

ΤΕΛΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Τίτλος Επιχειρηματικού Σχεδίου: KUROS eyewear Ltd.

Ομάδα σύνταξης επιχειρηματικού σχεδίου:

Όνοματεπώνυμο	email
Σωκράτης Κυρλιγκίτσης	daskalos_c6@hotmail.com

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ (EXECUTIVE SUMMARY).....	ΣΦΑΛΜΑ! ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΟΡΙΣΤΕΙ ΣΕΛΙΔΟΔΕΙΚΤΗΣ.
1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	6
2. ΠΡΩΤΟΤΥΠΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	7
3. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	8
3.1 Περιγραφή Προϊόντος ή/και Υπηρεσίας.....	8
4. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ.....	9
4.1 Προμηθευτές.....	10
4.2 Προσωπικό Παραγωγής.....	11
4.3 Ανάλυση Παραγωγικού Εξοπλισμού.....	12
4.4 Ανάλυση Τόπου Εγκατάστασης.....	13
5. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	14
5.1 Ανταγωνισμός και στρατηγική της επιχείρησης για τη βιωσιμότητα και επέκτασή της.....	14
5.2 SWOT ANALYSIS.....	15
6. ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING PLAN.....	16
6.1 Τμηματοποίηση της Αγοράς.....	16
6.2 Προσδιορισμός Τιμολογιακής Πολιτικής.....	17
6.3 Πλάνο Προώθησης Προϊόντων ή/και Υπηρεσιών.....	18
7. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	19
7.1 Προβλεπόμενος Ισολογισμός Χρήσης.....	19
7.2 ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΣ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	19
ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΕΩΣ	19
7.3 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	20

EXECUTIVE SUMMARY

Το επιχειρηματικό πλάνο που αποτελεί την πρότασή μου για τις «ημέρες επιχειρηματικότητας» αφορά στον τομέα του χονδρικού εμπορίου και έχει ως στόχο να κυκλοφορήσει στην αγορά μια νέα γενιά προϊόντων βασισμένα στην τεχνολογία της τρισδιάστατης εκτύπωσης. Πρόκειται για μια επίκαιρη πρόταση εκμεταλλευόμενη την αναδυόμενη τεχνολογία αυτή και συνδυάζοντάς την με προϊόντα πασίγνωστα όπως αυτά των σκελετών και φακών για γυαλιά οράσεως και ηλίου. Από αυτή την μίξη θα προκύψει μια νέα και καθαρά καινοτόμα γκάμα προϊόντων με πλεονεκτήματα που απορρέουν και από τα δυο συστατικά που τα απαρτίζουν.

Η κεντρική ιδέα είναι απλή: θα παράγονται εξ' ολοκλήρου σκελετοί γυαλιών οράσεως και ηλίου όχι όμως με τις μεθόδους που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στην αγορά, αλλά θα εκτυπώνονται ως έτοιμο ενδιάμεσο προϊόν και εν συνεχεία θα προσαρμόζονται πάνω σε αυτά εξαιρετικής ποιότητας φακοί και άλλα υλικά ολοκληρώνοντας το τελικό προϊόν.

Τα πλεονεκτήματα των προϊόντων αυτών βασίζονται στην διαδικασία παραγωγής τους καθώς, δεν γίνεται μετατροπή από φύλα πλαστικού και μετάλλου κάνοντας τομές και διορθώσεις έως ότου προκύψει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Αντίθετα η διαδικασία που ακολουθείται μετατρέπει απ' ευθείας την πρώτη ύλη στην τελική ή σχεδόν τελική της μορφή ουσιαστικά χτίζοντας το προϊόν σταδιακά σε στρώσεις ξεκινώντας από «λευκό χαρτί» και με δυνατότητα χρήσης πολλών και διαφορετικών πρώτων υλών. Το αποτέλεσμα που προκύπτει αναλόγως του σχεδιασμού και του υλικού που έχει χρησιμοποιηθεί μπορεί να διαφέρει ριζικά από τα υπόλοιπα προϊόντα της αγοράς αλλά και να είναι πιστό αντίγραφο τους. Η φιλοσοφία πίσω από την ιδέα της επιχείρησης είναι η δημιουργία σκελετών μεγάλης αντοχής και χαρακτηριστικού σχεδιασμού εκμεταλλευόμενοι την ποιότητα πρώτων υλών που υπάρχουν στην αγορά και του εξαιρετικά χαμηλότερου κόστους παραγωγής τους.

Σκοπός της KUROS eyewear ltd. είναι να εισέλθει σταδιακά στον χώρο των οπτικών ειδών, προσφέροντας μια νέα πρόταση και μια νέα γενιά προϊόντων τα οποία θα είναι τα μοναδικά και θα περιλαμβάνουν:

- Χαρακτηριστικό σχεδιασμό.
- Ποιοτική κατασκευή.
- Διεύρυνση της γκάμας και σχεδίων εντός 2ετίας.
- 5ετής προοπτικές επέκτασης του κύκλου εργασιών της επιχείρησης σε νέα προϊόντα του κλάδου.

Τα προϊόντα που θα δημιουργηθούν θα διαφοροποιούνται από τα υφιστάμενα στην αγορά καθώς θα είναι τα μοναδικά που θα προσφέρουν ταυτοχρόνως:

- Αυξημένη ανθεκτικότητα.
- Οπτικά σε συνεργασία με την Carl Zeiss για τον εξοπλισμό τους με προηγμένου φακούς οράσεως και ηλίου.
- 100% κάλυψη από τις υπεριώδεις ακτίνες του ηλίου.
- Πλήρως ανακυκλώσιμα υλικά.
- Σχεδιαστικά αναγνωρίσιμο και ανταγωνιστικό προφίλ.
- Χαρακτήρα gadget.

Η τεχνολογική υπεροχή του και τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά που περιγράφηκαν παραπάνω, θα προσδώσουν στο τελικό προϊόν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων. Έτσι το απαιτητικό κοινό στο οποίο απευθύνονται, το οποίο αποτελείται από νεωτεριστές και ανθρώπους ενθουσιώδεις με τις τεχνολογικές αλλαγές, με οικονομική επιφάνεια άνω του μέσου όρου και περιβαλλοντικές ανησυχίες που ταυτόχρονα όμως χρησιμοποιούν τις αγορές τους και για την κοινωνική τους αναγνώριση, θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους απολαμβάνοντας τη χρηστικότητά ενός καινοτόμου αλλά και διαχρονικά επιτυχημένου αγαθού. Η συνέπεια σε αυτά τα κύρια χαρακτηριστικά των αναγκών είναι εκείνη που θα δημιουργήσει πιστό κοινό και συνεχείς αγορές από τους πελάτες της επιχείρησης.

Για να ικανοποιήσει τους στόχους της η KUROS eyewear ltd. βασίζεται στη μέθοδο παραγωγής η οποία ξεκινά από το σχεδιαστικό τμήμα το οποίο είναι υπεύθυνο για όλες τις τεχνικές λεπτομέρειες και την επιλογή υλικών. Σε δεύτερο στάδιο εκτυπώνεται το πρωτότυπο και τέλος αρχίζει η παραγωγή των αντιτύπων του. Η μέθοδος της τρισδιάστατης εκτύπωσης πλεονεκτεί σε σχέση με τις σημερινές μεθόδους ως προς τη:

- Σχεδίαση με ειδικά διαμορφωμένο λογισμικό.
- Οικονομική δημιουργία πρωτότυπων μοντέλων.
- Ακρίβεια κατασκευής της τάξης ακόμα και 0,08mm.
- Αποδοτικότητα στη διαχείριση πρώτων υλών με οικονομία έως 90% σε υλικά και κατάλοιπα.
- Εμφάνιση οικονομιών κλίμακας από χαμηλότερα επίπεδα παραγωγικής δυναμικότητας.
- Υψηλά περιθώρια κέρδους και βιωσιμότητα.

Ο κλάδος, τέλος, στον οποίο θα δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό ανταγωνιστών και εκτεταμένες ολοκληρώσεις αλλά σχετικά μικρότερη κινητικότητα εισόδου εξόδου σε σύγκριση με άλλους κλάδους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η Luxottica group με γκάμα 45 brands. Οι συνεπείς στους στόχους τους με επιτυχημένα προϊόντα επιχειρήσεις, δραστηριοποιούνται για μεγάλα χρονικά διαστήματα και παρά τον ανταγωνισμό επιβιώνουν. Επιπλέον, η επέκταση του κύκλου εργασιών της επιχείρησης με δημιουργία καταστημάτων λιανικής πώλησης, με ενασχόληση στην αγορά προμηθειών πρώτων υλών, αποκλειστικών αντιπροσώπων εκτός συνόρων και πώλησης σχεδίων και δικαιωμάτων trademark είναι μερικές από τις πιθανότητες που προσφέρονται για αξιολόγηση και επιπλέον κερδοφορία.

1. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στόχος της επιχείρησης είναι η καθιέρωσή της στον κλάδο ως την πρώτη βιομηχανία μαζικής παραγωγής που χρησιμοποιεί την τεχνολογία της τρισδιάστατης εκτύπωσης και ικανή να ικανοποιήσει ένα σημαντικό τμήμα της συνολικής ζήτησης. Η καινοτόμα αυτή παραγωγική διαδικασία, μελετάται εδώ και αρκετά χρόνια αλλά η χρήση της όσων αφορά τα κόστη εγκατάστασης και χρήσης την έκαναν απαγορευτική μέχρι πρόσφατα. Η τεχνολογική εξέλιξη και η εξειδίκευση όμως έχουν αλλάξει τα δεδομένα κάνοντας την υιοθέτησή της πολύ δελεαστική και κερδοφόρα.

Η KUROS eyewear αποτελεί μια ολοκληρωμένη πρόταση για τη δημιουργία μιας οργανωμένης μονάδας παραγωγής και διάθεσης οπτικών νέας τεχνολογίας και σχεδιασμού. Πρόκειται για μια επιχείρηση δραστηριοποιούμενη στο δευτερογενή τομέα, με αντικείμενο την μεταποίηση πρώτων υλών, κυρίως πλαστικού και μετάλλου, μέσω μιας πρωτοποριακής και πολύ ευέλικτης γραμμής παραγωγής τρισδιάστατης εκτύπωσης, για την κατασκευή σκελετών γυαλιών ηλίου και οράσεως χαμηλού παραγωγικού κόστους. Στον πρωτογενή κύκλο εργασιών της περιλαμβάνονται η προμήθεια, επεξεργασία και συναρμολόγηση όλων των απαραίτητων υλικών από εξωτερικούς συνεργάτες καθώς και ο σχεδιασμός των προϊόντων, με προοπτικές επέκτασής τους σε νέα προϊόντα καθώς και σε ένα αριθμό δευτερογενών εργασιών. Τα προϊόντα που θα σχεδιάζονται, θα παράγονται εξ' ολοκλήρου ως τελικά ή ενδιάμεσα προϊόντα με μικρές απαιτήσεις περεταίρω επεξεργασίας.

Η τεχνολογική αλλαγή και ο χαρακτηριστικός σχεδιασμός είναι οι παράμετροι εκείνες οι οποίες δημιουργούν τις προϋποθέσεις για γρήγορη καθιέρωση και επέκταση σε έναν κλάδο που παρουσιάζει έντονη συγκέντρωση. Η εκμετάλλευση του σημαντικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που προκύπτει από την ανώτερη ποιότητα των προϊόντων, την καινοτομία, μια πιο άμεση ανταπόκριση στις ανάγκες των αγοραστών και την αποτελεσματικότητα της παραγωγής και της διοίκησης είναι ο βασικός άξονας λειτουργίας της.

2. ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Η βασικότερη πηγή διαφοροποίησης της KUROS eyewear από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο κατασκευής οπτικών ειδών, βρίσκεται στην διαδικασία παραγωγής χρησιμοποιώντας υψηλής τεχνολογίας κεφαλαιουχικό εξοπλισμό με πρωτοποριακές δυνατότητες και οφέλη.

Η νέα γραμμή παραγωγής τρισδιάστατης εκτύπωσης, γίνεται σημαντικά μικρότερη, πιο αποδοτικά οργανωμένη και ελεγχόμενη, επιτυγχάνοντας έτσι κοστολογικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τις υφιστάμενες υψηλού κεφαλαιουχικού και διοικητικού κόστους ανταγωνίστριες μονάδες. Επιπλέον η αποτελεσματικότερη διαχείριση των υλικών παραγωγής, προσφέρει μειωμένη εκροή πόρων, εξοικονομώντας το μεγαλύτερο μέρος των λειτουργικών εξόδων από κατάλοιπα και πλεονάζοντα αποθέματα έως και κατά 90%. Παράλληλα ο τρόπος παραγωγής των προϊόντων εγγυάται αυξημένη αντοχή και καλύτερη δομή στο τελικό αποτέλεσμα από τις παραδοσιακές μεθόδους καθώς και πλήρη προσαρμοστικότητα χάρη στην ευελιξία του λογισμικού σχεδιασμού και αυτοματοποίησης.

Το αποτέλεσμα των παραπάνω είναι προϊόντα πιο ανθεκτικά, με ιδιότητες που ικανοποιούν τα διεθνή πρότυπα και με εκροές σημαντικά χαμηλότερες των ανταγωνιστών. Η τεχνολογία της τρισδιάστατης εκτύπωσης βασίζεται στη διαδοχική τοποθέτηση στρώσεων υλικού καθοδηγούμενη από εξειδικευμένο λογισμικό ηλεκτρονικών υπολογιστών με μεγάλη ακρίβεια και πολύ μικρό περιθώριο λάθους.

Έτσι, η μονάδα παραγωγής εισέρχεται στον κλάδο σαν ηγέτης κόστους, ενώ χάρη στην ποιότητα των πρώτων υλών, το περιθώριο κέρδους αυξάνεται σημαντικά και το επίπεδο ανταγωνισμού στην ανώτερη αυτή κατηγορία των διαρκών αγαθών μειώνεται αισθητά.

Τα προϊόντα θα είναι έντονα ανταγωνιστικά με εκείνα των υφιστάμενων επιχειρήσεων, με διαφοροποίηση που θα εστιάζεται στο σχεδιαστικό μέρος, κυρίως όμως με έμφαση στην αντιληπτή διαφοροποίηση από το επιλεγμένο κοινό στόχο. Το στρατηγικό πλάνο προβολής των προϊόντων βασίζεται στην στοχευμένη τοποθέτησή τους στην αγορά.

3. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

3.1 Περιγραφή Προϊόντος ή/και Υπηρεσίας

Μια νέα γενιά προϊόντων εγκαινιάζεται με καινοτόμο συνδυασμό υψηλής τεχνολογίας, μοναδική σχεδίαση και έμφαση στη λεπτομέρεια για πρωτοποριακούς και απαιτητικούς αγοραστές.

Χαρακτηρίζονται από :

- Ποιοτική κατασκευή η οποία προσδίδει αυξημένη ανθεκτικότητα και διάρκεια ζωής. Αυτό επιτυγχάνεται από ποιοτικούς ελέγχους σε όλα τα στάδια της παραγωγής από τις προμήθειες των πρώτων υλών μέχρι τη συσκευασία του τελικού προϊόντος.
- 100% προστασία από τις υπεριώδεις ακτίνες του ηλίου, μείωση των ανακλάσεων με κατ' επιλογή πόλωση των φακών σε όλα τα μοντέλα, διαύγεια και καλύτερη αποτύπωση εικόνας χάρη στην προμήθεια φακών ενδεικτικά από την κορυφαία γερμανική εταιρία Carl Zeiss, έμπειρη στον χώρο των απαιτητικών οπτικών.
- Χαμηλό βάρος για πιο άνετη χρήση και καλύτερη εφαρμογή, με δυνατότητα προσαρμογής των τεχνικών παραμέτρων κατά παραγγελία μετά από μελέτη των χαρακτηριστικών του προσώπου του ενδιαφερόμενου για τέλεια εφαρμογή και κάλυψη των ειδικών ατομικών αναγκών των αγοραστών εφ' όρου ζωής.
- Σχεδιασμό προσαρμοσμένο στις ανάγκες του αγοραστικού κοινού από έμπειρη ομάδα και έπειτα από έρευνα αγοράς. Εμφανείς χαρακτηριστικές λεπτομέρειες σήμα κατατεθέν της φίρμας ώστε να είναι εύκολα αναγνωρίσιμα και ξεχωριστά από τα υπόλοιπα προσδίδοντάς τους ταυτόχρονα ένα σημείο αναφοράς, κοινωνικής αναγνώρισης και ικανοποίησης για τους χρήστες τους.
- Υλικά κατασκευής πλήρως ανακυκλώσιμα στο σύνολο των εξαρτημάτων.

4. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

Η παραγωγική διαδικασία όπως αναφέρθηκε παραπάνω αποτελεί τον πυρήνα της κερδοφορίας και του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Αυτό συμβαίνει επειδή η μέθοδος της τρισδιάστατης εκτύπωσης χρησιμοποιεί μόνο την απαραίτητη ποσότητα υλικού για την κατασκευή και ως εκ τούτου μειώνονται τα κατάλοιπα και άρα οι παραγγελίες σε πρώτες ύλες. Επιπλέον η διαδοχική επίστρωση υλικού σε αντίθεση με τις παλαιότερες μεθόδους μορφοποίησης φύλλων πλαστικού με τομές και τρύπες εγγυάται καλύτερο τελικό αποτέλεσμα, με χρησιμοποίηση πολύ λιγότερων πόρων και ικανή για απόδοση λεπτομερειών σε επίπεδα ακόμα και κάτω από τα όρια της αίσθησης της αφή κάνοντας την αντιγραφή αδύνατη με παλαιότερου τύπου εξοπλισμό.

Όσον αφορά τη γραμμή παραγωγής τώρα, εκείνη ξεκινάει από το σχεδιασμό και εν συνεχεία την εκτύπωση ενός πρωτοτύπου για τη μελέτη του. Ύστερα ειδικό λογισμικό αναλαμβάνει να δημιουργήσει τα αντίτυπα. Από μια μελέτη κόστους κατασκευής προέκυψαν: Τιμή για πρώτες ύλες ενδεικτικά πλαστικό προς 46-48\$ ανά κιλό (για μικρές ποσότητες, χαμηλότερη για μεγάλες παραγγελίες) ενώ το μέσο βάρος ενός σκελετού γυαλιών ηλίου να είναι 20-30 γραμμάρια με αποτέλεσμα το μέσο κόστος να διαμορφώνεται στα 1,645\$/σκελετό με τις τιμές λιανικής πώλησής τους να κυμαίνονται κατά μέσο όρο στα 50-80\$. Το χαμηλό αυτό κόστος είναι αποτέλεσμα της οικονομικής χρήσης των πόρων της μη σπατάλης υλικών ως απόρροια της αποδοτικότητας της μεθόδου.

4.1 Προμηθευτές

Οι επιλογή των προμηθευτών από την KURO eyewear έχει πραγματοποιηθεί με γνώμονα την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν, με βάση την φερεγγυότητα, την ανταπόκριση στις ανάγκες της εταιρίας, την προσοχή στη λεπτομέρεια και την αξιοπιστία. Προς το συμφέρον της εταιρίας έχει γίνει στρατηγική επιλογή των προμηθευτών με τους οποίους η εταιρία θα συνάψει μακροχρόνιες συνεργασίες και με τους οποίους θα συνεργάζεται κατά περίπτωση ανάλογα με τη ζήτηση και τα βραχυχρόνια σχέδιά της.

Αρχικά απαιτείται η προμήθεια εξοπλισμού της γραμμής παραγωγής που αποτελεί το πιο σημαντικό κοστολογικό στοιχείο. Τα στοιχεία αυτά που αποτελούνται από μηχανήματα κατά κύριο λόγο, σε ένα μέρος υποχρεωτικά θα αγοραστούν για την κάλυψη του απαραίτητου κεφαλαίου της μορφής limited(ε. π. ε) και κάποια θα ενοικιαστούν μακροχρόνια όπως τα φορητά διανομής ώστε να υπάρχει συνεχής τεχνική υποστήριξη όποτε χρειαστεί.

Στα υλικά παραγωγής τώρα με την προμηθεύτρια εταιρία των φακών ηλίου και οράσεως θα δημιουργηθεί σύμβαση για μακροχρόνια συνεργασία ίσως και αποκλειστικής χρήσης των συγκεκριμένων προϊόντων για κάποια χρόνια με όρο αναδιαπραγμάτευσης του συμβολαίου εάν ποτέ η επιχείρηση θελήσει να δημιουργήσει το δικό της τμήμα παραγωγής φακών. Κατά προτίμηση η εταιρία αυτή θα είναι η Karl Zeiss λόγω της εμπειρίας και της ποιότητας των προϊόντων και συνοδευτικών υπηρεσιών της.

Για την προμήθεια των πλαστικών και των μετάλλων πιθανώς να μην υπάρξει σύμβαση ανάλογη με την προηγούμενη γιατί η ποικιλία δεν πρέπει να περιοριστεί και ταυτοχρόνως η ρευστότητα των τιμών και ο ανταγωνισμός των εταιριών προμήθειας πρώτων υλών λειτουργεί προς όφελος της επιχείρησης με κάθε κατάθεση προσφοράς. Εδώ οι κυριότεροι προμηθευτές παγκοσμίως σε πλαστικό είναι εταιρίες από το Hong Kong,την Ινδία, την Κίνα και τη Γερμανία. Η τελική επιλογή θα γίνεται με βάση το υλικό και το επιθυμητό χρώμα μιας και δεν παρέχουν όλοι οι προμηθευτές ολόκληρη την παλέτα χρωμάτων.

4.2 Προσωπικό παραγωγής

Το προσωπικό που απαιτείται για την ομαλή παραγωγική λειτουργία αποτελείται από:

- 2 έμπειρους σχεδιαστές αντιστοίχου τομέα για την ανάπτυξη και τη σχεδίαση της γκάμας των προϊόντων σταδιακά.
- 2 τεχνικούς παραγωγής ο ένας τουλάχιστον πιστοποιημένος στην συντήρηση και διατήρηση της καλής λειτουργίας των εκτυπωτών.
- 1-2 εργαζόμενους στον ποιοτικό έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας με ανάλογη εμπειρία και γνώσεις.
- 1-2 εργαζομένους γραμματειακής υποστήριξης με γνώσεις σε ο,τι αφορά παραγγελιοληψία και γενικές διεκπεραιώσεις.
- 2 οδηγούς.
- 1 υπεύθυνο αποθήκευσης και προμηθειών ιδανικά καταρτισμένο και με εμπειρία στον κλάδο των logistics.
- 2 εργαζόμενους στο τμήμα συσκευασίας.
- 2 διοικητικούς υπαλλήλους υπεύθυνους για την οργάνωση και τον ανώτατο έλεγχο της επιχείρησης με διοικητικό και τεχνικό υπόβαθρο.
- 1 εξωτερικό συνεργάτη για τη δημιουργία, τη συντήρηση και την ενημέρωση ηλεκτρονικού καταστήματος.
- 1 εξωτερικό συνεργάτη οπτικό.
- 6 πωλητές.

Το παραπάνω προσωπικό με τις αντίστοιχες γνώσεις που το συνοδεύουν καλύπτει πλήρως τις παραγωγικές ανάγκες, τις διοικητικές, ελέγχου, διανομής, προμηθειών και πωλήσεων της επιχείρησης. Αποτελεί δηλαδή μια ολοκληρωμένη δομή για την παραγωγική μονάδα πλήρως λειτουργική.

4.3 Ανάλυση παραγωγικού εξοπλισμού

Στο παρόν τμήμα αναλύονται οι παραγωγικοί πόροι που είναι απαραίτητοι σε εξοπλισμό μαζί με ενδεικτικό κόστος* τους, για τον πλήρη εξοπλισμό της παραγωγικής μονάδας τρισδιάστατης εκτύπωσης:

- 4 επαγγελματικοί τρισδιάστατοι εκτυπωτές χρήσης πλαστικού, κόστους 60000€/τεμ.
- 1 επαγγελματικό τρισδιάστατο σαρωτή με κόστος 40000€.
- 8 ηλεκτρονικούς υπολογιστές, κόστους 7500€.
- Ειδικό λογισμικό για τρισδιάστατες εκτυπώσεις και σχεδιασμό, κόστους 3000€.
- 1 μηχάνημα περιστροφής για τμήματα των σκελετών των γυαλιών, κόστους 2000€
- 1 «τόρνο» που χρησιμοποιείται για το γυάλισμα των σκελετών, κόστους 2000€.
- 1 αυτοματοποιημένο σύστημα κοπής μεταλλικών τμημάτων, κόστους 50000€.

*Οι παραπάνω τιμές αναφέρονται σε αγορά του εξοπλισμού, έχουν προκύψει από σύντομη έρευνα αγοράς με πραγματικά στοιχεία αντιπροσωπιών και εμπόρων και είναι ενδεικτικές καθώς δεν αναφέρονται αποκλειστικά σε συγκεκριμένα μοντέλα και εμπεριέχουν εκτιμήσεις.

4.4 Ανάλυση τόπου εγκατάστασης

Η τελική επιλογή του τόπου εγκατάστασής της προέκυψε μετά από ανάλυση της αγοράς προμηθειών, τον ανταγωνισμό και τις προοπτικές πωλήσεων και ανάπτυξης.

Η KUROS eyewear θέλοντας να εκμεταλλευτεί τα στοιχεία εκείνα που της δίνουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών έχει επιλέξει μια στρατηγική ηγεσίας κόστους με μεγάλη έμφαση στην ικανοποίηση των αναγκών των αγοραστών της και την καλύτερη δυνατή ανταπόκρισή της σε αυτές. Έχει γι' αυτόν τον λόγο επιλέξει το σημείο εγκατάστασής της να βρίσκεται στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και συγκεκριμένα στην πολιτεία του New Jersey.

Η συγκεκριμένη τοποθεσία δεν είναι τυχαία αλλά πληροί κάποιες προϋποθέσεις στρατηγικού και επιχειρησιακού χαρακτήρα καθώς βρίσκεται σε μια πολιτεία με τρία λιμάνια από τα οποία καθημερινά μετακινούνται μαζικά χιλιάδες τόνοι προϊόντων και συνεπώς το κόστος μεταφοράς πρώτων υλών μειώνεται. Έχει εύκολη πρόσβαση σε κεντρικές οδικές αρτηρίες για πιο άμεση μεταφορά εμπορευμάτων σε γειτονικές περιοχές αλλά και πιο εύκολη προμήθεια υλικών από κοντινές επιχειρήσεις μιας και στην περιοχή αυτή δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός βιομηχανικών μονάδων.

Επιπλέον η αγορά των Η.Π.Α είναι μια από τις μεγαλύτερες παγκοσμίως ενώ η ζήτηση για νέα πρωτοποριακά προϊόντα είναι μεγαλύτερη σε σύγκριση με πιο συντηρητικές κοινωνίες όπως παραδοσιακά είναι η Ευρώπη. Η απορρόφηση επομένως των προϊόντων της επιχείρησης από το κοινό αναμένεται να είναι μεγαλύτερη και με περισσότερες πιθανότητες.

Παράλληλα με όλα τα προηγούμενα η γεινίαση με την Νέα Υόρκη (και όχι μόνο) προσφέρει μια άμεση πρώτη αγορά-στόχο και με μέγεθος που μπορεί να εγγυηθεί την ανάπτυξη της επιχείρησης και την γρήγορη αναγνωρισιμότητα των προϊόντων της. Ο αριθμός των κατοίκων, η εισοδηματική και κοινωνική διάρθρωση είναι ιδανικές συνθήκες δραστηριοποίησης σε μια απόσταση που μπορεί να καλυφθεί εντός μιας μέρας για καλύτερη ανταπόκριση στις ανάγκες των καταναλωτών.

Τέλος, ένα ακόμα πλεονέκτημα που παρουσιάζει η συγκεκριμένη τοποθεσία είναι πως ο κύριος προμηθευτής της, η Carl Zeiss, έχει έδρα στην γειτονική Νέα Υόρκη και άρα όλη η αλυσίδα προμηθειών είναι πιο εύκολα, πιο γρήγορα και κυρίως περισσότερο οικονομικά διαχειρίσιμη.

5. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

5.1 Ανταγωνισμός και στρατηγική της επιχείρησης για τη βιωσιμότητα και επέκτασή της

Ο κλάδος παραγωγής οπτικών ηλίου και οράσεως είναι ένας κλάδος που χαρακτηρίζεται από έντονη ολοκλήρωση τόσο κάθετη, με μεγάλα εργοστάσια παραγωγής πλειάδας προϊόντων τόσο σε σκελετούς όσο και σε φακούς περισσότερων της μίας φίρμας, όσο και οριζόντια με αδειοδοτήσεις εταιριών σε τέτοια εργοστάσια για την παραγωγή των προϊόντων τους και αρκετές εξαγορές και συγχωνεύσεις. Αυτό έχει οδηγήσει στη δημιουργία μεγάλων μητρικών εταιριών οι οποίες διαχειρίζονται μικρότερες, δικαιώματα και διοίκηση ώστε να δημιουργηθούν κέρδη από τις οικονομίες εύρους τέτοιου τύπου.

Αναλύοντας λοιπόν την παρούσα κατάσταση του κλάδου δεν υπάρχει αναμενόμενη επιθετική αντιμετώπιση της KUROS από τον ανταγωνισμό και αυτό γιατί δεν υπάρχουν εμπόδια εισόδου στον κλάδο όπως νομικά, κόστους κ.α. και οι μεγάλες επιχειρήσεις δεν θα μεταβάλλουν τη στρατηγική τους βραχυπρόθεσμα λόγω της εμφάνισης μιας καινούριας και ειδικότερα αρκετά μικρότερης μονάδας. Άρα οι πιθανές αντιδράσεις από τις υπάρχουσες μεγάλες επιχειρήσεις είναι μια στάση αναμονής των αποτελεσμάτων της KUROS και έπειτα μια προσπάθεια εξαγοράς. Για τις μικρότερες το κοστολογικό πλεονέκτημα της παραγωγικής διαδικασίας δεν αφήνει πολλά περιθώρια για πόλεμο τιμών και ο ανταγωνισμός αναμένεται να παραμείνει σε σχεδιαστικό επίπεδο.

Επιπλέον το τεράστιο κόστος αλλαγής των εργοστασίων παραγωγής στην υψηλή τεχνολογία που ενσωματώνει η KUROS δίνει προβάδισμα ώστε η επιχείρηση να εκμεταλλευτεί το συγκριτικό αυτό πλεονέκτημα για αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα. Έτσι η επιχείρηση με δεδομένες τις παραπάνω συνθήκες και πιθανές αντιδράσεις έχει συμφέρον να δημιουργήσει μια ανταγωνιστική στρατηγική τοποθέτηση των προϊόντων της παρά τη δύναμη αγοράς των υπολοίπων. Επειδή τα προϊόντα είναι πλήρως ανταγωνιστικά και αρκετά φθηνότερα στην παραγωγή έχουν πολύ μεγάλες πιθανότητες επιβίωσης. Η στρατηγική επέκτασης της γκάμας των προϊόντων εντός 2ετίας με ταυτόχρονη επανεπένδυση των κερδών για διεύρυνση της παραγωγικής δυναμικότητας και προβολής των προϊόντων σε νέες αγορές θα αυξήσει τις ανταγωνιστικές πιέσεις και θα φέρει και τις πρώτες ενδιαφέρουσες προτάσεις συγχώνευσης. Ο ρυθμός επέκτασης των προϊόντων σε νέες αγορές θα είναι τότε ο καθοριστικός παράγοντας ανάπτυξης της επιχείρησης και επένδυσης

σε νέα προϊόντα ή στην επιλογή της συγχώνευσης-εξαγοράς για περεταίρω ανάπτυξη.

5.2 SWOT ANALYSIS

STRENGTHS <ul style="list-style-type: none">• Ισχυρή στρατηγική• Πλεονεκτήματα οικονομίας κλίμακας• Υψηλή τεχνολογία• Χαμηλά κόστη• Δυνατότητες εισαγωγής καινοτομίας στα προϊόντα• Διαχείριση ποιότητας• Εξυπηρέτηση πελατών• Υψηλό κόστος αλλαγής ανταγωνιστών	WEAKNESSES <ul style="list-style-type: none">• Περιορισμένη γκάμα προϊόντων• Αδύναμο δίκτυο αντιπροσώπων• Αδύναμο εμπορικό σήμα• Μικρή παραγωγική δυναμικότητα• Έλλειψη εμπειρίας• Δύναμη αγοράς ανταγωνιστών• Περιορισμένο μερίδιο αγοράς
OPPORTUNITIES <ul style="list-style-type: none">• Απόσπαση μεριδίου αγοράς• Εξυπηρέτηση πρόσθετων ομάδων πελατών• Επέκταση σε νέες γεωγραφικά αγορές• Επέκταση γκάμας• Ηλεκτρονικές πωλήσεις• Μεταφορά τεχνογνωσίας σε νέα προϊόντα• Κάθετη ολοκλήρωση εμπρός• Συμμαχίες επέκτασης της κάλυψης της αγοράς• Εξουσιοδοτημένη παραγωγή για τρίτους	THREATS <ul style="list-style-type: none">• Ένταση ανταγωνισμού• Χαμηλή ανάπτυξη κλάδου• Πιθανή είσοδος νέων ανταγωνιστών• Αύξηση διαπραγματευτικής δύναμης προμηθευτών• Περιοριστικές πολιτικές εμπορίου από ξένες κυβερνήσεις

6. ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ MARKETING PLAN

6.1 Τμηματοποίηση της αγοράς

Τα προϊόντα της επιχείρησης απευθύνονται κυρίως σε ένα σύνολο καταναλωτών οι οποίοι είναι απαιτητικοί και ευαίσθητοι σε θέματα ποιότητας. Ανωτέρου μορφωτικού επιπέδου με καλή γνώση των τεχνικών χαρακτηριστικών των προϊόντων του κλάδου. Ηλικιακά οι αγοραστές ανήκουν στην κατηγορία 25-49 με νεωτεριστικές απόψεις και προτιμήσεις. Το βιοτικό τους επίπεδο αντανακλάται από το υψηλό εισόδημά τους και την ανάγκη για κοινωνική αναγνώριση και επαγγελματική καταξίωση. Δημογραφικά ο τόπος διαμονής του είναι αναβαθμισμένες- ακριβές περιοχές ή ταχύτατα αναπτυσσόμενες. Κατά κύριο λόγο δεν έχουν ή έχουν μικρή οικογένεια και είναι θαυμαστές των τεχνολογικών αλλαγών και της οικολογικής συμπεριφοράς. Οι ανάγκες τους είναι εξειδικευμένες και διαφοροποιημένες από εκείνες του ευρύ κοινού και είναι διατεθειμένοι να καταβάλουν για εκείνους ή τους πολύ στενούς τους ανθρώπους, το υψηλότερο αντίτιμο το οποίο θα τους εξασφαλίσει τον επιθυμητό βαθμό ικανοποίησης.

Η χρήση τώρα που αναμένεται να κάνουν στα προϊόντα, είναι κατά κύριο λόγο καθημερινή και σε μικρότερο βαθμό περιστασιακά. Υπάρχει ενός βαθμού εξάρτηση από τα προϊόντα αυτά και η στάση τους απέναντι στην άμεση εξυπηρέτηση και ποιοτική κατασκευή εκτιμάται πολύ θετική. Οι αγορές τους έχουν μια σπουδαιότητα και αυτός είναι και ο λόγος που θα παραμείνουν πιστοί πελάτες σε όποιο καλύψει πιο αποτελεσματικά και σύντομα τις ανάγκες τους.

Η στάση τους σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά είναι έντονη. Την στιγμή της αγοράς η διαπροσωπική επαφή είναι απαραίτητη όπως αυξημένες είναι και οι απαιτήσεις για παροχές μετά την αγορά. Η απόδοση των προϊόντων πρέπει να είναι ανάλογη με τις προσδοκίες τους και η υποστήριξη ανάλογη της τιμής και της ποιότητας. Είναι, τέλος, διατεθειμένοι να ψάξουν αρκετά για να πραγματοποιήσουν μια τέτοιας σημασίας αγορά αλλά αν τους προσφερθεί με ευκολία θα το εκτιμήσουν και τα προϊόντα θα λάβουν πολύ υψηλή θέση προτίμησης γι' αυτό.

6.2 Προσδιορισμός τιμολογιακής πολιτικής

Σύμφωνα με όσα έχουν αναλυθεί παραπάνω για το κοινό-στόχο των προϊόντων της επιχείρησης και την ανταγωνιστική στρατηγική τοποθέτησής τους έναντι των υπολοίπων του κλάδου, είναι επικερδές να οριστεί τιμή καθόλου ή λίγο χαμηλότερη των άλλων. Οι τιμές θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να αντανakλούν την ποιότητα και την υπεροχή σε όλο το εύρος τους. Θα υπάρχει μια διάκριση τιμών αναλόγως των χαρακτηριστικών των μοντέλων της γκάμας. Τα προϊόντα με πιο αδύναμα τεχνικά χαρακτηριστικά θα τιμολογούνται πρώτα, και βάση αυτών θα γίνεται η τιμολόγηση των ανώτερων και ανώτατων βαθμίδων και εξατομικευμένων λύσεων. Η μικρή παραγωγή επίσης μπορεί και δικαιολογεί τις τόσο ανταγωνιστικές τιμές.

Η μέθοδος τιμολόγησης αυτή, εγγυάται πως η ανεύρεση της κατάλληλης τιμής ανά κατηγορία γίνεται ευκολότερη και ταυτόχρονα πως συγκεκριμένοι πελάτες θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν τη διαφορά για να απολαύσουν τα προϊόντα της επόμενης κατηγορίας. Η κατηγοριοποίηση αυτή των τιμών αναγνωρίζει και ικανοποιεί τη διαφορετικότητα των αναγκών των καταναλωτών. Για την πρώτη λοιπόν κατηγορία, οι τιμές θα κυμαίνονται μεταξύ 80-110\$, πολύ κοντά δηλαδή στο μέσο όρο και λίγο χαμηλότερη από άλλα επώνυμα και καλύπτουν τις βασικές ανάγκες όλων των πελατών. Ανεβαίνοντας κατηγορία, στα 120-210\$ όπου η ποιότητα είναι καλύτερη από τα επώνυμα που ανήκουν στην κατηγορία αυτών των τιμών και τέλος για την κορυφαία κατηγορία των ατομικά ρυθμισμένων γυαλιών για τις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών η τιμή θα κυμαίνεται μεταξύ 220-400\$, μέσα στο φάσμα των επώνυμων ακριβών γυαλιών μαζικής παραγωγής αλλά όμως περισσότερο εξατομικευμένα και πολύ ανώτερα σε ποιότητα.

Η καταβολή των χρημάτων από τους μεσάζοντες θα γίνεται εφ' άπαξ για κάθε παραγγελία και με μικρές δυνατότητες καταβολής τους σε δόσεις ενώ από το ηλεκτρονικό κατάστημα οι πελάτες μετά και από συμφωνία της επιχείρησης με τις τράπεζες θα μπορούν να πληρώνουν με χρέωση της πιστωτικής τους κάρτας, με δυνατότητα καταβολής του ποσού σε δόσεις. Σημειώνεται εδώ ότι για τις μετρήσεις των ειδικά κατασκευασμένων γυαλιών θα υπάρχει μια πρόσθετη εφ' άπαξ χρέωση με αποθήκευση των στοιχείων εφ' όρου ζωής.

6.3 Πλάνο Προώθησης Προϊόντων ή/και Υπηρεσιών

Η προσέλκυση των υποψήφιων αγοραστών πρέπει να γίνει πλήρως συντονισμένα και με οργάνωση. Για την προβολή των προϊόντων της αρχικά η KUROS eyewear θα προσπαθήσει να ενημερώσει τους οφθαλμιάτρους των περιοχών που θα γίνεται η πώληση των προϊόντων, ώστε να δοθούν κίνητρα για την προτροπή των ασθενών τους να στραφούν σε αυτά. Η επιλογή αυτού του τρόπου έγινε για να συνδεθούν τα ακριβότερα προϊόντα της γκάμας με ιατρικό εξοπλισμό ακριβείας.

Θα επιδιωχθεί συμφωνία με αλυσίδα καταστημάτων πώλησης οπτικών ειδών για την προνομιακή διάθεση της γκάμας σε όλα τα καταστήματά της και οι πωλητές της εταιρίας θα κάνουν τακτικά επισκέψεις στα καταστήματα αυτά ώστε να ευαισθητοποιούν τους συναδέλφους τους και να τους παρέχουν γνώσεις και υποστήριξη. Επίσης θα γίνει σύνδεση της κάθε σειράς προϊόντων με κοινωνικά πρότυπα και δραστηριότητες σε μεγάλο βαθμό ώστε να γίνει ένα από τα αντιληπτά χαρακτηριστικά τους.

Ένα από τα επόμενα βήματα θα είναι η διαφήμισή τους σε περιοδικά μεγάλης κυκλοφορίας σε εκθέσεις οπτικών ειδών και με χορηγίες. Όσο αυξάνεται ο ρυθμός των πωλήσεων τόσο πιο έντονη θα είναι η προβολή και εκτεταμένα τα σημεία πώλησης. Παράλληλα τα νέα προϊόντα θα έχουν πιο εύκολη πρόσβαση στα σημεία πώλησης και έτσι θα μπορεί η προβολή να γίνει εντονότερη με τον κύκλο προβολής αυτό να συνεχίζεται όσο συνεχίζεται η διεύρυνση της γκάμας των προϊόντων και τα σημεία διάθεσής τους σε υπάρχουσες και νέες γεωγραφικά περιοχές.

Το γενικότερο πλάνο προβολής και ανάπτυξης της εταιρίας είναι η ταυτόχρονη διεύρυνση της γκάμας και των σημείων πώλησης. Η επέκταση σε νέες γεωγραφικά αγορές θα γίνει στο σημείο της υψηλότερης φάσης της ανάπτυξης. Η ευρωπαϊκή αγορά θα ακολουθήσει της επιτυχούς πορείας στην αμερικανική καθώς τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ευρωπαϊκών αγορών και πολιτών θέλουν τα προϊόντα ήδη δοκιμασμένα και καταξιωμένα πριν υιοθετηθούν. Μετά και την ευρωπαϊκή θα ακολουθήσουν ανατολικές χώρες.

7. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

7.1 Προβλεπόμενος ισολογισμός χρήσης

04_financial_analysis (1) [Κατάσταση λειτουργίας συμβατότητας] - Microsoft Excel

Κεντρική Εισαγωγή Διάταξη σελίδας Τύποι Δεδομένα Αναθώρηση Προβολή

A1 ΣΥΝΤΑΞΗ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΥ

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1												
2	ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			ΠΑΘΗΤΙΚΟ								
3	Γ.ΠΛΗΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			Α.ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ								
4	Ι.Αποθέματα ακινητοποιήσεως			Ι.Κεφάλαιο μετοχικό								
5	ΕΣΟΔΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΡΕΥΝΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	24.000,00 €		ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	600.000,00 €							
6	ΙΙ.Ενσώματες ακινητοποιήσεως											
7	ΚΤΙΡΙΟ	114.000,00 €		Ν.Αποτελέσματα εις νέο								
8	ΜΕΤΑΦΟΡΚΑ ΜΕΣΑ	30.000,00 €		ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ (ΖΗΜΙΩΝ) ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	-165.300,00 €							
9	ΕΠΙΠΛΑ & ΣΚΕΥΗ	8.500,00 €										
10	ΜΙΚΡΟΛΟΓΙΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	354.500,00 €										
11	Σύνολο ακινητοποιήσεων (ΓΠ)	507.000,00 €										
12												
13	Σύνολο πάγιου ενεργητικού (Γ1+ΓΠ)	531.000,00 €		Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων	434.700,00 €							
14												
15	Δ.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			Γ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ								
16	Ι.Αποθέματα			Ι.Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις								
17	ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	12.000,00 €		ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΔΑΝΕΙΟ	120.000,00 €							
18												
19		12.000,00 €		ΙΙ.Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις								
20	Π.ΑΠΑΘΗΣ	29.200,00 €		ΠΡΟΪΟΝΕΣ	26.500,00 €							
21	ΠΕΛΑΤΕΣ	29.200,00 €		ΓΡΑΜΜΑΤΙΑ ΠΛΗΡΩΤΕΑ	0,00 €							
22	ΓΡΑΜΜΑΤΙΑ ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	0,00 €		ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΟ ΔΑΝΕΙΟ	0,00 €							
23		29.200,00 €			26.500,00 €							
24	ΙV. Διαθέσιμα											
25	ΤΑΜΕΙΟ	9.000,00 €										
26												
27	Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού	50.200,00 €		Σύνολο Υποχρεώσεων (Γ1+ΓΠ)	146.500,00 €							
28												
29	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	581.200,00 €		ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	581.200,00 €							
30												
31												
32												
33												
34												
35												
36												
37												
38												
39												
40												
41												
42												
43												

Ετοιμο

ΟΔΗΓΙΕΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ Πάγιο Ενεργητικό Κυκλοφορούν Ενεργητικό Ίδια Κεφάλαια Παθητικό Υποχρεώσεις Ισολογισμός Πωλήσεις Έσοδα Έξοδα Αποτελέσματα

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΠΙΧΕ...

Microsoft Excel - 04...

EN 3:57 μμ

Αποτελέσματα εκμεταλλεύσεως		Προβλεπτική Πορεία Αποτελεσμάτων Χρήσεως		
Τρέχον έτος		200X	200X	200X
Κύκλος Εργασιών (πωλήσεις)	547.500,00 €	547.500,00 €	547.500,00 €	547.500,00 €
Μείων: Κόστος πωληθέντων	200.000,00 €	117.836,13 €	31.858,91 €	31.814,74 €
Μικτά αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως	347.500,00 €	429.664,87 €	615.641,09 €	515.685,26 €
Λοιπά Έσοδα	15.000,00 €	9.553,56 €	9.392,89 €	6.273,43 €
ΜΕΙΟΝ: Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	96.000,00 €	74.864,40 €	14.400,99 €	7.089,60 €
ΜΕΙΟΝ: Έκτοκτα και ανόργανα έξοδα	19.000,00 €	4.084,93 €	2.171,10 €	320,42 €
Σύνολο Εξόδων	115.000,00 €	78.949,32 €	16.572,09 €	7.410,02 €
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (Κέρδη) ΧΡΗΣΕΩΣ προ φόρων	247.500,00 €	360.289,11 €	608.461,89 €	514.748,68 €

Αριθμοδείκτες		Τιμή
I Αριθμοδείκτες ρευστότητας		
Γενικής Ρευστότητας		1,89
Άμεσης Ρευστότητας		0,34
II Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητα		
Περιθώριο Πλεονού κέρδους		63,47%
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους		45,21%
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων		56,94%
III Αριθμοδείκτες Δραστηριότητας		
Δανακτικής Επιδάρυσης		25,21%

Τα παραπάνω στοιχεία έχουν προκύψει από έρευνα αγοράς οικονομικών στοιχείων επιχειρήσεων και εκτιμήσεις και είναι σε κάθε περίπτωση ενδεικτικά.