



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ (EXECUTIVE MBA)

ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΙΚΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Παλαμίδης Πρόδρομος (EMBA 1434)

Πειραιάς

2016

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

~~Παράρτημα Β: Βεβαίωση Εκπόνησης Διπλωματικής Εργασίας~~

~~Βεβαιώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη Διπλ. και Μεταπτυχιακή Πτυχίο~~
σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη «E-MBA» με
τίτλο

~~..ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΙΚΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ~~
~~ΜΟΝΑΔΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ.....~~

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει
εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου
σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή
επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες αντράξα για την εκπόνηση της
συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους
συγγραφείς, τον εκδοτικό όμιλο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που
ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου
ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή.....

Όνοματεπώνυμο.....

ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ ΠΑΡΑΜΙΔΗΣ

Ημερομηνία.....

1/11/2016

Η παρούσα μελέτη έγινε για εκπαιδευτικούς σκοπούς και ορισμένα από τα στοιχεία που περιέχει ενδέχεται να μην είναι απολύτως ακριβή.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περιεχόμενα εικόνων.....	8
Περιεχόμενα πινάκων.....	9
1 Περίληψη – Συμπεράσματα.....	11
1.1 Βασική ιδέα και ιστορικό προγράμματος	11
1.2 Ανάλυση της αγοράς μάρκετινγκ	11
1.3 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια	12
1.4 Μηχανολογικά και τεχνολογία.....	12
1.5 Οργάνωση, ανθρώπινοι πόροι και γενικά έξοδα.....	12
1.6 Τοποθεσία.....	13
1.7 Προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου	13
1.8 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση	13
1.9 Συμπέρασμα	14
2 Περιγραφή της ιδεας επενδυτικού σχεδίου	15
3 Ανάλυση αγοράς και μάρκετινγκ.....	17
3.1 Εισαγωγή.....	17
3.2 Το προϊόν: παρθένο ελαιόλαδο	17
3.2.1 Παρθένα ελαιόλαδα.....	17
3.2.2 Παραγωγή παρθένου ελαιόλαδου	19
3.2.3 Εμφιάλωση παρθένου ελαιόλαδου	22
3.3 Ορισμός Αγοράς και Ανάλυσης της Δομής της	23
3.3.1 Γενικά χαρακτηριστικά αγοράς ελαιόλαδου	23
3.3.2 Δομή πελατείας.....	25
3.3.3 Ανταγωνισμός.....	26
3.3.4 Βασικοί τρόποι ανταγωνισμού.....	33
3.3.5 Προμηθευτές και ετερογένεια	37

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

3.3.6	Μεταφορά προϊόντων.....	38
3.3.7	Δίαυλοι διανομής.....	38
3.4	Ανάλυση χαρακτηριστικών του κλάδου της εξαγωγής ελαιόλαδου.....	40
3.4.1	Μέγεθος αγοράς.....	40
3.4.2	Μερίδιο αγοράς εξωτερικού των βασικότερων επιχειρήσεων του κλάδου 44	
3.4.3	Ζήτηση.....	45
3.5	Ανάλυση του περιβάλλοντος του σχεδίου.....	47
3.5.1	Φυσικό περιβάλλον και ποιότητα.....	47
3.5.2	Πολιτικό και θεσμικό περιβάλλον.....	48
3.5.3	Οικονομικό περιβάλλον.....	50
3.5.4	Κοινωνικό περιβάλλον.....	50
3.5.5	Τεχνολογικό περιβάλλον.....	51
3.6	Η στρατηγική μάρκετινγκ.....	51
3.6.1	Στόχοι της επιχείρησης.....	51
3.6.2	Στοχοθέτηση.....	53
3.6.3	Τοποθέτηση.....	53
3.6.4	Στοιχειοθέτηση εμπορικού σήματος.....	54
3.7	Τακτική του μάρκετινγκ.....	54
3.7.1	Προϊόν.....	54
3.7.2	Τιμή.....	55
3.7.3	Πρώθηση.....	55
3.7.4	Διανομή.....	56
3.8	Πρόγραμμα παραγωγής.....	56
4	Πρώτες ύλες και εφόδια.....	58
4.1	Χαρακτηριστικά πρώτων υλών και εφοδίων.....	58
4.1.1	Πρώτες ύλες.....	58
4.1.2	Εφόδια εργοστασίου.....	59

4.2	Μάρκετινγκ προμηθειών.....	61
4.3	Διαθεσιμότητα και προμήθειες.....	62
4.3.1	Διαθεσιμότητα	62
4.3.2	Πηγές εισροών και προδιαγραφές πρώτων υλών και εφοδίων	62
4.3.3	Μεταφορά πρώτων υλών και εγκαταστάσεις εκφόρτωσης και αποθήκευσης	65
4.3.4	Εκτίμηση κινδύνων σχετικά με τις προμήθειες.....	65
4.4	Απαιτούμενες ποσότητες εισροών και κόστος πρώτων υλών	66
5	Μηχανολογικά και τεχνολογία.....	68
5.1	Πρόγραμμα παραγωγής και δυναμικότητας της μονάδας	68
5.1.1	Καθορισμός προγράμματος και δυναμικότητας	68
5.2	Προγραμματισμός τεχνολογίας.....	68
5.2.1	Κριτήρια επιλογής τεχνολογίας.....	68
5.2.2	Απαιτούμενη τεχνολογία.....	70
5.2.3	Γραμμή παραγωγής	73
5.3	Μηχανολογικός εξοπλισμός, βοηθητικά μηχανήματα και εξοπλισμός εξυπηρετήσεως.....	79
5.3.1	Απόκτηση και μεταφορά.....	79
5.3.2	Κόστος μηχανολογικών και τεχνολογίας.....	79
5.4	Περιγραφή της διαμόρφωσης της μονάδας	81
5.5	Έργα πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού	81
5.5.1	Περιγραφή.....	81
5.5.2	Κόστος έργων πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού	83
5.5.3	Κόστος συντήρησης	83
6	Οργάνωση μονάδας και γενικά έξοδα	85
6.1	Οργάνωση και Οργανωτικό Διάγραμμα.....	85
6.1.1	Το γενικό οργανωτικό διάγραμμα	86
6.2	Κόστος γενικών βιομηχανικών εξόδων	90
7	Ανθρώπινοι πόροι.....	92

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

7.1	Η διοίκηση ανθρωπίνου δυναμικού	92
7.2	Ανάλυση εργασίας και προσδιορισμός αναγκών	92
7.2.1	Διευθυντικό και εποπτικό προσωπικό	92
7.2.2	Εργατικό δυναμικό	94
7.3	Προγραμματισμός ανθρώπινων πόρων	95
7.4	Εκτίμηση κόστους εργασίας και εκπαίδευσης.....	97
8	τοποθεσία εγκατάστασης και περιβάλλον.....	100
8.1	Κριτήρια επιλογής	100
8.2	Επιπτώσεις στο περιβάλλον και μέτρα προστασίας	101
8.3	Κόστος απόκτησης γης και σχετικά έξοδα	102
9	Προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου	103
9.1	Στόχοι προγραμματισμού και προϋπολογισμού εκτέλεσης του έργου	103
9.2	Στάδια εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου	103
9.3	Χρονοδιάγραμμα προϋπολογισμού εκτέλεσης του έργου	104
9.4	Συνολικό κόστος εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου.....	104
10	Χρηματοοικονομική αξιολόγηση.....	107
10.1	Συνολικό κόστος επένδυσης.....	107
10.2	Πηγές χρηματοδότησης.....	110
10.3	Συνολικό κόστος παραγωγής.....	111
10.4	Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων.....	112
	Βιβλιογραφία	114

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 5-1 Διάγραμμα φυγοκεντρικού μηχανήματος. Οι τρεις φάσεις διαχωρίζονται ανάλογα με πυκνότητες τους.	71
Εικόνα 5-2 Συλλογή ελαιόκαρπου	73
Εικόνα 5-3 Μεταφορά ελαιόκαρπου.....	74
Εικόνα 5-4 Πλύσιμο του ελαιόκαρπου	74
Εικόνα 5-5 Άλεση ελαιόκαρπου	75
Εικόνα 5-6 Μάλαξη της πάστας ελιάς	76
Εικόνα 5-7 Τοποθέτηση της πάστας σε δίσκους.....	76
Εικόνα 5-8 Διαχωρισμούς ελαίου και νερού με φυγοκεντρικό μηχάνημα.....	77
Εικόνα 5-9 Εμφιάλωση ελαιολάδου	78
Εικόνα 6-1 Οργανωτικό διάγραμμα της επιχείρησης.....	88
Εικόνα 7-1 Στάδια στρατηγικού σχεδιασμού	96
Εικόνα 8-1 Τοποθεσία ΒΙΠΕ Καλαμάτας	101

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2-1 Κόστος προεπενδυτικών και προπαρασκευαστικών μελετών	16
Πίνακας 3-1 Γεωγραφική κατηγοριοποίηση Ευρωπαϊκών χωρών (Euronoc)	41
Πίνακας 3-2 Κατανάλωση, παραγωγή, εισαγωγές και εξαγωγές ελαιολάδου στις χώρες της Νότιας Ευρώπης.	42
Πίνακας 3-3 Κατανάλωση, παραγωγή, εισαγωγές και εξαγωγές ελαιολάδου στις χώρες της Κεντρικής Ανατολικής και Δυτικής Ευρώπης.....	43
Πίνακας 3-4 Κατανάλωση, παραγωγή, εισαγωγές και εξαγωγές ελαιολάδου στις χώρες της Βόρειας Ευρώπης.	43
Πίνακας 3-5 Εκτιμήσεις βασικών μεταβλητών Ευρωπαϊκής αγοράς ελαιόλαδου.....	47
Πίνακας 3-6 Προβλεπόμενες πωλήσεις επενδυτικού σχεδίου 2017-2021	52
Πίνακας 3-7 Τιμολόγηση προϊόντων.....	55
Πίνακας 3-8 Προβλεπόμενες πωλήσεις και συνολικό κόστος μάρκετινγκ.....	57
Πίνακας 3-9 Προβλεπόμενες πωλήσεις ανά συσκευασία.....	57
Πίνακας 4-1 Πηγές εισροών και επιλογή προμηθευτή.....	64
Πίνακας 4-2 Κόστη πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων	66
Πίνακας 4-3 Πρόβλεψη κόστους πρώτων υλών και προμηθειών για την περίοδο 2017-2021	67
Πίνακας 5-1 Κόστος μηχανολογικών και τεχνολογίας	80
Πίνακας 5-2 Κόστος έργων πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού.....	83
Πίνακας 5-3 Μέσο ετήσιο κόστος συντήρησης εργοστασίου.....	84
Πίνακας 6-1 Κόστος Γενικών Βιομηχανικών Εξόδων για το έτος 2016.....	91
Πίνακας 6-2 Κόστος Γενικών Βιομηχανικών Εξόδων για τη περίοδο 2017-2026.....	91
Πίνακας 7-1 Συνολικό κόστος ανθρώπινων πόρων	98
Πίνακας 5-4 Κόστος απόκτησης γης και αρχικής τοποθέτησης.....	102
Πίνακας 8-1 Συνολικό κόστος εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου	104
Πίνακας 8-2 Χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του έργου	105
Πίνακας 9-1 Πάγιο ενεργητικό	107
Πίνακας 9-2 Ελάχιστες Απαιτήσεις Τρέχοντος Ενεργητικού και Τρέχοντος Παθητικού	108
Πίνακας 9-3 Ετήσιο Κόστος Παραγωγής	108
Πίνακας 9-4 Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης.....	109
Πίνακας 9-5 Υπολογισμός Συνολικού Κόστους Επένδυσης.....	109
Πίνακας 9-6 Υπολογισμός Τόκου και Χρεολυσίου Δανείου	110
Πίνακας 9-7 Μελλοντική Διαμόρφωση Συνολικού Κόστους Παραγωγής	111

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής
εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 9-8 Μελλοντικές Ανάγκες σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης.....	112
Πίνακας 9-9 Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης	112
Πίνακας 9-10 Καταστάσεις Ταμειακών Ροών	113

1 ΠΕΡΙΛΗΨΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1.1 Βασική ιδέα και ιστορικό προγράμματος

Η παρούσα μελέτη, έχει στόχο την αξιολόγηση της βιωσιμότητας μιας νέας επιχείρησης με επωνυμία Elaiokanthali S.A. στην βιομηχανική περιοχή της Καλαμάτας (Σπερχογεία). Η ιδέα προέκυψε από το γεγονός ότι στην περιοχή της Μεσσήνης (πλησίον της Καλαμάτας) βρέθηκε ότι η κορωνέικη ποικιλία ελιάς, έχει υψηλή περιεκτικότητα σε ελαιοκανθάλη – κατά πολύ μεγαλύτερη από τις λοιπές κορωνέικες ελιές- που είναι η βασική ουσία που προσδίδει στο ελαιόλαδο τις αντιοξειδωτικές φαρμακευτικές του ιδιότητες. Άλλος παράγοντας, είναι ότι υπάρχει πολύ μικρό ποσοστό ελληνικού ελαιόλαδου που εξάγεται τυποποιημένο. Ταυτόχρονα, υπάρχει η δυνατότητα λήψης δανείου για μέρος της αρχικής επένδυσης, μέσω της δράσης «ΤΕΠΙΧ-Επιχειρηματική Επανεκκίνηση», με ευνοϊκούς όρους. Το προϊόν που θα παράγεται είναι τυποποιημένο βιολογικό παρθένο ελαιόλαδο με υψηλή περιεκτικότητα σε ελαιοκανθάλη με εμπορική ονομασία «Messini Elixir Olive Oil». Το ενδιαφέρον για την παρούσα επένδυση εκδηλώθηκε τον Μάιο του 2016.

1.2 Ανάλυση της αγοράς μάρκετινγκ

Η Ελλάδα είναι η τρίτη χώρα σε παραγωγή και εξαγωγή ελαιόλαδου, ακολουθώντας την Ισπανία και την Ιταλία. Το παρθένο ελαιόλαδο που παράγεται στην Ελλάδα είναι συγκριτικά πολύ ανώτερης ποιότητας σε σχέση με τα αντίστοιχα ελαιόλαδα της Ισπανίας και της Ιταλίας. Παρ' όλα αυτά, προς το παρόν το μεγαλύτερο ποσοστό των ελληνικών εξαγωγών είναι σε μορφή χύμα προς χώρες όπως η Ιταλία, που το παραλαμβάνουν, το τυποποιούν και το διαθέτουν στην Ευρωπαϊκή αγορά με ιταλικά εμπορικά σήματα. Μόνο το 2.8% της ελληνικής παραγωγής εξάγεται τυποποιημένο. Ταυτόχρονα φαίνεται να παρουσιάζεται αυξανόμενο ενδιαφέρον στις χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης σχετικά με το παρθένο ελαιόλαδο αλλά και τα βιολογικά προϊόντα το οποία δημιουργεί επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Η μονάδα της επιχείρησης θα έχει ονομαστική δυναμικότητα 3000 τόνων ελαιόλαδου με συντελεστή απασχόλησης 85%, με στόχο την παραγωγή 2550 τόνων ετησίως. Τα συνολικά έσοδα για το πρώτο έτος λειτουργίας υπολογίζονται στα 20.715.144€ με κόστος μάρκετινγκ το 5% των πωλήσεων.

1.3 Πρώτες ύλες και άλλα εφόδια

Οι πρώτες ύλες είναι το νερό και ο ελαιόκαρπος βιολογικής καλλιέργειας. Τα άλλα εφόδια περιλαμβάνουν ηλεκτρική ενέργεια, πετρέλαιο, βενζίνη, τηλέφωνο/Ιντερνετ, υλικά συσκευασίας και δοχεία, μεταλλικά πώματα, ανταλλακτικά, απορρυπαντικά – απολυμαντικά, εξοπλισμό επίπλωσης γραφείου, γραφική ύλη, υπολογιστές και περιφερειακά, εξοπλισμό εργαζομένων, τρόφιμα – ποτά και ιατροφαρμακευτικό εξοπλισμό. Το συνολικό κόστος για το πρώτο έτος λειτουργίας ανέρχεται στα 11.344.905 €.

1.4 Μηχανολογικά και τεχνολογία

Δεδομένου ότι το ελαιόλαδο που θα πρέπει να παράγεται από τη μονάδα, είναι υψηλής ποιότητας, ο ανάλογος μηχανολογικός εξοπλισμός κυρίως με τη χρήση φυγοκεντρικών μηχανών (decanters), θα πρέπει να προμηθευθεί και να εγκατασταθεί. Το συνολικό κόστος προμήθειας των μηχανολογικών και τεχνολογίας ανέρχεται στο 1.487.155€.

1.5 Οργάνωση, ανθρώπινοι πόροι και γενικά έξοδα

Η δομή της επιχείρησης αντικατοπτρίζεται στο οργανωτικό διάγραμμα. Η επιχείρηση περιλαμβάνει 8 διευθύνσεις και 10 τμήματα, ενώ θα απασχολεί συνολικά 68 άτομα. Το κόστος για τις αμοιβές στο πρώτο έτος λειτουργίας είναι 1.668.369 €.

Τα γενικά έξοδα περιλαμβάνουν έξοδα συντήρησης εξοπλισμού, ασφάλιστρα, τηλεπικοινωνίες, αμοιβές Διοικητικού Συμβουλίου, νομικά έξοδα και έξοδα μεταφορών και ανέρχονται στις 909.922€.

1.6 Τοποθεσία

Η τοποθεσία που επελέγη βρίσκεται στη ΒΙΠΕ Καλαμάτας. Τα πλεονεκτήματα της τοποθεσίας αυτής σχετίζονται με την εγγύτητα της μονάδας στις πρώτες ύλες, αλλά και την εγγύτητα σε εθνική οδό, σιδηροδρομικό δίκτυο, αεροδρόμιο και λιμένα. Ταυτόχρονα οι περιβαλλοντικές άδειες λαμβάνονται ευκολότερα, ενώ σχετικά με το περιβάλλον η επιχείρηση θα εγκαταστήσει σύστημα επεξεργασίας των υγρών αποβλήτων που θα παρέχει καθαρό νερό για επανάχρηση στη μονάδα ή άρδευση και μειώνει τις δυσάρεστες οσμές, ενώ θα εγκαταστήσει φίλτρα για περαιτέρω εξάλειψη των δυσάρεστων οσμών

1.7 Προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου

Για την εκτέλεση του έργου θα πρέπει να γίνουν κάποια αρχικά βήματα που περιλαμβάνουν δαπάνες για τη Διαχείριση Έργου, τα νομικά έξοδα για την ίδρυση της Εταιρίας, τα μηχανολογικά σχέδια, την πρόσληψη και εκπαίδευση του προσωπικού, τις προπαραγωγικές προμήθειες, το προπαραγωγικό μάρκετινγκ, τα αρχικά έξοδα δημιουργίας κεφαλαίου και το κόστος χρηματοδότησεως. Το συνολικό κόστος ανέρχεται στις 520.000€.

1.8 Χρηματοοικονομική αξιολόγηση

Για την χρηματοοικονομική αξιολόγηση της επένδυσης, υπολογίστηκε το πάγιο ενεργητικό, ορίστηκαν οι ελάχιστες απαιτήσεις χρονικής διάρκειας διαθέσιμου κεφαλαίου και προσδιορίστηκε το συνολικό κόστος παραγωγής. Στη συνέχεια υπολογίστηκε το απαιτούμενο διαθέσιμο κεφάλαιο, το συνολικό κόστος της επένδυσης και οι δόσεις, οι τόκοι, τα χρεολύσια για την περίοδο 2018-2023. Η επιχείρηση θα λάβει δάνειο ύψους 800.000 € με επιτόκιο 4.45% χωρίς εξασφαλίσεις. Στη συνέχεια υπολογίστηκαν τα καθαρά κέρδη και ο συντελεστής καθαρών κερδών προς πωλήσεις στο 28%. Ταυτόχρονα έγινε υπολογισμός των μελλοντικών αναγκών σε διαθέσιμο κεφάλαιο και των ταμειακών ροών που πλεονεκτούν ως προς τον ισολογισμό καθώς δίνουν ξεκάθαρη εικόνα για τις εισροές και τις εκροές της

επιχείρησης. Το συσσωρευμένο ταμειακό υπόλοιπο μετά από πέντε έτη λειτουργία ανέρχεται στα 21.605.217€ (παρούσα αξία) έχοντας αποπληρώσει και το δάνειο.

1.9 Συμπέρασμα

Με βάση την ως άνω ανάλυση καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η βιωσιμότητα του επενδυτικού σχεδίου είναι ικανοποιητική, καθώς τόσο οι χρηματοοικονομική δείκτες, η μοναδικότητα του προϊόντος, όσο και η ανάλυση της αγοράς στις χώρες τις κεντρικής και βόρειας Ευρώπης σχετικά με την αυξητική τάση ζήτησης για προϊόντα, δίνουν ευκαιρία στην επιχείρηση να στοχεύσει σε ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς.

2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η παραγωγή ελιάς και ελαιόλαδου συγκεντρώνεται στο μεγαλύτερο ποσοστό στις χώρες της Μεσογείου, και διαδραματίζει σημαντικό κοινωνικό, οικονομικό και περιβαλλοντικό ρόλο στις χώρες παραγωγής. Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός ελαιόλαδου στον κόσμο. Με βάση στοιχεία του 2010, παγκοσμίως παράγονται 2,7 εκατομμύρια τόνοι ελαιόλαδου, εκ των οποίων το 76,6% προέρχεται από την ΕΕ. Οι άλλες κύριες χώρες που παράγουν ελαιόλαδο είναι η Τυνησία, το Μαρόκο και η Τουρκία. Συγκεκριμένα για την Ελλάδα, το ελαιόλαδο είναι ένα από τα κορυφαία προϊόντα της ελληνικής γεωργίας αφού αποτελεί το 9% της συνολικής αξίας της παραγωγής (σε σύγκριση με το 1 τοις εκατό στην Ευρώπη).

Παρά το γεγονός ότι η κατανάλωση του ελαιόλαδου έχει αυξηθεί σταθερά τα τελευταία χρόνια, η παραγωγή συνεχίζει να υπερβαίνει τη ζήτηση. Έτσι, το εμπόριο έχει γίνει σημαντικό χαρακτηριστικό της διεθνούς αγοράς ελαιόλαδου. Η ΕΕ αντιπροσωπεύει το 55,0% των εξαγωγών ελαιόλαδου στον κόσμο. Άλλοι σημαντικοί εξαγωγείς είναι η Τυνησία, η Τουρκία, η Συρία και το Μαρόκο, ενώ οι κύριοι εισαγωγείς παγκοσμίως περιλαμβάνουν τις ΗΠΑ (36,3%), την Αυστραλία (5,0%), την Ιαπωνία (4,9%), τον Καναδά (4,7%) και τη Βραζιλία (4,6%).

Έτσι, η Ελλάδα θα πρέπει να εφαρμόσει μέτρα για τον ανταγωνισμό, έτσι ώστε να εκμεταλλευτεί τις νέες ευκαιρίες που προκύπτουν από το ελεύθερο εμπόριο και την αύξηση της ζήτησης. Ο κύριος στόχος αυτών των μέτρων είναι η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού από την Ισπανία και την Ιταλία με στόχο την αύξηση του μεριδίου αγοράς στις παραδοσιακές αγορές, καθώς επίσης και ένα μερίδιο αγοράς στις νέες δυνητικές αγορές, όπως οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, την Ιαπωνία, την Αυστραλία και τη Βραζιλία.

Σημαντικοί παράγοντες σχετικά με τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τυποποιημένου παρθένου ελαιόλαδου είναι η χώρα προέλευσης (στην Ελλάδα παράγεται το καλύτερο ελαιόλαδο παγκοσμίως) η μοναδικότητα του προϊόντος (βιολογικό ελαιόλαδο με υψηλή περιεκτικότητα σε ελαιοκάνθη) η πιστοποίηση και η εμφιάλωση καθώς και η τιμολόγηση. Η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση στοχεύει στο να προσφέρει μεγαλύτερη αξία με τα ίδια χρήματα, σε σύγκριση με τα υπόλοιπα βιολογικά παρθένα ελαιόλαδα που κυκλοφορούν στις

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

αγορές της Ευρώπης. Κύριος στόχος είναι η αγορά της Γερμανίας και της Δανίας που αναφέρεται υψηλή ζήτηση τόσο σε ελαιόλαδο όσο και σε βιολογικά προϊόντα.

Με βάση τα παραπάνω, η επιχείρηση διεξάγει προμελέτες σχετικά με τον κλάδο του ελαιόλαδου στην ΕΕ, έρευνες αγοράς και μάρκετινγκ, μελέτες σκοπιμότητας, αρχιτεκτονικές και κατασκευαστικές μελέτες και μελέτες συστημάτων ποιότητας. Το κόστος για τα παραπάνω παρουσιάζεται στον Πίνακα 2-1.

Πίνακας 2-1 Κόστος προεπενδυτικών και προπαρασκευαστικών μελετών

Μελέτη	Κόστος (€)	Έτος
<i>Κλαδική μελέτη αγοράς ελαιόλαδου στην ΕΕ</i>	10.000,00	2015
<i>Έρευνες Αγοράς & Marketing Στοιχείων</i>	24.000,00	2015/2016
<i>Μελέτη Σκοπιμότητας</i>	30.000,00	2015/2016
<i>Μελέτη Αρχιτεκτονική-Κατασκευαστική</i>	15.000,00	2016
<i>Μελέτη Συστημάτων Ποιότητας</i>	10.000,00	2016
Σύνολο	89.000,00	

3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1 Εισαγωγή

Με στόχο την εις βάθος ανάλυση της αγοράς του παρθένου ελαιόλαδου στις χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης, όπου και προτίθεται να εισέλθει η υπό μελέτη επιχείρηση, αρχικά αναλύεται η δομή της αγοράς, που περιλαμβάνει τόσο το ίδιο το προϊόν, όσο και τους πελάτες, τους ανταγωνιστές, τους προμηθευτές, αλλά και τα κανάλια διανομής

3.2 Το προϊόν: παρθένο ελαιόλαδο

3.2.1 Παρθένα ελαιόλαδα

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Πρότυπο για το Ελαιόλαδο και το Πυρηνέλαιο (αναθεώρηση 2015), ως ελαιόλαδο, ορίζεται το έλαιο που λαμβάνεται αποκλειστικά από τον καρπό της ευρωπαϊκής ελιάς (*Olea europaea L.*), εξαιρώντας τα έλαια που προκύπτουν με διαλύτες ή με μετεστεροποίηση και όλα τα μείγματα με έλαια άλλης φύσης. Παρθένα ελαιόλαδα είναι τα έλαια που λαμβάνονται από τον καρπό της ελιάς, μόνο με μηχανικές ή άλλες φυσικές μεθόδους υπό συνθήκες, ιδίως θερμικές, που δεν προκαλούν αλλοίωση του ελαίου και τα οποία δεν έχουν υποστεί καμία επεξεργασία πλην της πλύσης, της καθίζησης, της φυγοκέντρωσης και της διήθησης. Πυρηνέλαιο είναι το έλαιο που παράγεται από επεξεργασία των ελαιοπυρήνων με διαλύτες, εκτός αλογονωμένων διαλυτών, ή με άλλες φυσικές επεξεργασίες, με εξαίρεση τα έλαια που λαμβάνονται με διεργασίες επανεστεροποίησης και πρόσμειξης με έλαια κάθε άλλης φύσης.

Η βασική σύνθεση κάθε τύπου ελαίου δίνεται ακολούθως¹:

- Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο. Είναι το παρθένο ελαιόλαδο με ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που δεν υπερβαίνει τα 0,8 γραμμάρια

ανά 100 γραμμάρια ελαίου και του οποίου τα λοιπά χαρακτηριστικά αντιστοιχούν σε εκείνα που ορίζονται για την κατηγορία αυτή. Αυτό το έλαιο, αξιολογείται από πιστοποιημένους δοκιμαστές, και πρέπει να περιέχει μηδέν (0) ελατώματα και περισσότερα θετικά χαρακτηριστικά, ιδίως κάποια φρουτώδη γεύση. Αποτελεί το ελαιόλαδο υψηλότερης ποιότητας.

- Παρθένο ελαιόλαδο. Είναι το παρθένο ελαιόλαδο με ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που δεν υπερβαίνει τα 2,0 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια ελαίου και του οποίου τα λοιπά χαρακτηριστικά αντιστοιχούν σε εκείνα που ορίζονται για την κατηγορία αυτή.
- Κοινό παρθένο ελαιόλαδο. Είναι το παρθένο ελαιόλαδο με ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, δεν υπερβαίνει τα 3,3 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια και του οποίου τα λοιπά χαρακτηριστικά αντιστοιχούν σε εκείνα που προβλέπονται για την κατηγορία αυτή. Αυτό το έλαιο ανήκει στην κατώτερη κατηγορία ελαιόλαδων με σημαντικά ελατώματα και δεν επιτρέπεται η συσκευασία με βάση τους νόμους της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) με αποτέλεσμα να υπόκειται εξευγενισμό. Δεν θεωρείται κατάλληλο για κατανάλωση από τον άνθρωπο.
- Εξευγενισμένο ελαιόλαδο. Είναι το ελαιόλαδο που λαμβάνεται από παρθένα ελαιόλαδα με μεθόδους εξευγενισμού, οι οποίες δεν οδηγούν σε αλλαγές στην αρχική γλυκεριδική δομή. Έχει ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που δεν υπερβαίνει τα 0,3 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια και τα άλλα χαρακτηριστικά του αντιστοιχούν σε εκείνα που προβλέπονται για την κατηγορία αυτή. Δεν θεωρείται κατάλληλο για κατανάλωση από τον άνθρωπο.
- Ελαιόλαδο. Είναι το έλαιο που αποτελείται από μείγμα εξευγενισμένου ελαιόλαδου και παρθένα ελαιόλαδα, κατάλληλα για κατανάλωση από τον άνθρωπο. Έχει ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που δεν υπερβαίνει το 1 γραμμάριο ανά 100 γραμμάρια ελαίου και τα άλλα χαρακτηριστικά του αντιστοιχούν σε εκείνα που προβλέπονται για την κατηγορία αυτή.
- Εξευγενισμένο πυρηνέλαιο. Είναι το έλαιο που παράγεται από το ακατέργαστο πυρηνέλαιο με μεθόδους εξευγενισμού, οι οποίες δεν οδηγούν σε αλλαγές στην αρχική γλυκεριδική δομή. Έχει ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, που δεν υπερβαίνει τα 0,3 γραμμάρια ανά 100 γραμμάρια ελαίου και τα άλλα χαρακτηριστικά του αντιστοιχούν σε εκείνα που

αναφέρονται για την κατηγορία. Δεν θεωρείται κατάλληλο για κατανάλωση από τον άνθρωπο.

- Πυρηνέλαιο: Είναι το έλαιο που αποτελείται από μείγμα εξευγενισμένου πυρηνελαίου και παρθένων ελαιόλαδων. Έχει ελεύθερη οξύτητα, εκφραζόμενη σε ελαϊκό οξύ, η οποία δεν υπερβαίνει το 1 γραμμάριο ανά 100 γραμμάρια ελαίου και τα άλλα χαρακτηριστικά του αντιστοιχούν σε εκείνα που αναφέρονται για την κατηγορία αυτή. Δεν θεωρείται κατάλληλο για κατανάλωση από τον άνθρωπο.

Το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, το παρθένο ελαιόλαδο, το κοινό παρθένο ελαιόλαδο, το εξευγενισμένο ελαιόλαδο και το εξευγενισμένο πυρηνέλαιο ανήκουν στην κατηγορία των ελαίων που μπορούν να πωληθούν απευθείας στον καταναλωτή, αν επιτρέπεται αυτό από τους κανονισμούς της χώρας στην οποία διανέμεται το προϊόν. Το παρθένο ελαιόλαδο και το πυρηνέλαιο, ανήκουν στην κατηγορία των ελαίων για τα οποία η χώρα προορισμού μπορεί να απαιτήσει πιο ειδική ονομασία².

Στα παρθένα ελαιόλαδα δεν επιτρέπονται πρόσθετα. Αντίθετα, στο εξευγενισμένο ελαιόλαδο, το ελαιόλαδο, το εξευγενισμένο πυρηνέλαιο και το πυρηνέλαιο, επιτρέπεται η προσθήκη άλφα-τοκοφερόλης ή μεικτού συμπυκνώματος τοκοφερόλης, ώστε να αποκατασταθεί η φυσική τοκοφερόλη που χάνεται κατά τη διαδικασία διύλισης. Η συγκέντρωση της άλφα-τοκοφερόλης στο τελικό προϊόν δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 200 mg/kg³.

3.2.2 Παραγωγή παρθένου ελαιόλαδου

Τα βασικά βήματα στην παραγωγή ελαιόλαδου είναι πάντα τα ίδια, ανεξαρτήτως του είδους του εξοπλισμού που χρησιμοποιείται, από τα μικρά ελαιοτριβεία ως τα πολύ μεγάλα εμπορικά εργοστάσια που μπορούν να επεξεργαστούν πολλούς τόνους ελαιόκαρπου ανά ώρα. Πριν παρουσιάσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των διαφόρων μηχανημάτων και τεχνικών, είναι σημαντικό να παρατεθούν οι βασικές αρχές⁴.

1. Καθαρισμός του καρπού της ελιάς

Το πρώτο βήμα στη διαδικασία εξόρυξης ελαιόλαδου είναι ο καθαρισμός του ελαιόκαρπου και η αφαίρεση των μίσχων, φύλλων, κλαδιών και άλλων υπολειμμάτων που βρίσκονται μαζί με τις ελιές. Οι ελιές πρέπει να πλένονται με νερό για να απομακρυνθούν φυτοφάρμακα, βρωμιά κλπ. Οι πέτρες και η άμμος μπορούν να προκαλέσουν ζημιά σε σφυρόμυλο και γρήγορα φθορά σε μια φυγοκεντρική φιάλη ή διαχωριστή λαδιού, μειώνοντας τη διάρκεια ζωής από 25 έως μόλις 5 έτη. Μαζί με τον ελαιόκαρπο μπορούν να βρεθούν πολλαπλά ανεπιθύμητα υλικά όπως, πέτρες και κλαδιά, σπασμένα γυαλιά, δαχτυλίδια, βραχιόλια, κομμάτια από μέταλλο, μαχαίρια, ακόμα και ξυραφάκια. Τα ελαφρά ανεπιθύμητα υλικά απομακρύνονται με φυσητήρα και τα βαριά βυθίζονται στο λουτρό ύδατος.

2. Σύνθλιψη για την παραγωγή πάστας

Το δεύτερο βήμα είναι η σύνθλιψη του ελαιόκαρπου για την παραγωγή πάστας. Ο σκοπός της σύνθλιψης είναι να σκιστούν τα κύτταρα της σάρκας ώστε να διευκολυνθεί η απελευθέρωση του ελαίου από τα χυμοτόπια. Αυτό το βήμα μπορεί να γίνει με πέτρινους μύλους, μύλους με μεταλλικά δόντια, ή διάφορα είδη σφυρών.

3. Ανάμιξη της πάστας

Η πάστα αναμειγνύεται για 20 έως 45 λεπτά και έτσι τα μικρά σταγονίδια του ελαίου συνδυάζονται σε μεγαλύτερα. Είναι ένα απαραίτητο βήμα. Η πάστα μπορεί να θερμανθεί ή να προστεθεί νερό κατά την διάρκεια αυτής της διαδικασίας για να αυξηθεί η απόδοση, αν και αυτό έχει ως αποτέλεσμα γενικά τη μείωση της ποιότητας του ελαίου. Ο πιο κοινός τύπος αναμείκτη είναι μία οριζόντια γούρνα με σπειροειδή πτερύγια ανάμιξης. Μεγαλύτεροι χρόνοι ανάμιξης προκαλούν αύξηση της απόδοσης του ελαίου, αλλά προκαλούν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα οξειδωσης που μειώνει τη διάρκεια ζωής.

4. Διαχωρισμός του ελαίου από το φυτικό νερό και τα στερεά

Το επόμενο βήμα συνίσταται στο διαχωρισμό του ελαίου από το υπόλοιπο των συστατικών της ελιάς. Αυτό παλαιότερα γινόταν με πρέσες, αλλά τώρα γίνεται με φυγοκέντρηση στις σύγχρονες εγκαταστάσεις. Μερικοί φυγοκεντρητές ονομάζονται

τριφασικοί, επειδή ο διαχωρισμός του ελαίου, του νερό, και των στερεών γίνεται ξεχωριστά. Οι φυγοκεντρωτές δύο φάσεων διαχωρίζουν το έλαιο από μια υγρή πάστα. Στις περισσότερες περιπτώσεις, το έλαιο που βγαίνει από τον πρώτο φυγοκεντρητή υφίσταται περαιτέρω επεξεργασία για την εξάλειψη κάθε υπολείμματος νερού και στερεού από μία δεύτερη φυγόκεντρο που περιστρέφεται γρηγορότερα. Το έλαιο στη συνέχεια εναποτίθεται σε δεξαμενές ή βαρέλια όπου γίνεται ένας τελικός διαχωρισμός, εάν χρειάζεται, μέσω της βαρύτητας. Αυτό ονομάζεται μετάγγιση του ελαίου. Τέλος, το έλαιο μπορεί να διηθηθεί, εάν είναι επιθυμητό.

5. Προαιρετικά στάδια

Η τάλη χρησιμοποιείται μερικές φορές στην επεξεργασία φρούτων ώστε να αυξηθεί η απόδοση. Άλλα συν-ανοσοενισχυτικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να αυξήσουν την απόδοση, όπως ένζυμο, ατμός, εξάνιο και άλλοι διαλύτες. Αυτά δεν χρησιμοποιούνται στα έλαια υψηλότερης ποιότητας.

Τέλος, πιθανά επιπλέον στάδια επεξεργασίας περιλαμβάνουν τη διύλιση του ελαίου για τη μείωση της οξύτητας του και τη βελτίωση της γεύσης (σε ελαττωματικά λάδια) με αλκάλια (χημική αντίδραση με αλκαλική καυστική σόδα) ή επεξεργασία με ατμό, τη λεύκανση του λαδιού ώστε να μειώσει χλωροφύλλη, καροτενοειδή, υπολείμματα λιπαρών οξέων, και τα φυτοφάρμακα με τη χρήση ενεργού άνθρακα, ή θεραπεία με συνθετικά πυριτρία, και απόσμηση για μείωση των οσμών με τη χρήση ενεργού άνθρακα. Περιπτώ να πούμε ότι αυτά τα βήματα χρησιμοποιούνται μόνο για έλαια χαμηλής ποιότητας.

Έχοντας εξηγήσει τα βασικά βήματα στην παραγωγή του ελαιόλαδου, στην ακόλουθη Εικόνα παρουσιάζεται η διαδικασία παραγωγής του παρθένου ελαιόλαδου, που είναι και το προϊόν που παράγει η υπό μελέτη επιχείρηση. Επομένως, η παραγωγή παρθένου ελαιόλαδου γίνεται μετά την ανάμειξη της πάστας, με τρεις τρόπους. Το προϊόν ανάμειξης μπορεί να υποστεί διήθηση και μετά φυγοκέντρωση. Επίσης, μετά την ανάμειξη της πάστας μπορεί να γίνει φυγοκέντρωση (διφασική ή τριφασική) και στη συνέχεια να επαναληφθεί η φυγοκέντρωση του παραγόμενου προϊόντος για την παραγωγή του παρθένου ελαιόλαδου. Τέλος, μετά την ανάμειξη της πάστας μπορεί να γίνει συμπίεση και καθίζηση ώστε να παραχθεί το παρθένο ελαιόλαδο. Στη συνέχεια το παρθένο ελαιόλαδο εμφιαλώνεται.

3.2.3 Εμφιάλωση παρθένου ελαιόλαδου

Η εμφιάλωση του παρθένου ελαιόλαδου, τόσο το δοχείο όσο και ο τρόπος σφράγισης, είναι σημαντική τόσο για εμπορικούς λόγους, όσο και για λόγους συντήρησης της ποιότητας του ελαιόλαδου. Οι βασικές παράμετροι σχετικά με το δοχείο είναι οι εξής⁵:

- Μέγεθος δοχείου
- Σχήμα δοχείου
- Χρώμα δοχείου
- Υλικό δοχείου
- Διαθεσιμότητα

Το μέγεθος του δοχείου (π.χ. 250ml, 375ml ή 500ml) υπολογίζεται ανάλογα με το κέρδος και τον όγκο πωλήσεων. Το σχήμα του δοχείου θα πρέπει να λαμβάνει υπόψιν και πρακτικά θέματα, όπως η τοποθέτηση ετικέτας, το ύψος του ραφιού που θα τοποθετηθεί, η σταθερότητα και η συσκευασία.

Το φως είναι επιζήμιο για την ποιότητα του ελαιόλαδου και επιταχύνει την οξειδωση. Αυτό ισχύει για όλες τις πηγές φωτός, συμπεριλαμβανομένων των λαμπτήρων φθορισμού στα καταστήματα λιανικής πώλησης. Τα σκούρα χρώματα γυαλιού, όπως πορτοκαλί, πράσινο, σκούρο μπλε ή μαύρο είναι πάντα προτιμότερα στα γυάλινα δοχεία από άποψη της ποιότητας. Στην περίπτωση γυάλινου δοχείου, πολλοί αγοραστές απαιτούν πλέον την πιστοποίηση, ή τουλάχιστον την επιβεβαίωση, ότι το γυάλινο μπουκάλι δεν περιέχει μόλυβδο. Γενικά η αποθήκευση του ελαιόλαδου σε πλαστικό μπουκάλι δεν προτείνεται, καθώς το πολυβινυλο-χλωρίδιο από το πλαστικό μπορεί να απορροφηθεί από το ελαιόλαδο.

Η επιλογή πώματος, είναι πολύ σημαντική επίσης, τόσο για την ποιότητα του ελαιόλαδου, την μεταφορά του και για την εμπορική του επιτυχία. Χρησιμοποιούνται κυρίως τρεις τύποι πώματος στα δοχεία ελαιόλαδου, καθώς παρουσιάζουν πλεονεκτήματα σχετικά με την αξιοπιστία και την απόδοση κόστους.

Τα πώματα φελλού, είναι από πλαστικό ή συνθετικό φελλό και έχουν δισκοειδές σχήμα στο πάνω μέρος, ενώ προσαρμόζονται στο δοχείο στο κάτω μέρος. Η εξωτερική διάμετρος του δισκοειδούς μέρους προσαρμόζεται στη διάμετρο του λαιμού του δοχείου, ενώ το κάτω μέρος θα πρέπει να εφαρμόζει ακριβώς στην εσωτερική διάμετρο του λαιμού του δοχείου ώστε να μην υπάρχει διαρροή. Αυτού του είδους το πώμα μπορεί να εφαρμοστεί με το χέρι και δεν απαιτεί ειδικό εξοπλισμό, ενώ είναι εναλλάξιμο μεταξύ δοχείων και δίνουν στη συσκευασία κομψή εμφάνιση. Από την άλλη πλευρά, έχει το μειονέκτημα ότι μπορεί να φύγει από τη θέση του όταν υπάρχουν σημαντικές θερμοκρασίες ή πιέσεις κατά τη διάρκεια της μεταφοράς των δοχείων.

Τα βιδωτά πώματα είναι σχεδόν πάντα από πλαστικό. Μερικά βιδωτά πώματα έχουν την ίδια εξωτερική διάσταση με το λαιμό του δοχείου ενώ άλλα είναι μεγαλύτερα. Μπορεί να έχουν στην εσωτερική τους πλευρά επιπλέον δισκοειδές υλικό σφράγισης για να εξασφαλιστεί μια σφιχτή σφράγιση όταν το πώμα βιδώνεται προς τα κάτω. Αυτού του είδους τα πώματα δεν είναι τόσο εύκολα εναλλάξιμα μεταξύ των διαφόρων δοχείων αλλά είναι δημοφιλή επειδή μπορούν να εφαρμοστούν με το χέρι, χωρίς ειδικό εξοπλισμό. Επίσης, τα βιδωτά πώματα είναι πιο ασφαλή και ανθεκτικά στις αλλαγές της πίεσης.

Τέλος υπάρχουν και τα μεταλλικά βιδωτά πώματα, με καθοριστικό χαρακτηριστικό τον δακτύλιο ασφάλειας που θα πρέπει να αφαιρεθεί τη πρώτη φορά που γίνεται χρήση του δοχείου. Ενώ είναι ακούρτως αξιόπιστα και ανθεκτικά στις αλλαγές πίεσης, τα μεταλλικά πώματα απαιτούν ακριβό εξοπλισμό για την τοποθέτησή τους στο εργοστάσιο εμφιάλωσης.

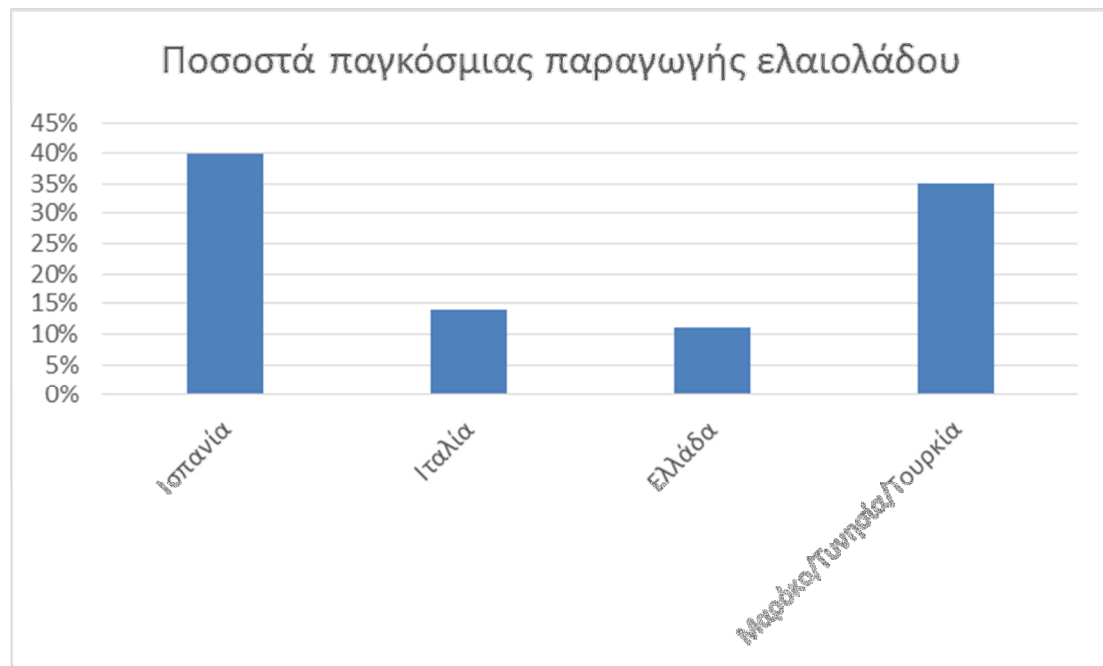
3.3 Ορισμός Αγοράς και Ανάλυσης της Δομής της

3.3.1 Γενικά χαρακτηριστικά αγοράς ελαιόλαδου

Με βάση στοιχεία της κλαδικής ανάλυσης του Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος για τον τομέα του ελαιόλαδου (2015), η Ελλάδα κατέχει τη τρίτη θέση στην παγκόσμια παραγωγή ελαιόλαδου στον κόσμο (11%), ακολουθώντας την Ισπανία (40%) και την Ιταλία (14%), ενώ στην τελευταία θέση βρίσκεται η Πορτογαλία. Η Ελλάδα

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

κατατάσσεται τρίτη στην παγκόσμια παραγωγή ελαιόλαδου (μετά την Ισπανία και την Ιταλία), με μέση ετήσια παραγωγή περίπου 0,3 εκατομμύρια τόνους που συμβάλλουν περίπου 0,4% στο ετήσιο ΑΕΠ (ή € 750 εκατομμύρια) την περίοδο 2010-2015, σε σύγκριση με το 0,3% στην Ισπανία και 0,1% στην Ιταλία. Η υπόλοιπη παραγωγή διαμοιράζεται μεταξύ των χωρών της Τυνησίας, του Μαρόκου και της Τουρκίας (Διάγραμμα 3-1)⁶.



Διάγραμμα 3-1 Μερίδιο παγκόσμιας παραγωγής ελαιολάδου ανά χώρα.

Με βάση στοιχεία του 2010, η κατανάλωση του ελαιόλαδου ήταν συγκεντρωμένη στις χώρες παραγωγής. Την περίοδο 2007- 2008, η κατανάλωση στην ΕΕ ήταν 1,9 εκατομμύρια τόνοι (69,9% της παγκόσμιας κατανάλωσης). Εκτός από την ΕΕ, μεγάλοι καταναλωτές ελαιόλαδου είναι η Συρία (4,1%), η Τουρκία (2,2%), το Μαρόκο (2,1%), και την Τυνησία (1,6%). Με κατανάλωση συνολικού ύψους 246.000 τόνων κατά την περίοδο 2007-2008, οι ΗΠΑ έχουν γίνει η δεύτερη μεγαλύτερη αγορά στον κόσμο στον τομέα του ελαιόλαδου. Υπήρχαν επίσης αισθητές αυξήσεις στις αγορές της Αυστραλίας, της Ιαπωνίας, του Καναδά και τη Βραζιλία, με ετήσια κατανάλωση στις χώρες αυτές που κυμαίνονται από 21.000 έως 40.000 τόνους. Με βάση στοιχεία του 2015, η αυξανόμενη αποδοχή της μεσογειακής διατροφής και συγκεκριμένα του ελαιόλαδου, έχει διπλασιάσει την ζήτηση για ελαιόλαδο στις τρίτες χώρες (εκτός των

χωρών παραγωγής) κατά τη τελευταία 20ετία. Με πρωτοπόρο την Ισπανία, η παγκόσμια παραγωγή ελαιόλαδου αυξήθηκε σημαντικά (περίπου 90%) κατά τη διάρκεια των τελευταίων 25 ετών. Ενώ οι τρεις πρώτες χώρες παραγωγής (Ισπανία, Ιταλία και Ελλάδα) εξακολουθούν να απορροφούν περίπου το 1/2 της παγκόσμιας κατανάλωσης ελαιόλαδου, η αυξημένη παραγωγή απορροφήθηκε κυρίως από μη χώρες παραγωγής, των οποίων η ζήτηση υπερδιπλασιάστηκε, γεγονός που οφείλεται σε αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τα οφέλη του ελαιόλαδο για την υγεία σε σύγκριση με άλλα φυτικά έλαια⁷.

Είναι σημαντικό εδώ να σημειωθεί, ότι μόνο το 27% της ελληνικής παραγωγής φτάνει στο στάδιο της τυποποίησης, σε σύγκριση με το 50% στην Ισπανία και το 80% στην Ιταλία, ενώ το υπόλοιπο της παραγωγής πωλείται σε μορφή χύμα, συμπεριλαμβανομένου του 70% των εξαγωγών, η οποία κατευθύνεται κυρίως προς την Ιταλία προς εκ νέου εξαγωγή. Ταυτόχρονα, το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στα επώνυμα ελαιόλαδα μειώθηκε από 65 κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 στο 4% κατά τα τελευταία 5 χρόνια. Τα στοιχεία παραγωγής και κατανάλωσης διαφέρουν σημαντικά από το ένα έτος στο άλλο ανάλογα με τις εξελίξεις στην κυρίαρχη αγορά της ΕΕ. Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια, έχουν σημειωθεί αυξήσεις τόσο της παγκόσμιας προσφοράς, όσο και της ζήτησης για το ελαιόλαδο. Αυτές οι εξελίξεις στην προσφορά και τη ζήτηση απαιτούν μια πιο ενεργή πολιτική εξαγωγών και στο μέλλον⁸.

3.3.2 Δομή πελατείας

3.3.2.1 Υπεραγορές

Με βάση διεθνείς μελέτες, η προμήθεια του ελαιόλαδου από τους τελικούς καταναλωτές στην Ευρώπη, γίνεται κυρίως μέσω μεγάλων αλυσίδων καταστημάτων τροφίμων και άλλων ειδών (υπεραγορές – supermarkets). Η επιχείρηση ως εκ τούτου έρχεται σε επαφή είτε άμεσα είτε μέσω μεσαζόντων με τις υπεραγορές με αποτέλεσμα να γίνει συμφωνία για προμήθεια του προϊόντος με σκοπό τη μεταπώληση του στον τελικό καταναλωτή. Καθώς το παρθένο ελαιόλαδο δεν θεωρείται είδος βασικής ανάγκης στις χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης, η τοποθέτηση του σε κατάλληλη θέση (σε υψηλότερα ράφια) βοηθά στην αύξηση των

πωλήσεων μέσω του επηρεασμού της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Έτσι, τοποθετώντας το ελαιόλαδο σε υψηλότερο ράφι, γίνεται αναγνωρίσιμο ως προϊόν πολυτελείας. Η τοποθέτηση του προϊόντος σε κατάλληλη θέση, προκύπτει μετά από συμφωνία με την υπεραγορά και έχει κάποιο επιπλέον κόστος, ανάλογα και με τον ανταγωνισμό που υπάρχει μεταξύ όμοιων προϊόντων. Η προμήθεια του ελαιόλαδου γίνεται συνήθως σε μηνιαία βάση.

3.3.2.2 Καταστήματα εκλεκτών τροφίμων

Σε πολλές χώρες του εξωτερικού το παρθένο ελαιόλαδο ακόμα θεωρείται ως προϊόν πολυτελείας. Ως εκ τούτου μπορεί να πωληθεί μέσω καταστημάτων εκλεκτών τροφίμων (delicatessen). Η συμφωνία γίνεται πάλι είτε μεταξύ της εταιρείας και του καταστήματος, ή μέσω μεσαζόντων που αναλαμβάνουν την προώθηση του προϊόντος σε αυτό το τμήμα των πελατών. Η θέση και η προώθηση του προϊόντος συμφωνείται με το κατάστημα ώστε να επηρεαστεί η αγοραστική συμπεριφορά του τελικού καταναλωτή με τον κατάλληλο τρόπο. Η προμήθεια του ελαιόλαδου γίνεται συνήθως σε μηνιαία βάση.

3.3.2.3 Χώροι μαζικής εστίασης

Οι χώροι όπου επιτελείται μαζική εστίαση, όπως εστιατόρια, ξενοδοχεία, νοσοκομεία, σχολεία – νηπιαγωγεία, εταιρείες τροφοδοσίας κλπ., μπορούν να αποτελέσουν πελάτες της επιχείρησης είτε απευθείας, είτε μέσω μεσαζόντων – διανομέων. Οι συγκεκριμένοι χώροι, καθώς προσφέρουν μαγειρεμένο φαγητό σε καθημερινή βάση, έχουν ανάγκη να προμηθεύονται ελαιόλαδο συχνά ώστε να το εντάσσουν στο τελικό προϊόν που πωλούν στον τελικό καταναλωτή.

3.3.3 Ανταγωνισμός

Με βάση όσα παρουσιάστηκαν στην παράγραφο 3.3.1, καταλήγουμε ότι οι ανταγωνιστές της επιχείρησης είναι εταιρείες παραγωγής και εμφιάλωσης ελαιόλαδου

που εξάγουν τα προϊόντα τους στην Ευρωπαϊκή αγορά, τόσο από την Ελλάδα, όσο και από τις χώρες τις Ισπανίας, της Ιταλίας, της Πορτογαλίας, της Τυνησίας, του Μαρόκο και της Τουρκίας. Ακολουθεί παρουσίαση και ανάλυση του ανταγωνισμού. Τα στοιχεία έχουν ληφθεί από την επίσημη ιστοσελίδα του International Olive Council με τελευταία ενημέρωση το 2012.

3.3.3.1 Ελληνικές επιχειρήσεις εξαγωγών

Στην Ελλάδα καταγράφονται συνολικά 30 εταιρείες που εξάγουν ελαιόλαδο, ενώ τέσσερις εταιρείες είναι αυτές που κατέχουν το 40% των εξαγωγών τυποποιημένου παρθένου ελαιόλαδου: η Ελαϊς Unilever, η Μινέρβα, η Gaia και η Nutria. Οι λοιπές εξαγωγές υλοποιούνται από συνεταιρισμούς, όπως ο ΕΣΒΙΤΕ (Ελληνικός Σύνδεσμος Βιομηχανιών και Τυποποιητών Ελαιόλαδου) που διαθέτει 59 μέλη. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι εξάγεται το 35% του ελαιόλαδου που παράγεται στην Ελλάδα, αλλά το τυποποιημένο παρθένο ελαιόλαδο που εξάγεται στην Ευρώπη αποτελεί μόνο το 2,8% (μέσος όρος περιόδου 2009-2015). Οι εταιρείες που παράγουν ελαιόλαδο ανέρχονται στις 490, και η πλειονότητα αυτού είναι εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, δίνοντας μια υπεροχή έναντι της Ιταλίας και της Ισπανίας. Όμως η πλειονότητα δεν υπόκειται σε τυποποίηση και οι ελληνικές εταιρείες που εξάγουν τυποποιημένο παρθένο ελαιόλαδο δυσκολεύονται να ανταγωνιστούν τις αντίστοιχες ιταλικές και ισπανικές μάρκες. Αυτό αναδεικνύεται από το γεγονός ότι η Ιταλία, που έχει κυρίαρχη θέση στη διεθνή αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου, εισάγει χύμα ελαιόλαδο από την Ισπανία και την Ελλάδα, το τυποποιεί και το πουλά εκμεταλλευόμενη την εμπορική αναγνωρισιμότητα του ιταλικού ελαιόλαδου.

3.3.3.2 Ισπανικές εξαγωγές

Στην Ισπανία καταγράφονται συνολικά 34 εταιρείες που ασχολούνται με την εξαγωγή ελαιόλαδου⁹.

Σήμερα, η επέκταση των ελαιώνων σε συνδυασμό με τις πιο ορθολογικές, πρακτικές έχουν οδηγήσει σε απότομη αύξηση της παραγωγής. Όταν μιλάμε για την απόδοση των καλλιεργειών, μια διάκριση πρέπει να γίνει μεταξύ του ελαιόλαδου και των

επιτραπέζιων ελιών. Στην πρώτη περίπτωση, οι αποδόσεις στους μη-οργανικούς ελαιώνες κυμάνθηκε από 2051 έως 2606 kg / ha την περίοδο 2008/09 και 2009/10, και σε οργανικούς από 4262 έως 4483 kg / ha. Η ανάλυση των τάσεων της παραγωγής κατά την περίοδο 2000/01-2009/10 δείχνει ότι η παραγωγή ελαιολάδου έφτασε κατά μέσο όρο τους 1.125.390 τόνους ετησίως, η οποία αντιπροσωπεύει μια σημαντική αύξηση (+ 66,27%) επί τη μέση ετήσια ποσότητα (676810 τόνοι) κατά τη περίοδο 1990/91- 2000/01.

Η παραγωγή ελαιόλαδου το 2011/12 εκτιμάται σε 1.600.000 τόνους. Υπάρχουν 1.740 ελαιοτριβεία στην Ισπανία που κατανέμονται σε 13 αυτόνομες κοινότητες (2010). Το μεγαλύτερο ποσοστό (45%) των εγκαταστάσεων επεξεργασίας ελιάς βρίσκεται στην Ανδαλουσία, όπου το 40% στην επαρχία Χαέν. Αυτή η Αυτόνομη Κοινότητα και η επαρχία παράγουν το 77% και 32% αντίστοιχα του ελαιόλαδου της Ισπανίας.

Τα τελευταία χρόνια, τα περισσότερα ελαιοτριβεία έχουν ανακαινιστεί πλήρως και είναι εξοπλισμένα με συνεχείς φυγοκεντρικές μηχανές δύο φάσεων. Επί του παρόντος, το 75% των ελαιοτριβείων στην Ισπανία έχουν τέτοιες εγκαταστάσεις, οι οποίες συνέβαλαν στη βελτίωση της ποιότητας του ελαιόλαδου και τη μείωση της παραγωγής αποβλήτων, η οποία εδώ και δεκαετίες προκαλούσε σοβαρά περιβαλλοντικά προβλήματα.

Τα ελαιοτριβεία στην Ισπανία ποικίλουν σε μέγεθος, μετρούμενο από την άποψη του όγκου του ελαιόλαδου που παράγεται ανά σεζόν. Το πιο κοινό μέγεθος παράγει 20-100 τόνους ελαιόλαδου ανά μήνα και αντιπροσωπεύει το 23,30% της συνολικής εγχώριας παραγωγής. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι αντιπροσωπεύουν μόλις λιγότερο από το 11% των εγκαταστάσεων επεξεργασίας ελαίου, οι μύλοι με μια σειρά παραγωγής μεταξύ 1000 και 2500 τόνων ανά μήνα παράγουν το 34,05% της συνολικής εθνικής παραγωγής του ελαιόλαδου.

Πολλοί καταναλωτές συνδέουν την ποιότητα του ελαιόλαδου με την οξύτητα του. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η οξύτητα είναι μια από τις χημικές παραμέτρους που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό της ποιότητας των ελαιόλαδων και δείχνει το επίπεδο των ελεύθερων λιπαρών οξέων στο έλαιο (εκφρασμένο σε % ελαϊκό οξύ), ενώ δεν σχετίζεται με τη γεύση του ελαιόλαδου. Ένα χαμηλό επίπεδο οξύτητας εγγυάται ότι τα παρθένα ελαιόλαδα έχουν παραχθεί από υγιείς ελιές κάτω από ιδανικές συνθήκες σε κάθε στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας. Τη σεζόν

2008/09, το 45% των ελαίων που παράχθηκαν ήταν εξαιρετικό παρθένο, το 42% ήταν παρθένα ελαιόλαδα και το 12% ήταν λαμπάντε Βαθμός (> 3.3^ο).

Η εμφιάλωση και η συσκευασία των φυτών είναι ο τελευταίος κρίκος στην αλυσίδα παραγωγής. Εκτός από τη συσκευασία του ελαιόλαδου σε κατάλληλα μεγέθη (χωρητικότητα μικρότερη από 5 λίτρα για την κατανάλωση των νοικοκυριών και 25 λίτρων για κονσερβοποιίες, ξενοδοχεία και επιχειρήσεις εστίασης) και τα είδη συσκευασίας, μπορούν επίσης να συνδυαστούν παρθένα ελαιόλαδα με εξευγενισμένα ελαιόλαδα και πυρηνέλαια με αποτέλεσμα ένα προϊόν με ειδικά χαρακτηριστικά. Υπάρχουν 1519 μονάδες συσκευασίας στην Ισπανία, εκ των οποίων το 90% συνδέονται με ένα ελαιοτριβείο.

Επιπλέον, η Ισπανία έχει 6260 μονάδες παραγωγής ελαιόλαδου από τον ελαιοπυρήνα που έχει απομείνει μετά την παραγωγή του παρθένου ελαιόλαδου. Αυτός ο ελαιοπυρήνα εξακολουθεί να περιέχει ένα υψηλό ποσοστό του ελαίου, το οποίο λαμβάνεται με φυσικές (φυγοκέντρηση) ή χημικές μεθόδους (διαλύτες). Το προϊόν που λαμβάνεται, γνωστό και ως ακατέργαστο πυρηνέλαιο, πρέπει να τελειοποιηθεί και να αναμειχθεί με παρθένο ελαιόλαδο, εάν πρόκειται να πωληθεί για κατανάλωση από τον άνθρωπο. Η Ισπανία παράγει κάποια 56000 τόνους ακατέργαστου πυρηνελαίου ανά έτος καλλιέργειας, 77% με χημικά μέσα και το 23% με φυσικές μεθόδους. Τέλος, η Ισπανία έχει 22 διυλιστήρια.

Το ελαιόλαδο που παράγεται από την Ισπανία πηγαίνει τόσο σε εγχώριες και ξένες αγορές. Η μέση κατανάλωση στην τελευταία δεκαετία από το 2000/01 έως το 2009/10 βρίσκεται σε ένα πολύ ικανοποιητικό επίπεδο και δείχνει μια αύξηση της τάξης του 26,65% σε σχέση με το μέσο επίπεδο που καταγράφηκε την προηγούμενη δεκαετία.

Η Ισπανία είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας ελαιόλαδου στον κόσμο του. Κατά την τελευταία δεκαετία (2000/01-2009/10), οι ισπανικές εξαγωγές κατά μέσο όρο σημείωσαν αύξηση 96,34% σε σύγκριση με την προηγούμενη δεκαετία. Το 2010 οι ισπανικές εξαγωγές εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ενδοκοινοτικές συναλλαγές) ανήλθαν σε 656.334,8 τόνους. Οι κυριότεροι προορισμοί ήταν η Ιταλία (422768,2 t), η Γαλλία (84387,3 t), η Πορτογαλία (74938,2 t), το Ηνωμένο Βασίλειο (32692,2 t), το Βέλγιο (8760,6 t), η Ολλανδία (8 037,4 t) και η Γερμανία (7191,1 t).

Οι κυριότεροι προορισμοί για τις εξαγωγές της Ισπανίας εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ήταν οι Ηνωμένες Πολιτείες (56941,4 t), η Αυστραλία (24153,7 t), η Ιαπωνία

(16337,6 t), η Βραζιλία (12374,8 t), η Κίνα (11 316,0 t), η Ρωσία (9308,6 t), το Μεξικό (7497.0 t) και η Νότια Κορέα (7293,6 τόνοι). Οι εισαγωγές έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, κυρίως από την Τυνησία (8546 τόνοι), το Μαρόκο (3182 t) και τη Τουρκία (400 t).

3.3.3.3 Ιταλικές εξαγωγές

Στην Ιταλία καταγράφονται 39 εταιρείες εξαγωγής ελαιόλαδου. Κατά την δεκαετία 2000/01-2009/10) η παραγωγή ελαιόλαδου ήταν κατά μέσο όρο 596920 t, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 19,64% σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο δέκα ετών. Η Απουλία και η Καλαβρία ξεχωρίζουν με μερίδια της εθνικής παραγωγής 35,6% και 34% αντίστοιχα, ενώ ακολουθούν άλλες περιοχές ελαιοκαλλιέργειας, όπως η Σικελία (8%), η Καμπανία (5,8%) και το Λάτσιο (3,8%). Συνολικά, η Νότια Ιταλία αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 90% της ιταλικής παραγωγής. Η σεζόν 2009/10 χαρακτηρίζεται από χαμηλή συχνότητα εμφάνισης ασθενειών, κυρίως λόγω της αποτελεσματικής παρακολούθησης. Τα τελευταία χρόνια οι παραγωγοί έχουν στην πραγματικότητα εστιάσει περισσότερο στο θέμα αυτό, προκειμένου να μειώσουν το κόστος παραγωγής και να βελτιώσουν την ποιότητα. Η αύξηση της παραγωγής είναι ιδιαίτερα αξιοσημείωτη στις κεντρικές περιοχές, οι οποίες πλήττονται περισσότερο από τις δυσμενείς κλιματολογικές συνθήκες. Συνολικά η ανάλυση των δεδομένων για την ιταλική παραγωγή ελαιόλαδου κατά την τελευταία δεκαετία είναι αρκετά σταθερή κατά μέσο όρο στους 500 000 τόνους / έτος συγκομιδής, αν και υπήρξαν απότομες κορυφές το 2004/05 (879000 τόνοι) και το 2003/04 (685000 τόνοι).

Συνολικά, υπήρχαν 4809 ελαιοτριβεία στην Ιταλία το 2010/11. Η πλειοψηφία των ελαιοτριβείων συγκεντρώνονται στην Απουλία (962 ελαιοτριβεία = 20%), τη Καλαβρία (746 = 16%) και τη Σικελία (598 = 12%).

Το 2010/11, οι Ιταλοί παραγωγοί απέφεραν την τιμή των € 331/100 kg για το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, πολύ πάνω από τις τιμές που καταβάλλονται στους ομολόγους του στην Ελλάδα (€ 202,67 / 100 kg) ή την Ισπανία (€ 196,50 / 100 kg).

Η εγχώρια κατανάλωση το ελαιόλαδο αποτελεί το 70% της συνολικής κατανάλωσης φυτικών ελαίων σε όγκο και το 86% σε αξία. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δέκα

ετών, η οικιακή κατανάλωση έχει αυξηθεί κατά 13,66% σε σχέση με την προηγούμενη δεκαετία. Ωστόσο, πιο πρόσφατα, τα τελευταία πέντε έτη συγκομιδής, η τάση είναι προς τα κάτω (-1,3% κατά μέσο όρο) σε αρμονία με την εγχώρια κατανάλωση των σπορέλαιων, αν και το μερίδιο της αξίας έχει αυξηθεί κατά 2%.

Οι εισαγωγές ελαιόλαδου είναι κατά μέσο όρο 108 730 t / έτος την περίοδο 2000 / 01- 2009/10. Η Ισπανία είναι κύρια πηγή ελαιόλαδου της Ιταλίας, ενώ επόμενη στη σειρά έγκειται η Ελλάδα και η Τυνησία. Ενώ η Ισπανία είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας ελαιόλαδου στον κόσμο και το κυρίαρχο στοιχείο του ενδοκοινοτικού εμπορίου, η Ιταλία είναι νούμερο ένα σε εξαγωγές ελαιόλαδου σε τρίτες χώρες. Οι ιταλικές εξαγωγές ελαιόλαδου έχουν αυξηθεί σημαντικά (64,46%) μεταξύ των δύο τελευταίων δεκαετιών. Ο ρυθμός ανάπτυξης ήταν σχεδόν σταθερός την τελευταία δεκαετία. Μεταξύ Ιανουαρίου και Δεκεμβρίου του 2009, οι κύριοι αποδέκτες των ιταλικών εξαγωγών της ΕΕ ήταν η Γερμανία (41854 τόνοι), η Γαλλία (32400 τόνοι), το Ηνωμένο Βασίλειο (21544 τόνοι) και η Ισπανία (18489 τόνοι). Κατά το ημερολογιακό έτος 2010, οι εξαγωγές σε αγορές εκτός της ΕΕ ήταν κατά κύριο λόγο στις Ηνωμένες Πολιτείες (109226 τόνοι), τον Καναδά (24 314 τόνοι) και την Ιαπωνία (18595 τόνοι).

3.3.3.4 Πορτογαλικές εξαγωγές

Στην Πορτογαλία καταγράφονται 351 εταιρείες εξαγωγών ελαιόλαδου. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 2000-2010, στην Πορτογαλία καταναλώνονται κατά μέσο όρο 72790 τόνοι ελαιόλαδου ανά έτος. Η Πορτογαλία παρουσιάζει λίγες εξαγωγές στον τομέα του ελαιόλαδου, αν και οι εξαγωγές αυξήθηκαν απότομα κατά 79,20% από 11970 τόνους σε 21450 τόνους κατά τη διάρκεια των τελευταίων δύο δεκαετιών. Η Ισπανία ήταν ο κύριος προορισμός εντός της ΕΕ για το πορτογαλικό ελαιόλαδο, το 2010. Η Ιταλία αποτελεί την δεύτερη εξαγωγική αγορά με 3143 τόνους πορτογαλικού ελαιόλαδου. Την ίδια χρονιά (2010) η Πορτογαλία εισάγει 74938 τόνους ελαιόλαδο από την Ισπανία. Η εγχώρια παραγωγή μειώθηκε την τελευταία δεκαετία κατά 10,54%. Η εγχώρια κατανάλωση έχει κινηθεί προς την ίδια κατεύθυνση, αφού μειώθηκε κατά -20,09%. Σε αντίθεση, οι πορτογαλικές εξαγωγές των επιτραπέζιων ελιών έχουν καταγράψει αρκετά θεαματική αύξηση (+ 105,85%) κατά τη διάρκεια των δύο δεκαετιών.

3.3.3.5 Εξαγωγές από χώρες εκτός ΕΕ

Στην Τουρκία καταγράφονται 90 εταιρείες εξαγωγής ελαιόλαδου. Η κατανάλωση ελαιόλαδου στην Τουρκία έχει μετακινηθεί σε χαμηλότερο επίπεδο από την παραγωγή, που κυμαίνεται μεταξύ 46000 τόνων και 110000 τόνων στα δέκα έτη συγκομιδής μεταξύ 2000/01 και 2009/10. Στην πραγματικότητα, σύμφωνα με πηγές του κλάδου, παρά την εξαιρετική προοπτική για την παραγωγή ελαιόλαδου στην Τουρκία, το ελαιόλαδο αποτελεί ένα μικρό ποσοστό 9% των 1,3 εκατομμυρίων τόνων φυτικών ελαίων που καταναλώνονται στη χώρα. Αυτό το χαμηλό επίπεδο οφείλεται στην κακή ευαισθητοποίηση των καταναλωτών για τα χαρακτηριστικά του ελαιόλαδου που προάγουν την υγεία. Ωστόσο, οι τουρκικές αρχές υγείας έχουν αρχίσει να συμβουλεύουν τους πολίτες να συμπεριλάβουν το ελαιόλαδο στη διατροφή τους, γεγονός που έχει αναβιώσει το ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα οφέλη του ελαιόλαδου. Ως αποτέλεσμα, μεταξύ των δύο τελευταίων δεκαετιών, η ετήσια εγχώρια κατανάλωση αυξήθηκε από ένα μέσο όρο 63200 τόνων στους 71650 τόνους. Η κατά κεφαλήν κατανάλωση έχει επίσης αυξηθεί, φθάνοντας το 1,4 kg το 2010. Στο μέτωπο των εξαγωγών, οι τουρκικές εξαγωγές ελαιόλαδου μεταβάλλονται αρκετά σημαντικά επειδή συνδέονται στενά με την απόδοση της φυτικής παραγωγής. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια των δέκα ετών συγκομιδής, έχουν ποικίλει εντός ενός διαστήματος μεταξύ 15000 τόνων (2007/08) και 93500 τόνων (2004/05). Ωστόσο, εάν τα στοιχεία των εξαγωγών αναλυθούν ανά δεκαετία, προκύπτει ότι οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 83,62%. Το 2009/10, η Τουρκία εξήγαγε 29500 τόνους ελαιόλαδου, κυρίως στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τις Ηνωμένες Πολιτείες, τη Σαουδική Αραβία και την Ιαπωνία, με φθίνουσα σειρά όγκου. Το 2009, οι εξαγωγές ελαιόλαδου αντιπροσώπευαν το 1,8% του συνόλου των τουρκικών εξαγωγών γεωργικών προϊόντων, ενώ το ποσοστό αυτό μειώθηκε στο 1,5% το 2010, γεγονός που αντισταθμίστηκε από την υψηλότερη εγχώρια κατανάλωση.

Στην Τυνησία καταγράφονται 216 εταιρείες εξαγωγών ελαιόλαδου, ενώ η εσωτερική κατανάλωση φτάνει τους 40000 τόνους ετησίως την δεκαετία 2000-2010 και καλύπτεται αποκλειστικά από την εγχώρια παραγωγή ελαιόλαδου. Η κατανάλωση έχει μειωθεί κατά 26,19% σε σχέση με τη προηγούμενη δεκαετία. Στις εξαγωγές η Τυνησία κατέχει σημαντική θέση καθώς εξάγει το 75% της παραγωγής της και αποτελεί τον δεύτερο μεγαλύτερο εξαγωγέα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Η Τυνησία εξάγει κατά σειρά όγκου στην Ιταλία, την Ισπανία και τη Γαλλία, ενώ αποτελεί το 77%

των εισαγωγών της Ιταλίας από χώρες εκτός ΕΕ, το 79% της Ισπανίας και το 91% της Γαλλίας. Επίσης από την Τυνησία εισάγουν ελαιόλαδο χώρες όπως το Μαρόκο, η Ιορδανία και η Συρία.

Στο Μαρόκο καταγράφονται 212 εταιρείες εξαγωγών ελαιόλαδου, ενώ η αγορά του ελαιόλαδου είναι ελεύθερη και οι τιμές μεταβάλλονται έντονα από έτος σε έτος με τον όγκο των δυνατοτήτων παραγωγής και των εξαγωγών. Στην περίπτωση των παρθένων ελαιόλαδων, οι τιμές που καταβάλλονται για το προϊόν που εξέρχεται από το μύλο ήταν DH18-25/L για μη βιολογικά προϊόντα και DH 30-35/L για τα βιολογικά. Η εγχώρια κατανάλωση ελαιόλαδου αυξάνεται σχεδόν συνεχώς από το 2000/01 (35000 τόνοι) στους 90000 τόνους το 2009/10, με τη βοήθεια της έντονης αύξησης της παραγωγής εκείνο το έτος, η οποία είχε επίσης θετικό αντίκτυπο στις εξαγωγές, ενώ περαιτέρω αναθεώρηση των τάσεων κατανάλωσης μεταξύ των δύο περιόδων αποκαλύπτει αύξηση 35,97% της εγχώριας κατανάλωσης μεταξύ των δύο δεκαετιών. Στο μέτωπο των εξαγωγών, κατά την τελευταία δεκαετία, οι εξαγωγές των μαροκινών ελαιόλαδων κυμαίνονταν μεταξύ 0,0 τόνων για την περίοδο 2000/01 και 21000 τόνων το 2009/10, με σημαντικές διακυμάνσεις μεταξύ των ετών. Ο τομέας των εξαγωγών ελαιόλαδου αυξήθηκε κατά 29,87% από το 1990 ως το 2010. Οι εισαγωγές έχουν επίσης καταγράψει μεγάλες μεταβολές, ωστόσο κατά μέσο όρο υπάρχει αύξηση.

3.3.4 Βασικοί τρόποι ανταγωνισμού

3.3.4.1 Αυθεντικότητα – Προέλευση

Η αυθεντικότητα του ελαιόλαδου είναι ένα σημαντικό ζήτημα στην Ευρώπη. Το θέμα περιστρέφεται γύρω από δύο βασικούς άξονες: τη σύνθεση και την προέλευση του ελαιόλαδου. Όσον αφορά τη σύνθεση, αφθονούν οι εκθέσεις των ελαίων που πωλούνται ως έξτρα παρθένα ελαιόλαδα των οποίων η σύνθεση δεν ανταποκρίνεται στο αίτημα. Όπως εξηγείται στην "προδιαγραφές των προϊόντων", η σύνθεση και η τυποποίηση καθορίζονται σαφώς από τη νομοθεσία, ελέγχονται αυστηρά από τις τελωνειακές αρχές και τους αγοραστές.

Η προέλευση είναι επίσης ένα σημείο προσοχής για τα ελαιόλαδα. Μέχρι τον Ιούλιο του 2009, η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν απαιτούσε να δηλώνεται η χώρα προέλευσης

στις ετικέτες των ελαιόλαδων. Ωστόσο, υπό το πρίσμα μιας σειράς αξιώσεων δόλιας προέλευσης, οι νομοθετικές διατάξεις βάσει του δικαίου της ΕΕ καθορίζουν με σαφήνεια τους κανόνες για την υποχρέωση της δήλωσης της χώρας προέλευσης. Παρ' όλα αυτά, πηγές του κλάδου αναφέρουν ότι η αγορά του ελαιόλαδου εξακολουθεί να περιέχει προϊόντα και παίκτες που δεν ακολουθούν το ευρωπαϊκό δίκαιο αυστηρά, δημιουργώντας έτσι την ανησυχίες¹⁰.

3.3.4.2 Μοναδικότητα - Εξειδίκευση

Παρά το γεγονός ότι εξακολουθεί να είναι μια εξειδικευμένη αγορά, υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον για τα μοναδικά-εξειδικευμένα ελαιόλαδα μεταξύ των ευρωπαϊών καταναλωτών. Η τάση αυτή οδηγεί σε αύξηση των ευκαιριών για τα έλαια με γεωγραφική ένδειξη ή αυτά προέρχονται από μια συγκεκριμένη χώρα ή περιοχή. Παρά το γεγονός ότι ορισμένα συμβατικά σούπερ μάρκετ πωλούν τέτοια ειδικά ελαιόλαδα, είναι πιο συχνά στο εμπόριο μέσω των καταστημάτων *delicatessen* ή διαδικτυακών εμπόρων λιανικής πώλησης.

Οι κύριοι παράγοντες για την τάση προς εξειδικευμένα προϊόντα όπως το ελαιόλαδο είναι οι ανάγκες των καταναλωτών για την ιχνηλασιμότητα και την αυθεντικότητα. Οι ευρωπαίοι καταναλωτές απαιτούν όλο και περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την ποιότητα και την προέλευση των ελαιόλαδων. Σε αυτό το τμήμα της αγοράς οι προσαυξήσεις των τιμών είναι επίσης υψηλότερες, αλλά η ανάγκη για σωστές ιδιότητες και πιστοποιητικά πιέζει προς αυτή τη κατεύθυνση.

Ακολουθώντας την κίνηση προς εξειδικευμένα ελαιόλαδα στην Ευρώπη, υπάρχει μια ευκαιρία για τους προμηθευτές ελαιόλαδου να κινηθούν από την εξαγωγή χύμα ελαίων σε επώνυμα λάδια, με βάση την αυθεντικότητα και την προέλευση. Θα πρέπει να είναι σε θέση να εξασφαλίσουν τη συνοχή στις οργανοληπτικές ιδιότητες (γεύση, οσμή) του λαδιού ελιάς για να το πωλούν στην Ευρώπη ως ένα καταναλωτικό προϊόν. Οι χώρες της Βόρειας Αφρικής, όπως η Τυνησία και το Μαρόκο προσπαθούν να κάνουν ακριβώς αυτό. Μία από αυτές τις μάρκες από το Μαρόκο κέρδισε το Χρυσό Βραβείο στον Διεθνή Διαγωνισμό για το Ελαιόλαδο στην Νέα Υόρκη το 2014. Η Τυνησία φιλοξενεί έναν εθνικό διαγωνισμό για την υψηλή ποιότητα και τα καλύτερα συσκευασμένα ελαιόλαδα (Agence Τύνιδα Afrique Presse, 2015). Ο διαγωνισμός αυτός δημιουργήθηκε για να αναδείξει τις προσπάθειες που

καταβάλλονται από τις επιχειρήσεις για την προώθηση του τομέα του ελαιόλαδου στην Τυνησία.

3.3.4.3 Πιστοποίηση βιολογικού προϊόντος

Τα βιολογικά ελαιόλαδα αποτελούν την ισχυρότερη κατηγορία πώλησης των βιολογικών βρώσιμων ελαίων στην Ευρώπη, η οποία είναι μια ευκαιρία για τους προμηθευτές που μπορούν να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις για βιολογική πιστοποίηση. Για παράδειγμα, εκτιμάται ότι το 2014 η γερμανική λιανική αγορά για τα βιολογικά ελαιόλαδα έφτασε τους 2.600 τόνους. Η Γερμανία είναι η μεγαλύτερη αγορά για τα βιολογικά προϊόντα τροφίμων στην Ευρώπη. Το 2014, 3,8-4,0% της συνολικής γερμανικής αγοράς τροφίμων αποτελείται από πωλήσεις βιολογικών προϊόντων, φθάνοντας περίπου τα 7,5 δις ευρώ. Εντός της γερμανικής αγοράς βιολογικών προϊόντων, η αγορά ελαιόλαδου αυξήθηκε κατά 25% την περίοδο 2013-2014, μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες κατηγορίες. Το ελαιόλαδο είναι ένα από τα τρία κορυφαία έλαια που πωλούνται στη Γερμανία¹¹.

3.3.4.4 Πιστοποίηση δίκαιου εμπορίου

Σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας μάρκετινγκ, η πιστοποίηση δίκαιου εμπορίου είναι επίσης μια αυξανόμενη τάση για τα ελαιόλαδα στην Ευρώπη. Αυτή είναι μια ευκαιρία για την ανάπτυξη των προμηθευτών της χώρας, δεδομένου ότι μπορεί να τους βοηθήσει να διακρίνουν την αρχική πηγή. Η πιστοποίηση δίκαιου εμπορίου συνδέεται με ένα θετικό κοινωνικό αντίκτυπο για τη χώρα παραγωγής και με ένα δίκαιο σύστημα τιμολόγησης για τους παραγωγούς, που αποτελεί μια αυξανόμενη ανησυχία μεταξύ των Ευρωπαίων καταναλωτών.

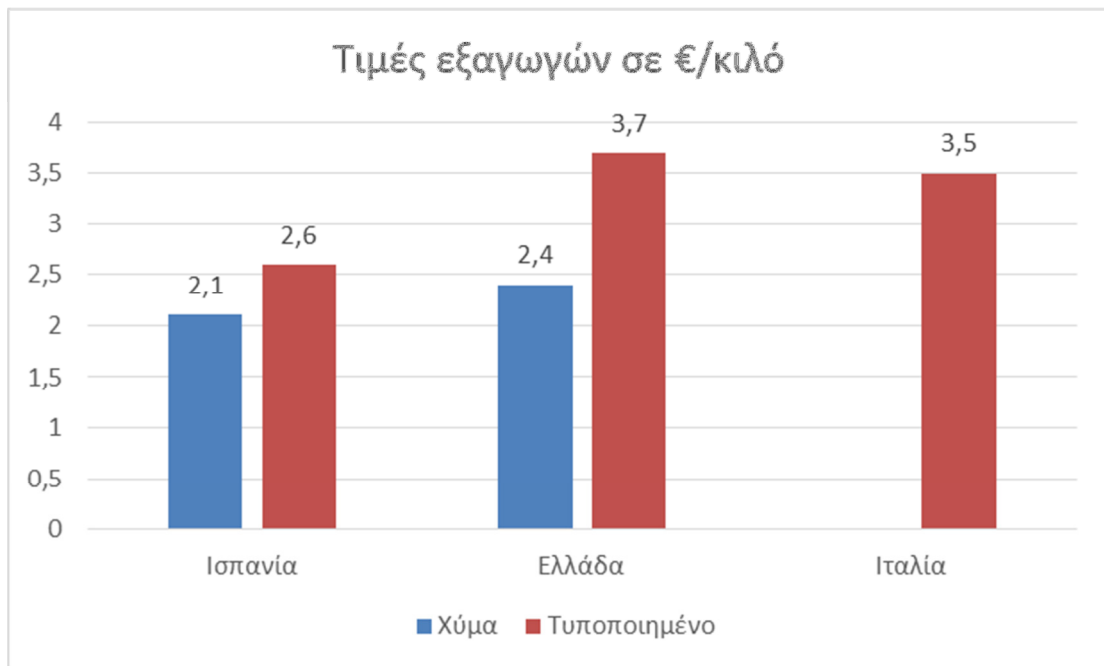
3.3.4.5 Τύπος εμφιάλωσης

Νέες λύσεις συσκευασίας του ελαιόλαδου αποκτούν ενδιαφέρον στις λιανικές αγορές των χωρών της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης, με την αυξημένη χρήση της

συσκευασίας αεροζόλ, για παράδειγμα. Τα περισσότερα ελαιόλαδα σήμερα εξακολουθούν να συσκευάζονται σε φιάλες ή δοχεία, αλλά, σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες της βιομηχανίας, αυτές οι κοινές μορφές συσκευασίας οδηγούν σε θέματα γεύσης και ποιότητας. Τα ελαιόλαδα σε συσκευασία αεροζόλ, από την άλλη πλευρά, είναι καθαρά. Η τάση για τη νέα αυτή συσκευασία οδηγείται από τη δημοτικότητα της μεσογειακής διατροφής και τους καταναλωτές που ενδιαφέρονται για την άνεση, την καθαρότητα του προϊόντος και την διατροφική αξία.

3.3.4.6 Τιμολόγηση

Η τιμολόγηση παίζει σημαντικό ρόλο στον ανταγωνισμό στην ευρωπαϊκή αγορά. η επιχείρηση θα πρέπει να προσφέρει ανταγωνιστικές τιμές σε σχέση με τα άλλα ελληνικά παρθένα ελαιόλαδα της ίδιας ποιότητας που κυκλοφορούν στην αγορά-στόχο αλλά και να συναγωνιστεί επαρκώς τα τυποποιημένα ελαιόλαδα με χώρα προέλευσης την Ισπανία και την Ιταλία. Με βάση στοιχεία της μελέτης της Διεύθυνσης Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας με θέμα «Ελαιόλαδο, Δημιουργώντας το Ελληνικό Brand», οι τιμές εξαγωγών παρθένου ελαιόλαδου σε €/κιλό μεταξύ των τριών κύριων εξαγωγέων (Ισπανία, Ιταλία, Ελλάδα) δίνεται στο Διάγραμμα 3-3. Παρατηρούμε ότι τόσο στο τυποποιημένο όσο και στο χύμα ελαιόλαδο, η Ελλάδα παρουσιάζει τις υψηλότερες τιμές.



Διάγραμμα 3-2 Τιμές εξαγωγών ελαιόλαδου σε ευρώ ανά κιλό για την Ισπανία, την Ιταλία και την Ελλάδα, 2015.

3.3.5 Προμηθευτές και ετερογένεια

Όπως προαναφέραμε, το 70% της παραγωγής ελαιόλαδου στην Ελλάδα είναι κατηγορίας εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου. Στις εξαγωγές εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου, η Ελλάδα είναι πρώτη στον κόσμο. Οι παραδοσιακοί ελαιώνες της χώρας βρίσκονται στη χερσόνησο της Χαλκιδικής, την Κρήτη, τη δυτική ηπειρωτική Ελλάδα, τα Ιόνια νησιά και τα νησιά του Αιγαίου. Γεωγραφικά μιλώντας, σχεδόν το 80% της παραγωγής ελαιόλαδου επικεντρώνεται σε τρεις περιοχές: Πελοπόννησος (37%), Κρήτη (30%) και Ιόνια Νησιά (12%), όπου οι επικεφαλής περιοχές ελαιοκαλλιέργειας είναι αυτές της Μεσσηνίας και της Ηλείας (Πελοπόννησος), του Ηρακλείου και των Χανίων (Κρήτη) και της Κέρκυρας (Επύνησα).

Μεταξύ των ποικιλιών της ελιάς που καλλιεργούνται στην Ελλάδα, τρεις κυριαρχούν στην παραγωγή ελαιόλαδου: Κορωνέικη, Μαστοειδής και Αδραμυτινή. Η επιχείρηση θα προμηθεύεται ελαιόκαρπο από παραγωγούς της Πελοποννήσου και ειδικότερα της Μεσσηνίας, με στόχο να ανταγωνιστεί τα ελαιοτριβεία της περιοχής και να αποκτήσει μερίδιο στην αγορά της Ευρώπης. Η Πελοπόννησος γενικά διαθέτει 864 ελαιοτριβεία, από τα οποία α 86 είναι χαμηλής δυναμικότητας (ετήσια παραγωγή

μικρότερη των 40 τόνων), τα 608 είναι μέση δυναμικότητας (ετήσια παραγωγή μεταξύ 40-100 τόνων) και τα 170 υψηλής δυναμικότητας (ετήσια παραγωγή μεγαλύτερη των 100 τόνων).

Σχετικά με την ετερογένεια της προμηθευόμενης πρώτης ύλης, όπως είδαμε υπάρχουν διάφορες ποικιλίες ελαιόδεντρων που κάθε μία απαιτεί ιδιαίτερες συνθήκες και τεχνικές καλλιέργειας.

3.3.6 Μεταφορά προϊόντων

Δεδομένης της εξαγωγικής φύσεως της επιχείρησης, θα πρέπει να προβλεφθεί η μεταφορά των προϊόντων μέσω του θαλάσσιου δικτύου, από την Πάτρα προς την Ιταλία και ύστερα μέσω του οδικού δικτύου στις χώρες που αποτελούν τους τελικούς αποδέκτες. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να διαθέτει (να μισθώνει) εντός της Ελλάδας αποθήκες, το μέγεθος των οποίων θα μεταβάλλεται ανάλογα με τον όγκο παραγωγής και τη συχνότητα των πωλήσεων.

3.3.7 Δίαυλοι διανομής

Η εισαγωγή παρθένου ελαιόλαδου στις ευρωπαϊκές χώρες γίνεται μέσω δύο καναλιών:

- Μέσα από το διαμεσολαβητικό ρόλο των εμπόρων (εισαγωγείς ή μεσίτες)
- Απευθείας σε ελαιοτριβεία

Οι μικροί προμηθευτές ελαιόλαδου ή οι νέοι παίκτες στην ευρωπαϊκή αγορά, εισέρχονται στην αγορά μέσω εμπόρων. Οι εταιρείες αυτές έχουν ένα εκτεταμένο δίκτυο στην Ευρωπαϊκή αγορά και μπορούν να φέρουν μια νέα επιχείρηση σε επαφή με άμεσους και έμμεσους πελάτες. Εναλλακτικά, αν υπάρχει η δυνατότητα παραγωγής μεγάλου όγκου ελαιόλαδου καλής ποιότητας και τιμής μπορεί να είναι εφικτό να δημιουργηθεί μια μακροχρόνια εμπορική σχέση με επιχειρήσεις επεξεργασίας (ελαιοτριβεία). Αν το ελαιόλαδο πρέπει να τελειοποιηθεί, θα πρέπει να πάει σε ένα ελαιοτριβείο στην Ευρώπη, με ή χωρίς τη μεσολάβηση εμπόρων. Οι έμποροι μπορούν να είναι ειδικευμένοι σε γενικές γραμμές τα συστατικά τροφίμων,

μια συγκεκριμένη ομάδα προϊόντων (παράδειγμα: φυτικά έλαια) ή μόνο ελαιόλαδα. Μπορούν να αποτελέσουν τον ενδιάμεσο για την επαφή μεταξύ του παραγωγού και των βιομηχανιών μεταποίησης.

Ένα μεγάλο μερίδιο των ελαιόλαδων που εξάγονται από τις αναπτυσσόμενες χώρες προς την Ευρωπαϊκή Ένωση φτάνει σε ελαιοτριβεία σε χώρες που παράγουν ελαιόλαδο, όπως η Ιταλία και η Ισπανία, τόσο άμεσα όσο και μέσω εμπόρων. Σε αυτά τα ελαιοτριβεία, τα έλαια αναμειγνύονται με έλαια από άλλη προέλευση. Το ελαιόλαδο είναι συσκευασμένο είτε αμέσως είτε προβαίνει σε εξειδικευμένες εταιρείες συσκευασίας/εμφιάλωσης πριν φθάσει στον τελικό καταναλωτή. Υπάρχουν επίσης εταιρείες στην αλυσίδα αξίας που λαμβάνουν μέρος σε όλα τα στάδια αυτής της διαδικασίας ανάμειξης και συσκευασίας/εμφιάλωσης, αντί να περάσουν από διαφορετικά κανάλια. Αυτοί οι παίκτες δεν είναι απαραίτητα ο κύριος παραγωγός και συχνά εκτελούν και το ρόλο των εισαγωγέων.

Η ανάμειξη των ελαίων λαμβάνει χώρα σε εγκαταστάσεις σε μια άλλη ευρωπαϊκή χώρα, όπως η Ολλανδία. Το εξευγενισμένο ελαιόλαδο μπορεί να αναμιχθεί με άλλα (παρθένα) ελαιόλαδα ή άλλα φυτικά έλαια (π.χ. ηλιέλαιο) πριν συσκευαστεί / εμφιαλωθεί για κατανάλωση. Το ελαιόλαδο χρησιμοποιείται επίσης από τη βιομηχανία επεξεργασίας τροφίμων σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες για να παράγει μια σειρά από προϊόντα τροφίμων όπως μαργαρίνες, τσιπ, ντιπ, κονσερβοποιημένα ψάρια, σάλτσες σαλάτας κ.λ.π. Τα ελαιόλαδα που εξάγονται από τη χώρα προέλευσης ως τελικό προϊόν καταναλωτή ως επί το πλείστον διανέμονται στην Ευρώπη, μέσω διανομένων τροφίμων ή εξειδικευμένων διανομένων ελαιολάδων. Αν οι εξαγωγείς ελαιόλαδου έχουν άμεση επαφή με ένα λιανοπωλητή, η εταιρεία διανομής ενδέχεται να ανήκει στον λιανοπωλητή.

Άλλο κανάλι διανομής θα ήταν μέσω συνεταιρισμών όπως ο ΕΣΒΙΤΕ. Ο βαθμός της οργάνωσης σχετικά με την αγορά ελαιόλαδου διαφέρει σημαντικά από το ένα κράτος μέλος στο άλλο. Σύμφωνα με μια μελέτη σχετικά με τους συνεταιρισμούς στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το επίπεδο της οργάνωσης είναι 70% στην Ισπανία, 60% στην Ελλάδα, 30% στην Πορτογαλία και μόνο το 5% στην Ιταλία. Παρ'όλα αυτά, σε γενικές γραμμές αυτές οι οργανώσεις παραγωγών είναι πολύ μικρές για να έχουν οποιοδήποτε βάρος στο απέναντι στη βιομηχανία και τις αλυσίδες λιανικής πώλησης. Στην Ισπανία, λίγες μεγάλες ομάδες ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς ελαιόλαδου. Ανεβαίνοντας την κλίμακα, υπάρχουν 1740 μεταποιητικές επιχειρήσεις (ελαιοτριβεία), συμπεριλαμβανομένων 950 συνεταιρισμών, που παράγουν

ελαιόλαδο, αν και η πλειοψηφία δεν εμφιαλώνουν ούτε εμπορεύονται το ελαιόλαδο. Στην Ιταλία, υπάρχουν περίπου 5000 ελαιοτριβεία, ενώ η βιομηχανία είναι συγκεντρωμένη σε πολύ μεγάλους εμφιαλωτές που ελέγχουν σχεδόν το ήμισυ του παρθένου ελαιόλαδου στην αγορά (80% της εγχώριας κατανάλωσης). Ορισμένα ιταλικά εμπορικά σήματα έχουν αγοραστεί από ισπανικές εταιρείες κατά την τελευταία δεκαετία. Στην Ιταλία και την Ελλάδα, ο παραγωγός διατηρεί συνήθως την κυριότητα του ελαιόλαδου μετά την εξαγωγή του στο μύλο, τοποθετώντας κάποια παραγωγή στην αγορά μέσω μικρών δικτύων διανομής.

Στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 2200 ελαιοτριβεία. Το μεγαλύτερο μέρος του ελαιόλαδου που διατίθενται στην αγορά ανήκει σε λίγες μεγάλες εταιρείες. Στο πλαίσιο αυτό, οι παραγωγοί και οι πρώτοι μεταποιητές δεν διαθέτουν τα μέσα για να προσαρμόσουν την προσφορά στη ζήτηση και, κατά συνέπεια, να επωφεληθούν σωστά από την πλήρη αξία της παραγωγής τους.

Στην περίπτωση της υπό μελέτη επιχείρησης, το παρθένο ελαιόλαδο θα εξάγεται από την Ελλάδα ως τελικό προϊόν έτοιμο για κατανάλωση. Ως εκ τούτου η επιχείρηση θα έρθει σε επαφή με διανομείς τροφίμων και εξειδικευμένους διανομείς παρθένου ελαιόλαδου, ώστε να προμηθεύσει τα προϊόντα της στους πελάτες της.

3.4 Ανάλυση χαρακτηριστικών του κλάδου της εξαγωγής ελαιόλαδου

3.4.1 Μέγεθος αγοράς

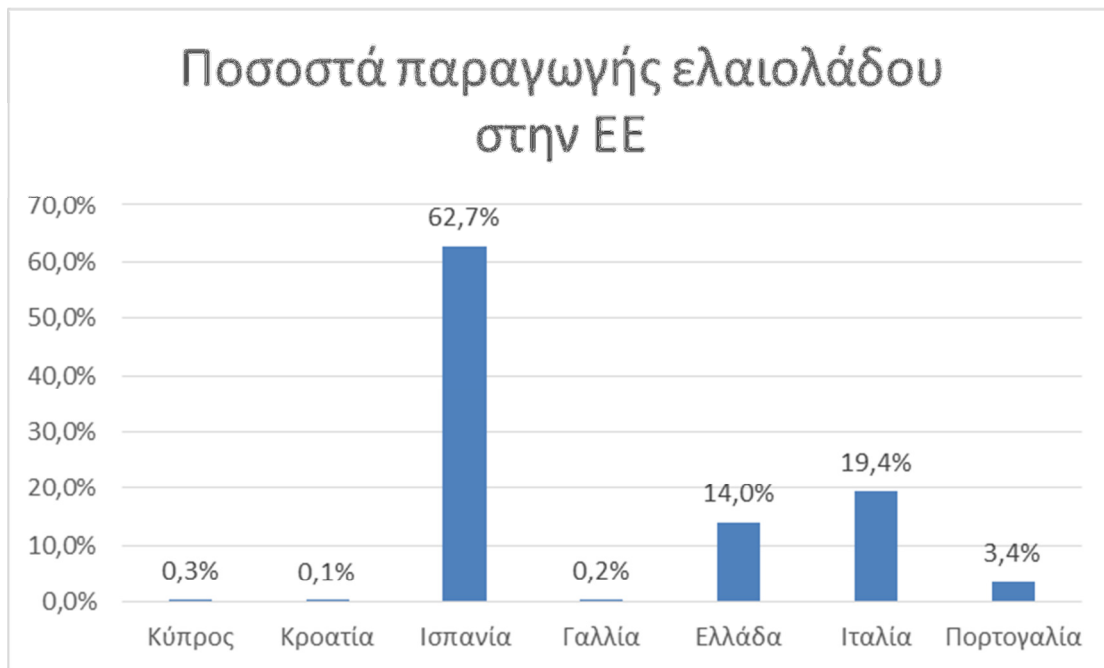
Δεδομένου ότι η επιχείρηση στοχεύει στις αγορές των χωρών της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης, στη συνέχεια παρουσιάζονται στοιχεία για την κατανάλωση ελαιόλαδου εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αρχικά παρουσιάζουμε τα γεωγραφικά στοιχεία με βάση τα οποία ορίζονται οι χώρες της Νότιας, Βόρειας και Κεντρικής Ευρώπης, σύμφωνα με το EuroVoc¹² (Πίνακας 3-1).

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 3-1 Γεωγραφική κατηγοριοποίηση Ευρωπαϊκών χωρών (Eurovoc)

Νότια Ευρώπη	Κεντρική – (Δυτική και Ανατολική) Ευρώπη	Βόρεια Ευρώπη
Κύπρος	Αλβανία	Εσθονία
Ισπανία	Βοσνία Ερζεγοβίνη	Λιθουανία
Ελλάδα	Βουλγαρία	Δανία
Ιταλία	Κροατία	Νήσοι Φερόε
Μάλτα	Τσεχία	Φιλανδία
Πορτογαλία	FYROM	Ισλανδία
Άγιος Μαρίνος	Ουγγαρία	Νορβηγία
	Ηνωμένο Βασίλειο	Σουηδία
	Ιρλανδία	Λετονία
	Γαλλία	
	Γερμανία	
	Αυστρία	
	Ολλανδία	
	Βέλγιο	
	Ουκρανία	
	Λευκορωσία	
	Πολωνία	
	Ρουμανία	
	Σλοβενία	
	Σλοβακία	
	Σερβία Μαυροβούνιο	

Στην Ευρώπη σύμφωνα με το Διάγραμμα 3-2, η παραγωγή ελαιολάδου συγκεντρώνεται στις μεσογειακές χώρες τις Νότιας Ευρώπης αλλά και στην Κροατία. Συγκεκριμένα, το 62,7% του ευρωπαϊκού ελαιολάδου παράγεται στην Ισπανία και ακολουθούν η Ιταλία (19,4%) και η Ελλάδα (14%). Επομένως η Ελλάδα είναι τρίτη και στη παγκόσμια και την ευρωπαϊκή κατάταξη των χωρών παραγωγής ελαιολάδου. Επίσης, ελαιολάδο παράγεται και στην Πορτογαλία (3,4% της ευρωπαϊκής παραγωγής). Οι τιμές που δίνονται αντιστοιχούν στο μέσο όρο της περιόδου 2009-2015.



Διάγραμμα 3-3 Ποσοστά ανά χώρα παραγωγής ελαιόλαδου στην Ευρωπαϊκή Ένωση (μέσες τιμές περιόδου 2009-2015).

Στη συνέχεια παρατίθενται στοιχεία για την παραγωγή, κατανάλωση, τις εξαγωγές και τις εισαγωγές ελαιολάδου στις χώρες της Νότιας, Κεντρικής (Ανατολικής και Δυτικής) και Βόρειας Ευρώπης, υπό τη μορφή μέσων τιμών για την περίοδο 2009-2015. Με βάση τα στοιχεία του INTERNATIONAL OLIVE OIL COUNCIL για την περίοδο αυτή, οι χώρες της Νότιας Ευρώπης συνολικά, παράγουν το 99,8% της ευρωπαϊκής παραγωγής, καταναλώνουν το 81,4%, εξάγουν το 98,7% και εισάγουν το 90,8%.

Πίνακας 3-2 Κατανάλωση, παραγωγή, εισαγωγές και εξαγωγές ελαιολάδου στις χώρες της Νότιας Ευρώπης.

	Κατανάλωση	Παραγωγή	Εξαγωγές	Εισαγωγές
Κύπρος	0,4%	0,3%	0,0%	0,0%
Ισπανία	30,5%	62,7%	44,0%	32,3%
Ελλάδα	10,7%	14,0%	2,8%	0,0%
Ιταλία	35,2%	19,4%	42,6%	56,4%
Μάλτα	0,1%	-	-	-
Πορτογαλία	4,5%	3,4%	9,3%	2,1%

Στη συνέχεια παρατίθενται τα στοιχεία για την αγορά στόχο της επιχείρησης, δηλαδή τις χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης (περίοδος 2009-2015). Η παραγωγή

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

ελαιολάδου είναι πολύ μικρή και ανέρχεται στο 0,3% της Ευρωπαϊκής παραγωγής, και οφείλεται κυρίως στη Γαλλία και τη Κροατία. Οι χώρες αυτές εισάγουν το 9,3% της ευρωπαϊκής παραγωγής, καταναλώνουν το 18,2% και εξάγουν το 1% (Πίνακες 3-3 και 3-4). Ουσιαστικά, ο κύριος λόγος που εισάγουν ελαιόλαδο, είναι η κατανάλωση. Φαίνεται λοιπόν, πως εκτός από τις νότιες χώρες της ΕΕ, η αγορά στόχος καλύπτει την ανάγκη της σε ελαιόλαδο μέσω εισαγωγών από χώρες εκτός της ΕΕ, όπως είναι η Τυνησία, το Μαρόκο και η Τουρκία που αναφέρθηκαν στην ανάλυση της παγκόσμιας αγοράς.

Πίνακας 3-3 Κατανάλωση, παραγωγή, εισαγωγές και εξαγωγές ελαιολάδου στις χώρες της Κεντρικής Ανατολικής και Δυτικής Ευρώπης.

	Κατανάλωση	Παραγωγή	Εξαγωγές	Εισαγωγές
Βουλγαρία	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
Κροατία	0,3%	0,1%	0,0%	0,1%
Τσεχία	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Ουγγαρία	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Γαλλία	6,3%	0,2%	0,4%	6,5%
Γερμανία	3,4%	0,0%	0,1%	0,5%
Αυστρία	0,5%	0,0%	0,1%	0,0%
Ολλανδία	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%
Βέλγιο	0,8%	0,0%	0,1%	0,9%
Πολωνία	1,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Ρουμανία	0,3%	0,0%	0,2%	0,0%
Σλοβενία	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Σλοβακία	3,5%	0,0%	0,0%	0,3%
Ηνωμένο Βασίλειο	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%
Ιρλανδία	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%

Πίνακας 3-4 Κατανάλωση, παραγωγή, εισαγωγές και εξαγωγές ελαιολάδου στις χώρες της Βόρειας Ευρώπης.

	Κατανάλωση	Παραγωγή	Εξαγωγές	Εισαγωγές
Λιθουανία	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Δανία	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Φιλανδία	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ισλανδία	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Νορβηγία	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Σουηδία	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
Λετονία	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%

Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι οι χώρες παραγωγής του ελαιόλαδου καταναλώνουν και το μεγαλύτερο ποσοστό αυτού. Η κατανάλωση είναι σχετικά σταθερή στις χώρες αυτές, ενώ αυξάνεται, αν και παρατηρείται μείωση στην κατανάλωση στην Ελλάδα και την Ιταλία κατά 3% και 4,5% αντίστοιχα μεταξύ των περιόδων 1990-2008 και 2009-2015.

3.4.2 Μεριδίο αγοράς εξωτερικού των βασικότερων επιχειρήσεων του κλάδου

Η Ελαΐς Unilever παράγει το ελαιόλαδο Άλις το οποίο έρχεται πρώτο στις προτιμήσεις των Ελλήνων καταναλωτών, ενώ ετησίως χαρτογραφεί και αξιολογεί πάνω από το 70% της ελληνικής παραγωγής ελαιόλαδου. Στην ελληνική αγορά κατέχει το 34% του τυποποιημένου ελαιόλαδου. Επίσης παραλαμβάνει και εμφιαλώνει ελαιόλαδο από παραγωγούς σε σύγχρονες εγκαταστάσεις. Οι εξαγωγές της εταιρείας ξεκίνησαν τον 1960, με κύριο κοινό-στόχο τους ομογενείς του εξωτερικού. Αρχικά λοιπόν οι εξαγωγές επικεντρώθηκαν στην Αμερική, την Αυστραλία, ενώ σήμερα η εταιρεία εξάγει τα προϊόντα της σε χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης, όπως η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Αυστρία, η Δανία, η Βουλγαρία, η Αλβανία και η Κύπρος. Τα προϊόντα που εξάγονται είναι το παρθένο ελαιόλαδο και οι μαργαρίνες.

Η εταιρεία Μινέρβα έρχεται δεύτερη στην ελληνική αγορά με μερίδιο 22% όσον αφορά το τυποποιημένο ελαιόλαδο. Αποτελεί την πρώτη εταιρεία που παρείχε τυποποιημένο ελαιόλαδο το 1904, ενώ στα προϊόντα της συγκαταλέγονται παρθένο ελαιόλαδο και εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο. Η εταιρεία ξεκίνησε να εξάγει παρθένο ελαιόλαδο το 1950 και σήμερα προϊόντα της βρίσκονται σε 42 χώρες στον κόσμο.

Η Gaea AE (ΓΑΙΑ Τρόφιμα ABEE) έχει αναπτύξει προϊόντα σε συνεργασία με συνεταιρισμούς, όπως ο συνεταιρισμός Κρίτσα, ενώ συνεργάζεται με παραγωγούς βιολογικών προϊόντων ώστε να παρέχει βιολογικό ελαιόλαδο σε πλαστικό και μεταλλικό δοχείο. Επίσης παρέχει τρία προϊόντα Π.Ο.Π. από τη Καλαμάτα, τη Σητεία και τη Λακωνία. Η εταιρεία έχει καθαρά εξαγωγικό χαρακτήρα, ιδιαίτερα στην Αμερική και τη Ρωσία, ενώ το τυποποιημένο ελαιόλαδο αποτελεί το 50% των πωλήσεων της. Άλλα προϊόντα είναι οι τυποποιημένες βρώσιμες ελιές και διάφορες σάλτσες. Το 2013, η Gaea AE κατείχε τη τρίτη θέση στην Γερμανική αγορά με μερίδιο 6,2%, ενώ οι πωλήσεις στη Γερμανία ανέρχονται στο 43,5% των πωλήσεων τυποποιημένου

ελαιολάδου. Στη Νορβηγία κατέχει τη δεύτερη θέση στις πωλήσεις του τυποποιημένου ελαιολάδου. Στην Ευρώπη εξάγει επίσης, στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη Δανία και τη Σουηδία.

Η εταιρεία Nutria βρίσκεται στον Άγιο Κωνσταντίνο Φθιώτιδας και ξεκίνησε από ένα μικρό ελαιοτριβείο και μονάδα εμφιάλωσης. Στη συνέχεια, μέσω επενδύσεων ανέπτυξε μια καθετοποιημένη μονάδα παραγωγής και τυποποίησης ελαιολάδου ενώ κάνει εξαγωγές σε χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Σουηδία, η Γερμανία και η Τσεχία. Τα προϊόντα της είναι το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο και το βιολογικό ελαιόλαδο σε συσκευασίες των 250, 500 και 750 ml καθώς και σε συσκευασίες δώρου. Το 40% των πωλήσεων της εταιρίας πραγματοποιείται στο εξωτερικό.

3.4.3 Ζήτηση

3.4.3.1 Μεταβολές ζήτησης

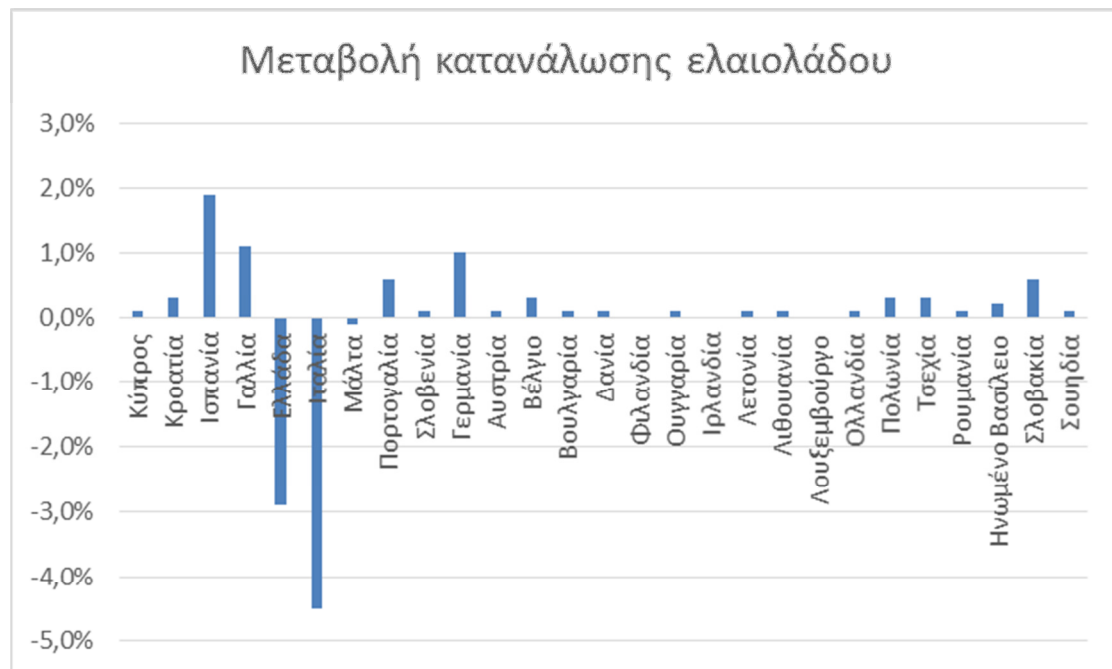
Στις χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης, η ζήτηση παρθένου ελαιολάδου φαίνεται να είναι σταθερή ή να αυξάνεται κατά 0,1% ως 2% την περίοδο 2009-2015. Την μεγαλύτερη αύξηση στη ζήτηση παρουσιάζει η Γαλλία, και ακολουθούν η Γερμανία, η Σλοβακία, η Κροατία και το Βέλγιο, που περιλαμβάνονται στην αγορά στόχο της επιχείρησης.

Τα μοντέλα κατανάλωσης διαφέρουν ανάλογα με τη χώρα. Συγκεκριμένα στην Ιταλία και την Ελλάδα, το ελαιόλαδο που καταναλώνεται είναι κυρίως εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, ενώ στην Ισπανία το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο αποτελεί λιγότερο από το μισό της κατανάλωσης. Η γενική τάση στην Ευρώπη είναι προς το παρθένο ελαιόλαδο.

Από την παραπάνω ανάλυση συμπεραίνουμε ότι οι χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης που τη μεγαλύτερη ζήτηση παρθένου ελαιόλαδου είναι η Γερμανία, η Γαλλία, η Σλοβακία, το Βέλγιο, η Αυστρία και η Πολωνία. Σε αυτές της χώρες, η ζήτηση έχει μια σταθερά αυξανόμενη τάση την τελευταία εξαετία. Αυτές οι χώρες δεν παράγουν ελαιόλαδο και καλύπτουν τις ανάγκες τους μέσω εισαγωγών, τόσο από χώρες της ΕΕ όσο και από άλλες χώρες, όπως η Τυνησία, η Τουρκία και το Μαρόκο.

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Για παράδειγμα, με βάση στοιχεία του 2014, η Γερμανία εισάγει τη μεγαλύτερη ποσότητα ελαιόλαδου από την Ιταλία (75%), ενώ ακολουθεί η Ισπανία, η Ελλάδα, η Γαλλία, λοιπές χώρες της ΕΕ και χώρες εκτός ΕΕ. Από τις χώρες εκτός ΕΕ, οι περισσότερες εισαγωγές γίνονται από την Τουρκία. Στη Γαλλία, οι εισαγωγές γίνονται κυρίως από την Ισπανία και ακολουθεί η Ελλάδα.



Διάγραμμα 3-4 Ποσοστιαία μεταβολή κατανάλωσης ελαιολάδου στις χώρες της Ευρώπης. Γίνεται σύγκριση μεταξύ των περιόδων 1990-2008 και 2009-2015.

Οι καταναλωτές στις μεγάλες αγορές ελαιόλαδου άλλαξαν τις διατροφικές τους συνήθειες προς μια πιο μεσογειακή διαίτα. Για παράδειγμα, στο Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γερμανία κάθε έτος καταναλώνονται περίπου 65.000 τόνοι, μια αύξηση της τάξης του 763% και 465%, αντίστοιχα, κατά τη διάρκεια της τελευταίας 25ετίας.

3.4.3.2 Προβλέψεις για μελλοντική ζήτηση

Με βάση τα στοιχεία της μελέτη της Διεύθυνσης Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας με θέμα «Ελαιόλαδο, Δημιουργώντας το Ελληνικό Brand», προβλέπεται αύξηση τόσο της ζήτησης όσο και της προσφοράς παρθένου ελαιόλαδου ως το 2020,

όπως αυτή παρουσιάζεται στον Πίνακα 3-5. Συγκεκριμένα για τις μη παραγωγικές χώρες της ΕΕ προβλέπεται αύξηση της ζήτησης κατά 18% ως το 2020.

Ως εκ τούτου, η επιχείρηση έχει την ευκαιρία να εισέλθει στις ξένες αγορές καλύπτοντας μέρος της αυξανόμενης ζήτησης για παρθένο ελαιόλαδο.

Πίνακας 3-5 Εκτιμήσεις βασικών μεταβλητών Ευρωπαϊκής αγοράς ελαιόλαδου.

	2012-2015	2020
Ζήτηση*	3	3,4
Ελλάδα, Ισπανία Ιταλία	1,3	1,4
Λοιπές Χώρες ΕΕ	1,7	2
Προσφορά*	2,8	3,3
Ελλάδα Ισπανία Ιταλία	1,9	2,1
Λοιπές Χώρες ΕΕ	0,9	1,2
Τιμές**	2,5	2,7
* σε εκατ. τόνους		
** τιμή παραγωγού σε €/κιλό		

3.5 Ανάλυση του περιβάλλοντος του σχεδίου

3.5.1 Φυσικό περιβάλλον και ποιότητα

Η επιχείρηση προτίθεται να λάβει υπόψιν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της μονάδας και ως εκ τούτου ο σχεδιασμός των μονάδων γίνεται με βάση το πρότυπο Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης ISO 14001 (ΣΠΔ), το οποίο αποτελεί ένα διεθνώς αναγνωρισμένο πρότυπο περιβαλλοντικής διαχείρισης και εκδόθηκε για πρώτη φορά το 1996. Είναι ένα συστηματικό πλαίσιο για τη διαχείριση των άμεσων και μακροπρόθεσμων περιβαλλοντικών επιπτώσεων των προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών ενός οργανισμού

Βασικά πλεονεκτήματα του προτύπου ISO 14001 περιλαμβάνουν¹³:

- Εξοικονόμηση κόστους με μεγαλύτερη έμφαση στην διαχείριση πόρων, αποβλήτων και ενέργειας
- Ανάπτυξη εταιρικής εικόνας και αξιοπιστίας

- Ποσοτικοποίηση, παρακολούθηση και έλεγχος των επιπτώσεων των δραστηριοτήτων στο περιβάλλον, τώρα και στο μέλλον
- Διασφάλιση της νομοθετικής ευαισθητοποίησης και συμμόρφωσης
- Βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων της εφοδιαστικής αλυσίδας
- Μείωση στις δημόσιες δαπάνες για ασφάλιση αστικής ευθύνης
- Αύξηση της πρόσβασης σε επιχειρηματικούς εταίρους και δυνητικούς πελάτες

Ως εκ τούτου, η μελέτη των διεργασιών κατά ISO 14001 αποδόθηκε σε εταιρεία εξωτερικών συμβούλων. Σημαντικό στοιχείο μιας μονάδας ελαιολάδου είναι τα απόβλητα, τα οποία μπορούν να υποστούν διαχείριση αλλά και εμπορική εκμετάλλευση.

3.5.2 Πολιτικό και θεσμικό περιβάλλον

Το πολιτικό περιβάλλον στην Ελλάδα είναι ασταθές, καθώς κατά τη διάρκεια των τελευταίων δύο ετών έχουν γίνει 3 εκλογικές διαδικασίες, ενώ η θέση της χώρας στην Ευρωπαϊκή Ένωση αμφισβητήθηκε¹⁴.

Σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες οδηγίες της Ευρωπαϊκής Κοινότητας για την εμπορία και τις εξαγωγές ελαιολάδου¹⁵, ισχύουν τα κάτωθι:

Τα πρότυπα εμπορίας του ελαιολάδου και των προϊόντων ελιάς που προορίζονται για το λιανικό εμπόριο και τους τελικούς καταναλωτές, πρέπει να συμμορφώνονται με τις ειδικές προδιαγραφές εμπορίας που καθορίζονται από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 865/2004 (ΟJ L-161 της 30/04/2004) και τον εκτελεστικό κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 29/2012 (ΟJ L-12 14/01/2012).

Η εφαρμογή αυτών των ειδικών κανόνων επιπλέον εκείνων που προβλέπονται στην οδηγία 2000/13/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου (ΟJ L-109 06/05/2000) που σχετίζονται με την επισήμανση των τροφίμων, αφορούν τις απαιτήσεις σχετικά με τα πρότυπα ποιότητας του ελαιόλαδου, τη συσκευασία και την επισήμανση.

Σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 865/2004, η χρήση των περιγραφών και των ορισμών των ελαιολάδων και πυρηνελαίων που καθορίζονται στο παράρτημα Ι είναι υποχρεωτική για την κυκλοφορία στην αγορά της ΕΕ των εν λόγω προϊόντων.

Η διάταξη αυτή αναφέρεται επίσης στον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 2568/1991, και καθορίζει τα κριτήρια ποιότητας και τη διαδικασία ανάλυσης που εφαρμόζεται για να προσδιοριστεί το όνομα και η περιγραφή τους:

Παράμετροι ποιότητας:

- βαθμός οξύτητας (ποσότητα λιπαρών οξέων, εκφρασμένη σε ελαϊκό οξύ): το περιεχόμενο των λιπαρών οξέων εθυλεστέρων και μεθυλεστέρων είναι νέες παραμέτροι ποιότητας από την 1η Απριλίου 2011.
- δείκτης υπεροξειδίου, που καθορίζει την αρχική οξειδωση του ελαίου και την επιδείνωση των φυσικών αντιοξειδωτικών, όπως τοκοφερόλες και πολυφαινόλες.
- υπεριώδη απορροφητικότητα, χρησιμοποιείται για την ανίχνευση μη φυσιολογικών συστατικών οποιουδήποτε ελαίου.

Τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά (κυρίως σχετίζονται με την οσμή και γεύση) καθορίζονται στο παράρτημα Ι του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ 2568/1991.

Ο εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) αριθ 29/2012 και ο κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 865/2004 διαθέτουν ειδικές διατάξεις για τη συσκευασία και την τιτλοφόρηση του ελαιολάδου: Το ελαιόλαδο που προορίζεται για πώληση στον τελικό καταναλωτή πρέπει να πωλείται σε συσκευασίες μέγιστης χωρητικότητας πέντε λίτρων με σύστημα κλεισίματος, όπου η σφράγιση σπάει μετά την πρώτη χρήση.

Ωστόσο, στην περίπτωση των ελαίων που προορίζονται για κατανάλωση σε εστιατόρια, νοσοκομεία, καντίνες ή άλλες παρόμοιες συλλογικές εστιάσεις, τα κράτη μέλη μπορούν να καθορίσουν μέγιστη χωρητικότητα άνω των πέντε λίτρων για τη συσκευασία ανάλογα με τον τύπο της συγκεκριμένης μονάδας.

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις την ετικέτα των προϊόντων θα πρέπει να περιλαμβάνουν το όνομα και την περιγραφή των διαφόρων κατηγοριών ελαιολάδων και πυρηνελαίων, και την ονομασία προέλευσης για έξτρα παρθένο ελαιόλαδο και το παρθένο ελαιόλαδο. Ως εκ τούτου, το ελαιόλαδο αποτελούμενο από εξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα και πυρηνέλαια, δεν πρέπει να φέρει τέτοια ονομασία. Η «ονομασία προέλευσης» αναγράφεται στη συσκευασία ή σε ετικέτα επικολλημένη στη συσκευασία.

Η ονομασιών προέλευσης στην περίπτωση των ελαιολάδων που προέρχονται από ένα κράτος μέλος ή τρίτη χώρα πρέπει να αποτελείται από μια αναφορά στο κράτος μέλος, στην Ένωση ή σε τρίτη χώρα, ανάλογα με την περίπτωση.

Επίσης, εκτός της συμμόρφωσης προς του κανονισμούς της ΕΕ, η επιχείρηση θα πρέπει να εφαρμόζει και το πρότυπο HACCP¹⁶, που αποτελεί πρότυπο ανάλυσης κινδύνων και κρίσιμων σημείων ελέγχου. Το HACCP είναι μια συστηματική προληπτική προσέγγιση για την ασφάλεια των τροφίμων από βιολογικούς, χημικούς, και φυσικούς κινδύνους στις διαδικασίες παραγωγής.

3.5.3 Οικονομικό περιβάλλον

Μετά από μια περίοδο βαθιάς ύφεσης, αναμένεται ανάπτυξη εντός του 2016 στην Ελλάδα. Η ανάκτηση της εμπιστοσύνης ενισχύει τις επενδύσεις και την κατανάλωση και η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας αυξάνει τις εξαγωγές. Η ανεργία εξακολουθεί να είναι πολύ υψηλή, γεγονός το οποίο προκαλεί σοβαρά κοινωνικά προβλήματα, αλλά τώρα σταδιακά υποχωρεί. Το τεράστιο βάρος του δημόσιου χρέους υπονομεύει τις επενδύσεις και την εμπιστοσύνη, καθιστώντας ζωτικής σημασίας κάποια μορφή πρόσθετης ελάφρυνσης του χρέους. Ο ρυθμός της δημοσιονομικής εξυγίανσης έχει επιβραδυνθεί. Αυτό είναι σκόπιμο, δεδομένης της ανάγκης για την ανάπτυξη και την αύξηση των δημοσιονομικών πιέσεων, μεταξύ άλλων και από την κρίση των προσφύγων. Η ενασχόληση με το μεγάλο απόθεμα των μη εξυπηρετούμενων δανείων σε τράπεζες, αποτελεί προτεραιότητα για την αποκατάσταση της διαθεσιμότητας πιστώσεων για επενδύσεις. Η χαμηλή παραγωγικότητα αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό μέρος της μείωσης της παραγωγής από την έναρξη της κρίσης. Η πλήρης εφαρμογή των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων θα ενισχύσει την παραγωγικότητα και την ανάπτυξη. Οι μεταρρυθμίσεις στην αγορά εργασίας έχουν βελτιώσει την ευελιξία και με αυτόν τον τρόπο την παραγωγικότητα¹⁷.

3.5.4 Κοινωνικό περιβάλλον

Στην Ελλάδα το ελαιόλαδο αποτελεί είδος πρώτης ανάγκης και η ζήτηση είναι μεγάλη, καθώς αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους καταναλωτές διευρωπαϊκά.

Όπως, αναφέρθηκε και προηγουμένως, χώρες της κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης που καταγράφουν αυξημένη ζήτηση ελαιολάδου είναι η Γερμανία, η Γαλλία, η Σλοβακία, το Βέλγιο, η Αυστρία και η Πολωνία, ενώ παρουσιάζουν μια σταθερά αυξανόμενη τάση την τελευταία εξαετία. Σε αυτές τις χώρες προβλέπεται αύξηση της ζήτησης κατά 18% ως το 2020.

3.5.5 Τεχνολογικό περιβάλλον

Όπως αναφέρθηκε και στο 2^ο Κεφάλαιο, η διαδικασία παραγωγής του παρθένου ελαιολάδου έχει επηρεαστεί από τις εξελίξεις στην τεχνολογία, ειδικά μέσω της χρήσης φυγοκεντρικών μηχανημάτων με αποτέλεσμα ο διαχωρισμός του ελαιολάδου και των υπολειμάτων του να γίνεται χωρίς προσθήκη νερού. Έτσι μειώνονται τα απόβλητα των ελαιοτριβείων, παράγεται λάδι υψηλότερης ποιότητας και μειώνεται το κόστος παραγωγής.

3.6 Η στρατηγική μάρκετινγκ

3.6.1 Στόχοι της επιχείρησης

Όπως αναφέραμε και πριν, υπάρχουν τέσσερις κύριες εταιρείες στην Ελλάδα που εξάγουν τυποποιημένο παρθένο και έξτρα παρθένο ελαιόλαδο στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Γενικά, το 35% του ελαιόλαδου που παράγεται στην Ελλάδα εξάγεται κυρίως προς την Ιταλία που το τυποποιεί, το συσκευάζει και το εξάγει με ιταλική επωνυμία. Το τυποποιημένο ελληνικό παρθένο ελαιόλαδο που εξάγεται στην Ευρώπη αποτελεί μόνο το 2,8% (μέσος όρος περιόδου 2009-2015). Μεταξύ των τυποποιημένων ελαιόλαδων που εξάγονται, βρίσκονται και βιολογικά προϊόντα. Τα βιολογικά ελαιόλαδα είναι ελαιόλαδα που προέρχονται από βιολογικές καλλιέργειες σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Οδηγία αριθ. 834/2007¹⁸.

Τα βιολογικά ελαιόλαδα είναι ιδιαίτερα δημοφιλή στη Γερμανία¹⁹ αλλά και στην Δανία και η ζήτηση γι' αυτά αυξάνεται συνεχώς. Ως εκ τούτου η επιχείρηση σκοπεύει να εξάγει μόνο βιολογικό παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο θα παράγεται από ελαιώνες της

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Μεσσήνης. Η Μεσσήνη έχει αποδειχθεί ότι διαθέτει ελαιώνες με κορωνέικη ελιά, η οποία όμως διαθέτει ποσότητα αντιφλεγμονώδων ουσιών (ελαιοκανθάλης) πολύ μεγαλύτερη από τον μέσο όρο των λοιπών ελαιόκαρπων της ίδιας ποικιλίας²⁰.

Επομένως στόχος της επιχείρησης είναι να εξάγει τυποποιημένο βιολογικό παρθένο ελαιόλαδο με υψηλή περιεκτικότητα σε ελαιοκανθάλη. Οι συσκευασίες θα είναι των 250ml, 500ml και 750ml, καθώς πρόκειται για εξαιρετικά εξειδικευμένο προϊόν που θα προωθηθεί στην αγορά ως εκλεκτό τρόφιμο. Η μονάδα παραγωγής θα έχει αρχικά δυναμικότητα 3000 τόνων ημερησίως, που με συντελεστή απασχόλησης 85%, σημαίνει ότι θα μπορεί να παράγει 2550 τόνους ετησίως.

Σε προηγούμενο σημείο της μελέτης παρουσιάστηκαν τα στοιχεία σχετικά με την κατανάλωση παρθένου ελαιόλαδου από τις μη ελαιοπαραγωγικές χώρες της ΕΕ. Συγκεκριμένα κατά το 2015 η κατανάλωση από τις εν λόγω χώρες ήτα 0,9 εκατ. τόνοι ενώ το 2020 προβλέπεται η κατανάλωση να ανέλθει στους 1,2 εκατ. τόνους (αύξηση 6,67% ετησίως). Τα ίδια στοιχεία δείχνουν ότι η μέση τιμή του ελαιόλαδου αυξάνεται κατά 1,6% το χρόνο. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΔΝΤ²¹, η τιμή του παρθένου ελαιόλαδου κατά την περίοδο Σεπτεμβρίου 2015 ως και τον Σεπτέμβριο του 2016, ήταν κατά μέσο όρο στα 4000 ευρώ/τόνο. Η επιχείρηση στοχεύει αρχικά στο 0,2% της αγοράς παρθένου ελαιόλαδου στις μη ελαιοπαραγωγικές χώρες της ΕΕ. Το 0,2% υπολογίστηκε από τη δυναμικότητα παραγωγής της βιομηχανίας (2550 τόνοι ετησίως) σε σχέση με τους 900 χιλιάδες τόνους που καταναλώνονται στις μη ελαιοπαραγωγικές χώρες της ΕΕ. Με βάση στοιχεία του 2008, μόνο στη Γερμανία η εισαγωγή παρθένου ελαιόλαδου έφτασε τους 49 χιλιάδες τόνους, ενώ στο Ηνωμένο Βασίλειο του 47 χιλιάδες τόνους. Ως εκ τούτου, θεωρείται εφικτός ο στόχος του 0,2% της συνολικής αγοράς των μη ελαιοπαραγωγικών χωρών της ΕΕ.

Πίνακας 3-6 Προβλεπόμενες πωλήσεις επενδυτικού σχεδίου 2017-2021

	Πωλήσεις (€)
2018	20.715.144
2019	19.257.411
2020	17.902.260
2021	16.642.471
2022	15.471.335
2023	14.382.611
2024	13.370.501
2025	12.429.614
2026	11.554.938

3.6.2 Στοχοθέτηση

Η επιχείρηση θα στοχεύσει πρωτίστως στις αγορές της Γερμανίας και της Δανίας και δευτερευόντως στη Γαλλία, τη Σλοβακία, το Βέλγιο, την Αυστρία και τη Πολωνία. Στοχεύει σε υπεραγορές αλλά και καταστήματα εκλεκτών τροφίμων ώστε να προσεγγίσει, εργένηδες και οικογένειες που ενδιαφέρονται για εκλεκτά τρόφιμα υψηλής θρεπτικής αξίας, και υψηλά οφέλη για την υγεία.

3.6.3 Τοποθέτηση

Η τοποθέτηση του προϊόντος θα γίνει μέσω της διαφοροποίησης (η εναλλακτική λύση είναι η τακτική του χαμηλού κόστους, που δεν γίνεται να εφαρμοστεί στη συγκεκριμένη αγορά καθώς το προϊόν, λόγω της ποιότητας του, έχει υψηλό κόστος παραγωγής). Η διαφοροποίηση του προϊόντος της επιχείρησης σε σχέση με τα άλλα ελληνικά ελαιόλαδα που κυκλοφορούν στις αγορές του εξωτερικού είναι η βιολογική καλλιέργεια σε συνδυασμό με την υψηλή περιεκτικότητα σε ελαιοκανθάλη. Ο συνδυασμός αυτών των δύο διαφοροποιητικών στοιχείων, καθιστούν το προϊόν ιδιαίτερα ανταγωνιστικό, καθώς τα περισσότερα τυποποιημένα ελληνικά ελαιόλαδα δεν επισημαίνουν τον ιδιαίτερο τόπο προέλευσης (Μεσσήνη) και τις διαφοροποιήσεις στην ποιότητα των ελαιόλαδων εντός της ίδιας ποικιλίας ελιάς.

Η τοποθέτηση της αξίας του προϊόντος θα γίνει προσφέροντας το τυποποιημένο βιολογικό ελαιόλαδο με υψηλή περιεκτικότητα σε ελαιοκανθάλη σε τιμές που προσεγγίζουν τη μέση τιμή του εξαιρετικά παρθένου ελαιόλαδου. Έτσι ο καταναλωτής θα λάβει περισσότερη αξία, με τα ίδια χρήματα.

Η πρόταση συνολικής αξίας του προϊόντος εστιάζει κυρίως στην αντιφλεγμονώδη δράση της ελαιοκανθάλης και τη φαρμακευτική της δράση. Ταυτόχρονα η βιολογική καλλιέργεια της πρώτης ύλης, έχει τα επιπλέον πλεονεκτήματα της προστασίας του περιβάλλοντος, της υψηλής ποιότητας και καθαρότητας του προϊόντος αλλά και της βιώσιμης ανάπτυξης.

3.6.4 Στοιχειοθέτηση εμπορικού σήματος

Σε αντίθεση με τους ανταγωνιστές της, η επιχείρηση επιλέγει ένα εμπορικό σήμα που θα μπορεί να είναι εύκολο στην απομνημόνευση αλλά και να ξεχωρίζει από τα άλλα εμπορικά σήματα. Σημαντικό είναι το εμπορικό σήμα να αντικατοπτρίζει τα ανταγωνιστικά προτερήματα του συγκεκριμένου προϊόντος στην αγγλική γλώσσα, καθώς προορίζεται για αγορές του εξωτερικού. Ως εκ τούτου επιλέγεται το όνομα «Eleokanthali». Η εμπορική ονομασία του προϊόντος της επιχείρησης θα εμπεριέχει τον τόπο παραγωγής του ελαιόκαρπου αλλά και της φαρμακευτικής του αξίας. Επιλέχθηκε η ονομασία «Messini Elixir Olive Oil».

3.7 Τακτική του μάρκετινγκ

3.7.1 Προϊόν

Όπως προαναφέρθηκε η επιχείρηση θα διαθέτει στις αγορές της ΕΕ τυποποιημένο βιολογικό παρθένο ελαιόλαδο υψηλής περιεκτικότητας σε ελαιοκάνθη. Ως εκ τούτου, το προϊόν θα έχει άριστη ποιότητα και υψηλή φαρμακευτική αξία, καθώς η πρώτη ύλη (ελαιόκαρπος) θα προέρχεται από την περιοχή της Μεσσηνίας. Η ποιότητα παραγωγής θα πρέπει να παρακολουθείται και να βελτιώνεται συνεχώς και γι' αυτό η επιχείρηση θα εφαρμόσει σύστημα διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας. Το προϊόν θα είναι συσκευασμένο σε γυάλινα δοχεία με σκούρο πράσινο χρώμα και τα πώματα θα είναι μεταλλικά βιδωτά πώματα, με δακτύλιο ασφάλειας. Στην ετικέτα κάθε δοχείου θα αναγράφεται η εμπορική ονομασία, η επωνυμία της εταιρείας, η περιοχή προέλευσης της πρώτης ύλης, ημερομηνία λήξης, βαθμός οξύτητας, η βιολογική καλλιέργεια, και τα στοιχεία επικοινωνίας με την επιχείρηση.

Η μεταφορά των δοχείων θα γίνεται με χάρτινα κιβώτια όπου θα αναγράφεται η επωνυμία της επιχείρησης, η εμπορική ονομασία του προϊόντος, ο αριθμός παρτίδας, ο αριθμός των περιεχόμενων τεμαχίων, η ημερομηνία λήξης και το καθαρό βάρος των προϊόντων.

Ειδικό τμήμα της επιχείρησης θα σχετίζεται με την εξυπηρέτηση των πελατών μετά τη πώληση (after sales service). Στόχος είναι να συλλέγονται παράπονα και προβλήματα που δημιουργήθηκαν, τόσο από ενδιάμεσους πελάτες όσο και από τους τελικούς καταναλωτές ώστε το προϊόν να είναι υπό συνεχή βελτίωση.

3.7.2 Τιμή

Η τιμή ενός προϊόντος μπορεί να εξαρτάται από την μοναδικότητα, το κόστος παραγωγής και διάθεσης, τον ανταγωνισμό, τη ζήτηση, την εικόνα του προϊόντος και της επιχείρησης, την εποχικότητα, τους στόχους και τα επιθυμητά κέρδη της επιχείρησης. Ως εκ τούτου, και καθώς η τιμή είναι καθοριστικός παράγοντας της επιτυχίας ενός προϊόντος θα πρέπει η επιχείρηση εξ' αρχής να αποφασίσει τις τιμές λιανικής πώλησης των προϊόντων της βάσει των τιμών του παρθένου ελαιόλαδου υψηλής ποιότητας. Μετά από έρευνα σχετικά με τα ανταγωνιστικά προϊόντα βρέθηκε ότι η τιμή λιανικής πώλησης του ελληνικού παρθένου ελαιόλαδου στις αγορές της ΕΕ είναι στα 20€/λίτρο. Λαμβάνοντας υπόψιν και τον πληθωρισμό στην ΕΕ που έχει διαμορφωθεί στο 1%, οι τιμές ανά συσκευασία διαμορφώνονται όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 3-7 Τιμολόγηση προϊόντων

Είδος	Προτεινόμενη τιμή σε €
Συσκευασία 250ml	6
Συσκευασία 500ml	10
Συσκευασία 750ml	14

3.7.3 Προώθηση

Η προώθηση του προϊόντος θα γίνει μέσω δημιουργίας ηλεκτρονικής σελίδας (επίσημος ιστότοπος της επιχείρησης) στην αγγλική και γερμανική γλώσσα, όπου θα παρουσιάζονται τα προϊόντα και οι συσκευασίες τους, ενώ έμφαση θα δίνεται στα πλεονεκτήματα του συγκεκριμένου ελαιόλαδου, ως προς τις φαρμακευτικές ιδιότητες

και την προστασία του περιβάλλοντος. Ταυτόχρονα θα αναφέρονται τα συστήματα παραγωγής και διασφάλισης ποιότητας. Επίσης μπορούν να αναφέρονται και στοιχεία για την περιοχή της Μεσσηνίας σχετικά με το κλίμα και τα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά που καθιστούν τον ελαιόκαρπο υψηλότερης διατροφικής αξίας από τους υπόλοιπους της κορωνέικης ποικιλίας.

Καθώς στις αγορές του εξωτερικού που στοχεύει η επιχείρηση, η υιοθέτηση της τεχνολογίας είναι σε υψηλό επίπεδο, η διαφήμιση του προϊόντος θα γίνει μέσω των μηχανών αναζήτησης (Google Adwords, SEO marketing) και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media marketing). Είναι σημαντικό για την επιχείρηση, να διαθέτει εταιρικά προφίλ σε όλα τα σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, Twitter, Google+, Instagram, ώστε να είναι σε συνεχή επαφή με το πελατολόγιο της διεθνώς και να παρακολουθεί τα σχόλια των καταναλωτών. Επίσης θα μπορούσε στην ιστοσελίδα της επιχείρησης να δημιουργηθεί blog (ιστολόγιο) όπου θα αναρτώνται άρθρα γενικού ενδιαφέροντος σχετικά με τα προτερήματα του ελαιόλαδου, αλλά και άρθρα όπου θα παρουσιάζεται η διαδικασία συλλογής του ελαιόκαρπου από τους ελαιώνες της Μεσσηνίας, συνεντεύξεις με ελαιοπαραγωγούς κλπ. Μέσω των social media η επιχείρηση μπορεί να δημοσιεύει προσφορές, εκπτώσεις, διαγωνισμούς, ώστε να προσελκύει το ενδιαφέρον των καταναλωτών και των επιχειρήσεων που αποτελούν το πελατολόγιο της.

3.7.4 Διανομή

Η διανομή των προϊόντων θα γίνεται μέσω του οδικού δικτύου, με φορτηγά containers από τη βιομηχανική μονάδα στη Μεσσηνία προς τις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης. Σε χώρες όπως η Γαλλία η μεταφορά μπορεί να γίνεται με φορτηγά πλοία από το λιμάνι του Πειραιά ή της Πάτρας και στη συνέχεια μέσω του ευρωπαϊκού οδικού δικτύου.

3.8 Πρόγραμμα παραγωγής

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Είναι εδώ σημαντικό να τονίσουμε ότι, λόγω της συλλογής του ελαιόκαρπου από το μήνα Σεπτέμβριο, η επιχείρηση θα λειτουργεί ανομοιόμορφα μέσα στο έτος, αφιερώνοντας τους μήνες Σεπτέμβριο ως Μάρτιο στη συλλογή του ελαιόκαρπου και την παραγωγή του ελαιόλαδου, ενώ τον υπόλοιπο χρόνο θα ασχολείται με την τυποποίηση και την προώθηση. Ως έτος λειτουργίας ορίζεται το 2017.

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως η επιχείρηση θα εγκαταστήσει σύστημα διασφάλισης της ποιότητας με βάση τα πρότυπα ISO και HACCP. Ειδικά φίλτρα θα τοποθετηθούν για τυχόν δυσάρεστες οσμές και τα υγρά απόβλητα θα διατίθενται σε άλλες εταιρίες προς περαιτέρω αξιοποίηση.

Το κόστος μάρκετινγκ ορίζεται στο 5% των ετήσιων πωλήσεων και περιλαμβάνει την προώθηση, τη διαφήμιση και μέρος του κόστους διανομής. Στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται αναλυτικά το κόστος μάρκετινγκ ανά έτος.

Πίνακας 3-8 Προβλεπόμενες πωλήσεις και συνολικό κόστος μάρκετινγκ

	Πωλήσεις (€)	Κόστος Μάρκετινγκ (€)
2018	20.715.144	1.035.757
2019	19.257.411	962.871
2020	17.902.260	895.113
2021	16.642.471	832.124
2022	15.471.335	773.567
2023	14.382.611	719.131

Ακολουθεί ο πίνακας με τις προβλεπόμενες πωλήσεις από κάθε είδος συσκευασίας, λαμβάνοντας υπόψιν ότι το 40% της παραγωγής θα είναι συσκευασίες των 250ml, το 35% συσκευασίες των 500ml και το 25% συσκευασίες των 750ml.

Πίνακας 3-9 Προβλεπόμενες πωλήσεις ανά συσκευασία

	Πωλήσεις (€)	Συσκευασία 250ml	Συσκευασία 500ml	Συσκευασία 750ml
2018	20.715.144	8.286.057	7.250.300	5.178.786
2019	19.257.411	7.702.965	6.740.094	4.814.353
2020	17.902.260	7.160.904	6.265.791	4.475.565
2021	16.642.471	6.656.989	5.824.865	4.160.618
2022	15.471.335	6.188.534	5.414.967	3.867.834
2023	14.382.611	5.753.044	5.033.914	3.595.653

4 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑ

4.1 Χαρακτηριστικά πρώτων υλών και εφοδίων

4.1.1 Πρώτες ύλες

Η ποιότητα του παραγόμενου ελαιόλαδου σχετίζεται με την ποιότητα του ελαιόκαρπου, δηλαδή της πρώτης ύλης, αλλά και με τη διαδικασία παραγωγής. Ελαιόδεντρα στην Ελλάδα αναπτύσσονται κυρίως σε λοφώδες έδαφος, όπου τα εδάφη είναι κυρίως από πηλό και ασβεστόλιθο. Ο νομός Μεσσηνίας είναι ο νομός με τον μεγαλύτερο αριθμό ελαιόδεντρων στην Ελλάδα, ήτοι 13545000 ελαιόδεντρα, ενώ η κορωνέικη είναι η επικρατούσα ποικιλία. Έχει μέση ικανότητα ριζοβολίας και ανθοφορεί νωρίς. Παράγει άφθονα γύρη, και ο χρόνος της ωρίμανσης είναι ταχύς ως μέσος. Έχει υψηλή, σταθερή παραγωγικότητα. Η απόδοση ελαιόλαδου είναι υψηλή και το λάδι είναι υψηλής κατηγορίας. Έχει πολύ υψηλή περιεκτικότητα σε ελαϊκό οξύ και πολύ υψηλή σταθερότητα. Είναι ανθεκτική στην ξηρασία, αλλά δεν ανέχεται το κρύο, για το λόγο αυτό, στην Κρήτη σε υψόμετρο πάνω από 400-500 μέτρα πάνω από την επιφάνεια της θάλασσας ή σε εκτεθειμένες περιοχές έχει αντικατασταθεί από την ποικιλία Μαστοειδής. Η ποικιλία αυτή είναι ανθεκτική στη κηλίδωση των φύλλων της ελιάς και μετρίως ανθεκτική στη βερτισιλλίωση. Η Μαστοειδής ποικιλία παίρνει το όνομά της από το χαρακτηριστικό σχήμα του καρπού που μοιάζει με το σχήμα του μαστού και χρησιμοποιείται για την παραγωγή καλής ποιότητας ελαιόλαδου. Η Ανδραμυτινή ποικιλία είναι ευαίσθητη στον δάκο και μετρίως ανθεκτική στο κρύο. Ταυτόχρονα, οι Έλληνες καλλιεργητές είναι συνήθως μικροί παραγωγοί, υπό τη μορφή οικογενειακών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα υπάρχουν πάνω από 450.000 οικογένειες που ασχολούνται με την ελαιοκαλλιέργεια.

Είναι σημαντικό οι προμηθευτές του ελαιόκαρπου να βρίσκονται υπό τον συνεχή έλεγχο της επιχείρησης, ως προς την ποιότητα του προϊόντος, τους χρόνους παράδοσης, τις τεχνικές καλλιέργειας, και την δυνατότητα προσαρμογής τους σε μεταβαλλόμενες συνθήκες. Ταυτόχρονα είναι απαραίτητο να διαθέτουν τις κατάλληλες πιστοποιήσεις για βιολογική καλλιέργεια. Υπολογίζεται ότι θα

προμηθεύεται ποσότητα κατά 1% περισσότερη από αυτή που χρειάζεται, καθώς στην προμηθευόμενη ύλη θα υπάρχουν και φύλλα, κλαδιά κλπ.

4.1.2 Εφόδια εργοστασίου

4.1.2.1 Βοηθητικά υλικά και τροφοδοσία

Η υπό μελέτη μονάδα θα πρέπει να διαθέτει σύνδεση με το δημόσιο δίκτυο και η παροχή ισχύος να είναι αδιάλειπτη ώστε να εξασφαλίζεται η σωστή και αξιόπιστη λειτουργία της. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να εγκατασταθούν συστήματα αντιστάθμισης της άεργου ισχύος ώστε το εργοστάσιο να μην δέχεται επιπρόσθετα πρόστιμα. Σε περίπτωση διακοπής της τροφοδοσίας από το δημόσιο δίκτυο είναι σημαντικό η μονάδα να συνεχίσει να λειτουργεί και ως εκ τούτου πρέπει να προβλεφθεί η εγκατάσταση εφεδρικών γεννητριών.

Καύσιμα επίσης θα χρειαστούν κυρίως για τη θέρμανση των κτιρίων διοίκησης και αλλά και για τη μονάδα παραγωγής. Η μεταφορά των προϊόντων θα γίνει με υπερβολαβία οπότε το κόστος αυτό περιλαμβάνεται στα γενικά έξοδα της επιχείρησης.

Το νερό είναι αναγκαίο τόσο για τη χρήση στα γραφεία και στους χώρους υγιεινής όσο και για τη διαδικασία παραγωγής του ελαιόλαδου.

4.1.2.2 Υλικά συσκευασίας, δοχεία και βοηθητικές ύλες

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο τμήμα της μελέτης, το ελαιόλαδο θα εμφιαλώνεται σε γυάλινα δοχεία με σκούρο πράσινο χρώμα τα οποία θα σφραγίζουν με βιδωτό μεταλλικό πώμα με δακτύλιο ασφαλείας. Η επιχείρηση θα πρέπει να προμηθευθεί δοχεία των 250, 500 και 750 ml. Θα υπολογιστεί απώλεια της τάξεως του 1%, τόσο στα δοχεία όσο και στα πώματα, ενώ θα προμηθεύεται ποσότητα ανάλα με τις παραγόμενες αναλογίες. Το ίδιο ισχύει και για τις βοηθητικές ύλες, όπως ετικέτες,

4.1.2.3 Ανακύκλωση υλικών

Η μονάδα θα εγκαταστήσει το σύστημα eco olive cleaner, μια πατέντα των αδελφών Αβέρη, με στόχο την διαχείριση αποβλήτων ελαιοτριβείων, επιτυγχάνοντας διαχωρισμό μεταξύ στερεάς φάσης (πάστα ελιάς) και υγρών αποβλήτων με τη χρήση ενός συστήματος δόνησης κατά τη διάρκεια της πρωτογενούς παραγωγής του ελαίου. Χωρίς χημικά πρόσθετα, τα στερεά απομακρύνονται με 99% ταυτόχρονα με την παραγωγή ελαίου. Το νερό που πλέον δεν περιλαμβάνει στερεά και έλαια μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί στην παραγωγή του ελαιόλαδου (μειώνοντας το κόστος της επιχείρησης) ή να διατεθεί για άρδευση. Η απομάκρυνση των στερεών ενισχύει την εξάτμιση και εξαλείφει τα προβλήματα οφείλονται σε υψηλό οργανικό φορτίο και υψηλή περιεκτικότητα σε λάδι (~ 10%). Επιπλέον, μειώνονται και οι δυσάρεστες οσμές. Η τεχνολογία υλοποιείται στις εγκαταστάσεις του ελαιοτριβείου, απαλλάσσοντας την επιχείρηση από το κόστος μεταφοράς των αποβλήτων. Το αποτέλεσμα είναι ο διαχωρισμός μεταξύ στερεάς φάσης (πάστα ελιάς) και των λυμάτων και τα υποπροϊόντα μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε διάφορες εφαρμογές ή να διατεθούν με ασφάλεια²².

4.1.2.4 Ανταλλακτικά

Θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η διατήρηση εντός της μονάδας, ανταλλακτικών των εξαρτημάτων των μηχανών του εργοστασίου με βάση το χρόνο ζωής κάθε μηχανήματος όπως αυτό ορίζεται από τον κατασκευαστή, με στόχο την απρόσκοπτη λειτουργία της μονάδας.

4.1.2.5 Γραφική ύλη και εξοπλισμός εργαζομένων

Επίσης θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι ανάγκες γραφικής ύλης και εξοπλισμού των κεντρικών γραφείων της επιχείρησης (επίπλωση, διακόσμηση, υπολογιστές, εκτυπωτές, τηλεφωνικό κέντρο, χαρτί, στυλό, φάκελοι, κλασέρ κλπ.) καθώς και ο κατάλληλος εξοπλισμός των εργαζομένων όσον αφορά την ένδυση και την προστασία των τροφίμων. Ειδικότερα εφόσον το ελαιόλαδο πρέπει να τυποποιηθεί,

οι εργαζόμενη στην τυποποιητική μονάδα θα πρέπει να διαθέτουν τον κατάλληλο ρουχισμό, όπως φόρμες, γάντια και κεφαλοκαλύμματα.

4.1.2.6 Λοιπά εφόδια

Λοιπά εφόδια που θα πρέπει να συνυπολογιστούν είναι τα υλικά καθαρισμού (απορρυπαντικά, απολυμαντικά) αλλά και τρόφιμα για το αναψυκτήριο του εργοστασίου και τη καντίνα που πιθανώς εγκατασταθεί. Σχετικά με τις παραπάνω προμήθειες, κι επειδή το προφίλ της επιχείρησης σχετίζεται με την προστασία του περιβάλλοντος και την υγιεινή διατροφή, προτείνεται τα απορρυπαντικά να είναι οικολογικά και τα τρόφιμα να επιλέγονται με βάση τη θρεπτική τους αξία, χαμηλά σε λιπαρά. Επίσης θα πρέπει να ληφθεί υπόψιν η ύπαρξη και εφοδιασμός χώρου περίθαλψης εντός του εργοστασίου σε περίπτωση ατυχήματος, με τα βασικά εφόδια πρώτης ανάγκης.

4.2 Μάρκετινγκ προμηθειών

Στόχοι του μάρκετινγκ προμηθειών είναι οι εξής

- Ελαχιστοποίηση κόστους: Είναι σημαντικό η επιχείρηση να προσφεύγει σε παραγγελίες προμηθειών που θα ελαχιστοποιούν το κόστος βάσει της οικονομίας κλίμακας και ταυτόχρονα να εξασφαλίζει τη διαθεσιμότητα του εφοδίου.
- Ελαχιστοποίηση κινδύνου: Θα πρέπει να μειωθεί όσο το δυνατόν περισσότερο η πιθανότητα αθέτησης της συμφωνίας με τους προμηθευτές που μπορεί να θέσει σε κίνδυνο την επιχείρηση. Αυτό σημαίνει ότι ένας προμηθευτής που καθυστερεί τις παραδόσεις, παραδίδει ελαττωματικά προϊόντα ή δεν τηρεί τις οικονομικές συμφωνίες, θεωρείται αναξιόπιστος και θα πρέπει να αντικατασταθεί. Ως εκ τούτου, το τμήμα προμηθειών θα πρέπει να αξιολογεί τους προμηθευτές ανά τακτά χρονικά διαστήματα και να φροντίζει ώστε να βρίσκονται εναλλακτικοί προμηθευτές.

- Ανάπτυξη σχέσεων: Η ανάπτυξη δυνατών σχέσεων εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές έχει πολλά πλεονεκτήματα. Αρχικά μπορεί να επιφέρει καλύτερες (οικονομικότερες) συμφωνίες καθώς και πληροφορίες σχετικά με την αγορά και τον ανταγωνισμό.
- Επιλογή και αξιολόγηση προμηθευτών: Σημαντικές παράμετροι στην επιλογή προμηθευτών είναι η ποιότητα των προμηθευόμενων προϊόντων, η αξιοπιστία ως προς τους χρόνους παράδοσης, η τιμολόγηση και οι όροι - προθεσμίες εξόφλησης, η γεωγραφική εγγύτητα, η ικανότητα απόκρισης σε απρόβλεπτες αλλαγές, η τεχνολογία παραγωγής, τα πιστοποιητικά, το κοινωνικό προφίλ και οι αναπτυξιακές – βελτιωτικές τάσεις. Ταυτόχρονα η δεοντολογία της προμηθεύτριας εταιρείας είναι σημαντική για την αποφυγή συγκρούσεων, την ροή πληροφοριών και την παροχή κινήτρων για συνέχιση της συνεργασίας.

4.3 Διαθεσιμότητα και προμήθειες

4.3.1 Διαθεσιμότητα

Τα εφόδια και πρώτες ύλες είναι σημαντικό να είναι διαθέσιμα καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας του εργοστασίου ανάλογα με τον τύπο χρήσης και το είδος τους. Ως εκ τούτου το τμήμα προμηθειών θα πρέπει να λαμβάνει μέριμνα ώστε τα υλικά να είναι διαθέσιμα τόσο για τις τακτικές όσο και για τις έκτακτες ανάγκες της επιχείρησης.

4.3.2 Πηγές εισροών και προδιαγραφές πρώτων υλών και εφοδίων

Σημαντικό στο σημείο αυτό είναι να προσδιορίσουμε τις προδιαγραφές κάθε είδους προμήθειας. Αρχικά ο ελαιόκαρπος, όπως έχει ήδη αναφερθεί θα πρέπει να προέρχεται από ελαιοπαραγωγούς στη περιοχή της Μεσσηνίας όπου έχει βρεθεί ότι ο καρπός της κορωνέικης ποικιλίας έχει υψηλή περιεκτικότητα σε ελαιοκάνθη. Οι καλλιέργειες θα πρέπει να είναι βιολογικές με την ανάλογη πιστοποίηση.

Στη συνέχεια, η ηλεκτρική ενέργεια θα παρέχεται από τη ΔΕΗ και το νερό από την ΕΥΔΑΠ, ως κύριοι πάροχοι των παραπάνω αγαθών. Οι εναλλακτικοί πάροχοι ηλεκτρικής ενέργειας δεν λαμβάνονται υπόψιν, τόσο λόγω της αξιοπιστίας όσο και του ιστορικού των εταιρειών εμπορίας ηλεκτρικής ενέργειας την προηγούμενη δεκαετία.

Όσον αφορά το τηλέφωνο και το ιντερνέτ, θα πρέπει να επιλεγεί μια εταιρεία επικοινωνιών που μπορεί να παρέχει λύσεις σε επαγγελματικό επίπεδο και να διαθέτει τεχνικό τμήμα και υψηλού επιπέδου εξυπηρέτησης μετά τη πώληση, ώστε τα προβλήματα να λύνονται άμεσα. Έτσι, επιλέγεται η Vodafone, που παρέχει απεριόριστες ενδοεταιρικές κλήσεις, πολλά λεπτά ομιλίας προς όλα τα δίκτυα και πολλά MB. Επίσης διαθέτει την πρωτοποριακή υπηρεσία Vodafone Mobile Connect, η οποία προσφέρει γρήγορη και αξιόπιστη ασύρματη πρόσβαση στο Internet, στο e-mail ή στο δίκτυο των επιχειρήσεων, οποιαδήποτε στιγμή από οποιαδήποτε σχεδόν τοποθεσία²³.

Στο πλαίσιο της φιλοσοφίας της εταιρείας, βρίσκεται ως κεντρικός άξονας η προώθηση ελληνικών προϊόντων και ευρεσιτεχνιών. Έτσι, επιλέγει την εταιρεία Αφοί Μαρκάκη ΟΕ για τα γυάλινα δοχεία του λαδιού και τα χαρτοκιβώτια συσκευασίας, την εταιρεία ΑΣΤΗΡ ΒΥΤΟΓΙΑΝΝΗ ΑΦΟΙ ΑΒΕ για τα μεταλλικά πώματα και την εταιρεία OLIOTECH για ανταλλακτικά των μηχανημάτων ελαιοτριβείου. Και οι τρεις παραπάνω εταιρείες είναι ελληνικών συμφερόντων, καθιερωμένες στον χώρο τους, με μεγάλη εμπειρία και αξιοπιστία. Με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση διασφαλίζει τόσο τη ποιότητα όσο και τη διαθεσιμότητα των εφοδίων. Ταυτόχρονα, επιλέγεται ελληνική εταιρεία πετρελαιοειδών, η ELIN, για τους ίδιους λόγους. Στόχος είναι να διατεθεί στην αγορά ένα βιολογικό τυποποιημένο παρθένο ελαιόλαδο με ευεργετικές ιδιότητες, που αποτελεί καθαρά ελληνικό προϊόν.

Επίσης, τα απορρυπαντικά και απολυμαντικά θα προμηθεύονται από την εταιρεία OLIVEGREEN, η οποία παρέχει φυτικά καθαριστικά από αγνό λάδι ελιάς βιολογικής καλλιέργειας, διασφαλίζοντας την ποιότητα, την οικονομία αλλά και την οικονομική ευαισθησία. Η OLIVEGREEN έχει καθαρά εξαγωγικό χαρακτήρα που σημαίνει ότι μια συνεργασία με την εταιρεία αυτή, μπορεί να βοηθήσει στην προώθηση της υπό σύσταση επιχείρησης. Με το ίδιο σκεπτικό, επιλέγεται η εταιρεία Great Food για την προμήθεια τροφίμων και ποτών, η οποία χρησιμοποιεί ελληνικά υλικά και παράγει τρόφιμα που εντάσσονται στην κατεύθυνση της μεσογειακής διατροφής.

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Τέλος ο εξοπλισμός των εργαζομένων θα παρασχεθεί από την MAXCARE, ο ιατροφαρμακευτικός εξοπλισμός από την εταιρεία ΚΟΠΕΡ και ο εξοπλισμός γραφείου, γραφικής ύλης, υπολογιστών και περιφερειακών από την εταιρεία ΠΛΑΙΣΙΟ. Η τελευταία εταιρεία είναι ελληνικών συμφερόντων και διαθέτει τμήματα εξυπηρέτησης πελατών μετά τη πώληση καθώς και υποστήριξης, συντήρησης και διόρθωσης προβλημάτων εντός της Ελλάδας, άρα θα υπάρχει άμεση στήριξη σε όποιο πρόβλημα παρουσιαστεί.

Οι προμηθευτές της επιχείρησης παρουσιάζονται στον Πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 4-1 Πηγές εισροών και επιλογή προμηθευτή.

<i>Εισροή</i>	<i>Είδος προμηθευτή</i>	<i>Προμηθευτές</i>
<i>Ελαιόκαρπος</i>	Ελαιοπαραγωγοί	βιολογικές καλλιέργειες
<i>Ηλεκτρική Ενέργειας</i>	ΔΕΗ	
<i>Πετρέλαιο, βενζίνη</i>	Εταιρείες πετρελαιοειδών	ΕΛΙΝ ²⁴
<i>Νερό</i>	ΕΥΔΑΠ	
<i>Τηλέφωνο/Ιντερνετ</i>	Εταιρείες τηλεπικοινωνιών	Vodafone
<i>Υλικά συσκευασίας και δοχεία</i>	Βιομηχανίες χάρτου και γυαλιού	Αφοί Μαρκάκη ΟΕ ²⁵
<i>Μεταλλικά πώματα</i>	Βιομηχανίες αλουμινίου	ΑΣΤΗΡ ΒΥΤΟΓΙΑΝΝΗ ΑΦΟΙ ΑΒΕ ²⁶
<i>Ανταλλακτικά</i>	Εταιρείες διάθεσης ανταλλακτικών	ΟΛΙΟΤΕCH ²⁷
<i>Απορρυπαντικά - Απολυμαντικά</i>	Βιομηχανίες οικολογικών απορρυπαντικών	OLIVEGREEN ²⁸
<i>Εξοπλισμός επίπλωσης γραφείου</i>	Εταιρείες επίπλων γραφείου	ΠΛΑΙΣΙΟ
<i>Γραφική ύλη</i>	Εταιρείες γραφικής ύλης	ΠΛΑΙΣΙΟ
<i>Υπολογιστές και περιφερειακά</i>	Εταιρείες υπολογιστών και περιφερειακών	ΠΛΑΙΣΙΟ
<i>Εξοπλισμός εργαζομένων</i>	Εταιρείες ειδών προστασίας εργαζομένων	MAXCARE
<i>Τρόφιμα - Ποτά</i>	Εταιρείες υγιεινών τροφίμων	Great Food ²⁹
<i>Ιατροφαρμακευτικός εξοπλισμός</i>	Φαρμακοβιομηχανίες	ΚΟΠΕΡ ³⁰

4.3.3 Μεταφορά πρώτων υλών και εγκαταστάσεις εκφόρτωσης και αποθήκευσης

Καθώς οι περισσότερες προμηθεύτριες εταιρείες βρίσκονται στην περιοχή της Αττικής, η μεταφορά των προμηθειών θα γίνεται μέσω του ανεπτυγμένου οδικού δικτύου Αθήνας – Καλαμάτας. Η ευθύνη για τη μεταφορά των εφοδίων θα βαρύνει τις προμηθεύτριες εταιρείες. Ο ελαιόκαρπος θα προμηθεύεται από τοπικούς παραγωγούς βιολογικού ελαιόκαρπου στην περιοχή της Μεσσηνίας.

Η επιχείρηση θα πρέπει να διαθέτει κατάλληλους χώρους αποθήκευσης. Σημαντικές είναι οι συνθήκες του χώρου αποθήκευσης του ελαιόκαρπου, όπου θα πρέπει να διατηρείται η κατάλληλη θερμοκρασία, υγρασία, φωτεινότητα κλπ. (Αποθήκη Α). Τα χάρτινα κιβώτια συσκευασίας, τα δοχεία εμφιάλωσης και τα πώματα θα αποθηκεύονται σε δεύτερο χώρο αποθήκης (Αποθήκη Β), τα ανταλλακτικά για τα μηχανήματα σε τρίτο χώρο (Αποθήκη Γ), η γραφική ύλη και ο εξοπλισμός γραφείου θα βρίσκεται σε ξεχωριστό χώρο στο κτήριο διοίκησης (Αποθήκη Δ) ενώ τα τρόφιμα θα τοποθετούνται σε κατάλληλα ψυγεία.

4.3.4 Εκτίμηση κινδύνων σχετικά με τις προμήθειες

Οι κίνδυνοι που μπορεί να προκύψουν από πλευράς των προμηθευτών είναι οι εξής:

- Μη τήρηση όρων συμβολαίου (χρόνοι παράδοσης, ποιότητας και όγκος προμηθειών, αντικατάσταση ελαττωματικών υλικών).
- Απεργίες
- Εμπόδια στις μεταφορές – αποκλεισμός του οδικού δικτύου
- Μεταβολή χαρακτηριστικών των προμηθευτών (οικονομική κατάσταση, προϊόντα, αγορές στόχοι)
- Παράνομες ενέργειες

4.4 Απαιτούμενες ποσότητες εισροών και κόστος πρώτων υλών

Πίνακας 4-2 Κόστη πρώτων υλών και λοιπών εφοδίων

Εισροή	Ετήσια Ποσότητα	€/Μονάδα	Κόστος € 2016
			<i>Πρώτες ύλες</i>
<i>Ελαιόκαρπος</i>	12623 τόνοι	750 €/τόνο	9467250
<i>Νερό πλύσης ελαιόκαρπου</i>	4250 λίτρα	1 €/τόνο	4250
Βοηθητικά υλικά			
<i>Ηλεκτρισμός</i>	68500 kWh	0,062€/kWh	4247
<i>Καύσιμα</i>	12000 λίτρα	1,089 €/λίτρο	13068
<i>Νερό</i>	7500 λίτρα	0,0012€/λίτρο	9
Υλικά συσκευασίας			
<i>Χάρτινα κιβώτια</i>	279792	0,1	27979,2
<i>Δοχεία 250ml</i>	4080000	0,17	693600
<i>Δοχεία 500ml</i>	1785000	0,2	357000
<i>Δοχεία 750ml</i>	850000	0,32	272000
<i>Πώματα</i>	6715000	0,07	470050
Ανταλλακτικά			
<i>Ανταλλακτικά μηχανημάτων εργοστασίου</i>	100	4	400
<i>Ανταλλακτικά υπολογιστών και περιφερειακών</i>	10	20	200
Εξοπλισμός εργαζομένων			
<i>Φόρμες εργασίας</i>	50	10	500
<i>Σκουφάκια</i>	4600	0,07	322
<i>Γάντια</i>	7000	0,04	280
Απορρυπαντικά - Απολυμαντικά			
<i>Απορρυπαντικά</i>	9000 λίτρα	0,5	4500
<i>Απολυμαντικά</i>	6000 λίτρα	0,6	3600
Λοιπά εφόδια			
<i>Τρόφιμα</i>	36000	0,65	23400
<i>Ιατροφαρμακευτικά</i>	1500	0,5	750
<i>Γραφική ύλη</i>	5000	0,3	1500
Συνολικό κόστος			11.344.905

Η πρόβλεψη κόστους για τα έτη 2017-2021 (ανηγμένες τιμές στο 2016, με τη μέθοδο της παρούσας αξίας), παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 4-3 Πρόβλεψη κόστους πρώτων υλών και προμηθειών για την περίοδο 2017-2021

	Συνολικό κόστος (€)	Πρώτες ύλες	Βοηθητικά υλικά	Υλικά συσκευασίας	Ανταλλακτικά	Εξοπλισμός εργαζομένων	Απορρυπαντικά	Λοιπά
2018	9.804.395	8.185.377	14.972	1.573.408	519	952	7.000	22.167
2019	9.114.456	7.609.369	13.918	1.462.687	482	885	6.508	20.607
2020	8.473.068	7.073.895	12.939	1.359.757	448	823	6.050	19.157
2021	7.876.815	6.576.102	12.028	1.264.070	417	765	5.624	17.809
2022	7.322.521	6.113.339	11.182	1.175.117	387	711	5.228	16.556
2023	6.807.232	5.683.141	10.395	1.092.424	360	661	4.860	15.391

5 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1 Πρόγραμμα παραγωγής και δυναμικότητας της μονάδας

Το πρόγραμμα παραγωγής διαμορφώνεται με βάση τους κοινωνικούς, οικονομικούς και περιβαλλοντικούς περιορισμούς και στόχο έχει να καθορίσει τις τεχνικές απαιτήσεις και τα επίπεδα παραγωγής που μπορεί να επιτύχει η συγκεκριμένη μονάδα.

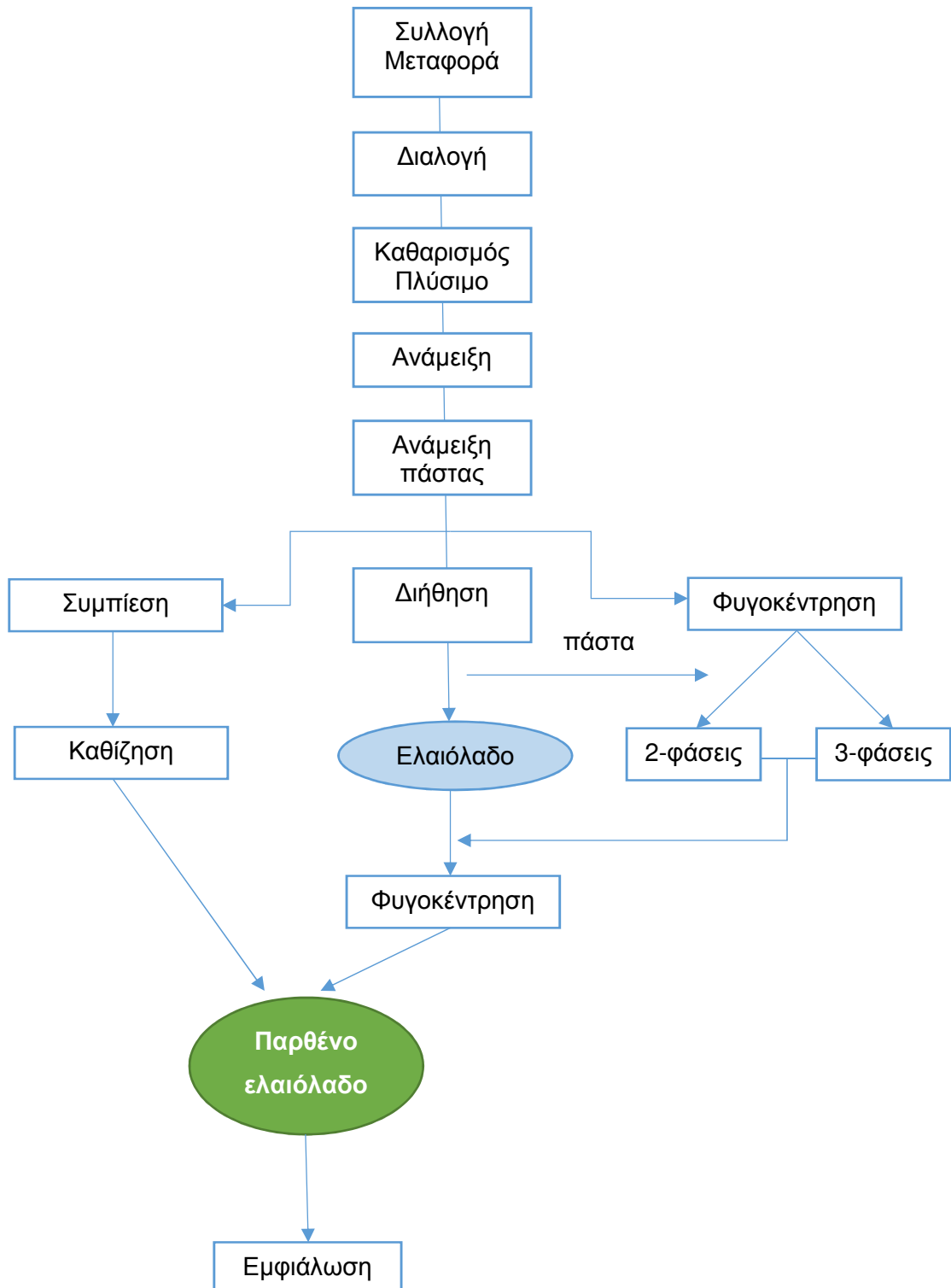
5.1.1 Καθορισμός προγράμματος και δυναμικότητας

Το πρόγραμμα παραγωγής της επιχείρησης έχει άμεση σχέση με το πρόγραμμα πωλήσεων που όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, στοχεύει στο 0,2% της αγοράς των μη ελαιοπαραγωγικών χωρών της ΕΕ. Ως εκ τούτου, η μέγιστη δυναμικότητα του εργοστασίου είναι 3000 τόνοι ετησίως με συντελεστή χρησιμοποίησης 0,85, ήτοι 2550 τόνοι ετησίως. Επίσης, το 40% του παραγόμενου προϊόντος θα εμφιαλώνεται σε συσκευασίες των 250ml, το 35% σε συσκευασίες των 500 ml και το 25% σε συσκευασίες των 750ml.

5.2 Προγραμματισμός τεχνολογίας

5.2.1 Κριτήρια επιλογής τεχνολογίας

Η διαδικασία παραγωγής του παρθένου ελαιολάδου παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 5-1. Η τεχνολογία θα πρέπει να είναι σε άμεση συνάρτηση με το μάρκετινγκ, το τμήμα πωλήσεων και τις απαιτήσεις της αγοράς.



Διάγραμμα 5-1 Διαδικασία παραγωγής παρθένου ελαιόλαδου.

Οι απαιτήσεις για την επιλογή των κατάλληλων μηχανημάτων διαμορφώνονται από κριτήρια που παρουσιάζονται στη συνέχεια:

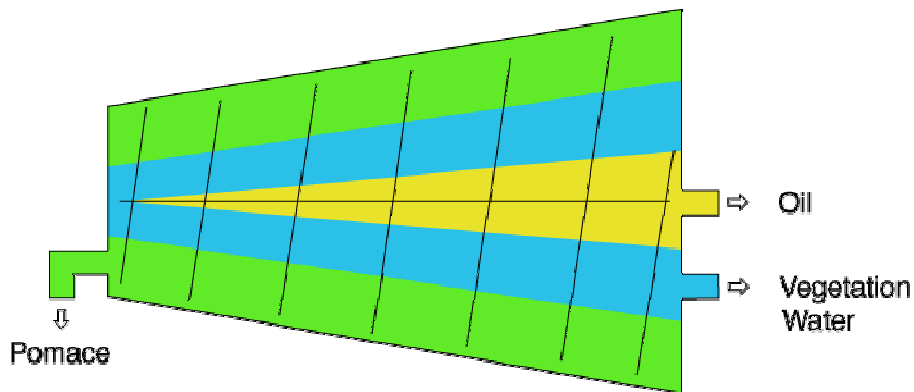
- Συμβατότητα τεχνολογίας με την πρώτη ύλη αλλά και με τις απαιτήσεις της αγοράς.
- Ικανότητα κάλυψης της δυναμικότητας 3000 τόνων ετησίως.
- Ευχρηστία και αξιοπιστία.
- Διαθεσιμότητα μηχανημάτων και ανταλλακτικών.
- Δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας.
- Δυνατότητα προσαρμογής σε τεχνολογικές εξελίξεις.
- Επιπτώσεις στο περιβάλλον.
- Συμβατότητα με εθνικές και διεθνείς προδιαγραφές και πρότυπα.
- Κόστος αρχικής επένδυσης, λειτουργίας και συντήρησης.
- Επεκτασιμότητα.

5.2.2 Απαιτούμενη τεχνολογία

Η σύγχρονη μέθοδος ελαιοπαραγωγής χρησιμοποιεί βιομηχανικά φυγοκεντρικά μηχανήματα που ονομάζονται decanters για να διαχωρίσει όλες τις φάσεις με φυγοκέντρωση. Σε αυτή τη μέθοδο, οι ελιές συνθλίβονται σε λεπτή πάστα. Αυτό μπορεί να γίνει με ένα θραυστήρα, ή άλλες μηχανές. Αυτή η πάστα στη συνέχεια υπόκειται σε μάλαξη για 30 έως 60 λεπτά ώστε να επιτραπεί στα μικρά σταγονίδια ελιάς να συσσωματώνονται. Τα αρώματα δημιουργούνται σε αυτά τα δύο βήματα μέσω της δράσης των ενζύμων.

Στη συνέχεια η πάστα διοχετεύεται στο φυγοκεντρικό μηχάνημα όπου θα διαχωριστούν οι φάσεις. Προστίθεται νερό για να διευκολυνθεί η διαδικασία εκχύλισης με την πάστα.

Το decanter είναι ένα φυγοκεντρικό μηχάνημα έχει μεγάλη χωρητικότητα και περιστρέφεται με 3000 rpm, και η υψηλή φυγοκεντρική δύναμη που δημιουργείται επιτρέπει να διαχωριστούν εύκολα οι φάσεις σύμφωνα με τις διαφορετικές πυκνότητες τους (στερεά> νερό> έλαιο). Μέσα στο περιστρεφόμενο κωνικό τύμπανο του φυγοκεντρικού μηχανήματος υπάρχει ένα πηνίο που περιστρέφεται πιο αργά, πιέζοντας τα στερεά υλικά έξω από το σύστημα.



Εικόνα 5-1 Διάγραμμα φυγοκεντρικού μηχανήματος. Οι τρεις φάσεις διαχωρίζονται ανάλογα με πυκνότητες τους.

Το διαχωρισμένο λάδι και το νερό, στη συνέχεια, περνούν πάλι από ένα φυγοκεντρικό μηχάνημα που λειτουργεί στα 6.000 rpm, το οποίο διαχωρίζει τη μικρή ποσότητα νερού που περιέχεται ακόμα στο ελαιόλαδο και το αντίστροφο. Έτσι, το λάδι που προκύπτει είναι καθαρό και το νερό δεν περιέχει έλαια ή άλλα στερεά και μπορεί να αξιοποιηθεί σε διάφορες χρήσεις.

5.2.2.1 Φυγοκεντρικά μηχανήματα με 3, 2 και 2.5 φάσεις

Με το φυγοκεντρικό μηχάνημα τριών φάσεων, ένα τμήμα των πολυφαινολών του ελαιολάδου ξεπλένεται λόγω της υψηλότερης ποσότητας του προστιθέμενου νερού (σε σύγκριση με την παραδοσιακή μέθοδο), παράγοντας μεγαλύτερη ποσότητα νερού που πρέπει να υποβληθεί σε επεξεργασία.

Το φυγοκεντρικό μηχάνημα δύο φάσεων δημιουργήθηκε ως μια προσπάθεια για την επίλυση αυτών των προβλημάτων. Θυσιάζει μέρος της δυναμικότητας εξαγωγής ελαιολάδου, χρησιμοποιεί λιγότερη ποσότητα νερού μειώνοντας έτσι το πλύσιμο της φαινόλης. Η πάστα ελιάς χωρίζεται σε δύο φάσεις: ελαιόλαδο και υγρός ελαιοπυρήνας. Αυτό το είδος φυγοκεντρικού μηχανήματος, αντί να έχει τρεις εξόδους (λάδι, νερό, και στερεά), έχει μόνο δύο. Το νερό αποβάλλεται από το πηνίο μαζί με το πυρηνέλαιο, με αποτέλεσμα έναν υγρό ελαιοπυρήνα που είναι πολύ πιο δύσκολο να επεξεργαστεί βιομηχανικά. Πολλές εγκαταστάσεις εξόρυξης ελαιοπυρήνα δεν δέχονται αυτό το υλικό, διότι το κόστος ενέργειας για τη ξήρανση του ελαιοπυρήνα δεν συμφέρει. Στην πράξη, τα φυγοκεντρικά μηχανήματα δύο φάσεων λύνουν το

πρόβλημα πλυσίματος της φαινόλης αλλά δημιουργούν πρόβλημα με τα απόβλητα της διαδικασίας που είναι δύσκολο να διατεθούν και να επεξεργαστούν. Το πρόβλημα της διάθεσης αποβλήτων έχει μειωθεί από τη συλλογή του υγρού ελαιοπυρήνα και τη μεταφορά του σε ειδικές εγκαταστάσεις που ονομάζεται απαγωγείς, οι οποίοι θερμαίνουν τον ελαιοπυρήνα μεταξύ 45°C και 50°C και εξαγουν 2 επιπλέον λίτρα ανά 100 κιλά ελαιοκάρπου χρησιμοποιώντας προσαρμοσμένους καθαριστές δύο φάσεων .

Το φυγοκεντρικό μηχάνημα 2,5 φάσεων είναι ένας συμβιβασμός μεταξύ των δύο προηγούμενων τύπων. Διαχωρίζει την πάστα ελιάς σε τρεις φάσεις, αλλά έχει μικρότερη ανάγκη για προσθήκη νερό και επίσης αποβάλλει λιγότερο νερό στην έξοδο του. Ως εκ τούτου, η περιεκτικότητα σε νερό του λαμβανόμενου ελαιοπυρήνα έρχεται πολύ κοντά σε εκείνη του πρότυπου διαχωρισμού τριών φάσεων, και η έξοδος του νερού είναι σχετικά μικρή, ελαχιστοποιώντας τα θέματα διαχείρισης των αποβλήτων.

Ανάλογα με τις ελιές και την επεξεργασία, το Decanter ή Tricanter μπορεί να εξαγει μεταξύ 85 και 90% του ελαιολάδου στη 1^η εκχύλιση. Η απόδοση από το ελαιόλαδο μπορεί να αυξηθεί ακόμα περισσότερο με μια 2^η εκχύλιση. Οι απόδοση της παραγωγής ελαιολάδου αυξάνεται σε ποσοστό ως και 96%, συνδυάζοντας τα συστήματα 1^{ης} και 2^{ης} εκχύλισης³¹.

5.2.2.2 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα

Τα πλεονεκτήματα των φυγοκεντρικών μηχανημάτων είναι τα εξής:

- Μηχανήματα συμπαγή
- Συνεχής και αυτοματοποιημένη λειτουργία
- Απαιτείται περιορισμένη εργασία
- Υψηλότερη απόδοση εξόρυξης ελαιόλαδου
- Μείωση του νερού που αποβάλλεται
- Το ελαιόλαδο από τα συστήματα φυγοκέντρωσης δύο φάσεων περιέχει περισσότερες φαινόλες, τοκοφερόλες, trans-2-εξανάλη, και αρωματικές ιδιότητες, ενώ είναι πιο ανθεκτικό σε οξείδωση σε σύγκριση με το ελαιόλαδο που παράγεται από τριφασικά μηχανήματα ή υδραυλικές πρέσες.

Μειονεκτήματα των φυγοκεντρικών μηχανημάτων είναι τα εξής:

- Υψηλό κόστος
- Απαιτείται απασχόληση εξειδικευμένου προσωπικού
- Υψηλή κατανάλωση ενέργειας
- Το πυρηνέλαιο μπορεί να είναι υγρό
- Μεγαλύτερη ποσότητα νερού που πρέπει να αποβληθεί
- Μειωμένη περιεκτικότητα σε αντιοξειδωτικά λόγω προσθήκης νερού
- Υπόκεινται σε φθορά από βράχους, τρίξιμο

5.2.3 Γραμμή παραγωγής

Η γραμμή παραγωγής της μονάδας θα περιλαμβάνει τα παρακάτω στάδια³²:

1. Η συλλογή και ταξινόμηση των ελιών (από τους ελαιοπαραγωγούς)

Αφού οι ώριμες ελιές έχουν μαζευτεί από τα δέντρα, απομακρύνονται οι μη υγιείς ελιές. Οι ελιές χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με την κατάσταση της ωριμότητας, και την ποιότητα. Στη συνέχεια, οι ελιές που λαμβάνονται και αποθηκεύεται για ένα μικρό χρονικό διάστημα, από λίγες ώρες έως αρκετές ημέρες. Η περίοδος είναι αρκετά μικρή για να αποφευχθεί η ζύμωση, αλλά αρκετά μεγάλη ώστε οι ελιές να ζεσταθούν, και να απελευθερώσουν το έλαιο τους εύκολα.



Εικόνα 5-2 Συλλογή ελαιόκαρπου



Εικόνα 5-3 Μεταφορά ελαιόκαρπου

2. Πλύσιμο και άλεση των ελιών

Οι ελιές ξεπλένονται με κρύο νερό και στη συνέχεια διέρχονται κατά μήκος ενός μεταφορικού ιμάντα μεταξύ κυλίνδρων ή θραυστήρα. Αυτά τα μηχανήματα, που συχνά αποκαλούνται θραυστήρες ελιάς, διασπούν τα κύτταρα και αποστερεοποιούν τις ελιές. Ανάλογα με την ελαστικότητα του φλοιού της ελιάς και το στάδιο της ωρίμανσης, μπορεί να είναι απαραίτητο να περαστούν και δεύτερη φορά.



Εικόνα 5-4 Πλύσιμο του ελαιόκαρπου



Εικόνα 5-5 Άλεση ελαιόκαρπου

3. Δημιουργία πάστας ελιάς μέσω μάλαξης

Στην αρχαιότητα, οι ελιές πολτοποιούνταν με ένα απλό γουδί και γουδοχέρι. Η αρχή αυτή επεκτάθηκε κατόπιν μέχρι τα πέτρινα γουδιά. Στη σύγχρονη διαδικασία, οι αλεσμένες ελιές μεταφέρονται από το θραυστήρα σε κάδους στους οποίους οι λεπίδες πολτοποίησης περιστρέφονται αργά και μετατρέπουν τις αλεσμένες ελιές σε μια ομογενοποιημένη πάστα.



Εικόνα 5-6 Μάλαξη της πάστας ελιάς

4. Ψυχρή συμπίεση της πάστας ελιάς για την εξαγωγή του λαδιού

Το έλαιο εκχυλίζεται από τη φόρτωση της πάστας σε μία υδραυλική πρέσα. Η πάστα ελιάς κατανέμεται ομοιόμορφα σε δίσκους που καλύπτονται με συνθετικές ίνες. Κάθε δίσκος καλύπτεται με περίπου 4-6 kg πάστας. Οι 25 ως 50 δίσκοι στοιβάζονται πάνω σε μια πλάκα πίεσης. Οι πλάκες χρησιμεύουν για να διατηρηθεί η ισορροπία της στοίβας και να διανεμηθεί ομοιόμορφα η πίεση. Ένα έμβολο ωθεί ενάντια στη στοίβα, και το έλαιο διαρρέει αργά μέσω σε σωλήνες. Το στερεό υλικό παραμένει μέσα στο σύστημα συμπίεσης.



Εικόνα 5-7 Τοποθέτηση της πάστας σε δίσκους

Ο όρος ψυχρή συμπίεση αναφέρεται στο γεγονός ότι το έλαιο εξάγεται χωρίς θέρμανση της πάστας, εξασφαλίζοντας την καθαρότητα του ελαίου. Το έλαιο που εξάγεται είναι ένα κοκκινωπό μίγμα του ελαίου και των εγγενών φυτικών υδάτων. Αυτό είναι το λάδι που λαμβάνει την ονομασία «έξτρα παρθένο» ελαιόλαδο. Η πάστα μπορεί να υποστεί εκ νέου συμπίεση για να ληφθούν και οι μικρότερες ποιότητες ελαίου που παραμένουν.

5. Ο διαχωρισμός του λαδιού από το φυτικό νερό

Παλαιότερα, το μίγμα ελαίου και ύδατος αποθηκευόταν σε κάδους μέχρι το λάδι να ανέλθει στην κορυφή. Η διαδικασία ζύμωσης, με αυτή τη μέθοδο, είναι αναπόφευκτη, και επηρεάζει τη γεύση και την οσμή του ελαιόλαδου. Σήμερα, ο διαχωρισμός επιτυγχάνεται ταχέως με άντληση του μίγματος σε ένα φυγοκεντρικό μηχάνημα δύο φάσεων. Το φυγοκεντρικό μηχάνημα αποτελείται από ένα περιστρεφόμενο τύμπανο και έναν ατέρμονα κοχλία που περιστρέφονται στον ίδιο άξονα με μεγάλη ταχύτητα. Επειδή το λάδι και το φυτικό νερό έχουν διαφορετικές πυκνότητες, η φυγόκεντρος τα αναγκάζει να διαχωριστούν σε ξεχωριστά δοχεία.



Εικόνα 5-8 Διαχωρισμός ελαίου και νερού με φυγοκεντρικό μηχάνημα



Εικόνα 5-9 Εμφιάλωση ελαιόλαδου

6. Αποθήκευση και εμφιάλωση του ελαιόλαδου

Το λάδι αποθηκεύεται σε υπόγειες δεξαμενές μέχρι να είναι έτοιμο να αποσταλεί. Στη συνέχεια το λάδι εμφιαλώνεται σε γυάλινα δοχεία σε μια γραμμή εμφιάλωσης. Τα δοχεία γυαλιού με σκούρο χρώμα θα διατηρήσουν το βαθύ πράσινο χρώμα του ελαιόλαδου. Το λάδι που τοποθετείται σε διαφανείς γυάλινες φιάλες θα εξασθενίσει σε κίτρινο-πράσινο. Ωστόσο, η γεύση δεν επηρεάζεται.

Σε πολλές περιπτώσεις, οι διανομείς ελαιόλαδου αγοράζουν το ελαιόλαδο από τους παραγωγούς και το εμφιαλώνουν. Η συσκευασία έχει γίνει πιο περίτεχνη καθώς η δημοτικότητα του ελαιόλαδου έχει αυξηθεί.

5.3 Μηχανολογικός εξοπλισμός, βοηθητικά μηχανήματα και εξοπλισμός εξυπηρητήσεως

Ο μηχανολογικός εξοπλισμός διαχωρίζεται σε μηχανήματα παραγωγής, βοηθητικά μηχανήματα και μηχανήματα εξυπηρητήσεως³³. Στα μηχανήματα παραγωγής περιλαμβάνονται τα κύρια μηχανήματα που επεξεργάζονται τον ελαιόκαρπο, την ελαιόπαστα και τελικά εξάγουν το ελαιόλαδο. Αυτά είναι τα αναβατόρια τροφοδοσίας, τα αποφυλλωτήρια, τα πλυντήρια, τα μαλακτήρια, τα φυγοκεντρικά μηχανήματα decanter, οι διαχωριστές και οι συσκευαστές ανάλογα με το μέγεθος του δοχείου.

Τα βοηθητικά μηχανήματα, τα οποία εξυπηρετούν τα μηχανήματα παραγωγής και τη λειτουργία της μονάδας, είναι ηλεκτρογεννήτριες, το σύστημα εξαερισμού και κλιματισμού, οι δεξαμενές αποθήκευσης του ελαιόλαδου, τα όργανα ελέγχου, οι ιμάντες κίνησης και τα οχήματα μεταφοράς εντός του εργοστασίου.

Ο εξοπλισμός εξυπηρητήσεως περιλαμβάνει την επίπλωση, του υπολογιστές και τα περιφερειακά, τον τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό, τα συστήματα πυρασφάλειας, τα αντικλεπτικά συστήματα, ηλεκτρολογικό εξοπλισμό, μοκέτες και μηχανήματα καθαρισμού.

5.3.1 Απόκτηση και μεταφορά

Τα μηχανήματα και ο εξοπλισμός θα αγοραστούν εφάπαξ και θα μεταφερθούν στις εγκαταστάσεις της μονάδας με ευθύνη του προμηθευτή. Θα ακολουθήσει περίοδος εκπαίδευσης όπου οι εργαζόμενοι ανάλογα με τη θέση τους θα μάθουν να χειρίζονται τα συγκεκριμένα μηχανήματα μέσω σεμιναρίων και πιλοτικών λειτουργιών της μονάδας, που θα εκπονηθούν από το κατάλληλο προσωπικό των προμηθευτών. Το κόστος εκπαίδευσης συμπεριλαμβάνεται στο συνολικό κόστος αγοράς των μηχανημάτων.

5.3.2 Κόστος μηχανολογικών και τεχνολογίας

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Στον παρακάτω πίνακα περιλαμβάνονται τα κόστη των μηχανολογικών και της τεχνολογίας.

Πίνακας 5-1 Κόστος μηχανολογικών και τεχνολογίας

Τύπος μηχανήματος	Κόστος (€)
Μηχανήματα παραγωγής	
Αναβατόρια τροφοδοσίας (2)	9792
Αποφυλλωτήρια (2)	2238
Πλυντήρια (2)	27980
Μαλακτήρια (8)	148060
Ντεκάντερ (2)	320600
Διαχωριστήρες (2)	107203
Συσκευαστής 250ml	20000
Συσκευαστής 500ml	150000
Συσκευαστής 750ml	120000
Βοηθητικά μηχανήματα	
Ηλεκτρογεννήτριες (3)	36000
Σύστημα εξαερισμού και κλιματισμού	45000
Δεξαμενές αποθήκευσης ελαιολάδου	79800
Σωληνώσεις	12000
Όργανα Ελέγχου	50000
Ιμάντες κίνησης	15482
Οχήματα μεταφοράς εντός εργοστασίου	60000
Εξοπλισμός εξυπηρέτησης	
Επίπλωση	110000
Υπολογιστές και περιφερειακά	50000
Τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός	7000
Πυρασφάλεια	30000
Αντικλεπτικά συστήματα	20000
Ηλεκτρολογικός εξοπλισμός	48000
Μοκέτες	9000
Μηχανήματα καθαρισμού	9000
Συνολικό κόστος	1.487.155

5.4 Περιγραφή της διαμόρφωσης της μονάδας

Εφόσον επελέγη ο μηχανολογικός εξοπλισμός, θα πρέπει να σχεδιαστεί χωρομετρικά η μονάδα, τόσο όσον αφορά τον εσωτερικό όσο και τον εξωτερικό της χώρο. Αρχικά, επιλέγεται η τοποθεσία που θα εγκατασταθεί η μονάδα. Αυτή είναι η Βιομηχανική Περιοχή της Καλαμάτας, ΒΙΠΕ Καλαμάτας (Σπερχογεία).

Η μονάδα συνολικά θα εκτείνεται σε 7,2 στρέμματα οπότε το οικοπέδο που θα επιλεγεί στη ΒΙΠΕ Καλαμάτας θα έχει έκταση 12 στρεμμάτων ώστε να τηρείται το απαιτούμενο ποσοστό κάλυψης. Επίσης το μέγιστο ύψος του κτηρίου δεν θα πρέπει να ξεπερνά τα 24 μέτρα.

Εντός του οικοπέδου θα διαμορφωθούν δύο κτήρια. Το πρώτο θα περιλαμβάνει υπόγειο στο οποίο θα αποθηκεύονται οι πρώτες ύλες και τα λοιπά εφόδια που σχετίζονται με τη διαδικασία παραγωγής, θα υπάρχουν αποδυτήρια και λουτρά για τους εργαζομένους στην μονάδα παραγωγής και ανελκυστήρες για την μεταφορά των υλών και εφοδίων στο ισόγειο. Το ισόγειο θα περιλαμβάνει τη μονάδα παραγωγής και το κυλικείο καθώς και το τμήμα ελέγχου της παραγωγής.

Το δεύτερο κτήριο είναι κτήριο γραφείων τριών ορόφων. Στο υπόγειο υπάρχουν οι αποθήκες των εφοδίων γραφικής ύλης, ανταλλακτικών σχετικά με τον εξοπλισμό γραφείου και λοιπά εφόδια. Το υπόγειο θα εξυπηρετείται από ανελκυστήρα. Στον πρώτο όροφο υπάρχει ο χώρος υποδοχής, το τηλεφωνικό κέντρο και ο συνεδριακός χώρος. Στον δεύτερο όροφο βρίσκονται τα τμήματα προμηθειών, πωλήσεων και μάρκετινγκ, ενώ στον τρίτο όροφο είναι τα γραφεία της διοίκησης.

5.5 Έργα πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού

5.5.1 Περιγραφή

Τα έργα πολιτικού μηχανικού περιλαμβάνουν τις εξής εργασίες:

- Προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης (ισοπεδώσεις, εκχερσώσεις, σωληνώσεις ύδρευσης, αποχέτευση, περίφραξη, πλατφόρμες φόρτωσης και εκφόρτωσης, φύτευση χλόης και ελαιοδέντρων)
- Κατασκευή κτιρίων (σχεδιασμός και κατασκευή κτιρίου παραγωγής και κτιρίου διοίκησης, στατικές μελέτες, αντισεισμικές μελέτες, διαμόρφωση εξωτερικών χώρων στάθμευσης με στέγαστρα)
- Κατασκευή μονάδων παραγωγής (ειδικές βάσεις για τα μηχανήματα, υποδομές, μονώσεις ηχομονώσεις, φίλτρα).
- Μονάδες εξυπηρέτησης (ανελκυστήρες και κλιμακοστάσια)

Τα έργα ηλεκτρολόγου μηχανικού περιλαμβάνουν τις εξής εργασίες:

- Ηλεκτρολογικές μελέτες και εγκαταστάσεις κτιρίου διοίκησης
 - Αντικεραυνική προστασία
 - Προστασία από υπερτάσεις
 - Συστήματα αυτοματισμού στο κτήριο διοίκησης
 - Μελέτες φωτισμού με τεχνητό και φυσικό φωτισμό
 - Μελέτες φωτισμού έκτακτης ανάγκης
 - Μελέτη και εγκατάσταση συστημάτων εξαερισμού και κλιματισμού
 - Μελέτη ενεργειακής απόδοσης και διαστασιολόγηση παροχών
 - Σχεδιασμός και εγκατάσταση του συστήματος πυρασφάλειας
- Ηλεκτρολογικές μελέτες και εγκαταστάσεις κτιρίου παραγωγής
 - Σχεδιασμός και εγκατάσταση συστημάτων αυτοματισμού στη μονάδα παραγωγής
 - Αντικεραυνική προστασία
 - Προστασία από υπερτάσεις
 - Μελέτες φωτισμού με τεχνητό και φυσικό φωτισμό
 - Μελέτες φωτισμού έκτακτης ανάγκης
 - Μελέτη και εγκατάσταση συστημάτων εξαερισμού και κλιματισμού
 - Μελέτη ενεργειακής απόδοσης και διαστασιολόγηση παροχών
 - Σχεδιασμός και εγκατάσταση του συστήματος πυρασφάλειας

Η επιχείρηση για τα εν λόγω έργα θα συνεργαστεί με το τεχνικό γραφείο Λάμπας – Γαϊπάνης³⁴ που εδρεύει στη Καλαμάτα.

5.5.2 Κόστος έργων πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού

Το κόστος των έργων πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού παρατίθεται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 5-2 Κόστος έργων πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού

Είδος εργασίας	Κόστος (€)
Έργα Πολιτικού Μηχανικού	
Προετοιμασία και ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης	220.000,00
Κατασκευή κτιρίων	516.000,00
Κατασκευή μονάδων παραγωγής	156.000,00
Μονάδες εξυπηρέτησης	115.000,00
Έργα Ηλεκτρολόγου Μηχανικού	
Ηλεκτρολογικές μελέτες και εγκαταστάσεις κτιρίου παραγωγής	190.000,00
Ηλεκτρολογικές μελέτες και εγκαταστάσεις κτιρίου διοίκησης	46.000,00
Σύνολο	1.243.000,00

5.5.3 Κόστος συντήρησης

Η επιχείρηση θα συνεργαστεί με την ίδια εταιρεία (Λάμπας – Γαϊτάνης) για την ετήσια συντήρηση των τεχνικών έργων. Το κόστος συντήρησης εκτιμάται στο 1% του συνολικού κόστους των τεχνικών έργων και αναπροσαρμόζεται με τη μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας και πληθωρισμό 0,4%³⁵.

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής
εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 5-3 Μέσο ετήσιο κόστος συντήρησης εργοστασίου

Έτος	Κόστος συντήρησης (€)
2018	10.742
2019	9.986
2020	9.283
2021	8.630
2022	8.023
2023	7.458
2024	6.933
2025	6.446
2026	5.992

6 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1 Οργάνωση και Οργανωτικό Διάγραμμα

Ένα οργανωτικό διάγραμμα (που συχνά αποκαλείται οργανόγραμμα) είναι ένα διάγραμμα που δείχνει τη δομή ενός οργανισμού, τις σχέσεις και τις σχετικές τάξεις των τμημάτων του και των θέσεων εργασίας.

Το οργανόγραμμα είναι ένα διάγραμμα που δείχνει γραφικά τη σχέση ενός τμήματος με τα άλλα τμήματα μιας εταιρείας. Επίσης, χρησιμοποιείται για να δείξει τη σχέση των υπαλλήλων μεταξύ τους, ή μια λειτουργία ενός οργανισμού με μια άλλη, ή άλλες. Αυτό το διάγραμμα είναι πολύ σημαντικό, καθώς στο επιτρέπει να απεικονιστεί γραφικά η πλήρης οργάνωση της επιχείρησης.

Το οργανόγραμμα μιας εταιρείας παρουσιάζει συνήθως τις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων μέσα σε μια οργάνωση. Οι σχέσεις αυτές θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν τις σχέσεις των μάντζερ με τους υφισταμένους τους, τις σχέσεις των διευθυντών με τους διευθύνοντες συμβούλους, τη σχέση των διευθυνόντων συμβούλων με τα διάφορα τμήματα, και ούτω καθεξής. Όταν ένα οργανόγραμμα γίνεται πάρα πολύ μεγάλο, μπορεί να χωριστεί σε μικρότερα διαγράμματα για τα ξεχωριστά τμήματα εντός του οργανισμού. Οι διαφορετικοί τύποι των οργανογραμμάτων περιλαμβάνουν:

- Ιεραρχικός
- Μήτρα
- Οριζόντιο

Δεν υπάρχει αποδεκτή μορφή για την κατασκευή οργανογραμμάτων, εκτός από τη θέση του κύριου υπαλλήλου, υπηρεσίας ή λειτουργίας στη κεφαλή του φύλλου, και προς τα κάτω τα υπόλοιπα, με τη σειρά του βαθμού τους. Οι τίτλοι των τμημάτων και μερικές φορές τα ονόματά των υπαλλήλων, τοποθετούνται μέσα σε τετράγωνα ή κύκλους. Οι γραμμές συνήθως προέρχονται από το ένα τετράγωνο ή κύκλο και δείχνουν προς το επόμενο, υποδεικνύοντας τη σχέση ενός υπαλλήλου ή τμήματος με τους άλλους.

Υπάρχουν διάφοροι περιορισμοί όσον αφορά τα οργανωτικά διαγράμματα:

- Αν ενημερώνεται χειροκίνητα, το οργανόγραμμα μπορεί να μην ενημερώνεται έγκαιρα, ειδικά σε μεγάλους οργανισμούς που αλλάζουν το προσωπικό τους σε τακτική βάση.
- Δείχνουν μόνο "επίσημες σχέσεις" και δεν αναφέρουν τις κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσονται εντός του οργανισμού. Επίσης, συχνά δεν παρουσιάζουν οριζόντιες σχέσεις.
- Παρέχουν ελάχιστες πληροφορίες σχετικά με το διευθυντικό ύφος που υιοθετήθηκε (π.χ. "αυταρχικό", "δημοκρατικό" ή ενδιάμεσο ύφος)
- Σε ορισμένες περιπτώσεις, ένα οργανωτικό γράφημα μπορεί να είναι πιο κατάλληλο, ιδιαίτερα αν κάποιος θέλει να δείξει μη γραμμικές, μη ιεραρχικές σχέσεις σε έναν οργανισμό.
- Συχνά δεν περιλαμβάνουν τους πελάτες.

6.1.1 Το γενικό οργανωτικό διάγραμμα

Το γενικό οργανωτικό διάγραμμα της επιχείρησης παρουσιάζεται στην Εικόνα 6-1. Περιλαμβάνει τις διευθύνσεις και τα τμήματα που αναλογούν σε κάθε διεύθυνση.

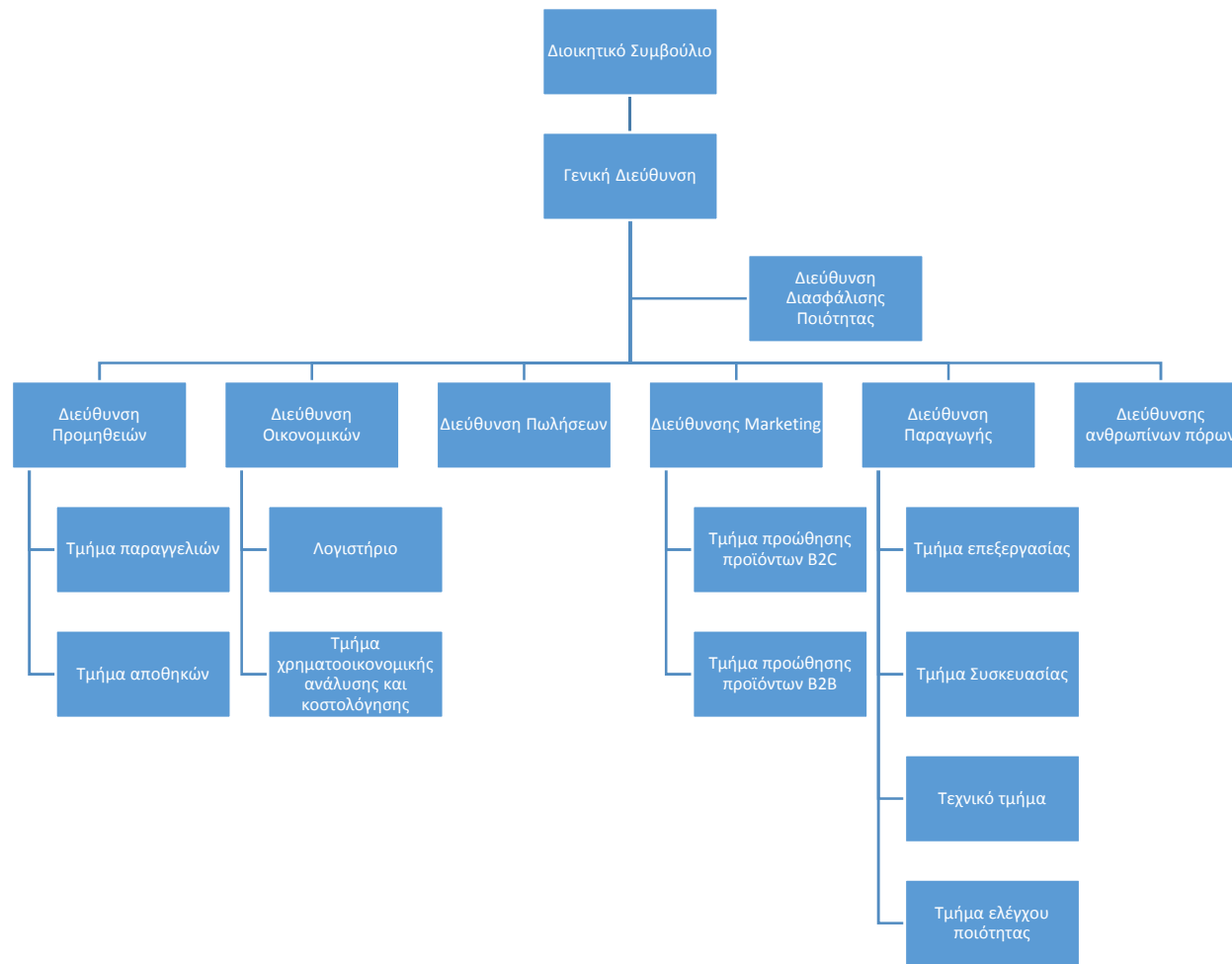
Η Διεύθυνση Οικονομικών παρέχει λογιστικές υπηρεσίες και οικονομική στήριξη για την οργάνωση στην οποία ανήκει. Περιλαμβάνει το τμήμα λογιστηρίου το οποίο, καταγράφει εισπρακτέους και πληρωτέους λογαριασμούς, την απογραφή, τη μισθοδοσία, το πάγιο ενεργητικό και όλα τα άλλα χρηματοοικονομικά στοιχεία. Οι λογιστές του τμήματος επανεξετάζουντα αρχεία του κάθε τμήματος για να καθορίσουν την οικονομική θέση της εταιρείας και τυχόν αλλαγές που απαιτούνται για βελτιστοποίηση του κόστους.

Η Διεύθυνση Διαχείρισης Προμηθειών εξασφαλίζει ότι όλα τα αγαθά, οι προμήθειες, τα εφόδια και οι πρώτες ύλες απογράφονται ώστε η επιχείρηση να λειτουργεί απρόσκοπτα. Επίσης εξετάζει τα σχόλια από τα άλλα τμήματα και τους υπάλληλους ώστε να επιλέξει κατάλληλους προμηθευτές. Η Διεύθυνση Προμηθειών είναι επίσης υπεύθυνη για τον έλεγχο του κόστους των παραγγελθέντων εμπορευμάτων, τον

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

έλεγχο των επιπέδων των αποθεμάτων και την οικοδόμηση ισχυρών σχέσεων με τους προμηθευτές.

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου



Εικόνα 6-1 Οργανωτικό διάγραμμα της επιχείρησης

Η Διεύθυνση Πωλήσεων μπορεί να οριστεί ως το τμήμα μιας επιχείρησης που είναι υπεύθυνο για την πώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών. Είναι επίσης γνωστό ως «τμήμα πωλήσεων» και συνεργάζεται με τη Διεύθυνση Μάρκετινγκ σε μια σχέση παλινδρομική μέσα στον κόσμο των επιχειρήσεων. Η Διεύθυνση Μάρκετινγκ προωθεί την επιχείρησή και είναι υπεύθυνο για τις πωλήσεις των προϊόντων ή των υπηρεσιών της τόσο σε ιδιώτες όσο και σε επιχειρήσεις. Παρέχει την απαραίτητη έρευνα για να προσδιορίσει τους πελάτες-στόχο και άλλο κοινό. Σε ορισμένες επιχειρήσεις, ο υποδιευθυντής πωλήσεων και μάρκετινγκ επιβλέπει τόσο το μάρκετινγκ, όσο και τις πωλήσεις. Είναι σημαντικό η επιχείρηση να διαθέτει ένα ισχυρό τμήμα μάρκετινγκ ανεξάρτητα από τα οικονομικά στοιχεία, έτσι να παραμένουν οι πωλήσεις σε υψηλό επίπεδο.

Η Διεύθυνση Ανθρώπινων Πόρων (Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού) της επιχείρησης εκτελεί διαχείριση των ανθρώπινων πόρων, την επίβλεψη σε διάφορες πτυχές της απασχόλησης, όπως η συμμόρφωση με το εργατικό δίκαιο και τα εργασιακά πρότυπα, η χορήγηση των παροχών σε εργαζομένους, και ορισμένες πτυχές της πρόσληψης και απόλυσης.

Η Διεύθυνση Διασφάλισης Ποιότητας (QA) είναι υπεύθυνη για την πρόληψη λαθών ή ελαττωμάτων στα βιομηχανικά προϊόντα και την αποφυγή προβλημάτων κατά την παροχή λύσεων και υπηρεσιών προς τους πελάτες με βάση το ISO 9000³⁶. Ορίζεται ως «μέρος της διαχείρισης της ποιότητας που εστιάζεται στην παροχή εμπιστοσύνης ότι οι απαιτήσεις ποιότητας θα πρέπει να πληρούνται». Η πρόληψη της βλάβης στη διασφάλιση της ποιότητας διαφέρει ελαφρά από την ανίχνευση βλάβης και την απόρριψη στον έλεγχο της ποιότητας, καθώς επικεντρώνεται στην ποιότητα νωρίτερα στη διαδικασία³⁷.

Οι όροι «διασφάλιση ποιότητας» και «ποιοτικός έλεγχος» χρησιμοποιούνται συχνά εναλλακτικά και αναφέρονται σε τρόπους διασφάλισης της ποιότητας μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος³⁸. Ο όρος «έλεγχος», ωστόσο, χρησιμοποιείται για να περιγράψει την πέμπτη φάση του μοντέλου DMAIC (Ορισμός, Μέτρηση, Ανάλυση, Βελτίωση και Έλεγχος)³⁹. Το DMAIC είναι μια στρατηγική με γνώμονα την ποιότητα των δεδομένων που χρησιμοποιούνται για τη βελτίωση των διαδικασιών.

Η διασφάλιση της ποιότητας περιλαμβάνει τις διοικητικές και διαδικαστικές δραστηριότητες που εφαρμόζονται σε ένα σύστημα ποιότητας, και θα πρέπει να εκπληρώσει τις απαιτήσεις και τους στόχους για ένα προϊόν, υπηρεσία ή

δραστηριότητα⁴⁰. Είναι η συστηματική μέτρηση, σύγκριση με ένα πρότυπο, παρακολούθηση των διαδικασιών και ανάδραση για τη πρόληψη σφαλμάτων. Αυτό μπορεί να αντιπαραβληθεί με τον έλεγχο της ποιότητας, η οποία επικεντρώνεται στην παραγωγή διαδικασία.

Δύο αρχές που περιλαμβάνονται στη διασφάλιση της ποιότητας είναι: 1) το προϊόν πρέπει να είναι κατάλληλο για τον επιδιωκόμενο σκοπό και 2) τα λάθη θα πρέπει να εξαιρεθούν. Η διασφάλιση ποιότητας περιλαμβάνει τη διαχείριση της ποιότητας των πρώτων υλών, και των λοιπών εφοδίων και υπηρεσιών που σχετίζονται με την παραγωγή και τη διαχείριση, την παραγωγή και τις διαδικασίες ελέγχου.

Η κατάλληλη ποιότητα καθορίζεται από τους χρήστες και τους πελάτες, όχι από την κοινωνία εν γένει. Δεν έχει σχέση με το κόστος, και περιγραφικά επίθετα όπως "υψηλή" και "κακή" δεν έχουν κάποια αξία. Για παράδειγμα, ένα προϊόν σε χαμηλές τιμές μπορεί να θεωρηθεί ως υψηλής ποιότητας επειδή είναι μιας χρήσης, ενώ ένα άλλο μπορεί να θεωρηθεί ως ανεπαρκούς ποιότητας, διότι δεν είναι αναλώσιμο.

6.2 Κόστος γενικών βιομηχανικών εξόδων

Το κόστος των γενικών βιομηχανικών εξόδων περιλαμβάνει τα έξοδα που πραγματοποιούνται για τη μετατροπή του ελαιόκαρπου σε τελικό προϊόν κατά τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας. Τα έξοδα αυτά διακρίνονται σε άμεσα και έμμεσα. Τα άμεσα έξοδα βαρύνουν απευθείας τα προϊόντα, ενώ τα έμμεσα έξοδα επιβαρύνουν τα προϊόντα εφαρμόζοντας κάποιο κριτήριο επιμερισμού⁴¹. Τέτοιου τύπου δαπάνες είναι τα ασφάλιστρα, η συντήρηση του εξοπλισμού παραγωγής, τα κόστη επικοινωνίας, τα μεταφορικά έξοδα και τα νομικά έξοδα (Πίνακας 6-1).

Στη συνέχεια υπολογίζονται με τη μέθοδο της παρούσας αξίας και πληθωρισμό 0,4%, τα γενικά βιομηχανικά έξοδα για την επόμενη δεκαετία (Πίνακας 6-2).

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 6-1 Κόστος Γενικών Βιομηχανικών Εξόδων για το έτος 2016

Είδος κόστους	Κόστος (€)
Έξοδα συντήρησης εξοπλισμού	44.615
Ασφάλιστρα	22.307
Τηλέφωνο - Internet	6.000
Αμοιβές Διοικητικού Συμβουλίου	21.000
Νομικά έξοδα	16.000
Έξοδα μεταφορών	800.000
Σύνολο	909.922

Πίνακας 6-2 Κόστος Γενικών Βιομηχανικών Εξόδων για τη περίοδο 2017-2026

Έτος	Κόστος (€)
2018	786.365
2019	731.028
2020	679.585
2021	631.763
2022	587.305
2023	545.976
2024	507.556
2025	471.839
2026	438.635

7 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1 Η διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού

Η Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού περιλαμβάνει τη διεξαγωγή αναλύσεων εργασίας, τον σχεδιασμό των αναγκών του προσωπικού, την πρόσληψη των κατάλληλων υπαλλήλων για κάθε θέση, τον προσανατολισμό και την κατάρτιση, τη διαχείριση των μισθών και των ημερομισθίων, των παροχών και κινήτρων, την αξιολόγηση των επιδόσεων, την επίλυση των διαφορών, και την επικοινωνία με όλους τους εργαζόμενους σε όλα τα επίπεδα. Παραδείγματα των βασικών ιδιοτήτων της διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού είναι εκτεταμένη η γνώση της βιομηχανίας, η ηγεσία, και οι αποτελεσματικές διαπραγματευτικές ικανότητες. Παλαιότερα ονομαζόταν διαχείριση προσωπικού.

7.2 Ανάλυση εργασίας και προσδιορισμός αναγκών

7.2.1 Διευθυντικό και εποπτικό προσωπικό

1. **Γενική Διεύθυνση:** Τη Γενική Διεύθυνση της επιχείρησης θα αναλάβει ο κύριος Πρόδρομος Παλαμίδης, που υποστηρίζει και το επενδυτικό σχέδιο. Επίσης θα απασχολείται ένα επιπλέον άτομο για την γραμματειακή υποστήριξη.
2. **Διεύθυνση Διασφάλισης Ποιότητας:** Δεδομένου ότι κεντρικό σημείο των παρεχόμενων προϊόντων της επιχείρησης είναι η ποιότητα, η διεύθυνση αυτή έχει ύψιστη σημασία. Η εποπτεία της εν λόγω διεύθυνσης θα είναι υπό τον Γενικό διευθυντή, ενώ θα περιλαμβάνει και υποδιευθυντή με άριστες γνώσεις της Διαχείρισης Ολικής Ποιότητας. Στη Διεύθυνση αυτή θα απασχολούνται δύο υπάλληλοι που θα παρακολουθούν και θα εφαρμόζουν τις ανάλογες διαδικασίες ενώ θα υπάρχει και γραμματεία που θα δέχεται και θα καταγράφει των πελατών (εταιρικών, ιδιωτών). Η καταγραφή των σχολίων - παραπόνων

δεν θα γίνεται μόνο τηλεφωνικά αλλά και μέσω των ηλεκτρονικών μέσων (e-mails, social media) ενώ η διεύθυνση θα είναι σε συνεννόηση με το τμήμα μάρκετινγκ σχετικά με τα παράπονα των πελατών.

3. **Διεύθυνση ανθρωπίνων πόρων:** Ο διευθυντής ανθρωπίνων πόρων θα πρέπει να είναι γνώστης του αντικειμένου με πανεπιστημιακό τίτλο και μεταπτυχιακό τίτλο στη Διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού. Επίσης στη διεύθυνση θα υπάρχουν και άλλοι δύο υπάλληλοι, με ανώτατες σπουδές στον ίδιο τομέα.
4. **Διεύθυνση προμηθειών:** Τη διεύθυνση θα αναλάβει άτομο με τουλάχιστον μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών στα Logisitcs.
 - a. **Τμήμα παραγγελιών:** Τμηματάρχης θα αναλάβει γεωπόνος, ενώ θα απασχολούνται και άλλοι δύο υπάλληλοι. Θα απασχολούνται ακόμα δύο υπάλληλοι με κατάλληλες γνώσεις (π.χ. απόφοιτοι σχολών τεχνολογίας τροφίμων)
 - b. **Τμήμα αποθηκών:** Τμηματάρχης θα αναλάβει άτομο με ανώτερες σπουδές στα logistics και θα απασχολεί ακόμα έναν υπάλληλο.
5. **Διεύθυνση Οικονομικών:** Οικονομολόγος με μεταπτυχιακές σπουδές στην χρηματοοικονομική ανάλυση και πρόβλεψη οικονομικών δεικτών θα αναλάβει τη διεύθυνση αυτή. Επίσης θα απασχολείται ως γραμματεία ένας υπάλληλος.
 - a. **Λογιστήριο:** Το λογιστήριο θα απασχολεί έναν λογιστή Α τάξης και έναν βοηθό λογιστή.
 - b. **Τμήμα χρηματοοικονομικής ανάλυσης και κοστολόγησης:** Ο τμηματάρχης θα πρέπει να είναι κάτοχος ανώτατου τίτλου σπουδών στα οικονομικά, ενώ θα υπάρχει και ένας υπάλληλος.
6. **Διεύθυνση πωλήσεων:** Η διεύθυνση πωλήσεων θα βρίσκεται υπό την ευθύνη ατόμου με μεταπτυχιακό τίτλο στις πωλήσεις και δύο υπαλλήλους. Θα πρέπει να διαθέτουν και γνώσεις μάρκετινγκ για να μπορούν να συνεργάζονται αποδοτικά με το τμήμα μάρκετινγκ.
7. **Διεύθυνση μάρκετινγκ:** Η διεύθυνση θα αναληφθεί από άτομο με μεταπτυχιακό τίτλο στο Marketing Management και τουλάχιστον 5ετή εμπειρία σε αντίστοιχες θέσεις σε εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην ευρωπαϊκή αγορά. Δύο υπάλληλοι θα υποστηρίζουν τις δραστηριότητες της διεύθυνσης.
 - a. **Τμήμα B2C:** Το τμήμα αυτό έχει ως στόχο την προώθηση των προϊόντων, κυρίως μέσω διαδικτύου στον τελικό καταναλωτή. Ο τμηματάρχης και οι δύο υπάλληλοι θα πρέπει να γνωρίζουν καλά τις

- αγορές ειδικά της Γερμανίας και της Δανίας, να γνωρίζουν τις αντίστοιχες γλώσσες.
- b. **Τμήμα B2B:** Το τμήμα αυτό διαχειρίζεται εταιρικούς πελάτες στις χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης. Ο τμηματάρχης και οι δύο υπάλληλοι θα πρέπει να έχουν εμπειρία προώθησης τροφίμων, ειδικά της Γερμανίας και της Δανίας, να γνωρίζουν τις αντίστοιχες γλώσσες και τα κανάλια διανομής των προϊόντων.
8. **Διεύθυνση παραγωγής:** Τη διεύθυνση παραγωγής θα αναλάβει Μηχανολόγος Μηχανικός με μεταπτυχιακές σπουδές στη σχεδίαση διαδικασιών παραγωγής. Τα παρακάτω τμήματα θα απαρτίζουν τη διεύθυνση παραγωγής
- a. **Τμήμα επεξεργασίας:** Η διαδικασία επεξεργασίας του ελαιολάδου θα υπάγεται στην εποπτεία ενός τμηματάρχη με εμπειρία στην επεξεργασία ελαιόκαρπου.
- b. **Τμήμα συσκευασίας:** Σε αυτό το τμήμα απασχολείται ένας υπάλληλος με μόνη αρμοδιότητα των έλεγχο της διαδικασία συσκευασίας, ο οποίος θα είναι σε επαφή με τη Διεύθυνση Διαχείρισης Ποιότητας αλλά και το τμήμα ελέγχου ποιότητας.
- c. **Τεχνικό τμήμα:** Σε αυτό το τμήμα θα απασχολείται κάτοχος πτυχίου τεχνολογικού ιδρύματος με τουλάχιστον δεκαετή εμπειρία σε μηχανήματα ελαιοπαραγωγής.
- d. **Τμήμα ελέγχου ποιότητας:** Αυτό το τμήμα απασχολεί τον τμηματάρχη και έναν υφιστάμενο με τις εξής αρμοδιότητες: έλεγχο πρώτων υλών και βοηθητικών υλικών, τήρηση αρχείων ποιότητας, συντηρήσεις μηχανημάτων παραγωγής, εκπαίδευση στελεχών και χειριστών σε θέματα ποιότητας.

7.2.2 Εργατικό δυναμικό

Στη συνέχεια προσδιορίζονται οι ανάγκες σε εργατικό δυναμικό της επιχείρησης. Όλα τα τμήματα της διεύθυνσης παραγωγής θα πρέπει να στελεχώνονται από το κατάλληλο εργατικό δυναμικό. Εκτιμάται ότι θα χρειαστούν κατ' ελάχιστον, ένας εξειδικευμένος εργοδηγός, δύο εξειδικευμένοι εργάτες σύνθλιψης και άλεσης του

ελαιοκάρπου, ένας βοηθός γενικών καθηκόντων καθώς και ένας μεταφορέας έτοιμου προϊόντος στο τμήμα επεξεργασίας.

Στο τμήμα συσκευασίας θα απασχοληθούν τρεις εργαζόμενοι, στο τμήμα μηχανολογίας τέσσερις εργαζόμενοι (μηχανολόγος ΤΕ, ηλεκτρολόγος ΤΕ, υδραυλικός και ένας βοηθός). Στη διεύθυνση ανθρωπίνων πόρων θα υπάγονται τρεις φύλακες και δύο καθαριστές. Στη διεύθυνση προμηθειών θα απασχολούνται τρεις μεταφορείς και δύο εργάτες για τη φόρτωση και την εκφόρτωση.

Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι θα πρέπει να τηρείται η νομοθεσία και οι επιμέρους διατάξεις της σχετικά με τις συνθήκες ασφαλείας και υγιεινής των εργαζομένων. Συγκεκριμένα θα πρέπει να γίνει έκθεση εκτίμησης κινδύνων και να εφαρμοστούν τα ανάλογα μέτρα για την πρόληψη τους, η συνεχής αναφορά ατυχημάτων, η τήρηση βιβλίου ατυχημάτων και η ενημέρωση και εκπαίδευση των εργαζομένων σχετικά με τους κινδύνους αυτούς.

7.3 Προγραμματισμός ανθρώπινων πόρων

Ο προγραμματισμό του ανθρώπινου δυναμικού είναι μια διαδικασία που προσδιορίζει τις τρέχουσες και μελλοντικές ανάγκες σε ανθρώπινους πόρους για έναν οργανισμό ώστε να επιτύχει τους στόχους του. Ο προγραμματισμός του ανθρώπινου δυναμικού θα πρέπει να χρησιμεύσει ως σύνδεσμος μεταξύ της διαχείρισης των ανθρώπινων πόρων και του συνολικού στρατηγικού σχεδίου ενός οργανισμού. Η γήρανση του πληθυσμού των εργαζομένων στις περισσότερες δυτικές χώρες και η αυξανόμενη ζήτηση για ειδικευμένους εργαζόμενους σε αναπτυσσόμενες οικονομίες έχουν υπογραμμίσει τη σημασία του αποτελεσματικού σχεδιασμού ανθρώπινου δυναμικού.

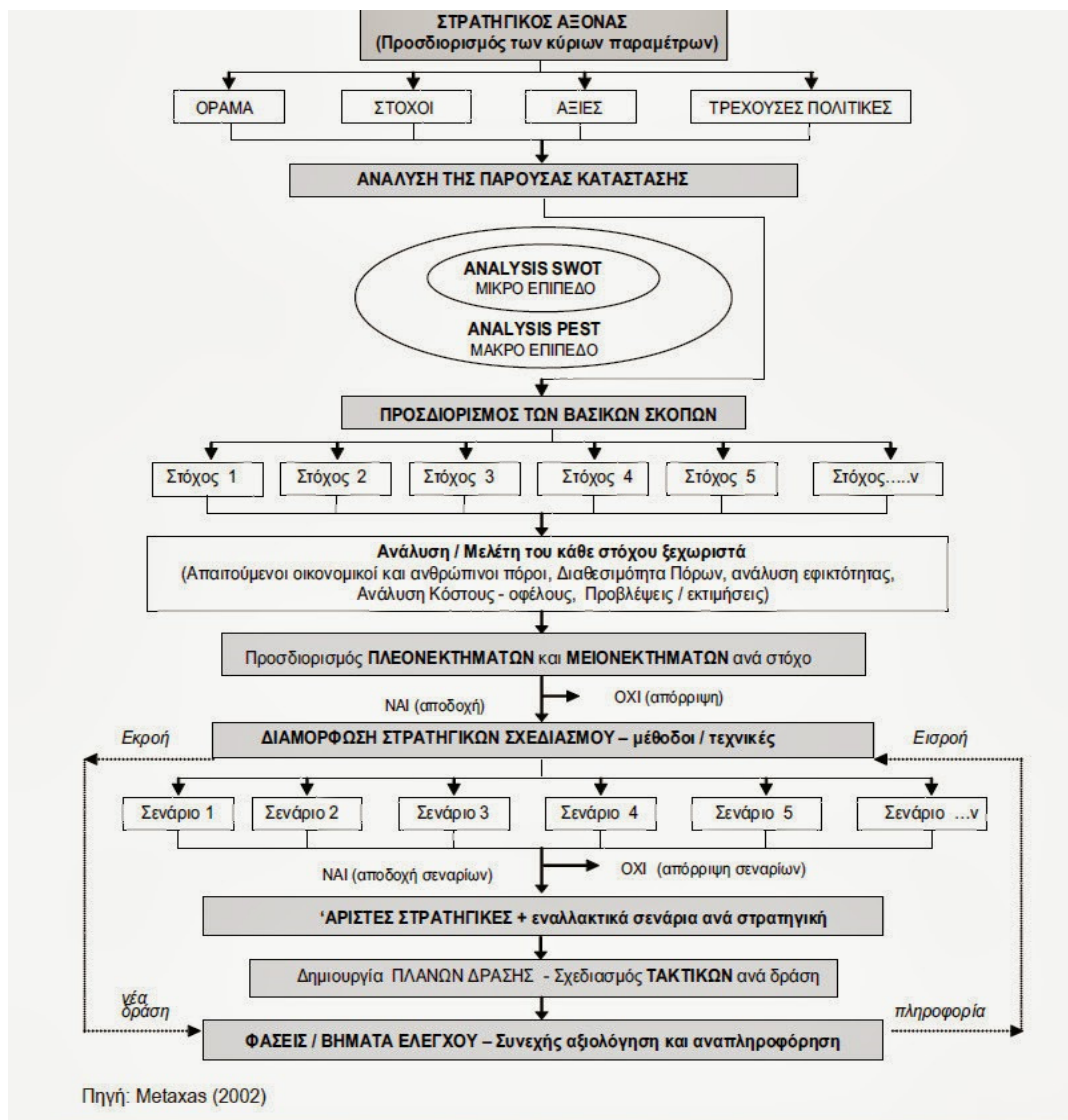
Ο προγραμματισμός του ανθρώπινου δυναμικού είναι «η διαδικασία για την εξασφάλιση ότι πληρούνται οι απαιτήσεις του ανθρώπινου δυναμικού ενός οργανισμού και ο σχεδιασμός για την ικανοποίηση αυτών των απαιτήσεων»⁴².

Οι διαδικασίες σχεδιασμού των περισσότερων οργανισμών βέλτιστων πρακτικών όχι μόνο καθορίζουν τι θα επιτευχθεί εντός ενός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος, αλλά και τους αριθμούς και τους τύπους των ανθρώπινων πόρων που θα

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

απαιτηθούν για την επίτευξη των καθορισμένων στόχων των επιχειρήσεων (π.χ., ο αριθμός των ανθρώπινων πόρων, απαιτούμενες ικανότητες, χρόνος που θα χρειαστούν οι πόροι κλπ).

Αυτές οι στρατηγικές και τα προγράμματα παρακολουθούνται και αξιολογούνται σε τακτική βάση για να εξασφαλιστεί ότι κινούνται οι οργανισμοί προς την επιθυμητή κατεύθυνση, συμπεριλαμβανομένων των κενών ικανότητας των εργαζομένων και τα διορθώσεις που έγιναν, όπως απαιτείται. Αυτός ο κύκλος Στρατηγικού Σχεδιασμού και η αξιολόγηση απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα⁴³.



Εικόνα 7-1 Στάδια στρατηγικού σχεδιασμού

Ο προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού είναι η συνεχής διαδικασία συστηματικού σχεδιασμού για να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή χρήση του πιο πολύτιμου περιουσιακού στοιχείου ενός οργανισμού - το ανθρώπινο δυναμικό. Ο στόχος σχεδιασμού των ανθρώπινων πόρων είναι να εξασφαλίσει την καλύτερη εφαρμογή μεταξύ των εργαζομένων και των θέσεων εργασίας, αποφεύγοντας παράλληλα τις ελλείψεις εργατικού δυναμικού. Τα τρία βασικά στοιχεία της διαδικασίας σχεδιασμού είναι η πρόβλεψη της ζήτησης εργασίας, η ανάλυση της παρούσας προσφοράς εργασίας, και η εξισορρόπηση προβλεπόμενη ζήτηση και την προσφορά εργασίας.

7.4 Εκτίμηση κόστους εργασίας και εκπαίδευσης

Με τον όρο «αμοιβές» συνήθως αναφερόμαστε στις οικονομικές παροχές των εργαζομένων για την εργασία που προσφέρουν, με αντικειμενική χρησιμότητα την αγορά αγαθών (αντικειμενική πλευρά). Οι αμοιβές έχουν όμως και κοινωνική χρησιμότητα καθώς το επίπεδο των αμοιβών του εργαζόμενου καθορίζει σε έναν βαθμό και τη κοινωνική του θέση. Ταυτόχρονα, οι αμοιβές αποτελούν βασικό παράγοντα υποκίνησης ή δυσαρέσκειας των εργαζομένων.

Ως εκ τούτου, η επιχείρηση θα στοχεύσει στην λειτουργικότητα των αμοιβών με τον παρακάτω σχεδιασμό⁴⁴:

- Κατάλληλη κατανομή των πόρων της επιχείρησης
- Επιβράβευση των αποδοτικών εργαζομένων
- Πληροφόρηση των εργαζομένων για το επίπεδο της απόδοσής τους
- Διατήρηση ομαλών σχέσεων εντός της επιχείρησης
- Καθοδήγηση των εργαζομένων (προσδοκίες)

Οι παράγοντες που θα καθορίσουν την πολιτική αμοιβών της επιχείρησης είναι :

- Κάλυψη αναγκών και υποκίνηση
- Προσέλκυση εργαζομένων
- Παραγωγικότητα και αποτελέσματα
- Αμοιβές σε ομοειδείς επιχειρήσεις
- Έμφαση σε χρηματικό μέρος αμοιβών

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής
εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

- Νομοθεσία, συλλογικές συμβάσεις

Πίνακας 7-1 Συνολικό κόστος ανθρώπινων πόρων

Θέση	Αριθμός	Μηνιαίες αποδοχές (€)/άτομο	Ετήσιες αποδοχές (€)
Επιτελικό Προσωπικό			
Διευθυντές	8	4.014,65	385406,4
Τμηματάρχες	10	2.699,71	323965,2
Εποπτικό Προσωπικό			
Γραμματείς	3	586,08	21098,88
Λογιστές	1	2.699,71	32396,52
Υπάλληλοι Λογιστηρίου	1	915,16	10981,92
Υπάλληλοι Διασφάλισης Ποιότητας	2	1.608,04	38592,96
Υπάλληλοι Ελέγχου Ποιότητας	1	1.608,04	19296,48
Υπάλληλος Ανθρώπινων Πόρων	2	1.440,47	34571,28
Υπάλληλοι Προώθησης Προϊόντος	6	1.440,47	103713,8
Υπάλληλος Καντίνας	1	586,08	7032,96
Υπάλληλος Υποδοχής	2	586,08	14065,92
Υπάλληλος Κοστολόγησης	1	1.440,47	17285,64
Υπάλληλοι πωλήσεων	2	1.440,47	34571,28
Ελεγκτές Προμηθειών	3	1.440,47	51856,92
Νοσηλευτές/Ιατροί	1	1.608,04	19296,48
Τηλεφωνητές/Υπεύθυνοι Διαδικτύου	2	915,16	21963,84
Εργοδηγοί			
Αρχιτεχνίτες	1	1.137,36	7961,52
Ειδικευμένοι Εργάτες			
Ειδικοί Χειριστές	2	915,16	12812,24
Συσκευαστές	2	915,16	12812,24
Μηχανολόγοι	1	1.275,36	15304,32
Υδραυλικοί	1	915,16	10981,92
Ηλεκτρολόγοι	1	1.275,36	15304,32
Ανειδίκευτοι Εργάτες			
Βοηθοί	3	586,08	12307,68
Μεταφορείς	6	586,08	24615,36
Φύλακες	3	586,08	21098,88
Καθαριστές	2	586,08	14065,92
Συνολικό κόστος ανθρώπινων πόρων			1.668.369,20

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Στον Πίνακα 7-1 παρουσιάζεται το συνολικό κόστος του ανθρώπινου δυναμικού. Κάποιοι ανειδίκευτοι και ειδικευμένοι εργάτες υπολογίστηκαν με 7μηνη σύμβαση. Οι ετήσιες δαπάνες υπολογίστηκαν ανάλογα με τη διάρκεια της σύμβασης (12 ή 7 μήνες) πολλαπλασιασμένες με έναν συντελεστή 1.3 για τις εισφορές στα ταμεία, τα δώρα κλπ.

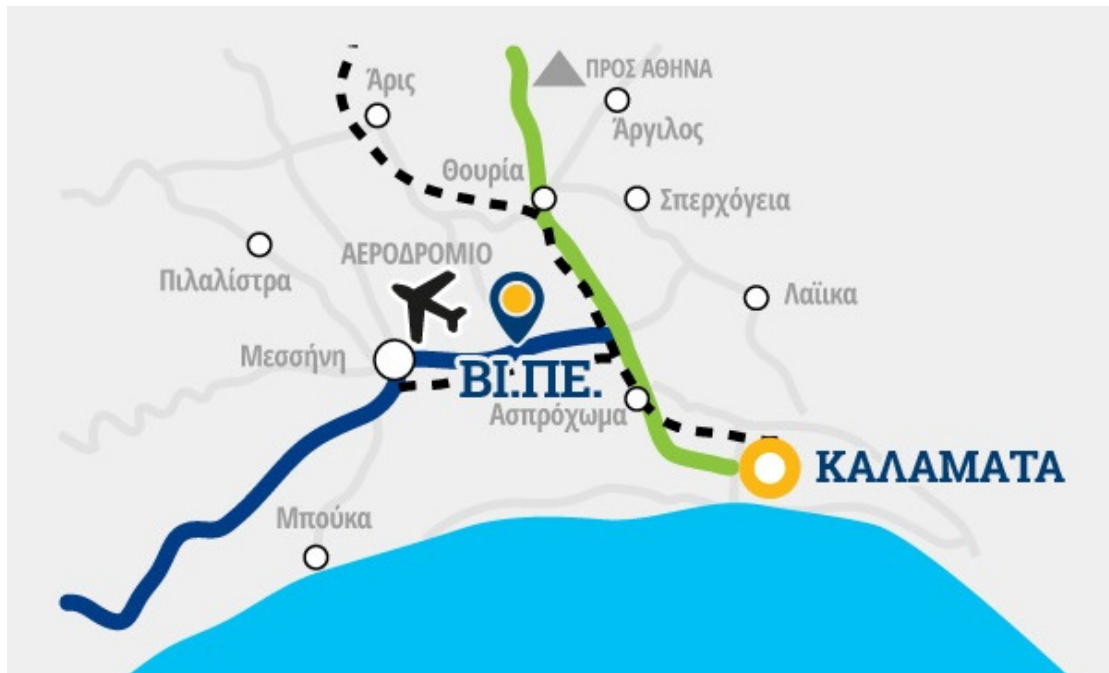
8 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1 Κριτήρια επιλογής

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, ως τοποθεσία εγκατάστασης της μονάδας επελέγη η ΒΙΠΕ Καλαμάτας (Σπερχογεία). Οι όροι δόμησης σε αυτή τη περιοχή είναι σύμφωνα με το ΦΕΚ 962Δ/31-12-1991.

Τα πλεονεκτήματα επιλογής της ΒΙΠΕ Καλαμάτας, εκτός από τη εγγύτητα στους παραγωγούς βιολογικού ελαιόκαρπου της Μεσσήνης είναι τα ακόλουθα:

- Καθαροί τίτλοι ακινήτων
- Ευνοϊκοί όροι δόμησης
- Απαλλαγή από διαδικασία έκδοσης άδειας εγκατάστασης (Ν. 2516/97 άρθρο 7 παρ. 5)
- Απαλλαγή από Α' στάδιο περιβαλλοντικής αδειοδότησης
- Ειδικές προβλέψεις στα κίνητρα ιδιωτικών επενδύσεων (Ν. 3299/04)
- Η ΒΙ.ΠΕ. Καλαμάτας ανήκει στην Περιοχή Γ
- Ανάπτυξη συνεργιών εγκατεστημένων επιχειρήσεων



Εικόνα 8-1 Τοποθεσία ΒΙΠΕ Καλαμάτας

Οι υποδομές περιλαμβάνουν εσωτερικό οδικό δίκτυο, δίκτυο ύδρευσης, δίκτυο αποχέτευσης ομβρίων, δίκτυο αποχέτευσης ακαθάρτων, ηλεκτροδότηση και τηλεφωνοδότηση, ενώ το μέγιστο ποσοστό κάλυψης είναι 60% της επιφάνειας του οικοπέδου. Η ΒΙΠΕ Καλαμάτας βρίσκεται κοντά στο επαρχιακό οδικό δίκτυο, αλλά και στο εθνικό οδικό δίκτυο, σιδηροδρομική γραμμή, εξυπηρετείται από λεωφορειακή γραμμή για την μεταφορά των εργαζομένων ενώ έχει απόσταση 2χλμ από το αεροδρόμιο της Καλαμάτας και απόσταση 9χλμ από το λιμάνι. Ταυτόχρονα, είναι σε υψηλή γεωγραφική εγγύτητα με τους προμηθευτές των πρώτων υλών ελαιόκαρπου της Μεσσήνης.

8.2 Επιπτώσεις στο περιβάλλον και μέτρα προστασίας

Σχετικά με τη προστασία του περιβάλλοντος θα πρέπει να τηρούνται οι απαιτήσεις του Νόμου 1650/86 (ΦΕΚ 160/Α/16-10-86), ο οποίος έχει ως στόχο τη «θέσπιση θεμελιωδών κανόνων και η καθιέρωση κριτηρίων και μηχανισμών για την προστασία του περιβάλλοντος, έτσι ώστε ο άνθρωπος, ως άτομο και ως μέλος του κοινωνικού συνόλου, αν ζει σε ένα υψηλής ποιότητας περιβάλλον, μέσα στο οποίο να προστατεύεται η υγεία του και να ευνοείται η ανάπτυξη της προσωπικότητάς του. Η

προστασία του περιβάλλοντος, θεμελιώδες και αναπόσπαστο μέρος της πολιτιστικής και αναπτυξιακής διαδικασίας και πολιτικής υλοποιείται κύρια μέσα από το δημοκρατικό προγραμματισμό»⁴⁵.

Κάθε μονάδα παραγωγής ελαιόλαδου, παράγει ρύπους, με σημαντικότερους τους υγρούς ρύπους (κασιόγανος) και τις δυσάρεστες μυρωδιές. Όπως αναφέρθηκε ήδη, η επιχείρηση θα εγκαταστήσει το σύστημα eco olive cleaner, με στόχο την διαχείριση αποβλήτων ελαιοτριβείων, επιτυγχάνοντας διαχωρισμό μεταξύ στερεάς φάσης (πάστα ελιάς) και υγρών αποβλήτων με τη χρήση ενός συστήματος δόνησης κατά τη διάρκεια της πρωτογενούς παραγωγής του ελαίου. Το νερό που αποβάλλεται τελικά μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί στην παραγωγή του ελαιόλαδου ή να διατεθεί για άρδευση. Ταυτόχρονα, μειώνονται και οι δυσάρεστες οσμές, όμως η επιχείρηση θα εγκαταστήσει φίλτρα για την περαιτέρω εξάλειψή τους.

8.3 Κόστος απόκτησης γης και σχετικά έξοδα

Πίνακας 8-1 Κόστος απόκτησης γης και αρχικής τοποθέτησης

Περιγραφή	Κόστος (€)
Γη	98.000,00
Συμβολαιογραφικά έξοδα	9.800,00
Γεωτεχνική μελέτη	4.900,00
Περιβαλλοντική μελέτη	6.000,00
Συνολικό κόστος	118.700,00

9 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1 Στόχοι προγραμματισμού και προϋπολογισμού εκτέλεσης του έργου

Το σχέδιο εκτέλεσης του έργου είναι το επίσημο έγγραφο που καθορίζει τα μέσα για την εκτέλεση, παρακολούθηση, καθώς και τον έλεγχο των έργων. Το σχέδιο λειτουργεί ως το κύριο μέσο επικοινωνίας για να διασφαλιστεί ότι όλοι είναι ενήμεροι και γνώστες των στόχων του έργου και του τρόπου που αυτοί θα επιτευχθούν. Το σχέδιο είναι η κύρια συμφωνία μεταξύ της επιχείρησης και του διευθυντή του έργου και ένα προκαταρκτικό σχέδιο πρέπει να αναπτυχθεί και να εγκριθεί σε κρίσιμη απόφαση. Οι στόχοι του έργου προέρχονται από τη δήλωση των αποστολών της επένδυσης, καθώς και μια ολοκληρωμένη ομάδα βοηθά στην ανάπτυξη του έργου. Το σχέδιο είναι ένα ζωντανό έγγραφο και θα πρέπει να ενημερωθεί ώστε να περιγράψει τις τρέχουσες και μελλοντικές μεθόδους και διαδικασίες, όπως η ενσωμάτωση της ασφάλειας στη διαδικασία σχεδιασμού. Οι ενημερώσεις είναι συχνές καθώς το έργο εξελίσσεται μέσω των σταδίων κρίσιμων αποφάσεων⁴⁶.

Οι στόχοι του προγραμματισμού εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου είναι οι εξής:

- Καθορισμός των απαραίτητων συνολικών εργασιών
- Καθορισμός της αλληλουχίας εκτέλεσης των εργασιών
- Καθορισμός ομάδας που θα αναλάβει την εκτέλεση του έργου
- Ανάπτυξη χρονοδιαγράμματος εκτέλεσης του έργου
- Προσδιορισμός των πόρων για την εκτέλεση του έργου.
- Ανάπτυξη του προϋπολογισμού εκτέλεσης του έργου

9.2 Στάδια εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Τα στάδια εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου περιλαμβάνουν τα εξής:

- Προκαταρκτική φάση
 - Καθορισμός ομάδας εκτέλεσης του έργου (2 μήνες)

- Σύσταση εταιρείας και καθορισμός νομικών απαιτήσεων (2 μήνες)
- Αδειοδότηση για την προμήθεια, εγκατάσταση και λειτουργία των μηχανημάτων (1 μήνας)
- Μελέτες πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού (2 μήνες)
- Ανάπτυξη μηχανολογικών σχεδίων (2 μήνες)
- Εύρεση χρηματοδότησης (3 μήνες)
- Κατασκευαστική φάση
 - Απόκτηση γης (2 μήνες)
 - Κατασκευή κτηρίων και εγκατάσταση εξοπλισμού (8 μήνες)
 - Επένδρωση με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό (4 μήνες)
 - Προμήθεια υλών και εφοδίων (2 μήνες)
 - Μάρκετινγκ πριν τη παραγωγή (2 μήνες)
 - Παραλαβή της μονάδας και έλεγχος (1 μήνας)

9.3 Χρονοδιάγραμμα προϋπολογισμού εκτέλεσης του έργου

Το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του έργου παρουσιάζεται στο Gantt Chart του Πίνακα 8-2. Το έργο υπολογίζεται ότι θα έχει ολοκληρωθεί τον Δεκέμβριο του 2017, ως εκ τούτου μπορεί να τεθεί σε κανονική λειτουργία από το 2018.

9.4 Συνολικό κόστος εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Πίνακας 9-1 Συνολικό κόστος εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου

Δραστηριότητα	Κόστος (€)
<i>Διαχείριση Έργου</i>	35.000,00
<i>Νομικά Έξοδα για την Ίδρυση της Εταιρίας</i>	15.000,00
<i>Σχέδια Μηχανολογικά και Επίβλεψη Εργασιών</i>	30.000,00
<i>Πρόσληψη και Εκπαίδευση ανθρώπινου Δυναμικού</i>	250.000,00
<i>Προπαραγωγικές Προμήθειες</i>	25.000,00
<i>Προπαραγωγικό Μάρκετινγκ</i>	10.000,00
<i>Αρχικά Έξοδα Δημιουργίας Κεφαλαίου</i>	15.000,00
<i>Κόστος Χρηματοδότησεως</i>	140.000,00
Συνολικό Κόστος	520.000,00

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 9-2 Χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης του έργου

Στάδιο	Αρχή	Διάρκεια	2016					2017											
			Αυγ-16	Σεπ-16	Οκτ-16	Νοε-16	Δεκ-16	Ιαν-17	Φεβ-17	Μαρ-17	Απρ-17	Μαϊ-17	Ιουν-17	Ιουλ-17	Αυγ-17	Σεπ-17	Οκτ-17	Νοε-17	Δεκ-17
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Καθορισμός ομάδας εκτέλεσης του έργου	1	2																	
Σύσταση εταιρείας και καθορισμός νομικών απαιτήσεων	3	2																	
Αδειοδότηση	4	1																	
Μελέτες πολιτικού και ηλεκτρολόγου μηχανικού	4	2																	
Ανάπτυξη μηχανολογικών σχεδίων	5	2																	
Εύρεση χρηματοδότησης	6	3																	
Απόκτηση γης	8	2																	
Κατασκευή κτηρίων και εγκατάσταση εξοπλισμού	10	8																	
Επάνδρωση με το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό	14	4																	
Προμήθεια υλών και εφοδίων	16	2																	

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Μάρκετινγκ πριν τη παραγωγή	17	1										
Παραλαβή της μονάδας και έλεγχος	17	1										

10 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

10.1 Συνολικό κόστος επένδυσης

Το πάγιο ενεργητικό περιλαμβάνει τα περιουσιακά στοιχεία που προορίζονται για διαρκή και μόνιμη χρήση περιλαμβάνοντας ασώματες ακινητοποιήσεις, ενσώματες ακινητοποιήσεις, συμμετοχές στο κεφάλαιο άλλων επιχειρήσεων κλπ. Για την υπό μελέτη επιχείρηση, το πάγιο ενεργητικό αφορά τις επενδύσεις και δαπάνες που παρουσιάζονται στον Πίνακα 9-1. Στο σύνολο του πάγιου ενεργητικού είναι 3.457.855 €.

Πίνακας 10-1 Πάγιο ενεργητικό

Κατηγορία	Κόστος (€)
Πάγιες Επενδύσεις	2.848.855,00
Γη	118.700,00
Μηχανολογικός Εξοπλισμός και Τεχνολογία	1.487.155,00
Έργα Πολιτικού Μηχανικού	1.243.000,00
Προπαραγωγικές Δαπάνες	609.000,00
Προεπενδυτικές Μελέτες	89.000,00
Κόστος Εκτελέσεως Επενδυτικού Σχεδίου	520.000,00
Σύνολο Παγίου Ενεργητικού	3.457.855,00

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι το ρευστό που δεσμεύεται για τις συνηθισμένες λειτουργίες της επιχείρησης και οι παράγοντές του επηρεάζουν τον ρυθμό της ταμειακής ροής. Στον Πίνακα 9-2 παρουσιάζεται η μέθοδος υπολογισμού του καθαρού κεφαλαίου κίνησης. Αρχικά τίθενται οι ελάχιστες απαιτήσεις τρέχοντος ενεργητικού και τρέχοντος παθητικού στον Πίνακα 9-2.

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 10-2 Ελάχιστες Απαιτήσεις Τρέχοντος Ενεργητικού και Τρέχοντος Παθητικού

A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	50 ημέρες
B. Αποθέματα	
Πρώτες Ύλες	50 ημέρες
Βοηθητικά Υλικά	45 ημέρες
Υλικά Συσκευασίας	40 ημέρες
Ανταλλακτικά	180 ημέρες
Εξοπλισμός Εργαζομένων	360 ημέρες
Απορρυπαντικά-Απολυμαντικά	180 ημέρες
Εφόδια για Κοινωνικές και Εξωτερικές Ανάγκες	90 ημέρες
Τελικά Προϊόντα	15 ημέρες
Γ. Μετρητά στο Ταμείο	15 ημέρες
Δ. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	30 ημέρες

Το ετήσιο κόστος παραγωγής παρουσιάζεται στον Πίνακα 9-3. Στη συνέχεια υπολογίζεται το απαιτούμενο κεφάλαιο κίνησης, στον Πίνακα 9-4.

Πίνακας 10-3 Ετήσιο Κόστος Παραγωγής

Τύπος Κόστους	Κόστος(€) - 2018
Πρώτες Ύλες και Λοιπά Εφόδια	9.726.427,47
Ανθρώπινοι Πόροι	1.668.369,20
Εργασίες Συντήρησης	10.742,15
Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	909.921,98
Δαπάνες Μάρκετινγκ	1.035.757,18
Τόκοι (περίοδος χάριτος 24 μήνες)	
Αποσβέσεις	215.000,00
Συνολικό Κόστος Παραγωγής	13.566.217,97

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 10-4 Υπολογισμός Κεφαλαίου Κίνησης

Τύπος	Κόστος (€)	Ελάχιστη κάλυψη (ημέρες)	Συντελεστής κύκλου εργασιών	Ανάγκες
I. Τρέχον ενεργητικό				
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	13.566.218	50	7	1.884.197
B. Αποθέματα				
Πρώτες Ύλες	9.471.500	50	7	1.315.486
Βοηθητικά Υλικά	17.324	45	8	2.166
Υλικά Συσκευασίας	1.820.629	40	9	202.292
Ανταλλακτικά	600	180	2	300
Εξοπλισμός Εργαζομένων	1.102	360	1	1.102
Απορρυπαντικά-Απολυμαντικά	8.100	180	2	4.050
Λοιπά εφόδια	25.650	90	4	6.413
Τελικά Προϊόντα	13.566.218	15	24	565.259
Γ.Μετρητά στο ταμείο	2.437.111	15	24	101.546
Δ. Τρέχον ενεργητικό				3.981.264
II Τρέχον παθητικό				
A. Λογαριασμοί πληρωτέοι	11.344.905	30	12	945.409
III. Καθαρό κεφάλαιο κίνησης				3.035.855
IV. Συνολικό κόστος παραγωγής				13.566.218
Μείον πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια				9.471.500
Αποσβέσεις				215.000
				3.879.718
V. Απαιτούμενα μετρητά				101.546

Επομένως, το συνολικό κόστος της επένδυσης υπολογίζεται όπως φαίνεται στον Πίνακα 9-5.

Πίνακας 10-5 Υπολογισμός Συνολικού Κόστους Επένδυσης

Τύπος κόστους	Κόστος (€)
Πάγιο ενεργητικό	3.457.855,00
Καθαρό κεφάλαιο κίνησης	3.035.855
Συνολικό κόστος επένδυσης	6.493.710,50

10.2 Πηγές χρηματοδότησης

Η επένδυση θα υπαχθεί στη δράση «ΤΕΠΙΧ- Επιχειρηματική Επανεκκίνηση» από την Τράπεζα Πειραιώς, η οποία εξασφαλίζει την χρηματοδότηση επιχειρήσεων για Κεφάλαιο Κίνησης ή και Επενδυτικά Δάνεια με 50% άτοκη χρηματοδότηση καθώς το 50% του δανείου που προέρχεται από το ΤΕΠΙΧ είναι άτοκο. Το ύψος χρηματοδότησης φτάνει τις 800.000€ ήτοι το 12% του συνολικού κόστους επένδυσης⁴⁷. Το επιτόκιο χωρίς εξασφάλιση διαμορφώνεται στο 4,45% και αυτό είναι που θα επιλέξει η επιχείρηση. Το δάνειο θα έχει διάρκεια 6 έτη και ως εκ τούτου η ετήσια δόση υπολογίζεται από τον εξής τύπο:

Ετήσια δόση δανείου = Ποσό δανεισμού * Συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου.

Όπου, αν i το επιτόκιο και N τα έτη δανεισμού:

$$\text{Συντελεστής ανάκτησης κεφαλαίου} = \frac{i \cdot (1+i)^N}{(1+i)^N - 1} = 0.19$$

Στον παρακάτω πίνακα υπολογίζονται οι δόσεις με τη μέθοδο της παρούσας αξίας, καθώς και ο τόκος (γινόμενο του ετησίου επιτοκίου επί του ανεξόφλητου ποσού του δανείου), τα χρεολύσια (δόση μείον τόκος) και το υπόλοιπο (κεφάλαιο μείον χρεολύσιο). Υπολογίζεται περίοδος χάριτος 24 μηνών, σύμφωνα με τις οδηγίες της Τράπεζας Πειραιώς.

Πίνακας 10-6 Υπολογισμός Τόκου και Χρεολυσίου Δανείου

Έτος	Δόση (€)	Τόκος (€)	Χρεολύσιο(€)	Υπόλοιπο (€)
2018				800.000,00
2019	154.852,58	28.709,06	126.143,51	673.856,49
2020	154.852,58	23.095,67	131.756,90	542.099,58
2021	154.852,58	17.232,49	137.620,08	404.479,50
2022	154.852,58	11.108,40	143.744,18	260.735,32
2023	154.852,58	4.711,78	150.140,79	-

10.3 Συνολικό κόστος παραγωγής

Το συνολικό κόστος παραγωγής αποτελείται από το σύνολο των δαπανών της επιχείρησης με στόχο να ανταποκριθεί στις ανάγκες της και διακρίνεται σε σταθερό και μεταβλητό κόστος. Το σταθερό κόστος περιλαμβάνει τις δαπάνες που είναι ανεξάρτητες από το επίπεδο παραγωγής, ενώ το μεταβλητό κόστος εκκείνες τις δαπάνες που εξαρτώνται από το επίπεδο παραγωγής.

Η μελλοντική διαμόρφωση του κόστους παραγωγής υπολογίζεται με τη μέθοδο της καθαρής παρούσας αξίας (τα ποσά στο μέλλον ανάγονται στην πραγματική σημερινή αξία) και παρουσιάζεται στον Πίνακα 9-7.

Πίνακας 10-7 Μελλοντική Διαμόρφωση Συνολικού Κόστους Παραγωγής

Τύπος Κόστους	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Πρώτες Ύλες και Λοιπά Εφόδια	9.726.427	7.752.036	7.177.811	6.646.121	6.153.816	5.697.978
Ανθρώπινοι Πόροι	1.668.369	1.329.703	1.231.206	1.140.006	1.055.561	977.371
Εργασίες Συντήρησης	10.742	8.564	7.929	7.342	6.798	6.295
Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	909.922	725.214	671.494	621.754	575.698	533.054
Δαπάνες Μάρκετινγκ	1.035.757	825.506	764.358	707.738	655.313	606.772
Τόκοι (περίοδος χάριτος 26 μήνες)		24.613	18.334	12.666	7.560	2.969
Αποσβέσεις	215.000	171.357	158.664	146.911	136.028	125.952
Συνολικό Κόστος Παραγωγής	13.568.236	10.836.993	10.029.796	9.282.539	8.590.775	7.950.391

Ως εκ τούτου, μπορούμε να υπολογίσουμε και τις μελλοντικές ανάγκες σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης, στον Πίνακα 9-8.

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Πίνακας 10-8 Μελλοντικές Ανάγκες σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
I. Τρέχον ενεργητικό						
A. Λογαριασμοί εισπρακτέοι	13.566.218	10.812.378	10.011.461	9.269.872	8.583.215	7.947.421
B. Αποθέματα	11.344.905	9.041.975	8.372.199	7.752.036	7.177.812	6.646.122
Γ. Μετρητά στο ταμείο	101.546	80.933	74.938	69.387	64.247	59.488
Τρέχον ενεργητικό	25.012.669	19.935.287	18.458.599	17.091.295	15.825.273	14.653.031
II Τρέχον παθητικό						
A. Λογαριασμοί πληρωτέοι	11.344.905	9.041.975	8.372.199	7.752.036	7.177.812	6.646.122
III. Καθαρό κεφάλαιο κίνησης	24.911.123	19.854.354	18.383.661	17.021.908	15.761.026	14.593.543
IV. Συνολικό κόστος παραγωγής	13.568.236	10.813.987	10.012.951	9.271.251	8.584.491	7.948.603
Μείον πρώτες ύλες και λοιπά εφόδια	9.471.500	7.548.857	6.989.683	6.471.928	5.992.526	5.548.635
Αποσβέσεις	215.000	171.357	158.664	146.911	136.028	125.952
Τόκοι	0	24.613	18.334	12.666	7.560	2.969
	3.881.736	3.069.160	2.846.270	2.639.745	2.448.377	2.271.046
V. Απαιτούμενα μετρητά	101.546	80.933	74.938	69.387	64.247	59.488

10.4 Ανάλυση λογιστικών καταστάσεων

Πίνακας 10-9 Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης

Τύπος Κόστους	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Πωλήσεις (€)	20.715.144	19.257.411	17.902.260	16.642.471	15.471.335	14.382.611
Συνολικό Κόστος Παραγωγής	13.568.236	10.836.993	10.029.796	9.282.539	8.590.775	7.950.391
Μεικτό κέρδος	7.146.908	8.420.419	7.872.464	7.359.933	6.880.559	6.432.220
Μείον φόρος (37%)	4.502.552	5.304.864	4.959.652	4.636.758	4.334.752	4.052.299
Καθαρά κέρδη/Πωλήσεις	22%	28%	28%	28%	28%	28%

Στον Πίνακα 9-9 παρουσιάζονται οι καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης για την περίοδο 2018-2023. Παρατηρούμε ότι ο λόγος καθαρών κερδών προς τις πωλήσεις παραμένει σταθερός για τα πρώτα 5 έτη της επένδυσης.

Μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι καταστάσεις ταμειακών ροών της επιχείρησης, καθώς παρουσιάζει πλεονεκτήματα σχετικά με τους ισολογισμούς, λόγω του ότι παρέχει ακριβή παρουσίαση των πηγών και των χρήσεων των κεφαλαίων, των ταμειακών εισροών και εκροών, με αποτέλεσμα να διευκολύνεται το επενδυτικό σχέδιο.

Στον Πίνακα 9-10 παρατηρείται ότι παρουσιάζεται σημαντικό πλεόνασμα κατά τα πρώτα έτη λειτουργίας, γεγονός που υποδεικνύει ότι τα πρώτα έτη λειτουργίας η επιχείρηση μπορεί να λειτουργεί απρόσκοπτα.

Πίνακας 10-10 Καταστάσεις Ταμειακών Ροών

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
A. Ταμειακές εισροές	6.493.710	20.715.144	19.257.411	17.902.260	16.642.471	15.471.335	14.382.611
Κεφάλαια χρηματοδοτήσεως	6.493.710						
Πωλήσεις		20.715.144	19.257.411	17.902.260	16.642.471	15.471.335	14.382.611
B. Ταμειακές εκροές	3.457.855	18.656.425	16.718.742	15.531.229	14.428.208	13.403.661	12.361.643
Πάγιο ενεργητικό	3.457.855						
Κόστος παραγωγής, τόκοι, αποσβέσεις		13.568.236	10.813.987	10.012.951	9.271.251	8.584.491	7.948.603
Φόρος εισοδήματος		4.502.552	5.304.864	4.959.652	4.636.758	4.334.752	4.052.299
Δόση		132.761	122.927	113.821,27	105.390,06	97.583,39	
Καθαρά κέρδη		4.502.552	5.304.864	4.959.652	4.636.758	4.334.752	4.052.299
Τακτικό αποθεματικό (5% επί καθαρών κερδών)		225.128	265.243	247.983	231.838	216.738	202.615
Μερίσματα μετοχικού κεφαλαίου (2%)		227.748	211.721	196.822	182.972	170.096	158.126
Γ. Πλεόνασμα (A-B)		2.058.719	2.538.669	2.371.031	2.214.263	2.067.674	2.020.968
Συσσωρευμένο ταμειακό υπόλοιπο	3.035.855	5.094.575	7.633.244	10.004.275	12.218.538	14.286.212	16.307.180

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

¹ file:///C:/Users/Eva/Downloads/CXS_033e_2015.pdf

2

<http://www.demedici.com/templates/demedici123009/uploads/OliveOilTrainingAppetite.pdf>

3

<http://grasasyaceites.revistas.csic.es/index.php/grasasyaceites/article/viewArticle/560>

⁴ <http://www.oliveoilsource.com/page/extraction-process>

⁵ <http://www.oliveoilsource.com/page/bottling>

⁶ <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/952547/pos-tha-diplasiastoun-oi-eksagoges-elaioladou>

⁷ <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=493877>

⁸ <https://agrotypos.com/2015/12/17/france-consumption-and-imports-of-table-olives>

⁹ <http://www.internationaloliveoil.org/>

10

http://importpromotiondesk.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/factsheet/zutaten/Olive_Oil_160421_eng.pdf

¹¹ https://www.cbi.eu/sites/default/files/market_information/researches/product-factsheet-germany-olive-oil-2016.pdf

¹² <http://eurovoc.europa.eu/drupal/>

¹³ <http://certificationeurope.com/benefits-of-iso-14001-environmental/>

¹⁴ <https://en.portal.santandertrade.com/analyse-markets/greece/economic-political-outline>

15

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu13_02v001/eu/main/req_mktolive_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=PL&file2=ehir_pl13_02v001/pl/main/req_mktolive_pl_010_0612.htm&reporterLabel2=Polonia&label=Marketing+standards+for+olive+oil&languageId=es&status=PROD

¹⁶ <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/HACCP/>

¹⁷ <http://www.oecd.org/eco/outlook/greece-economic-forecast-summary.htm>

¹⁸ https://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/eu-legislation/brief-overview_en

19

http://www.ethnos.gr/epaggelmatikes_eukairies/arthro/oi_ksenes_agores_anoigoun_tis_portes_sto_biologiko_ladi-63874070/

²⁰ <http://www.zougla.gr/ygeia/article/pia-pikilia-elias-exi-tis-perisoteres-8erapeftikes-idiotites>

²¹ <http://www.indexmundi.com/commodities/?commodity=olive-oil&months=12¤cy=eur>

²² <http://www.aridwaste.gr/node/36>

²³ <https://www.skywalker.gr/elGR/etairia/parousiasi/016E1900-E57E-4D9F-A34A-BBB4230B715E>

²⁴ <http://www.elin.gr/el/industry.html>

²⁵ <http://www.afoimarkaki.gr/index.php?menu=products>

²⁶ <http://www.vitogiannis.gr/products-en/pry-off-crown-corks-en.html>

²⁷ <http://www.oliotech.gr/>

²⁸ <http://www.olivegreen.gr/>

²⁹ <http://www.greatfood.gr/about-us>

³⁰ <http://www.koper.gr/el/home.html>

³¹ <https://www.flottweg.com/applications/edible-fats-and-oils-biofuels/olive-oil/>

³² <http://www.madehow.com/Volume-3/Olive-Oil.html>

³³ Καρβούνης Σωτήριος Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Μεθοδολογία, Τεχνικές, Θεωρία, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης

³⁴ <http://lgconstructions.gr/index.php/el/>

³⁵ <http://www.newsbomb.gr/oikonomia/news/story/728032/eurostat-sto-0-4-o-etisios-plithorismos-stin-ellada-ton-aygoysto>

³⁶ ISO 9000:2005, Clause 3.2.11

³⁷ <http://www.drdoobs.com/shift-left-testing/184404768>

³⁸ <http://asq.org/learn-about-quality/quality-assurance-quality-control/overview/overview.html>

³⁹ <http://asq.org/learn-about-quality/six-sigma/overview/dmaic.html>

⁴⁰ <https://themasb.org/marketing-accountability-foundation/>

⁴¹ http://gge.gov.gr/?page_id=2723

⁴² Bulla, D N and Scott, P M (1994) Manpower requirements forecasting: a case example, in Human Resource Forecasting and Modelling, ed D Ward, T P Bechet and R Tripp, Human Resource Planning Society, New York.

⁴³ http://www.citybranding.gr/2013/09/blog-post_20.html

⁴⁴ http://www.tex.unipi.gr/undergraduate/notes/dbe2/DBE-2_11-12_lec7.pdf

⁴⁵ http://mio-ecsde.org/epeaek09/basic_docs/el_legislation-1650-1986.pdf

⁴⁶ <http://energy.gov/management/downloads/sample-project-execution-plan>

⁴⁷ <http://www.piraeusbank.gr/el/epiheiriseis-epaggelmaties/epiheirimatika-daneia/kefalaio-anaptyksis/epixeirimatiki-epanekkinisi-tepix>