

Α.Τ.Ε.Ι ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

ΒΙΟΤΕΧΝΙΕΣ-ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΕΠΙΠΛΟΥ ΣΤΗΝ ΠΑΤΡΑ ΑΠΟ ΤΟΝ 19^ο ΑΙΩΝΑ ΕΩΣ ΣΗΜΕΡΑ

ΙΣΤΟΡΙΑ ΕΠΙΠΛΟΥ – ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΑΚΜΗΣ

Η ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΑ ΣΗΜΕΡΑ- ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ 5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ



ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ

ΓΟΥΛΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ

ΦΟΙΤΗΤΕΣ

ΓΚΟΤΣΟΥΛΙΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
ΚΑΒΑΛΙΕΡΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
ΠΛΕΓΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Α΄ ΜΕΡΟΣ: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ	σελ.
1) Εισαγωγή – Γενικά για το επίπλο.....	3
2) Η ρυθμολογία έως τον 19 ^ο αιώνα.....	5
3) Η πορεία του επίπλου μετά τον 19 ^ο αιώνα.....	23
4) Η εξέλιξη του κλάδου της επιπλοποιίας στην Ελλάδα.....	27
 Β΄ ΜΕΡΟΣ: ΤΟ ΕΠΙΠΛΟ ΣΗΜΕΡΑ	
1) Ο κλάδος του επίπλου	36
2) Η θέση της Πάτρας στην παραγωγή επίπλου.....	41
3) Κατηγορίες επίπλου.....	45
4) Α΄ υλές – κοστολόγηση.....	51
5) Σύγχρονα μέσα και διαδικασίες παραγωγής.....	55
6) Οι τάσεις του design και η σχεδίαση επίπλου.....	63
7) Τμηματοποίηση αγοράς.....	66
8) Πρόσφορα – ζήτηση.....	72
 Γ΄ ΜΕΡΟΣ: ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ 5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	
1) Παρουσίαση ερευνάς επιχειρήσεων.....	78
2) Συμπεράσματα – προτάσεις.....	101
 Δ΄ ΜΕΡΟΣ: ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	
1) Οι προοπτικές του κλάδου	108
 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	117

Α΄ ΜΕΡΟΣ

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΙΠΛΟ

Η αναγκαιότητα ύπαρξης επίπλων ήταν προφανής από τα πρώτα κιόλας χρόνια της ιστορίας του ανθρώπου, κυρίως για λόγους πρακτικούς και λειτουργικούς . Πολύ γρήγορα όμως, η ανάγκη αυτή μεταμορφώθηκε σε τέχνη μέσω της οποίας ο άνθρωπος εκδηλώνει τον καθημερινό τρόπο ζωής του. Οι καρέκλες λοιπόν, σχεδιάστηκαν για να εξυπηρετήσουν την ανάγκη να καθόμαστε κάπου άνετα, τα τραπέζια για να τοποθετούμε διάφορα αντικείμενα πάνω τους, τα κρεβάτια και οι καναπέδες για να αναπαυόμαστε, τα μπαούλα και οι ντουλάπες για να αποθηκεύουμε κάθε λογής πράγματα.

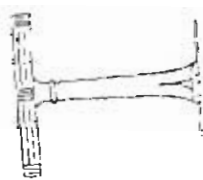
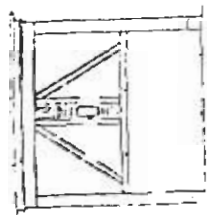
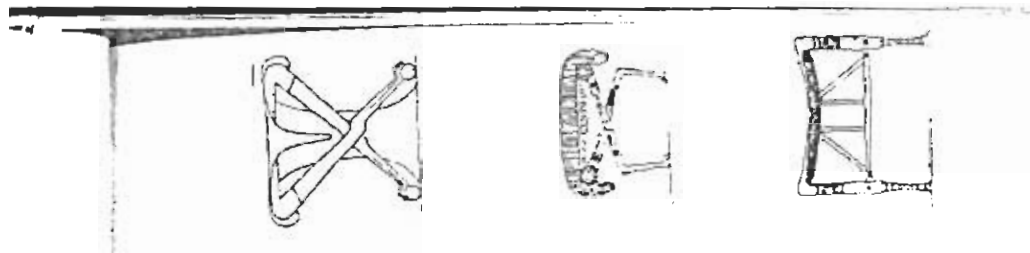
Σήμερα τα επικά κατέχουν ιδιαίτερη θέση στη ζωή όλων μας, μιας και είναι αυτά που προσδίδουν στον προσωπικό μας χώρο την μοναδικότητα που

εμείς έχουμε επιλέξει. Στο σπίτι, αλλά και στο γραφείο τα έπιπλα επηρεάζουν άμεσα τον εσωτερικό μας κόσμο. Είναι τα αντικείμενα με τα οποία δινόμαστε περισσότερο, τα αντικείμενα που αγαπάμε και που τελικά αποτελούν προέκταση του ίδιου μας του εαυτού. Έπειτα μπορεί κανείς να πει ότι εκτός την χρηστική τους αξία, τα έπιπλα σε πολύ μεγάλο βαθμό προσδιορίζουν την τάξη όπου ανήκει ο ιδιοκτήτης τους. Έτσι πολλές φορές η άνεση και η πρακτικότητα έρχεται σε δεύτερη μοίρα σε σχέση με την βαρύτητα που δίνεται στον σχεδιασμό και την αισθητική.

Στις σελίδες που ακολουθούν θα προσπαθήσουμε να παρουσιάσουμε την ιστορική εξέλιξη της επιπλοποιίας καθώς και τον βαθμό στον οποίο συμμετείχε η ευρύτερη περιοχή της Πάτρας.

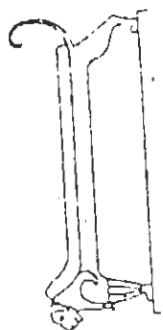
2) Η ΡΥΘΜΟΛΟΓΙΑ ΕΩΣ ΤΟΝ 19^ο ΑΙΩΝΑ

ΑΙΓΥΠΤΟΣ

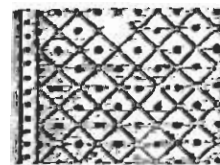
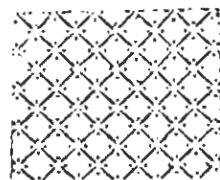


Τραπεζία

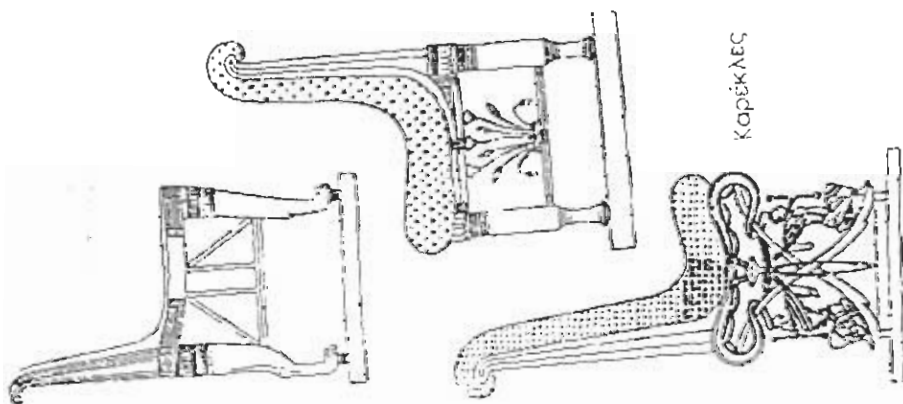
ΑΙΓΥΠΤΙΑΚΑ



Κρεβάτι



Τοπετσάριας, Επίπλων

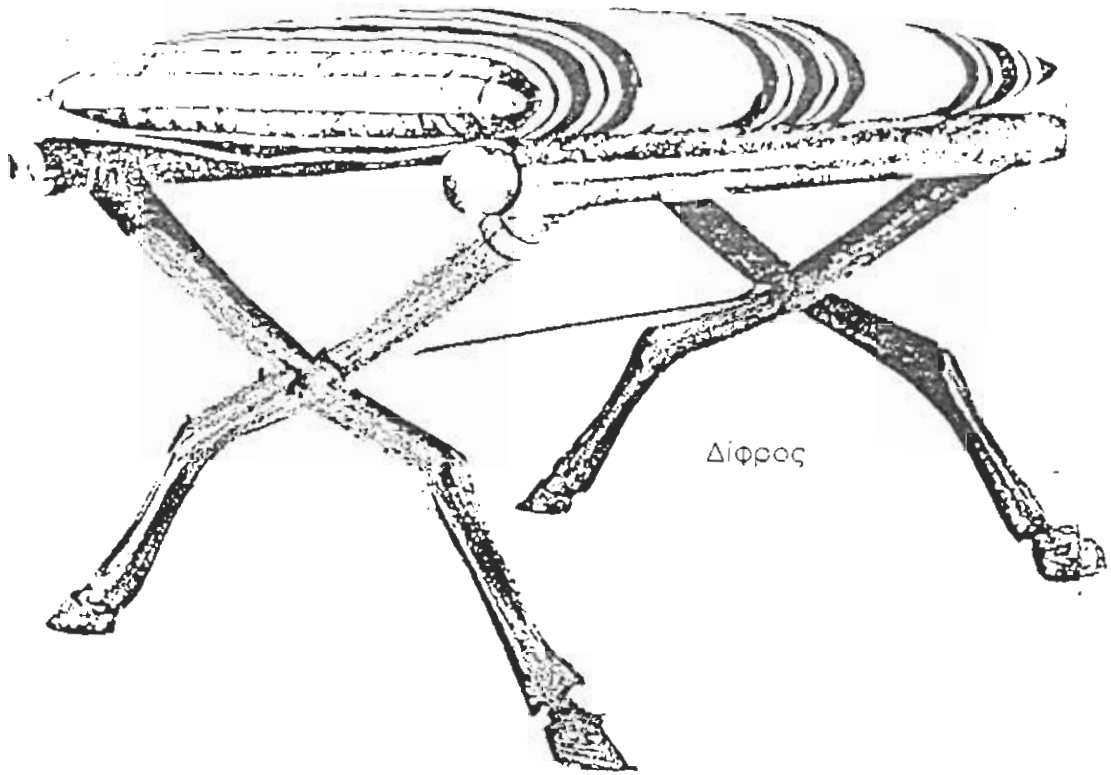


Καρέκλες

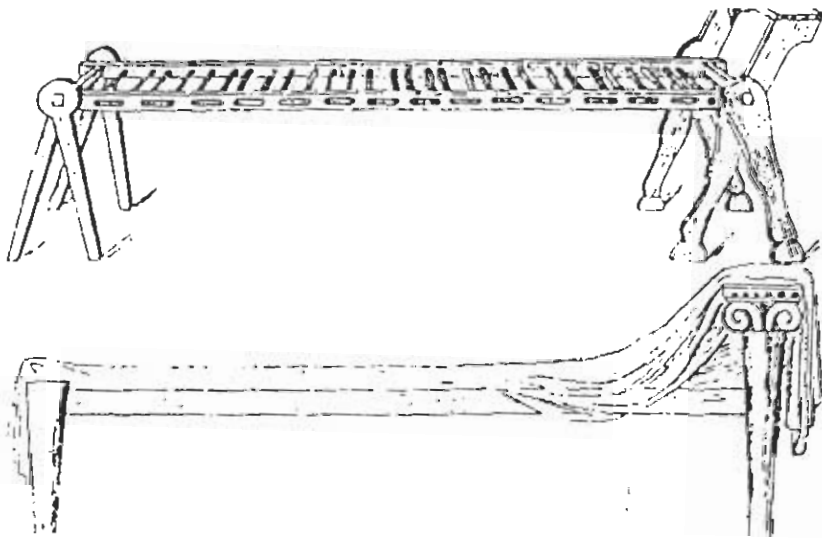
ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΦΟΡΜΕΣ	Α΄ ΥΛΕΣ - ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ	ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΝ
<p>Η ιστορία του αιγυπτιακού επίπλου εκτείνεται από το 1500-1000 π.χ. Διακρίνουμε διαδοχικά τα βασιλεία κάτω και άνω Αιγύπτου. Εξαίρετοι τεχνίτες του ξύλου.</p>	<p>Κυρίως ευθείες γραμμές και συμμετρία.</p>	<p>Ξύλο, ελεφαντόδοντο ασημί, χρυσός, γυαλί, πολύτιμοι λίθοι, δέρμα, ΝΤΟΠΙΑ ΞΥΛΑ -ακακία- συκομουριά - ιτιά - λευκά . ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ κυπαρίσσι - πεύκο . ΕΡΓΑΛΕΙΑ τσεκούρι, σκεπάρνι, κόπανος , πριόνι , σουβλί.</p>	<p>Η διακόσμηση καθορίζεται από τη βασική μεταφυσική θέση των αιγυπτίων. Δηλαδή η ψυχή κάθε ανθρώπου περιπλανιέται μέχρι την ημέρα της κρίσεως όποτε και θα επιστρέψει στο ταριχευμένο σώμα. Ζώα, προσωποποιήσεις θηκών δυνάμεων, χρήση έντονων χρωμάτων, βερνίκι έγχρωμο σκούρο, φυτά, ανθρώπινες παραστάσεις . ποδιά ζώων- ποδιά επίπλων.</p>	<p>Συνηθισμένα είδη επίπλων. Χαρακτηριστικά είναι τα ξύλινα κιβώτια για ρούχα με μεταλλικούς μοντεσέδες . Το έπιπλο είναι σύμβολο κοινωνικής θέσης . κρεβάτια με κλήση προς τα ποδιά και ασυνήθιστο μαξιλάρι για την κόμμωση. (ύψος 30 εκ.). ντουλάπια με ποδιά , καρέκλες και скаμνιά με ύψος 23 εκ.</p>

ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΦΟΡΜΕΣ	Α΄ ΥΛΕΣ	ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ	ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΝ
<p>Η κλασική Ελλάδα κληρονομεί μια παράδοση που συνδυάζει ΜΙΝΩΙΚΗ, ΜΥΚΗΝΑΪΚΗ, ΓΕΩΜΕΤΡΙΚΗ τέχνη. – Πάντων χρημάτων μέτρον άνθρωπος . Ωραίο είναι το χρήσιμο.</p>	<p>Αρμονική και ισοροπημένη συνύπαρξη ευθείας και καμπύλης. Οι διαστάσεις των επίπλων και του σώματος είναι ανάλογες, εργονομία. Στο χώρο κυριαρχεί ο άνθρωπος και όχι το έπιπλο.</p>	<p>Ξύλο ελιά. Κέδρος. Έβενος μεταξωτά μαξιλάρια. Ελεφαντόδοντο. Μέταλλα .</p>	<p>Έντονη παρουσία παραδοσιακών στοιχείων. Έντονη σφραγίδα αρχιτεκτονικής . Φυτικά και ζωικά στοιχεία. χρώματα. κόκκινο και γαλάζιο κυρίως. κορινθιακός, δωρικός ιωνικός ρυθμός . Ανθρώπινες και αφηγηματικές παραστάσεις .</p>	<p>Κλισμος (καρέκλα) Δίφρος (σκαμνί) Θρόνος (πολυθρόν α) τραπέζια (μικρά, στρογγυλά με ποδιά).</p>



Δίφρος



Κρεβάτι - Ανάκλιτρος

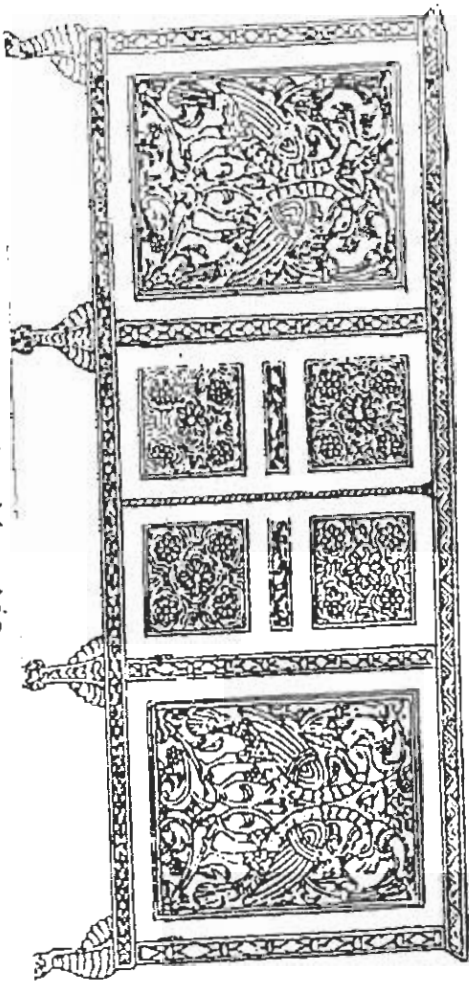
ΡΩΜΗ

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΦΟΡΜΕΣ	Α΄ ΥΛΕΣ	ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ	ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΝ
<p>Η καλλιτεχνική της δραστηριότητα εμφανίζεται μετά τον 1ο αι. Π.χ Κύριο μέλημα του κράτους είναι η επέκταση και η διατήρηση.</p>	<p>Καμπύλες συμμετρία .</p>	<p>Νέα πριόνια, κορδέλες, πλάνη .</p>	<p>Επιδράσεις ετρουσκικές, αρχαιοελληνικές, και ανατολίτικες.</p>	<p>ΚΑΘΙΣΜΑΤΑ sella curulis (χαλκό και ελεφαντόδοντο). Bisellium (διπλός καναπές με κεφάλες αλόγων). Solum (θρόνος) sigma (κυκλικός καναπές).</p>



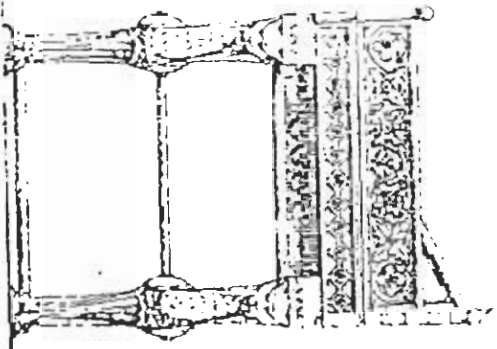
ΒΥΖΑΝΤΙΟ

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΦΟΡΜΕΣ	Α΄ ΥΛΕΣ	ΔΙΑΚΟΣΜΗ ΣΗ	ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΝ
Διαιρείται σε τρεις περιόδους. ΠΡΩΤΟΒ/ΝΗ, ΜΕΣΟΒ/ΝΗ, ΥΣΤΕΡΟΒ/ΝΗ Τάση επιστροφής στην κλασσική Ελλάδα.	Πολλαπλές καμπύλες, συμμετρία, πολυπ/τητα, 2 διαστάσεις	Ξύλο-λούστρο Πολύτιμοι λίθοι, ελεφαντόδοντο, κεχριμπάρι, τόρνοι.	Μνήμες αρχαιοελ/κω μοτίβων. Ψηφιδωτά. Συνδυασμός Ελληνικής λιτότητας και αστικής πολυτέλειας. Ιερά πρόσωπα άγιοι άγγελοι, σταυροί. Συμβολική τάση. Φυτά, ζώα.	Εκκλησιαστικά Τέμπλα, Λαϊκά κλίνες, θρόνοι, αλλά και εντοιχισμένες ντουλάπες.

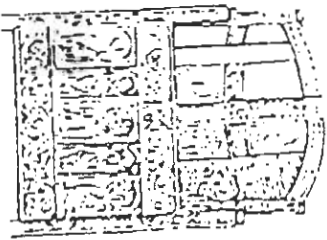


Βυζαντινός Μιμούφες

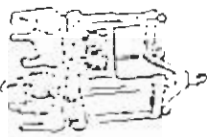
ΕΙΖΑΝΤΙΝΑ



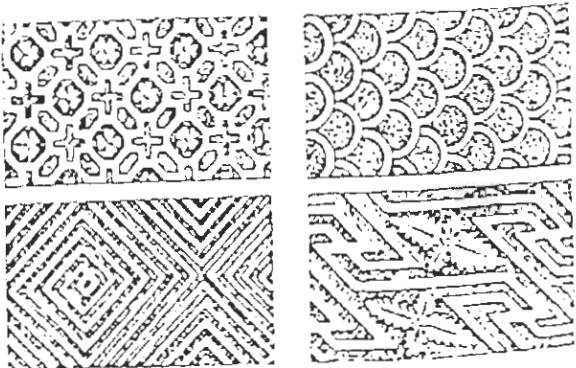
Θρόνος Μαδριανού



Λεκτική ή Βασιτέρων



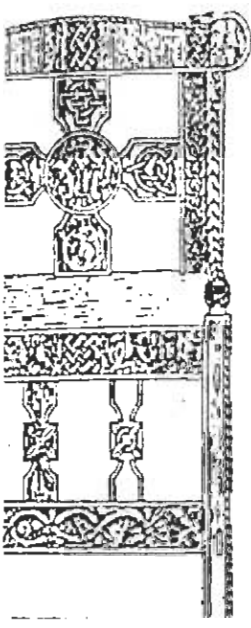
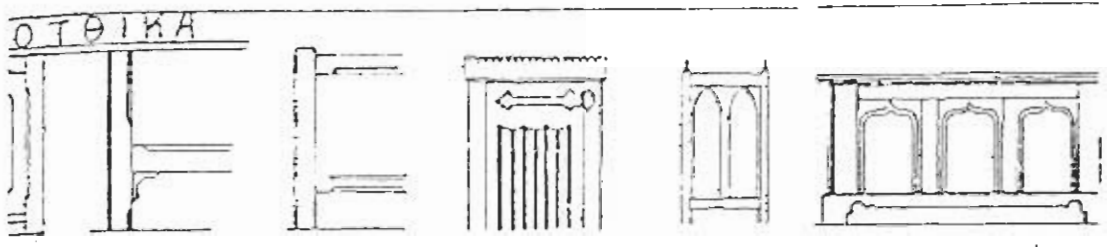
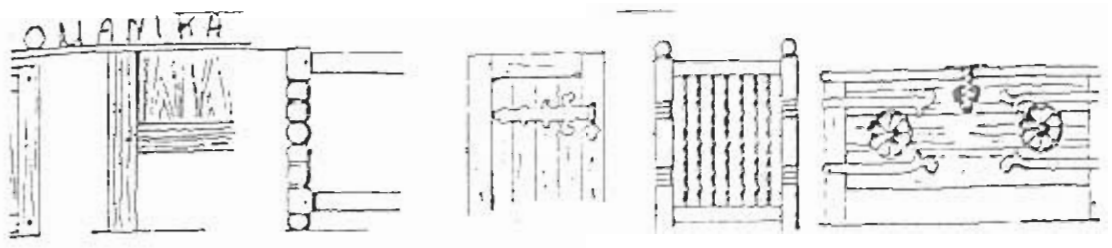
Βυζαντινά Διακοσμητικά Μοτίβα



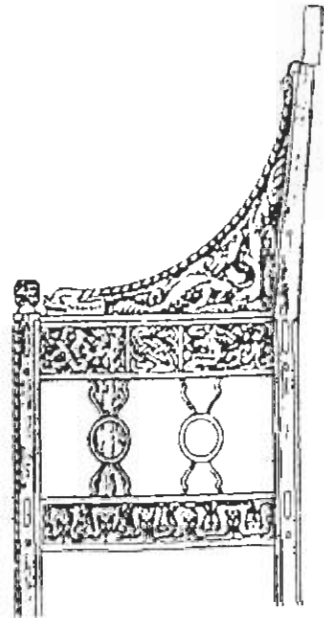
ΓΟΤΘΙΚΑ (1250-1500)

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΦΟΡΜΕΣ	Α΄ ΥΛΕΣ	ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ	ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΝ
Τελική διαμόρφωση της αστικής τάξης που θα εκφραστεί μετά από την αναγέννηση. Επίδειξη ικανοτήτων συγκεκριμένων τεχνιτών – αστών . Τελειοποίηση εκκλησιαστικών επίπλων και χτίσιμο καθεδρικών ναών.	Καμπύλα οξυγώνια.	Δρυς, έλατο, Σκελετός και καπλαμάς, χρήση κόλλας. ΚΑΣΙΑ υλικό που διαλύεται σε ζεστό νερό και δίνει καφέ χρώμα. Πριονοκορδέλα	Σκαλιστές παραστάσεις αρχιτεκτονικών σχημάτων. - Ανάπτυξη των βιτρώ. - Νέες τεχνικές (wainscot).	-scriptoria μοναστηριών. -σεντούκι. -κρεβάτια με ουρανό και κουρτίνες . - Ντουλάπια για τρόφιμα και ρούχα.

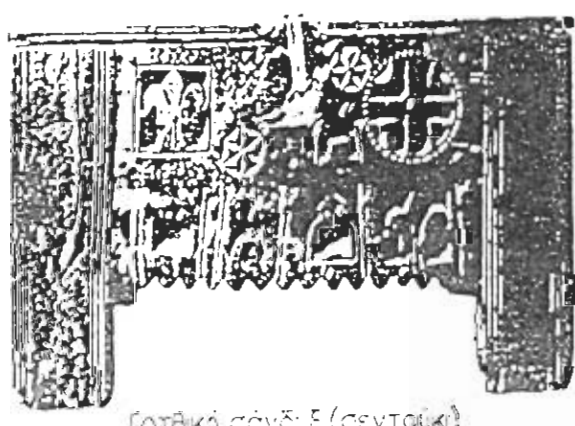
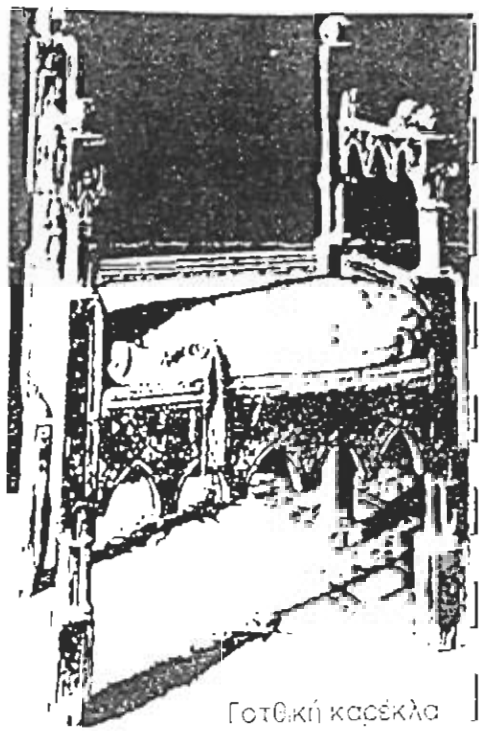
ΓΟΤΘΙΚΑ



Ρωμανική καρέκλα



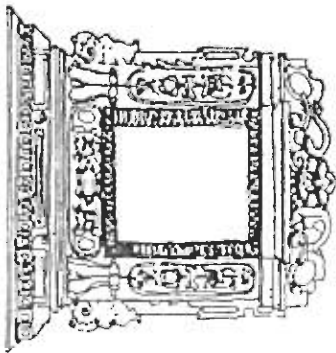
Γοτθική καρέκλα



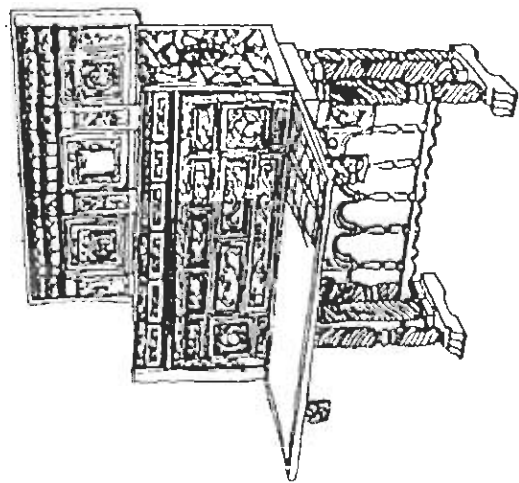
Γοτθική σάντζε (σεντούκι)

ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ (1400-1600)

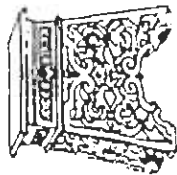
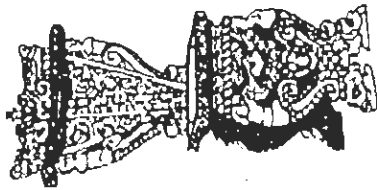
ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΒΑΣ. ΦΟΡΜΕΣ	Α΄ ΥΛΕΣ	ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ	ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΝ
<p>Διαμόρφωση της αστικής τάξης σε κοινωνικό, πολιτικό, οικονομικό επίπεδο.</p> <p>Ξεκίνησε από την Ιταλία και εξαπλώθηκε στην Ισπανία και τις κάτω χώρες.</p>	<p>Μεγαλύτερες του κανονικού, ευθύγραμμες .</p>	<p>Καρύδια.</p> <p>Βελούδο</p> <p>Μετάξι</p>	<p>Δημιουργία νέων σχεδίων.</p> <p>Ταπετσαρισμένες καρέκλες.</p> <p>Ξυλογλυπτική.</p> <p>Τετράγωνες βάσεις . θέματα_ μυθολογία,</p> <p>ιστ.σκηές , αλληγορίες .</p> <p>Πλουσιότερη διακόσμηση.</p>	<p>- Ντουλάπια</p> <p>- κόμμο</p> <p>- κάσα-πανκα (κασόνι)</p> <p>από τα μεγάλα και λίγα έπιπλα περνάμε στα μικρά και πολλά.</p>



ελλόγλυπτη κορνίζα καθρέφτη, τέλη 16ου.



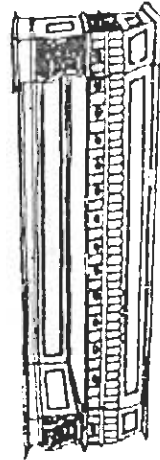
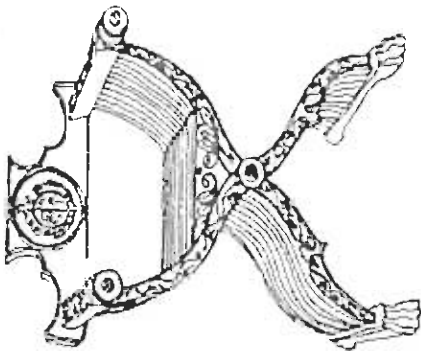
Συρτάρια με επικάλυψη από σκαλισμένο τυφάρι και φόνιο
κόκκινο βελούδο. Αρχές 16ου



Sgabelli: Ξυλόγλυπτα από καρυδιά με επιχρυσωσες
διακοσμήσεις Φλωρεντία

ΑΝΤΙΓΟΝΗ ΑΣΗ

Η καρέκλα Σαβοναρόλα δρύινη ξυλόγλυπτη

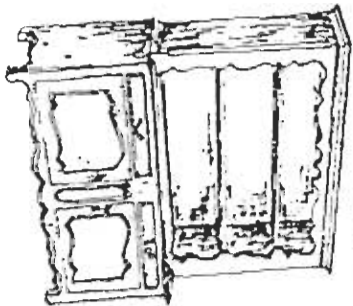
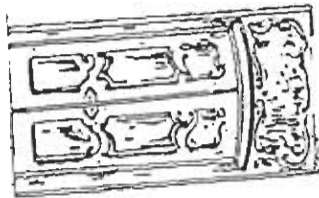
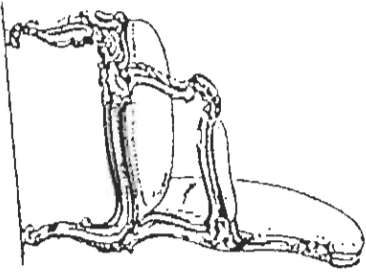
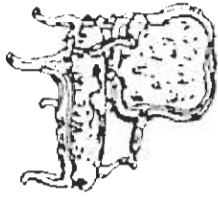
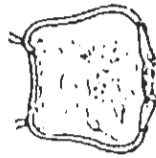


Φλωρεντινή Cassapanca.

ΓΑΛΛΙΚΟ ΡΟΚΟΚΟ (1725-1760)

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΦΟΡΜΕΣ	ΑΎΛΕΣ	ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ	ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΝ
<p>Η λέξη ποκοκο προέρχεται από την Γαλλική λέξη ροκάιγ που σημαίνει βράχια και με τα οποία διακοσμούσαν τους κήπους των Βερσαλλιών.</p> <p>Πρόκειται για έναν γυναικείο ρυθμό.</p>	<p>Πολλαπλές καμπύλες, ασυμμετρία.</p>	<p>Όλα τα είδη ξύλων.</p> <p>Κυρίως εξωτικά, όπως μαόνι, χρωματιστά μάρμαρα, μέταλλα.</p>	<p>Έκφραση αντίδρασης στο κλασσικό πνεύμα.</p> <p>Φημισμένοι κατασκευαστές οι αδελφοί roentgen.</p> <p>Μοτίβα_ φυτικά , βράχοι, κινέζικα, τοπία κ.λ.π.</p>	<p>- Πολυθρόνα Μαρκησία. - Σαικ-λογκ. - Αμπουλαντς (μικρά τραπέζια). - διάφορα γραφεία όπως _ κυλιωδρικά, καπουτσίνο, τραπεζογραφεία.</p>

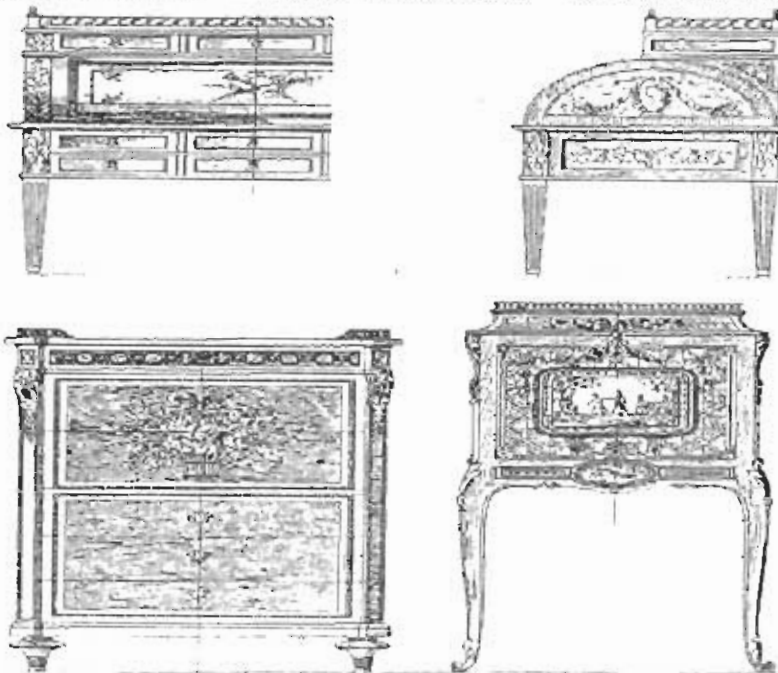
POKOKO

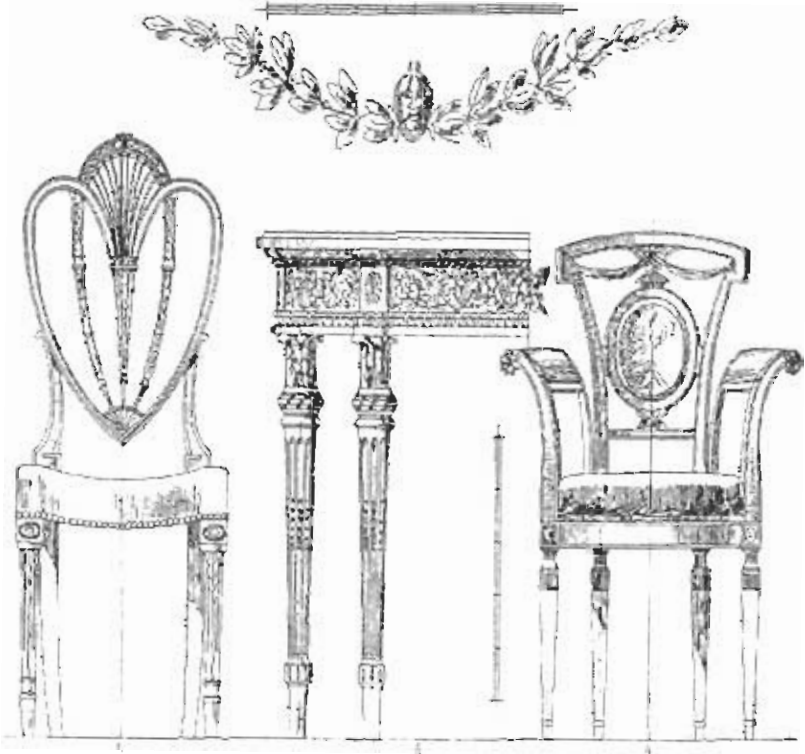
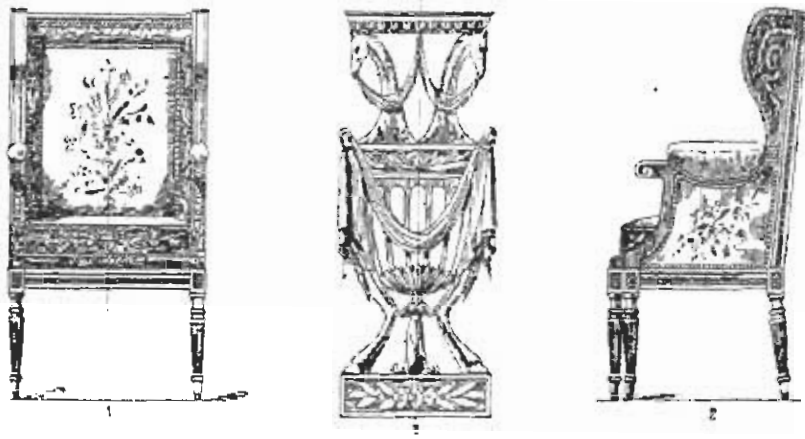
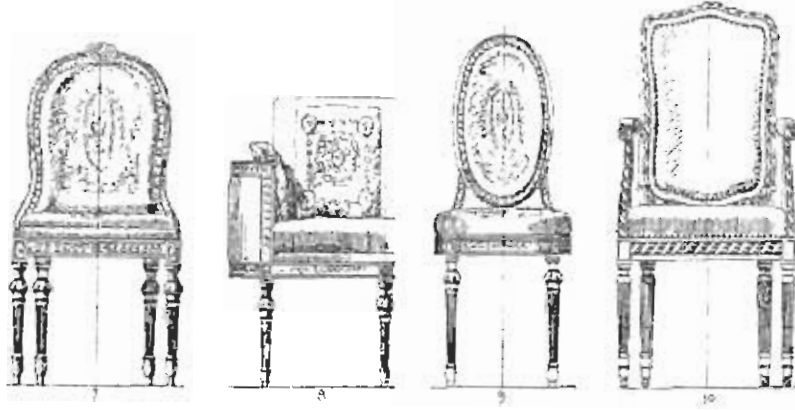


LOUIS XVI (1750-1790)

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΒΑΣΙΚΕΣ ΦΟΡΜΕΣ	Α΄ ΥΛΕΣ	ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ	ΕΙΔΗ ΕΠΙΠΛΩΝ
- Ανασκαφές Ο Πομπηίας και Ηρακλείτου του 1739 μ.χ.	Κατάργηση καμπύλης που εμφανίζεται πάλι προς το τέλος αυτής της περιόδου.	- μαόνι - μετάξι, λινό βαμβάκι.	Πόδια τορναριστά με γλυφές . -μοτίβα_ Φλογέρες, τύμπανα, μουσικά όργανα, γιρλάντες.	- Γραφεία (τραπέζι με μικρό ντουλάπι και στο πάνω μέρος 2 τζαμένιες πόρτες και ένα καθρέφτη).

270 Louis XVI. French work Louis XVI. Französische Arbeit Louis XVI. French work





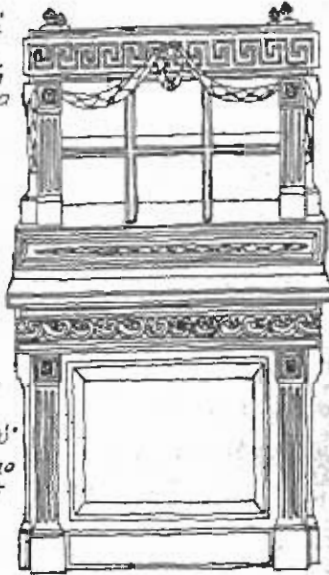


Γαλλικός νεοκλασικισμός 1.

Βαρέρα με
καρδιά μετωπίο
στο καθίσμα
και πόδια ή πλατύ
Chapeau de
gendarme.



Γουτενί στην
πενταετία του
Λον Μπαπτιέ Ζενέ
με χαρακτηριστικά
απλοκρατικά γραμμικά
σημεία από τα ποιά
που ζήτησαν
προς τα κάτω.



Η-αυτοί
αρχιτεκτονικοί
είναι από τα
πρώτα νεοκλασικά
σημεία παραγγελία
του Λορέντ ντε Ζακέρ
κατασκευασμένο από
τον Λουί Ζακ ντε
Κορραίν (1756)



Πλάτη καρδιάς
με το σχήμα
του σπαστάτου
των Ηολλοκλασικών.



Καρέλα από μόνι με
"Ετραύτητο" ή ή συμπλεγμένο
από διακοσμητικές ερωτικές
αρχές. Ζυρ Ζακέρ

Επιχρωμασμένο
"Inutile de cabinet"
πόδια-ερωτική
του Ζυρ Ζακέρ
(1767)





Επίχρυση καρέκλα συνιδεοῦ
αυτοῦ τοῦ Κ. Β. Τζόνσον βραβείας
τῶν ἰερρασιαίων τῶν ἡμερῶν
ἐπειδὴ τοῦτο
καρτέλιον ἀπὸ
ὑφῆμας.

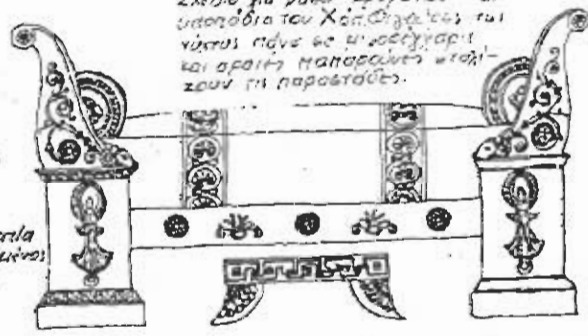


Καρέκλα Ἀργυπτιοῦ
μὲς ἀγούλαρμὲν
ἀπὸ τοῦ Τζόνσον
γὰρ τὸ πρῶτον
ἐπὶ τοῦτο (1807)

Ἡ Ἀντιβασιλεία ἢ
τὸ Ἀρχαῖο ὄτυλ Ἀυτοκρατορίας
ἢ ἀκαδημαϊκὴ ἀπόψη.



Παρυβρόνα ἀντιβασιλείας
τοῦ Τζόνσον ἰεῖθ. ἡμερῶν
μικροῦ τοῦ πρῶτον
ἐπὶ τοῦτο (1810)



Σκέδιο γὰρ ῥόμω κροῖατοῦ καὶ
ὑποπόδιον τοῦ Χάι. Οὐλοῦν τῶν
κίβητος πρῶτον ἐπὶ τοῦτο
καὶ ἀρτίθ. ἡμερῶν ἐπὶ τοῦτο
ἐπὶ τοῦτο.



Μικρὸ τραπέζιον τοῦ
πρῶτον ἀπὸ τοῦ Τζόνσον
ἐπὶ τοῦτο γὰρ ἡμερῶν
καὶ τοῦτο.



Ἀρχαῖο ὄτυλ μὲς ἀρτίθ
ἐπὶ τοῦτο ἀρχαῖο ῥομαιοῦ
ἐπὶ τοῦτο ἀρτίθ (19ου αἰῶνος).

3) Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΕΠΙΠΛΟΥ ΜΕΤΑ ΤΟΝ 19^ο ΑΙΩΝΑ

Ο 19^{ος} αιώνας υπήρξε μια περίοδος γρήγορων κοινωνικών και τεχνολογικών αλλαγών σε ολόκληρη την Ευρώπη και την Αμερική. Βρισκόμαστε στην εποχή της μηχανοποίησης και των ραγδαίων εξελίξεων. Ωστόσο οι επιπλοποιοί άργησαν να υιοθετήσουν τη μηχανοποίηση, παρά την αξιόλογη συλλογή ξυλουργικών μηχανών που είχαν τότε σχεδιαστεί (Samuel Beetham). Μηχανές όπου ήταν ικανές για τις περισσότερες από τις διαδικασίες που γίνονται και σήμερα. Μέχρι τα μέσα του 19^{ου} αιώνα το **ατμοκίνητο μηχανικό πριόνι** ήταν το μόνο με γενική χρήση στην επιπλοποιία.

Ωστόσο στα πρώτα χρόνια του αιώνα εξακολούθησε να κυριαρχεί στο σχεδιασμό το στυλ και όχι η τεχνολογία. Ο νεοκλασικισμός πήρε άλλο ύψος στην Αγγλία και άλλο στην Γαλλία του Ναπολέοντα. Αυτό είναι και το σημείο όπου η επιπλοποιία καθορίζεται από τις αρχιτεκτονικές επιρροές των μεγάλων κρατών .

Τα έπιπλα πήραν απλές, σοβαρές, γεωμετρικές μορφές όπου κυριαρχούσαν οι ευθείες.

Πάντως για να γίνει πιο κατανοητή η εξέλιξη του επίπλου μέσα σε αυτούς τους τρεις αιώνες, θα ήταν καλό σε αυτό το σημείο να διαχωρίσουμε σε κάποιες χρονικές περιόδους .

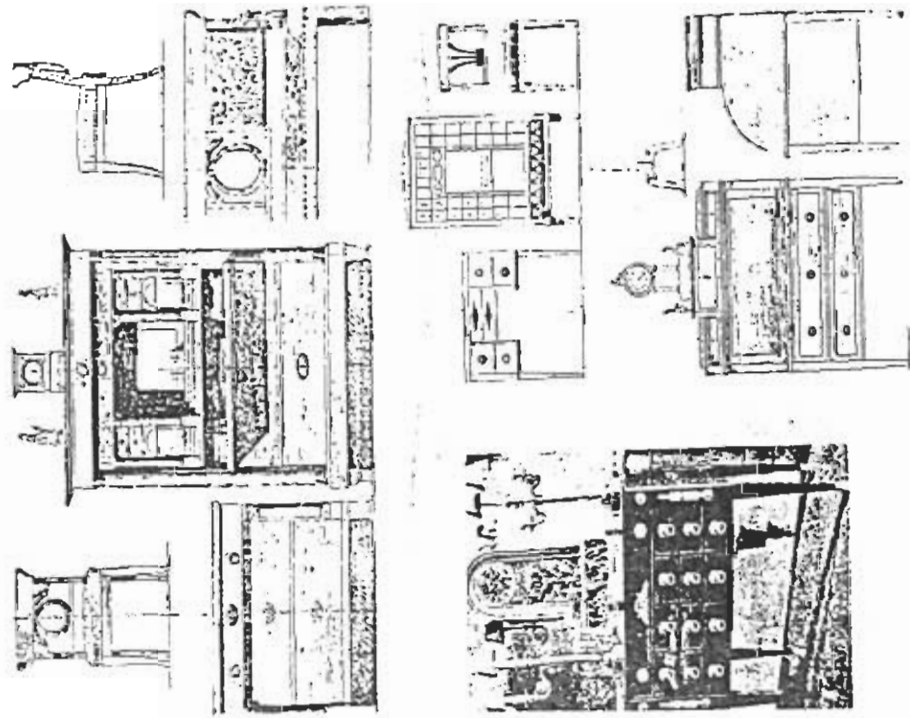
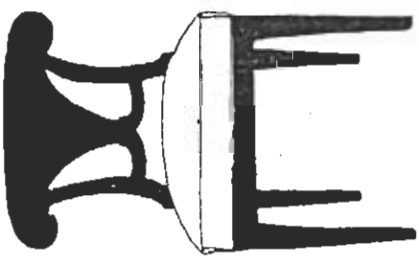
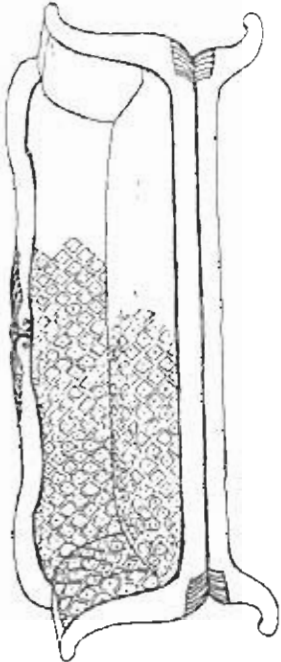
ΓΑΛΛΟΓΕΡΜΑΝΙΚΕΣ ΕΠΙΡΡΟΕΣ

Ο μοντέρνος ρυθμός ήταν για ένα πολύ μικρό διάστημα (1895-1910). Αργότερα οι αρχιτέκτονες αυτού του ρυθμού επηρεάστηκαν από την Γοτθική τέχνη και δημιούργησαν την νέα τέχνη. Η βιομηχανοποίηση του επίπλου ξεκινάει από τα ανάκτορα της Γαλλίας και συνέχισε στην Αγγλία.

Ο ρυθμός που επικρατούσε αυτήν την εποχή ήταν εμπνευσμένος από τον Λουδοβίκο 16^ο και έκλεινε περισσότερο προς τον ρυθμό Αμπιρ. Αυτός ο ρυθμός επικρατούσε κατά το διάστημα αυτό σε όλη σχεδόν την Ευρώπη εκτός από τα κράτη της Γερμανίας και Ιταλίας όπου ήταν προσηλωμένοι ακόμη στον κλασικισμό.

Ορισμένοι αρχιτέκτονες κατέκριναν τον κλασικισμό σαν ειδωλολατρική τέχνη και υπερασπίστηκαν την επιστροφή στο γοτθικό ρυθμό. Οι τρεις αυτοί σημαντικοί αρχιτέκτονες ήταν: Ερρίκος Κόουλ, Όουεν Τζόουνς και ο Ρίτσαρντ Ρένγκρευ. Γενικά τον 19^ο αιώνα τα δωμάτια παρουσιάζουν αρμονία και ομοιομορφία κατά την τοποθέτηση των επίπλων. Οι καρέκλες παρουσιάζουν πλούσια διακόσμηση και είναι λεπτοκαμωμένες χωρίς όμως να είναι αναπαυτικές. Μέσα στα δωμάτια συναντάμε και άλλα πολλά μικρά έπιπλα όπως τραπεζάκια, τουαλέτες και σκαμνάκια.

BIEDERMEIER



ΜΟΝΤΕΡΝΑ ΕΠΙΠΛΑ 20^{ος} ΑΙΩΝΑΣ

Μοντέρνα έπιπλα μπορούν να θεωρηθούν τα κατασκευασμένα μετά τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο. Οι ρίζες τους προέρχονται από τα παλιά έπιπλα της βιομηχανικής επανάστασης. Στο διάστημα που ακολούθησε έγινε χρήση των δυνάμεων του νερού και του ατμού καθώς και των μηχανών εσωτερικής καύσεως. Η νέα ακόμη, ιδέα του εργοστασίου συντόμευσε την αύξηση της βιομηχανίας.



Η μόδα είχε μια επιτάχυνση και οι σχεδιαστές δυσκολεύτηκαν να προσαρμοστούν στα εκλαϊκευμένα μοντέρνα επίπλα. Στις μεγάλες πόλεις διατηρούσαν ακόμη τις καμπύλες γραμμές επειδή είχαν τεχνίτες δεξιότητες. Την εποχή αυτή ότι δεν γινόταν στην μηχανή το απέρριπταν και τα υλικά είχαν τροποποιηθεί ώστε να είναι προσιτά στις μηχανές. Την νέα αυτή εποχή οι μηχανές κόβουν τον καπλάμα λεπτότερα. Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται είναι η σημύδα, η κερκισιανή καρυδιά, το μαόνι και άλλα εξωτικά ξύλα. Στον αιώνα αυτό έχει αρχίσει να γίνεται η ταξινόμηση των σχεδίων του επίπλου σε σχέση με τον εσωτερικό χώρο. Επίσης την εποχή αυτή έχουμε την ίδρυση κάποιων σπουδαίων σχολών σχεδίασης επίπλου. Κάποιες από αυτές είναι η σχολή του Ερρίκου Βάντε Βέλντε το 1902 στη Βειμάρη, η σχολή του Πίτερ Μπέρνς.

Κατά την εποχή του Χίτλερ ύστερα από τον διασκορπισμό των αρχιτεκτόνων αυτών ο διεθνής ρυθμός έλαβε μεγάλες διαστάσεις. Κάποιοι από τους μεγάλους σχεδιαστές της εποχής αυτής είναι: Χανς Βένγκερ, Αρνέ Τζάκομσον, Κάρολος Μάλμτεν.

4) Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΗΣ ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Δυστυχώς την περίοδο όπου η Δύση περνούσε την Αναγέννηση (16^{ος} αι.), το Μπαρόκ, (16^{ος} –17^{ος} αι.) και τη Βιομηχανική Επανάσταση (18^{ος} – 19^{ος} αι.) η Ελλάδα περνούσε μια περίοδο κοινωνικής, τεχνολογικής και

πολιτισμικής στασιμότητας πράγμα που σημαίνει τη γενικότερη παρακμή των εφαρμοσμένων τεχνών. Μετά την Επανάσταση του 1821 τα πράγματα στον κλάδο άρχισαν να αλλάζουν. Κατά την περίοδο 1827 – 1873 δημιουργήθηκαν οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του κλάδου. Έχουμε την είσοδο εργαλείων, υλικών και τεχνογνωσίας. Παράλληλα διαμορφώθηκε ένας τρόπος ζωής όπου το δυτικό έπιπλο είχε κοινωνική και πρακτική αξία. Η ζήτηση της αγοράς ικανοποιήθηκε με την εισαγωγή επίπλων και την ανάπτυξη εμπορικών καταστημάτων, ενώ ταυτόχρονα προκάλεσε συγκέντρωση ξένων και ελλήνων τεχνιτών και τη δημιουργία εργαστηρίων.



Η παραγωγή του κλάδου κατά την περίοδο αυτή χαρακτηρίζεται ως απλή εμπορευματική, στοχεύοντας στην ικανοποίηση της τοπικής αγοράς. Κατά την περίοδο 1873 μέχρι τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο ο κλάδος εδραιώθηκε. Χαρακτηρίζεται από την διεύρυνση της παραγωγής καθώς και από την εμφάνιση «βιομηχανικής αντίληψης». Πιο συγκεκριμένα το πρώτο εργοστάσιο βιομηχανίας ξύλου στην Ελλάδα συστάθηκε το 1874 – '75 στην Πάτρα με βασικό προϊόν τα ξύλινα κιβώτια συσκευασίας. Το 1890 υπήρχαν έξι μεγάλα ξυλοσχιστήρια όπου απασχολούσαν από 50 έως 100 άτομα εποχιακά. Το επάγγελμα του επιπλοποιού άρχισε να θεωρείται σταθερό και προσοδοφόρο

συγκεντρώνοντας συνεχώς νέα μέλη. Οι συνθήκες αυτές σε συνδυασμό με τη συνεχώς αυξανόμενη αγορά δημιουργούσαν αισιοδοξία για μεγαλύτερες επενδύσεις μεσαίων και μεγάλων εκμηχανισμένων μονάδων, φτάνοντας σε σημείο κορύφωσης το 1931 οπότε και εδραιώθηκε η κεφαλαιοκρατική αντίληψη στην παραγωγή.



Με τον ίδιο τρόπο που η εξέλιξη της ελληνικής αστικής κοινωνίας συνέβαλε στην οικονομική εξέλιξη του κλάδου της επιπλοποιίας, συνέβαλε και στην αστικοποίηση του επαγγέλματος του επιπλοποιού.

Ο έλληνας επιπλοποιός, έπαψε να ενεργεί βασιζόμενος στις πολιτισμικές καταβολές και παραδόσεις της ιδιαίτερης πατρίδας από της οποίας καταγόταν. Εντάχθηκε σε μια ομάδα τεχνιτών η οποία ενεργούσε με χαρακτηριστική ομοιογένεια, ανταποκρινόμενη όχι μόνο στις πρακτικές, καθημερινές ανάγκες της αστικής κοινωνίας αλλά και στις συμβολικές καθώς και σε παράγοντες που καθόριζαν την ευρύτερη οικονομική εξέλιξη του κλάδου. Από τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο και μέχρι το 1930, περίοδος που ο κλάδος είχε γνωρίσει άνθηση με τη ποσοτική αναβάθμιση της παραγωγής και την εξέλιξη της τεχνογνωσίας και του εκμηχανισμού, ο έλληνας επιπλοποιός στράφηκε στο έτοιμο τυποποιημένο έπιπλο. Τέλος διαμόρφωσε νέα αντίληψη

για τα έπιπλα ποιοτικής κατασκευής. Στα 1930 η αποκάλυψη των προβλημάτων του κλάδου, έφερε τη χάραξη νέων κατευθύνσεων. Την περίοδο αυτή ο έλληνας επιπλοποιός στράφηκε στην εξειδίκευση της παραγωγής ανάλογα με την διακύμανση της αγοράς, καθώς και την αναζήτηση νέων προϊόντων και υλικών.



Παράλληλα δραστηριοποιήθηκε για την περιχαράκωση του επαγγέλματός του και σύστησε συνεταιρισμούς. Η αλματώδης ανάπτυξη του κλάδου δημιούργησε στους έλληνες επιπλοποιούς αισθήματα αυτοπεποίθησης. Πολλές από τις επιχειρήσεις ξεπέρασαν τα σύνορα της ελληνικής επικράτειας και διακρίθηκαν και με διεθνούς επταίνους.

5) ΒΙΟΤΕΧΝΙΕΣ, ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΕΠΙΠΛΟΥ ΣΤΗΝ ΠΑΤΡΑ

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η πρώτη προσπάθεια ίδρυσης βιομηχανίας ξυλείας καταγράφεται τον Φεβρουάριο του 1831. Ο γάλλος πολεοδόμος Ντε Σάουμπουργκ υποβάλλει πρόταση στην κυβέρνηση για δημιουργία συγκροτήματος κοπής δοκών εγκαταστημένο στα περίχωρα του ακρωτηρίου Πάππα (Αραξος, Καλαμάκι), μια περιοχή που απείχε τότε 8-9 ώρες (σήμερα περίπου 60 λεπτά). Ο Ντε

Σάουμπουργκ ήταν εντεταλμένος από την κυβέρνηση για στρατιωτικά έργα, είχε άμεση γνώση του προβλήματος για δομικά υλικά (όπου εισάγονταν από τα Επτάνησα με μεγάλο κόστος). Τελικά όμως δεν κατάφερε να αξιοποιηθεί αυτή η πρωτοβουλία. Είναι χαρακτηριστικό ότι στα διάφορα επαγγελματικά πράγματα που γνωρίζουμε, προεπαναστατικά, κανένα δεν είχε σχέση με το ξύλο ή την επιπλοποιία. Ίσως η έλλειψη δασών, οι γείτονες Επτανήσιοι και τα άλλα ευρωπαϊκά κράτη να μην επέτρεπαν την ανάπτυξη του κλάδου αυτού. Είναι αδύνατο όμως, έστω και υποτυπωδώς να μην ασχολούνταν τεχνίτες με αυτή τη δραστηριότητα. Γιατί τουλάχιστον η ανάγκη των μαραγκών υπήρχε.

Το 1849 ένα μεγάλο μέρος ευρωπαϊκών προσφύγων κάνουν με την εγκάρδια συμπαράσταση των κατοίκων της (Πάτρας), την πόλη δεύτερη πατρίδα τους. Η είσοδος Ιταλών, Ούγγρων, Πολωνών, δίνουν νέα μορφή στις τέχνες και φέρνουν μαζί τους την ευρωπαϊκή κουλτούρα. Υπάρχουν ανάμεσά τους, σύμφωνα με ιστορικά στοιχεία, δέκα επιπλοξυλουργοί.

Το 1868 με όρο του δημοτικού συμβουλίου αρχίζουν οι κατασκευές στις προκουμαίες Αγ. Νικολάου και Αγ. Ανδρέα. Η Πάτρα αποκτά το σύμβολό της, τον περίφημο φάρο και παίρνει λόγω του λιμανιού σαν δεύτερο όνομα «Η πύλη της Δύσης». Σε αυτό το σημείο η σύνδεσή της με την Ευρώπη ήταν γεγονός. Ξένοι κεφαλαιοκράτες ανοίγουν επιχειρήσεις και αναπτύσσουν την περιοχή ακόμα περισσότερο. Η κύρια ασχολία τότε της περιοχής ήταν η σταφίδα. Σε αυτή τη περίοδο καταγράφονται οι ξυλουργικές βιοτεχνίες των Μαμάκη, Τασσόπουλου, Φραγκόπουλου. Επίσης λειτουργούν 5 ατμοκίνητα σχιστήρια που κόβουν έλατα για δοκούς οικοδομών και σταφιδοκιβώτια. Σύμφωνα με κάποια στοιχεία που υπάρχουν σχίζονται 150.000 κορμοί οι οποίοι δίνουν 500.000 δοκούς και σανίδες, για την κατασκευή 3.000.000 σταφιδοκιβωτίων.

Το 1871 πάνω στα σχέδια του Τσίλλερ, με συνεταιριστικές μερίδες, όπου μεγάλο μέρος τους κατείχε ο δήμος η πόλη αποκτά το αρχιτεκτονικό αριστούργημα θέατρο Απόλλων για την επίπλωση του οποίου συνεργάστηκαν όλοι οι μαραγκοί της περιοχής. Την ίδια εποχή λειτουργούν τα εργοστάσια – βιοτεχνίες επίπλου του Παν. Γιδόπουλου στην Αγ. Νικολάου, του Ιωάννη Λαζαρίδη στην ίδια οδό και του Παν. Γουλίμη επί της Μαιζώνος.

Το 1904 εγκρίνονται τα σχέδια για το ναό του Αγ. Ανδρέα. Στην ολοκλήρωση αυτού του έργου και πάλι η τοπική βιοτεχνία – βιομηχανία επίπλου εργάστηκε σκληρά με αποτέλεσμα τη δημιουργία της λαμπρότερης εκκλησίας των Βαλκανίων. Η έντονη εμπορική και βιομηχανική δραστηριότητα στις αρχές του 1900 καθώς και η ζωντανή κίνηση του λιμανιού, είναι προϋποθέσεις να γνωρίσει η πόλη την απότομη αύξηση του πληθυσμού της. Απογράφονται το 1910 γύρω στους 64.278 κατοίκους από τους οποίους οι 25.000 υπολογίζονται από άλλους τόπους. Το μεγαλύτερο ποσοστό είναι Επτανήσιοι και Καλαβρυτινοί ενώ υπολογίζονται και 12.000 αλλοδαποί, κυρίως Ιταλοί, όπου ήταν τεχνίτες αλλά και εγγλέζοι έμποροι που μένουν σε προάστιο με την ονομασία Εγγλέζικα. Πολύ φυσικό λοιπόν είναι πως αυτή η είσοδος διαφορετικών κουλτουρών έδωσε μια νέα καλλιτεχνική γραμμή στην πόλη της Πάτρας.

Γύρω στο 1909 υπάρχουν 6 εμπορικά καταστήματα ξυλείας. Συγκεκριμένα ο Τασσόπουλος το έτος αυτό, λόγω οικονομικής ευχέρειας κόβει χάλκινα νομίσματα της μίας και της μισής δραχμής και πληρώνει τους εργάτες ξυλοκόπους στην ύπαιθρο φοβούμενος τις ληστείες (είχε δημιουργήσει ένα έξυπνο σύστημα όπως τα μπλοκ επιταγών σήμερα). Επίσης καταγράφονται 10 βιοτεχνίες κατασκευών αμαξών και κάρων, 14 επιπλοποιία,

4 καρεπλοποιία, 5 κιβωτιοποιία, 7 εργοστάσια , τα 4 ατμοκίνητα κατασκευής σταφιδοκιβωτίων καθώς και 8 ξυλουργικά εργαστήρια.

Το 1920 φτάνουμε στην Μικρασιατική καταστροφή και η πόλη δέχεται μεγάλο κύμα προσφύγων. Το 1903 υπάρχουν 11.000 ξεριζωμένοι σε αποθήκες και σχολεία. Αργότερα θα προσφέρουν πολλά στην ανάπτυξή της με την τεχνογνωσία και την κουλτούρα που μεταφέρουν.

Στο μεσοδιάστημα που ακολουθεί μέχρι τις 28/8/1940 όπου δέχεται πρώτη τις βόμβες των μετέπειτα κατακτητών, επέρχεται κάμψη του εμπορίου και συνεχόμενος οικονομικός μαρασμός.

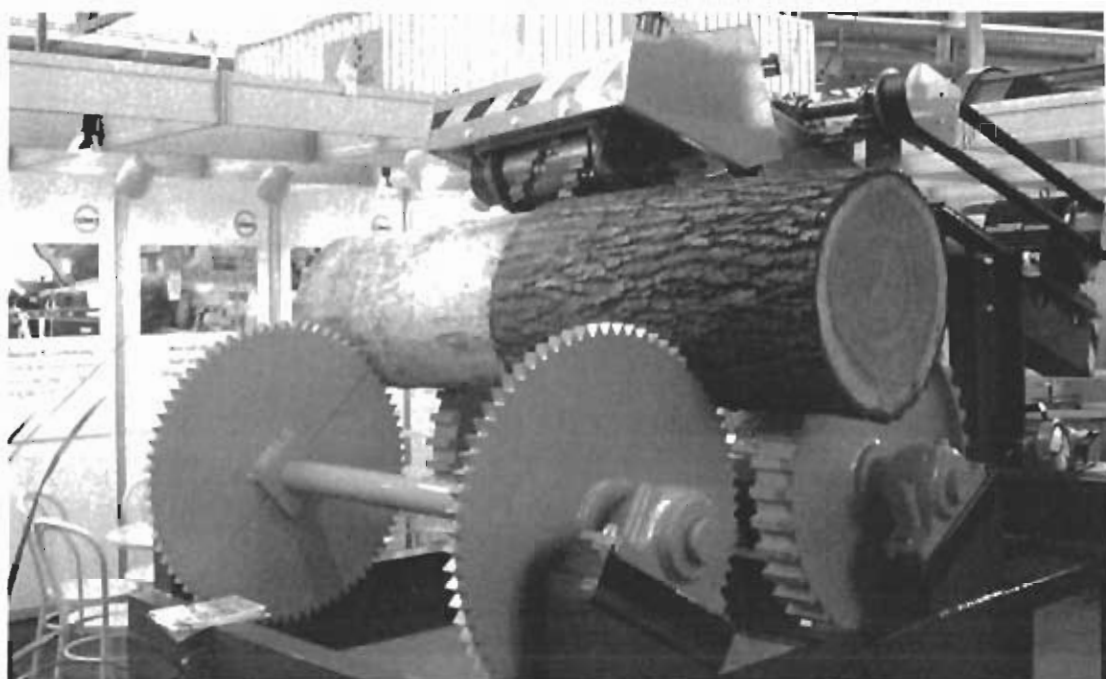
Με τη λήξη του εμφυλίου αρχίζει ο βιομηχανικός οργασμός και το λιμάνι γίνεται ο μεγάλος εμπορικός κόμβος. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη της τοπικής βιομηχανία – βιοτεχνίας επίπλου δεχόμενη νέες τάσεις και επιρροές από το εξωτερικό μέσα από τις εισαγωγές εμπορικών προϊόντων όπως για παράδειγμα την είσοδο των επίπλων γραφείου κατά την δεκαετία του 1960. Ωστόσο ο κλάδος σύμφωνα με τα λεγόμενα των επιπλοποιών στην Πάτρα σήμερα δεν είναι τόσο αναπτυγμένος όσο στην κεντρική και βόρεια Ελλάδα.

Α΄ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ

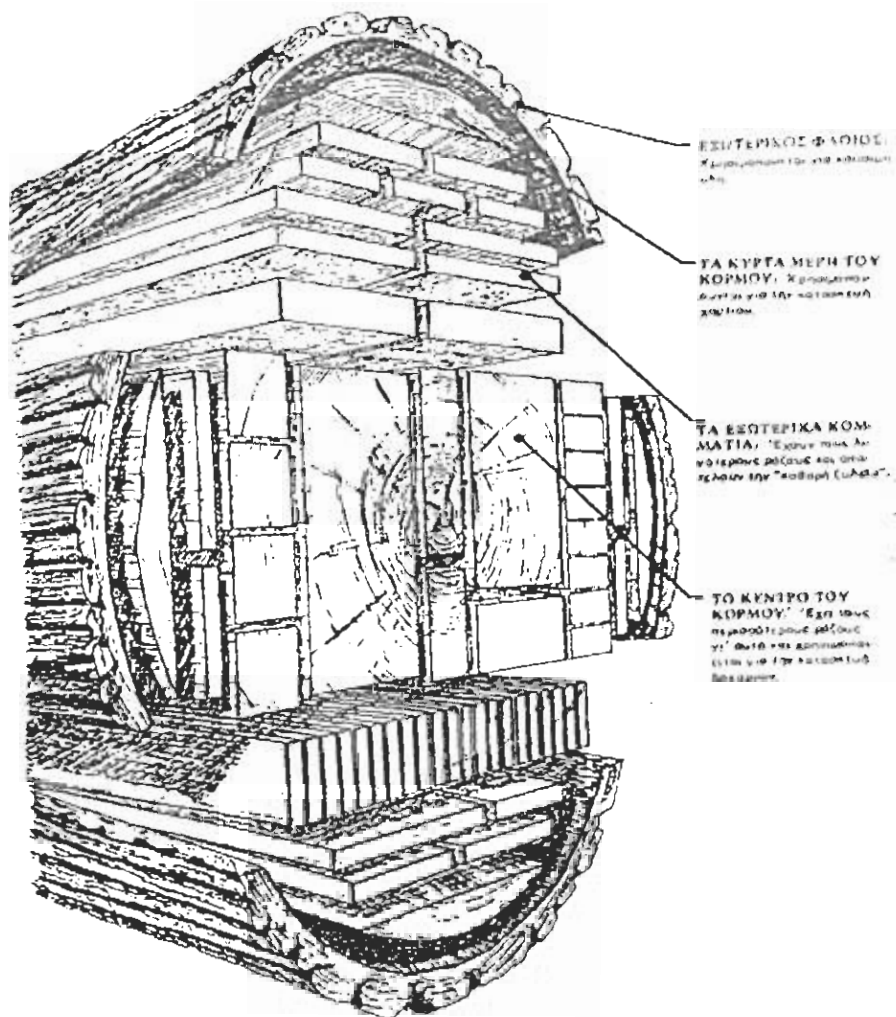
—

Κατά τις περιόδους αυτούς το κύριο συστατικό κατασκευής επίπλου είναι το ξύλο. Τα πολυτελή ξύλα που χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή επίπλων ήταν η δρυς, η αμερικάνικη καρυδιά και το μαόνι. Στη δεκαετία του 1910, το εσωτερικό των πολυτελών επίπλων κατασκευαζόταν από ξύλο καστανιάς και η επένδυσή τους ήταν ή από δρυ ή από μαόνι. Για τις φτηνές κατασκευές γίνονταν εισαγωγές λευκής ξυλείας από Ρουμανία, Σερβία ή Αυστρία. Στην Ελλάδα, τα πολυτελή ξύλα ήταν δυσεύρετα και γενικά την

ελληνική ξυλεία την θεωρούσαν κατώτερης ποιότητας και την έκριναν ως ασύμφορη και ακατάλληλη για την επιπλοποιία. Ξύλα που πρόσφερε η ελληνική φύση για την επιπλοποιία ήταν η οξιά, η δρυς, η καστανιά, η καρυδιά, το φλαμούρι, ο σφένδαμος, και σε μικρότερες ποσότητες ο σκλήθρος και το μέλιο.



Η εγχώρια όμως παραγωγή δεν ήταν ποιοτική και καθώς η καλλιέργεια δεν ήταν, έτσι κι αλλιώς, συστηματική η ποσότητα ξυλείας ήταν μικρή. Η ελάτη, γνωστή ως άσπρη ή λευκή ξυλεία, και ορισμένα είδη πεύκου όπως το λάρτσινο, χρησιμοποιούνταν στις οικοδομικές κατασκευές για πατώματα, σκεπές και κουφώματα. Το αττικό μάλιστα πεύκο χρησιμοποιούνταν και στην ναυπηγική. Η εγχώρια δρυς καθώς δεν ήταν ξύλο πολυτελείας, χρησιμοποιήθηκε μόνο στις οικοδομές, στην βαρελοποιία, στην ναυπηγική και στην καρποποιία. Παρόμοια, η εγχώρια οξιά χρησιμοποιήθηκε για την καρεκλοποιία και την καρποποιία. Εκτός από το ξύλο είναι γνωστό ότι στο έπιπλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί κάθε λογής υλικό. Για τις περιόδους όμως αυτές το ξύλο ήταν το κατεξοχήν υλικό.



Όσον αφορά τα εργαλεία επεξεργασίας, εκτός από τις υπερσύγχρονες μεθόδους παραγωγής επίπλων τα κύρια εργαλεία επεξεργασίας εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται ακόμα και σήμερα (πιο εκσυγχρονισμένα). Αυτά θα περιγραφούν παρακάτω πιο αναλυτικά. Ονομαστικά θα μπορούσαμε να αναφέρουμε κάποια από τα πιο βασικά όπως μπρατσοπρίονο, σουραμάς, πλάνη, πατούρα, χειροματσόλα, σφυκτήρες και ο πάγκος του μαραγκού.

Β' ΜΕΡΟΣ

ΤΟ ΕΠΙΠΛΟ ΣΗΜΕΡΑ

1) Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΠΛΟΥ

Η βιομηχανία επίπλου της ευρωπαϊκής ένωσης ισοδυναμεί σχεδόν με το μισό της συνολικής παγκόσμιας παραγωγής. Βασικός προσανατολισμός της είναι οι εξαγωγές, αν και τα τελευταία χρόνια η διείσδυση στην ευρωπαϊκή αγορά επίπλου που προέρχονται από ασιατικές χώρες είναι όλο και πιο δυναμική. Μετά το 2000 η Γερμανία και η Ιταλία είναι οι χώρες με τον μεγαλύτερο όγκο παραγωγής επίπλου στην ευρωπαϊκή ένωση καλύπτοντας το 27%, 26% στις συνολικής παραγωγής αντίστοιχα. Ακολουθεί η Γαλλία με ποσοστό 12%.

Η παραγωγή επίπλου για τη χώρα μας το 2000 ανήλθε στο 1 εκατ. ευρώ παρουσιάζοντας άνοδο 4% σε σύγκριση με τις τιμές του 1996. Η Ελλάδα συμμετέχει κατά 1,6% στο σύνολο της ευρωπαϊκής παραγωγής επίπλου. Η κατανάλωση στο συγκεκριμένο τομέα ανήλθε στα 1,361.000 ευρώ το 2000 καταγράφοντας αύξηση της τάξεως του 6% σε σχέση με το 1996. Οι ελληνικές εξαγωγές επίπλων όπου αγγίζουν ετησίως τα 25 εκατ. ευρώ κατευθύνονται κυρίως στις αγορές της ανατολικής Ευρώπης (33% επί του

συνόλου). Ένας κύριος εμπορικός εταίρος της χώρας μας στην περιοχή είναι η Βουλγαρία απορροφώντας ετησίως περίπου το 15% των εξαγωγών. Όσο αφορά τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις οποίες κατευθύνεται το 25% των ελληνικών εξαγωγών του κλάδου, η Γερμανία αποτελεί ένα σημαντικό εμπορικό συνεργάτη με αγορές επίπλων όπου αγγίζουν ετησίως τα 2 εκατ. ευρώ. Η συνολική αξία των ελληνικών εισαγόμενων επίπλων τα τελευταία έτη φτάνει στα 220 εκατ. ευρώ, με την Ιταλία να είναι ο κύριος προμηθευτής (52% των συνολικών εισαγωγών).

Οι τάσεις των ελληνικών εξαγωγών επίπλου ανά χώρα και γεωγραφική περιοχή. 1996 – 2000.

	Εκατ. EURO				
	1996	1997	1998	1999	2000
Κύπρος	1.4	1.9	2.1	3.0	4.1
Βουλγαρία	5.4	5.0	5.0	4.0	3.7
Γερμανία	2.8	4.8	3.1	1.4	2.0
Καναδάς	0.5	0.4	0.5	0.8	1.5
Μακεδονία	0.8	1.2	1.0	1.0	1.2
Ρουμανία	2.5	2.0	2.1	1.3	1.1
Αυστρία	0.1	0.4	0.0	0.1	0.8
Αλβανία	1.0	0.7	0.4	0.8	0.7
Ιταλία	0.2	0.7	0.9	1.4	0.6
Ρωσία	2.8	3.2	2.2	1.0	0.6

Άλλες	6.4	6.9	7.1	5.9	7.9
Δυτική Ευρώπη	5.0	9.0	6.6	5.8	6.0
Ευρωπαϊκή Ένωση	4.8	8.9	6.4	5.6	5.7
Λοιπή Δυτ. Ευρώπη	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
Ανά. Ευρώπη & Ρωσία	14.5	13.7	12.8	8.6	8.0
Αφρική	0.1	0.2	0.2	0.3	0.4
Αμερική	0.9	0.8	1.1	1.3	2.6
Βόρεια Αμερική	0.8	0.7	0.8	1.3	2.1
Κεντρική & Νότια Αμερική	0.1	0.1	0.3	0.1	0.4
Μέση Ανατολή	2.6	2.9	3.2	4.1	5.6
Ασία & Ειρηνικός	0.7	0.6	0.5	0.5	1.9
Άλλες χώρες	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Κόσμος	23.9	27.2	24.4	20.7	24.4

Οι τάσεις των ελληνικών εισαγωγών επίπλου ανά χώρα και
γεωγραφική περιοχή. 1996 – 2000.

	Εκατ. EURO				
	1996	1997	1998	1999	2000
Ιταλία	58.5	98.5	93.5	104.9	114.6
Γερμανία	7.1	10.3	11.1	11.8	15.9
Ίσπανία	7.1	12.0	13.8	12.0	15.0
Γαλλία	5.1	5.7	6.4	9.8	14.6
Ινδονησία	3.4	4.4	5.6	6.9	10.3
Κίνα	1.8	4.0	4.0	3.8	7.5
Αγγλία	3.1	4.0	5.1	5.7	5.7
Η.Π.Α	1.5	2.9	1.9	2.1	3.3
Ολλανδία	0.8	1.3	1.3	2.0	2.8
Τουρκία	0.3	0.7	0.9	1.0	2.2
Άλλες	11.2	16.6	16.7	19.0	27.0
Δυτική Ευρώπη	85.1	136.5	136.2	152.0	174.9
Ευρωπαϊκή Ένωση	84.1	135.6	135.8	151.5	173.1
Λοιπή Δυτ.	1.0	0.9	0.4	0.5	1.9

Ευρώπη					
Ανατ. Ευρώπη & Ρωσία	2.2	4.2	4.3	5.3	6.8
Αφρική	1.1	1.4	0.9	0.8	1.1
Αμερική	1.7	3.3	2.7	2.6	4.0
Βόρεια Αμερική	1.5	3.0	2.3	2.1	3.3
Κεντρική & Νότια Αμερική	0.2	0.4	0.4	0.5	0.6
Μέση 1Ανατολή	1.1	1.7	1.9	2.0	5.3
Ασία & Ειρηνικός	8.7	13.5	14.2	16.2	26.9
Άλλες χώρες	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
Κόσμος	100	160.6	160.2	179.0	219.0

Όσο αφορά τον Ελλαδικό χώρο, ο κλάδος του επίπλου στη περιφέρεια Θεσσαλίας είναι πολύ σημαντικός. Μόνο στο νόμο Λάρισας ο κλάδος αυτός απασχολεί περισσότερα από 3000 χιλιάδες άτομα, σε 700 και πλέον επιχειρήσεις, πολλές από τις οποίες είναι οικογενειακές. Φαίνεται λοιπόν, ότι είναι ένας δυναμικός παραγωγικός τομέας με παράδοση και, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, βιώσιμο μέλλον.

2) Η θέση της Πάτρας στην παραγωγή επίπλου

Η Πάτρα σε σχέση με την κεντρική και βόρεια Ελλάδα κατέχει ένα μικρό μερίδιο στην παραγωγή επίπλου. Συγκεκριμένα οι μεγαλύτερες μονάδες κατασκευής επίπλου της περιοχής, έχουν μετατραπεί σε επιχειρήσεις εμπορίας επίπλου. Δεν είναι τυχαίο ότι το 65% των επίπλων που κυκλοφορούν στην αγορά είναι εισαγωγής. Ο πρόεδρος του τμήματος της νομαρχιακής ανάπτυξης, κύριος Βασίλειος Κικινάς, μας λέει: «Γίνονται μεγάλες προσπάθειες για να ανοικοδομηθεί η περιφέρεια της Πάτρας. Οι επιχειρηματίες έχουν στραφεί σε επενδύσεις παροχής υπηρεσιών με κύριο στόχο τους φοιτητές, Η ανάπτυξης του δευτερογενή τομέα, όπου εντάσσεται και ο κλάδος της επιπλοποιός, προϋποθέτει μια σειρά από διαδικασίες με μακροπρόθεσμες βλέψεις. Προς το παρόν, το σύνολο των επιχειρήσεων δεν προσελκύεται από τέτοιου είδους δεσμεύσεις. Η ανάπτυξη του κλάδου, δίνει ταυτόχρονα λύσεις στο εργασιακό πρόβλημα. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση των επιπέδων ανεργίας και υπάρχουν αντιπαράθεσεις όσον αφορά τα νούμερα. Συγκεκριμένα το εργατικό κέντρο δίνει 25% ενώ ο Ο.Α.Ε.Δ. 11,5%. Πάντως υπάρχουν μεγάλα περιθώρια παράγωγης, αν σκεφθεί κανείς το μέγεθος των επίπλων που εισάγεται».

Σήμερα στην Αχαΐα σύμφωνα, με στοιχεία του εμπορικού επιμελητηρίου, οι κατασκευαστές επίπλου ανέρχονται σε 318.

Παρακάτω, χωρίζουμε σε κατηγορίες τις επιχειρήσεις αυτές, ανάλογα με το αντικείμενο εργασίας .

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ
ΒΑΦΕΙΑ ΕΠΙΠΛΟΥ	7
ΓΡΑΦΕΙΑ	5
ΕΠΑΓΓ/ΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	5
ΕΠΙΔΙΟΡΘΩΣΕΙΣ ΕΠΙΠΛΩΝ	3
ΕΠΙΔ/ΣΕΙΣ ΣΑΛΟΝΙΩΝ	6
ΕΠΙΠΛΑ ΚΗΠΟΥ	1
ΕΠΙΠΛΑ ΜΠΑΝΙΟΥ	11
ΕΠΙΠΛΟΠΟΙΟΙ	83
ΚΑΡΕΚΛΟΠΟΙΙΑ	3
ΚΛΑΣΣΙΚΕΣ ΕΠΙΠΛΩΣΕΙΣ	1
ΚΟΥΖΙΝΕΣ ΚΑΙ ΝΤΟΥΛΑΠΕΣ	111
ΚΡΕΒΑΤΟΚΑΜΑΡΕΣ	6
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΕΠΙΠΛΑ	2
ΜΙΚΡΟΕΠΙΠΛΑ	9
ΞΥΛΟΓΛΥΠΤΑ	5
ΠΑΙΔΙΚΑ ΝΕΑΝΙΚΑ	4
ΠΑΤΙΝΕΣ	1
ΣΑΛΟΝΙΑ	16
ΣΥΝΘΕΤΑ-ΜΠΟΥΦΕΔΕΣ	5
ΤΡΑΠΕΖΑΚΙΑ ΣΑΛΟΝΙΟΥ	7

ΤΡΑΠΕΖΑΡΙΕΣ ΚΟΥΖΙΝΕΣ	10
ΤΡΑΠΕΖ/ΕΣ ΣΑΛΟΝΙΟΥ	13
ΦΕΡΕΤΡΑ	4

Η παραγωγή στην ευρύτερη περιοχή της Πάτρας στηρίζεται κυρίως σε μικρές βιοτεχνίες. Ο όγκος παραγωγής αυτών των επιχειρήσεων είναι μικρός, με μέσο όρο ετήσιου τζίρου περίπου στα 45.000 ευρώ, και αυτό οφείλεται στους εξής λόγους.

Ο μεγάλος ανταγωνισμός ο οποίος οδηγεί σε συμπίεση των τιμών, έλλειψη ποιότητας, δημιουργία συνεχών πρόσφορων και το κλείσιμο μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Τα μεγάλα ποσοστά ανεργίας που παρατηρούνται στην περιοχή δεν αφήνουν πολλά περιθώρια στο μεγαλύτερο μερίδιο των καταναλωτών να αγοράσουν έπιπλα καλής ποιότητας από την τοπική αγορά αλλά να στρέφονται στις φθηνές και προσωρινές λύσεις.

Σε αυτό το σημείο, καλό θα ήταν να πούμε για τον συνεταιρισμό επιπλοξυλουργών της Πάτρας . Ο συνεταιρισμός επιπλοξυλουργων της Πάτρας με χαρακτήρα προμηθευτικό και καταναλωτικό είναι ένας από τους μεγαλύτερους στην Ελλάδα. Στην περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας θεωρείται , πάνω στο αντικείμενο του, ίσως μια από τις 4 δυναμικές και παράλληλα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις. Μέσα σε μια έκταση 7,5 στρεμμάτων με ιδιοκτήτες παραγωγικές εγκαταστάσεις 3.500 τ.μ απασχολεί 30 εργαζόμενους. Οι εγκαταστάσεις χωρίζονται σε πέντε τμήματα.

A) ΕΙΔΗ ΞΥΛΕΙΑΣ – ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.

B) ΕΙΔΗ ΚΙΓΚΑΛΕΡΙΑΣ (πόμολα , βίδες , είδη κουζίνας κ.λ.π)

Γ) ΕΙΔΗ ΤΑΠΕΤΣΑΡΙΑΣ

Δ) ΣΧΙΣΤΗΡΙΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ.

Ε) ΕΙΔΗ ΛΟΥΣΤΡΑΡΙΣΜΑΤΟΣ.

Από την ίδρυση του έχει βελτιώσει και σταθεροποιήσει τις τιμές της αγοράς και ακόμη βοηθήσει τους επαγγελματίες συνεταιίρους του κλάδου με την ποιότητα του κλάδου του. Σήμερα, οι συνεταιίροι – μέτοχοι είναι 150 επιπλοξυλουργοί.

Ο κύριος Γεώργιος Παλιονικο, πρώην πρόεδρος του σωματείου επιπλοξυλουργων μας μίλησε για τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος καθώς και τους στόχους του σωματείου. «Η υπάρχουσα κατάσταση οδηγεί μεγάλο αριθμό επαγγελματιών, στην εγκατάλειψη του χώρου κατασκευής επίπλων, καθώς οι βιομηχανικές κατασκευές έχουν κατακλείσει την αγορά. Η εισβολή τα τελευταία χρόνια μεγάλων εταιρειών του εξωτερικού, ειδικά από την Ιταλία, Ισπανία και Γαλλία έχουν δημιουργήσει προβλήματα επιβίωσης στον κλάδο, καθώς ένα βιομηχανικό έπιπλο δεν μπορεί να έχει την ίδια τιμή με το χειροποίητο. Επίσης η φορολόγηση του 35% που λειτουργεί στις συνεταιριστικές ΜΜΕ δρα ως δαμόκλειος σπάθη, αφαιρώντας ένα μεγάλο ποσοστό από τα κέρδη και την δυνατότητα ισότιμου ανταγωνισμού. Από την άλλη πλευρά, είναι ελάχιστοι οι καταναλωτές που έχουν την οικονομική δυνατότητα να απευθυνθούν σε τέτοιου είδους τεχνίτες. Ο κύριος στόχος του σωματείου είναι μια επένδυση στην επιμόρφωση με την δημιουργία μιας σχολής(σχεδιασμού και τεχνολογίας επίπλου) στο Τ.Ε.Ι. Πατρών. Έτσι θα δοθούν τα κατάλληλα κίνητρα στους νέους αλλά και παράλληλα θα υποβοηθηθεί ο κλάδος στην περιφέρεια».

3) ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΠΛΟΥ

Ο κλάδος του επίπλου υποδιαιρείται σε τρεις βασικές κατηγορίες.

A) Οικιακά έπιπλα

B) Έπιπλα κουζίνας

Γ) Έπιπλα γραφείου

Δ) Ειδικές κατηγορίες επίπλου

Ο μεγαλύτερος σε μέγεθος τομέας είναι τα οικιακά έπιπλα με μερίδιο που αγγίζει το 50%, ενώ ακολουθούν τα έπιπλα κουζίνας (28%) ο τομέας στον οποίο δραστηριοποιείται πληθώρα επιχειρήσεων με χαμηλό κύκλο εργασιών. Τα έπιπλα γραφείου με ποσοστό 20%. Τέλος υπάρχει και μια κατηγορία επίπλων 2% που αφορά εξειδικευμένες παραγγελίες όπως ξυλόγλυπτα κλπ.

A) Τα οικιακά έπιπλα είναι η πιο παλιά κατηγορία επίπλου και από αυτή προέρχονται όλες οι άλλες. Σε αυτή τη κατηγορία περιλαμβάνονται όλα τα έπιπλα ενός σπιτιού εκτός από αυτά της κουζίνας δηλ. σαλόνι, κρεβάτι, μπουφέ, σύνθετο, τραπεζαρία, κ.α.

Στο τομέα κατασκευής επίπλου οικιακής χρήσης κυριαρχούν οι μικρού μεγέθους παραδοσιακές επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα εκτιμάται ότι συγκεντρώνουν περίπου το 72% της συνολικής παραγωγής. Το υπόλοιπο 28% μοιράζεται ανάμεσα στις μεσαίες και τις μεγάλες επιχειρήσεις. Οι

μικρότερες επιχειρήσεις συνήθως δεν διαθέτουν αυτοματοποιημένη παραγωγή και σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό, ενώ παρουσιάζουν και έλλειψη εκθεσιακών χώρων και οργανωμένου δικτύου πωλήσεων.



Β) Τα έπιπλα κουζίνας είναι μια εξίσου μεγάλη κατηγορία καλύπτοντας το 28% του κλάδου. Τα μέρη της κατηγορίας αυτής είναι:τραπέζι, εντοιχιζόμενα ντουλάπια κουζίνας, καρέκλες κουζίνας, κ.α. Το αξιοπερίεργο με αυτή τη κατηγορία είναι η μικρή χρονική διάρκεια που χρησιμοποιούνται. Τα στοιχεία σχετικά με την μέση ηλικία των κουζινών στα σπίτια είναι διαθέσιμα για μερικές χώρες όπως Γαλλία και Κάτω Χώρες 10 έτη, 12 έτη στην Ιταλία. Οι υπάρχουσες κουζίνες μπορούν να διαιρεθούν σε 3 ομάδες:α) 1-6 ετών, β)7-12 και γ) 13 και άνω.

Το ποσοστό αντικατάστασης κουζινών στην ευρωπαϊκή οικογένεια κυμαίνεται μεταξύ 15 και 20 ετών . Η καθοριστικοί παράγοντες για την αγορά μιας κουζίνας είναι:

- η δομή της οικογένειας 30%
- μια μετακόμιση 20%
- αντικατάσταση λόγω φθοράς και χρήσης 25%
- αλλαγές του τρόπου ζωής 25%

Το 76% όλων των κουζινών που πωλούνται είναι κουζίνες που εγκαθίστανται σε πλήρες σχήμα και το υπόλοιπο 24% είναι έπιπλα κουζίνας που πωλούνται σε κομμάτια. Οι κουζίνες εξαρτημάτων είναι πολύ συνηθισμένες στην Γαλλία και Αγγλία σε αντίθεση με την Ιταλία και την Ισπανία που οι αγορές είναι ένας πλήρης εξοπλισμός. Οι αγοραστές των εξαρτημάτων κουζίνας είναι συνήθως νέοι όπου ψάχνουν νέους τρόπους αγοράς όπως το ίντερνετ.



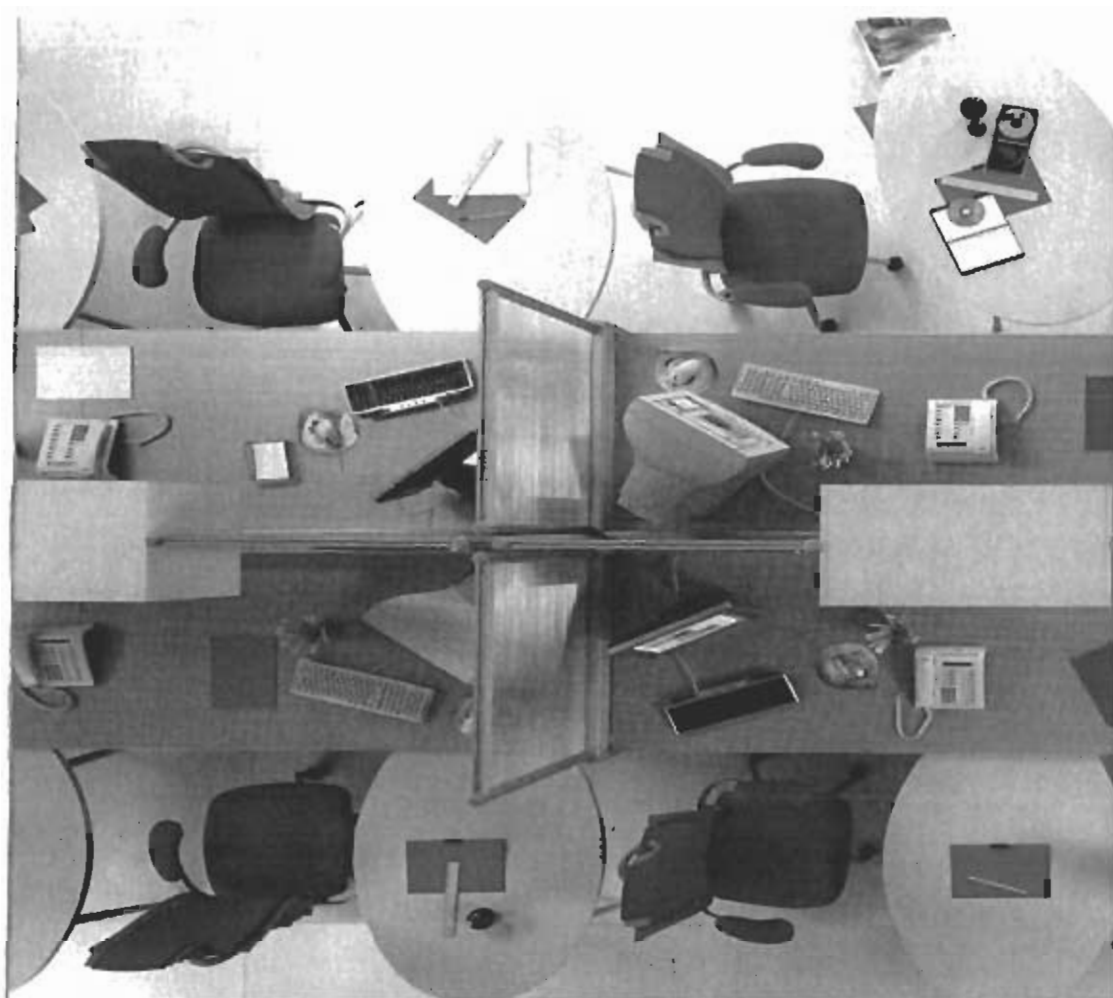
Γ) Τα έπιπλα γραφείου είναι ίσως το πιο απαιτητικό και ταχύτατα εξελισσόμενο είδος στον κλάδο των επίπλων, δεδομένου του γεγονότος ότι πρέπει να συμβαδίζουν με τις νέες τάσεις και τις ολοένα αυξανόμενες ανάγκες που παρατηρούνται στον σύγχρονο χώρο εργασίας.

Είναι απαραίτητο να ανταποκρίνονται κάθε φορά στις αλλαγές που επιφέρουν οι νέες τεχνολογίες και η σταδιακή ανάπτυξη νέων μορφών ευέλικτης απασχόλησης. Η αισθητική, η λειτουργικότητα, η άνεση και η εργονομία, είναι κάποια από τα βασικά ζητούμενα τα οποία καλούνται να καλύψουν τα έπιπλα γραφείου με τη μορφή

που θα δώσουν στον εκάστοτε εργασιακό χώρο. Τα είδη αυτής της κατηγορίας είναι τα παντός είδους γραφεία, καθίσματα, ερμάρια, βιβλιοθήκες, και διαχωριστικά χώρου (εκτός γυψοσανίδων). Το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς επίπλου γραφείου καλύπτεται από την εγχώρια παραγωγή.

Το συνολικό μέγεθος αγοράς σε γραφεία, καθίσματα, ερμάρια, βιβλιοθήκες, συρταροθήκες, έχει ανοδική πορεία από το 1995 έως σήμερα με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 7,5%. Η εγχώρια παραγωγή συστημάτων διαχωριστικών χώρων παρουσίασε διαχρονική αύξηση την περίοδο 1995 – 2005.

Το κύριο χαρακτηριστικό της κατηγορίας αυτής είναι ότι σε αυτή δραστηριοποιούνται μεγάλου μεγέθους εταιρείες οι περισσότερες των οποίων είναι καθετοποιημένες. Διαθέτουν αυτοματοποιημένη παραγωγική διαδικασία και σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό, ενώ πραγματοποιούν σημαντικές επενδύσεις για την περαιτέρω ανάπτυξή τους.



Δ) Οι ειδικές κατηγορίες επίπλων αφορούν το μικρότερο ποσοστό της παραγωγής με ποσοστό 2% και πρόκειται για εξειδικευμένα προϊόντα. Κάποια από αυτά είναι έπιπλα εκκλησίας, σκαφών αναψυχής, ξυλόγλυπτα έπιπλα κ.α.

4) Α΄ ΥΛΕΣ - ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ

Υπάρχουν 2 κατηγορίες υλικών. Τα φυσικά υλικά και τα τεχνητά. Τα φυσικά, χρησιμοποιούνται με μικρές μόνο μηχανικές επεξεργασίες χωρίς χημικές μεταβολές. Τέτοια υλικά είναι το μάρμαρο, η πέτρα, το ξύλο. Τεχνητά υλικά είναι αυτά που προκύπτουν από υλικά που βρίσκονται στη φύση, αλλά υποβάλλονται σε ειδική σειρά επεξεργασιών είτε αυτή είναι φυσική, είτε χημική που τους αλλάζει ριζικά την αρχική μορφή τους .

A) Φυσικά υλικά

Το κυριότερο φυσικό υλικό που χρησιμοποιείται στην παραγωγή επίπλου σήμερα είναι το ξύλο. Τα κυριότερα είδη ξυλείας που χρησιμοποιούνται, είναι αυτά της οξιάς, κερασιάς, δρυός, μασίφ, ελάτης, ή καπλαμαριστά (pdf). Αυτά προτείνονται σαν ξύλα αντοχής, ευελιξίας και μοδας. Το μάρμαρο και την πέτρα επίσης συναντάμε όμως σε ειδικές κατηγορίες επίπλου.

B) Τεχνητά υλικά

Πολυμερή (πλαστικά). Είναι μια ουσία που αποτελείται από μόρια τα οποία χαρακτηρίζονται από επανάληψη μιας ή περισσότερων χημικών μονάδων. Διακρίνονται ανάλογα με την επεξεργασία τους, σε ομοπολυμερή, συμπολυμερή, θερμοπλαστικά, θερμοσκληρυνόμενα, και ελαστικά. Είναι ευαίσθητα στις μεγάλες θερμοκρασίες, στις οποίες μειώνεται η αντοχή τους .

Τα βασικά πλεονεκτήματα των πλαστικών είναι η μεγάλη ευελιξία στις ιδιότητες, η ευχέρεια μορφοποίησης (σε χαμηλές θερμοκρασίες υπάρχει δυνατότητα μορφοποίησης) και το χαμηλό κόστος. Η εκτεταμένη χρήση των

πολυμερών υλικών βασίζεται κυρίως στην υψηλή αντοχή τους και στην διάβρωση.

Νάυλον Είναι αδιαφανή υλικά, με βασικό χαρακτηριστικό την υψηλή αντοχή, την ευκαμψία, την ελαστικότητα και την αντοχή σε φθορά από τριβή.

Κόλλες Η κόλλα είναι ένα υλικό το οποίο χρησιμοποιείται ευρύτατα στην επιπλοποιία και σε οικοδομικές εργασίες. Λόγω των μικρών αντοχών των κολλήσεων στην υγρασία, αποφεύγεται σε ξυλουργήματα εξωτερικών χώρων. Η συγκόλληση μπορεί να γίνει εν ψυχρώ και εν θερμώ.



Mdf (καπλαμάς). Το σύνθετο υλικό αυτό αποτελείται όπως λένε οι ειδικοί από τα «σκουπίδια» του ξύλου, τα οποία συμπυκνώνονται και δημιουργούν μια μάζα ξύλου. Χρησιμοποιείται ευρέως στην παραγωγή λόγω του μηδαμινού, σε σχέση με το ξύλο, κόστους(επενδυμένο με φλουδες ξυλου.

Βερνίκι. Χρησιμοποιείται μετά την επεξεργασία του ξύλου για την προστασία του, την αντοχή καθώς και την αισθητική. Η βάση παραγωγής τους περιλαμβάνει χημικώς τροποποιημένα φυσικά πολυμερή με προσθήκη

διαλυτών και αραιωτικών ή συνθετα πολυμερή στα οποία περιέχεται και το σύνθετο καουτσούκ. Τα βερνίκια διαχωρίζονται σε...

Πλαστικά- ρελιεφ – τσιμεντοχρωματα – μονωτικά & υποστρώματα.

βερνίκια – λακκες & υποστρώματα.

Βερνικοχρωματα & υποστρώματα.

Διαλυτικά και στεγνωτικά χρωμάτων.

Γυαλί. Τα τελευταία χρόνια το γυαλί, θεωρείται το κατεξοχήν διακοσμητικό υλικό. Μπορεί να προστεθεί σε ντουλάπες, βιβλιοθήκες αλλά και κάθε αρχιτεκτονική σχεδίαση.

Ύφασμα. Χρησιμοποιείται για την επένδυση καθιστικών επίπλων όπως πολυθρόνα, καναπές, καρέκλα κ.λ.π.

Μελαμινες Έχει μορφή ξυλου. Κατασκευάζεται από νοβοπάν(τριμμένα ρινίσματα). Οι μελαμινες έχουν ευρεία χρήση στην κατασκευή επίπλου.

Laminate. Πρόκειται για ένα υλικό όπου τα τελευταία χρόνια άρχισε να χρησιμοποιείται ευρέως στην Ευρώπη για την επένδυση στα πορτάκια κουζίνας και είναι το πιο σύνηθες υλικό που χρησιμοποιείται από τις οικονομικότερες εταιρείες. Η χρήση αυτού του υλικού έχει αυξηθεί κατά πολύ σε σύγκριση με τη χρήση πολυμερών και μελανίνης.

Το 2004 το 47% της ευρωπαϊκής παραγωγής κουζίνας είχε χρήση laminate. Ιδιαίτερα για κουζίνες μοντέρνου στυλ, το υλικό αυτό προσφέρει μεγάλη ποικιλία σε χρώματα, είναι ιδιαίτερα πρακτικό καθώς καθαρίζεται

εύκολα και παραμένει αναλλοίωτο στο χρόνο. Η Γερμανία, η Ιταλία και η Γαλλία παράγουν συνολικά το 70% της Ευρωπαϊκής παραγωγής σε laminate κουζίνας .

Γενικά στις ανεπτυγμένες χώρες το laminate είναι το σύνηθες υλικό κατασκευής και ακολουθείται από τον καπλαμά. Από την άλλη πλευρά το μασίφ ξύλο κυμαίνεται σε ακόμα μικρότερα ποσοστά της παραγωγής παρουσιάζοντας κάποια μικρή πτώση. Οι χώρες που χρησιμοποιούν κυρίως το μασίφ ξύλο είναι η Γαλλία, η Αυστρία και η Φινλανδία. Ο καπλαμάς και το μασίφ ξύλο είναι τα 2 υλικά που προτιμούν κυρίως οι ευρωπαίοι κατασκευαστές επίπλων, όπου η οπτική εμφάνιση του ξύλου είναι πιο επιβλητική και ιδιαίτερα σε κλασσικά και παραδοσιακά στυλ. Παρακάτω έχουμε κάποιες ενδεικτικές τιμές των κυριοτέρων α΄υλων.

ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ

ΒΑΣΙΚΑ ΕΙΔΗ

ΕΙΔΟΣ	ΔΙΑΣΤΑΣΗ (cm)	ΤΙΜΗ (ΜΕ ΦΠΑ) euro
Μελαμινη λευκη	366x183x6	25,94
Μελαμινη εγχρωμη	366x183x16	42,70
MDF	366x187x12	34,47
Σουηδιας πευκη	25x125-150	571
Μαδερια		268
Καδρονια		300,90
Νοβοπαν	366x187x16	25,43

ΣΚΛΗΡΗ ΞΥΛΕΙΑ

ΕΙΔΟΣ	ΔΙΑΣΤΑΣΗ (cm)	ΤΙΜΗ (με φπα) euro
Δρυς	25x150	1457
Οξυα	50(2,10-2,40 μηκος)	946
Αμπουρα	50 & 80	1201
Αγγιους	50	714
Ιροκο	50-80	1511

5)ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Α)ΓΕΝΙΚΑ

Τα τελευταία χρονιά κυριαρχεί η υψηλή ένταση εργασίας . Η αυξανόμενη αυτοματοποίηση και η δημιουργία ιδιωτικών επιχειρήσεων έχει αυξήσει σημαντικά την παραγωγικότητα, που παρόλα αυτά, παραμένει εξαιρετικά χαμηλή. Ο μέσος Έλληνας επιχειρηματίας επιπλοποιός έχει περιορισμένοι τεχνολογία, με εξαίρεση κάποιες υπερσύγχρονες μονάδες παραγωγής επίπλου. Αντιθέτως, στη παγκόσμια βιομηχανία επίπλου η ρομποτική τα fms(ευέλικτα συστήματα παραγωγής) αποτελούν τον βασικό τρόπο παραγωγής. Τα αποτελέσματα ερευνάς της Ελληνικής βιοτεχνίας – βιομηχανίας επίπλου, όσο αφορά τη σχέση εξοπλισμού και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος δείχνουν...

- Την έμφαση στην αξία του προϊόντος , μέσα από τον εξειδικευμένο εξοπλισμό (συνήθως η αξία του προϊόντος εξαρτάται από την ποιότητα η΄ το κόστος) .
- Την έμφαση στην καινοτομία μέσα από την αυτοματοποίηση.
- Την έμφαση στην ευελιξία μέσα από την ενδοεταιρική ανάπτυξη προϊόντος .

Όπως έχει προαναφερθεί ο κλάδος της επιπλοποιίας στην Πάτρα δεν έχει γνωρίσει ακόμα μεγάλη άνθιση και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την έλλειψη τεχνογνωσίας και την μη ύπαρξη σύγχρονων μέσων παραγωγής . Έτσι λοιπόν , οι περισσότερες επιχειρήσεις ακολουθούν τις κλασσικές μεθόδους παραγωγής με την επεξεργασία του ξύλου.

B) ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ – ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ

-

Οι διαδικασίες παραγωγής του επίπλου με βασική πρώτη ύλη την ξυλεία ακολουθεί τα παρακάτω σταδία

1. Σχεδίαση επίπλου σε κλίμακα . Σε αυτή τη διαδικασία γίνεται ο σχεδιασμός του επίπλου. Είναι μια από τις σημαντικότερες διαδικασίες , γιατί από αυτό το σημείο θα κριθεί η τελική μορφή του έργου. Επίσης η σπουδαιότητα αυτής της διαδικασίας έγκειται στο ότι βγαίνουν οι φόρμες και οι διαστάσεις των επιμέρους μερών (ποδιά καρεκλάς, επιφάνειες, κτλ.)Γενικά η σχεδίαση είναι μια ξεχωριστή επιστήμη για την οποία θα αναφερθούμε παρακάτω.

2. Κοπή ξυλείας στα κατάλληλα τεμάχια . Σε αυτήν την φάση πραγματοποιείται η Κοπή του ξύλου στις διαστάσεις που έχουν υπολογιστεί κατά τον σχεδιασμό. Σημαντικό είναι να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο ότι εκτός από τον τεμαχισμό στα μηχανήματα(κορδέλα, πριονιά κλπ) , τα τεμάχια μορφοποιούνται κατάλληλα ώστε να γίνει στο επόμενο στάδιο η σύνδεση. Δηλαδή στο κάθε μέρος, ανάλογα με τον σχεδιασμό και τις προβλέψεις , δημιουργούνται οι κατάλληλες προεξοχές ή τρύπες .

3. Σύνδεση μερών . Είναι η διαδικασία όπου τοποθετούνται και συνδέονται τα μέρη δίνοντας την μορφή του επίπλου. Τα μέρη του ξύλου μπορούν να συνδεθούν μεταξύ τους με μη λυόμενο και λυόμενο τρόπο. Στις μη λυόμενες συνδέσεις τα μέρη κολλιούνται μεταξύ τους. Στις λυόμενες συνδέσεις τα μέρη πρέπει να συναρμολογηθούν μέσω κατάλληλων συνδέσεων ξύλου, ή συνδετικών μέσων(συνδέσμων), ή να συνδεθούν μεταξύ τους δια μέσω άλλων εξαρτημάτων. Θεωρείται , ειδικά για το ξύλο, μια πολύ σημαντική διαδικασία για τον παρακάτω λόγο. Το γεγονός ότι το ξύλο κινείται(συστολή – διαστολή) πρέπει να υπολογίζεται κατάλληλα .

4. Βαφή και φινίρισμα λουστραρίσματος .Το φινίρισμα είναι η διαδικασία όπου γίνεται επεξεργασία των επιφανειών, ώστε να γίνουν λείες. Στη συνέχεια η βαφή είναι η τελευταία διαδικασία της παραγωγής επίπλου

και δίνει σε αυτό ζωντάνια, προστασία και στυλ. Τα υλικά που χρησιμοποιούνται είναι βερνίκια και βερνικοχρώματα . τα μεν βερνίκια δεν δίνουν χρώμα αλλά είναι ένα μέσο συντήρησης του ξύλου. Τα δε βερνικοχρωματα αφενός συντηρούν αφετέρου δίνουν χρώμα στο ξύλο. Επίσης κατά την βαφή χρησιμοποιούνται διάφορες μορφές χρωματικών ουσιών όπως οι λακές.

- Τα μηχανήματα με ευρεία χρήση στις βιοτεχνίες επίπλου στην Πάτρα τα τελευταία χρόνια είναι τα παρακάτω.

Ο πάγκος του ξυλουργού. Είναι το τραπέζι εργασίας και εξυπηρετεί στην τοποθέτηση και στερέωση των κατασκευαστικών στοιχείων(τεμαχίων) κατά την επεξεργασία τους. Η επιφάνεια είναι από άριστης ποιότητας ξύλο αποξηραμένης κόκκινης οξιάς , είναι κολλημένα με δόντια ώστε να μη σκέβρωνε η επιφάνεια και να μπορεί να όντα[αποκρίνεται στις ωθήσεις και στις ισχυρές καταπόνησης .

Όργανα μέτρησης και εργαλεία χαράξεων. Με αυτά πραγματοποιούνται οι μέτρηση και η σύγκριση ενός μήκους ή μιας γωνίας με ένα όργανο μέτρησης . Χάραξη είναι η μεταφορά μιας διάστασης η´ μεγέθους γωνίας στο προς κατασκευή στοιχείο ,μέσω σημείωσης με μολυβί(συνήθως) η´ αιχμής τρυπανιού.

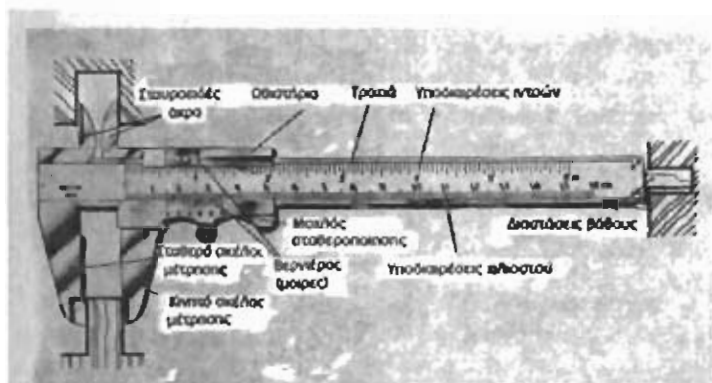
Τα Όργανα μέτρησης που χρησιμοποιούνται είναι τα:
-μέτρησης μήκους

-μέτρησης πάχους (παχύμετρα)

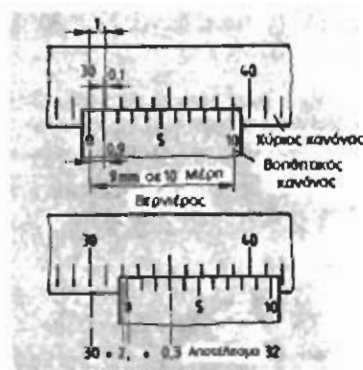
-μέτρησης γωνιών

Τα εργαλεία χαράξεως είναι:

- χαράκτης αποστάσεων.
- Σουβλί διανοίξεως οπών.
- Διαβήτες .



Σχήμα 4. Διαστημόμετρο (γενικό παχύμετρο)

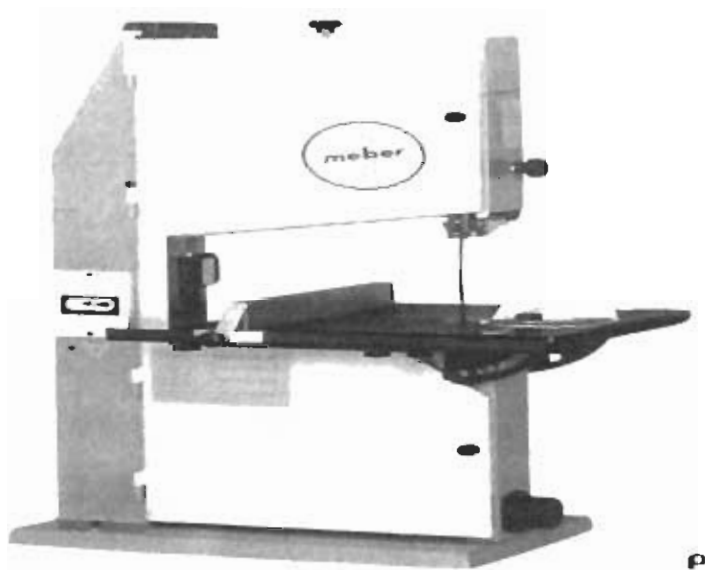


Σχήμα 5. Δέκατα βερνιέρου

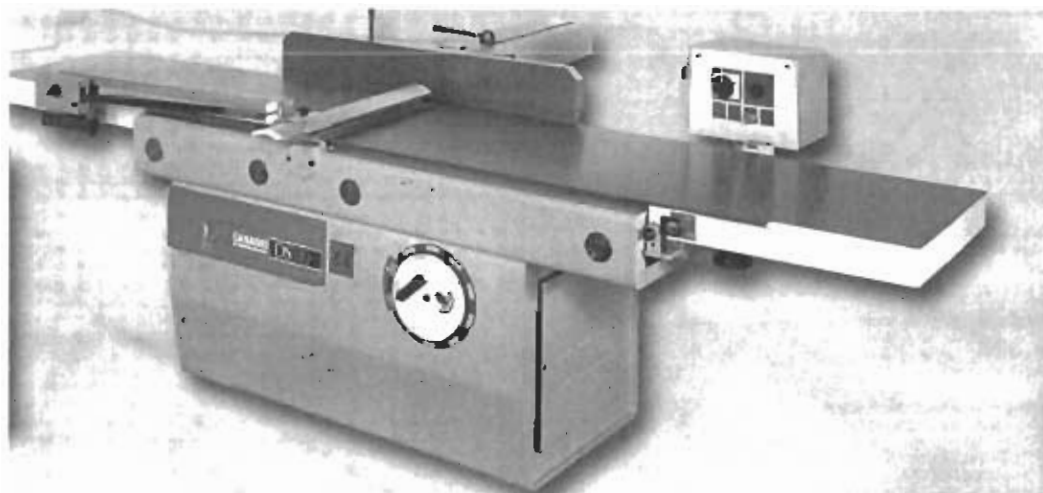
Μηχανές πριονισμού. Οι Μηχανές αυτές χρησιμοποιούνται για το διαχωρισμό, την αυλάκωση, τη Χάραξη και την εγκοπή των προς κατασκευή υλικών στοιχείων.



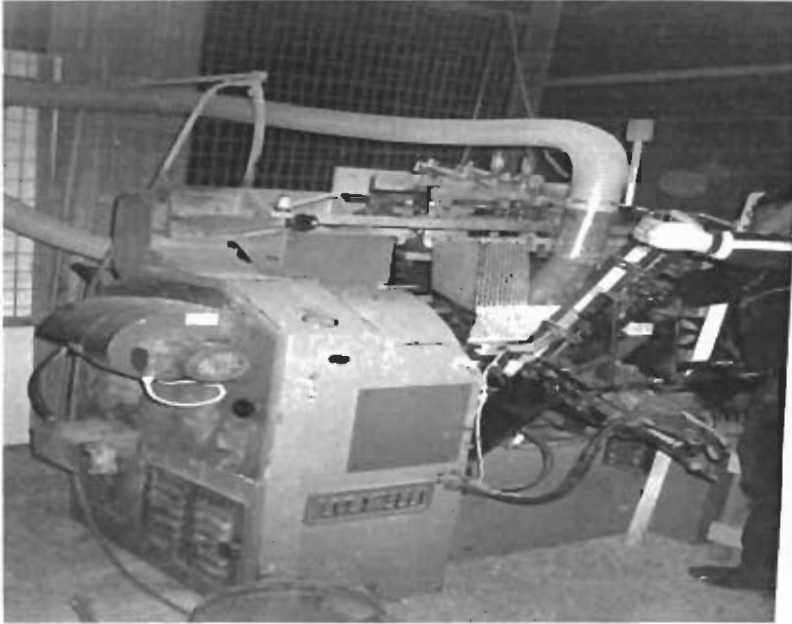
Επιτραπέζια μηχανή πριονοκορδέλας . Με την πριονοκορδέλα τα κατασκευαστικά στοιχεία κόβονται κατά μήκος ανάλογα με τη Χάραξη ή με την βοήθεια του επικρουστήρα .



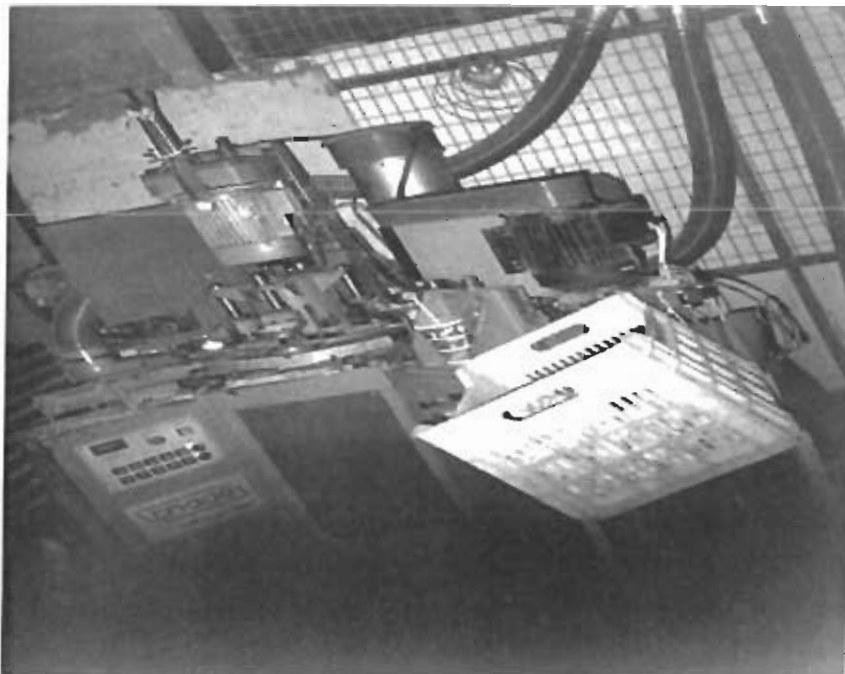
Μηχανικές πλάνες . Το πλάνισμα του ξύλου είναι ένα βασικό στάδιο κατεργασίας για την παραγωγή του επίπλου. Η ποιότητα της πλανισμένης επιφάνειας εξαρτάται από την ποιότητα και την δομή του ξύλου και από μια σειρά τεχνικών στοιχείων. Πρόκειται δηλαδή για έναν κύλινδρο ο οποίος έχει κάποια μαχαιριά τα οποία περιστρέφονται και δίνουν κοίλη μορφή στο ξύλο.



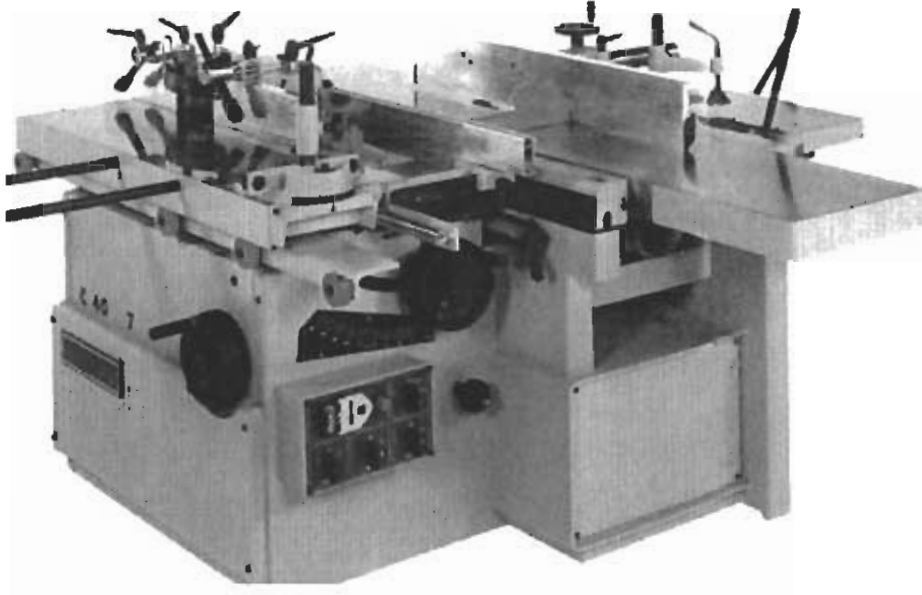
Μηχανές κοπής (φρέζες) . Οι Μηχανές αυτές χρησιμεύουν για την κατασκευή ξύλινων συνδέσεων, για την Κοπή διατομών και για την κοίλη Κοπή ξύλου.



Μηχανές τρυπανισμού. Το τρύπημα είναι μια μέθοδος αφαιρέσεως υλικού κατά την οποία το εργαλείο κατασκευάζει για μέσω περιστροφικής κινήσεως μια στρογγυλή τρυπά.



Σύνθετες Μηχανές . Σε αυτές τις Μηχανές είναι ενωμένες πολλές ξεχωριστές Μηχανές σε μια μηχανή.



Μηχανικά τριβεία. χρησιμεύουν στην λείανση της επιφάνειας των κατασκευαστικών υλικών.



Μηχανές χειρός . Ο επιπλοποιός για την επεξεργασία του ξύλου χρησιμοποιεί διάφορες μηχανές χειρός . Από τις μηχανές αυτές ο

επιπλοποιός χρησιμοποιεί κυρίως το μηχανικό δισκοπρίονο χειρός και το όρθιο μηχανοπρίονο, την μηχανική πλάνη χειρός, το μηχανικό τρυπάνι χειρός, τη μηχανική φρέζα χειρός και διάφορα είδη από τα μηχανικά τριβεία χειρός.



6) ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ DESIGN & Η ΣΧΕΔΙΑΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΠΛΟΥ

Η μόδα και οι τάσεις αποτελούν πηγή έμπνευσης, αλλά το σημαντικότερο είναι να ζούμε σε χώρους που ταιριάζουν στην προσωπικότητά μας. Η τάση αυτή αφορά στις αλλαγές της κοινωνίας, οι οποίες συχνά ακολουθούν ένα συγκεκριμένο μοτίβο. Βασικά, δεν υπάρχει μία μοναδική ερώτηση «τι είναι μόδα τώρα». Οι επιρροές έρχονται από παντού ιδίως, καθώς οι κοινωνίες μας γίνονται όλο και πιο περίπλοκες. Είναι αδύνατο να ξεχωρίσει κανείς μερικά χρώματα και σχήματα τα οποία εκπροσωπούν όλους μας. Το μόνο σταθερό και μόνιμο σημείο στο οποίο μπορούμε να επιμείνουμε στη μόδα σήμερα είναι η αλλαγή (συνδυάστε,

ταιριάζετε) προσθέστε και αφαιρέσετε , κάνετε ότι θέλετε. Πιο συγκεκριμένα θα περιγράψουμε παρακάτω τις τάσεις που επικρατούν τα τελευταία χρόνια , καθώς και την συμβολή αυτών στην σχεδίαση των επίπλων.

Από τον μινιμαλισμό στον персонаλισμό.

Μια από τις πλέον ενδιαφέρουσες αλλαγές που παρατηρήθηκε στην διακόσμηση τα τελευταία χρόνια . Απλές γραμμές , σχεδόν καθόλου χρώμα και μικρές νύξεις Ασιατικού στυλ.

Refill

Σήμερα μια από τις πλέον σημαντικές λέξεις στη διακόσμηση και στη μόδα γενικά είναι η εξατομίκευση. Είναι κατά τους διακοσμητές μια φυσική εξέλιξη μετά τον μινιμαλισμό , καθώς κατά την διάρκεια της περιόδου αυτής αδειάσαμε τα σπίτια μας και δημιουργήσαμε ελεύθερο χώρο. Τώρα γεμίζουμε τον χώρο αυτό αλλά με πολύ προσοχή και σκέψη. Δηλαδή, αυτό που ο καθένας πιστεύει ότι ταιριάζει στο ego του ,είναι τελικά αυτό που πρέπει να προστεθεί στο χώρο.

Personalism

Σύμφωνα με αυτήν την τάση , ο καθένας επιλέγει πράγματα όπου , ακόμα και αν δεν έχουν καμία σχέση μεταξύ τους (χαλί από την λαϊκή αγορά με ένα σύγχρονο ιταλικό τραπεζάκι),στο τέλος πετυχαίνεται ένα τέλειο ταίριασμα.

Όπως καταλαβαίνουμε, η γενικότερη εικόνα που επικρατεί στην διακόσμηση, περνάει και στην σχεδίαση του επίπλου. Πλέον, τα μοντέρνα ,

φτηνά και πρακτικά έπιπλα είναι ένα γεγονός . Οι μεγάλοι σχεδιαστές του χώρου χρησιμοποιούν τα τελειότερα συστήματα ψηφιακής σχεδίασης μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστών, σε τρισδιάστατες φόρμες . Το design στο έπιπλο τελευταία έχει αναδείξει ένα μεγάλο σχεδιαστή, όπου τυγχάνει να είναι από την χώρα μας και συγκεκριμένα από την Πάτρα . Ο Κωνσταντίνος Γκόντας προσελήφθη ως μόνιμος συνεργάτης του γνωστού Ιταλικού consorzio Bakokko, που είναι το μεγαλύτερο και ισχυρότερο στον κόσμο, στην κατασκευή καρεκλών και τραπεζιών. Η επιλογή του Κωνσταντίνου Κοντά για τη θέση αυτή αποκτά ακόμη ιδιαίτερη σημασία αφού έγινε από έναν Ιταλικό οίκο και σε μια χώρα σαν την Ιταλία, η οποία κυριαρχεί απόλυτα στον σχεδιασμό του επίπλου και όχι μόνο. Η συμφωνία για την συνεργασία αυτή ολοκληρώθηκε 24/02/2006

Ημέρα Παρασκευή στην έδρα του consorzio Bakokko , παρουσία του προέδρου της . Αυτό το γεγονός αποτελεί πρόκληση για την τοπική βιοτεχνία επίπλου, μιας και ένας σχεδιαστής διεθνούς φήμης μπορεί να προσφέρει στην γενέτειρά του , δίνοντας νέα ώθηση στην περιοχή. Γενικά οι μεγαλύτερες βιομηχανίες επίπλων σήμερα , είτε συνεργάζονται με βιομηχανικούς σχεδιαστές όπως ο κύριος Γκόντας , είτε αντλούν σχέδια από τις χιλιάδες web design εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο διαδύκτιο. Επίσης , όπως έχουμε προαναφέρει υπάρχουν τα συστήματα ψηφιακού σχεδιασμού επίπλων ,όπως για παράδειγμα το τελευταίας τεχνολογίας **cabinet designer**. Το cabinet designer είναι ένα σύστημα ψηφιακού σχεδιασμού επίπλων κουζίνας και ντουλάπας , όπου λύνει τα χέρια σε κάθε σύγχρονη επιχείρηση, συνδυάζοντας την κορυφαία ποιότητα εικόνας με την ακρίβεια κατασκευής. Όπως περιγράφονται οι δυνατότητες από τον κατασκευαστή του, το c.designer έχει: Δυνατότητα διαχειρίσεις πολλαπλών εργοστάσιων με

πολλαπλά μοντέλα κουζίνας – ντουλάπας . Ο χρήστης έχει πρόσβαση σε όλες τις κατασκευαστικές παραμέτρους του μοντέλου και μπορεί να τις προσαρμόζει στο δικό του κατασκευαστικό σύστημα. Επίσης έχει τη Δυνατότητα δημιουργίας και φύλαξης σεναρίων ανά μοντέλο με συνδυασμούς επιλογών για κάθε μέρος της κουζίνας . Τέλος έχει την Δυνατότητα αυτόματης σχεδίασης , εναλλαγής και παρουσίασης δειγμάτων στον χρήστη του.

7) ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Η τμηματοποίηση της αγοράς είναι η υποδιαίρεση της αγοράς σε ομοιογενή τμήματα πελατών, που το καθένα μπορεί εύκολα να επιλέγει και να αντιμετωπιστεί σαν μια μικρότερη εξειδικευμένη αγορά. Η μελέτη και ανάλυση αυτών των τμημάτων θα οδηγήσει σε μια πληρέστερη εκμετάλλευση των ευκαιριών της αγοράς .

Στην προκείμενη περίπτωση , είναι αναγκαία διαδικασία του επιπλοποιού να ορίσει σε πιο τμήμα της αγοράς αναφέρεται ώστε να δημιουργήσει την κατάλληλη στρατηγική προσέλκυσης αυτού του τμήματος. Στην Πάτρα σήμερα οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν έχουν καταφέρει να αξιοποιήσουν αυτή τη διαδικασία , αλλά αυτό θα εξετασθεί πιο αναλυτικά στην συνέχεια.

Παρακάτω γίνεται προσπάθεια τμηματοποίησης της αγοράς, σε σχέση με κάποιες παραμέτρους που ίνα καθοριστικοί σε ότι έχει να κάνει σχέση με την συμπεριφορά καταναλωτή απέναντι στο έπιπλο.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑ

ΗΛΙΚΙΑ(έτη)	ΕΙΣΟΔΗΜΑ	ΑΝΑΓΚΕΣ	ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ
1 - 3	Εξαρτώμενα από γονείς .	Φυσιολογικές ,Ασφάλειας , ανακούφιση, παρέα , ζωντάνια, στοργή	Οι γονείς επιλέγουν με πολύ ενθουσιασμό, ασφαλή κρεβάτια με παιχνίδια και ζωντανά χρώματα.
4 - 18	Εξαρτώμενα από γονείς .	Παιχνίδι, ξεκούραση, δημιουργία. Διάβασμα για το σχολείο.	Οι γονείς επιλέγουν πρακτικά έπιπλα, ευέλικτα καθώς και παιδικά χρώματα που επιτρέπουν όμως κατάλληλες προϋπόθεσης να διαβάζουν.
19 – 27 (ηλικία	Μικρό εισοδημα.	Ασφάλειας,	επιλέγουν μόνοι

γάμου)	Υπαρχει βοήθεια από τους γονείς .	κοινωνικές . Επίδειξης αναζήτησης μελέτης .	τους μοντέρνα έπιπλα με τα οποία ταυτίζουν το ego τους .
28 – 55 (ή έως σύνταξη)	Σταθερό εισόδημα	κοινωνικές, εκτίμησης, Αυτοκαταξίωσης .	Επιλέγονται πιο κλασσικά έπιπλα με διάρκεια στο χρόνο.
55 ΚΑΙ ΑΝΩ	Σταθερό εισόδημα	Αυτοκαταξίωσης, Ηρεμίας, εκτίμησης .	Παραδοσιακά έπιπλα εναρμονισμένα με την έξοχη.

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε πως ο άνθρωπος ανάλογα με το στάδιο της ζωής του έχει διαφορετικές ανάγκες και μέσα, όπου επηρεάζουν τις προτιμήσεις του. Για παράδειγμα τελειώνοντας το σχολείο ο άνθρωπος, προσπαθεί να εκφράσει τον εαυτό του και να ξεφύγει από την προστασία των γονιών του, αποδεικνύοντας έτσι πως μπορεί να τα καταφέρει. Αντίθετα μετά την μέση ηλικία ο άνθρωπος αναζητά ηρεμία κοντά στη φύση γυρίζοντας στην παράδοση. Σε άλλες αγορές απευθύνεται ο νέος και σε άλλες ο μεσήλικας.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΠΙΠΛΟΥ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΠΙΠΛΟΥ	ΠΙΘΑΝΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ
ΟΙΚΙΑΚΑ	Οικογένειες

	οικοδομικές εταιρείες , Ξενοδοχεία, κ.λ.π
ΕΠΙΠΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	εταιρείες , δημόσιοι οργανισμοί, σχολεία πανεπιστήμια, ιδιωτικές επιχειρήσεις κ.λ.π
ΕΠΙΠΛΑ ΚΟΥΖΙΝΑΣ	Οικογένειες ,εστιατόρια Ξενοδοχεία οικοδομικές εταιρείες .

Σε αυτό τον πίνακα βλέπουμε πως η κάθε κατηγορία επίπλου έχει τους δικούς της αγοραστές . Επίσης φαίνεται πως για μια κατηγορία μπορούμε να στοχεύσουμε σε πολλές ομάδες καταναλωτών.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΑΞΗ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΑΞΗ	ΕΙΣΟΔΗΜΑ (ευρω)	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ
ΚΑΤΩΤΕΡΗ	200 - 500	Εργαζόμενοι με περιορισμένα έσοδα και δυνατότητες. Συνήθως ανειδίκευτοι και	Χαμηλής ποιότητας έπιπλα.

		χωρίς σταθερό επάγγελμα.	
ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ	500 – 1200	Υπάλληλοι γραφείου, δημ. Υπάλληλοι. Το μεγαλύτερο ποσοστό.	Ακολουθούν πάντα τις τάσεις τις μόδας.
ΜΕΣΑΙΑ	1200 – 3000	Επαγγελματίες καριέρας, διευθυντές και έμποροι. Δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην αγορά ποιοτικών προϊόντων.	Ενδιαφέρονται για καλής ποιότητας έπιπλα.
ΑΝΩΤΕΡΗ	3000 – 10000	Επιχειρηματίες. Ξοδεύουν πολλά για την επίδειξη.	Ότι πιο ακριβό και μοντέρνο.
ΕΛΙΤ	10000 και άνω	Ζουν κυρίως από την κληρονομική περιουσία. Ξοδεύουν πολλά σε σπάνια αντικείμενα.	Loux marketing

Από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα βλέπουμε πως η κάθε κοινωνική τάξη συμπεριφέρεται διαφορετικά στην αγορά επίπλου. Για παράδειγμα άτομα τις μικρομεσαίας κοινωνικής τάξης ακολουθούν πάντα την μόδα. Όποτε μπορούμε να υποθέσουμε πως σήμερα αυτή η ομάδα καταναλωτών αναζητά μοντέρνα και σε καλή τιμή έπιπλα. Σίγουρα , δεν έχει την ίδια αντιμετώπιση με την ελίτ κοινωνική τάξη η οποία απαιτεί μια ιδιαίτερη μεταχείριση.

ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΡΥΘΜΟΙ ΖΩΗΣ	ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ
ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ	Εδώ οι ρυθμοί είναι γρήγοροι και συνεχώς μεταβαλλόμενοι. Οι νέες τάσεις προσαρμόζονται εύκολα.	Πολλές και διαφορετικές προτιμήσεις. Λόγω των αλλαγών υπάρχουν περισσότερα στάδια αγοράς.
ΜΙΚΡΕΣ ΠΟΛΕΙΣ	Σταθεροί ρυθμοί Κλειστή οικονομία.	Υπάρχει συνήθως μια μόδα , η οποία αλλάζει πιο αργά.
ΧΩΡΙΑ	Οι τάσεις αλλάζουν πολύ δύσκολα. Το σπίτι αποτελεί ιερό μέρος.	Κλασσικά έπιπλα. Η μόδα αλλάζει από γενιά σε γενιά.
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	Προσπάθειες διατήρησης παράδοσης	Τοπικά παραδοσιακά έπιπλα.

Όπως παρατηρούμε παραπάνω , η κάθε περιοχή έχει διαφορετικούς ρυθμούς ζωής. Ο άνθρωπος αναζητά διαφορετικές μεθόδους έκφρασης σε διαφορετικές συνθήκες ζωής. Δηλαδή , κάποιος που μένει σε μια τουριστική περιοχή όπως το Μέτσοβο , αναμφισβήτητα αναζητά να εκφραστεί με την βαριά κληρονομιά του τόπου του . Αφενός γιατί είναι υπερήφανος και θέλει να το δείξει, αφετέρου γιατί σήμερα η αρχιτεκτονική προστασία στα μέρη αυτά ίνα μεγάλη.

8) ΠΡΟΣΦΟΡΑ – ΖΗΤΗΣΗ

Για την καλύτερη προσέγγιση των οικονομικών μεγεθών στο κλάδο του επίπλου, θα ήταν χρησιμότερο να εξετάσουμε ξεχωριστά την καθεμία.

Α) ΕΠΙΠΛΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

ΖΗΤΗΣΗ

Σε αυτήν την κατηγορία οι κύριοι πελάτες του κλάδου είναι επιχειρήσεις από τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, ελεύθεροι επαγγελματίες και ιδιώτες. Συγκεκριμένα, όσο αφορά τον ιδιωτικό τομέα, η ζήτηση προέρχεται είτε από νέες επιχειρήσεις , οι οποίες πρέπει να εξοπλίσουν τον εργασιακό τους χώρο, είτε από υπάρχουσες εταιρείες , οι οποίες επιθυμούν να επεκτείνουν ή να

ανακαινίσουν τις εγκαταστάσεις τους . Επιχειρήσεις όπως , συμβουλευτικές , χρηματιστηριακές και ασφαλιστικές εταιρείες , αποτελούν σημαντική πηγή ζήτησης, αφού στηρίζονται στην εικόνα που παρουσιάζουν στον πελάτη, μέρος της οποίας αποτελεί η εμφάνιση του εργασιακού χώρου της επιχείρησης.

Σημαντική πηγή ζήτησης επίπλων γραφείου αποτελεί και ο δημόσιος τομέας , ο οποίος περιλαμβάνει υπουργία, Σέκο, πανεπιστημιακά ιδρύματα, νοσοκομεία και άλλα. Στον συγκεκριμένο τομέα η ζήτηση προκύπτει από την ανανέωση του υπάρχοντος εξοπλισμού, την εγκατάσταση ηλεκτρονικών υπολογιστών και τις ανάγκες που προκύπτουν για τα αντίστοιχα έπιπλα, καθώς και από την ίδρυση νέων υπηρεσιών – τμημάτων.

Τα ξενοδοχεία ,οι αίθουσες σεμιναρίων , τα εκπαιδευτικά κέντρα και αλλά τα οποία είτε επεκτείνουν τις εγκαταστάσεις τους είτε τις ανακαινίζουν με νέο εξοπλισμό , δημιουργούν ζήτηση για τα προϊόντα του κλάδου.

Οι Ελευθερές επαγγελματίες δημιουργούν ζήτηση κυρίως για διευθυντικό έπιπλο, ενώ η ζήτηση επίπλων γραφείου από ιδιώτες αφορά κυρίως τον εξοπλισμό σε έπιπλα για υπολογιστές και περιφερειακά, καθώς και γραφεία για νεανικά δωμάτια.

Μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν την ζήτηση επίπλων γραφείου συγκαταλέγεται η τιμή , σε συνδυασμό με την ποιότητα , καθώς και το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών. Η ποιότητα καθορίζεται μεταξύ άλλων από τα υλικά κατασκευής των επίπλων, την τεχνολογία που ενσωματώνουν και την διάρκεια ζωής τους. Τέλος , η ζήτηση επίπλων γραφείου επηρεάζεται και από την αύξηση της οικοδομικής δραστηριότητας που αφορά επαγγελματικούς χώρους .

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Οι επιχειρήσεις επίπλων γραφείου που διαθέτουν παραγωγικό τομέα είναι σχετικά λίγες και μεγάλου μεγέθους. Συγκεκριμένες εταιρείες διαθέτουν σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό και αυτοματοποιημένη παραγωγική διαδικασία, ενώ πραγματοποιούν σημαντικές επενδύσεις τόσο για την ανάπτυξη της παραγωγικής τους δραστηριότητας, όσο και του εμπορικού τους δικτύου. Παράλληλα στον κλάδο δραστηριοποιούνται αρκετές μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεις.

Από άποψη αριθμού επιχειρήσεων ο εισαγωγικός τομέας είναι περιορισμένος, σε σχέση με τον παραγωγικό. Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται είσοδος στον κλάδο επιχειρήσεων, οι οποίες δραστηριοποιούνται και στον ευρύτερο χώρο του επίπλου, διαθέτοντας επώνυμα προϊόντα. Ορισμένες από αυτές αναπτύσσουν δίκτυο καταστημάτων για την πώληση αποκλειστικά επίπλων γραφείου.

B) ΟΙΚΙΑΚΑ ΕΠΙΠΛΑ

ΖΗΤΗΣΗ

Κύριοι πελάτες του κλάδου αυτής της κατηγορίας, είναι οικογένειες και ξενοδοχεία. Συγκεκριμένα, όσο αφορά τις οικογένειες η ζήτηση προέρχεται ανάλογα με το στάδιο όπου πραγματοποιείται η αγορά. Δηλαδή μια οικογένεια σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία, είναι δυνατό να αγοράσει έπιπλα, είτε θέλοντας να μπει σε ένα καινούριο σπίτι, είτε κάνοντας ανακαίνιση, ή ακόμα και για διάφορους άλλους λόγους.

Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές μονάδες , προβαίνουν σε αγορά οικιακού εξοπλισμού σε στάδιο κατασκευής , ανακαίνισης , επέκτασης των μονάδων τους. Στην χώρα μας λόγω της Μεγακλής τουριστικής κίνησης , η ζήτηση οικιακού εξοπλισμού είναι τεραστία. Γενικά οι παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση είναι το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, τα επιτόκια χορηγήσεων, η τιμή, η ποιότητα του προϊόντος κ.λ.π.

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Οι περισσότερες επιχειρήσεις παραγωγής οικιακού επίπλου είναι παραδοσιακές μικρού μεγέθους και συνεχίζουν να κυριαρχούν, στον τομέα αυτόν,

Συγκεκριμένα , εκτιμάται ότι συγκεντρώνουν περίπου το 73% της συνολικής παραγωγής, ποσοστό το οποίο σταδιακά περιορίζεται. Το υπόλοιπο 28% μοιράζεται ανάμεσα στις μεσαίες και στις μεγάλες επιχειρήσεις .

Τα τελευταία χρονιά , μεγάλες εισαγωγικές και παραγωγικές επιχειρήσεις έχουν μπει δυναμικά στο χώρο με αποτέλεσμα να περιορίζουν την δραστηριότητα των οικογενειακών επιχειρήσεων.

Επίσης στον πρόσφορα οικιακού επίπλου έχουν διεισδύσει πολυκαταστήματα και αλυσίδες σούπερ Μάρκετ.

Γ) ΕΠΙΠΛΑ ΚΟΥΖΙΝΑΣ

ΖΗΤΗΣΗ

Οι Κύριοι πελάτες του κλάδου είναι οικογένειες και κατασκευαστικές εταιρείες .Συγκεκριμένα όσο αφορά τις οικογένειες ,οι κύριοι καθοριστικοί παράγοντες αγοράς επίπλων κουζίνας είναι η δομή της οικογένειας 30%,μια μετακόμιση 20% και αντικατάσταση λόγω της φθοράς και χρήσης 25%. Επίσης το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, η τιμή του προϊόντος, η ποιότητα, τα επιτόκια χορηγήσεων και τέλος οι τάσεις της αγοράς.

Όσον αφορά τις οικοδομικές εταιρείες, προμηθεύονται επίπλα κουζίνας για την ολοκλήρωση των εσωτερικών χωρών. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των επίπλων κουζίνας είναι βασικά, ο στόχος που απευθύνεται το έργο. Φυσικά , η τιμή , ποιότητα , ευελιξία και εγκατάσταση, μεταφορά κ.λ.π.

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Οι επιχειρήσεις παραγωγής επίπλου κουζίνας μπορεί να είναι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν ένα μικρό μέρος της αγοράς, και μεγάλες παραγωγικές μονάδες επίπλου του κλάδου αυτού.

Πάντως , τα τελευταία χρονιά στον κλάδο, έχει μπει δυναμικά η Ιταλία προσφέροντας το 60% των προϊόντων της εγχώριας αγοράς . πρόκειται για τεράστιες βιομηχανικές μονάδες που επενδύουν στον σχεδιασμό και την παραγωγή με σύγχρονα υλικά. Αυτό αποτελεί απειλή για την ελληνική μικρομεσαία επιχείρηση, αφού δεν αφήνει περιθώρια σύγκρισης design και τιμής .

Γ΄ ΜΕΡΟΣ

ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ 5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ. Σε αυτό το μέρος της εργασίας ,πραγματοποιείται η έρευνα 5 επιλεγμένων επιχειρήσεων. Η διαδικασία με την οποία θα εξάγουμε τα αποτελέσματα , είναι η ανάλυση στρατηγικής . Αρχικά, θα δούμε το ιστορικό κομμάτι και την σημερινή εικόνα της κάθε επιχείρησης ξεχωριστά , παρουσιάζοντας τα 4p's και την s.w.o.t. analysis. Στο τέλος του πρώτου μέρους , θα παρουσιαστεί η p.e.s.t analysis όπου γίνεται συλλογικά για τις 5 επιχειρήσεις όπου πραγματοποιήθηκε η έρευνα. Το δεύτερο κομμάτι της ερευνάς περιλαμβάνει την εξαγωγή συμπερασμάτων και την παραγωγή προτάσεων που προκύπτουν από την παρακάτω έρευνα αλλά και όλα τα στοιχεία που έχουμε δει στο προηγούμενο μέρος της εργασίας .

1) ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

α) ΚΑΤΡΙΒΕΣΗΣ :ΙΣΤΟΡΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟ ΧΕΙΡΟΠΟΙΗΤΟ ΕΠΙΠΛΟ

Η βιοτεχνία κατασκευής επίπλων Κατριβεσης δραστηριοποιείται στον κλάδο από το 1974. Αρχικά σαν εργαστήριο στην Γούναρη και από το 1996, έχει μεταφερθεί στην Πατρών κλέους 65, σε ιδιοκτήτη κτιριακή εγκατάσταση. Σήμερα έχοντας σχεδόν πλήρως καθετοποιηθεί με εισαγωγές διάφορων πρώτων υλών , αλλά και κατασκευάζοντας ένα όμορφο , καλαίσθητο εκθεσιακό χώρο .

Ο Κατριβεσης αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες και πλέον ανταγωνιστικές επιχειρήσεις του κλάδου στην Πάτρα. Η επιχείρηση έχει νομικό χαρακτήρα Ο.Ε και απασχολεί 10 άτομα , 3 εκ των οποίων εποχιακοί. Τα προϊόντα που παράγει είναι οικιακά έπιπλα (τραπεζαρίες , σαλόνια , κρεβατοκάμαρες κ.λ.π.) .

Οι ομάδες καταναλωτών που απευθύνεται είναι κυρίως νέα ζευγάρια , όσους σκοπεύουν σε μετακόμιση ή ανακαίνιση , αλλά και αυτούς που ενδιαφέρονται για επίπλωση υπνοδωματίου.

Τα τελευταία 4 έτη οι πωλήσεις είναι αρκετά αυξημένες και αυτό οφείλεται, κατά την γνώμη της Κας Κατριβεση, αφενός στην μεγάλη ζήτηση και αφετέρου στα ευέλικτα προγράμματα αποπληρωμής (άτοκες δόσεις, επιταγές κ.λ.π.)

Επίσης πραγματοποιούνται μεγάλες προσπάθειες για ποιοτική παραγωγή, κατάλληλη τοποθέτηση και τέλος μεγάλο πακέτο διαφήμισης . Ότι αφορά την εξυπηρέτηση πελατών, υποστηρίζεται, πως υπάρχει εγγύηση εφ'ορου ζωής , άμεση και φιλική αντιμετώπιση του πελάτη.

Για το 2005 ειδικά, ήταν μια χρονιά με αυξημένα επίπεδα πωλήσεων σε όλα τα είδη προϊόντων. Οι κρεβατοκάμαρες σημείωσαν αύξηση 50% , ενώ αλλά είδη όπως κομοδίνα 10% .



4P's

PRODUCT	-Οικιακά έπιπλα(κρεβάτι, σαλόνι, τραπέζια, πόρτες). -Έπιπλα κουζίνας (ντουλάπια κουζίνας κ.λ.π.)
---------	---

PRICE	<ul style="list-style-type: none"> - Ανταγωνιστικές τιμές - Ευέλικτα προγράμματα αποπληρωμής . - Αύξηση του τζίρου.
PLACE	<ul style="list-style-type: none"> - Πάτρα , Πατρών-κλάους 65, Έκθεση-βιοτεχνία. - E-mail:katrivesis@hotmail.com
PROMOTION	<ul style="list-style-type: none"> - Ιστορία ποιότητας στο χειροποίητο έπιπλο. - Έκθεση επίπλων. - Ευέλικτα προγράμματα αποπληρωμής. - Μεγάλο πακέτο διαφημίσεων .

S.W.O.T ANALYSIS

S(ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) –Έχει κάνει προσπάθειες καθετοποίησης της επιχείρησης, εισάγοντας κάποιες από τις α΄ύλες και δημιουργώντας έναν εκθεσιακό χώρο.

- Απασχολεί 10 άτομα προσωπικό, δηλαδή προσφέρει θέσεις εργασίας και οι προοπτικές εξέλιξης της επιχειρήσεις υπόσχονται και νέες θέσεις εργασίας , κυρίως στον παραγωγικό τομέα.
- Αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου της Πάτρας. Αυτό δείχνει την σωστή οργάνωση και ευελιξία στις μεταβολές του περιβάλλοντος.

- Αύξηση των πωλήσεων τα τελευταία 4 έτη. Άρα υπάρχουν περιθώρια επενδυτικών κινήσεων.
- Παράγει ποιοτικά προϊόντα.
- Προσφέρει, ευέλικτα προγράμματα αποπληρωμής.
- Δαπανάται ικανοποιητικό πόσο για την διαφήμιση των προϊόντων της και ιδιαίτερη προσοχή στην τοποθέτηση τους

W(ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) – Το ξύλινο επίπλο αποτελεί αναμφισβήτητα δείγμα υψηλής ποιότητας , όμως στην παραγωγή επίπλου σήμερα χρησιμοποιούνται νέας τεχνολογίας υλικά , φθηνά σε κόστος , αποτελεσματικά στην παραγωγή και μοντέρνα στην εξωτερική εμφάνιση .

-Απευθύνεται σε μια μεγάλη ομάδα καταναλωτών αγοράς επίπλων .παρόλα αυτά δεν εξυπηρετεί μια μεγάλη ομάδα καταναλωτών που είναι οι φοιτητές .

Ο(ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ)- Μεταφορά της παραγωγικής διαδικασίας στην βιομηχανική περιοχή Πατρών , επεκτείνοντας και αυξάνοντας την παραγωγή κατά πρώτο λόγο και κατά δεύτερο την σημαντική μείωση του κόστους .

- Εκμετάλλευση των κοινοτικών πλαισίων στήριξης .
- Είσοδος σε νέες αγορές
- Τα αυξανόμενα ποσοστά διαζυγίων έχουν συνέπεια την συχνή μετακόμιση των ατόμων και αυτό επηρεάζει θετικά την ζήτηση οικιακών επίπλων .

T(ΑΠΕΙΛΕΣ) - Η είσοδος ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στην Πάτρα .

- Τα μεγάλα ποσοστά ανεργίας στην Πάτρα έχουν επιπτώσεις στο πορτοφόλι των κατοίκων της και κατά συνέπεια πτώση της ζήτησης .

Β)ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

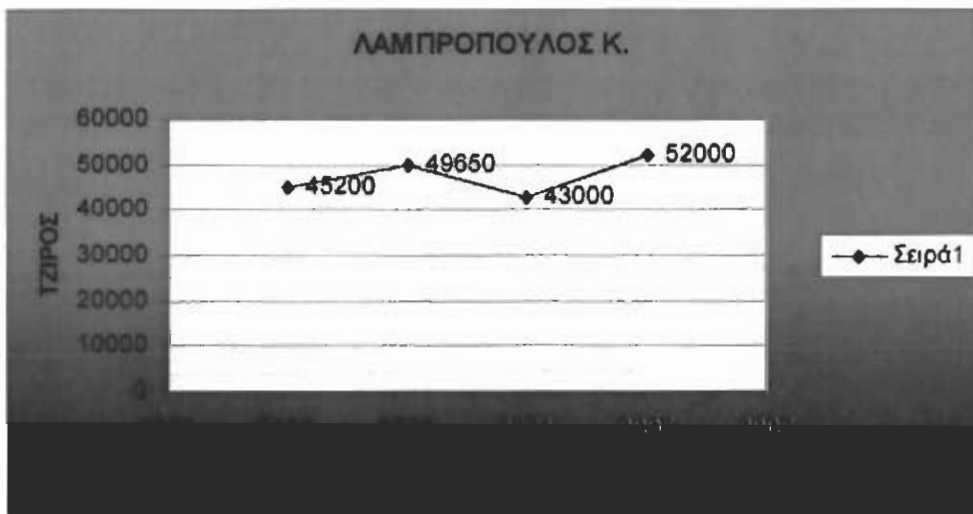
Η βιοτεχνία του κύριου Λαμπρόπουλου είναι μια οικογενειακή επιχείρηση όπου δραστηριοποιείται από το 1981 στις ξυλουργικές εργασίες και στο έπιπλο στην ευρύτερη περιοχή της Πάτρας. Το εργαστήριο βρίσκεται στην οδό Δεινοκράτους 11 όπου εργάζεται η οικογένεια του κύριου Λαμπρόπουλου.

Τα κύρια προϊόντα παραγωγής είναι τα έπιπλα κουζίνας (τραπέζια, συρτάρια, πάγκοι κ.λ.π.) καθώς και παράθυρα, πόρτες , ντουλάπια αλλά και διάφορες εξειδικευμένες κατηγορίες προϊόντων μετά από παραγγελιά. Η πορεία της επιχείρησης από την ίδρυση έως και σήμερα, σύμφωνα με τον κύριο Λαμπρόπουλο, διαγράφει μια σταθερή άνοδο.

Τα προϊόντα της απευθύνονται σε νέα ζευγάρια και γενικά όσους «ιδιώτες» ενδιαφέρονται στην επίπλωση του προσωπικού τους χώρους. Οι α ύλες που χρησιμοποιούνται είναι , ως επί των πλείστον, mdf(καπλαμάς) , μελαμινες και ξύλο μασιφ. Η τελική μορφή του επίπλου επιλέγεται με την πείρα και παίρνοντας ιδέες από προσπεκτους .

Οι κύριοι λόγοι της ανοδικής πορείας υποστηρίζεται πως είναι η σκληρή δουλεία σε συνάρτηση με τις χαμηλές τιμές. Από τα μέσα τις δεκαετίας του '90 η βιοτεχνία έχει πραγματοποιήσει σοβαρές επενδύσεις στην απόκτηση σύγχρονου μηχανολογικού εξοπλισμού και μακροπρόθεσμα στοχεύει στην ανάπτυξη μιας μεγάλης βιομηχανίας η οποία θα περάσει στα χέρια των απόγονων . Ο ιδιοκτήτης Κος Κωνσταντίνος Λαμπρόπουλος μας λέει «ο κλάδος του επίπλου έχει πολύ μέλλον και μεγάλα περιθώρια κέρδους . όμως αυτή τη στιγμή , στην ευρύτερη περιοχή της Πάτρας , εμείς οι επιπλοιοι

έχουμε έλλειψη γνώσης της διοίκησης σύγχρονων βιομηχανικών μονάδων και της χρήσης των νέων τεχνολογικών μέσων .Η νέα γενιά αν θέλει να μπει στον κλάδο , θα πρέπει να σπουδάσει το αντικείμενο και να φέρει αλλαγές στο χώρο αυτό». Στην ερώτηση πως αντιμετωπίζεται η ομάδα των 60,000 φοιτητών που φιλοξενούνται ετησίως στην Πάτρα μας άπαντα «εξυπηρετούνται από τα πολυκαταστήματα». Πάντως τα τελευταία 4 έτη έχει πραγματοποιηθεί σημαντική αύξηση των κερδών της ,με εξαίρεση το 2004 .



4P's

PRODUCT	-Έπιπλα κουζίνας (ντουλάπια, συρτάρια, τραπέζια). - Παράθυρα , πόρτες , ντουλάπια.
PRICE	- Χαμηλές σε σχέση με τις ανταγωνιστικές . - Αύξηση του τζίρου.
PLACE	- Δεινοκράτους 11, Πάτρα.
PROMOTION	- Σκληρή δουλειά , χαμηλές τιμές .

S.W.O.T ANALYSIS

S(ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) – Η πορεία της επιχείρησης από την ίδρυση της είναι ανοδική .

- Πραγματοποιούνται συνεχώς επενδύσεις .
- Χρησιμοποιείται στην παραγωγή σύγχρονος μηχανολογικός εξοπλισμός .
- Τα 4 τελευταία έτη καταγράφει άνοδο των κερδών της .
- Τα προϊόντα πωλούνται σε χαμηλές τιμές .
- Γίνεται προσπάθεια σχεδίασης μοντέρνων επίπλων παίρνοντας ιδέες από προσπεκτους .

W(ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) – Έλλειψη γνώσης χειρισμού των νέων τεχνολογικών μηχανημάτων και διοίκησης μεγάλων μονάδων παραγωγής .

- Έλλειψη εκθεσιακού χώρου .

O(ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ) – Εξάπλωση σε νέες αγορές όπως οικοδομικές εταιρίες φοιτητές και πανεπιστημιακά ιδρύματα .

- Συνεργασία με συνεταιρισμούς παραγωγής και εμπορίας επίπλου .
- Καθετοποίηση της παραγωγής με στόχο την μείωση του κόστους .

T(ΑΠΕΙΛΕΣ) – Τα έπιπλα κουζίνας έχουν μικρή διάρκεια ζωής και το design είναι ο βασικός παράγοντας ζήτησής τους . Οι γειτονική Ιταλία όπου είναι και ο μεγάλος κατασκευαστής αυτής της κατηγορίας , είναι δύσκολα αντιμετωπίσιμη .

Γ) ΜΑΝΩΛΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ



Η βιοτεχνία παραγωγής χειροποίητου, ξυλόγλυπτου επίπλου του κύριου Μανωλοπούλου ιδρύθηκε το 1978. Αρχικά το εργαστήριο στην γωνία της οδού Καραϊσκάκη με πολύ μεράκι επεξεργάζεται κομμάτια επίπλου , μεταμορφώνοντας τα, κατάφερε να προσέλκυση ένα μεγάλο πελατολόγιο.

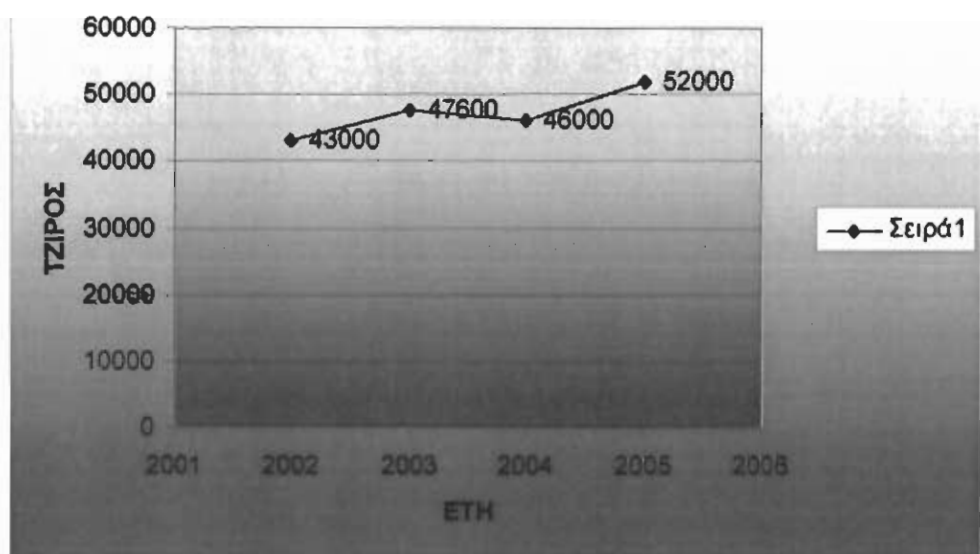
Έτσι λοιπόν, στα μέσα της δεκαετίας του 90' εξαπλώθηκε , αγοράζοντας χώρο επί της οδού Παντανάσσης , καταλήγοντας σήμερα να προσφέρει μια ειδική γκάμα επίπλων για άτομα με υψηλό εισόδημα και κλασσικό γούστο. Σήμερα απασχολεί 5 άτομα και θεωρείται μια από τις πιο ποιοτικές επιχειρήσεις του κλάδου στο αντικείμενο της.

Τα προϊόντα που παράγει είναι οικιακά έπιπλα δουλεμένα στο χέρι κλασσικά και νεοκλασσικά, ανάλογα με το γούστο του πελάτη. Η σχεδίαση του επίπλου γίνεται μπροστά στον πελάτη με χαρτί και μολύβι . Η τέχνη αυτή έχει περάσει από τον πατέρα στον Υιό , ο οποίος με την σειρά του έχει αναλάβει τις κυριότερες εργασίες της επιχείρησης από το 2003. Οι α΄ ύλες που χρησιμοποιούνται είναι το ξύλο (καρύδια , οξιά, κόντρα πλακέ θαλάσσης , κόντρα πλακέ σκέτο).

Οι λέξεις που χαρακτηρίζουν τα δημιουργήματα, του κύριου Μανωλοπούλου, είναι «ποιότητα, συνέχεια , σεβασμός». Λόγω της χειροποίητης διαδικασίας επεξεργασίας και σκάλισης , τα έπιπλα διατίθενται σε αρκετά υψηλές τιμές . Σύμφωνα με τα λεγόμενα του κύριου Μανωλοπούλου... « Γίνεται μια ιδιαίτερη δουλειά ,όπου απαιτείται χρόνος , μεράκι, φαντασία , έμπνευση . Το αποτέλεσμα είναι η μεταμορφώσει του ξύλου σε ένα αντικείμενο με ζωή διάρκεια και χαρακτήρα.

Το πρόβλημα όπου απασχολεί την επιχείρηση τα τελευταία χρονιά , είναι η είσοδος στην αγορά παρομοίων εμφανισιακα προϊόντων, με πολύ χαμηλό κόστος απόκτησης και φυσικά, χωρίς να υπάρχει εξίσου ποιοτική υπόσταση των έργων. Πάντως η βιοτεχνία του κύριου Μανωλοπούλου , έχει επεκτείνει αρκετά το πελατολόγιο της σε γειτονικούς νόμους . Ο βασικός στόχος της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του μεριδίου της στην αγορά.

ΜΑΝΩΛΟΠΟΥΛΟΣ



4P's

PRODUCT	-Κλασσικά , νεοκλασσικά , ξυλόγλυπτα έπιπλα.
PRICE	<ul style="list-style-type: none"> - Αρκετά Υψηλές τιμές. - Επένδυση, αγορά επέκτασης. - Αύξηση κύκλου εργασιών.
PLACE	- Πάτρα, Καραϊσκάκη 187.
PROMOTION	- Εκθεσιακός χώρος (Καραϊσκάκη 187).

S.W.O.T ANALYSIS

S(ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) – Επένδυση επέκτασης .

- Στο χειροποίητο Ξυλόγλυπτο έπιπλο, είναι σχεδόν η μοναδική επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην ευρύτερη περιοχή της Πάτρας.
- Έχει επεκτείνει το πελατολόγιο του και στους γειτονικούς νόμους.
- Το κάθε δημιούργημα ,είναι μοναδικό.
- Βρίσκεται σε κεντρικό σημείο της πόλης .

W(ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) - Μεγάλος χρόνος ολοκλήρωσης ενός κομματιού.

- Ακριβές αΐυλες .
- Υψηλές τιμές .

O(ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ) – Η ομάδα καταναλωτών που απευθύνεται αποτελείται από έναν περιορισμένο αριθμό ατόμων, μιας και πρόκειται για μια ειδική κατηγορία επίπλων. Η διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων σε ξένες αγορές με συγκεκριμένες στρατηγικές και στόχους , μπορεί να τις απόδοση νέα κέρδη.

T(ΑΠΕΙΛΕΣ) – Εισαγόμενα προϊόντα από υποανάπτυκτες χώρες .

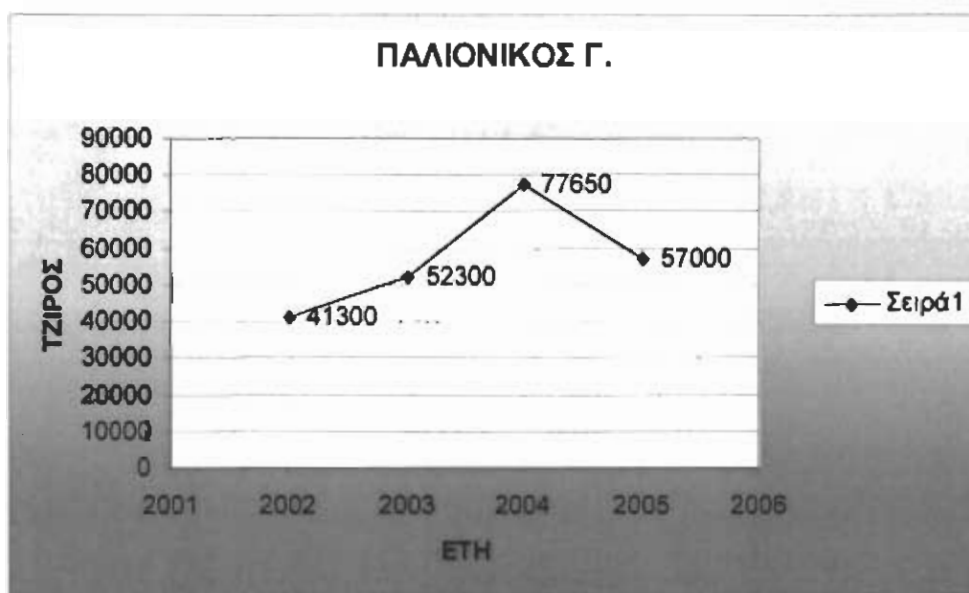
Δ)ΠΑΛΙΟΝΙΚΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Η βιοτεχνία επίπλων εσωτερικού χώρου του κύριου Παλιονικο, δραστηριοποιείται στον κλάδο της επιπλοποιίας από το 1964. Αρχικά ξεκίνησε

σαν Ο.Ε. ,ενώ σήμερα έχει χαρακτήρα ατομικής επιχείρησης και απασχολεί 3 άτομα. Η επιχείρηση παράγει προϊόντα εσωτερικού χώρου - οικιακά, και κουζίνας .

Απευθύνεται σε νέα ζευγάρια , άτομα που σκοπεύουν σε ανακαίνιση ή μετακόμιση, αλλά κυρίως οικοδομικές εταιρείες και συνεταιρισμούς. Οι κύριες α΄ ύλες που χρησιμοποιούνται είναι, εγχώρια ξυλιά αλλά και κάποια βιομηχανικά προϊόντα. Οι τιμές των τελικών προϊόντων έχουν σχετικά υψηλές τιμές και γίνεται μεγάλη προσπάθεια από τον ίδιο, να βρει μια λύση , ανάμεσα στην τιμή και την ποιότητα.

Οι πωλήσεις τα τέσσερα τελευταία χρονιά, παρουσιάζουν σχετικά άνοδο και αυτό κατά τον κύριο Παλιονικό, οφείλεται στην συνεχή προσπάθεια για προώθηση τω προϊόντων του σε εκθέσεις , συνεταιρισμούς αλλά και στο υφιστάμενο πελατολόγιο του. Ο ίδιος , όπου τυγχάνει πρόεδρος της ένωσης βιοτεχνών, βλέπει αρκετά αισιόδοξα τον κλάδο, κάτω βέβαια από ορισμένες προϋποθέσεις.



Η μεγαλύτερη απειλή της επιχείρησης σήμερα είναι , τα εισαγόμενα έπιπλα, προκαλώντας μακροπρόθεσμα πτωτική τάση στον τζίρο της επιχείρησης. – Στην ερώτηση ... Η Πάτρα φιλοξενεί ετησίως 60.000 φοιτητές. Πως αντιμετωπίζεται αυτή η ομάδα καταναλωτών; Ο κύριος Παλιονικος απαντάει... « Δυστυχώς δεν υπάρχει οργάνωση, εξειδικεύσει, τυποποίηση, εκθετήριο για τέτοιου είδους πελατεία» Βασικός πάντως στόχος της επιχείρησης , είναι η διατήρηση και μεγιστοποίηση του πελατολογίου της.

4P's

PRODUCT	<ul style="list-style-type: none"> - Έπιπλα εσωτερικού χώρου. - Οικιακά έπιπλα. - Έπιπλα γραφείου.
PRICE	<ul style="list-style-type: none"> - Τιμές ανταγωνιστικές (σχετικά υψηλές) . - Οι πωλήσεις παρουσιάζουν άνοδο.
PLACE	<ul style="list-style-type: none"> - Πάτρα , Στρατοκλέους 10
PROMOTION	<ul style="list-style-type: none"> - Συμμετοχή και προώθηση σε εκθέσεις. - Προώθηση σε συνεταιρισμούς. - Πρόεδρος , ένωσης βιοτεχνών.

S.W.O.T ANALYSIS

S(ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) – Προώθηση των προϊόντων σε εκθέσεις .

- Συνεργασία με συνεταιρισμούς και άλλους επαγγελματίες.
- Η σπουδαία προσωπικότητα του ιδιοκτήτη της , στον χώρο του επίπλου , κύριο Γ.Παλιονικο.
- Άριστη σχεδίαση επίπλου.
- Οι πωλήσεις της επιχείρησης παρουσιάζουν άνοδο.

Ω(ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) -Υψηλές τιμές των παραγόμενων προϊόντων.

- Έλλειψη εκθεσιακού χώρου.

Ο(ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ) - Είσοδος σε νέες αγορές , όπως φοιτητές.

Τ(ΑΠΕΙΛΕΣ) - Πολυεθνικές εταιρείες εισάγουν φθηνά έπιπλα δημιουργώντας μακροπρόθεσμα πτωτικές τάσεις στον τζίρο της επιχείρησης του .

Ε) ΧΟΡΜΠΑΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

Ο Βασίλειος ΧΟΡΜΠΑΣ είναι μια ατομική επιχείρηση όπου λειτουργία στην πάροδο Αίολου από το 1980 . Αρχικά ξεκίνησε σε ένα μικρό εργαστήριο 50 μ , δουλεύοντας σκληρά με μηδαμινό μηχανικό εξοπλισμό. Σήμερα η βιοτεχνία Χόρμπας λειτουργεί σε ιδιόκτητο χώρο 400τμ απασχολώντας 6 άτομα . Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται είναι ατόφιο ξύλο και βιομηχανοποιημένο οι τιμές των προϊόντων είναι αρκετά υψηλές γι' αυτό και απευθύνεται σε πελάτες οι οποίοι ζητούν κάτι ξεχωριστό , δηλαδή σε ψαγμένους πελάτες .

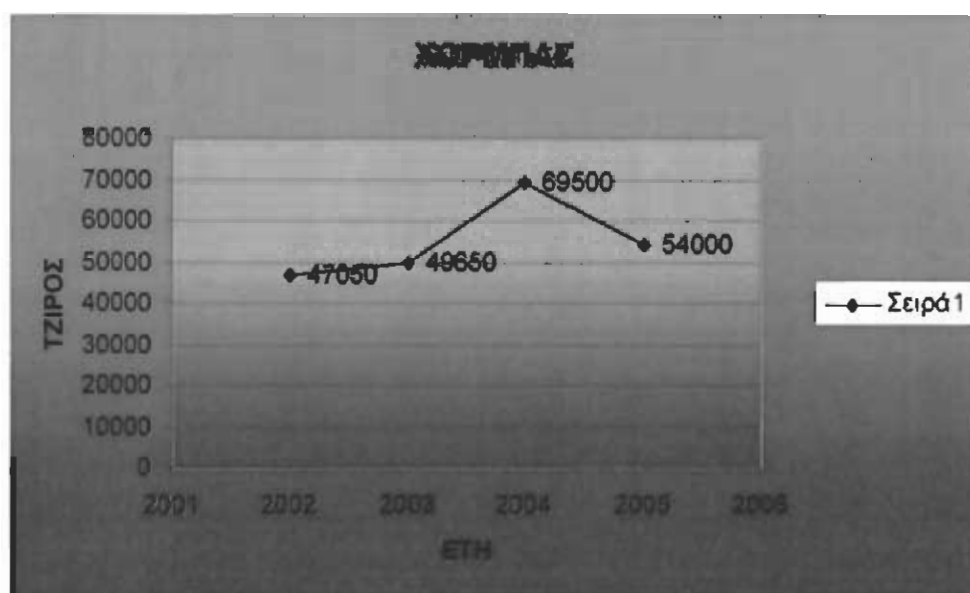
Οι κύριες κατηγορίες προϊόντων που παράγει , είναι επαγγελματικές επιπλώσεις , αλλά και κατά δεύτερο λόγο οτιδήποτε παραγγείλει ο πελάτης .

οι δημιουργίες της βιοτεχνίας αυτής ξεχωρίζουν στον σχεδιασμό μιας και γίνεται μεγάλη προσπάθεια για έργα με παραδοσιακές γραμμές «ελληνικά , δικά μας» .

Όσον αφορά την ερώτηση "πως αντιμετωπίζεται ο ανταγωνισμός με μεγάλες επιχειρήσεις που εισάγουν και πωλούν σε χαμηλές τιμές μας απάντησε αισιόδοξα «περιμένεις να χαλάσουν αυτά που αγόρασαν από τέτοιες επιχειρήσεις , γιατί θα χαλάσουν πολύ σύντομα και μετά επιστρέφουν στις σωστές επιχειρήσεις . εμείς πάντως οφείλουμε να ενημερώνουμε τον πελάτη και να τον προειδοποιούμε .

Οι λέξεις που χαρακτηρίζουν τα προϊόντα της επιχείρησης είναι "ποιότητα". Αντοχή στο πέρασμα του χρόνου και όμορφο σε εμφάνιση .

Οι πωλήσεις τα τελευταία χρονιά είναι σε ανοδική πορεία , παρόλα αυτά το μεγάλο αγκάθι σύμφωνα με τον κύριο Χόρμπα είναι τα πολυκαταστήματα . Ο ίδιος απαιτεί να μπει το καρτελάκι που θα επιδεικνύει στον καταναλωτή την προέλευση , την ποιότητα και την εγγύηση . τέλος στόχος της επιχείρησης είναι η δημιουργία ενός εκθεσιακού χώρου .



4P's

PRODUCT	<ul style="list-style-type: none">- Επιπλώσεις επαγγελματικών χώρων.- Ντουλάπια , πόρτες , συρτάρια.
PRICE	<ul style="list-style-type: none">- Πάνω από τις ανταγωνιστικές.- Αύξηση κερδών.- Επένδυση , επέκταση βιοτεχνίας .
PLACE	<ul style="list-style-type: none">- Πάροδος Αίολου, Πάτρα.
PROMOTION	<ul style="list-style-type: none">- Προώθηση σε συνεταιρισμούς.

S.W.O.T ANALYSIS

S(ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) - Επένδυση, 400 τ.μ κτιριακός εξοπλισμός.

- Απασχολεί 6 άτομα.
- Παραδοσιακές γραμμές επίπλων.
- Ποιοτικά προϊόντα.
- Αύξηση κύκλου εργασιών τα τελευταία 4 έτη.

W(ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ) - Έλλειψη εκθεσιακού χώρου.

O(ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ) – Μεταφορά παραγωγικής διαδικασίας στην βιομηχανική ζώνη.

- Συνεργασία με κατασκευαστικές εταιρείες και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Τ(ΑΠΕΙΛΕΣ) - Εισαγόμενα προϊόντα .

P.E.S.T. ANALYSIS

P(πολιτικά) Η πολιτική σκηνή , διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην εξέλιξη των πραγμάτων . Πόσο μάλλον της παραγωγής και του εμπορίου. Ένας νόμος μπορεί να βοηθήσει ή να εμποδίσει τον δρόμο μιας επιχειρήσεις. Τα τελευταία χρονιά ,έχοντας μπει στην Ευρωπαϊκοί Ένωση, βαδίζουμε σε νέους ρυθμούς .Πάντως , η επιπλοποιία είναι ένας κλάδος όπου προσφέρει «πολλά» στα κράτη και βρίσκεται πάντα μέσα στα επαγγέλματα του μέλλοντος. Για αυτόν τον λόγο , όπως και όλες οι μεταποιητικές επιχειρήσεις εφοδιάζονται με κίνητρα.

Ας εξετάσουμε όμως , ποια είναι αυτά τα κίνητρα που μπορεί να εκμεταλλευτεί μια επιχείρηση του κλάδου αυτού ,με έδρα την ευρύτερη περιοχή της Πάτρας . Μέσω τον κοινοτικών πλαισίων στήριξης από την Ευρωπαϊκοί Ένωση, έχει δημιουργηθεί ο νέος αναπτυξιακός νόμος 3299/2004 ο οποίος χωρίζει την Ελλάδα σε περιφέρειες . Η Πάτρα ανήκει στην περιφέρεια δυτικής Ελλάδας . Παρακάτω βλέπουμε τι ισχύει λοιπόν, για τις επενδυτικές κινήσεις που υπάγονται στον δευτερογενή τομέα, όπως η επιπλοποιία.

Α)ΕΙΔΗ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

- Επιχορήγηση που συνίσταται στην δωρεάν παροχή από το δημόσιο, χρηματικού ποσού για την κάλυψη τμήματος της ενισχυμένης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου.
- Επιδότηση για leasing , που συνίσταται στην κάλυψη από το δημόσιο, τμήματος των καταβαλλομένων δόσεων leasing για την απόκτηση και ούριου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού.
- Φορολογική απαλλαγή , ύψους μέχρι ενός ποσοστού ή του συνόλου της αξίας τις ενισχυμένης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου ή και της αξίας της χρηματοδοτικής μίσθωσης καινούριου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού του οποίου αποκτάται η χρήση.
- Επιδότηση του κόστους της δημιουργημένης από το επενδυτικό σχέδιο απασχόλησης , που συνίσταται στην κάλυψη από το δημόσιο , για μια διετία , τμήματος του μισθολογικού κόστους των δημιουργημένων ,εντός της πρώτης τριετίας από την ολοκλήρωση του επενδυτικού σχεδίου, θέσεων απασχόλησης.

Β) ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑ ΣΤΟΝ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗ ΤΟΜΕΑ

- Επιχορήγηση ή και Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης , σε ποσοστό 30% .
- Επιχορήγηση του κόστους της δημιουργημένης απασχόλησης , ποσοστό 35,1%.
- Φορολογική απαλλαγή , ποσοστό 100%

Για τις επιχειρήσεις που πρόκειται να εγκατασταθούν σε βιομηχανικές περιοχές προστίθεται επιπλέον ποσοστό 5%.

Γ) ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ

- Στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις υπάρχει επιπλέον ποσοστό ενίσχυσης 15%

Δ) ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗΣ

- Για μεγάλες επιχειρήσεις > 500,000
- Για μεσαίες > 250,000
- Για μικρές > 150,000
- Για πολύ μικρές > 100,000

οι τιμές σε euro

Ε(οικονομικά) Η σαφώς από την μεριά της επηρεάζεται και επηρεάζει τον κλάδο της επιπλοποιίας . Η αγορά είναι μια αλυσίδα. Όταν υπάρχει ανεργία , όπως την περίπτωση της Πάτρας όπου αγγίζει το 30%, ο καταναλωτής προτιμάει το μοντέρνο και φθηνό, από το ποιοτικό και ακριβό. Εκεί τα κράτη ορίζουν ενιαίες πολιτικές τιμολογήσεις , φορολογίας και άλλων μέτρων όπως τελωνειακοί δασμοί , ποσόστωσης ,αντιστάθμισες εισφορές κ.α .

Τα επιτόκια χορηγήσεων καταναλωτών επηρεάζουν και τον κλάδο των επιπλοποιιών . Για παράδειγμα τα χαμηλά επιτόκια ελκύουν τον καταναλωτή σε λήψη δανείου και στη συνέχεια δημιουργείται ζήτηση . Έτσι ο επιχειρηματίας , μπορεί να προβλέψει την κίνηση της αγοράς και τα περιθώρια κέρδους . Από την άλλη , τα επιτόκια

χορηγήσεων προς τις επιχειρήσεις επιδρούν και αυτά στον κλάδο .
χαμηλά επιτόκια ωθούν τους επιχειρηματίες σε επενδυτικές κινήσεις .

Τα οικονομικά μέτρα γενικώς, μπορούμε να πούμε πως σε ορισμένες περιπτώσεις, έχουν άμεσο αντίκτυπο στον κλάδο. Πιο συγκεκριμένα, η ανακοίνωση του υπουργού οικονομίας Μου Γ. Αλογοσκούφη, περί αυξήσεων της προστιθέμενης αξίας στην αγορά κατοικίας το 2005 , προκάλεσε έντονη ζήτηση στην αγορά και κατά συνέπεια στον κλάδο της επιπλοποιίας .

Εξαγορές – συγχωνεύσεις επιχειρήσεων είναι ένα σύνηθες φαινόμενο που κάνοντας συμμαχίες δημιουργούν νέα δεδομένα στην αγορά ,αθέμιτο ανταγωνισμό και δυσμενείς στρατηγικές για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις .

Συγκεκριμένα στον κλάδο του επίπλου και του ξύλου έχει δημιουργηθεί μια νέα στρατηγική οικονομικής ανάπτυξης .

CLUSTERS

Η φιλοσοφία που κρύβεται πίσω από αυτόν τον θεσμό είναι ότι μεγάλες και μικρές εταιρείες επιτυγχάνουν περισσότερα όταν δουλεύουν μαζί παρά ατομικά . Οι οργανισμοί και οι εταιρίες ενός clusters μοιράζονται κάποια βασικά χαρακτηριστικά .

-Εγγύτητα . Βρίσκονται άρρητα κοντά μεταξύ τους , ώστε να επιτρέπουν οποιαδήποτε θετική διαρροή (π.χ γνώσεις) και την συνεισφορά κοινών πόρων (εξειδικευμένων δεξιοτήτων , τεχνογνωσίας , φυσικών πόρων κ.α) .

-Αλληλεπιδράσεις όπως ανταλλαγή γνώσης και ιδεών , ροές πληροφοριών , παροχή εξειδικευμένου προσωπικού κ.α .

-Υπαρξη βασικού πυρήνα εταιρειών και οργανισμών που μετέχουν στο cluster και επιτρέπουν την ανάπτυξη δυναμικής και ισχύος , την επίτευξη χαμηλότερου κόστους κ.α .

Με λίγα λόγια μια επιχειρήσει που μετέχει σε ένα clusters επιτυγχάνει: Μείωση των μεταβατικών εξόδων, εξειδίκευση, μόχλευση της εξειδίκευσης του καθενός, αύξηση των ρυθμών καινοτομίας , επιδίωξη κοινών λύσεων σε κοινά προβλήματα, δημιουργία κοινής τεχνολογίας , εσωτερικής δομής, εργατικού δυναμικού και τέλος μάθηση συλλογικά του τι χρειάζεται κανείς για να γίνει ανταγωνιστικός.

S (κοινωνικά) Αυτό το περιβάλλον περιλαμβάνει τις συνήθειες , τις τάσεις , τις συμπεριφορές των ατόμων ανάλογα με τις εξελίξεις της καθημερινότητας. Τα τελευταία έτη , η παγκοσμιοποίηση έχει προκαλέσει μεγάλες αλλαγές στα κοινωνικά στρωματά και αυτά κατά συνέπεια στην καταναλωτική τους συμπεριφορά.

Η κάθε περιοχή διατηρεί τα δικά της ήθη και έθιμα , τον δικό της τρόπο ζωής. Τα στελέχη των επιχειρήσεων σήμερα , πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους, τα χαρακτηριστικά της κοινωνίας όπου θα προωθήσουν το προϊόν. Έτσι επιτυγχάνεται η βέλτιστη ανάλυση της ομάδας – στόχου που αναφερόμαστε καθώς και οι ανάγκες με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Για παράδειγμα στην κοινωνία μας , υπάρχουν κάποιες προκαταλήψεις , όπως γρουσουζικοί αριθμοί κ.λ.π. Μια από αυτές τις προκαταλήψεις που επηρεάζουν άμεσα τον κλάδο της επιπλοποιίας , είναι η αποφυγή γάμου κατά τα δίσεκτα έτη.

Ένας άλλος κοινωνικός παράγοντας που επηρεάζει τον κλάδο, είναι οι εκδηλώσεις. Γύρω από τις μεγάλες εκδηλώσεις , κινείται πάντα

ένα υψηλό κεφαλαίο. Για παράδειγμα, στους ολυμπιακούς αγώνες Athens 2004, πραγματοποιήθηκαν έργα πολλών εκατομμυρίων euro. Το μεγαλύτερο μέρος αυτών πήγε στη κατασκευαστικές εταιρείες και που στις οποίες με την σειρά τους προμηθεύει η επιπλοποιία σε μεγάλο βαθμό. Πιο συγκεκριμένα, κύρια κατηγορία που δημιουργείται ζήτηση είναι τα έπιπλα γραφείου. Σε δεύτερη μοίρα, έρχονται οι άλλες κατηγορίες, χωρίς όμως να μένουν απαρηγόρητες (ολυμπιακό χωριό κ.λ.π.).

Από την άλλη όψη, οι επιχειρήσεις διατελούν κοινωνικό έργο, όταν απασχολούν προσωπικό. Στην Πάτρα συγκεκριμένα, όπου τα επίπεδα ανεργίας είναι μεγάλα, αφού κατά κύριο λόγο οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον τομέα παροχής υπηρεσιών και ελάχιστες στην παραγωγή, χρειάζονται αυτές οι επιχειρήσεις όπου θα προσφέρουν απασχόληση.

Ένα μεγάλο εισόδημα της πόλης, προέρχεται από τους φοιτητές, όπου σύμφωνα με στοιχεία του 2005, ο αριθμός που φιλοξενείται ετησίως, αγγίζει τους 60,000. Αυτοί με την σειρά τους προερχόμενοι από διαφορετικές περιοχές της Ελλάδος, φέρουν στην πόλη νέες τάσεις και συνήθειες όπου γίνονται ένα με αυτές της πόλης. Γενικά, η Πάτρα θεωρείται η πλέον μοντέρνα φοιτητική πόλη της χώρας, και το σύνολο των φοιτητών εκφράζονται με τις trend τάσεις όπου επικρατούν στην Ευρώπη. Έτσι, μπορούμε να πούμε, ότι από άποψη αισθητικής, για την επίπλωση των προσωρινών κατοικιών τους, αναζητούν μοντέρνες γραμμές επίπλου. Η κυρία Φανή Μοτεχνιτσα, αρχισυντάκτρια του περιοδικού επιπλέον μας λέει. «Οι κοινωνικές εξελίξεις, ειδικά στην χώρα μας, φαίνεται να είναι ο πιο σημαντικός

παράγοντας επηρεασμού. Είμαστε άτομα όπου μας αρέσει να εκδηλώνουμε τα χαρακτηριστικά μας μέσα από προσωπικά αντικείμενα όπως το ντύσιμο , ο χώρος που ζούμε και γενικά ότι μας αντιπροσωπεύει. Αν κάτι μας αρέσει, θα το αγοράσουμε ακόμη και από το περίσσιο μας».

Τ(τεχνολογικά) Η επιστήμη της τεχνολογίας κάνει μεγάλα βήματα τον 21^ο αιώνα σε όλες επιμέρους επιστήμες όπως ιατρική, βιογενετική, ρομποτική, αεροναυπηγική , τεχνολογία υλικών και διάφορες άλλες . Τα επιτεύγματα της τεχνολογίας , «βελτιώνουν» της συνθήκες ζωής του ανθρώπου , περιορίζοντας τον χώρο, εκμηδενίζοντας τις αποστάσεις, το κόστος κ.λ.π.

Ο χώρος της επιπλοποιίας έχει κερδίσει πολλά από την την επιστήμη της τεχνολογίας υλικών. Νέες πρώτες ύλες δημιουργούνται στα εργαστήρια συνεχώς . Οι περισσότερες εκ των οποίων είναι ευέλικτες στην παραγωγή, ανθεκτικές και με μικρό κόστος απόκτησης. Έτσι λοιπόν τα εισαγόμενα έπιπλα από αναπτυγμένες στον κλάδο χώρες, κατασκευάζονται από τέτοιου είδους φτηνές πρώτες ύλες και δίνεται μεγαλύτερη επενδυτική προσοχή , στον σχεδιασμό.

Έπειτα η ρομποτική, έχει δώσει νέα δεδομένα στον παραγωγικό εξοπλισμό. κατασκευάζονται νέα, υπερσύγχρονα μηχανήματα που δίνουν την δυνατότητα στον παραγωγό επίπλου να κατασκευάζει γρήγορα και ολοκληρωμένα τα μέρη του επίπλου και τις συνδέσεις τους. Στην πόλη της Πάτρας όπως έχουμε δει στο προηγούμενο μέρος της εργασίας χρησιμοποιούνται ακόμα τα «παραδοσιακά» μηχανήματα.

Τέλος , η χρήση του internet έχει κάνει την είσοδο της και στον κλάδο της επιπλοποιίας . Πλέον , γίνονται σχεδιασμός , παραγγελίες,

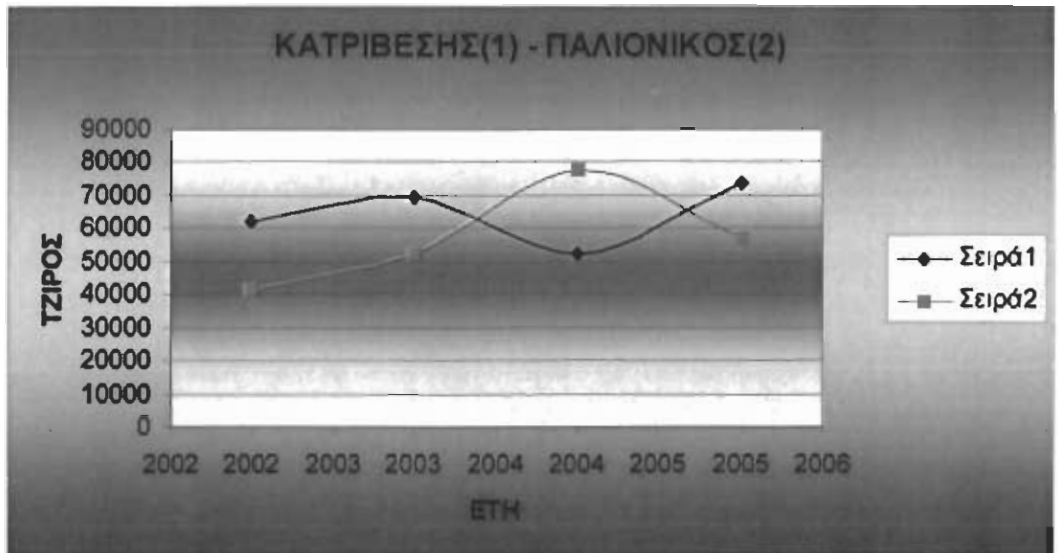


συμφωνίες, έλεγχος και πολλές άλλες διαδικασίες του χώρου γρήγορα και φθηνότερα μέσω της χρήσης του διαδικτύου.

2) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

συμπεράσματα

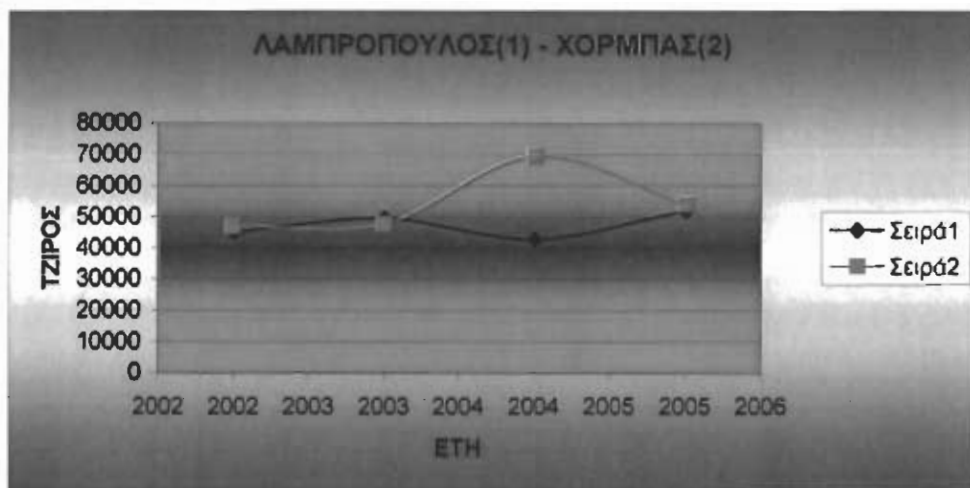
Παρατηρώντας λοιπόν προσεκτικά τα προφίλ των επιχειρήσεων , μπορούμε να κάνουμε κάποιες γενικές παρατηρήσεις όπως, την γενικότερη απειλή που δέχεται ο κλάδος, από την διείσδυση εισαγόμενων προϊόντων χαμηλού κόστους απόκτησης. Επίσης , μπορεί κανείς εύκολα να διακρίνει την ανοδική πορεία των επιχειρήσεων του κλάδου, όπως φαίνεται από τα λεγόμενα των ιδιοκτητών αλλά και τα στοιχεία που βλέπουμε στους πίνακες. Ωστόσο , εξετάζοντας πιο ουσιαστικά το εσωτερικό και ευρύτερο εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων, διαπιστώνουμε και κάποιες άλλες πτυχές που αιτιολογούν την εικόνα αυτή.



-Στην κατηγορία του οικιακού επίπλου βλέπουμε πως το 2004

παρατηρείται μια μείωση των κερδών στην επιχείρηση του κύριου Κατριβεση περίπου στο 0,3 , λογική αν λάβουμε υπόψη μας, τις προκαταλήψεις για τον γάμο κατά τα δίσεκτα έτη. Από την άλλη μεριά, η βιοτεχνία του Κύριου Παλιονικο, φαίνεται πως δεν επηρεάσθηκε από το δίσεκτο έτος αφενός γιατί συνεργάζεται με περισσότερα από μια ομάδα καταναλωτών(συνεταιρισμούς κ.λ.π.), αφετέρου γιατί παράγει όχι μόνο οικιακά έπιπλα, αλλά και έπιπλα γραφείου τα οποία το ίδιο έτος (ολυμπιακοί αγώνες) παρουσίασαν αυξημένες πωλήσεις. Αντιθέτως, το επόμενο έτος(2005) , ο Κατριβεσης έχει αύξηση του τζίρου στο 1,3 ενώ ο Παλιονικος παρουσιάζει πτώση 0,36. Μετά δηλαδή από την περίοδο των ολυμπιακών έργων, οι συνεργασίες των συνεταιρισμών επίπλου λήγουν , όποτε έχουμε μείωση της ζήτησης για κάποια από τα προϊόντα του Παλιονικο. Ενώ , ο Κατριβεσης που στοχεύει μόνο στην αγορά οικιακών επίπλων, επενδύει πολλά στην διαφήμιση και τους άλλους τρόπους προώθησης και τελικά, πραγματοποιεί κέρδη περίπου 22,000 euro. Όσο αναφορά την γενικότερη ανοδική πορεία , έχουμε δει και εξηγήσει στο προηγούμενο

μέρος της εργασίας , πως σε αυτήν την κατηγορία επίπλου , δεν έχουν εισαχθεί μεγάλο μεγέθους επιχειρήσεων και τα σκήπτρα κρατούν ακόμα οι μικρές οικογενειακές βιοτεχνίες.



-Στην κατηγορία των επίπλων κουζίνας , δραστηριοποιούνται κυρίως οι βιοτεχνίες των κυρίων Λαμπρόπουλου και Χόρμπας .Για το 2004 η αναμενόμενη πτώση(συνεργάζεται μόνο με ιδιώτες) για τον Λαμπρόπουλο προκαλεί μείωση του τζίρου κατά 0,15.

Αντιθέτως, η βιοτεχνία του κύριου Χόρμπας , πραγματοποιεί αύξηση του κύκλου εργασιών της κατά 1,3 παράγοντας κυρίως έπιπλα κουζίνας και έχοντας συνάψει συνεργασίες με συνεταιρισμούς και άλλες κατασκευαστικές εταιρείες.

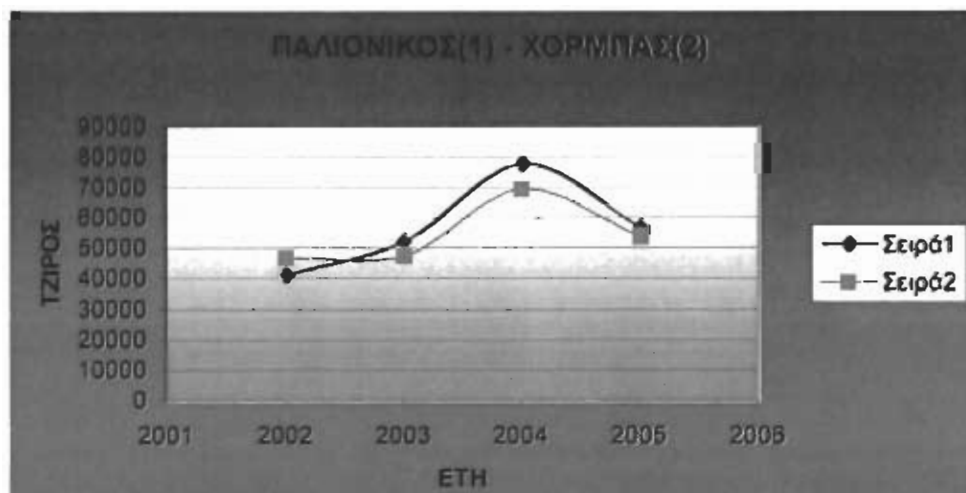
Το 2005 ο Λαμπροπουλος , όταν ο ιδιώτης καταναλωτής επιστρέφει στην αγορά, έχει αύξηση του τζίρου 1,2 σε σχέση με το προηγούμενο έτος . Ενώ ο Χόρμπας , έπειτα από τις καλές συνεργασίες του ολυμπιακού 2004 , χάνει ένα σημαντικό κομμάτι εσόδων από της πωλήσεις επίπλων γραφείου, σημειώνοντας μείωση του κερδών 0,3 σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Στις παραπάνω κατηγορίες επίπλων και όσον αφορά τους ιδιώτες καταναλωτές , καλό είναι να αναφερθεί , πως ένας σημαντικός παράγοντας αύξησης της ζήτησης τα 2005, είναι τα μέτρα που ανακοινώθηκαν από τον

υπουργό οικονομίας , Κο Γ. Αλογοσκούφη , περί αυξήσεως τις προστιθέμενης αξίας στην αγορά κατοικίας το 2006 και τις άλλες φορολογικές επιβαρύνσεις . Έτσι , ένα μεγάλο ποσοστό των καταναλωτών , θέλοντας να προφυλάξει το πορτοφόλι του , έκανε τις προβλεπόμενες αγορές το 2005.

-Στην κατηγορία των επίπλων γραφείου, όπου δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις των Χόρμπα και Παλιονικο , φαίνεται μια σοβαρή πτώση το 2005. Όπως έχουμε ήδη πει, και ειδικά για τις περιόδους 2002-2004 , δημιουργήθηκε μεγάλη ζήτηση από την πολιτεία για την ολοκλήρωση των ολυμπιακών έργων σε κάθε μορφής κατασκευαστική εταιρεία.

Οι παραπάνω επιχειρήσεις, συνεργαζόμενες με οικοδομικές , κατασκευαστικές εταιρείες αλλά και συνεταιρισμούς , αύξησαν την



παραγωγή τους και πραγματοποίησαν σημαντικά κέρδη .

Τέλος , στην ειδική κατηγορία επίπλων που δραστηριοποιείται ο Κος Μανωλοπουλος , φαίνεται μια σταθερή άνοδος του τζίρου , αφού απευθύνεται σε μια ειδική κατηγορία πελατών (μέσης ηλικίας, υψηλού εισοδήματος) , δεν υπάρχει κάποιος σοβαρός ανταγωνιστής , αλλά και λόγω των προσπαθειών για επέκταση στην ευρύτερη περιοχή. Έτσι λοιπόν, φθάνει το 2005 τζίρο 52,000 euro με κέρδη 15,000 ,

Ωστόσο , σύμφωνα με την γενική εικόνα της επιπλοποιία σήμερα, όπως αυτή παρουσιάστηκε από την εργασία, προκύπτουν κάποια κρίσιμα χαρακτηριστικά της Πατραϊκής επιπλοποιίας, όπως:

- Η παντελής έλλειψη design στον Πατραϊκό χώρο επιπλοποιίας.
- Ο μεγάλος ανταγωνισμός οδηγεί τον Πατρινό Επιχειρηματία , σε συμπίεση των τιμών, τα οποία στη συνέχεια δημιουργούν αλυσιδωτά προβλήματα στην λειτουργία της επιχείρησης.
- Η νέα τάση συγκέντρωσης των καταναλωτών γύρω από το καθημερινό έπιπλο (απλό, άνετο, ελαφρύ, εύκολο, ευέλικτο), βρίσκει αδύναμες τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην μίμηση, αν υπολογίσουμε το μέγεθος των μεγάλων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτός τους τομείς(noosed, Ikea κ.λ.π).
- Η τεχνολογία, έχει μπει πολύ λίγο στον κλάδο αυτό και υπάρχει φόβος για το μέλλον της Πατραϊκής επιπλοποιίας.

προτάσεις

Σε αυτό το μέρος , γίνεται προσπάθεια να δοθούν κάποιες λύσεις λαμβάνοντας υπόψη την εμπειρία μας από την ερευνά που πραγματοποιήσαμε στο σύνολο της, δίνοντας κάποιες γενικές κατευθυντήριες γραμμές στην στρατηγική αυτών των επιχειρήσεων , που επιλέχθηκαν σαν δείγμα.

- Προσπάθεια τμηματοποίησης της αγοράς ,με σκοπό την ανάλυση των πιθανών target-groups όπου η επιχείρηση μπορεί να στοχεύσει.
- Δημιουργία στενής συνεργασίας με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις της Πάτρας, με σκοπό την όσο το δυνατό καλύτερη προφύλαξη των απειλών, από τις μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες ή και αυτών όπου εισάγουν έπιπλα . Στην προκείμενη περίπτωση , Δημιουργία συμφωνιών, όπως clusters.
- Συνεχή ενημέρωση για τον κλάδο και τις απειλές, συμμετέχοντας σε σεμινάρια κ.λ.π.
- Συνεχή εκπαίδευση πάνω στις νέες μεθόδους παραγωγής , καθώς και των νέων υλικών που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή.
- Συνεργασία με στελέχη επιχειρήσεων και οικονομικούς σύμβουλους για την Δημιουργία business plan .
- Δημιουργία ιστοσελίδας στο internet. Η επέλαση στο διαδουκτιο σήμερα κρίνεται αναγκαία.
- Συνεχή αναζήτηση πιθανών πελατών και ιδιαίτερα μεγάλων επιχειρήσεων όπου χρειάζονται προμηθευτικούς συνεργάτες.
- Επένδυση στην διαφήμιση και τις δημόσιες σχέσεις.

- Αξιοποίηση των επενδυτικών εργαλείων, όπως αυτά του νέου αναπτυξιακού νόμου 3299/2004 , για αγορά υπεσύγχρονων μηχανημάτων παραγωγής επίπλων αλλά και ταυτόχρονη μεγέθυνση της επιχείρησης, απασχολώντας περισσότερο προσωπικό.
- Επένδυση στον σχεδιασμό και παραγωγή μοντέρνων επίπλων, συναγωνίζοντας μεγάλες επιχειρήσεις.
- Συνεργασία για την Δημιουργία φοιτητικών επίπλων(φθηνών, παρακτίων, ευέλικτων κ.λ.π.) , τα οποία προωθούνται σε μια κοινή έκθεση ειδικά για τους φοιτητές σε κάποιες συγκεκριμένες χρονικές περιόδους .
- Δημιουργία ευέλικτων προγραμμάτων αποπληρωμής.
- Συνεχή προσπάθεια εύρεσης οικονομιών κλίμακας.
- Άριστη μεταχείριση και εξυπηρέτηση απέναντι στον πελάτη(ασφαλή μεταφορά επίπλων, άμεση εξυπηρέτηση).

Δ΄ ΜΕΡΟΣ

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Ρίσια είναι λοιπόν τα στοιχεία εκείνα που θα διαμορφώσουν τον κλάδο τα επόμενα χρόνια; Κρίσιμα ερωτήματα που αφορούν στις δεξιότητες και ικανότητες που πρέπει οι Πατραϊκές επιχειρήσεις επίπλου να αρχίσουν να χτίζουν σήμερα , για να κερδίσουν την επιβίωση, αλλά και τον έλεγχο της αγοράς αύριο. Αυτά τα ερωτήματα μπορούν να απαντηθούν μόνον μέσα από την μελέτη και αξιολόγηση των γενικότερων τάσεων που προβλέπονται :

-Η ιδιωτικοποίηση των δημόσιων υπηρεσιών και οι συλλογικές συμβάσεις εργασίας θα δημιουργούν προσωρινή απασχόληση στους εργαζόμενους. Λόγω της οικονομίας , η αγορά κατοικίας θα είναι αρκετά δύσκολη και οι συχνές μετακομίσεις θα δημιουργήσουν νέα δεδομένα στον κλάδο. Τα έπιπλα όπου θα προτιμούνται όπως καταλαβαίνουμε , θα είναι πρακτικά, εύκολα μετακομισιμα και με πολλές ικανότητες . Οι επιχειρήσεις λοιπόν σπή θα επιβιώσουν, είναι αυτές όπου θα συνεργαστούν με άλλες μεγαλύτερες εξειδικευοντας την παραγωγή τους(παραγωγή συγκεκριμένων κομματιών π.χ)

- Από την άλλη μεριά του νομίσματος , η προστασία του περιβάλλοντος είναι η νέα τάση που έρχεται και στην Ελλάδα. Αυτή η προοπτική ευνοεί τον κλάδο της επιπλοποιίας στην περιοχή , μιας και τα προϊόντα που παράγει ακόμα κατασκευάζονται ως προς το σύνολο τους από ξύλο.

- Ο συνεταιρισμός επιπλοποιών της Πάτρας , σύμφωνα με τον Κο Παλιονικο , ήδη έχει αρχίσει να κάνει σημαντικά βήματα για την ανάπτυξη νέων μεθόδων προώθησης των προϊόντων εντός και εκτός Ελλάδος. Τέτοιου είδους συνεργασίες , αποφεύγονται από ορισμένους επιπλοποιούς προτιμώντας τις πιο κερδοφόρες πωλήσεις σε εκθέσεις και ιδιώτες. Όμως οι μακροπρόθεσμες συνεργασίες, ακόμα και με μικρότερα κέρδη, αποτελούν για τα μελλοντικά αβέβαιο περιβάλλον προϋπόθεσης επιβίωσης και εξέλιξης των επιχειρήσεων.

- Η παγκοσμιοποίηση θα συνεχίσει να επιταχυνεται κατά την διάρκεια του 21^{ου} αιώνα και να δρα ως καταλυτικός πλέον παράγοντας του κλάδου για τα επόμενα χρόνια . Η πτώση των φραγμών των τοπικών πρότυπων και κουλτούρας (οι άνθρωποι ταξιδεύουν πολύ και συνηθίζουν τις συχνές αλλαγές), θα επιταχυνθούν από την εξέλιξη των ηλεκτρονικών τηλεπικοινωνιών. Έτσι , μπορούμε να πούμε πως αναμένονται στρατηγικές συμμαχίες, μεταξύ κατασκευαστών – προμηθευτών σε όλο τον κόσμο. Υποστηρίζεται μάλιστα πως η πλειονότητα των εταιρειών , θα αναζητούν συνεργασίες με κάθε μεγέθους επιχειρήσεις, και θα τις κατευθύνουν έτσι ώστε να δημιουργούν προβλήματα σε άλλες. Η Πάτρα λόγω της γεωγραφικής της θέσης θα αποτελεί πάντα πόλο ελξης για συνεργασίες.

- Ο εκμηδενισμός των αποστάσεων σε λίγα χρόνια φέρνει νέες απειλές, αφού προϊόντα θα μεταφέρονται γρήγορα και φθηνά. Η Κινά και η Τουρκία αποτελούν την νούμερο ένα απειλή για την χώρα μας . Ειδικά , έπειτα από τις συμφωνίες που διενεργεί τελευταία η κυβέρνηση της χώρας μας, ανοίγει πύλη μεταφορών μεταξύ Ελλάδας-Κινάς .

- Οι κατασκευαστικές εταιρείες τα τελευταία έτη αναλαμβάνουν εξ' ολοκλήρου έργα όπως συγκροτήματα κατοικιών, έτοιμες εξοχικές κατοικίες, προκατασκευασμένα σπίτια κ.λ.π. Στο μέλλον προβλέπεται μεγάλο περιθώριο κέρδους για τους συνεργάτες όπου αναλαμβάνουν τις επιπλώσεις. Έτσι , ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις μπορούν να πάρουν πληροφορίες, να δικτυωθούν και να προσαρμόσουν την παραγωγή τους στην εξυπηρέτηση των αναγκών αυτών.

Παρατηρώντας , τις νέες τάσεις και προβλέψεις , αξίζει να χωρίσουμε σε κατηγορίες και να διακρίνουμε κάποιους βασικούς παράγοντες , όπου θα παίξουν καθοριστικό ρόλο στην διαμορφώσει των εξελίξεων για τα επόμενα χρόνια.

Έπιπλα οικιακής χρήσης

Όπως έχουμε εξετάσει, οι παραδοσιακές μικρού μεγέθους επιχειρήσεις συνεχίζουν να κυριαρχούν σε αυτό τον τομέα επίπλου. Συγκεκριμένα , εκτιμάται ότι συγκεντρώνουν, το 72% της συνολικής παραγωγής, ποσοστό όπου σταδιακά περιορίζεται, ενώ το υπόλοιπο 28% μοιράζεται ανάμεσα στις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις.

Η εικόνα αυτή αποτελεί ευκαιρία για τις μεγάλου μεγέθους εταιρείες, διότι οι μικρές επιχειρήσεις, αποτελούν «εύκολη λεία» όπως υποστηρίζει ο Κος Παλιονκο. Στον Πίνακα που ακολουθεί, βλέπουμε πως διαμορφώθηκε η εγχώρια αγορά επίπλων οικιακής χρήσης τα τελευταία χρόνια.

Έπιπλα οικιακής χρήσης στην Ελλάδα

Έτος	Άξια ελληνικών παραγόμενων επίπλων	Άξια εισαγόμενων επίπλων	εγχώρια αγορά
2002	400 εκ	90,5 εκ	490,5 εκ
2004	381 εκ	160 εκ	541 εκ
2006	300 εκ (Ε)	270 εκ(Ε)	570 εκ(Ε)

Τα παραπάνω ποσά εκφράζονται σε Άξια euro

(Ε) = εκτιμάται

Στον παραπάνω πίνακα , βλέπουμε πως το μέγεθος της εγχώριας αγοράς ακολούθησε ανοδική πορεία κατά το διάστημα 2000 – 2004 , με ετήσιο ρυθμό αύξησης 2,8 % κατά την ίδια περίοδο. Ο τζίρος της εγχώριας παραγωγής εκτιμάται ότι θα πέσει στα 300 εκ. το 2006 έναντι 381 εκ. το 2004 και 400 εκ. το 2002. Αντίστοιχα , ο τζίρος των εισαγόμενων έφτασε τα 270 εκ. από τα 160 εκ το 2004.

Οι εξελίξεις αυτές δρουν καταλυτικά για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις για δυο λόγους κυρίως. Αρχικά, δεν διαθέτουν αυτοματοποιημένη παραγωγή και σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό με τις περισσότερες εκ των οποίων να έχουν έλλειψη εκθεσιακού χώρου. Έπειτα ,οι χαμηλές τιμές των εισαγόμενων προϊόντων από τις πολυεθνικές εταιρείες που προμηθεύονται μεγάλες ποσότητες σε

χαμηλό κόστος. Ήδη στην Αθηνά , πολλές είναι οι επιχειρήσεις που απειλούνται με λουκέτο.

Στην Πάτρα , δεν έχουν κάνει ακόμα την είσοδο τους τέτοιου είδους επιχειρήσεων ακόμα. Μεγάλη απειλή θεωρείται η είσοδος της ΙΚΕΑ μέσα στα επόμενα χρόνια. Σύντομα λοιπόν θα έχουμε νέες εξελίξεις και μόνο οι «έξυπνες» επιχειρήσεις θα επιβιώσουν.

Έπιπλα γραφείου

Η τάση που κυριαρχεί σήμερα στο έπιπλο γραφείου επικεντρώνεται στην δημιουργία ενός φιλικού και άνετου εργασιακού περιβάλλοντος και όχι στον παραδοσιακό ,βαρύ διευθυντικό εξοπλισμό γραφείου που κυριαρχούσε έως τώρα. Για να ικανοποιήσουν αυτό τον στόχο οι μεγάλες επιχειρήσεις, δίνουν μεγάλη έμφαση στον σχεδιασμό των προϊόντων. Για την εργονομία και την εισαγωγή νέων υλικών, έχουν αξιοποιήσει την τεχνολογία προσφέροντας προϊόντα εύκολα προσαρμόσιμα στους εργασιακούς χώρους.

Επίσης , σύμφωνα με μελέτη της ICAP , ανασταλτικό παράγοντα ανάπτυξης του κλάδου αυτού είναι η γενικότερη εικόνα που επικρατεί σήμερα στην χώρα μας. Πιο συγκεκριμένα, η μείωση των δημόσιων επενδύσεων σε έπιπλα γραφείου, οι καθυστερήσεις που παρατηρούνται στις εισροές κεφαλαίων από τα κοινοτικά πλαίσια στήριξης και τέλος η αδιάφορη στάση της χώρας στον κατακλυσμό της αγοράς από εισαγόμενα προϊόντα .

Για τα επόμενα χρόνια πάντως , η αγορά της Πάτρας παρουσιάζει μεγάλο περιθώριο κέρδους σε αυτή την κατηγορία. Οι

μεγαλύτερες κατασκευαστικές εταιρεία της περιοχής συνεργάζονται με τοπικούς προμηθευτές αφενός και αφετέρου υποστηρίζεται πως υπάρχει μεγάλη ζήτηση για τα επόμενα χρόνια στην ευρύτερη περιοχή της Πάτρας . Το βασικό μειονέκτημα που παρουσιάζουν τα έπιπλα αυτής της κατηγορίας, όπως υποστηρίζουν, έμποροι του κλάδου, είναι το design και ευελιξία .

Έπιπλα κουζίνας

Τα στοιχεία που μαρτυρούν τις προοπτικές αυτής της κατηγορίας επίπλων, αριθμίζουν 4 σημαντικές προβλέψεις για τον χώρο .

- Ο νέος τρόπος ζωής , θα μειώσει την ζωή μιας κουζίνας από 20 σε 15 χρόνια στα σπίτια των Ευρωπαίων.
- Η ευρωπαϊκοί κουζίνα στα επόμενα χρόνια μπαίνει δυνατά στις αγορές της Ανατολικής Ευρώπης, βόρειας Αμερικής και Ασίας.
- Η νέα μορφή επίπλων κουζίνας , συνδυάζει design και ηλεκτρονική(με εντοιχισμένους πίνακες κ.λ.π.), αυξάνοντας παράλληλα την αγοραστική της αξία.
- Θα υπάρξει μεγάλη συνεργασία μεταξύ προμηθευτών, παραγωγών και διανομέων, οδηγώντας σε υψηλότερη αποδοτικότητα ακόμα και η Άγρα είναι σχετικά στάσιμη.

Αυτό που εμείς μεταφράζουμε από τα παραπάνω στοιχεία είναι, αρχικά πως υπάρχει μεγάλο περιθώριο κέρδους και στην συνέχεια, πως τα εργαλεία που χρειάζεται μια ευρωπαϊκή επιχείρηση για να συμμετάσχει σε αυτή την πορεία είναι η δικτύωση και ο εκσυγχρονισμός.

Άλλες κατηγορίες επίπλων

Διαφόρων ειδών κατηγορίες όπως η ξυλογλυπτική , έπιπλα κήπου , επιπλώσεις σκαφών και άλλες, υποστηρίζεται πως παρουσιάζουν μεγάλη ανάπτυξη για τα επόμενα έτη. Πρόκειται για ειδικές κατηγορίες, όπου εκτός των επίπλων κήπου, δεν έχουν ακόμα βιομηχανοποιηθεί και βρίσκονται σε οικογενειακού επιπέδου βιοτεχνίες. Απευθύνονται σε συγκεκριμένα γούστα και εξειδικευμένα προϊόντα, όπου τις περισσότερες φορές είναι δύσκολα σε μαζική παραγωγή. Αυτές οι επιχειρήσεις, σύμφωνα με δημοσίευση της εφημερίδας βήμα(17-11-2005), με την σωστή προώθηση των προϊόντων(Απευθύνονται σε συγκεκριμένο μικρό ποσοστό , διασκορπισμένο γεωγραφικά) τους, φαίνεται πως αποτελούν τα επαγγέλματα του μέλλοντος. Η κυρία Αναστασία Ντομάλη, καθηγήτρια ξυλογλυπτικής, μας λέει. «Σήμερα , δυστυχώς ή ευτυχώς έχει επικρατήσει το βιομηχανικό έπιπλο με το γεωμετρικό σχήμα, τις ευθείες γραμμές και την χρήση του καπλαμά. Ακόμα και στο χειροποίητο έπιπλο , η ξυλογλυπτική διακόσμηση είναι ανύπαρκτη.

Τι φταίει; Ίσως δεν εξελίξαμε και δεν προσαρμόσαμε τα διακοσμητικά στοιχεία της σύγχρονης εποχής. Σίγουρα , ένα διακριτικό ξυλόγλυπτο διακοσμητικό στοιχείο σε ένα έπιπλο , είναι σαν μια πινελιά ζωγραφικής πάνω σε έναν καμβά. Οι προτάσεις του δημιουργού πρέπει

να είναι απλά και απέρριπτα διακοσμητικά στοιχεία. Από πού μπορεί να τα πάρει κάνεις αυτά; Ο Ελληνικός πολιτισμός και η λαϊκή μας παράδοση έχει άπειρες πηγές έμπνευσης».

Τέλος

Συμπεράσματα . . .

Ο επιπλοποιός είναι ένα αρχαίο επάγγελμα που βρίσκει τις ρίζες του στην εποχή όπου ο άνθρωπος είχε τις ανάγκες τροφής και ύπνου. Με την πάροδο των αιώνων, ξεκινώντας από την Αίγυπτο και εξελίσσοντας σε κάθε ανεπτυγμένη κοινωνία το έπιπλο αποτελεί τρόπο έκφρασης και πηγή ζωής. Σήμερα η επιπλοποιία ακολουθούμενη τις τάσεις της κοινωνίας , έχει εξελιχθεί συνδυάζοντας πολλές επιστήμες για την παραγωγή της. Η πόλη της Πάτρας , έχοντας επενδύσει στις παροχές υπηρεσιών, κατέχει ένα μικρό αριθμό οικογενειακών βιοτεχνιών οι οποίες κάνουν μεγάλες προσπάθειες να επιβιώσουν μέσα στον πολυσχιδή και πολλές φορές αθέμιτο ανταγωνισμό. Σε έναν όμως τομέα όπως η επιπλοποιία υπάρχουν πάντα λύσεις για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων αυτών, προφύλαξη από τον ανταγωνισμό και τέλος συμβολή στην ευρύτερη περιοχή, απασχολώντας εργατικό δυναμικό. Η εξέλιξη του κλάδου κρίνεται από την γενικότερη παγκόσμια πορεία και τις νέες τάσεις όπου μεταβάλλονται με επιταχυνόμενους ρυθμούς. Το μέλλον θα δείξει. Πάντως, εμείς είμαστε αισιόδοξοι !

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αλεξανδρίδης Παναγιώτης, πανεπιστημιακές εκδόσεις , «Το αστικό έπιπλο στην Ελλάδα».
- Δαλακας Μιχάλης , Σημειώσεις Ι.Ε.Κ Διπλαρειον-Κλιμεντιδειον,Τεχνολογια παραγωγής ξυλινων κατασκευών και επίπλων .
- Ευαγγελάτου Μαρία, σημειώσεις Ι.Ε.Κ διπλαρείων Κλημεντίδειων ,
- Ηλιόπουλος Βασίλης , εκδόσεις Έλλην ,Ένας άλλος δρόμος για την τέχνη.
- Κάμαρας Ιωάννης , Σημειώσεις ΕΚ Διπλαρειον – Κλιμεντιδειον , Μηχανική κατεργασία-μηχανήματα .
- Κάμαρας Ιωάννης , Σημειώσεις ΕΚ Διπλαρειον-Κλιμεντιδειον , Τεχνολογία ξύλου .
- Κουτσοιρη Ευαγγελία , Σημειώσεις ΕΚ Διπλαρειον-Κλιμεντιδειον , ρυθμολογία επίπλου .
- Κουτσοιρη Ευαγγελία , Σημειώσεις ΕΚ Διπλαρειον – Κλιμεντιδειον , Ιστορία τέχνης .
- Σκαρβελιτης Μιχάλης , Σημειώσεις ΕΚ Διπλαρειον-Κλιμεντιδειον , Προμήθεια ξύλου – Πριστή ξυλεία στο εμπόριο .
- Περιοδικό Επίπλεον , τεύχος 5 , Ιούλιος 2003 .
- Περιοδικό Επίπλεον , τεύχος 10, Μάιος 2004.

Περιοδικό Επιπλέον , τεύχος 14, Ιανουάριος 2005.

Περιοδικό Επιπλέον , τεύχος 17, Ιούλιος 2005.

Περιοδικό Επιπλέον , τεύχος 19 , Νοέμβριος 2005.

Bennett Phyllis . Εκδόσεις Φόρμα , Ιστορία του επίπλου .

Francis Soen , Ευρωπαϊκές τεχνολογικές εκδόσεις , Σχεδίαση Διαγραμμίσεων .

Wolfgang Warning , Ευρωπαϊκές τεχνολογικές εκδόσεις , κοστολόγηση ξυλουργικών κατεργασιών .

Wolfgang Nutsch , Ευρωπαϊκές τεχνολογικές εκδόσεις , επιπλοποιία.

Wolfgang Nutsch , Ευρωπαϊκές τεχνολογικές εκδόσεις, κατεργασίες ξύλου.

www.carpus.com

www.co-go.com

www.epibleon.com

