η υπό σύσταση εταιρεία θα ανήκει στον κλάδο των γραφικών τεχνών και εκτυπώσεων που, σύμφωνα με την ΕΣΥΕ, εντάσσεται στον κλάδο 222.

Κύριο αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης θα είναι η εκτύπωση ρολού αυτοκόλλητης ετικέτας, η οποία στη συνέχεια θα πωλείται και θα επικολλάται πάνω στις συσκευασίες των τελικών προϊόντων που θα παράγουν και θα εμπορεύονται οι πελάτες της.

Εκτός από το παραπάνω προϊόν, η εταιρεία θα παράγει και θα προωθεί τα ακόλουθα προϊόντα:

- ❑ *Έντυπα και βιβλία:* Κάθε είδους έντυπο και βιβλίο όπως είναι απολογισμοί χρήσεως εταιρειών, διαφημιστικά έντυπα (τρίπτυχα, τετράπτυχα, και κάρτες), ημερολόγια, τουριστικοί οδηγοί, ένθετα εφημερίδων και περιοδικών.
- ❑ *Αφίσες με τη μέθοδο offset.* Πρόκειται για αφίσες κάθε μεγέθους, μέχρι και γιγαντοαφίσες, οι οποίες αποσκοπούν στη διαφήμιση και προβολή προϊόντων, γεγονότων κ.α.
- ❑ *Προϊόντα ψηφιακής εκτύπωσης.* Τα προϊόντα ψηφιακής εκτύπωσης καλύπτουν επιφάνειες μικρών και μεγάλων διαστάσεων. Θα υπάρχει η δυνατότητα να εκτυπώνονται σε διάφορα υλικά, όπως χαρτί, αυτοκόλλητα, χαρτόνι, αλουμινόχαρτο και θα προορίζονται για διάφορες χρήσεις, ανάλογα με τις απαιτήσεις των πελατών, με στόχο τη διαφημιστική προβολή και την προώθηση των προϊόντων τους

3.3.8 Λόγοι επιλογής της συγκεκριμένης δραστηριότητας

Οι λόγοι για τους οποίους έχουμε επιλέξει να ασχοληθούμε επαγγελματικά με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα, είναι γιατί πιστεύουμε ότι είναι μια υπεύθυνη, δημιουργική, αλλά παράλληλα αποδοτική από οικονομικής άποψης επενδυτική πρόταση. Ένας βασικός επίσης λόγος είναι το μέλλον και οι προοπτικές της συγκεκριμένης επαγγελματικής δραστηριότητας, καθώς ο κλάδος των γραφικών τεχνών εμφανίζει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης, σύμφωνα με κλαδική μελέτη η οποία πραγματοποιήθηκε από την ICAP Α.Ε. το 2005.

Επιπρόσθετα, ένας σημαντικός λόγος είναι η μακρόχρονη εμπειρία που έχει αποκτηθεί από την εργασία μας σε παρόμοια οικογενειακή επιχείρηση, γεγονός που σε κάθε περίπτωση αποτελεί ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την υπό ίδρυση επιχείρηση.

Τέλος, πρέπει να τονιστεί η πίστη μας στο επιχειρείν και η αγάπη μας για τη συγκεκριμένη δραστηριότητα.

Αναλυτικά, οι λόγοι που συνέβαλαν στην υλοποίηση της συγκεκριμένης επιχειρηματικής πρότασης είναι οι ακόλουθοι:

- ❑ Η διαπίστωση πως, παρά το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο χώρο των γραφικών τεχνών, θεωρούμε ότι υπάρχει περιθώριο στη συγκεκριμένη αγορά για τη δραστηριοποίη-

ση μιας σύγχρονης σε μηχανολογικό εξοπλισμό και οργάνωση επιχείρησης που θα δίνει έμφαση:

- α) Στην άριστη ποιότητα των προϊόντων βάσει αυστηρών προδιαγραφών και ειδικών τεχνικών απαιτήσεων.
 - β) Στη συνέπεια στο χρόνο παράδοσης του τελικού προϊόντος.
 - γ) Στην άμεση ανταπόκριση στις ειδικές ανάγκες και απαιτήσεις των πελατών και την ταχεία εξυπηρέτησή τους.
- ☐ Η διαπίστωση ότι οι φραγμοί εισόδου στο συγκεκριμένο κλάδο είναι σχετικά υψηλοί (σχετικά δύσκολα μπορεί να εισέλθει κάποιος νέος επιχειρηματίας στον κλάδο) λόγω αφενός της τεχνογνωσίας που απαιτείται για να λειτουργήσει κάποιος τον εξοπλισμό, και αφετέρου λόγω του σχετικά υψηλού κεφαλαίου που απαιτείται για την ίδρυση και λειτουργία της.
 - ☐ Υπάρχει μεγάλος σχετικά αριθμός προμηθευτών πρώτων και βοηθητικών υλών τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό.
 - ☐ Υπάρχει μεγάλος αριθμός υποψηφίων πελατών (οι επιχειρήσεις οι οποίες παράγουν τρόφιμα, ποτά, απορρυπαντικά, όσο μεγάλο μέγεθος και αν έχουν, στη μεγάλη πλειοψηφία τους προτιμούν να προμηθεύονται τις αυτοκόλλητες ετικέτες από παραγωγικές μονάδες, παρά να τις παρασκευάζουν οι ίδιες)
 - ☐ Η ζήτηση για τα προϊόντα της επιχείρησης (αυτοκόλλητες ετικέτες) είναι συνάρτηση της καταναλωτικής ζήτησης για τρόφιμα, απορρυπαντικά κ.α. (η ζήτηση των οποίων πρέπει να σημειωθεί ότι δεν επηρεάζεται σημαντικά από τις διακυμάνσεις του οικονομικού κύκλου), ενώ οι πωλήσεις των διαφημιστικών εντύπων επηρεάζονται από τις διαφημιστικές ανάγκες των πελατών που πάντα θα υφίστανται σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό και που εξαρτώνται από το ρυθμό ανάπτυξης της Ελληνικής οικονομίας.

3.3.9 Απαιτούμενος μηχανολογικός & λοιπός εξοπλισμός

Για την αποτελεσματική λειτουργία της υπό σύσταση εταιρείας απαιτείται μηχανολογικός και λοιπός εξοπλισμός για την υποστήριξη της παραγωγικής διαδικασίας, καθώς και των διοικητικών και των άλλων λειτουργιών της.

Ειδικότερα, μετά από ενδελεχή έρευνα για τα χαρακτηριστικά, τις δυνατότητες και το κόστος του εξοπλισμού (η οποία πραγματοποιήθηκε μέσω του Διαδικτύου για την αναζήτηση προμηθευτών και επίσκεψής μας στην ετήσια έκθεση εξοπλισμού γραφικών τεχνών στην Αθήνα το Φεβρουάριο του 2005) θα προβούμε στην αγορά των παρακάτω:

Πίνακας 3.3 Απαιτούμενος μηχανολογικός & λοιπός εξοπλισμός

Κατηγορία εξοπλισμού	Περιγραφή εξοπλισμού	Ποσότητα (τεμάχια)	Προμηθευτής
Μηχανολογικός εξοπλισμός	Ψηφιακό εκτυπωτικό μηχάνημα	1	Βαγγέλης Α.Ε.
Εξοπλισμός γραφείου/ λοιπός εξοπλισμός	Ηλεκτρονικός υπολογιστής	2	Δραγούμης Α.Ε.
	Έγχρωμος εκτυπωτής	1	Βαγγέλης Α.Ε.
	Λογισμικό- σχεδιαστικό	1	Δραγούμης Α.Ε.
	Λογισμικό-εμπορική διαχείριση	1	Βαγγέλης Α.Ε.
	Τηλεφωνικό κέντρο-φαξ	1	Δραγούμης Α.Ε.
	Γραφείο εργασίας-βιβλιοθήκη-ερμάριο(σετ)	3	Διονυσίου Α.Ε.
Επαγγελματικό μεταφορικό μέσο	Φορητό χωρητικότητας 2 τόνων	1	Κάππος Α.Ε.

3.4 Ανάλυση του κλάδου γραφικών τεχνών

Σκοπός της συγκεκριμένης ενότητας είναι να δοθούν πληροφορίες για τον κλάδο στον οποίο ανήκει και δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Περιγράφει και αναλύει τις τάσεις που επικρατούν στον κλάδο, καθώς επίσης τη δομή και την ένταση του ανταγωνισμού. Η ανάλυση του κλάδου και των ανταγωνιστών μας βοηθά να διαμορφώσουμε μια συνολική εικόνα για τις πιθανές ευκαιρίες και απειλές, οι οποίες προέρχονται από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησής. Επιπρόσθετα, η ανάπτυξη αυτής της ενότητας συμβάλλει στην καταγραφή των κυριοτέρων ανταγωνιστών μας, των σημείων που υπερτερούν, καθώς και στην καταγραφή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων τους.

Ειδικότερα, η ενότητα αυτή στοχεύει:

- ☐ Στον προσδιορισμό του μεγέθους της αγοράς και της προβλεπόμενης ζήτησης.
- ☐ Στη διερεύνηση της ύπαρξης ή όχι ικανοποιητικής ζήτησης για τα προϊόντα που θα παραχθούν.
- ☐ Στην ανάλυση της ελκυστικότητας του κλάδου (ευκολία εισόδου στον κλάδο, απειλή από υποκατάστατα, την ύπαρξη ή όχι μεγάλου αριθμού πελατών/προμηθευτών).
- ☐ Στην καταγραφή και ανάλυση των διασυνδέσεων και των αλληλεξαρτήσεων με τους άλλους κλάδους της οικονομίας.
- ☐ Στην αποτύπωση της τεχνολογικής στάθμης των επιχειρήσεων και της παραγωγικής δυναμικότητας.
- ☐ Στον προσδιορισμό των πωλήσεων και των μεριδίων αγοράς των ανταγωνιστών.

3.4.1 Γενικά στοιχεία του κλάδου

Ο κλάδος των γραφικών τεχνών αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό παραγωγικό κλάδο, ο οποίος έχει σημαντική συμμετοχή στη συνολική μεταποιητική δραστηριότητα της χώρας. Οι γραφικές τέχνες εμφανίστηκαν πριν 4.000 χρόνια, ενώ μόλις από τα μέσα του 19ου αιώνα άρχισαν να εφαρμόζονται στη διαφήμιση και τη συσκευασία, αποκτώντας έτσι εμπορική και κοινωνική σημασία. Στην Ελληνική αγορά, ο κλάδος των γραφικών τεχνών και των εκτυπώσεων πέρασε μια ισχυρή κρίση στις αρχές της δεκαετίας του '80.

Βασικό χαρακτηριστικό του κλάδου των γραφικών τεχνών είναι το γεγονός ότι η πορεία του συνδέεται άμεσα με την εξέλιξη άλλων οικονομικών κλάδων και τομέων όπως είναι:

- ☐ Η συσκευασία (κουτιά, ετικέτες).
- ☐ Η διαφήμιση (αφίσες, διαφημιστικά φυλλάδια).
- ☐ Η ενημέρωση (εφημερίδες, περιοδικά).
- ☐ Η παιδεία (βιβλία) κλπ..

Σημειώνεται επίσης ότι οι πωλήσεις του κλάδου δεν παρουσιάζουν εποχιακές διακυμάνσεις, ενώ εξαρτώνται άμεσα από την ύπαρξη σημαντικών πολιτιστικών ή αθλητικών γεγονότων, όπως συνέβη το 2004, έτος διοργάνωσης των Ολυμπιακών αγώνων από τη χώρα μας (ICAP 2005, Διεύθυνση Μελετών). Παρομοίως, η διενέργεια βουλευτικών ή δημοτικών εκλογών συμβάλλει στη συνολική αύξηση του κύκλου εργασιών του κλάδου καθώς συνδέεται με την ύπαρξη αυξημένων διαφημιστικών αναγκών.

3.4.2 Δομή και διάρθρωση του κλάδου

Στη χώρα μας, ο κλάδος των γραφικών τεχνών περιλαμβάνει πληθώρα επιχειρήσεων, οι οποίες ασχολούνται με προεκτυπωτικές, εκτυπωτικές και μετεκτυπωτικές εργασίες. Ορισμένες από αυτές είναι καθετοποιημένες και συμμετέχουν σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.

Στον κλάδο δραστηριοποιούνται επίσης ορισμένες εκδοτικές επιχειρήσεις, οι οποίες εκτυπώνουν σε δικές τους εγκαταστάσεις έντυπα, για δικό τους λογαριασμό ή/και για τρίτους. Κύριο χαρακτηριστικό όλων των επιχειρήσεων είναι η ανομοιογένεια ως προς το αντικείμενο εργασιών, καθώς, πέρα από τη διαφοροποίηση που παρουσιάζουν ως προς τις παρεχόμενες υπηρεσίες (από την προεκτύπωση ως τη μετεκτύπωση), ποικίλουν σημαντικά και ως προς τα τελικά προϊόντα με τα οποία ασχολούνται (εφημερίδες-περιοδικά, διαφημιστικά έντυπα, μηχανογραφικά έντυπα, χάρτινα κουτιά κλπ).

Ο κλάδος των γραφικών τεχνών χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη πολλών, μικρού μεγέθους στην πλειοψηφία τους επιχειρήσεων, που καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας παραγωγής και δραστηριοποιούνται σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας από το διαχωρισμό χρωμάτων έως τη βιβλιοδεσία. Συνολικά, ο ευρύτερος εκτυπωτικός και εκδοτικός κλάδος στην Ελλάδα αριθμεί σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ για το 2004 περισσότερες από τρεις χιλιάδες (3.000) επιχειρήσεις. Από αυτές, μόνο το 5% είναι επιχειρήσεις μεσαίου και μεγάλου μεγέθους, ενώ η συ-

ντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων που λειτουργούν σαν εκτυπωτικές μονάδες είναι μικρές σε μέγεθος επιχειρήσεις που απασχολούν κατά μέσο όρο 3,2 άτομα.

Τα περισσότερα από τα επιμέρους τμήματα της αγοράς γραφικών τεχνών χαρακτηρίζονται από διασπορά μεριδίων αγοράς, ενώ σχετική συγκέντρωση παρατηρείται στην αγορά των εφημερίδων-περιοδικών, των μηχανογραφικών εντύπων και των ετικετών.

Με βάση κλαδική μελέτη της ICAP και στοιχεία της ΕΣΥΕ (2005), η συνολική αξία της αγοράς γραφικών τεχνών διαμορφώθηκε σε €2.800.000.000 για το 2004. Συγκρινόμενη με το 2003 που οι συνολικές πωλήσεις ήταν €2.550.000.000, ο κλάδος παρουσίασε ετήσια αύξηση 10%.

Το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής αγοράς (σε αξία) το καλύπτουν σε ποσοστό 27% οι εφημερίδες και τα περιοδικά. Ακολουθούν τα χάρτινα κουτιά, τα διαφημιστικά έντυπα, τα εύκαμπτα υλικά συσκευασίας και τα βιβλία, με μερίδιο 15%, 14%, 14% και 13% αντίστοιχα της συνολικής αγοράς. Τα μηχανογραφικά έντυπα και τα λοιπά έντυπα ακολουθούν με μικρότερο μερίδιο, 9% και 5% αντίστοιχα, ενώ οι ετικέτες κατέχουν ποσοστό 3%.

Η ελληνική αγορά καλύπτεται στο σύνολό της από την εγχώρια παραγωγή και μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό εκτυπωμένων προϊόντων εισάγεται από το εξωτερικό.

Πρέπει να σημειώσουμε ωστόσο, πως 4-5 μεγάλες επιχειρήσεις του χώρου ελέγχουν ποσοστό μεγαλύτερο από το 20% της αγοράς.

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται οι εταιρείες με το μεγαλύτερο εγχώριο μερίδιο αγοράς(πλην των εφημερίδων) για το έτος 2004:

Πίνακας 3.4 Επιχειρήσεις με τα μεγαλύτερα μερίδια στον κλάδο των γραφικών τεχνών

A/A	Επωνυμία Επιχείρησης	Μερίδιο Αγοράς %
1	ΧΑΙΔΕΜΕΝΟΣ Α.Ε.Β.Ε.	5,5
2	ΠΗΓΑΣΟΣ ΕΚΤΥΠΩΤΙΚΗ	5,0
3	ΤΣΑΚΙΡΗΣ Δ Α.Ε.	4,0
4	ΣΩΤ ΝΑΝΟΣ Α.Ε.	3,5
5	ΤΑΣΙΑΚΟΣ Α.Ε.	3,2

(Πηγή: ICAP)

3.4.3 Ο υποκλάδος ρολού αυτοκόλλητης ετικέτας

Όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη παράγραφο, ο υποκλάδος της αυτοκόλλητης ετικέτας συμβάλλει με ποσοστό 3% στη διαμόρφωση των συνολικών πωλήσεων του κλάδου των γραφικών τεχνών. Στο συγκεκριμένο υποκλάδο, δραστηριοποιούνται στον Ελλαδικό χώρο συνολικά 87 επιχειρήσεις. Από αυτές, οι 68 (ή ποσοστό 78%) ασχολούνται αποκλειστικά με την παραγωγή αυτοκόλλητης ετικέτας. Οι περισσότερες από αυτές της επιχειρήσεις είναι μικρές σε μέγεθος με μέση απασχόληση προσωπικού τα τρία έως πέντε άτομα και βρίσκονται σε ποσοστό περίπου 60% εγκατεστημένες στην περιφέρεια Αττικής.

Ειδικότερα για το έτος 2004, οι συνολικές εγχώριες πωλήσεις του συγκεκριμένου προϊόντος κυμάνθηκαν στα €84.000.000. Συγκρίνοντας το ποσό αυτό με τα €75.000.000 του προηγούμενου έτους, βλέπουμε ότι ο υποκλάδος παρουσίασε ετήσια αύξηση 12%.

Στον παρακάτω πίνακα εμφανίζονται συνοπτικά οι πωλήσεις του υποκλάδου αυτοκόλλητης ετικέτας την τελευταία πενταετία

Πίνακας 3.5 Πωλήσεις του υποκλάδου αυτοκόλλητης την τελευταία πενταετία

Έτος	Πωλήσεις (σε €)	Ρυθμός αύξησης %
2000	59.000.000	—
2001	64.000.000	8,4
2002	69.000.000	7,8
2003	75.000.000	8,6
2004	84.000.000	12,0

(Πηγή ICAP)

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο μέσος δείκτης τιμών χονδρικής σύμφωνα με στοιχεία της έκθεσης του διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδας (2005) διαμορφώθηκε σε 3,8% για το διάστημα 2000-2004, η μέση ετήσια αποπληθωρισμένη ανάπτυξη του κλάδου κυμάνθηκε σε ποσοστό 6%(πραγματικός ρυθμός αύξησης).

3.4.4 Οικονομικά αποτελέσματα ανταγωνιστικών επιχειρήσεων

Στον τομέα της παρασκευής ρολού αυτοκόλλητης ετικέτας και της παραγωγής εντύπων που θα είναι η κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης, δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων μικρού μεγέθους από τις οποίες ελάχιστες ξεχωρίζουν.

Σημειώνεται ωστόσο, ότι κατά την τελευταία τριετία δύο μεσαίες και μεγάλου μεγέθους καθετοποιημένες εκτυπωτικές επιχειρήσεις, θεωρώντας ελκυστικές τις ευνοϊκές προοπτικές ανάπτυξης που παρουσιάζει ο συγκεκριμένος υποκλάδος, ξεκίνησαν να δραστηριοποιούνται στην παραγωγή αυτοκόλλητης ετικέτας. Εντούτοις, δεν κατάφεραν να αποσπάσουν σημαντικά μερίδια αγοράς.

Προκειμένου να υπάρξει σωστή ανάλυση των στοιχείων, η εταιρεία μας θα πρέπει να λάβει υπόψη οικονομικά στοιχεία και να τα συγκρίνει με ομοειδείς επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται αμιγώς στο χώρο της παραγωγής αυτοκόλλητης ετικέτας, εντύπων κ.α. Οι επιχειρήσεις που εμφανίζουν αυτά τα χαρακτηριστικά αποτελούν τους άμεσους ανταγωνιστές της εταιρείας μας.

Επιχειρήσεις με σημαντικό μερίδιο αγοράς στον τομέα της παρασκευής ρολού αυτοκόλλητης ετικέτας είναι:

ΑΡΒΑΝΙΤΗΣ ΑΒΒΕ με μερίδιο αγοράς περίπου 5% πανελλαδικά

ΠΑΓΙΑΤΖΑΣ ΑΒΕΕ με μερίδιο αγοράς περίπου 4% πανελλαδικά

ΒΟΓΙΑΤΖΗΣ ΑΒΕΕ με μερίδιο αγοράς 2%, η οποία εμφανίζει και το μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης

Στον παρακάτω πίνακα εμφανίζονται οικονομικά στοιχεία της τελευταίας διετίας από τις σημαντικότερες επιχειρήσεις του υποκλάδου ρολού αυτοκόλλητης ετικέτας:

Πίνακας 3.6 Οικονομικά στοιχεία ανταγωνιστικών επιχειρήσεων

Εταιρεία	Κύκλος εργασιών (ποσά σε €)		Καθαρά κέρδη (ποσά σε €)	
	2003	2004	2003	2004
ΑΡΒΑΝΙΤΗΣ ΑΒΒΕ	3.750.780	4.200.900	380.246	425.000
ΠΑΓΙΑΤΖΑΣ ΑΒΕΕ.	3.030.000	3.360.000	310.00	320.478
ΒΟΓΙΑΤΖΗΣ ΑΒΕΕ.	1.270.000	1.700.012	179.859	225.000
ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ Α.Ε.	1.102.000	1.154.198	74.775	94.934
ΕΚΤΥΠΩΤΙΚΗ Α.Ε.	651.980	729.804	82.805	87.405
ΕΚΤΥΠΩΣΗ Α.Ε.	555.876	701.950	62.275	72.738

Πηγή: ICAP

3.4.5 Προοπτικές του κλάδου γραφικών τεχνών – στοιχεία που διαμορφώνουν τη ζήτηση

Με βάση κλαδική μελέτη της Διεύθυνσης Μελετών Οικονομικού Περιβάλλοντος (2004) της ICAP με αντικείμενο τις υπηρεσίες Γραφικών Τεχνών, διαπιστώνεται ότι η συνολική αξία των εγχώρια παραγομένων προϊόντων ακολούθησε ανοδική πορεία το χρονικό διάστημα 1999-2004, με μέσο ετήσιο ρυθμό περίπου 9%. Η εικόνα αυτή διαφοροποιείται στην αγορά των επιμέρους προϊόντων του κλάδου. Επισημαίνεται ότι κατά το εξεταζόμενο διάστημα, τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση παρουσίασε η αγορά των εύκαμπτων υλικών συσκευασίας και των ετικετών.

Σύμφωνα με τις ισχύουσες τάσεις και συνθήκες της αγοράς, η αξία της συνολικής αγοράς γραφικών τεχνών το 2005 αναμένεται να παρουσιάσει περαιτέρω άνοδο, της τάξης του 10% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Η πορεία αυτή ερμηνεύεται κυρίως από την τόνωση της ζήτησης που εκτιμάται ότι θα παρουσιάσουν ορισμένες κατηγορίες προϊόντων, όπως τα διαφημιστικά έντυπα, οι ετικέτες και τα εύκαμπτα υλικά συσκευασίας. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 έδωσαν ιδιαίτερη ώθηση στον κλάδο, κάτι που αναμένεται να συνεχισθεί και τα επόμενα χρόνια. Η επίδρασή τους αναμένεται να είναι ιδιαίτερα αισθητή και μετά το 2004, λόγω της αναμενόμενης αύξησης στον αριθμό των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών.

Σημειώνεται ότι ή αύξηση της τουριστικής κίνησης από χώρες του εξωτερικού έχει ευνοϊκή επίδραση στη ζήτηση καταναλωτικών αγαθών (όπως τα τρόφιμα, τα ποτά και τα αναψυκτικά) και συνακόλουθα επηρεάζει θετικά τις πωλήσεις (σε αξία και ποσότητα) του υποκλάδου των ετικετών.

Δεδομένου ότι ο κλάδος των γραφικών τεχνών συνδέεται με τη διαφήμιση, η δυνατότητα εμφάνισης και εκτύπωσης νέων διαφημιστικών εντύπων, όπως είναι η

Πρακτικός Οδηγός Επιχειρηματικότητας

Μελέτες Περιπτώσεων

Η επιχειρηματική πρωτοβουλία και η προώθηση καινοτόμων εφαρμογών αποτελεί βασικό παράγοντα ανάπτυξης για κάθε χώρα. Η επιχειρηματικότητα αυξάνει την απασχόληση και δημιουργεί προσδοκίες για περαιτέρω ανάπτυξη. Ωστόσο, η έναρξη και η λειτουργία μιας νέας επιχείρησης είναι πιθανό να φαντάζει δύσκολη, ή ακόμη και να αποτρέπει κάθε φιλόδοξο επιχειρηματία από την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης — ιδιαίτερα όταν αυτός τυχαίνει να είναι φοιτητής ή νέος πτυχιούχος, χωρίς προηγούμενη εμπειρία σε παρόμοια εγχειρήματα.

Το παρόν βιβλίο αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο στα χέρια των φοιτητών, και όχι μόνο, για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Σε αυτό εξετάζονται με συγκεκριμένο και κατανοητό τρόπο παραδείγματα επιχειρηματικών σχεδίων από διαφορετικούς οικονομικούς κλάδους. Επειδή τα πρώτα βήματα μιας επιχείρησης είναι πολύ κρίσιμα για την ανάπτυξη και την επιβίωσή της, είναι απαραίτητο να γίνει από την αρχή σωστός σχεδιασμός ώστε να προβλεφθούν πιθανές αδυναμίες και κίνδυνοι που μπορεί να προκύψουν. Γι' αυτόν το λόγο, προσπαθήσαμε να αναπτύξουμε εκπαιδευτικό υλικό που να ενθαρρύνει και, ταυτόχρονα, να ικανοποιεί τις ανάγκες των φοιτητών και επίδοξων νέων επιχειρηματιών. Θέλαμε το υλικό αυτό να είναι απλό και κατανοητό, να προσφέρει πρακτικά παραδείγματα επιχειρηματικών σχεδίων, και να δίνει απαντήσεις σε απλές αλλά βασικές ερωτήσεις των φοιτητών — με λίγα λόγια, να αποτελεί ένα πρακτικό βοήθημα. Επιπλέον, προσπαθήσαμε να καλύψουμε όσο το δυνατό περισσότερα από τα γνωστικά αντικείμενα που καλύπτονται στα αντίστοιχα τμήματα των πανεπιστημιακών σχολών.



ΕΚΔΟΣΕΙΣ
ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ

Διοικητικό 4, 2^{ος} όροφος Αθήνας, 10440 Αθήνα, Τηλ. 210-5237035

Επισκεφθείτε μας στο Internet:
www.kildarithmos.gr

ISBN 978-960-461-301-4



9 789604 613014